

پژوهش‌های فلسفی
نشریه دانشکده ادبیات و
علوم انسانی دانشگاه تبریز
سال ۵۳، پاییز و زمستان ۸۹
شماره مسلسل ۲۱۹

دیدگاه هیوم در باب زیبایی*

دکتر علی سلمانی**

چکیده

با این که هیوم با توجه به مبانی فلسفه‌اش به صورت صریح، زیبایی را احساس می‌داند، اما از برخی عبارات وی در آثارش چنین مستفاد می‌شود که زیبایی نه یک احساس که کیفیتی واقعی است و از برخی عبارات دیگر این شائبه ایجاد می‌شود که زیبایی از کیفیات ثانویه محسوب می‌شود. همین تردید در لحن سبب شده است که برخی شارحان تفاسیری از نظریه هیوم در مورد زیبایی ارائه دهند که تا حدی با کلیت فلسفه او ناسازگار است. در این مقاله تلاش شده است تا با طرح دیدگاه هیوم در مورد زیبایی به عنوان احساس و تمایز آن از کیفیات ایجاد کننده آن، دلایل این سوء فهم‌ها روشن شود.

واژه‌های کلیدی: زیبایی، هیوم، احساس، کیفیات زیبا ساز.

* - تاریخ وصول: ۸۹/۳/۲۳، تاریخ نهایی: ۸۹/۹/۱۶

** - استادیار دانشگاه بوعلی سینای همدان

تعریف زیبایی و مبانی معرفت‌شناختی آن

بطور کلی می‌توان گفت که از نظر هیوم زیبایی انطباع تاملی (Reflective Impression) آرام (Calm) است. برای شرح این عبارت ارائه طرح کلی از معرفت‌شناسی او ضروری است. او معتقد است که تمامی ادراکات (Perception(s) ما به انطباعات و تصورات تقسیم می‌شوند. انطباعات داده‌های بی‌واسطه تجربه‌اند و مراد از آنها همه احساسات، انفعالات (Passion(s)، و عواطف (Emotion(s) ماست. تصورات، صور ذهنی خفیف انطباعات‌اند. اگر به اطاقم نگاه کنم انطباعی از آن برای من حاصل می‌شود. حال اگر چشمانم را ببندم و به اطاق بیندیشم تصویری از آن انطباع برای من حاصل می‌شود. تفاوت میان انطباعات و تصورات بر حسب درجه «روشنی» (Liveliness) آنهاست. از آنجایی که انطباعات در حضور مستقیم برای ما حاصل می‌شوند طبیعتاً در مقایسه با تصورات، دارای درجه روشن‌تری هستند. روشن‌ترین فکر باز هم از محوترین احساس فروتر است. تصورات و انطباعات همیشه مطابق هم می‌باشند. محال است که ما دارای تصویری باشیم که هیچ انطباعی از آن نداشته باشیم. انطباعات و تصورات می‌توانند هم بسیط و هم مرکب باشند. انطباع ما از رنگ سرخ، انطباعی بسیط است و تصور حاصل از آن نیز چنین خواهد بود. اما انطباع ناشی از مشاهده شهر پاریس از بالای تپه‌ای بلند و تصور حاصل از آن هر دو مرکب‌اند. پس می‌توان گفت که برای هر تصویری انطباعی متناسب با آن موجود خواهد بود. انطباعات بر تصورات، پیشی داشته و آنها را به وجود می‌آورند. لاک بر آن بود که شناخت انسانی را از سرچشمه «تصورات بسیط» بیرون بکشد. هیوم نیز می‌خواهد همه شناخت را نهایتاً از انطباعات یا داده‌های بی‌واسطه تجربه، بیرون بکشد.

انطباعات می‌توانند از دو طریق دوباره به صورت تصور ایجاد شوند: ۱- می‌توان با کمک حافظه (Memory) خود انطباعات تجربه شده را دوباره در قالب تصور بازسازی کرد. حافظه از انطباعی که قبلاً تجربه شده تصویری ایجاد می‌کند که این تصور نیز به نوبه خود دارای نیرو و سرزندگی بیشتری نسبت به تصورات خیال است. حافظه فقط انطباعات را به صورت تصورات بسیط در نمی‌آورد بلکه ترتیب و نظم اولیه آنها را نیز حفظ می‌کند. هنگامی که مثلاً می‌گوییم شخصی خاطره واضحی از یک مسابقه کریکت دارد، مرادمان آن است که او نه فقط رویدادهای گوناگون را یکان یکان، بلکه همچنین سامان رخ دادشان را به یاد می‌آورد. ۲- همچنین می‌توان به وسیله قوه خیال (Imagination) انطباعات را در قالب تصور بازسازی کرد. در واقع خیال از انطباعاتی که بعد از غیاب شیء در ذهن سرزندگی خود را از دست می‌دهند، ایجاد تصور می‌کند. خیال بر خلاف حافظه به نظم و ترتیب وقایع مقید نیست و می‌تواند تصورات بسیط ایجاد شده را خودسرانه ترکیب کند یا تصورات مرکب را به تصورات بسیط تجزیه کرده و سپس سامانی نو به آنها بدهد. این کار در شعر و داستان مکرر رخ می‌دهد. طبیعت در اینجا به آشوب می‌افتد و جز اسب‌های بالدار، اژدهاهای آتشین دم و دیوان، سخن از چیزی نمی‌رود. با وجود آزادی خیال، کار این قوه معمولاً بنابر برخی مبانی کلی تداعی (Association) است. یک مبدأ

پیونددهنده میان تصورات وجود دارد؛ یا گونه‌ای کیفیت تداعی‌کننده که به دستگیری آن یک تصور بالطبع تصور دیگر را پیش می‌آورد. هیوم آن را «نیروی ملایمی» (Soft Force) می‌داند که معمولاً برقرار است و علل آن ناشناخته بوده و باید به کیفیات طبیعی آدمی منحل شوند (کاپلستون، ۱۳۷۰، ۲۸۶-۲۸۷). می‌توان گفت در انسان نیرو یا انگیزه‌ای فطری وجود دارد که او را وامی‌دارد، هر چند بدون ضرورت، تا برخی گونه‌های تصورات را به هم فراز آورد. کیفیاتی که ایجادگر این تداعی‌اند و ذهن بواسطه آنها از یک تصور به تصور دیگر می‌رود عبارتند از همانندی (Resemblance)، هم‌پهلویی (Contiguity) در زمان یا مکان و علت (Cause) و معلول (Effect). خیال به سادگی از یک تصور به تصور دیگری که همانند آن است می‌رود. به همین ترتیب ذهن بر حسب عادتی طولانی خو می‌گیرد که تصورات بی‌واسطه یا باواسطه هم‌پهلوی را در مکان و زمان باهم تداعی کند. همچنین ذهن بر حسب مشاهده مکرر وقایعی که پشت سر هم رخ می‌دهند یکی از آنها را علت و دیگری را معلول می‌داند. با آشنایی بیشتر با این حوادث مرتبط باهم، ذهن عادت می‌کند که همواره با ملاحظه یکی از آنها دیگری را برای خود متداعی کند (Hume, 1888, I, PP.5-10).

هیوم در جلد دوم «رساله‌ای در طبیعت انسانی» (A Treatise of Human Nature) به تقسیم‌بندی انطباعات می‌پردازد. انطباعات را می‌توان به اولیه و ثانویه تقسیم کرد. انطباعات اولیه که همان انطباعات احساس و اصلی‌اند بدون ادراک پیشین در روح و به واسطه بدن، ارواح حیوانی یا تأثیر اعیان بر روی اندام حسی، ایجاد می‌شوند. در واقع انطباعات اولیه همان انطباعات حاصل شده از طریق حواس پنجگانه انسانی و لذت و درد ملازم آنها می‌باشند. انطباعات ثانویه به واسطه انطباعات اولیه پیش می‌روند یا بی‌واسطه و یا به واسطه تصور. من انطباعاتی از سردی دارم که با رنج همراه است. نسخه‌ای از این انطباعات به صورت تصویری در ذهن من حاضر است و می‌تواند انطباعات جدید بیزاری را فرا آورد که از انطباعات بازتابی محسوب می‌شود. پس می‌توان گفت که مراد از انطباعات ثانویه یا تأملی همان واکنش‌های عاطفی ما نسبت به انطباعات اولیه، یا تصورات آنهاست. ممکن است انطباعات تأملی نسبت به انطباعات اولیه یا تصوراتی ابراز شود که حافظه و خیال ایجاد می‌کنند. پس انطباعات بازتابی همان انفعالات و عواطف انسانی است.

علاوه بر تقسیم‌بندی‌های مذکور، انطباعات ثانویه به انطباعات ثانوی آرام (Calm) و تند (Violent) تقسیم می‌شوند. این انطباعات بر حسب مراتب و درجات شدت و ضعف با هم متفاوت‌اند. احساس زیبایی و زشتی‌ای که از مشاهده اعمال و آثار [طبیعی و هنری] برای ما ایجاد می‌شود از جمله انطباعات و هیجانات آرام محسوب می‌شوند. برای مثال وقتی مشاهده می‌کنیم که کسی عمل شنیعی را انجام می‌دهد، احساس رنج و دردی که برای ما ایجاد می‌شود، احساس یا انفعال آرام محسوب می‌شود. برخلاف انفعالات آرام، انفعالات تند عواطفی‌اند که وقتی بر وجودمان مستولی شدند ما را تکان می‌دهند. عشق و نفرت، غم و شادی،

غرور و فروتنی از جمله انفعالات و هیجانات تند محسوب می‌شوند (Ibid, II, 275-276). پس تاکنون روشن شد که زیبایی و زشتی نه انطباع اولیه و نه تصور بلکه انطباع ثانوی آرامی است که می‌تواند هم از انطباع اولیه، هم تصورات بسیط و هم تصورات مرکب ایجاد شود. می‌توان گفت زیبایی، همان احساس تحسین ما از یک اثر طبیعی یا هنری است. این انطباع گاهی چنان آرام و ملایم است که غیر قابل ادراک است. ممکن است این تحسین در مواجهه با تصویری بسیط (برای مثال رنگ قرمز) ابراز شود. اما همواره چنین نیست. ممکن است تصورات بسیط گوناگونی در یک اثر در کنار هم قرار بگیرند تا تصویری جدید را ایجاد کنند. در این صورت احساس تحسین در مواجهه با این تصور است که ابراز می‌شود.

تصور، صورتی از یک انطباع است به این معنی که آن همه یا بخشی از انطباع را بدون حضور محرک‌های اصلی‌شان حاضر می‌کند. می‌توان گفت تصور ارجاعی (Referential) است. در مورد انطباعات چه می‌توان گفت؟ آیا آنها به خصوصیتی در خود اعیان اشاره می‌کنند؟ این که انطباع، ارجاعی است به وسیله خود انطباع مشخص نمی‌شود. یک انطباع از گرما ممکن است به شعله آتش اشاره کند. اما اگر هم آتشی در کار نباشد آن هنوز یک انطباع خواهد بود.^۱ انطباعات اولیه ما از لذت و درد جسمانی نیز تنها به صورت غیرمستقیم به شخصی که آنها را تجربه می‌کنند اشاره دارند. پس آنها نیز ارجاعی نیستند. هیوم معتقد است که انطباعات بازتابی همانند انطباعات دیگر نمی‌توانند ارجاعی باشند. آنها دارای «وجودی اصیل» (Original Existence) اند و تنها به فعالیت ذهنی شخصی اشاره می‌کنند که آنها را تجربه کرده است. عواطف و هیجانات ما نه از سنخ انطباعات حسی اند و نه از سنخ تصورات ایجاد شده از آنها. پس آنها به دسته‌ای از انطباعات درونی اشاره می‌کنند که تنها حاصل فعالیت ذهنی شخص است و بس (Townsend, 2001, 88-89).

زیبایی کیفیتی واقعی نیست، بلکه احساسی است که متعلق به شخص است؛ زیرا به عنوان یک عاطفه، زیبایی انطباع درونی غیرقابل تحلیل است. احساسات اعیانی را که از آنها متداعی شده‌اند بازنمایی نمی‌کنند؛ زیرا آنها می‌توانند به سادگی به اعیانی غیر از علتشان نسبت داده شوند. به عنوان نتیجه تعامل ما با عالم، احساسات نمی‌توانند به صورت معتبر و قابل اعتماد، ما را در مورد طبیعت علتشان آگاه سازند. پس زیبایی تنها در احساس وجود دارد و ما آن را احساس می‌کنیم.

بر اساس چنین تبیینی نمی‌توان از اشیاء یا آثار زیبا صحبت کرد. به عبارت دیگر نمی‌توان زیبایی را خصوصیت عینی برخی اشیاء یا آثار دانست. درست است که با مشاهده اثری طبیعی یا هنری، احساسی لذتبخش در ما ایجاد می‌شود، اما این احساس حیثیت ارجاعی ندارد و هیچ چیزی از خود اعیان طبیعی یا هنری را بازنمایی نمی‌کند. مسلماً علت این احساس، کیفیتی در خود اعیان است که به صورت تصویری برای ما حاضر می‌باشد، اما از خود احساس نمی‌توان به علت آن پی برد. می‌توان بطور کلی موضع هیوم در مورد زیبایی را چنین بیان کرد:

از آن جایی که احساس زیبایی یک انفعال آرام است، پس انطباعی تأملی است و به خاطر همین امر نمی‌تواند چیزی را بازنمایی کند (Gracyk, 1994, 80).

هیوم در بحث از لذت و درد به عنوان ماهیت احساس زیبایی، این نکته را با توسل به شباهت احساس زیبا با احساس تعجب بیان می‌کند:

گرچه باید سؤال شود که چرا زیبایی چیز واقعی نیست و متفاوت از نیروی ایجاد کردن لذت است، هرگز نمی‌توان در مورد این مسأله نزاع کرد که احساس تعجب چیزی جز لذت ناشی از امر عجیب نیست. اگر دقیق صحبت کنیم آن کیفیتی در شیء نیست، بلکه صرفاً یک هیجان یا انطباع در روح است (Hume, 1888, II, 301).

او چنین موضعی را در مقالات بعدی خود نیز بیان می‌کند:

اگر دقیق صحبت کنیم زیبایی در شعر قرار ندارد، بلکه در احساس یا ذوق خواننده است. اعیان هنری زیبا فی‌نفسه دارای هیچ ارزش و اعتباری نیستند (Hume, 1826, III, XVIII, 188).

... در مقابل، هزاران احساس متفاوتی که یک شیء برمی‌انگیزد همگی درست‌اند؛ زیرا هیچ احساسی ذات آن شیء را بازنمایی نمی‌کند. احساس تنها نشانگر انطباق یا رابطه خاص میان شیء و اندام یا قوای ذهن است که در صورت فقدان این انطباق، هرگز نمی‌تواند به وجود بیاید. زیبایی کیفیتی در خود اشیا نیست، بلکه صرفاً در ذهنی قرار دارد که در مورد آنها تأمل می‌کند. به همین دلیل هر ذهنی زیبایی متفاوتی را درک می‌کند... جستجوی زیبایی یا زشتی واقعی، همانند دعوی تشخیص شیرینی یا تلخی واقعی، جستجویی بیپه‌وده است (Ibid, XXIII, 260).

پس زیبایی در ما تنها همان احساس لذت‌بخش، تحسین یا واکنش عاطفی مثبت است؛ و در مقابل زشتی، همان احساس دردناک، تقبیح یا همان واکنش عاطفی منفی است. نکته قابل توجه این است که هیوم معتقد است که انطباعات بازتابی ما بر لذت و درد نیز دلالت می‌کنند و گاهی به نظر می‌رسد که مراد از تحسین همان احساس لذت و مراد از تقبیح همان احساس درد است. از نظر او تمامی نظریه‌هایی که به تعریف زیبایی و به متمایز ساختن آن از زشتی پرداخته‌اند، اهمیت قابل توجهی برای لذت قائل‌اند:

اگر تمامی فرضیاتی را در نظر بگیریم که یا با توسل به فلسفه و یا با توسل به عقل سلیم در صدد متمایز کردن زیبایی از زشتی‌اند، پی خواهیم برد که همه آنها در این عبارت خلاصه می‌شوند که زیبایی عبارت است از نظم و ساختار اجزایی که (یا مطابق با ساخت اولیه طبیعت، یا مطابق با آداب و رسوم (Costume) و یا مطابق با هوس و مزاج شخصی (Caprice)) هماهنگ شده‌اند تا لذت و خرسندی را به روح اعطا کنند (Hume, 1888, I, 299).

با توجه به همین نقل قول می‌توان بر اهمیت احساس لذت در دریافت زیبایی پی برد. در واقع هیوم معتقد است که احساس لذت و درد از مقومات زیبایی و زشتی‌اند:

بنابراین لذت و درد نه تنها ملازمان ضروری زیبایی و زشتی‌اند بلکه ماهیت آنها را شکل می‌دهند (Ibid, I, 299).

هیوم این حقیقت را در مورد فضیلت و رذیلت نیز بیان می‌کند. اما باید توجه داشت که عقیده او در مورد مساومت زیبایی و لذت چندان واضح و عاری از ابهام نیست. برای مثال وی در جایی می‌نویسد که «ما به ندرت بدون احساس لذت و رنج در مورد امر زیبا یا زشت، مطلوب یا نامطلوب تأمل می‌کنیم» (Ibid, I, 358). لحن این عبارت نشان می‌دهد که گویی او معتقد است احساس لذت و درد تنها به صورت محتمل با زیبایی و زشتی مرتبط‌اند. از سوی دیگر، وی در عباراتی متفاوت‌تر صریحاً بیان می‌کند که «وقتی شی‌ای توانایی ایجاد لذت در مالک خود را داراست، همواره به عنوان زیبا ملاحظه می‌شود؛ به همین صورت هر چیزی که توانایی ایجاد درد را داراست، زشت و نامطلوب می‌باشد» (Ibid, III, 576). در برخی موارد دیگر نیز رابطه زیبایی و لذت به گونه‌ای دیگر مطرح می‌شود. در این موارد زیبایی ایجاد لذت می‌کند: انسان به خاطر زیبایی کشور، استان و محله خود احساس غرور می‌کند. در این جا تصور زیبایی آشکارا ایجاد لذت می‌کند (Ibid, I, 306).

با وجود پریشانی و سردرگمی آشکار در لحن هیوم، به نظر می‌رسد که عقیده اصلی وی این است که زیبایی همان انطباق تأملی آرام است که مترادف با لذت است. تحسین با لذت همراه است و تقبیح با درد و رنج.

احساس زیبایی به عنوان یک انطباق درونی لذت‌بخش در یک زمینه تصویری به وجود می‌آید. یعنی زنجیره‌ای از تصورات برای به وجود آوردن این احساس لازم است. از آن جایی که زنجیره این تصورات می‌تواند از شخصی به شخص دیگر متفاوت باشد، پس هر کسی هیجان یا انفعال خاص خود را خواهد داشت. هیوم معتقد است که انطباعات ثانوی یا تأملی مستقل از زمینه مقایسه‌ای که در آن رخ می‌دهند، ارائه نمی‌شوند. به عبارت دیگر، انطباعات ثانوی نمی‌توانند جدای از آنچه آنها با آن مقایسه می‌شوند، فهمیده شوند. حسادت (بعنوان انطباق تأملی تند) را در نظر بگیریم. حسادت احساسی است که از مقایسه توانایی‌های مالی من با توانایی‌های مالی شخص دیگر ایجاد می‌شود؛ دقیقاً همان‌گونه که احساس گرمی و سردی در ارتباط با هم و در مقایسه با حالت پیشین خود ما نتیجه می‌شود. همین حقیقت در مورد زیبایی و زشتی نیز صادق است (Townsend, 2001, 92). زیبایی و زشتی همواره در ارتباط با هم و با توجه به تجربه‌های پیشین شخص ادراک‌کننده متداعی می‌شوند:

زشتی خود درد و ناراحتی را در پی دارد اما تقابل آن با شیء زیبا سبب می‌شود که زیبایی آن بیشتر به چشم بیاید و به همین دلیل ما لذت جدیدی را دریافت کنیم. به همین ترتیب زیبایی لذت‌بخش است، اما تقابل آن با شیء زشت سبب می‌شود که زشتی آن مضاعف جلوه کند و به همین دلیل ما درد جدیدی را دریافت کنیم (Hume, 1888, II, 375-376).

برای توضیح بیشتر نقل قول بیان شده، می‌توان این مثال را ذکر کرد: کسی که موسیقی خوب را می‌شناسد و با آن مانوس است در یک اجرای بد موسیقایی، درد را تجربه می‌کند، در حالی که افراد دیگری که چنین نیستند از آن لذت می‌برند. پس احساس زیبایی و زشتی در اندیشه هیوم همانند انطباعات بازتابی دیگر عمل می‌کنند. ما آنها را در ارتباط با هم و بر مبنای تجربه‌های پیشین خود احساس می‌کنیم. همین حقیقت اشاره شده مؤید ادعای قبلی هیوم است که زیبایی تنها متعلق به احساس است و هرگز در چیز دیگری قرار ندارد. از همین حیث که آن احساس است تعریف‌پذیر نیست:

زیبایی همانند خوش طبعی (Wit) نمی‌تواند تعریف شود، بلکه تنها به وسیله ذوق یا احساس مشخص می‌شود (Ibid, I, 299).

پس به طور کلی می‌توان گفت زیبایی احساس لذت‌بخشی است که با ملاحظه تصویری آثار هنری برای ما حاصل می‌شود، اما همان‌گونه که بیان شد کیفیتی در اعیان هست که این احساس را به وجود می‌آورد:

گرچه مشخص است که زیبایی و زشتی، همانند شیرینی و تلخی و حتی بیشتر، کیفیات موجود در اشیاء نیستند بلکه کاملاً وابسته به احساس‌اند، اما باید تصدیق کرد که کیفیات خاصی در اعیان وجود دارند که طبیعت مقرر کرده است که این احساسات را ایجاد کنند (Hume, 1826, III, XXIII, 266).

هیوم معتقد است که اگر زیبایی را متعلق به احساس بدانیم به هیچ‌وجه نمی‌توان بر کیفیتی واحد در عالم اشاره کرد که آن را ایجاد می‌کند. احساس، حیثیت بازنمایانه و ارجاعی ندارد تا مشخص کند که از چه چیزی به وجود آمده است. ممکن است ما به واسطه بررسی روند حصول احساس زیبایی از این مسأله آگاه شویم که برای مثال این احساس از کیفیتی چون هماهنگی ایجاد شده است. هیوم به امکان چنین امری آگاه است اما معتقد است که به هیچ‌وجه نمی‌توان آن را تبدیل به حقیقتی مطلق کرد و آن را تنها قانون بی‌چون و چرای ذوق دانست. بنابر عقیده او در مورد علیت، حتی با مشاهده مکرر این واقعیت که هماهنگی همواره احساس زیبایی را ایجاد می‌کند، نمی‌توان آن را تبدیل به قانونی مطلق و یقینی کرد. هماهنگی می‌تواند تنها یکی از علل محتمل احساس زیبایی در ما باشد. پس نهایتاً وی می‌پذیرد که کیفیتی در اعیان، احساس زیبایی را ایجاد می‌کند اما به هیچ‌وجه علاقمند نیست تا همانند اندیشمندان پیشین به کیفیتی واحد اشاره کند. از نظر وی کیفیات مختلفی در عالم می‌توانند احساس زیبایی را برای ما ایجاد کنند.

هیوم در نظریه اخلاقی خود به هیچ‌وجه در صدد ارائه تعریف پیشین، دقیق و کامل از فضیلت و رذیلت نیست. بر همین اساس وی با بررسی اموری آغاز می‌کند که در جامعه خود فضیلت و رذیلت نامیده می‌شود تا آنها را نظام‌مند و قابل دفاع بسازد. او در زیباشناسی خود نیز به همین منوال پیش می‌رود. وی به امور متفاوتی که برای افراد احساس زیبایی را ایجاد می‌کنند، توجه کرده و به تحلیل آنها می‌پردازد. پس اکنون باید مشخص شود که چه کیفیاتی در اعیان ممکن است احساس زیبایی را ایجاد کنند.

کیفیاتی که احساس زیبایی را ایجاد می‌کنند

- اولین کیفیتی که در «رساله»^۲ به آن اشاره می‌شود «سودمندی» (Usefulness) است. اگر بخش عظیمی از زیبایی را که در حیوانات و یا اعیان دیگر تحسین می‌شود مورد نظر قرار دهیم، متوجه می‌شویم که زیبایی آنها از تصور راحتی (Convenience) و سود اخذ می‌شود. در واقع هم در حیوانات و هم در دست ساخته‌های بشری، راحتی و سودمندی، احساس زیبایی را برای ما ایجاد می‌کند:

شکلی که در حیوان ایجاد نیرو و توان می‌کند زیباست... نظم و راحتی یک مکان به همان اندازه ریخت و ظاهر آن برای زیبایی‌اش ضروری است. بر همین اساس مطابق قوانین معماری رأس ستون باید باریک‌تر از پایه آن باشد. زیرا چنین شکلی تصور امنیت را به ما منتقل می‌کند که لذت بخش است؛ در حالی که اگر طراحی ستون به این شکل نباشد [و جای پایه با رأس عوض شود] چنین شکلی تصور دردناک خطر را به ما منتقل می‌کند (Hume, I, 1888, 299).

در جای دیگر رساله، هیوم به جای سود و راحتی از مناسب بودن برای استفاده انسان (Fitness for the Use of Man) به عنوان کیفیت زیباساز یاد می‌کند:

بسیاری از آثار هنری بخاطر مناسب بودنشان برای استفاده انسان، زیبا ارزیابی می‌شوند و حتی بسیاری از محصولات طبیعی زیبایی‌شان را از این منشاء اخذ می‌کنند. در بسیاری از مواقع قشنگ (Handsome) و زیبا کیفیتی مطلق نیستند بلکه کیفیتی نسبی یا مقایسه‌ای‌اند و گرایش آنها برای ایجاد هدف و غایت مطلوب، ما را خشنود می‌سازد (Ibid, III, 577).

بدین ترتیب می‌توان گفت که از نظر هیوم تصور سود و راحتی سبب می‌شود که ما اموری را که دارای این خصوصیت‌اند زیبا بدانیم. راحتی خانه، حاصلخیزی زمین، نیرو و قدرت اسب، امنیت و حرکت سریع کشتی احساس زیبایی را در ما ایجاد می‌کنند.

هیوم در پژوهش در باب اخلاق (An Inquiry Concerning the Principles of Morals) نیز در بحث از «مطبوعیت سودمندی» آن را یکی از عوامل ایجاد کننده زیبایی می‌داند:

یک صنعتگر (Artist) یا شخص متخصص و صاحب نظر در امر کشتیرانی زمانی حکم به زیبایی یک کشتی می‌دهد که عرشه آن نسبت به عقبه‌اش عریض‌تر و برآمده‌تر باشد. حال اگر همان کشتی، کاملاً مطابق با اصول منظم هندسه ساخته شده باشد، اما هیچ کدام از اصول مکانیک [که امنیت و حرکت روان‌تر کشتی را در دریا فراهم می‌سازد] در آن لحاظ نشده باشد، دیگر نمی‌توان به زیبایی آن حکم داد. ساختمانی که در و پنجره‌های آن کاملاً مربع شکل باشد و متناسب با خدمتی که از آن ترکیب انتظار می‌رود، ساخته نشده است، به دلیل یکنواختی آن که دلخواه انسان نیست، زیبا به نظر نمی‌رسد (Hume, 2005, 78).

تاکنون تمام مطالبی که در مورد سودمندی به عنوان یکی از علل احساس زیبایی نقل شد محدود به آثار طبیعی و دست‌ساخته‌های بشری (همانند کشتی و خانه) بود. اما هیوم تنها به

این موارد اکتفا نمی‌کند و (ذیل عنوان «در باب صفاتی که برای خودمان سودمندند») عامل سودمندی را در آثار هنری‌ای چون نقاشی و مجسمه‌سازی نیز علت احساس زیبایی می‌داند: در هنرهای نقاشی و مجسمه‌سازی قاعده‌ای حیاتی‌تر از توازن (Balancing) اشکال و قرار دادن دقیق آنها در جای اصلی خودشان نیست. شکلی که موازنه همه‌جانبه در آن رعایت نشده باشد، زشت و ناخوشایند است. زیرا تصورات ناخوشایند درهم‌ریختگی و درد و رنج را به همراه دارد (Ibid, 88).

ممکن است این مسأله مطرح شود که در نقل قول بیان شده این توازن و هماهنگی است که علت احساس زیبایی معرفی شده است نه سودمندی آنها. باید توجه داشت که هیوم این نقل قول را در ذیل بحث صفاتی که برای خودمان سودمندند، آورده است.^۳ از سوی دیگر هرگاه که او از زیبایی نظم و هماهنگی و بطور کلی زیبایی فرم و صورت صحبت کرده به عملکرد آنها توجه داشته است، نه صرفاً به شکل آنها. این نکته از مثال‌های قبلی او قابل استنباط است. **شکلی** که در حیوان ایجاد نیرو و توان می‌کند، **نظم** و راحتی خانه، شکل ستون در معماری و شکل کشتی. در همه این موارد شکل و ساختاری مورد نظر است که دارای عملکردی خاص است. اجزاء تمامی اشکالی که برای سود رساندن به آدمی طراحی شده‌اند چنان در کنار هم قرار گرفته و هماهنگ شده‌اند تا هدف و غایت طراحی شده را برآورده بسازند. در آثار نقاشی و مجسمه‌سازی که ممکن است برای برآورده ساختن هدفی خاص (برای مثال آموزشی یا تزیینی) ایجاد شده باشند، تمامی اجزاء با نظم و ترتیبی خاص در کنار هم قرار گرفته‌اند تا آن هدف را محقق بسازند. نکته جالب و قابل توجه این که برای هیوم خود هدف که عبارت است از سودمندی یا راحتی، مهم نیست بلکه این نظم و هماهنگی اجزاء در کنار هم برای رسیدن به آن هدف، احساس زیبایی را ایجاد می‌کند. شیء سودمند صرفاً به خاطر سودی که ممکن است برای من به ارمغان داشته باشد زیبا نیست. زیرا ما می‌توانیم برای مثال خانه‌ای را که متعلق به ما نیست اما راحت است و مایه آسایش ساکنان خود، تحسین کنیم و از آن لذت ببریم. پس سودمندی به عنوان یکی از علل زیبایی از حیث سودی که ممکن است برای شخص داشته باشد، زیبا نیست. زیبایی امور با ارزش و سودمند زمانی برای ما مشخص می‌شود که با مالک آنها نوعی همدلی (Empathy) داشته و یا به عبارت دیگر خود را به جای آنها تصور کرده باشیم. بر همین اساس می‌توان شبیه مالک خانه از آن لذت برد و آن را مورد ستایش قرار داد: در تمام قضاوت‌های مربوط به زیبایی، احساسات شخص منفعل مورد ملاحظه قرار می‌گیرد و در ناظرین احساس مشابه لذت و درد را ایجاد می‌کند... جایی که همدلی جاری نباشد، تداعی تصورات هرگز عملی نیست (Hume, 2005, 81).

در واقع هوای سالم و مطبوع، لباس گرم و راحت و خانه امن برای اشخاصی که از آنها استفاده می‌کنند مطلوب و لذت‌بخش است و ما به عنوان ناظر می‌توانیم همان احساسات لذت‌بخش را در خود داشته باشیم. هیوم معتقد است که احساسات ما به عنوان ناظر و نه احساسات مالکین، زیباشناختی محسوب می‌شود (Hipple, 1957, 41). درست است که ما به

واسطه همدلی، همانند اشخاص دیگر از برخی امور لذت می‌بریم، این لذت به خاطر سود و فایده شخصی نیست. احساس لذت برای مالک خانه حاکی از سودی است که از مالکیت آن نصیب وی می‌شود، اما احساس لذت ما ناشی از مشاهده عاری از علقه همان خانه است. خانه سودمند تنها از این حیث که اجزاء آن به گونه‌ای طراحی شده است که در خدمت آسایش ساکنان باشد، احساس زیبایی را در ما ایجاد می‌کند. در واقع در اندیشه هیوم سودمندی به عنوان یکی از کیفیات زیباساز تبدیل به کیفیتی صوری می‌شود و تنها از حیث نمود محض مورد توجه قرار می‌گیرد (Korsmeyer, 1976, 207). بدین ترتیب، می‌توان از نوعی عاری از علقه بودن در تجربه زیباشناختی کیفیتی چون سودمندی صحبت کرد.

- علاوه بر سودمندی، هیوم از نوعی احساس زیبایی صحبت می‌کند که بی‌واسطه از نمود محض برخی چیزها حاصل می‌شود. او به همین نکته اشاره می‌کند وقتی می‌نویسد که:

برخی از انواع زیبایی، مخصوصاً زیبایی‌های طبیعی در نمود اولیه‌شان میل و تحسین ما را برمی‌انگیزند؛ هر جا این تأثیر را نداشته باشند، محال است که با هیچ نوع استدلالی این تأثیرگذاری را در ناظر ایجاد کرد (Hume, 2005, 66).

در حقیقت او در این عبارات به نوع بسیار ساده‌ای از زیبایی طبیعی اشاره می‌کند که زیبایی آن به خاطر سودمندی نیست. ذوق در دریافت این زیبایی برخلاف زیبایی‌های هنری و اخلاقی و حتی زیبایی‌هایی که از سودمندی ایجاد می‌شوند، نیازمند تفکر و تأمل نیست و بلافاصله آن را احساس می‌کند. برای مثال می‌توان به سرسبزی درختان یا یک منظره طبیعی چشم‌نواز اشاره کرد. در واقع وی با صحبت کردن از این نوع زیبایی امکان طرح زیبایی یک شیء بسیط را ممکن می‌سازد. در نظر داشته باشیم که اگر زیبایی را تصور مرکبی چون هماهنگی بدانیم دیگر نمی‌توان از زیبایی امر بسیطی که دارای هیچ جزئی نیست صحبت کرد. هیوم وقتی از احساس زیبایی ایجاد شده از نمود ظاهری اشیاء صحبت می‌کند، آن را محدود به اعیان طبیعی نمی‌کند. او در مقاله در باب معیار ذوق (on the Standard of Taste) آن را به آثار هنری‌ای چون نقاشی نیز تعمیم می‌دهد. وی در این اثر معتقد است که درخشندگی یا جلای رنگ (Luster of Color) جدای از سایر ویژگی‌های یک اثر (نقاشی) می‌تواند احساس زیبایی را ایجاد کند (Hume, 1826, III, XXIII, 270). جرج دیک (Dickie, 1996, 142) و دابنی تونسن (Townsend, 2001, 239) هر دو در آثار خویش معتقدند که یکی از پیشرفت‌های مهم هیوم در اشاره به همین نکته نهفته است.

- هیوم علاوه بر عوامل یا کیفیات زیباسازی که ذکر شد، به عوامل دیگری نیز اشاره می‌کند. او معتقد است هر شخصی می‌تواند با توجه به زمینه فرهنگی و آداب و رسوم خاص و هوس یا مزاج شخصی‌اش، احساس زیبایی مخصوص به خود را داشته باشد:

اگر تمامی فرضیاتی را در نظر بگیریم که یا با توسل به فلسفه و یا با توسل به عقل سلیم (Common sense) در صدد متمایز کردن زیبایی از زشتی‌اند، پی خواهیم برد که همه آنها در این عبارت خلاصه می‌شوند که زیبایی عبارتست از نظم و ساختار اجزایی که (یا مطابق با

ساخت اولیه طبیعت، یا مطابق با آداب و رسوم و یا مطابق با هوس و مزاج شخصی) هماهنگ شده‌اند تا لذت و رضایت را به روح اعطا کنند (Hume, 1888, II, 299).

بنظر می‌رسد که مراد از آداب و رسوم تمامی قواعدی است که شرایط سیاسی، فرهنگی، مذهبی، جغرافیایی و حتی زیستی هر جامعه‌ای برای افراد خود فراهم می‌سازد. هیوم مثالی را در کتاب پژوهش در باب اخلاق ذکر می‌کند که تنها در سایه عوامل مذکور توجیه‌پذیر می‌شود: در کشورهایی که افراد آن چاق‌اند، افراد لاغر زیباترند در مقایسه با کشورهایی که لاغری در آنها یک نقص عمومی محسوب می‌شود (Hume, 2005, 93).

هوس و مزاج شخصی نیز ممکن است احساس زیبایی را ایجاد کند. ما ممکن است بخاطر تمایلات شخصی خود که به اقتضای شرایط بدنی ما ظاهر می‌شوند از اموری خاص احساس لذت کنیم و آنها را زیبا بدانیم. به نظر می‌رسد که در احساس زیبایی‌ای که از آداب و رسوم و مزاج شخصی حاصل می‌شود، به هیچ‌وجه نمی‌توان توافق دیگران را انتظار داشت و در این موارد ناگزیر از پذیرش نوعی نسبیت‌گرایی هستیم.^۴

- تاکنون به عوامل مختلفی که احساس زیبایی را ایجاد می‌کنند اشاره شد. اما هیوم تنها به این امور اکتفا نمی‌کند. او در مقاله در باب معیار ذوق، عوامل دیگری را نیز ذکر می‌کند که وجود هر کدام از آنها، بدون در نظر گرفتن خصوصیات دیگر اثر هنری، می‌تواند احساس زیبایی را ایجاد کند. از جمله این عوامل می‌توان به قدرت و وضوح بیان (Force and Clearness of Expression)، سهولت و تنوع ابداعات، ارائه تصاویر طبیعی از انفعالات بویژه انفعالات سرور انگیز عاشقانه، دقت در تقلید (Exactness of Imitation)، طرح (Design) و استدلال (Reasoning) اشاره کرد (Hume, 1826, III, XXIII, 267, 270, 273).

قوانین ذوق

باید توجه داشت که هیوم ادعا نمی‌کند که تنها کیفیات ذکر شده می‌توانند احساس زیبایی را ایجاد کنند. قطعاً کیفیات دیگری نیز می‌توانند چنین احساسی را ایجاد کنند. برای ارائه فهرستی از آنها باید به بررسی آثار هنری شناخته شده (که همواره در طول اعصار مختلف لذت‌بخش بوده‌اند) پرداخت. این فرایند در اندیشه هیوم قانون‌ها (Rule(s)) یا اصول (Principle(s)) ذوق را به وجود می‌آورد. او معتقد است که این قوانین به واسطه استدلال‌های پیشین (A Priori) مشخص نمی‌شوند و نمی‌توان آنها را نتایج انتزاعی فاهمه (Understanding) دانست:

اساس این قوانین با اساس همه علوم و تجربیات عملی یکی است. آنها تنها ملاحظات کلی و مرتبط با چیزهایی‌اند که انسان‌های همه ملل و اعصار خوشایند می‌دانند (Ibid, 273). این قوانین به هیچ وجه قطعیت قوانین پیشینی را ندارند و همواره به واسطه موارد نقضی که به اندازه کافی یافت شوند، نقض می‌گردند. ممکن است کیفیتی در آثار هنری یک عصر به

دلایل مختلفی از قبیل شرایط فرهنگی زیباساز محسوب شود، اما در عصر دیگر جذابیت چندانی نداشته باشد و حتی شاید زشت محسوب شود.

پس به طور کلی هیوم معتقد است که احساس زیبایی از کیفیات متعددی ایجاد می‌شود و نمی‌توان به هیچ وجه به کیفیت واحدی اشاره و یا حتی مجموعه‌ای از آنها را دسته‌بندی کرد و تنها آنها را عوامل زیباساز دانست. اگرچه کیفیاتی در اعیان سبب احساس زیبایی می‌شوند، اما زیبایی همان انطباق تأملی ما نسبت به امور است و متعلق به شیء نیست. با توجه به همین مبانی نمی‌توان از زیبایی اعیان سخن گفت. اگر زیبایی را امر واقعی و عینی بدانیم باید برای آن انطباقی در عالم واقع وجود داشته باشد. زیرا از نظر هیوم تصور بدون انطباق چیزی جز وهم (Fiction) نیست (Ibid, I, 36-37). از سوی دیگر با مراجعه به عالم واقع مشخص می‌شود که هیچ انطباقی ما بازای تصور زیبایی وجود ندارد. در واقع نمی‌توان گفت زیبایی خصوصیت سرشتی اعیان است.

علی‌رغم تأکیدات فراوان هیوم مبنی بر این که زیبایی، احساس است، به نظر می‌رسد که لحن کلی وی وقتی از زیبایی صحبت می‌کند چندان دقیق نیست. عباراتی در آثار او یافت می‌شوند که گویی در آنها زیبایی خصوصیت سرشتی اشیاء معرفی می‌شود:

زیبایی نظم و ساخت اجزاء است... که هماهنگ شده است تا لذت و رضایت به روح اعطا کند (Hume, 1888, II, 299).

هیوم همچنین در عباراتی از رساله از خانه زیبا که احساس غرور را در مالک خود ایجاد می‌کند و از زیبایی استان و منطقه که سبب احساس لذت در شخص می‌شود، صحبت می‌کند. در مقاله در باب معیار ذوق نیز برخی عبارات وجود دارد که در آنها از عبارت «زیبایی طرح و ساختار» صحبت می‌شود (Hume, 1826, III, XXIII, 273). اگر قطع نظر از کلیت فلسفه هیومی به شواهد اخیراً بیان شده اکتفا کنیم، باید زیبایی را کیفیتی عینی و واقعی بدانیم.

از سوی دیگر عباراتی نیز در مقاله در باب معیار ذوق وجود دارد که هیوم در آنها احساس زیبایی و زشتی را شبیه احساس تلخی و شیرینی و احساس حاصل شده از مشاهده رنگ، معرفی می‌کند (Ibid, 260, 264). مشخص است که اگر دریافت زیبایی با دریافت کیفیات ثانویه مقایسه شود، این شائبه نیز ایجاد خواهد شد که زیبایی نه کیفیتی اولیه و نه انطباق تأملی (احساس) بلکه کیفیتی ثانویه است.

نتیجه‌گیری و ارزیابی برخی تفاسیر

بطور کلی باید گفت که تصدیق هیوم بر علل منظم و قابل پیش‌بینی احساس زیباشناختی گاهی او را یک واقع‌گرا (Realist) در بحث از زیبایی نشان می‌دهد. با وجود ابهام در کلام وی باید اعلام کرد که بر مبنای نظام فلسفی وی زیبایی نمی‌تواند خصوصیتی واقعی در اشیاء باشد و به راستی جستجوی زیبایی در اعیان بیهوده است. درست است که کیفیاتی در اعیان، احساس زیبایی را ایجاد می‌کنند، اما خود این کیفیات زیبا نیستند، بلکه این واکنش عاطفی ما

نسبت به آنهاست که زیبایی را مشخص می‌کند. اگر هیوم گاهی زیبایی را به اعیان نسبت می‌دهد، این نسبت تنها *مسامحتاً* صورت می‌گیرد. می‌توان گاهی تنها از روی *مسامحه* علت زیبایی را خود زیبایی تصور کرد. اما در مقام بحث دقیق فلسفی باید آنها را از همدیگر متمایز کرد. به نظر می‌رسد که هیوم وقتی صفت زیبا را به مواردی چون خانه یا استان نسبت می‌دهد، این نسبت را *مسامحتاً* صورت داده است و این اطلاق عاری از هرگونه جدیت فلسفی است. بدین ترتیب شاید بتوان هیوم را به سبب این سهل‌انگاری مورد مذمت قرار داد، اما نمی‌توان او را به نقض مبنای فلسفی خود (در بحث از زیبایی) متهم کرد. پس زیبایی خصوصیت سرشتی اشیاء نیست، اما دریافت آن مبتنی بر سرشت یکسان انسانی است. هیوم معتقد است که همه انسان‌ها به یک گونه آفریده شده‌اند و به همین دلیل نسبت به امور مشخص احساسات مشترکی از خود نشان می‌دهند. طبیعت همانندی زیادی میان همه موجودات انسانی برقرار ساخته است.

می‌توان به گونه‌ای دیگر نشان داد که در اندیشه هیوم زیبایی کیفیتی در اعیان نیست. او در *رساله* با توسل به مثال پنج نت اجرا شده به وسیله یک فلوت به تحلیل زمان می‌پردازد. آنچه با شنیدن نوای فلوت با آن مواجهیم تنها پنج انطباق شنیداری است و نه چیز دیگر. اما به واسطه توجه به نظم و ترتیب ظاهر شدن این نت‌ها، تصور زمان به ذهن ما خطور می‌کند. حال با توجه به این اصل که تصورات همواره اعیان یا انطباعاتی را بازنمایی می‌کنند که از آنها اخذ شده‌اند، باید مشخص شود که تصور زمان از چه انطباعاتی برای ما حاصل شده است. باید شیء یا انطباعاتی موجود باشد تا بتوان به صورت معقول از تصور زمان صحبت کرد. مسلم است که برای این تصور، هیچ شیء و انطباعاتی وجود ندارد. ما تنها در جریان تجربه شنیداری نت‌های فلوت با پنج انطباق مواجهیم و نه هیچ چیز اضافی‌تر. همان‌گونه که بیان شد، هیوم این تصور بدون انطباق را «وهم» می‌نامد. ماجرا در بحث از زیبایی به عنوان کیفیتی در اعیان نیز چنین است. اگر آن را کیفیتی واقعی در اعیان بدانیم، باید انطباعاتی که آن را به وجود می‌آورد مشخص کنیم. و این کار بیهوده و ناممکن است. بدین ترتیب تصور زیبایی وهمی است که از مشاهده برخی اعیان یا آثار خاص برای ما حاصل می‌شود و هیچ انطباعاتی مطابق با آن وجود ندارد. همان‌گونه که بیان شد هیوم خود نیز گاهی به علت سهل‌انگاری کلامی، از زیبایی امور عینی صحبت می‌کند. پس به نظر می‌رسد که وی نیز از ابتلاء به این وهم در امان نبوده است.

به دلیل همین وهمی که بیان شد، پیتر جونز معتقد است که هیوم در بحث از زیبایی دچار نوعی سردرگمی شده است. اگر زیبایی احساس لذت است، اصلاً لزومی ندارد که او مطلبی در مورد کیفیات زیباشناختی بگوید و در صدد تبیین آنها باشد. در واقع جونز معتقد است که هیوم نیازی به تبیین عنصری چون سودمندی، تناسب... و نقش آنها در ایجاد احساس زیبایی ندارد (Jones, 1976, 49).

اما با دقت در مباحثی که بیان شد مشخص می‌شود که تبیین علل احساس زیبایی هیچ خطری برای نظریه هیوم در مورد زیبایی ندارد. پس اشکالی ندارد که وی هم زیبایی را احساس بداند و هم به تبیین علل این احساس بپردازد. باید همواره به یاد داشت که او در بحث از سودمندی و کیفیات دیگر از علت زیبایی و نه خود زیبایی صحبت می‌کند و اگر گاهی زیبایی به برخی امور عینی نسبت داده می‌شود این نسبت از روی مسامحه صورت گرفته است.

- پاتریکیا مارتلر و ماری مادرسیل، با توسل به عبارات هیوم در مقاله «در باب معیار ذوق» (که در آنها زیبایی و زشتی با تلخی و شیرینی مقایسه می‌شود و یا دریافت زیبایی همانند دریافت رنگ معرفی می‌شود)، معتقدند که زیبایی در اندیشه هیوم باید به عنوان نوع خاصی از کیفیت ثانوی معرفی شود. از نظر این شارحان، اگر زیبایی کیفیت ثانوی باشد، ما آن را می‌شناسیم، نه اینکه حس می‌کنیم. در نتیجه، حکم ما در مورد زیبایی و زشتی امور به واسطه بررسی نیروهای ریزی که کیفیات ثانوی را ایجاد می‌کنند، صادق یا کاذب خواهد بود (Mothersill, in 'Aesthetics: a Critical Anthology', 1989, p.270 & Martelaere, 1989, p.129).

این ادعا در حالی مطرح می‌شود که خود هیوم صراحتاً بیان کرده است که زیبایی متعلق به احساس است و نمی‌تواند صادق یا کاذب باشد. احساس چیزی را بازنمایی نمی‌کند تا با بررسی این که آیا فرایند بازنمایی بدرستی صورت گرفته است حکم به صدق و کذب آن شود. به نظر می‌رسد که چنین خوانشی از اندیشه هیوم در مورد زیبایی از آن جایی نشأت می‌گیرد که وی در برخی مواقع به مقایسه فرایند دریافت کیفیات ثانویه با دریافت زیبایی دست زده است. اما باید توجه داشت که این موارد تنها در حد مقایسه است، نه این که هر دوی این دریافت‌ها ماهیتی یکسان داشته باشند. مسلم است که دریافت شیرینی شکر همان دلالت‌هایی را ندارد که ما در دریافت زیبایی یک اثر هنری با آنها مواجهیم. زیبایی به احساسی تاملی یا واکنشی عاطفی اشاره دارد که نسبت به برخی کیفیات ابراز می‌شود. این بسیار متفاوت از احساس شیرینی شکر است. از سوی دیگر دریافت احساس شیرینی در اندیشه هیوم جزء انطباعات اولیه محسوب می‌شود و به همین دلیل نمی‌تواند دریافت انطباعات ثانوی از تمامی جهات شبیه آن باشد. هیوم در آثار خود آنجاییکه زیبایی و زشتی را به شیرینی و تلخی تشبیه می‌کند، در صدد بیان این مطلب است که آنها کیفیات موجود در اعیان نیستند. تنها از این حیث است که زیبایی و زشتی با شیرینی و تلخی مقایسه می‌شود. یا زمانی که او دریافت زیبایی را شبیه دریافت رنگ می‌داند، ادعای وی تنها این نکته است که دریافت صحیح رنگ همانند دریافت صحیح زیبایی نیازمند سلامت قواست. توجه به زمینه‌هایی که این مقایسه‌ها در آنها ظاهر شده‌اند ادعای بیان شده را تایید خواهد کرد:

زیبایی کیفیتی در خود اشیاء نیست بلکه صرفاً در ذهنی وجود دارد که در مورد اعیان تأمل می‌کند... جستجوی زیبایی یا زشتی **واقعی** همانند دعوی تشخیص شیرینی یا تلخی **واقعی** جستجویی بیهوده است (Hume, 1826, III, XXIII, 260).

وضعیت اندام هر موجودی هم می‌تواند سالم باشد و هم معیوب، که تنها می‌توان به معیار ذوق و حس اولی اعتماد کرد. اگر اندام سالم و نوعی هماهنگی تام و تمام در احساسات انسان‌ها وجود داشته باشد، در آن صورت دستیابی به تصور زیبایی کامل ممکن است. به همین شکل نمود اعیان در روز، رنگ واقعی و حقیقی خود را بر چشم سالم عرضه می‌کند (Ibid, p.264). با بررسی نقل قول اول کاملاً مشخص می‌شود که تنها وجه شبهی که هیوم به واسطه آن احساس زیبایی و زشتی را با احساس شیرینی و تلخی مقایسه می‌کند، عدم موجودیت آنها در عالم واقع است و نه چیز دیگر. این وجه شبه در نقل قول دوم نیز تنها و تنها نیاز هر دو احساس به سلامت قوای انسانی است. هیوم چیز بیشتری در مورد مقایسه این احساسات با همدیگر بیان نمی‌کند و همین نکته بیانگر قصد اصلی وی از بکارگیری این مقایسه‌هاست.

پی‌نوشت‌ها

۱- بنا بر عقیده هیوم در باب علیت رابطه آتش و گرما در قالب رابطه علت و معلول تنها یک رابطه محتمل است؛ ممکن است گرما بوسیله علتی دیگر (غیر از آتش) برای ما متداعی شود.
 ۲- در ادامه این مقاله به جای ذکر نام کامل «رساله‌ای در طبیعت انسانی» از عنوان مختصر «رساله» استفاده خواهد شد.

۳- ویلیام هالبسپارت در مقاله خود معتقد است که هیوم بخشی از همان دسته‌بندی را که در اخلاق برای فضایل بیان می‌کند در مورد زیبایی نیز مطرح می‌نماید. هیوم در حوزه اخلاق معتقد است که فضایل به چهار طبقه تقسیم می‌شوند: ۱- فضایی که برای خودمان سودمندند، ۲- فضایی که برای دیگران سودمندند، ۳- فضایی که برای خودمان مطلوبند، ۴- فضایی که برای دیگران مطلوبند. هالبسپارت معتقد است که هیوم در مورد سودمندی به عنوان عامل زیباساز معتقد است که این خصوصیت گاهی برای خود اعیان (اگر آنها جاندار باشند) سودمندند و گاهی برای دیگران. شکلی که برای حیوانات و انسان، نیرو و قدرت و توانایی را به ارمغان می‌آورد، زیبا محسوب می‌شود. زیرا این شکل برای خود آنها سودمند است. در مقابل، طرح کشتی، نظم خانه و شکل ستون معماری و در و پنجره‌ها احساس زیبایی را ایجاد می‌کنند زیرا برای دیگران سودمندند. حال باید دید که در مورد تناسب و هماهنگی در آثار نقاشی و معماری چه می‌توان گفت؟ بنظر می‌رسد که هیوم آنها را جزء آن دسته از سودمندی‌ها می‌داند که برای خود شیء مفید است، البته اگر آن شیء جاندار باشد. زیرا همانگونه که قبلاً بیان شد، هیوم تحت عنوان «در باب صفاتی که برای خود سودمندند» از تناسب و هماهنگی در نقاشی و معماری صحبت می‌کند. اما نقاشی و معماری که جاندار نیستند. هالبسپارت معتقد است که هیوم به صورت استعاری در این موارد از سودمندی آنها برای خود صحبت می‌کند. زیرا در اینجا نیز نهایتاً سودمندی آنها برای انسان مدنظر است. اگر آنها برای انسان سودمند باشند، البته به این معنی که تصورات لذت‌بخشی را با خود متداعی کنند، برای خود نیز سودمند خواهند بود (Halberstadt, 1971, 211-213).

۴- ممکن است این سؤال ایجاد شود که هیوم چگونه می‌تواند در بحث از کیفیات دیگری که ذکر شد از نسبت‌گرایی رهایی بیابد؟ مگر نه اینکه او زیبایی را انطباعی تأملی می‌داند و معتقد است که هر کسی بنا بر تجربه‌های پیشین خود احساس زیبایی خاص خود را خواهد داشت؟ از آنجایی که موضوع این نوشته تنها بحث از زیبایی است و نه چیز دیگر، تنها می‌توان بطور مجمل در پاسخ به این سؤال گفت که هیوم در بحث از معیار ذوق معتقد است که به دلیل آن که نمی‌توان **بطور قطع** از کیفیات زیباساز (کیفیاتی که **ضرورتاً** احساس زیبایی را ایجاد می‌کنند) صحبت کرد، برای رهایی از نسبت و اختلافات ذوقی، باید به کسانی مراجعه کرد که به دلیل ممارست یکسانشان در هنرها و مقایسه مراتب زیبایی، دارای تجربه‌های یکسانی از زیبایی و زشتی‌اند و دارای خصوصیات دیگری چون لطافت خیال، عاری از تعصب بودن و عقل سلیم می‌باشند. تنها چنین منتقدانی می‌توانند ما را از نسبیتهایی که در احکام ذوقی با آن مواجهیم، نجات دهند.

منابع

- Martelaere, Patricia. (1989), *a Taste for Hume. Ratio*, No2. Vol.2.
- Jones. Peter (1976), **Hume's Aesthetic Reassessed**, *The Philosophical Quarterly*. No.26. pp.140-155.
- Halberstadt. William.H. (Winter 1971), *Hume's Real Problem, the Journal of Aesthetic and Art Criticism*. Vol.30, No.2.pp.209-214.
- Mothersill, Mary. (1989) "Hume and the Paradox of Taste " in *Aesthetics: a Critical Anthology*. Edited by George Dikie.
- Hume, David.(1888) *A Treatise of Human Nature: an Attempt to Introduce the Experimental Method of Reasoning into Moral Subjects*.edited by L.A.Selby-Bigge, M.A. Oxford: Clarendon Press.
-(2005)*Enquiries Concerning the Human Understanding and Concerning the Principles of Morals*. Liberty Fund Inc.
-(2007) *an Enquiry Concerning Human Understanding*. Edited by Stephen Buckle. Cambridge.
-(1826) *Philosophical Works of David Hume*, in Four Volumes. Edinburgh.
- Dickie, George.(1996) *the Century of Taste*,Oxford.
- Townsend, Dabney. (2001)*Hume's Aesthetic Theory, Taste and Sentiment*. Routledge.
- Korsmeyer, Carolyn (winter, 1976) *Hume and the Foundation of Taste, the Journal of Aesthetic and Art Criticism*.Vol.35. No.2.pp.201-215.
- Hipple,Walter, John. (1957). *the Beautiful, the Sublime and the Picturesque in Eighteenth Century*,Carbondale.
- Gracyk, Theodore, A. (spring, 1994) *Rethinking Hume s Standard of Taste. the Journal of Aesthetic and Art Criticism*. Vol.52. No.2.pp.162-182.
- کاپلستون، فردریک.(۱۳۷۰)، *تاریخ فلسفه*، جلد پنجم، ترجمه امیرجلال‌الدین اعلم، انتشارات سروش.