

Research paper
2(1), 203-223, Fall, 2023

Cultural Conceptualizations of "Life" in the Holy Quran Based on the Economic Field

Farideh Amini¹

Article Info

Article type:

Research article

Article history:

Received: 1 November 2023

Accepted: 20 December 2023

Keywords:

cultural conceptualization,
conceptual metaphor,
life,
Holy Quran,
economy

ABSTRACT

Cultural linguistics examines the relationship between language and culture and their mutual influence. In this perspective, language is a subset of culture that reflects various characteristics of culture. One of the tools that cultural linguistics has used to achieve its goal is conceptual metaphors, because conceptual metaphors are not created by chance, but are based on mutual and sustainable actions with culture, the present study focuses on the conceptualization of "life" in the Qur'an, he focused on the common economic types among the people of the descent era, to study the reflection of the common types in the conceptualization of "life" in all the verses of the Qur'an. The studies conducted indicate that among the common types of economy, the type of "trade" is used with a higher frequency than other types in the metaphorical conceptualization of "life" and then we witness the conceptualization of "life" through economic types. We are farmers, ranchers, hunters, looters, and artisans. The data shows that the Qur'an has used common patterns in culture to conceptualize and produce metaphors in the field of "life" and after getting close to the audience's thoughts by producing conceptual metaphors and applying them in new relationships to create new patterns and convey the divine worldview in the field "Life" pays. The metaphors used in this field reflect the existing cultural patterns and produce new patterns.

Cite this article: Amini, F. (2023). "Cultural Conceptualizations of "Life" in the Holy Quran Based on the Economic Field". *Journal of Linguistic Studies: Theory and Practice*, 2 (1), 203-223.



© The Author(s).

Publisher: University of Kurdistan.

DOI: [10.22034/jls.2024.140437.1059](https://doi.org/10.22034/jls.2024.140437.1059)

1. Assistant Professor, Department of Quranic Studies and Hadith, Faculty of Theology, Alzahra University, Tehran, Iran. E-mail: famini@alzahra.ac.ir

سال دوم، دوره دوم، شماره اول، شماره پیاپی سوم، پائیز ۱۴۰۲، ص ۲۲۳-۲۰۳
مفهوم‌سازی فرهنگی «زندگی» در قرآن کریم با تأکید بر حیطه اقتصادی

فریده امینی^۱

چکیده

اطلاعات مقاله

زبان‌شناسی فرهنگی به بررسی رابطه بین زبان و فرهنگ و تأثیر متقابل آن‌ها می‌پردازد، در این دیدگاه زبان زیر مجموعه‌ای از فرهنگ به شمار می‌آید که ویژگی‌های گوناگون فرهنگ را منعکس می‌کند. از ابزارهایی که زبان‌شناسی فرهنگی برای رسیدن به هدف خود از آن بهره گرفته است استعاره‌های مفهومی است؛ چرا، که استعاره‌های مفهومی به‌طور اتفاقی ساخته نمی‌شوند، بلکه بر اساس کنش‌های متقابل و پایدار با فرهنگ پایه‌ریزی می‌شوند. مقاله حاضر به مفهوم‌سازی «زندگی» در قرآن با تمرکز بر گونه‌های اقتصادی رایج نزد مردمان عصر نزول پرداخته است تا از این طریق بازتاب گونه‌های رایج در مفهوم‌سازی «زندگی» را در کل آیات قرآن بکاوند. بررسی‌های صورت گرفته حاکی از آن است که در میان گونه‌های رایج اقتصادی، گونه «تجارت» با بسامد بالاتری نسبت به سایر گونه‌ها در مفهوم‌سازی استعاری «زندگی» به کار گرفته شده است و پس از آن شاهد مفهوم‌سازی «زندگی» از طریق گونه‌های اقتصادی زراع، دامدار، شکار، غارت و صنعتگری هستیم. داده‌ها بیانگر آن است قرآن از الگوهای رایج در فرهنگ برای مفهوم‌سازی و تولید استعاره‌های حوزه «زندگی» بهره گرفته است و پس از نزدیکی به اندیشه مخاطب با تولید استعاره‌های مفهومی و به کارگیری آن درون روابط جدید به ایجاد الگوهای جدید و انتقال جهان‌بینی الهی در حوزه «زندگی» می‌پردازد. استعاره‌های به کار گرفته شده در حوزه مزبور نه تنها منعکس‌کننده الگوهای فرهنگی موجودند، بلکه الگوهای جدید تولید می‌کنند.

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ وصول:

۱۰ آبان ۱۴۰۲

تاریخ پذیرش:

۲۹ آذر ۱۴۰۲

واژه‌های کلیدی:

مفهوم‌سازی فرهنگی،

استعاره مفهومی،

زندگی،

قرآن کریم،

اقتصاد

استناد: امینی، فریده (۱۴۰۲). «مفهوم‌سازی فرهنگی «زندگی» در قرآن کریم با تأکید بر حیطه اقتصادی». پژوهش‌های زبان‌شناسی: نظریه و

کاربرد، ۲۲۳-۲۰۳، (۱)۲.

ناشر: دانشگاه کردستان



حق مؤلف: نویسندگان

DOI: 10.22034/jls.2024.140437.1059

استادیار گروه علوم قرآن و حدیث، دانشکده الهیات، دانشگاه تهران، تهران، ایران famini@alzahra.ac.ir

۱. مقدمه

زبان‌شناسی فرهنگی^۱ به بررسی رابطه بین زبان و فرهنگ و تأثیر متقابل آن‌ها می‌پردازد و زبان را زیر مجموعه‌ای از فرهنگ می‌داند که ویژگی‌های گوناگون فرهنگ را منعکس می‌کند (شریفیان، ۱۳۹۱) مفهوم‌سازی‌های فرهنگی^۲ ابزارهایی زبانی هستند که با استفاده از عناصر فرهنگی جامعه زبانی مانند باورها، سنت‌های مذهبی، سبک زندگی و... مفاهیم انتزاعی را در زبان باز نمود می‌کند. بررسی مفهوم‌سازی‌ها این فرصت را ایجاد می‌کند تا به درک دقیق‌تری از فرهنگ دست یافت، از طرفی فرهنگ‌ها ذخیره‌های ناملموس هر جامعه زبانی هستند و مطالعه مفهوم‌سازی‌های فرهنگی به حفظ آن کمک می‌کند (خادمی و ابوالحسنی، ۱۴۰۰: ۸). زبان‌شناسی فرهنگی برای رسیدن به این هدف از ابزارهای تحلیلی و نظری مختلفی بهره گرفته است که یکی از این ابزارها، استعاره‌های مفهومی^۳ است، چرا که استعاره‌های مفهومی به طور اتفاقی ساخته نمی‌شوند، بلکه بر اساس کنش‌های متقابل و پایدار با فرهنگ پایه‌ریزی می‌شوند. این کنش‌های پایدار، در واقع، همان پایه‌های تجربی هستند که هیچ استعاره‌ای جدا از آن‌ها فهمیده نمی‌شود (لیکاف^۴، ۱۳۹۴: ۲۱-۱۹).

قرآن به عنوان متنی زبانی در فرهنگ عرب جاهلی نازل شده و در ارسال پیام خود، از زبان و فرهنگ عربی بهره گرفته است. نظر به اهمیت استعاره‌های مفهومی در شکل‌دهی نظام باورها و تسهیل فرایند فهم، قرآن در فهم مقاصد خویش از الگوهای غالب و رایج در فرهنگ برای مفهوم‌سازی و تولید استعاره‌های مفهومی بهره گرفته است و پس از نزدیکی به اندیشه مخاطب و به کارگیری آن درون روابط جدید و توحیدی ضمن تأیید و اصلاح الگوهای رایج و رد الگوهای ناشایست در فرهنگ با ایجاد الگوهای جدید، مبانی و اندیشه‌های خود در حوزه داوری را به مخاطب عرضه می‌کند. لذا برای فهم قرآن و برای رسیدن به ابعاد نهفته متن مقدسی چون قرآن، باید به شرایط فرهنگی که در آن نازل شده است، توجه کرد و به تحلیل زبان و فرهنگ آن پرداخت.

¹Cultural linguistics

²Cultural conceptualizations

³Conceptual metaphors

⁴G. Lakoff

پژوهش حاضر در صدد است با مطالعه گونه‌های اقتصادی رایج در میان مردمان عصر نزول، بازتاب این فضا را در مفهوم‌سازی‌های قرآنی بررسی کند تا در سایه این بررسی به پاسخ‌سوالات زیر دست یابد:

۱. کدام گونه اقتصادی نقش بیشتری در مفهوم‌سازی‌های استعاری «زندگی» در قرآن داشته است؟
۲. رابطه دوسویه فرهنگ و زبان منجر به کشف گونه‌ای اقتصادی یا بالعکس کشف حوزه مبدأ به جهت مفهوم‌سازی حوزه انتزاعی «زندگی» می‌شود یا خیر؟

۲. پیشینه پژوهش

در خصوص پیشینه پژوهش از منظر زبان‌شناسی فرهنگی در حیطه می‌توان به مقاله مهرابی و امرایی (۱۳۹۹) با عنوان «نقش استعاره در فرهنگ کاوی زبان؛ مطالعه موردی استعاره «دنیا به مثابه بازار» در قرآن از دیدگاه زبان‌شناسی شناختی-فرهنگی» اشاره کرد؛ اما در خصوص مفهوم‌سازی «زندگی» در قرآن، پورابراهیم (۱۳۹۳) مقاله‌ای با عنوان «مفهوم‌سازی زندگی در زبان قرآن» به رشته تحریر در آورده است، پژوهش مزبور حوزه‌های مبدأ به کار گرفته شده در قرآن، در مفهوم‌سازی «زندگی» را مورد بررسی قرار داده است، اثر دیگری با عنوان «مفهوم‌سازی استعاری «زندگی» در متن قرآن کریم» در قالب کتاب توسط انتشارات دانشگاه بوعلی سینا به چاپ رسیده است، تمایز پژوهش حاضر از پژوهش‌های مزبور بهره‌گیری از روش زبان‌شناسی فرهنگی و نیز تمرکز بر عرصه اقتصادی است. شایان ذکر است در عرصه بین‌المللی مقالات و آثاری در حیطه زبان‌شناسی فرهنگی به رشته تحریر در آمده است، از جمله این آثار می‌توان به آثار فرزاد شریفیان با عنوان مقدمه‌ای بر زبان‌شناسی فرهنگی (۲۰۱۱) و مفهوم‌سازی‌های فرهنگی و زبان (۲۰۱۷) اشاره کرد. ورود به بررسی پیکره قرآن کریم با رویکرد زبان‌شناسی فرهنگی امری بدیع است که پیشتر در عرصه بین‌المللی بدان پرداخته نشده است، جز یک اثر از امینی (۲۰۲۳) با عنوان «تأثیر فرهنگی گفتمان استعاری قرآن کریم: با تأکید بر داوری قیامت» که به بررسی فرهنگی استعاره‌های مفهومی حوزه داوری قیامت در قرآن پرداخته است.

۲. مبانی نظری پژوهش

توانایی‌های مفهومی انسان که تا حدودی جهانی و ذاتی‌اند، از منبع تجربه‌های مختلف مانند تجربه‌های مربوط به محیط و بدن سرچشمه می‌گیرند و تجربیات جدید را انتظام و معنا می‌بخشند،

از جمله واحدهای انتظام دهنده دانش‌های مفهومی استعاره‌ها هستند، فرهنگ و استعاره از دیرباز دو پدیده جدایی‌ناپذیر به شمار می‌روند، رابطه میان این دو پدیده، دوسویه و تعاملی است به گونه‌ای که بخشی از فرهنگ محصول استعاره است و هم استعاره‌ها در تولید و تفسیر خود به فرهنگ وابسته‌اند (یو، ۱۹۹۸: ۴۵). کوچش^۱ بر این عقیده است که استعاره‌ها نه تنها منعکس‌کننده الگوهای فرهنگی اند، بلکه آنها را ایجاد می‌کنند (کوچش، ۲۰۰۵: ۲۱۷).

استعاره مفهومی فرایندی است که دو اندیشهٔ مختلف را به هم مربوط می‌کند، این دو اندیشه یکی در حوزهٔ مبدأ^۲ و دیگری در حوزهٔ مقصد^۳ واقع است. از این رو، می‌توان گفت استعاره مفهومی یک فرایند درک و دریافت است که از رهگذر آن درک، دریافت و نیز مفهوم‌سازی انتزاعات میسر می‌شود. تناظرهای نظامندی که میان حوزه مبدأ و مقصد ارتباط برقرار می‌کنند نگاهت نام دارند و فرمول‌هایی که براساس آن این تناظرها استخراج می‌شوند نام‌نگاشت، نامیده می‌شود (گرادی، ۱۹۹۷: ۱۹۷). بر پایهٔ روابط مفهومی که میان دو حوزه مبدأ و مقصد ساخته می‌شود، کارکرد کلمات و عبارات این است که ذهن را برانگیزند تا میان این دو حوزه ارتباط برقرار کنیم و در این ارتباط موضوعات و ویژگی‌های روابط بین دو حوزه انتقال یابد. برای نمونه در استعاره مفهومی [زندگی تجارت است] ذهن انسان از طریق حوزهٔ مبدأ برانگیخته می‌شود و تناظرهایی میان حوزهٔ مبدأ تجارت و حوزهٔ مقصد زندگی برقرار می‌کند تا در این انتقال دانش ما از حوزهٔ مبدأ به حوزهٔ مقصد انتقال یابد.

استعاره‌های مفهومی براساس ماهیت حوزهٔ مبدأ به دو دستهٔ استعارهٔ طرحواره-بنیاد دانش بنیاد تقسیم می‌شوند، منظور از استعاره‌های طرحواره-بنیاد، استعاره‌هایی است که در حوزهٔ مبدأ با طرحواره‌ای تصویری مواجه‌ایم و در استعاره‌های دانش بنیاد حوزه مبدأ از ماهیت طرحواره‌ای برخوردار نیست و براساس دانش ما از جهان خارج شکل می‌گیرد؛ از این رو، بافت فرهنگی و محیط فیزیکی زبان در درک این نوع استعاره‌ها از نقش بسزایی برخوردار است (کوچش، ۲۰۱۰: ۴۲، گیرتس، ۱۳۹۵: ۵۰۷).

¹Z. Kövecses

²source domain

³target domain

تایلر^۱ «فرهنگ» را متشکل از دانش، عقیده، اخلاق، قانون، عادات و آداب و رسوم می‌داند (تایلر، ۱۸۷۱: ۱). ریویر هر فرهنگ را شامل دو بخش دانسته است؛ یکی بخش معنوی که شامل مجموعه عقاید، اسطوره‌ها، ارزش‌ها و در یک کلام ایدئولوژی موجود در آن است و سپس بخش مادی که شامل مجموعه فنون، دانش‌های عملی، قابلیت‌ها و توانایی‌های مادی، اشیاء و ابزارها است (ریویر، ۱۹۹۷: ۲۴۹-۲۴۷).

شایان ذکر است، بررسی صورت گرفته برای دستیابی به اطلاعات فرهنگی داده شده در حیطه گونه‌های اقتصادی رایج نزد مردمان عصر نزول براساس گزارشی است که منابع تاریخ عرب ارائه کرده‌اند، آنچه در این پژوهش مورد نظر است دستیابی به حوزه‌های مبدئی است که برای مردمان عصر نزول در حیطه اقتصادی ملموس بوده است، چرا که حلقه اتصال استعاره مفهومی با فرهنگ را می‌توان در حوزه مبدأ استعاره مفهومی جستجو کرد.

۳. روش‌شناسی پژوهش

داده‌های تحلیل شده در پژوهش حاضر با هدف بررسی «مفهوم‌سازی فرهنگی مقوله «زندگی» در قرآن» صورت گرفته است، به منظور دستیابی به پیکره مورد نظر از دو روش جستجو براساس حوزه مقصد و جستجوی دستی استفاده شد، در جستجو بر اساس حوزه مقصد واژه «دنیا» با بسامد تکرار ۱۱۵ مرتبه که در قرآن بر «زندگی در دنیا و حیات دنیوی» دلالت می‌کنند مورد بررسی قرار گرفت و از خلال این بررسی به دو گونه اقتصادی تجارت و زارعت در مفهوم‌سازی «زندگی» دست یافته شده، سپس با مطالعه فرهنگ و جستجو در منابع تاریخ عرب، گونه‌های رایج اقتصادی نزد مردمان عصر نزول مورد مطالعه قرار گرفت و در این راستا علاوه بر گونه‌های اقتصادی تجارت و کشاورزی، گونه‌های دامداری، شکار، غارت، صنعت از جمله گونه‌هایی بودند که مردمان عصر نزول از طریقشان امرار معاش می‌کردند، براساس اطلاعات فرهنگی به دست آمده مجدد پیکره قرآن به صورت دستی مورد کاوش قرار داده شد تا به این سوال دست یابد که آیا از سایر گونه‌های اقتصادی به دست آمده از طریق فرهنگ در مفهوم سازی زندگی بهره گرفته شده است یا خیر.

همچنین، به جهت دستیابی به استعاره‌های مفهومی و ظرافت معنایی‌شان از متن عربی قرآن، منابع لغوی و تفسیری بهره گرفته شده است.

¹E. B. Tylor

۴. مفهوم‌سازی «زندگی» در قرآن با تأکید بر حیطة اقتصادی

در قرآن از حوزه‌های مبدأ متعدد در مفهوم‌سازی «زندگی» بهره گرفته شده است، اما آنچه در ادامه مورد نظر است آن دسته از حوزه‌هایی مبدئی است که «زندگی» را بر مبنای یکی از گونه‌های اقتصادی مفهوم‌سازی می‌کند.

۵-۱. [دنیا بازار/تجارت خانه است] [زندگی تجارت است]

خدای سبحان با بکارگیری تعبیری چون «بیع»، «شراء»، «تجر» که در حیطة اقتصادی کاربرد دارند، زندگی دنیا را تجارت و دنیا را تجارتخانه معرفی کرده است.

باهم آیی واژه «شری» با ترکیب حیاة الدنيا در آیات اشْتَرُوا الْحَيَاةَ الدُّنْيَا بِالْآخِرَةِ (البقره: ۸۶) يَشْرُونَ الْحَيَاةَ الدُّنْيَا بِالْآخِرَةِ (النساء: ۷۴) استعاره مفهوم‌سازی [زندگی تجارت است] را به ذهن متبادر می‌سازد. همچنین در آیاتی رابطه انسان با خداوند به مثابه رابطه اقتصادی و خداوند به مثابه خریدار و انسان به مثابه فروشنده مفهوم‌سازی شده است و مِنَ النَّاسِ مَنْ يَشْرِي نَفْسَهُ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ وَاللَّهُ رَؤُفٌ بِالْعِبَادِ (البقره: ۲۰۷) و إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنْ لَهُمُ الْجَنَّةُ (التوبه: ۱۱۱).

۵-۲. [دنیا مزرعه است] [زندگی کشت و کار در مزرعه است]

از دیگر حوزه‌های مبدأ که دنیا را معرفی می‌کند مزرعه است. خداوند در سوره مبارکه شوری می‌فرماید: مَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الْآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الدُّنْيَا نُؤْتِهِ مِنْهَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ نَصِيبٍ (شوری: ۲۰). حرث در لغت به معنای پاشاندن بذر در زمین و آماده کردن زمین برای کشت و زرع است. خود زمین و زراعت را نیز هم حرث گویند (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲: ۲۲۶).

مطابق نام نگاشت دنیا مزرعه است، انسان در این مزرعه بسان کشاورزی است که پس از شخم زدن مزرعه بذر اعمال خویش را می‌کارد و خداوند است که رویاننده و رشد دهنده است. این تعبیر در سوره مبارکه واقع آمده است: أَفَرَأَيْتُمْ مَا تَحْرُثُونَ أَنَنْتُمْ تَزْرَعُونَهُ أَمْ نَحْنُ الزَّارِعُونَ (الواقعه: ۶۳-۶۴).

در بررسی صورت گرفته در آیاتی که کلید واژه «دنیا» در آن بکار رفته است، تنها به دو حوزه مبدأ مرتبط با گونه‌های اقتصادی دست یافته شد؛ در ادامه و با مطالعه فرهنگ عصر نزول در پی یافتن سایر حوزه‌های مبدأ در مفهوم‌سازی «زندگی» هستیم.

۵. گونه‌های اقتصادی نزد مردمان عصر نزول

اقتصاد هر جامعه بسته به شرایط جغرافیایی، منابع طبیعی و شرایط اجتماعی متغیر است. شبه جزیره عربستان متشکل از صحراهای وسیع، غیرقابل سکونت و بدون آب و علف است که تنها برخی اوقات، در آن باران می‌بارد. به جز در کنار برخی سواحل، هوا در آنجا بسیار گرم است. (فروخ، ۱۹۶۹، ج ۱: ۵۹) حجاز بخش شمالی و غربی عربستان را تشکیل می‌دهد، سرزمینی کوهستانی، دارای بیابان‌های غیر زراعی و سنگلاخ‌های فراوان است که هوای گرم و سوزانی دارد. این وضع، تأثیر مهمی در چگونگی زندگی ساکنان آن داشته است؛ زیرا اعراب این منطقه به علت کمی چراگاه، غیر از رمه‌های کوچک و شتر نمی‌توانستند دام دیگری داشته باشند؛ ساکنان این بخش فاقد تمدن و عمدتاً چادرنشین و بیابان گرد بودند. از شهرهای مهم حجاز می‌توان به مکه، مدینه و طائف اشاره کرد (علی، ۱۴۱۳، ج ۱: ۱۵۶-۱۵۷). مکه از مشهورترین شهرهای حجاز به شمار می‌رود و قلب این منطقه است. این شهر در دره‌ای تنگ و عمیق قرار دارد که به سمت شمال شرقی امتداد یافته و کوه‌ها و تپه‌هایی به ارتفاع چند صدپا آن را احاطه کرده‌اند. هوای مکه بسیار گرم و خشک است (ناجی، ۱۳۸۰، ج ۲۰: ۱۴۹).

شرایط جغرافیایی شبه جزیره عربستان، اقتصاد این منطقه را بیش از هر چیز به تجارت وابسته کرده بود و در کنار آن اقتصاد این منطقه از کشاورزی، دامداری، شکار، غارت و صنعت نیز بهره می‌برد و هر حرفه در منطقه خاصی رونق داشت. به‌عنوان نمونه، در مکه بیشتر شاهد تجارت هستیم و در مدینه کشاورزی از رونق بیشتر برخوردار بود و صنعت نیز بیشتر اختصاص به ساکنان مناطق یهودی و مسیح‌نشین داشت. در ادامه به گونه‌های اقتصادی رایج در میان مردمان عصر جاهلی پرداخته خواهد شد.

۱.۶ تجارت

تجارت را در شبه جزیره عربستان می‌توان به تجارت داخلی که بیشتر به منظور تامین مایحتاج مردم صورت می‌گرفت و تجارت خارجی با سایر کشورها چون روم، ایران، حبشه و یمن تقسیم کرد. همچنین بخش اعظم تجارت از طریق راه‌های زمینی صورت می‌گرفت، گرچه تجارت‌های دریایی نیز در این منطقه رونق داشت. معمولاً پادشاهان، بزرگان قبیله، ثروتمندان کالاها را در قالب قافله‌های تجاری به نقاط دیگر می‌فرستادند تا از فروش کالاها خود با قیمت بیشتر سود بیشتری را عاید خود کنند (علی، ۱۴۱۳، ج ۷: ۲۳۲).

۱.۱.۶. تجارت خارجی

آنچه در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرد، بحث تجارت خارجی و تأثیرات آن در رونق اقتصاد مردمان شبه جزیره خاصه مردمان مکه است.

۱.۱.۱.۶. تجارت خارجی از طریق راه زمینی

اتفاقی که به رونق تجارت از طریق جزیره‌العرب افزوده بود مسدود شدن جاده معروف ابریشم و مهمترین راه ارتباطی شرق به غرب در نتیجه جنگهای طولانی می‌ان امپراتوری ایران و روم بود. جنگهای طولانی مدت ایران در زمان ساسانیان و بیزانس که در ابتدا باهدف کشورگشایی صورت می‌گرفت، به تدریج به رقابت‌های تجاری و بازرگانی و تلاش در جهت سلطه بر شهرها و جاده‌های تجاری سوق داد و هر دولت با انگیزه کسب برتری بر دیگری به در اختیار گرفتن مسیرهای تجاری می‌پرداخت. جنگ‌ها باعث تغییراتی در مسیرهای تجاری می‌شدند. به دلیل طولانی شدن مخاصمات و تداوم نزاع بین این دو قدرت منطقه‌ای، باعث گردید که مناطق زیادی از جمله جاده‌های تجاری مکرراً صحنه نزاع طرفین گردد که این امر تاجران منطقه را مجبور به پیدا کردن مسیری تازه و امن برای مبادلات کالا و تجارت می‌کرد. این تغییرات گاهی باعث تغییر مسیر جاده‌های تجاری از مسیر خشکی به سمت تجارت دریایی و بالعکس و یا وارد شدن به سرزمین‌های جدید و ایجاد جاده‌های تازه می‌شد. این تحولات به نوبه خود دنیای جدیدی را به روی تجارت باز می‌کرد. چنانچه تداوم این جنگ‌ها باعث از رونق افتادن شاهراه تجاری ابریشم به دلیل ناامنی شد؛ از این‌رو، رومیان بر آن شدند ایران را از ناحیه شمال و یا از ناحیه جنوب دور بزنند و برای رسیدن به این مقصود آن‌ها از طرف جنوب حبشیان و اعراب را وارد صحنه کردند و از طرف شمال نیز با اعزام سفیرانی درصدد برقراری ارتباط با اقوام ساکن در شرق ایران ساسانی برآمدند (ژان پیردرژ، ۱۳۷۹: ۹۴-۹۵ به نقل از کوهساری، ۱۳۹۰: ۳۴). از این‌رو، مسیرهای تجاری عربستان و دریای سرخ یا خلیج فارس و بنادر آن و یا مسیر جاده ادویه در اقیانوس هند از اهمیت بیشتری برخوردار شدند و جایگزین جاده ابریشم شدند.

توسعه راه‌های جنوبی و دریایی در توسعه عربستان به لحاظ تجاری و اقتصادی نقش مهمی داشت، در این زمینه برای امنیت کاروان‌های تجاری با حاکمان کشورها و رؤسای قبلی که از سرزمین آن‌ها عبور می‌کردند پیمان‌هایی امضا می‌نمودند که این پیمان نامه ای «ایلاف» نامیده می‌شد (مرتضی زبیدی، ۱۴۱۴، ج ۱۲: ۸۹) از زمان هاشم تا ظهور اسلام تاجران بزرگی در مکه

پدید آمدند. سفیران و نمایندگان میان قبایل و حکومت‌ها روابط برقرار می‌کردند. کسانی که سفیر به سوی ایشان فرستاده می‌شد موظف بودند از ایشان حمایت کنند و حتی در حالت دشمنی و ناکامی سفیر هم باید آنان را از هر گونه تعرض و تعدی و تجاوز به دور می‌داشتند (علی، ۱۴۱۳، ج ۵: ۶۲۹).

در آن زمان سرزمین عربستان به یک مسیر تجاری جدید تبدیل شده بود. برخی از راه‌های عربستان، راه‌های بین‌المللی آن زمان به شمار می‌رفتند و قسمتی از بازرگانی شرق و غرب جهان آن روز از آن راه‌ها صورت می‌گرفت. راه دیگر عربستان که بسیار مهم قلمداد می‌شد، راه ادویه بود که از منطقه ظفار در جنوب عربستان شروع شده و پس از عبور از شهرهای بندر کانه، عدن و نجران به سمت شمال رفته و از مکه تا غزه در کنار دریای مدیترانه کشیده می‌شد. در ادامه این مسیر به فلسطین و سوریه رفته و سپس به داخل سرزمین‌های روم شرقی می‌رفت و این راه‌های تجاری سرزمین عربستان نقش تعیین‌کننده‌ای در تجارت ایران و بیزانس ایفاء می‌کرد (نادری قره بابا، ۱۳۸۸: ۱۸۳-۱۸۰). انجام تجارت از این راه و در این سرزمین منجر به رونق تجاری و اقتصادی این سرزمین شد (همو: ۴۲).

از سیاست‌های دولت بیزانس برخوردار از پشتیبانی عرب‌های شبه جزیره عربستان و استفاده از راه طولانی و مستقیم مشهور به جاده استراتا (اسطراط) بود که از جنوب عربستان آغاز می‌شد و از پالمیر می‌گذشت و یک رشته نواحی عمده را به یکدیگر پیوند می‌داد. صلاح‌الدین عثمان واژه عربی «صراط» را پدید آمده از استراتا دانسته است. این جاده شریان بازرگانی و سوق الجیشی مهمی بود که توسط شیوخ عرب وابسته به روم شرقی حفظ می‌شد. شیوخ عرب بر سر منافع حاصل از این جاده اغلب با یکدیگر منازعه داشتند (پیگولوسکایا، ۱۳۷۲: ۴۳۵ به نقل از عنایت الله رضا، ج ۱۷ دایره المعارف اسلام، مقاله جاده ابریشم: ۲۵۴) به نظر می‌رسد اهمیت این راه در بیابان از این جهت است که کاروان‌ها تجاری با قرار گرفتن در این راه گرفتار گمراهی نخواهند شد.

همچنین، نقش مکه در تجارت خارجی بیشتر ارائه خدمات بود، چرا که به سبب شرایط اقلیمی امکان تولید کالا یا محصول مناسب را نداشت. از این رو در این سفرها افرادی بودند که از آنان تعبیر به «دلیل» می‌شد (علی، ۱۴۱۳، ج ۷: ۳۲۳) و راه بلد نامیده می‌شدند و راه‌های شن زاری که به دلیل طوفان‌های همیشگی دائما دچار تغییر و تحول می‌شود جز با کمک راه بلد

میسر نبود. در آن عصرهای یا راهنما به کسی گفته می‌شد که کارشناس در یافتن راه‌های بیابانی بود و حرفه وی عبور دادن مسافران از بیابان و سالم رساندن آنان به مقصد بود (رک: ایزوتسو، ۱۸۶-۱۸۴: ۱۳۸۸).

مهم‌ترین کالاهای صادراتی جنوب شبه جزیره بخور، کندر، عطر، سنگ‌های گرانبها، پوست، صمغ و سنگ مرمر بود و از شرق افریقا کالاهایی مانند طلا، بُرد، چوب، عاج پر شتر مرغ، از هند عاج، سنگ‌های قیمتی، حریر و پارچه‌های گوناگون و ادویه، از شام، گندم، زیتون و شراب از خلیج فارس می‌آوردند (علی ۱۴۱۳، ج ۷: ۲۲۸). همچنین از جمله کالاهای گوناگونی که به مکه می‌آوردند جواهر، یاقوت، الماس و دیگر سنگ‌های زینتی، جامه، رخت خواب، عطر، مشک، کافور، عنبر، عود، انواع بخور بودند (جابری، ۷۴، به نقل از ناجی ج: ۲۰: ۱۵۵).

۲.۱.۱.۶ تجارت خارجی از طریق راه‌های دریایی

عرب جاهلی با دریانوردی نیز آشنا بود به خصوص بازرگانان و به‌ویژه مردم جنوب که گسترده‌ترین تجارت را با سواحل افریقا داشتند (فائر، ۱۳۹۰: ۱۵۴). راه دریایی از طریق دریای سرخ با هند مرتبط بود. مهم‌ترین توقف گاه‌های بازرگانی در طول راه زمینی مکه بود. شعبه بندر قدیم مکه و ینبع بندر یثرب نیز از مهم‌ترین مراکز بازرگانی دریایی بودند (دلو، ۱۴۰-۱۴۱ به نقل از ناجی: ۸۵). همچنین، بندر ابله از مراکز تجاری آبی به شمار می‌آید. شهر بعدی در مسیر تجاری سحر بود که به عنوان یک مرکز تجاری بزرگ جدید توسعه یافته بود. مسیر دیگر، قطیف بود که در قرن ششم میلادی بندری مهم برای واردات ابریشم بود (اقبال آشتیانی، ۱۳۸۸: ۷۹).

شایان ذکر است که واژگان و اصطلاحات مربوط به دریا اغلب مُعَرَّب از زبانی یونانی، لاتین، فارسی و حبشی است (علی ۱۴۱۳، ج ۷: ۲۵۸). این مطلب بیانگر آن است که این واژگان در اثر ارتباط با سایر فرهنگ‌ها وارد زبان عربی شده است.

۲.۱.۶ تجارت داخلی

در عصر جاهلی بازارهای عرب دو گونه بودند: بازارهای شهری «اسواق الحَضَر» که ثابت بودند و بازارهای موسمی «اسواق الموسمیة» که در زمان معینی از سال -معمولاً در یکی از ماه‌های حرام در ناحیه‌ای بی‌طرف و دور از کشمکش‌های قبیله‌ای- برپا و پس از مدتی محدود برچیده می‌شدند (علی، ۱۴۱۳، ج ۷: ۳۷۱). اطلاعات موجود در متون تاریخی درباره بازارهای موسمی

بیش از بازارهای ثابت شهری است. در این بازارها که در شهرها، قریه‌ها و آبادی‌ها برپا می‌شد مردم اندک مایه، کالاهای خود را یا بر زمین یا بر سکوهای ساخته شده (دگه) و یا بر بساطی گسترده می‌چیدند. اما فروشندگان بزرگ‌تر و بازرگانان در دکان‌های دردار (حانوت / میعه) جای داشتند که در شب بسته می‌شد. عمل خرید و فروش آنها (بیع / مبیعه) با یک بار زدن کف دست طرفین معامله بر یکدیگر (صَفَقَه) صورت می‌گرفت.

بزرگ‌ترین و مشهورترین بازارهای موسمی عرب در دوره جاهلی که سالی یک‌بار برپا می‌شد و یکصد و سی سال هم در عصر اسلامی پایید، سوق عکاظ بود. این بازار به سبب شأن و اهمیّت جهانی خود به عنوان مرکز اقتصادی و معنوی جهان عرب، در نوع خود پدیده‌ای بی‌مانند بوده است (دانشنامه جهان اسلام، ذیل «سوق»). عکاظ، هم بازاری گسترده و پرمتاع برای تجارت بود. هر میعادگاهی برای سیاست و ادب و هم عرصه‌ای برای تجلّی خصوصیات قومی و فرهنگی اقوام و قبایل عرب. محل آن که در آغاز، مانند دیگر بازارهای موسمی عرب، پرستش گاهی جاهلی و دارای بت‌های سنگی در جوار آنها بود در دشتی پهناور در جنوب شرقی مکه بین نخله و طایف، در فاصله‌ی سه روز راه با مکه و یک روز راه با طایف قرار داشت. اعراب شمالی و جنوبی برای تجارت در همین مکان گرد می‌آمدند و جاده‌های یمن، شام، خلیج فارس و بابل نیز از همین جا آغاز می‌شد (علی، ۱۴۱۳، ج ۷: ۳۸۰).

برای مردم جاهلیت بازار عکاظ انجمنی بود که کارهای مهم در آنجا داوری می‌شد. در این بازار حتی شعر را به داوری می‌گذاشتند. این بازارها جای مناسبی بود تا مردمی که در آنجا با هم معامله می‌کنند همدیگر را ببینند و فرصتی برای حل اختلافات میان خود داشته باشند. از این رو بود که نزد داورانی که در آن بازارها بودند می‌رفتند تا میان آنان داوری کنند. داوران بازار عهده دار فصل خصوصاتی بودند که از معامله و خرید و فروش در بازار ناشی می‌شد و در مسائل بازار اشراف داشتند و عهده دار ارزیابی مالیات و رعایت منافع مراجعه‌کنندگان به بازار بودند (همو، ج ۵: ۶۵۲-۶۵۴).

پیش از رونق بحث تجارّتی و کارکرد خدماتی قبیله قریش برای عبور کاروان‌های تجاری و تأمین سلامت آن‌ها، مردمان جاهلی از حیث اقتصادی در وضعیت مطلوبی به سر نمی‌بردند و حرکت به سمت دنیاگرایی و دنیا طلبی در نزد عرب عصر نزول از آنجا آغاز شد که در پی بحران‌های اقتصادی موجود و بروز زمینه‌های ارتباطی و سفر با فرهنگ‌های دیگر - که از جمله

عوامل تغییر فرهنگ و گفتمان به شمار می‌روند (قرایی مقدم، ۱۳۹۴: ۱۸۲) - فرهنگ آن عصر نیز به سمت دنیا طلبی و سود محوری سوق یافت. به عبارتی تغییر گفتمان حاکم بر شبه جزیره عربستان در آستانه نزول قرآن، گفتمان برآمده از شکل‌گیری تجارت، نحوه تفکر اقتصادی مردمان آن عصر را تغییر داد و از آن پس دغدغه اصلی آنان بیش از هر چیز کسب سود و به چنگ آوردن مال فراوان چه از طریق تجارت و چه غیر آن بود. این در حالی است که مردمان شبه جزیره عربستان تا پیش از شکل‌گیری تجارت به دلیل فشار اقتصادی به چشم حقارت به دنیا می‌نگریستند، ولی اینک به آن علاقه‌مند شده بودند، زندگی دنیوی به آنها روی خوش نشان داده بود و آنان خواهان آن شده بودند (شیرزاد، ۱۳۹۳: ۶۰). باید اذعان کرد که این رویداد اقتصادی به مثابه یک گسست فرهنگی در شبه جزیره عربستان بود که بازتاب‌های سیاسی، اجتماعی و حتی دینی زیادی برجای گذاشت (همو: ۵۴).

حوزه تجارت و معاملات اقتصادی از حوزه‌های مبدأ رایج جهانی به شمار می‌آید، چرا که از زمان پیدایش جوامع بشری، انسان‌ها در انواع و اقسام مبادلات و معاملات اقتصادی شرکت داشته‌اند و این معاملات اغلب با مبادله پول یا کالا همراه بوده است (کوچش، ۱۳۹۳: ۳۸-۳۹) همانگونه که در بخش ۴-۱ ملاحظه شد، کاربرد تعابیر متعدد در حیطه تجارت در تبیین مفهوم انتزاعی «زندگی»، بیانگر آن است که، حوزه مبدأ تجارت و مسائل آن برای مخاطبان اولیه قرآن، حوزه‌ای ملموس و قابل فهم بود؛ از این‌رو، به جهت مفهوم‌سازی مفاهیم انتزاعی از جمله «زندگی» از آن‌ها بهره گرفته شده است.

بررسی فرهنگ اقتصادی مردمان عصر نزول گزارشگر حوزه مبدأ دیگری برای مفهوم‌سازی «زندگی» است؛ شاید آنچه مردمان عصر جاهلی را با دریا و مسائل مربوط به آن در شرایط جغرافیایی شبه جزیره عربستان آشنا کرد، سفرهای تجاری دریایی بود؛ وجود واژگان و اصطلاحات مربوط به دریا که اغلب مُعَرَّب از زبانی یونانی، لاتین، فارسی و حبشی است (علی ۱۴۱۳، ج ۷: ۲۵۸). بیانگر آن است که این واژگان در اثر ارتباط با سایر فرهنگ‌ها وارد زبان عربی شده است. در مفهوم‌سازی قرآنی، دنیا به مثابه دریاست و قیامت به مثابه ساحل و مکانی برای لنگر انداختن کشتی و سکون آن است. يَسْتَلُونَكَ عَنِ السَّاعَةِ أَيَّانَ مُرْسَاهَا (النازعات: ۴۲)

مُرْسَا از ماده [رسی] در لغت به معنای استقرار و ثبوت تام و تمام شیئی عظیم به صورت کامل است (مصطفوی ۱۳۶۰، ج ۴: ۱۴۵)، برخی آن را مصدر می‌می‌از باب افعال «إرساء» و به معنای متوقف کردن و ثابت نگه داشتن کشتی ذکر کرده‌اند (طباطبائی ۱۴۱۷، ج ۱۰: ۲۲۷).

در روایتی موسی بن جعفر (ع) به نقل از لقمان حکیم می‌فرماید: يَا بَنِيَّ إِنَّ الدُّنْيَا بَحْرٌ عَمِيقٌ قَدْ غَرِقَ فِيهَا عَالَمٌ كَثِيرٌ فَلْتَكُنْ سَفِينَتَكَ فِيهَا تَقْوَى اللَّهِ وَ حَشْوَهَا الْإِيْمَانَ وَ شِرَاعَهَا التَّوَكُّلَ وَ قِيَمَهَا الْعَقْلَ وَ دَلِيلُهَا الْعِلْمَ وَ سَكَّانَهَا الصَّبْرَ ر در این روایت دنیا به مثابه دریایی عمیق فرض شده است و تقوی به مثابه کشتی و ایمان به مثابه زاد و توشه مفهوم‌سازی شده است. بادبان این کشتی توکل است، ناخدای آن عقل و راهنمای آن علم و لنگرش صبر است. در دریای متلاطم دنیا جز با کشتی نمی‌توان به سلامت به مقصد دست یافت. در کنار این روایت، شاهد روایتی از پیامبر (ع) هستیم که اهل بیت (ع) را کشتی نجات معرفی کرده اند مَنزَلَةُ أَهْلِ بَيْتِي فِيكُمْ كَسَفِينَةِ نُوحٍ مَن رَكِبَهَا نَجَا وَ مَن تَخَلَّفَ عَنْهَا غَرِقَ که هر کس به آن وارد شود نجات می‌یابد و هر که از آن رویگردان شود غرق خواهد شد.

شاید در نگاه نخست بازار بودن دنیا و تجارت بدون زندگی مذموم به نظر برسد. امام‌هادی (ع) می‌فرماید: «الدُّنْيَا سَوْقٌ فِيهَا قَوْمٌ وَ خَسِرَ آخِرُونَ» (ابن شعبه حرانی، ۱۴۰۴: ۴۸۴) دنیا بازار است و برخی در آن سود (ربح) می‌کنند و برخی زیان (خسر). چنانچه انسان سرمایه‌گرانمایه جان و عمر خویش را در راه کسب اعمال و عقاید صالح صرف کرد تجارتش سودمند و بهای تجارتشان «بهشت» است که بهایی ابدی و جاودان است..

۲.۶ کشاورزی

در برخی از مناطق شبه جزیره که امکان کشت و کار وجود داشت، کشاورزی در آن مناطق رونق داشته است. «مدینه برخلاف مکه از چاه‌های آب و اراضی قابل کشت برخوردار بوده است. وجود طوایف یهودی که آشنائی به کشاورزی داشتند موجب شد که در مدینه اراضی زراعی و راه‌های بی‌شماری به وجود آید» (اجتهادی، ۱۳۶۳: ۴۲). یترب از حاصلخیزترین مناطق حجاز شمرده می‌شد. خرما مهم‌ترین محصول یترب بود و زندگی مردم عمدتاً به همین محصول وابسته بود (سالم، ۱۳۸۰: ۳۰۳) مهم‌ترین فراورده کشاورزی مدینه محصول نخلستان‌های آن شهر بود، که هم غذای اهالی را تأمین می‌کرد و هم آن‌ها می‌توانستند با پوست و شاخه آن برای خود

حصیر و سبد و سایبان بسازند (اجتهادی، ۱۳۶۳: ۴۳). یمن و طائف نیز از مناطقی بودند که کشاورزی در آن مناطق رونق داشت: «طائف به داشتن انواع مختلف میوه شهرت داشت از جمله میوه‌هایی که در آنجا بیشتر به عمل می‌آمد عبارت بود از خرما و انواع انگور و...» (بلاذری، ۱۳۹۸، ج ۱: ۶۹) همچنین در می‌ان تولیدات زراعی طائف، گندم از درجه اول اهمیت برخوردار بود و همه شهرهای حجاز خاصه مکه وابسته به گندم این منطقه بودند (سالم، ۱۳۸۰: ۲۷۲)

بررسی فرهنگی صورت گرفته حاکی از آن است که حوزه مبدأ زراعت و کشاورزی حوزه ای ملموس برای مردمان عصر نزول به شمار می‌رود و از آن در مفهوم‌سازی «زندگی» بهره گرفته شده است (رک: ۴-۲ از پژوهش حاضر).

پیامبر (ص) می‌فرماید: الدنيا مزرعة الآخرة (ورّام بن ابی فراس، ۱۴۱۰، ج ۱: ۲۶۷). کسی در بستر مزرعه دنیا شیارهای زندگی و عمر را بجا بکند و بذره‌های ایمان و عمل صالح را به موقع بیفشانند و آبیاری کند محصولش، اصلی ثابت و فروعی پر رشد و نما، و ثمراتی طیب و مفید و نافع دارد و اگر در زمان مناسب نیز به درو پردازد، رستگار واقعی است (طباطبائی، ۱۴۱۷، ج ۱۲، ۵۱؛ جوادی آملی، ۱۳۸۷، ج ۱۲: ۶۰۰) و مطابق با آیه ۲۰ سوره شوری، خداوند محصولش را فزونی می‌بخشد «نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ». مراد از زراعت آخرت، نتیجه اعمال است که روز قیامت نصیب انسان می‌شود (طباطبائی، ۱۴۱۷، ج ۱۸: ۴۰).

۳.۶ دامداری

پرورش شتر و گوسفند نیز یکی از راه‌های امرار معاش در شبه جزیره محسوب می‌شد هر چند این امر بیشتر اختصاص به اعراب بدوی و صحرا نشین داشت. «وسیله امرار معاش بدوی، در صورتی که قحطی و خشکسالی وجود نداشته باشد، عبارت است از فراورده‌های شتر و گوسفند آن هم به شکل ابتدائی آن» (اجتهادی، ۱۳۶۳: ۳۵) «پرورش دام اساس و پایه زندگی نیمه کوچنده و جنگی اعراب را تشکیل می‌داد» (پیگولوسکایا، ۱۳۷۲: ۵۴۷)

دامپروری حرفه دیگری است که تأمین‌کننده اقتصاد مردمان جاهلی بود و از طریق آن امرار معاش می‌کردند. از این‌رو، مفاهیم مربوط به این حوزه برایشان قابل درک بود. در بررسی صورت گرفته در بخش اول و بر اساس حوزه مبدأ «دنیا» به مفهومی مرتبط با دامداری در مفهوم‌سازی «زندگی» دست یافته نشد، اما با مطالعه این گونه اقتصادی و بازگشت به بررسی قرآنی و حوزه‌هایی که کلید واژگان مرتبط با دامداری در آن به کار رفته بود به نکات قابل تأملی

دست یافته شد. خداوند در قرآن می‌فرماید: وَمَثَلُ الَّذِينَ كَفَرُوا كَمَثَلِ الْإِنْدِيِّ يَنْعِقُ بِمَا لَا يَسْمَعُ إِلَّا دُعَاءً وَنِدَاءً صُمُّ بَكْمُ عُمَىٰ فَهُمْ لَا يَعْقلُونَ (البقره: ۱۷۱). [نعق] فریاد و نهبی است که چوپان برای منع و بازداشتن بر سر گوسفندان می‌زند (مصطفوی ۱۳۶۰، ج ۱۲: ۱۹۲). در این آیه و آیات (الاعراف: ۱۷۹؛ الفرقان: ۴۴) کافران به مثابه چارپایان و پیامبر (ص) به مثابه چوپان مفهوم‌سازی شده‌اند. همان‌گونه که چوپان سرانجام گله را با چوب‌دستی به راه می‌آورد - نه با بیان و هدایت - کافران نیز سخن راهنمای خود را نمی‌فهمند و می‌بایست با روش مناسب فهم ایشان! آنان را از کژروی دور کرد (جوادی آملی، ۱۳۸۹، ج ۸: ۵۸۲). با توجه به آنچه ذکر شد از آیات مزبور استعاره [دنیا چراگاه است] و [زندگی چریدن در چراگاه است] به ذهن متبادر می‌شود، لازم به تأکید است که در قرآن زندگی کافران به مثابه چریدن مفهوم‌سازی شده است و در خصوص زندگی اهل ایمان از چنین مفهوم‌سازی بهره گرفته نشده است.

۴.۶ شکار - گردآوری

شکار در دوره جاهلی به عنوان یک گونه اقتصادی روایح داشت است (ضیف، ۱۹۶۰: ۷۹-۸۱) و این مسئله بیانگر نیاز اقتصادی ایشان برای شکار حیوانات از دو ابزار بی‌جان و جاندار استفاده می‌شود؛ ابزار بی‌جان ابزاری هستند که ساخته دست بشرند و معمولاً شامل نیزه، خنجر، کمان و نظایر آن است؛ و ابزار جاندار شامل حیوانات و پرندگان هستند که برای شکار تربیت شده‌اند (تاجبخش و جمالی، ۱۳۷۴: ۵۹) در مفهوم‌سازی‌های قرآنی از شیطان به مثابه شکارچی در زندگی دنیوی یاد شده است که دائماً در کمین انسان است، «لأفعدنَّ لهم صراطك المستقیم» (الاعراف: ۱۶) حیل‌های فراوان و دام‌های بی‌شماری دارد و هر کسی را با دام مناسب شکار می‌کند؛ در روایات از تعلقات مادی به عنوان دام و وسیله شکار، و از بسیاری از گناهان به عنوان «مصائد» شیطان یاد شده است؛ امام صادق (ع) می‌فرماید: إِنَّ لِلشَّيْطَانِ مَصَائِدَ يَصْطَادُ بِهَا، فَتَحَامُوا شِبَاكَهُ وَ مَصَائِدَهُ به درستی که شیطان دام‌هایی دارد که با آن شکار می‌کند، پس، از تور و دام‌های شیطان بر حذر باشید و دوری کنید. در مفهوم‌سازی قرآنی دنیا به مثابه شکارگاه و انسان به مثابه شکار است در این عرصه شیطان شکارچی و گناهان دام برای شکار و زندگی تعقیب و گریزی برای حفظ جان و یافتن یک پناهگاه امن است.

۵.۶ غارتگری

یکی از راه‌های امرار معاش اعراب و کسب ثروت در عربستان قبل از اسلام غارت و چپاول بود. زندگی اعراب بیابان‌نشین، البته به غارت و چپاول وابسته بود و در سراسر صحرا جز زور و شمشیر نبود. حمله و غارتگری وسیله‌ای ابتدائی برای کسب ثروت از سوی اعراب بود. از این رهگذر بزرگان و شیوخ قبایل ثروتمند می‌شدند حال آنکه جنگجویان ساده سهم اندکی نصیبشان می‌شد» (پیگولوسکایا، ۱۳۷۲: ۵۵۱)

در مفهوم‌سازی‌های قرآن از شیطان به مثابه رازن و غارتگر اعمال انسان یاد شده است، «لَأَقْعُدَنَّ لَهُمْ صِرَاطَكَ الْمُسْتَقِيمَ» (الاعراف: ۱۶) در فرهنگ قرآنی، انسانی که در راه‌های شناخته شده به سوی مقصد حرکت نکند بی‌شک گرفتار بی‌راهه خواهد شد و رازنان در کمین او و غارتگر دارایی و سرمایه‌اش خواهند بود.

عرصه دیگر برای ظهور غارتگری عرصه جنگ است، در قرآن شیطان به عنوان دشمن انسان معرفی شده است (رک: البقره: ۳۶؛ البقره: ۲۰۸؛ یوسف: ۵؛ القصص: ۱۵)، در برابر دشمنی شیطان به انسان امر شده است که با او دشمنی و مبارزه شود، «إِنَّ الشَّيْطَانَ لَكُمْ عَدُوٌّ فَاتَّخِذُوهُ عَدُوًّا» (فاطر: ۶) این فضا نام نگاشت [دنیا کارزار است] و [زندگی جنگ است] را نیز به ذهن متبادر می‌سازد؛ جنگی و رویارویی که در دنیا بر سر حق و باطل، ایمان و کفر روی خواهد داد.

۶-۶. صنعتگری

[صنع] در لغت به معنای کاری است که با مهارت، علم و دقت انجام شود و این قیود در تمام مشتقات «صنع» وجود دارد (مصطفوی، ۱۳۶۰، ج ۶: ۳۴۶). به عبارتی هر صنعتی کار است ولی هر کاری صنعت نیست، مگر اینکه با مهارت و دقت انجام شود. این واژه آنطور که به فعل انسان نسبت داده شده به حیوانات و جمادات نسبت داده نمی‌شود (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲: ۴۹۳). ابوهلال عسکری در تفاوت می‌ان «صنع» و «عمل» می‌گوید: «صنع ترتیب دادن عمل بر اساس قواعد از پیش آموخته می‌باشد که اگر رعایت شود، حتما نتیجه مورد نظر حاصل می‌شود. از این رو به نجار صانع می‌گویند، به عبارت دیگر «عمل» نیازی به دانشی چون «صنع» ندارد» (عسکری، ۱۴۱۸: ۱۲۴). صنع در کاربردهای قرآنی به معنای ساختن و خلق کردن (الاعراف: ۱۳۷؛ هود: ۳۷-۳۸؛ المؤمنون: ۲۳) به کار رفته است.

در عصر نزول صنعت گران افرادی بودند که به تولید صنایع دستی اشتغال داشتند. در جزیره العرب و خاصه منطقه حجاز به فعالیت‌های صنعتی اهمیّت زیادی داده نمی‌شد و انجام چنین کارهایی بیشتر به دست افراد دون پایه و یا بردگان انجام می‌شد. بردگان در این منطقه به کارهایی چون ساخت چرم، خیاطی، نجاری، سفالگری می‌پرداختند و سود آن عاید صاحبانشان می‌شد. در این منطقه کالاهای مصنوع خاصه ابزار کشاورزی، ادوات جنگی و وسایل منزل بیشتر به دست یهودیان در یثرب ساخته می‌شد و در مکه تولید این کالاها رواج نداشت. همچنین یهودیان این منطقه حرفه‌هایی چون آهن‌گری، زرگری و ساخت وسایل زینتی مهارت داشتند و از طریق آن کسب درآمد می‌کردند. اما در مناطق شمالی و جنوبی صنعت از اهمیّت بیشتر برخوردار بود. به عنوان نمونه در مناطق شمالی صنایع نساجی، حریر بافی، بافندگی و آهنگری رونق داشت. همچنین صنعت اسلحه‌سازی، زرگری، ساخت اشیاء زینتی در این منطقه رواج داشت. در منطقه جنوب نیز صنایعی چون صنعت پوست و چرم، بافندگی، نساجی، ادوات جنگی رواج داشت و ساخته می‌شد و به سایر مناطق صادر می‌شد.

بررسی واژگانی که در حوزه خوراک، پوشاک، وسایل زینتی و وسایل ساخت منزل بیانگر آن است که اغلب آنها مُعَرَّب از زبان‌های یونانی، فارسی، آرامی، نبطی، حبشی هستند (رک: تقوی، ۱۳۹۵).

در مفهوم‌سازی‌های قرآنی از این حوزه در مفهوم‌سازی اعمال انسان بهره گرفته شده است و در اغلب کاربردهای این مفهوم در قرآن، مخاطبان گروهی هستند که در مناطقی سکونت دارند که با صنعت آشنا هستند و مِنَ الَّذِينَ قَالُوا إِنَّا نَصَارَى أَخَذْنَا مِيثَاقَهُمْ فَنَسُوا حَظًّا مِمَّا ذُكِّرُوا بِهِ فَأَعْرَبْنَا بَيْنَهُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ وَسَوْفَ يَنْبئُهُمُ اللَّهُ بِمَا كَانُوا يَصْنَعُونَ (المائدة: ۱۴) لَوْ لَا يَنْهَاهُمُ الرَّبَّانِيُّونَ وَالْأَحْبَارُ عَنْ قَوْلِهِمُ الْإِثْمَ وَأَكْلِهِمُ السُّحْتَ لَبِئْسَ مَا كَانُوا يَصْنَعُونَ (المائدة: ۶۳)

از مطالعه آیات مزبور نام نگاشت [اعمال انسان ساخت و ساز است] به ذهن متبادر می‌شود، گرچه آیات مزبور در معنای صریح خود اشاره به زندگی ندارند اما دقت به این مسئله مهم است که آنچه زندگی فرد را دنیا و آخرت رقم می‌زد مجموعه اعمال و رفتار اوست و آنچه فرد از طریق اعمالش خلق می‌کند و می‌سازد در زندگی دنیوی و اخروی او مؤثر است.

۶. نتیجه‌گیری

معنا به‌عنوان سطحی از سطوح زبان، برساخته از مفهوم‌سازی فرهنگی است که در بستر استعاره‌های مفهومی محقق شده است که البته همه در یک شناخت فرهنگی ریشه دارند، فرهنگ و استعاره دو پدیده جدایی‌ناپذیر به‌شمار می‌روند، بافت فرهنگی عاملی است که زبان در قالب آن معنا پیدا می‌کند و هیچ‌زبانی جدای از بافتش فهمیده نمی‌شود و زبان قرآن نیز از این قاعده مستثنی نیست، نظر به اینکه استعاره‌های مفهومی در فرایند فهم مؤثرند نیز قادرند نظام فکری و شیوه رفتار افراد را تغییر دهند، قرآن در انتقال مفاهیم خود از این ابزار بهره گرفته است.

انعکاس گونه‌های رایج اقتصادی در مفهوم‌سازی «زندگی» موضوع پژوهش حاضر است، بررسی‌های صورت گرفته نشان داد گونه‌های اقتصادی نظیر تجارت، زراعت، دامداری، شکار، غارت، صعنتگری در میان مردمان عصر نزول آشنا و ملموس بوده‌اند، از این روست که قرآن از الگوهای فرهنگی رایج در حیطه اقتصادی نزد مردم عصر نزول برای مفهوم‌سازی بهره گرفته است و پس از نزدیکی به اندیشه مخاطب با تولید استعاره‌های درون روابط جدید به تغییر در نگرش مخاطبتان خود می‌پردازد.

الف. با بهره‌گیری از گونه تجارت، قرآن کریم انسان‌ها را به تجارت با خدای سبحان دعوت می‌کند، «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ» (الصف: ۱۰) و رهاوردهای گوناگون این تجارت را نیز به خوبی تبیین می‌کند. رهاوردهای تجارت با خدا از پیروزی بر دشمن در میدانهای جهاد اصغر آغاز می‌شود، «تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ ذَلِكَ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ» (الصف: ۱۱) و به لقای الهی پایان می‌پذیرد و حلقات میانی آن نیز فضایل فراوانی است که مغفرت و بخشش گناهان، رهایی از عذاب دردناک الهی و دستیابی به بهشت جاویدان نمونه‌ای از آنهاست، «يَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَ يُدْخِلْكُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ وَمَسَاكِنَ طَيِّبَةً فِي جَنَّاتٍ عَدْنٍ ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ» (الصف: ۱۲).

ب. با بهره‌گیری از گونه زراعت، انسان را به‌مثابه کشاورزی مفهوم‌سازی می‌کند که پس از شخم زدن مزرعه بذر اعمال خویش را می‌کارد و سعی می‌کند زراعت خویش از علف هرز گناه مصون دارد در آخرت محصول پرباری را درو کند.

- ج. با بهره‌گیری از گونه دآمداری، به انسان هشدار می‌دهد مبادا در دنیا به‌مثابه چهارپایان بی‌هدف، تنها در پی انتفاع از مواهب دنیوی باشید و آینده را در نظر نداشته باشید.
- د. با بهره‌گیری از گونه شکار و گردآوری، شیطان به مثابه شکارچی نشسته در کمین انسان معرفی می‌شود و گناهان نیز تعلقات مادی را دام شیطان معرفی می‌کند. زندگی به‌مثابه صحنه تعقیب و گریزی است که انسان به‌عنوان شکار می‌بایست در پی یافتن پناهگاهی امن باشد و چه پناهگاهی امن‌تر از قرار گرفتن در سایه امن الهی است.
- ه. با بهره‌گیری از گونه غارتگری و رهزنی، از شیطان به‌مثابه راهزن و غارتگر اعمال انسان یاد شده است و انسانی که از صراط مستقیم الهی و هدایت الهی خارج شود بی‌شک گرفتار ضلالت و گمراهی خواهد شد و نتیجه جز گرفتاری در چنگ راهزنان و غارتگران نخواهد بود.
- و. با بهره‌گیری از گونه صنعتگری، زندگی از طریق حوزه مبدأ ساخت و ساز مفهوم‌سازی می‌شود و در پی انتقال این مفهوم است که برای برخورداری از زندگی شایسته می‌بایست با مهارت و دقت باید آن را ساخت تا از مواهب آن بهره‌مند شد.

منابع فارسی

- اجتهادی، ابوالقاسم (۱۳۶۳). *وضع مالی و مالیه مسلمین*. تهران، انتشارات صدا و سیما، چاپ اول.
- ایزوتسو، توشیهیکو (۱۳۸۸). *خدا و انسان در قرآن*. ترجمه احمد آرام، چاپ ششم، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- بلاذری، ابی الحسن (۱۳۹۸). *فتوح البلدان*. بیروت، دارالکتب العلمیه.
- پور ابراهیم، شیرین (۱۳۹۳). مفهوم‌سازی زندگی در زبان قرآن. *زبان پژوهی*، ۶(۱۰): ۶۳-۸۴.
- پیگولوسکتیا، نیناویکتور و نانا (۱۳۷۲). *اعراب: حدود مرزهای روم شرقی و ایران در سده‌های چهارم ششم میلادی*. مترجم: عنایت الله رضا؛ خطاط: محمد احصایی، موسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی.
- تقوی، هدی (۱۳۹۵). «تفاوت قشریندی اجتماعی در مناطق شمالی و جنوبی جزیره العرب و منطقه حجاز در آستانه ظهور اسلام». *تاریخ اسلام*، ۱۷(۴): ۵۳-۸۴.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۷). *معاد در قرآن*. چاپ چهارم، قم، مرکز نشر اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۸). *تسنیم*. قم، مرکز نشر اسراء.

- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۹). تسنیم. قم، مرکز نشر اسراء.
- خادمی غلامرضا و ابوالحسنی چیمه زهرا (۱۴۰۰). مفهوم‌سازی‌های فرهنگی «مرگ» در گویش بختیاری زز و ماهرو. *جستارهای زبانی*؛ ۱۲ (۶): ۳۱-۱
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۱۲). *المفردات فی غریب القرآن*. چاپ اول، بیروت، دارالعلم الدار الشامیه.
- ریویر، کلود (۱۳۹۵). *در آمدی بر انسان‌شناسی*. مترجم: ناصر فکوهی، تهران، نشر نی.
- مرتضی زبیدی، محمد بن محمد (۱۴۱۴). *تاج العروس من جواهر القاموس*. بیروت - لبنان: دار الفکر.
- سالم عبدالعزيز (۱۳۸۰). *تاریخ عرب قبل از اسلام*. مترجم: باقر صدری نیا، تهران، انتشارات علمی فرهنگی.
- شیرزاد، محمد حسین (۱۳۹۳). *مفهوم ربا در فضای نزول قرآن*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده الهیات، دانشگاه امام صادق (ع).
- ضیف، شوقی (۱۹۶۰). *العصر الجاهلی*. قاهره، دارالمعارف.
- طباطبائی، سید محمد حسین (۱۴۱۷). *المیزان فی تفسیر القرآن*. چاپ پنجم، قم، دفتر انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
- عسکری، ابوهلال (۱۴۱۸). *الفروق اللغویه*. قاهره، دارالعلم و الثقافه.
- علی، جوادی (۱۴۱۳). *المفصل فی تاریخ العرب قبل السلام*. بیروت، دارالعلم للملایین.
- فانز، قاسم (۱۳۹۰). *سیمای عرب جاهلی*. تهران، انتشارات علمی فرهنگی.
- فروخ، عمر (۱۹۶۹). *تاریخ الادب العربی*. بیروت، دارالعلم للملایین.
- قرایی مقدم، امان... (۱۳۹۴). *انسان‌شناسی فرهنگی*. تهران، ابجد.
- کوچش، زلتان (۱۳۹۳). *مقدمه‌ای کاربرد ی بر استعاره*. ترجمه: شیرین پورا براهیم، تهران، سمت.
- کوهساری، رضا (۱۳۹۰). *بررسی تأثیر جنگ‌های ایران و بیزانس بر تغییر جاده‌های تجاری در عهد ساسانی*. *پژوهشنامه تاریخ*، ۷ (۲۵): ۱-۱۶.
- گیررتس، دیرک (۱۳۹۵). *نظریه‌های معنی‌شناسی واژگانی*. ترجمه: کوروش صفوی، تهران، انتشارات

لیکاف، جورج؛ جانسون، مارک (۱۳۹۴). *استعاره‌هایی که با آن‌ها زندگی می‌کنیم*. ترجمه: هاجر آقا ابراهیمی، تهران، نشر علم.

مصطفوی، حسن (۱۳۶۰). *التحقیق فی کلمات القرآن الکریم*. تهران، بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
 مهربانی، معصومه؛ امرائی، ایوب. (۱۳۹۹). نقش استعاره در فرهنگ کاوی زبان؛ مطالعه موردی استعاره «دنیا به مثابه بازار» در قرآن کریم از دیدگاه زبان‌شناسی شناختی-فرهنگی. *پژوهش‌های ادبی-قرآنی*. ۸(۱): ۱۲۵-۱۵۲

ناجی، محمدرضا (۱۳۸۰). *جزیره العرب وحجاز*. دایرة المعارف اسلامی، ج ۱۸ و ۲۰.
 نادری قره‌بابا، حسین (۱۳۸۸). *تجارت ایران در دوره ساسانیان*. تهران، انتشارات جهاد دانشگاهی.

ورام بن ابی فراس، مسعود بن عیسی (۱۴۱۰). *مجموعه ورام*. قم، انتشارات کتبه فقیه.

References

- Kövecses, Z. (2002). *Metaphor: A Practical Introduction*. New York, NY: Oxford University Press
- Kövecses, Z. (2005). *Metaphor in Culture: Universality and Variation*. Cambridge: Cambridge University Press
- Rivière, C. (1997), *Introduction à l'anthropologie*, Paris: Hachette
- Sharifian, F. (2011) *Cultural Conceptualizations and Language*. Amsterdam: John Benjamin's ,
- Sharifian, F., & Palmer, G. B. (2017), *Applied Cultural Linguistics*. Amsterdam: John Benjamin's
- Tylor, E. B. (1871). *Primitive Culture*. London: John Murray.
- Yu. N. (1998). *The Contemporary Theory of Metaphor, A Perspective from Chinese*. Amsterdam: John. Benjamin

