



ТОРГОВАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ В СИСТЕМЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ МЕТАФОР КОРАНА

РОЗОВ

Владимир Андреевич,

лаборант-исследователь Научной
лаборатории анализа и моделирования
социальных процессов,
Санкт-Петербургский государственный
университет (199034, Россия,
г. Санкт-Петербург, Университетская
наб., д. 11).

E-mail: vladirozov@yandex.ru

Аннотация. Метафоры в Коране, описывающие богословские идеи с помощью торговых терминов, являются важным источником сведений о социально-экономических отношениях и ценностях общества, в котором произошло ниспослание Корана. Сравнение частотности их употребления в мекканских и мединских сурах свидетельствует о равной важности торговли для жителей как Мекки, так и Медины. При этом преимущественное употребление конкретных метафор и образов в мединских и мекканских сурах зависит в первую очередь от содержания соответствующих аятов, их адресатов и конкретных обстоятельств их ниспослания.

Ключевые слова: Коран, ниспослание, Мекка, Медина, арабийская торговля.

DOI: 10.22311/2074-1529-2016-12-3-79-88

Процесс принятия решений индивидом непосредственно зависит от восприятия им окружающего мира. Это восприятие, в свою очередь, варьируется от культуры к культуре в зависимости от культурной принадлежности человека. Религия неотделима от культуры и непосредственно влияет на мировоззрение человека и принятие им решений (что особенно характерно для культур, которые принято называть «традиционными»)¹. При этом особенности картины мира, характерной для данной культуры, неизбежно находят свое отражение и в особенностях функционирования языка, выступающего в качестве основного средства коммуникации членов того или иного языкового сообщества.

Конечно, не следует гипертрофировать взаимосвязь языка культуры и мышления ее носителя, как это делает Б.Л. Уорф, полагающий, что «люди действуют в определенных обстоятельствах так, как говорят о них»². Тем не менее, коль скоро такая взаимосвязь

¹ Turiel E., Neff K. Religion, Culture and Beliefs About Reality in Moral Reasoning // *Imaging the Impossible: Magical, Scientific and Religious Thinking in Children*. Cambridge University Press, 2000. P. 297.

² Цит. по: Murray S.O. *American Sociolinguistics: Theorists and Theory Groups*. Amsterdam; Philadelphia: J. Benjamins, 1998. P. 20.

есть, что подтверждается и новейшими данными когнитивных исследований¹, необходимо детальное рассмотрение языковой концептуализации мира в различных религиозных культурах. Такое исследование может пролить свет на социальные, экономические, политические, природные условия, способствовавшие сложению той или иной религии.

Исходя из сказанного выше, становится понятной настоятельная необходимость изучения языковой картины мира, представленной в ранних мусульманских источниках, прежде всего — Коране, для того чтобы лучше понять повседневный опыт членов общества, которому было ниспослано кораническое откровение. Особый интерес представляет изучение системы метафор, описывающих сложные и абстрактные идеи через обращение к повседневному опыту человека и окружающим его предметам. Исходя из постулата о том, что «концептуальные системы культур и религий метафоричны по сути»², настоящая статья является попыткой дать оценку информации, которую несут метафоры Корана, описывающие взаимоотношения между Богом и человеком. Основным объектом исследования являются термины, используемые при описании торговых операций. Что говорят эти метафоры о роли, которую играла торговля в жизни мекканцев и жителей Йасриба на рубеже VI–VII вв.? Можно ли вообще использовать их как один из источников сведений о социальном и экономическом положении аравийского общества в период сложения мусульманской религии? Зависит ли выбор конкретных метафор от аудитории, к которой адресована кораническая проповедь?

Первым востоковедом, высказавшим мысль о том, что торговые термины в тексте Корана употребляются чаще всего не в своем прямом значении, а для описания теологических понятий (т. е. метафорически), был американский исследователь Ч.К. Торри. (Ch. C. Torrey, 1863–1956). Он описал связанные с торговлей коранические метафоры в своей диссертации, опубликованной в Лейдене в 1892 году³. О преимущественно метафорическом использовании торговых терминов в Коране писала и скончавшаяся недавно британская исследовательница П. Кроун (P. Crone, 1945–2015), использовавшая текст Корана как источник по истории хозяйственной деятельности в Аравии во времена возникновения ислама. Свои наблюдения она опубликовала в статье «На что жили язычники Корана?»⁴

¹ Orman J. Distributing mind, cognition and language: exploring the (un) common ground with integrational linguistics // *Language and Cognition*. 2015. Vol. 8. Issue 1. P. 142–166.

² Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М., 2004. С. 67.

³ Torrey C. C. *The Commercial-Theological Terms in the Koran*. Leiden: E. J. Brill, 1892.

⁴ Crone P. How Did the Quranic Pagans Make a Living? // *Bulletin of the School of Oriental and African Studies, University of London*. 2005. Vol. 68. № 3. P. 387–399.

Язык Корана насыщен метафорами, связанными с торговлей. Эти метафоры могут быть частью унаследованного исламом от своих предшественников языка религии, однако они настолько живые и яркие, что, по мнению П. Кроун, отражают либо непосредственный жизненный опыт аудитории Корана, либо память о недавнем прошлом¹. При этом она отмечает, что торговая лексика, используемая метафорически, характерна для мединских сур в гораздо большей степени, чем для мекканских. Из этого делается следующий вывод: айаты Корана, обращенные к общине верующих (которая отождествляется с жителями Йасриба и, соответственно, адресатами мединских сур), позволяют предположить, что именно для них основным средством добыть пропитание была торговля. При этом, согласно П. Кроун, в мекканских сурах, адресаты которых отождествляются с мекканскими язычниками, напротив, преобладают образы и метафоры, связанные с сельским хозяйством, а не с торговлей². Такая трактовка противоречит принятым взглядам на Мекку, как преимущественно торговый город, расположенный в бесплодной долине.

Очевидно, что использование в компаративном анализе количественных показателей в качестве исследовательского инструмента делает необходимым приведение точных данных. Вместе с тем П. Кроун не приводит каких-либо количественных данных, позволяющих дать оценку степени использования в тексте Корана коммерческих терминов, метафорически описывающих теологические реалии, и их хронологической маркированности. Помимо этого, в статье отсутствует какое-либо упоминание о том, какую именно классификацию хронологии ниспослания сур использовала исследовательница, что особенно важно с учетом наличия нескольких заметно отличающихся друг от друга хронологических классификаций. Помимо этого, отождествление адресатов мекканских сур с многобожниками, а мединских — с мусульманами, выглядит предположением, требующим более подробного объяснения.

Для того чтобы внести ясность в вопрос о принципах использования в тексте Корана метафор, связанных с торговой лексикой, необходимо в первую очередь провести анализ их частотности и количественного распределения в сурах разного хронологического периода. Для получения точных количественных данных использован корпус Корана³. С его помощью был проведен анализ частотности торговых терминов в сурах мекканского и мединского периодов в соответствии

¹ Crone P. How Did the Quranic Pagans Make a Living? // Bulletin of the School of Oriental and African Studies, University of London. 2005. Vol. 68. № 3. P. 397.

² Там же. P. 397–398.

³ The Quranic Arabic Corpus [Электронный ресурс] // URL: <http://www.corpus.quran.com> (Дата обращения: 25.01.2016).

с хронологией, принятой в «египетских» изданиях¹ Корана, и хронологией Т. Нёльдеке². При проведении подсчета в качестве индекса частотности было взято отношение между общим количеством употребляющихся метафорически торговых терминов в группе сур данного периода, принятым за своего рода единство, и общим количеством слов в них. Данные о количестве слов в сурах приведены согласно статье Мунира Ахмада и Мухаммада Хызера бин Доста «Статистическая конфигурация Священного Корана и симметрия мекканских и мединских сур»³, а список употребляющихся в качестве метафор торговых терминов — по Ч. К. Торри⁴.

Результаты подсчета показали, что действительно наблюдается чуть большая «насыщенность» мединских сур коммерческими метафорами по сравнению с мекканскими, что справедливо для обеих классификаций. Тем не менее вряд ли можно утверждать о «преимущественном» преобладании метафор именно в мединских сурах.

Таблица 1. Дистрибуция коммерческих терминов по сурам согласно классификации «египетского» издания

	Слова	Термины	Частотность
Мединские	32577	187	0,0057402462
Мекканские	54295	286	0,00526752

Таблица 2. Дистрибуция коммерческих терминов по сурам согласно классификации Т. Нёльдеке

	Слова	Термины	Частотность
Мединские	32257	191	0,0059211954
Мекканские (все)	54615	282	0,0051634166

Помимо этого, на примере групп метафор, описывающих «взаимоотношения» человека с Богом в терминах покупки и продажи, сделки и ссуды, попытаемся выявить причину преимущественного распределения тех или иных групп метафор в мединских и мекканских сурах. Автор настоящего исследования исходит из того, что выбор метафор зависел от особенностей аудитории, к которой была обращена та или иная проповедь. Однако этот выбор свидетельствует не столько об особенностях хозяйственного уклада жителей Мекки и Меди-

¹ Издание Корана, вышедшее в 1919 г. под покровительством короля Фуада I. Считается окончательным вариантом канонизации текста Корана.

² Цит. по: Резван Е. А. Введение в коранистику. Казань, 2014. С. 383–387.

³ Muhammad Khyzer Bin Dost, Munir Ahmad. Statistical Profile of Holy Quran and Symmetry of Makki and Madni Suras // Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences. 2008. Vol. 1. P. 1–16.

⁴ Torrey C. C. The Commercial-Theological Terms in the Koran. Leiden: E. J. Brill, 1892. P. 8.

ны (сходство которого подтверждается небольшой разницей в «насыщенности» текстов мединских и мекканских сур соответствующими метафорами), сколько о конкретной ситуации, в которой находились адресаты обращения.

Рассматривая отдельные случаи метафорического использования тех или иных торговых терминов, следует отметить общие закономерности, характерные для такого рода метафор. В первую очередь надо уточнить, кто является субъектом торговой деятельности, в терминах которой описываются богословские представления, свойственные коранической картине мира. О Боге как участнике именно торговли (т. е. купли-продажи) не говорится прямо: глаголы со значением «продавать» и «покупать» в метафорическом значении используются только по отношению к людям: праведникам и грешникам. Однако сказать, что Бог не принимает участия в этой «торговле» было бы неправильно: Он ведет расчет (حِسَابٌ *hisāb^{un}*) с людьми, учитывая (أَخَصَى *aḥṣā*) их благие и добрые деяния в реестре. Тем не менее инициатором заключения «торговой сделки» всегда является человек.

Что же является объектом торговой сделки, характеризуемой в тексте Корана метафорами с глаголами شَرَى *šarā* and اشْتَرَى *ištarā*? Человек может продать душу, знамения Бога, праведный путь (هُدًى *hud^{an}*), завет с Богом (عَهْدُ اللَّهِ *‘ahd^u l-lāhⁱ*), веру (إِيمَانٌ *īmān^{un}*) в обмен на заблуждение (ضَلَالَةٌ *ḍalālat^{un}*), эту жизнь (حَيَاةُ الدُّنْيَا *ḥayāt^u ad-dunyā*), неверие, пустую болтовню (لَهْوٌ الْحَدِيثِ *lahw^u al-ḥadīṭⁱ*) или даже просто малую цену (تَمَنُّ قَلِيلٌ *ṭaman^{un} qalīl^{un}*). Бросается в глаза то, что это своего рода игра в одни ворота: приведенные выше метафоры описывают продажу хороших, если не сказать жизненно важных с религиозной точки зрения, вещей, которые (что важно!) уже есть у человека, на вещи однозначно малоценные или же вредные. В силу этого вполне логично, что все метафоры такого рода встречаются преимущественно в мединских сурах, в местах, обращенных к общине уже уверовавших. Они укрепляют их веру, убеждают в правильности сделанного выбора. То есть метафоры, описывающие взаимоотношения человека с Богом в терминах купли и продажи, так часты именно в мединских сурах не потому, что для мединцев торговля значила больше, чем для мекканцев, но потому, что мединцы уже были общиной верующих, и именно их необходимо было предостеречь от забвения спасительной веры ради соблазнов мирской жизни.

Если судить по контексту соответствующих аятов, человек, жертвуя в сражениях на пути Аллаха свою жизнь или свое богатство (57: 10), давая милостыню (57: 18) или просто уверовав в Бога и исполняя Его предписания (5: 12), как бы дает Богу то, что тот затем вернет в удвоенном размере (فَرَضٌ *qarḍun*). Данный образ встречается практически исключительно, кроме (73: 20), в мекканских аятах, что объяснимо. Контекст аятов, в которых используется данная метафора, показы-

вает, что она служит для воодушевления и успокоения людей, уже уверовавших: они потратили усилия и средства на благо молодой мусульманской общины, и все это не пропало даром. Они дали нечто Богу, а Он вернет им это в удвоенном размере. Очевидно, что эта метафора не могла быть обращена к неверующим, и потому ее использование преимущественно в мединских айатах понятно.

Данные мусульманской традиции подтверждают это. В разделе «Причины ниспослания» труда «Совершенство в коранических науках» ас-Суйути приводятся причины ниспослания айата (64: 16). Стоит отметить и то, что место и время появления суры «Взаимное обманывание» вызывает споры, однако ас-Суйути, ссылаясь на ат-Тирмизи и ал-Хакима, утверждает, что ее завершающие айаты были ниспосланы в Мекке¹. Текст этих айатов (64: 16–17) таков (здесь и далее фрагменты Корана приведены по переводу смыслов И. Ю. Крачковского²):

فَاتَّقُوا اللَّهَ مَا اسْتَطَعْتُمْ وَأَسْمِعُوا وَأَطِيعُوا وَأَنْفِقُوا خَيْرًا لِّأَنْفُسِكُمْ وَمَنْ يُوقِ شَحْمَةَ نَفْسِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ
 «(16) فَإِنْ تَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُّضَاعِفْهُ لَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ وَاللَّهُ شَكُورٌ حَلِيمٌ (17)»

«(16) Бойтесь же Аллаха, как можете, слушайте, повинуйтесь и расходуйте на благо для ваших душ! А кто будет обезопасен от скупости своей души, — те счастливы!

(17) Если дадите Аллаху хороший заем, Он удвоит вам и простит вас. Аллах — благодарен, кроток».

Ас-Суйути приводит слова Ибн Аби Хатима, переданные со слов Са'ида Ибн Джабира, согласно которым айат (64: 17) был ниспослан в качестве «облегчения» мусульманам, изнемогавшим от невзгод³. Вряд ли было бы правильно на основании этой метафоры сделать вывод о широком распространении среди первых мусульман кредитов, тем более что эта метафора встречается и в суре 2 «Корова» (2: 245), а далее в тексте суры ростовщичество (*ribā*) прямо запрещено (2: 275–276). Однако логика аргументации П. Кроун, связывающей закономерности частотного распределения конкретных метафор с родом деятельности адресатов соответствующих сур и айатов, подталкивает нас именно к такому суждению.

В свою очередь, как образ весов, так и использование слова «весы» в буквальном значении особенно характерно прежде всего для мек-

¹ Ас-Суйути Джалал ад-Дин. Ал-Иткан фи 'улум ал-Куран [Совершенство в коранических науках]. Дамаск, 2008. С. 47.

² Коран / пер. смыслов и коммент. И. Ю. Крачковского. 2-е изд. М., 1986.

³ Ас-Суйути Абд ар-Рахман Ибн Аби Бакр. Асбаб ан-Нузул [Причины ниспослания]. Каир, 2008. С. 222.

канских сур. В буквальном значении слово «весы» встречается в айатах, призывающих к соблюдению правильных «мер и весов», а именно: (6: 152, 7: 85, 11: 84–85, 17: 35, 26: 182, 55: 7–9, 83: 3). Следует учитывать, что, согласно принятой в «египетских» изданиях Корана хронологической классификации, все приведенные выше суры, кроме суры 55 («Милосердный») и айата (6: 152), характеризуются как мекканские. По классификации Т. Нёльдеке, все эти суры являются исключительно мекканскими. Такое внимание к честности при обращении с весами именно в мекканских сурах полностью соответствует представлению о Мекке как городе, в котором торговля играла важную роль в жизни его обитателей.

В связи с этим особо показательны первые айаты суры 55 «Милосердный», в которых призыв соблюдать правильные вес и меру подкрепляется апелляцией к установленным самим Богом весам, важность которых сопоставима с важностью небесных светил и сотворением человека:

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
 (1) الرَّحْمَنُ
 (2) عَلَّمَ الْقُرْآنَ
 (3) خَلَقَ الْإِنْسَانَ
 (4) عَلَّمَهُ الْبَيَانَ
 (5) الشَّمْسُ وَالْقَمَرُ يَحْسَبَانِ
 (6) وَالنَّجْمُ وَالشَّجَرُ يَسْجُدَانِ
 (7) وَالسَّمَاءَ رَفَعَهَا وَوَضَعَ الْمِيزَانَ
 (8) أَلَّا تَطْغَوْا فِي الْمِيزَانِ
 (9) «وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ»

«Во имя Аллаха Милостивого, Милосердного!

- (1) Милосердный
- (2). — Он научил Корану,
- (3) сотворил человека,
- (4) научил его изъясняться.
- (5) Солнце и луна — по сроку,
- (6) трава и деревья поклоняются.
- (7) И небо Он воздвиг и установил весы,
- (8) чтобы вы не нарушали весов.
- (9) И устанавливайте вес справедливо и не уменьшайте весов!»
 (Сура 55 «Милосердный»).

Очевидно, что весы установлены Богом не только для того, чтобы люди придерживались правильного веса и меры в торговле. Весы, столь значимые для слушателей коранического откровения в Мекке, являются важным символом, метафорически описывающим посмерт-

ную участь человека. Так, в (21: 48 (47)) сказано: «И устроим Мы весы для дня воскресения. Не будет обижена душа ни в чем; хотя было бы это весом горчичного зерна, Мы принесем и его». В этом аяте весы напрямую связываются с Днем воскресения из мертвых. Согласно несколько раз повторяемым аятам, носящим формульный характер, в Судный День те, «у кого весы тяжелы, те будут счастливы, а у кого легки, те нанесли убыток самим себе» (7: 8–9; 23: 102–103). Схожие по смыслу высказывания содержатся и в (101: 6–9). При описании посмертной судьбы человека образ весов встречается преимущественно в мекканских аятах, и это закономерно, ведь именно в ранних откровениях особое внимание уделяется Страшному Суду¹. Также именно в мекканских сурах большое внимание уделяется критике существующего общественного уклада и злоупотреблений. Мединские же суры содержат преимущественно законы и предписания для молодой общины, подчеркивается важность современных событий².

Итак, на основании вышесказанного, можно сделать некоторые выводы. Система метафорически используемой торговой лексики, описывающая религиозные реалии в терминах торговли, свидетельствует о ее важности для общества, которому был ниспослан Коран, его хозяйственном укладе и общественных ценностях. Частотность употребления этих метафор в мекканских и мединских сурах сопоставима и не может, как и употребление конкретных образов и сравнений, служить основанием для того, чтобы предполагать какие-то различия в значении торговли для жителей Мекки и Медины, так же как и не дает оснований считать мусульманскую общину состоящей преимущественно из торговцев, а мекканских язычников — преимущественно из земледельцев. Использование разных групп метафор зависит в первую очередь от содержания соответствующих аятов, их адресатов и конкретных обстоятельств их декламации.

Литература и источники

Ас-Суйути Абд ар-Рахман Ибн Аби Бакр. Асбаб ан-Нузул [Причины ниспослания]. Каир: Дар ал-Мукаттам–Дар ат-Таква, 2008. 254 с.

Ас-Суйути Джалал ад-Дин. Ал-Иткан фи ‘улум ал-Куран. [Совершенство в коранических науках]. Дамаск: Муассасат ар-Рисалия Нашируна, 2008. 832 с.

Белл Р., Уотт У.М. Коранистика: введение / пер. с англ. СПб.: Издательство «ДИЛЯ», 2005. 256 с.

¹ Белл Р., Уотт У.М. Коранистика: введение. СПб., 2005. С. 137–138.

² Там же. С. 132.

Коран / пер. смыслов и коммент. И. Ю. Крачковского. 2-е изд. М.: «Наука», 1986. 727 с.

Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ.; ред. и предисл. А. Н. Баранова. М.: Едиториал УРСС, 2004. 256 с.

Резван Е. А. Введение в коранистику. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2014. 408 с.

Резван Е. А. Коран и его мир. СПб.: Петербургское востоковедение, 2001. 608 с.

Crone P. How Did the Quranic Pagans Make a Living? Bulletin of the School of Oriental and African Studies, University of London. 2005. Vol. 68. № 3. P. 387–399.

Muhammad Khyzer Bin Dost, Munir Ahmad. Statistical Profile of Holy Quran and Symmetry of Makki and Madni Surras. Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences. 2008. Vol. 1. P. 1–16.

Murray S. O. American Sociolinguistics: Theorists and Theory Groups. Amsterdam; Philadelphia: J. Benjamins, 1998. 339 p.

Torrey C. C. The Commercial-Theological Terms in the Koran. Leiden: E. J. Brill, 1892.

Orman J. Distributing mind, cognition and language: exploring the (un) common ground with integrational linguistics. Language and Cognition. 2015. Vol. 8. Issue 1. P. 142–166.

Turiel E., Neff K. Religion, Culture and Beliefs About Reality in Moral Reasoning. Imaging the Impossible: Magical, Scientific and Religious Thinking in Children / edited by Rosengren K. S., Johnson C. N., Harris P. L. Cambridge University Press, 2000. P. 269–304.

TRADE TERMINOLOGY IN THE SYSTEM OF THE QURAN'S CONCEPTUAL METAPHORS

Vladimir A. ROZOV,

Researcher at the Research Laboratory
for Analysis and Modeling of Social
Processes, Saint-Petersburg State
University. (11, Universitetskaya emb.,
St. Petersburg, 199034, Russian
Federation).

E-mail: vladirozov@yandex.ru

Abstract. Quranic metaphors describing theological ideas in commercial terms are an important source of knowledge about social and economic conditions and values existing in the Arabian society at the time of the Quran's revelation to the prophet Muhammad. A comparison of the frequency of the metaphors' appearance in the Meccan and the Medinan suras shows equal importance of commerce for the populations of both Mecca and Medina (Yathrib). The concrete use of certain metaphors and images in the Meccan and the Medinan suras depends on the content of the verses, their audiences and the specific circumstances of the Revelation.

Keywords: Qur'an, revelation, Mecca, Medina, trade in Arabia.

DOI: 10.22311/2074-1529-2016-12-3-79-88

