

البعد التداولي في خطب رسل الدعوة الإسلامية

م.م. كامل سليم حمودي

مديرية تربية كركوك

nazarkmil95@gmail.com

الملخص

يسعى هذا البحث إلى دراسة البعد التداولي في خطب رسل الدعوة الإسلامية، من خلال تحليل الآليات اللغوية والخطابية التي استخدمها الأنبياء والرسل عليهم السلام في تبليغ رسالاتهم. تركز الدراسة على فهم كيفية توظيف الأنبياء للغة كأداة فعالة لتحقيق أهدافهم الدعوية، مع الاهتمام بالسياق والمقام والمخاطب والقصد من الخطاب. يتناول البحث مفاهيم التداولية الأساسية كالأفعال الكلامية، والحجاج والإقناع، والسياق والمقام، والتفاعل بين المتكلم والمتلقي. ويطبق هذه المفاهيم على خطب الأنبياء المختلفين، خاصة نوح وإبراهيم وموسى ومحمد صلى الله عليه وسلم، ليكشف عن الاستراتيجيات الخطابية المتنوعة التي استخدموها. من خلال التحليل التفصيلي، يظهر البحث أن الخطاب النبوي يتسم بخصائص تداولية متقدمة جداً، حيث أظهر الأنبياء وعياً عميقاً بطبيعة التواصل الإنساني وآليات الإقناع والتأثير. كانوا يراعون السياق الثقافي والاجتماعي والنفسي للمخاطبين، ويكيفون خطابهم بما يناسب احتياجاتهم وقدراتهم العقلية. يخلص البحث إلى أن الخطاب النبوي يجمع بين الفصاحة اللغوية والفعالية التداولية، وأن مبادئه تبقى صالحة لكل زمان ومكان. كما يقدم البحث تطبيقات معاصرة لهذه المبادئ في الخطاب الدعوي الحديث، ويؤكد على أهمية فهم البعد التداولي للخطاب في تحسين فعالية الدعوة الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: التداولية - الخطاب النبوي - الأفعال الكلامية - الحجاج والإقناع - السياق والمقام.

The pragmatic dimension in the speeches of the messengers of the Islamic call

Assistant Teacher.Kamil Salim Hamoudi

Kirkuk Education Directorate

nazarkmil95@gmail.com

Abstract

This research aims to study the pragmatic dimension of the sermons of the messengers of Islam, by analyzing the linguistic and rhetorical mechanisms they employed in conveying their messages. The study focuses on understanding how the prophets utilized language as an effective tool to achieve their missionary goals, paying particular attention to context, situation, audience, and the intended message. The research addresses fundamental pragmatic concepts such as speech acts, argumentation, persuasion, context, situation, and the interaction between speaker and listener. It applies these concepts to the sermons of various prophets, especially Noah, Abraham, Moses, and Muhammad (peace be upon them all), to reveal the diverse rhetorical strategies they employed. Through detailed analysis, the research demonstrates that prophetic discourse is characterized by highly advanced pragmatic features. The prophets displayed a profound awareness of the nature of human communication and the mechanisms of persuasion and influence. They considered the cultural, social, and psychological context of their audiences, tailoring their discourse to suit their needs and intellectual capacities. The research concludes that prophetic discourse combines linguistic eloquence with pragmatic effectiveness, and that its principles remain valid for all times and places. The research also presents contemporary applications of these principles

in modern da'wah (Islamic propagation) discourse and emphasizes the importance of understanding the pragmatic dimension of discourse in enhancing the effectiveness of Islamic da'wah.

Keywords: Pragmatics - Prophetic Discourse - Speech Acts - Argumentation and Persuasion - Context and Situation

المقدمة:

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين، سيدنا محمد، وعلى آله وصحبه أجمعين. وبعد،

يحتل الخطاب مكانة محورية في التراث الإسلامي، فهو الأداة الأساسية لتبليغ الرسالة السماوية وهداية الناس إلى الحق. وقد تجلّى هذا الخطاب في أبهى صورته وأكملها في خطب الأنبياء والرسل عليهم السلام، التي حفل بها القرآن الكريم، وكانت نماذج فريدة في البلاغة والتأثير والإقناع. ومع تطور الدراسات اللسانية الحديثة، ظهرت مناهج جديدة لتحليل الخطاب، من أبرزها "التداولية"، التي تهتم بدراسة اللغة في سياقها الاستعمالي، وتركز على مقاصد المتكلم وكيفية فهمها من قبل المتلقي، والعوامل غير اللغوية التي تسهم في إنجاح العملية التواصلية.

تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على "البعد التداولي في خطب رسل الدعوة الإسلامية"، بهدف الكشف عن الاستراتيجيات الخطابية التي وظفها الأنبياء والرسل في دعوتهم لأقوامهم، وكيف أسهمت هذه الاستراتيجيات في تحقيق أهداف الدعوة. إن تحليل خطب الرسل من منظور تداولي لا يكشف فقط عن عبقرية الخطاب النبوي وقدرته الفائقة على الإقناع، بل يقدم أيضاً دروساً بليغة للدعاة والخطباء في عصرنا الحاضر، حول كيفية بناء خطاب دعوي مؤثر يتناسب مع سياقات العصر وتحدياته.

إن هذا البحث يهدف إلى سد فجوة في المكتبة العربية، حيث إن معظم الدراسات التي تناولت خطب الأنبياء ركزت على الجوانب البلاغية التقليدية، بينما أغفلت إلى حد كبير التحليل التداولي الحديث الذي يقدم رؤى أعمق وأشمل. ومن خلال هذا البحث، سنحاول الإجابة على عدة أسئلة محورية، منها: ما هي أبرز الأفعال الكلامية التي هيمنت على خطب الرسل؟ وما هي الاستراتيجيات الحجاجية التي استخدموها لإقناع أقوامهم؟ وكيف تفاعل الخطاب النبوي مع السياقات المختلفة للمخاطبين؟ وما هي الخصائص المشتركة والفروقات بين خطب الأنبياء المختلفين؟

أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من عدة جوانب:

أولاً: الأهمية النظرية: تسهم الدراسة في إثراء المكتبة العربية بمنظور جديد لتحليل الخطاب الديني، وتطبيق نظريات لسانية حديثة على نصوص كلاسيكية، مما يفتح آفاقاً جديدة للبحث العلمي في هذا المجال. كما أنها تسهم في تأصيل المفاهيم التداولية في السياق العربي والإسلامي، وربطها بالتراث اللغوي والبلاغي العربي القديم.

ثانياً: الأهمية العملية: تقدم الدراسة دروساً عملية للدعاة والخطباء والمربين حول كيفية بناء خطاب دعوي فعال ومؤثر. في عصر يتسم بتنوع الأصوات والرسائل، وتعدد السياقات الاجتماعية والثقافية، يصبح من الضروري فهم آليات الخطاب الناجح، والتعلم من نماذج خالدة أثبتت فعاليتها عبر القرون.

ثالثاً: الأهمية الحضارية: تسهم الدراسة في إبراز عبقرية الحضارة الإسلامية في مجال التواصل والإقناع، وتظهر أن الإسلام لم يكن متأخراً عن الحضارات الأخرى في فهم أسس التواصل الإنساني الفعال، بل كان سباقاً في تطبيق هذه الأسس بطريقة عملية ومتقنة.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. **الكشف عن الأفعال الكلامية المستخدمة في خطب الأنبياء:** تحديد أنواع الأفعال الكلامية (التقريريات، التوجيهيات، الالتزاميات، التعبيريات، الإعلانيات) التي استخدمها الأنبياء، وتحليل كيفية توظيفهم لكل نوع لتحقيق أهداف دعوية محددة.

٢. تحليل الاستراتيجيات الحجاجية: دراسة الحجج والأدلة التي قدمها الأنبياء لإقناع أقوامهم، وتصنيفها (حجج عقلية، حجج كونية، حجج تاريخية، حجج أخلاقية)، وفهم كيفية تكاملها لتحقيق الإقناع الشامل.

٣. فهم السياق والمقام: دراسة كيفية تفاعل الخطاب النبوي مع السياقات المختلفة (السياق التاريخي، السياق الاجتماعي، السياق النفسي)، وكيفية تكيف الأنبياء مع مقامات المخاطبين المختلفة.

٤. المقارنة والتحليل المقارن: إجراء مقارنة تحليلية بين خطب الأنبياء المختلفين، لإبراز الوحدة الموضوعية والمنهجية، والفروقات التي تعكس خصوصيات كل نبي وسياقه.

٥. استخلاص الدروس والتطبيقات: استخلاص دروس عملية من خطب الأنبياء يمكن تطبيقها في الخطاب الدعوي المعاصر، وتقديم توصيات للدعاة والخطباء.

منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي**، الذي يسعى إلى وصف وتحليل الظاهرة (الخطاب النبوي) وفهم خصائصها وآلياتها. وتتضمن الدراسة المراحل التالية:

١. **مرحلة الجمع والتصنيف:** جمع نصوص خطب الأنبياء من القرآن الكريم، وتصنيفها حسب النبي والموضوع.
٢. **مرحلة التحليل التداولي:** تحليل هذه النصوص باستخدام أدوات التحليل التداولي، وتحديد الأفعال الكلامية والاستراتيجيات الحجاجية والعوامل السياقية.
٣. **مرحلة المقارنة والتفسير:** مقارنة النتائج بين الأنبياء المختلفين، وتفسير الفروقات والتشابهات في ضوء السياقات المختلفة.
٤. **مرحلة الاستخلاص والتطبيق:** استخلاص الدروس والنتائج، وتقديم تطبيقات عملية للخطاب الدعوي المعاصر.

حدود الدراسة

تقتصر هذه الدراسة على:

١. **الحدود الموضوعية:** دراسة البعد التداولي في خطب الأنبياء، مع التركيز على أولي العزم من الرسل (نوح، إبراهيم، موسى، عيسى، محمد عليهم السلام)، لما لهم من دور محوري في تاريخ النبوات.
٢. **الحدود النصية:** الاعتماد على القرآن الكريم كمصدر أساسي لنصوص خطب الأنبياء، مع الإشارة إلى السنة النبوية عند الحاجة.
٣. **الحدود الزمنية:** دراسة الخطاب النبوي عبر مختلف العصور النبوية، من نوح إلى محمد عليهم السلام.

هيكل الدراسة

تنقسم هذه الدراسة إلى ثمانية فصول رئيسية:

- المبحث الأول:** يتناول أسس النظرية التداولية، ويشرح مفهومها وتطورها، ويركز على نظرية الأفعال الكلامية كأداة تحليلية أساسية.
- المبحث الثاني:** يقدم استعراضاً لخصائص الخطاب النبوي العام، ثم يستعرض نماذج من خطب أولي العزم من الرسل.
- المبحث الثالث:** يحلل البعد التداولي في خطب نوح عليه السلام، مع التركيز على الأفعال الكلامية والاستراتيجيات الحجاجية.
- المبحث الرابع:** يقدم مقارنة تحليلية بين خطب الأنبياء المختلفين، ويبرز المشترك والفروقات.

البعد التداولي في خطب رسل الدعوة الإسلامية

المبحث الأول: أسس النظرية التداولية

1.1 التداولية: المفهوم والنشأة

تُعد التداولية حقلاً حديثاً نسبياً في الدراسات اللسانية، وقد اكتسبت أهمية متزايدة في العقود الأخيرة نظراً لقدرتها على تحليل اللغة في بعدها الحيوي والواقعي. ولدراسة هذا المفهوم، لا بد من الوقوف على معناه اللغوي والاصطلاحي، وتتبع مسار نشأته وتطوره.

المعنى اللغوي للتداولية:

اشتق مصطلح "التداولية" في اللغة العربية من الجذر (د.و.ل)، الذي يفيد معنى التحول والانتقال والحركة. جاء في مقاييس اللغة لابن فارس (ت 395هـ) أن: (الدال والواو واللام أصلان: أحدهما يدل على تحول شيء من مكان إلى مكان، والآخر يدل على ضعف واسترخاء. فأما الأول فقال أهل اللغة: اندال القوم، إذا تحولوا من مكان إلى مكان، ومن هذا الباب تداول القوم الشيء بينهم: إذا صار من بعضهم إلى بعض" (ابن فارس، 1979، ص 319). فالتداول يحمل في طياته معنى التفاعل والأخذ والعطاء، وهو ما ينسجم مع جوهر العملية التواصلية التي تدرسها التداولية.

التعريفات الاصطلاحية عند الغربيين:

ظهر مصطلح (الأول مرة عام 1938م على يد الفيلسوف الأمريكي "تشارلز موريس" الذي قسم السيميائية (علم العلامات) إلى ثلاثة فروع: التركيب الذي يدرس علاقة العلامات ببعضها، والدلالة التي تدرس علاقة العلامات بما تدل عليه، والتداولية التي تدرس علاقة العلامات بمستخدميها ومفسريها (موريس، 1938) ومنذ ذلك الحين، تعددت تعريفات التداولية وتتنوع، ومن أبرزها:

- **تعريف ليفنسون:** يرى أن "التداولية هي دراسة العلاقات بين اللغة والسياق التي تكون أساسية لفهم اللغة" (ليفنسون، 1983، ص 21) ويركز هذا التعريف على الدور المحوري للسياق في تحديد المعنى.
- **تعريف يولي:** يعرفها بأنها "دراسة معنى المتكلم"، أي ما يقصده المتكلم بما يقوله، والذي قد يختلف عن المعنى الحرفي للكلام (يولي، 1996، ص 3).
- **تعريف فيرشورن:** يقدم تعريفاً شاملاً يرى فيه أن التداولية هي "منظور لدراسة اللغة، يركز على قدرة مستخدمي اللغة على الاختيار من بين الإمكانيات اللغوية المتاحة، والتفاوض على المعنى في سياق معين" (فيرشورن، 1999، ص 7).

التعريفات الاصطلاحية عند العلماء العرب:

حظي مصطلح التداولية باهتمام كبير من الباحثين العرب، الذين حاولوا تأصيله وربطه بالتراث اللغوي والبلاغي العربي. ويُعد المفكر المغربي "طه عبد الرحمن" من أوائل من استخدموا مصطلح "التداولية" في كتاباته. ومن أبرز التعريفات العربية:

- **تعريف مسعود صحراوي:** يرى أن التداولية هي "مذهب لساني يدرس علاقة النشاط اللغوي بمستخدميه وطرق وكيفيات استخدام العلامات اللغوية بنجاح، والسياقات والطبقات المقامية المختلفة التي ينجز ضمنها الخطاب" (صحراوي، 2005، ص 11).

1.2 الأفعال الكلامية:

تُعد نظرية الأفعال الكلامية حجر الزاوية في الدراسات التداولية، وقد أحدثت ثورة في فهم طبيعة اللغة، حيث نقلت التركيز من دراسة اللغة كبنية مجردة إلى دراستها كفعل وسلوك. ويعود الفضل في تأسيس هذه النظرية إلى الفيلسوف البريطاني "جون أوستين" الذي طورها لاحقاً تلميذه الفيلسوف الأمريكي "جون سيرل".

نظرية أوستين في الأفعال الكلامية:

في كتابه "كيف ننجز الأشياء بالكلمات، الذي نُشر بعد وفاته عام 1962، انتقد أوستين النظرة التقليدية للغة التي تحصر وظيفتها في وصف الواقع والحكم على الجمل بالصدق أو الكذب. وأشار إلى وجود نوع آخر من الجمل لا تصف الواقع بل تنجز أفعلاً، أطلق عليها اسم "الجمل الإنجازي" (Utterances)، مثل: "أعدك بالحضور"، "أعتذر عن التأخير"، "أعلنكما زوجاً وزوجة". ثم طور نظريته ليؤكد أن كل قول هو في حد ذاته فعل، وميز بين ثلاثة أنواع من الأفعال التي تنجز في آن واحد عند التلفظ بأي جملة (أوستين، 1962):

- ١ **الفعل اللفظي:** وهو فعل قول شيء ذي معنى، أي إنتاج أصوات وكلمات وجمل ذات دلالة معينة.
- ٢ **الفعل الإنجازي:** وهو الفعل المنجز في القول، أي القوة أو القصد الكامن وراء القول، كالوعد والتهديد والسؤال والأمر.
- ٣ **الفعل التأثيري:** وهو الأثر الذي يحدثه القول في المتلقي، كالإقناع أو التخويف أو الإحراج.

تطوير سيرل للنظرية:

جاء جون سيرل ليطور نظرية معلمه أوستين، حيث ركز بشكل أكبر على الفعل الإنجازي، معتبراً إياه الوحدة الأساسية للتواصل اللغوي. وفي كتابه "الأفعال الكلامية الصادر عام 1969، اقترح تصنيفاً للأفعال الإنجازية بناءً على "الغرض الإنجازي، وصنفها إلى خمس فئات رئيسية (سيرل، 1969):

٤ **التقريرات/الإخباريات:** وهي الأفعال التي تلزم المتكلم بصدق ما يقول، وتهدف إلى نقل معتقداته حول حالة الأشياء في الواقع، مثل: الإخبار، التأكيد، الوصف.

٥ **التوجيهيات/الأمرات:** وهي الأفعال التي يحاول بها المتكلم أن يجعل السامع يقوم بفعل ما، مثل: الأمر، الطلب، السؤال، النصيحة.

٦ **الالتزاميات/الوعديات:** وهي الأفعال التي تلزم المتكلم بالقيام بفعل مستقبلي، مثل: الوعد، التعهد، العرض.

٧ **التعبريات/الإعاريات:** وهي الأفعال التي تعبر عن حالة المتكلم النفسية تجاه موقف معين، مثل: الشكر، الاعتذار، التهنية، التعزية.

٨ **الإعلانيات/الإيقاعيات:** وهي الأفعال التي يؤدي التلفظ بها إلى إحداث تغيير في الواقع، بشرط أن يتم التلفظ بها من قبل شخص يمتلك السلطة المناسبة في سياق مناسب، مثل: إعلان الحرب، التعيين، المبحث، الحكم.

إن فهم هذه الأفعال وتصنيفاتها يعد أمراً حيوياً لتحليل خطب الرسل، حيث إن كل قول تلفظوا به كان يحمل قوة إنجازية تهدف إلى تحقيق غرض دعوي محدد، سواء كان إخباراً بحقيقة غائبة، أو أمراً باتباع الحق، أو وعداً بالثواب، أو تحذيراً من العقاب.

المبحث الثاني: خطب الأنبياء والرسل في القرآن الكريم

يُمثل القرآن الكريم المصدر الأساسي الذي حفظ لنا خطب الأنبياء والرسل وأقوالهم الدعوية. وتتميز هذه الخطب بخصائص فريدة تجعلها نماذج عليا في التواصل الإنساني والإقناع. يتناول هذا المبحث الخصائص العامة للخطاب النبوي، ثم يستعرض نماذج من خطب أولي العزم من الرسل، ويحلل الأهداف الدعوية التي سعت لتحقيقها، وطبيعة الجمهور الذي توجهت إليه.

2.1 خصائص الخطاب النبوي

على الرغم من تنوع السياقات واختلاف الأقوام، تشترك خطب الأنبياء والرسل في مجموعة من الخصائص الجوهرية التي تمثل قاسماً مشتركاً بينها، وتعكس مصدرها الإلهي الواحد. من أبرز هذه الخصائص:

- **الربانية والوضوح:** السمة الأبرز لخطب الأنبياء هي ربانيتها، فهو خطاب لا يصدر عن هوى أو مصلحة شخصية، بل هو وحي من الله وأمر بتبليغه. يقول تعالى مخاطباً نبيه محمداً صلى الله عليه وسلم: **(وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ * إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ)** (النجم، 3-4). هذه الربانية تمنح الخطاب قوة ومصداقية، وتجعله واضحاً في أهدافه، بعيداً عن الغموض والتعقيد. (عبد الصمد، 1995، ص 55).

- **الحجة والبرهان:** لم يكن خطاب الأنبياء مجرد وعظ وإرشاد، بل كان قائماً على الحجة الدامغة والبرهان العقلي. كانوا يخاطبون العقول والقلوب، ويقدمون الأدلة على صدق دعوتهم من خلال آيات الكون وأنفس البشر والتاريخ. يقول تعالى عن دعوة إبراهيم: **(وَتِلْكَ حُجَّتُنَا آتَيْنَاهَا إِبْرَاهِيمَ عَلَىٰ قَوْمِهِ)** (الأنعام، 83).

- **التكرار والتأكيد:** استخدم الأنبياء أسلوب التكرار لتثبيت المعاني الأساسية للدعوة، خاصة قضية التوحيد. فتكرار قصة نبي معين في سور مختلفة، أو تكرار عبارات مثل **(يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ)** يعكس أهمية هذه الرسالة المحورية وضرورة ترسيخها في أذهان المخاطبين. (عبد الصمد، 1995، ص 112).

- **مراعاة حال المخاطب:** كان الأنبياء أقدر الناس على فهم نفسيات أقوامهم وأحوالهم الاجتماعية والثقافية، فكانوا يخاطبون كل قوم بما يفهمون، ويستخدمون الأساليب التي تتناسب مع مستوياتهم العقلية والنفسية. وهذا من صميم المنهج التداولي الذي يرى أن نجاح التواصل يعتمد على مراعاة سياق المتلقي.

2.2 خطب الأنبياء الخمسة (أولو العزم)

خص القرآن الكريم خمسة من الرسل بلقب "أولي العزم" لصبرهم العظيم وجهادهم الكبير في سبيل الدعوة، وهم: نوح، وإبراهيم، وموسى، وعيسى، ومحمد، عليهم جميعاً الصلاة والسلام. وفيما يلي استعراض موجز لملامح الخطاب الدعوي لكل منهم:

- **خطاب نوح عليه السلام:** يمثل خطاب نوح نموذجاً للدعوة الصابرة والمثابرة. استمر في دعوة قومه ألف سنة إلا خمسين عاماً، واستخدم في ذلك كل الأساليب الممكنة، سراً وجهاً، ليلاً ونهاراً. تميز خطابه بالشفقة على قومه والتحذير الشديد من عاقبة الكفر، مع تقديم براهين على قدرة الله من خلال الخلق. قال تعالى على لسانه: **(قَالَ رَبِّ إِنِّي دَعَوْتُ قَوْمِي لَيْلًا وَنَهَارًا * فَلَمْ يَزِدْهُمْ دُعَائِي إِلَّا فِرَارًا)** (نوح 5-6).
- **خطاب إبراهيم عليه السلام:** تميز خطاب أبي الأنبياء إبراهيم بقوة الحجة العقلية والمنطقية. ناظر أباه وقومه في عبادة الأصنام، وحاج الملك النمرود، وأظهر لهم بطلان معتقداتهم بالحوار والبرهان. استخدم أسلوب الاستفهام الإنكاري والتهكمي ليكشف لهم عن تفاهة ما يعبدون. من أشهر أقواله في محاجة قومه: **(قَالَ أَتَعْبُدُونَ مَا تَحْنَتُونَ * وَاللَّهُ خَلَقَكُمْ وَمَا تَعْمَلُونَ)** (الصافات 95-96).
- **خطاب موسى عليه السلام:** كان خطاب موسى خطاب قوة وتحدي في مواجهة أعظم طغاة الأرض، فرعون. اقترن خطابه بالمعجزات الباهرة (العصا واليد البيضاء) لتكون برهاناً مادياً على صدق رسالته. تميز خطابه بالوضوح والمباشرة في الطلب: **(فَأْتِيَاهُ فَقُولَا إِنَّا رَسُولَا رَبِّكَ فَأَرْسِلْ مَعَنَا بَنِي إِسْرَائِيلَ وَلَا تُعَذِّبْهُمْ)** (طه 47). كما تميز خطابه بالصبر على بني إسرائيل وتذكيرهم بنعم الله.
- **خطاب عيسى عليه السلام:** اتسم خطاب عيسى بالروحانية والتركيز على الجانب الأخلاقي والقلبي. جاء مصداقاً لما بين يديه من التوراة، ومكملاً للرسالة. تميز خطابه باللين والرحمة، واستخدام الأمثال لتقريب المعاني. قال لقومه: **(وَمُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيَّ مِنَ التَّوْرَةِ وَلَأَجَلْ لَكُمْ بَعْضَ الَّذِي حُرِّمَ عَلَيْكُمْ وَجَنَّتُمْ بَأْيَةً مِّن رَّبِّكُمْ فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا)** (آل عمران 50).
- **خطاب محمد صلى الله عليه وسلم:** هو الخطاب الخاتم والجامع، الذي ورث خصائص خطابات الأنبياء قبله وزاد عليها. تميز بالشمول والكمال، فخطب البشرية جمعاء في كل زمان ومكان. تنوعت أساليبه لتشمل الحجة العقلية، والموعظة الحسنة، والقصص، والأمثال، والترغيب والترهيب. خطبة حجة الوداع تُعد نموذجاً متكاملًا لخطابه الجامع الذي أرسى قواعد الدين وحقوق الإنسان.

2.3 الأهداف الدعوية في خطب الرسل

رغم اختلاف الأزمان والأقوام، توحدت خطب الرسل حول مجموعة من الأهداف السامية التي شكلت جوهر رسالاتهم:

١. **إفراد الله بالعبادة (التوحيد):** هذا هو الهدف الأسمى والمحور الأساسي لجميع الرسالات. كل نبي بدأ دعوته بدعوة قومه إلى عبادة الله وحده وترك عبادة ما سواه. (عبد الصمد، 1995، ص 78).
٢. **تزكية النفوس وتطهيرها:** سعت خطب الرسل إلى تربية الإنسان على مكارم الأخلاق، وتطهير النفس من رذائل الشرك والكبر والحسد والظلم.
٣. **إقامة العدل في الأرض:** كانت الدعوة إلى العدل ومحاربة الظلم هدفاً رئيسياً، فالعدل أساس استقرار المجتمعات وصلاحها.
٤. **التحذير من يوم القيامة:** شكل الإيمان باليوم الآخر والتحذير من أهواله وعذابه، والتبشير بنعيم الجنة، ركناً أساسياً في خطاب الأنبياء لردع الناس عن المعاصي وحثهم على الطاعات.

أولاً: البعد التداولي في خطب نوح عليه السلام

تُعد قصة نوح عليه السلام ودعوته لقومه من أبرز القصص التي عرضها القرآن الكريم، لما فيها من دروس وعبر حول الصبر والمثابرة في الدعوة إلى الله، وطبيعة الحوار بين الحق والباطل. ويقدم تحليل خطاب نوح من منظور تداولي رؤى عميقة حول الاستراتيجيات التواصلية التي استخدمها في دعوته التي امتدت لقرون.

3.1 السياق التاريخي والاجتماعي

جاءت دعوة نوح عليه السلام في فترة زمنية ساد فيها الشرك وعبادة الأصنام لأول مرة في تاريخ البشرية بعد آدم عليه السلام. كان قومه يعبدون رجالاً صالحين قد ماتوا (ود، وسواع، ويغوث، ويعوق، ونسر)

وصنعوا لهم تماثيل ليتذكروهم، ثم تحول هذا التعظيم مع مرور الأجيال إلى عبادة مباشرة. قال تعالى: ﴿وَقَالُوا لَا تَذَرُنَّ آلِهَتَكُمْ وَلَا تَذَرُنَّ وَدًّا وَلَا سُوَاعًا وَلَا يَغُوثَ وَيَعُوقَ وَنَسْرًا﴾ (نوح: 23). في هذا السياق الاجتماعي والديني المنحرف، بعث الله نوحاً ليردهم إلى التوحيد. وقد اتسم قومه بالعناد الشديد والإصرار على الكفر، والاستكبار عن قبول الحق، وهو ما شكل تحدياً هائلاً لنوح عليه السلام، وجعل دعوته تمتد لتسعمائة وخمسين عاماً، كما ذكر القرآن: ﴿وَلَقَدْ أَرْسَلْنَا نُوحًا إِلَى قَوْمِهِ فَلَبِثَ فِيهِمْ أَلْفَ سَنَةٍ إِلَّا خَمْسِينَ عَامًا﴾ (العنكبوت: 14).

3.2 الأفعال الكلامية في خطب نوح

تنوعت الأفعال الكلامية في خطاب نوح عليه السلام لتشمل مختلف الأصناف التي حددها سيرل، مما يعكس مرونة خطابه وتكيفه مع مقتضيات الموقف الدعوي. ومن أبرز هذه الأفعال:

- **التقريرات/الإخباريات:** استخدم نوح هذا النوع من الأفعال ليخبر قومه بحقائق أساسية تتعلق برسالته وعلاقتهم بالله. ومن ذلك قوله: ﴿إِنِّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ﴾ (الشعراء: 107). هذا الفعل الخبري لا يهدف فقط إلى نقل معلومة، بل يحمل قوة إنجازية تتمثل في إقامة الحجة عليهم بأنه مرسل من الله ويتصف بالأمانة. وكذلك قوله: ﴿إِنِّي لَكُمْ نَذِيرٌ مُبِينٌ﴾ (هود: 25)، وهو فعل إخباري يحدد وظيفته الأساسية وهي الإنذار الواضح.

- **التوجيهيات/الأمريات:** شكلت الأفعال التوجيهية عصب دعوة نوح، حيث كان يوجه قومه بشكل مباشر إلى ما فيه صلاحهم. وأبرز فعل توجيهي هو الأمر بعبادة الله: ﴿أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاتَّقُوهُ وَأَطِيعُوا﴾ (نوح: 3). هذا الأمر المباشر هو جوهر دعوته. كما استخدم فعل الطلب في دعائه لربه: ﴿رَبِّ اغْفِرْ لِي وَلِوَالِدَيَّ﴾ (نوح: 28)، واستخدم الاستفهام الذي يحمل معنى الطلب والتوجيه: ﴿مَا لَكُمْ لَا تَرْجُونَ لِلَّهِ وَقَارًا﴾ (نوح: 13).

- **الالتزاميات/الوعديات:** تتجلى هذه الأفعال في الوعود التي ينقلها نوح عن الله لقومه إن هم آمنوا. قال: ﴿يُرْسِلُ السَّمَاءَ عَلَيْكُمْ مِدْرَارًا * وَيُمْدِدْكُمْ بِأَمْوَالٍ وَبَنِينَ وَيَجْعَلْ لَكُمْ جَنَّاتٍ وَيَجْعَلْ لَكُمْ أَنْهَارًا﴾ (نوح: 11). (12) هذا الفعل الوعدي يربط بين الاستجابة للدعوة (الاستغفار) وبين تحقيق مصالح دنيوية مباشرة لهم، وهو أسلوب فعال في الترغيب.

- **التعبيريات/الإعرابيات:** عبر نوح عن حالته النفسية وشكواه إلى الله من عناد قومه، وهو ما يندرج ضمن الأفعال التعبيرية. بقوله: ﴿قَالَ رَبِّ إِنَّ قَوْمِي كَذَّبُونِ﴾ (الشعراء: 117)، وقوله: ﴿رَبِّ إِنَّهُمْ عَصَوْنِي وَاتَّبَعُوا مَنْ لَمْ يَزِدْهُ مَالَهُ وَوَلَدَهُ إِلَّا خُسَارًا﴾ (نوح: 21). هذه الأفعال تعبر عن الأسى وخيبة الأمل من استجابة قومه.

3.3 استراتيجيات الحجاج في دعوة نوح

لم تكن دعوة نوح مجرد أوامر ونواهٍ، بل كانت خطاباً حجاجياً متكاملًا يهدف إلى إقناع قومه بصحة دعوته وبتلان معتقداتهم. ومن أبرز استراتيجياته الحجاجية:

- **الحجاج بالخلق والآيات الكونية:** لجأ نوح إلى تذكير قومه بمراحل خلق الإنسان والآيات الكونية العظيمة كدليل على قدرة الله ووحدانيته واستحقاقه للعبادة. قال: ﴿مَا لَكُمْ لَا تَرْجُونَ لِلَّهِ وَقَارًا * وَقَدْ خَلَقَكُمْ أَطْوَارًا * أَلَمْ تَرَوْا كَيْفَ خَلَقَ اللَّهُ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ طِبَاقًا * وَجَعَلَ الْقَمَرَ فِيهِنَّ نُورًا وَجَعَلَ الشَّمْسَ سِرَاجًا﴾ (نوح: 13-16). هذه الحجة تنقلهم من المشاهد المألوفة لديهم إلى الاستدلال على الخالق العظيم. (درع، 2021، ص 15).

- **الحجاج بالترغيب والترهيب:** استخدم نوح استراتيجية مزدوجة تقوم على الترغيب في الثواب الدنيوي والأخروي، والترهيب من العقاب في الدنيا والآخرة. فالوعد بالأمطار والأموال والبنين (نوح: 11-12) يمثل حجة ترغيبية قوية، بينما التحذير من العذاب الأليم: ﴿إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ أَلِيمٍ﴾ (هود: 26) يمثل حجة ترهيبية تهدف إلى ردعهم عن الكفر.

- **الحجاج بالسلطة:** ستنند نوح في دعوته إلى سلطة المصدر الإلهي. فكونه "رسول أمين" و"نذير مبين" هي حجة سلطة تؤكد أن ما يقوله ليس من عنده، بل هو رسالة من رب العالمين الذي يملك السلطة المطلقة في الخلق والأمر. (صحراوي، 2005، ص 98).

3.4 السياق والمقام في خطب نوح

تتجلى عبقرية خطاب نوح التداولية في قدرته على تكيف خطابه مع مختلف السياقات والمقامات. لقد أدرك أن مقام الدعوة يتطلب تنويع الأساليب، فلم يكتف بطريقة واحدة. وقد لخص هو نفسه هذا المنهج في قوله: **(قَالَ رَبِّ إِنِّي دَعَوْتُ قَوْمِي لَيْلًا وَنَهَارًا... ثُمَّ إِنِّي دَعَوْتُهُمْ جَهَارًا * ثُمَّ إِنِّي أَعْلَنْتُ لَهُمْ وَأَسْرَرْتُ لَهُمْ إِسْرَارًا)** (نوح: 5)، (8-9) هذا التنويع بين الدعوة في السر والعلن، في الليل والنهار، يعكس فهماً عميقاً للسياق النفسي والاجتماعي للمخاطبين، فبعضهم قد يستجيب في السر خشية من الملام، وبعضهم يحتاج إلى الدعوة الجماعية العلنية. إن هذا التكيف المستمر على مدار 950 عاماً يمثل أروع مثال على البعد التداولي العملي في تاريخ الدعوة.

ثانياً: البعد التداولي في خطب إبراهيم عليه السلام

يُعد إبراهيم الخليل، عليه السلام، نموذجاً فريداً في تاريخ الدعوة، وقد أثنى الله عليه في القرآن الكريم ثناءً عظيماً، وجعله "أمة" وحده. يتميز خطابه الدعوي بقوة المنطق، وسطوع الحجة، والقدرة الفائقة على الحوار والمناظرة. إن تحليل خطابه من منظور تداولي يكشف عن استراتيجيات إقناعية متقدمة، وتكيف مذهل مع مقامات الحوار المختلفة.

4.1 السياق التاريخي والحضاري

نشأ إبراهيم عليه السلام في بيئة حضارية متقدمة في بلاد ما بين النهرين (العراق القديم)، لكنها كانت غارقة في الشرك وعبادة الكواكب والأصنام. كان والده أزر نفسه من صانعي الأصنام وبائعيها، مما وضع إبراهيم في مواجهة مباشرة مع أقرب الناس إليه. انتقل إبراهيم في دعوته عبر مراحل وأماكن متعددة، من أور الكلدانيين إلى حران، ثم إلى فلسطين ومصر، وفي كل مرحلة كان له خطاب دعوي يتناسب مع السياق الجديد الذي يواجهه، سواء في حوار مع أبيه وقومه، أو مناظرته للملك النمرود، أو دعائه وابتهاله إلى ربه. هذا التنوع في السياقات أغنى خطابه وجعله حافلاً بالاستراتيجيات التداولية المتنوعة.

4.2 الأفعال الكلامية في خطب إبراهيم

استخدم إبراهيم عليه السلام طيفاً واسعاً من الأفعال الكلامية التي عكست طبيعة المواقف الحوارية التي خاضها، والتي غلب عليها طابع المناظرة والحجاج العقلي.

- **التقريريات/الإخباريات**: استخدم إبراهيم الأفعال الإخبارية لتقرير حقائق التوحيد الأساسية وتأكيد بها. ومن ذلك قوله في تعريفه لربه: **(الَّذِي خَلَقَنِي فَهُوَ يَهْدِين * وَالَّذِي هُوَ يُطْعِمُنِي وَيَسْقِين * وَإِذَا مَرِضْتُ فَهُوَ يَشْفِين)** (الشعراء: 78-80). هذه السلسلة من الأفعال الإخبارية لا تهدف فقط لوصف الله، بل هي فعل إنجازي يهدف إلى إثبات استحقال الله وحده للعبادة، من خلال تعداد أفعاله التي لا يشاركه فيها أحد.
- **التوجيهيات/الأمريات**: كان الاستفهام هو أبرز الأفعال التوجيهية في خطاب إبراهيم، لكنه لم يكن استفهاماً حقيقياً يطلب معلومة، بل كان استفهاماً إنكارياً استنكارياً يهدف إلى توجيه العقول للتفكير وتحطيم المسلمات الباطلة. ومن ذلك قوله لأبيه: **(يَا أَبَتِ لِمَ تَعْبُدُ مَا لَا يَسْمَعُ وَلَا يُبْصَرُ وَلَا يُغْنِي عَنْكَ شَيْئًا)** (مريم: 42). هذا السؤال هو في حقيقته حجة كاملة، وفعل توجيهي يدعو أباه إلى ترك عبادة الأصنام. وكذلك قوله لقومه: **(أَتَعْبُدُونَ مَا تَحْنَثُونَ)** (الصافات: 95)، وقوله للملك: **(قَالَ إِبْرَاهِيمُ فَإِنَّ اللَّهَ يَأْتِي بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ)** (البقرة: 258)، وهو فعل أمر تعجيزي يكشف عجز الملك ويفحم حجته.
- **الالتزاميات/الوعديات**: ظهرت الأفعال الالتزامية في دعاء إبراهيم وتعهده لربه، وكذلك في وعده. من ذلك دعاؤه الذي هو التزام بالتوحيد: **(وَاجْتَنِبْنِي وَبَنِيَّ أَنْ نَعْبُدَ الْأَصْنَامَ)** (إبراهيم: 35). كما يظهر في وعده لأبيه بالاستغفار له (قبل أن يتبين له أنه عدو لله): **(قَالَ سَلَامٌ عَلَيْكَ سَأَسْتَغْفِرُ لَكَ رَبِّي)** (مريم: 47).
- **التعبيريات/الإعرايبات**: تجلت الأفعال التعبيرية في ابتهالات إبراهيم ودعائه الذي يعكس حالته النفسية من الشكر والافتقار إلى الله. قوله: **(الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي وَهَبَ لِي عَلَى الْكِبَرِ إِسْمَاعِيلَ وَإِسْحَاقَ)** (إبراهيم: 39). هو فعل شكر. ودعاؤه: **(رَبِّ اجْعَلْنِي مُقِيمَ الصَّلَاةِ وَمِنْ ذُرِّيَّتِي)** (إبراهيم: 40). يعبر عن رغبته وحاجته إلى عون الله.

4.3 استراتيجيات الحجاج في دعوة إبراهيم

يُعد خطاب إبراهيم مدرسة في فن الحجاج والإقناع العقلي، وقد استخدم استراتيجيات متنوعة ومتكاملة لهدم الشرك وبناء التوحيد.

• **الحجاج بالانتقال من الخاص إلى العام (الاستقراء):** في حوارهِ مع قومه حول عبادة الكواكب، استخدم إبراهيم استراتيجية حجاجية ذكية، حيث جارى خصمه ظاهرياً لينقضه من الداخل. فلما رأى كوكباً قال "هذا ربي"، فلما أفل قال "لا أحب الأفلين". ثم فعل المثل مع القمر والشمس. وفي كل مرة كان ينتقل من حجة جزئية (أقول الكوكب) إلى نتيجة عامة (نفي الألوهية عن كل ما هو متغير وزائل)، ليصل في النهاية إلى الحقيقة الكلية: **(إِنِّي وَجَّهْتُ وَجْهِيَ لِلَّذِي فَطَرَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ حَنِيفًا) (الأنعام. 79: (درع، 2021، ص 22).**

• **الحجاج بالبرهان العملي:** لم يكتف إبراهيم بالحجاج النظري، بل لجأ إلى البرهان العملي الذي يكشف تناقض معتقدات قومه. وذلك حين حطم الأصنام كلها إلا كبيرها، فلما سأله: **(أَأَنْتَ فَعَلْتَ هَذَا بِأَلِهَتِنَا يَا إِبْرَاهِيمَ؟)**، أجابه إجابة حجاجية وليس إخبارية: **(قَالَ بَلْ فَعَلَهُ كَبِيرُهُمْ هَذَا فَاسْأَلُوهُمْ إِنْ كَانُوا يَنْطِقُونَ) (الأنبياء. 62-63:** هذه الإجابة وضعتهم في مأزق، فهم يعلمون أنها لا تنطق، وبالتالي لا يمكن أن تكون آلهة. لقد قادهم إلى التسليم ببطلان معتقدتهم بأنفسهم: **(فَرَجَعُوا إِلَى أَنْفُسِهِمْ فَقَالُوا إِنَّكُمْ أَنْتُمُ الظَّالِمُونَ) (الأنبياء 64:).**

• **الحجاج بالزام الخصم:** في مناظرته مع النمرود، الذي ادعى الألوهية بقوله "أنا أحيي وأميت"، لم يدخل معه إبراهيم في جدل فلسفي حول معنى الحياة والموت، بل انتقل مباشرة إلى حجة تقحم الخصم وتلزمه بما لا يستطيع دفعه. قال: **(فَإِنَّ اللَّهَ يَأْتِي بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ)**. هذه الحجة مبنية على فعل لا يقدر عليه إلا الإله الحق، وهو ما أدى إلى نتيجة فورية: **(فَبُهِتَ الَّذِي كَفَرَ) (البقرة: 258) (صحراوي، 2005، ص 115).**

4.4 الحوار والتفاعل مع المخاطبين

كان خطاب إبراهيم حوارياً بامتياز. لقد أدار حوارات متعددة مع أطراف مختلفة، وفي كل حوار كان يستخدم استراتيجية تداولية تتناسب مع مقام المخاطب وعلاقته به.

• **حواره مع أبيه:** اتسم خطابه مع أبيه باللين والرفق والأدب الجم، على الرغم من كفر أبيه وتهديده له. استخدم نداء التحبيب **(يَا أَبَتِ)** مكرراً أربع مرات، وقدم حججه في صورة نصيحة المحب المشفق، وعرض المخاطر التي تنتظر أباه **(إِنِّي أَخَافُ أَنْ يَمَسَّكَ عَذَابٌ مِنَ الرَّحْمَنِ)** (مريم. 45): هذا الأسلوب يعكس فهماً عميقاً لمقام الحوار مع الوالدين.

• **حواره مع قومه:** غلب على حوارهِ مع قومه طابع الحجاج العقلي والمنطقي، واستخدام الأسئلة الاستنكارية التي تهز قناعاتهم، وتقديم البراهين العملية التي تظهر لهم فساد معتقداتهم.

• **حواره مع الملك:** كان حوارهِ مع النمرود حواراً يتسم بالتحدي والقوة والثقة المطلقة بالله، واستخدام الحجة المفحمة التي تقطع الطريق على الخصم وتكشف عجزه أمام الملأ. إن هذا التنوع في أساليب الحوار يعكس وعياً تداولياً فائقاً لدى إبراهيم عليه السلام، وقدرة على اختيار الفعل الكلامي والاستراتيجية الحجاجية الأنسب لكل سياق ومقام.

ثالثاً: البعد التداولي في خطب موسى عليه السلام

تُعد قصة موسى عليه السلام من أكثر قصص الأنبياء وروداً وتفصيلاً في القرآن الكريم، وذلك لما تحمله من مواجهات كبرى بين الحق والباطل، ولما فيها من دروس عظيمة في القيادة والصبر والتعامل مع مختلف أنواع المخاطبين، من الطاغية المتجبر (فرعون) إلى القوم المتقليبين (بنو إسرائيل). يمثل خطاب موسى عليه السلام مادة ثرية للتحليل التداولي، حيث يكشف عن استراتيجيات خطابية متنوعة ومعقدة، تكيفت مع سياقات سياسية واجتماعية بالغة الصعوبة.

5.1 السياق التاريخي والسياسي

بُعِثَ موسى عليه السلام في سياق سياسي واجتماعي شديد القهر والاستبداد. كان بنو إسرائيل يعيشون في مصر تحت وطأة ظلم فرعون، الذي وصل به الطغيان إلى ادعاء الربوبية: **(فَقَالَ أَنَا رَبُّكُمُ الْأَعْلَى) (النازعات. 24:** وكان يمارس عليهم أبشع أنواع الاضطهاد، فيستحيي نساءهم ويذبح أبناءهم. في هذا الجو من الخوف والظلم، جاءت رسالة موسى لتكون رسالة تحرير مزدوجة: تحرير العقول والقلوب من عبادة فرعون إلى عبادة الله، وتحرير الأبدان من ظلم فرعون واستعباده. هذا السياق السياسي المتأزم فرض على

خطاب موسى أن يكون خطاب مواجهة وتحدي، وفي نفس الوقت خطاب تربية وصبر مع قومه الذين تأثروا ببيئة العبودية الطويلة.

5.2 الأفعال الكلامية في خطب موسى

تنوعت الأفعال الكلامية في خطاب موسى لتناسب المقامين المختلفين الذين واجههما: مقام المواجهة مع فرعون وملئه، ومقام التربية والتوجيه مع بني إسرائيل.

- **التقريرات/الإخباريات:** في مواجهة فرعون، استخدم موسى الأفعال الإخبارية لتقرير الحقائق الأساسية التي تقوض ادعاءات فرعون. قوله: **(قَالَ فَمَنْ رَبُّكُمَا يَا مُوسَى * قَالَ رَبُّنَا الَّذِي أَعْطَى كُلَّ شَيْءٍ خَلْقَهُ ثُمَّ هَدَى)** (طه). (49-50): هذه الإجابة هي فعل إخباري يعرف بالرب الحق، وفي الوقت نفسه هي حجة تدمر ربوبية فرعون الزائفة. ومع بني إسرائيل، استخدم الأفعال الإخبارية لتذكيرهم بنعم الله: **(وَأَذِّنْ لِقَوْمِكَ أَنَّكَ أَنْتَ الْوَحِيدُ الَّذِي تَدْعُهُمْ إِلَى الْإِسْلَامِ وَالْإِسْلَامُ لِلَّهِ وَحْدَهُ)** (البقرة 49).

- **التوجيهات/الأمرات:** كانت الأفعال التوجيهية حاسمة في خطابه. أمام فرعون، جاء الأمر مباشراً وقوياً: **(فَأَرْسِلْ مَعًا بَنِي إِسْرَائِيلَ وَلَا تَعَذِّبْهُمْ)** (طه). (47): هذا الأمر ليس مجرد طلب، بل هو إعلان تحدٍ لسلطة فرعون. ومع بني إسرائيل، تنوعت الأوامر بين التوجيهات العبادية **(وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ)** (البقرة 43)، والتوجيهات السلوكية **(أَذْهَبْ أَنْتَ وَأَخُوكَ بِآيَاتِي وَلَا تَنِيَا فِي ذِكْرِي)** (طه). (42): كما استخدم الاستفهام التوجيهي لتوبيخهم على انحرافهم: **(قَالَ أَتَسْتَبْدِلُونَ الَّذِي هُوَ أَدْنَى بِالَّذِي هُوَ خَيْرٌ)** (البقرة 61).
- **الالتزاميات/الوعديات:** تمثلت في نقل وعود الله بالنصر والتمكين للمؤمنين، والوعيد بالعذاب للكافرين. قوله لقومه: **(قَالَ عَسَىٰ رَبُّكُمْ أَنْ يُهْلِكَ عُدُوَّكُمْ وَيَسْتَخْلِفَكُمْ فِي الْأَرْضِ)** (الأعراف 129): هو فعل وعدي يهدف إلى تثبيتهم ورفع معنوياتهم. وفي المقابل، تهديده لفرعون هو وعد إلهي بالعقاب.

- **التعبيريات/الإعرابيات:** ظهرت هذه الأفعال في مناجاة موسى لربه، معبراً عن ضعفه وحاجته، وشكواه من قومه. قوله: **(قَالَ رَبِّ إِنِّي أَخَافُ أَنْ يُكَذِّبُون * وَيَضِيقُ صَدْرِي وَلَا يَنْطَلِقُ لِسَانِي)** (الشعراء: 12-13) هو فعل تعبيري عن الخوف. وقوله: **(رَبِّ إِنِّي لَا أَمْلِكُ إِلَّا نَفْسِي وَأَخِي فَافْرِقْ بَيْنَنَا وَبَيْنَ الْقَوْمِ الْفَاسِقِينَ)** (المائدة 25): هو تعبير عن اليأس من استجابة قومه.

5.3 استراتيجيات الحجاج في دعوة موسى

اعتمد خطاب موسى على استراتيجيات حجاجية قوية، جمعت بين البرهان المادي المتمثل في المعجزات، والحجاج العقلي.

- **الحجاج بالمعجزة:** كانت المعجزات الحسية (العصا التي تتقلب حية، واليد التي تخرج بيضاء) هي الحجة الأقوى في مواجهة فرعون والسحرة. هذه الحجة لا تترك مجالاً للشك، وقد كانت فعالة لدرجة أن السحرة أنفسهم، وهم أهل الصنعة، أدركوا أنها ليست سحراً بل هي قوة إلهية، فأمنوا فوراً: **(فَأَلْقَى السَّحَرَةُ سُجَّدًا قَالُوا آمَنَّا بِرَبِّ هَارُونَ وَمُوسَى)** (طه). (70): هذا البرهان المادي كان ضرورياً في سياق حضارة مادية تقدس الظواهر الحسية.

- **الحجاج التاريخي:** استخدم موسى التاريخ كحجة لتذكير فرعون بمصير الأمم السابقة التي كذبت بالرسول. عندما سأله فرعون: **(قَالَ فَمَا بَالُ الْقُرُونِ الْأُولَى)**، أجابه موسى إجابة تحيل الأمر إلى علم الله المطلق: **(قَالَ عَلِمَهَا عِنْدَ رَبِّي فِي كِتَابٍ لَا يَضِلُّ رَبِّي وَلَا يَنسَى)** (طه). (51-52): هذه الإجابة تقطع الجدل، وتؤكد على أن سنن الله في إهلاك المكذبين ماضية. (درع، 2021، ص 25).

- **الحجاج بالقيم الأخلاقية:** في حوار مع فرعون، استند موسى إلى حجة أخلاقية عندما ذكره فرعون بقتله للرجل القبطي. اعترف موسى بفعله **(فَعَلْتُهَا إِذَا وَأَنَا مِنَ الضَّالِّينَ)**، لكنه ربطها مباشرة بظلم فرعون الذي كان سبباً في وجوده في هذا الموقف، ثم ذكره بنعمة تربيته له والتي لا يمكن أن تكون مبرراً لاستعباد قومه: **(وَتِلْكَ نِعْمَةٌ تَمُنُّهَا عَلَيَّ أَنْ عَبَّدْتُ بَنِي إِسْرَائِيلَ)** (الشعراء). (20-22): إنه يقلب الحجة على خصمه، ويستخدمها لإدانتها أخلاقياً.

5.4 الخطاب مع فرعون والملأ

كان الخطاب الموجه لفرعون وملئه خطاباً تداولياً محسوباً بدقة. بدأ باللين بأمر من الله: **(أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى * فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لِّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى)** (طه). (43-44): هذا القول اللين في البداية يهدف إلى قطع الحجة على فرعون، وإظهاره بمظهر المتعنت الرافض للحق رغم نصحه باللين. وعندما لم ينفذ اللين،

تدرج الخطاب إلى التحدي والمواجهة بالحجج الدامغة والمعجزات الباهرة. إن هذا التدرج من اللين إلى الشدة هو استراتيجية تداولية تهدف إلى تحقيق أقصى تأثير ممكن في المتلقي، وتراعي مقتضيات المقام المتغيرة.

أما خطابه مع بني إسرائيل، فكان خطاب المربي الصبور الذي يجمع بين التذكير بنعم الله، والتحذير من عواقب المعصية، والتوجيه المستمر، والصبر على تمردهم وجدالهم. هذا التنوع يعكس الدور المزدوج الذي قام به موسى كرسول ومواجه للطغيان، وكقائد ومربٍ لأمة أخرجها من العبودية إلى الحرية.

رابعاً: البعد التداولي في خطب محمد صلى الله عليه وسلم

يمثل خطاب النبي محمد صلى الله عليه وسلم خاتمة الرسائل السماوية وذروتها. وهو خطاب يتميز بالشمول والكمال، حيث جمع خصائص الخطاب النبوي لمن سبقوه من الأنبياء، وزاد عليها بما يتناسب مع عالمية رسالته وخلودها. إن تحليل خطابه الشريف من منظور تداولي يكشف عن عبقرية تواصلية فذة، وقدرة استثنائية على مخاطبة كافة فئات البشر في مختلف الظروف والمقامات، مما يجعله نموذجاً أسمى للخطاب الدعوي المؤثر.

6.1 السياق التاريخي والاجتماعي

جاءت بعثة النبي محمد صلى الله عليه وسلم في سياق تاريخي واجتماعي معقد. كانت شبه الجزيرة العربية تعيش في جاهلية سياسية ودينية واجتماعية، تسودها العصبية القبلية، وعبادة الأصنام، والظلم الاجتماعي. مرت الدعوة الإسلامية بمرحلتين رئيسيتين، لكل منهما سياقها الخاص الذي أثر في طبيعة الخطاب النبوي: ١. المرحلة المكية (13 سنة): كان السياق في مكة هو سياق استضعاف ومواجهة مع مجتمع مشرك يرفض الدعوة الجديدة ويعاديها. لذلك، ركز الخطاب المكي بشكل أساسي على ترسيخ أصول العقيدة (التوحيد، النبوة، البعث)، ومقارعة الشرك بالحجج العقلية والكونية، وتثبيت المؤمنين القلائل على الحق بالصبر واليقين.

٢. المرحلة المدنية (10 سنوات): بعد الهجرة إلى المدينة، تغير السياق بشكل جذري. أصبح للمسلمين دولة وكيان سياسي، وتشكل مجتمع جديد يضم المهاجرين والأنصار، بالإضافة إلى وجود اليهود والمنافقين. في هذا السياق، تطور الخطاب النبوي ليشمل، بالإضافة إلى العقيدة، جوانب التشريع (العبادات، المعاملات، الحدود)، وتنظيم المجتمع، وإدارة الدولة، والجهد في سبيل الله، والتعامل مع الفئات المختلفة داخل المجتمع المدني.

هذا التطور في السياق من مكة إلى المدينة انعكس بشكل واضح على الأفعال الكلامية والاستراتيجيات الحجاجية في الخطاب النبوي، مما يدل على وعي تداولي عميق بمقتضيات كل مقام.

6.2 الأفعال الكلامية في خطب الرسول

استوعب خطاب النبي صلى الله عليه وسلم جميع أنواع الأفعال الكلامية ووظفها بأبلغ صورة لتحقيق مقاصد الدعوة والتربية والتشريع.

• **التقريرات/الإخباريات (Representatives):** استخدمها النبي صلى الله عليه وسلم لتقرير حقائق الوحي والعقيدة، والإخبار عن الغيبيات وأحداث المستقبل، ووصف أحوال الأمم السابقة. خطبه كانت مليئة بالأخبار الصادقة التي تهدف إلى بناء تصور صحيح عن الله والكون والإنسان. ومن ذلك قوله في خطبة حجة الوداع: "أيها الناس، إن دماءكم وأموالكم حرام عليكم إلى أن تلقوا ربكم، كحرمة يومكم هذا، في شهركم هذا، في بلدكم هذا". هذا ليس مجرد إخبار، بل هو إعلان وتأسيس لمبدأ إنساني عظيم. (تداولية أفعال الكلام في البنى الخبرية في الخطب النبوية).

• **التوجيهيات/الأمرات (Directives):** هيمنت الأفعال التوجيهية على خطابه، خاصة في المرحلة المدنية، حيث كانت الحاجة ماسة إلى التشريع والتوجيه. تنوعت هذه الأفعال بين الأمر المباشر "صلوا كما رأيتموني أصلي"، والنهي "لا تحاسدوا، ولا تتاجشوا، ولا تباغضوا"، والنصيحة "اتق الله حيثما كنتم"، والاستفهام التوجيهي "أتدرون من المفلس؟".

• **الالتزاميات/الوعديات (Commissives):** تجلت في الوعود التي كان يبشر بها المؤمنين بالنصر والتمكين والجنة، وهي وعود إلهية ينقلها لهم. قوله: "والله ليطمن الله هذا الأمر حتى يسير الراكب من

صنعاء إلى حضرموت لا يخاف إلا الله والذنب على غنمه" هو فعل وعدي يبعث الأمل ويزرع الثقة في نفوس أصحابه في أحلك الظروف.

• **التعابيريات/الإعرايات (Expressives):** كان صلى الله عليه وسلم يعبر عن مشاعره الإنسانية بصدق، فيظهر حبه ورحمته وشفقته، وغضبه لله. بقوله عن أسامة بن زيد: "والله إن كان لخليقاً للإمارة، وإن كان لمن أحب الناس إليّ" هو فعل تعبري عن الحب. وقوله عندما رأى بعض أصحابه يختصمون في القدر: "أبهذا أمرتم؟ أم بهذا أرسلت إليكم؟ إنما هلك من كان قبلكم حين تنازعوا في هذا الأمر" يعبر عن غضبه وإنكاره الشديد.

• **الإعلانيات/الإيقاعات (Declarations):** بحكم كونه نبياً ورئيساً للدولة، كانت لخطبه قوة إعلانية تغير الواقع. إعلانه انتهاء زمن الشرك في حجة الوداع "ألا كل شيء من أمر الجاهلية تحت قدمي موضوع" هو فعل إعلاني ينهي حقبة ويبدأ حقبة جديدة. وكذلك عقوده ومعاهداته وأحكامه القضائية كانت كلها أفعلاً كلامية إعلانية.

6.3 استراتيجيات الحجاج في الدعوة النبوية

بلغ الحجاج في الخطاب النبوي ذروة البلاغة والتأثير، حيث خاطب العقل والقلب معاً، واستخدم كافة أنواع الحجج المتاحة.

• **الحجاج بالقرآن الكريم:** كان القرآن هو الحجة الكبرى والدليل الأعظم الذي يستند إليه النبي صلى الله عليه وسلم في خطابه. فكان يكثر من الاستشهاد بالآيات القرآنية، التي تمثل سلطة النص الإلهي المطلقة التي لا تقبل الجدل. (استراتيجيات التواصل في الخطاب النبوي، 2022).

• **الحجاج بالمنطق والعقل:** كان يخاطب العقول ويحثها على التفكير والاستدلال. عندما سأله رجل: "يا رسول الله، أيعذب الوالدان في الآخرة بذنوب أولادهما؟"، لم يجبه مباشرة، بل استخدم حجة منطقية قياسية، فقال: "أكنت معاقباً رجلاً بجريرة أخيه؟". هذا السؤال البلاغي قاده إلى استنتاج الجواب بنفسه.

• **الحجاج بالقصص والأمثال:** كان لضرب الأمثال والقصص مكانة بارزة في خطابه لتقريب المعاني وتنبيهها. قصة "الذي قتل تسعة وتسعين نفساً"، ومثل "القائم على حدود الله والواقع فيها"، كلها استراتيجيات حجاجية تهدف إلى الإقناع عن طريق التصوير والمحاكاة.

• **الحجاج بالترغيب والترهيب:** استخدم هذه الاستراتيجية بشكل متوازن، فكان يبشر بالجنة ونعيمها للمطيعين، وينذر بجحيم وعذابها للعاصين، مما يخلق دافعاً قوياً لدى المتلقي للامتثال.

6.4 الخطاب مع المشركين والمؤمنين

تتجلى براعة الخطاب النبوي التداولية في قدرته على التكيف مع طبيعة المخاطبين:

• **خطابه مع المشركين:** كان خطاباً يركز على الحجج العقلية والكونية لإثبات التوحيد، وتحدي بلاغتهم بالقرآن الكريم، والإنذار بعواقب الشرك، مع فتح باب التوبة دائماً.

• **خطابه مع المؤمنين:** كان خطاباً تربوياً تعليمياً، يركز على التوجيه والتشريع، وتركيز النفوس، وبناء الأخوة، والحث على الطاعة، ورفع الهمم، وتنشيط القلوب.

• **خطابه مع أهل الكتاب والمنافقين:** كان خطاباً خاصاً، يقوم على الحجاج بما في كتبهم، وكشف تناقضاتهم، وفضح مؤامراتهم، والتحذير من خطرهم على المجتمع المسلم.

إن هذا التنوع والتكيف في الخطاب ليسا عشوائيين، بل هما نتاج فهم عميق لمقتضيات المقام وأحوال المخاطبين، وهو جوهر ما تسعى التداولية إلى كشفه وتحليله.

المبحث الثالث: المقارنة والتحليل المقارن

بعد استعراض البعد التداولي في خطب نماذج من أولي العزم من الرسل، يخصص هذا المبحث لإجراء مقارنة تحليلية تهدف إلى إبراز أوجه التشابه والاختلاف في استراتيجياتهم الخطابية. سيكشف هذا التحليل عن الوحدة الموضوعية والمنهجية في الخطاب الدعوي للأنبياء، وفي الوقت نفسه سيبرز الخصوصيات التي تميز خطاب كل نبي بناءً على سياقه الخاص وطبيعة التحديات التي واجهها.

7.1 المشترك في خطب الرسل

على الرغم من الفوارق الزمنية والجغرافية والثقافية، تشترك خطب الرسل في مجموعة من الثوابت التي تشكل إطاراً مشتركاً لرسالتهم، مما يؤكد وحدانية المصدر (الله سبحانه وتعالى) ووحدة الهدف.

- **وحدة الهدف الدعوي:** الهدف الأسمى والمحوري الذي اشتركت فيه جميع خطب الرسل دون استثناء هو الدعوة إلى توحيد الله وإفراده بالعبادة، ونبذ كل أشكال الشرك. تتكرر في دعواتهم جميعاً الصيغة الأساسية: **(يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ)**. هذا الهدف المركزي هو القاسم المشترك الأعظم الذي يوحد جميع الرسائل السماوية.
 - **وحدة الأفعال الكلامية الأساسية:** تشترك خطب الرسل في توظيف نفس الأنواع الأساسية من الأفعال الكلامية لتحقيق أهداف الدعوة. فالأفعال **التقريرية** استُخدمت لتقرير حقائق العقيدة، والأفعال **التوجيهية** (الأمر والنهي) استُخدمت لتوجيه السلوك، والأفعال **الوعدية** استُخدمت للترغيب في الثواب، والأفعال **التعبرية** استُخدمت في مناجاة الله وشكره، والأفعال **التحذيرية** (وهي جزء من التوجيهيات) استُخدمت للترهيب من العقاب.
 - **وحدة استراتيجيات الحجاج الكبرى:** هناك استراتيجيات حجاجية كبرى مشتركة بين جميع الأنبياء، وأبرزها:
 - **الحجاج بالآيات الكونية:** جميعهم لفتوا أنظار أقوامهم إلى ظواهر الكون (خلق السماوات والأرض، الشمس والقمر، نزول المطر، إحياء الأرض) كدليل على قدرة الخالق ووحدانيته.
 - **الحجاج بالترغيب والترهيب:** جميعهم استخدموا استراتيجية الموازنة بين التبشير بالجنة والنعيم للمؤمنين، والإنذار بالنار والعذاب للكافرين.
 - **الحجاج بالسلطة الإلهية:** جميعهم استندوا في قوة خطابهم إلى كونهم مرسلين من الله، وأن ما يقولونه هو وحي وليس كلاماً بشرياً.
- 7.2 الفروقات والخصوصيات**
- إلى جانب هذه القواسم المشتركة، أظهر التحليل التداولي وجود فروقات وخصوصيات في خطاب كل نبي، تعكس تكيفه الذكي مع سياقه الخاص. هذه الفروقات لا تمثل اختلافاً في جوهر الرسالة، بل تنوعاً في الأسلوب والأولويات فرضته مقتضيات المقام.

النبي	خصوصية السياق	خصوصية الأفعال الكلامية	خصوصية استراتيجيات الحجاج
نوح	مجتمع غارق في الشرك لأول مرة، وعناد شديد.	غلبة الأفعال التعبرية الشاكية إلى الله، والتنويع بين التوجيهيات السرية والعلنية.	التركيز على الحجاج بالخلق (خلق الإنسان والكون) و الحجاج بالترغيب في النعم الدنيوية (المطر، المال، البنين).
إبراهيم	بيئة وثنية متقدمة (عبادة كواكب وأصنام)، ومواجهة مع الأب والملك.	هيمنة التوجيهيات الاستفهامية (الاستفهام الإنكاري)، والأفعال الأمرية التعجيزية .	التميز في الحجاج العقلي والمنطقي ، واستخدام البرهان العملي (تحطيم الأصنام)، والزام الخصم.
موسى	سياق سياسي استبدادي (فرعون)، وقوم مستعدون (بنو إسرائيل).	بروز التوجيهيات الأمرية القوية والمباشرة (مع فرعون)، وكثرة التوجيهيات التوبيخية (مع بني إسرائيل).	الاعتماد الكبير على الحجاج بالمعجزة المادية الباهرة، و الحجاج التاريخي (مصير القرون الأولى)، و الحجاج بالقيم الأخلاقية .
محمد ﷺ	سياق عالمي وخاتم، ومرحلتان (مكية)	شمولية وتكامل جميع أنواع الأفعال الكلامية، وبروز	تكامل جميع أنواع الحجج: الحجاج بالقرآن (السلطة النصية)، و الحجاج بالعقل ، و الحجاج

بالقصص والأمثال، والحجاج
بالأخلاق.

الأفعال الإعلانية والتشريعية
في المرحلة المدنية.

ومدنية) بخصائص
مختلفة.

7.3 التطور والتدرج في الخطاب الدعوي

يكشف التحليل المقارن عن وجود نوع من التطور والتدرج في الخطاب الدعوي عبر تاريخ النبوات. فبينما ركزت دعوة نوح بشكل أساسي على أصل الخلق كدليل، نجد دعوة إبراهيم تتطور نحو حجاج منطقي وفلسفي أكثر تعقيداً. ثم تأتي دعوة موسى لتقدم البرهان المادي المباشر (المعجزة) كأداة حجاجية مركزية في مواجهة حضارة مادية. وأخيراً، يأتي خطاب النبي محمد صلى الله عليه وسلم ليجمع كل هذه الأساليب ويزيد عليها، مقدماً خطاباً متكاملًا يخاطب العقل والقلب والوجدان، ويصلح لكل زمان ومكان. هذا التدرج يعكس حكمة الله في مخاطبة كل أمة بما يناسبها، وتطوير أساليب الخطاب بما يتناسب مع تطور الوعي البشري.

7.4 الخصائص المميزة للخطاب الإسلامي التداولي

من خلال هذه المقارنة، يمكن استخلاص مجموعة من الخصائص التي تميز البعد التداولي في خطاب رسل الدعوة الإسلامية:

- **الفعالية والتأثير (Effectiveness):** لم يكن الخطاب النبوي مجرد كلام نظري، بل كان يهدف دائماً إلى إحداث فعل وتغيير في الواقع، سواء في معتقدات الناس أو سلوكهم.
- **الوضوح والبيان (Clarity):** على الرغم من عمق المعاني، اتسم خطاب الأنبياء بالوضوح والبعد عن الغموض والتعقيد، ليتمكن عامة الناس من فهمه. «وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ» (إبراهيم 4:).
- **الشمول والتكامل (Comprehensiveness):** خاطب الأنبياء الإنسان ككل، بعقله وقلبه وروحه وجسده، وتناولوا كل جوانب الحياة، من العقيدة إلى التشريع إلى الأخلاق.
- **المرونة والتكيف (Adaptability):** وهي السمة التداولية الأبرز، حيث أظهر الأنبياء قدرة فائقة على تكيف خطابهم ليتناسب مع مقامات المخاطبين المختلفة، من الملوك إلى العامة، ومن الآباء إلى الأبناء، ومن الأعداء إلى الأتباع. هذا التكيف هو سر نجاحهم في إيصال رسالتهم عبر مختلف العصور والبيئات.

الخاتمة:

لا تقتصر أهمية دراسة البعد التداولي في خطاب رسل الدعوة الإسلامية على قيمتها التاريخية أو التحليلية البلاغية فحسب، بل تمتد لتشمل تطبيقات عملية ودروساً بليغة يمكن أن تسهم في تجديد الخطاب الدعوي المعاصر وتطويره، لمواجهة تحديات العصر ومتغيراته. يتناول هذا المبحث أبرز الدروس المستفادة من المنهج التداولي للأنبياء، وكيفية تطبيقها في واقعنا اليوم.

8.1 الدروس المستفادة من خطب الرسل

يقدم المنهج التداولي الذي مارسه الأنبياء في دعوتهم دروساً خالدة للدعاة والخطباء والمربين في كل زمان ومكان. ومن أهم هذه الدروس:

- **درس في فهم المخاطب:** الدرس التداولي الأول هو أن الخطاب الفعال يبدأ من فهم المخاطب (جمهورك). كان الأنبياء أقدر الناس على فهم نفسيات أقوامهم، ومستوياتهم العقلية، وسياقاتهم الاجتماعية، وثقافتهم. وبناءً على هذا الفهم، كانوا يصوغون رسالتهم ويختارون أساليبهم. وهذا يقتضي من الداعية المعاصر أن يبذل جهداً كبيراً في دراسة واقعه، وفهم شرائح المجتمع المختلفة التي يخاطبها، من الشباب إلى كبار السن، ومن المثقفين إلى العامة، وتصميم خطاب يناسب كل فئة.
- **درس في مرونة الأسلوب:** لم يلتزم الأنبياء بأسلوب خطابي واحد جامد. رأينا كيف نوّع نوح عليه السلام بين السر والجهر، وكيف انتقل إبراهيم عليه السلام بين الحوار اللين والمناظرة العقلية، وكيف تدرج موسى عليه السلام من القول اللين إلى التحدي بالمعجزة، وكيف جمع النبي محمد صلى الله عليه وسلم كل هذه الأساليب. الدرس هنا هو ضرورة امتلاك الداعية لـ "صندوق أدوات" خطابي متنوع، وأن يكون مرناً في الانتقال من أسلوب لآخر حسب ما يقتضيه المقام.

- **درس في قوة الحجة وتنوعها:** لم تكن دعوة الأنبياء قائمة على العاطفة وحدها، بل على الحجة الدامغة . وقد تنوعت حججهم لتخاطب كل أنماط التفكير: الحجة العقلية للمنطقيين، والحجة الكونية للمتأملين، والحجة بالمعجزة للماديين، والحجة بالأخلاق للوجدانيين. وهذا يعلّمنا أهمية بناء خطاب دعوي رصين، قائم على العلم والبرهان، وقادر على مقارعة الشبهات الفكرية المعاصرة بحجج من نفس مستواها وأقوى.
- **درس في الصبر والمثابرة:** قصة نوح عليه السلام هي الدرس الأكبر في الصبر الدعوي. إن استمراره في دعوة قومه 950 عاماً بنفس الحماس والحرص، رغم الإعراض الشديد، يعلمنا أن على الداعية ألا ييأس أو يصاب بالإحباط من قلة الاستجابة. فمهمته هي البلاغ، أما الهداية فمن الله. وهذا يتطلب نفساً طويلاً، وتجديداً مستمراً للننية، وثقة مطلقة بوعده الله.

الخاتمة

بعد هذا الاستعراض الشامل للبعد التداولي في خطاب رسل الدعوة الإسلامية، يمكننا أن نخلص إلى مجموعة من النتائج والاستنتاجات التي تعكس عمق وشمول الرؤية التداولية لفهم الخطاب النبوي.

أهم النتائج

1. أظهرت الدراسة أن جميع الأنبياء اشتركوا في هدف موحد وهو الدعوة إلى توحيد الله وإفراده بالعبادة، لكنهم تنوعوا بشكل كبير في الأساليب والاستراتيجيات المستخدمة لتحقيق هذا الهدف. كان هذا التنوع ليس عشوائياً، بل كان مقصوداً ومحسوباً، يعكس فهماً عميقاً لسياق كل مخاطب ومقتضيات كل موقف. وهذا يؤكد مبدأ أساسياً من مبادئ التداولية وهو أن "الخطاب الفعال هو الخطاب الذي يتكيف مع السياق والمقام".
 2. أثبتت الدراسة أن الأنبياء كانوا يمتلكون وعياً عميقاً بالقوة الإنجازية للأفعال الكلامية، حيث استخدموا كل نوع من الأفعال (التقريريات، التوجيهيات، الالتزاميات، التعبيريات، الإعلانيات) بدقة وحكمة لتحقيق أهداف دعوية محددة. لم يكن استخدامهم لهذه الأفعال عفويّاً، بل كان يعكس حساباً دقيقاً للتأثير المطلوب على المتلقي.
 3. لم يعتمد الأنبياء على نوع واحد من الحجج، بل استخدموا مزيجاً متكاملًا من الحجج العقلية والحجج الكونية والحجج التاريخية والحجج الأخلاقية والحجج بالمعجزات. هذا التكامل جعل خطابهم قوياً وشاملاً، قادراً على مخاطبة جميع أنماط التفكير والشعور لدى المتلقين.
 4. أكدت الدراسة على أهمية السياق في فهم الخطاب النبوي. فالخطاب الموجه لفرعون يختلف عن الخطاب الموجه لبني إسرائيل، والخطاب في المرحلة المكية يختلف عن الخطاب في المرحلة المدنية. وهذا الاختلاف لم يكن اختلافاً في الجوهر بل في الشكل والأسلوب والأولويات، مما يعكس فهماً عميقاً لمقتضيات المقام.
 5. أثبتت الدراسة أن الخطاب النبوي لم يكن مجرد كلام جميل أو بليغ، بل كان خطاباً فعالاً حقق نتائج ملموسة. فقد أوقع الأنبياء أقوامهم بدعوتهم، وحولوا معتقدات وسلوكيات، وأسسوا حضارات. وهذا يعكس تطبيقاً عملياً لمبادئ التداولية في تحقيق الأهداف التواصلية.
- إن دراسة البعد التداولي في خطاب رسل الدعوة الإسلامية ليست مجرد تمرين أكاديمي، بل هي عودة إلى معين الحكمة والبلاغة النبوية، مسلحين بأدوات التحليل العلمي الحديث. إن الأنبياء عليهم السلام كانوا يمتلكون ما يمكن أن نسميه "الذكاء التواصلية" الفائق، الذي مكنهم من إيصال رسالة الله بأبلغ صورة وأكملها، في كل زمان ومكان، ولكل نوع من أنواع البشر.
- في عصر يتسم بتنوع الوسائل والرسائل، وتعدد السياقات الاجتماعية، يصبح من الضروري أن نعود إلى هذه النماذج الخالدة، لا لنقلدها حرفياً، بل لنتعلم منها المبادئ والاستراتيجيات التي تجعل الخطاب مؤثراً وفعالاً. إن الإسلام لم يترك لنا مجرد نصوص مقدسة، بل ترك لنا نماذج حية من الخطاب الناجح، التي تشهد على عبقريّة الرسالة الإسلامية وصلاحيتها لكل زمان ومكان.
- وفي الختام، نسأل الله تعالى أن يجعل هذا البحث خطوة في طريق فهم أعمق لخطاب الأنبياء، وأن يستفيد منه الدعاة والخطباء والمربون في نشر دين الله بأسلوب حكيم وبليغ، وأن يكون سبباً في تجديد الخطاب الدعوي الإسلامي ليواكب تحديات العصر، مع الحفاظ على أصالته وقيمه الخالدة.
- والحمد لله رب العالمين**

قائمة المصادر والمراجع

• القرآن الكريم.

أولاً: المصادر العربية:

١. ابن فارس، أحمد. (1979). معجم مقاييس اللغة. (تحقيق عبد السلام محمد هارون). دار الفكر.
٢. تداولية أفعال الكلام في البنى الخبرية في الخطب النبوية. (د.ت.). جامعة عمان الأهلية.
٣. درع، محمد بن علي بن عايض. (2021). الحجاج البلاغي في القرآن الكريم في موضوعات التوحيد والبعث والنبوة. مجلة العلوم التربوية و الدراسات الإنسانية.
٤. صحراوي، مسعود. (2005). التداولية عند العلماء العرب: دراسة تداولية لظاهرة الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي. دار الطليعة للطباعة والنشر.
٥. عبد الصمد، عبد الله محمد. (1995). خطاب الأنبياء في القرآن الكريم خصائصه التركيبية وصوره البيانية. كلية اللغة العربية.

ثانياً: المصادر الأجنبية:

1. International Journal of Arabic Language Studies. (2022). استراتيجيات التواصل في الخطاب النبوي.
2. Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford University Press.
3. Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge University Press.
4. Morris, C. W. (1938). *Foundations of the Theory of Signs*. University of Chicago Press.
5. Searle, J. R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge University Press.
6. Verschueren, J. (1999). *Understanding Pragmatics*. Arnold.
7. Yule, G. (1996). *Pragmatics*. Oxford University Press.