إستراتيجية الخطاب التداولي في محاورات الأنبياء لأقوامهم (دراسة تحليلية وظيفية)

The Strategy of Pragmatic Discourse in the Dialogues of the Prophets with Their People (A Functional Analytical Study)

عبده محمد قايد عبدالله غيلان*

جامعة ذمار، اليمن Dr.Ghylan84@tu.edu.ye

تاريخ الإرسال:	تاريخ القبول:	تاريخ النشر:
2025-11-16	2026-05-08	2026-06-30

ملخّص: يهدف هذا البحث إلى دراسة الخطاب التداولي في محاورات الأنبياء مع أقوامهم كما وردت في القرآن الكريم، بوصفها أنماطًا حوارية تكشف عن طبيعة التواصل الإلهي – البشري في سياق الدعوة إلى الحق، وتوضح كيف تُوظَّف اللغة لتحقيق الإقناع والتأثير والتغيير. وينطلق البحث من منظور التحليل التداولي الوظيفي الذي يربط بين البنية اللغوية والسياق التواصلي والوظيفة المقصدية للقول. تتناول الدراسة مجموعة من النماذج الحوارية المنتقاة لعدد من الأنبياء، مثل: نوح، وإبراهيم، وموسى، وهود، وصالح، وشعيب عليهم السلام، بهدف الكشف عن السمات التداولية المشتركة التي تنتظم الخطاب النبوي في مجمله، مع تحليل تفصيلي لبعض النماذج البارزة، اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، مستفيدًا من مفاهيم التداولية الحديثة (الأفعال الكلامية، المقاصد الخطابية، الموجهات الحجاجية، والعلاقات السياقية)، ومن الرؤية الوظيفية التي تدرس اللغة من حيث أداؤها العملي في التواصل، وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: – إن الخطاب النبوي يقوم على التواصل الإقناعي لا الصدامي، ويعتمد الحوار بوصفه أداة إصلاح اجتماعي وفكري. إن الأفعال الكلامية في محاورات الأنبياء تتنوع بين الاستفهام الإنكاري، التقرير، التوبيخ، والوعد والتهديد وكلها تخدم وظائف تداولية تهدف إلى تحريك الوعي وتغيير السلوك.

* المؤلف المرسل

كلمات مفتاحيّة: الخطاب التداولي، الأفعال الكلامية، الحجاج، الوظيفة التواصلية، محاورات الأنبياء.

Abstract: This research aims to study the Strategy of pragmatic discourse in the dialogues of the prophets with their people as mentioned in the Holy Quran, considering them as dialogical models that reveal the nature of divine-human communication in the context of the call to truth. It clarifies how language is employed to achieve persuasion, impact, and change. The research departs from the perspective of functional pragmatic analysis, which links linguistic structure, communicative context, and the intentional function of speech. The study examines a set of selected dialogical models of a number of prophets, such as Noah, Abraham, Moses, Hud, Salih, and Shuayb (peace be upon them). It aims to uncover the common pragmatic features that characterize prophetic discourse as a whole, with a detailed analysis of some prominent models. The research adopted the descriptive-analytical method, utilizing concepts from modern pragmatics (speech acts, discourse intentions, argumentative indicators, and contextual relations), and the functional perspective that studies language in terms of its practical performance in communication. The study reached several results, the most important of which are: · Prophetic discourse is based on persuasive rather than confrontational communication and relies on dialogue as a tool for social and intellectual reform. Speech acts in the dialogues, of the prophets vary, including interrogative questioning, assertion, reproach, promise, and threat, all of which serve pragmatic functions aimed at arousing consciousness and changing behavior.

Keywords: Pragmatic Discourse, Speech Acts, Argumentation, Communicative Function, Dialogues of the Prophets.

المقدمة: يُعَدّ الخطاب القرآني من أرقى أنماط الخطاب في اللغة العربية، لما يمتاز به من عمق دلالي وتكامل بين الشكل والمضمون، والعقل والعاطفة، والحجة والإقناع. ومن بين أنواعه البارزة الخطاب الحواري الذي دار بين الأنبياء وأقوامهم، حيث تكشف هذه المحاورات عن تداول لغوي فاعل يهدف إلى الإقناع والتغيير، لا إلى الإخبار فحسب. فالأنبياء، عليهم السلام، استخدموا اللغة أداةً إصلاحية لتصحيح المعتقدات المنحرفة، وبناء الوعي العقلي الجمعي، من خلال استراتيجيات خطابية متنوعة تراعي حال المخاطبين وسياقهم الزمني والاجتماعي.

وفي ضوء الدراسات الحديثة في علم اللغة التداولي والنظرية الوظيفية للخطاب، تبرز أهمية تحليل هذه المحاورات بوصفها نصوصًا تواصلية تكشف عن كيفية توظيف اللغة في تحقيق المقاصد الإصلاحية والدعوية. ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتُسلّط الضوء على الخطاب التداولي في محاورات الأنبياء لأقوامهم، بغية الكشف عن آلياته ووظائفه التداولية والإقناعية، وأثره في تحويل الموقف الذهني للمخاطب من التقليد إلى التفكير، ومن الرفض إلى التقبل.

مشكلة البحث: تتمثل مشكلة البحث في غياب الدراسات اللسانية التداولية المتخصصة التي تناولت محاورات الأنبياء بوصفها أنماطًا تواصلية ذات بعد وظيفي حجاجي، وفي عدم إبراز الكيفية التي تُوظَّف بها اللغة لتحقيق الإقناع والتأثير في تلك المحاورات.

وتنطلق المشكلة من التساؤل الأساس:

كيف يُمارس الخطاب النبوي، في محاورات الأنبياء مع أقوامهم، وظائفه التداولية في الإقناع والتحويل والإصلاح؟

أسئلة البحث:

1. ما أبرز الخصائص التداولية التي يتسم بها خطاب الأنبياء في محاوراتهم مع أقوامهم؟
2. ما أهم الأفعال الكلامية التي يوظفها الأنبياء في سياق الدعوة؟
3. كيف تُسهم الوظائف التداولية (الإقناع، التوجيه، التوبيخ، التقرير) في بناء الخطاب النبوي؟
4. ما دور السياق (المقام، المخاطب، الموقف العقدي) في تشكيل بنية الخطاب ووظيفته؟
5. كيف يظهر التكامل بين القول والفعل في الخطاب النبوي بوصفه وسيلة إصلاحية؟

أهداف البحث:

1. الكشف عن البنية التداولية والوظيفية لمحاورات الأنبياء في القرآن الكريم.
2. تحليل الأفعال الكلامية ودلالاتها المقصدية في الخطاب النبوي.
3. توضيح كيفية توظيف اللغة لتحقيق الإقناع والتأثير والتحويل.
4. إبراز المنهج الحواري الذي اعتمده الأنبياء في الدعوة بوصفه نموذجًا تواصليًا راقيًا.
5. المساهمة في إثراء الدراسات التداولية العربية من خلال تحليل نصوص قرآنية تطبيقية.

أهمية البحث:

1. أهمية علمية: يربط هذا البحث بين الدرس اللغوي الحديث (التداولية) وبين الخطاب القرآني، فيضيف بعدًا تحليليًا جديدًا في مجال الدراسات القرآنية واللغوية.
2. أهمية معرفية: يكشف عن عمق الخطاب النبوي بوصفه نموذجًا للإقناع والتواصل الراشد.
3. أهمية تطبيقية: يُسهم في تطوير أدوات التحليل الخطابي التي يمكن الإفادة منها في الدراسات القرآنية، والدعوية، والتربوية.

منهج البحث: يعتمد البحث على المنهج التداولي، الذي يقوم على تحليل النصوص القرآنية المختارة وفق مفاهيم التداولية الحديثة مثل:

الأفعال الكلامية.

الإستراتيجية التداولية.

العلاقات السياقية.

الوظائف التواصلية.

كما يوظّف البحث الرؤية الوظيفية التي تربط بين بنية الخطاب ودوره العملي في الإقناع والتأثير.

حدود البحث:

الموضوع: يقتصر البحث على تحليل الخطاب التداولي في محاورات الأنبياء لأقوامهم دون غيرها من أنواع الخطاب القرآني (كالقصصي أو التشريعي).

النصوص: تُختار نماذج تطبيقية من محاورات: نوح، وإبراهيم، وموسى، وهود، وصالح، وشعيب عليهم السلام.

المنهج: التحليل التداولي الوظيفي، دون التوسع في الجوانب البلاغية أو النحوية الصرفة.

المجال الزمني: يعتمد النصوص القرآنية دون الرجوع إلى الإسرائيليات أو التفاسير القصصية الممتدة.

خطة البحث التفصيلية

المبحث الأول: الإطار النظري

مفهوم الخطاب التداولي وأصوله في الفكر اللغوي الحديث.

الوظيفة التواصلية للغة من المنظور القرآني.

المبحث الثاني: الإطار التطبيقي للمحاورات.

المبحث الأول: الإطار النظري

مفهوم التداولية والخطاب التداولي وأصوله في الفكر اللغوي الحديث

يُعد مصطلح التداولية من أهم المصطلحات في الدراسات اللغوية الحديثة التي اتجه إليها الباحثون والدارسون في العقود الأخيرة؛ لأنها فتحت آفاقاً جديدة أمام الدرس اللغوي.

وبما إن المنهج التداولي من أحدث المناهج النقدية التي لامست حقيقة النصوص في الدرس النقدي الحديث، فقد تضاربت الآراء حول تحديد هذا المصطلح؛ بسبب اختلاف المذاهب ووجهات النظر فيه، فتشعب المنطلقات الفكرية لهذا المصطلح، جعل وجهات

النظر تختلف وتتضارب[1]، وقد أشارت (فرانسواز أرمينكو) إلى أن التداولية تقع في مفترق طرق البحث الفلسفي واللساني، تقول: "ليست التداولية درساً منكفئاً على نفسه، فهي تصدر مفاهيمَ في اتجاهات متعددة، ولا تقوم فقط بتفجير المدارس اللسانية التقليدية، بل تتدخل في قضايا كلاسيكية داخلية للفلسفة، فهي تلهم الفلاسفة، كما أنها مطالبة ودون شك بتحديد نظرية الأدب، فالتداولية كبحث في قمة ازدهاره لم يتحدد بعد في الحقيقة، ولم يتم بعد الاتفاق بين الباحثين فيما يخص تحديد افتراضاتها أو اصطلاحاتها، ونكاد نرى جيداً على العكس من ذلك إلى أي حد تكون التداولية مفترق طرق غنية لتداخل اختصاصات اللسانيين والمناطقة والسيميائيين والفلاسفة والسيكولوجيين والسوسيولوجيين، فنظام التقاطعات هو نظام للالتقاءات وللافتراقات"[2].

ويُعد أقدم تعريف للتداولية هو تعريف (تشارلز موريس) عام (1938م)، إذ يعرفها بقوله نقلاً عن (فرانسواز أرمينكو): " إذ إن التداولية: جزء من السيميائية، التي تعالج العلاقة بين العلامات، ومستعملي هذه العلامات"[3]، وهذا التعريف يتجاوز اللسانيات إلى السيميائيات[4].

أما (جاك موشلر وآن بول) فقد عرفا التداولية أنها: " دراسة استعمال اللغة مقابل دراسة النظام اللساني الذي تُعنى به تحديداً اللسانيات"[5]، نلاحظ في هذا التعريف أن الباحثين ربطا مفهوم التداولية بالمجال اللساني.

أما (ماري دبير وفرانسوا ريكاناتي) فقد اقترحا تعريفاً لسانياً آخر وهو أن التداولية هي: "دراسة استعمال اللغة في الخطاب، شاهدة في ذلك على مقدرتها الخطابية"[6]، كون التداولية تحاول الكشف عن المقدرة الإبلاغية التي تحققها العبارة اللغوية، ونلحظ في هذا التعريف اهتمام التداولية بالمعنى، فالأشكال اللسانية التي تهتم بها لا يتحدد معناها إلا من خلال استعمالها[7].

أما (منقونو) فيربط الدراسة التداولية بالسياق، إذ يرى أن " المكون التداولي يعالج وصف معنى الملفوظات في سياقاتها"[8]، فـ (منقونو) بهذا التعريف يحاول إبراز البعد التداولي للمعنى الضمني من خلال دراسة العلاقة بين المعنى والسياق، وبهذا تغدو التداولية في مفهومها العام هي: دراسة الاتصال اللغوي في السياق، وهذا التعريف هو ما يسمح بدراسة أثر السياق في بنية الخطاب، والمتمثلة في معتقدات المتكلم ومقاصده وشخصيته ومن يشارك في الحدث اللغوي، أي أن التداولية تدرس اللغة عند استعمالها في الطبقات المقامية المختلفة، أي باعتبارها كلاماً محدداً صادراً من متكلم محدد وموجهاً إلى مخاطب محدد بلفظ محدد في مقام تواصلي محدد لتحقيق غرض تواصلي محدد[9]، ويدخل ضمن عناصر المقام الوقائع الخارجية ومن بينها الظروف المكانية والزمانية، والظواهر الاجتماعية المرتبطة باللغة.

ونخلص مما سبق إلى أنه يمكن القول: إن التداولية تعني أن تُدرس اللغة انطلاقاً من المقام الذي قيلت فيه، وضمن السياق العام للخطاب، أي دراسة الاستعمال اللغوي في الاتصال بين أفراد المجتمع في تواصلهم وفق معطيات سياقية واجتماعية معينة.

الخطاب التداولي: يعد مصطلح الخطاب من المصطلحات الحيوية التي اتسمت بالشيوع والازدهار في العديد من الدراسات والبحوث الإنسانية المعاصرة، ابتداء من المنتصف الثاني للقرن العشرين؛ وقد تجلى استعماله بصفة خاصة في مجال الأدب والنقد والفلسفة؛ وكذا في «الدراسات الألسنية الحديثة التي تأثرت بها نظرية الأدب والنقد الأدبي مع ظهور البنيوية في:

أواخر الستينات والسبعينات من القرن الماضي[10]، غير أنّ هذا المصطلح قد تشعّبٍ وتعدّدت مسالكه ومفاهيمه غير المتناهية[11]، فاختلفت بذلك دلالاته، والتباساته مع مصطلحات أخرى كمصطلح النص؛ ولعل مناط الاختلاف في

تحديد معنى واحد له قد تولّد باختلاف الفهم وتطوّراته لدى الباحثين في النظر إليه[12].

تعريف الخطاب: هو كل منطوق به موجه إلى الغير، بغرض إفهامه، مقصوداً مخصوصاً[13].

وقد حدد الشهري ثلاثة عناصر أساسية للخطاب، هي: المرسل، والمرسل إليه، والسياق، فالخطاب ثمرة اجتماع العناصر الثلاثة السابقة، ففيه تبرز الأدوات اللغوية والآليات الخطابية المنتقاة[14].

التحليل التداولي للخطاب:

يرتبط ازدهار الخطاب وفاعليته، وحركية مفاهيمه، بتطوّر المعرفة اللسانية التي اتخذت منه موضوعا أساسيا ومركزيا للتحليل والتوصيف[15].

وظيفة الخطاب: يسعى الخطاب من خلال وظيفته التعاملية والتفاعلية إلى التعبير عن مقاصد معينة، وتحقيق أهداف محددة، إذ يبرز في الخطاب مقاصد كثيرة، قد تظهر مباشرة من شكل الخطاب، وقد لا تظهر، وعندما تصبح لغة الخطاب شكلاً دالاً، يقود إلى المدلولات الشاوية خلفه من خلال المعطيات السياقية، والعلاقات التخاطبية، والافتراضات المسبقة التي يدركها المرسل أو يفترض وجودها، فيبني لغة خطابه عليها، كما يدركها المرسل إليه، ليستدل على المقاصد من خلالها[16].

الوظيفة التواصلية للغة من المنظور القرآني: الخطاب التداولي لا يهتم بالمعنى اللغوي المجرد فحسب، بل يبحث في كيفية استخدام اللغة في سياقها التواصلي لتحقيق أغراض عملية، وكيف تؤثر وتتأثر بالمتلقين، ويدرس العناصر السياقية والبراغماتية التي تحكم العملية التواصلية؛ لذلك جاءت المحاورات القرآنية بأساليب متنوعة ومختلفة، حسب طبيعة المحاور وطريقته في إيصال مقصديته إلى المتلقي، فمحاورات الأنبياء جاءت بأسلوب حواري رائع، رسم أصحابها خطة معينة لإبلاغ مقصدياتهم، مراعية حال المتلقي، ممزوجة بالشفقة والتلطف والنصح والتحذير، ومصحوبة بالأدلة والبراهين العقلية، فالحوارات كلام محدد صادر من متكلم محدد وموجه إلى مخاطب محدد، بلفظ

محدد في مقام تواصلي محدد، لتحقيق غرض تواصلي محدد، ولغة الحوار تتمحور ضمن ثلاثة أبعاد (المتكلم والمتلقي والموقف)[17].

المبحث الثاني: المحاورات التطبيقية

أولاً: حوار موسى . عليه السلام . مع فرعون:

النص من (سورة طه: ٤٧-٥٩)، قال تعالى:

﴿فَأْتِيَاهُ فَقُولَا إِنَّا رَسُولَا رَبِّكَ فَأَرْسِلْ مَعَنَا بَنِي إِسْرَائِيلَ وَلَا تُعَذِّبْهُمْ ۖ قَدْ جِئْنَاكَ بِآيَةٍ مِنْ رَبِّكَ ۖ وَالسَّلَامُ عَلَىٰ مَنِ اتَّبَعَ الْهُدَىٰ ﴿٤٧﴾ إِنَّا قَدْ أُوحِيَ إِلَيْنَا أَنَّ الْعَذَابَ عَلَىٰ مَنْ كَذَّبَ وَتَوَلَّىٰ ﴿٤٨﴾ قَالَ فَمَنْ رَبُّكُمَا يَا مُوسَىٰ ﴿٤٩﴾ قَالَ رَبُّنَا الَّذِي أَعْطَىٰ كُلَّ شَيْءٍ خَلْقَهُ ثُمَّ هَدَىٰ ﴿٥٠﴾ قَالَ فَمَا بَالُ الْقُرُونِ الْأُولَىٰ ﴿٥١﴾ قَالَ عِلْمُهَا عِنْدَ رَبِّي فِي كِتَابٍ لَا يَضِلُّ رَبِّي وَلَا يَنْسَى ﴿٥٢﴾ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ مَهْدًا وَسَلَكَ لَكُمْ فِيهَا سُبُلًا وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِنْ نَبَاتٍ شَتَّىٰ ﴿٥٣﴾ كُلُوا وَارْعَوْا أَنْعَامَكُمْ ۗ إِنَّ فِي ذَٰلِكَ لَآيَاتٍ لِأُولِي النُّهَىٰ ﴿٥٤﴾ مِنْهَا خَلَقْنَاكُمْ وَفِيهَا نُعِيدُكُمْ وَمِنْهَا نُخْرِجُكُمْ تَارَةً أُخْرَىٰ ﴿٥٥﴾ وَلَقَدْ أَرَيْنَاهُ آيَاتِنَا كُلَّهَا فَكَذَّبَ وَأَبَىٰ ﴿٥٦﴾ قَالَ أَجِئْتَنَا لِتُخْرِجَنَا مِنْ أَرْضِنَا بِسِحْرِكَ يَا مُوسَىٰ ﴿٥٧﴾ وَلَنَأْتِيَنَّكَ بِسِحْرٍ مِثْلِهِ فَاجْعَلْ بَيْنَنَا وَبَيْنَكَ مَوْعِدًا لَا نُخْلِفُهُ نَحْنُ وَلَا أَنْتَ مَكَانًا سُوًى ﴿٥٨﴾ قَالَ مَوْعِدُكُمْ يَوْمُ الزِّينَةِ وَأَنْ يُحْشَرَ النَّاسُ ضُحًى ﴿٥٩﴾ (طه: ٤٧-٥٩).

التحليل التداولي للحوار:

1ـ السياق:

ـ موازين القوة: الحوار بين طرفين غير متساويين: رسولان من بني إسرائيل المضطهدين مقابل فرعون الذي يدعي الألوهية ("أَنَا رَبُّكُمُ الْأَعْلَى").

· الهدف التواصلي: الهدف المباشر هو "الإطلاق" (إخراج بني إسرائيل)، والهدف الأعلى هو "الدعوة إلى التوحيد".

2. تحليل خطاب موسى وهارون (الآيات ٤٧-٤٨): الوظيفة التداولية للإقناع والإنذار
هذا الخطاب نموذج متقن في الإستراتيجية التداولية:
· الفعل الكلامي التوكيدي: "إِنَّا رَسُولَا رَبِّكَ". يبدأ بتأكيد هويتهما وصفتهما، مما يخلق أساساً للحوار. لاحظ قوله "رَبِّكَ" وليس "ربنا" فقط، فهو يذكر فرعون بنعمة الله عليه.
· الفعل الكلامي التوجيهي "فَأَرْسِلْ مَعَنَا بَنِي إِسْرَائِيلَ وَلَا تُعَذِّبْهُمْ". هذا هو صلب الطلب. استخدام صيغة الأمر ("أَرْسِلْ") مع "معنا" يوحي بالشراكة والمساواة في تنفيذ أمر الله، وليس التحدي.
· الفعل الكلامي التوكيدي والداعم: "قَدْ جِئْنَاكَ بِآيَةٍ مِنْ رَبِّكَ". يقدم الدليل المادي (الآية) الذي يبرر الطلب، ما يزيد من فرص القبول.
· الفعل الكلامي التعبُّدي والإنذاري:
· "وَالسَّلَامُ عَلَىٰ مَنِ اتَّبَعَ الْهُدَىٰ": هذا ليس مجرد تحية، بل هو وعد ضمني بالسلامة والأمان لمن يستجيب. إنه إغراء بالإيمان.
· "إِنَّا قَدْ أُوحِيَ إِلَيْنَا أَنَّ الْعَذَابَ عَلَىٰ مَنْ كَذَّبَ وَتَوَلَّىٰ": هذا هو الإنذار الصريح المقابل للوعد، يحدد العاقبة الوخيمة للرفض.
الوظيفة التداولية للخطاب هنا: بناء حجة متكاملة تجمع بين التقديم المنطقي، الطلب المباشر، الترغيب (الوعد بالسلام)، والترهيب (الإنذار بالعذاب). إنه خطاب يحترم عقل المخاطَب ويخاطب قلبه وخوفه في آن واحد.
3. تحليل ردود فرعون (الآيات ٤٩، ٥١، ٥٧-٥٨): الوظيفة التداولية للتفنيد والاستعلاء:
بعد سماع الطرح المنطقي من طرف الحوار الأول (موسى) يتجه الحوار نحو جوانب شديدة الحساسية، من شأنها أن تثير انفعالات معينة، فقد جاءت ردود فرعون لتعكس إستراتيجية تداولية مختلفة تماماً قائمة على الهروب من صلب الحجة والاستعلاء، ليثير

أمام موسى جوانب حساسة، عبر طرحه لأسئلة مختلفة؛ بقصد إثارة الانفعالات العاطفية ضد موسى[18].

ـ إستراتيجية الهروب من صلب الموضوع، بدلاً من مناقشة الطلب (إطلاق سراح بني إسرائيل)، يطرح فرعون أسئلة جانبية لتغيير مسار الحوار: "فَمَنْ رَبُّكُمَا يَا مُوسَىٰ" (آية ٤٩): سؤال استنكاري يستخف به، أراد به إنكار جرأة موسى وهارون، لأنه في عقيدته هو الإله.

• "فَمَا بَالُ الْقُرُونِ الْأُولَىٰ" (آية ٥١): سؤال فلسفي تعجيزي لصرف الانتباه عن الحجة الراهنة، وقد أراد منه أن يقود موسى إلى الجواب الذي تفرضه معطيات الواقع، إلا أن موسى فوت عليه هذه الفرصة[19].

• الفعل الكلامي الاتهامي "أَجِئْتَنَا لِتُخْرِجَنَا مِنْ أَرْضِنَا بِسِحْرِكَ يَا مُوسَىٰ" (آية ٥٧) يحوّل فرعون نفسه من الطرف المسيطر إلى الطرف الضحية، ويقلب الحقائق، متهمًا موسى بمحاولة الاستيلاء على السلطة.

• الفعل الكلامي التحدي "وَلَنَأْتِيَنَّكَ بِسِحْرٍ مِثْلِهِ" (آية ٥٨) يرفض الاعتراف بآية الله وينزلها إلى مستوى السحر، مطلقاً تحدياً يعيد تأكيد سيطرته.

الوظيفة التداولية لخطاب فرعون: تفكيك الحجة الأساسية، الهروب إلى نقاش جانبي، واستعادة السيطرة عبر التحدي والاتهام، إنه خطاب الدفاع عن الهوية والسلطة المهددة.

4ـ تحليل رد موسى النهائي (الآيات ٥٠-٥٤، ٥٩): الوظيفة التداولية للحجة العقلية والتسليم للأمر الإلهي:

• الرد على السؤال الجانبي بحجة كونية (آيات ٥٠-٥٤): بدلاً من الدخول في جدال لاهوتي عقيم، يرد موسى بتعريف ربه بما يمكن إدراكه بالعقل والفطرة: "الَّذِي أَعْطَىٰ كُلَّ شَيْءٍ خَلْقَهُ ثُمَّ هَدَىٰ". لقد أثارت هذه الإجابة ذعر فرعون، وأحبطت توقعه، ثم يشرع في

سرد نعم الله الملموسة على فرعون وقومه (الأرض المهد، السبل، الماء، النبات). هذه إستراتيجية تداولية ذكية تربط المعرفة المجردة بالواقع المشترك.

· التسليم بالعجز عن الإجابة (آية ٥٢): "عِلْمُهَا عِنْدَ رَبِّي فِي كِتَابٍ لَّا يَضِلُّ رَبِّي وَلَا يَنسَى". هنا يعترف موسى بحدود علمه (وهو تواضع) ويحيل العلم إلى الله (وهو إيمان)، مما يقطع الطريق على الأسئلة التعجيزية.

· القبول بالتحدي (آية ٥٩): "مَوْعِدُكُمْ يَوْمُ الزِّينَةِ وَأَن يُحْشَرَ النَّاسُ ضُحًى"، يقبل موسى التحدي لكنه يحدد الوقت والمكان بطريقة تجعل المشهد عاماً ومشهداً لـ "يحشر الناس"، أي أن النصر سيكون علنياً وشاملاً، وليس سراً.

الخلاصة التداولية للنص:

يقدم هذا الحوار نموذجين متعارضين من الخطاب:

1. خطاب النبوة: يقوم على الوضوح، المنطق، الترغيب والترهيب، الربط بالواقع، والتواضع أمام العلم الإلهي، وظيفته الإقناع والإنذار والتبليغ.

2. خطاب الطغيان: يقوم على الاستنكار، والهروب من صلب الموضوع، التحدي، والاتهام. وظيفته الاستعلاء والحفاظ على السلطة وتفكيك حجة الخصم.

هذا التحليل يظهر بوضوح "الوظيفة التداولية للخطاب" في أسمى صورها، وكيف أن السياق الاجتماعي والسياسي يتحكم بشكل مباشر في إستراتيجيات الحوار وردود الفعل.

ثانياً: تحليل الخطاب التداولي في قصة ذبح البقرة (سورة البقرة: 67-71)

النص:«وَإِذْ قَالَ مُوسَىٰ لِقَوْمِهِ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تَذْبَحُوا بَقَرَةً ۖ قَالُوا أَتَتَّخِذُنَا هُزُوًا ۖ قَالَ أَعُوذُ بِاللَّهِ أَنْ أَكُونَ مِنَ الْجَاهِلِينَ (67) قَالُوا ادْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّنْ لَنَا مَا هِيَ ۚ قَالَ إِنَّهُ يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٌ لَا فَارِضٌ وَلَا بِكْرٌ عَوَانٌ بَيْنَ ذَٰلِكَ ۖ فَافْعَلُوا مَا تُؤْمَرُونَ (68) قَالُوا ادْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّنْ لَنَا مَا لَوْنُهَا ۚ قَالَ إِنَّهُ يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٌ صَفْرَاءُ فَاقِعٌ لَوْنُهَا تَسُرُّ النَّاظِرِينَ (69) قَالُوا ادْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّنْ لَنَا مَا هِيَ إِنَّ الْبَقَرَ تَشَابَهَ عَلَيْنَا وَإِنَّا إِنْ شَاءَ اللَّهُ لَمُهْتَدُونَ (70) قَالَ إِنَّهُ

يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٌ لَا ذَلُولٌ تُثِيرُ الْأَرْضَ وَلَا تَسْقِي الْحَرْثَ مُسَلَّمَةٌ لَا شِيَةَ فِيهَا ۚ قَالُوا الْآنَ جِئْتَ بِالْحَقِّ ۚ فَذَبَحُوهَا وَمَا كَادُوا يَفْعَلُونَ (71)» (البقرة: 67-71).

مقدمة في التحليل التداولي:

الخطاب التداولي لا يهتم بالمعنى اللغوي المجرد فحسب، بل يهتم بـ:

· المقاصد (الأهداف التواصلية): ما الذي يريد المتحدث تحقيقه من كلامه؟ (أمر، استفهام، توبيخ، إلخ).

· السياق: الظروف المحيطة بالخطاب (تاريخياً، نفسياً، اجتماعياً).

· أدوار المشاركين: العلاقة بين المتحدث (موسى عليه السلام) والمخاطبين (قومه).

· الاستراتيجيات الخطابية: كيف يُصاغ الكلام لتحقيق أكبر أثر في المخاطب.

التحليل التفصيلي للنص:

1. الآية 67: البداية والتشويش التداولي

{وَإِذْ قَالَ مُوسَىٰ لِقَوْمِهِ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تَذْبَحُوا بَقَرَةً ۖ قَالُوا أَتَتَّخِذُنَا هُزُوًا ۖ قَالَ أَعُوذُ بِاللَّهِ أَنْ أَكُونَ مِنَ الْجَاهِلِينَ}

· الفعل التداولي: فعل أمر غير مباشر من الله (عبر موسى). "إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تَذْبَحُوا بَقَرَةً".

· رد الفعل التداولي من القوم: استفهام استنكاري يتهم النبي بالسخرية: "أَتَتَّخِذُنَا هُزُوًا".

هذا الانزياح التداولي (عدم فهم المقصد الحقيقي للأمر) يكشف عن:

· السياق النفسي: حالة من التشكيك والتهرب لدى القوم، ربما بسبب تعنتهم السابق أو صعوبة الأمر في ظاهرهم.

· خرق أصل التعاون بدلاً من قبول الأمر أو الاستيضاح عنه، يهربون إلى اتهام النبي، مما يعطل عملية التواصل.

· رد موسى التداولي: "أَعُوذُ بِاللَّهِ أَنْ أَكُونَ مِنَ الْجَاهِلِينَ". هنا يستخدم موسى إستراتيجية القَسَم والاستعاذة بالله لـ:

· تأكيد المصداقية، يزيد من قوة التأكيد في نفي التهمة.

· تجاوز الأزمة التواصلية: يقطع الطريق على هذا الانزياح ويعيد التركيز إلى جدية الأمر الإلهي.

2. الآية 68: الانزياح نحو التعقيد (المماطلة التداولية)

{قَالُوا ادْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّنْ لَنَا مَا هِيَ ۚ قَالَ إِنَّهُ يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٌ لَا فَارِضٌ وَلَا بِكْرٌ عَوَانٌ بَيْنَ ذَٰلِكَ ۖ فَافْعَلُوا مَا تُؤْمَرُونَ}

· الفعل التداولي للقوم: طلب للتفصيل بعد الإجمال "ادْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّنْ لَنَا مَا هِيَ" ظاهره الاستفسار، وباطنه المماطلة وعدم المبادرة إلى التنفيذ.

· الرد الإلهي (عبر موسى): "إِنَّهَا بَقَرَةٌ لَا فَارِضٌ وَلَا بِكْرٌ عَوَانٌ بَيْنَ ذَٰلِكَ"، هذا الرد:

· وظيفته التداولية: تضييق دائرة الاختيار بدلاً من توسيعها، لو كان القوم مخلصين لكان هذا الوصف كافياً.

· يكشف عن نية القوم: لو كان قصدهم الجدية لانطلقوا يبحثون عن أي بقرة متوسطة، لكنهم أرادوا التعقيد.

3. الآية 69: الإصرار على الانزياح والتشديد في الوصف

{قَالُوا ادْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّنْ لَنَا مَا لَوْنُهَا ۚ قَالَ إِنَّهُ يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٌ صَفْرَاءُ فَاقِعٌ لَوْنُهَا تَسُرُّ النَّاظِرِينَ}

· الفعل التداولي للقوم: طلب ثانٍ بتفصيل جديد (اللون). هذا يؤكد إستراتيجية المماطلة المنظمة.

· الرد الإلهي: "صَفْرَاءُ فَاقِعٌ لَوْنُهَا تَسُرُّ النَّاظِرِينَ". الوصف يصبح أكثر دقة وجمالاً، ما يزيد من صعوبة حصولها وعظم خسارتهم بذبحها، كلما زادوا في التعنت، زاد الله في التشديد، وهذا جزء من العقاب التداولي المغلف بحكمة التعلم.

4. الآية 70: ذروة الانزياح والتحقق من الدقة القسرية

{قَالُوا ادْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّنْ لَنَا مَا هِيَ إِنَّ الْبَقَرَ تَشَابَهَ عَلَيْنَا وَإِنَّا إِنْ شَاءَ اللَّهُ لَمُهْتَدُونَ}

· الفعل التداولي للقوم: العودة إلى السؤال عن "ما هي" ولكن بصيغة جديدة "إِنَّ الْبَقَرَ تَشَابَهَ عَلَيْنَا"، يستخدمون:

· إستراتيجية التبرير: "تشابه علينا" لتوحي بأن الخطأ منهم وليس من الوصف.

· إستراتيجية الاستثناء (إن شاء الله): محاولة لإظهار النية الحسنة والجدية، لكنها في هذا السياق تبدو كـ تلاعب لغوي لتغطية التمرد.

· هنا يكشف الخطاب عن: الفجوة بين القول ("وَإِنَّا إِنْ شَاءَ اللَّهُ لَمُهْتَدُونَ") والفعل (التعنت والمماطلة).

5. الآية 71: النهاية والإعلان عن الحكمة

{قَالَ إِنَّهُ يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٌ لَا ذَلُولٌ تُثِيرُ الْأَرْضَ وَلَا تَسْقِي الْحَرْثَ مُسَلَّمَةٌ لَا شِيَةَ فِيهَا ۚ قَالُوا الْآنَ جِئْتَ بِالْحَقِّ ۚ فَذَبَحُوهَا وَمَا كَادُوا يَفْعَلُونَ}

· الوصف النهائي: "لَا ذَلُولٌ... مُسَلَّمَةٌ لَا شِيَةَ فِيهَا". هذا هو أقصى درجات التحديد. البقرة "معجزة" في مواصفاتها، مما يجعل العثور عليها شبه مستحيل، وثمنها باهظ.

· الفعل التداولي للقوم: "الْآنَ جِئْتَ بِالْحَقِّ". هذه العبارة مفارقة تداولية عظيمة:

· فالحق كان واضحاً من البداية في الأمر الأول "اذبحوا بقرة".

· هم لم يقتنعوا بالحق، بل اقتنعوا بأنهم لم يعودوا قادرين على المماطلة أكثر من ذلك، وأن التكلفة أصبحت واضحة.

· الخاتمة: "وَمَا كَادُوا يَفْعَلُونَ" تؤكد على حالة التردد والامتعاض والبخل التي سيطرت عليهم طوال الحوار.

الاستنتاجات الوظيفية من التحليل التداولي:

1. وظيفة الانزياح التداولي: لعب الانزياح في فهم المقاصد (اتهام السخرية، طلب التفاصيل غير الضرورية) دوراً في كشف حقيقة نفوس القوم: المماطلة، التهرب من الأمر، الجدل العقيم. لم تكن المشكلة في وضوح الخطاب، بل في قبول المخاطَبين، فكان إصرارهم على

تكرار السؤال يعكس طبيعتهم الجدلية، التي تميل إلى تعقيد الأمور وتكبيرها، لا رغبة في الوصول إلى الحقيقة، وإنما رغبة في النقاش والجدل[20].

2. وظيفة الإستراتيجية الإلهية: كانت إستراتيجية الخطاب الإلهي (عبر موسى) تراكمية تصاعدية. كلما زاد القوم في التعنت، زاد التحديد. هذه الإستراتيجية حققت غرضين:

· عقابياً: جعل تنفيذ الأمر مكلفاً ومشقاً بسبب تعنتهم.

· تعليمياً: بيان أن طاعة الله يجب أن تكون فورية دون جدل، وأي مماطلة ستزيد الأمر صعوبة.

3. وظيفة الحوار كدرس تطبيقي: الحوار لم يكن مجرد نقل معلومات، بل كان فضحاً لآلية التهرب التي يستخدمها المنافقون أو المتقاعسون عندما يؤمرون. فهو نموذج لسوء التلقي والتعامل مع الوحي.

4. علاقة القوة والتواصل: النبي (موسى) في موقع المبلغ عن الله، مما يجعل كلامه قطعياً. لكن القوم حاولوا قلب العلاقة وجعل النبي في موقع المدافع والمفصل باستمرار. فشلت محاولتهم، وانكشفت حقيقة موقفهم.

5. البعد الوظيفي العام: تهدف القصة إلى توجيه المؤمنين إلى الانسيابية في طاعة الله ورسوله دون حاجة إلى تفاصيل لا طائل تحتها، وتحذر من أن التعنت والجدل قد يحول أمراً بسيطاً إلى مشقة عظيمة.

بهذا التحليل يتجلى كيف أن الخطاب التداولي في محاورات الأنبياء لا يحكي قصة فحسب، بل يكشف عن ديناميكيات التواصل بين الحق والباطل، والطاعة والمعصية، ويكون وسيلة فعالة لتحقيق أغراض تربوية وحكمة بالغة.

ثالثاً: تحليل الخطاب التداولي في محاورة نوح عليه السلام مع قومه (سورة الشعراء: 105-115)

النص: {۞ كَذَّبَتْ قَوْمُ نُوحٍ الْمُرْسَلِينَ ﴿١٠٥﴾ إِذْ قَالَ لَهُمْ أَخُوهُمْ نُوحٌ أَلَا تَتَّقُونَ ﴿١٠٦﴾ إِنِّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ ﴿١٠٧﴾ فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَطِيعُونِ ﴿١٠٨﴾ وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ

مِنْ أَجْرٍ ۖ إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَىٰ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٠٩﴾ فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَطِيعُونِ ﴿١١٠﴾ قَالُوا أَنُؤْمِنُ لَكَ وَاتَّبَعَكَ الْأَرْذَلُونَ ﴿١١١﴾ قَالَ وَمَا عِلْمِي بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿١١٢﴾ إِنْ حِسَابُهُمْ إِلَّا عَلَىٰ رَبِّي ۖ لَوْ تَشْعُرُونَ ﴿١١٣﴾ وَمَا أَنَا بِطَارِدِ الْمُؤْمِنِينَ ﴿١١٤﴾ إِنْ أَنَا إِلَّا نَذِيرٌ مُبِينٌ ﴿١١٥﴾}

التحليل التفصيلي:

1. الآية 106: البداية بإستراتيجية التذكير والتحذير (الاستفهام التقريري)

{إِذْ قَالَ لَهُمْ أَخُوهُمْ نُوحٌ أَلَا تَتَّقُونَ}

· الفعل التداولي: افتتح حواره باستفهام إنكاري تقريري "أَلَا تَتَّقُونَ". هذا النمط من الخطاب لا يهدف إلى سؤال يحتاج جواباً، بل إلى تقرير الحقيقة وتذكير المخاطب بها.

· الوظيفة التواصلية:

· إثارة الوجدان: يستثير مشاعر الخوف والخشية من الله في نفوسهم.

· تأسيس قاعدة حوار: يضع الحوار في إطار العاقبة والمسؤولية الأخروية، لا في إطار النقاش الدنيوي المحض.

· استخدام كلمة "أَخُوهُمْ": هذه إشارة علاقية تؤكد على الرابطة الاجتماعية والنسب بين النبي وقومه، ما يعزز موقف النصيحة والشفقة، وليس العداء.

2. الآيتان 107-108: بناء المصداقية وتقديم الحل (التأكيد والأمر)

{إِنِّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ ﴿١٠٧﴾ فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَطِيعُونِ ﴿١٠٨﴾}

· الفعل التداولي في الآية 107: تصريح يهدف إلى بناء المصداقية ("رَسُولٌ" تثبت المنزلة، و"أَمِينٌ" تطمئنهم على صدقه وأمانته في التبليغ.

· الفعل التداولي في الآية 108: أمر مباشر "فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَطِيعُونِ" أعاد ما تقتضيه جملة الاستفتاح[21]، فيربط بين التقوى العامة (التي نادى بها في البداية) والطاعة الخاصة له كرسول، الربط التداولي هنا حاسم: الطاعة له هي تجسيد عملي للتقوى.

3. الآيتان 109–110: نفي الشبهة وتكرار الطلب (التأكيد على الإخلاص)

{وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ ۖ إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَىٰ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٠٩﴾ فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَطِيعُونِ ﴿١١٠﴾}

· الوظيفة التداولية لنفي الأجر: "وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ". هذا يزيل أي شبهة أو دافع دنيوي قد يتصوره القوم وراء دعوته. الخطاب هنا يخاطب العقل والمنطق (لست طالب دنيا) قبل العاطفة.

· تكرار الأمر "فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَطِيعُونِ": التكرار هنا ليس للحشو، بل له وظائف:

· التأكيد والتوثيق.

· الإلحاح والاستعطاف، للتأكيد على مضمونها.

· ربط نهاية الحجة (نفي الأجر) ببدايتها (الطاعة).

4. الآية 111: الانزياح التداولي وانزياح الحجة (الرد بالتشكيك الاجتماعي)

{قَالُوا أَنُؤْمِنُ لَكَ وَاتَّبَعَكَ الْأَرْذَلُونَ}

· الفعل التداولي للقوم: استفهام استنكاري "أَنُؤْمِنُ لَكَ". يؤكد نفي وقوع إيمانهم به وتيئيسه من استجابتهم لدعوته[22]، لكن المحور الانزياحي هنا ليس في صلب الرسالة، بل في التابعين لها.

· انزياح الحجة: بدلاً من مناقشة مضمون الدعوة (التوحيد، التقوى)، يهاجم القوم الجماعة الاجتماعية التي استجابت لها. هذا يكشف عن:

· النظرة الطبقية والاستكبار: رفض الحق لأنه اتبعه "الضعفاء" و"الفقراء" (الأرذلون في نظرهم).

· محاولة تفريغ الخطاب من مضمونه: الهروب من الحجة إلى الشخصنة والهجوم الجانبي.

5. الآيات (112–115): الرد التداولي الحاسم (إعادة التمركز وبيان الدور)

يرد نوح عليه السلام بحكمة بالغة، معيداً الحوار إلى مساره الصحيح:

· الآية 112: {قَالَ وَمَا عِلْمِي بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ}

· وظيفة الرد: نفي العلم بحالهم السابق. هو يحكم على حاضرهم (إيمانهم)، لا على ماضيهم. هذا يقطع الطريق على اتهاماتهم.

· الآية 113: {إِنْ حِسَابُهُمْ إِلَّا عَلَىٰ رَبِّي ۖ لَوْ تَشْعُرُونَ}

· الوظيفة التداولية: تحويل المسؤولية إلى الله، يذكرهم بأن الحساب على النيات والأعمال ليس إليه، بل إلى الله، كما يستخدم أسلوب "لَوْ تَشْعُرُونَ" للتوبيخ والتأسي على جهلهم بهذه الحقيقة الأساسية.

· الآية 114: {وَمَا أَنَا بِطَارِدِ الْمُؤْمِنِينَ}

· وظيفة الرفض الحاسم: يرفض بوضوح المطلب الضمني للقوم (أن يطرد الضعفاء)، هذا موقف أخلاقي وسياسي يثبت استقلالية الدعوة واستقامة النبي.

· الآية 115: {إِنْ أَنَا إِلَّا نَذِيرٌ مُبِينٌ}

· الوظيفة التداولية الختامية: إعادة تعريف الدور. يختصر نوح كل دوره في كونه "نَذِيرٌ مُبِينٌ". هذا يوضح الحدود:

· مهمته: الإنذار.

· صفة إنذاره: الوضوح.

· ليس من مهمته: طرد المؤمنين، أو إجبار القوم، أو تحمل تبعات اختياراتهم.

الاستنتاجات الوظيفية من التحليل التداولي:

1. إستراتيجية الخطاب النبوي: اتبع نوح إستراتيجية واضحة: بدأ بـ التذكير العاطفي (ألا تتقون)، ثم بناء المصداقية العقلانية (رسول أمين، لا أجر)، وانتهى إلى تحديد الدور بوضوح (نذير مبين).

2. مواجهة الانزياح الاجتماعي: كشف رد القوم عن عقلية اجتماعية طبقية ترفض الحق بناءً على أتباعه، لا على مضمونه. كان رد نوح حاسماً برفض هذه المعايير الجاهزة وإعادة التركيز إلى مضمون الدعوة وعدالة الله.

3. وظيفة الحوار في الكشف: الحوار كشف عن التناقض في عقلية القوم؛ فهم يتحدثون عن "الأرذلون" ولكنهم يرفضون مصدر الرذالة الحقيقية (الكفر والاستكبار). بينما كان موقف نوح متسقاً أخلاقياً وعقائدياً.

4. فصل المسؤوليات: الخطاب أوضح الفرق بين مسؤولية الرسول (التبليغ المبين) ومسؤولية القوم (القبول والاستجابة)، ورفض أن تتحول الدعوة إلى عملية انتقاء اجتماعي.

5. البعد الوظيفي العام: تقديم نموذج للداعية في كيفية الحفاظ على جوهر الرسالة ورفض الانزياحات الجانبية، مع التأكيد على قيم العدالة والإخلاص ووضوح الدور في عملية التواصل الديني.

وبهذا يتبين كيف أن التحليل التداولي يكشف عن الأبعاد الإستراتيجية والاجتماعية والنفسية في حوارات الأنبياء، ما يثري فهمنا لوظيفة الخطاب الديني في عملية الإقناع والتبليغ.

رابعاً: تحليل الخطاب التداولي في محاورة إبراهيم عليه السلام مع قومه (سورة الأنبياء: 52-67)

النص: ﴿إِذْ قَالَ لِأَبِيهِ وَقَوْمِهِ مَا هَٰذِهِ التَّمَاثِيلُ الَّتِي أَنتُمْ لَهَا عَاكِفُونَ ﴿٥٢﴾ قَالُوا وَجَدْنَا آبَاءَنَا لَهَا عَابِدِينَ ﴿٥٣﴾ قَالَ لَقَدْ كُنتُمْ أَنتُمْ وَآبَاؤُكُمْ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ ﴿٥٤﴾ قَالُوا أَجِئْتَنَا بِالْحَقِّ أَمْ أَنتَ مِنَ اللَّاعِبِينَ ﴿٥٥﴾ قَالَ بَل رَّبُّكُمْ رَبُّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ الَّذِي فَطَرَهُنَّ وَأَنَا عَلَىٰ ذَٰلِكُم مِّنَ الشَّاهِدِينَ ﴿٥٦﴾ وَتَاللَّهِ لَأَكِيدَنَّ أَصْنَامَكُم بَعْدَ أَن تُوَلُّوا مُدْبِرِينَ ﴿٥٧﴾ فَجَعَلَهُمْ جُذَاذًا إِلَّا كَبِيرًا لَّهُمْ لَعَلَّهُمْ إِلَيْهِ يَرْجِعُونَ ﴿٥٨﴾ قَالُوا مَن فَعَلَ هَٰذَا بِآلِهَتِنَا

إِنَّهُ لَمِنَ الظَّالِمِينَ ﴿٥٩﴾ قَالُوا سَمِعْنَا فَتًى يَذْكُرُهُمْ يُقَالُ لَهُ إِبْرَاهِيمُ ﴿٦٠﴾ قَالُوا فَأْتُوا بِهِ عَلَىٰ أَعْيُنِ النَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَشْهَدُونَ ﴿٦١﴾ قَالُوا أَأَنتَ فَعَلْتَ هَٰذَا بِآلِهَتِنَا يَا إِبْرَاهِيمُ ﴿٦٢﴾ قَالَ بَلْ فَعَلَهُ كَبِيرُهُمْ هَٰذَا فَاسْأَلُوهُمْ إِن كَانُوا يَنطِقُونَ ﴿٦٣﴾ فَرَجَعُوا إِلَىٰ أَنفُسِهِمْ فَقَالُوا إِنَّكُمْ أَنتُمُ الظَّالِمُونَ ﴿٦٤﴾ ثُمَّ نُكِسُوا عَلَىٰ رُءُوسِهِمْ لَقَدْ عَلِمْتَ مَا هَٰؤُلَاءِ يَنطِقُونَ ﴿٦٥﴾ قَالَ أَفَتَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ مَا لَا يَنفَعُكُمْ شَيْئًا وَلَا يَضُرُّكُمْ ﴿٦٦﴾ أُفٍّ لَّكُمْ وَلِمَا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ ۖ أَفَلَا تَعْقِلُونَ ﴿٦٧﴾}

التحليل التفصيلي:

1. الآية 52: البداية بإستراتيجية الاستفهام التشكيكي (هدم الأساس الفكري)

{إِذْ قَالَ لِأَبِيهِ وَقَوْمِهِ مَا هَٰذِهِ التَّمَاثِيلُ الَّتِي أَنتُمْ لَهَا عَاكِفُونَ}

· الفعل التداولي: استفهام استنكاري "مَا هَٰذِهِ التَّمَاثِيلُ". هذا الاستفهام لا يهدف لمعرفة الهوية، بل إلى التشكيك في قيمة هذه التماثيل ومكانتها، والسؤال عنها بما التي يطلب بها بيان الحقيقة أو شرح الاسم من باب تجاهل العارف كأنه لا يعرف أنها ماذا وإلا فهو (عليه السلام) محيط بأن حقيقتها حجراً أو نحوه[23].

· الوظيفة التواصلية:

· تفجير السؤال الوجودي: يهز اليقين الزائف لدى القوم بسؤال بسيط ومباشر عن ماهية معبوداتهم.

· وصف الحال بـ "عَاكِفُونَ": هذا الوصف يوحي بالثبات والولاء التام، مما يخلق تناقضاً تداولياً مع حقيقة هذه المعبودات (جماد لا يستحق العكوف).

2. الآية 53: الانزياح التداولي للقوم (الاحتماء بسلطة الموروث)

{قَالُوا وَجَدْنَا آبَاءَنَا لَهَا عَابِدِينَ}

· الفعل التداولي للقوم: إجابة لا تجيب عن جوهر السؤال (ما هي؟)، بل تقدم مبرراً تاريخياً واجتماعياً: "الآباء". هذه إستراتيجية الاستناد إلى السلطة التقليدية لتعطيل التفكير النقدي.

3. الآية 54: الرد الحاسم (تكسير سلطة الموروث)

{قَالَ لَقَدْ كُنتُمْ أَنتُمْ وَآبَاؤُكُمْ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ}

· الفعل التداولي لإبراهيم: حكم قاطع "ضَلَالٍ مُّبِينٍ". هنا يرفض إبراهيم الانزياح التداولي للقوم ويضرب مصدر شرعيتهم (الآباء) مباشرة.

· الوظيفة: نقل النقاش من مجال "العادة والتقليد" إلى مجال "الحق والباطل"، ومن "التبعية" إلى "المسؤولية الفردية".

4. الآية 55: الانزياح التداولي الثاني (التهرب بالسخرية والاتهام)

{قَالُوا أَجِئْتَنَا بِالْحَقِّ أَمْ أَنتَ مِنَ اللَّاعِبِينَ}

· الفعل التداولي للقوم: استفهام يخلط بين الجد واللعب. هذا الانزياح يشبه الانزياح في قصة نوح، وهو محاولة لـ تقزيم الخطاب ووصف الداعي بعدم الجدية بدلاً من مناقشة الحجة.

5. الآيات (56–57): الانتقال من القول إلى الفعل (خطاب البرهان العملي)

{قَالَ بَل رَّبُّكُمْ رَبُّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ... وَتَاللَّهِ لَأَكِيدَنَّ أَصْنَامَكُم بَعْدَ أَن تُوولُّوا مُدْبِرِينَ}

· الآية 56: يقدم إبراهيم البديل بوضوح: "رَبُّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ". هذا تحويل للأنظار من المحسوس الضعيف (الأصنام) إلى الغيب العظيم (خالق الكون). يعيد مركز الخطاب إلى المرجع الأعلى (الرب الخالق) ويثبت مشروعية دعوته بالعقل والبرهان.

· الآية 57: "لَأَكِيدَنَّ أَصْنَامَكُم" – إعلان النية باستخدام خطاب الفعل (البرهان العملي) بعد أن استنفذ خطاب القول (الحجة النظرية). هذه إستراتيجية تداولية مختلفة تماماً تهدف إلى إثبات العجز بشكل ملموس.

6. الآيات (58–64): ذروة الفعل التداولي وانزياح الحجة إلى الأصنام

{فَجَعَلَهُمْ جُذَاذًا... قَالَ بَلْ فَعَلَهُ كَبِيرُهُمْ هَٰذَا فَاسْأَلُوهُمْ إِن كَانُوا يَنطِقُونَ}

الاستفهام التقريري: (أأنت فعلت هذا) هو سؤال يضع المخاطَب دون الجرأة على القيام بهذا الفعل، ويضع الآلهة فوق أن يقع عليها مثله، والسؤال يشير إلى جانب ذلك، إلى نبرة تهديد غير خافية، فما يسألونه ليكافئوه أو يمهلوه أو يتركوه، وإنما يسألونه ليحلّوا به أقصى عقاب ممكن، إذا ما أقرّ بأنه فعل ذلك، وتستطيع أن تلمس التهديد في السؤال من الإجابة إذا لم تفصل السؤال عن سياقه، فمع أن إبراهيم (عليه السلام) كان من الجرأة والشجاعة واليقين والثقة بحيث فعل ما فعل، إلا أنه لم يقرّ بالفعل إقراراً صريحاً. نعم، إن الإجابة قد تحمل دلالة السخرية منهم ومن معتقدهم، ولكنها سخرية تدفع إلى التفكير والتأمل والتدبر، وفيها محاولة لإثنائهم عن أن يحلوا به عقاباً على فعله"[24].

· الفعل التبليغي (كسر الأصنام): هذا ليس تخريباً عشوائياً، بل هو برهان عملي يهدف إلى إثبات عجز الأصنام.

· الحوار اللاحق (60-64): هنا تظهر براعة إبراهيم التداولية:

· الانزياح الساخر: يحول إبراهيم الاتهام إليه إلى سؤال لهم عن المعبود الأكبر "فَاسْأَلُوهُمْ إِن كَانُوا يَنطِقُونَ".

· الوظيفة: إجبار القوم على مواجهة التناقض المنطقي بأنفسهم، إنه يضعهم في موقف لا يمكنهم الخروج منه إلا بالاعتراف بجهلهم، ويفيد إثبات الفعل لنفسه على الوجه الأبلغ مع الاستهزاء بالمخاطب[25]، وقد أراد إبراهيم من الإنكار إلزامهم الحجة على انتفاء ألوهية هذه الأصنام وأنها لو كانت آلهة لدافعت عن نفسها[26]، وهي صيغة حجاجية تهدف إلى تفجير التناقض الداخلي في عقيدتهم، وذلك من خلال إلزام الخصم بمنطقه.

· الاعتراف الضمني (الآية 64): "فَرَجَعُوا إِلَىٰ أَنفُسِهِمْ فَقَالُوا إِنَّكُمْ أَنتُمُ الظَّالِمُونَ" – هذه لحظة كشف الحقيقة الذاتية التي فرضها الخطاب الحجاجي لإبراهيم.

7. الآيتان (66-67): الخاتمة (الخطاب الاستنكاري العقلاني)

{قَالَ أَفَتَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ مَا لَا يَنفَعُكُمْ شَيْئًا وَلَا يَضُرُّكُمْ ﴿٦٦﴾ أُفٍّ لَّكُمْ وَلِمَا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ ۖ أَفَلَا تَعْقِلُونَ ﴿٦٧﴾}

· الآية 66: يعود إبراهيم إلى الخطاب المباشر، لكنه الآن مدعوم بالبرهان العملي، يسألهم سؤالاً عقلانياً صارخاً يعري حقيقة عبادة الأصنام: "مَا لَا يَنفَعُكُمْ شَيْئًا وَلَا يَضُرُّكُمْ".

· الآية 67: {أُفٍّ لَّكُمْ} – هنا يستخدم إبراهيم أسلوب التعبير الانفعالي (أف) الذي يعبر عن الاستقباح والاشمئزاز. هذه الإستراتيجية:

· تخلق صدمة وجدانية بعد الحجة العقلية.

· تظهر مدى انحراف وصورة ما يعبدون.

· يختتمها بدعوة إلى العقل "أَفَلَا تَعْقِلُونَ" ليربط بين المشاعر السلبية تجاه الباطل والعقل الذي يجب أن يرفضه.

الاستنتاجات الوظيفية من التحليل التداولي:

1. تعدد الإستراتيجيات التداولية: استخدم إبراهيم عليه السلام مجموعة متكاملة من الإستراتيجيات: الاستفهام التشكيكي ← الحجة العقلية ← البرهان العملي (الإقدام) ← الحوار الساخر (الإحجام) ← الاستنكار الانفعالي، هذا التدرج يظهر مرونة الخطاب النبوي وفقاً لمتطلبات الموقف.

2. مواجهة الانزياحات: واجه إبراهيم انزياحين رئيسيين من القوم (الاحتماء بالموروث، والتهرب بالسخرية) بردود حاسمة كسرت طوق الحجة لديهم، ثم قلَب الطاولة عليهم بانزياحه الساخر الذي أجبرهم على الاعتراف بظلمهم.

3. وظيفة الفعل في الخطاب: حوّل إبراهيم الحوار من خطاب نظري إلى خطاب برهاني عملي، جسد فيه العجز الذي يتحدث عنه، جعل القوم يشهدون بنتيجة عبادة الأصنام بأعينهم قبل آذانهم.

4. استهداف المنطق الداخلي: لم يهاجم إبراهيم الأصنام فقط، بل هاجم أسس الشرعية التي يستندون إليها (التقليد الأعمى)، وعمل على تفجير التناقضات الكامنة في عقلهم الجمعي.

5. البعد الوظيفي العام: تقديم نموذج للدعوة التي تبدأ بالحكمة والموعظة الحسنة، ولكنها لا تتردد في استخدام الحجة العملية والمواجهة العقلانية إذا استدعى الموقف، كل ذلك مع الحفاظ على جوهر الدعوة إلى التوحيد والعقل.

الخطاب التداولي في هذا النص يتميز بأنه:

وظيفي: لأن هدفه تغيير السلوك الاعتقادي عبر الإقناع.

تحويلي: لأنه نقل القوم من السكون العقلي إلى لحظة وعي ذاتي (فرجعوا إلى أنفسهم).

تواصلي حجاجي: يستخدم أدوات اللغة لتفعيل التفاعل لا لفرض الموقف.

خامساً: تحليل نص حوار هود مع قومه (سورة الأعراف: 65-71)

النص: "وَإِلَىٰ عَادٍ أَخَاهُمْ هُودًا ۗ قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَٰهٍ غَيْرُهُ ۚ أَفَلَا تَتَّقُونَ (65) قَالَ الْمَلَأُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ قَوْمِهِ إِنَّا لَنَرَاكَ فِي سَفَاهَةٍ وَإِنَّا لَنَظُنُّكَ مِنَ الْكَاذِبِينَ (66) قَالَ يَا قَوْمِ لَيْسَ بِي سَفَاهَةٌ وَلَٰكِنِّي رَسُولٌ مِنْ رَبِّ الْعَالَمِينَ (67) أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَأَنَا لَكُمْ نَاصِحٌ أَمِينٌ (68) أَوَعَجِبْتُمْ أَنْ جَاءَكُمْ ذِكْرٌ مِنْ رَبِّكُمْ عَلَىٰ رَجُلٍ مِنْكُمْ لِيُنْذِرَكُمْ وَاذْكُرُوا إِذْ جَعَلَكُمْ خُلَفَاءَ مِنْ بَعْدِ قَوْمِ نُوحٍ وَزَادَكُمْ فِي الْخَلْقِ بَسْطَةً ۖ فَاذْكُرُوا آلَاءَ اللَّهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (69) قَالُوا أَجِئْتَنَا لِنَعْبُدَ اللَّهَ وَحْدَهُ وَنَذَرَ مَا كَانَ يَعْبُدُ آبَاؤُنَا ۖ فَأْتِنَا بِمَا تَعِدُنَا إِنْ كُنْتَ مِنَ الصَّادِقِينَ (70) قَالَ قَدْ وَقَعَ عَلَيْكُمْ مِنْ رَبِّكُمْ رِجْسٌ وَغَضَبٌ ۖ أَتُجَادِلُونَنِي فِي أَسْمَاءٍ سَمَّيْتُمُوهَا أَنْتُمْ وَآبَاؤُكُمْ مَا نَزَّلَ اللَّهُ بِهَا مِنْ سُلْطَانٍ ۚ فَانْتَظِرُوا إِنِّي مَعَكُمْ مِنَ الْمُنْتَظِرِينَ (71)" (الأعراف: 65-71).

أولاً: السياق التداولي والموقف التواصلي:

1. المتحدث: (هود عليه السلام) نبي مرسل من الله، صفة المتحدث تمنح خطابه سلطة دينية وأخلاقية.

2. المتلقون: قوم عاد، وهم قوة بشرية مادية ﴿إِذْ جَعَلَكُمْ خُلَفَاءَ مِنْ بَعْدِ قَوْمِ نُوحٍ وَزَادَكُمْ فِي الْخِلْقَةِ بَسْطَةً﴾، يتميزون بالكبرياء والغفلة والتمسك بتراث الآباء (الشرك).

3. الهدف التواصلي (الوظيفة الأساسية): تحويل القوم من الشرك بالله إلى التوحيد، ومن الكفر إلى الإيمان، ومن حياة الغفلة إلى حياة الاستقامة.

4. العائق التواصلي: الهوة المعرفية والعقدية بين النبي والقوم، والثقة المفرطة بقوتهم المادية، والتشبث بالهوية القبلية والتراثية.

ثانياً: إستراتيجيات الخطاب التداولي ووظائفها التحليلية في نص الحوار:

يمكن تقسيم الحوار إلى مراحل، كل مرحلة تحمل إستراتيجية تواصلية محددة:

الإستراتيجية الأولى: التأسيس والتقديم (الآية 65)

· النص: ﴿وَإِلَىٰ عَادٍ أَخَاهُمْ هُودًا ۗ قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَٰهٍ غَيْرُهُ ۖ أَفَلَا تَتَّقُونَ﴾

· التحليل التداولي:

· التأطير العاطفي (أخاهم): يبدأ الخطاب بتأكيد الرابطة الأخوية، وهي إستراتيجية تداولية تهدف إلى كسر حاجز النفور وبناء جسر من الثقة والقربى. هذا يخفف من حدة الصدمة التي قد يسببها خطاب التغيير الجذري.

· الوضوح والصراحة (يَا قَوْمِ): الخطاب مباشر وجماعي، يعبر عن المسؤولية والاهتمام بمصير المجموعة ككل.

· صياغة الهدف الأساسي (اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَٰهٍ غَيْرُهُ): جاءت الجملة خبرية في صيغة الأمر، لكنها تحمل دلالة التقرير والحقيقة المطلقة. إنها لب الخطاب ووظيفته المركزية.

· الاستفهام التحفيزي (أَفَلَا تَتَّقُونَ): هذه الإستراتيجية تهدف إلى إثارة الوعي الداخلي للمخاطبين، الاستفهام الإنكاري يهز مشاعر الغفلة ويذكرهم بعواقب الأمور (العقاب الإلهي)، ما يحفز وظيفة الخوف والترهيب إلى جانب وظيفة التذكير.

الإستراتيجية الثانية: تفنيد حجج الخصوم ورد الفعل (الآية 66)

· النص: ﴿قَالَ الْمَلَأُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ قَوْمِهِ إِنَّا لَنَرَاكَ فِي سَفَاهَةٍ وَإِنَّا لَنَظُنُّكَ مِنَ الْكَاذِبِينَ﴾

· التحليل التداولي:

· كشف موقف الخصم: يظهر رد فعل النخبة الكافرة (الملأ) الإستراتيجية المضادة، والتي تعتمد على:

1. الهجوم الشخصي (التصوير بالسفاهة): محاولة تشويه صورة المتحدث لسحب المصداقية من خطابه.

2. الاتهام المباشر (من الكاذبين): تفريغ مضمون الخطاب من قيمته الحقيقية.

· وظيفة هذا الرد: يوضح السياق التصادمي الذي يدور فيه الخطاب، ويبرز التحدي الذي واجهه هود، مما يضفي مصداقية على السرد القرآني.

الإستراتيجية الثالثة: التحول من الخطاب العاطفي إلى الخطاب البرهاني (الآيات 67-69)

· النص: ﴿قَالَ يَا قَوْمِ لَيْسَ بِي سَفَاهَةٌ وَلَٰكِنِّي رَسُولٌ مِنْ رَبِّ الْعَالَمِينَ (67) أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَأَنَا لَكُمْ نَاصِحٌ أَمِينٌ (68) أَوَعَجِبْتُمْ أَنْ جَاءَكُمْ ذِكْرٌ مِنْ رَبِّكُمْ عَلَىٰ رَجُلٍ مِنْكُمْ لِيُنْذِرَكُمْ ۚ وَاذْكُرُوا إِذْ جَعَلَكُمْ خُلَفَاءَ مِنْ بَعْدِ قَوْمِ نُوحٍ وَزَادَكُمْ فِي الْخَلْقِ بَسْطَةً ۖ فَاذْكُرُوا آلَاءَ اللَّهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (69)﴾

· التحليل التداولي:

· الرد الهادئ والمنطقي (لَيْسَ بِي سَفَاهَةٌ): لم يرد هود بالغضب أو الشتيمة، بل دحض التهمة برد موضوعي، ليحافظ على هيبة الخطاب.

· تأكيد الهوية والشرعية (رَسُولٌ مِنْ رَبِّ الْعَالَمِينَ): ينتقل من الدفاع عن ذاته إلى الهجوم بإعلان مصدر سلطته وهو "رب العالمين"، وهي صيغة تتعالى على الانتماءات القبلية الضيقة.

· توضيح الوظيفة والنوايا (أُبَلِّغُكُمْ... وَأَنَا لَكُمْ نَاصِحٌ أَمِينٌ): هنا يستخدم هود إستراتيجية "كسب الثقة"، بتقديم نفسه كـ "ناصح أمين"، فاختيار كلمة (قومي) وتكرارها في سياق بنية النداء والأمر يوحي بحرصه على التحبب لقومه وملاطفتهم وتذكيرهم بطبيعة العلاقة الرابطة بينهم، فهو ينتمي إليهم ويعيش معهم، لذلك هو حريص على مصلحتهم ويريد خيرهم، لكن لم يؤثر فيهم شيء من هذا، فهم مصرون على عنادهم وجدالهم وتشكيكهم في صدق نبوته[27]. لقد غير من إدراك القوم لوظيفة خطابه من تهديد إلى مصلحة، ومن هدم إلى بناء.

· المنطق الاستدلالي (أَوَعَجِبْتُمْ...): يستفهم استنكارياً ليعيد توجيه تفكيرهم. المنطق التداولي هنا: كيف يعجبون من أن يكون المنذر رجلاً منهم؟ أليس هذا أقرب إلى قبولهم له؟

· التذكير بالنعم (الاستدلال بآلاء الله): هذه إستراتيجية تداولية عالية التأثير، يذكرهم بنعمتين عظيمتين:

1. الاستخلاف في الأرض: يشعرهم بأهميتهم ومسؤوليتهم.

2. القوة البدنية (بَسْطَةً): يستخدم صفتهم التي يتفاخرون بها ويجعلها دليلاً على نعمة الله، لا على قوتهم الذاتية، يحول دليلهم المادي إلى دليل توحيدي.

· الربط الوظيفي المباشر (فَاذْكُرُوا آلَاءَ اللَّهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ): يربط التذكير بالنعم بالهدف النهائي (الفلاح)، مما يجعل العبادة مجرد شكر على النعم وسبيلاً للنجاح.

الإستراتيجية الرابعة: التحدي والإنذار النهائي (الآيات 70–71)

· النص: ﴿قَالُوا أَجِئْتَنَا لِنَعْبُدَ اللَّهَ وَحْدَهُ وَنَذَرَ مَا كَانَ يَعْبُدُ آبَاؤُنَا ۖ فَأْتِنَا بِمَا تَعِدُنَا إِنْ كُنْتَ مِنَ الصَّادِقِينَ (70) قَالَ قَدْ وَقَعَ عَلَيْكُمْ مِنْ رَبِّكُمْ رِجْسٌ وَغَضَبٌ ۖ أَتُجَادِلُونَنِي فِي أَسْمَاءٍ سَمَّيْتُمُوهَا أَنْتُمْ وَآبَاؤُكُمْ مَا نَزَّلَ اللَّهُ بِهَا مِنْ سُلْطَانٍ ۚ فَانْتَظِرُوا إِنِّي مَعَكُمْ مِنَ الْمُنْتَظِرِينَ (71)﴾

· التحليل التداولي:

· كشف تعنت الخصم (أَجِئْتَنَا...): يظهر رد القوم تمسكهم بالهوية التقليدية (آباؤنا) وتحديهم المادي (فَأْتِنَا بِمَا تَعِدُنَا).

· التحول إلى الإنذار الصريح (قَدْ وَقَعَ... رِجْسٌ وَغَضَبٌ): بعد استنفاد كل إستراتيجيات الإقناع (العاطفية، المنطقية، التذكيرية)، ينتقل هود إلى إستراتيجية التخويف والإنذار. استخدام فعل "وَقَعَ" في الماضي يعطي معنى الحتمية والفورية، مما يزيد من تأثير التهديد.

· تفكيك الأساس المعرفي لشركهم (أَسْمَاءٍ سَمَّيْتُمُوهَا): يهدم هود شركهم من جذره بتصويره على أنه مجرد "أسماء" مبتدعة بلا سلطان (دليل) إلهي. هذه إستراتيجية تداولية تفضح هشاشة الأساس الذي يقف عليه الخصم.

· الإغلاق التداولي وترك العاقبة (فَانْتَظِرُوا إِنِّي مَعَكُمْ مِنَ الْمُنْتَظِرِينَ): ينهي الحوار بتحدٍ مضاد. عبارة "إِنِّي مَعَكُمْ" ليست للمشاركة في المصير فحسب، بل هي تأكيد على ثقته بنفسه وبرسالته، وأن انتظاره مختلف عن انتظارهم؛ فهو انتظار تحقق الوعد الإلهي.

الخلاصة الوظيفية والتحليلية:

من خلال هذا التحليل التداولي، يتضح أن إستراتيجية الخطاب في محاورة هود عليه السلام كانت إستراتيجية متدرجة ومتكيفة مع سياق الحوار وردود أفعال القوم:

1. الوظيفة التأسيسية: بناء جسور التواصل (الأخوة).

2. الوظيفة التقريرية: تقديم الرسالة بوضوح (التوحيد).

3. الوظيفة الدفاعية/البرهانية: الحفاظ على المصداقية ودحض التهم باستخدام المنطق والبرهان.

4. الوظيفة الإرشادية: تقديم النصح والأمانة وكسب الثقة.

5. الوظيفة التذكيرية: استحضار النعم لتحقيق الإقناع العاطفي والعقلي.

6. الوظيفة الإنذارية: استخدام الترهيب كحافز أخير بعد استنفاد سبل الترغيب.

7. الوظيفة التحدية: فضح بطلان المنظومة الاعتقادية للخصم وإغلاق باب الجدال غير المجدي.

وهكذا، يقدم الخطاب التداولي في قصة هود نموذجاً وظيفياً متكاملاً لكيفية إدارة الحوار مع المعارضين، يجمع بين الحكمة والموعظة الحسنة والجدال بالتي هي أحسن، مع الصراحة والوضوح والإنذار عندما يتطلب الموقف ذلك.

النتائج: كشفت الدراسة عن عدد من النتائج والتوصيات يمكن إجمالها فيما يأتي:

1. اتسم الخطاب النبوي بطابع تداولي فعّال يقوم على مراعاة المقام والسياق والمخاطب، ما يعكس وعي الأنبياء بطبيعة التلقي وغايات التواصل.

2. اعتمد الأنبياء في محاوراتهم على تنويع الأساليب الخطابية بين الترغيب والترهيب، والعقل والمنطق، والمثل والسرد القصصي، وفقًا لمقتضيات الموقف.

3. أظهرت الدراسة أن الوظيفة الأساسية للخطاب النبوي هي الإقناع الأخلاقي والإصلاحي، لا الإقناع الجدلي؛ إذ كان الهدف تغيير السلوك والعقيدة عبر خطاب رحيم متدرّج.

4. الأفعال الكلامية في محاورات الأنبياء جاءت متعددة الوظائف:

الاستفهام لتفعيل التفكير وكسر الجمود العقائدي.

التقرير لتثبيت الحقائق العقدية.

التوبيخ للتنبيه والردع.

الدعاء والوعد والتهديد لتأكيد المقصد الإلهي وإحداث الأثر النفسي.

5. كشفت الدراسة عن أن التداولية في الخطاب النبوي ليست مجرد توظيف لغوي، بل منظومة تواصلية متكاملة تراعي المقاصد، وتوازن بين القول والفعل، وتنسجم مع البنية القيمية للدين.

6. محاورات الأنبياء — على تنوعها — تشترك في خصائص تداولية موحدة أبرزها:

التدرج في الإقناع.

مراعاة المقام والمخاطب.

الجمع بين الحجة العقلية والعاطفية.

توظيف المفارقة والسخرية الإيجابية لإيقاظ الوعي.

التوصيات

1. ضرورة توسيع الدراسات التداولية في النصوص القرآنية والنبوية لفهم آليات التواصل الإنساني في بعدها القيمي والوظيفي.

2. الدعوة إلى توظيف مبادئ التداولية في تحليل الخطاب الديني المعاصر بما يحقق فاعلية أكبر في الخطاب الدعوي والتربوي.

3. أهمية إدراج الدراسات التداولية التطبيقية ضمن مناهج اللغة العربية والدراسات الشرعية لتقوية مهارات التواصل والحجاج لدى الدارسين.

4. توجيه الباحثين إلى دراسة خطاب الأنبياء من منظور مقارن بين الخطابات السماوية المختلفة لإبراز وحدة المقصد الإلهي في الدعوة والإصلاح.

5. العناية بتحليل الوظائف التداولية في النصوص التراثية والأدبية لفهم أثرها في بناء الفكر والهوية اللغوية العربية.

ختامًا، فإن دراسة الخطاب التداولي في محاورات الأنبياء ليست غاية أكاديمية فحسب، بل هي استعادة لفن التواصل المؤثر الذي يجمع بين الحكمة والموعظة الحسنة والمجادلة بالتي هي أحسن. وهي دعوة للباحثين للغوص في بحر القرآن الكريم، واستخراج دُرره التي تثرى المعرفة الإنسانية، وتضيء طريق الهدى في كل عصر.

المراجع:

1) ابن عاشور، محمد الطاهر. (1984)، التحرير والتنوير، الدار التونسية للنشر، تونس.

2) أرمينكو، فرانسواز، (1986)، المقاربة التداولية، ترجمة/ سعيد علوش، مركز الإنماء القومي، الرباط.

3) الألوسي، (1415 هـ) شهاب الدين محمود بن عبد الله الحسيني، روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني، تح: علي عبد الباري عطية، دار الكتب العلمية، بيروت، ط (1).

4) بابكر أ. أ. ا. م. (2024). الأفعال الكلامية في خطاب التهنئة بالعيد في البلدان العربية من منظور تداولي. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية، 6(3)، 57–74. https://doi.org/10.53286/arts.v6i3.2064

5) بلبع، عيد، (1999)، نقض البلاغة (أسلوبية السؤال، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.

6) بوقرة، نعمان (2007): نحو النص، مبادئه واتجاهاته الأساسية في ضوء النظرية اللسانية الحديثة، مجلة علامات. المجلد 16؛ جزء61، النادي الأدبي الثقافي، جدة.

7) الجعيد ب. ب. م. ., & القرني ح. ب. م. (2023). القصدية في أخبار خلفاء ووزراء العصر العباسي دراسة تداولية. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية، 5(2)، 344–376. https://doi.org/10.53286/arts.v5i2.1503

8) الجيوسي، عبدالله (2006)، التعبير القرآني والدلالة النفسية، دار الغوثاني للدراسات القرآنية، دمشق.

9) حجازي، عبد الرحمن (2005)، مفهوم الخطاب في النظرية النقدية المعاصرة. مجلة علامات في النقد، مج 15، ج7، النادي الأدبي الثقافي.

10) الحميري، عبد الواسع (2008): الخطاب والنص، المفهوم، العلامة؛ السلطة؛ المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت.

11) سعد س. أ. ح. (2025). صوت المتكلم في قصيدة (أنا لست منكم) لأحمد النهمي: دراسة تداولية. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية، 7(3)، 265–282. https://doi.org/10.53286/arts.v7i3.2726

12) الشمري ع. ب. ب. (2024). توظيف الأفعال الكلامية في ديوان الزمزمي المكي (ت: 976هـ): دراسة تداولية. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية، 6(4)، 9–38. https://doi.org/10.53286/arts.v6i4.2174

13) الشهري، عبد الهادي بن ظافر (2004)، إستراتيجيات الخطاب (مقاربة لغوية تداولية)، ط (1)، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت.

14) عبد الرحمن، طه(1998)، اللسان والميزان، ط1، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء.

15) العنزي إ. ب. د. (2022). الإستراتيجية التوجيهية في الخطاب التعليمي الموجّه لمتعلمي العربية لغة ثانية دراسة تداولية. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية، (16)، 317–348. https://doi.org/10.53286/arts.v1i16.945

16) الحمادي ل. ع. ا.(2021). السخرية في (المقامة الصورية) لليازجي دراسة تداولية. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية، 1(12)، 403–437. https://doi.org/10.53286/arts.v1i12.782

17) غيلان ع. م. ق. ع. (2021). العلاقات الدلالية وأثرها في إبراز السياق النفسي في المحاورات القرآنية. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية، 1(3)، 188–224. https://doi.org/10.53286/arts.v1i3.236

18) غيلان، عبده محمد (2020)، العلاقات النصية وأثرها في إبراز السياق النفسي في المحاورات القرآنية (دراسة في ضوء نحو النص) أطروحة دكتوراة، كلية اللغات، جامعة صنعاء، اليمن.

19) غيلان، عبده محمد(2020)، العلاقات الدلالية وأثرها في إبراز السياق النفسي في المحاورات القرآنية، مجلة كلية الآداب، جامعة ذمار، العدد3، فبراير، 2020م.

20) فوكو، ميشال: حفريات المعرفة؛ تر: سالم يفوت، المركز الثقافي العربي، ط6، الدار البيضاء.

21) المطيري هـ. م. ع. (2023). الروابط الحجاجية في كتاب (أبجديات سياسية على سور الوطن) لحسن الهويمل. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية، 5(4)، 487–509. https://doi.org/10.53286/arts.v5i4.1674

22) منقونو، دومينيك، (2008)، المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، ترجمة/ محمد يحياتن، منشورات الاختلاف، الدار العربية للعلوم ناشرون، ط (1)، الجزائر.

23) موشلر، جاك، وريبول، آن(2010) القاموس الموسوعي للتداولية، ترجمة/ مجموعة من الأساتذة والباحثين من الجامعات التونسية بإشراف عز الدين المجدوب، مراجعة/ خالد ميلاد، دار سيناترا، المركز الوطني للترجمة، تونس.

24) نزّال، فوز (2003) لغة الحوار في القرآن الكريم (دراسة وظيفية أسلوبية)، الجوهرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان.

25) واصل، عصام. (2018). دراسة سيميائية في قصة نصف امرأة مؤقتا، مجلة جسور المعرفة، 4(1)، 103-120.

26) واصل، عصام. (2020). الأفعال الكلامية في ديوان "أبجدية الروح"، مجلة طلائع اللغة وبدائع الأدب، 1(1)، 74–98.

27) واصل، ععصام. (2023). رواية (بلاد القائد): دراسة في ضوء سيمياء العواطف. مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، (33). https://doi.org/10.55074/hesj.vi33.840

28) اليوبي م. ن. س. (2025). التداولية وأثرها في تطوير الدرس اللساني. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية، 7(2)، 9–28. https://doi.org/10.53286/arts.v7i2.2404

الهوامش:

---

(1) غيلان ع. م. ق. ع. (2021). العلاقات الدلالية وأثرها في إبراز السياق النفسي في المحاورات القرآنية. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية, 1(3), 188–224. https://doi.org/10.53286/arts.v1i3.236. سعد س. أ. ح. (2025). صوت المتكلم في قصيدة (أنا لست منكم) لأحمد النهمي: دراسة تداولية. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية, 7(3), 265–282. https://doi.org/10.53286/arts.v7i3.2726

(2) أرمينكو، فرانسواز، (1986)، المقاربة التداولية، ترجمة/ سعيد علوش، مركز الإنماء القومي، الرباط، ص 10- 11.

(3) اليوبي م. ن. س. (2025). التداولية وأثرها في تطوير الدرس اللساني. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية, 7(2), 9–28. https://doi.org/10.53286/arts.v7i2.2404، المرجع نفسه، ص: 8.

(4) واصل، عصام. (2018). دراسة سيميائية في قصة نصف امرأة مؤقتا، مجلة جسور المعرفة، 4(1)، 103–120. واصل، عصام. (2023). رواية (بلاد القائد): دراسة في ضوء سيمياء العواطف. مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، (33). https://doi.org/10.55074/hesj.vi33.840

(5) موشلر، جاك، وريبول، آن(2010) القاموس الموسوعي للتداولية، ترجمة/ مجموعة من الأساتذة والباحثين من الجامعات التونسية بإشراف عز الدين المجدوب، مراجعة/ خالد ميلاد، دار سيناترا، المركز الوطني للترجمة، تونس، ص: 21.

(6) أرمينكو، فرانسواز، (1986) المقاربة التداولية: ص: 8.

(7) ينظر: المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

([8]) منقونو، دومينيك، (2008)، المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، ترجمة/ محمد يحياتن، منشورات الاختلاف، الدار العربية للعلوم ناشرون، الجزائر، ط (1)، ص: 101. الجعيد ب. ب. م. ., & القرني ح. ب. م. (2023). القصدية في أخبار خلفاء ووزراء العصر العباسي دراسة تداولية. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية, 5(2), 344–376. https://doi.org/10.53286/arts.v5i2.1503

([9]) ينظر الشهري، عبد الهادي بن ظافر (2004)، إستراتيجيات الخطاب (مقاربة لغوية تداولية): دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، ط (1)، ص: 22.

([10]) الحميري، عبد الواسع (2008): الخطاب والنص، المفهوم، العلامة؛ السلطة؛ المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، ص90.

([11]) ينظر حجازي، عبد الرحمن (2005): مفهوم الخطاب في النظرية النقدية المعاصرة. مجلة علامات في النقد، مج 15، ج7، النادي الأدبي الثقافي، ص 123. بابكر أ. أ. ا. م. (2024). الأفعال الكلامية في خطاب التهنئة بالعيد في البلدان العربية من منظور تداولي. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية, 6(3), 57–74. https://doi.org/10.53286/arts.v6i3.2064

([12]) ينظر فوكو، ميشال: حفريات المعرفة؛ تر: سالم يفوت؛ المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 6، ص102.

([13]) عبد الرحمن، طه(1998)، اللسان والميزان، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط1، ص215.

([14]) الشهري، عبد الهادي بن ظافر(2004)، إستراتيجيات الخطاب، مقاربة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط1، ص39. المطيري هـ. م. ع. . (2023). الروابط الحجاجية في كتاب (أبجديات سياسية على سور الوطن) لحسن الهويمل. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية, 5(4), 487–509. https://doi.org/10.53286/arts.v5i4.1674

[15] ينظر بوقرة، نعمان (2007): نحو النص، مبادئه واتجاهاته الأساسية في ضوء النظرية اللسانية الحديثة، مجلة علامات. مج 16؛ ج61، النادي الأدبي الثقافي. جدة، ص22.
الشمري ع. ب. ب. (2024). توظيف الأفعال الكلامية في ديوان الزمزمي المكي (ت: 976هـ): دراسة تداولية. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية, 6(4), 9–38.
https://doi.org/10.53286/arts.v6i4.2174

[16] المرجع نفسه، المقدمة، صiv.

[17] ينظر غيلان، عبده محمد (2020)، العلاقات النصية وأثرها في إبراز السياق النفسي في المحاورات القرآنية (دراسة في ضوء نحو النص)، ص217. العنزي إ. ب. د. (2022). الإستراتيجية التوجيهية في الخطاب التعليمي الموجّه لمتعلمي العربية لغة ثانية دراسة تداولية. الآداب للدراسات اللغوية والأدبية, (16), 317–348.
https://doi.org/10.53286/arts.v1i16.945

[18] غيلان، عبده محمد(2020) العلاقات الدلالية وأثرها في إبراز السياق النفسي في المحاورات القرآنية، مجلة كلية الآداب، جامعة ذمار، العدد3، فبراير، 2020م، ص212.
الحمادي ل. ع. ا. (2021). السخرية في (المقامة الصورية) لليازجي دراسة تداولية.الآداب للدراسات اللغوية والأدبية, 1(12), 403–437.
https://doi.org/10.53286/arts.v1i12.782

[19] الجيوسي، عبدالله (2006)، التعبير القرآني والدلالة النفسية، دار الغوثاني للدراسات القرآنية، دمشق، ص441. واصل، عصام، الأفعال الكلامية في ديوان "أبجدية الروح"، مجلة طلائع اللغة وبدائع الأدب، 1(1)، 74–98.

[20] نزّال، فوز (2003) لغة الحوار في القرآن الكريم (دراسة وظيفية أسلوبية)، الجوهرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، ص294.

[21] غيلان، عبده محمد(2020) العلاقات الدلالية وأثرها في إبراز السياق النفسي في المحاورات القرآنية، ص216.

[22] المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

[23] الألوسي، (1415 هـ) شهاب الدين محمود بن عبد الله الحسيني، روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني، تح: علي عبد الباري عطية، دار الكتب العلمية، بيروت، ط (1)، ج9، ص56.

[24] بلبع، عيد، (1999)، نقض البلاغة (أسلوبية السؤال، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ص: 63 ـ 64.

[25] ينظر الألوسي، (1415 هـ)، روح المعاني: 63/9.

[26] ينظر ابن عاشور، محمد الطاهر بن محمد بن محمد الطاهر(1984)، التحرير والتنوير، الدار التونسية للنشر، تونس، 101/17.

[27] غيلان، عبده محمد(2020) العلاقات النصية وأثرها في إبراز السياق النفسي في المحاورات القرآنية، ص41.