



الحذف النحوي في عناوين الأخبار العربية الرقمية (دراسة تداولية تحليلية)

د. فاطمة عمر السايير زاهد¹، د. سمية عبد القادر صالح حامد²

¹ أستاذ النحو والصرف المساعد- كلية التربية جامعة نبالا- السودان ، قسم اللغة العربية قسم اللغة العربية وآدابها - كلية اللغات والعلوم الإنسانية - جامعة القصيم- المملكة العربية السعودية

² أستاذ علم اللغة (اللسانيات) المساعد/ كلية الآداب/ قسم اللغة العربية

البريد الإلكتروني: somia5salih@gmail.com - afzahid630@gmail.com

للاستشهاد بهذا المقال:-

د. فاطمة عمر السايير زاهد، د. سمية عبد القادر صالح حامد ، الحذف النحوي في عناوين الأخبار العربية الرقمية (دراسة تداولية تحليلية)

، مجلة جامعة أم درمان الإسلامية

ISSN: 5361-1858

<https://doi.org/10.52981/oijhs.v22i3.3726>

المستخلص :

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أنماط الحذف النحوي في عناوين الأخبار العربية الرقمية، وتحليل وظائفها التداولية في الخطاب الإعلامي المعاصر. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل عينة مكونة من (100) عنوان إخباري جمعت من مواقع الجزيرة نت، والعربية نت، وسكاى نيوز عربية، وبي بي سي عربي خلال شهري يناير وفبراير 2025م. وأظهرت النتائج أن حذف الفعل يُعد أكثر أنماط الحذف شيوعاً، يليه حذف المبتدأ والخبر، وأن الحذف يؤدي وظائف تداولية متعددة، أبرزها: الإيجاز، والإثارة، والتوجيه، وتحقيق الكثافة الاتصالية. كما كشفت الدراسة أن الحذف في العناوين الرقمية لم يعد ظاهرة نحوية فحسب، بل أصبح أداة تداولية تسهم في تشكيل المعنى وتوجيه فهم المتلقي في البيئة الإعلامية الرقمية. الكلمات المفتاحية: الحذف النحوي، العناوين الرقمية، التداولية، الإعلام الرقمي، تحليل الخطاب .

Abstract :

This study aims to investigate patterns of grammatical ellipsis in Arabic digital news headlines and analyze their pragmatic functions in contemporary media discourse. The study adopts a descriptive-analytical approach through analyzing a sample of 100 news headlines collected from Al Jazeera .Net, Al Arabiya Net, Sky News Arabia, and BBC Arabic during January and February 2025

The findings reveal that verb ellipsis is the most frequent type, followed by subject and predicate ellipsis. The study also shows that ellipsis performs several pragmatic functions, most notably

brevity, stimulation, guidance, and communicative density. Furthermore, the study demonstrates that grammatical ellipsis in digital headlines is no longer merely a syntactic phenomenon, but rather a pragmatic tool that contributes to meaning construction and guides readers' interpretation within the digital media environment.

Keywords: Grammatical Ellipsis, Digital Headlines, Pragmatics, Digital Media, Discourse Analysis

مقدمة:

يشهد الخطاب الإعلامي العربي في البيئة الرقمية تحولات لغوية متسارعة فرضتها طبيعة الاتصال الإلكتروني القائم على السرعة والاختزال والتأثير المباشر في المتلقي. وقد أصبحت عناوين الأخبار الرقمية تمثل عنصرًا محوريًا في صناعة المحتوى الإعلامي، نظرًا لدورها في جذب القارئ وتوجيه انتباهه في ظل التنافس الكبير بين المنصات الإخبارية.

ومن أبرز الظواهر اللغوية التي برزت في هذه العناوين ظاهرة الحذف النحوي، التي تقوم على إسقاط بعض عناصر التركيب اللغوي مع بقاء المعنى مفهومًا اعتمادًا على السياق والقارئ المصاحبة. ولم يعد الحذف في الخطاب الإعلامي الرقمي مجرد وسيلة للإيجاز، بل أصبح أداة تداولية تُستخدم لتحقيق أغراض اتصالية متعددة، مثل التشويق، والإقناع، والتوجيه، والإثارة.

وتتبع مشكلة البحث من التوسع الملحوظ في استخدام الحذف النحوي في العناوين الإخبارية العربية الرقمية، وما يترتب عليه من تأثيرات تداولية تتعلق ببناء المعنى وتوجيه فهم المتلقي، الأمر الذي يثير تساؤلات حول العلاقة بين البنية النحوية المختصرة والفاعلية الاتصالية في الخطاب الإعلامي الحديث.

وتتجلى أهمية هذه الدراسة في أنها تربط بين التحليل النحوي والتحليل التداولي في معالجة ظاهرة لغوية معاصرة داخل الإعلام الرقمي، كما تساهم في الكشف عن قدرة اللغة العربية على التكيف مع متطلبات الاتصال الحديث دون الإخلال بخصائصها البنيوية.

ومن هذا المنطلق، تسعى الدراسة إلى الكشف عن أنماط الحذف النحوي في عناوين الأخبار العربية الرقمية، وتحليل وظائفها التداولية وأثرها في تشكيل المعنى وتوجيه المتلقي، من

خلال توظيف المنهج الوصفي التحليلي في دراسة عينة من العناوين الإخبارية المنشورة في عدد من المنصات الإعلامية العربية الرقمية.

مشكلة البحث:

شهدت عناوين الأخبار العربية الرقمية تطورًا واضحًا في بنيتها اللغوية نتيجة التحولات التي فرضتها البيئة الإعلامية الحديثة، إذ أصبحت تميل إلى الإيجاز والاختصار والتكثيف بما يتوافق مع طبيعة التلقي الرقمي القائم على السرعة والتصفح السريع. وفي ظل هذا التحول برزت ظاهرة الحذف النحوي بوصفها سمة أسلوبية متكررة في صياغة العناوين الإخبارية، حيث يُستغنى عن بعض عناصر التركيب اللغوي مع بقاء المعنى قابلاً للفهم من خلال السياق.

غير أن هذا الحذف - على الرغم من فاعليته الاتصالية - قد يثير إشكالات تتعلق بوضوح المعنى وتعدد التأويلات، خاصة في الأخبار السياسية أو الأمنية التي تتطلب قدرًا عاليًا من الدقة والوضوح. ومن هنا تتبع مشكلة البحث من الحاجة إلى دراسة العلاقة بين الحذف النحوي ووظائفه التداولية في الخطاب الإعلامي الرقمي، والكشف عن أثره في بناء المعنى وتوجيه فهم المتلقي.

وتتمثل إشكالية البحث الرئيسة في التساؤل الآتي:

- إلى أي مدى يساهم الحذف النحوي في تحقيق الفاعلية التداولية لعناوين الأخبار العربية الرقمية؟

تساؤلات البحث:

ينطلق هذا البحث من التساؤل الرئيس الآتي:

- كيف يسهم الحذف النحوي في تحقيق الفاعلية التداولية لعناوين الأخبار العربية الرقمية؟
- ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس عدد من الأسئلة الفرعية، هي:
- ما أبرز أنماط الحذف النحوي المستخدمة في عناوين الأخبار العربية الرقمية؟
- ما الدوافع التداولية لاستخدام الحذف في هذه العناوين؟
- كيف يؤثر الحذف النحوي في بناء المعنى وتوجيه المتلقي؟
- ما العلاقة بين طبيعة الخطاب الرقمي وكثافة الحذف في العناوين الإخبارية؟
- إلى أي مدى يحقق الحذف التوازن بين الإيجاز والوضوح في الخطاب الإعلامي الرقمي؟

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى الكشف عن الأبعاد النحوية والتداولية لظاهرة الحذف النحوي في العناوين الإخبارية الرقمية، ويتفرع من هذا الهدف أهداف تفصيلية منها:

- تحديد أنماط الحذف النحوي الشائعة في العناوين الإخبارية الرقمية، وخصائص كل نوع.
- تحليل البنية النحوية للعناوين الرقمية لإبراز العلاقة بين الحذف والإيجاز اللغوي.
- الكشف عن الدوافع التداولية لاستخدام الحذف في السياق الإعلامي الرقمي.
- دراسة أثر الحذف في المعنى والدلالة وتأثيره في توجيه فهم المتلقي.
- تحليل العلاقة بين النحو العربي والوظيفة الاتصالية الحديثة في النصوص الرقمية،
- بناء تصور علمي يسهم في تطوير أساليب الكتابة الإعلامية العربية بما يحقق الدقة والفاعلية.

أهمية البحث:

تتجلى أهمية هذا البحث في عدة جوانب جاءت كالآتي:

1. أهمية لغوية: نقل الدراسة النحوية من الإطار التقليدي إلى الإطار التداولي الذي يربط البنية بالسياق.
2. أهمية تداولية: إبراز دور الحذف في تحقيق مقاصد المتكلم (الإقناع والإيجاز والإثارة) من منظور تحليل الخطاب، وكيفية تفاعل القارئ أو المستمع مع هذا النوع من الخطاب.
3. أهمية إعلامية تطبيقية: مساعدة الصحفيين والحررين الرقميين على استخدام الحذف بوعي متوازن يجمع بين الإيجاز والوضوح.
4. أهمية معرفية: سد فجوة في الدراسات العربية الحديثة التي تجمع بين التحليل النحوي والتداولي
5. أهمية حضارية وثقافية: إظهار مرونة العربية وقدرتها على مواكبة العصر الرقمي.
6. أهمية أكاديمية وبحثية: توفير أساس لبحوث لاحقة تتناول ظواهر لغوية أخرى في الإعلام الرقم.

منهجية البحث:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي؛ لملاءمته لدراسة الظواهر اللغوية في سياقاتها الطبيعية، وذلك من خلال وصف أنماط الحذف النحوي في عناوين الأخبار العربية الرقمية وتحليل وظائفها التداولية في الخطاب الإعلامي المعاصر.

مجتمع الدراسة:

يتكوّن مجتمع الدراسة من العناوين الإخبارية المنشورة في المواقع الإخبارية العربية الرقمية، نظرًا لما تتميز به هذه العناوين من تكثيف لغوي وسرعة في نقل المعلومة بما يتناسب مع طبيعة الاتصال الرقمي الحديث.

عينة الدراسة:

اشتملت عينة الدراسة على (100) عنوان إخباري رقمي جُمعت من عدد من المواقع الإخبارية العربية، هي:

- الجزيرة نت
- العربية نت
- سكاي نيوز عربية
- بي بي سي عربي

وقد جُمعت العينة خلال شهري يناير وفبراير من عام 2025م، مع مراعاة تنوع الموضوعات الإخبارية بين السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية.

أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة أداة تحليل المحتوى اللغوي؛ للكشف عن أنماط الحذف النحوي ووظائفه التداولية في العناوين الإخبارية الرقمية.

أساليب تحليل البيانات:

اعتمدت الدراسة على:

التحليل الوصفي الإحصائي؛ لرصد تكرارات أنماط الحذف ونسبها.

التحليل التداولي الوظيفي؛ لتفسير الوظائف الاتصالية والدلالية للحذف في ضوء السياق الإعلامي الرقمي.

الدراسات السابقة:

تُعدّ مراجعة الدراسات السابقة خطوة أساسية في أي بحث علمي، إذ تُسهم في بناء الإطار المعرفي، وتُظهر موقع البحث الحالي من الأدبيات الموجودة، وتساعد في تحديد الفجوات العلمية.

في هذا الجزء، تستعرض الباحثة أبرز الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت الحذف النحوي أو الوظائف التداولية للعناوين الإخبارية، مع تحليل نقدي لأهم نتائجها، وبيان نقاط الاتفاق والاختلاف بينها وبين موضوع هذا البحث.

أولاً: الدراسات العربية

1. دراسة حسن (2019): "اللغة والإيجاز في الصحافة العربية"

تناولت هذه الدراسة ظاهرة الإيجاز اللغوي في الصحافة العربية المطبوعة، وخصّت بالتحليل أساليب الاختصار البلاغي مثل الحذف والتقديم والتأخير. وقد خلصت إلى أنّ الحذف يُعدّ من أبرز مظاهر الإيجاز الصحفي، لأنه يوفر المساحة ويكثف المعنى دون الإخلال بالوضوح. وبيّن حسن (2019، ص143) أنّ العنوان الصحفي يُبنى غالبًا على حذف الفعل أو المبتدأ، لأن القارئ قادر على استنتاج العنصر المحذوف من السياق أو من الخبر نفسه.

إلا أن الدراسة ركّزت على الصحافة الورقية ولم تتناول الخطاب الرقمي الجديد، وهو ما يُعدّ فراغًا حاول هذا البحث معالجته.

2. دراسة القحطاني (2022): "الحذف في عناوين الأخبار الإلكترونية السعودية: دراسة تحليلية"

تُعدّ هذه الدراسة من أبرز الأبحاث الحديثة التي تناولت الحذف في الإعلام الرقمي. قامت الباحثة بتحليل (150) عنوانًا من الصحف السعودية الإلكترونية، وصنّفت أنواع الحذف إلى حذف الفعل، المبتدأ، الخبر، والمفعول به.

وأشارت النتائج إلى أنّ حذف الفعل هو الأكثر شيوعاً بنسبة (43٪)، يليه حذف المبتدأ بنسبة (25٪)، ثم حذف الخبر بنسبة (17٪) (القحطاني، 2022، ص 65).

وأكدت الباحثة أن الحذف يُستخدم في الإعلام الرقمي لتحقيق الإيجاز البصري والسرعة في القراءة، بما يتناسب مع طبيعة المتلقي المعاصر. لكنها لم تُقدّم تفسيراً تداولياً عميقاً لأثر الحذف في المتلقي، وهو الجانب الذي ركّز عليه هذا البحث.

3. دراسة عبد الله (2022): "الأثر التداولي للحذف في الإعلام الرقمي العربي"

تُعَدّ هذه الدراسة من أوائل المحاولات العربية التي تناولت الحذف من منظور تداولي وظيفي. حلّلت الباحثة مجموعة من الأخبار السياسية المنشورة على منصات رقمية عربية (مثل الجزيرة نت وبي بي سي عربي)، وبيّنت أن الحذف لا يُستخدم فقط للإيجاز، بل لتحقيق غايات تداولية مثل الإيجاز والتوجيه والتشويق.

خلصت عبد الله (2022، ص 59) إلى أن الحذف يُعدّ أداة فعّالة في بناء التأثير النفسي لدى القارئ، إذ يجعله شريكاً في استكمال المعنى اعتماداً على معارفه السابقة وسياق القراءة.

وقد اتفق هذا البحث مع نتائجها في تأكيد الدور التداولي للحذف، لكنه توسّع في تحليل العلاقة بين البنية النحوية والوظيفة الاتصالية بمزيد من الأمثلة الواقعية والتحليل الإحصائي.

4. دراسة الهاشمي (2020): "البنية النحوية في عناوين الصحف العربية: مقارنة أسلوبية"

ركّزت هذه الدراسة على التحليل الأسلوبي للعناوين الصحفية في جريدة الأهرام المصرية، وبيّنت أنّ الحذف يمثل سمة أسلوبية بارزة تعبّر عن الاقتصاد اللغوي

وأشار الهاشمي (2020 ص 92) إلى أنّ الحذف يُسهم في خلق الإيقاع السريع للعناوين، ويُعدّ عنصراً من عناصر الجذب البصري في الصحافة المطبوعة.

ورغم أن الدراسة لم تركز على البيئة الرقمية، إلا أنّ نتائجها تؤكد استمرارية الحذف بوصفه سمة أسلوبية حتى في العصور الحديثة.

5 دراسة العامري (2024): "التحليل التداولي للعناوين الإخبارية الرقمية في الصحافة العمانية"

تُعَدّ من الدراسات الحديثة التي تناولت العناوين الرقمية في الخليج العربي. خلص العامري (2024، ص) إلى أنّ الحذف في العناوين الإخبارية العمانية يُستخدم لتحقيق التوازن بين الإيجاز والوضوح، وأنّه يتأثر بالسياسات التحريرية والاعتبارات الاجتماعية. كما أوضح أنّ القارئ الرقمي العماني يتقبّل العناوين المختصرة أكثر من القارئ الورقي، مما يعكس تحوّلاً في الثقافة اللغوية. وقد اتفق هذا البحث مع العامري في أن الحذف يُستخدم استراتيجياً لا عشوائياً، بل وفق وعي تداولي يهدف لتحقيق أثر محدد.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

1. دراسة "Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach" (2012): Van Dijk

قدّم فان دايك نموذجاً معرفياً لدراسة الخطاب الإخباري، مؤكداً أنّ النصوص الإعلامية لا تُفهم إلا ضمن الإطار الاجتماعي والمعرفي للمتلقى.

وأشار إلى أنّ الحذف في الأخبار يُعدّ أداة أيديولوجية، إذ يسمح للكاتب بإخفاء بعض المعلومات أو إبراز أخرى حسب الموقف

السياسي للمؤسسة الإعلامية. (Van Dijk, 2012, p. 74)

وقد أفاد هذا البحث من أفكاره في تفسير الأثر التداولي للحذف، خصوصاً في الأخبار السياسية الحسّاسة التي تُمارس فيها الصحف ما يُسمّى "التحكم في المعلومات".

2. دراسة "Discourse and Media Communication" (2019): Cook

ركّزت هذه الدراسة على العلاقة بين اللغة والتأثير الإعلامي، وبيّنت أن الحذف اللغوي يُستخدم في الإعلام بوصفه تقنية لبناء الإيجاز والإثارة.

تقول كوك: (Cook, 2019, p. 9) " يُعدّ الحذف من أبرز استراتيجيات الخطاب الإعلامي الرقمي لأنه يخلق فجوة معرفية تُحفّز القارئ على التفاعل مع النص".

وقد انسجم هذا الطرح مع ما توصّل إليه بحثنا، إذ أكد أن الحذف يعمل كآلية معرفية لإشراك المتلقي في إنتاج المعنى.

3. دراسة "Logic and Conversation" (Grice 1975):

تُعَدّ هذه الدراسة من الأعمال الكلاسيكية في التداولية، وقد أسست لمبدأ **التعاون اللغوي** الذي يعتمد على القواعد الأربع (الكم، النوع، العلاقة، الأسلوب).

ويرى غرايس (Grice, 1975, p. 45) أن المتحدث الناجح لا يُصرّح بكل شيء، بل يُوجّه المتلقي لاستنتاج المقصود من القرائن، وهو ما ينطبق تمامًا على العناوين الإخبارية الرقمية التي تعتمد على الحذف كآلية لتحقيق الاختصار دون الإخلال بالوضوح، وهي الفكرة الجوهرية التي يدور حولها هذا البحث.

4. دراسة "Pragmatics" (Levinson 1983):

ركّز ليفنسون من خلال هذه الدراسة على دور القرائن المقامية في تحديد المعنى، وأكد أن الحذف جزء من السلوك اللغوي الذي يستند إلى المعرفة المشتركة بين المتحدث والمستمع. (Levinson, 1983, p. 21)، وقد استفاد هذا البحث من منهجه في توضيح كيف يعتمد المتلقي العربي الرقمي على خبرته وسياقه الثقافي لفهم العناوين المحذوفة.

التحليل النقدي للدراسات السابقة

من خلال مراجعة الدراسات السابقة، يمكن استخلاص النقاط الآتية:

1. **التراث النحوي العربي** أسّس مفهوم الحذف بوصفه وسيلة بلاغية لتحقيق الإيجاز، بينما الدراسات الحديثة أعادت قراءته من منظور تداولي اتصالي.
2. ركّزت أغلب الدراسات العربية (مثل حسن، 2019؛ القحطاني، 2022؛ عبد الله، 2023) على توصيف الظاهرة، لكنّها لم تتعمّق في تحليل الأثر التداولي في بيئة الإعلام الرقمي.
3. الدراسات الأجنبية (Van Dijk, 2012)؛ (Cook, 2019) قدّمت رؤية أوسع، إذ ربطت الحذف بالجانب الأيديولوجي والمعرفي في الخطاب الإعلامي.
4. امتاز هذا البحث بدمج التحليل النحوي البنيوي مع التحليل التداولي الوظيفي، بالاعتماد على عيّنة واقعية من المنصات الإخبارية الرقمية العربية.
5. يُقدّم هذا البحث إسهامًا يتمثّل في صياغة رؤية تكاملية تربط بين الحذف النحوي كظاهرة لغوية، ووظيفته التداولية كوسيلة اتصالية تؤثر في إدراك القارئ.

المبحث الأول: مفهوم الحذف النحوي

يُعَدّ الحذف النحوي من أرقى الظواهر اللغوية التي عرفتتها العربية، وهو من أبرز مظاهر الإيجاز الذي يُعَبَّر عن عمق اللغة ومرونتها. وقد اهتم به النحاة منذ القرون الأولى، لما له من دور في التخفيف اللفظي دون الإخلال بالمعنى، إذ يهدف إلى تحقيق الاقتصاد في التعبير مع تمام الدلالة.

يُعرِّف ابن هشام (2002، ص 35) الحذف بأنه: «إسقاط أحد أجزاء التركيب اللغوي اعتماداً على دليل يدلّ عليه». أي أنّ الحذف لا يكون عشوائياً، بل يكون بدلالة قرينة لفظية أو معنوية تمكّن المتلقي من استنتاج العنصر المحذوف بسهولة. أما سيبويه فقد عدّ الحذف من دلائل البلاغة والفصاحة، فقال في الكتاب: «واعلم أنّ من الحذف ما يكون حسناً إذا دلّ عليه المقام» (سيبويه، ج 1، ص 255). ويُستفاد من قوله أنّ الحذف ليس نقصاً في الكلام، بل علامة على كماله حين يكون السامع قادراً على استنتاج المعنى اعتماداً على السياق.

ويرى ابن جني (2000) أنّ الحذف نوع من الاتساع في العربية، لأنّ العربية «لغة تميل إلى الإيجاز والاختصار متى أمكن، دون الإخلال بالإفهام». وهذا يتوافق مع ما تُسمّيه التداولية الحديثة مبدأ الاقتصاد اللغوي (Economy Principle)، أي ميل اللغة إلى أداء المعنى بأقل جهد ممكن من حيث عدد الكلمات والوقت. (Grice, 1975)

يتّضح إذن، من التراث العربي والدراسات الحديثة، أنّ الحذف ليس خروجاً عن القاعدة، بل هو خيار نحوي مقصود تدفع إليه دوافع اتصالية وجمالية. وفي العناوين الإخبارية الرقمية تحوّل هذا الخيار إلى أداة تداولية تُسهم في شدّ الانتباه وتحقيق الكثافة المعنوية.

المبحث الثاني: أنواع الحذف النحوي في العربية

تنوّعت صور الحذف في اللغة العربية منذ القدم، وقد صنّفها العلماء إلى أقسام متعددة، لكن أكثرها شيوعاً في العناوين الإخبارية الرقمية يتمثّل فيما يأتي:

أولاً: حذف المبتدأ

يحدث حين يُقدّم الخبر ويُحذف المبتدأ اعتماداً على القرينة، مثل: (انفجار يهزّ العاصمة)، والتقدير: (حدث انفجار يهزّ العاصمة). أما الغرض التداولي هنا هو التركيز على الحدث لا على المسند إليه، إذ يراد شدّ انتباه القارئ نحو الفعل لا نحو الفاعل. وقد أشار ابن هشام (2002) إلى أنّ حذف المبتدأ جائز إذا دلّ عليه الكلام.

ثانياً: حذف الخبر

يُستخدم حين يراد التشويق أو الترقّب، مثل: (الطقس غداً...) أو (الوضع في غزة...) والتقدير: (الطقس غداً ممطر) أو (الوضع في غزة متوتر). والغرض التداولي هو إثارة الفضول لدى القارئ، ودفعه لفتح الخبر لمعرفة التفاصيل (عبد الله، 2023، ص 57).

ثالثاً: حذف الفعل

كثيراً ما تبدأ العناوين الرقمية باسم أو ظرف دون فعل، مثل: (الرئيس في الدوحة غداً) والتقدير: (يزور الرئيس الدوحة غداً). يؤدي هذا الحذف إلى سرعة في القراءة وتخفيف في التركيب، ويُعدّ أثر الأنماط شيوعاً في العناوين الإخبارية الرقمية (القحطاني، 2022، ص 64).

رابعاً: حذف المفعول به

يُستعمل لأغراض تداولية تتعلق بالغموض المقصود أو التعميم، مثل: (الجيش يعلن السيطرة) دون تحديد المكان. والغرض التداولي هو إبقاء مساحة تأويل مفتوحة لدى القارئ، خصوصاً في الأخبار الحساسة سياسياً. (Van Dijk, 2012)

خامساً: حذف الجار والمجرور

مثل: (مظاهرات مستمرة) دون ذكر المكان، أو (تحقيقات موسعة) دون تحديد الجهة. ويُستخدم هذا النوع لتوسيع مدى الحدث أو تعميمه (حسن، 2019، ص 140).

سادسًا: حذف العطف أو أدوات الربط:

فيضانات، انقطاع كهرباء، حيث يُستغنى عن أداة العطف (و)، ليُحدث إيقاعًا بصريًا سريع. ويتناسب هذا النمط مع البنية البصرية للخطاب الرقمي التي تعتمد على الاختصار والإيقاع المتتابع. (Cook, 2019)

المبحث الثالث: الحذف بين النحو والبلاغة

يجتمع في الحذف جانبان متكاملان:

الأول نحوي بنيوي، يتعلق بالبنية التركيبية للجملة.

والثاني بلاغي تداولي، يتعلق بأثر الحذف في المعنى والإيجاز.

يرى البلاغيون أن الحذف من أبلغ وجوه البيان؛ لأنه يُشرك المتلقي في استكمال المعنى. قال الزمخشري في الكشف: «إنَّ الحذف أبلغ من الذكر، لأنَّ فيه إيجازًا وإعمالًا للفكر» (الزمخشري، 1998، ج2، ص 112)، وهذا يتفق تمامًا مع نظرية المعنى التضميني (Implicature) عند غرايس (Grice, 1975)، التي تذهب إلى أنَّ المتكلم قد لا يذكر كل شيء صراحة، بل يترك للمخاطب أن يستنتج ما يُراد من السياق. وعليه يمكن اعتبار الحذف في العناوين الإخبارية الرقمية آلية تداولية تفاعلية تُحفِّز القارئ على المشاركة في بناء الدلالة، مما يزيد من فعالية الاتصال (عبد الله، 2023).

أولاً: التداولية ومفهوم المقام اللغوي

ترى التداولية الحديثة أنَّ المعنى لا يُفهم من التركيب اللغوي وحده، بل من خلال المقام، أي السياق الذي تُستعمل فيه اللغة. (Levinson, 1983)، ويُقصد بالمقام: هوية المتحدث، والمتلقي، والزمان، والمكان، وهدف الخطاب. وقد وضع غرايس (Grice, 1975) مبدأ التعاون (Cooperative Principle) القائم على أربع قواعد هي:

1. الكَم: تقديم القدر اللازم من المعلومات.

2. النوع: الالتزام بالصدق.

3. العلاقة: ارتباط الكلام بالموضوع.

4. الأسلوب: الوضوح والتنظيم والإيجاز.

وبناءً على هذه القواعد، يُعدّ الحذف النحوي تطبيقًا عمليًا لقاعدتي الكَم والأسلوب، لأن الصحفي يقدم المعلومة بأقل قدر من الألفاظ مع الحفاظ على الوضوح (القحطاني، 2022، ص 67).

وهنا تتجلى الوظيفة التداولية للحذف بوصفه أداة للتوازن بين الإيجاز والوضوح (القحطاني، 2023، ص 67).

ثانيًا: العلاقة بين الحذف النحوي والأثر التداولي

يُحدث الحذف النحوي آثارًا تداولية متعدّدة داخل العنوان الإخباري، من أبرزها:

1. الإيجاز والاقتصاد اللغوي:

يُتيح الحذف عرض المعلومة بأقل عدد من الكلمات، بما يتناسب مع طبيعة القراءة السريعة في الوسائط الرقمية (حسن، ص142'. 2019).

2. الإثارة والتشويق:

الحذف يُشعر القارئ بنقص في المعلومات فيسعى لاكتشافها (عبد الله، 2023، ص 59).

3. الغموض المقصود:

يستخدم المحرر أحياناً الحذف عمداً لتجنب التصريح المباشر أو لخلق أثر تداولي يُثير الفضول، مثل حذف الفاعل في القضايا السياسية (Van Dijk, 2012).

4. التوجيه الأيديولوجي:

قد يُستخدم الحذف لتجنب تسمية الأطراف الفاعلة، ما يولّد تحيزاً غير مباشر (Cook, 2019).

5. التفاعل الذهني:

يجعل الحذف القارئ شريكاً في بناء المعنى، إذ يعتمد فهمه على سياقه المعرفي السابق، وهو ما يزيد من عمق التأثير الاتصالي.

رابعاً: الحذف وسياق الاتصال الرقمي

تفرض البيئة الرقمية أنماطاً جديدة من الكتابة الإعلامية تعتمد على الاختصار والسرعة والجاذبية البصرية، لذلك أصبح الحذف النحوي سمة أساسية في العناوين الإخبارية الإلكترونية (القحطاني، 2022)

ويرى (Van Dijk 2012) أنّ الخطاب الرقمي يتطلب تحويلاً معرفياً في بنية اللغة، بحيث تُقدّم المعلومة بأقل مجهود إدراكي ممكن. كما يرى (Cook 2019) أنّ العنوان الرقمي يعمل ضمن اقتصاد معرفي يجعل المتلقي قادراً على فهم الرسالة حتى في حال حذف بعض المكونات، اعتماداً على خبرته السابقة وسياق القراءة.

وهذا ما يُعرف في التداولية الحديثة بمفهوم الاستدلال التداولي (Pragmatic Inference)، أي قدرة القارئ على استخراج المعنى من قرائن غير لفظية. ومن ثمّ، فإنّ الحذف في الإعلام الرقمي لا يُعدّ نقصاً، بل وسيلة لتعزيز التفاعل المعرفي والاتصالي (عبد الله، 2023، ص 60).

يتبين مما سبق أنّ الحذف النحوي في العناوين الإخبارية الرقمية هو أسلوب لغوي تداولي يجمع بين جمال التركيب ودقة الأداء الاتصالي، فهو من جهة يُحقق الاقتصاد اللغوي واختصار البنية دون إخلال ومن جهة أخرى يُنتج آثاراً تداولية متنوعة تتراوح بين الإثارة، والتوجيه، والغموض، بحسب قصد الكاتب وسياق النشر

وقد أثبتت الدراسات القديمة والحديثة أنّ الحذف المنضبط بالسياق يُعدّ من علامات البلاغة والاتصال الناجح.

تُظهر هذه الإحصائية أنّ حذف الفعل هو الأكثر شيوعاً في العناوين الرقمية، وهو ما يتسق مع نتائج دراسة القحطاني (2022، ص

65) التي أكدت أنّ الفعل غالباً ما يُستغنى عنه لتسريع

الإيقاع اللغوي.

أدوات جمع البيانات

اعتمد في البحث أداة تحليل المحتوى اللغوي (Content Analysis Tool)، وهي أداة نوعية تُستخدم لتحليل النصوص بهدف

الكشف عن الأنماط اللغوية والتداولية. (Krippendorff, 2018, p. 24)

وقد استخدم بطاقة تحليل لغوي تتضمن البنود الآتية لكل عنوان:

1. الموقع الإخباري.

2. نوع الخبر (سياسي، اقتصادي، ثقافي، رياضي).

3. نوع الحذف النحوي (فعل، مبتدأ، خبر، مفعول به، جار ومجرور).

4. القرينة التي دلّت على العنصر المحذوف.

5. الغرض التداولي المحتمل من الحذف.

6. مدى وضوح المعنى لدى القارئ.

وقد تم التحقق من صدق الأدلة من خلال عرضها على ثلاثة مختصين في اللغة العربية والإعلام بجامعة قطر وعمانية، وأجري تعديل طفيف بناءً على ملاحظاتهم.

إجراءات البحث

تم تنفيذ البحث عبر المراحل الآتية:

1. المرحلة الأولى: جمع العينة

تم جمع العناوين من المنصات الأربع خلال فترة زمنية محددة، مع الحرص على التنوع في الموضوعات.

2. المرحلة الثانية: التحليل اللغوي البنيوي

تم تحديد مواقع الحذف في كل عنوان وفق القواعد النحوية العربية (ابن هشام، 2002؛ حسن، 2019).

3. المرحلة الثالثة: التحليل التداولي

تم تفسير كل حالة حذف في ضوء مقاصد الكاتب وسياق النشر وفق مبادئ التداولية (Grice, 1975؛ Levinson, 1983).

4. المرحلة الرابعة: التصنيف الإحصائي

تم حصر الأنواع وتكرارها ونسبها المئوية لإظهار أكثر أنماط الحذف شيوعاً.

5. المرحلة الخامسة: المقارنة والمناقشة

تمت مقارنة النتائج بالدراسات السابقة العربية والأجنبية (القحطاني، 2022؛ Van Dijk, 2012؛ Cook, 2019).

أساليب تحليل البيانات:

استخدمت الباحثة أسلوبين رئيسيين لتحليل البيانات:

1. التحليل الوصفي الإحصائي:

لقياس نسب تكرار أنماط الحذف المختلفة، وإظهار الشيوع الكمي لأنواعها.

2. التحليل التداولي الوظيفي:

لتحليل مقاصد المتحدث (المحرر الصحفي) وتأثير الحذف في المتلقي، في ضوء النظريات التداولية الحديثة مثل مبدأ التعاون (Grice, 1975) ونظرية المقام (Levinson, 1983).

وتم استخدام برامج مساندة مثل: (Microsoft Excel) لتصنيف النتائج وتحليل التكرارات، بينما أُجري التحليل اللغوي يدوياً اعتماداً على القواعد النحوية العربية.

وقد مكّن هذا المنهج الباحثان من بناء تصور متكامل للعلاقة بين الاقتصاد اللغوي والفاعلية

الإعلامية، مما يُمهّد للانتقال إلى تحليل النتائج وتفسيرها في ضوء النظريات اللغوية والإعلامية المعاصرة.

التحليل والمناقشة:

يهدف هذا الجزء إلى تقديم تحليل نحوي تداولي لعينة العناوين الإخبارية الرقمية التي تم جمعها، بهدف الكشف عن أنماط الحذف النحوي، وأثرها التداولي في تشكيل المعنى وإحداث التأثير في المتلقي.

ويستند التحليل إلى نتائج الجدول الإحصائي الوارد في منهجية البحث، والذي أظهر أن أكثر أنواع الحذف شيوعاً في العناوين الرقمية هو حذف الفعل (35٪)، يليه حذف المبتدأ (25٪)، ثم حذف الخبر (20٪)، ف حذف المفعول به (12٪)، وأخيراً حذف الجار والمجرور أو الرابط (8٪).

وتُظهر هذه النسب أن الحذف لم يعد مجرد خيار لغوي أو بلاغي، بل أصبح استراتيجية أسلوبية تداولية تفرضها طبيعة النص الإعلامي الرقمي الذي يعتمد على السرعة والإيجاز (القحطاني، 2022، ص 67).

تحليل أنماط الحذف النحوي في العناوين الرقمية:

أولاً: حذف الفعل

يُعد حذف الفعل أكثر صور الحذف شيوعاً في العناوين الرقمية، ويُستخدم غالباً لتحقيق الاقتصاد اللغوي وسرعة الإيقاع البصري في القراءة.

مثال: الرئيس في الدوحة غداً

التقدير: (يزور الرئيس الدوحة غداً).

في هذا العنوان، حُذف الفعل (يزور)، لأنّ السياق الزمني والمكاني كافٍ لاستنتاجه.

ويؤدي هذا الحذف إلى التركيز على الحدث ذاته دون التورّط في التفاصيل الزمنية. كما أنه يمنح العنوان إيقاعاً سريعاً يتناسب مع طبيعة العناوين الرقمية القصيرة.

وقد بيّنت دراسة حسن (2019، ص 140) أن حذف الفعل في الصحافة الحديثة يُعدّ وسيلة للتكثيف والاختصار دون المساس بالمعلومة، بينما فسّرت عبد الله (2023، ص 58) هذا الحذف تداولياً بأنه "اختيار واعٍ لتحقيق الاقتصاد الاتصالي وإشراك القارئ في استكمال الفعل ذهنياً".

إذن، فالحذف هنا ليس نحويّاً فحسب، بل تفاعلي تداولي يُسهم في بناء التواصل السريع بين النص والمتلقي.

ثانياً: حذف المبتدأ

من أكثر الظواهر بروزاً في العناوين الرقمية أيضاً حذف المبتدأ، خاصةً في الأخبار العاجلة والأحداث الكبرى.

مثال: (انفجار يهزّ العاصمة اللبنانية).

التقدير: (حدث انفجار يهز العاصمة اللبنانية).

الغرض التداولي هنا هو نقل الحدث بشكل فوري ومباشر دون مقدّمات، وهو ما يُعبّر عن "الاقتصاد في المدخل اللغوي" الذي تحدّث عنه Van Dijk (2012, p. 74)، حيث يُقدّم الجوهر على الهامش.

كما أن هذا النوع من الحذف يخلق عنصر المفاجأة، فيجعل القارئ في حالة انفعال سريع مع الحدث، وهو أثر تداولي مهم في الإعلام الرقمي القائم على المنافسة في جذب الانتباه. (Cook, 2019, p. 92) كمان أنّ حذف المبتدأ يغيّر البنية التقليدية للجملة العربية (مبتدأ + خبر) إلى بنية ديناميكية تبدأ بالفعل أو المصدر، ما يضفي حيوية لغوية تتناسب مع متطلبات الكتابة الإخبارية الحديثة.

ثالثاً: حذف الخبر

يُستخدم حذف الخبر في العناوين الرقمية لتحقيق الغموض التشويقي الذي يدفع القارئ إلى فتح الرابط لمعرفة التفاصيل. مثال: (الطقس غداً... أمطار متفرقة)، التقدير: (الطقس غداً سيكون ممطراً أو متقلباً). في هذا المثال، يترك العنوان القارئ في حالة ترقّب لما سيأتي بعد النقاط، مما يخلق نوعاً من الانتظار المعرفي كوسيلة تداولية فعّالة لزيادة التفاعل الرقمي (عبد الله، 2023، ص 59). كما أن حذف الخبر هنا يؤدي إلى اقتصاد معرفي (Cognitive Economy)، حيث لا يُصرّح الكاتب بالخبر لأن القارئ قادر على استنتاجه من خلفيته المعرفية (Levinson, 1983, p. 23).

رابعاً: حذف المفعول به

يُستخدم هذا النوع غالباً في الأخبار السياسية أو العسكرية، خاصةً حين ترغب المؤسسة الإعلامية في إخفاء جهة معينة أو ترك المجال للتأويل. مثال: (الجيش يعلن السيطرة)، التقدير: (الجيش يعلن السيطرة على المدينة أو المنطقة). الحذف هنا يُنتج غموضاً تداولياً مقصوداً، يسمح بتجنّب الموقف السياسي المباشر. وقد أشار (Van Dijk, 2012, p. 80) إلى أنّ مثل هذا الحذف يُعدّ وسيلة أيديولوجية في الخطاب الإعلامي للتحكم في "زاوية الرؤية" التي يتلقّى منها القارئ الحدث. هذا النوع من الحذف يُظهر البعد التداولي والسياسي للغة الإعلامية، حيث يتم توجيه الفهم عبر ما يُحذف أكثر مما يُقال.

خامساً: حذف الجار والمجرور أو الرابط

تُستخدم هذه الصورة في العناوين القصيرة لخلق إيقاع لغوي سريع وتقليل الكلمات. مثال: (مظاهرات مستمرة)، التقدير: (مظاهرات مستمرة في العاصمة). الحذف هنا لا يُربك الفهم لأن القارئ يستطيع أن يُكمل المعنى تلقائياً. وقد فسّر حسن (2019، ص 142) هذا النوع من الحذف بأنه "أسلوب اقتصادي في الأخبار، لأن تحديد المكان ليس ذا أهمية مركزية في الخبر العاجل". إذن، يعكس حذف الجار والمجرور وعياً تداولياً بمستوى المعلومة الضرورية للقارئ.

المبحث الخامس: الوظائف التداولية للحذف في العناوين الرقمية

من خلال التحليل السابق، يمكن استخلاص مجموعة من الوظائف التداولية التي يحققها الحذف النحوي في الخطاب الإعلامي الرقمي، هي:

1. الإيجاز والاقتصاد اللغوي:

يُختصر المعنى في أقل عدد من الكلمات، تحقيقاً لمبدأ "الكَمّ اللغوي" في نظرية التعاو (Grice, 1975).

2. الإثارة والتشويق:

يعتمد كثير من العناوين الرقمية على حذف عنصر مركزي لإثارة فضول القارئ، مما يزيد من معدلات النقر (Click Rate) وفق ما أشار إليه (Cook, 2019).

3. التوجيه والإيحاء:

يستخدم بعض المحررين الحذف لتوجيه المعنى ضمناً دون تصريح، وهو ما يُعرف بالتأطير اللغوي (Framing) في تحليل الخطاب (Van Dijk, 2012).

4. الغموض المقصود:

يُقصد به خلق غموض بناءً يدفع القارئ إلى التفاعل، لا إلى سوء الفهم (عبد الله، 2023، ص 61).

5. التكتيف المعنوي:

يجعل العنوان أكثر تركيزًا وعمقًا، لأن القارئ يشارك في بناء المعنى الذهني (الرمحشري، 1998).

أثر الحذف على المتلقي:

يتأثر المتلقي بالعناوين المحذوفة بطريقتين تداوليتين رئيسيتين:

1. الأثر المعرفي: (Cognitive Effect)

يشارك القارئ في استنتاج المعنى المفقود، مما يخلق انحرافًا معرفيًا أعلى، (Levinson, 1983) (>).

2. الأثر العاطفي: (Emotional Effect)

يعتمد كثير من العناوين على حذف عناصر تؤدي إلى زيادة الإيقاع والدهشة، فينتج عن ذلك تأثير نفسي مباشر، خصوصًا في الأخبار العاجلة (القحطاني، 2022، ص 69).

إذن، الحذف ليس مجرد "اختزال لغوي" بل وسيلة تداولية لإدارة انتباه القارئ وتوجيه استجابته المعرفية والعاطفية.

الخلاصة

خلصت الدراسة إلى أن الحذف النحوي يُعدّ سمة بارزة في عناوين الأخبار العربية الرقمية، وأنه يُستخدم بوصفه استراتيجية تداولية تهدف إلى تحقيق الإيجاز والجاذبية والتأثير في المتلقي. كما أظهرت النتائج أن الحذف يرتبط بطبيعة الخطاب الرقمي القائم على السرعة والكثافة الاتصالية، مع بقاء المعنى قابلاً للاستنتاج من خلال السياق والقارئ المصاحبة.

وبيّنت الدراسة أن حذف الفعل يُعدّ أكثر أنماط الحذف شيوعًا في العناوين الرقمية، يليه حذف المبتدأ والخبر، وأن هذه الأنماط تؤدي وظائف تداولية متعددة، من أبرزها: الإيجاز، والإثارة، والتوجيه، والتكتيف المعنوي.

وأكدت الدراسة كذلك أن الحذف لم يعد مجرد ظاهرة نحوية تقليدية، بل أصبح وسيلة اتصالية تسهم في بناء المعنى وتوجيه التأويل داخل الخطاب الإعلامي العربي المعاصر، بما يعكس مرونة اللغة العربية وقدرتها على مواكبة متطلبات العصر الرقمي دون الإخلال بخصائصها اللغوية.

النتائج:

في ضوء التحليل النحوي والتداولي لعينة الدراسة، وما أسفرت عنه المعالجة الوصفية والتحليلية للعناوين الإخبارية الرقمية، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تكشف عن طبيعة الحذف النحوي ووظائفه التداولية في الخطاب الإعلامي الرقمي العربي، وذلك على النحو الآتي:

1. أظهرت الدراسة أن الحذف النحوي يُعدّ ظاهرة أسلوبية مقصودة في عناوين الأخبار العربية الرقمية، تُستخدم لتحقيق أهداف اتصالية وتداولية محددة.

2. بيّنت النتائج أن حذف الفعل جاء في المرتبة الأولى من حيث الشيوع، يليه حذف المبتدأ ثم حذف الخبر، وهو ما يعكس ميل العناوين الرقمية إلى الاختصار والتكتيف اللغوي.

3. كشفت الدراسة أن الحذف يؤدي وظائف تداولية متعددة، من أبرزها: الإيجاز، والإثارة، والتوجيه، والتشويق، وتحقيق الكثافة الاتصالية.
4. أوضحت النتائج أن الحذف يساهم في زيادة التفاعل الذهني للمتلقى من خلال دفعه إلى استنتاج العناصر المحذوفة اعتماداً على السياق والقارئ.
5. أظهرت الدراسة أن بعض أنماط الحذف تُستخدم أحياناً لتحقيق الإيجاز أو تجنب التصريح المباشر، خاصة في الأخبار السياسية والعسكرية.
6. أكدت الدراسة أن الحذف النحوي يعكس قدرة اللغة العربية على التكيف مع متطلبات الخطاب الإعلامي الرقمي الحديث دون فقدان خصائصها التعبيرية والدلالية.

التوصيات:

- استناداً إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وما كشفتته من أهمية الحذف النحوي بوصفه.
1. أداة تداولية فاعلة في الخطاب الإعلامي الرقمي، توصي الدراسة بالآتي:
 2. الحذف النحوي في الخطاب الإعلامي العربي: دراسة تداولية مقارنة بين الصحافة الورقية والرقمية.
 3. الأبعاد التداولية للعناوين الإخبارية في الإعلام العربي الرقمي: دراسة تحليلية.
 4. أثر الحذف النحوي في توجيه الرأي العام في الخطاب السياسي الرقمي.
 5. التحليل التداولي للعناوين الإخبارية العاجلة في المنصات الرقمية العربية.
 6. الحذف النحوي وعلاقته بالإقناع الإعلامي في الأخبار السياسية العربية.
 7. دراسة مقارنة بين العناوين الإخبارية العربية والإنجليزية في ضوء التداولية الحديثة.
 8. توظيف الذكاء الاصطناعي في تحليل الظواهر النحوية في الإعلام الرقمي العربي.
 9. أثر التكتيف اللغوي في فهم المتلقي للعناوين الإخبارية الرقمية.
 10. البنية النحوية للعناوين الإخبارية العربية الرقمية وأثرها في التلقي الإعلامي.
 11. العلاقة بين الاقتصاد اللغوي والفاعلية الاتصالية في الخطاب الإعلامي الرقمي العربي.

أولاً: المراجع العربية:

1. ابن جني، عثمان بن جني. (2000) الخصائص. تحقيق: محمد علي النجار. القاهرة: دار الهدى للنشر والتوزيع.
2. ابن هشام، جمال الدين. (2002) مغني اللبيب عن كتب الأعاريب. القاهرة: دار الحديث.
3. حسن، علي عبد الله. (2019) اللغة والإيجاز في الصحافة العربية. مجلة الدراسات اللغوية، العدد (15)، الجزء (2)، الصفحات (125-147).
4. الزمخشري، محمود بن عمر. (1998) الكشف عن حقائق التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل. بيروت: دار المعرفة.
5. العامري، أحمد بن ناصر. (2024). التحليل التداولي للعناوين الإخبارية الرقمية في الصحافة العمانية. مجلة بحوث الاتصال والإعلام، المجلد (5)، العدد (1)، الصفحات (70-90).
6. عبده، محمد حسن. (2021) مناهج البحث اللغوي الحديث بين الوصفية والتداولية. القاهرة: دار الفكر العربي.
7. عبد الله، سعاد بنت يوسف. (2023) الأثر التداولي للحذف في الإعلام الرقمي العربي. الرياض: جامعة الملك سعود - كلية الآداب، قسم اللغة العربية.
8. القحطاني، نورة بنت عبد الرحمن. (2022). الحذف في عناوين الأخبار الإلكترونية السعودية: دراسة تحليلية. مجلة اللغة والإعلام، المجلد (7)، العدد (1)، الصفحات (53-72).
9. الهاشمي، فهد بن عبد الله. (2020) البنية النحوية في عناوين الصحف العربية: مقارنة أسلوبية. مجلة الدراسات اللغوية، العدد (18)، الجزء (2)، الصفحات (85-102).

ثانياً: المراجع الأجنبية

10. Cook, G. (2019). *Discourse and Media Communication*. London: Routledge.
11. Grice, H. P. (1975). *Logic and Conversation*. In P. Cole & J. Morgan (Eds.), *Syntax and Semantics* (Vol. 3, pp. 41-58). New York: Academic Press.
12. Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
13. Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
14. Van Dijk, T. A. (2012). *Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

ثالثاً: المراجع الإلكترونية

15. موقع الجزيرة نت. (2025) الأخبار الرئيسية. تم الاسترجاع من <https://www.aljazeera.net>
16. موقع العربية نت. (2025) آخر الأخبار العربية والعالمية. تم الاسترجاع من <https://www.alarabiya.net>
17. موقع سكاي نيوز عربية. (2025) الأخبار العاجلة والتقارير الحصرية. تم الاسترجاع من : <https://www.skynewsarabia.com>
18. موقع بي بي سي عربي. (2025) الأخبار والتحليلات من العالم العربي والعالم. تم الاسترجاع من : <https://www.bbc.com/arabic>