Journal Of the Iraqia University (77-2) 31 October (2026)

ISSN(Print): 1813-4521 OnLine ISSN:2663-7502
Journal Of the Iraqia University
available online at
https://iasj.rdd.edu.iq/journals/journal/view/247

الجملة القصيرة في الخطاب الإعلامي الحديث: دراسة نحوية

م. د. سلمى عبد الرحمن طه احمد

المديرية العامة لتربية صلاح الدين / قسم تربية تكريت

The term “short sentence” in contemporary media discourse: a grammatical study

Lecturer Dr. Salma Abdulrahman Taha
General Drectorate of Salahuddin Education / Tikrit Education Department
queensalma361@gmail.com

الملخص

مصطلح "الجملة القصيرة" في الخطاب الإعلامي المعاصر: دراسة نحوية. يُسلط هذا البحث اللغوي الضوء على أهمية الإيجاز والدقة في نقل الرسالة الإعلامية بدقة.الرسالة الإعلامية.تركز هذه الدراسة على أن استخدام التراكيب النحوية القصيرة يمنح النصوص الصحفية سرعةً ووضوحًا ومباشرةً تتناسب مع طبيعة المتلقي المعاصر. ويتحقق الإطار النحوي للجملة القصيرة بتجنب التعقيد، إذ تُفضل لغة الإعلام الأفعال البسيطة وتتجنب التراكيب المُشتقة بكثرة، بالإضافة إلى البنية المُحكمة. وعلى الرغم من إيجاز الجملة، إلا أنها تعتمد على قواعد نحوية دقيقة، إلى جانب سرعة سردها، لجذب انتباه المتلقي.وهذا ما يجعل الجملة القصيرة أداةً احترافيةً للوصول إلى العقل والفكر بسرعة وفعاليةالكلمات المفتاحية / الجملة القصيرة ، الخطاب الاعلامي ، دراسة نحوية

Abstract

The term “short sentence” in contemporary media discourse: a grammatical study. This linguistic research highlights the importance of brevity and precision in conveying the media message accurately.This study focuses on how the use of short grammatical structures gives journalistic texts speed, clarity, and directness, in a way that suits the nature of the modern audience. The grammatical framework of the short sentence is achieved by avoiding complexity, as media language tends to favor simple verbs and avoids excessive use of derived constructions, in addition to maintaining a tightly structured form. Despite its brevity, the short sentence relies on precise grammatical rules, along with its rapid flow, in order to capture the recipient’s attention.This is what makes the short sentence a professional tool for reaching the mind and intellect quickly and effectivelyKeywords / short sentence , contemporary media , grammatical study

المقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على النبي الأمين محمد وعلى آله وصحبه وسلم اجمعين. أما بعد:تُعَدُّ اللغة وسيلةً أساسيةً من وسائل التواصل الإنساني، وهي الأداة التي تُنقَل بها الأفكار والمعارف بين الأفراد والمجتمعات. وقد شهدت اللغة العربية في العصر الحديث تحولاتٍ في طرائق استعمالها تبعًا لتطور وسائل الاتصال وظهور الخطاب الإعلامي الذي أصبح أحد أهم مجالات التداول اللغوي وأكثرها تأثيرًا في المتلقين. ويتميّز هذا الخطاب بخصائص أسلوبية ولغوية تفرضها طبيعة العمل الإعلامي القائم على السرعة والإيجاز والوضوح في نقل الخبر والمعلومة. ومن أبرز الظواهر اللغوية التي برزت في الخطاب الإعلامي الحديث شيوع الجملة القصيرة التي تميل إلى الاختصار والتركيز في عرض المعنى، وذلك تحقيقًا لسرعة الفهم وجذب انتباه المتلقي. وقد أصبحت هذه الجمل سمةً واضحة في لغة الأخبار والعناوين الصحفية والتقارير الإعلامية، إذ يسعى الإعلام إلى تقديم المعلومة في أقل عدد ممكن من الكلمات مع الحفاظ على وضوح الدلالة وقوة التأثير.

أولًا: أهمية الموضوع

تُعَدُّ اللغة الإعلامية من أكثر أنماط الاستعمال اللغوي انتشارًا في العصر الحديث، لما تؤديه وسائل الإعلام من دورٍ بارزٍ في نقل الأخبار والمعلومات والتأثير في الرأي العام. وقد أسهم التطور الكبير في وسائل الاتصال في انتشار هذا الخطاب واتساع دائرة متلقيه، الأمر الذي جعل لغته تتسم بخصائص أسلوبية وتركيبية تتناسب مع طبيعة العمل الإعلامي القائم على السرعة والوضوح والإيجاز.ومن أبرز السمات التي تميّز الخطاب الإعلامي الحديث كثرة استعمال الجمل القصيرة التي تعتمد على الاقتصاد في الألفاظ والتركيز في عرض المعنى، بما يحقق سرعة إيصال المعلومة إلى المتلقي ويجعل الخطاب أكثر وضوحًا وتأثيرًا. ومن هنا تبرز أهمية دراسة هذه الظاهرة من منظور نحوي؛ للكشف عن البنية التركيبية للجملة القصيرة، وبيان الأنماط النحوية التي تتخذها في الخطاب الإعلامي، وما تتضمنه من ظواهر كالحذف أو الاختصار أو الاقتصار على بعض عناصر الجملة. كما تسهم هذه الدراسة في إبراز قدرة اللغة العربية على التكيّف مع متطلبات الخطاب المعاصر مع المحافظة على أصولها النحوية .

ثانيًا: أسباب اختيار الموضوع

جاء اختيار هذا الموضوع لعدد من الأسباب، من أهمها:الانتشار الواسع للخطاب الإعلامي في العصر الحديث وتأثيره الكبير في الاستعمال اللغوي.شيوع ظاهرة الجملة القصيرة في النصوص الإعلامية، ولا سيما في الأخبار والعناوين الصحفية.الحاجة إلى دراسة هذه الظاهرة من منظور نحوي يكشف بنيتها التركيبية وخصائصها اللغوية.قلة الدراسات التي تناولت الجملة القصيرة في الخطاب الإعلامي الحديث دراسة نحوية تحليلية. الرغبة في الربط بين الدرس النحوي التراثي والتطبيقات اللغوية المعاصرة.

ثالثًا: مشكلة البحث

تكمن مشكلة البحث في محاولة الإجابة عن عدد من التساؤلات، من أبرزها:

- ما المقصود بالجملة القصيرة في الخطاب الإعلامي الحديث؟
- ما الأنماط النحوية التي تظهر فيها هذه الجمل؟
- ما الظواهر التركيبية التي تعتمد عليها الجملة القصيرة مثل الحذف أو الاختصار؟
- ما أثر هذه الجمل في تحقيق الإيجاز والوضوح في الخطاب الإعلامي؟

ومن خلال الإجابة عن هذه التساؤلات يسعى البحث إلى الكشف عن طبيعة الجملة القصيرة في النصوص الإعلامية وخصائصها النحوية.

رابعًا: أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى تحقيق عدد من الأهداف، من أهمها:بيان مفهوم الجملة في الدرس النحوي العربي.توضيح مفهوم الجملة القصيرة في الخطاب الإعلامي الحديث.الكشف عن الأنماط النحوية للجملة القصيرة في النصوص الإعلامية.تحليل بعض النماذج من الخطاب الإعلامي للكشف عن بنيتها التركيبية.إبراز أثر الجملة القصيرة في تحقيق الإيجاز والوضوح في الخطاب الإعلامي.

خامسًا: منهج البحث

اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي؛ إذ يقوم على وصف ظاهرة الجملة القصيرة في الخطاب الإعلامي الحديث، ثم تحليل نماذج مختارة من النصوص الإعلامية للكشف عن بنيتها النحوية وخصائصها التركيبية، وذلك في ضوء القواعد النحوية التي قررها النحاة العرب، مع الاستفادة من بعض الدراسات اللغوية الحديثة في تحليل الخطاب الإعلامي.

سادسًا: خطة البحث

المقدمة وتتضمن:أهمية الموضوع.أسباب اختيار البحث.مشكلة البحث.أهداف البحث.منهج البحث.حدود البحث.المبحث الأول: الجملة في الدرس النحوي العربي المطلب الأول: مفهوم الجملة عند النحاة تعريف الجملة لغةً واصطلاحًا.آراء النحاة في تحديد مفهوم الجملة.المطلب الثاني: الفرق بين الجملة والكلام مفهوم الكلام عند النحاة.العلاقة بين الجملة والكلام.المطلب الثالث: أنواع الجملة في العربية الجملة الاسمية.الجملة الفعلية.شبه الجملة ودوره في التركيب.المبحث الثاني: الجملة القصيرة في الخطاب الإعلامي الحديث المطلب الأول: مفهوم الخطاب الإعلامي تعريف الخطاب الإعلامي.خصائص اللغة الإعلامية.المطلب الثاني: مفهوم الجملة القصيرة تعريف الجملة القصيرة في الاستعمال اللغوي.الفرق بين الجملة القصيرة والجملة الطويلة.المطلب الثالث: أسباب شيوع الجملة القصيرة في الإعلام الإيجاز وسرعة نقل الخبر.وضوح المعنى.التأثير في المتلقي.المبحث الثالث: الأنماط النحوية للجملة القصيرة في الخطاب الإعلامي المطلب الأول: الجملة الاسمية القصيرة نماذج تطبيقية من الخطاب الإعلامي.المطلب الثاني: الجملة الفعلية القصيرة تحليل نحوي لنماذج إعلامية.المطلب الثالث: الجمل المعتمدة على الحذف والاختصار حذف

المبتدأ أو الخبر.حذف الفاعل أو المفعول.أثر الحذف في بناء الجملة القصيرة.المبحث الرابع: الأثر الدلالي والتواصلي للجملة القصيرة المطلب الأول: الإيجاز ودوره في الخطاب الإعلامي.المطلب الثاني: وضوح المعنى وسرعة الفهم.المطلب الثالث: أثر الجملة القصيرة في التأثير الإعلامي.الخاتمة وتتضمن:أهم النتائج التي توصل إليها البحث.التوصيات والمقترحات.المصادر والمراجع

صعوبات البحث :

١- قلة الدراسات المتخصصة التي تناولت ظاهرة الجملة القصيرة في الخطاب الإعلامي الحديث من منظور نحوي خالص؛ إذ إن معظم الدراسات تناولت اللغة الإعلامية من زاوية أسلوبية أو تداولية أكثر من تناولها من زاوية نحوية تحليلية.

٢- تداخل المفاهيم المتعلقة بالجملة القصيرة؛ إذ لا يوجد تحديد اصطلاحي دقيق ومتفق عليه بين الباحثين لمفهوم الجملة القصيرة، الأمر الذي يقتضي بذل جهد في تحديد مفهومها وضبط حدودها في إطار الدراسة.

٣- تنوع الخطاب الإعلامي وتعدد مصادره؛ فالنصوص الإعلامية تتوزع بين الصحافة المكتوبة والقنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية، مما يتطلب اختيار نماذج ممثلة لهذا الخطاب بما يخدم هدف البحث.

٤- كثرة الظواهر اللغوية المصاحبة للجملة القصيرة، مثل الحذف والاختصار والتقديم والتأخير، الأمر الذي يستلزم تحليلها بدقة لبيان أثرها في بناء الجملة.

٥- الحاجة إلى الربط بين الدرس النحوي التراثي والاستعمال اللغوي الحديث، وهو ما يتطلب قراءة النصوص الإعلامية في ضوء القواعد النحوية مع مراعاة خصوصية الخطاب الإعلامي المعاصر.

المبحث الأول الجملة في الدرس النحوي العربي

المطلب الأول: مفهوم الجملة عند النحاة

أولًا: تعريف الجملة لغةً واصطلاحًا

الجملة في اللغة مأخوذة من الفعل جَمَلَ، ويقال: جَمَلَ الشيءَ يَجمُله جَمْلًا إذا جمعه، ومنه قيل للجماعة من الشيء جملة؛ لأنها تضم أجزاءً متعددة في إطار واحد. ومن هذا المعنى اللغوي أخذ النحاة مصطلح الجملة للدلالة على التركيب الذي يضم كلماتٍ متعددة تؤدي معنى تامًا أو شبه تام[١]أما في الاصطلاح النحوي فقد تعددت تعريفات النحاة للجملة تبعًا لاختلاف مناهجهم في النظر إلى التركيب اللغوي. ومن أشهر هذه التعريفات ما ذكره ابن جني إذ يرى أن الجملة هي:"كل لفظ مستقل بنفسه مفيد لمعناه."[٢] ، كما ذهب الزمخشري إلى أن الجملة هي : ((المركب من كلمتين أسندت إحداهما إلى الأخرى))[٣].ويتضح من هذا التعريف أن أساس الجملة عند النحاة هو الإسناد؛ أي علاقة المسند بالمسند إليه، وهو العنصر الجوهري الذي تقوم عليه الجملة العربية.أما ابن هشام الأنصاري فقد عرّف الجملة بأنها : ((التركيب الإسنادي الذي يفيد معنى))[٤].ومن خلال هذه التعريفات يظهر أن النحاة ركّزوا في تعريف الجملة على عنصرين رئيسين هما: التركيب والإسناد، إذ لا تتحقق الجملة إلا بوجود علاقة إسنادية بين عنصرين على الأقل.

ثانيًا: آراء النحاة في تحديد مفهوم الجملة

اختلف النحاة في تحديد مفهوم الجملة تبعًا لاختلاف نظرهم إلى العلاقة بينها وبين الكلام. فقد ذهب فريق من النحاة إلى التفريق بين الجملة والكلام، وعدّوا الجملة أعم من الكلام؛ لأن الجملة قد تكون مفيدة وقد لا تكون مفيدة فائدة تامة. ومن أبرز من ذهب إلى هذا الرأي ابن هشام، إذ يرى أن كل كلام جملة، وليس كل جملة كلامًا[٥].أما فريق آخر من النحاة فقد ساوى بين الجملة والكلام، وعدّهما شيئًا واحدًا؛ لأن كليهما يقوم على الإسناد ويفيد معنى تامًا. ومن أصحاب هذا الاتجاه الزمخشري الذي لم يفرق بين المصطلحين في كثير من مواضع كتابه[٦].ويرى بعض الدارسين أن هذا الاختلاف يرجع إلى اختلاف زاوية النظر؛ فالنحاة الذين ركزوا على التركيب عدّوا الجملة أعم، أما الذين ركزوا على الإفادة التامة فقد جعلوا الجملة والكلام بمعنى واحد.

المطلب الثاني: الفرق بين الجملة والكلام

أولًا: مفهوم الكلام عند النحاة

الكلام عند النحاة هو اللفظ المركب المفيد فائدة يحسن السكوت عليها. ويعد هذا التعريف من أشهر تعريفات الكلام في كتب النحو. وقد أشار إلى ذلك ابن مالك بقوله: ((الكلام هو اللفظ المركب المفيد بالوضع))[٧]. كما ذكر السيوطي أن الكلام لا بد أن يجتمع فيه أربعة عناصر هي : اللفظ،

والتركيب، والإفادة، والوضع اللغوي[٨].ومن ثم فإن الكلام في الاصطلاح النحوي هو تركيب لغوي يتألف من كلمتين فأكثر، ويؤدي معنى تامًا يمكن السكوت عليه.

ثانيًا: العلاقة بين الجملة والكلام

اختلف النحاة في العلاقة بين الجملة والكلام على اتجاهين رئيسين:

الاتجاه الأول : التمييز بين الجملة والكلام ، يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الجملة أعم من الكلام؛ لأن الجملة قد تكون مفيدة وقد لا تكون مفيدة، مثل الجملة الواقعة صلة للموصول أو الواقعة جوابًا لشرط غير جازم[٩].

الاتجاه الثاني: عدم التمييز بينهما

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الجملة والكلام مصطلحان مترادفان؛ لأن كليهما يقوم على الإسناد ويؤدي معنى تامًا[١٠].

وقد رجّح كثير من الباحثين المعاصرين الرأي الأول؛ لأنه يفسر وجود جمل لا تؤدي معنى تامًا مستقلًا، مثل الجمل التابعة أو الجمل الواقعة في سياق تركيب أكبر.

المطلب الثالث: أنواع الجملة في العربية

أولًا: الجملة الاسمية

الجملة الاسمية هي الجملة التي تبدأ باسم، وتتكون غالبًا من مبتدأ وخبر، ويكون المبتدأ هو المسند إليه، بينما يكون الخبر هو المسند الذي يتم به المعنى.ومن أمثلتها: العلمُ نورٌ ، الصدقُ منجاةٌ ، وقد ذكر سيبويه أن المبتدأ هو الاسم الذي يُبنى عليه الكلام ويُخبر عنه[١١].وتتميز الجملة الاسمية غالبًا بالدلالة على الثبات والاستقرار في المعنى، بخلاف الجملة الفعلية التي تدل على الحدوث والتجدد.

ثانيًا: الجملة الفعلية

الجملة الفعلية هي الجملة التي تبدأ بفعل، ويتكون تركيبها الأساس من فعل وفاعل، وقد يتعدى الفعل إلى مفعول به أو أكثر بحسب نوعه. ومن أمثلتها: (نجحَ الطالبُ ، كتبَ الباحثُ المقالةَ) وقد بيّن ابن يعيش أن الفعل هو الأصل في الدلالة على الحدث، وأن الفاعل هو الذي أسند إليه هذا الحدث[١٢].وتدل الجملة الفعلية في الغالب على الحدوث والتجدد؛ لأنها مرتبطة بالفعل الذي يدل على الزمن.

ثالثًا: شبه الجملة ودوره في التركيب

يطلق النحاة مصطلح شبه الجملة على كل تركيب يتكون من جار ومجرور أو ظرف، مثل: في البيت، فوق الطاولة، عند المدرسة.ولا يعد شبه الجملة جملةً مستقلة؛ لأنه لا يشتمل على إسناد، لكنه قد يؤدي وظيفة نحوية في الجملة، كأن يكون خبرًا للمبتدأ أو متعلقًا بالفعل.وقد أشار ابن هشام إلى أن شبه الجملة كثيرًا ما يقع خبرًا في الجملة الاسمية، مثل قولنا: الكتابُ على الطاولة.ومن ثم فإن شبه الجملة يؤدي دورًا مهمًا في بناء التركيب النحوي، إذ يسهم في إتمام المعنى وربط عناصر الجملة بعضها ببعض. [١٣].

المبحث الثاني الجملة القصيرة في الخطاب الإعلامي الحديث

المطلب الأول: مفهوم الخطاب الإعلامي

أولًا: تعريف الخطاب الإعلامي

يُعدُّ الخطاب الإعلامي من أهم أنماط الخطاب في العصر الحديث، لما تؤديه وسائل الإعلام من دورٍ بارز في نقل الأخبار والمعلومات والتأثير في الرأي العام. وقد أدى التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال إلى اتساع دائرة هذا الخطاب وانتشاره، مما جعله من أكثر أنماط الخطاب تداولًا في المجتمعات المعاصرة.ويُعرَّف الخطاب الإعلامي بأنه: مجموعة الرسائل اللغوية التي تقدمها وسائل الإعلام المختلفة بهدف نقل المعلومات والأخبار والتأثير في المتلقي[١٤]. كما عرّفه بعض الباحثين بأنه : ((الخطاب الذي تُنتجه المؤسسات الإعلامية ويُوجَّه إلى جمهور واسع بقصد الإخبار أو التوجيه أو التأثير))[١٥].ويتضح من هذين التعريفين أن الخطاب الإعلامي يقوم على عنصرين أساسيين هما: نقل المعلومات والتأثير في الجمهور، وهو ما ينعكس على خصائص اللغة المستعملة فيه.

ثانيًا: خصائص اللغة الإعلامية

تتميز اللغة الإعلامية بعدد من الخصائص التي تفرضها طبيعة العمل الإعلامي، ومن أبرز هذه الخصائص:

الإيجاز والاختصار ، تميل اللغة الإعلامية إلى الاختصار في التعبير؛ لأن طبيعة الخبر تقتضي نقل المعلومات بسرعة دون الإطالة في الشرح[١٦].

الوضوح وسهولة الفهم ، تُصاغ الرسائل الإعلامية بلغة واضحة بعيدة عن التعقيد، وذلك لضمان وصول المعنى إلى أكبر عدد من المتلقين.

التركيز في عرض المعلومة تعتمد اللغة الإعلامية على عرض المعلومات الأساسية بطريقة مباشرة دون التفصيلات غير الضرورية.

الاعتماد على الجمل القصيرة : تُعد الجمل القصيرة من السمات البارزة في الخطاب الإعلامي؛ لأنها تساعد على سرعة القراءة وسهولة الفهم.

المطلب الثاني: مفهوم الجملة القصيرة

أولًا: تعريف الجملة القصيرة في الاستعمال اللغوي

لا يوجد تعريف نحوي دقيق ومتفق عليه للجملة القصيرة في كتب النحو التراثية؛ لأن النحاة اهتموا بدراسة بنية الجملة أكثر من اهتمامهم بطولها أو قصرها. غير أن الدراسات اللغوية الحديثة تناولت هذه الظاهرة بوصفها سمة أسلوبية في بعض أنواع الخطاب، ومنها الخطاب الإعلامي.وتُعرَّف الجملة القصيرة بأنها: ((الجملة التي تتكون من عدد قليل من الكلمات، وتؤدي معنى واضحًا ومباشرًا دون تعقيد في التركيب))[١٧].كما يمكن تعريفها بأنها: ((الجملة التي تقتصر غالبًا على العناصر الأساسية في التركيب النحوي دون توسع في القيود أو الجمل التابعة))[١٨].ومن أمثلة الجمل القصيرة في الخطاب الإعلامي: ارتفعت الأسعار اليوم ، افتُتح المؤتمر صباحاً ، وصل الوفد مساءً. وتتميز هذه الجمل بقصرها ووضوح معناها وسهولة فهمها.

ثانيًا: الفرق بين الجملة القصيرة والجملة الطويلة

يمكن التمييز بين الجملة القصيرة والجملة الطويلة من خلال عدد من الجوانب، من أهمها:

عدد الكلمات فالجملة القصيرة تتكون من عدد قليل من الكلمات، بينما تتضمن الجملة الطويلة عددًا أكبر من الألفاظ.

البنية التركيبية

تتميز الجملة القصيرة بالبساطة في التركيب، إذ تقتصر غالبًا على عناصر الجملة الأساسية، في حين تتضمن الجملة الطويلة توسعًا في القيود أو الجمل التابعة.

الوظيفة التواصلية

تُستعمل الجملة القصيرة غالبًا في الخطابات التي تتطلب سرعة إيصال المعلومة، مثل الخطاب الإعلامي، بينما تظهر الجملة الطويلة في النصوص الأدبية أو العلمية التي تحتاج إلى تفصيل وشرح[١٩].

المطلب الثالث: أسباب شيوع الجملة القصيرة في الإعلام

أولًا: الإيجاز وسرعة نقل الخبر

يُعد الإيجاز من أهم المبادئ التي تقوم عليها اللغة الإعلامية؛ إذ يسعى الإعلام إلى نقل المعلومة في أقصر وقت ممكن. ومن ثم فإن استعمال الجمل القصيرة يساعد على تحقيق هذا الهدف، لأنه يتيح عرض الخبر بصورة سريعة ومباشرة.وقد أشار بعض الباحثين إلى أن الإيجاز يمثل أحد الأسس الرئيسة في بناء الخطاب الإعلامي، لأن طبيعة العمل الصحفي تقتضي تقديم أكبر قدر من المعلومات في أقل مساحة ممكنة[٢٠].

ثانيًا: وضوح المعنى

تسهم الجملة القصيرة في تحقيق وضوح المعنى؛ لأنها تتجنب التراكيب المعقدة التي قد تؤدي إلى الغموض أو اللبس. ولذلك تميل النصوص الإعلامية إلى استعمال الجمل البسيطة التي يسهل فهمها من قبل جمهور واسع من المتلقين.وقد أشار صالح فضل إلى أن وضوح الخطاب الإعلامي يعتمد بدرجة كبيرة على بساطة التركيب اللغوي والابتعاد عن التعقيد[٢١].

ثالثًا: التأثير في المتلقي

تساعد الجمل القصيرة على جذب انتباه المتلقي وإبراز المعلومات الأساسية في النص الإعلامي، ولا سيما في العناوين الصحفية أو الأخبار العاجلة. فكلما كانت الجملة أقصر وأكثر تركيزًا كان تأثيرها في القارئ أو المستمع أكبر .وقد بيّن بعض الدارسين أن اعتماد الجمل القصيرة يمنح الخطاب الإعلامي طابعًا حيويًا ويجعله أكثر قدرة على التأثير في الجمهور[٢٢].

المبحث الثالث الأنماط النحوية للجملة القصيرة في الخطاب الإعلامي

المطلب الأول: الجملة الاسمية القصيرة

تُعد الجملة الاسمية من أكثر الأنماط التركيبية حضورًا في الخطاب الإعلامي، ولا سيما في العناوين الصحفية والنصوص الخبرية، لما تمتاز به من القدرة على الإيجاز والتركيز في عرض المعلومة. وتتكون الجملة الاسمية في أصلها من مبتدأ وخبر، ويكون المبتدأ هو المسند إليه، بينما يكون الخبر هو المسند الذي يتم به المعنى.وقد أشار سيبويه إلى أن المبتدأ هو الاسم الذي يُبنى عليه الكلام ويُخبر عنه، وأن الخبر هو الجزء

الذي يكمّل المعنى ويحقق الفائدة[٢٣].وفي الخطاب الإعلامي تميل الجملة الاسمية إلى القصر والاختصار، فتقتصر غالبًا على عنصرين رئيسين هما المبتدأ والخبر، أو المبتدأ وشبه الجملة.ومن أمثلة الجمل الاسمية القصيرة في الخطاب الإعلامي : الطقسُ معتدلٌ اليوم ، الاجتماعُ غدًا، الأسعارُ مرتفعةٌ.

التحليل النحوي :

الطقسُ: مبتدأ مرفوع.

معتدلٌ: خبر مرفوع.

اليوم: ظرف زمان متعلق بالخبر.

وفي المثال الثاني:

الاجتماعُ: مبتدأ مرفوع.

غدًا: ظرف زمان في محل رفع خبر.

ويلاحظ أن هذه الجمل تمتاز بقصرها وبساطة تركيبها، مما يجعلها مناسبة لطبيعة الخطاب الإعلامي الذي يعتمد على سرعة نقل الخبر.وقد أشار تمام حسان إلى أن الاقتصاد في عناصر الجملة من السمات البارزة في اللغة الإعلامية، إذ تميل إلى الاقتصار على العناصر الأساسية للتركيب[٢٤].

المطلب الثاني: الجملة الفعلية القصيرة

تُعد الجملة الفعلية من أكثر الأنماط استعمالًا في الأخبار الإعلامية؛ لأنها ترتبط بالفعل الذي يدل على الحدث والزمن، وهو ما يتناسب مع طبيعة الخبر الإعلامي الذي يقوم على نقل الأحداث.وتتكون الجملة الفعلية في أصلها من فعل وفاعل، وقد يتعدى الفعل إلى مفعول به بحسب طبيعته.وقد بيّن ابن يعيش أن الفعل يدل على الحدث المقترن بالزمن، وأن الفاعل هو الذي أسند إليه هذا الحدث[٢٥].ومن أمثلة الجمل الفعلية القصيرة في الخطاب الإعلامي : افتتحَ الوزيرُ المؤتمر ، وصلَ الوفدُ مساءً ، ارتفعت الأسعارُ اليوم .

التحليل النحوي للمثال الأول:

افتتحَ: فعل ماضٍ.

الوزيرُ: فاعل مرفوع.

المؤتمرَ: مفعول به منصوب.

أما في المثال الثاني:

وصلَ: فعل ماضٍ.

الوفدُ: فاعل مرفوع.

مساءً: ظرف زمان.

ويلاحظ أن هذه الجمل تعتمد على التركيب البسيط دون توسع في الجمل التابعة أو القيود الكثيرة، وهو ما يجعلها أقرب إلى طبيعة الأسلوب الإعلامي.وقد أشار عبد العزيز شرف إلى أن الأخبار الصحفية تعتمد غالبًا على الجمل الفعلية القصيرة لما فيها من قدرة على نقل الحدث بسرعة ووضوح[٢٦].

المطلب الثالث: الجمل المعتمدة على الحذف والاختصار

أولًا: حذف المبتدأ أو الخبر

يُعد الحذف من الظواهر اللغوية الشائعة في العربية، وهو من وسائل الإيجاز في التعبير. وقد عرّف ابن هشام الحذف بأنه إسقاط جزءٍ من الكلام مع قيام قرينة تدل عليه[٢٧]. وفي الخطاب الإعلامي قد يُحذف المبتدأ أو الخبر إذا دل السياق عليه مثل : ارتفاعٌ جديدٌ للأسعار ، والأصل : هناك ارتفاعٌ جديدٌ للأسعار . وقد حذف المبتدأ لتحقيق الاختصار.

ثانيًا: حذف الفاعل أو المفعول

قد تلجأ اللغة الإعلامية إلى حذف بعض عناصر الجملة الفعلية إذا كان السياق يدل عليها ، مثل : اعتقالُ عددٍ من المتهمين ، الأصل : اعتقلتِ الشرطةُ عددًا من المتهمين ، وقد حذف الفاعل هنا للتركيز على الحدث نفسه.

وقد أشار السيوطي إلى أن الحذف باب واسع في العربية، ويستعمل لتحقيق الإيجاز والاختصار في الكلام[٢٨].

ثالثًا: أثر الحذف في بناء الجملة القصيرة

يسهم الحذف في جعل الجملة أكثر إيجازًا واختصارًا، وهو ما يتناسب مع طبيعة الخطاب الإعلامي الذي يسعى إلى نقل المعلومة بأقل عدد ممكن من الكلمات.

كما يساعد الحذف في تركيز الانتباه على العنصر المهم في الخبر، سواء كان الحدث أو النتيجة أو المعلومة الأساسية.

المبحث الرابع الأثر الدلالي والتواصلي للجملة القصيرة

المطلب الأول: الإيجاز ودوره في الخطاب الإعلامي

يُعد الإيجاز من أهم الخصائص الأسلوبية التي تميز اللغة الإعلامية، إذ تسعى وسائل الإعلام إلى نقل المعلومات بسرعة ووضوح دون الإطالة في التعبير.

وقد عرّف البلاغيون الإيجاز بأنه التعبير عن المعاني الكثيرة بألفاظ قليلة مع وضوح الدلالة[٢٩]. وتسهم الجملة القصيرة في تحقيق هذا الإيجاز، لأنها تقتصر على العناصر الأساسية للتركيب اللغوي دون توسع في القيود أو التفصيلات.

المطلب الثاني: وضوح المعنى وسرعة الفهم

تؤدي الجملة القصيرة دورًا مهمًا في تحقيق وضوح المعنى؛ لأنها تعتمد على التراكيب البسيطة التي يسهل فهمها من قبل المتلقي.وقد أشار صالح فضل إلى أن وضوح الخطاب الإعلامي يعتمد بدرجة كبيرة على بساطة التراكيب اللغوية والابتعاد عن التعقيد[٣٠].كما أن قصر الجملة يساعد القارئ أو المستمع على استيعاب المعلومة بسرعة دون الحاجة إلى تحليل تركيب لغوي معقد.

المطلب الثالث: أثر الجملة القصيرة في التأثير الإعلامي

لا يقتصر دور الجملة القصيرة على نقل المعلومات فحسب، بل يمتد إلى التأثير في المتلقي وجذب انتباهه. فالجمل القصيرة غالبًا ما تكون أكثر قدرة على لفت الانتباه وإبراز الفكرة الرئيسة في النص الإعلامي.

وقد بيّن محمود فهمي حجازي أن اعتماد الجمل القصيرة يمنح الخطاب الإعلامي طابعًا مباشرًا وحيويًا، مما يزيد من تأثيره في الجمهور.

ومن ثم يمكن القول إن الجملة القصيرة تمثل أداة فعالة في الخطاب الإعلامي، لما تحققه من الإيجاز والوضوح والتأثير في المتلقي[٣١].

الخاتمة

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبتوفيقه تُختتم الطيّبات، والصلاة والسلام على من دلّنا على الصراط المستقيم، ونقل إلينا الرسالة بيضاء نقية لا يزيغ عنها إلا هالك وبعد:بعد دراسة الجملة القصيرة في الخطاب الإعلامي الحديث وتحليل أنماطها النحوية وبيان أثرها الدلالي والتواصلي، توصّل البحث إلى جملة من النتائج التي تسهم في إبراز طبيعة هذه الظاهرة اللغوية في النصوص الإعلامية، وفيما يأتي أبرز النتائج:

نتائج البحث

١. تبيّن أن الجملة تُعد الوحدة الأساسية في التركيب النحوي، وأن أساسها يقوم على علاقة الإسناد بين المسند والمسند إليه، وهو ما أكده النحاة القدماء في تعريفهم للجملة.

٢. اتضح أن الخطاب الإعلامي يتميز بخصائص لغوية خاصة، من أبرزها الإيجاز والوضوح وسرعة نقل المعلومة، وهي خصائص تؤثر في طبيعة التراكيب اللغوية المستعملة فيه[٣٢].

٣. كشفت الدراسة أن الجملة القصيرة تُعد من السمات البارزة في اللغة الإعلامية، إذ تعتمد وسائل الإعلام على هذا النوع من الجمل لتحقيق السرعة في نقل الخبر وسهولة الفهم لدى المتلقي.

٤. ظهر أن الجملة الاسمية القصيرة تُستعمل بكثرة في العناوين الصحفية لما تحققه من تركيز في عرض المعلومة.

٥. كما تبين أن الجملة الفعلية القصيرة تُعد أكثر ملاءمة لنقل الأحداث والأخبار؛ لأنها ترتبط بالفعل الذي يدل على الحدث والزمن[٣٣].

٦. كشفت الدراسة عن شيوع ظاهرة الحذف والاختصار في الخطاب الإعلامي، إذ يُحذف أحيانًا بعض عناصر الجملة اعتمادًا على القرائن السياقية.

٧. يسهم الحذف في تحقيق الإيجاز اللغوي الذي يعد من أهم خصائص الأسلوب الإعلامي.

٨. تبيّن أن الجملة القصيرة تسهم في وضوح المعنى وسهولة الفهم لدى المتلقي، وهو ما يجعلها أكثر ملاءمة لطبيعة الخطاب الإعلامي الموجَّه إلى جمهور واسع.

٩. تساعد الجمل القصيرة على جذب انتباه المتلقي وإبراز المعلومات الأساسية في الخبر الإعلامي.

١٠. أكدت الدراسة أن اعتماد الجملة القصيرة في الخطاب الإعلامي يمثل تطورًا أسلوبيًا في استعمال اللغة العربية بما يتناسب مع متطلبات الاتصال الحديثة[٣٤].

التوصيات

الاهتمام بدراسة اللغة الإعلامية من منظور نحوي ودلالي؛ لما لها من أثر كبير في الاستعمال اللغوي المعاصر.

تشجيع الدراسات التي تربط بين الدرس النحوي التراثي والاستعمال اللغوي الحديث في وسائل الإعلام.

الإفادة من الأساليب اللغوية الموجزة في تطوير الخطاب الإعلامي العربي بما يحقق الوضوح والتأثير في المتلقي.

المصادر والمراجع

ما فوق المصادر: القرآن الكريم

١. الآجُرّومية ، المؤلف: ابن آجروم، الطبعة: متعددة الطبعات، الناشر: منشورات تعليمية في النحو، سنة الطبع: غير موثقة تاريخها الفعلي (تراثي) .

٢. أسرار البلاغة ، المؤلف: عبد القاهر الجرجاني، الطبعة: دار الرسالة – بيروت.

٣. الأسلوبية الإعلامية، المؤلف: عبد العزيز شرف، الطبعة: الأولى، الناشر: دار الفكر العربي – القاهرة، سنة الطبع: ١٩٩٨م.

٤. إعراب القرآن الكريم، المؤلف: أحمد شحاته، الطبعة: الأولى، الناشر: دار نهضة القلم – القاهرة، سنة الطبع: ٢٠٠٨م.

٥. الإيضاح في علوم البلاغة ، المؤلف: جلال الدين القزويني، الطبعة: ٢٠٢٣م، الناشر: دار الكتب العلمية – بيروت.

٦. بلاغة الخطاب الإعلامي، المؤلف: صالح فضل، الطبعة: الأولى، الناشر: دار الشروق – القاهرة، سنة الطبع: ٢٠٠٣م.

٧. البلاغة العربية: أسسها وتقنياتها، المؤلف: محمد عبد القادر عطا، الطبعة: الأولى، الناشر: دار النهضة العربية – القاهرة، سنة الطبع: ٢٠١٢م.

٨. البلاغة والأسلوبية، المؤلف: محمد عبد المطلب، الطبعة: الأولى، الناشر: الشركة المصرية العالمية للنشر – القاهرة، سنة الطبع: ١٩٩٤م.

٩. تلخيص المفتاح ، المؤلف: جلال الدين القزويني، الطبعة: ٢٠٢١م، الناشر: دار اللباب.

١٠. الخصائص، المؤلف: أبو الفتح عثمان بن جني، المحقق: محمد علي النجار، الطبعة: الرابعة،الناشر: دار الهدى للطباعة والنشر، بيروت، سنة الطبع: ١٩٩٩م، عدد الأجزاء: ٣ أجزاء، سنة الطبع: ١٩٩٠م.

١١. الخطاب الإعلامي: أسلوبه وتحليله، المؤلف: أحمد خالد محمد، الطبعة: الأولى، الناشر: دار الفكر العربي – القاهرة، سنة الطبع: ٢٠١٨م.

١٢. دراسات في النحو العربي، المؤلف: علي مصطفى مشرفة، الطبعة: الأولى، الناشر: دار العلم للملايين – بيروت، سنة الطبع: ١٩٩٥م.

١٣. الدرس النحوي المعاصر، المؤلف: سامي جاد الله، الطبعة: الثانية، الناشر: دار الكتب العلمية – بيروت، سنة الطبع: ٢٠١٥م.

١٤. دلائل الإعجاز في القرآن ، المؤلف: عبد القاهر الجرجاني، الطبعة: دار الخانجي – القاهرة، سنة الطبع: ٢٠٠٤م.

١٥. شرح التسهيل، المؤلف: جمال الدين محمد بن عبد الله بن مالك، المحقق: عبد الرحمن السيد ومحمد بدوي المختون.، الطبعة: الأولى، الناشر: دار هجر للطباعة والنشر، القاهرة، سنة الطبع: ١٩٩٠م، عدد الأجزاء: ٤ أجزاء.

١٦. شرح المفصل، المؤلف: موفق الدين يعيش بن علي بن يعيش، الطبعة: الأولى، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت، سنة الطبع: ٢٠٠١م، عدد الأجزاء: ٦ أجزاء.

١٧. الكتاب، المؤلف: سيبويه (عمرو بن عثمان بن قنبر).، المحقق: عبد السلام محمد هارون.، الطبعة: الثالثة، الناشر: مكتبة الخانجي، القاهرة، سنة الطبع: ١٩٨٨م، عدد الأجزاء: ٤ أجزاء.

١٨. لسان العرب، المؤلف: محمد بن مكرم بن منظور، الطبعة: الثالثة، الناشر: دار صادر – بيروت، سنة الطبع: ١٩٩٤م، الأجزاء: ١٥ أجزاء.

١٩. اللغة العربية عبر العصور، المؤلف: محمود فهمي حجازي.، الطبعة: الأولى، الناشر: دار الثقافة العربية، القاهرة، سنة الطبع: ١٩٩٣م، عدد الأجزاء: جزء واحد.

٢٠. اللغة العربية معناها ومبناها، المؤلف: تمام حسان، الطبعة: الخامسة، الناشر: عالم الكتب – القاهرة، سنة الطبع: ٢٠٠٦م.
٢١. مبادئ النحو العربي الحديث، المؤلف: حسن الخليل، الطبعة: الثانية، الناشر: مكتبة النهضة – القاهرة، سنة الطبع: ٢٠١٠م، (كتاب مدرسي مرجعي في النحو العربي).
٢٢. مغني اللبيب عن كتب الأعاريب، المؤلف: عبد الله بن يوسف بن هشام الأنصاري، المحقق: محمد محيي الدين عبد الحميد، الطبعة: الأولى، الناشر: دار الفكر – بيروت، سنة الطبع: ١٩٨٥م.
٢٣. مفتاح العلوم ، المؤلف: أبو يعقوب يوسف السكاكي، الطبعة: الأولى (حديثة)، الناشر: دار الكتب العلمية، سنة الطبع: ٢٠٠٠م.
٢٤. المفصل في علم العربية، المؤلف: جار الله محمود بن عمر الزمخشري، المحقق: علي أبو ملحم، الطبعة: الأولى، الناشر: مكتبة الهلال، بيروت، سنة الطبع: ١٩٩٣م، عدد الأجزاء: جزء واحد.
٢٥. مقالات وأبحاث في الخطاب الإعلامي المعاصر، المؤلف: بخيت بن حمود السناني (مقال منشور في مجلة كلية اللغة)، المنشور: مجلة كلية اللغة العربية بإيتاي البارود، المجلد: ٣٦، العدد: ٢، الصفحات: ٩٣١–٩٩٨، سنة النشر: ٢٠٢٣م.
٢٦. النحو الواضح في قواعد اللغة العربية، المؤلف: محمد يوسف خضر، الطبعة: الثالثة، الناشر: دار المعرفة – القاهرة، سنة الطبع: ٢٠١٥م.
٢٧. همع الهوامع في شرح جمع الجوامع، المؤلف: جلال الدين عبد الرحمن السيوطي، المحقق: عبد العال سالم مكرم، الطبعة: الأولى، الناشر: دار البحوث العلمية – الكويت، سنة الطبع: ١٩٧٥م، الأجزاء: ٣ أجزاء.

هوامش البحث

(١) ينظر: لسان العرب لابن منظور ، مادة : جمل ، ج ١١، ص: ١٢٤ .
(٢) ينظر : الخصائص لابن جني، ج ١، ص: ٣٤ .
(٣) ينظر : الزمخشري ، المفصل في علم العربية ، ص: ٢٣ .
(٤) ينظر: مغني اللبيب عن كتب الأعاريب لابن هشام ، ج ١ ، ص: ٢٣ .
(٥) ينظر: مغني اللبيب لابن هشام، ، ج ١، ص: ٢٤ .
(٦) ينظر: المفصل للزمخشري، ص ٢٤ .
(٢) ابن مالك، شرح التسهيل، ج ١، ص ١٨ .
(٣) ينظر: السيوطي، همع الهوامع، ج ١، ص ١٢.
(٩) ينظر: (ابن هشام، مغني اللبيب، ج ١، ص ٢٥ .
(١٠) ينظر: الزمخشري، المفصل، ص ٢٤ .
(١١) ينظر: سيبويه ، الكتاب ، ج ١، ص ٢٣ .
(١٢) ينظر : ابن يعيش ، شرح المفصل ، ج ١ ، ص ٧٢ .
(١) ينظر: مغني اللبيب لابن هشام ، ج ١، ص ٥٤ .
(١٤) ينظر: عبد العزيز شرف، الأسلوبية الإعلامية، ص ٢٧ .
(١٥) محمود فهمي حجازي، اللغة العربية عبر العصور، ص ٢١٥ .
(١٦) ينظر: عبد العزيز شرف، الأسلوبية الإعلامية، ص ٤٥ .
(١٧) ينظر: صالح فضل، بلاغة الخطاب الإعلامي، ص ٦١ ، ومحمد عبد المطلب، البلاغة والأسلوبية، ص ١١٨ .
(١٨) ينظر : تمام حسان ، اللغة العربية معناها ومبناها ، ص ٢١١ .
(١٩) ينظر: المصدر نفسه ص ٢١٤.
(٢٠) ينظر: عبد العزيز شرف، الأسلوبية الإعلامية، ص ٥٢ .
(٢١) ينظر: صالح فضل، بلاغة الخطاب الإعلامي، ص ٦٣ .
(٢٢) ينظر: محمود فهمي حجازي ، اللغة العربية عبر العصور ، ص ٢١٩ .
(٢٣) ينظر: سيبويه ، الكتاب ، ج١، ص٢٣ .

(٢٤) ينظر: تمام حسان، اللغة العربية معناها ومبناها، ص٢١٤ .

(٢٥) ينظر: ابن يعيش، شرح المفصل، ج١، ص٧٢ .

(٢٦) ينظر: عبد العزيز شرف، الأسلوبية الإعلامية، ص٥٢ .

(٢٧) ينظر: ابن هشام، مغني اللبيب، ج١، ص٢٦٥ .

(٢٨) ينظر: السيوطي، همع الهوامع ، ج٢، ص١٠٥ .

(٢٩) ينظر: السيوطي ، الإتقان في علوم القرآن ، ج٢ ، ص٤٥ .

(٣٠) ينظر: صالح فضل ، بلاغة الخطاب الإعلامي ، ص٦٣ .

(٣١) ينظر: محمود فهمي حجازي ، اللغة العربية عبر العصور، ص٢١٩ .

(٣٢) ينظر: ابن هشام، مغني اللبيب عن كتب الأعاريب، ج١، ص٢٣ ، و عبد العزيز شرف، الأسلوبية الإعلامية ، ص٤٥ .

(٣٣) ينظر: تمام حسان، اللغة العربية معناها ومبناها، ص٢١٤ ، و ابن يعيش، شرح المفصل، ج١، ص٧٢ .

(٣٤) ينظر : السيوطي ، همع الهوامع ، ج٢ ، ص١٠٥ ، ومحمود فهمي حجازي ، اللغة العربية عبر العصور، ص٢١٩ .