

جامعة 8 ماي 1945 قلمة

كلية: الآداب اللغات

قسم: اللغة والأدب العربي

الملتقى الوطني : اللغة الخاصة في البحث العلمي وحقول المعرفة المختلفة

الأستاذة: أسماء حميدة

أستاذة محاضرة -ب-

عنوان المداخلة: اللغة الأدبية في الإشهار التلفزي ( الوصف والبناء والوظيفة)

## اللغة الأدبية في الإشهار التلفزيوني ( الوصف والبناء والوظيفة)

تمهيد:

تعدّ اللغة نسقا تواصليا مميّزا، ولهذا نجد ثنائية الحضور والغياب فيما نلوك به ألسنتنا منها شديد الوصل بمواقفنا وغاياتنا، ومن ثمة تغدو عنوانا لنا بل مبدأ حاسما في تصنيفنا، وما أوتيت ذلك إلا لكونها "غطاءً لمجمل الأهواء فينا، بل هي التي مكّنت الإنسان من تنظيم تجربته في انفصال كلي عن زمكانه وإسكانها فسيح المتخيّل والممكن والمستهام، فلا شيء فينا وفي العالم يمكن أن يدرك خارج تقطيعاتها المفهومية"<sup>(1)</sup>.

وعلى هذا الأساس عدّ " الإنسان والمجتمع والإنسانية منتجات لسانية"<sup>(2)</sup> لأننا في الحقيقة "لا نتعلّم الكلام لكي نشبع حاجات الغريزي والحسّي في الذات، بل نتعلّم كيف نفكّر من خلال رموز صوتية بدوّها سيظّل العالم موحشا غير قادر على استيعاب الخيرات الرمزيّة التي صاحبت الوجود الإنساني، فكلّ شيء يتمّ داخل اللّغة ووفق قوانينها"<sup>(3)</sup>، وهذا ما جعل أمبرتو إيكو يعتبر " الثقافة ما كشف عنه النّسق اللّساني"<sup>(4)</sup>، وذات العلة يمكن أن نفسّر بها مقولة: " المهمّ هو الكلمات، أمّا الباقي فمجرّد لغو"<sup>(5)</sup>.

وبهذا تمّ التأكيد على أنّها " أمّ الرّموز الثقافية جميعا"<sup>(6)</sup>، وما دامت كذلك فهي اللبنة الأولى في استلهاهم الصّور الخاصّة بهويّة الشّعوب انطلاقا من طرائق حضورها ومستويات استعمالها، خصوصا وأنّها غالبا ما تنحّ إلى الرّمزية، فتعمل على " تغطية مناطق معنوية مضافة، مصدرها ما يأتي من الاستعمال الاستعاري للأشياء والكائنات"<sup>(7)</sup>، وفي هذا إشارة إلى تلك المسحة الأدبيّة التي تجلّ اللغة فتجعل من حالات الشّفافيّة في المعنى حالات استثنائية.

يكثر في المعتقد غالبا وصل اللغة الأدبية بمفرزات الأدب شعرا ونثرا، وقوام هذه الحقيقة لا يُنكر بل إنّه لا يكون إلّا بها، لكنّ هذا لا ينفي وجودها في مستويات تواصلية مختلفة تتحكّم فيها درجات الإبلاغ والإقناع، بدءا من

الحديث العادي وصولاً إلى تلك المراتب اللغوية التي تخضع لسياسة صانعيها، تماماً كما هو كائن في الإشهار، لاسيما على صعيد ما تحرك منه.

## اللغة في الخطاب الإشهاري:

### أ/ في الإشهار:

بداية، معلوم أنّ فعل الشراء فعل مبتدل وجزء من العادة وممارسة مملّة، وبإمكان المشهّر تخليصنا من رتابة هذا الواقع بإبداعيته التي تتحوّل إلى تريباق مضادّ لهذا الرّوتين المتنامي، مضيفاً على الحركة الاستهلاكية طابع الإغراء؛ لأنّ "المستهلك القديم كان منشغلاً بفعل الامتلاك، أمّا المستهلك الحالي فيبحث فيه عن الشّعور بالمتعة"<sup>(8)</sup>.

إنّه يجرد أشياءنا من ثوب العادي والنمطي ليكسيها أبعاداً شاعريّة تبعث فينا مشاعر التّوق الدائم إلى الامتلاك، لأنّنا في الحقيقة "لا نشترى منتجاً وإنّما نشترى وعداً"<sup>(9)</sup>. ومن أجل تزكية هذا الوعد لتحويله إلى منفذ للاستيهاً عند المستهلك المفترض يلجأ الإشهاريّ إلى استثمار كلّ ما يتعلّق بمناحي الحياة ابتغاء الإمساك بثيمات قد عزّت مقاما في الذاكرة الإنسانية؛ لتكون بذلك سبباً للمراوغة وباباً للقبول.

وهذا يعني أنّه يستحي من تقديم منتج معزول يفتقر إلى مضافات إيجابية من شأنها إكسابه بعداً تداولياً؛ لأنّ المستهلك أصلاً لا ينجذب إلى المنتج كونه الأجدى من غيره، وإنّما يفعل ذلك لأنه يقدم نفسه بطريقة أدكي، مشعراً إيّاه بالمفارقة والتميّز؛ لذا يقول له سرّاً: "كن أكثر حظاً، أكثر سعادة، كن محبوباً أكثر، أبيض أكثر، كن أحسن من أيّ كان"<sup>(10)</sup>.

ومن هنا تتحوّل المنتجات في الوصلات الإشهارية إلى أوعية للقيم الإنسانية، مستثمرة في ذلك عصبه من الآليات تتفاوت طاقاتها التعبيرية وتمتدّ إحالاتها الرمزية وتتداخل أبعادها التأثيرية، وهي موزّعة بين لسانية وغير لسانية، وعلى

صعيد كلّ منهما تبرز جملة من الأدوات البلاغية التي من شأنها التسلّل إلى مواقع الانفعال النفسي لاستغلالها في تكييف السلوك الشرائي؛ لأن الوصلة التي لا تبيع لا قيمة لها، بل لا يمكنها الانتساب إلى الصناعة الإشهارية. ثمّ إنّنا لا نستهلك منتجات فحسب، وإنما نبتاع من خلالها نمطا في الحياة وأسلوبا في العيش، وعلى هذا الأسّ نجد الإشهار التلفزيوني يتجاوز كونه مجرد أداة تجارية إلى اعتباره كشفا لما يشهده الواقع من أوضاع اجتماعية وثقافية ولغوية، بل إنه يعلّمنا في كلّ آن كيف نحيا كما يجب، وكيف ننتمي إلى ما يناسب ذلك من ثقافة.

## ب/ اللغة الإشهارية:

يتأسّس قوام الخطابات الإشهارية على ذلك التّكامل بين نوعين من الأنظمة: لسانيّة وغير لسانيّة، تشتغلان في تساؤق عجيب ينبئ بحجم الطاقة الانفعالية المرتقبة، وما دمنا هنا نعتني بالجانب اللغوي فمن الكفاية التنبيه إلى أن اللغة في الإشهار تناط بها وظيفتان هما: الترسّخ والتدعيم باصطلاح رولان بارت، أولاهما كفيّلة بتسييح المعنى صدّا لأيّ قراءة قد تشطّ عن منتهى الرسالة، وتعمل الثّانية على سدّ العوز الدّلالي الذي قد تصادفه الصّورة في حال انعزالها.

ويطرح الحضور اللّغوي في الإشهار قضايا متعدّدة ومتشابكة، تتّصل بالمتن اللّغوي أو بتنوّع اللّغات الموظّفة، أو بمسائل الجودة اللّغوية... فضلا عن هذا، فإنّ هذا الاستثمار اللّغوي كفيّل باستنباط الملامح الفكرية والثقافية للمجتمع الذي تتوجّه إليه، وقد تنزاح عن هذا لتفشي ما يکنّه المشهّر من نوايا إيديولوجية يوّد لها قرارا في نفس المتلقي، ولعلّ فيما يُصطنع من أسماء للعلامات التجارية (الماركات) ما هو أقرب للإفهام؛ لأنّ "استراتيجية التّسمية تستدعي بحثا أنثروبولوجيا معمّقا لفهم المسارات المتلوية والمعقّدة للطبيعة التّعسّفية أو التعليلية التي تحكم الاسم باعتباره علامة." (11)

عموما، يشير الباحثون إلى أن "المشهرين الجدد قدّموا لغة جديدة ونبرة وأسلوبا لم يكن متوقّعا"<sup>(12)</sup>؛ لأنّهم اعتدوا على حدود النّسق اللّساني فأهملوا قواعده، بل إنهم جعلوا من الممنوع اللّغوي منفذا للإبداع والتفرد، لدرجة أن باتت "لغة الإشهار لغة داخل لغة"<sup>(13)</sup>.

وعلى الرّغم من إقرار الدّارسين بمخافة لغة الإشهار للمعياريّة والأصوليّة إلا أنّها "حظيت بأنصار يرون أنّ تلك المرأة اللّغوية تسهم في ديناميّتها مساندة للمتطلّبات الطّروف الرّاهنة ومستحدثاتها"<sup>(14)</sup>.

ويمكن القول في ظلّ هذا: إنّنا إذا سلّمنا بأنّ الإشهار من طبيعة المجتمع جاز لنا التّعامل معه على أنّه يصف حقائق اللّغة المتداولة، أمّا إذا اعتبرناه أستاذا لأساليب حياتية ولغوية صحّ لنا التّنديد باستعمالاته اللّغوية؛ لأنّه ليس من المبالغة أن "توكل المهمة المركزيّة للتعليم إلى الإشهاريين"<sup>(15)</sup> كما يقول بيرنار كاتولا.

وتجدر الإشارة إلى أنّ طرائق الحضور اللّغوي في الإشهار التّلفزي متنوّعة، فمما لا مناص منه ما كان على صعيد العلامة التجارية (الماركة)، واسم المنتج، والشّعار<sup>1\*</sup>، والمميّز<sup>2\*</sup>، فضلا عن جملة المتواليات اللسانية التي تنتظم وتيرتها في الإنشاء والتدليل.

وإنّ في كلّ موطن منها ينبسط القول ولا يكاد ينتهي نظرا إلى طبيعة البناء ومستوى الإعداد وطرائق التشكيل الغرافي والكاليغرافي<sup>3\*</sup> وكذا مسألة الجودة اللّغوية وآليات الأداء، ناهيك عن احتقانه رمزا في حالات أخرى، حيث تتحوّل اللغة إلى " لعبة تمارس الخفاء والتجلّي، الحضور والغياب، الوجود والعدم، الواقع والمخيّل، الاعتباطية والحتمية"<sup>(16)</sup>.

ومن هذا الباب خصّيصا تنحو نحو الأدبيّة فتغدو " غير بريئة على الإطلاق، لأنّ للكلمات ذاكرة أخرى تغوص في عمق الرمزي بطريقة عجيبة"<sup>(17)</sup>.

لعلنا لا نجانب الصّواب إذا قلنا بأنّه من حسن حظّ المشهّرين أن اللّغة العربيّة تحتفي بإمكانات لغوية رهيبية قادرة على تحقيق الإبلاغ والإمتاع والإقناع إذا أحسنوا استغلالها، لأننا لا يمكن أن ننكر بأن الإشهار العربي والمحلي لا يزال فجًا رغم انفتاح التقانة للجميع، فلا للصورة وزنها الحجاجي، ولا للغة حظها المفروض من الرعاية البلاغية. ولكن في الوقت ذاته لا يمكننا التعميم، إذ يمكن العثور على حالات إبداعية تسمو بالصنّاعة الإشهارية فتكاد تتماس مع بقيّة الفنون في التّبليغ والتّقد والتّكريس أو التّغيير.

وكثيرا ما يغترف المشهّر من معين الأدب مقوماته في الإبداع، فيترك للمتلقّي مسافة للإعجاب والحيرة المحرّكة للتأويل، خاصّة إن غداه بالخيال فيزيه اللاّواقع واقعا واللاممكن ممكنا والمتخيّل مرقدًا للمرغوب، وقد يلجأ إلى سندات لغوية ذات مرجعيّات ميثولوجيّة تتطلّب قارئًا متنوّرا قادرا على المناورة الدلاليّة، وبإمكانه الأخذ من ملاحظة الفكاهة الأدبية أبعادها التّعينية والتّضمينية، كما تتيح له الممارسة البلاغية حظوة الجذب والتأثير، فينقلب على إثر ذلك مادة ثرة كفيّلة بترجمة المضامين الاجتماعيّة والثّقافية والحضاريّة والإيديولوجيّة أيضا.

ويمكن هنا تقديم بعض التّماذج اللغوية التي حظيت بنوع من المسحة الأدبية، مسهمة في إنماء دافعية الشراء عند المتلقّي، من ذلك الوصلة الإشهارية لـ "التّجاري بنك التّونسي" الذي انتقي له شعار: "فيكم واثقون"، فباب النّظم البلاغي هنا منفذ للإقناع، إذ لا مربة في أن لتقديم الخبر (شبه الجملة/ فيكم) على المبتدأ أثر مضاعف في نفسيّة المتلقّي، فهو في الوقت الذي يحتاج فيه إلى بنك يؤمّن له أملاكه ويكون محلّ ثقة قصوى يصطدم بشعار يقلب الموازين، فبدلا من أن يخاطب: "ثقوا فينا" حملوه العبء حين أكبروا هم ثقتهم فيه، ومن استأمنه غيره فقد قيّد بما يستوجب من جميل القيم ونبيلها، فالمبدع هنا يستعويض عن تثمين البنك باستلهام ما أمكن من قيم الوفاء بالأمانات

والإخلاص بالعهود عبر إشعار المتلقي بضرورة استحضارها من ذاكرته حين أودعت مطلق الثقة فيه، وهذا منفذ لغوي بليغ قادر على تحقيق الاستمالة بحجم ما يمكن أن يستوعبه من انتظار يغمسه في الوهم.

ومّا يُضفي مسحة جمالية على لغة الإشهار تلك التحوّلات الخطائية التي تتنوّع فيها الضّمائر في إطار النسق التعبيري الواحد على سبيل ما يعرف بالالتفات، وهو نوع من أنواع المفاجأة الأسلوبية التي تحقّق الجذب والتشويق والإمتاع، ذلك أنّ "الكلام إذا نقل من أسلوب إلى أسلوب كان ذلك أحسن تطرية لنشاط السّامع وإيقاظا للإصغاء إليه من إجرائه على أسلوب واحد"<sup>(18)</sup>، ويمكن التمثيل لهذا بإشهار لسيّارة مارسيدس، إذ جاء على مستوى لفظها: "يرونها أسطورة تروّض الطريق، ولا نراها سوى جيل جديد". لقد ارتحل الكلام من الغيبة إلى التكلّم، علوّا لمراتب التبليغ وتحقيقا لمقاصد التّمين.

وللسّجع أيضا دور في الجنوح باللّغة الإشهارية إلى لغة الأدب، لأنّ هذا الأسلوب يوائم ذائقة النّاس عامّة لما فيه من تواز صوتي يقوّي ذاكرة الكلمات، ومّمّا يصلح للتمثيل هنا إشهار iris للأجهزة الكهرومنزلية، حيث جاء: "ترك قبل أن تراها، تكنولوجيا تجذبك وبجودتها تغمرك".

كما يؤكّد الباحثون بأنّ "فعل التّسمية في الإشهار خلق"<sup>(19)</sup> ولا شكّ في أنّه إن استمسك بعُرى الأسطورة ازدوجت فيه عوالم الإيحاء بين المبطن والمعلن، مثال ذلك ما تعلق بعطر polo للرجال، وهو اسم يذكّرنا بالآله اليوناني أبولو وإن كان أقلّ أحرفا، إذ من الطّبيعي حدوث ذلك إذا علمنا طواعيّة الكلمة للتّعير بفعل عوامل لا تعدّ، وقد نما اعتقادنا بذلك لما احتفت به الصّورة من عناصر يعضدها اسم المنتج.

لقد نال ذاك الإله حظوة عظمى من الحبّ عند الأغرقة، فنسجوا حوله أساطير كثيرة، لقد كان حامي الرّجال ولا سيّما عندما يكونون في شرخ الشّبّاب، وهو الذي يرفع البشر فوق المستوى العادي بما يمنحهم من فائض القوّة والطّاقات (20).

وبهذا يكون الاسم وحده قد حمل من الزّاد الدّلالي ما يكفي لوصف مستخدم العطر، انطلاقا من بلاغة إيحاءاته المترجمة لمؤثّثات الصّورة ووصالها العميق بمسألة الإيروسية المبحّلة في كلّ الرّسائل الإشهارية الخاصّة بالعطور.

كما يتدخّل المجاز بصورة كبرى في اللغة الإشهارية لتشبع بلاغة وتضمينا، بل قد يسهم في تحقيق غاية من غايات العجائبي وهي الدّهشة، فضمّ عناصر لا يتوقّع جمعها في صعيد واحد من شأنه أن يولّد الإحساس بالحيرة، كإسباغ صفات وأفعال إنسانية على غير الإنساني، والأمثلة الإشهارية هنا لا تكاد تحصى، منها ما تعلق بشاي lipton وشعاره: "عش حياة الشاي، طعم يعدل مزاج العالم".

إن المشهّر في تعامله مع اللّغة يخرق القواعد النّمطية فيربط بصلات واهية بين الأشياء، متجاوزا بالمعنى حدود المعقول، منمّيا لحالات التّوتر الذي من شأنه إطلاق حدود الوهم عند المتلقي، وغير بعيد عن هذا شعار ختمت به رسالة خاصّة بغاسول الشّع herbal essencs القائل: take your hair to paradis ( خذي شعرك إلى الجنّة).

الظاهر أنّ المشهّر هنا قد أبدع في اختيار مكان يحفّه العجائبي ويحتويه، وقد جعله غطاء قيميا للمنتج؛ لأنّ جميع الدّهنيات تتفق على أنّ الجنّة عالم النّعيم الأبدي، لذا لا أفصح منه في التعبير عن أقصى درجات الكمال وأسمائها، وإنّ في وصفه لما يثير الدّهشة باستمرار؛ لأنّ كلّ ما فيه يتجاوز المعقول وينافي المألوف، ويستجمع عموم أوصافه الحديث النبوي: "في الجنّة ما لا عين رأت ولا أذن سمعت ولا خطر على قلب بشر" (21).



بناءً على هذا فإن دعوة عجيبة للارتحال بالشعر إلى الجنة ليست إلا جنس من إسقاط دلالات المطلق من كل شيء على هذا المحسوس، ثم إنّ المرأة العربية باعتبارها المستهلك المفترض هنا تدرك في تلقّيها ما توسم به النساء هناك من جمال عجيب، حتّى إنه جاء: "لو أن امرأة من أهل الجنة اطلّعت إلى الأرض لأضاءت ما بينهما، ولملأت ما بينهما ريحاً، ولنصيفها على رأسها خير من الدنيا وما فيها"<sup>(22)</sup>.

إذا كانت الحُلل عليها بهذا القدر سحراً فكيف هي حواملها؟! ومن هنا بالذات تتسرّب إلى اللاوعي هذه الصورة العجيبة للمرأة التامة الحسن، حُسن لا يبلى ولا يفنى، فيزكو بذلك الوهم عبر هذا الشعر المثقل أدبية.

ومثله ذاك الذي اتخذته شبكة [djeezy](http://djeezy) في إشهاراتها زمناً غير يسير والقائل: "مرحبا بالغد"، فهو على يسر تركيبه إلاّ أنّه مشبع بلاغة ومحتقن رمزا بفعل ميله إلى المجاز، الذي أنسن الغد وشخصه عبر قرينة لفظية لا تستقيم في مألوف الكلام لغير الإنسان ممثّلة في كلمة "مرحبا"، فاستوجب هذا حدوث استعارة مكنية يؤول إليها الحجاج لينتهي إلى الإقناع؛ كونها جرّدت العبارة من الدلالة الخبرية وأحالتها مدخلاً للمتخيّل الذي معه تتنامى الاستيهامات فتتولّد الانفعالات، فالغد وفقاً لهذا المنظور تنتفي عنه دلالاته الزمنية المعروفة، إنّّه ليس اليوم الذي كنّا قلقين عليه بالأمس، بل هو مطلب زمنيّ آخر بمقاس مغاير ينأى عن كلّ معهود دلّ عليه السياق اللغوي، لقد جعله على شاكلة أخرى تكاد تنفي عنه الزمنية ليكون أمداً يستغرق الأبد، والدور كلّ منوط بلفظة مرحبا؛ باعتبارها من جنس القول الحسن الذي يطيب أثره في النفس، يقول أبو حيّان التّوحّيدي: "إني لألقى الرّجل فيقول لي مرحبا فيلين له قلبي فكيف بمن أطأ بساطه؟! "<sup>(23)</sup>.

فوصف اللّين هذا إسهاد على مدى صداها في الوجدان، إنّها لا تنزاح عن قيمتها الدلالية التي اصطلحت عليها الأعراف الاجتماعية، لكنّ بها ينزاح الغد إلى غد آخر على غير عاداته، لقد غدا صورة للمستقبل الواعد الذي لا ينفذ إليه محال ولا ينال منه نقص، وهذا ما من شأنه تنشيط الحركة الانفعالية للمتلقّي عقب تزايد حجم استيهاماته،

خاصة وأنّ الوصف تقوّى مع تعريف كلمة الغد، وكأنّ الوعد قائل: إنّ غدي مُخلمي لا يحتمل شكّا، ولا شكّ في ارتقابه، وإنّه لناظره قريب مع شبكة جيزي.

كانت هذه أمثلة موجزة عن صور اللّغة الأدبيّة في الإشهار التّلفزي، الذي يتّخذها معولا لدفع المتلقّي إلى الشّراء طوعا، بناء على قوّة حضورها البلاغيّة والرّمزيّة، التي تجعلها قادرة على استحضار قيم عظمى ممّا يشغل المتخيّل الإنساني باستمرار، لتكون منفذا إلى سيرورة المدلولات التوسّطية التي تُنشّط الإقناع، وتضفي مسحة شاعريّة على مستوى الصّناعة الإشهارية. ولهذا يتوجّب على متلقّيها امتلاك عدّة من المدارك الثّقافية واللّغوية والفنيّة، مع القدرة على ممارسة التّقد والتّفكيك والتّشريح سطحا وعمقا؛ لأنّه لا شيء في الإشهار يحتمل العبثيّة، ولا احتمال لوجود دالّ أحرص صوريا كان أو لساني، بل باستطاعة المنتقى اللّغوي – إن حظي بالرّعاية الأدبيّة – أن يقود القارئ غير العادي إلى معرفة ما لم يكن المشهّر يعرفه أو يعتقده، وتلك متعة الفنّ حين يجود على القارئ بما لا يجود به على المبدع نفسه!.

- (1) سعيد بنكراد، وهج المعاني، سيميائيات الأنساق الثقافية، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط1، 2013، ص181
- (2) المرجع نفسه، ص185
- (3) المرجع نفسه، ص184
- (4) أمبرتو إيكو، العلامة، تحليل المفهوم وتاريخه، تر: سعيد بنكراد، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط2، 2010، ص274
- (5) المرجع نفسه، ص27
- (6) محمود الذواودي، الازدواجية اللغوية الأمانة، تبر الزمان، تونس، (دط)، 2013، ص17، 18
- (7) سعيد بنكراد، استراتيجيات التأويل، كلية الآداب، الرباط، المغرب، ط1، 2011، ص6
- (8) سعيد بنكراد، الصورة الإشهارية، آليات الإقناع والدلالة، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط1، 2009، ص95.
- (9) المرجع نفسه، ص66.
- (10) سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثيلات الثقافية، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، المغرب، (دط)، 2006، ص8
- (11) أحمد يوسف، الدلالات المفتوحة، مقارنة في فلسفة العلامة، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، لبنان، (دط)، 2005، ص87.
- (12) بيرنار كاتولا، الإشهار والمجتمع، ترجمة: سعيد بنكراد، منشورات علامات، المغرب، (دط)، 2012، ص32
- (13) محمد خاين، النص الإشهاري، ماهيته وانبناؤه وآليات اشتغاله، عالم الكتب الحديث، إربد، الأردن، ط1، 2010، ص127
- (14) المرجع نفسه، ص ن.
- (15) بيرنار كاتولا، الإشهار والمجتمع، ص225.

\*1 الشّعار هو صبغة لسانية مبتكرة من المتاح لغة، مع إعطائه مسحة خاصّة قادرة على استمالة المتلقّي.

\*2 المميّز أو اللّوغو هو هويّة بصرية مكوّنة من عناصر شكلية ولونية ولسانية.

\*3 التشكيل الغرافي هو فن طباعة الأشياء المصوّرة، والكالغرافي هو فن رسم الحروف والكلمات لتكون أكثر جذبا

- (16) الطيب بودريالة، قراءة في كتاب سيمياء العنوان، أعمال الملتقى الوطني الثاني السيمياء والنص الأدبي، بسكرة، 2002، ص25
- (17) رولان بارث، الكتابة في درجة الصفر، ترجمة: محمد ندم حشفة، مركز الإنماء الحضاري، ط1، 2002، ص24.
- (18) الزمخشري، تفسير الكشاف، اعتنى به: خليل مأمون شيخا، دار المعرفة، بيروت، لبنان، ط3، 2009، ص29.
- (19) سعيد بنكراد وآخرون، استراتيجيات التواصل الإشهاري، دار الحوار، اللاذقية، سوريا، ط1، 2010، ص235.
- (20) أمين سلامة، الأساطير اليونانية والرومانية، (دط)، (دت)، ص60
- (21) مسلم، صحيح مسلم، اعتنى به: أبو قتيبة نظر محمد الفارابي، دار طيبة، الرياض، السعودية، ط1، 2006، ج1، ص1298
- (22) الحافظ الأصبهاني، صفة الجنة، تح: علي رضا بن عبد الله، دار المأمون للتراث، دمشق، سوريا، ط2، 1995، ج3، ص215.
- (23) الإمتاع والمؤانسة، تصحيح: أحمد أمين وأحمد الزين، دار مكتبة الحياة، بيروت، لبنان، (دط)، (دت)، ج3، ص37.