

سيميائية الطابع البريدي الجزائري

الأستاذ: جلال خشاب
قسم اللغة العربية و آدابها
المركز الجامعي سوق أهراس

السيميولوجيا والاتصال:

شهد مجال الاتصال تطورا مشهودا بدءا من منتصف القرن الماضي من حيث الوسائل، غير أن البحث في حقيقة الاتصال ظل مغيبا إلى غاية مجيء السيميولوجيا، حيث وجه كل من بيرس (C. S. PEIRCE) وغريماس (A. J. GREIMAS) وإيكو (A. ECCO). وبارت (R. BARTHES) اهتمامهم إلى الدال كعلامة على اختلاف أشكالها، وعلاقتها بالمدلول، ومنها يتجلى إنجاز الدلالة الذي أصبح أمرا مشتركا ما بين المرسل والمرسل إليه، لأنه لا يمكن الفصل ما بين الخطاب في جميع أبعاده وسياقاته الاجتماعية والثقافية.

إنّ اهتمام السيميولوجيا بمجال الاتصال هو حرصها على «إرساء البعد التداولي إنطلاقا من عامل التلقظ الحاصل في الخطاب الدائر، فضلا عن الوضع التفاعلي المتعلق بالإستعمال و بالتمظهرات الاجتماعية والثقافية والفكرية الأخرى، و الجديرة بالاهتمام» (1). وفي الوقت الذي اهتمت الدراسات الإعلامية بالوظائف والآليات المتعلقة بالاتصال، ظلّت الدلالة بعيدة عن حقل الدراسة إلى أن أحاطتها السيميولوجيا بفضاء بحثي اعتمد مقاربات مختلفة، سخرت بدورها آليات ووسائل للتعامل مع أشكال ومعاني الإرساليات و سياقاتها. فقد مثّلت الدلالة محور الدراسة انطلاقا من العلامة الموظّفة، ممّا يعني حركة الطرح وبعده عن الثبات الوارد في النظرية الميكانيكية لدى شانون وويفر.

لم تكن علاقة السيميولوجيا بالاتصال يسيرة بقدر ما كانت محفوفة بالمخاطر، حيث يعد الخوض في هذا المجال ضربا من المجازفة كون السيميولوجيا لم تخرج عن الطرح اللساني إلى

بدايات الستينيات، « تجلّى ذلك في إبراز التشكّل الدلالي وصولاً إلى مستوى تظهر العلامات، بيد أن استقلالية الأنظمة الدالة أثناء تعاملها مع الواقع جعل العلامات السيميائية تحمل قيمة لا أفعالاً، فكان ذلك عاملاً كاد أن يدخل البحث السيميولوجي في عزلة مميّنة، مما حدا بالباحثين إلى الانفتاح على تداولية الدلالة». (2)

لقد أعطى كل من (غريماس) (وكرتاس) (GREIMAS) et (COURTES) الأسباب للتعين (Manipulation) ما بين الفعل الإقناعي (faire persuasif) والفعل التأويلي (faire interprétatif) على مستويات مختلفة من البناء (3). فأتضح أن الاستعمال عبارة عن وظيفة سيميولوجية لا نفسية، لأنّ تشكّل المعنى لا يتم بين قطبين، ولكن داخل مسار ممتد من الاتصال، يكون لعامل التأويل الأثر الواضح في ذلك، فضلاً عن استحضر كل ما يمكن الاستناد إليه من سيميولوجيا المجتمع Sociosemiotique و السيميولوجيا التداولية، في علاقاتها بالإعلام و الاتصال.

بات من الضروري التمييز ما بين وضعية واقعية والتمثيل الواقعي الذي يمكن القيام به، كون الاتصال يتشكّل من علامات، في حين أن التمثيل الرمزي والفعل للفكرة أو للعالم الحقيقي هو الذي سيعرف الإرسال أو التحويل. ففي إطار التحليل السيميولوجي يستوجب التمييز ما بين مصدر العبارة (الرفاهة) والتمثيل الرمزي (سيارة، مكان فاخر، مال). لقد أصبح من الضروري الأخذ في الحسبان العدول الحاصل ما بين الإحساس و المباشرة، ومنه تنطلق السيميولوجيا إلى المرسل والمرسل إليه فيما بعد. لكنّ الواضح هو أن السيميولوجيا ليس في مقدورها استيعاب ما بعد الرموز الواردة في الإرسالية على خلاف علم النفس، لأن مجال السيميولوجيا يتحدد، على وجه العموم، في العلامات المشكّلة للإرسالية، دون الاهتمام بالأحداث المباشرة واللاواعية قصد التأثير في المرسل. إنّها تهتم بكيفية تشكّل الإرسالية وانتقالها وتفكيكها، مع تحديد حقل البحث المتعلق بالقسم الرمزي للاتصال. كما ترمي السيميولوجيا إلى تعريف وإيضاح وظائف وعوامل الاتصال، من بينها « الدور الهام الذي تلعبه الإرسالية وكذلك الوظيفة الجمالية، حيث يتم الإهتمام بقراءة الإرسالية وكذلك بشكلها وما تتضمنه من أصوات وإيقاعات ومن إمدادات ثقافية تعطي مذاقاً لعملية القراءة، حيث يكون هذا النوع من التواصل محبذاً في الخطابات

الإشهارية». (4)

في الاتصال البصري:

وفي مجال الاتصال البصري نجد أن الصورة قد شكّلت مبحثا جديدا اتسم بالدقة نظرا لمكوناتها الخاصة ثابتة كانت أو متحركة مما جعل البحث في هذه العلامة الكبرى يتوجه إلى فك شفرات العلامات الصغرى، ومن ثم يأتي الإفصاح عن الدلالات الواردة ثم ربطها بالسياق الاجتماعي والثقافي لنجد أنفسنا أمام مبحث جديد يعرف بالسيميولوجيا التداولية (Semiotique).

لقد شكّلت الدعاية والإشهار في صورتها اللسانية والمرئية منطلقا للدراسة السيميولوجية نتيجة توفرها على العديد من القواسم المشتركة أهمها التركيبية الخطائية المتميزة، والجامعة ما بين عناصر ومكونات شتى استحكمت في بناء نهائي آخذة المستقبل في الحسبان، داعية إياه إلى التعامل مع مرجعيته في شتى أبعادها للظفر بجوهر الخطاب. وهي عملية لا تخضع لطريقة مضبوطة كون الأمر يعود إلى خصوصية البناء الذي يعد بمثابة فلسفة كلامية خاصة، يحددها إريك غريو (Eric GRILLO) « في طرح الكلام والدلالة بشكل أساس، وفي شكل مصطلحات ومطالب جديدة، ثم الدعوة إلى لفت الاهتمام ». (5)

وجد اللسانيون صعوبات جمّة لأجل التعامل مع الصورة، حيث تم التساؤل عن الأدوات الكفيلة بمعالجة الصورة أو الفيلم، إذ أبدى كريستيان ميتز (Christian METZ) اهتماما كبيرا بالصورة المتحركة، في الوقت الذي توجه فيه (بارت) إلى الصورة الثابتة والملاحظ أن (ميتز) لم يخرج عن الطرح السوسيري من دال ومدلول من خلال حديثه عن الواقع المتخيّل معتبرا « الشاشة بمثابة الدال والتخيّل Diegese موقع المدلول ». (6) وهو إجراء منهجي استحضّر خلاله مبدأ دال / مدلول ممثلا في شاشة / صورة، راسما آفاق بحث جديد يتفاعل مع العمل السينمائي بحركة كفيلا يجعل المشاهد يعيش فضاء متخيلا. إن انطلاقة (ميتز) من مفهومي دال / مدلول، مستمدة من تكوينه اللساني لكنه رأى من الضروري أن اعتمادها يتواءم والتركيبية العلمية من خلال عتبات دراسية. كما استطاع (بارت) (BARTHES) التوصل إلى فك شفرات خطاب إشهاري يتعلق بعجائن بانزاني

(PANZANI) مستخلصا ثلاث إرساليات الأولى لسانية والأخريان مصورتان، منطلقا من قراءة أولية للدوال والمدلولات. أما القراءة الثانية فكانت تأويلية ممثلة في الإيحاء.(7). وقد أثبتت هذه القراءة أن الخطاب الإشهاري ليس بمثابة الخطاب التجاري البسيط بقدر ما هو خطاب مركب استجمع العديد من الآليات الإقناعية لإنجاز مهمة إرسالية في غاية الدقة، فبات كل من الإشهار و الدعاية لازمة تواصلية لهما من الخصائص ما يجعلهما يشكّلان جوهر الاتصال في واقعنا، بل و في ثقافتنا اليومية. الدراسات المهمة بالطابع البريدي.

أ - دراسة فرناندو أندراخت **Fernando Andracht**:

اهتم الباحث بايراز التباين الحاصل ما بين الطبقة الفينومينولوجية Sphere Pheromenologique و التي تعمل على الاستيعاب المباشر " Semios " ذات الارتباط بالتمظهر الدلالي، مما يساعد على فهم العلاقة المركبة ما بين الشيء الآني المشار إليه من خلال العلامة و ما ينحدر منها من دلالات. و لأجل الكشف عن كيفية تحقق العلامة السيميائية في الطابع البريدي بأساقها الثقافية أو الهرمونيطيقية استشهد الباحث بصورة الراقصة الأورغواتية Rosaluna و ما أفرزته الصورة من مظاهر ديناميكية.

ب - دراسة بونو هلبرون **Benoit Helbrun**:

قارن الباحث ما بين الطابع البريدي و اللوغو ليخلص إلى أنّها يوديان وظائف سيميائية تصل إلى حد التداخل و التشابه في المكونات عدا بعض الفروقات كتفرد اللوغو بميزة العلامة التجارية La marque Commercial .

ج - ليو هوك **Leo Hoek**:

تحدث (هوك) (Hoek) عن العلاقة الحاصلة ما بين البعد السيميولوجي و الهرمونيطيقي للطابع البريدي، حيث يرى أنّ الوظيفة السيميولوجية تتجلى في الرسالة البريدية Message Postal، أما الوظيفة الهرمونيطيقية في المكونات Message Philatelique.

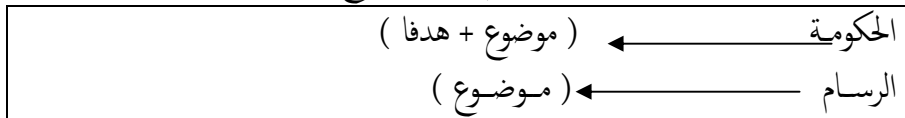
د - جانيس دولودال رودس Janice Dele dalle Rhodes:

درست الطابع البريدي التونسي قبل و بعد الاستقلال معتمدة في ذلك التحليل الثلاثي البيروسي، مؤكدة على أن العلامة لا يمكنها الإحالة على شيء إن لم تكن مرفقة بمؤولات.

الطابع البريدي، عبارة عن خطاب مركب نجح في استجماع العديد من العلامات محققا بذلك تواصلًا ظاهرا و آخر خفيا نتيجة الخاصية التركيبية المنتهجة في تصميمه. فهو يعطي شرعية الرسالة في التشريع البريدي كما يكشف في الوقت نفسه عن ذاك البعد التواصلية الممثل في كل من المؤسسة و الساعي و المرسل إليه. فضلا عن ذلك يسعى الطابع البريدي إلى تحقيق الفعل الاقتصادي الممثل في الكلفة.

و إذا كان الطابع البريدي يوحي بهذه الإشارات السطحية و التي لا تتجاوز حدود الضوابط الاتصالية و الاقتصادية، فإنه « يجيلنا على استراتيجيات تواصلية وضعتها الحكومات لأجل عكس الأبعاد الثقافية و كذلك السياسية لدى أفراد المجتمع المتبادلين للطابع البريدي »(8). غير أن الحديث عن تلك الاستراتيجيات يستوجب التوقف عند خاصية الانجاز و التي تعد منطلقا هاما و حساسا طالما أن الطابع البريدي عبارة عن علامة تواصلية بامتياز، و هي خاصة تدعونا إلى الكشف عن مظهرات كل من المرسل و المتلقي. إنها رحلة تتجلى في ثناياها تحولات خطائية يشهد خلالها المرسل توقعات مختلفة كون الفعل الانجازي يتحدد في القرار الحكومي قبل تجسده في شكل طابع يتحقق وفق فعل فتي جمالي باسراء الرسام. و في هذا الإطار تتحدد خاصية المرسل الأول في كل من الهدف و الموضوع

بينما تتجلى خاصية المرسل الثاني (الرسام) في الموضوع فقط.



مما يعني أن الطابع البريدي لا يمكن تحليله خارج الوضع التواصلية « فالوظائف التواصلية

التي يمكن للطابع البريدي تأديتها تضمينها مختلف العلامات* التي يحتويها «(9). إن العلامات المنطوية تحت ما يعرف بالطابع البريدي تشكل جميعها مجموعة وظائف في شكل متتابع حيث تتمثل الوظيفة الأولى و الأساسية في الوظيفة التعريفية للبلد و للمرسل و كذلك للقيمة المالية للطابع، أما الوظيفة الثانية فتعرف بالوظيفة الإيقوانية من خلال صورة الوطن المختزلة في تمثال أولوغو أو صورة لزعيم ثوري أو رئيس و من ثم يعمل الطابع على إعطاء ملمح أشمل و أعم انطلاقا مما يعرف بالطابع التذكري ذي الحيز الأوسع و الأشمل، في الوقت الذي تتضمن الوظيفة الترمزية تلك الرموز التوافقية كاسم البلد و رموزه الثابتة، لنستخلص صورة الطابع البريدي ذات البعد الإيقواني النصي iconotextuelle مما يوحي بخصوصية التركيبة و تباينها من طابع إلى آخر وفق ما يعرف بمحوري التأليف و الاختيار.

يجسد الطابع البريدي خطابا مستوفي الشروط انطلاقا من حقيقة الائتلاف الحاصل فيما بين العلامات المعتمدة و المنصهرة داخل فضاء الإطار كون العلامة « لا تتخذ بعدها الدلالي إلا من خلال العلامات المحيطة بها. و في حال غياب محيطها العلاماتي يصبح من العسير الكشف عن دلالاتها»(10). و من خلال العودة إلى العلامات المشكلة للطابع البريدية نجد أنّ الإطار قد استحوذ على النصيب الأوفر كونه الفضاء الممكن للصورة و لمكوناتها من الانتظام في فضاء دال مع التأكيد على علامية الإطار و تضمينه لمدلولات مختلفة مساندة لأشكاله، كون رحلة التعامل مع الطابع البريدي تنطلق من هذه العلامة البارزة حيث أنّ «الإطار هو المساعد الأوّل على التمييز البصري ما بين الشكل و العمق *Forme et Fond*، كونه حدّا مجرّداً أو آلية تعيين حقل الصورة من غيرها»(11). لذا فإنّ الحديث عن صورة الطابع البريدي لا يتأتى إلا من خلال هذه العلامة البارزة مثلما يرى (جاك أومون) (Jaques Aumont) أنّ «الإطار يؤدي وظائف استقبال بصرية. فهو يحدد الصورة كشكل من خلال موقعها و ما توحى به من أبعاد فنية و جمالية»(12). أبعاد علامات الطابع البريدي السياسية و الإيديولوجية:

يعد الطابع رقم (1) الطابع الأوّل في الاستعمال البريدي الجزائري و المتضمن لصورة زعيم فرنسي غير أنّ اللافت للانتباه هو حضور علامة خارجة عن النسخ النصي محدثة

عدولا دلاليًا، و تتمثل هذه العلامة في التشطيب ذي الدلالة الأحادية monosémique في مستهل الأمر، كون التشطيب حركة قلم سريعة رافضة لما تم التصريح به على ساحة الكتابة في انتظار أمرية مغايرة غير أن وجود علامة (التشطيب) في الطابع البريدي أفرزت مجموعة من المدلولات Polysémique، كذا نجد أن التشطيب « يرتبط بالإضافة والتحويل و كذلك بالتغيير و الحذف »(13). بيد أنّ حضور التشطيب في هذا المجال أمر ابتغته المؤسسة السياسية معتبرة تواجده تغيب للذات الجزائرية. و من خلال تتبع هذه العلامة الدخيلة على فضاء الطابع البريدي ندرك أن تواجدها كشفت عن غايات عديدة أهمها إزالة كل ما له علاقة بالبعد الاستعماري إذ أن التشطيب، في هذه المرحلة، سعى إلى الحذف المطلق للمفوضي (République Française) و استبدالها ب(E.A) و هما الحرفان الأوّان للدولة الجزائرية (Etat Algérien).

و إذا كان النقد التكويني قد تعامل مع ظاهرة الشطب في المدونة اعتقادا منه في كونها مصدر « شراء و تأويل، بيد أنّ هذا النوع من الطرح أخذ توجهًا جديدًا يتمثل في التأسيس لقراءة نقدية تحمل في طياتها حقيقة المقارنة التكوينية التي تسعى إلى قراءة النصوص القبليّة قصد الكشف عن الاستراتيجيات و التقنيات و كذلك الوسائط و الغايات التي اعتمدها الكاتب »(14). يتحقق ذلك من خلال الأنموذجين المقدمين (أ، ب) من مدونة الشاي الشعريّة (المداد الحي) حيث نلاحظ التباين الحاصل في عملية الشطب. لكن عودتنا إلى الطابع البريدي لا تفرز سوى رفض ترجمة تغيير انطلاقا من علامة الشطب، و كأنّ بالمرحلة حاسمة تستوجب الالتفات إلى ما يعبر عن الهوية الجزائرية سواء من حيث العلامة اللسانية أو الايقوانية في الشكلين الأول و الثاني مع الإشارة إلى خاصيّة التشطيب التي تحجب الملفوظين في الأوّل و تبين بعض الشيء عنها في الثاني.

يتكفل الطابع البريدي رقم (3) بتبني مجموعة من الخطابات منها السياسي و الإيديولوجي في الملفوظين (الجمهورية الجزائرية) إيضاحًا للجهة المنجزة و المرسلّة، كما يحمل الملفوظان في الوقت نفسه خاصية كتابية تتجلّى في ميزة الخط ذي المواصفات السيميائية من « قوة و علو و حسن توجيه و انسجام »(15). و قصد التعامل مع هذين الملفوظين يستوجب، في بادئ الأمر، التعامل مع أشكال حروفها ذات العلاقة الوطيدة

بالرسالة الدعائية. لأن مجيء هذين الملفوظين في بداية الطابع إنما هو تجسيد لحقيقة الخطاب الرامية إلى التعريف و الإقناع، لذا تميّزت الكتابة بجملة من الخصائص يمكن تحديدها في البساطة La Simplicité حيث « كلما كانت الحروف بسيطة إلا و كانت فرصة القراءة سهلة و ملائمة كاشفة عن الدلالات »(16). فضلا عن الأحجام Les Volumes التي تتخذها الحروف « لأن الصغيرة منها تعسر عملية القراءة، و لا تمكن المتلقي من الاستيعاب الكافي للخطاب، و كذلك الأخرى غير المتساوية و غير المتجانسة و التي تخلف نوعاً من الإعراض و عدم الرضا »(17). و من الشروط الأخرى الواجب توفرها في الكتابة الإشهارية و الدعائية هي قوّة الأحرف المتمثلة في استعمال البنط الملائم في الكتابة، « لأن اختيار البنط العريض لكتابة صغيرة أو قصيرة يجعل الشكل العام للملفوظ غير ملائم نتيجة تقارب ظل الحروف، مما يستدعي انتقاء حروف متجانسة الأحجام »(18). أما عن التوجيه فتؤكد الدراسات على وجوب انفتاح الحروف عن بعضها بحسب الاتجاه الذي تأخذه لأن مخالفة هذا القانون يجعل الحروف منغلقة على بعضها. و إذا ما عدنا إلى ملفوظي (الجمهورية الجزائرية) باللغتين نجدهما قد توفرا على شرط التوجيه، ليحقق في نهاية المطاف ما يعرف بالانسجام و الانساق لا بين الحروف فحسب و لكن ما بين اللساني و الإيقواني. و الملاحظ أنّ أشكال الحروف و الوضعيات التي اتخذتها لم تجعلها منفصلة عن الألوان* و كأننا أمام نوع آخر من التفصيل أفرز شكلاً نهائياً من الكتابة في وضعها الأفقي اعتبره (كادنسكي) (Kadensky) « ارتباطاً بالأرض و بالقيم الإيجابية مما يجعله أحد العناصر المرجعية، مثلما يرتبط بالعطاء و النماء و الخصب »(20).

إن استحضار الطابع البريدي للخطاب السياسي و الإيديولوجي باللغتين لم يسقط تلك الأبعاد و الأنساق الثقافية و الحضارية نظراً لخصوصية الخط الموظف أو ما يعرف بالخط المغربي ذي الأبعاد الثقافية و الفكرية المميّزة للمنطقة ووزنها الحضاري كون الخط جزء لا يتجزأ من أسس الهوية الجزائرية. من خلال ملازمته للمواثيق الصادرة عن الهيئة الرسمية عبر التاريخ.

و لئن كان الخطاب اللساني قد جاز على النصيب الأوفر من الطابع البريدي فإنّ الصورة لم ترد غريبة عنه بل تشاكلت مع الخطاب اللساني مفرزة ما يعرف بالبعد

الإيكونوغرافي من خلال انصهار العلامات المشار إليها و ما أفرزته من دلالات متعددة تتجلى في الثراء و القوة و الشساعة و غيرها من الميزات الأخرى لندرك في نهاية المطاف أن الطابع البريدي بمثابة خطاب مركب ذي عتبات متزنة تفرز دلالات متعددة بفعل القراءة. و كذلك الشأن بالنسبة للطابع البريدي ذي التمثلات التالية.

المستوى الأول

مدلول	دال
الجزائر	طابع بريدي

المستوى الثاني

مدلول	دال
بلد مستقل	الجزائر

المستوى الثالث

مدلول	مدلول 3	مدلول 2	مدلول 1	دال
..... 4	ذو ثروات	غني	بلد مستقل	الجزائر
ذو هوية عميقة ...				

لذا نلمس أن الطابع البريدي لم يأت لتعيين القيمة المالية فحسب أو أن نعرف بالبلد و لكن كشف عن أبعاد تداولية تتجلى في التعريف و الاقتناء و الإيمان بالشيء F. .Savoir F. Convainere F. Croire

الطابع البريدي الجزائري و أبعاده التواصلية و التداولية. لم يكن الطابع البريدي الجزائري بعيدا عن المعترك السياسي و الإيديولوجي طالما أنه لسان حال الدولة الجزائرية يسعى إلى تثبيت المواقف و التطلعات وفق تظاهرات شتى،

ففي الشكل رقم 3 نلمس تغييراً طرأ على تركيبة الخطاب السياسي، فمن (الجمهورية الجزائرية) إلى (الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية) و هو تحوّل في التوجه الفكري والإيديولوجي للدولة الجزائرية، و هو خطاب يتوافق و صورة العلم الجزائري ليصبح بمثابة المعادلة المتساوية المفاهيم كون العلم يحيل على الخطاب اللساني أو على الرقعة الجغرافية المعلومة للجزائر باعتماد النظام البيروني. أما حضور غصن الزيتون فيشبهه إلى حد بعيد بالمعادل الموضوعي لغايات الدولة الجزائرية المتطلعة إلى السلام*

و هي الخصائص نفسها التي انطوى عليها الشكل رقم (4) حيث لا يمكننا قرائته سوى في مسار تاريخي معلوم تتحدد علاماته في تلك الوقفات التاريخية و السياسية البارزة حيث يرتبط خطاب (صندوق التضامن الوطني) بالفترة الحرجة التي عرفها الشعب الجزائري و ما أبداه من تعاضد و تطويع لنصرة القضية الوطنية و ما أفرزه من تحوّلات و تبعات مازالت مستمرة إلى وقتنا الحالي تمثلت في تساؤلات حول مصير صندوق التضامن الوطني.

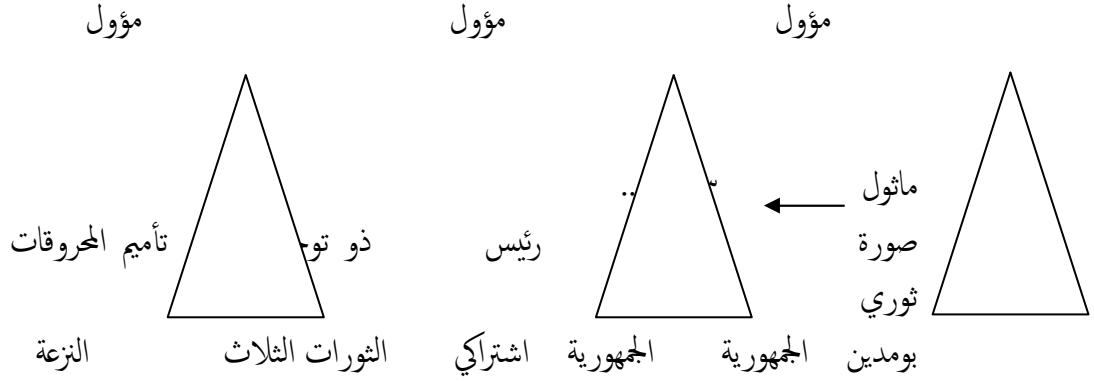
أما الصورة فقد أخذت طابعا دعائياً سواء في تشابك اليدين أو حتى من خلال الأشكال التي تحدها ذات الأبعاد العمرانية الإسلامية المتمثلة في القوس و الهلال. و هي علامات مدعمة و مؤكدة لما جاء في الطابع البريدي. تجد مرجعيتها لدى المتلقي الجزائري انطلاقاً من المؤولات المختلفة التي يتمتع بها. و من ثم بات الخطاب يؤكد على بعدين تداوليين بارزين هما معرفة الفعل و فعل الفعل Faire Savoir et Savoir Faire فضلاً عن الفعل الإعتقادي الذي يدعو إليه الخطاب، يتجلّى ذلك في الخطاب الوارد في الشكل

رقم 05 و الذي هو بمثابة خطاب سياسي دعائي بامتياز يتحدد بالبعد الزمني 1963 و بالوثيقة التاريخية المتمثلة في الدستور حيث اشتركت كل من العلامة اللسانية و الإيقونية للإيفاء بجوهر الخطاب، غير أن التعامل مع العلامات الموظفة في شكلها الإفرادي يفرز سوى ذلك كونها تستقل بدلالاتها المقصودة أو السابقة ذلك أن التعامل مع المذكورة في وضعها الأولي لا يحيلنا على الدلالات النهائية لكن تكفل إطار الطابع البريدي بتجميعها في وضعها الاختياري و التأليفي أفرز خطاباً نهائياً يعرّف بالوثيقة الدستورية و يعمل على تخليدها في ذاتية المتلقي و الدعوة إلى تبنيها، مما يجعل العلامة حية ممتدة وفق تظاهراتها على

مر الحقب الزمنية مشبعة بتلك الرؤى و المواقف الإيديولوجية سواء في وضعها الظاهري، و الذي تطابق فيه الدوال مدلولاتها أو لدى تلك العلامات المشبعة بالإيحاءات الإيديولوجية المستوقفة للقارئ مثلما هو حاصل في الشكل "6" من دعوة إلى إنقاذ آثار بلاد النوبة، و هي دعوة واردة في شكل علامات إيقوانية و شكلية يعتبرها (بيرس) (Peirce) عنصرًا هامًا في المجال التواصلي حيث يقول: « من خلال علامة فاتني أفهم كل من يوصل معطي محددًا للشيء مما كان »(21). فمفهوم " السيموز " (الدلالة) مستمد من نظريات بيرس للكشف عن حياة العلامات، كون الصورة عبارة عن إنتاج كتابي في معناه البياني العام. فهي كتابة غير صوتية (non Phonologique) يسيطر عليها مفهوم العلامة. لذا، فإن التعامل ما هو وارد في الطابع البريدي يستوجب « الإيقوان L'icone و هو عبارة عن صورة عقلية (image mentale) تتضح، أحيانًا، في العبارة من خلال دعوتها إلى استحضار مخزون الصورة الذاتية و الثقافية »(22). فأما الثقافية فتتجلى في تلك الأنساق المعرفية المتعلقة بآثار النوبة و ما تختص به من مميزات فضلا عن أنساق تاريخية إيديولوجية مغيبة تجمع ما بين فترة رئاسة أحمد بن بلة و علاقته التاريخية بمصر ليصبح الطابع البريدي وساطة ذات علائق عديدة و متداخلة لا توحى بالمعرفة للشيء فحسب و إنما للفعل في حد ذاته من خلال تبني الفكرة و الدفاع عنها.

إنّ خاصية الطابع البريدي و حركيته أهله في أن يصبح خطابا ذا ميزة تواصلية كقبلة باستيعاب الفلسفات و الرؤى الإيديولوجية مثلما هو حاصل في الشكلين 7، و 8 حيث يحمل الأول على صورة لنين، أما الثاني على صورة الزعيم الفيتنامي. و هما صورتان لم تترددا في السنوات اللاحقة، مما يوحي بالفضاء الإيديولوجي المحتضن لهذا النوع من الخطاب الراجح في العهد البومديني حيث إنّ الخاصية التعريفية حادّة أشمل و أعم في الطابع البريدي الثاني من خلال استحضار الصورة و الخريطة ليؤدّي معا خطابا ذا غاية تعريفية إيديولوجية. كما تؤدي خطابات فترة السبعينيات وظيفة تكاد تكون واحدة محوريتها الثورات الثلاث مثل الشكل رقم (09) (10) (11). و هما طابعان دعائيان للمرحلة المذكورة و ما تمتعت به من إنجازات داخلية و أخرى خارجية ترتبط بمناصرة الشعوب الضعيفة الشكل رقم 12 و 13، و كأنّ هذه الفترة واقعة ما بين دستورين 1963، 1976

لتليه صورة الرئيس الراحل هواري بومدين (شكل 14) و القابلة بدورها لتأويل بيرسي يتحدد في الرسم التالي:



أما الشكل رقم (15) فيبرر المرحلة التاريخية الموالية وفق خطاب لساني ذي ملفوظات أساسية مثل انتخاب الأخ علما أنه ملفوظ متداول في الساحة السياسية ل ج ت و في السبعينيات و الثمانينات لينتقل بعدها إلى الساحة الإسلامية. ولعل اعتماد هذا النوع من الخطاب يعود إلى إرساء وشائج تواصل فيما بين المرحلتين مع إشراك اللون و حتى الشكل الفني الذي لم يخرج عن الأبعاد الفنية الجزائرية. مع بقاء الصورة كمنطلق أساس في العملية التأويلية (شكل رقم 16).

العلامات التاريخية، المنطلقات و الأبعاد:

في الدراسة الدلالية :

إن كان تعريف وظائف الاتصال متهما، فإنّ الأهم من ذلك الإرسالية الممثلة لجوهر الاتصال والتي باتت محل اهتمام الدراسات السيميائية والموزعة على ثلاثة اتجاهات دراسية على اختلاف أصنافها ممثلة في الشكل التالي:

المفهوم والأنموذج	المحتوى	مستوى التحليل
دوال / مدلولات مطابقة / إيجاء	البحث عن علامات الحاملة للدلالات تعيينها	دراسة الدلالات
المخطط السردي	دراسة مختلف وظائف الخطاب وأدوار الفاعلين (انطلاقا من مختلف مراحل الاتصال)	دراسة البنى السردية
المربع السيميائي	الكشف عن الدلالات الأولية أو العميقة الخاصة بالخطاب قصد تشكيل دلالة انطلاقا من الاختلافات الطارئة داخله	دراسة البنى العميقة للدلالة

يختص المستوى الأول بالكشف عن العلامات الحاملة للدلالة في المجال التواصلية، حيث إنّ الوحدات الدالة تتحدّد في علامة واحدة كأن تكون كلمة أو شيئا ما في إعلان، أو قد ترتبط بمجموعة من العلامات ممثلة في جملة أو مجموعة عناصر غير لسانية قد لا تعني شيئا في وضعها الانفرادي، على عكس تعلّقها بالعناصر الأخرى في سياق عام، وما تضيفه من معاني ومفاهيم، حيث تنكشف العلامات وتتحدّد دلالاتها داخل محيط ثقافي واضح المعالم.

وأمام تنوع الدلالات وتعدّدها بات من الضروري تعيين العلامة انطلاقا من عمليّتي المطابقة والإيجاء بيد أنّ الباحث (جون ميشال فلوك) (J.M.FLOCH) يرى « أنّ هناك وضعيات أخرى أكثر تعقيدا تتجلى في الرموز البيانية والحركات والهيئات التي باتت مطلب التحليل السيميولوجي» (23)

ومن باب الإيضاح يستند (فلوك) إلى « هيئات مسافري "الميترو" وما يسلكون من اتجاهات، حيث تمثل تلك الهيئات الوضعيات طيلة السفر خطابا» (24). لذا، تصبح عملية كشف الرموز الإشاريّة وما صاحبها أمرا معقّدا.

أما المستوى الثاني للتحليل فيتوجه إلى ضبط الخطابات من خلال تقطيع كل نص لساني إشهاري إلى متوالية من المفوضات أو من اللقطات، منتظمة في رسم سردي يحرص على تقديم شكل منتظم للدلالات. كما يسعى في الوقت نفسه إلى تجزئة كل حدث قصصي إلى جمل معزل عن تتابعها الزمني. ومن ثمة يأتي الاهتمام بمنطقية الخطاب .

المستوى الثالث والأخير ، يهتم بتحليل الدلالات العميقة المنتظمة في الخطاب ليأتي البحث عن البنية الأساسية لدلالة الخطاب انطلاقا من خاصية الاقتراحات السيميائية في بحثها عن الاختلافات داخل الدلالات، أين تأخذ كل دلالة قيمة انطلاقا من لحظة مقابلتها بدلالات أخرى، « حيث يصبح المربع السيميائي أداة تساعد على تشكيل البنية العميقة للخطاب من خلال تنظيم العلاقات الموجودة ما بين مختلف الدلالات »(25)

سيميائية الأدوات غير الشفوية.

أ- الصورة -

كثيرة هي العناصر المشكّلة للخطاب الإشهاري المرئي مما يعكس أهمية هذا النوع من الخطابات، كونه لا يعتمد المشافهة فحسب بقدر ما يحتكم إلى مسندات خطائية أخرى، أهمها الصورة التي أولى لها الباحثان (أبراهام مولس وألبيركينتز) (Abraham Moles et Albert KEINTZ) اهتماما واضحا، حيث يرى (مولس) أنّ الصورة تتضمن مظهرين متكاملين، هما المعلومة الدلالية (L'information Sémantique).

إن الثفات الطابع البريدي إلى الحدث التاريخي بات يطرح أكثر من تساؤل و إن كان أول ذلك تجسيد الأبعاد التاريخية و الثورية الجزائرية مما يعني إسناد وظائف مختلفة للطابع البريدي تبدأ من الفعل التعريفي لتنتهي إلى الفعل الإقناعي المتعلق بالغايات و الأهداف. وفي هذا الباب نجد أن الفعل الدعائي قد استحوذ على النصيب الأوفر من موضوعات الطابع البريدي المتمثلة في كل من الشكل رقم. و المحتضن لصورة الأمير عبد القادر وسط فضاء فني ذي أبعاد عربية إسلامية تمثلت في الأقواس و الزخرفة، وهي بمثابة علامات بصرية إيقونية تنطلق قراءتها من منظور المطابقة سعيا للكشف عن أبعادها الإيجابية يترجمها بيرس في تلك التظاهرات الناجمة عن الفعل التأويلي ذلك أن الصورة لم تعد تربط بالبطل الأمير عبد القادر بقدر ما أحالت على دلالات متنوعة تتقاطع جميعها في فضاء الصورة

حيث نستخلص الدلالات التالية: البطولة، الجهاد، التاريخ، التأسيس للدولة الجزائرية، الشعر و الأدب... ليضل المسار التأويلي ممدودا، وكذلك الشأن في الأشكال المتعلقة بالثورة الجزائرية و محطاتها البارزة.

ومن اهتمامات الطابع البريدي القضايا الفكرية و الثقافية و المرتبطة في الأساس بالسياسة المنهجية و الرامية على التعريف بأعلام الفكر و الأدب. وهي سياسية يمكن تحليلها من خلال العامل الزمني من سنة 2000 إلى وقتنا الراهن، وهي الفترة الرامية إلى إنصاف العديد من الشخصيات اللامعة في شتى المجالات كمصطفى كاتب، يسين كاتب، محمد ذيب، و بالموازاة نجد حضورا واضحا للإبداع الشعبي الجزائري المتمثل في الألبسة التراثية المتنوعة و الممتلئة للعديد من نواحي الوطن مما بالثراء و القدرة على الابتكار الإبداع. كونها ألبسة لا تختص بالجنسين فحسب و إنما تحمل في جوهرها فلسفة تعبيرية تراعي عوامل شتى كالسن و الجهة و الوضع الاجتماعي و حتى الديني و العقائدي. وقد تكون هذه الصور مجرد إبداع راسم بطلب من المؤسسة الحكومية

إنّ تميّز مجتمع من آخر لا يتمثل في عامل اللّغة فحسب، و إنما يتعداه إلى مجموعة من المكونات الحياتية تشكل جميعها نظاما خاصا ومستقلا لدى كل فئة كالملبس و المآكل والعمران. والتي تحمل في طياتها خصوصيات المجتمع و أبعاده الدينية والثقافية والفكرية والاجتماعية. وعن الأسباب الداعية إلى ارتداء اللباس يشير الباحث (مارك ألان ديكامب) (M. A. DESCAMPS) إلى أن الأمر مرتبط بالوظائف المنوطة به والمتمثلة في كل من « الوقاية والحماية والزخرفة والكلام». (26) فخصوصية الملبس تحيل على مجموعة من المدلولات تبدأ بتعيين الوضع الاجتماعي للفرد و أبعاده الثقافية وحتى الدينية لذا يعتبر (أندري لوروا جورهان) (André Leroi GOURHAN) اللباس « أداة اقتدار لدى الرجل ورمز وظيفته الإنسانية، مما جعله مجال حديث دراسي الفولكلور وكذلك الإثنولوجين وعلماء الاجتماع». (27)

و لأجل معرفة آليات التخاطب في نظام اللباس لا بدّ من التوقف عند الدلالات المختلفة التي يحملها أو يعبر عنها كالدلالات النفسية و الاجتماعية على وجه الخصوص، فضلا عن الثقافية و الاقتصادية. كما يحدد الملبس جنس صاحبه، رجلا كان أو امرأة،

صغيرا أو كبيرا وكذلك سته. « فهو يعكس الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها، كارتداء قبعة الفلاح التي تختلف عن قبعة الحداد والحرفي». (28)

إن الملبس والصورة لم يكونا في يوم من الأيام منفصلين بل اتحدا في صورة دال مرئي نستوحي منه دلالات متنوعة، حيث شكلت اللقطات في مستهل الأمر عتبة تعريفية بالفرقة دون غيرها من خلال ملبسها التراثي و ألوانه المتممة للديكور العام للمشهد « مما يخلق تداخلا و تفاعلا في الأفكار، تعمل بدورها على تعميق الإيحاءات». (29)

فاستقبلنا للخطاب الإشهاري هو استقبالنا لعالم افتراضي لكنّه مشدود إلى الواقع من خلال علامات تشكل البعد المعرفي للمشاهد، لها من الاستطاعة ما يمكنها أن تصبح مرجعية معرفية متعدّدة المشارب. إن الملبس المشاهد لا يمثل علامة عادية بقدر ما يترجم رؤية وفلسفة خاصة. فهو في مستهل الأمر « يتمتع بشيء من الاستقلالية في علاقته بالجسد كي يعمل على رسم ملامح ذات خصوصية سيميائية ». (30) فالملبس بالنسبة (لجاك فونتاني) (Jaques Fontanille) يجب أن يختص ببعض النقاط الثابتة أساسها التواصل المستمر مع الجسد و الأعضاء المشكّلة له من رقبة ومقاس وخصر... الخ. والتي تجعل منه دوما ملبس القدر ربط الباحث منطلقات الملبس الأولية بالجسد معتمدا في ذلك على رأي (ديدي أنزيان) (Didier ANZIEN) الذي يعتبره العتبة الثانية بعد الجلد، كون هذا الأخير المصنّف والمرثّق لكل ما يرد من خارج الجسد على أن تتوجه الدراسة إلى الحقل السيميائي الذي يضم الشكل والعبارة.

لقد أفضى البحث المتواضع إلى مجموعة نتائج قد تمثل ملمح دراسة مستفيضة في هذا التخصص، كون الطابع البريدي علامة مستوفاة شروط الإبانة و الإقناع انطلاقا من مكوناتها الجزئية المتألفة و المنصهرة فيم بينها للكشف عن دلالات بعيدة كل البعد عن ذلك المنظور التواصلية الاعتيادي و المتمثل في إعطاء شرعية للطرد أو للرسالة. فالطابع البريدي أبعد من تلك القنوات الاتصالية للدولة الجزائرية إذا استطاع مساندة الأحداث البارزة من خلال الفعلين الدعائي و الإشهاري.

أن الطابع البريدي و إن بدا بمقاسات محدودة، فدلالته كانت أرحب من ذلك انطلاقا من قراءات تتطلع إلى حقائق العلامات الموظفة في البعد في التأليفي و الاختياري

تستوجب استحضر رصيد معرفي متنوع المشارب يسهل فعل القراءة تستدعي تتبعها عبر أنساقها الثقافية و الفكرية و التاريخية و الاجتماعية و غيرها. كون الطابع البريدي متمد بذاته و علاماته .

الهوامش و المراجع

- 1-jean jaques BOUTAUD. Sémiotique et communication. L'harmattan . Montréal . Canada. P53.
 - 2-Jean Jaques BOUTAUD. Sémiotique et Communication .P54.
 - 3-ibid .p56.
 - 4-Roland BARTHES. éléments de Sémiologie. In Communication4. Seuil. Paris. P44.
 - 5-Eric GRILLO. La philosophie du langage. Editions du seuil. Paris. 1997. p10
 - 6-Christian Metz. Essais sur la signification au cinéma. Larousse. Paris. 1971. P98.
 - 7-Roland BARTHES. éléments de Sémiologie. P40.51.
 - 8-L. Hoek. David. Scott.
 - 9-ibid. p
 - 10-Joseph Couttes. La Sémiotique du Langage. Armand Colin. Paris. 2005. P16.
 - 11-ibid. P16.
 - 12-Alain joannes. Communiquer par l'image. Dunod. Paris. 2008. P39.
 - 13-Marc de Biasi. La Génétique des textes. Paris. Wathan. 2000. P83.
 - 14-Barrie de Miniac. Le rapport a l'écriture. PUF. Paris. 2000. P102.
 - 15-C.R. Haas. Pratique de la Publicité. Donod. Paris. 1970. P.294.
 - 16-ibid. P295.
 - 17-ibid. P295.
 - 18-ibid. P296.
- *للأزرق دلالات نفسية و تقنية و أخرى رمزية: أما الرمزية فتتمثل في الإيحائية و الطموح و الودد كما يرتبط الأزرق بالتطلعات المبتاهزتقنية. ينظر:
- M. Deribere. La Couleur dans la Publicité. Dunod. Paris. 1969. P126.

*يحمل الزيتون دلالات عديدة لكن أهمها اللام ينظر الموقع الإلكتروني
<http://www.olive>.

19-Gerard Deledalle. Ecrits sur le Signe. Seuil. Paris. 1978. P134.

20-ibid. P134.

*يعرف بيرس العلامة: « بالشيء الذي يأخذ موضع شيء آخر »
 كما ميّز ما بين أنواع من العلامات وفق طبيعة العلاقة ما بين العلامة و المرجع لتتضح في كل من:

العلامة البيانية Signe indiciaires الواقعة في علاقة تجاوز مع كاللوغو، و الرسم البياني و الرسم. و العلامة الإيقوانية المتضمنة لعلاقة التشابه مع المرجع، كالصورة أو البورتري. و العلامة الرمزية ذات العلاقة التوافقية من رمز، حمام، سلام..

Genand Dele dalle. Ecrits Sur Le Signe. Seuil. Paris. 1978. ينظر:
 P134.

21-المرجع نفسه ص 111.

-J.M. FLOCH. Sémiotique Marketing et Communication. PUF 22
 1990. P98.

-ibid. P99.23

24-ibid. P101.

25-Marc Alain DESCAMPS. Psychologie de la mode. PUF. Paris.
 1979. P 98.

26-Yves DELAPORTE. Pour une Antropologie du vetements .
 Laboratoires d'ethnologie. Paris. 1981. P 31.

27-ibid. P 33.

28-ibid. P 33.

29-Jaques FONTANILLE. Soma et Sema. Figures du Corps. P 150.