**المحور الرابع: عملية التواصل(الظرفية، السياق، القصد)**

**تمهيد**: عملية التواصل اللغوي تقوم بين طرفين: أولهما المتكلم الذي يرسل الرسالة، وثانيهما المتلقي الذي يقوم بعملية تحليل وتفسير الرسالة انطلاقا من السياق الذي وردت فيه.

1. **السياق**: لم تهتم اللسانيات النصية وحدها بالسياق بل كان محور اهتمام اللسانيات بصفة عامة، فالسياق يعني التركيب الذي ترد فيه الكلمة، ويسهم في تحديد المعنى المتصور لها.

ويتكون مصطلح السياق contexte من مقطعين( text و cont)، أي مع النسيج، حيث استعمل المصطلح الأول ليعني الكلمات المصاحبة للمقطوعات الموسيقية، ثم بعد ذلك أصبح يستعمل بمعنى خاص، أي تلك المجموعات من الكلمات المتراصة مكتوبة أو مسموعة إضافة إلى معنى جديد متمثل فيما يحيط بالكلمة المستعملة في النص من ملابسات لغوية وغير لغوية. فالسياق ينقسم إلى قسمين: السياق اللغوي، والسياق غير اللغوي الذي يعني كل ما يحيل على خارج النص أو ما حوله من مؤثرات بيئية(تاريخية، سياسية، اقتصادية، اجتماعية، نفسية..).

يرى أصحاب نظرية السياق أن معنى الكلمة هو(استعمالها في السياق)، ولهذا صرح فيرث بأن المعنى لا ينكشف إلا من خلال وضع الوحدة اللغوية في سياقات مختلفة، لذلك يقول أحد أصحاب هذه النظرية: «معظم الوحدات الدلالية تقع في مجاورة وحدات أخرى وأن معاني هذه الوحدات لا يمكن وصفها أو تحريرها إلا بملاحظة الوحدات الأخرى التي تقع مجاورة لها».

**1-1 أنواع السياق:** إن استعمال أي كلمة يحكمه أمران:

**الأول**: السياق اللغوي نفسه الذي لا ينظر إلى الكلمات كوحدات منعزلة، فالكلمة يتحدد معناها بعلاقاتها مع الكلمات الاخرى في السلسلة الكلامية.

**والثاني**: سياق الموقف أو سياق الحال عند فيرث، وهو نوع من التجريد من البيئة أو الوسط الذي يقع فيه الكلام، وسياق الحال يشمل أنواع النشاط اللغوي جميعا كلاما وكتابة. ومنه اشتُق عند الباحثين السياق الثقافي، السياق التداولي( النص كفعل كلامي ينظر فيه إلى وظائف الملفوظات اللغوية)، السياق الإدراكي أو المعرفي(يهتم بفهم النصوص)،السياق النفسي الاجتماعي(يتعلق الأمر هنا بالتفاعل أي الاهتمام بالعلاقات القائمة بين السياق الاجتماعي واستعمال اللغة) ، السياق اللغوي(من جانب صوتي، صرفي، نحوي، معجمي)، السياق العاطفي( يحدد طبيعة استعمال الكلمة بين دلالتها الموضوعية ودلالتها العاطفية).

1. **الظرفية:** في عملية التواصل هي مفهوم مرتبط بنظرية اتصالية في العلاقات العامة، تقوم هذه النظرية على فكرة تقسيم الجمهور إلى مجموعات صغيرة، ويقوم هذا التقسيم من خلال طريقة الجمهور المختلفة في جمع المعلومات حول موضوع معين، وطريقة تعاملهم معه بناء على ثلاثة متغيرات:
2. التعرف على المشكلة: تصور المرء أن هناك شيئا مفقودا.
3. مستوى المشاركة: حسب درجة الأهمية المدركة، وهي مدى ارتباط الناس بموقف ما.
4. قيود المشاركة: ترتبط بسلوكيات الاتصال، وتُعرَّف قيود المشاركة بأنها المدى الذي يدرك فيه الأشخاص أن هناك عقبات في موقف ما تحد من قدرتهم على فعل أي شيء حيال هذا الموقف. وتُعرّف كذلك أنها (مدى إدراك الأفراد للعوامل التي تحول دون قدرتهم على التحرك أو تغيير السلوك)، تستمد القيود المتصورة من المصادر النفسية والجسدية مثل انخفاض الكفاءة الذاتية.

تم تطوير النظرية الظرفية للجماهير لأول مرة عام 1968من قبل جيمس قرينج الذي أمضى العقود الثلاثة التالية في اختبار النظرية في بيئات مهنية مختلفة وصقلها وتوسيعها في نهاية المطاف.

صنفت هذه النظرية الجماهير من حيث الاستجابة للمشكلات وخصائص السلوك التواصلي إلى: جمهور نشط، وجمهور مدرك، وجمهور كامن، وتتمتع هذه النظرية أيضا بالقدرة على الشرح والتنبؤ بمن هم أكثر عرضة للمشاركة في السلوكيات التواصلية.

**خلاصة القول:** تعطي النظرية الظرفية الخطوط العريضة للأنواع المختلفة من الجماهير، وغالبا ما تتمثل وظيفة متخصصي العلاقات العامة في توصيل رسالة إلى بعض الجماهير، فبعد تقسيم الاشخاص إلى جماهير، يمكن للمتخصصين أن يقرروا كيف يريدون التواصل مع كل جمهور استنادا على السلوك المتوقع منهم، ستتلقى كل مجموعة الرسائل وتعالجها بشكل مختلف، لذلك يجب استهداف كل مجموعة بطرق مختلفة.

1. **القصد:** مرتبط بإيصال الرسالة.