

يعد الاتصال أحد فنون نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من شخص كما أن الاتصال عملية أساسية في حياة المجتمع بكل ما يتصل بانتقال الأفكار أو المعلومات أو الاتجاهات أو المهارات أو فلسفة معينة للحياة، ويدخل ضمن هذه العملية إشراكه في استيعاب المعلومات أو نقل فكرة أو اتجاه أو حتى التأثير. إضافة إلى تبادل أو تدفق المفاهيم أو الأفكار أو الحقائق في شكل رسالة مترجمة للكلمات أو إشارات أو رموز مكتوبة أو مصورة بين أنحاء دول العالم في علاقة بين المرسل والمستقبل بغرض التفاهم أو التأثير في رأي أو فعل أو لتبادل وهناك تعريفات عديدة لمفهوم كلمة (الاتصال) ومنها ما يلي: 1- فن نقل المعلومات والأفكار والمواقف من شخص لآخر. 2- المشاركة في المعرفة عن طريق استخدام رموز تحمل معلومات. 3- العملية التي يقدم من خلالها القائم بالاتصال منبهات لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة). 4- التفاعل بواسطة الرموز والإشارات التي تعمل كمنبه أو مثير يثير سلوكاً 5- الاتصال يمثل كافة الأساليب والطرق التي يؤثر بموجبها عقل في عقل آخر 6- العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة في مضامين إجتماعية وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين. 7- التفاعل بواسطة العلامات والرموز وتكون الرموز عبارة عن حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر تعمل كمنبه للسلوك. 8- النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الإنتشار أو الشبوع لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية ما وذلك عن طريق إنتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الإتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين. 9- نقل المعلومات والأفكار والإتجاهات من طرف إلى آخر من خلال عملية ديناميكية مستمرة ليس لها بداية أو نهاية. 10- نشاط لا غنى عنه للفرد لتلبية أبسط شئونه وإحتياجاته المعيشية والإجتماعية يمارسه الوليد منذ مولده للتعبير عن إحتياجاته الأساسية بالبكاء كما يمارس في إطار بعض المهن كعنصر أساسي للوصول للهدف. 11- العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق إجتماعي معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث العلاقات المتضمنة فيه بمعنى أن يكون هذا النسق الإجتماعي علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة أو مجتمع محلي أو قومي أو حتى المجتمع الإنساني ككل. 12- العملية الإجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق ومما سبق من مجموع التعريفات السابقة يمكننا تعريف الاتصال بأنه: تلك العملية الهادفة إلى نقل وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والإتجاهات والمشاريع بين طرفي الاتصال داخل الجماعة أو المجتمع باستخدام وسيلة أو وسائل معينة ورموز شفوية أو مكتوبة خلال إطار موقفي محدد بغرض تحقيق التفاعل والتفاهم المتبادل لتحقيق وهناك مجموعة من الخصائص أية ظاهرة تنسم بالتغير المستمر Process التي لا يقوم تعريف الاتصال إلا بها وهي: 1- إعتبار الاتصال عملية والمقصود بالعملية والتفاعل بشكل ديناميكي بين مكوناتها. 2- عملية الاتصال لا تتم في فراغ فالإطار الإجتماعي يعتبر جانباً من الجوانب الأساسية في عملية التعامل ومن ثم الاتصال. 3- الاتصال إشتراك ومشاركة في المعنى والدلالة. 4- الاتصال عملية قابلة للتنبؤ ولا تتصف بالعشوائية. فإن الاتصال الفعال هو الاتصال الذي يؤدي إلى خلق نوع من الاستجابة تجاه أهداف المنشأة أو الدولة حتى تتحقق هذه الأهداف بأحسن الوسائل وأقل وبذلك فإن التعريف الأنسب للاتصال يكون تلك العملية الهادفة إلى نقل وتبادل المعلومات والأفكار والحقائق بين طرفي عملية الاتصال. منذ أول لحظة بكاء أو صيحة يطلقها الطفل عند الولادة، حياته يعتمد على قدرته على جعل أو إقناع الآخرين لاتخاذ اجراء معين، الانسان فهو يتعلم أن يستمع ويرى ويستجيب لرسائل الآخرين. وفي الشكل () يمكن توضيح أو تلخيص سلسلة الاحداث التي تاخذ مكانها عندما يتشارك الناس الافكار من خلال الاتصال الشفهي، فالعملية الاتصالية تبدأ Encoding بصياغة الفكرة إلى رموز وهي ما نسميه عملية الترميز Source عندما يقوم طرف وهو ما نسميه المصدر و يجب Receiver إلى الطرف الآخر وهو ما نسميه المتلقي Channel بواسطة قنوات Message، على شكل رسالة وذلك من أجل أن يفهم الرسالة وبالتالي يستجيب، ويقوم المتلقي Decoding على المتلقي أن يقوم بعملية فك رموز الرسالة بدوره بصياغة فكرة جديدة إلى رموز ثم يقوم بإعادة ارسال الرسالة الجديدة من خلال بعض القنوات أو الوسائل إلى التي تشكل مدى معرفة Feedback وتعتبر الرسالة التي تم إعادة ارسالها من قبل المتلقي إلى المصدر هي التغذية الراجعة واستجابة المتلقي لرسالة الاصلية، الاستفادة من التغذية الراجعة في أنها تؤثر على صياغة الرسالة الجديدة. وتطبيق هذا النموذج على الإعلان فيمكن أن نعتبر أن المصدر هو المعلن والرسالة هي الإعلان والقنوات هي الوسائل والمتلقي هو المستهلك، يعتبر تبسيط كبير للعملية التي تحدث في الإعلان أو الاتصالات التسويقية حيث يجب الأخذ بعين الإعتبار العديد من التعقيدات التي مكنت المستهلكين من Media Interactive التي تدخل ضمن عملية الاتصال خاصة بعد اختراع الوسائل التفاعلية

التعامل مع ما يرونه على جهاز الكمبيوتر الخاص بهم أو شاشات ويعد الاتصال أحد السمات الإنسانية البارزة سواء كان ذلك في شكل كلمات مفيد أم ضار مقصود أم عشوائي إعلامي أم إقناعي، وقد شهدت ميادين العلم والتكنولوجيا في الفترة Encoding الإخيرة تطورات متلاحقة أدت إلى ثورة معلوماتية في مجال الاتصال والتصميم، وأدى هذا الانفجار التقني بمجال شكل () يوضح عملية الاتصال الانساني التصميم إلى إتاحة إمكانات واسعة أمام المصمم Message Channel Receiver وبالتالي ضرورة الأهتمام بعلم الاتصال ومجال إرتباطه بالتصميم، وبالتالي يتسنى النهوض بالعمليات الخاصة بالتصميم وطرق عرض الافكار والتي من خلالها يتاح للمصمم الإبداع في عمليات تصميم المنتج وأسلوب عرضه في أقل وقت ممكن وبكفاءة عالية. وقد ثبت أن الاتصال عن طريق الاشكال والرموز من أقوى وأسرع أنواع الاتصال للتعبير عن أفكار ومشاعر تشبع حاجات ورغبات شخصية واجتماعية متنوعة. وسرعة توصيل المعلومة، لذلك تستطيع الصورة مخاطبة المشاعر مباشرة حيث أنها بينما تشكل قدرتها التعبيرية مشكلة بالنسبة للقائم بالاتصال تتطلب حساسية ومهارة للإستفادة منها وظيفياً على مستوى المدلول لتضاهي ما للغة من قدرة على التعبير. وفي ظل التقدم الهائل الحادث في مجال الاتصال وتعدد الوسائل الاتصالية مجال ، المهتمين والمنتفعين من ، للمشاركة في هذا الدور حيث أنه كلما زادت المعارف والمعلومات الخاصة والمحيط ببيئة العمل كلما زادت مسؤولية الخبراء في استخدام وفي مجال ، الرسالة الإعلامية ، وخصائصها ومميزاتها. بما يلقي بالمسؤولية على كافة الأجهزة الرسمية وغير الرسمية ويزيد من مسؤوليتهم نحو اختيار الأشكال المناسبة والأساليب الإتصالية الجماهيرية العامة والتي تخدم الأغراض والمعلومات الصحيحة عن ، لجذب الجمهور من خلال تلك الرسائل والمضامين. وإذا ما أردنا فهم الإعلان كشكل ،من أشكال الاتصال