İletişim, çeşitli açılardan ele alınan temel bir kavramdır. Genel olarak, **bilgi, fikir, duygu ve düşüncelerin paylaşılması ve aktarılması süreci** olarak tanımlanabilir. Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğüne göre iletişim, duygu ve düşüncelerin akla uygun şekilde başkalarına aktarılması, bildirim ve haberleşmedir.

İletişim Süreci ve Unsurları

İletişim, kendine özgü birtakım kuralları olan dinamik bir süreçtir. Temel iletişim süreci şu unsurlardan oluşur:

- **Kaynak (Gönderici):** İletişim sürecini başlatan kişi, grup veya örgüttür. Kaynak, aktarmak, paylaşmak istediği duygu ve düşünceleri olan ve bunları ileterek karşısındakini etkilemeyi amaçlayan taraftır.
- **Kodlama:** Kaynağın, iletmek istediği bilgileri bir dizi sembole (sözlü, yazılı, görsel vb.) çevirerek sinyaller haline getirmesidir. Kaynak, alıcının da kendisi gibi aynı anlamları içeren sembolleri kullanır.
- **Mesaj (İleti):** Kaynağın kodladığı ve alıcıya iletmek istediği sözel, görsel veya işitsel somut üründür. Mesajın bir **ilişki** ve bir **içerik** yönü vardır ve her ikisi de mesajın anlamını birlikte belirler. Etkili bir iletide **anlamlılık, doğruluk, gerçeklik ve açıklık** önemlidir.
- **Kanal (Araç):** Mesajın kaynaktan alıcıya iletildiği yol veya araçtır. Sözlü iletişimde ses ve hava, yazılı iletişimde yazı ve kağıt, görsel iletişimde ekran birer kanaldır.
- **Kod Açma:** Alıcının, kanallar aracılığıyla kendisine ulaşan sembolleri (mesajı) anlamlandırma ve yorumlama sürecidir.
- **Alıcı (Hedef):** Kaynağın mesajını alan, onu çözümleyen ve anlamlandıran kişi veya gruptur.
- **Geribildirim:** Alıcının mesaja karşı verdiği tepkidir. Sözlü, sözsüz veya yazılı olabilir ve iletişimin tek yönlü mü yoksa çift yönlü mü olduğunu gösterir.
- **Gürültü:** İletişim sürecini olumsuz etkileyen, mesajın doğru anlaşılmasını engelleyen her türlü faktördür. Fiziksel, fizyolojik, psikolojik veya semantik olabilir.

İletişimin Önemi ve Özellikleri

İletişim, insan yaşamında vazgeçilmez bir unsurdur. Bireysel ve toplumsal yaşamın sürdürülebilmesi için temel bir şarttır. İletişimin bazı temel özellikleri şunlardır:

- **İletişim Kaçınılmazdır:** İletişimsiz olmak mümkün değildir. Sessiz kalmak bile sözsüz mesajlar iletebilir.
- **İletişim İki Düzlemde Gerçekleşir:** Hem içerik (bilgi) hem de ilişki düzeyinde mesajlar iletilir.
- **İletişim Geri Dönüşümsüzdür:** Söylenen veya yapılan bir şey geri alınamaz ve başkalarının hafızasına kaydedilir.
- **İletişim Bir Süreçtir:** Sürekli ve birbirini izleyen aşamalardan oluşur ve toplumsal ve kültürel boyutları vardır.

İletişim Türleri

İletişim, farklı kriterlere göre çeşitli türlere ayrılır:

Bağlamına Göre İletişim Türleri

- **Kişi-İçi İletişim:** Bireyin kendi iç dünyasıyla, düşünceleri ve duygularıyla kurduğu iletişimdir. Diğer iletişim türlerinin de ilk safhası olarak düşünülebilir.
- **Kişilerarası İletişim:** Kaynak ve alıcının insan olduğu, karşılıklı mesaj alışverişinin yapıldığı iletişim türüdür. Çift taraflı olması gerekmektedir. Sözlü ve sözsüz iletişim bu türün temelini oluşturur.
- **Örgütsel İletişim:** Kurum ve kuruluşların amaçlarını gerçekleştirmek için yürüttükleri iç ve dış iletişim süreçlerinin bütünüdür. Dikey (yukarıdan aşağıya ve aşağıdan yukarıya), yatay ve çapraz iletişim kanallarını içerir. Kurum içi iletişim, çalışanlar arasındaki uyumu, koordinasyonu ve memnuniyeti sağlamada önemlidir. Kurumsal iletişim ise kurumun paydaşları ve hedef kitlesiyle tüm iletişim kanallarını etkin bir şekilde açık tutmasıdır.
- **Kitle İletişimi:** Kitle iletişim araçları (radyo, televizyon, gazete, internet vb.) aracılığıyla geniş kitlelere yönelik yapılan iletişimdir.

Araca Göre İletişim Türleri

- **Sözlü İletişim:** Dilin ve sesin iletişim aracı olarak kullanıldığı iletişim türüdür. Karşılıklı konuşma bu türün en önemli kısmıdır.
- **Sözsüz İletişim:** Sözcükler kullanılmadan beden dili, yüz ifadeleri, jest ve mimikler, ses tonu, sessizlik, mekan kullanımı, renkler ve fiziksel görünüm aracılığıyla kurulan iletişimdir. Sözlü iletişimi destekleyebilir, güçlendirebilir veya zayıflatabilir.
- **Yazılı İletişim:** Harfler, semboller ve belirli bir yüzey (kağıt, ekran vb.) aracılığıyla gerçekleştirilen iletişimdir.
- **Görsel İletişim:** Ekran veya perde gibi araçlar kullanılarak fotoğraflar, videolar ve diğer görsel unsurlarla kurulan iletişimdir.

İletişim ve Diğer Kavramlar

- **Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İletişim:** Kurumların etik değerlere uygun olarak çevresel ve sosyal konuları iş stratejilerine dahil etmesi kurumsal sosyal sorumluluktur ve bu faaliyetlerin paydaşlarla iletişimi kurum imajı için önemlidir.
- **Liderlik ve İletişim:** Liderlerin başkalarına rehberlik etme, onları yönlendirme, motive etme ve ilham verme yetenekleri iletişim becerileriyle yakından ilişkilidir. Liderlerin hikaye anlatımı, güven oluşturmada etkili bir iletişim taktiğidir.
- **Kültür ve İletişim:** Dilin yapısı ve içeriği kültürel değerler tarafından şekillenir. Farklı kültürlere sahip kişiler arasındaki iletişimde kültürel farklılıklar ve toplumsal algılama farklılıkları etkili olabilir. Kültürlerarası iletişim, farklı kültür birimlerine ait bireylerin iletişimidir ve ortak bir yaşam düşüncesiyle sağlanır.

- **Etik ve İletişim:** İletişimle ilgili mesleklerde (gazetecilik, halkla ilişkiler, reklamcılık vb.) etik ilkeler ve sorumluluklar önemlidir. Dijitalleşme ile birlikte sanal ortamda ortaya çıkan etik ihlaller de dikkate alınmalıdır.
- **Teknoloji ve İletişim:** Bilişim teknolojilerindeki ilerlemeler iletişimin hızlanmasına, uzam ve mekândan bağımsız hale gelmesine neden olmuştur. Yeni medya araçları iletişim biçimlerini değiştirmiştir.
- **Halkla İlişkiler ve İletişim:** Halkla ilişkiler, kurumların hedef kitleleriyle sağlıklı bir iletişim kurma çabasıdır. İkna edici iletişim ve iletişim planlaması halkla ilişkilerin önemli unsurlarıdır.

Özetle iletişim, canlılar arasında anlamların paylaşıldığı, sembollerle yürütülen, dinamik ve çok boyutlu bir süreçtir. Bireysel, kişilerarası, örgütsel, kitlesel gibi farklı bağlamlarda ve sözlü, sözsüz, yazılı, görsel gibi çeşitli araçlarla gerçekleşir. Başarılı bir iletişim için kaynak, mesaj, kanal ve alıcının özelliklerinin yanı sıra kültürel, etik ve teknolojik faktörler de önemli rol oynar.

İletişim Terimleri Sözlüğü

- **Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS):** Kurumların, faaliyetlerini sürdürürken ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini dikkate alarak paydaşlarına ve topluma karşı etik ve sorumlu davranma taahhüdü.
- **Etik:** Ahlaki değerler ve ilkeler üzerine felsefi bir düşünme biçimi; neyin doğru ve yanlış olduğunu sistematik olarak inceleyen ahlak felsefesi dalı.
- **Ahlak:** Toplum içinde bireylerin uymak zorunda hissettikleri, doğru ve yanlış davranışlara ilişkin norm ve kurallar bütünü.
- **Kurumsal İletişim:** Bir kurumun tüm iç ve dış paydaşlarıyla kurduğu stratejik iletişim süreçlerinin yönetimi; kurumun kimliğini, imajını ve itibarını şekillendirme amacı taşır.
- **Halkla İlişkiler (PR):** Kurumların hedef kitleleriyle karşılıklı faydaya dayalı ilişkiler kurma ve sürdürme, olumlu bir imaj ve itibar oluşturma ve yönetme fonksiyonu.
- **İşveren Markası:** Mevcut ve potansiyel çalışanların bir işletme hakkındaki algıları, düşünceleri ve zihinlerinde oluşan imaj; işletmenin çalışanlar nezdindeki çekiciliğini ifade eder.
- **İletişim Süreci:** Bir kaynaktan bir alıcıya mesajın aktarılması ve anlamlandırılması aşamalarını içeren dinamik süreç; kaynak, kodlama, mesaj, kanal, kod açma ve alıcı gibi unsurlardan oluşur.
- **Mesaj (İleti):** Kaynak tarafından kodlanarak alıcıya iletilmek istenen bilgi, düşünce, duygu veya anlam.
- **Kanal (Araç):** Mesajın kaynaktan alıcıya ulaştırıldığı ortam veya yol (örneğin, sözlü iletişimde hava, yazılı iletişimde kağıt, dijital iletişimde internet).
- **Geri Bildirim:** Alıcının mesaja verdiği tepki veya yanıt; iletişimin çift yönlü olup olmadığını gösterir.

- **İkna Edici İletişim:** Alıcının tutum, inanç veya davranışlarını değiştirmeyi amaçlayan iletişim türü.
- **Bilgilendirici İletişim:** Alıcıya bilgi aktarmayı, bir konu hakkında farkındalık yaratmayı amaçlayan iletişim türü.
- **Kodlama:** Kaynağın düşünce ve duygularını sembollere (kelimeler, işaretler vb.) dönüştürme süreci.
- **Kod Açma:** Alıcının kendisine ulaşan sembolleri (mesajı) anlamlandırma ve yorumlama süreci.
- **Gürültü:** İletişim sürecinde mesajın doğru bir şekilde alınmasını ve anlaşılmasını engelleyen her türlü faktör (fiziksel, psikolojik, semantik vb.).
- **Hedef Kitle:** Bir kurumun veya iletişim çabasının ulaşmayı amaçladığı belirli grup veya kişiler.
- **İmaj:** Bir kurumun veya markanın hedef kitlelerin zihnindeki genel algısı.
- **İtibar:** Bir kurumun zaman içinde sergilediği davranışlar ve performans sonucunda paydaşları nezdinde kazandığı saygınlık ve güven düzeyi.