İletişim Teknolojileri ve Değişen Empati Kavramı

İletişim teknolojilerinin ve özellikle dijitalleşmenin empati kavramı üzerinde önemli değişiklikler yarattığı tartışılmaktadır.

Empati Kavramı

- Empati, başkalarının duygularını paylaşma ve anlama yeteneğidir.
- Bir insanın, başkalarının duygularını kendi hisleri ve bakış açısıyla birleştirmesi olarak tanımlanır.
- Psikologlar empatiyi, kişinin, başkasının duygusal durumundan etkilenerek o duruma uyumlu bir duygusal tepki vermesi şeklinde tanımlarlar.
- Empati kurabilme yeteneği sevmemizi, öğrenmemizi, iletişim kurmamızı, iş birliği yapmamızı ve gelişmiş bir toplumda yaşamamızı sağlamaktadır. Başarılı sosyal etkileşimlerde önemli bir faktör olarak görülür.

İletişim Teknolojilerinin Empati Üzerindeki Etkileri

- Modern iletişim teknolojilerinin hızla benimsenmesi toplumun iletişim modellerini değiştirmiş ve özellikle **dijital iletişim ile birlikte empati kavramı sarsıntıya uğramaya başlamıştır**.
- Gelişen iletişim teknolojileri **empati açığına** sebep olabilmektedir.
- Fazla teknoloji kullanımı ilgisizlik, anti-sosyallik gibi psikolojik sorunlara neden olabilmekte, iletişim kurma becerilerini zayıflatabilmektedir.
- Dijital iletişim, geleneksel yüz yüze iletişimdeki **empatik sosyal filtreden yoksun** bulunmaktadır. Bu, duygusal sinyallerin ve işaretlerin çoğundan yoksun, çoğu zaman kişisel olmayan etkileşimlere yol açar.
- İnsanların dijital olarak iletişim kurmasını sağlayan teknolojiler arttıkça yüz yüze iletişim/etkileşim azalmaya başlamıştır. Yüz yüze zamanın çevrimiçi aktivitelerle yer değiştirmesinin empatik becerileri olumsuz yönde etkilemesi kaçınılmaz olmaktadır.
- Araştırmalar, artan teknoloji kullanımının empati seviyelerinde düşüşe yol açtığını göstermektedir. Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırmada, 1979'dan beri empatinin düşüş gösterdiği ve 2000 yılında en belirgin düşüşün meydana geldiği tespit edilmiştir.
- Teknolojik ve medya tüketimindeki artış, ortalama aile yemekleri ve dost ziyaretleri gibi yüz yüze etkileşimlerin sayısında düşüşe sebebiyet verdiği belirtilmiştir. İnternet kullanıcıları arasındaki gerçek hayattaki sosyal etkileşimlerin giderek azalması, empatinin azalmasında etkili bir faktör olmaktadır.
- Teknolojinin aşırı kullanımı kaygı uyandırır hale gelmiştir.
- Artan teknolojik kullanımın, empati ile negatif ilişkili olan narsisizm seviyelerini tetiklediği belirtilmiştir.
- "Phubbing" (akıllı telefon kullanmak için fiziksel olarak etkileşimde bulunulan kişileri görmezden gelme) gibi yeni davranışlar, akıllı telefon kullanımının empati kaybına yol açarak ahlaki değerlerin zayıflamasına neden olabileceğini göstermektedir.

- Dijital sohbetlerin büyük ölçüde **"çevrimiçi disinhibisyon etkisi"** nedeniyle empatinin uygun ifadesini tehdit ettiği belirtilmiştir. Bu etki, insanların siber uzayda normalde yüz yüze söylemeyecekleri ve yapmayacakları şeyler söyleme eğilimidir.
- İnsanlar ne kadar kolay ilişki kurabiliyorsa aslında o kadar çok ilişkisizleşmekte, sevememekte, asosyalleşmekte ya da narsistleşmektedir. Bireyselleşme arttıkça insanların empati kurabilme yetenekleri azalmaya başlamıştır.

Teknolojinin Paradoksal Yapısı ve Empati Yaratma Potansiyeli

- İletişim teknolojilerinin insanlar arasındaki bağı ve yakınlığı bozmanın yanı sıra kolaylaştırma potansiyeline sahip olmasından dolayı **paradoksal bir yapıda** olduğu belirtilmiştir.
- İletişim teknolojilerinin gücünün **hem empatiyi yok edecek hem de yaratabilecek** yapıda olduğu vurgulanmıştır. Toplumsal olarak bir bütün olduğumuzu hatırlayıp insanların hayatını önemsersek teknoloji empatiyi yok edemez. Bu noktada sosyal çevre (aile, eğitim, arkadaşlar) empati kurabilen bireyler olmamızda temel yapı taşlarıdır.

Dijital Empati Kavramı

- Dijitalleşen iletişim ortamında **"Dijital Empati"** kavramı ortaya çıkmıştır.
- Bir tanıma göre dijital empati, **kullanıcı deneyimini geliştirmek için teknolojiyi tasarlarken empatinin temel ilkelerinin (şefkat, biliş ve duygu) kullanılmasıdır**.
- Başka bir tanıma göre ise dijital empati, **dijital medyayı stratejik olarak kullanırken, yansıtıcı ve sosyal olarak sorumlu olmanın bilişsel ve duygusal yeteneğidir**.
- Dijital empatinin kökleri, başkalarının düşüncelerini ve duygularını paylaşma ve anlama kapasitesini açıklayan çok yönlü bir yapı olan insan davranışı olan empatiye dayanmaktadır.
- Dijital ortamda empatiyle etkin iletişim kurmayı amaçlayan eğitimlerin içeriğinde dijital iletişimin unsurları, olumlu bakış açısı, duygusal ve bilişsel empati, farklılıklara saygı, dijital empati dilinin temel unsurları, dijital ile empati dilinin birleştirilmesi gibi konular yer almaktadır.
- Endüstri 4.0 sürecinde, nesnelerin interneti gibi alanlarda **"Dijital Empati" yeteneğine sahip tasarımcılara ihtiyaç duyulduğu** belirtilmiştir. Ayrıca otonom robotlar için de "Dijital ve Mekanik Empatiye Sahip Tasarımcılar" gerektiği ifade edilmiştir. Bu, teknolojinin insanlarla etkileşiminde empatik prensiplerin tasarım aşamasında dikkate alınması gerekliliğini vurgular.

Sosyal Medya Reklamları Bağlamı

- Önceki konuşmalarımızda ele aldığımız sosyal medya reklamlarının etkinliği, empati ifadesine yönelik tutum ve satın alma niyeti arasındaki ilişki, bu geniş çerçevede değerlendirilebilir.
- Yapılan ampirik araştırmada, sosyal medya reklamlarının etkinliğinin (duygusal çekicilik, yaratıcılık, bilgilendiricilik, görsel tasarım boyutlarıyla ölçülen) doğrudan satın alma niyetini etkilemediği, ancak **empati ifadesine yönelik tutumu pozitif yönde etkilediği** bulunmuştur.
- Empati ifadesine yönelik tutum ise satın alma niyetini pozitif yönde etkilemiştir.
- Bu sonuç, etkili sosyal medya reklamlarının doğrudan satışa değil, öncelikle tüketicide dijital ortamda bir empati tutumu (örneğin ‘beğenme’ gibi sosyal eklentileri kullanarak reklamı olumlu değerlendirme) oluşturarak satın alma niyetini dolaylı olarak etkilediğini göstermektedir. Bu durum, dijital ortamda empatik etkileşimlerin (burada reklama karşı gösterilen empati ifadesi) önemini ve teknolojinin iletişim ve davranış üzerindeki karmaşık etkilerini göstermesi açısından genel “iletişim teknolojileri ve değişen empati kavramı” tartışmasıyla ilişkilidir.

Özetle, iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte empatinin hem bazı yönleriyle zayıfladığını (empati açığı, yüz yüze iletişimin azalması gibi) hem de “dijital empati” gibi yeni kavramların ortaya çıktığını ve dijital platformlarda empatinin farklı biçimlerde ifade bulduğunu (sosyal medya reklamlarına karşı empati ifadesi gibi) göstermektedir. Teknolojinin bu konudaki etkisi, empatiyi hem yok edebilecek hem de yaratabilecek potansiyele sahip olması nedeniyle paradoksaldır.