

ERASMEDIAH – EDUCATIONAL REINFORCEMENT
AGAINST THE SOCIAL MEDIA HYPERCONNECTIVITY
PROJE NUMARASI: 2023-1-HU01-KA220-YOU-000161173



MODÜL 1

ÖZ FARKINDALIĞI

GELİŞTİRMEK: SOSYAL MEDYA

AŞIRI BAĞIMLILIĞINI VE

ETKİSİNİ ANLAMAK



ERASMEDIAH

Educational Reinforcement Against
the Social Media Hyperconnectivity

erasmediah.eu



**Co-funded by
the European Union**

Avrupa Birliği Tarafından Finanse Edilmektedir. Bununla birlikte, ifade edilen görüş ve görüşler yalnızca yazar(lar)ın görüşleridir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Araştırma Yürütme Ajansı'nın görüşlerini yansıtması gerekmez. Ne Avrupa Birliği ne de EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.



Ders 1.2

Sosyal medya tasarımı bağımlılığı nasıl geliştiriyor?



ERASMEDIAH

Educational Reinforcement Against
the Social Media Hyperconnectivity



**Co-funded by
the European Union**

SOSYAL MEDYA TASARIMI BAĞIMLILIĞI NASIL GELİŞTİRİYOR?

Hedefler:

Bağımlılığı Anlamak: Öğrencilerin, sosyal medya platformlarının tasarımının özellikle olumsuz içerikler arasında sürekli kaydırma gibi davranışsal bağımlılıklara nasıl zemin hazırladığını ve bu bağımlılıkları nasıl beslediğini öğrenmesi.

Dopaminin Rolünü Keşfetmek: Öğrencilerin, sosyal medya kullanımına bağlı bağımlılık davranışlarının oluşumunda dopaminin ve diğer nörokimyasal süreçlerin nasıl bir rol oynadığını kavraması.

Algoritmaların Etkisini Analiz Etmek: Öğrencilerin, sosyal medya algoritmalarının kullanıcıların dikkatini çekmek ve platformda daha fazla zaman geçirmelerini sağlamak amacıyla nasıl özel olarak tasarlandığını analiz edebilmeleri.

Temel Mesaj(lar):

Algoritmik Tasarım: Sosyal medya algoritmaları, kullanıcıların dikkatini çekmek ve bu dikkati uzun süre korumak amacıyla, genellikle duygusal açıdan yoğun içerikleri ön plana çıkaracak şekilde programlanmıştır. Bu durum, kullanıcı etkileşimini artırırken bağımlılık riskini de beraberinde getirir.

Davranışsal Döngüler: Sosyal medya kullanımını azaltmaya çalışan kullanıcılar, ruh hali değişimi, yoksunluk belirtileri ve tekrar başlama gibi süreçler yaşar; bu döngü, madde bağımlılığında gözlemlenen bağımlılık mekanizmalarına benzerlik gösterir.



DERSİN TÜRÜ:



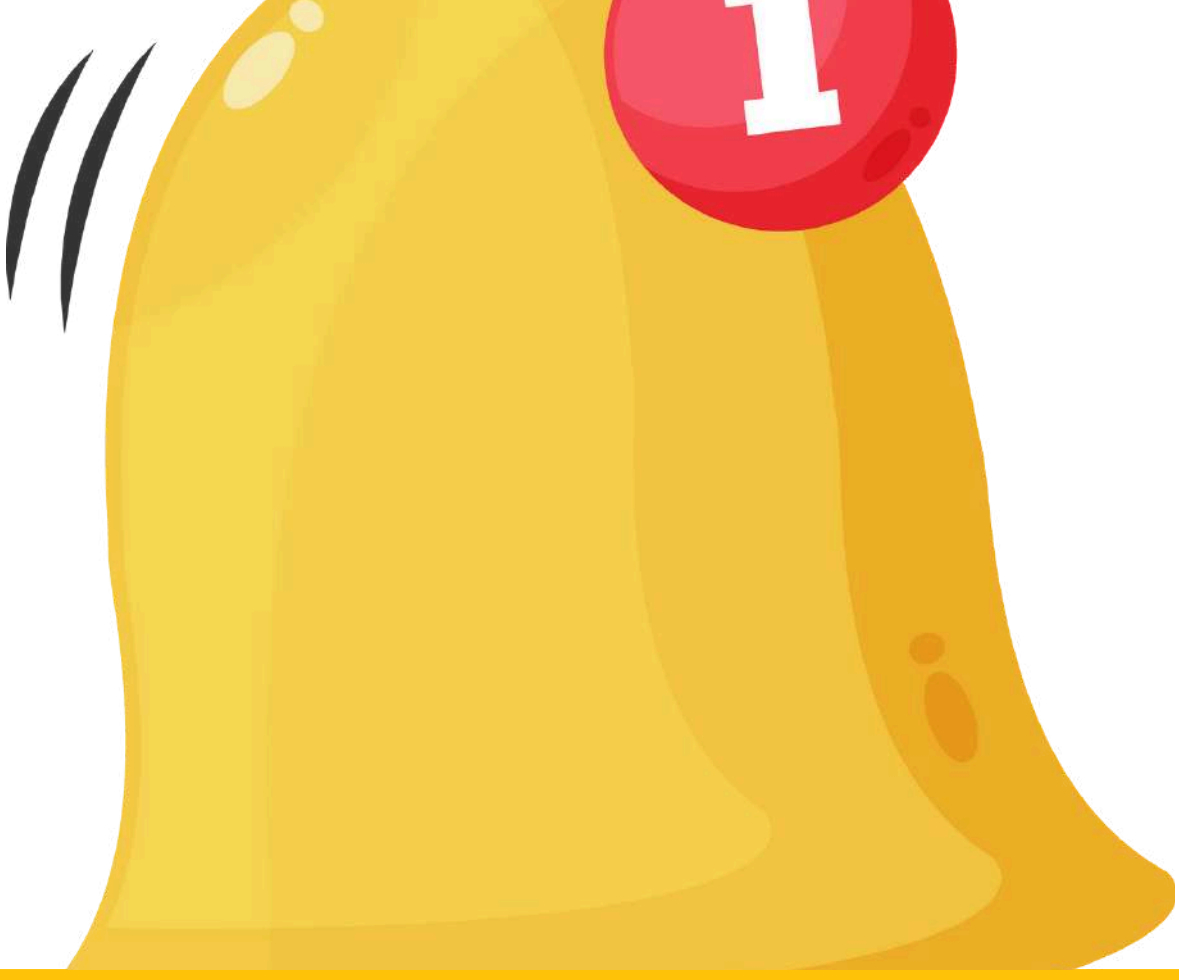


Derse Genel Bakış

Öğrenciler, sürekli olumsuz içerik kaydırma kavramını bir bağımlılık olarak keşfedecek, dopaminin bu bağlamda nasıl işlediğini anlayacak ve sosyal medya algoritmalarının bu davranışı nasıl sürdürdüğünü analiz edecekler. Ayrıca, sosyal medya kullanırken kullanıcıların davranışlarını şekillendiren ikna edici tasarım yöntemleri hakkında bilgi edinmiş olacaklar.

Atölye 4 aşamadan oluşmaktadır:

1. Giriş - (5 dk.)
2. Algoritmik sosyal medya akışını anlama - rol yapma (10 dk.)
3. Algoritmaların etkisini keşfetme - etkileşimli etkinlik (15 dk.)
4. Tekrar ve sonuç - (10 dk.)



1.Adım

Giriş

Dijital hizmetlere erişim çok kolay ve şirketler bizi meşgul tutmak istiyor, insanların dikkatini çekmek için büyük bir rekabet var. Günümüz dünyasında, **ikna edici tasarım** ve **dikkat ekonomisi** sosyal medyayla nasıl etkileşim kurduğumuz konusunda önemli roller oynuyor. Sosyal medya algoritmaları davranışlarımızı, tercihlerimizi ve etkileşimlerimizi analiz etmek için tasarlanmıştır ve bu sayede özellikle bizim için uyarlanmış içerikler sunabilirler.

Şimdi, platformun tarafını anlamak için bu konuları kısaca açıklayacağım, çünkü önceki derste kullanıcıları inceledik.

İki konuyu bir slayt gösterisi göstererek açıklayın

Bu sorularla ilgili kişisel deneyimler hakkında açık bir diyalogu teşvik edin.



Step 1

Giriş

Bugünün dünyasında, ikna edici tasarım ve dikkat ekonomisi, sosyal medya ile nasıl etkileşime girdiğimizde önemli rol oynamaktadır. Bu kavramlar, platformların dikkatimizi çekmek ve bizi meşgul tutmak için kullandığı tekniklere atıfta bulunmaktadır. Sosyal medya algoritmaları, davranışlarımızı, tercih ve etkileşimlerimizi analiz etmek için tasarlanmış olup, bize özel içerikler sunabilmektedir. Bu kişiselleştirilmiş yaklaşım, etkileşimi artırabilir, ancak aynı zamanda manipülasyon ve bağımlılık konularını da gündeme getirmektedir. Kullanıcılar olarak, genellikle kendimizi dikkatimizi çeken içeriklerle dolu akışlarda sürekli kaydırarak buluruz, bazen bu da kendi iyiliğimizin pahasına olur. Bu algoritmaların nasıl çalıştığını anlamak ve ikna edici taktiklerini tanımak, dijital dünyada sorumlu bir şekilde gezinmek için önemlidir.

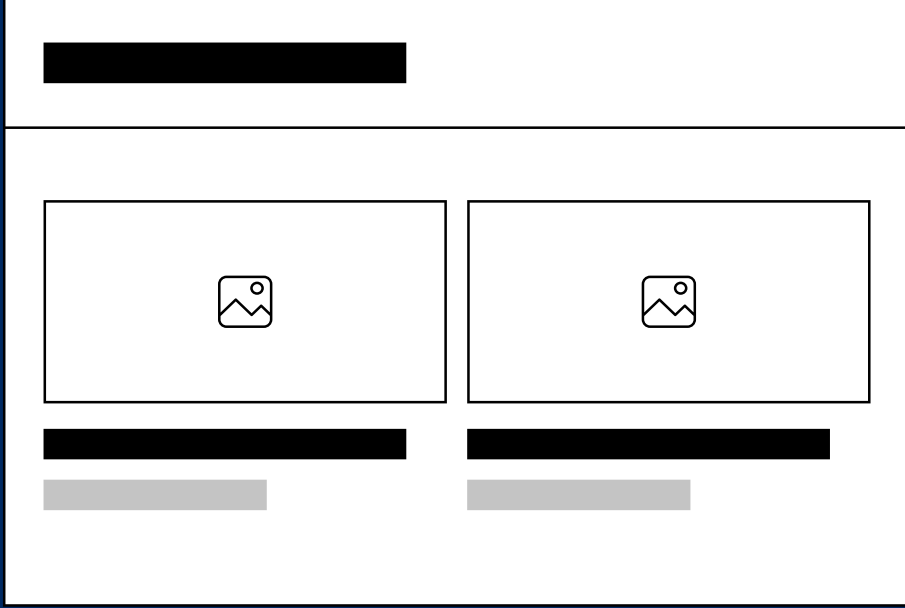


2.Adım

Algoritmik sosyal medya akışını anlamak

Katılımcılar çiftler halinde çalışacak. Bunlardan biri "kullanıcı", diğeri ise "algoritma" olacak. "Algoritmalarından" odadan çıkmalarını isteyin (veya persona'nın tanımını küçük kağıt parçalarına yazın) ve "kullanıcılara" kim olduklarını söyleyin/verin:

14 yaşında, şehirde yaşayan, futbol oynayan ve futbolcularla, K-Pop'la ve video düzenlemeyle ilgilenen bir kız. Kadın futbolcularla veya K-Pop dışı müzikle ilgilenmiyor. Komik videolardan veya memlerden hoşlanmıyor.



2.Adım

Algoritmik sosyal medya akışını anlamak

"Algoritmaların" içeri girmesine izin verin (dışarı çıktılarsa) ve onlara yapışkan notlar ve küçük kağıt parçaları verin.

Onlardan kullanıcı için yalnızca şu bilgileri bilerek "gönderi açıklamaları" yazmalarını isteyin:

14 yaşında bir kız ve futbol oynuyor.

"Kullanıcılar", kişi hakkında daha ayrıntılı açıklamalara dayanarak gönderileri kabul edebilir, kaydırabilir veya reddedebilir. Çiftlerin amacı, "algoritmanın" ardışık 5 "gönderi" dizisi oluşturmaktır. Son iki dakikada bir özetleme yapılacaktır.

Oyunun amacı, kullanıcıyı mükemmel şekilde kişiselleştirilmiş gönderi açıklamalarıyla meşgul etmektir.



2.Adım

Algoritmik sosyal medya akışını anlamak

Etkinliği şu şekilde açıklayın:

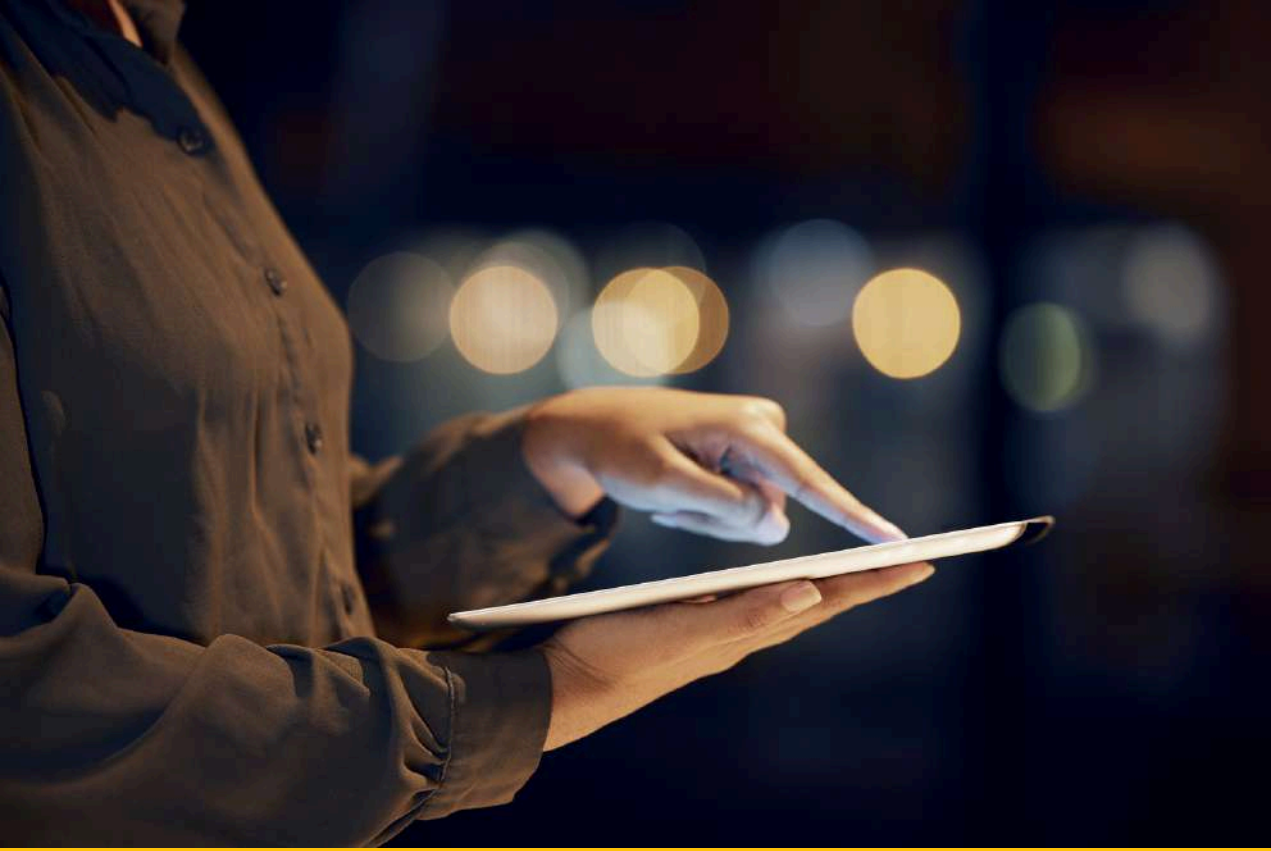
İlk olarak, “algoritmalar”dan bir süreliğine odadan çıkmalarını isteyeceğim ve “kullanıcılara” kim olduklarını (ya da bir persona açıklamasını) vereceğim.

Geri döndüğünüzde, size bu kişiyle ilgili bilmeniz gerekenleri (yaş, cinsiyet, ana ilgi alanları) anlatacağız. Göreviniz, aşağıdaki gibi konularda paylaşımlar yazmak olacaktır:

- Mikrodalgada kek yapma tarifi ile ilgili bir video
- Okul hakkında komik bir mem
- Yeni bir spor ayakkabıyı tanıtan bir influencer'ın videosu

Kullanıcılar, her paylaşıma üç eylemden birini seçerek tepki verebilir: kabul et, kaydır, reddet.

Amacınız, 5 consecutive (ardışık) paylaşımı kabul ettirmeniz. Bu bir işbirliği görevidir ve birlikte çalışarak bu hedefi başarmalısınız. Aynı konuda art arda en fazla iki paylaşım yapabilirsiniz.



3.Adım

Algoritmik etkiyi keşfetme

Çiftlere, karşılıklarına çıkan “paylaşım”ı düşünmelerini ve birlikte, kullanıcının nasıl etkileşime girdiğini anlamaya çalışmalarını isteyin.

Her çiftten birkaç paylaşımı alarak aşağıdaki kategorilere yerleştirin:

- Duygusal Tetikleyiciler
- Etkileşim Desenleri
- İçerik Tercihleri

Yanıtlarını beyaz tahtada temalar halinde kategorize edin.

Persona göz önünde bulundurularak her üç kategori için de farklı etkileşim yolları bulmaya çalışın.

Katılımcılar, ardından kendi medya kullanımlarını yansıtmaya başlayacaklar.



3.Adım

Algoritmik etkiyi keşfetme

Sosyal medya algoritmalarının davranışlarımızı nasıl etkilediğini düşünmek için biraz zaman ayırdığımıza göre, düşüncelerinizi duymak istiyorum. Lütfen bu algoritmaların o kişiliği etkilediğine inandığınız bir yolu paylaşın. Bu, sosyal medyayı kullanırken nasıl hissettiği, ne sıklıkla kaydırıldığı veya en çok hangi tür içeriklerle ilgilendiğiyle ilgili olabilir.

Her biriniz içgörülerinizi paylaştıkça, bunları beyaz tahtaya yazacağım. Tartışmamızı düzenlememize yardımcı olmak için, yanıtlarınızı üç ana temaya ayıracağım: Duygusal tetikleyiciler, Etkileşim kalıpları ve İçerik tercihleri.

Düşüncelerimizi bu şekilde düzenleyerek, sosyal medya algoritmalarının deneyimlerimizi ve davranışlarımızı etkilemesinin farklı yollarını daha iyi anlayabiliriz.



3.Adım

Algoritmik etkiyi keşfetme

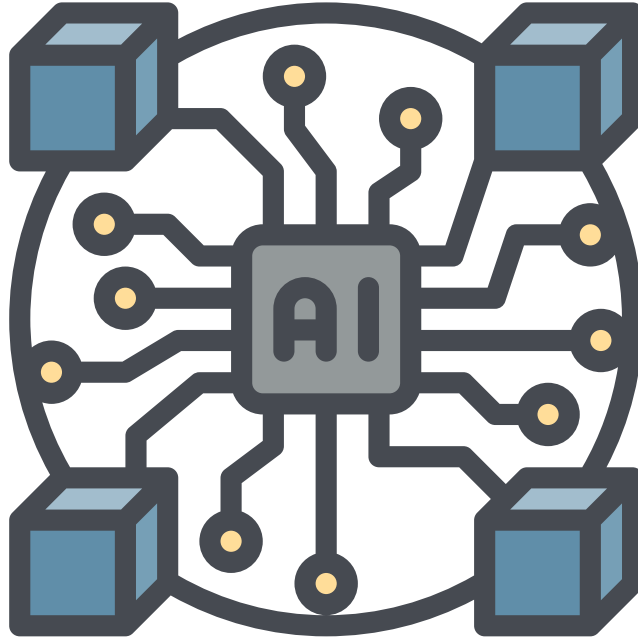
3 ana kategorinin ayrıntılı açıklaması:

- 1. Duygusal Tetikleyiciler:** Bunlar, sosyal medya kullanımıyla ilişkili tüm hisleri veya duyguları içerecektir; örneğin neşe, kaygı, hayal kırıklığı veya heyecan.
- 2. Etkileşim Modelleri:** Burada, kişinin sosyal medyayı ne sıklıkla kullandığına veya bildirimleri sık sık kontrol etme veya belirli platformlarda amaçlanandan daha uzun süre harcama gibi fark ettiğiniz belirli davranışlara bakacağız.
- 3. İçerik Tercihleri:** Bu kategoride, haber makaleleri, komik videolar, ilham verici alıntılar veya başka bir şey olsun, onun en çok dikkatini çeken içerik türlerini not edeceğiz.

4.Adım

Özet ve sonuç

- Ders sırasında tartışılan önemli noktaları özetleyin.
- Öğrencilerden, üç kategoriyle bağlantı kurarak kendi sosyal medya kullanımları üzerinde düşünmelerini isteyin.
- Sosyal medyanın bağımlılık yaratan doğasını anlamanın, öz değerlendirmenin ve zihinsel sağlığı korumak için proaktif adımlar atmanın önemini vurgulayın.





Temel Çıkarım Özeti

- **İkna Edici Tasarımın Anlaşılması:** Sosyal medya platformları, kullanıcı dikkatini çekmek ve sürdürmek için ikna edici tasarım tekniklerini kullanır. Bildirimler, beğeniler ve kişiselleştirilmiş içerikler, sürekli etkileşimi teşvik etmek için stratejik olarak uygulanır ve bu da sıklıkla zorlayıcı kullanım kalıplarına yol açar.
- **Algoritmaların Davranış Üzerindeki Etkisi:** Sosyal medya algoritmaları, bireysel tercihlerle uyumlu, özel içerik sunmak için kullanıcı davranışını analiz eder. Bu kişiselleştirme kullanıcı deneyimini geliştirebilse de yankı odaları yaratabilir ve olumsuz duyguları güçlendirebilir, kaygı ve bağımlılık gibi sorunlara katkıda bulunabilir.
- **Dikkat Ekonomisi:** Dikkat ekonomisi, şirketlerin sınırlı olan dikkatimiz için kıyasıya rekabet ettiği, onu değerli bir meta olarak gördüğü bir sistemdir. Bu rekabet, kullanıcılar çevrimiçi etkileşimleriyle giderek daha fazla tüketildikçe ruh sağlığı ve refahı için olumsuz sonuçlara yol açabilir.



Gençlik çalışanları, eğitimciler ve öğretmenlere yönelik yönergeler

Amaç:

Öğrenciler, sosyal medya platformlarının sorumluluğu bağlamında ikna edici tasarım kavramını keşfedecek, dopaminin bu süreçte nasıl işlediğini anlayacak ve sosyal medya algoritmalarının bu davranışı nasıl devam ettirdiğini analiz edeceklerdir.

Gerekli Malzemeler:

- Laptop, projeksiyon
- 1.Adım sunum [Linki](#)
- Yapışkan notlar veya küçük kağıtlar, kalemler
- Beyaz tahta, kalem





1.Adım: Giriş (5 dk.)

Oturum hedeflerini tanıtın ve katılımcıları aktif olmaya ve düşüncelerini paylaşmaya teşvik edin.

Sunumla başlayın: Slaytlarda konu hakkında ne söyleyeceğinize yardımcı olacak notlar bulacaksınız.

Katılımcıların temel kavramları anladığından emin olun.

Bu konuyla ilgili kendi deneyimlerini paylaşmalarını isteyin





2.Adım: Algoritmik sosyal medya akışını anlama-rol yapma (10 dk.)

Katılımcılardan ikili gruplar oluşturmalarını isteyin. Herkesin bir eşi olduğundan emin olun. Eğer mümkün değilse, bir kişilik üçlü grup oluşturabilirsiniz; bu durumda “algoritmalar” birlikte tek bir “kullanıcı” ile çalışacaktır.

Katılımcılara, artık persona gibi düşünmeleri gerektiğini ve onun ne istediğini, neye ihtiyaç duyduğunu, neleri sevdiğini anlamaya çalışmaları gerektiğini açıklayın. Bu noktada, bunun işbirliğine dayalı bir oyun olduğunu vurgulamak önemlidir: birlikte çalışarak en iyi kişiselleştirilmiş akışı oluşturmaya çalışıyorlar. Platformların da aslında bu amacı taşıdığını belirtebilirsiniz. Ancak kullanıcılar olarak, sonsuz kaydırmaya ve dopamin döngüsüne neden olan bu “mükemmel akış”a karşı bariyerler inşa etmemiz gerektiğini de hatırlatın.

Katılımcıların ne yazmaları gerektiğini net bir şekilde anladıklarından emin olun:

Sadece paylaşımın ne hakkında olduğunu anlatan cümleler yazmaları gerekiyor. Gerçek bir gönderi yazmalarına ya da çizim yapmalarına gerek yok.





3.Adım: Algoritmik etkiyi keşfetme - etkileşimli etkinlik (15 dk.)

Etkinliğe, bazı ikililerin hazırladığı “akış” örneklerini gözden geçirerek başlayın.

Eğer örneklerde örneğin çok fazla futbol paylaşımı sıkıcı hale gelmişse ya da komik K-pop mem’leri uygun değilse, bu noktaları düzeltmeye çalışın.

Katılımcılara şu soruyu yöneltin:

“Algoritma” sizce “kullanıcıya” ne paylaşması gerektiğini nasıl buldu?

Sonrasında, üç motivasyon kategorisini açıklayın ve beyaz tahtaya yazın:

- 1.Bilgiye ulaşmak / merak
- 2.Eğlenmek / keyif almak
- 3.Bağlantı kurmak / sosyal etkileşim

Katılımcılardan bu üç kategoriye uygun örnekler vermelerini isteyin.

Eğer personaya yönelik örnek bulmakta zorlanırlarsa ya da yeterince örnek verdilerse, kendi sosyal medya kullarımları üzerinden örnekler vermelerini isteyebilirsiniz.





4.Adım: Özet ve Sonuç(10 dk.)

Katılımcılardan kendi sosyal medya kullanımları üzerine düşüncelerini isteyin.

Yansıtma Soruları:

İkna edici tasarımın etkisiyle ilgili ne gözlemliyorlar?

Onları sonsuz kaydırmaya iten şey ne oluyor?

Hangi duygusal tetikleyiciler onları etkiliyor ve hangi tür kalıplar onları daha çok içine çekiyor?

Temel Çıkarımlar:

- 1.İkna Edici Tasarımı Anlamak:** Sosyal medya platformlarının tasarımları, bazen farkında olmadan bizi kompulsif (kontROLSÜZ) kullanıma ve doomsScrolling'e yönlendirebilir.
- 2.Algoritmaların Davranış Üzerindeki Etkisi:** Sosyal medya algoritmaları, kullanıcı davranışlarını analiz ederek, onların ilgi alanlarına uygun içerikler sunar ve bu da kullanıcı davranışlarını şekillendirebilir.
- 3.Dikkat Ekonomisi:** Sosyal medya platformları, kullanıcı etkileşimini artırmak için gelişmiş algoritmalar kullanır. Bu algoritmalar davranışlarımızı ve tercihlerimizi izler, ilgimizi sürekli diri tutar. Sonuç olarak, dikkatimiz reklam geliri için paraya çevrilir-bu, bu platformları “ücretsiz” kullanmanın gerçek bedelidir.





Takip ve Evde Yapılacak Aktiviteler

- **Yansıma Günlüğü:** Öğrencilerden bir hafta boyunca sosyal medya kullanım kalıplarını, sosyal medyayı kullanmadan önce ve kullandıktan sonraki duygularını ve içerik veya bildirimler tarafından yönlendirildiklerini hissettikleri durumları not ettikleri bir yansıma günlüğü tutmalarını isteyin. Haftanın sonunda gözlemlerinin bir özetini yazmalarını isteyin.
- **İçerik Düzenleme:** Öğrencilerin sosyal medya akışlarını düzenlemek için biraz zaman ayırmalarını sağlayın. Olumsuz duyguları veya verimsiz içerikleri teşvik eden hesapları takip etmeyi bırakmalı ve kendilerine ilham veren veya onları eğiten yeni hesapları takip etmelidirler. Yaptıkları değişiklikleri ve bunun çevrimiçi deneyimlerini nasıl etkilediğini belgelemelerini isteyin.
- **Aile Tartışması:** Öğrencileri ikna edici tasarım ve dikkat ekonomisi kavramlarını aile üyeleriyle tartışmaya teşvik edin. Bu faktörlerin sosyal medya kullanımını nasıl etkilediğini açıklayabilir ve ailenin dijital tüketim alışkanlıkları konusunda birlikte daha dikkatli olmasının yollarını önerebilirler.

Öğretmenler İçin İpuçları:

Zaman yönetimi: 2. Adımda son derece önemlidir.

Kavramların anlaşılması: Öğrencilerin tüm kavramları anladığından emin olun. Öz değerlendirme ve rol yapma arasında geçiş yapın: Öğrencilerin bu ayrımı yapabilmelerine yardımcı olun.





Kaynakça

- 5Rights Foundation. (2024). Disrupted childhood: The impact of digital technology on children and young people [PDF]. https://5rightsfoundation.com/wp-content/uploads/2024/08/5rights_DisruptedChildhood_G.pdf
- Alter, A. (2017). Irresistible: The rise of addictive technology and the business of keeping us hooked. New York, NY: Penguin Press.
- Eyal, N. (2014). Hooked: How to build habit-forming products. New York, NY: Portfolio.
- Lembke, A. (2021). Dopamine nation: Finding balance in the age of indulgence. Dutton, an imprint of Penguin Random House LLC.
- Orillia Computer. (n.d.). Doomscrolling: The science of algorithmic dopamine addiction. <https://www.orillia-computer.ca/doomscrolling-the-science-of-algorithmic-dopamine-addiction>
- Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. New York, NY: PublicAffairs.





SINAV

Her soru için doğru cevabı seçin!

1. Sosyal medyada ikna edici tasarımın temel amacı nedir?
 - A) Kullanıcı gizliliğini artırmak
 - B) Kullanıcının dikkatini çekmek ve dikkatini sürdürmek
 - C) Çevrimdışı etkileşimleri teşvik etmek
 - D) Mevcut içerik miktarını azaltmak
2. Sosyal medya algoritmaları kullanıcı deneyimlerini nasıl kişiselleştirir?
 - A) Kullanıcılara rastgele içerik göstererek
 - B) Kullanıcı davranışlarını ve tercihlerini analiz ederek
 - C) Belirli içerik türlerine erişimi kısıtlayarak
 - D) Yalnızca popüler (trend olan) konuları öne çıkararak
3. "Dikkat ekonomisi" terimi en iyi şekilde nasıl tanımlanabilir?
 - A) Dikkatin değerli bir kaynak olarak kabul edildiği bir sistem
 - B) Ekran süresini azaltmaya odaklı ekonomik bir model
 - C) Fiziksel ürünlerin çevrim içi satıldığı bir pazar
 - D) Teknoloji aracılığıyla zihinsel sağlığı iyileştirme yöntemi





SINAV

4. Sosyal medyada algoritmik iknanın potansiyel olumsuz etkilerinden biri nedir?

- A) Eğitici içeriklerle artan etkileşim
- B) Eleştirel düşünme becerilerinin gelişimi
- C) Kaygı ve bağımlılık hissi
- D) Güçlenen çevrimdışı ilişkiler

5. Sosyal medya platformlarında kullanıcı etkileşimini artırmak için ikna edici tasarımla en sık kullanılan özellik hangisidir?

- A) Gizlilik ayarları
- B) Beğeni ve yorum bildirimleri
- C) Hesap silme/deaktif etme seçenekleri
- D) İçeriğe çevrimdışı erişim





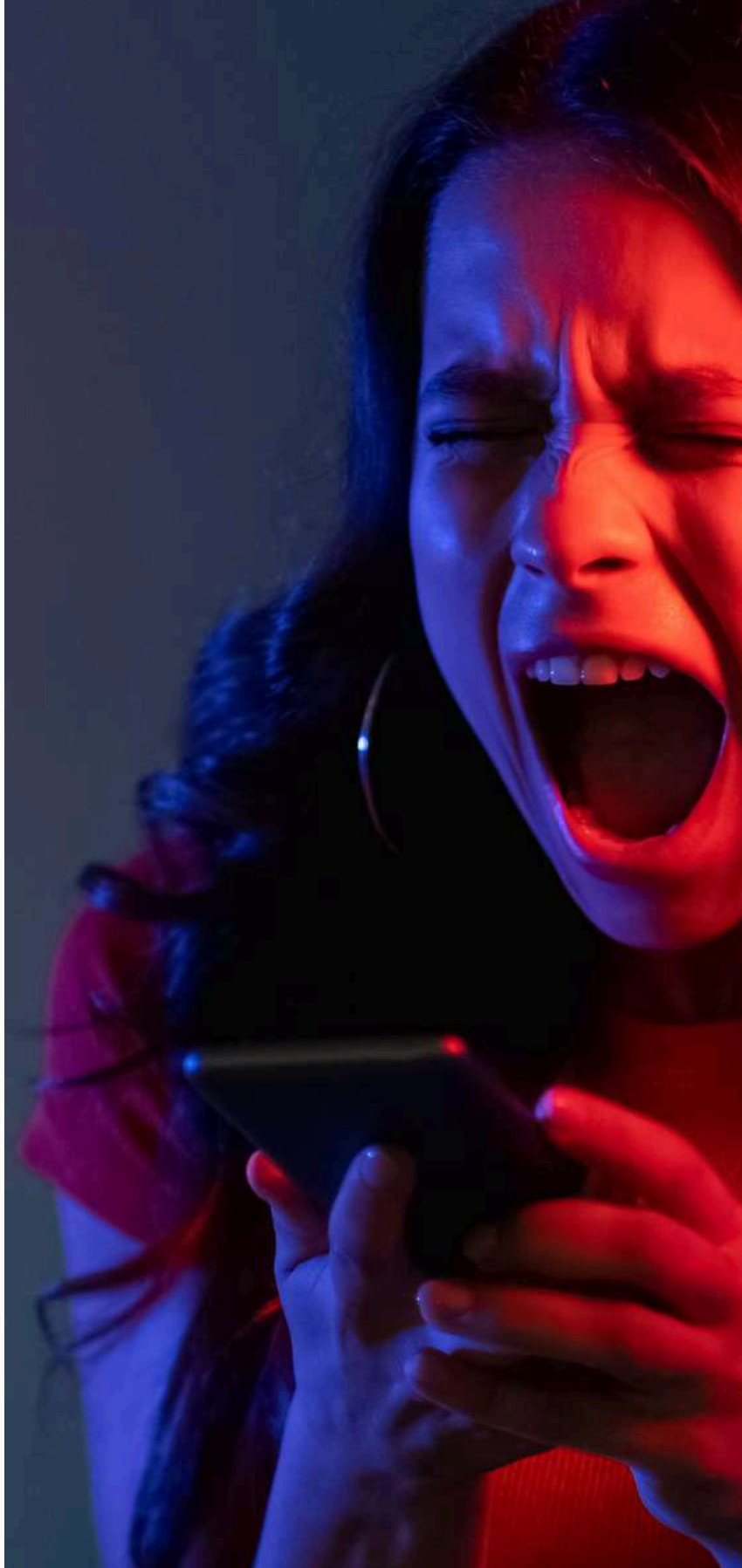
Cevaplar

- Soru 1: B
Soru 2: B
Soru 3: A
Soru 4: C
Soru 5: B





Centrum Wspierania
Edukacji
i Przedsiębiorczości



Co-funded by
the European Union

Avrupa Birliği Tarafından Finanse Edilmektedir. Bununla birlikte, ifade edilen görüş ve görüşler yalnızca yazar(lar) ın görüşleridir ve Avrupa Birliği veya Avrupa Araştırma Yürütme Ajansı'nın görüşlerini yansıtmaması gerekmez. Ne Avrupa Birliği ne de EACEA bunlardan sorumlu tutulamaz.