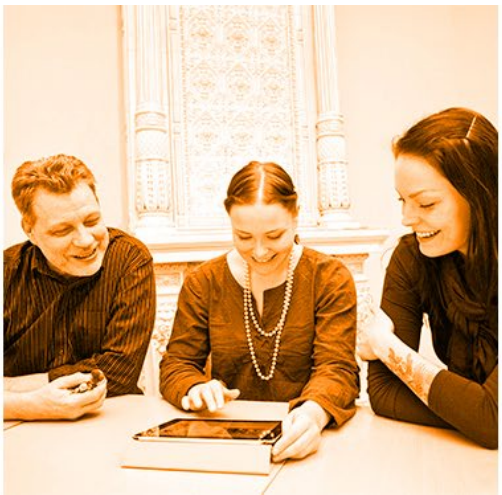
HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

Tämä on rinnakkaistallenne.
This is a self-archived version of the original article.

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä /
To cite this article:

Röksä, Jarmo (2019). "Dopamiinia, dopamiinia ja enemmän dopamiinia" Kuinka meitä koukutetaan someen? Nuorisotyö 2/2019, 20. Suomen Nuorisoseurat.



”Dopamiinia, dopamiinia ja enemmän dopamiinia” - eli kuinka meitä koukutetaan someen?

Sosiaalinen media vie yhä suuremman osan ajastamme. Tilastokeskuksen mukaan 15–24-vuotiaat seuraavat sosiaalista mediaa käytännössä koko ajan. Nuori viettää somessa jopa kahdeksan tuntia päivässä. Somen jatkuva mukanaolo arjessa alkaa murtua vasta yli 35-vuotiaiden ikäryhmissä.

Käyttöajan kasvattaminen on somepalveluiden liiketoiminnan kasvun kannalta välttämätöntä. Mitä enemmän aikaa vietetään palvelussa, sitä enemmän sitä on myytäväksi mainostajille. Siksi palvelut suunnitellaan koukuttaviksi ja houkuttaviksi.

Vilkkuvaloja, konfetteja ja yllättäviä yllätyksiä

Suunnittelijoille käyttöliittymän koukuttavuus on vanha asia. Perinteiset hedelmäpelit vilkkuvaloineen, äänineen ja sattumanvaraisine voittoineen vaikuttavat tutkitusti aivojen dopaamiinitasoon. Peliriippuvuus ja jatkuva tarve palata sosiaaliseen mediaan ovat kolikon kääntöpuolia.

Sean Parker, yksi Facebookin perustajista, myönsi viime vuonna, että yhtiön päätavoite ei ole yhdistää ihmisiä vaan vetää heidän huomionsa pois muualta. Käyttäjiltä halutaan mahdollisimman paljon aikaa ja *tietoista* huomiota. Samalla hän tuli paljastaneeksi, että aivokemia on tuttua koodareillekin: ”Kun joku tykkää tai kommentoi postaustasi, annamme sinulle pienen annoksen dopamiinia”.

Tykkäysten päättymätön himo

Dopaamiini liittyy haluun, himoon ja riippuvuuteen. Se antaa kihelmöivän tuntemuksen siitä, miltä tuntuu, kun halu vihdoin täyttyy. Palkinnon sattumanvaraisuus lisää koukuttavuutta. Koska emme tiedä, mistä postauksesta tulee tykätyin tai onko jossain vieläkin kiinnostavampi juttu, palaamme palveluun lyhyenkin ajan sisällä. Poissa ollessamme viestiäänet ja ikonit houkuttelevat takaisin. Mieti, tarkistatko puhelimesi heti, kun kuulet viestiäänen? Entä tsekkaatko somea liikennevaloissa?

David Brooksin mukaan somepalveluiden (esim. Snapchatin *snapstreak)* tekniikoilla luodaan pakkomielteenomainen kierre, joka pakottaa käyttäjän takaisin. Tuleeko tykkäyksistä pakkotykkäyksiä, kun nuori paniikinomaisesti tykkää aamulla yön aikana saapuneet postaukset ulosjäämisen pelossa?

Päättymättömän vierityksen keksinyt **Aza Raskin** on julkisesti pyytänyt anteeksi keksintöään, jonka ansiosta voimme skrollata käyttöliittymää alemmaksi ja alemmaksi seuraavaa dopamiiniannostamme etsien. Vähentääkseen omaa riippuvuuttaan Raskin käyttää kännykkäänsä mustavalkomoodissa.

Mutta seuraava vaihe on jo täällä. Keinoäly seuraa meitä testaten palvelun huomaamattomien muutosten vaikutusta käyttäytymiseemme. Ne oppivat, mihin väreihin, muotoihin, ikoneihin, ääniin reagoimme herkimmin ja personoivat käyttökokemuksemme juuri meitä koukuttavammaksi.

Kirjoituksen lähteinä on käytetty The Guardiania, BBC:tä, New York Timesia, TechCrunchia, Viestintäliigaa ja Tilastokeskusta.

Artikkelin kuva: Jarmo Röksä