همه مـا می‌خواهیم از زمـان و وقت‌مان به طـور موثر و بدون فوت وقت اسـتفاده کنیـم، به‌خصوص وقتـی در محل کار هسـتیم و با این حال، مطالعات نشـان می‌دهد ۷۷ درصد کارمندان وقتی سرکار هسـتند از شبکه‌های اجتماعی اسـتفاده می‌کنند و برخی از آنها حتی چند ساعت با شـبکه‌های اجتماعی سر و کار دارند



کارمندان چگونه در چرخه بی‌انتهای تماشای محتوای شبکه‌های اجتماعی می‌افتند؟

باتلاق اسکرول



لادن فلاح‌نیا
مترجم

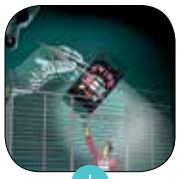
این را تصور کنید: شما به نصف روز کاری خود رسیده‌اید و درست وقتی گزارشی را که باید تمام می‌کردید، دوستی برای شما چند ویدئوی اینستاگرامی سلبریتی‌ها را می‌فرستد. با خود فکر می‌کنید فقط چند دقیقه زمان می‌برد تا آنها را ببینید ولی می‌بینید یک ساعت از زمان شما رفته است. شما مانند یک خرگوش که در چرخ و فلک گیر افتاده، ویدئو پشت ویدئو می‌بینید، درحالی‌که گزارش شما هنوز روی میز مانده است.

همه ما می‌خواهیم از زمان و وقت‌مان به طور موثر و بدون فوت وقت استفاده کنیم، به‌خصوص وقتی در محل کار هستیم و با این حال، مطالعات نشان می‌دهد ۷۷درصد کارمندان وقتی سرکار هستند از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و برخی از آنها حتی چند ساعت با شبکه‌های اجتماعی سر و کار دارند. حتی وقتی کار به خصوصی نداریم، هیچ‌وقت نمی‌نشینیم، گوشی‌مان را روشن کنیم و با این نیت گوشی را دستمان بگیریم: «می‌خواهم دو ساعت تمام تیک‌تاک ببینم!» پس چطور «فقط چندتا ویدئو می‌بینم و می‌روم سراغ کارم» به چندساعت تماشای شبکه‌های اجتماعی می‌رسد؟

برای درک بهتر این‌که چرا مردم در این لوپ تکرار می‌افتند (و چطور می‌توانند خودشان را نجات دهند و سراغ کارشان برگردند)، ما مجموعه‌ای از مطالعات انجام شده بر ۶۴۴۵ دانشجو و بزرگسالان شاغل را جمع‌آوری کرده‌ایم. در این تحقیق، ما سه فاکتوری را که باعث می‌شود تا مردم تصمیم بگیرند به دیدن ویدئوها و عکس‌ها ادامه بدهند و سراغ کارشان نروند را بررسی و مطالعه کردیم: مقدار رسانه‌ای که فرد آن را دیده، شباهت رسانه‌هایی که از آنها بازدید کرده و رفتاری که باعث شده تا رسانه را ببینند. در اولین بخش از تحقیق‌مان، ما علاقه‌مند شدیم بدانیم آیا این لوپ تکرار با دیدن ویدئوهای متعدد قوی‌تر می‌شود یا ضعیف‌تر. ما بازدیدکنندگان پنج موزیک ویدئو یا حتی یک موزیک ویدئو را مشاهده کردیم و بعد از آنها پرسیدیم آیا می‌خواهند ویدئوی دیگری ببینند یا کارهای عقب افتاده‌شان را انجام بدهند. در این تئوری، پیش‌فرض این است افراد از تکرار پنج موزیک ویدئوی مشابه خسته می‌شوند و علاقه‌شان به دیدن موزیک‌ویدئوهای دیگر را از دست می‌دهند. اما در واقع، ما دیدیم خلاف این تئوری صادق است: دیدن پنج ویدئو باعث شده افراد ۱۰درصد بیشتر تمایل به دیدن موزیک ویدئو داشته باشند تا این‌که یک بار یک ویدئو را ببینند. بعد از آن، ما تاثیر طرح‌های ویدئوهایی که مشابه هم بوده و مردم دیده‌اند را بررسی کردیم. ما به مشارکت‌کنندگان همان دو ویدئو را نشان دادیم، اما برای نصف مشارکت‌کنندگان، واضح برچسب همان دسته را نوشتیم (ویدئوهای آموزشی)، درحالی‌که برای دیگر مشارکت‌کنندگان، هیچ نامی روی ویدئوها ننوشتیم. با این آزمایش فهمیدیم طرح ویدئوهایی که نام مشابه دارد ۲۱درصد بیشتر از دیگر ویدئوهای مرتبط توسط افراد انتخاب می‌شود.

در آخر، مشاهده کردیم افراد چگونه بعد از دیدن ویدئوهای مشابه، در مقایسه با همان تعداد ویدئویی که هرازگاهی می‌بینند، برخورد می‌کنند. ما گروهی داشتیم که دو کار را به طور کامل انجام دادند و بعد از آن سراغ ویدئوهای مشابه رفتند، درحالی‌که گروه دیگر چهار کار خود را در حالی کامل انجام داد که مدام سراغ دیدن ویدئوها می‌رفت (این‌طوری: کار، دیدن ویدئو، کار، دیدن ویدئو). به‌رغم این‌که هر دو گروه همان فعالیت‌ها را انجام دادند، این روش‌ها تفاوت بزرگی با هم داشتند: مشارکت‌کنندگانی که ویدئوهای آنها مشابه بود ۲۲درصد بیشتر از کسانی که بین کار و ویدئو رفت و آمد می‌کردند، تمایل داشتند ویدئوهای دیگر را ببینند. این تحقیق نشان داد چرا با اپلیکیشن‌هایی مانند اینستاگرام، تیک‌تاک، یوتیوب و توییتر حواس‌ها سریع پرت می‌شود. این اپلیکیشن‌ها به گونه‌ای طراحی شده‌اند تا بازدیدکنندگان را به تله بیندازند. این اپلیکیشن هر محتواهای بزرگی را به شما نشان می‌دهند که بتوانید در مقیاس بیشتر و بزرگ‌تر محتواهای مشابه‌شان را ببینید و حتی به شما پیشنهاد می‌کنند محتواهای مشابه و موردنظر شما، چه محتواهایی هستند تا این تله حفظ شود.

راه‌هایی پیدا کنید که مانع نشان دادن محتواهای مشابه، تکرار شده و مرتبط با چیزی که دیده‌اید به شما بشود



می‌توانید از یک برنامه زمانبندی شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید تا بعد از یک زمان مشخص مانع دیدن شما از شبکه‌های اجتماعی بشود

درک این‌که چه چیز باعث می‌شود چرخه لوپ تکرار قدرتمند شود می‌تواند ابزاری برای فرار از این چرخه هم شود و این خبر خوبی است. به‌خصوص این‌که، ما خیلی تمایل داریم ویدئوها و عکس‌ها را در یک چرخه بی‌وقفه ببینیم، اگر به یک محتوایی بربخوریم که مشابه باشد و اگر در آن محتوا بدون هیچ توقفی ادامه دهیم.

چطور رها شویم؟

بنابراین، پس برای جنگیدن با این لوپ تکرار تلاش کنید فقط یک ویدئو را ببینید. اگر آنها می‌خواهند ویدئوهای مشابه در سیکل بی‌وقفه ببینید، ویدئوهایی را انتخاب کنید که شباهتی به هم ندارند یا راه‌هایی را پیدا کنید که در بازدید شما وقفه می‌اندازد. استراتژی‌های بی‌شماری وجود دارد که می‌تواند به شما در شکستن این سیکل معیوب کمک کند: می‌توانید از یک برنامه زمانبندی شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید تا بعد از یک زمان مشخص مانع دیدن شما از شبکه‌های اجتماعی بشود. یا یک یادداشت روی میزتان بگذارید که روی آن نوشته‌اید دیگر بازی با گوشی و شبکه‌های اجتماعی بس است یا این‌که در قالب‌های مختلف به خودتان یادآور شوید باید سراغ کارهای دیگرتان بروید. سرانجام، هیچ اشکالی ندارد که یک یا دو کلیپ بچه گربه ببینید، یا چند عکس یا محتوایی که دوستانتان برای شما فرستادند را اسکرول کنید. زمانی این مشکل می‌شود که اسکرول کردن یا دیدن ویدئو و عکس باعث شود از کارهای مهمی که دارید عقب بیفتید. پس، اگر می‌ترسید به چرخه چرخ و فلک خرگوش یا لوپ تکرار بیفتید (یا اگر به این چرخه افتاده‌اید و قصد دارید خودتان را نجات بدهید)، راه‌هایی پیدا کنید که مانع نشان دادن محتواهای مشابه، تکرار شده و مرتبط با چیزی که دیده‌اید به شما بشود. بله، خیلی سخت است، اما غیرممکن نیست و زمانی که بتوانید این کار را انجام دهید و خودتان را از این لوپ نجات دهید، می‌توانید گزارش مهمی که روی میزتان مانده را تمام کنید. گزارشی که خواندید، توسط وبسایت هاروارد بیزینس ریویو تهیه و منتشر شده است.

برگ سبز سواری سایپا ARIOAT مدل ۱۳۹۷ رنگ سفید روغنی شماره پلاک ۴۱۸ ج ۴۴ ایران ۲۰ شماره موتور TNN4G16A/J0049317 شماره شاسی NAS321200J4919685 بنام محمدجواد امیری مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

برگ سبز خودرو سواری هاچ بک کوییک MT سایپا مدل ۱۳۹۹ به رنگ سفید به شماره پلاک ۴۴۸م۷۷ ایران ۴۵ به شماره موتور M15/9000708 و شماره شاسی NAS841100L3354723 بنام کبری شمس‌الدینی لری با کد ملی ۵۸۳۹۸۱۸۸۸۷ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می‌باشد.

کلیه مدارک (سندکمپانی و برگ سبز) وانت زامیاد مدل ۱۳۹۰ به شماره موتور 612972 و شماره شاسی NAZPL140TBO332492 شماره انتظامی ۹۱ ایران ۵۹۹ ج ۶۱ بنام مجاهد قربان‌زاده سین مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

سند کمپانی خودرو سمند سواری رنگ بژ متالیک مدل ۱۳۸۳ شماره موتور 12483113768 شماره پلاک ۷۲ ایران ۳۴۵ س ۸۹ شماره شاسی شاسی 83236540 به نام داود تکاسی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می‌باشد.