**مطالعه موردی : نرم‌افزار انجیل**

اگر فقط دنبال پول یا شهرت هستید احتمالا به هیچ‌کدام نخواهید رسید . اما اگر هدفتان معنادار باشد، ممکن نیست گمراه شوید. بیشتر کارآفرینان برجسته از معنا انگیزه می‌گیرند، دورنمایی برای تعالی که آن‌ها را به پیش می‌راند. در این بخش می‌خواهیم آنچه تاکنون درباره مدل قلاب و ریزجزئیات آن بحث کرده‌ایم را در یک مثال موردی ببینیم. درسی که در نهایت از این نرم‌افزار می‌گیریم این است که چگونه شرکتی فناور، بدون تخطی از اصول اخلاقی بنیان‌گذار آن، عادتی در کاربران ایجاد کرده است.

نرم‌افزاری که می‌خواهیم بررسی کنیم یوورژن[[1]](#footnote-1) نام دارد. یوورژن یک نرم‌افزار انجیل است که گروئن والد[[2]](#footnote-2) مدیرعامل آن است. بازار نرم‌افزار‌های مذهبی به شدت رقابتی است. جست‌وجوی انجیل در فروشگاه نرم‌افزار اپل 5185 نتیجه در پی دارد. اما به نظر می‌رسد که در میان تمام این گزینه‌ها انجیل یوورژن است که انتخاب می‌شود.

دلیل اینکه چگونه این نرم‌افزار توانسته به مقام حکم‌فرمایی بر ((سخن خدا))ی دیجیتال برسد فرای شوق تبلیغ مذهبی است. درباره ابتدای کار گروئن والد می‌توان گفت که نسخه اول یوورژن اصلاً روی تلفن همراه نبود و کار را درقالب وبسایت آغاز کرد و سپس نسخۀ نرم‌افزاری آن را تولید کرد که با این کار متوجه افزایش محسوسی در میزان درگیر شدن کاربران با محصول را شدند. که طبق مطالبی که پیشتر دربارۀ مدل رفتاری فاگ بیان کردیم این اتفاق اصلاً عجیب و دور از انتظار نیست. طبق این مدل کاربران باید محرکی دریافت کنند و انگیزه و توانایی کافی برای انجام دادن آن را داشته باشند. حضور فراگیر نرم‌افزار انجیل دسترس پذیری آن را بسیار بیشتر از نسخۀ وب‌سایتش می‌کند و به کاربران امکان می‌دهد وقتی پیشوای روحانی امر کرد یا وقتی در لحظه‌ای از روز الهامی به سراغشان آمد، نرم‌افزار را باز کنند. کاربران همه جا با خود انجیل را می‌برند و در نامقدس‌ترین مکان‌ها هم متون مقدس می‌خوانند.

**چگونه عادتی طلایی بسازیم ؟**

پس از اینکه نرم‌افزار گروئن والد توانست به موفقیت نسبی دست پیدا کند رقابش از راه رسیدند اگر او می‌خواست حاکم مطلق باشد باید خیلی سریع کاربران را قلاب می‌کرد.

اینجاست که گروئن والد طرح‌های خواندن در نرم‌افزارش بهره می‌گیرد. طرح‌های خواندن برای کسانی که هنوز مطالعه انجیل برایشان روزمره نشده ساختار و رهنمود‌هایی مطرح می‌کند. در واقع بخش‌هایی از متن را جدا می‌کند و آن‌ها را به شکل لقمه‌های کوچکی کنار هم می‌چیند با اینکار ذهن خواننده روی کار کوچکی متمرکز می‌شود و دلهرۀ خواندن تمام کتاب را از کاربر دور می‌کند.

**محرک های مقدس**

پنج سال آزمایش و اصلاح به تیم گروئن والد کمک کرده است بفهمند چه چیزهایی بهتر جواب می‌دهد. گروئن والد همواره سعی می‌کند نشانه‌های مؤثری بفرستد تا کاربرها هر‌روز نرم‌افزار را باز کنند او می‌گوید محرک‌ها نقش مهمی در تمامی طرح های خواندن ایفا میکنند.

در طرح خواندنی که خودم انتخاب کرده‌ام، به طور روزانه روی تلفن همراهم اعلان می‌گیرم-محرک خارجی اعتباری. متن اعلان خیلی ساده‌است، ((یادت نرود طرح خواندن اعتیاد هارا بخوانی.)) کنایه آمیز است، زیرا اعتیادی که دارم سعی می‌کنم کنار بگذارم وابستگی‌ام به وسایل الکترونیکی است. اما ایرادی ندارد، اگر به هر دلیلی از پیام اول طفره بروم، علامت قرمزی روی آیکون انجیل مقدس روی تلفن همراهم ظاهر می‌شود و به من یادآوری می‌کند.

این نرم‌افزار انجیل چیزی شبیه به حضار کلیسا هم دارد. اعضای سایت معمولاً کلمات دلگرم کننده‌ای برای یکدیگر می‌فرستند و با این کار محرک‌های بیشتری ایجاد می‌کنند. این محرک‌های خارجی رابطه محوری که در گوشه و کنار نرم‌افزار انجیل به چشم می‌خورند یکی از کلیدهای اصلی نگه داشتن کاربران به حساب می‌آیند.

**زنده باد داده**

تیم گروئن والد داده‌های رفتاری جمع‌آوری شده از میلیون‌ها خواننده را غربال می‌کنند تا درک بهتری از انتظار کاربران نرم‌افزارشان داشته باشند. از مهم‌ترین مسائلی که آن‌ها از داده‌ها می آموزند اهمیت ((سهولت استفاده)) است. نرم افزار انجیل برای هرچه ساده‌تر کردن درک کلمات مقدس طراحی شده‌است ؛ مثلا، کاربرانی که شنیدن را به خواندن ترجیح می‌دهند می‌توانند برای ساده‌تر کردن عادت‎کردن به نرم افزار انجیل آیکون کوچکی را بفشارند تا قطعۀ صوتی متن را با صدا دلنشین خود چارلتون هستون[[3]](#footnote-3) بشنوند.

**پاداش های خداوند**

گروئن والد می‌گوید که ارتباطی که آدم‌ها با متون مقدس دارند دست روی احساسات عمیقی می‌گذارد که (( باید با آن‌ها مسئولانه برخورد کنیم)). خوانندگانی که به استفاده از نرم‎افزار عادت می‌کنند فقط وقتی که اعلانی روی تلفن همراهشان بیاید به سراغ آن نمی روند بلکه وقتی غمگین باشند و به دنبال تقویت روحیه بگردند نیز از این نرم‌افزار استفاده می‌کنند.

گروئن والد می‌گوید، (( ما معتقدیم خداوند از طریق انجیل با ما صحبت می‌‌کند. وقتی مردم بندی از انجیل را می‌بینند، خرد و حقیقتی را می‌بینند که به درد زندگی خودشان یا موقعیتی که درگیرش‌اند می‌خورد.)) شک‌گراها ممکن است اسمش را اعتبار بخشی ذهنی[[4]](#footnote-4) بگذارند و روان‌شناسان آن را اثر فورِر[[5]](#footnote-5) می نامند. اما برای ایمان آورندگان به معنی ارتباط شخصی با خداوند است.

وقتی کاربر با بازکردن انجیل، بندی را می‌بیند که مختص اوست کلمات تسلی بخش انجیل می تواند در نقش جایزه‌ای برای کاربر باشندکه درون نرم‌افزار کارگذاشته شده است. همچنین زمانی که بندی تمام شد جمله رضایت بخش (( امروز تمام شد.)) روی صفحه نمایش داده می‌شود که پاداشی برای کاربر است. از قلم انداختن یک روز به قیمت شکستن زنجیرۀ روزهای علامت خورده تمام می‌شود، یعنی استفاده از چیزی که روانشناسان اسمش را اثر پیشرفت بادآورده گذاشته‌اند.

برای کمک به انتشار بیشتر این نرم‌افزار، در صفحۀ اول قطعه جدیدی به استقبال خواننده می‌آید. زیر این بند روی دکمۀ آبی بزرگی نوشته شده است، (( قطعه امروز را به اشتراک بگذارید)) کافی است یک بار روی آن ضربه بزنید تا متن روزانه تان به دست فیسبوک یا توییتر سپرده شود. در واقع اشتراک‌گذاری آن‌قدر لذت‌بخش است که مطالعه‌ای دریافته است ((آدم‌ها مایل‌اند از پول چشم بپوشند تا دربارۀ خودشان حرف بزنند.))

همان‌طور که در بخش سرمایه‌گذاری اشاره شد در این نرم‌افزار نیز هربار که کاربران نظرشان را ثبت می‌کنند، جایی از کتاب را نشانه گذاری می‌کنند یا چیزی از داخل نرم‌افزار به اشتراک می‌گذارند، عملاً روی آن سرمایه‌گذاری می‌کنند.

در این بخش تمام وجوه قلاب که هرکدام را به تفصیل بررسی کردیم در یک مثال موردی، نشان دادیم.

1. YouVersion [↑](#footnote-ref-1)
2. Bobby Gruenwald [↑](#footnote-ref-2)
3. Charlton Heston [↑](#footnote-ref-3)
4. Subjective validation [↑](#footnote-ref-4)
5. The Forer effect [↑](#footnote-ref-5)