



דן אריאלי

מומחה להחלטות חשובות

איך משכנעים ילדים לנסות?

במסגרת עמותת "ילדים בסיכוי" אני מפעילה פרויקט של הוראת מינוניות יסוד לילדי פנימיית ילדי עולים מאזרחיפיה אינם משתפים פעולה, והכלים שלנו לא יעילים איתם. האם יש לנו סיכוי לתת להם סיכוי?

עליזה היקרה,

דבר ראשון, אני מבין שיש ילדים שאיתם הכי לים שלכם כן יעילים, והוא לא דבר של מה בכך. באופן כללי, לילדים בגיל בית הספר קשה מאוד לשתף פעולה עם תוכניות חינוכיות. למעשה לאנשים בכלל קשה לחשוב לטוב הארוך ולהתאמץ עכשיו כדי שחיהם יהיו טובים יותר מחר, או בעוד עשר שנים.

קשה לנו לדעת מה עלינו לעשות עכשיו כדי להיות בריאים יותר בעוד 20 שנה, וגם כשאנחנו יודעים את זה, קשה לנו להתחייב לשגרה של אכילה נכונה והתמלחות. קשה לנו גם לחייב את עצמנו, ואצל ילדים זה תמיד עוד יותר קשה. עד היום לא מצאנו דרך שבה לילדים תהיה מוטיבציה אמיתית להיות בבית הספר. גם לא מצאנו דרך לגרום לאנשים להעדיף אכילת בריאה.

לכן משתמשים בשיטות אחרות כדי לעורר רגשות מוטיבציה. ילדים לא לומדים כדי לדעת, הם לומדים כדי להיחלץ מעונש. הם לומדים בשביל חיוקיים מההורים או המורכים כפי נהוג, הם לומדים כדי לרצות את המורים, ולפעמים למען דברים אחרים. באנגלית קוראים לה Reward Substitution, חיוק חלופי, אם תרצי. והרעיון מאחורי השיטה הזאת הוא לחשוב מה הסיבות האחרות שיגרמו לילדים ללמוד, או לחוליים לקחת תרופה עם תופעות לוואי מציקות, או לאנשים לחסוך באנגריה. וההסבר של "כמה זה חשוב" לא נותן מניע חזק מספיק.

לכן, מה שלא עובד עם הילדים האתיופיים הוא החיוק החלופי שבו אתם משתמשים. והפתרון לא נמצא דווקא בתוכנית חינוכית זו או אחרת, אלא בהיכרות עם הילדים האלה, ובניסיון להבין מה עורר מניע אצלם. האם הם רגישים במיוחד לקשר עם ההורים שלהם? האם הם רגישים במיוחד למה שחבריהם לכיתה או לחודר חושבים עליהם? האם הם רגישים לנזק דת וציונים? לתחרות? חשבי איהו דבר שחשוב להם, מחייבים ועולמם, אפשר לצרף לעניין ובעזרתו לייצר חיוק שיעלה את המוטיבציה שלהם ללמוד למענו, אפילו בלי שידעו שבאותו הזמן הם בעצמם לומדים למענו.

פרופ' אריאלי הוא חוקר כלכלה התנהגותית ומחבר רבי המכר "לא רצונו ולא במקרה" ו"לא רצונו אבל לא נורא" שאולת לדן אריאלי: askdan@calcalist.co.il



בלדד השוחי

חוזר עם תשובה



איור: ענת מנדל

האם היתה בעבר עוד אנושות?

אם המין האנושי ייעלם, בתוך כמה שנים ייעלמו כל העקבות שלנו? והאם ייתכן שלפני עידנים, מיליוני שנים לדוגמה, חיה כאן אנושות אחרת שבינתיים נכחדה ונעלמה? **גיא כי**

גיא היקרה,

לפי כל העדויות, החיה הקדומה ביותר שנקראה "אדם" (או "הומו" בלי טיב) הופיעה לפני כשני מיליוני שנים, ולפני חמישה מיליונים עוד הסייבובים שלה יצרו פרוותי שהוא האב הקדמון של האדם המודרני. אז אתה יכול לשכוח מתרבויות אנושיות קודמות יותר.

אם נשקף אחורה כמה עשרות מיליוני שנים, לא נמצא אנשים אלא דינוזאורים. ואת זה אנחנו יודעים כי הדינוזאורים, שלא עשו אפילו אחוז מהבלגן הסביבתי שהמין האנושי עושה, הותירו שפע של עקבות שאנחנו מסוגלים לקרוא עד עצם היום הזה. אם נחפור קצת יותר לעור, נמצא למצוא מאובנים שאינם אלא עקבות של חירדיקים כאלו שחיו כאן לפני טריליוני שנים, בערך בתקופה שבה החיים על פני כדור הארץ החלו. ואם המאובנים שאתה קורא באינטרנט גורמים לך לחשוב שהעקבות שלנו יחזיקו פחות זמן מאלה של החירדיקים, כדאי שתתחיל לקרוא משהו אחר.

נכון, אם כל בני האדם יקומו מחר בבוקר ופשוט ילכו להם למקום אחר, בתוך כמה מאות שנים תתקשה להבחין שהיה פה משהו. ללא תחזוקה, גורדי שחקים יתפרקו, כבישים יתמוטטו, והטיבע הפראי יכבוש בחורה כל שעל שבני האדם גילו ממנו. מרענים משערים שב

שאלות לבלדד השוחי: askbildad@calcalist.co.il



שיזף רפאלי

מתבונן בעולם החדש

היום שבו מתו השווקים

המהפכה הקמעונאית התעכבה, אבל הנה היא באה

מחקרים מראים שהקונה הישראלי נוטה לחפש מוצרים וליברוק מחירים באינטרנט – אבל בבואו לקנות ממש, הוא מעדיף לכתת רגליים לייצר את הפיזיות ולקנות שם. לא ברור אם הישראלים חריגים בעניין זה, או שהם שמרנות שלנו היא סטנדרט מקובל. מכל מקום, הנהוג היה זכה לשם המקצועי ROPO (Research Online, Purchase Offline): חפש וקנה באופן מקוון, אבל קנה ממש רק בחנות פיזית.

מי שירוויח מדעיכת החנויות הפיזיות יהיו המובילים של הסחורה מן המוכר לקונה: שירותי דואר, חברות שליוחיות ודומיהם. אבל אפילו אותם באמצעות הדפסה בתלת-ממד

ROPO מבטא שמרנות ודבקות בשיטת הקנייה המסורתית. הוא מבשר את העובדה שקניות באינטרנט לא סוחפות את כל השוק, בניגוד לציפיותיהם של רבים. לפי ROPO, הקונה הישראלי (ורבים כמותו) אינו מתכוון לוותר על שופינג בשיטות הישנות והמוכרות, מה שהיה הוא שיהיה, והזירה הקמעונית נאית תישאר ללא שינוי.

אבל יש מי שחושב אחרת: אנליסטים וחוקרים, וגם משקיעים לא מעטים, עורכים דווקא למהפכה. על פי אלה, ROPO הולך ונרחק בידי מגוון טכנולוגיות חדשות שמביטות ליעצב מחדש את הקנייה החיבור בין הפופולריות העצומה של פלטפורמים הכממים,

ובין צמיחתם של אמצעי תשלום חדשים, טכנולוגיות זיהוי מקום, כלי "מציאות מוגברת" (Augmented Reality) ומרפסות תלת-ממדיות, מצייר מחדש את מפת הקמעונאות.

מרבית החידושים כבר מדוברים שנים, אבל מבשילים רק כעת. למשל, מבי טיחים לנו כבר עשור שאפשר היה להדפיס מוצרים מסוימים אצל הלקוח, במקום לייצר אותם במפעל ולשנעם. והנה השנה, לראשונה, התפתחה ההרפסה בתלת-ממד לכלל היתכנות מסחרית: חברת 3D סיסט' מס השיקה את Cubify, מרפסת התלת-ממד לייצור הדפסה מרחוק של כלי אוכל, בגדים, ואפילו חלקי חילוף פלסטיים.

גם הטכנולוגיה של חנויות וירטואליות הפכה לממשות בשנתיים האחרונות: סופ'מרקטים מדומים של ענקיות השיווק טסקו מציגים את כל המצרכים על מסכים או פוסטרים בתננות רכבת תחתית של ערים גדולות בבריטניה ובקוריאה. מי שרוצה יכול לצלם את הקוד שליד כל מוצר, לשגר לחברה, ולקבל את המשלוח הביתה – פעמיים רבות עוד לפני שהגיע בעצמו.

"הגברת מציאות", שהיא הדמיה ממוחשבת של מציאות, מאפשרת לקונים הפוטנציאליים להתרשם ולהתנסות במוצר כמו בגד או רהיט בצורה חיה ומוחשית יותר מן התמונות הדומיות שבקטלוגים של העבר, ובלי להטריחם לחנות.

הקריאה המוכרת מן השווקים היא "לא לגעת בסחורה", אבל במחנה יהודה

ובשוק הכרמל יודעים שאחד מקסמי השוק הוא דווקא האפשרות למשש, להריח, לטעום ולמדוד. ROPO הוא כרגע השיטה הרווחת, כי הקונים רוצים לגעת. אפשר להמר שכלל ההקמעונאות המקוונת תאפשר יותר מן החוויה של קרבה פיזית למוצר, כך יתקרב סופם של השווקים הפיזיים.

כאשר שיעור גדל והולך של מוצרים מוזהב באמצעות שבבי RFID, המוכר יודע יותר על המלאי שברשותו בזמן אמת. כאשר אמצעי התשלום הולכים ונעשים אלקטרוניים, ושיטות התשלום הוותיקות נדחקות מפני שיטות שאינן מחייבות נוכחות פיזית, הדבר מייצר שינוי הן במעקב אחר מי שילם תמורת מה ומתי, הן ביכולת לסחור בכמויות גמישות יותר ובמחירים נערים יותר, והן בעצם הנחיצות של חנות פיזית.

מי שעומדים להרוויח מזה הכי הרבה יהיו המובילים של הסחורה מן המוכר לקונה – שירותי דואר, חברות שליוחיות ודומיהם. אבל אפילו את אלה אפשר יהיה לעקוף באמצעות טכנולוגיית ההדפסה בתלת-ממד.

עד לפני כשני עשורים, עליית הקניונים עיצבה מחדש את מרכזי הערים והרחובות הראשיים (ולא בהכרח לטובה). רבים מאלה עומדים היום נטושים כתר צאה מן השינוי העמוק בהרגלי הקנייה. העיצוב האלקטרוני החדש של חנויות, זה שמתרחש בימינו אלה, יהיה בעל השפעה עצומה בהרבה.

פרופ' רפאלי הוא ראש מרכז שניא לחקר האינטרנט באוניברסיטת חיפה. sheizaf.rafaeli.net

תורת המספרים

הסטטיסטיקה של החיים

מה כוחה של אמונה טפלה?

רוב האנשים יודעים שאמונות טפלות אינן רציונליות. ובכל זאת, רבים מקיימים טקסים קטנים של אמונות טפלות כגון משיכה בשער ושילוב אצבעות. ליתר ביטחון, ומתברר שזה עוזר. מחקר של אוניברסיטת קלן בגרמניה גילה שאנשים שמצמידים על עצמם כבעלי אמונות טפלות מצליחים יותר במשימות פשוטות כאשר הם מאמינים ש"מחזיקים להם אצבעות", ומיטיבים לפנות במטרה כשנאמר להם שהם זורקים "כדור מול".

השערת החוקרים היא שקמעות וטקסים משפרים את ביטחונם העצמי של אנשים, ועוזרים להם יותר משהיה נרמה בעבר.

גל חן

מספר הפגיעות במטרה של נסיינים:
6.4 נסיינים שהשתמשו ב"כדור מול"
4.7 נסיינים שהשתמשו בכדור ניטרלי

הזמן שלקח לנסיינים לפתור 36 מבוכי כדור פשוטים:
192 נסיינים שחשבו שמחזיקים להם אצבעות שניות
320 נסיינים שלא חשבו שמחזיקים להם אצבעות שניות