

How to make learning as addictive as social media



چگونه یادگیری را مثل رسانه‌های اجتماعی اعتیادآور کنیم؟

در دنیای امروز، یادگیری به یکی از چالش‌های مهم تبدیل شده است. با وجود تکنولوژی‌های پیشرفته و رسانه‌های اجتماعی که توجه ما را به خود جلب می‌کنند، چگونه می‌توانیم یادگیری را به یک تجربه جذاب و اعتیادآور تبدیل کنیم؟ در این مقاله، به بررسی روش‌ها و تکنیک‌هایی می‌پردازیم که می‌تواند یادگیری را به فرایندی سرگرم‌کننده و مفید تبدیل کند، با تمرکز بر تجربه لویی وان آن، بنیان‌گذار Duolingo.

چرا یادگیری زبان؟

لویی وان آن (Luis von Ahn)، بنیان‌گذار دوولینگو، در شروع کار خود بر این موضوع تمرکز کرد که چرا یادگیری زبان خارجی را انتخاب کند. او اشاره کرد که حدود دو میلیارد نفر در حال یادگیری زبان خارجی هستند و بیشتر این افراد زبان انگلیسی را یاد می‌گیرند. این واقعیت نشان می‌دهد که یادگیری زبان می‌تواند در بسیاری از کشورها

به افزایش پتانسیل درآمد کمک کند.

وان آن به این نکته اشاره کرد که یادگیری زبان می‌تواند به صورت مستقیم بر درآمد افراد تاثیر بگذارد. به عنوان مثال، یک گارسون که زبان انگلیسی یاد می‌گیرد می‌تواند در یک هتل کار کند و درآمد بیشتری کسب کند. این در حالی است که در سایر زمینه‌ها، مانند ریاضیات، معمولا لازم است که فرد ابتدا چندین درس دیگر را یاد بگیرد تا بتواند به یک شغل با درآمد بالا دست یابد.

مدل فریمیوم دوولینگو

دوولینگو برای تسهیل یادگیری زبان، از مدل فریمیوم استفاده می‌کند. به این معنی که کاربران می‌توانند به صورت رایگان از تمام محتوا استفاده کنند، اما در صورت تمایل می‌توانند اشتراک بخرند تا از تبلیغات خلاص شوند. این مدل به نوعی به توزیع ثروت کمک می‌کند، زیرا کاربران ثروتمندتر هزینه اشتراک را پرداخت می‌کنند و به کاربران کم‌درآمدتر اجازه می‌دهند تا به رایگان از خدمات استفاده کنند.

اگرچه دوولینگو دنبال ارائه آموزش زبان از طریق موبایل است، اما با چالش‌های بزرگی نیز مواجه است. یکی از این چالش‌ها این است که اپلیکیشن‌های موبایل به شدت اعتیادآور هستند. به عنوان مثال، اپلیکیشن‌هایی مانند تیک‌تاک و اینستاگرام می‌توانند توجه کاربران را به خود جلب کنند و یادگیری را به چالش بکشند.

استفاده از تکنیک‌های روانشناختی

وان آن به این نکته اشاره کرد که دوولینگو از تکنیک‌های روانشناختی مشابهی استفاده می‌کند که در رسانه‌های اجتماعی و بازی‌های موبایلی برای جذب کاربران به کار می‌رود.

قدرت استریک‌ها

استفاده از استریک (streak) یا شمارش تعداد روزهایی که کاربر به‌طور مداوم از اپلیکیشن استفاده کرده است، یکی از این تکنیک‌هاست. استریک‌ها می‌توانند کاربران را به بازگشت روزانه به اپلیکیشن ترغیب کنند. در دوولینگو، بیش از سه میلیون کاربر وجود دارند که استریک‌هایشان بیشتر از ۳۶۵ روز است. این نشان می‌دهد که استریک‌ها می‌توانند به حفظ انگیزه و یادگیری روزانه کمک کنند.

نقش یادآوری‌ها

یادآوری‌ها نیز یکی دیگر از ابزارهای موثر در دوولینگو هستند. این یادآوری‌ها به‌طور هوشمندانه و با استفاده از هوش مصنوعی زمان و محتوای مناسب را برای یادآوری انتخاب می‌کنند. به عنوان مثال، بهترین زمان برای ارسال یادآوری، ۲۴ ساعت پس از آخرین استفاده کاربر است.

یادآوری‌های غیرمستقیم

دوولینگو همچنین از یادآوری‌های غیرمستقیم برای ترغیب کاربران به بازگشت به اپلیکیشن استفاده می‌کند. به عنوان مثال، اگر کاربری به مدت هفت روز از اپلیکیشن استفاده نکند، یادآوری‌ها متوقف می‌شوند و به کاربر اطلاع داده می‌شود که یادآوری‌ها دیگر کار نمی‌کنند. این نوع یادآوری‌ها می‌توانند کاربران را به بازگشت وادار کنند.

استفاده از شخصیت‌های جذاب

دوولینگو همچنین از یک شخصیت برای ایجاد تعامل بیشتر با کاربران استفاده می‌کند. این شخصیت فعالانه کاربران را ترغیب به یادگیری می‌کند و به نوعی به آن‌ها احساس مسئولیت می‌دهد. این نوع تعامل می‌تواند به ایجاد حس تعلق و انگیزه در کاربران کمک کند.

طنز و سرگرمی در یادگیری

دوولینگو با استفاده از طنز و سرگرمی در محتوای خود، یادگیری را برای کاربران جذاب‌تر می‌کند. این نوع رویکرد می‌تواند به کاربران کمک کند تا با انگیزه بیشتری به یادگیری ادامه دهند.

آینده یادگیری با دوولینگو

وان آن در پایان سخنرانی خود به این نکته اشاره کرد که هدف او این است که یادگیری زبان را به یک تجربه سرگرم‌کننده و مفید تبدیل کند. او امیدوار است که با استفاده از تکنیک‌های مشابه، بتوان یادگیری سایر موضوعات مانند ریاضیات و علوم را نیز بهبود بخشید.

پیشنهاداتی برای یادگیری بهتر

- استفاده از تکنیک‌های gamification برای ایجاد انگیزه در یادگیری
- ایجاد یک سیستم پاداش برای تشویق به یادگیری مداوم
- استفاده از یادآوری‌ها برای حفظ پیوستگی در یادگیری
- ایجاد حس جامعه و رقابت سالم بین کاربران
- استفاده از طنز و سرگرمی برای جذاب‌تر کردن محتوا

نتیجه‌گیری

یادگیری نباید یک کار خسته‌کننده باشد. با استفاده از تکنیک‌های مناسب و رویکردهای نوآورانه، می‌توان یادگیری را به یک تجربه جذاب و دلپذیر تبدیل کرد. دوولینگو نمونه‌ای از موفقیت در این زمینه است و امیدواریم که این رویکردها بتوانند در سایر حوزه‌ها نیز به کار گرفته شوند.