

מקבלים החלטות לשנה החדשה? המחקר שיעזור לכם גם לעמוד בהן

תחילת שנה היא הזדמנות שרבים מנצלים להצבת יעדים: להתאמן יותר, לרדת במשקל, להחזיר חוב או לשתות פחות אלכוהול • אז למה רבים כל-כך מתקשים להגיע למטרה? • מתברר שהרבה תלוי באופן שבו מגדירים את היעד

יאנה שכטרמן אמיר גרינשטיין 03.09.2021 **גלובס**

אמילק: תקציר המחקר בארבע משפטים

תחילתה של שנה חדשה מציעה לנו הזדמנות לעצור רגע ולחשוב על החיים שלנו ועד כמה אנחנו שבעי רצון מהשגרה, ההישגים, ממערכות היחסים ומאורח החיים שלנו. רבים מאיתנו מנצלים את ההזדמנות להסתכלות עתידית ולקביעת יעד או מטרה שאותה אנחנו רוצים לממש בשנה הבאה.

היעד יכול להיות שינוי התנהגותי שיביא לנו הישג או מטרה שאנחנו רוצים להשיג: להתאמן יותר, לרדת במשקל, לסגור את החוב, לשתות פחות אלכוהול או לעשות יותר מדיטציה. אולם למרות שההישג שאנו חולמים לממש כל-כך חשוב לנו, רבים מתקשים לממש אותו. מתברר שהרבה תלוי באופן שבו אנחנו מגדירים את היעד לעצמנו.

הכול עניין של הגדרה

מחקר משנת 2017 מצא כי לדרך שבה הגדרתם את היעד, בצורה ספציפית או כללית, יש חשיבות רבה בהעלאת סיכויי ההצלחה, בשל ההשפעה על רמת המוטיבציה שלנו. המחקר מצא כי כשיש לנו מטרות ספציפיות מוגדרות (למשל להוריד שלושה קילו בחודש, לחסוך 500 שקל מדי חודש), היעד שאליו שואפים הופך להיות בולט יותר, מייצר מוטיבציה ומגביר הצלחה.

לעומת זאת במטרות כלליות ולא-ספציפיות (להקטין חובות, לרדת במשקל) הישג קטן מקטין את המוטיבציה שלנו להמשיך, ובכך גם משפיע על סיכויי ההצלחה שלנו לשינוי אמיתי.

עורכי המחקר ביצעו כמה ניסויים, מהם נתמקד בשניים. הראשון היה ניסוי מעבדה, ובו התבקשו המשתתפים לקרוא מקבץ של טקסטים קצרים ולמצוא בהם טעויות כתיב. כל טקסט נקרא פעם אחת, וניתנה למשתתפים רק הזדמנות אחת לקרוא ולמצוא את הטעות בטקסט.

המשתתפים חולקו לשתי קבוצות: הראשונה התבקשה למצוא 10 טעויות כתיב בשורה, להלן קבוצת היעד הספציפי. הקבוצה השנייה התבקשה למצוא כמה שיותר טעויות בשורה, להלן קבוצת היעד הכללי (הלא ספציפי). אחרי כמה בדיקות של טקסטים, עצרו עורכי המחקר את הניסוי ואמרו לנסיינים כי הטקסטים הבאים יהיו קשים יותר, ואם הם לא יצליחו למצוא טעויות בטקסטים אלו הם יכולים לעזוב ולוותר על המשימה.

מי התייאש ראשון

בטקסטים הבאים לא היו כלל טעויות כתיב ובעקבות זאת כל הנסיינים נטשו את המשימה בסופו של דבר. החוקרים מדדו כמה זמן לקח לכל אחד מהמשתתפים לנטוש את המשימה ומצאו כי למשתתפים בקבוצה עם היעד הספציפי, לקח הרבה יותר זמן להתייאש ממצאת הטעויות, לעומת אלו בקבוצת היעד הכללי.

בקרוב הנסיינים שמצאו הכי הרבה שגיאות, אלה בקבוצה עם היעד הספציפי המשיכו עוד 188 שניות בממוצע לעומת 78 שניות בממוצע בקרב הקבוצה עם היעד הכללי. בקבוצת היעד הספציפי, ככל שמצאו המשתתפים יותר טעויות, כך גם עלתה המוטיבציה שלהם להמשיך לחפש, והם עבדו קשה יותר כדי למצוא טעויות כתיב שלא היו קיימות. אולם בקרב המשתתפים בקבוצת היעד הכללי קרה תהליך הפוך: ככל שמצאו יותר טעויות, כך פחתה המוטיבציה שלהם להמשיך לעבור על הטקסטים הקשים ולמצוא בהם טעויות.

זאת אומרת כי כאשר למשתתפים הייתה מטרה ספציפית, התקדמות בהשגתה הגבירה את המוטיבציה שלהם. ככל שמצאו יותר טעויות כך עלתה רמת המאמץ שהשקיעו בהמשך להשגת היעד. בקרב המשתתפים בקבוצה עם המטרה הכללית, לעומתם, התקדמות בהשגת היעד הקטינה את רמת המוטיבציה שלהם.

בנוסף כאשר היעד היה יותר מאתגר, ירדה המוטיבציה בקרב המשתתפים בקבוצה עם המטרה הכללית, בעוד המשתתפים בקבוצה עם המטרה הספציפית הראו מוטיבציה גבוהה יותר: הם בילו זמן רב יותר בקריאת הטקסטים ומציאת הטעויות שלא היו לפני שהתייאשו ונטשו.

הניסוי השני שחזר אותם ממצאים. הפעם נערך הניסוי על יעדי החזרת חובות. גם כאן התחלקו המשתתפים לשתי קבוצות: אחת עם יעד ספציפי: "הגדילו את ההחזר החודשי ב-500 דולר בחודש", והשנייה עם יעד כללי: "החזרו סכום נוסף, עד כמה שניתן."

גם כאן מצאו החוקרים שהתקדמות בהשגת היעדים בקרב משתתפי הקבוצה עם היעד הספציפי הגבירה את המוטיבציה להמשיך להחזיר את החוב ולהגדיל את ההחזר החודשי. אולם בקבוצה עם היעד הכללי, התקדמות בהשגת היעד דווקא הורידה את המוטיבציה להמשיך ולסגור את החוב עם ההחזר החודשי.

פרופ' אמיר גרינשטיין מרצה וחוקר שיווק ויזמות באוניברסיטת Northeastern בבוסטון ו-VU באמסטרדם. כותב בטוויטר על מחקר התנהגותי AmirGrinstein@. יאנה שכטרמן היא יועצת ארגונית ומאמנת מנהלים ומלמדת באוניברסיטת Northeastern בבוסטון
yanashechterman.com