

چرا دیگه مثل قدیما، خوشگلی باعث افزایش فالوئر نمی‌شه؟



یه مدتی تو اینستاگرام، بلاگرها و اینفلوئنسرهایی که یه زمانی واقعا برای خودشون تو اینستاگرام برو و بیایی داشتن رو نگاه می‌کنم.

از دور خارج شدن به وضوح پیدا است و عدد و رقم‌های پیجشون هم اثبات‌کننده این موضوعه.

اما علت این خارج شدن از دور چیه؟



اینستاگرام توی روزهای اولش تمرکز اصلیش رو روی «تصاویر» گذاشته بود.

برای همین کسانی که بلد بودن عکس‌های زیبا بندازن، خوشگل بودن یا عکاسی و قاب‌های زیبا براشون یه جور سرگرمی محسوب می‌شد توی همون روزهای اول رشد خیلی خوبی داشتن.



سر همین خوشگلی و عکس‌های زیبا،
اینستاگرام همه ساختار کارکرد
الگوریتمش رو برده بود سمت تعامل.
یعنی لایک و کامنت ملت. (این رو هنوز
هم داره)

چرا دیگه برام کامنت نمی‌ذاری؟

حال ندارم!



بلاگر



مخاطب



فیسبوک و اینستاگرام، مخصوصا فیسبوک، تا سال های سال یکه تاز این زمین بازی بودن. بواسطه همین یکه تاز بودنشون، تعیین کننده ترندها، نحوه تعامل کاربر و به طور کلی رفتارشان رو تعیین می کردند. این دو رسانه اجتماعی متوجه شده بودند که «تعامل» کلیدی ترین راه نگره داشتن آدم هاست. برای همین الگوریتمشون به پست هایی که آدم ها تعامل بیشتری باهاش برقرار کرده بودن توجه بیشتری نشون می داد.



تا اینجا منظورمون از «تعامل» لایک و کامنته.
تا اینکه تیک تاک اومد و بازی رو عوض کرد و
نشون داد که خوشگلی و عکس‌های ناز برای
کسی نون و آب نمی‌شه.

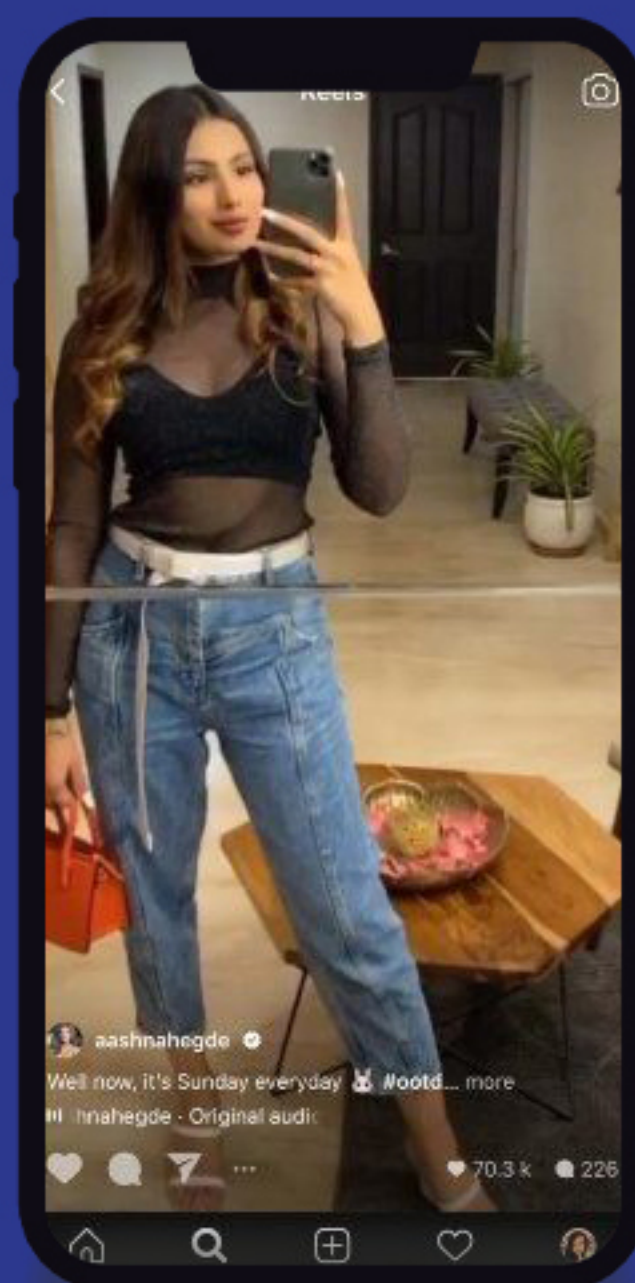
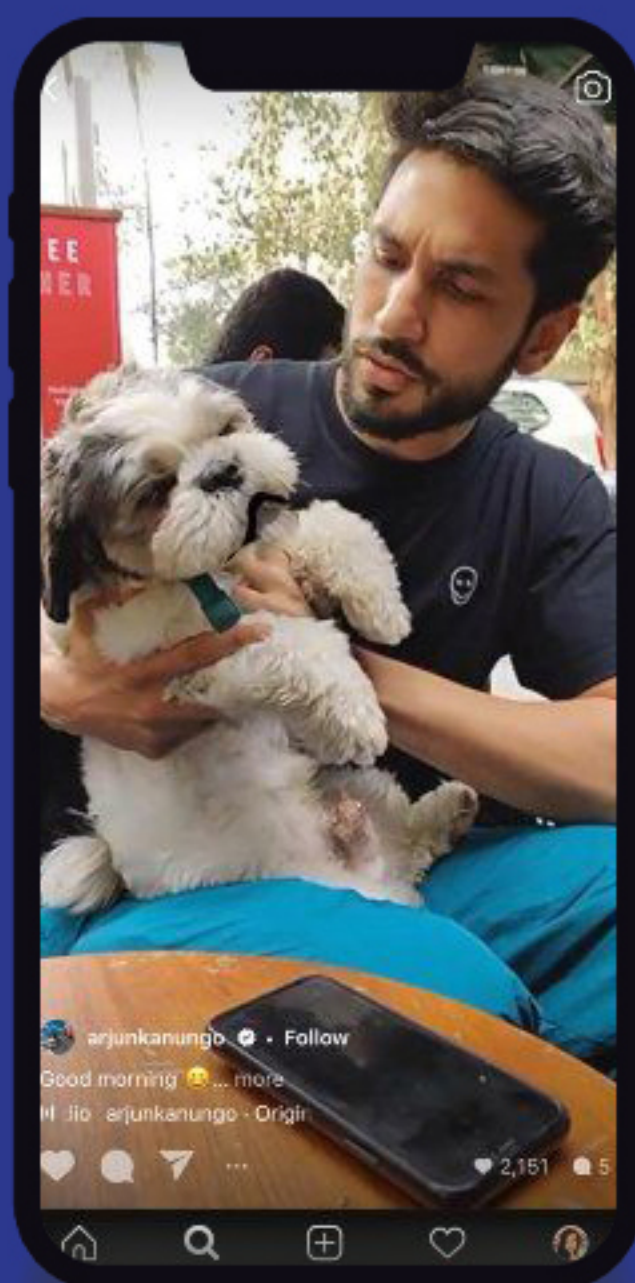
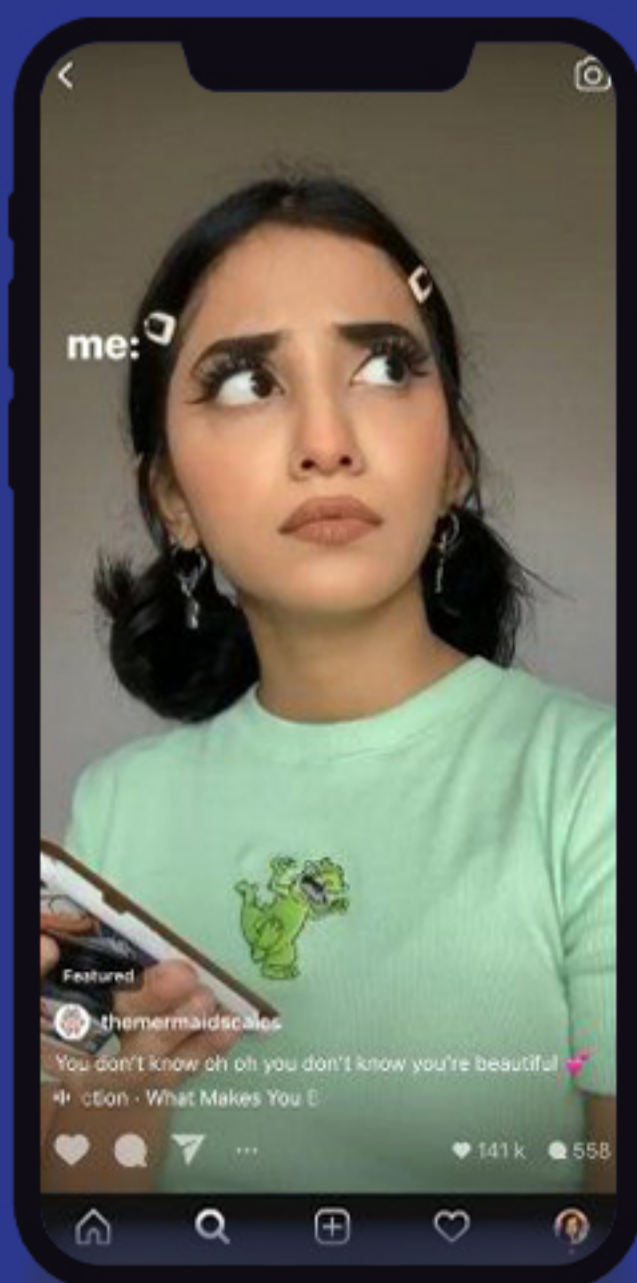


تیک تاک به جای تمرکز روی «تعامل»
الگوریتمش رو بر مبنای «زمان سپری شده»
طراحی کرد. یعنی هرچی آدم‌ها زمان بیشتری رو
روی یک محتوا سپری می‌کردن، به اون پست یا
محتوا توجه بیشتری نشون می‌داد.
از طرف دیگه، تیک‌تاک با ویدئوهای کوتاه،
سریع و سرگرم‌کننده باعث شد long Video از
اینستاگرام حذف بشه. همون IGTV قدیمی که
دیگه نمی‌تونیم بگیم هنوزم زنده‌ست.



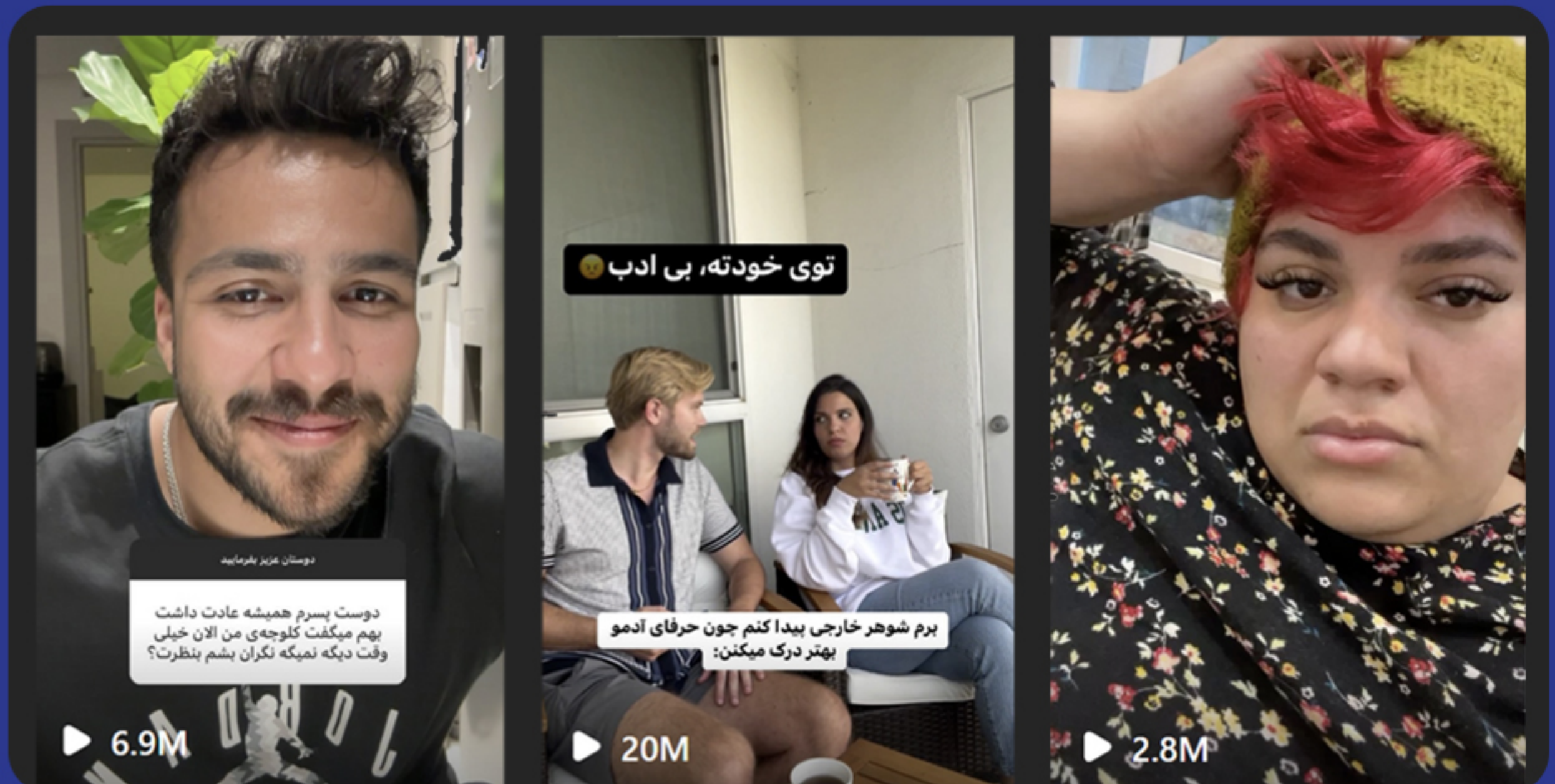
حالا دیگه رقابت سر «کی از همه سرگرم‌کننده‌تره» ست.

چون واضحاً دیگه خوشگلی نون و آب نمی‌شه. برای همین بلاگرهای قدیمی، اونایی که با عکس‌های زیبای انداخته شده توسط دوربین‌های حرفه‌ای، رشد کرده و معروف شده بودن، یه شیفت بزرگ کردن. شیفت به سمت محتواهای سرگرم‌کننده.



این وسط، اون بیچاره‌هایی که به اندازه کافی
توی تولید محتوای سرگرم‌کننده خلاق نبودن، یا
تواناییش رو نداشتن، علی‌رغم خوشگلی از زمین
بازی حذف شدند.

این به سمت «سرگرم‌کننده» رفتن اینستاگرام،
باعث شد آدم‌های بامزه‌ی جدید هم فرصتی
برای حضور پیدا کنند.



نکته مهم اینه که «سرگرم‌کننده» بودن، به معنای **فقط** بامزه بودن یا ساختن محتواهای این فرمی نیست. **بلکه موضوع درباره‌ی مکث بیشتر مخاطب روی محتوای شماست.**

چه بسا که کلی بلاگر و اینفلوئنسر هستند که توی این پارادایم شیفِت، راهشون رو درست پیدا کردن و با تولید محتوای سرگرم‌کننده، به شیوه خودشون، از صحنه رقابت حذف نشدند.



مشق شب

فکر می‌کنید این تغییر رفتار کاربر،
بواسطه وجود و حضور محتواهای
سرگرم‌کننده، توی جایی مثل لینکدین
چطور خودش رو نشون داده؟