

10. Положите нужное под руку, а то, к чему не хотите тянуться, уберите подальше — не рассчитывайте сдержаться в тот момент

Выгодность исходной версии: высокая

Доказательность В · исходная версия

для времени и сил

бесплатно

мимоходом

без силы воли

Не зависит от страны

Оценки выше относятся к исходной версии; отдельная оценка российского варианта не проводилась.

Простыми словами

если вещи чуть дальше, их берут чуть меньше. Если те же закуски поставить подальше, съеденное количество заметно уменьшается. Это эффект средней величины. Если оставить меньше вариантов на выбор, людей, которые их берут, тоже становится заметно меньше. Такие способы не требуют от вас сдерживаться в тот момент. Всё можно устроить за несколько минут.

Затраты

бесплатно, несколько минут за один раз. Положите телефон в другую комнату, разложите книгу и компьютер на столе.

Выгода

обзор Cochrane, включивший 24 рандомизированных испытания. Если еду поставить дальше, съеденное количество уменьшается: стандартизированная разность средних -0.60 (95% CI от -0.84 до -0.36 , это доверительный диапазон; 12 исследований, 1098 человек, доказательства низкой определённости). Это эффект средней величины. Если сократить число вариантов на выбор, снижение выбора этой еды заметнее: стандартизированная разность средних -1.13 (95% CI от -1.90 до -0.37 , 3 исследования, 154 человека, доказательства низкой определённости). Регрессионный анализ показал: чем дальше еда и чем однообразнее варианты на выбор, тем сильнее эффект.

Примечания

причины оценки В: все 24 исследования в этом обзоре касались еды, ни одного исследования алкоголя или табака не было; 14 проводились в лаборатории, все — в странах с высоким доходом. Поэтому перенос принципа «убрать подальше — реже трогать» на телефоны и игры — это вывод по аналогии, прямых испытаний нет. Именно размещение телефона вне поля зрения напрямую проверяли, см. раздел 3, пункт 1 (отключите ненужные уведомления, во время работы держите телефон вне поля зрения).

Источники

Источники исходной версии

1. Hollands GJ, Carter P, Anwer S, et al. (2019). Altering the availability or proximity of food, alcohol, and tobacco products to change their selection and consumption. Cochrane Database of Systematic Reviews, 9, CD012573. doi.org/10.1002/14651858.CD012573.pub3