



Pandemiczne mikroświaty

Mikrotrendy w czasie koronawirusa

SKŁAD ZESPOŁU

WIKTOR DEPTUŁA
ANNA JABŁOŃSKA
BARTOSZ KUCZYŃSKI
MARCEL KUKOWSKI
MICHAŁ LASKOWSKI
DIANA MAKUSZEWSKA
ANGELIKA MALINOWSKA
DOMINIKA SZAFNIK
TOMASZ STRZELEC
SYLWIA SULEJ
EWA SURĄŻYŃSKA
PIOTR WASYLUK
JAKUB ZERA



ANALIZA
I KREOWANIE
TRENDÓW

SPIS TREŚCI

1. Wstęp.....	5
OBSZAR SPOŁECZNY.....	7
1. Przyjazny Dystans / Friendly Distancing.....	8
2. Wspólnoty Działań / Communities Of Practice.....	10
3. Dystans Zaprojektowany / Distance Designed.....	12
4. Kreatywna Izolacja / Creative Isolation.....	14
5. W Domu / At Home.....	16
6. Isotainment.....	17
7. Oswajanie Emocji / Emotion Taming.....	19
OBSZAR TECHNOLOGICZNY.....	22
1. Technologią W Wirusa.....	23
2. Wszystko Zdalne / Remote Everything.....	24
3. Streamlife.....	26
4. Kultura Rozszerzona / Augmented Culture.....	27
OBSZAR EKONOMICZNY.....	28
1. Gospodarka Potrzeb / Economy Of Needs.....	29
2. Dropshipping.....	31
3. Biznes Widmowy / GhostBusiness.....	32
4. Marketing Dbałości / Self-Care Marketing.....	34
OBSZAR ŚRODOWISKOWY.....	37
1. Biocentryczna Izolacja / Biocentric Isolation.....	38
2. Mniej Czyli Dobrze / Less Is Fine.....	39

SCENARIUSZE.....41

1.DOM.....	42
2.RELACJE SPOŁECZNE.....	43
3.POTRZEBY I ZAKUPY.....	44
4.JEDZENIE.....	45
5.PRACA.....	46
6.MEDYCYN.....	47
7.EDUKACJA.....	48
8.KULTURA I ROZRYWKA.....	49
9.TURYSTYKA.....	50



WSTĘP

Czym jest świat po pandemii? Nie zmienił się wcale? A może w końcu pozwolił nam zauważyć nasz potencjał, którego wcześniej nie dostrzegaliśmy? Pandemia pozwoliła odetchnąć rozpędzonej cywilizacją planecie i dostrzec świat w zasięgu ręki, ten najbliższy. Na jakiś czas ustał szum samolotów i warkot samochodów. Usłyszeliśmy śpiew ptaków, doceniliśmy przyrodę. Jednocześnie zdaliśmy sobie sprawę z naszych możliwości porozumiewania się w ważnych dla nas sprawach (przy okazji ujawniły się nasze możliwości i ograniczenia). Potrzeba jest matką wynalazków w każdej dziedzinie życia, spenetrowanej przez człowieka. Miasta opustoszały, ogrody zarosły, zwierzęta wkroczyły do miast, a niektórzy ludzie zaczęli myśleć o tym, co rzeczywiście ważne. Pandemia zdecentralizowała pozycję człowieka i pokazała mu, że można żyć inaczej. No właśnie: jak?

Raport, który prezentujemy, jest próbą odpowiedzi na to pytanie. Jest on efektem projektu realizowanego przez zespół badawczy złożony ze studentów i wykładowcy Analizy i kreowania trendów, kierunku studiów Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego. Projekt koncentrował się na wyszukiwaniu nowych zjawisk, które pojawiły się w okresie pandemii i zmieniały sposób myślenia oraz zachowania w wielu obszarach ludzkiej aktywności. Celem działań zespołu było lokalizowanie nowych idei, zdarzeń, inicjatyw i rozwiązań o charakterze lokalnym (mikrotrendów), które pojawiły się w okresie pandemii koronawirusa oraz próba nadania im pewnej ogólnej struktury. Zadanie zespołu polegało więc na śledzeniu oraz interpretacji mikrozwisisk pod kątem ich możliwości przekształcenia się w trendy

Dane były zbierane przez cały kwiecień i początek maja, a więc w okresie kluczowym dla rozwoju pandemii koronawirusa. Etap pierwszy polegał na wyszukiwaniu i gromadzeniu danych zgodnie z metodyką analizy trendów. Dane określane mianem „sygnałów zmian” były gromadzone i opisywane z wykorzystaniem karty sygnałów zmian, która zawierała nazwę sygnału, jego zdjęcie, opis, obszar występowania, źródło informacji, powiązane zjawiska oraz słowa kluczowe.

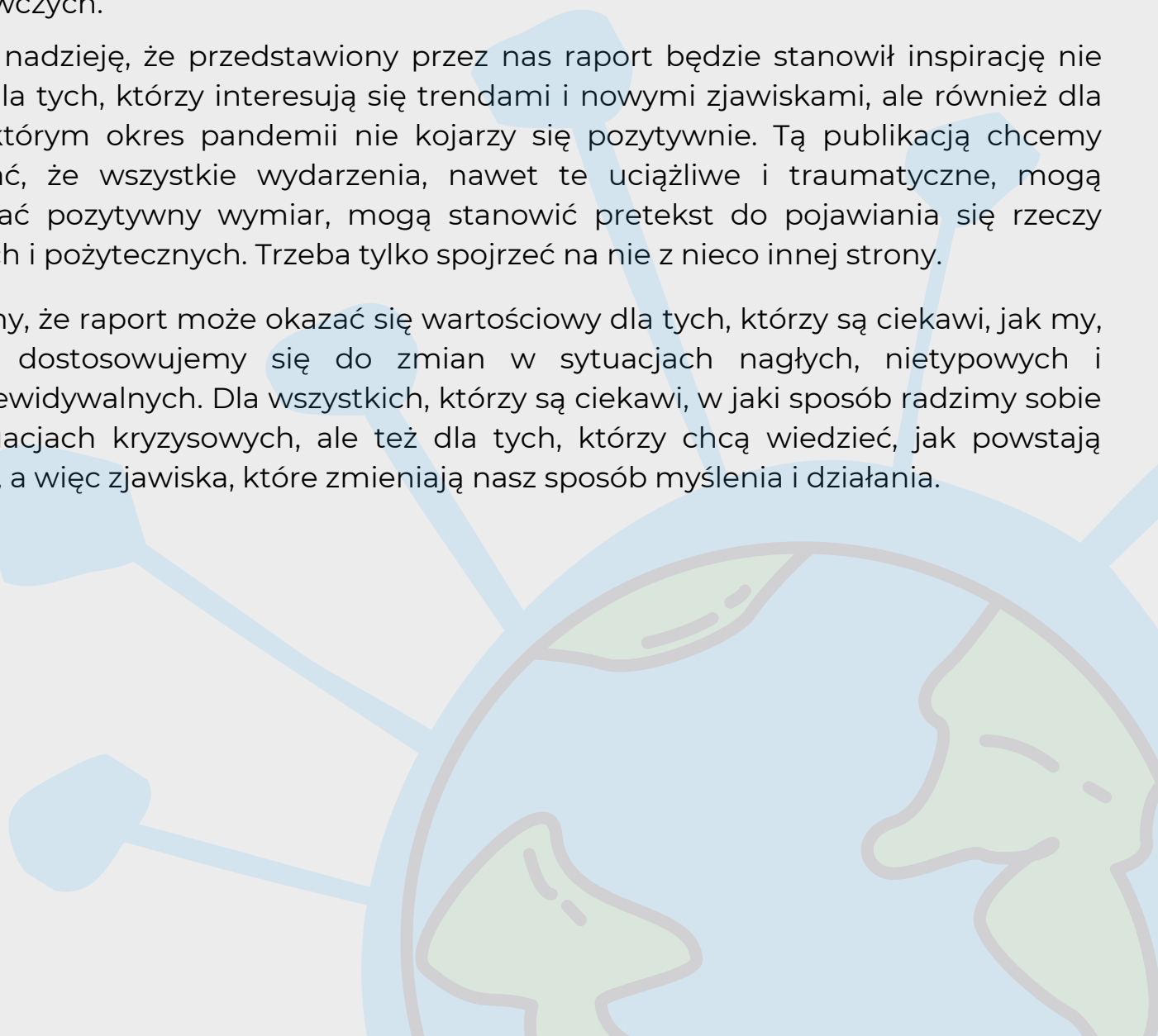
W etapie drugim zebrane dane zostały uporządkowane oraz nadano im identyfikatory przyporządkowujące do określonej grupy zjawisk (hashtagi). Identyfikatory zostały potraktowane jako nazwy poszczególnych mikrotrendów, a one same zostały opisane przy wykorzystaniu informacji zebranych podczas etapu pierwszego.

Uzupełnienie raportu stanowią dwa scenariusze, które należy traktować jako próbę subiektywnego spojrzenia na potencjał rozwojowy opisanych przez nas zjawisk. Stworzyliśmy dwa scenariusze – optymistyczny i pesymistyczny – sądząc, że przedstawiają one dwie skrajne możliwości rozwoju mikrotrendów.

Metodyka analizy przyjęta w projekcie opierała się na założeniu, że badania zjawisk w kontekście trendów ma charakter subiektywny, a dobór kryteriów oceny zjawisk jest arbitralny i zależy od wartości i przekonań przyjętych przez członków zespołu. Zastosowaliśmy jakościową metodę analizy trendów. Odwołuje się ona do analizy danych jakościowych i korzysta z metod heurystycznych, które polegają na formułowaniu pytań i hipotez, służących osiągnięciu przyjętych celów poznawczych.

Mamy nadzieję, że przedstawiony przez nas raport będzie stanowił inspirację nie tylko dla tych, którzy interesują się trendami i nowymi zjawiskami, ale również dla tych, którym okres pandemii nie kojarzy się pozytywnie. Tą publikacją chcemy pokazać, że wszystkie wydarzenia, nawet te uciążliwe i traumatyczne, mogą posiadać pozytywny wymiar, mogą stanowić pretekst do pojawiania się rzeczy dobrych i pożytecznych. Trzeba tylko spojrzeć na nie z nieco innej strony.

Sądzymy, że raport może okazać się wartościowy dla tych, którzy są ciekawi, jak my, ludzie, dostosowujemy się do zmian w sytuacjach nagłych, nietypowych i nieprzewidywalnych. Dla wszystkich, którzy są ciekawi, w jaki sposób radzimy sobie w sytuacjach kryzysowych, ale też dla tych, którzy chcą wiedzieć, jak powstają trendy, a więc zjawiska, które zmieniają nasz sposób myślenia i działania.



OBSZAR SPOŁECZNY

Pandemia koronawirusa pokazała słabość wielu instytucji państwowych, które okazały się nieprzygotowane na spowodowane nią wyzwania. Trudno jednak nie zauważyć, że egzamin zdało społeczeństwo, które w znacznej większości sprostało wszelkim trudnościom i niedogodnościom związanym z kryzysem. Stosowanie się do zaleceń bezpiecznego dystansu, spontaniczny wzrost inicjatyw pomocowych czy rozwój indywidualnej i zbiorowej kreatywności sprawił, że łatwiej było przetrwać najtrudniejszy okres rozwoju pandemii. Był to również czas pojawienia się wielu ciekawych zachowań społecznych, które mają szansę przekształcić się w trwałe tendencje.



Friendly Distancing

W okresie pandemii wprowadzono zasadę społecznego dystansu, a właściwie dystansu fizycznego, którego podstawowym celem było zapobieganie rozprzestrzenianiu się koronawirusa. Dwumetrowy dystans fizyczny nie był dystansem formalnym, ale osobistym. Jego funkcją nie była separacja i izolacja osobista. Wymuszony przez sytuację epidemiczną, miał uchronić przed zarażeniem wirusem.

Zdaniem Edwarda T. Halla, amerykańskiego antropologa, dwa metry to odległość optymalna w kontaktach osobistych. Sytuuje się ona pomiędzy poziomem kontaktów intymnych (ok. 45 cm) i formalnych (powyżej 120 cm), co pozwala traktować ją jako odległość umożliwiającą przyjazny kontakt z innymi ludźmi. Odległość 120 centymetrów pozwala na kontrolowane kontakty z innymi ludźmi, a jednocześnie daje szansę na utrzymywanie bardziej spersonalizowanych relacji. Ten rodzaj odległości, podobnie jak dystans fizyczny okresu pandemii, można określić mianem przyjaznego dystansu.



Photo by United Nations COVID-19 Response on Unsplash

Wprowadzony nakaz utrzymywania bezpiecznej odległości między ludźmi ograniczył możliwości grupowych spotkań i gromadzenia się w zatłoczonych pomieszczeniach. Zmiana utrwalonego sposobu życia niezwykle często sprzyja jego przewartościowaniu. Ograniczenia odbierające to, z czego mogliśmy swobodnie korzystać, pozwalają spojrzeć na rzeczywistość z innej perspektywy. Kiedy świat wokół nas zaczyna się kurczyć, jesteśmy skłonni dostrzegać wyraźniej rzeczy, które dotychczas leżały poza obszarem naszego zainteresowania.



Jedną z wartości, którą uwydatnił dystans społeczny była potrzeba bliskości. Siedząc w domowym zamknięciu, mogliśmy odczuwać niedostatek kontaktów nawet z osobami, którym wcześniej nie poświęcaliśmy zbytnio uwagi. Choć dla wielu osób konieczność utrzymywania dystansu fizycznego stanowiła irytującą konieczność, to okazała się ona źródłem wielu innowacji technologicznych. Kontakty towarzyskie nie były nawiązywane tylko przez media społecznościowe, lecz mogły być realizowane również na inne sposoby. Przykładami są wirtualne imprezy taneczne, np. w klubie muzycznym „Quarantine”, pojedynki taneczne ze znajomymi w grze „Just Dance”, wspólne korzystania z platform streamingowych („Netflix Party”) czy zdalny udział w wielu inicjatywach kulturalno-rozrywkowych, takich jak koncerty online umożliwiające integrację z innymi słuchaczami czy samymi artystami. Niektóre przedsiębiorstwa zdecydowały się na wirtualne przestrzenie biurowe, by umożliwić pracownikom lepszy kontakt podczas pracy zdalnej (np. wirtualne biuro agencji kreatywnej „Achtung”). Ważnym elementem społecznego krajobrazu w okresie pandemii stały się infolinie pomocowe, obsługiwane przez wolontariuszy, inicjatywy obywatelskiej pomocy na rzecz potrzebujących (zwłaszcza osób starszych) czy aplikacje monitorujące potrzeby społeczne (aplikacja „IHELPHYOU” czy „Community Help”).

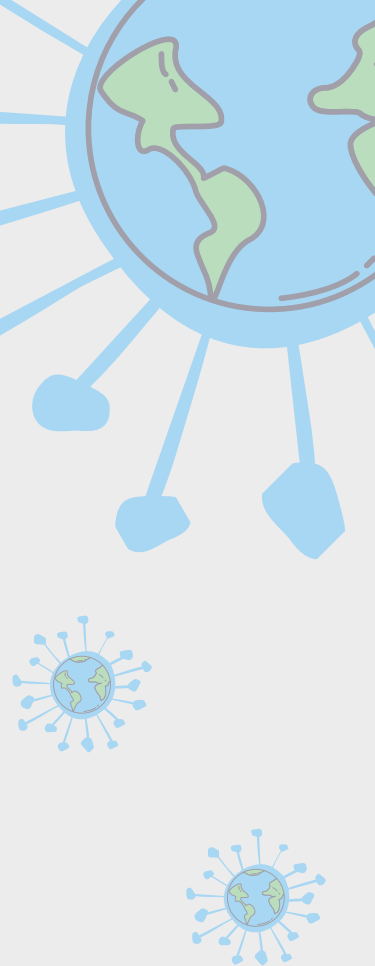


Photo by Thibault Penin on Unsplash

Zachowanie dystansu fizycznego nie wiązało się jednak jedynie z przeniesieniem kontaktów do przestrzeni cyfrowej. Pojawiło się wiele rozwiązań, pozwalających utrzymać przyjazny dystans również w świecie fizycznym. Za innowacyjny, w tym kontekście, należy uznać projekt kombinezonu nowej generacji („Micrashell”), który umożliwia bardzo bliski kontakt między ludźmi. Reklamowany był jako doskonała ochrona podczas koncertów, eventów lub innych masowych wydarzeń. Wymienić można również urządzenia przypominające o utrzymywaniu bezpiecznego dystansu, np. kamerę „Smart Dome” czy inteligentną opaskę stworzoną przez startup „Proxxi”.

Wspólnoty Działań / Communities Of Practice

W okresie pandemii zaobserwować można było pojawienie się wielu inicjatyw społecznych, które w dość spontaniczny sposób przyczyniły się do budowy poczucia przynależności do określonych wspólnot. Wspólnoty te (za Étienne'em Wengerem) można nazwać „wspólnotami działań” (communities of practice). W rozumieniu Wengera, wspólnoty te są grupami, których członków łączy jakiś wspólny cel lub zamiłowanie do czegoś. Członkowie tych grup uczą się od siebie wzajemnie, wymieniają się informacjami, pomagają sobie i współpracują. Okres pandemii przekształcił te wspólnoty w grupy działające zgodnie z ideą współdzielenia i crowdsourcingu. Wobec wyzwania, jakim okazała się pandemia koronawirusa, podstawowymi motywami ich działania stały się: współpraca, wzajemność, uczestnictwo i pomoc. Natomiast głównym wyznacznikiem ich funkcjonowania był wysoki poziom samoorganizacji, otwartość oraz skłonność do bezinteresownego dzielenia się zasobami.

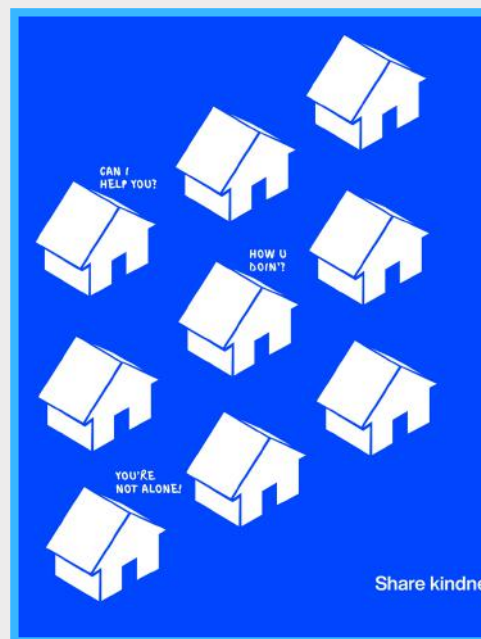


Photo by United Nations COVID-19 Response on Unsplash



Photo by Étienne Godiard on Unsplash

Idea wspólnot działań ujawniała się w wolontariackich akcjach pomocowych czy oddolnych rozwiązaniach wspierających utrzymywanie i rozwijanie kontaktów międzyludzkich (aplikacje społecznościowe i komunikatory, takie jak „Froyo Party” nazywana „aplikacją przeciw samotności”). Przybierała również postać pracowniczych akcji solidarnościowych (np. żądanie od firmy, by zaprzestała normalnej produkcji i zaczęła produkować respiratory, pod groźbą zwolnienia się z pracy znacznej części pracowników).

Ciekawym przykładem wspólnot działań była akcja jednego z klubów muzycznych, który stworzył kampanię crowdfundingową skierowaną do bywalców i sympatyków klubu, mającą na celu pomoc w przetrwaniu okresu przymusowego zamknięcia. Klub zaoferował swoim sympatykom wiele benefitów (m. in. unikalne pamiątki, lekcje gry na instrumentach ze znanymi muzykami, zdjęcia, dzieła sztuki, czy interesujące rzeczy wygrzebane z piwnicy klubu), dostępnych po ogłoszeniu końca pandemii dla tych, którzy zdecydują się wspierać finansowo klub w czasie przestoju. Idea wspólnot działań była również rdzeniem działań o wymiarze globalnym.

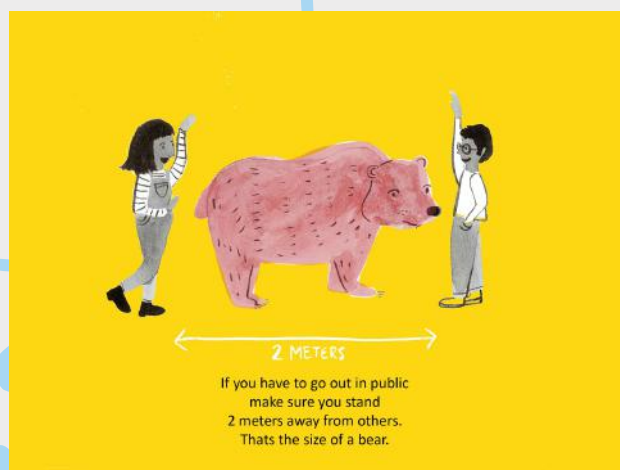
W okresie pandemii została stworzona internetowa łamigłówka „Foldit”, która wykorzystywała model gry do opracowania skutecznej szczepionki na koronawirusa. Została ona zaprojektowana w taki sposób, by każdy (niezależnie od przygotowania naukowego) mógł wziąć w niej udział, a najciekawsze rozwiązania mają być testowane w laboratorium naukowym. Innym ciekawym rozwiązaniem było uruchomienie centrum zasobów, ułatwiającego rozpowszechnianie informacji i rozwiązań dotyczących walki z koronawirusem. Platforma cyfrowa utworzona przez firmę „HeroX” miała łączyć innowatorów, którzy opracowują narzędzia i rozwiązania służące walce z pandemią.



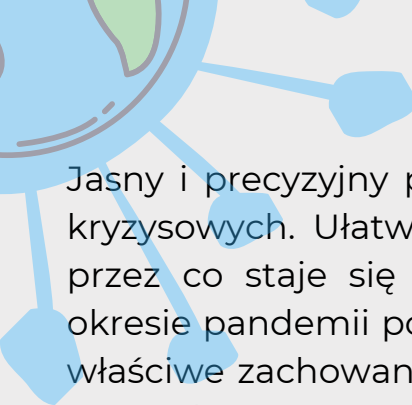
Dystans Zaprojektowany / Distance Designed

Projektowanie to umiejętność patrzenia na rzeczywistość oczami tych, którzy ją użytkują; to przekształcanie rzeczywistości w taki sposób, by stawała się ona bardziej przyjazna. Biorąc pod uwagę, że zachowania ludzi są w znacznym stopniu determinowane przez rodzaj przestrzeni, w której się znajdują lub rozwiązania, z których korzystają, można powiedzieć, że celem projektowania jest dostarczanie wskazówek, ułatwiających określone zachowania. Ta funkcja sprawia, że projektowanie bywa niekiedy bardziej skuteczne w modelowaniu ludzkich zachowań, niż administracyjne zakazy i nakazy.

Pandemia koronawirusa okazała się wyzwaniem dla wielu projektantów. Skoncentrowali się oni głównie na poszukiwaniu rozwiązań, architektonicznych i komunikacyjnych, które ułatwiłyby funkcjonowanie w przestrzeniach poddanych administracyjnym ograniczeniom. Punktem centralnym projektowania w okresie pandemii stało się bezpieczeństwo, a rozwiązania, których poszukiwano miały ułatwiać dystans i społeczną samokontrolę.



Wśród wielu rozwiązań architektonicznych, które powstały w tym czasie warto wymienić koncepcję „StoDistante” studia „Caret Studio” oraz projekt „Hyperlocal Micro Markets” przygotowany przez studio projektowe Shift Architecture; projekty te zostały stworzone z myślą o bezpiecznym poruszaniu się po ulicach, placach i lokalnych targowiskach. Ciekawym rozwiązaniem był również projekt parku umożliwiający zachowanie bezpiecznego dystansu fizycznego („Parc de la Distance” firmy „Precht”), czy koncepcja namiotowych sal lekcyjnych w wersji „pop-up” umożliwiających bezpieczną edukację szkolną (projekt brytyjskiego studia projektowego „Curl la Tourelle Head”). Na uwagę zasługują także przezroczyste kabiny do bezpiecznego korzystania z plaży (projekt firmy „Nuova Neon Group”) lub kabiny służące izolacji („Urban Cabin” zaprojektowana przez włoskiego architekta Francesco Peraniego).



Jasny i precyzyjny przekaz informacyjny jest kluczowym czynnikiem w sytuacjach kryzysowych. Ułatwia on komunikację w wymiarze indywidualnym i społecznym, przez co staje się niezwykle skutecznym narzędziem organizacji społecznej. W okresie pandemii pojawiały się interesujące rozwiązania komunikacyjne ułatwiające właściwe zachowania w sferze publicznej. Projektant Dylan Coonrad zaprojektował serię dziesięciu znaków drogowych, które pokazują konieczność zachowania dystansu fizycznego w czasie epidemii. Powstała również nowa marka odzieżowa, która uświadamiała wagę dystansu społecznego w okresie pandemii, umieszczając odpowiednie hasła na swoich ubraniach. Skutecznym narzędziem informacji, choć w nieco innym kontekście, stały się również same maseczki, które okazały się znakomitym miejscem na umieszczanie rozmaitych informacji, a niekiedy nawet postulatów lub deklaracji społecznych i politycznych.

Projektowanie gwarantujące dystans pojawiło się również w turystyce, która przez niezwykle dotkliwe ograniczenia w przemieszczaniu się ludzi (wręcz zamrożenie jakiegokolwiek ruchu turystycznego) straciła możliwość funkcjonowania w dotychczasowej formie. Zasadnicze działania branży turystycznej koncentrowały się wokół bezpieczeństwa turystów. W okresie pandemii niezwykle popularne stały się systemy automatycznej i samoobsługowej odprawy pasażerów oraz obsługi gości hotelowych czy samolotowe systemy lokowania pasażerów gwarantujące bezpieczeństwo epidemiologiczne (np. system siedzeń opracowany przez firmę „Avio”).

Dość popularne stały się również rozmaite rozwiązania odgradzające turystów w restauracjach lub na plażach (projekt firmy „Nuova Neon Group”). Ciekawym wynalazkiem mogą okazać się również koce piknikowe zapewniające bezpieczny dystans uczestnikom wypoczynku plenerowego (koc „Here Comes the Sun” zaprojektowany przez Paula Cocksedgę’a). Innym przejawem projektowania zorientowanego na bezpieczeństwo jest szereg ułatwień konsumenckich, pomagających normalnie funkcjonować zarówno usługobiorcom, jak i usługodawcom. Wskazać można: bezdotykowe systemy doręczania paczek (stosowane m. in. przez Firmę Kurierską „AxleHire”), restauracje w wersji pop-up (np. Restauracja „Canlis”), bezdotykowe formy płatności (m. in. Meksykańskiego Startupu „Jiffy”), czy paczkomaty umożliwiające bezdotykowe odbieranie zamówionej wcześniej żywności (np. urządzenie „Coolomat”).



Kreatywna Izolacja / Creative Isolation

Kreatywność i innowacyjność najczęściej kojarzą się ze swobodą i spontaniczną aktywnością. Warto jednak pamiętać, że ich akceleratorem mogą być również utrudnienia. Zamknięcie w domach i ograniczenie życia towarzyskiego zapewniło niektórym osobom więcej wolnego czasu do zagospodarowania. W czasie trwania pandemii zaobserwować można było różne metody „walki z nudą” – niektórzy swój dodatkowy czas poświęcili na gry komputerowe i seriale, inni zwrócili się ku aktywnościom twórczym.



Okres pandemii stał się czasem samopoznania i poszukiwania nowych zainteresowań. Wiele osób postanowiło wykorzystać dodatkowy wolny czas na samorozwój i naukę nowych umiejętności. Zaobserwować można było wzrost zainteresowania platformami e-learningowymi, które umożliwiły poszerzenie własnej wiedzy bez wychodzenia z domu. E-learning posiada wiele zalet, które zostały powszechnie dostrzeżone i zapewne po wygaśnięciu pandemii będziemy korzystać z zhybrydyzowanej formy kształcenia, ponieważ spotkania bezpośrednie są bardzo ważne, a komunikacja wirtualna nie zastąpi osobistego kontaktu.

W okresie pandemii koronawirusa jedną z uciążliwości były ograniczenia w dostępie do dóbr i usług. Najlepszą odpowiedzią na pojawiające się w okresie pandemii deficyty było „wzięcie spraw we własne ręce”. Eksplozja samodzielnego wytwarzania i samodzielnego wykonywania była niewątpliwie sposobem rekompensowania wielu braków w życiu codziennym. W czasie pandemii aktywności w stylu „zrób to sam” przestały być tylko modną aktywnością, którą można pochwalić się w mediach społecznościowych. Nabrały wymiaru społecznego i wspólnotowego. Stały się inspiracją do dzielenia się wiedzą i umiejętnościami oraz sposobem potwierdzenia własnej wartości. Okres pandemii sprzyjał rozwojowi zjawiska określanego niekiedy mianem „pro-am” (skrót od „profesjonalnych amatorów”). Terminem tym określa się ludzi, którzy będąc amatorami w określonych dziedzinach, ustalają dla niej profesjonalne standardy. Motywem przewodnim pro-amów nie jest sława czy zysk finansowy, ale miłość do tego, co robią. Pro-amy nie przeznaczają czasu wolnego na pasywne aktywności, ale starają się zagospodarować go dla rozwijania swoich zainteresowań.



Ważnym elementem rzeczywistości w okresie pandemii, który inspirował amatorów do rozwijania profesjonalnych umiejętności, był rozkwit kultury samowytwarzania i samozarządzania. Najlepsze przykłady tych zjawisk, to między innymi aplikacja do lepszego wykorzystania potencjału własnego mieszkania („At Home with Mr. Porter”), darmowa książka kucharska przygotowana przez najlepszych kanadyjskich kucharzy („Family meal”), strona internetowa oferująca zdalną usługę strzyżenia, zestaw do przygotowania domowej, a jednocześnie profesjonalnej, usługi Spa (zestaw kosmetyków i poradnik przygotowany przez Sussane Kaufmann), zestaw do samodzielnego wypieku chleba (pomysł piekarni „Holmes Bakehouse”), zestaw do profesjonalnego manicure stworzony przez manicurzystkę z Szanghaju czy poradnik stworzony przez naukowców z Cambridge i Queensland, umożliwiający samodzielne stworzenie przyłbicy ochronnej przy wykorzystaniu techniki origami.

Tendencja „zrób to sam” była widoczna również w wielu rozwiązaniach z obszaru medycyny i „well-being”. W okresie pandemii powstało wiele narzędzi umożliwiających samodzielne zbieranie, analizowanie i interpretowanie informacji dotyczących zdrowia. Aplikacje diagnostyczne umożliwiające samodzielną diagnozę (np. aplikacja „Private Kit: SafePaths” albo aplikacja „C19check.com”, pozwalające dokonać samodzielnego sprawdzenia czy doszło do zakażenia koronawirusem), zdalna pomoc medyczna (fizjoterapia online – „#ćwiczszwoimfizjo” czy system pozwalający na kontrolowanie stanu uzębienia „Dental Monitoring”) stały się ważnym elementem dbania o zdrowie w okresie pandemii. Redystrybucja spędzanego czasu w kierunku doskonalenia własnych umiejętności może zapoczątkować efekt kuli śnieżnej w domenie częściowej samowystarczalności. Jest możliwe, że wyjdziemy z tej epidemii z wyższym odsetkiem osób niepotrzebujących już usług np. hydraulika czy klasycznych sklepów meblarskich, ponieważ więcej osób będzie wytwarzać lub poddawać renowacji meble z czystej przyjemności.



W domu / At Home

Pandemia koronawirusa zmusiła nas do izolacji. Nasze mieszkania stały się miejscami przymusowego odosobnienia, swoistymi izolatoriami, które ograniczyły nasze dotychczasowe aktywności i odseparowały rodziny i znajomych. Jednocześnie ta niezawiniona izolacja stała się powodem, dzięki któremu nieco inaczej spojrzeliśmy na nasze miejsca zamieszkania. W okresie izolacji stały się one przestrzeniami wielofunkcyjnymi – miejscami pracy, placami zabaw, klubami fitness, salami kinowymi czy studiami telewizyjnymi transmitującymi przekaz strumieniowy. Większość ludzi potraktowała izolację jako inspirację, jako próbę nowego spojrzenia na miejsce codziennego życia. Stała się ona powodem odkrywania potencjału samego miejsca, ale również własnej kreatywności.



Photo by Misael Covarrubias on
Unsplash

Mieszkania inspirowały filmowców i pisarzy. Pojawiła się inicjatywa filmowa grup „En Casa” i „The Aforgraphobics Detective Society”, która polegała na kręceniu krótkich filmów dotyczących zachowań podczas izolacji. Aktywni byli również niektórzy pisarze, którzy zdecydowali się przelewać na papier własne przemyślenia o zaistniałej sytuacji.

W okresie pandemii doszło do zjawiska, które można nazwać rozszerzonym miejscem zamieszkania. Dzięki wielu rozwiązaniom technologicznym, powierzchnia naszych mieszkań zwiększyła się o dodatkowe miejsce wygenerowane przez rzeczywistość cyfrową. Mogliśmy korzystać z wirtualnych klubów fitness i klubów tanecznych, robić zakupy w wirtualnych pasażach handlowych, rehabilitować się zdalnie, korzystać ze zdalnych porad psychologicznych i oglądać wirtualne zawody sportowe.

Nasze mieszkania stały się centrami spotkań z rodziną i znajomymi, miejscem imprez domowych w wersji online, laboratoriami zwalczającymi koronawirusa (platforma crowdsourcingowa „HeroX”, która łączyła innowatorów pomagających w walce z pandemią), salonami Spa, w których mogliśmy doświadczać profesjonalnej usług lub centrami mentoringu, dzięki którym mogliśmy zdalnie pomagać w rozwoju kariery lub podtrzymywaniu motywacji innych (aplikacja „MentorApp”).

Izolacja wpłynęła również na to, w jaki sposób się ubieraliśmy. Zamknięci w domach przyzwyczailiśmy się do wygodnego ubioru. Podczas pandemii można było zaobserwować zjawisko określane jako „Cosy Fashion”, czyli upowszechnienie się domowego stylu ubierania się, stworzonego na potrzeby mniej aktywnego trybu życia. Formalny ubiór zamieniliśmy na dresy i luźne koszulki a od elegancji, ważniejsza stała się wygoda. Bez względu na wiek oraz płeć, każdy mógł cieszyć się komfortem w domu, jak i poza nim. Pozostając w odzieży domowej, niekrępującej ruchów, ludzie mogli skupić się na sprawach ważniejszych i zapomnieć o konieczności wyglądanía perfekcyjnie, co mogło mieć pozytywny wpływ na psychikę niektórych ludzi. Wiele marek odzieżowych skorzystało z tej okazji, tworząc „domowe kolekcje” ubrań.



Photo by Laura Chouette
on Unsplash



Photo by Ava Sol on Unsplash

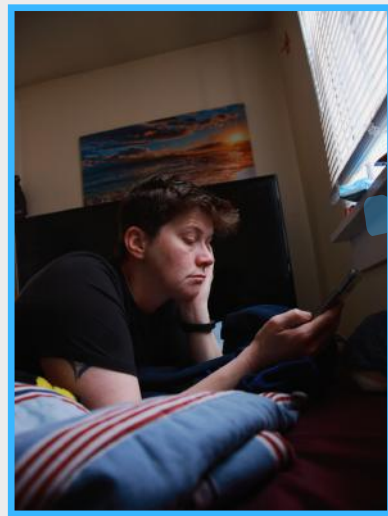


Photo by Shane on Unsplash



Isotainment

Trudno nie zgodzić się z opinią, że pandemia koronawirusa zakłóciła podstawowy rytm naszej codzienności. Niewiele obszarów naszego życia pozostało nienaruszonych. Zmiany zachowań, do których zostaliśmy zmuszeni podczas pandemii skutkowały wieloma interesującymi, i być może trwałymi, rozwiązaniami. W wielu przypadkach pandemia stała się wzmacniaczem zjawisk znanych, które funkcjonowały niejako na obrzeżach naszej kultury. Wiele takich rozwiązań powstało dzięki przymusowej izolacji. To ona sprawiła, że większość ludzi zostało obdarowanych nadmiarem wolnego czasu. Jednym ze sposobów na jego wykorzystanie była szeroko pojęta rozrywka.

Obok platform streamingowych oferujących filmy i seriale oraz komunikatorów internetowych umożliwiających kontakt ze znajomymi, pojawił się szereg interesujących rozwiązań, pokazujących, że rozrywka w okresie ograniczeń może mieć charakter aktywny i angażujący. Jednym z nieodłącznych elementów życia w izolacji stały się gry. Niezależnie czy grano w nie indywidualnie, czy zbiorowo, to właśnie one najbardziej angażowały uwiecznionych w domach ludzi. Na uwagę zasługuje ogólnopolski konkurs „Game jam”, którego celem było stworzenie kreatywnej koncepcji gry komputerowej oraz łamigłówka internetowa „Foldit”, która stanowiła przykład wykorzystania modelu gry do opracowania rozwiązania pozwalającego walczyć z koronawirusem. W tym kontekście, warto również wskazać renesans gier planszowych i puzzli.



Photo by
JESHOOOTS.COM on
Unsplash



Photo by Mollie Sivaram on
Unsplash

Istotną częścią krajobrazu rozrywkowego okresu pandemii były eventy organizowane w wersji online. Firma „Lanvin” urządziła pokaz mody całkowicie transmitowany w sieci w formie streamingu, który zgromadził aż 5 milionów obserwujących. Firma „Resident Advisor” stworzyła klub muzyczny „Quarantine”, który umożliwiał branie udziału w wirtualnych imprezach tanecznych. Na formę online zdecydowano się również w przypadku wydarzeń sportowych. Okazało się, że rywalizacji sportowej oraz emocji z nią związanych, można szukać w e-sporcie, który zaczął sobie dobrze radzić w nowej rzeczywistości. Przy zachowaniu sportowych standardów zaczęto zmieniać formę dotychczasowych zawodów sportowych zapewniając ciągłość dotychczasowych rozgrywek (np. fińska liga hokeja zdecydowała się dokończyć „play-offy” w tej formie) lub stworzyć zupełnie nowy format zawodów (sporty motorowe, kolarstwo, etc.). W tym okresie nie zapomniano również o sztuce. Sebastian Errazuriza zaprojektował – przy wykorzystaniu technologii AR – wirtualną przestrzeń wystawienniczą („All World”), dzięki której artyści mogli wystawiać i sprzedawać swoje prace. Na uwagę zasługuje również specyficzny pokaz sztuki, który odbył się w Berlinie – przestrzenią ekspozycyjną stały się balkony twórców i fasady domów.

Oswajanie Emocji / Emotion Taming

Wybuch pandemii koronawirusa zmienił wiele indywidualnych i społecznych zachowań, co dla wielu ludzi stało się poważnym wyzwaniem. Obawa przed zachorowaniem, utratą pracy, społeczny dystans oraz ograniczenia w kontaktach osobistych, miały negatywny wpływ na kondycję psychiczną większości populacji. Lęk, niepewność, niepokój i frustracja, a nawet złość, stały się nierozdzielną częścią naszego emocjonalnego życia. Według psychologów, okres pandemii okazał się wielkim sprawdzianem inteligencji emocjonalnej zarówno w wymiarze indywidualnym, jak i społecznym. Zdolności rozpoznawania i zarządzania własnymi stanami emocjonalnymi, jak i stanami innych ludzi, stały się gwarancją stabilnego funkcjonowania w sytuacji anormalnej, jaką jest pandemia. Okazało się, że dotychczasowe metody oglądu rzeczywistości nie zawsze wystarczają, żeby zrozumieć, co właściwie dzieje się w świecie. Wyzwaniem stało się właściwe przeciwdziałanie negatywnym skutkom pandemii na psychiczny dobrostan ludzi.

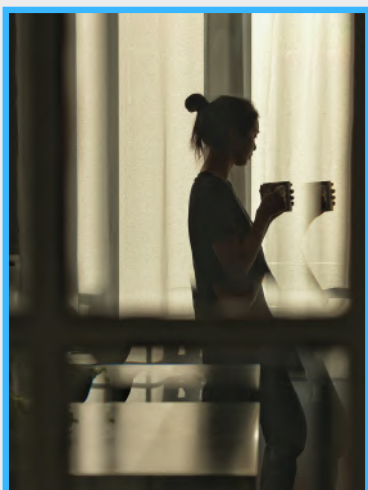


Photo by Khamkéo Vilaysing
on Unsplash

Jednym z wyzwań było przeciwdziałanie negatywnym skutkom izolacji. Obok wielu aplikacji, które pozwalały utrzymywać kontakty międzyludzkie oraz aktywność społeczną, niezwykle popularne stało się poradnictwo psychologiczne dla osób pozostających w odosobnieniu. W okresie natężenia rozprzestrzeniania się koronawirusa powstało wiele darmowych linii wsparcia, organizowanych zarówno przez instytucje państwowe, jak i prywatne.

Interesującą rolę odegrały również inicjatywy kulturalne, ukazujące codzienne doświadczenia związane z izolacją w formie projektów filmowych („At Home” grupy „En Casa” i „The Agoraphobics Detective Society”) oraz literackich (wielu pisarzy zdecydowało się dokumentować swoje życie w okresie odosobnienia). Sztuka stała się dla ludzi źródłem swoistej autoterapii psychologicznej.

Podjęte zostały również działania edukacyjne w zakresie radzenia sobie z emocjami. Jedno z popularnych czasopism stworzyło poradnik, który dostarczał wiedzy o tym, jak uniknąć bycia odebranych jako nieczułym w kontaktach „online”. Miała to być odpowiedź na intensyfikację komunikacji zdalnej w okresie epidemii oraz próba humanizacji kontaktów w świecie cyfrowym. Podobne intencje przyświecały twórcom pomysłu aplikacji służącej odczytywaniu emocji osób, prowadzących rozmowy online. Choć aplikacja ta została stworzona wcześniej dla osób niedowidzących i niewidomych, okres pandemii pokazał uniwersalne zapotrzebowanie na tego rodzaju rozwiązania.

Innym zjawiskiem, które pozwalało lepiej zarządzać emocjami, były akcje społeczne budujące poczucie solidaryzmu społecznego. Jeden z portali społecznościowych uruchomił usługę, dzięki której można było podziękować wszystkim, którzy walczyli ze skutkami pandemii. Usługa nazywała się „Godzina podziękowań” i polegała na wyrażaniu uznania przez przyznanie specjalnego odznaczenia. Warto przywołać również akcję „Uprzejmość utrzyma nas razem” zainicjowaną przez brytyjski Czerwony Krzyż, polegającą na publikowaniu plakatów zaprojektowanych przez znanych projektantów, wskazujących na wartość uprzejmości. Rolę emocji dostrzegł również marketing. Dostrzeżono, że w okresie pandemii, ludzie szukają określonych treści, kierując się w większym stopniu obawami, lękami lub pragnieniami, które znajdują odzwierciedlenie w słowach kluczowych, które wpisują w okna wyszukiwarek. Uznano więc, że umiejętność analizowania słów kluczowych może stać się jednym z istotnych kierunków rozwoju marketingu („keyword marketing”).



Photo by United Nations COVID-19 Response on
Unsplash



#friendlydistancing

#emotionlearning

#athome

#newlocal

OBSZAR

SPOŁECZNY

#proamatorzy

#safetyfirst

#newdesign

#mądrośćtłumu

#designforlife

Tło graficzne przedstawia stylizowany globus w kolorach niebieskim i zielonym, z konturami kontynentów. Z globusa wychodzą liczne cienkie, niebieskie linie, które łączą się z prostokątnymi węzłami, tworząc sieć, co symbolizuje technologię i globalną komunikację.

OBSZAR TECHNOLOGICZNY

Naturalnym sprzymierzeńcem w walce z pandemią koronawirusa stała się technologia. Systemy monitoringu rozprzestrzenia się wirusa, narzędzia zwiększające poziom bezpieczeństwa czy urządzenia techniczne służące rozrywce stały się stałym elementem pandemicznego krajobrazu. Automatyzacja i robotyzacja, technologie zdalne oraz strumieniowe dzielenie się życiem będą wyznaczały kierunki rozwoju w najbliższych latach.

Technologią W Wirusa

Podczas trwania pandemii wdrożone zostały różne sposoby przeciwdziałania rozprzestrzeniania się koronawirusa – jednym z nich było sięgnięcie po różnego rodzaju rozwiązania techniczne. Zjawisko to wiązało się: z jednej strony z postępującą implementacją technologii społecznego nadzoru, z drugiej – pojawianiem się urzędów do monitorowania własnego stanu zdrowia lub tym wspomagających przestrzeganie higieny własnej, jak i otoczenia. Istotną rolę w tym zjawisku odgrywała również danetyzacja, czyli proces sprowadzania informacji o różnych zjawiskach i aktywnościach człowieka do postaci danych. Zastosowanie technologii budzi wątpliwości dotyczące prywatności i bezpieczeństwa udostępnianych danych. Zwłaszcza, że rozwiązania technologiczne często oparte są o dane wrażliwe – dotyczące np. stanu zdrowia, lokalizacji, etc. W trakcie pandemii w Polsce pojawił się bezprecedensowy obowiązek instalacji oprogramowania, przez osoby przebywające na kwarantannie, posiadające urządzenia mobilne spełniające wymagania aplikacji „Moja Kwarantanna”.

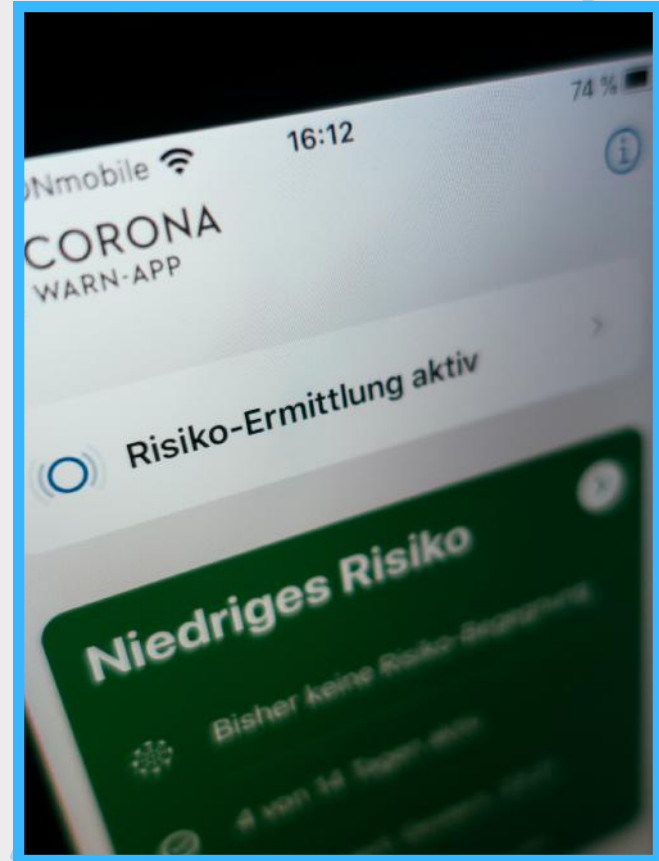


Photo by Kai Pilger on Unsplash

Promowana była także aplikacja „ProteGO Safe”, monitorująca napotykaną przez użytkownika osobę, by poinformować, w razie, gdyby u którejś z nich test na obecność koronawirusa okazał się pozytywny. Podobne rozwiązania testowane są także w innych państwach. Pojawiły się również urządzenia, których celem było przypominanie o higienie i profilaktyce, np. inteligentne opaski przypominające o myciu rąk czy systemy Internetu Rzeczy monitorujące stan sanitarny miejsc pracy. Spotkać można było również różnego rodzaju rozwiązania techniczne do szybkiej diagnozy medycznej, np. bramki do mierzenia temperatury czy chatboty określające zgodność naszego stanu zdrowia z objawami COVID-19.



Wszystko Zdalnie / Remote Everything

Pandemia koronawirusa stała się akceleratorem wielu zjawisk, które choć były obecne w rzeczywistości, nie cieszyły się dotychczas wielką popularnością. Jednym z takich zjawisk był niewątpliwie gwałtowny, wręcz rewolucyjny, rozwój działań zdalnych. Niektórzy badacze, tacy jak Dariusz Jemielniak, wskazują, że pojawienie się rozwiązań wspierających zdalną aktywność należy uznać za pozytywny skutek izolacji, i jeden z przejawów rozwoju „społeczeństwa współpracy”.

Przymusowa izolacja, na którą skazała nas pandemia nie sprawiła, że zamrożona została wszelka aktywność prywatna czy zawodowa. Doprowadziła jedynie do sytuacji, w której dotychczasowa rutyna została zastąpiona nową – wiele tradycyjnych aktywności przekształciło się w aktywność zdalną.

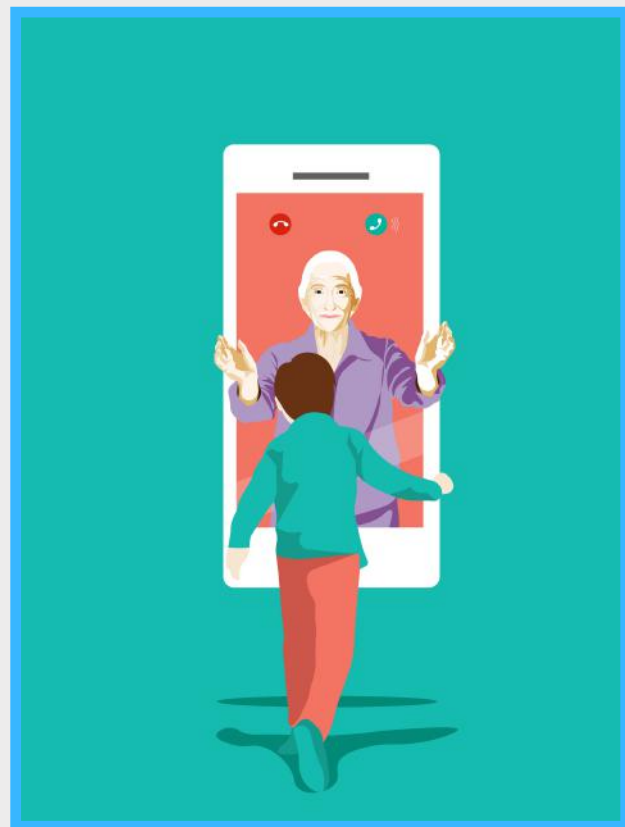


Photo by United Nations COVID-19 Response on
Unsplash



Photo by Chris Montgomery on Unsplash

W okresie pandemii zdalna stała się przede wszystkim praca. Okazało się, że nie jest ona mniej efektywna, a nawet, co zauważa wielu pracodawców, sprzyja ona poprawie produktywności. Coraz częściej mówi się również o możliwości wprowadzenia hybrydowego modelu pracy, który będzie polegał na łączeniu klasycznego sposobu wykonywania obowiązków zawodowych z pracą zdalną.

Zdalna stała się również edukacja. Choć wiązała się ona z wieloma problemami i utrudnieniami, pokazała potencjał tego sposobu kształcenia. Nieograniczony dostęp do niezliczonej ilości nowoczesnych narzędzi edukacyjnych, wysoki poziom elastyczności zdalnego kształcenia, idzie w parze z jego niskimi kosztami. Wielu ekspertów wskazuje, że wiele elementów zdalnego nauczania stanie się integralną częścią współczesnych systemów edukacyjnych.



Zdalne stały się również kontakty międzyludzkie. Izolacja nie ograniczyła kontaktów społecznych. Można nawet powiedzieć, że wzmocniła potrzebę kontaktu z innymi ludźmi. Nowym elementem społecznej rutyny stały się video- i telekonferencje, organizowane z wykorzystaniem aplikacji bądź mediów społecznościowych. Powszechność tego rodzaju spotkań wirtualnych wygenerowała nowe problemy (np. kwestie bezpieczeństwa danych), ale przyczyniła się również do gwałtownego rozwoju firm tej branży. Gwałtowny rozwój działań zdalnych można było również zauważyć w sferze medycznej. Pandemia w sposób widoczny przyspieszyła procesy cyfryzacji w ochronie zdrowia. Zdalna medycyna, czyli połączenie systemów wideokonferencyjnych z mniej lub bardziej zaawansowaną diagnostyką na odległość czy korzystanie z cyfrowej dokumentacji (w tym znane wcześniej e-recepty czy e-zwolnienia), zaczynają być coraz powszechniej stosowane. Warto również zwrócić uwagę na jedną z innowacji turystycznych, która, dzięki kreatywności personelu i rozwiązaniom technologicznym, dawała możliwość zwiedzania jednej z Wysp Owczych. Członkowie zespołu „Visit Faroe Island” stworzyli możliwość zdalnej wizyty turystycznej, mocując kamerę do osoby zwiedzającej wyspę (członka zespołu) w taki sposób, by widz odbierając obraz, miał wrażenie rzeczywistego zwiedzania.



Streamlife

Pandemia postawiła nas w nowej sytuacji. Okres izolacji sprawił, że wiele naszych dotychczasowych aktywności zostało znacząco ograniczonych. Pozbawił nas również możliwości wyboru sposobu kontaktu ze światem. Bezpośrednia styczność ze światem została zastąpiona kontaktem zdalnym.

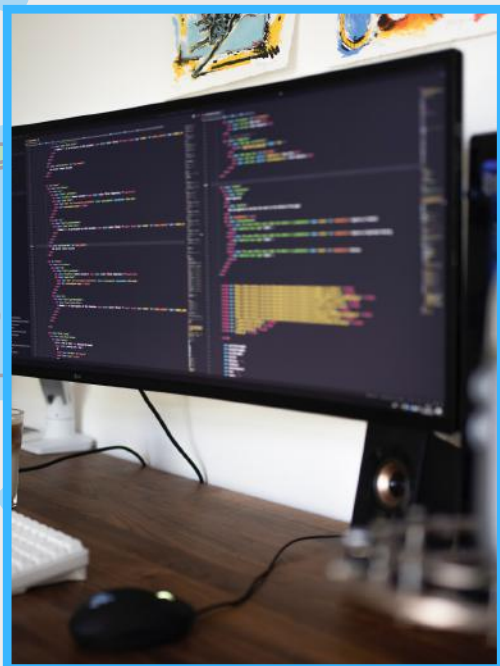


Photo by Caspar Camille Rubin on Unsplash

Okres pandemii doprowadził do rozwoju wielu, dotychczas mniej popularnych zjawisk. Choć streaming był popularny również przed pandemią, w czasie jej trwania można było zaobserwować znaczny wzrost jego popularności.

Technologia streamingowa pozwala na odbieranie ruchomych obrazów z dźwiękiem lub bez (zależnie od ustawień osoby wysyłającej sygnały audio – wideo), wysyłanie ich oraz w zależności od platformy streamingowej – wymianę. Użytkownik korzystający z usługi nie musi być specjalnie przygotowany do takiego przedsięwzięcia – wystarczy odpowiedni sprzęt elektroniczny z dostępem do sieci.

W okresie izolacji spowodowanej pandemią koronawirusa streaming stał się namiastką rzeczywistego kontaktu ze światem, oknem, dzięki któremu mogliśmy uczestniczyć w wielu wydarzeniach lub kontaktować się z innymi. W czasie pandemii, na całym świecie, w sposób znaczący wzrosło zainteresowanie streamingiem. W okresie tym strumieniowe dostarczanie danych było wykorzystywane na różne sposoby, np. relacje z wydarzeń („eventy on-line”, koncerty, spektakle), webinary (szkolenia „on-line”), „livestreaming” czy „gaming”. Olbrzymią popularnością cieszyły się platformy takie jak „Twitch”, „YouTube” oraz „Facebook”, odnotowując, znaczący wzrost liczby oglądanych transmisji.

W okresie pandemii streaming zaczął przekraczać dotychczasowe ramy funkcjonowania. Przestał ograniczać się do rozrywki i jednostronnego przekazu informacji. Pojawiło się zjawisko, które można określić mianem „streamlife”, czyli strumieniowe dzielenie się życiem. Niezwykle popularne stały się, często interaktywne, transmisje, których treścią były zarówno przekazy związane z życiem codziennym (tematyczne poradniki), zawodowym (doradztwo biznesowe), zdrowiem (telemedycyna) czy handlem i usługami (wirtualne targi lub wirtualne ceremonie pogrzebowe). Technologia strumieniowego przekazywania informacji pomogła nam funkcjonować w okresie izolacji, pokazała również, że wiele obszarów naszego życia można dzięki niej usprawnić. Pozostaje pytanie, jak wiele z tych rozwiązań będzie się rozwijało w przyszłości.

Kultura Rozszerzona/ Augmented Culture



Okres izolacji doprowadził również do pojawienia się nowych form artystycznej ekspresji: pandemia oraz związany z nią styl życia, stał się tematem filmów, zapisków z dziennika lub mikroopowiadań. Sztuka stała się środkiem wyrazu przeżyć i emocji związanych z życiem w izolacji, a media społecznościowe – przestrzenią do pokazania ich światu. Niektórzy artyści oprócz tradycyjnych form streamingu, postanowili wykorzystać technologie immersyjne. Na taki ruch zdecydował się m. in. zespół „Imagine Dragons”, który udostępnił swój koncert dostępny do obejrzenia w googlach „VR Oculus”.

Możemy spodziewać się wzrostu popularności wydarzeń online jako alternatywnych sposobów dotarcia do odbiorców. Wydarzenia kulturalne w sieci egalitaryzują dostęp do koncertów, spektakli, wydarzeń czy wystaw w galeriach sztuki i muzeach. Skorzystać z nich może każdy, bez względu na odległość od miejsca pobytu, finanse czy niepełnosprawność.

W związku z działaniami mającymi na celu ograniczenie rozprzestrzeniania się koronawirusa, odwołane zostały koncerty i inne wydarzenia masowe oraz przestały funkcjonować instytucje kultury, takie jak galerie sztuki, teatry czy muzea. Zakaz gromadzenia się objął tylko przestrzeń fizyczną, więc kultura zaczęła szukać swoich odbiorców w świecie cyfrowym. Niektóre zasoby udostępnione zostały za darmo – a za inne trzeba było zapłacić. Artyści muzyczni zaczęli nadawać transmisje na żywo ze swoich domowych występów, a teatry udostępniły do internetu archiwalne zapisy wystawianych spektakli. Przeniesienie koncertów i spektakli w przestrzeń wirtualną nie jest tym samym, co uczestnictwo na żywo, jednak w czasie pandemii cieszą się dużym zainteresowaniem.



#MultifunctionalSocialMedia

#technologia_w_wirusa

#remote #remote_everything

OBSZAR

TECHNOLOGICZNY

#isolationmakesthingsvirtual

#streameverything

#z_kulturą_w_sieci

OBSZAR EKONOMICZNY

Gospodarczych konsekwencji pandemii koronawirusa nie sposób dzisiaj oszacować. Jej siła i zakres zaskoczyły wszystkich. Jednak to, co niektórym jawi się jako kryzys, dla innych oznacza szansę rozwoju. W czasie pandemii powstało wiele ciekawych zjawisk, które mogą stać się realnymi alternatywami dla dotychczasowych rozwiązań gospodarczych. Mogą one wpłynąć na nasze myślenie oraz wyobrażenie, a w konsekwencji być może nawet osłabić chęć powrotu do tego, co było.

Gospodarka Potrzeb / Economy Of Needs

Pandemia odcisnęła swoje piętno w wielu obszarach rzeczywistości. Sprawiała, że wiele sfer naszego życia musiało zostać przeorganizowanych. Zmianom spowodowanym przez koronawirusa towarzyszyły obawy i niepewność, co do przyszłości. W wielu obszarach pandemia ujawniła jednak spory potencjał. Jednym z obszarów najbardziej dotkniętych przez pandemię koronawirusa była gospodarka. Spadek wydatków konsumpcyjnych, ograniczenia w handlu i usługach, zawirowania na rynku pracy mocno zdeorganizowały współczesne rynki, wywołując globalny kryzys gospodarczy. Z drugiej jednak strony pandemia pokazała, że w okresie radykalnej zmiany istnieją obszary gospodarki, które radzą sobie całkiem nieźle. Branża kurierska, e-handel, dostawcy treści internetowych i streamingowych, producenci i dostawcy sprzętu medycznego czy producenci żywności, to tylko niektóre z wielu branż, których dochód wzrastał w okresie pandemii.



Photo by Morning Brew on Unsplash

Pandemia okazała się również okazją do rozwoju wielu interesujących rozwiązań, które mogą stać się trwałym elementem funkcjonowania gospodarki. Ograniczenie lub wyeliminowanie płatności gotówką, dzięki bezdotykowym formom płatności (np. „scan to pay”), systemom „pre-paid” i voucherom, dostawy „just-in-time”, modele biznesowe typu „pop-up”, rozkwit inicjatyw i rozwiązań w obszarze ekonomii dzielenia się, optymalizacja zasobów, automatyzacja dostaw, wirtualizacja handlu i usług, skracanie łańcuchów dostaw („dropshipping”) czy rozwój pracy zdalnej pokazały, że niektóre zmiany mogą zachodzić praktycznie z dnia na dzień.

Okres pandemii sprawił, że zmienił się sposób dystrybucji dóbr i usług. Globalne łańcuchy dostaw okazały się niezwykle kruche, co spowodowało zaburzenia w dostawach, zwłaszcza dostarczaniu żywności. Deficyt dóbr sprawił, że zaczęliśmy kupować mniej, ale bardziej świadomie. Kupowaliśmy tyle, ile potrzebowaliśmy oraz to, co było nam potrzebne. Rynek w sytuacji utrudnień spowodowanych koronawirusem stał się rynkiem chwili bieżącej, miejscem, w którym szybki i łatwy dostęp do dóbr i usług stał się zasadniczym wyznacznikiem działań rynkowych.



Nowe rozwiązania ujawniły olbrzymi potencjał ekonomiczny ludzi. To, co niektórzy utożsamiali z kryzysem, dla innych stało się szansą. Patrząc na wiele rozwiązań, które powstały w okresie pandemii, można zaryzykować stwierdzenie, że mogą one stanowić inspirację dla daleko idących zmian we współczesnej gospodarce. Zmiany te wpisują się w pewien model, który można określić mianem gospodarki potrzeb („economy of needs”), na którą składają się trzy zasadnicze elementy – bezpieczeństwo, wygoda i zaspokajanie rzeczywistych potrzeb.

Wsparciem dla gospodarki potrzeb okazały się platformy crowdfundingowe. Ich popularność w czasie pandemii stopniowo i w sposób widoczny, wrastała. Zaletami finansowania projektów przez dużą grupę zaangażowanych wspierających są: mniejsze koszty zarządzania projektem, większa płynność kapitału oraz mniejszy wkład własny. Inwestycje są również mniej ryzykowne, ponieważ twórca przystępuje do wykonania projektu wiedząc, że zabezpieczył określone środki. Twórców projektów przyciąga do platform crowdfundingowych większa niezależność. To oni w całości decydują o tym, jak ma wyglądać ich pomysł i w jaki sposób będzie realizowany. Te cechy sprawiły, że platformy crowdfundingowe, takie jak np. „Kickstarter”, nie odczuły zbyt mocno konsekwencji finansowych kryzysu.

Dostępność i elastyczność tej formy finansowania projektów sprawia, że crowdfunding staje się coraz częściej jedną z bardziej atrakcyjną opcją dla wielu użytkowników. Odgrywa również ważną rolę w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego. W okresie pandemii na platformach crowdfundingowych wzrosła liczba projektów skoncentrowanych na rozwiązywaniu problemów spowodowanych koronawirusem. Ciekawym przykładem wykorzystania tego rodzaju platform może być akcja 99-letniego weterana z Wielkiej Brytanii, który w ten sposób zebrał ponad 9 milionów funtów na państwową służbę zdrowia w Wielkiej Brytanii.



Photo by Pop & Zebra on Unsplash





Dropshipping

W wyniku pandemii koronawirusa globalna gospodarka poddana została poważnemu sprawdzianowi. Sytuacja gwałtownego i globalnego kryzysu ukazała jej kruchość. Zamknięcie granic znacząco ograniczyło lub uniemożliwiło swobodny przepływ dóbr, co spowodowało upadek wielu firm i przedsiębiorstw. Pandemia koronawirusa spowodowała olbrzymie zakłócenia w globalnych łańcuchach dostaw, zwłaszcza w modelu dostaw „just-in-time”. Jednym ze skutków tych zakłóceń były widoczne dla konsumentów niedobory niektórych produktów.

Jednocześnie sytuacja kryzysu pozwoliła dostrzec nowe możliwości. Kryzys sprawił, że zaczęto rozmawiać o potrzebie przededefiniowania dotychczasowego modelu produkcji i dystrybucji dóbr. Okazało się bowiem, że w wielu przypadkach realną alternatywą dla globalnych łańcuchów dostaw mogą się stać lokalne sieci małych producentów, które w sytuacji „zamrożenia” globalnych dostaw okazały się głównymi dostarczycielami niezbędnych produktów i dóbr. Koncentrując uwagę na lokalnych producentach, dostrzeżono w nich gwarancję równowagi systemów dystrybucji oraz szansę na zwiększenie bezpieczeństwa łańcuchów dostaw. W okresie pandemii zaczęto mówić o dropshippingu, czyli modelu dystrybucji, który unikając całego łańcucha pośredników, mógłby stanowić gwarancję bezpośredniego transferu towarów od dostawcy. Ten model dystrybucji pojawił się już w 2000 roku, jednak dopiero pandemia sprawiła, że zwrócono na niego uwagę.



Dyskusja na temat konieczności zmiany modelu dostaw sprawiła, że dość szybko pojawiły się rozwiązania, optymalizujące łańcuchy dystrybucji. Część z nich szła w stronę zwiększenia zakresu monitoringu globalnych dostawców. Nowe technologie (np. algorytmy sztucznej inteligencji) zostały wykorzystane doszeroko zakrojonego monitorowania zarówno całych łańcuchów dostaw, jak i pojedynczych dostawców. Powstało w tym celu wiele aplikacji, m.in. aplikacja „Wspólne zasoby”. Firma Instacart zdecydowała się udostępniać dane o sprzedaży produktów w różnych sklepach. Dostarczając 25 tysięcy produktów do różnych sklepów, zyskała możliwość śledzenia dynamiki sprzedaży określonej listy produktów, a dzięki temu mogła lepiej zarządzać łańcuchami dostaw i minimalizować niedobory produktów. Ciekawym rozwiązaniem było również wykorzystanie mediów społecznościowych do reklamy i sprzedaży produktów, które dotychczas nie były tam obecne. Działania tego typu podjęli, np. lokalni producenci żywności w Wielkiej Brytanii, którzy przenieśli swoje tradycyjne bazy z rynków do mediów społecznościowych, by tam promować swoje usługi i sprzedawać własne produkty.



Biznes widmowy / GhostBusiness

Widmowe Kuchnie („ghostkitchens”) to nowy trend, który rozwinął się na fali rozmaitych pomysłów związanych z przezwyciężeniem negatywnych ekonomicznych konsekwencji pandemii koronawirusa. Widmowe restauracje oferują posiłki wyłącznie na wynos, bez możliwości ich spożycia na miejscu; ich istotą jest to, że choć posiadają pełne wyposażenie kuchenne, brakuje im przestrzeni restauracyjnej dla klientów.



Widmowe Kuchnie („ghostkitchens”) to nowy trend, który rozwinął się na fali rozmaitych pomysłów związanych z przewycięzeniem negatywnych ekonomicznych konsekwencji pandemii koronawirusa. Widmowe restauracje oferują posiłki wyłącznie na wynos, bez możliwości ich spożycia na miejscu; ich istotą jest to, że choć posiadają pełne wyposażenie kuchenne, brakuje im przestrzeni restauracyjnej dla klientów.

Choć model widmowych kuchni narodził się kilka lat temu, źródłem dynamicznego rozwoju „widmowości” była zmiana nawyków konsumenckich w trakcie pandemii. W okresie izolacji dominowali konsumenci, którzy zaspokajali swoje potrzeby przede wszystkim w formule online, wykorzystując do tego narzędzia cyfrowe. Jak pokazała cyfrowa transformacja wielu branż, implementacja modelu widmowego do innych obszarów gospodarki jest całkiem realna. Aktywność ograniczona do „zakulisowego” przygotowania i dostarczenia dóbr lub usług, w których nie ma potrzeby fizycznej obecności klienta, ma szansę stać się znaczącym elementem gospodarki przyszłości. Rozwiązanie to posiada wiele zalet. Najważniejszymi z nich są: niski koszt obsługi oraz szybszy czas wprowadzenia usługi na rynek, a w konsekwencji, niższe ryzyko zarządzania oraz możliwość eksperymentowania z wprowadzaniem usług dodatkowych.

Jednym z przykładów pokazujących możliwość rozwoju widmowych biznesów jest amerykańska restauracja „Canlis”, która, w okresie i z powodu pandemii, zmieniła swój model biznesowy stając się restauracją „pop-up” - mobilnym dostawcą gotowych dań. Podobny model funkcjonowania można odnaleźć w projekcie „Streetyfy”, który jest wirtualnym pasażem handlowym łączącym sprzedawców i nabywców. Użytkownicy mogą odwiedzać wirtualne sklepy, a nawet tworzyć własne ulice handlowe. Sprzedawcy mają możliwość tworzenia reklam i umieszczania ich w wirtualnych witrynach oraz komunikowania się z klientami. Celem tego rozwiązania jest łączenie klientów z lokalnymi sklepami, które zostały zamknięte w trakcie epidemii. W celu zwiększenia realizmu zakupów zastosowano nawet georeferencję, przejawiającą się m. in. w podświetlaniu wirtualnych ulic w porach wieczornych.



Photo by Dan Burton on
Unsplash



Nowy kierunek w tworzeniu modeli biznesowych, które można określić mianem modeli widmowych, mogą wyznaczać również rozwiązania wprowadzone przez zdalne „call-center” zorganizowane przez brazylijską firmę „JobHome”, piekarnię „Holmes Bakehouse” oferującą gotowe zestawy do samodzielnego wypieku pieczywa, wirtualne przestrzenie biurowe, ceremonie ślubne organizowane w formie zdalnej, wirtualne kluby taneczne i pokazy mody czy cyfrowe przestrzenie wystawiennicze.

Marketing dbałości / Self-Care Marketing

Skala pandemii w zasadzie zaskoczyła cały świat. Nikt nie zdawał sobie sprawy ze skali zbliżającego się kryzysu. Pandemia zmieniła dotychczasowy sposób myślenia i działania, zweryfikowała również plany i strategie wszystkich podmiotów rynkowych. Kryzys spowodowany koronawirusem stworzył nową rzeczywistość, do której należało się szybko dostosować.

Jedną z branż, która musiała szybko zareagować, była branża marketingowa. Komunikacja marketingowa jest procesem budowania relacji między firmą a otoczeniem. Od jej jakości zależy siła relacji i skuteczność biznesu mierzona jego wynikiem. W sytuacji zbliżającego się kryzysu, wiele przedsiębiorstw stanęło przed dylematem dotyczącym tego, jak reagować na zaistniałą sytuację. Pojawiło się pytanie, jak utrzymywać stały kontakt z klientami w sytuacji niezbędnego redukcji wydatków na działania marketingowe?



Photo by United Nations COVID-19
Response on Unsplash

Czas pandemii okazał się dla firm znakomitą sprawdzianem wiarygodności. Musiały one pokazać, że wartości deklarowane przed pandemią są tożsame z wartościami realizowanymi w trakcie jej trwania. Kluczowym narzędziem gwarantującym wiarygodność okazała się transparentność. Wiele firm i przedsiębiorstw podjęło próbę wykazania, że ich działania wykraczają poza wąsko rozumiane komercyjne cele, że w ich działaniach ważna jest empatia, a więc umiejętność wsłuchiwanie się w potrzeby klientów. Istotne było pokazanie, że walka z koronawirusem, w którą się często włączali, nie jest jedynie sposobem na promocję. Powszechną praktyką stało się przekazywanie środków na zakup sprzętu i wyposażenia medycznego, niektórzy z przedsiębiorców przekształcali miejsca pracy w zakłady produkujące sprzęt ochrony osobistej (maseczki, przyłbice, płyn dezynfekcyjny etc.). Angażowano się w dostarczanie posiłków dla personelu szpitali, dostosowywano wiele rozwiązań do potrzeb osób starszych (np. tworzenie szybkich kas dla seniorów czy organizowanie dostaw posiłków bezpośrednio do domów osób starszych), dostarczano sprzęt komputerowy dzieciom uczącym się w domach, a także uruchamiano akcje społeczne na rzecz lokalnego biznesu (np. akcje typu „zapłać teraz, skorzystaj później”). Niekiedy tworzone były również rozwiązania, które miały zapewnić stabilność zatrudnienia.

Wiele przedsiębiorstw udostępniało swoje zasoby na potrzeby walki z koronawirusem (np. oferowano pokoje hotelowe lekarzom lub osobom w kwarantannie, przestawiano produkcję na potrzeby walki z pandemią), włączano się w akcje społeczne promujące wzajemną pomoc i bezpieczne zachowania, a także w bezpośrednią pomoc potrzebującym. Działania podejmowane przez firmy były dostrzegane przez społeczeństwo, co pozwalało im budować pozytywny wizerunek oraz wzmacniać lojalność konsumentów.



Photo by John Cameron on Unsplash

Wiele z tych działań pokazało, że nie były one jedynie PR-owymi zagrywkami. Duża część inicjatyw podejmowanych przez przedsiębiorstwa i firmy realizowana była w sposób przemyślany i zgodny z wyznawanymi wartościami (np. działania Ikei na rzecz szpitali, placówek medycznych czy bezdomnych, czy wspieranie e-handlu przez firmę „Allegro”). Warto również zauważyć, że tego rodzaju działania mogą się stać ważnym elementem działań marketingowych po ustaniu pandemii. Niektórzy już nazywają ten typ marketingu „self-care marketingiem”.

#ghostbusiness

#crowdfunding

#neweconomy

OBSZAR EKONOMICZNY

#transparencymarketing

#zrównoważonybiznes

#rapiddelivery

OBSZAR ŚRODOWISKOWY

Trudno dzisiaj określić jednoznacznie wpływ pandemii koronawirusa na środowisko naturalne. Można go oceniać poprzez produkcje jednorazowych, często plastikowych, środków ochrony osobistej czy marnotrawstwo żywności niepotrzebnie kupionej w pierwszych dniach epidemii. Można również spojrzeć na niego z perspektywy zmniejszenia emisji CO₂ spowodowanej „zamrożeniem” globalnej gospodarki. Naszym zdaniem warto jednak przyjrzeć się tym inicjatywom, które choć nie były spektakularne i nie miały globalnego zasięgu, wpłynęły na indywidualne zachowania i nawyki. Wiele z nich może bowiem stanowić początek zachowań o znacznie szerszym zasięgu.

Biocentryczna izolacja / Biocentric Isolation

Negatywne konsekwencje działalności człowieka są w ostatnich latach coraz bardziej dostrzegalne m. in. w postaci rosnącej temperatury czy katastrofalnych w skutkach anomalii pogodowych. Dostrzeżenie i uznanie wszystkich konsekwencji antropocenu oznacza konieczność refleksji nad przyszłością planety. Epoka człowieka ujawniła bowiem swoje oblicze w kontekście negatywnych zjawisk klimatycznych. Kryzys klimatyczny stał się kluczowym czynnikiem, który decyduje dziś o kierunkach rozwoju we wszystkich sferach naszej aktywności. Fakt ten otwiera pole dyskusji nad kierunkiem rozwoju cywilizacji i modelem funkcjonowania naszej kultury. Kontynuowanie dotychczasowego sposobu funkcjonowania prowadzić może do szkodliwych i nieprzewidywalnych konsekwencji. Skutki naszych działań mogą okazać się katastrofalne.

Wydawać by się mogło, że okres pandemii „zamroził” działania prośrodowiskowe, a nawet sprzyjał wzrostowi zachowań nieprzyjaznych dla środowiska naturalnego (produkcja jednorazowych, najczęściej plastikowych, środków ochrony osobistej, stała się nowym generatorem odpadów). Okazało się jednak, że okres izolacji przyniósł również wiele pozytywnych skutków dla środowiska (i nie chodzi tu wyłącznie o zmniejszenie emisji CO₂ spowodowaną „zamrożeniem” wielu sektorów gospodarki).

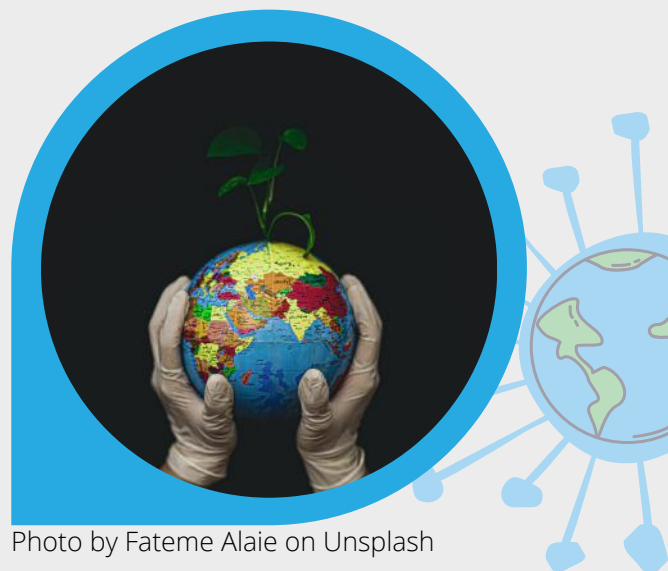


Photo by Fateme Alaie on Unsplash

W okresie pandemii wielu z nas nie trzeba było przekonywać do życia w zgodzie z naturą. Chętniej sięgaliśmy po produkty naturalne, z większą uważnością przyglądaliśmy się składowi i pochodzeniu kupowanych produktów, a dzięki przymusowej izolacji, doceniliśmy wartość obcowania ze środowiskiem naturalnym. W czasie kilkunastu tygodni powstało szereg rozwiązań, które chroniąc przed skutkami koronawirusa, zwiększały jednocześnie dbałość o środowisko naturalne. Firma „Air Co”. opracowała bezfermentacyjną technologię produkcji płynu dezynfekującego, dzięki czemu znacząco ograniczyła emisję CO₂. Inicjatywna „Precious plastic” wykorzystywała plastikowe odpady do tworzenia przyłbic i innych środków ochrony osobistej. Niezwykłe interesujący, w tym kontekście, wydaje się również plan władz Amsterdamu, które zamierzają uczynić ze stolicy Niderlandów miasto w pełni zrównoważone. Przyjmując nowy model zarządzania (model „pączka” stworzony przez ekonomistkę z Oxfordu, Kate Raworth), chcą zaspokajać wszystkie potrzeby obywateli i jednocześnie chronić zasoby naturalne planety.



Okres pandemii okazał się również okazją do tego, by rozwijać drobne nawyki sprzyjające ochronie środowiska naturalnego. Domy, w którym zostaliśmy zamknięci, stały się integralną częścią środowiska naturalnego, miejscem, które można uczynić bardziej przyjaznym ekologicznie. Dość popularne w okresie pandemii stały się poradniki zachęcające do bardziej ekologicznego stylu życia, a nawet nakłanianie ludzi do uprawiania roślin doniczkowych.

W okresie pandemii nie zapomniano również o zwierzętach domowych. W Kanadzie powstała wirtualna klinika weterynaryjna („KaboHealth”), która oferowała darmowe poradnictwo weterynaryjne. Pojawiały się również wolontaryjne inicjatywy pomocowe, które polegały na pomocy w wyprowadzaniu zwierząt domowych osobom z różnych powodów niemogącym wychodzić ze własnych domów.

Mniej Czyli Dobrze / Less Is Fine

Zmiany klimatyczne prowadzą do zwiększenia świadomości ludzi o konsekwencjach rozwoju. Rośnie brak zaufania do dotychczasowego modelu konsumpcji i determinowanego przez niego stylu życia. Zwiększa się przekonanie, że obecny system musi zostać zastąpiony przez system bardziej zrównoważony, opierający się na idei odpowiedzialności za kolejne pokolenia. Ta zmiana dokonać ma się dzięki tzw. „rewolucji zero”, a więc transformacji, która przywróci możliwość regenerowania się środowiska naturalnego. W jej ramach rozwija się zjawisko określane mianem „innowacji zero”. Jest to dość jasno określona wizja rozwoju technologicznego, której celem jest dążenie do wyeliminowania wszystkich negatywnych dla środowiska zjawisk (emisje CO₂, wypadki, śmieci, etc.), wskutek przesunięcia akcentu z innowacyjności technologicznej na społeczną. Priorytetem dla branży technologicznej staje się podejmowanie działań, ukierunkowanych na ochronę środowiska oraz na gwarancję bezpieczeństwa gatunku ludzkiego. Kluczową rolę w tej wizji odgrywają również konsumenci, którzy zyskując coraz większą świadomość konsekwencji swoich praktyk rynkowych, poszukują bardziej zrównoważonych strategii życiowych.



Pandemia przyczyniła się do wytworzenia olbrzymiej ilości odpadów. Ich źródłem były jednorazowe środki ochrony osobistej, które produkowano na masową skalę. Z drugiej jednak strony uwrażliwiła na zagrożenia związane z nadmierną konsumpcją. Jednym ze sposobów ograniczania marnotrawstwa jest optymalizacja zasobów. Przez pandemię zwiększył się problem marnowanej żywności. Ograniczenia w handlu sprawiły, że wielu dostawców żywności nie było w stanie zmienić swojego sposobu dostarczania żywności (np. przejść na handel detaliczny). Pojawił się pomysł, żeby pośrednikami w dystrybuowaniu żywności stały się banki żywności. Mogłyby one pomóc zarówno w przygotowaniu żywności (np. zbiorach owoców i warzyw), a także ich pakowaniu z przeznaczeniem na rynek detaliczny. W okresie pandemii powstawały również specjalne aplikacje (np. aplikacja „Wspólne zasoby”) umożliwiające opisanie i śledzenie wielu zasobów, które mogłyby zostać przeznaczone na walkę z pandemią. W ograniczaniu marnotrawstwa pomógł również wzrost zainteresowania zakupami online, które przyczyniły się do wzrostu świadomości zakupowej wielu klientów, a także zwiększyły oczekiwania wobec przejrzystości marek. Zmniejszeniu marnotrawstwa sprzyjało również przejście w tryb pracy zdalnej. Spowodowało to zmniejszenie zużycia mediów oraz materiałów biurowych. Nie bez znaczenia okazała się również dyskusja o zasadności utrzymywania wielu przestrzeni biurowych, które w modelu pracy zdalnej stają się zbędne.

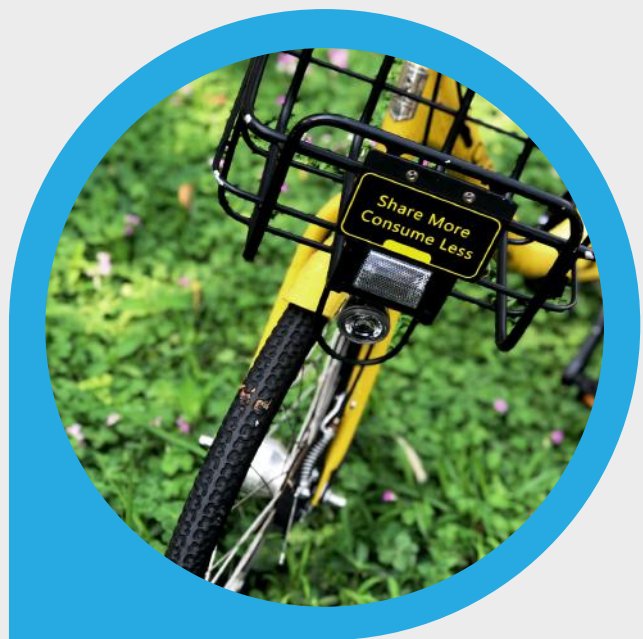


Photo by Pop & Zebra on Unsplash

Rozwinięta gospodarka rynkowa XXI wieku oferuje nam niemal nieograniczone możliwości wyboru produktów różnego rodzaju. Nadmiar rzeczy może nas jednak przytłaczać. W czasie pandemii mogliśmy sobie uświadomić, że nie potrzebujemy tak dużo, by być szczęśliwymi, zaczęliśmy kupować tyle, ile rzeczywiście potrzebowaliśmy, redukując nadmierną konsumpcję.

Użytkowanie najpotrzebniejszych rzeczy oczyszcza zarówno nasze otoczenie (z pomieszczeń znikają niepotrzebne przedmioty), jak i umysł (znika pęd ku nadmiernej konsumpcji) a my możemy skupić się na sprawach najważniejszych. Okres zamknięcia w domach i ograniczenie zakupów do niezbędnego minimum, pozwolił wielu zdystansować się wobec chęci kupowania a część ludzi znalazła czas, by przyjrzeć się pomieszczeniom w domu i zrobić porządek ze zbędnymi przedmiotami.

#lessisfine

#zerowaste

OBSZAR

ŚRODOWISKOWY

#naturefriendly

Scenariusze

Uzupełnieniem raportu jest scenariusz, który należy potraktować jako wizję kierunku, w jakim mogą rozwijać się wskazane przez nas mikrojawiska. Przygotowując go, nie zakładamy, że zawarte w nim rozwiązania w przyszłości bezwzględnie się zdarzą. Chcemy jedynie pokazać potencjał opisanych przez nas zjawisk. Nie chodzi nam więc o prognozowanie, a jedynie o antycypowanie zmian.

Przygotowaliśmy scenariusz optymistyczny. Jego osią stały się wybrane przez nas mikrotrendy, które potraktowaliśmy jako czynniki zmian. Uznaliśmy, że największy potencjał posiadają: gospodarka potrzeb, wspólnota działań, kreatywna i biocentryczna izolacja, przyjazny dystans, kultura rozszerzona, streamlife, marketing dbałości, mniej znaczy lepiej oraz wszystko zdalne.

Wybrane przez nas mikrotrendy zostały umieszczone na tzw. osiach niepewności, które następnie skrzyżowaliśmy ze sobą. Utworzyły one oś pionową i poziomą, dając jednocześnie możliwość analizowania poziomu natężenia czynnika zmiany. W wyniku skrzyżowania ze sobą osi niepewności otrzymywaliśmy każdorazowo cztery obszary możliwości. Stanowiły podstawę do generowania rozwiązań z wykorzystaniem wybranych czynników zmian.

Tworząc ten scenariusz wskazaliśmy obszary, w jakich będą oddziaływać opisane przez nas mikrotrendy. Ich wybór został wyznaczony sferami, w których pojawiały się wyszukane przez nas sygnały zmian. Uznaliśmy, że możliwie przekształcenia będą dotyczyć naszego miejsca zamieszkania, relacji społecznych, potrzeb i zakupów, nawyków żywieniowych, pracy, medycyny, kultury i rozrywki, edukacji oraz turystyki.

Dom

Wiele osób, zwłaszcza młodych, początki izolacji traktowało jak swoisty rodzaj wakacji. Niezwykle szybko okazało się jednak, że przedłużające się odosobnienie nie do końca jest pozytywnym doświadczeniem. Przymus izolacji skazał większość populacji na pozostawanie w miejscach zamieszkania i opuszczanie ich jedynie w wyjątkowych sytuacjach. Wszelka dotychczasowa aktywność została ograniczona do niezbędnego minimum, a tam, gdzie był oto konieczne, sprowadzono ją do działań zdalnych.

Pandemia pozwoliła nam odkryć potencjał naszych mieszkań. Stały się one miejscami przymusowego odosobnienia, ale też centrami naszej aktywności. W przyszłości nasze domowe przestrzenie życia będą zmieniały swoją funkcjonalność. Staną się elastyczniejsze, co pozwoli łatwiej dostosowywać je do rozmaitych aktywności takich, jak praca, rozrywka, spotkania czy rozwijanie indywidualnych pasji.

Bardzo prawdopodobne jest również to, że nasze mieszkania przejmą część funkcji związanych z usługami. Rozwój kultury „zrób to sam” sprawił, że wiele usług (gotowanie, wellness, profilaktyka medyczna, edukacja etc.) zostało dostosowanych do warunków domowych. Ta tendencja może sprawić, że będziemy projektować nasze miejsca zamieszkania pod kątem możliwości korzystania z określonych usług.

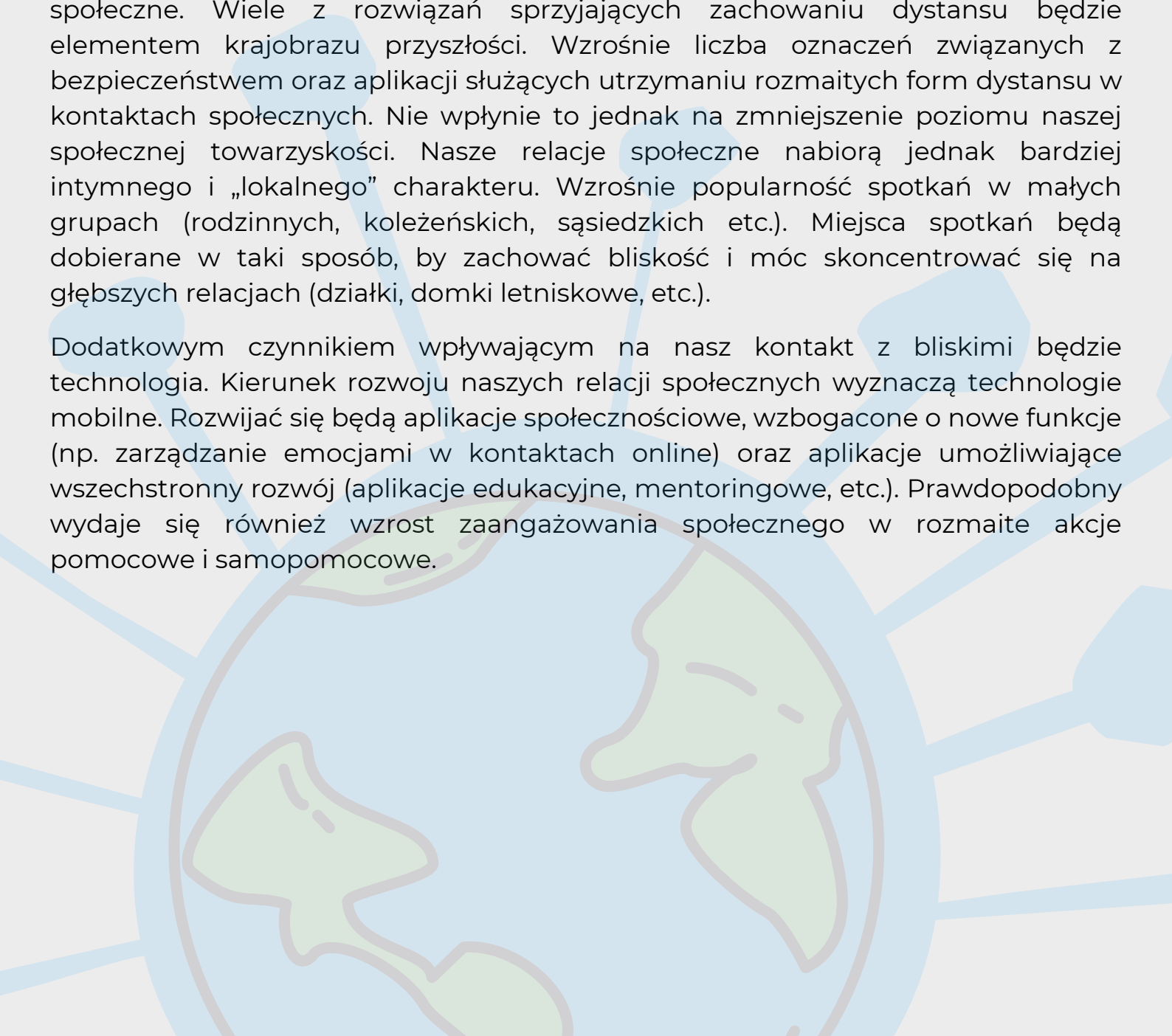
Rozwój kultury „zrób to sam” sprawi również, że w większym stopniu będziemy samodzielnie wykonywać wiele czynności związanych z naszym mieszkaniem. Być może sami będziemy dokonywać niewielkich napraw, być może zajmujemy się ogrodnictwem domowym, gotowaniem lub restaurowaniem mebli.

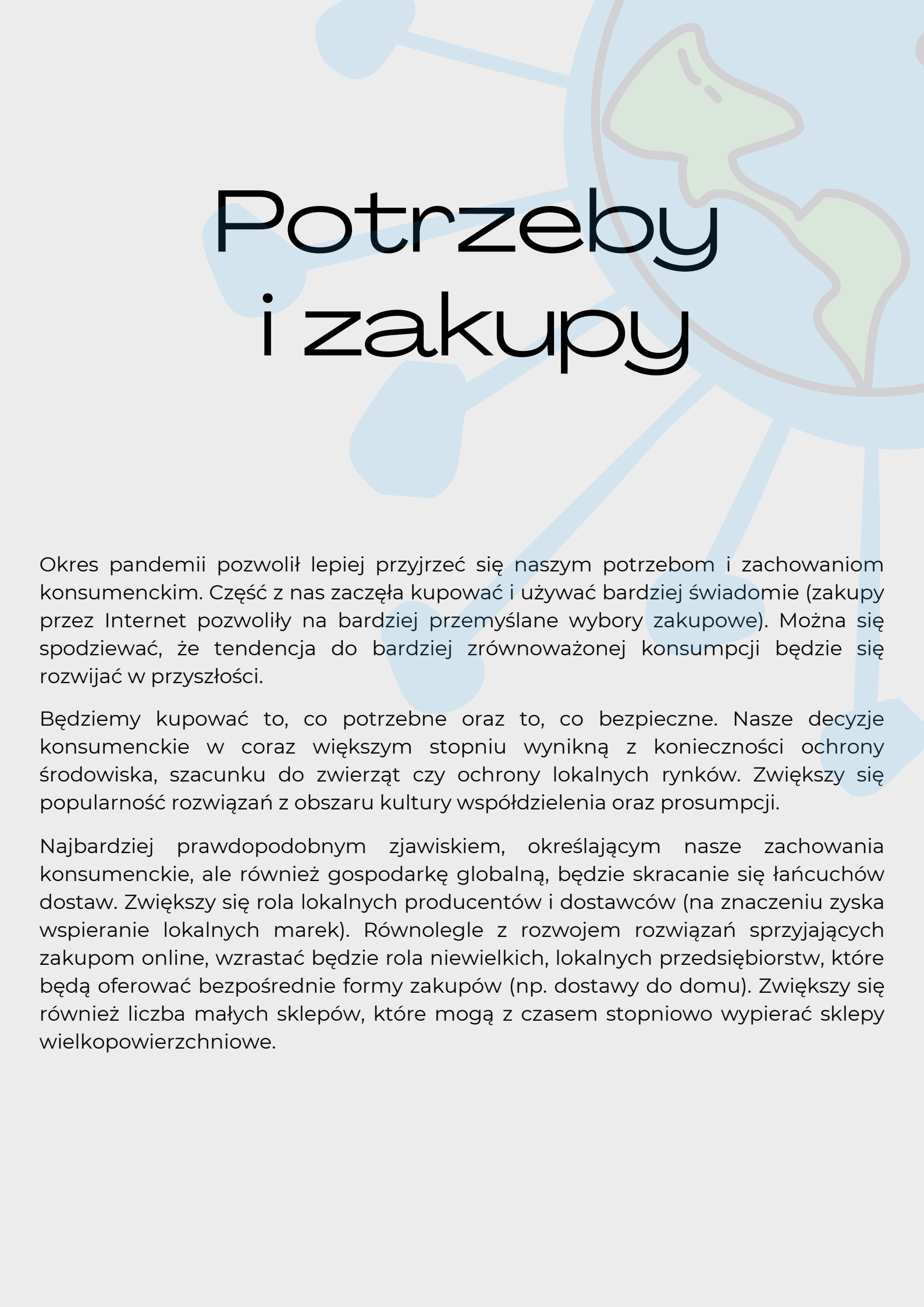
Zmiany dotyczące naszych mieszkań będą się wiązały – z jednej strony z rozwojem aplikacji, poradników oraz – z drugiej – z powstawaniem nowych zawodów. Zadaniem jednych i drugich będzie najlepsze dostosowywanie mieszkania do rozmaitych funkcji i zadań. Przekształcaniu naszych mieszkań sprzyjać będzie rozwój technologii inteligentnych oraz streamingu.

Relacje społeczne

Konieczność zachowania dystansu fizycznego sprawiła, że zmieniły się nasze relacje społeczne. Wiele z rozwiązań sprzyjających zachowaniu dystansu będzie elementem krajobrazu przyszłości. Wzrośnie liczba oznaczeń związanych z bezpieczeństwem oraz aplikacji służących utrzymaniu rozmaitych form dystansu w kontaktach społecznych. Nie wpłynie to jednak na zmniejszenie poziomu naszej społecznej towarzyskości. Nasze relacje społeczne nabiorą jednak bardziej intymnego i „lokalnego” charakteru. Wzrośnie popularność spotkań w małych grupach (rodzinnych, koleżeńskich, sąsiedzkich etc.). Miejsca spotkań będą dobierane w taki sposób, by zachować bliskość i móc skoncentrować się na głębszych relacjach (działki, domki letniskowe, etc.).

Dodatkowym czynnikiem wpływającym na nasz kontakt z bliskimi będzie technologia. Kierunek rozwoju naszych relacji społecznych wyznaczą technologie mobilne. Rozwijać się będą aplikacje społecznościowe, wzbogacone o nowe funkcje (np. zarządzanie emocjami w kontaktach online) oraz aplikacje umożliwiające wszechstronny rozwój (aplikacje edukacyjne, mentoringowe, etc.). Prawdopodobny wydaje się również wzrost zaangażowania społecznego w rozmaite akcje pomocowe i samopomocowe.



Tło graficzne przedstawia stylizowaną mapę świata w kolorach niebieskim i zielonym, nakładającą się na siatkę linii i węzłów, przypominającą strukturę sieci lub mapę globalną.

Potrzeby i zakupy

Okres pandemii pozwolił lepiej przyjrzeć się naszym potrzebom i zachowaniom konsumenckim. Część z nas zaczęła kupować i używać bardziej świadomie (zakupy przez Internet pozwoliły na bardziej przemyślane wybory zakupowe). Można się spodziewać, że tendencja do bardziej zrównoważonej konsumpcji będzie się rozwijać w przyszłości.

Będziemy kupować to, co potrzebne oraz to, co bezpieczne. Nasze decyzje konsumenckie w coraz większym stopniu wynikną z konieczności ochrony środowiska, szacunku do zwierząt czy ochrony lokalnych rynków. Zwiększy się popularność rozwiązań z obszaru kultury współdzielenia oraz prosumpcji.

Najbardziej prawdopodobnym zjawiskiem, określającym nasze zachowania konsumenckie, ale również gospodarkę globalną, będzie skracanie się łańcuchów dostaw. Zwiększy się rola lokalnych producentów i dostawców (na znaczeniu zyska wspieranie lokalnych marek). Równolegle z rozwojem rozwiązań sprzyjających zakupom online, wzrastać będzie rola niewielkich, lokalnych przedsiębiorstw, które będą oferować bezpośrednie formy zakupów (np. dostawy do domu). Zwiększy się również liczba małych sklepów, które mogą z czasem stopniowo wypierać sklepy wielkopowierzchniowe.

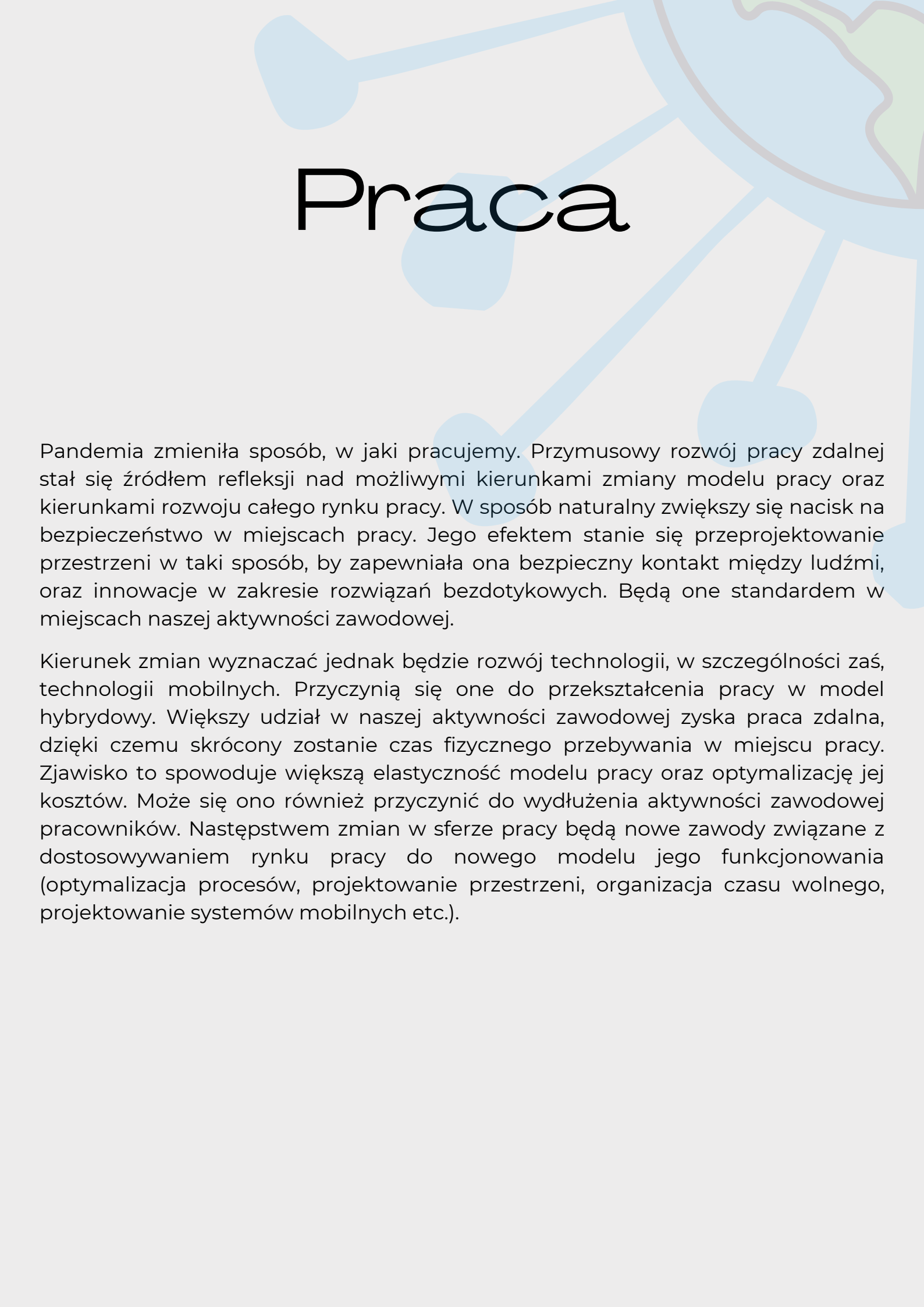
Jedzenie

W czasie pandemii zmieniły się nasze zwyczaje żywieniowe. Brak wielu produktów sprawił, że zaczęliśmy szukać alternatyw dla zaspokajania naszych potrzeb żywieniowych. Zamrożenie gospodarki oraz obostrzenia sanitarne sprawiły, że straciliśmy możliwość korzystania z oferty branży gastronomicznej. Te dwa zjawiska będą decydowały o kierunkach rozwoju naszych zwyczajów żywieniowych.

Z przyszłością należy wiązać spadek popularności żywienia zbiorowego, w szczególności zaś tzw. otwartych bufetów. Względy bezpieczeństwa spowodują, że jeśli będziemy decydować się na korzystanie z usług restauracji, to wybierzemy raczej lokale niewielkie, dostarczające coś więcej niż tylko jedzenie. Rozwijać się będą bary sąsiedzkie oraz kuchnie przygotowujące posiłki na wynos (bez przestrzeni restauracyjnej).

Zwiększy się rola tzw. „comfort food”, jedzenia smacznego i łatwego do przygotowania. Spowodowane to będzie upowszechnianiem się kultury samodzielnego przygotowywania posiłków. Będziemy uprawiać własne warzywa (w domowych ogrodach), będziemy jeść mniej produktów zwierzęcych, wróci zainteresowanie tradycyjnymi recepturami produkowania i konserwowania żywności. Rozwój żywieniowego „zrób to sam” będzie stymulował poradnictwo kulinarne, edukację kulinarną oraz rozwój branży produktów kuchennych przeznaczonych do samodzielnego gotowania.





Praca

Pandemia zmieniła sposób, w jaki pracujemy. Przymusowy rozwój pracy zdalnej stał się źródłem refleksji nad możliwymi kierunkami zmiany modelu pracy oraz kierunkami rozwoju całego rynku pracy. W sposób naturalny zwiększył się nacisk na bezpieczeństwo w miejscach pracy. Jego efektem stanie się przeprojektowanie przestrzeni w taki sposób, by zapewniała ona bezpieczny kontakt między ludźmi, oraz innowacje w zakresie rozwiązań bezdotykowych. Będą one standardem w miejscach naszej aktywności zawodowej.

Kierunek zmian wyznaczać jednak będzie rozwój technologii, w szczególności zaś, technologii mobilnych. Przyczynią się one do przekształcenia pracy w model hybrydowy. Większy udział w naszej aktywności zawodowej zyska praca zdalna, dzięki czemu skrócony zostanie czas fizycznego przebywania w miejscu pracy. Zjawisko to spowoduje większą elastyczność modelu pracy oraz optymalizację jej kosztów. Może się ono również przyczynić do wydłużenia aktywności zawodowej pracowników. Następstwem zmian w sferze pracy będą nowe zawody związane z dostosowywaniem rynku pracy do nowego modelu jego funkcjonowania (optymalizacja procesów, projektowanie przestrzeni, organizacja czasu wolnego, projektowanie systemów mobilnych etc.).

Medycyna

Zmiany w medycynie będą stymulowane przede wszystkim przez digitalizację. Większość usług przekształci się w postać cyfrową. Zastosowanie nowych technologii cyfrowych do zarządzania opieką zdrowotną stanie się nie tylko pomocne, ale również konieczne. Wykorzystanie technologii cyfrowych otworzy dodatkowo nowe możliwości przed branżą medyczną. Algorytmizacja, internet rzeczy (IoT), technologie rozszerzonej rzeczywistości wprowadzą opiekę medyczną na wyższy poziom.

Transformacja usług medycznych spowodowana rozwojem technologii cyfrowych przyczyni się również do zmiany zachowań ludzi. Powszechny dostęp do aplikacji, które pozwalają nam zbierać, analizować i interpretować informacje dotyczące zdrowia, przyczyni się do odciążenia systemu opieki zdrowotnej i przeniesienia części odpowiedzialności za zdrowie na samych obywateli. To oni będą w większym stopniu odpowiedzialni za gromadzenia danych o zdrowiu oraz za profilaktykę zdrowotną.

Udział technologii zwiększy się nie tylko w medycynie tradycyjnej. Zwiększy się również dynamika rozwoju telemedycyny weterynaryjnej.



Edukacja

Niezależnie od oceny sposobu ich wprowadzania, zmiany, które zaszły w edukacji należy uznać za rewolucyjne. Przystawienie systemu edukacyjnego na model zdalnego kształcenia ujawnił wielki potencjał technologii w nauczaniu na wszystkich poziomach kształcenia. Wydaje się więc, że dalszy rozwój edukacji będzie w dużym stopniu sprzężony z rozwojem technologicznym i będzie wymagał równoległego przygotowania nauczycieli do efektywnej pracy przy użyciu nowoczesnych aplikacji edukacyjnych.

Rzeczywisty rozwój platform edukacyjnych, technologiczne ułatwienia w dostępie do materiałów edukacyjnych, rozwój nowych zjawisk edukacyjnych, takich jak „socialmedia education” przyczyniają się do zwiększenia skuteczności edukacji, ale również do ograniczenia jej kosztów. W przyszłości będzie można zaobserwować wzrost znaczenia technologii zarówno w procesach kształcenia, jak również zarządzania edukacją. Wzrośnie również rola technologii streamingowych oraz edukacji sieciowej, polegającej na tworzeniu się grup społecznościowych skoncentrowanych na wzajemnym uczeniu się.

Pozytywna zmiana w edukacji polegać będzie również na decentralizacji systemu edukacyjnego. Wzrost znaczenia edukacji alternatywnej, która będzie rozwijała się niejako na obrzeżach zinstytucjonalizowanego systemu kształcenia, wymusi jego reformę oraz dostosuje go do współczesnych wyzwań i warunków.

Kultura i rozrywka

Okres pandemii koronawirusa stał się testem dla wielu instytucji, które musiały zmierzyć się z nowym wyzwaniem. W czasie, gdy niemal wszystkie instytucje kultury zostały zamknięte, wiele działań w tym obszarze zostało przeniesionych do internetu lub znalazło swoje miejsce w przestrzeniach do tej pory mniej kojarzonych z tego rodzaju aktywnością.

Przyszłość kultury kryje się w wykorzystaniu nowych kanałów docierania do odbiorców oraz w zwiększeniu poziomu interaktywności. Innymi słowy, znaczna część działań kulturalnych przeniesie się do świata wirtualnego. Rozwój i wykorzystanie nowych technologii sprawi, że dostęp do kultury będzie bardziej otwarty i łatwiejszy, a dzięki temu powszechniejszy. Wykorzystanie nowych technologii może skutkować pojawianiem się nowych inicjatyw kulturalnych o charakterze hybrydowym, łączących off- i online. W przyszłości przyspieszy również proces digitalizacji dóbr kultury.

Zmiany nastąpią również w tradycyjnie rozumianej aktywności kulturalnej. Zwiększy się dostępność oraz interaktywność działań kulturalnych. Instytucje kulturalne przestaną być jedynymi, które oferują wydarzenia kulturalne. Przestrzenią dla działań w tym obszarze staną się ulice miast oraz prywatne domy twórców kultury.

Zmiany pojawią się również w szeroko pojętej rozrywce. Wzrośnie popularność serwisów streamingowych. Będzie się również zmieniał charakter przekazu strumieniowego. Będzie on bardziej interaktywny i otwarty na nowe grupy użytkowników (np. na przedstawicieli starszego pokolenia). Do łask wrócą zapomniane nieco rozrywki, takie jak kina samochodowe czy organizowane na świeżym powietrzu spektakle i kameralne koncerty.

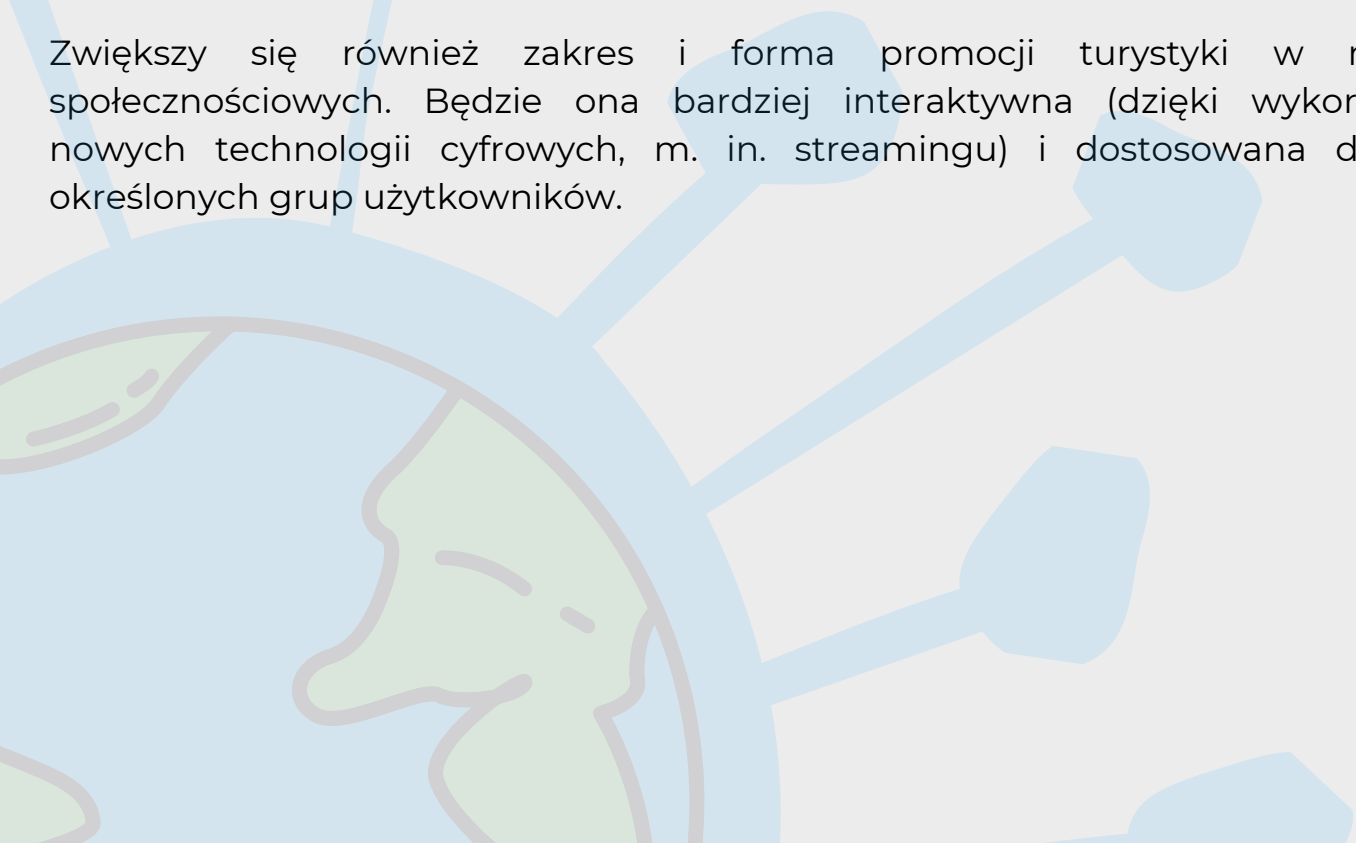
Wzrośnie również popularność gier, zwłaszcza gier społecznościowych oraz takich, w których użytkownicy będą mieli wpływ na tworzenie scenariuszy.

Turystyka

Rozwój turystyki w przyszłości będzie ściśle związany z bezpieczeństwem („how-safetourism”). Coraz mniej popularna będzie turystyka masowa i dalekie podróżowanie. Zyska natomiast turystyka lokalna oraz krótkie „wypady” turystyczne połączone z dodatkowymi korzyściami (np. zdobywaniem nowej wiedzy czy umiejętności). Nowym zjawiskiem w obszarze turystyki może być „turystyka empatyczna”, która łączy wypoczynek z zaangażowaniem ekologicznym czy społecznym (np. inicjatywami pro-zwierzęcymi lub pro-środowiskowymi).

Krótszy wypoczynek będzie się wiązał z maksymalizowaniem doświadczeń. W ofercie turystycznej coraz częściej znajdować się będą atrakcje, które dostarczają silnych bodźców i oddziałują na wszystkie zmysły. Rozwojowi turystyki aktywnej i zdrowotnej towarzyszyć będzie turystyka kulinarna i kulturowa o charakterze regionalnym.

Zwiększy się również zakres i forma promocji turystyki w mediach społecznościowych. Będzie ona bardziej interaktywna (dzięki wykorzystaniu nowych technologii cyfrowych, m. in. streamingu) i dostosowana do ściśle określonych grup użytkowników.





obszar
ekonomiczny



obszar
technologiczny



obszar
społeczny



obszar
środowiskowy

