**Jak zmienił się świat w ciągu ostatnich 30 lat.**

**Jak sobie radzisz z tą onlajnowością?**

Myśląc o zmianach w ciągu 30 ostatnich lat, pierwsze co przychodzi na myśl to rewolucja technologiczna. Pojawił się Internet a wraz z nim zmieniły się relacje międzyludzkie, dostępność do innych kultur, świat stał się globalną wioską, w której informacja rozprzestrzenia się z prędkością światła. Zmienia się wszystko. Migracje ludności wpłynęły nie tylko na zatarcie się różnic kulturowych, ale też zmiany językowe. Trudno znaleźć język, który nie jest przesiąknięty np. anglicyzmami. Mniejszości kulturowe w nowych ojczyznach natomiast potworzyły swoje własne języki- nowomowę tj. jak Ponglisz, którą adoptujemy równie szybko, jak przystosowujemy się do nowych technologii.

**Twitnij zza kornera**

Twitter zastąpił nam plotkowanie w pobliskim barze. Trudno znaleźć celebrytę, dziennikarza czy artystę bez konta na Twitterze. 30 lat temu w celu omówienia problemów rzeczywistości spotkalibyśmy się w barze, gdzie dania serwowane były o obniżonej gramaturze, a salą rządziła kelnerka, barmanka a w kuluarach babcia klozetowa. W Polsce byłby to pewnie jeden z klasycznych miejsc spotkań określonych elit, tj. „Literacka”, SPATiF czy „Kameralna”, gdzie elity zbierałyby się w welwetowych marynarkach za kupionych w Domach Towarowych. Nieco bardziej zamożni zbierali się natomiast w „Kongresowej”, gdzie często bawili się również z przyjaciółmi z Rosji. W Gdyni u „Maxima byli”, w Zakopanym bawiono się w „Watrze” czy „Jędrusiu” czy w hotelu „Kasprowy” lub „U wnuka”. W Poznaniu była „Adria”, w Bydgoszczy „Savoy”, „Zodiak” i „Słowianka”, a szczecińska „Kaskada” gromadziła poza artystami również marynarzy. Były bary, potańcówki, Polaków rozmowy.

Politycy, artyści, bikiniarze, badylarze czy dziennikarze nie wymienialiby się ani uprzejmościami na Twitterze, czy obrzucali obelgami, później kasując swoje posty. Słowa umierały wraz z porannym kacem, mało kto żywił do innego artysty czy dziennikarza urazę. Bywalcami lokali zamiast onlajnowców byli bikiniarze, badylarze, sekretarze partii czy dyrektorzy zjednoczeń, a nawet profesorowie. Plotka roznosiła się wolno i z gracją. Zazwyczaj powstawała w kuluarach jednej z zakrapianych, okadzonych dymem papierosowym knajp, przekazywana dyskretnie z ucha do ucha pocztą pantoflową. Każde słowo miało znaczenie, bo żyło na ustach ludzkich. Pewnego dnia do naszego życia zawitały nowe technologie. Systemy pierwszych komputerów w niczym nie przypominały dzisiejszych Windowsów. Poruszaliśmy się komendami w Dosie, wydając nowe polecenia językiem zero jedynkowym, porozumiewając się językiem technologii, szybko doszliśmy do tego, że w wirtualnej rzeczywistości chcemy poznawać innych ludzi. Z pomocą pragnącym kontaktu przyszedł Internet. To w nim powstały pierwsze komunikatory, chaty, ICQ, potem GaduGadu i liczne ich mutacje. Bary zastąpiły nam chat roomy, listy powoli zostały zastąpione najpierw e-mailami, później komunikatorami. Pamiętasz jeszcze Naszą Klasę?

Dziś mamy natomiast kulturę Twittera. Pojawił się informacyjny, trudny do opanowania, szum. Ponadto używanie Twittera wymusiło od nas kondensację wypowiedzi w zakresie 144 znaków. Brak tu miejsca na rozmowę, czy porządną dyskusję, do tego- słowo pisane uderza znacznie mocniej i pozostaje udokumentowane na dłużej niż dysputy przy akompaniamencie kilku głębszych w roli głównej. 144 znakowe poglądy zmuszają nas do dyscypliny językowej. Poza myślą bowiem, w wypowiedzi musi się zmieścić hasztag, czyli identyfikacja tematu rozmowy czy poruszenia. Kondensacja wypowiedzi nie zawsze idzie w parze z precyzją, ale z pomocą przychodzi nam przecież obraz. To on stał się integralną częścią naszej kultury.

**Insta Okno na świat**

Jeśli już mowa o obrazie po Pintereście, gdzie szukamy zwykle inspiracji obrazkowych, w życiu codziennym towarzyszy nam Instagram. Nasze okno na świat. Kiedyś nieśmiało zza firanki podglądaliśmy sąsiadów. Dziś nie kryjemy się z niczym. Instagram obnaża nie tylko dusze, ale i ciała. W sensie dosłownym. Insta okno na sąsiada pokazuje taką rzeczywistość, w jaką każdy z nas chciałby wierzyć, wyimaginowaną, zwykle doskonałą, spójną historię nas samych, którzy mają określone cele życiowe i nie obawiają się tego pokazać. Nie ma tu miejsca na sąsiedzkie spory, ukrywanie się za firanką, dyskrecję i krygowanie się z nagością. Niektórzy obnażają się nawet do majtek lub ich namiastki, pielęgnując ego i wszechobecną kulturę zwaną „mogę wszystko”. Kto 30 lat temu wierzył, że może wszystko? Dziś dzięki trenerom osobowościowym, osobistym i personalnym już wiemy, że „sky is the limit”. Instagram niczym pismo obrazkowe z epoki kamienia łupanego, zaskakująco doskonale wpisuje się w świat współczesny. Oko ludzkie bowiem z ożywieniem reaguje na obraz, pomijając słowa. „Możliwości wyglądowe ma każdy, jeden wciąga brzuch, muskuła napina, wystarczy ramka, parówki” – jak mówi Piotr Żyła, który naucza kolegę z gór- Klasyka w serialu marki TransferGo „Żyła i Klasyk w onlajnie”. Parówki to nie mięso wieprzowo- wołowe to zgrabne nogi na plaży, kiedy szykujemy relację z egzotycznych podróży i pragniemy dobrego postrzegania naszych kończyn w obiektywie. Tego nie wymyśliłby 30 lat temu nawet najbardziej kreatywny sąsiad.

**Face na Fejsa**

Tu toczy się nasze życie. Często żyjemy w onlajnie znacznie bardziej intensywnie niż w realnej rzeczywistości. Wystarczy przytoczyć statystyki urodzeń dzieci. W 1989 roku na przykład urodziło się ich ponad 551 tys., niestety w roku 2013 na świat przyszło już tylko 370tys. choć zawarto podobną ilość małżeństw. W obecnym czasie notuje się także znacznie więcej rozwodów i wyższe jest spożycie alkoholu. Wbrew pozorom życie w sieci nie przyniosło ze sobą zwiększonej satysfakcji, a wręcz przeciwnie - wiele osób przyznaje się do frustracji. Choć dostęp do informacji jest znaczenie szybszy, widzimy, gdzie bywają nasi fejsbukowi przyjaciele, co jedzą, jak wyglądają ich dzieci, do jakich chodzą knajp, często odnosimy wrażenie, że spotkanie tych samych ludzi w realnej rzeczywistości jest zwyczajnie nierealne.

Powszechnie się sądzi, że jak nie ma Cię na fejsie, to znaczy, że nie istniejesz. Choć to ogromne uproszczenie, na pewno osoby, którym zależy na rozgłosie mogą dziś zaistnieć właśnie w sieci. Mogą kreować dowolnie swój wizerunek, nawiązywać dialog z ludźmi, do których chcą kierować swój przekaz. To dotyczy także marek. Facebook stał się narzędziem komunikacji, gdzie marka spotyka swojego użytkownika i tam też często rozpoczyna się transakcja. Choć oficjalnie nikt nie mówi o tym, że Facebook to platforma handlowa, każdy przyzna, że na fejsie spotkasz praktycznie każdy segment rynku i także ten, który Cię pokocha. Dlatego wiele marek dziś stawia na autentyczność przekazu, na budowanie relacji z tymi, którzy z jakiegoś powodu zgadzają się z tym co komunikują dziś firmy. Jednak tu nie ma „Książki skarg i zażaleń”. Na Facebooku złe opinie są podchwytywane równie szybko, jak kiedyś umieszczano fotografię na ściance „tych klientów nie obsługujemy”. Problem polega na tym, że nasz profil nie zamknie swoich drzwi, a złe komentarze nie mogą pozostać bez odpowiedzi. Sztuka jest się do nich pozytywnie odnieść i zachować swoją dobrą twarz, aby lista odchodzących klientów się nie powiększała.

Marki doskonale zdają sobie z tego sprawę. Wystarczy przytoczyć kilka przykładów. Pod lupę weźmy np. popularną markę Asda, która w swoich supermarketach wprowadziła jako przebranie na Halloween o nazwie „Pacjent szpitala psychiatrycznego”. Po fali negatywnych ocen internautów, którzy byli oburzeni paskudnym, zakrwawionym strojem dla 1 na 4 osób w samej Wielkiej Brytanii, bo właśnie takie są dane szacunkowe dotyczące ilości osób z problemami psychicznymi, Asda szybko ściągnęła z półek niefortunny kostium i zapłaciła pokaźną sumę jednej z organizacji charytatywnych, zajmujących się pomocą osobom cierpiącym na choroby psychiczne.

Dla przeciwwagi, pozytywnym przykładem zmiany percepcji klientów na temat instytucji finansowych jest TransferGo. Marka pozwala sobie na flirt z klientami, którym dostarcza szybkich i tanich przelewów. Nie tylko wdraża przekaz emocjonalny, zupełnie nie kojarzący się z pieniędzmi, ale także humorystyczne historie, bliskie życiu każdego z nas. Do tej pory taki sposób komunikacji spotkał się z doskonałym przyjęciem publicznym, zapewniając żywy dialog z realnymi klientami i dostarczanie im wartości dodanej, choć nieoczywistej dla instytucji finansowej, czyli dobrej rozrywki np. w serialu „Żyła i Klasyk w onlajnie” czy dzięki współpracy z DJ-ami, piosenkarzami i tworząc zabawne dialogi w Pongliszu, czyli języku emigrantów, dla których usługa jest głównie przeznaczona. Był bank, były poważne sprawy, waluty, bony towarowe, przemycane kartki na mięso od ciotki w listach, dziś można bez problemu pieniądze wysłać w onlajnie.

Zmiana sposobu narracji, która jest bardzo charakterystyczna dla naszych czasów, z tej, która była smutnym monologiem na interaktywny dialog to zadanie dla każdego, kto demonstruje swoją obecność w sieci. Na Facebooku czy YouTube można teraz obejrzeć kilka odcinków zabawnych historyjek z udziałem popularnego skoczka narciarskiego Piotra Żyły, który doskonale sobie radzi w internetach z Klasykiem – polskim stand-up’erem, z pokolenia tzw. starej daty. To zderzenie światów siłą rzeczy zmusza do refleksji nad współczesnością. Niestandardowe podejście do promocji marki finansowej to kwintesencja naszych czasów. Czy 30 lat temu komuś marzył się szybki przelew online? Czy komuś przez myśl przeszedł fakt, że dziś będziemy w kilka godzin mogli przesłać rodzinie np. kasę na prezent czy zapłacić za usługi w innym kraju? W dodatku kojarzenie finansów z humorem czy emocjami było praktycznie niemożliwe. Choć wszyscy wierzyliśmy w wartości wyższe, tj. jak miłość czy przyjaźń, zupełnie nie mieściło nam się w głowie, że za 30 lat najwięcej przyjaciół będziemy mieli w onlajnie, będziemy porozumiewać się ze światem obrazkami, a długie listy zastąpią 144 słowa na Twitterze. Jesteś Klasykiem czy Żyłą? Czy nie tęsknisz za starymi czasami, jak czujesz się w dzisiejszej onlajnowości, czy Twoje poglądy dają się ująć w 144 znakach, a może jesteś zwolennikiem języka obrazkowego?

Więcej na temat onlajnowości dowiesz się na blogu: <https://www.transfergo.com/pl/blog/>