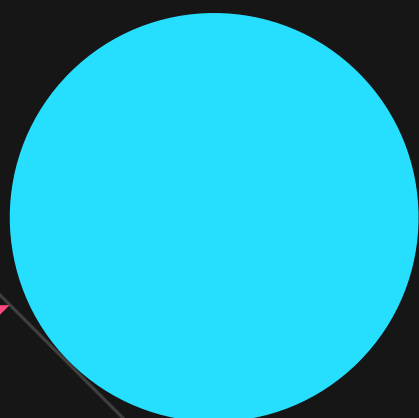




The new world disorder

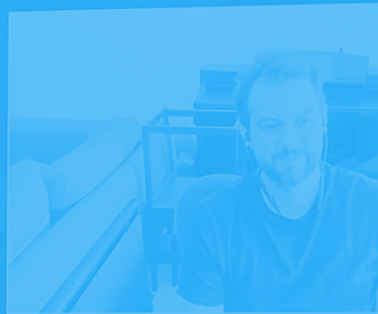


EXECUTIVE SUMMARY OF
MASTERS & ROBOTS 2021

MASTERS
& ROBOTS
POWERED BY DIGITAL UNIVERSITY

MASTERS
& ROBOTS

THE NEW WORLD DISORDER





Pandemia COVID-19 zawładnęła naszym światem. Po 2 latach życia w innej rzeczywistości wiemy, że powrót do tego, co było, nie jest możliwy. Z dużą dozą pewności możemy również stwierdzić, że nie będzie nowego porządku świata, opierającego się na połączeniu wcześniejszych i obecnie obowiązujących reguł. Jak zatem określić nadchodzącą przyszłość oraz jak się do niej przygotować?

Jednym ze sposobów jest obserwacja tempa rozwoju świata, technologii oraz poznanie trendów. Dlatego cieszę się, że kolejny raz udało się zorganizować konferencję Masters&Robots. Jest to niepowtarzalna okazja do zapoznania się z opiniami uznanych ekspertów na temat istotnych wydarzeń oraz znalezienia odpowiedzi na nurtujące pytania dotyczące adaptacji biznesu. Hasłem przewodnim był właśnie nowy nieład świata i jego jedyny pewny element – zmiana.

W Państwa ręce oddajemy więc wyjątkową publikację – „The new world disorder – executive summary of Masters&Robots 2021.” To zapis wystąpień ekspertów, podzielony na 6 sekcji. Poruszyliśmy w nim zagadnienia związane z interakcją ludzi z technologią, przywództwem, ekologią oraz z kolejną rewolucją przemysłową. Nie zabrakło także tematów dotyczących naszego zdrowia oraz nowych reguł świata.

Zapraszam do lektury,

Jowita Michalska

*CEO Digital University,
Ambasador Singularity Group w Polsce*



Nowa nienormalność to już nie tylko hasło, ale rzeczywistość, do której musimy się stale re-adaptować. Gotowość na zmiany, odwaga w eksplorowaniu nowych ścieżek, a przy tym wysoka wrażliwość na sygnały płynące od ludzi wokół nas, to cechy wyróżniające nie tylko liderów nastawionych na sukces, ale każdego, kto chce wykorzystać szanse, jakie na bieżąco pojawiają się przed nami.

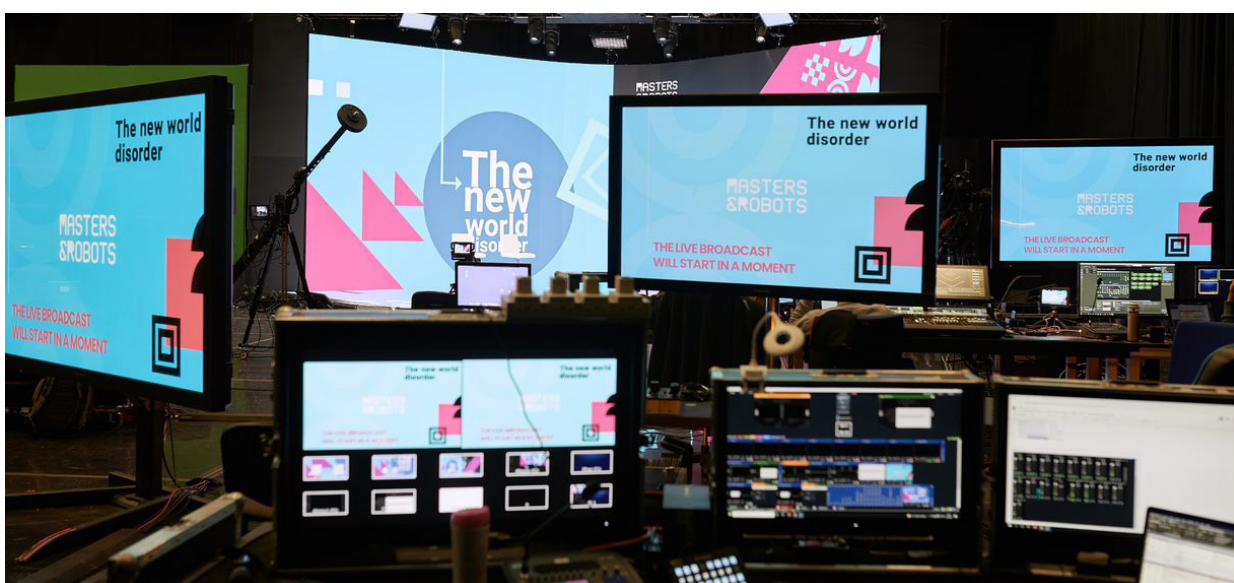
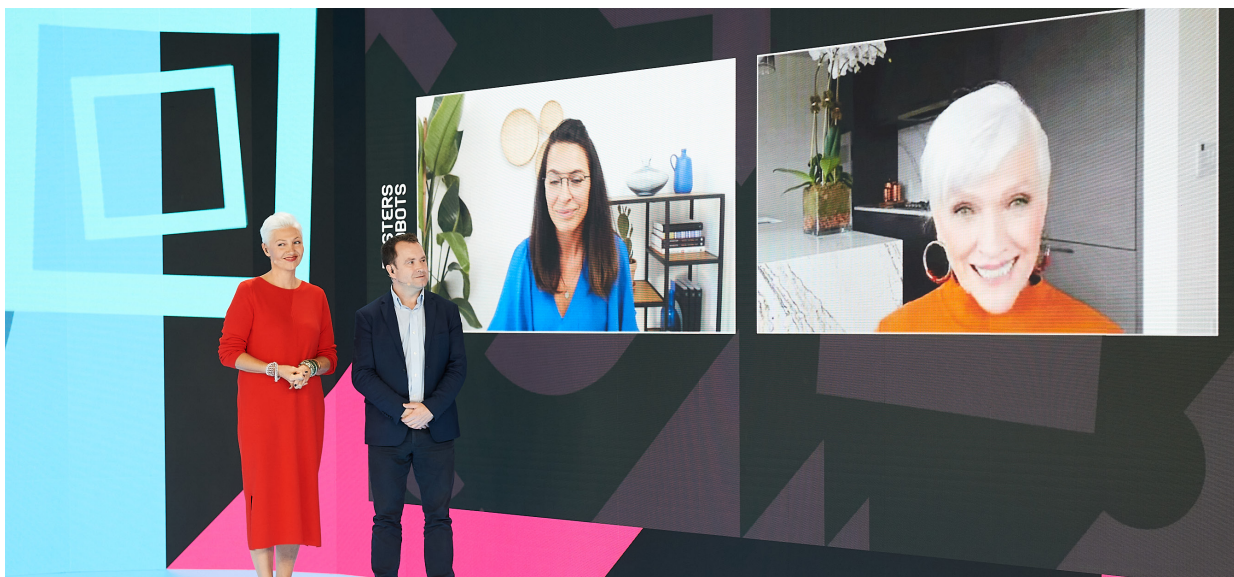
Technologia może być naszym największym sprzymierzeńcem, ale musimy ją poznać i nadać jej ludzki oraz etyczny wymiar. Taki, który sprzyjał będzie rozwojowi zarówno jednostek, mniejszości, jak i społeczeństwa. Dziś digitalizacja pozwala nie tylko skuteczniej działać i wydajniej pracować, prowadzić lepszej jakości życie, ale także wspierać zrównoważony rozwój i dbać o planetę.

Dzięki konferencjom takim jak [Masters&Robots](#) możemy bliżej poznać zarówno najnowsze osiągnięcia i możliwości technologiczne prezentowane przez wybitnych ekspertów, jak i zagrożenia, które mogą powodować.

Zapraszam do zapoznania się z najważniejszymi тезami postawionymi przez mówców Masters&Robots 2021.

Jarosław Sroka

Członek Zarządu Kulczyk Investments



Masters & Robots

Masters & Robots to najbardziej wpływowa konferencja technologiczna w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Jej celem jest edukacja na temat tego, co przyniesie przyszłość i umożliwienie wizjonerom budowania rozwiązań mających wpływ na społeczeństwo. Dzięki współpracy z wiodącymi ośrodkami akademickimi oraz think tankami uczestnicy Masters&Robots mają niepowtarzalną okazję posłuchać globalnie uznanych ekspertów.

Prelegenci konferencji to innowatorzy, przedsiębiorcy, inżynierowie, wizjonerzy i naukowcy, którzy na co dzień pracują w najbardziej dynamicznych ośrodkach technologicznych i biznesowych na świecie (m.in. Dolina Krzemowa, Izrael, MIT). Podczas spotkań towarzyszących konferencji uczestnicy mają możliwość zadawania ekspertom pytań i uzyskania bezcennej, praktycznej wiedzy.

Digital University

Digital University to organizacja, zajmująca się edukacją w zakresie nowych technologii. Wspiera rozwój kompetencji cyfrowych zgodnie z najnowszymi światowymi trendami technologicznymi.

W portfolio znajduje się ponad 200 mówców, polskich i zagranicznych ekspertów w dziedzinie przeprowadzania transformacji cyfrowej, przyszłości rynku pracy, sztucznej inteligencji, innowacyjności, przyszłości rynku zdrowia i medycyny, transhumanizmu, robotyki, cyberbezpieczeństwa, przywództwa, blockchain, fintech i wielu innych.

Digital University jest organizatorem konferencji Masters&Robots, której pięć dotychczasowych edycji zgromadziły łącznie 4500 uczestników, ponad 200 speakerów z 4 kontynentów. Od 2017 r. Digital University jest wyłącznym przedstawicielem Singularity Group w Polsce.

**MASTERS
& ROBOTS**
POWERED BY DIGITAL UNIVERSITY



Human & Tech Interactions

Zaprojektować człowieczeństwo · Aric Dromi	9
Dostęp do informacji jako broń · Esra'a Al Shafei i prof. Dariusz Jemielniak	11
Technologie wspierające zdrowie · dr Poppy Crum	13

The Ripple Effect of Leadership

Wstęp · prof. Rafał Mrówka	17
Być liderem dla ludzi, biznesu i społeczności. Dbać o planetę · Ewa Szmidt Balcerzak, Anna Kuliga Pawlak, Agnieszka Snarska, Stephen Langton	18
Jasny cel wzmacnia odwagę · Jeri Doris	20
Skończone gry w nieskończonym życiu · Ian MacKenzie	22

Exponential Change

Wstęp · Sebastian Kulczyk	25
Przyszłość zaczyna się w tej chwili · Peter Diamandis	26
Nowe technologie w służbie zrównoważonego rozwoju · Diana Berrero Zalles i Cristina Dolan	28

Beyond Digital

Kiedy jesteś rozczarowany, zmień sposób swojego myślenia · Maye Musk i Olga Kordys Kozierowska	31
Psychologia celu · dr Patrycja Sławuta	33
Marketing narzędziem budowania zaufania do marki · MJ DePalma	35

Digital Disruption

Zmiana odpowiedzi to ewolucja, zmiana pytania – to rewolucja · dr Daniel Hulme, Diego Soroa, Razvan Cristea, Dorota Dublanka	38
Wszystko sprowadza się do ludzi. O transformacji opartej na danych · George Marcotte	41
Ocean możliwości i morze zagrożeń. O empatycznych asystentach · dr David Hanson, Magdalena Kasiewicz, Diana Deibel, Leesa Soulodre	43

The World of New Rules

Zrobotyzowana przyszłość jest bliżej, niż się tego spodziewamy · prof. Andrew McAfee	46
Przyszłość demokracji – czy jeszcze istnieje? · Sabina Inderjit, Supreet Singh Manchanda, dr James B. Baty, dr Małgorzata Bonikowska	48
Bądź architektem przyszłości, a nie jej ofiarą · Carl Hayden Smith i Kathrine Templar Lewis	50

Human & Tech Interactions



ZAPROJEKTOWAĆ CZŁOWIECZEŃSTWO



Aric Dromi

Futurolog, filozof cyfrowy,
ekspert ds. przyszłości
przemysłu samochodowego

Czy człowiek jest zasobem? Czy można porównać go np. do telefonu komórkowego albo wyczerpujących się na naszej planecie zasobów naturalnych? Jeśli tak, to jak możemy przygotować się na moment, gdy sami jako zasób się wyczerpiemy? Jak rozwijać technologię w sposób, który pozwoli nam zachować nasze człowieczeństwo? Jak przygotować się na rozwój technologii znacznie przekraczający ludzkie możliwości poznania? Na tak postawione pytania trudno dziś jednoznacznie odpowiedzieć, ale jeszcze trudniej... nie zadać ich sobie wcale.

Czy człowiek jest zasobem? Czy można porównać go np. do telefonu komórkowego albo wyczerpujących się na naszej planecie zasobów naturalnych? Jeśli tak, to jak możemy przygotować się na moment, gdy sami jako zasób się wyczerpiemy? Jak rozwijać technologię w sposób, który pozwoli nam zachować nasze człowieczeństwo? Jak przygotować się na rozwój technologii znacznie przekraczający ludzkie możliwości poznania? Na tak postawione pytania trudno dziś jednoznacznie odpowiedzieć, ale jeszcze trudniej... nie zadać ich sobie wcale.

Spróbujmy wyobrazić sobie ludzi jako telefony komórkowe. Dziś, w 2021 r. Jak to jest spędzić cały dzień w czyjejś kieszeni i na bieżąco zaspokajać jej lub jego pragnienia? Przeglądać sieć, sprawdzać newsy, kupować, czytać, robić selfie. Jako telefon zawsze dokładnie wiemy, gdzie ta osoba jest, gdzie mieszka, gdzie pracuje. Wiemy również jak spędza wolny czas, kogo kocha, a nawet z kim sypia lub z kim... dopiero to planuje.

Gdy przeglądamy portal randkowy, wówczas to technologia zaszyta w aplikacji dostępnej na naszym telefonie popycha nas do umówienia się z konkretną osobą, zgodnie z algorytmem i szeroko pojętym interesem właściciela portalu randkowego. Innymi słowy dziś przekraczamy granicę, gdy informacje wyszły poza ekrany. My – ludzie – staliśmy się informacją. I przed tym już nie uciekniemy. Dziś to informacja, której jesteśmy nośnikiem jest zasobem. Czy zatem również nas czeka wyczerpanie?

Jeśli zaniedbamy kwestię ochrony zasobów naturalnych i ich zrównoważonej eksploatacji (np. paliw kopalnych) doprowadzając tym samym do kryzysu klimatycznego, co stanie się z nami jako zasobem? Zwłaszcza, gdy technologia przekroczy przysłowiowy Rubikon i stanie się bardziej inteligentna od nas? Jeśli myślisz, że stanie się to w bardzo odległej przyszłości zastanów się ile czasu dziś zabiera rozprzestrzenianie się czy popularyzacja pewnych technologii? Spróbujmy porównywać czas rozwoju technologii na przykładzie

telefonu, internetu, telefonów komórkowych, Facebooka czy... gry Candy Crush. Ile czasu zajęło określonej technologii dotarcie do 100 milionów użytkowników na całym świecie? Telefonowi zajęło to około siedemdziesięciu pięciu lat, ale grze Candy Crush już tylko 35 dni! Oczywiście fenomen Candy Crush nie zaistniałby bez telefonu czy internetu i nigdy nie dotarłby do ani jednego użytkownika bez wspierającej infrastruktury. Aby telefon mógł dotrzeć do takiej liczby użytkowników trzeba było aż 75 lat ciężkiej pracy wielu ludzi, w tym kopania tuneli i układania kabli. Tymczasem dla Candy Crush potrzebny był jedynie umysł programisty, który napisał kilka poziomów kodu.

Ilu naszych przywódców jest teraz w stanie zrozumieć wpływ, jaki wywierają przeróżne technologie i rozwiązania?

Interesujący w tym wszystkim jest nasz poziom zrozumienia modeli ekonomicznych i modeli wpływu. Mieliśmy siedemdziesiąt pięć lat, aby zrozumieć, jaki jest wpływ technologii zwanej telefonem. Ale mieliśmy tylko trzydzieści pięć dni, aby zrozumieć wpływ technologii zwanej Candy Crush. Ilu z nas jest w stanie zrozumieć ten wpływ w tak krótkim czasie? Ilu naszych przywódców jest teraz w stanie zrozumieć wpływ, jaki wywierają przeróżne technologie i rozwiązania? Przy czym problemem nie jest technologia sama w sobie. Po prostu technologia rozwija się znacznie szybciej niż nasza zdolność rozumienia jej. I tu właśnie istnieje ogromne ryzyko, ponieważ brak zrozumienia tworzy zacofane, nieaktualne i nieadekwatne środowisko prawne (wystarczy pomyśleć np. o RODO). Oczywiście wiele instytucji m.in. Unia Europejska stara się nad tym zapanować i ma dobre chęci, ale zgodnie z porzekadłem „dobrymi chęciami droga do piekła jest wybrukowana”.

Tymczasem istnienie tej luki sprawia, że rośnie zagrożenie wykorzystania technologii w niewłaściwy sposób. Weźmy pod uwagę implanty mózgowe. Dla osób z niepełnosprawnością to możliwość interakcji z otoczeniem i możliwość odzyskania sprawności. Jednak jeśli weźmiemy pod uwagę, że tymi

implantami można sterować i że brakuje odpowiednich regulacji, które nakreślałyby jasne ramy ich funkcjonowania, wówczas widać, że wystarczy „zły bohater”, który przekroczy symboliczny Rubikon i stwierdzi, że tę technologię można wykorzystać inaczej. I wtedy ją wyceni. Sam mam w ręce implant i ludzie często pytają mnie: jak możesz mieć implant? Cóż, daje mi to pewien rodzaj wartości. Oczywiście doświadczam, eksperymentuję i bawię się technologią. Znamy zbawienny wpływ technologii – np. rozruszników serca. Pytanie co, jeśli ktoś zechce je wykorzystać nie do stymulowania układu krążenia, ale manipulowania nim? Jaka jest wartość bicia serca? To bardzo trudne pytanie. Ale jeśli patrzysz na stosunek wartości do ceny, możesz powiedzieć, że jest to branża warta miliard dolarów. Wystarczy spojrzeć na Apple. Gdyby smartwatch Apple był samodzielną firmą, byłby szóstą lub siódmą co do wielkości firmą na świecie. Oto wartość bicia serca.

Doszliśmy do punktu, w którym jesteśmy całkowicie zależni od technologii i nie ma już od tego odwrotu. Jako ludzie chętnie korzystamy ze skoków dopaminy dostarczanych nam przez system „szybkiej nagrody” oferowany przez technologie. Robimy to dla siebie, ale też nie zapominamy... dla firm technologicznych, które po prostu z nas korzystają. Przy czym jeśli już zlecamy tak wiele naszych funkcji poznawczych firmom takim jak Google, Apple, Facebook, Amazon, czy powinniśmy zlecić także empatię i znaczenia? Bo kiedy już to zrobimy, co nam pozostanie jako ludziom? Teraz, gdy mówię o przyszłości, trudno jest zamknąć ją w jednej bańce. Nie wiemy i naprawdę nie znamy przyszłości, ale stoimy na bardzo interesującym rozdrożu i definiuję to rozdroże jako Rubikon.

Tuż obok nas jest technologia, która idzie pod rękę z firmami takimi jak Facebook, Google czy Apple. Ale niestety nadal istnieje dosłownie przepaść między tym, co właściwe, a tym co nieetyczne. Przepaść wynika z braku odpowiednich regulacji i polityk. A pytanie zatem brzmi, kto pierwszy przekroczy Rubikon, czyli tę regulacyjną dziurę, a raczej przepaść? Kiedy Cezar przekroczył Rubikon, został Cezarem i rozbudował swoje imperium. My, jako ludzie, przekroczymy Rubikon lub wykorzystamy technologię, dzięki której to zrobimy. I to jest interesująca ścieżka.

ARIC DROMI: futurolog, filozof cyfrowy, ekspert ds. przyszłości przemysłu samochodowego. Jest założycielem strategicznego think tanku Tempus.Motu oraz członkiem rady doradczej innowacyjnych grup: NTT Innovation Institute oraz UNLEASH.

DOSTĘP DO INFORMACJI JAKO BROŃ

Technologia może służyć ludzkości. I to robi. Jednak ludzie skutecznie „wypaczają” używanie technologii, by zamiast służyć wszystkim, była wykorzystywana do wzmocnienia pozycji nielicznych. Reżimy totalitarne, środowiska ekstremistyczne, ale też korporacje – nadal nastawione jedynie na maksymalizację zysków – to dziś najpotężniejsi odbiorcy technologii. Jednocześnie to oni mają największy wpływ rozwój technologii i na dostęp do niej. Jak możemy dbać o demokratyzację technologii i jak zapobiegać głębszym podziałom?

Dariusz Jemielniak: Czy internet uczyni nas wszystkich wolnymi? Spraw, że demokracja urośnie w siłę na tyle, aby w końcu obalić kapitalizm?

Esra’a Al Shafei: Gdybyś zadał mi to samo pytanie 15 lat temu, odpowiedziałbym: tak. Dziś jednak moja odpowiedź brzmi: nie, co nie znaczy, że jest to niemożliwe. Przed nami jednak dużo trudniejsza droga, ponieważ widzimy, jak wiele jest sposobów – i grup interesu nastawionych na to – aby temu zapobiec.

Dariusz Jemielniak: Kiedy mówisz, że istnieją sposoby, które temu zapobiegają, czy masz na myśli, że my jako społeczeństwo poszliśmy w złą stronę? A może masz na myśli korporacje lub konkretne platformy i technologie, które sprawiają, że jest to trudniejsze?

Esra’a Al Shafei: Wiele rządów nie postrzega internetu jako okazji do rozwoju, tworzenia, innowacji czy wspierania gospodarki. Postrzega go raczej jako zagrożenie dla własnego autorytetu. I właśnie tego doświadczyło wiele krajów, zwłaszcza w moim regionie na Bliskim Wschodzie. Widzieliśmy to m.in. w Bahrajnie, skąd pochodzę, gdzie internet początkowo nie był traktowany poważnie. Ale potem ludzie zaczęli używać go do organizowania wieców politycznych. Rozmawiali o kwestiach społecznych i religijnych, które zwykle były niedozwolone, były tematami tabu. I w internecie dostrzegliśmy okazję, by wreszcie odbyć rozmowy, których nie wolno nam było prowadzić. Dorastaliśmy w tej kulturze strachu, z normalizacją cenzury i nadzoru. Dorastaliśmy z jednym lub dwoma głównymi kanałami informacji, które zostały nam dostarczone i zinterpretowane przez rząd i nie było możliwości, abyśmy mieli jakiegokolwiek rodzaju interakcji, jakiegokolwiek rodzaju produktywnego, konstruktywnego dialogu. I tak naprawdę to jest luka, którą wypełnił internet.

Dariusz Jemielniak: Jednocześnie to luka, którą autorytarne rządy postrzegają jako zagrożenie...

Esra’a Al Shafei: Tak, tym zagrożeniem jest dla nich każdy, kto zadaje pytania, kto podważa autorytet władzy. Jeśli to się dzieje w sieci – gdzie ludzie próbują być anonimowi – rządy inwestują pieniądze, aby ich znaleźć i ukarać. A zasoby, które mają na ten cel są nieograniczone biorąc pod uwagę



**Esra’a
Al Shafei**

Aktywistka walcząca
o prawa człowieka
i założycielka Majal.org



**Rozmawia:
prof. Dariusz
Jemielniak**

Ekspert zarządzania
strategicznego
i HR w spółkach
technologicznych,
wykładowca akademicki

np. kraje bogate w ropę. Wtedy mówimy o wielu miliardach. A kiedy te zasoby są wykorzystywane do zatrudniania – firm, najlepszych na całym świecie, od USA po Wielką Brytanię i Izrael – wiele z tych firm zarabia dużo pieniędzy, pracując bezpośrednio z autorytarnymi reżimami. I niestety widać też jaką rolę w walce z demokracją odegrały pośrednio firmy Big Tech.

Dariusz Jemielniak: W Polsce mamy podobną sytuację. Pluralizm mediów się zmniejsza. Wydaliśmy całkiem sporo pieniędzy na oprogramowanie do inwigilacji Pegasus. Myślę więc, że dzieje się to w wielu krajach na całym świecie. Co na to korporacje? Czy skoro rządy już przekroczyły Rubikon, to znaczy, że korporacje są daleko przed nimi?

Esra'a Al Shafei: Dziś nadal wiele korporacji myśli o swoich wynikach. Społeczeństwo nadal definiuje sukces jako siłę. Nikt tak naprawdę nie myśli: a co z pozytywnym wpływem? Nikt nie chodzi na spotkania udziałowców i nie mówi: pomyślmy o naszej roli w historii i wpływie, jaki wywarł nasz produkt. Nie. Zamiast tego nadal jest to pokaz slajdów: tylu użytkowników, tyle przychodów z reklam itp. Jest dziś wiele sposobów, aby zachęcić ludzi do płacenia za produkty. Tak więc zachęty, które stworzyliśmy jako społeczeństwo, aby nagradzać odpowiednie zachowanie, były czysto finansowe.

Kiedy ludzie gratulują sobie nawzajem, robią to, nie dłatego, że wywarli jakiś wpływ lub zmienili twoje życie. Zwykle dzieje się tak dlatego, że zarobiliśmy tyle a tyle pieniędzy. Sprzedałem swoją firmę Google, Facebookowi, Twitterowi, to marzenie wielu młodych przedsiębiorców. Myślę więc, że właśnie w tym miejscu popełniliśmy błąd jako społeczeństwo i wiele z tych korporacji popełniło błąd, kontynuując takie zachowanie bez wyznaczania nowych standardów sukcesu.

Dariusz Jemielniak: Tak, to co wskazujesz, to kapitalizm, ponieważ ludzie generalnie dążą do pomnażania własnych zasobów. Przy czym dziś ten

prymat chciwości nas wyniszcza i przyczynia się katastrofy klimatycznej. Tym bardziej jest to groźne ponieważ, technologia to swoisty „kapitalizm na sterydach”, ponieważ wzmacnia pewne efekty np. poprzez stronniczość algorytmów AI. To, co mnie naprawdę niepokoi, to łatwość rozpowszechniania dezinformacji w Internecie za pomocą powszechnych narzędzi. Studiuję dezinformację w obszarze informacji o szczepionkach i to, co widzę jest głęboko niepokojące. Skutki dla zdrowia publicznego propagandy i dezinformacji reżimu totalitarnego na tym obszarze to w zasadzie miliony zmarłych ludzi. Myślę więc, że to na tym froncie konieczne jest działanie, by skutecznie walczyć z wielkimi korporacjami i reżimami.

Esra'a Al Shafei: Tak, całkowicie się zgadzam. Jednym z problemów jest to, że wiele organizacji, które koncentrują się na rozwiązywaniu np. problemu dezinformacji, nie ma wystarczających zasobów, co pozostaje poważnym problemem. Widzimy, jak wiele organizacji obywatelskich zajmujących się technologiami, zwłaszcza po pandemii, bardzo ucierpiało finansowo. I to paradoksalne, bo podczas pandemii potrzebowaliśmy tych zasobów bardziej niż kiedykolwiek, ponieważ wszyscy jesteśmy online. Tylko niestety profity czerpią nieliczni a dysproporcje się pogłębiają.

Widzieliśmy, jak aplikacja TikTok znacznie się rozwinęła w tym okresie i niewielu patrzyło jak bardzo kwestią problematyczną była ich polityka prywatności. Dla ludzi to jednak nie ma znaczenia, bo są w domu, są znudzeni i chcą korzystać z tych rzeczy. A kiedy ostatni raz ludzie faktycznie czytali polityki prywatności, warunki korzystania z usług produktów, których używają? A wiele organizacji, które budują świadomość na ten temat, znika, ponieważ nie ma środków na utrzymanie się. Malujący się przed nami obraz jest więc nieco ponury, ale to nie znaczy, że mamy się poddać. Oznacza to jednak, że jeszcze mocniej powinniśmy wspierać wysiłki tych nielicznych, którzy pilnują byśmy byli bezpieczni, świadomi zagrożeń i byśmy zmierzali we właściwym kierunku.

ESRA'A AL SHAFEI: aktywistka walcząca o prawa człowieka, założycielka i dyrektorka Majal.org – sieci platform cyfrowych, które wzmacniają głosy zaniżone i zmarginalizowane.

PROF. DARIUSZ JEMIELNIAK: ekspert zarządzania strategicznego i HR w spółkach technologicznych, wykładowca na Akademii Leona Koźmińskiego i Harvard University, członek rady nadzorczej fundacji Wikimedia i Escola S.A., „seryjny przedsiębiorca”.

TECHNOLOGIE WSPIERAJĄCE ZDROWIE



dr Poppy Crum

Ekspertka w dziedzinie innowacji
opartych na technologii
i ewolucji człowieka

Każdy z nas w zupełnie różny sposób doświadcza otaczający nas świat. Każdy z nas odbiera i interpretuje te same bodźce zupełnie inaczej. Nasza percepcja jest superindywidualna. Z jednej strony daje nam to możliwość postrzegania świata w unikalny sposób, z drugiej – rodzi rozbieżności, dysproporcje i ograniczenia. Zdaniem Poppy Crum – ekspertki w dziedzinie innowacji opartych na technologii i ewolucji człowieka – technologia może pomóc nam lepiej dopasować mózg i jednocześnie – dzięki jego neuroplastyczności – „programować” go nie tylko tak, byśmy mogli lepiej się zrozumieć, ale... też lepiej funkcjonować i pokonywać bariery wynikające z chorób czy niepełnosprawności. A także do przewidywania i diagnozowania chorób znacznie wcześniej.

Podczas konferencji Masters&Robots Poppy Crum powiedziała, że jako ludzie jesteśmy zdolni do odbioru różnych bodźców z otoczenia i ich unikalnej interpretacji tzn. takiej, która jest właściwa tylko nam. Jednak niekiedy ta interpretacja może być mocno zniekształcona ze względu na nasze ograniczenia czy dysfunkcje. „Nasz mózg jest przy tym bardzo plastyczny i stara się „rekompensować” braki. Jeśli spojrzymy na zniekształcone autoportrety

Francisa Bacona możemy uznać je za pewną ekstrawagancką formę ekspresji, ale... może powinniśmy uznać je za indywidualną auto-percepcję artysty spowodowaną problemami zdrowotnymi i próbą ich przezwyciężenia przez jego mózg?” – stwierdziła ekspertka.

Zaprojektować rozwój mózgu

Dziś spersonalizowane dane pozwalają nam się

rozwijać i zmieniać. Technologia badająca neuroplastyczność naszego mózgu pozwoli nam szybciej się regenerować, wyraźniej widzieć i myśleć efektywniej. Coraz lepiej poznajemy dynamikę tego, jak nasz mózg na bieżąco odbiera bodźce z otoczenia, co w ujęciu statystycznym pozwala lepiej przygotować

*Technologia badająca
neuroplastyczność
naszego mózgu
pozwoli nam szybciej
się regenerować,
wyraźniej widzieć
i myśleć efektywniej.*

np. sportowców, ale też daje nowe możliwości osobom, które od statystycznej większości „odstają”. Dzięki temu ludzie mogą zyskać nowe możliwości, których wcześniej nie mieli.

Zdaniem Poppy Crum jest to również właściwy moment na zastanowienie się, jak wykorzystać technologię jako narzędzie do rzeczywistego ukierunkowania ludzkiej ekspansji. „Modelowanie” czy raczej modyfikowanie ludzkich możliwości odbywa się na bieżąco, ponieważ za każdym razem, gdy angażujemy się w technologię, zmieniamy też nasz mózg. Zatem projektując technologię powinniśmy dziś przewidywać, jak zmiany, które osiągniemy dzięki technologii nas ukierunkują i czy będzie to dobry kierunek. Technologia bez wątpienia zmieni relacje, jakie mamy między sobą oraz w obszarach, w których pracujemy, trenujemy, leczymy się i rozwijamy.

Technologia może wiedzieć o nas więcej niż my sami wiemy o sobie. A to oznacza, że możemy wspierać nasze zdrowie psychiczne i fizyczne na poziomie bardzo indywidualnym. Warto mieć świadomość, że dziś w zasadzie wszędzie zostawiamy ślad cyfrowy naszych zachowań. Na jego podstawie można przeanalizować nie tylko nasze preferencje i potrzeby, ale też stan naszego zdrowia. Jak dodała ekspertka: „Interakcje z urządzeniami pozostawiają bardzo silne ślady, które korelują z naszymi zdolnościami poznawczymi, z wieloma naszymi umiejętnościami i stanami, które mogą obrazować nasz stan psycho-fizyczny. To, jak dotykam moich sprzętów, w jaki sposób działam, pewne wzorce moich zachowań w obcowaniu z technologią czyli nawet nie to, co klikam, ale jak klikam! Gdy poddamy to analizie obraz, który uzyskamy staje się bardzo silnym fenotypem dla mojego stanu psychicznego, poznawczego i fizycznego”.

Czuły algorytm

Technologia empatyczna umożliwia przeprowadzenie analizy naszego fenotypu, np. na podstawie zmian naszego głosu. Gdy porównamy brzmienie naszego głosu do sytuacji sprzed 10 lat, jest zupełnie inny. Nasz głos jest jednym z najsilniej-

szych predyktorów naszego zdrowia psychicznego i fizycznego.

Naukowcy byli w stanie - patrząc na pewne rozkłady statystyczne w połączeniu z uczeniem maszynowym i spójnością semantyczną AI – przewidzieć początek i prawdopodobieństwo wystąpienia psychozy u danego pacjenta w ciągu pięciu lat. Przy czym diagnoza mogła zapaść już dziś.

***Technologia może wiedzieć
o nas więcej niż my sami
wiemy o sobie. A to oznacza,
że możemy wspierać nasze
zdrowie psychiczne i fizyczne na
poziomie bardzo indywidualnym.
Warto mieć świadomość, że
dziś w zasadzie wszędzie
zostawiamy ślad cyfrowy
naszych zachowań.***

Choroba Alzheimera i demencja objawiają się w nieznacznym stopniu wcześniej, więc analizując „podpisy językowe” danej osoby i to, jak zmieniał się jej głos na przestrzeni 10 lat można już próbować zdiagnozować te choroby. Na podstawie wzorców zachowań i ich czasowej dynamiki, której nawet najbardziej czuły i wrażliwy opiekun nie jest w stanie wychwycić na wczesnym etapie, algorytm może pomóc w diagnozie, ponieważ analizuje dane, które są unikalne dla danej osoby.

Zdaniem Poppy Crum obecnie jesteśmy w miejscu, w którym urządzenia mogą wiedzieć o nas więcej niż my. Nasz głos jest niezwykle potężnym osobistym wskaźnikiem nie tylko tego, kim jesteśmy, ale jacy jesteśmy. Jak się ma do tego technologia wykorzystywana na co dzień? Warto pomyśleć choćby o prostym mikrofonie, bardzo niedrogim czujniku, który dodatkowo uzbrojony w technologie: uczenie maszynowe i sztuczną inteligencję, da nowe, ogromne możliwości diagnozowania naszego zdrowia.

„Postępy na polu medycyny zmieniły nasze życie prywatne i zawodowe, ponieważ zmieniły nasze poczucie strachu i gotowość do podejmowania ryzyka. Lubię mówić, że mamy do czynienia z końcem ery Humpty-Dumpty: jeśli spojrzymy wstecz, sto lat temu, ryzyko i konsekwencje złamania ręki były zupełnie inne niż dzisiaj, prawda? Więc gdzie jesteśmy? Ogromny postęp w medycynie i diagnostyce, jest możliwy dzięki wszechobecności czujników, które w połączeniu z uczeniem maszynowym i sztuczną inteligencją, pozwalają wspierać spersonalizowaną opiekę medyczną i dbać o dobre samopoczucie w sposób, w jaki nigdy nie było to wcześniej możliwe” – zakończyła Poppy Crum.

DR POPPY CRUM: ekspertka w dziedzinie innowacji opartych na technologii i ewolucji człowieka. Adiunkt Uniwersytetu Stanforda, główny naukowiec w Dolby Laboratories, neurobiolog i technolog.

The Ripple Effect of Leadership





Wspólny element, który najwyraźniej przebiega się przez wszystkie wystąpienia dotyczące przywództwa podczas tegorocznej konferencji Masters&Robots, to wskazanie odpowiedzialności liderów za zrównoważony rozwój swoich organizacji.

Organizacje nie mogą patrzeć wyłącznie na swoje krótko-terminowe interesy ekonomiczne, muszą rozumieć swoją rolę w społeczeństwie, odpowiedzialność za życie przyszłych pokoleń. To wyzwanie nakazuje im troszczenie się w szczególności o środowisko naturalne, ale także wskazuje na odpowiedzialność za pracowników i ich rodziny.

Taki sposób myślenia nie jest naturalny dla wielu organizacji, a od liderów wymaga dużej odwagi, budowania kultury opartej na empatii na każdym szczeblu organizacji. To właśnie empatia zyskała dodatkowego znaczenia w globalnym kryzysie pandemicznym.

Ale właśnie dlatego potrzebni są liderzy, aby skłonić swoje organizacje do takich odważnych transformacji, które zresztą mogą stać się podstawą rozwoju, pojawienia się nowych modeli biznesowych i w rezultacie sukcesów biznesowych.

prof. Rafał Mrówka

Profesor SGH, ekspert ds. transformacji cyfrowej i przywództwa

BYĆ LIDEREM DLA LUDZI, BIZNESU I SPOŁECZNOŚCI. DBAĆ O PLANETĘ

PANEL DYSKUSYJNY



Ewa Szmidt-Belcarz
CEO Grupy Empik



Anna Kuliga-Pawlak
CEO IKEA w Chinach



Agnieszka Snarska
doradczyni z Russell
Reynolds Associates



moderacja:
Stephen Langton
partner w Russell
Reynolds Associates

O wewnętrznym kompasie, efekcie kuli śnieżnej, lekcjach z biznesu i moralnej odwadze liderów, która jest kluczowa dla zrównoważonego rozwoju, rozmawiali w ramach panelu „The Ripple Effect of Leadership”: Stephen Langton, partner w Russell Reynolds Associates, Ewa Szmidt-Belcarz, CEO Grupy Empik, Anna Kuliga-Pawlak, CEO IKEA w Chinach oraz Agnieszka Snarska, doradczyni z Russell Reynolds Associates.

Na wstępie dyskusji Stephen Langton – partner w Russell Reynolds Associates – przywołał najważniejsze schematy, z którymi mierzy się obecnie cały świat. Nikt bowiem nie ma wątpliwości, że przechodzi on zmiany – zarówno, gdy mowa o otoczeniu zewnętrznym, politycznym, społecznym, oraz geograficznym, jak i z punktu widzenia technologii, mediów, sił rynkowych i środowiska. Jak zauważył Stephen Langton, powstają nowe modele biznesowe, które będą odzwierciedlać złożoność nowego ładu – warto zatem zastanowić się, co jest kluczem do sukcesu i jak działać na rzecz wspólnego dobra. Według eksperta, liderzy mogą wpływać na zachodzące zmiany, jednak należy pamiętać, że wszystko co robimy, ma swoje konsekwencje i może prowadzić do efektu kuli śnieżnej, gdy pierwsze zakłócenia w funkcjonowaniu systemu powodują liczne zmiany i wykołują pierwotny zamysł. „Pamiętajmy też o oczekiwaniach klientów, interesariuszy, akcjonariuszy w kontekście efektu kuli śnieżnej. Pamiętajmy, że mamy wybór” – zaznaczył.

Lider z moralną odwagą

W trakcie dyskusji eksperci podkreślali rolę współpracy, wzajemnego szacunku, zaufania i świadomości społecznej. Odwaga to istotny element przywództwa. Ważne, by podejmować działania, które są śmiałe moralnie. Nie kierować się wyłącznie własnymi pragnieniami, lecz iść w kierunku wspólnego dobra. „Jesteśmy liderami transformacji. Przygotowujemy się na przyszłość niezależnie od tego, w jakim sektorze działamy” – dodała Anna Kuliga-Pawlak, CEO IKEA w Chinach. Jej zdaniem lider powinien mieć w sobie ciekawość, być pokorny i odporny. W zmieniającej się rzeczywistości istotna jest też gotowość do ciągłej nauki. Ważny jest również wewnętrzny kompas, wyciąganie wniosków z różnych doświadczeń, postępowanie w zgodzie z własnym sumieniem.

Altruizm i zrównoważony rozwój

“Skąd się bierze odwaga? Pochodzi z wnętrza człowieka” – zauważyła Ewa Szmidt-Belcarz, CEO Grupy Empik, która podczas dyskusji odwołała się do sentencji Marka Twaina, mówiącej o tym, że są dwa najważniejsze dni w ży-

ciu – ten, w którym się rodzimy, i ten, w którym wiemy, po co. Zdaniem Ewy Szmidt-Belcarz, jest to kluczowe pytanie, a odwaga wynika z tego, jaki cel wyznaczamy sobie jako ludzie i czy to, co robimy, jest zgodne z dążeniami naszej organizacji i zespołów. Na co jeszcze należy zwrócić uwagę w kontekście dzisiejszego przywództwa? „Altruizm to cecha, której powinniśmy szukać, zatrudniając członków zarządu. Czy oni rzeczywiście mają wewnętrzne dążenie, by czynić dobro? By przyczynić się do rozwoju społeczeństwa, a nie tylko biznesu” – dodała na koniec.

Według Agnieszki Snarskiej, doradczynie z Russell Reynolds Associates, organizacje za bardzo koncentrują się na celach biznesowych i wskaźnikach wzrostu, zamiast rozwijać zdolność do utrzymania pewnego poziomu działalności i zrównoważonego rozwoju. „Odwaga to połączenie naszej ciekawości, dociekliwości, poszukiwania nowych szans i możliwości, ale także z umiejętności czerpania radości z zaspokajania potrzeb. To tworzy środowisko biznesowe sprzyjające dalszemu rozwojowi” – stwierdziła Agnieszka Snarska.

Mimo że pandemia doświadczyła globalne środowisko biznesowe, dążeniem liderów powinno być integrowanie ludzi wokół celu i idei, angażowanie ich do wspólnych działań, które powinny zmierzać do zrównoważenia, a nie maksymalizacji. To jeden z kluczowych wniosków płynących z debaty ekspertów. Jak podkreśliła Anna Kuliga-Pawlak: „Jeśli chcemy być liderami dopasowanymi do nowej ery – jakkolwiek ona będzie i jakiegokolwiek będzie otoczenie i okoliczności – musimy być liderami i liderkami dla ludzi, dla biznesu, dla społeczności i dawać coś naszej planecie. Wówczas jesteśmy liderami kompletnymi”.

***Mimo że pandemia
doświadczyła globalne
środowisko biznesowe,
dążeniem liderów powinno
być integrowanie ludzi wokół
celu i idei, angażowanie
ich do wspólnych działań,
które powinny zmierzać
do zrównoważenia, a nie
maksymalizacji.***

JASNY CEL WZMACNIA ODWAGĘ



**Jeri
Doris**

Chief People Officer
w Delivery Hero



Rozmawia:
**Agnieszka
Snarska**

Rozmowa o przywództwie, odwadze, autentyczności i kulturze włączania. Agnieszka Snarska z Russell Reynolds Associates, liderka i doradczyni z ponad 20-letnim doświadczeniem, konfrontuje m.in. wybrane wypowiedzi Jeri Doris, Chief People Officer w Delivery Hero – jednej z najszybciej rosnących firm technologicznych w Europie, zajmującej się dostarczaniem jedzenia do biur i mieszkań. W trakcie dyskusji pt. “Having a Clear Purpose Kindles Courage” Jeri Doris rozwija oraz interpretuje przywoływane cytaty – to cenna inspiracja dla liderów, którym zależy na budowaniu samoświadomości i prawdziwych relacji.

Agnieszka Snarska: „Zawsze patrzę, co będzie za rogiem, czy to będzie kolejna podróż, czy kolejny termin realizacji. W tym roku skupiłam się tylko na tym, co jest tu i teraz. I była to dla mnie szansa na przerwę, na skoncentrowanie się na tym, co ważne”. Jak odniesiesz się dzisiaj do tego cytatu?

Jeri Doris: Ważne jest to, czego nauczyliśmy się po doświadczeniach 2020 r. W tamtym okresie liderzy mogli się skoncentrować na tym, co naprawdę istotne, ponieważ nie było tak wielu rozpraszających czynników zewnętrznych. W moim przypadku faktycznie chodziło o to, żeby być. Z moją rodziną, zespołem, firmą, choć w nieco inny sposób niż dotychczas. Często trudno nam znaleźć czas na bycie w domu, a poprzedni rok dał nam taką szansę.

Agnieszka Snarska: Kolejny cytat. „Pierwsza rzecz, którą zrobiłam, to ustalenie, gdzie jest gwiazda północna. Musimy koncentrować się na tym, co robimy (...). Musimy

też sprawdzać, czy jesteśmy bliżej naszego celu, tej naszej gwiazdy północy”.

*Trzeba
sprawdzać, czy
strategia, którą
realizujemy,
pozwala nam
urzeczywistniać
wizję firmy.*

Jeri Doris: Ponownie nawiązujemy do przywództwa. Myślę, że tak naprawdę musimy wiedzieć – jako liderzy – gdzie zmierza nasz statek. Musimy określić gwiazdę północy – to ona będzie kierować naszymi działaniami, da nam poczucie celu i pozwoli podążać w tym samym kierunku. Nie możemy zrobić wszystkiego, dlatego istotne są zasady hierarchii

zacji celów i potrzeb. Trzeba sprawdzać, czy strategia, którą realizujemy, pozwala nam urzeczywistniać wizję firmy. Możemy sprawdzić, czy pracownicy wiedzą, gdzie jest nasz cel, np. za pomocą ankiety. Często okazuje się, że nie znają oni obranego kierunku.

Agnieszka Snarska: To, co udało się zrobić w Twojej firmie, wygląda imponująco. Pandemia w jakiś sposób stworzyła szanse na wzrost. Duże znaczenie miała inkluzywność.

Jeri Doris: Mamy świadomość, gdzie jest nasza gwiazda północna i w jakim kierunku podążamy. Ważne jest, żeby być autentycznym – jaką twarz firma pokazuje zewnętrznemu światu, jak pielęgnuje kulturę organizacyjną. W naszej firmie bardzo się troszczymy o wspólnotę, społeczność i o siebie nawzajem. W pandemii mogliśmy rzeczywiście

*Mamy świadomość,
gdzie jest nasza gwiazda
północna i w jakim
kierunku podążamy.*

zacerpnąć z tych wartości. Często firmy mówią, że odwdzięczają się za to, co dostały, że jest to ich społeczna odpowiedzialność biznesu. Ale to powinno być autentyczne, znaleźć odzwierciedlenie w biznesie, w wartościach organizacji.

Agnieszka Snarska: Kiedyś powiedziałaś, że w Delivery Hero różnorodność to super moc...

Jeri Doris: Jestem członkinią zarządu, kobietą, więc różnorodność jest dla mnie czymś oczywistym. Działamy na wielu rynkach, więc musimy dobrze rozumieć bazę naszych klientów. I tu różnorodność jest super mocą. W naszej firmie mamy ponad 100 różnych narodowości. To kultura włączania jest siłą różnorodności. Myślę, że strategię zapewniania różnorodności w firmach, które będą miały sens dla całego świata, nie różnią się od tego, jak przygotowujemy strategię biznesowe. Musimy je dostosować do uwarunkowań lokalnych, ale wierzymy, że wszyscy powinni być włączeni i mieć dla siebie bezpieczną przestrzeń. Uważamy, że ludzie powinni być doceniani, szanowani, nawet jeśli mają nieco inne przekonania. Myślę, że czasami jest to trudne dla niektórych firm, ale warto mieć odwagę, by ustalić jasne granice i określić, co się dla nas liczy. Jeśli ktoś wyznaje takie same wartości jak my, tworzymy przestrzeń, w której można być sobą.

Agnieszka Snarska: Co ma dla Ciebie szczególne znaczenie?

Jeri Doris: Wiele rzeczy. Najbardziej jednak liczy się dla mnie to, żeby rzeczywiście sprawiać, że świat stanie się lepszy, choć to może nie być łatwe. Ważne są wartości wewnętrzne, którymi się kierujemy. Są to bowiem rzeczy, które nas motywują nie tylko w pracy, ale też poza nią. Liderzy powinni się zastanowić, jak są postrzegani jako liderzy, jako firma, a także do czego dążą, na co chcą wpłynąć i jak to połączyć z oferowanymi produktami.

JERI DORIS: zajmuje stanowisko Chief People Officer w Delivery Hero od 2018 r. Wcześniej pracowała jako Head of HR w Rakuten USA. Ma bogate doświadczenie w zarządzaniu obszarem employee experience. Jako liderka w Delivery Hero skupia się na tworzeniu kultury i środowiska, w których pracownicy mogą czuć się częścią wspólnoty i stale się rozwijać. Z jej udziałem firma rozrosła się z 5 tys. do 30 tys. pracowników.



Ian MacKenzie

Artysta,
autor podcastu
The Mythic Masculine

SKOŃCZONE GRY W NIESKOŃCZONYM ŻYCIU

Dlaczego cywilizacja odłącza się od prawdziwego życia? W co gra dzisiejszy świat? Czego przywódcy mogą się nauczyć od świata przyrody? O tym podczas konferencji Masters&Robots w 2021 roku opowiedział Ian MacKenzie – artysta, twórca filmowy, który od ponad dziesięciu lat śledzi trendy związane z nową kulturą w wymiarze globalnym.

Ian MacKenzie w swoim wystąpieniu odwołuje się do pojęć skończonej i nieskończonej gry, o których mowa jest w książce Jamesa P. Carse'a „Finite and infinite games”. Celem skończonej gry jest wygrana, a nieskończonej – dalsza gra. Warto spojrzeć na te zagadnienia przez pryzmat tego, co dzieje się w gospodarce. Cywilizacja przemysłowa, postępujące niszczenie planety, walka między korporacjami, kultura wojny, język agresji... Tak wygląda dzisiejsza, globalna gra. Chcemy zwyciężać i widzimy cel, jako zwieńczenie gry. Tymczasem życie jest grą nieskończoną, dlatego – zdaniem artysty – powinniśmy grać według zasad życia i trwania. I przejść z dominującej w obecnej kulturze gry skończonej do gry nastawionej na trwanie, czyli nieskończonej.

Czym jest energia życiowa? Jak uwolnić kreatywność? Jak budować wspólnotę? To pytania, na które należy szukać odpowiedzi. Ian MacKenzie podkreśla bowiem, że cywilizacja stara się stworzyć własną rzeczywistość, w której zasady, jakimi kieruje się wszelkie życie, nie mają odzwierciedlenia. Pojawia się natomiast uprzedmiotowienie i utowarowienie. Dzieje się tak, ponieważ straciliśmy bezpośredni kontakt z prawdziwym życiem.

Według prostych reguł

Jak powinno wyglądać przywództwo? Według artysty, warto brać pod uwagę trendy, ale też spojrzeć na to, co dzieje się... w świecie przyrody. Na stado ptaków na niebie, ławice ryb albo kolonie mrówek. Dzięki temu można sobie uświadomić, że złożoność zjawisk wywodzi się z prostoty. Ptaki lecące razem w stadzie przestrzegają tak naprawdę kilku reguł, które w efekcie prowadzą do złożonych i niezwykłych działań. Warto się zastanowić, czy można to odzwierciedlić w przywództwie? Aby uzyskać naturalną spójność, potrzebne są ciekawość drugiego człowieka, nawiązanie autentycznego, a nie powierzchownego kontaktu, transparentność działań i tworzenie przestrzeni, w której można dzielić się wzajemnie zaufaniem.

System zgodny ze sposobem życia

Podczas konferencji Ian MacKenzie opowiedział o tym, jak artyści i aktywiści działają na rzecz pozytywnych zmian. Realizowane projekty doprowadziły

artystę do konkluzji: „Na wiele sposobów decyzje gospodarcze, które są podejmowane, np. wydobywanie ropy czy wykorzystywanie innych zasobów, powodują zanieczyszczenie biosfery i temu wszystkiemu przyświecają pieniądze. Obecny system jest nastawiony na generowanie coraz większych przychodów. To jest bardzo silny motywator dla ludzi, bardzo mocny czynnik, który zachęca ludzi do współpracy na masową skalę. Ale z drugiej strony, jeżeli nie uwzględnimy innych czynników, jeśli nie rozważymy, jaki jest koszt naszych działań, to nie będzie to prawdziwy system ekonomiczny, system równowagi między braniem i dawaniem, ale system wyzysku”.

Przywołane podczas wystąpienia fragmenty filmu „Occupy Love”, którego współtwórcą był Ian MacKenzie, miały na celu podzielenie się z uczestnikami konferencji spostrzeżeniem, że obecny system oparty na zachłanności, nie zapewnia nam zdrowia, szczęścia ani poczucia sensu. Stary paradygmat, który koncentruje bogactwo, oparty na chciwości nielicznych, powoduje upadek gospodarczy i ekologiczny. Wynikający z tego globalny kryzys staje się katalizatorem głębokiego przebudzenia: miliony ludzi decydują, że wystarczy – nadszedł czas, aby stworzyć nowy świat, który gra w grę nieskończoną toczącą się przez całe życie.

***Stary paradygmat, który
koncentruje bogactwo,
oparty na chciwości
nielicznych, powoduje upadek
gospodarczy i ekologiczny.
Wynikający z tego globalny
kryzys staje się katalizatorem
głębokiego przebudzenia...***

Exponential Change





Technologie wspierają dziś każdy obszar naszego życia i pracy. Bez nich nie ma postępu i rozwoju. Zwłaszcza teraz, gdy nasza rzeczywistość zmienia się w tempie, którego wcześniej nie doświadczaliśmy, to nowe rozwiązania i narzędzia stają się sprzymierzeńcem człowieka. Nie oznacza to jednak, że technologie są „superbohaterem” naszych czasów.

Człowiek musi trzymać pieczę nad kierunkiem ich rozwoju i stale czuwać, by z jednej strony wspierały one ważne cele, z drugiej - pozwalały także na krytyczną analizę naszej aktywności i adekwatne dopasowanie.

W biznesie nieoczekiwana dysrupcja – jaką był wybuch pandemii – zmieniła dotychczasowe podejście czy wręcz zastałe paradygmaty. Musieliśmy wymyślić zupełnie nowe sposoby i kierunki działania, ponieważ wcześniejsze nie miały już zastosowania.

Jednocześnie dało to silny impuls do testowania i odkrywania, ale też do głębszego zastanowienia: co nam jako ludziom może pomóc? Dzięki nowoczesnym narzędziom i technologiom mogliśmy i dalej możemy pracować, choć w inny sposób, także z większą uwagą skupioną wokół potrzeb człowieka.

Sebastian Kulczyk

Międzynarodowy inwestor,
lider młodego pokolenia
polskich przedsiębiorców



Peter Diamandis

Założyciel i prezes wykonawczy
Fundacji XPRIZE, założyciel
wykonawczy Singularity Group

PRZYSZŁOŚĆ ZACZYNA SIĘ W TEJ CHWILI

Ewolucja stała się już procesem namacalnym, dostępnym na wyciągnięcie ręki. Ciągłość zmian wymusza na ludziach stałe dostrzeganie i dostosowywanie się do nowych okoliczności. To co nowe, staje się rzeczywiste niemal od razu, a nie – jak jeszcze kilka dekad temu – urzeczywistnia się na przestrzeni lat. Przyszłość przestała być wyznacznikiem czasu, stała się synonimem osiągnięć i nowych technologii, które każdego dnia podwyższają poziom życia człowieka oraz biznesu. By to zrozumieć potrzebne jest myślenie wykładnicze.

Mózg człowieka składa się z ponad 100 miliardów połączeń synaptycznych, których nadrzędnym zadaniem jest dostosowanie życia do nowego świata i zachodzących w nim zmian. Jeszcze do niedawna ten proces nie był zbyt wymagający. Przebiegał liniowo i dawał tym samym przestrzeń na spokojną adaptację. Tempo rozwoju nowych technologii przyczyniło się do zmiany systemu liniowego na wykładniczy, wymagający podwajania szybkości i wielkości przyswajanych treści przez mózg, a tym samym przez człowieka.

Punkt zwrotny

Naturalnie, mimo coraz większej mocy obliczeniowej komputerów i zaawansowania sztucznej inteligencji, istota ludzka nie ma szans na natychmiastową zmianę sposobu postrzegania świata, co generuje swoisty dysonans pomiędzy myśleniem liniowym, a wykładniczym rozwojem technologii. Jest to newralgiczny, zwrotny punkt, w którym należy postawić pytanie o przyszłość człowieka i prowadzonych przez niego działań.

Rozwój nowych technologii i sztucznej inteligencji umożliwia ludziom korzystanie z coraz szybszych komputerów, które – choć mają o wiele większe możliwości – tanieją, przez

co stać na nie coraz więcej osób. Ponadto w codziennym życiu coraz częściej wykorzystuje się czujniki sieci AI, VR czy AR. Jednak pojedyncze wykorzystywanie nowych technologii niewiele zmienia. O przyszłości naszych działań biznesowych zdecydować ewoluujące modele i ekosystemy, które powstaną w wyniku kombinacji dostępnych technologii.

Dlatego to od człowieka zależy, czy wejdzie w proces przemian, przyjmie idące za rozwojem zmiany i dostosuje swoją aktywność biznesową do wymogów przyszłości. Jest to niezwykle ważne, ponieważ z końcem dekady będziemy mieli do czynienia z dwoma rodzajami firm – tymi, które w pełni wykorzystają sztuczną inteligencję i rozwój oraz tymi, które na stałe znikną z rynku. Dlatego stawiam dzisiaj pytanie przedsiębiorcom – jakie technologie wybieracie dla siebie i w jaki sposób wykorzystacie nowe modele biznesowe, by na nowo znaleźć swój biznes i swoją branżę?

Wykładniczy sukces czy porażka?

Żyjemy w czasach, gdy pomysł na biznes szybko przeradza się w wartość milionów przedsięwzięcie. Zastraszająca liczba pojawiających się na rynku

instytucji i firm stanowi podstawę do zadania pytania o to, co powinno mieć największe znaczenie dla ich liderów. Słusznie zauważył Elon Musk twierdząc, że jest to nastawienie. Jest to niezmiernie ważne, by zarządzający właściwie kształtowali swoje nastawienie i sposób myślenia.

Dzisiaj nie liczy się już dążenie do 10% wzrostu obrotu w firmie, ten powinien być wzrostem wykładniczym. Dlatego prezesi i zarządzający powinni stawiać sobie i pracownikom KPI, prowadzące do zwiększania wydajności firmy nawet o 1000%. Kształtowanie sposobu myślenia liderów to połowa drogi do sukcesu firmy. Dlatego zarządzający powinni tak budować swoje strategie biznesowe by swoim nastawieniem dążyć do obfitości i wzrostu wykładniczego. I choć każde z tych pojęć może wydawać się nieco abstrakcyjne, wspólnie tworzą one gotowy przepis "na biznes przyszłości".

Technologia odpowiedzią na skończoność zasobów

By mówić o obfitości należy zrozumieć, że pomnażanie nie tylko materialnych zasobów nie będzie możliwe bez właściwego zrozumienia i wykorzystania technologii. Żyjemy w czasach, gdy rozwój sztucznej inteligencji i technologii umożliwia zmianę tego, co do niedawna było uznawane za rzadkość w coś codziennego i ogólnodostępnego. By tak się stało nie należy bać się przyszłości i zmian, a wykorzystać nowe technologie we właściwy sposób.

Jeszcze do niedawna świat masowo wydobywał węgiel jako najpopularniejszą formę surowca energetycznego. Działo się tak kosztem środowiska, czego następstwem są nieodwracalne zmiany klimatyczne. Dzisiaj coraz częściej do produkcji energii wykorzystuje się energię słoneczną, która jest nie tylko nieszkodliwa, ale też tańsza – w okresie ostatnich 10 lat cena produkowanej w ten sposób energii spadła o 20% i wciąż maleje. Jest to niezmiernie istotne wykorzystanie nowych technologii do produkowania niezbędnych do życia zamienników, zwłaszcza w obliczu ponad 17. tysięcznego wzrostu zapotrzebowania na energię. Nowe technologie umożliwiają więc wykorzystanie odnawialnych źródeł energii do produkcji i magazynowania niezbędnych produktów, przy jednoczesnej ochronie środowiska.

Długowieczność dzięki postępowi

Nowe technologie i rozwój stały się również synonimem eliksiru na długowieczność. Rozwój techniki i nauki pozwolił na rozszerzenie możliwości medycznych. Tu przykładem jest np. szybkość produkcji szczepionek mRNA jako odpowiedzi na

epidemię COVID-19 czy wykorzystanie technologii CRISPR, dzięki której jednorazowa iniekcja podana małpie zmniejszyła wysokość cholesterolu o 60% w ciągu tygodnia. Szybki rozwój technologii i jej wykorzystanie to odpowiedź to poprawienie jakości i długości życia człowieka.

Co więcej przyszłość kreowana nowymi technologiami sprawdza się we wzroście wykładniczym niemal każdego biznesu. Stałe powielanie osiągnięć nauki i techniki sprzyja przewidywaniu, które umożliwia nie tylko łatwiejsze prowadzenie biznesu, ale też otwiera drzwi do nowych możliwości, takich jak określania sekwencji białka w aminokwasie czy zdiagnozowanie tętniaka mózgu. Przyszłość to także liczne maszyny, ułatwiające transport. Kultowy latający samochód z filmu "Powrót do przyszłości" stał się już realnym urządzeniem, którego mniejsze odpowiedniki są dzisiaj wykorzystywane do transportu paczek.

Przyszłość dzieje się na naszych oczach. By zatem obrać właściwie kurs podczas wykładniczego tempa zmian, należy otworzyć się na nie i przestać się ich obawiać. Lęk przed tym co nowe i nieznane może doprowadzić do sytuacji, w jakiej lata temu znalazła się firma Kodak. Liderzy organizacji dążyli do bycia ikoną "przechowywania wspomnień", a wąskotorowość ich myślenia doprowadziła do tego, że w 1975 r. odrzucili wynalazek Steve'a Sassona, który przedstawił im pierwszy prototyp aparatu cyfrowego. Dzisiaj Kodak wciąż stanowi ikonę fotografii tradycyjnej, jednak lęk przed nową technologią doprowadził do upadku prawdziwego potentata. Dlatego zamiast bać się cyfrowej rewolucji człowiek musi zacząć dostrzegać w niej dobre strony i zaufać postępowi. Negatywne nastawienie nie sprawi, że życie będzie pozytywne, a największe problemy na świecie to zarazem największe możliwości dla biznesu.

PETER DIAMANDIS: założyciel i prezes wykonawczy Fundacji XPRIZE – światowego lidera w projektowaniu i prowadzeniu konkursów motywacyjnych na dużą skalę. Założyciel wykonawczy Singularity Group oraz ponad 20 firm z obszaru długowieczności, kosmosu, venture capital i edukacji. Współzałożyciel BOLD Capital Partners. Uzyskał stopnie naukowe z genetyki molekularnej i inżynierii lotniczej na MIT oraz tytuł doktora medycyny w Harvard Medical School. Jeden z "50 najważniejszych liderów świata" według Fortune.



Diana Barrero Zalles

Absolwentka
Uniwersytetu Notre
Dame, dyrektor ds. ESG
i wpływu w Emergents
@ Weild & Co



Rozmawia:
Cristina Dolan

Absolwentka
MIT Media Lab,
współzałożycielka
i dyrektor operacyjna
iHuddl

NOWE TECHNOLOGIE W SŁUŻBIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Wdrażanie zrównoważonego rozwoju w firmach stało się już nie tyle potrzebą, co koniecznością. Szeroki dostęp do informacji sprawił, że klienci i inwestorzy coraz częściej weryfikują kierunek rozwoju firm, oceniając ich osiągnięcia i rozwiązania także przez pryzmat czynników ESG (environmental – środowiskowych, social – społecznych, corporate governance – ładu korporacyjnego). O tym w jaki sposób wykorzystać nowe technologie do budowania zrównoważonego rozwoju w firmach oraz rozwiązaniach umożliwiających właściwe raportowanie danych rozmawiają Cristina Dolan i Diana Barrero Zalles.

Cristina Dolan: Obecnie funkcjonuje wiele definicji zrównoważonego rozwoju. Dla organizacji stanowi on synonim rentowności i bywa sposobem na "długowieczność". Jednak patrząc na zjawisko z perspektywy inwestorów – zrównoważony rozwój to także ryzyko?

Diana Barrero Zalles: Zarówno ESG jak i zróżnicowany rozwój może mieć wiele znaczeń. Patrząc z perspektywy inwestorów chcą oni by był częścią wartości dodanej, mnożącej kapitał. Niektórzy z nich wybierają tradycyjne inwestowanie, unikając firm z pewnych obszarów, inni wybierają liderów danej branży, często nie zwracając uwagi, czy dana organizacja np. nie wpływa negatywnie na klimat. A właśnie ochrona środowiska naturalnego jest jednym z kluczowych elementów zróżnicowanego rozwoju, uwzględnionym również w celach ONZ.

Cristina Dolan: Żyjemy obecnie w świecie wielu powiązań. Współczesna firma to nie tylko inwestorzy i pracownicy, ale szereg różnych ekosystemów takich jak np. klienci czy lokalna społeczność. Jak te powiązania odnoszą się kwestii zróżnicowanego rozwoju, ESG i dlaczego mają one tak wielkie znaczenie?

Diana Barrero Zalles: Powiązania pomiędzy organizacjami, a całym ekosystemem są ogromne i wiele osób nie zdaje sobie z tego sprawy. Zróżnicowany rozwój czy czynniki ESG mają wpływ na życie całego społeczeństwa. Wiele firm rozrosło się i ma nie tylko globalny zasięg, ale i siłę oddzia-

ływania, przewyższającą nawet największe kraje na świecie. Trudno nie docenić ich roli w społeczeństwie. Na ich barkach spoczywa więc odpowiedzialność za wdrożenie odpowiedniego ładu korporacyjnego, właściwych praktyk i wewnętrznej kontroli, dbając tym samym o zróżnicowany rozwój zapewniający korzyści wszystkim interesariuszom. Zwłaszcza, że w przypadku dużych graczy na rynku technologicznym obserwujemy dzisiaj silne interakcje między ludźmi, a firmami.

Cristina Dolan: To prawda, udział – gospodarczy, społeczny czy biznesowy – wielu firm w świecie jest wręcz niewyobrażalny! Jednak wielkość firm jest również proporcjonalna do wysokości oczekiwań wobec nich. Przez to jeszcze bardziej zwiększa się waga zrównoważonego rozwoju i wpisania celów ESG w strategię organizacji. Działanie wielu z nich ma wtórny lub trzeciorzędowy wpływ na cały ekosystem. Podejmowane przez nich kroki i decyzje wielokrotnie oddziałują na sposób myślenia i działania ludzi na różnych kontynentach. Tym bardziej strategię wybierane i realizowane przez firmy muszą być przemyślane i zrównoważone. W przeciwnym razie mogą one zrazić i zniechęcić inwestorów i klientów do podejmowania współpracy z daną organizacją. Jakie działania powinny więc podjąć firmy, by przeciwdziałać "złej prasie"?

Diana Barrero Zalles: Przede wszystkim firmy muszą zdecydować czy to klient znajduje się w centrum ich zainteresowania i określić jaka jest jego rola w całym ekosystemie.

Rezultaty działania organizacji to emanacja systemu zarządzania i ładu korporacyjnego. To jaki wpływ na środowisko i zmiany klimatyczne ma działalność firm stało się kwestią społeczną. Idąc tym tropem to, czy liderzy firm uwzględnią te czynniki w swojej działalności w dużej mierze zależy od wdrożonego przez nich ładu korporacyjnego i strategii zrównoważonego rozwoju.

Cristina Dolan: W dużej mierze odpowiadają za to również realizowane w firmach cele ESG. Wywołują one presję na spełnianie określonych wymogów w kontekście środowiska i społeczeństwa. Jaki mają one związek z ładem korporacyjnym?

Diana Barrero Zalles: Przede wszystkim wdrożony ład korporacyjny musi być transparentny. O zrównoważonym rozwoju i czynnikach ESG zaczęto mówić w czasie I i II rewolucji przemysłowej, na który to okres datuje się powstanie korporacji. Stały się one miejscem pracy wielu ludzi, przez co zbudowały silną i wzajemną zależność. Przedsiębiorcy szybko zrozumieli, że ich siłą napędową odpowiedzialną za wzrost kapitału są pracownicy, a ich nadmierna eksploatacja może powodować choroby i w efekcie odejście z pracy. Dlatego korporacje zaczęły skupiać swoją uwagę na niwelowaniu tego ryzyka.

Cristina Dolan: Jest to silny aspekt społeczny ładu korporacyjnego i zrównoważonego rozwoju. Jak to wygląda w kontekście środowiskowym?

Diana Barrero Zalles: Społeczeństwo szybko dostrzegło, że działalność dużych korporacji nie pozostaje bez wpływu na środowisko. Zaczęto dostrzegać potrzebę normowania działań korporacji i minimalizacji zagrożenia. Tak powstała inicjatywa ONZ Global Compact, która skupia zrównoważony biznes i prowadzi działania na rzecz środowiska, praw człowieka, godnej i legalnej

pracy oraz przeciwdziałania korupcji. Dzięki jej powołaniu sformułowaty się cele zrównoważonego rozwoju ONZ i doszło do podpisania porozumienia paryskiego. Zaczęto więc tworzyć zasady, które nie tylko miały dbać o środowisko naturalne, ale też wyznaczać jasne ścieżki prowadzące do zróżnicowanego rozwoju.

Cristina Dolan: Wciąż jednak mnogość poglądów sprawia, że trudno ujednoczyć. Wiele firm nie wykorzystuje nowych technologii czy nie ujawnia pełnych danych. Wciąż dużo mówi się również o potrzebie zwiększenia cyberbezpieczeństwa. Sporo firm nie korzysta z nowych rozwiązań, ponieważ kadra zarządzająca obawia się, że mogą one spowodować wyciek poufnych danych. Jak poradzić sobie z tym problemem?

Diana Barrero Zalles: Przede wszystkim należy ujednoczyć system raportowania działań firmy w myśl zrównoważonego rozwoju. Przekazywane informacje powinny być transparentne i ujednolicone, by dawały pełen ogłód czy dana organizacja faktycznie wdraża ESG i osiąga wyznaczone w tym obszarze cele.

Ponadto, firmy muszą przyjąć i wykorzystywać nowe technologie, które nie tylko usprawniają procesy, ale też umożliwiają właściwe raportowanie danych. Owszem, jest to poważny problem, ponieważ wiele firm, w obawie przed wyciekiem danych, nie decyduje się na wykorzystywanie już dostępnych narzędzi do rejestrowania działalności związanej ze zrównoważonym rozwojem, budując w tym celu własne narzędzia. Zróżnicowana forma raportowania danych uniemożliwia ocenę. A to właśnie ujednolicenie raportowania i sposobu wykorzystania danych pozwoli na większą przejrzystość w ocenie działania firmy w zakresie zrównoważonego rozwoju.

DIANA BARRERO ZALLES: absolwentka Uniwersytetu Notre Dame, tytuł MBA uzyskała w Yale. Dyrektor ds. ESG i wpływu w Emergents @ Weild & Co – firmie zajmującej się doradztwem i pozyskiwaniem kapitału dla spółek, które rozpoczynają wdrażanie nowych technologii w produktach lub usługach oraz tradycyjnych firm, które dążą do uzyskania kapitału w strukturze aktywów cyfrowych. Specjalizuje się w finansach, blockchain, innowacyjnych modelach biznesowych i implikacjach regulacyjnych.

CRISTINA DOLAN: absolwentka MIT Media Lab. Współzałożycielka i dyrektor operacyjna iHuddl – pierwszej platformy zamieniającej sieć społecznościową w sieć inwestycyjną, z dostępem do usług i produktów premium. Współzałożycielka iXledger, firmy zajmującej się zmianą sposobu handlowania i zarządzania produktami ubezpieczeniowymi. Jest również założycielką i dyrektorem generalnym InsideChains, firmy wspierającej organizację w cyfrowej transformacji modeli biznesowych. Działa w obszarze ekosystemów blockchain, AI i IoT. Zajmuje się wprowadzaniem nowych modeli biznesowych do FinTech, InsurTech i Smart Infrastructure.

Beyond Digital



KIEDY JESTEŚ ROZCZAROWANY, ZMIEN SPOSÓB SWOJEGO MYŚLENIA

Żyjemy w świecie, w którym ludzie upatrują osiągnięcie każdego wielkiego sukcesu w znajomościach i nieczystych zagraniach. Tymczasem, za każdą wielką postacią kryją się ogromna ilość pracy i wysiłku, które trzeba włożyć w jej rozwój. Są to nieodłączne atrybuty każdego przedsiębiorcy, który zbudował konsorcjum liczące się na rynku.

W rozmowie z Olgą Kordys-Kozierowską, Maye Musk opowiedziała o wyboistej drodze do sukcesu oraz kreowaniu postaw, które mogą pokonać trudności losu i niezwyklej sile, która tkwi w kobietach.

Olga Kordys-Kozierowska: W swojej książce wspominałaś cytując swojego ojca, „Żyj niebezpiecznie i ostrożnie”. Jak te słowa wpłynęły na Twoje podejście do życia?

Maye Musk: Moi rodzice podjęli w swoim życiu wiele brawurowych decyzji, które wymagały od nich wystawienia się na ryzyko. Nigdy jednak nie zapominali o zachowaniu bezpiecznej granicy w tym, co robili i tego samego nauczyli mnie, a także moje rodzeństwo. Ludzie napotykać w życiu wiele przeszkód, ale zawsze powinni mieć pomysł na to jak je pokonać. Los sam się nigdy nie odmieni. Dlatego warto odsuwać się od złych jednostek, działających na nas destrukcyjnie, ale też wierzyć, że są wśród nich ludzie oraz nowe sytuacje, które mogą odmienić złą kartę. Żyj więc odważnie, ale rozważnie.

Olga Kordys-Kozierowska: Często powtarzasz, że to kobieta tworzy plany. Na co dzień prowadzę własną fundację, która wspiera kobiety. Wielu z nich brakuje pewności siebie. Jak możemy to zmienić?

Maye Musk: Trudno być pewnym siebie, zwłaszcza gdy życie mocno doświadcza człowieka, ale każdy z nas jest w czymś dobry. Trzeba tylko w to wierzyć i o tym mówić. W dzisiejszych czasach media społecznościowe są bardzo pomocne w promo-

waniu własnych talentów. W moim życiu zdarzały się trudne sytuacje, ale mimo to nie poddawałam się i dalej dążyłam do celu. Wiedziałam, że jestem dobrą dietetyczką i podjęłam szereg działań, aby poinformować o tym świat. Jest wiele możliwości dookoła, które warto wykorzystać. Na początku mojej kariery chodziłam do gabinetów lekarskich i mówiłam, czym się zajmuję, natomiast dzisiaj nie musimy już tego robić, bo mamy internet. To świetne źródło do dzielenia się ze światem swoimi umiejętnościami. Warto stale podnosić swoje kompetencje i stawać się ekspertem w swojej dziedzinie. Internet bardzo pomaga w osiągnięciu tego celu.

Olga Kordys-Kozierowska: Podkreślasz, że im więcej pracujesz, tym bardziej jesteś szczęśliwa. Czy Twoja praca to hobby? Co dało Ci siłę, by dojść do punktu, w którym jesteś dzisiaj?

Maye Musk: Zawsze dużo pracowałam. Zajmowałam się dietetyką i modelingiem, jednocześnie prowadząc dom i wychowując dzieci. Lubię pracować, ale moją motywacją była chęć zapewnienia godnego bytu moim dzieciom. Mimo, że mamy za sobą trudny okres, nie poddałam się i konsekwentnie dążyłam do celu. Praca – jeśli jest naszym hobby – na pewno będzie łatwiejsza i przyjemniejsza, ale nadal będzie wymagała wysiłku.



Maye Musk

Modelka i dyplomowana dietetyczka, autorka książki „A Woman Makes A Plan”, która została wydana w ponad 70 krajach



Rozmawia:
Olga Kordys-Kozierowska

Założycielka pierwszej polskiej organizacji wspierającej kobiety w osiąganiu ich potencjału ekonomicznego

Kiedy osiągnęłam cel – wyznaczałam sobie kolejne. Na przykład, kiedy moja książka została wydana w jednym kraju, zapytałam – dlaczego nie wydać jej gdzie indziej? Tak przesuwalam swoje granice i ciągle dążyłam do osiągnięcia nowych celów. Dzięki temu ciągle się rozwijam i czuję się spełniona.

Olga Kordys-Kozierowska: Wielu psychologów podkreśla, że najważniejszymi czynnikami na drodze do sukcesu są nastawienie i zaangażowanie. Czy chciałbyś do tego coś dodać?

Maye Musk: Zdecydowanie wytrwałość. Jest ona niezbędna w codziennym życiu ludzi, którzy chcą coś osiągnąć. Droga do sukcesu nie jest łatwa i często musimy zmagać się z niewiedzą. Jednak wytrwałość pozwala na pokonanie trudności.

Olga Kordys-Kozierowska: Jak sobie radzisz z odrzuceniem?

Maye Musk: W moim życiu wiele razy spotkałam się z odrzuceniem i ignorancją, co nauczyło mnie pokory. Byłam jednak wytrwała i dążyłam do realizacji swoich marzeń. Kiedy odwiedzałam lekarzy i prosiłam o kierowanie pacjentów do mojego gabinetu dietetycznego, w większości nie wyrażali na to zgody. Jednak ci, którzy mi zaufali z czasem weryfikowali moje kompetencje na podstawie wyników i dostrzegali, że mam talent do prowadzenia pacjentów. Docenienie było dla mnie największą nagrodą za wszystkie odrzucenia, których doświadczyłam.

Olga Kordys-Kozierowska: Doświadczyłaś wielu kryzysów w swoim życiu. Jak nauczyłaś się czerpać z nich korzyści?

Maye Musk: Przede wszystkim, miałam chęć do działania. Jeśli znalazłam się w patowej sytuacji, która nie była dla mnie komfortowa, pracowałam intensywnie, aby przezwyciężyć kryzys. Stale też poszerzałam swoją wiedzę i umiejętności, rozwijając się. Ludzie boją się zmian, co doskonale obnażył lockdown. Wykorzystałam ten czas na odkrywanie nowych pasji i naukę korzystania z nowych technologii. W czasie pandemii dużo uwagi poświęciłam mediom społecznościowym, w których publikowałam swoje działania i odkrywałam ich możliwości, a także poznawałam, jak wykorzystać je w rozwoju biznesu. Na naukę nigdy nie jest za późno!

Olga Kordys-Kozierowska: Dużo mówisz o kobiecej niezależności. Jak odkryć swoją niezależność oraz zmierzyć się z ogromnymi oczekiwaniami i stereotypami?

Maye Musk: Uważam, że kobiety nadal są dyskryminowane w męskim świecie, choć często mają dużo większe kompetencje do zajmowania wyższych stanowisk. Dlatego sądzę, że kobiety powinny walczyć o siebie i wspierać się nawzajem. Jesteś niedoceniana w pracy? Idź do szefa i poproś o zmianę stanowiska. Oczywiście, stawianie wszystkiego na szali jest ryzykowne, ale tylko podjęcie ryzyka może dać kobiecie szansę na rozwój. Musimy walczyć o równy podział obowiązków i równe traktowanie. Pewność siebie, konsekwencja w dążeniu do celu i odwaga mogą odczarować świat i pokazać, że niezależna kobieta jest silna i może wszystko! Nie bójmy się więc walczyć o swoje i konkurować z mężczyznami.

MAYE MUSK: światowej sławy modelka i dyplomowana dietetyczka, prowadząca wykłady na całym świecie na temat zdrowia, odżywiania, biznesu i starzenia się. Autorka książki „A Woman Makes A Plan”, która została wydana w ponad 70 krajach. Jest Przedstawicielką Doradców Dietetycznych RPA; Szefową Rady Dietetyków Konsultantów Kanady oraz Przewodniczącą Przedsiębiorców Żywnościowych Akademii Dietetyki i Żywności. Laureatka nagrody Outstanding Nutrition Entrepreneur Award w USA. Aktywistka, która wyklada na tematy przedsiębiorczości, starzenia się, równości płci, samotnego rodzicielstwa, pokonywania wyzwań, zaufania i zdrowia dla korporacji, stowarzyszeń, szpitali i uniwersytetów. Ambasadorka organizacji non-profit Big Green i Dress for Success. Matka trójki dzieci: Elona, Kimbala i Tosci.

OLGA KORDYS-KOZIEROWSKA: założycielka pierwszej polskiej organizacji wspierającej kobiety w osiąganiu ich potencjału ekonomicznego, wyposażającej je w zasoby, narzędzia i platformy wiedzy oraz promującej różnorodność, inkluzję i równość poprzez angażowanie zarówno kobiet, jak i mężczyzn jako rzeczników. Wraz z Paulą Wojciechowską – australijskimi ambasadorkami – założyła w 2019 roku Koalicję Champions of Change. Ekonomistka i skrzypaczka, która ukończyła MIAB na uniwersytetach w Wielkiej Brytanii i Holandii. Ma ponad 27 lat doświadczenia biznesowego, w tym 12 lat na stanowiskach kierowniczych w międzynarodowych korporacjach w regionie CSEE. W 2019 roku otrzymała Europejską Nagrodę Uniwersytetu Kobiet. InsideChains, firmy wspierającej organizacje w cyfrowej transformacji modeli biznesowych. Działa w obszarze ekosystemów blockchain, AI i IoT. Zajmuje się wprowadzaniem nowych modeli biznesowych do FinTech, InsurTech i Smart Infrastructure.



PSYCHOLOGIA CELU

Istotą ludzkiego życia jest cel. Życie w świecie globalnego nieładu, wykładniczego tempa postępu, technologicznych przełomów i rewolucji prowokuje pytanie o sposób odnalezienia porządku w nieładzie. Pandemia przyczyniła się do pogłębienia zaburzeń psychologicznych i traum grupowych. O tym w jaki sposób znaleźć właściwy sygnał w światowym szumie oraz czym jest psychologia celu opowiedziała Patrycja Sławuta.

dr Patrycja Sławuta

Australijska naukowczyni
behawioralna, założycielka
SelfHackathon

Badania zajmujące się poszukiwaniem celu życia łączą w sobie elementy duchowości, psychologii i neuronauki, przez co klasyfikują się w kategorii rzeczywistości złożonej. By właściwie dookreślić czym jest punkt dążenia, Patrycja Sławuta powołała się na cytát: "Celem w życiu jest odkrycie naszego talentu, praca w naszym życiu to rozwój tego talentu, a sens naszego życia to podzielenie się tym talentem z innymi". W ten sposób wyznaczone zostały 3 kroki, będące składową metody odnalezienia sensu istnienia – znaleźć, poszerzyć i podzielić się z innymi.

Jak rozpocząć podróż w głąb samego siebie? Przede wszystkim postawić sobie pytanie kim jesteśmy? Jaki jest cel, do którego dążymy? Dlaczego jest on dla nas tak ważny? W jaki sposób możemy go osiągnąć? I co na ten temat mówi badanie? Patrycja Sławuta podkreśliła, że macierzą jej działań naukowych jest środowisko akademickie i firmy technologiczne, a jej celem nadrzędnym – odnalezienie ludzkiego kodu źródłowego. By właściwie umiejscowić to pojęcie, przytoczyła historię australijskiej pielęgniarki, sprawującej opiekę paliatywną nad pacjentami nieuleczalnie chorymi. Stawiała ona swoim pod-

opiecznym pytanie o to, czego najbardziej żałują w życiu. Najczęstszą odpowiedzią było stwierdzenie, że nie przeżyli życia w zgodzie ze sobą, a według oczekiwań innych.

***Życie ludzkie i człowiek
to kombinacja
matematyki
i magii. Zdaniem
Patrycji – człowieka
można w prosty
sposób obliczyć.
Zwłaszcza obecnie,
w dobie rewolucji
technologicznej –
maszyny wiedzą
o człowieku więcej niż
on sam.***

Życie ludzkie i człowiek to kombinacja matematyki i magii. Zdaniem Patrycji – człowieka można w prosty

sposób obliczyć. Zwłaszcza obecnie, w dobie rewolucji technologicznej – maszyny wiedzą o człowieku więcej niż on sam. Algorytmy pozwolą przewidzieć co dana osoba zakupi, w jaki link kliknie czy z kim będzie się chciała skontaktować. W świetle najnowszych badań, 80-85% ludzkich zachowań można opisać matematycznie i je przewidzieć.

Ale matematyka to nie wszystko, te nieprzewidywalne sytuacje w życiu człowieka są zależne od magii. Nie istnieje algorytm, który jest w stanie opisać lub przewidzieć sytuacje nagłe, nieoczywiste lub nowe. Ową magię Patrycja Sławuta zestawiała z cytatem Josepha Campbella: „Ludzie mówią, że to, czego wszyscy szukamy, ma sens dla życia. Nie sądzę, że tego naprawdę szukamy. Myślę, że to, czego szukamy, to doświadczenie bycia żywym, aby nasze doświadczenia życiowe na płaszczyźnie czysto fizycznej rezonowałyby z naszą najgłębszą istotą i rzeczywistością, dzięki czemu naprawdę poczujemy radość życia”.

Campbell zauważył, że u podstaw społeczeństw leżą mity, które skłaniają człowieka do działania i poszukiwania sensu. Sławuta przeniosła te spostrzeżenia do badań, gdzie na kole – symbolu całości, umiejscowiony został krzyż – symbol wewnętrznej i zewnętrznej jedności. Jego przecinające się ramiona wyznaczyły 4 filary prowadzące do odnalezienia celu życia. W ich świetle człowiek powinien odnaleźć i wyrazić siebie, poddać się czemuś większemu i odnaleźć punkt zaczepienia.

Odnalezienie własnej osobowości – czyli poznanie wewnętrznego ja, odpowiedzenie sobie na pytanie kim jestem i co mnie interesuje to podstawa zna-

DR PATRYCJA SŁAWUTA: australijska naukowiec behawioralna. Założycielka Self-Hackathon, butikowej firmy doradztwa behawioralnego, która wykorzystuje najnowsze badania naukowe do innowacji biznesowych. Ekspertka w zakresie złożoności, zajmująca się wyjaśnianiem i badaniem złożoności natury ludzkiej. Jej najnowsza inicjatywa nosi nazwę PsychTech i stanowi płynne połączenie psychologii i technologii.

lezienia celu w życiu. Następny filar – wyrażenie siebie odnosi się do właściwego poznania i zrozumienia ludzkich słabości oraz źródła, z którego

Następny filar – wyrażenie siebie odnosi się do właściwego poznania i zrozumienia ludzkich słabości oraz źródła, z którego można czerpać siły. To sposób na zdefiniowanie własnej inteligencji, a także określenie i umiejscowienie siebie w świecie. Poddanie się czemuś większemu odnosi się do duchowości.

można czerpać siły. To sposób na zdefiniowanie własnej inteligencji, a także określenie i umiejscowienie siebie w świecie. Poddanie się czemuś większemu odnosi się do duchowości. By żyć właściwie człowiek musi doświadczyć szerokiej gamy uczuć, które pozwolą skleić pełny obraz życia. Na koniec wyrażenie siebie, czyli sposób w jaki informujemy otoczenie o tym jacy jesteśmy, co przeżywamy czy w co wierzymy.

Na koniec Patrycja Sławuta postawiła pytania o to, w jaki sposób odnaleźć cel ludzkiego życia. Odpowiedź jest banalnie prosta – po prostu się do tego zabrać.

MARKETING NARZĘDZIEM BUDOWANIA ZAUFANIA DO MARKI



Zaufanie do firmy i budowanie relacji z klientami jest czynnikiem nadrzędnym dla każdej nowoczesnej firmy. Wraz ze zmianą wymagań klientów, do jakiej doszło w 2020 r. organizacje stanęły przed koniecznością zmiany strategii marketingowej. Działalność firm musiała skupić się na wyznaczeniu wartości, potrzebach konsumentów oraz znalezieniu skutecznej platformy porozumienia. O marketingowych narzędziach, wspierających wzrost zaufania do marki opowiedziała MJ DePalma – szefowa globalnego marketingu wielokulturowego i integracyjnego Microsoft Advertising.

Wraz z wybuchem epidemii COVID-19 firma Microsoft stanęła przed koniecznością wsparcia klientów w prowadzeniu biznesu w nowym środowisku oraz budowania głębszych relacji z odbiorcami. Rozwijając produkt, przeprowadzono badania konsumenckie, w jaki sposób marki mogą budować zaufanie poprzez działania marketingowe. Zauważono, że doświadczenie wyciągnięte z lockdownu może pomóc wspierać klientów, zwłaszcza w trudnym dla nich okresie biznesowym. Zwrócono również większą uwagę na nierówność społeczną i niesprawiedliwość. By budować zaufanie, marki muszą przede wszystkim odnaleźć autentyczny cel swojej działalności. Prawdziwy i właściwie komunikowany cel umożliwia poznanie brandu i utożsamienie się z nim. DePalma przytoczyła w tym miejscu słowa Satya Nadella, CEO Microsoft: „Świat jest w punkcie zwrotnym. Nadszedł czas, abyśmy doszli do sedna celu nowoczesnej korporacji i tego, co to oznacza dla przyszłego świata. Tego wymaga od nas nasz świat”. Microsoft postawił sobie za zadanie umożliwienie każdej firmie i osobie na świecie realizację “czegoś więcej”. By jednak wdrożyć marketing o szerszym celu należy przede wszystkim skorelować działania pomiędzy osobą, a marką.

MJ DePalma podkreśliła, że marki powinny odpowiedzieć sobie na szereg pytań, które umożliwią jasne wyznaczenie kierunku, w którym chcą dążyć. Przede wszystkim należy określić misję firmy, jej atrybuty, ustalić co komunikują produkty, działać w sposób zrównoważony i uwzględniać różnorodność odbiorców. Relację z konsumentem można zbudować poprzez odkrywanie przed nim wartości firmy.

Badania dowodzą, że 85% konsumentów rozważa zakup danej marki tylko wówczas, gdy jej ufa. Jest to niezmiernie ważne, ponieważ konkurencja rynkowa nie jest mała. DePalma zaprezentowała krzywą lojalności, która zobrazowała, że zaufanie ma różne poziomy, spośród których można wyróżnić 3 kluczowe filary – odpowiedzialność, wartość i włączenie. By budować długofalowe relacje z klientami w pierwszej kolejności marki muszą zrozumieć

MJ DePalma

Szefowa globalnego
marketingu wielokulturowego
i integracyjnego Microsoft
Advertising

znaczenie odpowiedzialności. Zaufanie konsumentów jest ulotne. Badania dowodzą, że 63% klientów po utracie zaufania do brandu zaprzestało kupowania jego produktów, a 69% nigdy nie wróciło już do oferty danej firmy. Dlatego odpowiedzialny marketing to taki, który promuje autentyczność przejawiającą się w cechach produktów, wartościach promowanych w firmie czy misji.

Wartość firmy odzwierciedla się we właściwym zrozumieniu potrzeb klientów i reakcji na zachodzące w nich zmiany. Przykładem może być Tommy Hilfiger, który w 2017 r. wypuścił na rynek innowacyjną linię produktów, charakteryzujących się np. magnetycznymi guzikami czy dodatkową warstwą materiału w spodniach. Proste z pozoru rozwiązania spotkały się z dużym uznaniem konsumentów, wśród których pojawiało się wielu nowych. Warto nadmienić, że 80% klientów uważa, że firmy powinny wspierać rozwiązywanie problemów społecznych. DePalma przytoczyła działania firmy Crocs, która w czasie pandemii przeprowadziła kampanię "Darmowa para butów dla ochrony zdrowia", wręczając medykom bezpłatne obuwie. Spotkało się to z dużym uznaniem społeczeństwa i przyczyniło się do wzrostu zaufania do marki.

Włączenie w dużej mierze odnosi się do poszanowania przez marki różnorodności. Firmy muszą pamiętać, że ich produkt powinien być inkluzywny.

Duży nacisk kładzie się dzisiaj na brak wykluczenia. MJ DePalma przytoczyła w tym miejscu ciekawy przykład rozwiązania marki Xbox, która zaprojektowała łatwe w otwarciu opakowanie produktu,

Dlatego odpowiedzialny marketing to taki, który promuje autentyczność przejawiającą się w cechach produktów, wartościach promowanych w firmie czy misji.

które wysoko ocenili konsumenci, borykający się z niepełnosprawnością np. w postaci braku palców u rąk. Proste rozwiązanie pokazało, że firma chce kierować swoje produkty do wszystkich, bez ograniczeń i wykluczeń.

Misja, cechy i nastawienie muszą być też widoczne w reklamach marki. Przekaz musi być więc autentyczny i znajdować swoje odzwierciedlenie w krokach podejmowanych przez firmy. Ponieważ jak podkreśliła DePalma – ludzie kupują od marek, które reprezentują coś więcej niż sam produkt.

MJ DEPALMA: szefowa globalnego marketingu wielokulturowego i integracyjnego Microsoft Advertising. Posiada 24 lata doświadczenia biznesowego w branży motoryzacyjnej, detalicznej, turystycznej, farmaceutycznej, technologicznej i telekomunikacyjnej. Pionierka w zakresie marketingu integracyjnego jako strategii biznesowej.

Digital Disruption



ZMIANA ODPOWIEDZI TO EWOLUCJA, ZMIANA PYTANIA – TO REWOLUCJA

PANEL DYSKUSYJNY



Diego Soroa
Executive Coach
for Exponential
Transformation, Head
Coach & Online Master
Trainer w Exponential
Organisations



dr Daniel Hulme
ekspert z obszaru
sztucznej inteligencji
i nowych technologii,
związany z firmą Satalia
i Singularity Group



Razvan Cristea
Senior Solution
Specialist w Microsoft
Viva incubation



moderacja:
Dorota Dublanka
Dyrektor Departamentu
Zasobów Ludzkich
i Organizacji w Krajowej
Izbie Rozliczeniowej

W ciągu ostatnich miesięcy nastąpiła ogromna transformacja cyfrowa, której skala wcale nie spada, a wręcz nadal wykładniczo rośnie. O tym, dlaczego jeszcze nigdy potrzeba nadążania za zmianami technologicznymi nie była tak duża oraz co zrobić, by rozwijać cyfrową odporność rozmawiali Daniel Hulme (SATALIA), Diego Soroa (rise.works) oraz Razvan Cristea (Microsoft). Dyskusję moderowała Dorota Dublanka – dyrektor Departamentu Zasobów Ludzkich i Organizacji w Krajowej Izbie Rozliczeniowej.

Dorota Dublanka: Stajemy dzisiaj w obliczu ogromnych zmian technologicznych i rewolucji cyfrowej i nic nie wskazuje na to, by sytuacja miała się zmienić. Jak ludzie i firmy mogą się do tego przystosowywać, by tworzyć nową kulturę pracy?

Diego Soroa: Wspomniane rewolucje i zmiany są w dużej mierze względne. Ta sama technologia albo model pracy w jednym miejscu może bardziej przeszkadzać, w innym – być pomocne. Z perspektywy czasu można jednak powiedzieć, że pandemia wywołała zmiany i zakłócenia u każdego, ponieważ podważyła fundamenty tego, w co wierzyliśmy.

Sprawdzone do tej pory strategie przestały działać – nagle okazało się, że zbudowaliśmy most nad rzeką, ale... ona zmieniła bieg. Musieliśmy przeformułować podstawowe pytania oraz wartości, a to wymusiło zmianę na poziomie założeń, sposobu myślenia i rozwiązań.

Dorota Dublanka: Jak w takim razie dostosować się do tych zakłóceń, żeby samemu nie wprowadzić jeszcze większego zamętu?

Diego Soroa: Z jednej strony warto pozostać spójnym z wartościami, jakie przyświecają nam oraz naszym organizacjom. Z drugiej – trzeba eksperymentować, kwestionować swoją pozycję, podejmować pewne ryzyka, pojawiać się w nowych obszarach, testować nowe technologie.

Obecnie firmy w dużej mierze starają się przywrócić status quo, odzyskać utraconą stabilizację. To zrozumiałe, bo niepewność

wywołana pandemią, wymaga zatroszczenia się o poczucie bezpieczeństwa. Umyka jednak przez to bardzo ważny element – ogromna ilość danych, które pozwalają przewidywać i prognozować to, co dopiero ma nadejść. Pojawia się więc dylemat, przed którym obecnie stoją organizacje – czy kurczowo trzymać się swoich podstawowych, fundamentalnych wartości i obszarów działania, czy jednak otworzyć się na to, co nowe, eksperymentować i wdrażać innowacje. To niełatwe wyzwanie.

Dorota Dublanka: Jaka jest więc Twoja definicja odporności cyfrowej?

Diego Soroa: Myślę, że ona cały czas ewoluje. Frazą-kluczem jest dla mnie systematyczne podejście do adaptacji. Krajobraz wokół nas cały czas się zmienia, a my musimy reagować na te zmiany, wypracowując mechanizmy adaptacyjne. Druga sprawa to eksperymentowanie, które powinno stać się czymś, co robimy regularnie.

Dorota Dublanka: Danielu, a jak wygląda to z Twojej perspektywy?

Daniel Hulme: Popularna definicja AI zakłada, że celem sztucznej inteligencji jest to, by komputery potrafiły robić to, co ludzie. Można przewrotnie zapytać, czy barierą rozwojową nie jest więc to, że ludzie nie są aż tak inteligentni, jak zwykli myśleć, ale to już oczywiście temat na inną dyskusję.

Istnieje jednak inna definicja, która podkreśla, że kluczowe w AI jest inteligentne adaptowanie się do osiągania konkretnych celów. W zależności od tego, czy chcemy

podnieść przychód czy zoptymalizować marketing, będziemy zachowywać się inaczej i dostosowywać to, co robimy, do maksymalizowania szans na osiągnięcie pierwotnego założenia.

Myślę, że ważne jest wypracowanie systemów oraz postaw, które pozwolą nam dostosowywać się do nieustannie zmieniających się warunków otoczenia. Taki „inteligentny” system pomoże nam podejmować sensowne decyzje, efektywnie korzystać

ła nasze życie do góry nogami. Jesteśmy istotami społecznymi, więc to, że nagle musieliśmy przejść w tryb pracy zdalnej, całkowicie zmieniło rolę pracodawcy oraz oczekiwania pracowników. Firmy musiały dowiedzieć się, w jaki sposób połączyć pracę poza biurem i ograniczone w dużej mierze spotkania online z potrzebą kontaktów twarzą w twarz. W Microsoft podczas pandemii staraliśmy się połączyć i zoptymalizować te dwa światy. Z naszych obserwacji wynika, że nowatorskie rozwiązania technologiczne są w tym bardzo pomocne, a często wręcz nieodzowne.

Trzeba jednak zdać sobie sprawę, że współczesnym polem bitwy nie jest walka o technologie, a raczej bitwa o talenty. Jak przyciągnąć do naszej organizacji najlepszych specjalistów, dzięki którym będziemy w stanie tworzyć innowacyjne rozwiązania?

z danych i unikać ciągłego popełniania tych samych błędów. Dobry system jest „inteligentny”, a więc ma potencjał ciągłej adaptacji do zmieniających się celów i okoliczności. Podobnie jak „inteligentni” ludzie.

Technologie, które działają na tej zasadzie, stają się więc coraz bardziej pożądanym produktem. Trzeba jednak zdać sobie sprawę, że współczesnym polem bitwy nie jest walka o technologie, a raczej bitwa o talenty. Jak przyciągnąć do naszej organizacji najlepszych specjalistów, dzięki którym będziemy w stanie tworzyć innowacyjne rozwiązania? To jest pytanie, na które musimy sobie odpowiedzieć, ponieważ to właśnie nowe pomysły i nowatorskie rozwiązania pozwolą organizacji skutecznie adaptować się do zmian.

Dorota Dublanka: Daniel wspomniał o talencie... Bitwa o talent jest obecnie jednym z głównych wyzwań dla organizacji. Co powinno być dla nas ważne, kiedy pytamy o doświadczenia pracowników i pozyskiwanie talentów w odniesieniu do technologii?

Razvan Cristea: Odpowiadając na to pytanie, nie sposób nie wspomnieć o pandemii, która wywróci-

Dorota Dublanka: Często myślimy o ludziach i technologii jako o odrębnych uniwersach. Wspomniałeś o hybrydowym środowisku pracy, ale przecież coraz częściej okazuje się, że samo życie staje się hybrydowe. Zadaniem firm jest więc wspieranie pracowników w tych zmianach. Jakie rozwiązania technologiczne będą pomocne w tej „podróży”?

Razvan Cristea: Odniosę się do platformy doświadczeń klientów Viva, którą rozwijamy. Gdy ją tworzyliśmy, przy-

świecały nam cztery główne filary. Pierwszy ma za zadanie wzmocnić komunikację wewnątrz firmy, drugi opiera się na spostrzeżeniach i uwagach pracowników, trzeci jest swego rodzaju kompendium wiedzy całej organizacji, a czwarty dotyczy rozwoju i edukacji, czyli zwiększania potencjału kompetencyjnego. Wdrożenie tego typu platformy pozwala holistycznie spojrzeć na to, co dzieje się w firmie oraz ułatwia implementację innowacyjnych rozwiązań.

Dorota Dublanka: Brzmi to bardzo interesująco. Jak w dwóch zadaniach mógłbyś zachęcić organizację do wdrożenia tego typu rozwiązań?

Razvan Cristea: Przede wszystkim warto spojrzeć na to zjawisko szerzej jako na pewną drabinę: mamy narzędzia, pewne moce i ludzi. Musimy przejść od narzędzi do ludzi, uwzględniając w tym procesie wyzwania hybrydowego modelu pracy.

Dorota Dublanka: Sztuczna inteligencja to hasło „na czasie”. Cieszy się dużym zainteresowaniem, ale także bywa niezrozumiana. Jednocześnie Europa Środkowo-Wschodnia jawi się jako obszar o dużym potencjale rozwoju AI. Jak możemy przygotować nasze organizacje na współpracę ze sztuczną inteligencją?

Daniel Hulme: Jestem pasjonatem decentralizacji we wszystkich obszarach. Uważam, że powinniśmy wykorzystać potencjał technologii oraz zmiany paradygmatów organizacyjnych, by pozwolić ludziom pracować, jak chcą, kiedy chcą i gdzie chcą. W mojej firmie pracuje 100 osób w swobodnej strukturze: nie mamy hierarchii ani managerów. Pozwala nam to wcielać w życie firmowe wartości oraz zwrócić się w stronę holistycznie pojętego dobra społeczno-środowiskowego, a także odejść od czysto finansowych wskaźników.

Rozwijając technologie oparte na AI, wyprzedzamy swoje czasy i przewidujemy, jak będzie wyglądało życie w przyszłości. Kiedyś nie wyobrażaliśmy sobie, że możliwe będzie tworzenie deep fake czy tego, że sztuczna inteligencja zastąpi ludzką pracę. Teraz doświadczamy tego niemal codziennie. Te zjawiska są oczywiście źródłem niepokoju, ale trzeba przyznać, że jako społeczeństwo żyjemy dzisiaj w świecie obfitości i ekscytujących możliwości.

Możemy wykorzystywać AI oraz innowacje technologiczne do tego, by wesprzeć ludzi: obniżając koszty produkcji żywności, edukacji, ochrony zdrowia i zwiększając ich dostępność. Przekucie ludzkiej kreatywności oraz możliwości technologicznych na nowe rozwiązania może być naszą odpowiedzią na współczesne zagrożenia i wyzwania cywilizacji np. zmiany klimatyczne, superinteligencję, wspieranie swobody ekonomicznej. Możemy bezpośrednio przyczynić się

do rozwoju ludzkości, bo ta zmiana nie przyjdzie ze strony rządów czy z Doliny Krzemowej.

Diego Soroa: Musimy pogodzić się z tym, że prawdy, w które wierzymy są tymczasowe, zachować otwarty umysł i gotowość na zmiany. Wydaje mi się, że to nie sama technologia będzie głównym czynnikiem czy obiektem zmiany – najbardziej zmieni się sposób, w jaki się organizujemy. Konieczne będzie użycie kolektywnej inteligencji, która pozwoli

***Przekucie ludzkiej kreatywności
oraz możliwości technologicznych
na nowe rozwiązania może
być naszą odpowiedzią na
współczesne zagrożenia
i wyzwania cywilizacji np. zmiany
klimatyczne, superinteligencję,
wspieranie swobody
ekonomicznej.***

wykorzystać potencjał ludzi i technologii. Niewątpliwie zmieni się cała koncepcja organizacji – z struktur opartych na liderach i hierarchii przejdziemy do firm opartych na protokołach. To trudne momenty, ale mogą okazać się niezwykle owocne.

WSZYSTKO SPROWADZA SIĘ DO LUDZI. O TRANSFORMACJI OPARTEJ NA DANYCH



Dane to bezcenne źródło informacji – wiarygodne, ale jednocześnie dynamiczne i „żywe”. O tym, dlaczego same dane to za mało oraz dlaczego kluczowe są dopiero wnioski wyciągane na ich podstawie opowiedział George Marcotte, lider w Europie w zakresie Applied Intelligence Network w Accenture.

W biznesie wiemy już, że dane są niezwykle cennym zasobem. Potwierdzają to statystyki, które jednoznacznie wskazują, iż umiejętne korzystanie z danych jest dziś koniecznością dla firm, które chcą efektywnie adaptować się do zmian i odnosić sukcesy.

Co mówią liczby? Firmy oparte na danych rozwijają się średnio o 30% co roku, a 52% firm ukierunkowanych na przyszłość (future ready operations) korzysta z danych w skalowalny sposób. W 2010 r. wśród największych i najlepiej prosperujących (highest-valued) organizacji byli tylko 2 najwięksi „gracze” technologiczni: Microsoft i Apple. Dekadę później, w 2020 r. jedynie 2 firmy NIE wykorzystują potencjału danych i sztucznej inteligencji na większą skalę. „To trend, który będzie się wzmacniał” – twierdzi George Marcotte.

Same dane nie wystarczą

Firmy są coraz bardziej świadome ogromu danych, które posiadają. Gromadzą je więc, ale... na tym niestety najczęściej się kończy. Nie zdają sobie sprawy, że samo ich pozyskiwanie to dopiero pierwszy krok w długim procesie zarządzania tym obszarem. Kolejne etapy to właściwa organizacja i interpretacja danych, jednak prawdziwa wartość całego procesu kryje się we wnioskach, które są wyciągane na podstawie późniejszych analiz. To one pozwalają podejmować strategiczne decyzje biznesowe, wybierać nowe kierunki rozwoju, rezygnować z niektórych nieopłacalnych działań. Co więcej, posiłkując się analizą danych, można w pewnym stopniu prognozować przyszłość i wyprzedzić o krok konkurencję.

„Nie chodzi jedynie o pozycję lidera, ale samo przetrwanie firm oraz o skalę i tempo zmian” – twierdzi George Marcotte. „Opanowanie danych na poziomie mistrzowskim jest kluczowe, by przetrwać i się rozwijać. Jeśli tego nie zrobimy – prognozy wyglądają niestety dość pesymistycznie”.

Zmiana nastawienia do danych wymaga jednak zmian na najwyższym poziomie organizacji: wśród liderów oraz zarządów. To oni jako pierwsi muszą zrozumieć, że umiejętne zarządzanie danymi pozwala skrócić drogę do osiągnięcia celów firmy, także tych finansowych.

George Marcotte

Lider w Europie w zakresie
Applied Intelligence
Network w Accenture

Katalizator zmian

George Marcotte zwrócił także uwagę, że chociaż pandemia zmieniła oblicze świata, przyspieszyła także pewne procesy i stała się szansą dla biznesu. „Brzmi to prosto, ale wymaga całkowitej zmiany mentalności i nastawienia. Nie tylko na poziomie przywództwa, ale także na poziomie organizacyjnym. Wciąż niestety postrzegamy zaawansowaną analitykę danych jako koszt, a nie jako potencjalne źródło zysków i zasób sam w sobie” – dodał Marcotte.

Co w takim razie zrobić, by mądrze i skutecznie rozpocząć podróż w kierunku transformacji opartej na danych? Po pierwsze – wyznaczyć cel i nakreślić „mapę” rozwoju dla firmy, która chce być data-driven. Po drugie – wdrożyć inteligentną platformę danych i sztucznej inteligencji, by stworzyć interdyscyplinarne fundamenty całego procesu. Po trzecie – pielęgnować nowe talenty i tworzyć kulturę organizacji opartą na cyfrowych kompetencjach pracowników.

Interdyscyplinarna integracja

George Marcotte przypomniał także, że technologie czy platformy same w sobie nie wprowadzą transformacji cyfrowej. Do tego potrzebne są zmiany postaw, otwartość na nowe partnerstwa, promowanie współpracy wewnątrz organizacji, „rozbijanie” silosowych działów czy zespołów. Należy do tego dodać nieustanną wymianę wiedzy i informacji oraz ciągły pomiar danych, w tym wdrażanie określonych metryk, które pozwolą ocenić, czy udaje nam się realizować założone cele. Słowem: chodzi o zmianę całego sposobu myślenia – mindsetu – organizacji.

Często zdarza się, że w jednej platformie przechowywana jest historia klienta, w innej dane sprzedażowe, w jeszcze innej – informacje kadrowe czy te związane z przetwarzaniem danych w chmurze. Każda z nich działa na zasadzie funkcjonalnego silosu, w ramach którego śledzi się konkretne interakcje i transakcje. Warto pamiętać, że tak rozproszone dane nie powiedzą nam wiele. Dopiero zintegrowanie ich w ramach organizacji oraz zderzenie z modelami klienckimi czy pracowniczymi pozwoli maksymalnie wykorzystać potencjał automatyzacji i AI.

„To zupełnie nowy pejzaż, co chwilę pojawiają się w nim nowe elementy. Żeby się w tym odnaleźć, warto zastanowić się, jak zintegrować uzyskane dane i spostrzeżenia z dobrą strategią” – podkreślił George Marcotte. Zachęcił więc słuchaczy do określenia aktualnego miejsca ich firm na mapie organizacji data driven, skupienia się na talentach oraz odważnego przyglądania się temu, co dzieje się na zewnątrz organizacji.

Warto pamiętać, że tak rozproszone dane nie powiedzą nam wiele. Dopiero zintegrowanie ich w ramach organizacji oraz zderzenie z modelami klienckimi czy pracowniczymi pozwoli maksymalnie wykorzystać potencjał automatyzacji i AI.

OCEAN MOŻLIWOŚCI – MORZE ZAGROŻEŃ. O EMPATYCZNYCH ASYSTENTACH

PANEL DYSKUSYJNY

Jaka jest skala zaawansowania technologii opartych na sztucznej inteligencji? W jakich dziedzinach rzeczywiście mogą nas wesprzeć, a co jest poza ich zasięgiem? Czym (a może kim?) są tzw. empatyczni asystenci? O ogromnych możliwościach, ale także zagrożeniach, które wiążą się z wdrażaniem sztucznej inteligencji, rozmawiali David Hanson i Sophie (Hanson Robotics), Magdalena Kasiewicz (Microsoft) oraz Diana Deibel (Grand Studio). Dyskusję moderowała Leesa Soulodre – adiunkt na Singapore Management University (SMU).

Do czego obecnie wykorzystuje się sztuczną inteligencję? To pytanie rozpoczęło dyskusję na temat roli i możliwości empatycznych asystentów. Zwykle kojarzymy AI ze wsparciem w prostych, powtarzalnych czynnościach, które nie wymagają uwzględniania wyższych procesów np. ludzkich emocji, motywacji czy przekonań. Czy tak rzeczywiście jest? Ekspertki zgodnie stwierdzili, że technologia AI poszła już dużo dalej, a jednym z efektów tego rozwoju są empatyczni asystenci.

Empatyczni asystenci w służbie ludziom

Przykładem jest Sophie, humanoidalny robot stworzony właśnie przez Hanson Robotics, która w 2017 r. otrzymała obywatelstwo Arabii Saudyjskiej, stając się pierwszym w historii robotem mającym określoną przynależność narodową.

Robert Hanson (Hanson Robotics) opowiedział o możliwościach empatycznych asystentów oraz obszarach, w których już teraz wspierają oni ludzi. Ich empatyczna inteligencja może być wykorzystywana np. w ramach szeroko zakrojonej pomocy dla ludzi chorych, starszych, samotnych oraz cierpiących z powodu problemów psychicznych.

„Od zarania dziejów ludzie szukają coraz to nowych sposobów komunikowania się ze sobą: tworzą powieści, filmy, dzieła malarskie, a wszystko to ma służyć właśnie porozumiewaniu się. Empatyczni asystenci to kolejny etap tego procesu” – powiedział w trakcie dyskusji David Hanson.

Etyczny wymiar sztucznej inteligencji

Duży nacisk w dyskusji postawiono także na etyczny aspekt wprowadzania na rynek robotów. Uznano, że motywacją i celem rozwijania sztucznej inteligencji w postaci empatycznych asystentów powinno być „wydobycie” najwyższych rozwojowo impulsów człowieczeństwa, chociażby tych związanych z empatią, komunikowaniem się, pomaganiem czy nawiązywaniem relacji. Nie powinniśmy jednak dać się wciągnąć w pułapkę hołdowania najniższym instynktom – przemocy, manipulacji czy seksualizacji.



dr David Hanson
Założyciel i CEO Hanson Robotics



Magdalena Kasiewicz
Customer Success Lead, członek zarządu w Microsoft



Diana Deibel
Dyrektor ds. Projektów w Grand Studio



moderacja:
Leesa Soulodre
Adiunkt na Singapurskim Uniwersytecie Zarządzania, pionierka i badaczka obszaru Deep Tech, przedsiębiorca

Bardzo ważny okazał się także wątek ograniczeń i zagrożeń, które wiążą się z wprowadzaniem empatycznych robotów do codziennego życia ludzi chorych. Diana Deibel (Grand Studio) zwróciła uwagę na to, że ludziom, zwłaszcza samotnym, niezwykle trudno jest nie nawiązywać relacji z robotami, które towarzyszą im przez dłuższy czas. Gdzie jest granica takiej relacji? Jak reagować w sytuacji, gdy osoba chora odbiera brak asystenta jako rzeczywiste porzucenie albo utratę bliskiej osoby? I dalej – co będzie społecznie i etycznie dopuszczalne w zakresie relacji człowiek-robot? To tylko niektóre pytania, na które muszą odpowiedzieć firmy zajmujące się technologiami AI oraz sami twórcy robotów. Jak przyznała Magdalena Kasiewicz (Microsoft), na większość z nich nie ma jeszcze odpowiedzi. “Czujemy się jednak jako firma technologiczna odpowiedzialna za etyczny wymiar sztucznej inteligencji”.

Sztuczna inteligencja poza kontrolą

Niewątpliwie dużym utrudnieniem w postępach prac i analizie etycznego wymiaru AI jest brak regulacji prawnych i dedykowanych instytucji, które mogłyby wyznaczyć prawne ramy funkcjonowania robotów. „Jako architekci czy pomysłodawcy nie jesteśmy w stanie kontrolować tego, w jaki sposób nowoczesna technologia i stworzone przez nas roboty będą wykorzystywane” – uznali paneliści. Szlachetne intencje, które pierwotnie przyświecały twórcom, mogą zostać wypaczone i użyte w zupełnie innym celu. Nie ma nadrzędnej instytucji, która miałaby moc sprawczą i – co najważniejsze – prawo egzekwowania tego, by osiągnięcia AI były wykorzystywane zgodnie z przepisami.

David Hanson zwrócił jednak uwagę, że nadmierna regulacja może mieć również negatywne konsekwencje. Możliwe jest bowiem, że taki organ będzie odznaczał się sztywnością instytucjonalną albo tendencyjnością, a to może zahamować rozwój technologii opartych na AI.

Paneliści podkreślili także ryzyko związane z zarządzaniem danymi i prywatnością. Pomyślmy o robotcie, który opiekuje się osobą starszą: każdego dnia pozyskuje on ogromne ilości danych. Co powstrzyma go bądź jego twórcę przed nieetycznym wykorzystaniem tych informacji? Choć są już tworzone i wdrażane rozwiązania, które mają chronić prywatność i bezpieczeństwo danych, zwrócono uwagę na luki w architekturze niektórych systemów. Dotyczy to zwłaszcza istniejących już na rynku, dużych organizacji.

Choć paneliści rozmawiali o zagrożeniach, które wiążą się z AI, byli przy tym zgodni, że algorytmy sztucznej inteligencji to ogromna szansa dla ludzkości. Ratowanie życia, zwiększanie zysków, opieka nad osobami starszymi, samotnymi i chorymi, wsparcie w rozwiązaniu problemów klimatycznych czy tych związanych z bezpieczeństwem, to tylko niektóre obszary, w których sztuczna inteligencja może przyjąć ludziom z pomocą i umożliwić rozwój na niespotykaną skalę.

The world of new rules





**prof. Andrew
McAfee**

Badacz w MIT Sloan
School of Management

ZROBOTYZOWANA PRZYSZŁOŚĆ JEST BLIŻEJ, NIŻ SIĘ TEGO SPODZIEWAMY

Co to dla nas znaczy? Czy maszyny zdołają zastąpić człowieka? Czy przeciwnie, umysł ludzki jest niepokonany? O pracy w zrobotyzowanej przyszłości opowiada profesor Andrew McAfee, badacz w MIT Sloan School of Management, współzałożyciel inicjatywy MIT dotyczącej ekonomii cyfrowej.

Gry czy gierki – czyli umysł vs maszyna

W związku ze zbliżającą się zrobotyzowaną przyszłością, musimy zastanowić się, jak podzielimy pracę pomiędzy ludzi a maszyny. Jednym ze sposobów na dokonanie takiego podziału zadań i zebranie obserwacji jest granie w gry z komputerami. Gry, które mają z góry ustalone zasady, stanowią doskonały poligon doświadczalny. Od razu bowiem daje się zauważyć, jaki ktoś ma styl gry, kto jest mocnym zawodnikiem, a kto słabym. Co się okazało, już od pierwszego razu, gdy zaprogramowano komputer do gry w „kółko i krzyżyk”, sprzęt okazał się niepokonany, ale potrzeba było dekad, aby „nauczyć” komputer grać i wygrywać w szachy. Aktualnie szachy są domeną maszyn, a luka pomiędzy najlepszym graczem ludzkim i cyfrowym jest gigantyczna. Do tego stopnia, że Mistrz Szachowy pytany, o to jak przygotować się do gry z komputerem odpowiada, że należy przynieść młotek na mecz.

Gambit maszyny

W szachach nie możemy więc równać się z komputerami. A co z liczącą kilka tysięcy lat grą w Go? Ta pozornie prosta gra strategiczna przez lata nosiła miano „niewygrywalnej” dla komputerów, a programiści nie potrafili tego zmienić. Dlaczego? Prawdopodobnie przyczyna leży w trudnych do wyjaśnienia zasadach gry w Go na wysokim poziomie. Najlepsi gracze opierają swój sukces na doświadczeniu, inteligencji oraz intuicji – nie są to więc cechy dostępne maszynom. Jak się okazuje, ludzie bardzo często kierują się podobnym koktajlem zachowań, wiedzą i robią więcej niż potrafią wyjaśnić. Ludzki umysł działa nieraz podświadomie. Ale! W marcu 2016 r. komputer Google AlphaGo w końcu pokonał człowieka 4:1. Jak to możliwe? Okazuje się, że komputer sam nauczył się grać, nie tylko lepiej, ale przede wszystkim inaczej niż człowiek.

(Nie)przenikniony poker face

Drugą kategorią gier, w które lubimy grać z komputerami, to takie, w których nie widać możliwości ruchów przeciwnika, np. poker. Kluczem do gry w pokera jest ukryta informacja. Tajemnice, blef, kłamstwa – to jest to, co ludzie robią świetnie. Komputer nie potrafi tak dobrze odróżniać fałszu od prawdy. Jednak w 2017 roku udało się maszynie pokonać człowieka w pokera. Jak tego dokonano? Programiści dali sprzętowi „wolną rękę” i zamiast wgrywać mu zwycięską strategię, pozwolili maszynie samej uczyć się na podstawie kolejnych powtórzeń. Efekt? Komputer stał się lepszy od najlepszych pokerzystów świata. Przyczyną tego sukcesu jest fakt, że nie uczył się od człowieka.

Gra nie tylko lepiej, ale też inaczej – ani jak człowiek, ani jak maszyna. Gracze mieli wrażenie, jakby komputer ciągle zaglądał im w karty.

Umysł a maszyna w pracy

Maszyny zrobiły niesamowity progres w dziedzinach do niedawna postrzeganych jako wyłącznie ludzkie. Nauczyły się rozpoznawać mowę, do tego stopnia, że będą sobie lepiej radzić z transkrypcją niż eksperci w tej dziedzinie. Rozpoznać tekst to jedno, ale niezwykle istotne jest też jego zrozumienie. Pojawiają się już sprzęty, które i to potrafią. Przy zamianie mowy w tekst ta nowoczesna technologia będzie w stanie sama generować bezbłędny kontent.

Czy w dalszym ciągu będą potrzebni ludzie odpowiedzialni za zrozumienie mowy i wysnuć wniosków np. w diagnostyce medycznej? Jesteśmy w dobie automatyzacji na masową skalę, kompletnie zmienia się pejzaż zatrudnienia. Mamy do czynienia z niezwykle potężnymi maszynami – czy w związku z tym w dalszym ciągu potrzebujemy umysłów? Umysłów niedoskonałych, w których kryje się ponad 200 błędów poznawczych? Czy znajdzie się jeszcze miejsce na pracę człowieka w tym coraz bardziej zrobotyzowanym świecie? Otóż tak! Ludzkie umiejętności i kompetencje są niezagrożone.

Mamy do czynienia z niezwykle potężnymi maszynami – czy w związku z tym w dalszym ciągu potrzebujemy umysłów? Umysłów niedoskonałych, w których kryje się ponad 200 błędów poznawczych? Czy znajdzie się jeszcze miejsce na pracę człowieka w tym coraz bardziej zrobotyzowanym świecie?

Obszary przewagi umysłu nad maszyną:

Zdrowy rozsądek

Dobrym przykładem, jak to działa jest wizerunkowa wpadka UBERa podczas zamachu w centrum Sidney, kiedy to algorytm zamiast obniżyć, podniósł ceny przejazdów z uwagi na duże zainteresowanie usługą.

Zadawanie pytań

Jak powiedział Voltaire: „to co stanowi wartość człowieka, to nie odpowiedzi, których udziela, a pytania, jakie stawia”. Komputery w dalszym ciągu nie są w stanie zadawać pytań, za to doskonale radzą sobie z odpowiadaniem na nie.

Umiejętności społeczne

Nie ma cyfrowych inspiracji, liderów, coachów, przedsiębiorców czy managerów. Umiejętność negocjacji, koordynacji, motywowania, przekonywania cały czas stoją bardzo wysoko w hierarchii cech pożądanych wśród pracowników.

Umiejętność współpracy z maszyną

Technologia to tylko narzędzie, które ma służyć nie do zastępowania ludzi, ale do podpowiadania pomysłów. Maszyna może zweryfikować i udoskonalić ludzką pracę, ale jej nie zastąpi.

W zrobotyzowanej przyszłości maszyny obejmą nowe terytoria, przejmą niektóre ludzkie zadania, ale nie zastąpią człowieka! Cały czas istnieje niedobór pracowników na rynku pracy, a kluczowe umiejętności poszukiwane przez pracodawców są w dalszym ciągu typowo ludzkie.

PROF. ANDREW MCAFEE: badacz w MIT Sloan School of Management, współzałożyciel inicjatywy MIT dotyczącej ekonomii cyfrowej. Bada, jak technologia wpływa na gospodarkę, modele biznesowe, pracę i na środowisko naturalne.

PRZYSZŁOŚĆ DEMOKRACJI - CZY JESZCZE ISTNIEJE?

PANEL DYSKUSYJNY



dr Małgorzata Bonikowska

Politolożka, nauczycielka akademicka, doradczyni rządowa, specjalistka ds. stosunków międzynarodowych, ekspertka ONZ



Sabina Inderjit

Dziennikarka, dyrektorka agencji informacyjnej INFA w Delhi i wiceprzewodnicząca Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy w Brukseli



dr James B. Baty

Członek rady doradczej w US Capital Global, ekspert w zakresie projektowania, wdrażania i zarządzania wielkoskalowymi rozproszonymi technologiami informacyjnymi



Supreet Singh Manchanda

Ekspert ds. transformacji cyfrowej, inwestor

Mówiąc o rozwoju nowoczesnej technologii nie można pomijać takich tematów, jak jej wpływ na demokratyczne społeczeństwa. W dyskusji na ten temat uczestniczyli: Sabina Inderjit, Dr James B. Baty i Supreet Singh Manchanda, a panel poprowadziła Dr Małgorzata Bonikowska.

Dr Małgorzata Bonikowska: Jak powinniśmy definiować platformy technologiczne? Czy to sieci społecznościowe, domy mediowe, a może czysty biznes?

Sabina Inderjit: Fakty są święte, a komentarze są za darmo. Platformy społecznościowe nie mogą być porównywane z dziennikarstwem. Dziennikarze są rzetelni, przestrzegają zasad i ponoszą odpowiedzialność.

Dr Małgorzata Bonikowska: Jak zrozumieć istotę nowoczesnych platform technologicznych, tak żeby państwa wiedziały, w jakim kierunku iść?

Dr James B. Baty: To ogromne wyzwanie. Użycie technologii może mieć wpływ na politykę, może prowadzić do nadużyć i manipulacji. Aktualnie demokracja znajduje się pod obciążeniem. Z jednej strony mamy łatwy dostęp do informacji, a z drugiej problemy natury strategicznej. Kraje z rządem nacjonalistycznym, stosują kontrolę. Istnieje potrzeba cyfrowej suwerenności i trzeba się z tym zmierzyć.

Dr Małgorzata Bonikowska: Czego możemy oczekiwać od inwestycji w tego rodzaju technologie?

Sabina Inderjit: Dla inwestora ważny jest potencjał do komunikacji. Jeśli natomiast chodzi o ochronę informacji – to powinna być ona jednym z praw człowieka. Aktualnie miliardy ludzi mogą się ze sobą łączyć, co powoduje zmiany, ale może też wywierać wpływ. Musimy odpowiedzieć sobie na pytanie, czy ten wpływ jest dobry czy negatywny.

Dr Małgorzata Bonikowska: Kto zatem odpowiada za to, co dzieje się w mediach społecznościowych? Mamy prawo do prywatności, ale chcemy być połączeni. Kto ponosi odpowiedzialność w Internecie?

Sabina Inderjit: Potrzebna jest samoregulacja wśród platform online.

Dr Małgorzata Bonikowska: Na samym Facebooku są miliardy fałszywych kont, powstałych bez żadnej weryfikacji. Możemy jakoś na to zareagować?

*Aby zweryfikować
informację, musimy
położyć na szali
„większe dobro”.
Wszyscy chcemy mieć
prawo swobody, ale
też potrzebujemy
bezpieczeństwa.*

Dr James B. Baty: Należy lepiej filtrować informacje, które do nas trafiają. Potrzebujemy organizacji, które pomogłyby selekcjonować informacje, ale też dobierać te, które są wyświetlane.

Supreet Singh Manchanda: Rządy chcą zarządzać informacjami, a ludzie chcą mieć nieograniczony dostęp do niekontrolowanych informacji. Jednak potrzebujemy systemu kar, aby każdy był świadomy konsekwencji puszczenia w świat nieprawdziwych informacji. To rząd powinien to regulować – tak jak w rzeczywistym świecie.

Dr James B. Baty: Potrzebujemy samoregulacji branży. Nie mogą być to wyłącznie państwowe regulacje, aby nie wspierać działań imperialistycznych. RODO to dobry model ochrony prywatności i czegoś podobnego potrzebujemy do ochrony cyfrowych praw człowieka.

Dr Małgorzata Bonikowska: Jak daleko mogą pójść platformy cyfrowe, jeśli chodzi o eliminację treści?

Sabina Inderjit: Regulacje na poziomie państwowym muszą być sprawiedliwe. Jeśli społeczna harmonia czy bezpieczeństwo narodowe są zagrożone, oczywiście należy blokować takie konta, ale nie można zamykać ust protestującym obywatelom i aktywistom politycznym.

Dr Małgorzata Bonikowska: W takim razie, kto będzie decydował o blokowaniu kont?

Sabina Inderjit: Aby zweryfikować informację, musimy położyć na szali „większe dobro”. Wszyscy chcemy mieć prawo swobody, ale też potrzebujemy bezpieczeństwa.

Dr James B. Baty: System musi się z tym zmierzyć. Bezpieczeństwo nie może być w rękach jednej osoby.

Sabina Inderjit: Przydałby się rzecznik spraw społecznościowych – tak samo jak w mediach tradycyjnych. Regulacje na poziomie państwowym są często niesprawiedliwe.

Sabina Inderjit: Nie możemy zapominać też o aspekcie finansowym i doprowadzić do sytuacji, w której kłamstwa przeważają szalę. Prestiżowe instytucje powinny ogłosić światu, w jaki sposób weryfikują informacje. Potrzebny jest podmiot, który się tym zajmie.

Sabina Inderjit: Jesteśmy dopiero na początku tej drogi, jeśli chodzi o relacje społeczne. Musimy znaleźć sposób na weryfikację informacji. Z pewnością znajdzie się firma, która będzie dawać odznaczenia zweryfikowanym źródłom informacji.

Dr James B. Baty: Dezinformacja kosztuje. Firmy z Doliny Krzemowej są rozliczane środowiskowo i muszą zajmować się inwestycjami, które są „dobre”.

Dr Małgorzata Bonikowska: Czy można zarabiać na prawdzie?

Sabina Inderjit: Musi tak być. Ludzie ciągle opierają się na znanych informacjach. Nie możemy wymuszać odpowiedzialności na platformach typu Facebook – one są tylko narzędziem.



**Carl
Hayden
Smith**

Ekspert w dziedzinie XR i
wzmocnienia percepcyjnego



**Rozmawia:
Katherine
Templar Lewis**

Futurystka, technolożka
i kreatywna naukowczyni

BĄDŹ ARCHITEKTEM PRZYSZŁOŚCI, A NIE JEJ OFIARĄ

Kathrine Templar Lewis, futurolożka, która bada współzależność między ludźmi a technologią, oraz **Carl Hayden Smith**, badacz **Principal Research Fellow** na Uniwersytecie Ravensbourne w Londynie, opowiadają o metawersum i zupełnie nowym doświadczeniu rozszerzonej rzeczywistości.

Katherine Templar Lewis: Znajdujemy się w metawersum. Carl, powiedz mi proszę, czym się zajmujesz.

Carl Hayden Smith: Interesuję się technologiami uczenia maszynowego i ich wpływem na kognitywistykę. Co się dzieje, gdy znajdujemy się w mieszanej rzeczywistości? Do jakiego stopnia nasza adaptacja percepcyjna może być rozszerzona? Jak to wpływa na naszą psychikę, zdrowie psychiczne i życie społeczne?

Katherine Templar Lewis: Wiele osób uważa metawersum za coś nieprawdziwego. Czym dokładnie jest metawers i jak na nas wpływa?

Carl Hayden Smith: Metawers jest przejściem Internetu z dwóch wymiarów do trzech wymiarów. Reprezentuje narodziny cyfrowych bliźniaków, których istnienie i działanie jest ograniczone jedynie przez zakres naszej wyobraźni.

Katherine Templar Lewis: To może być świetne rozwiązanie dla firm, które chcą dowiedzieć się więcej/poznać swoich klientów. Co uważasz za najciekawsze dla biznesu w metawersie?

Carl Hayden Smith: Jest już kilka bardzo dobrych przykładów. Na przykład jesteśmy obecnie półfinalistami XPRIZE, tworząc możliwości poprawy warunków życia ciemnoskórych i latynoskich społeczności w USA poprzez szkolenia z metawersum. Daje nam to możliwość tworzenia symulacji, które pozwalają uczestnikom na wielokrotny trening w danej czynności – z łatwiejszym dostępem niż w świecie 2D. Nie możemy jednak zapominać o rzeczywistości.

Katherine Templar Lewis: Jak Twoim zdaniem będzie rozwijało się hybrydowe universum? Czy jest to kolejny krok w rozwoju biznesu?

Carl Hayden Smith: Technologia daje nam możliwość rozszerzenia naszej ludzkiej kondycji, możemy stać się kimkolwiek zechcemy, na przykład drzewem. Co to oznacza? Daje nam to nowe spojrzenie na wiele spraw. Ponadto mamy NFT, czyli niewymienne tokeny. Dzięki nim możemy tworzyć cyfrowe bliźniaki np. dzieł sztuki.

Katherine Templar Lewis: Czy liderzy biznesu i artyści wykorzystają metawers do osiągnięcia czegoś, czego do tej pory nie byli w stanie zrobić? W jakim kierunku to pójdzie?

Carl Hayden Smith: Jako przykład posłuży mi projekt Currency Damiena Hirsta. Wypuścił on 10,000 oryginalnych dzieł sztuki jako NFT. Nabywca musi zdecydować, czy zatrzyma prawdziwy oryginał, czy cyfrową wersję NFT. Na początku wszyscy kolekcjonerzy chcieli mieć namacalne dzieło sztuki, ale z czasem wartość NFT Hirsta wzrosła i teraz podjęcie decyzji jest o wiele trudniejsze.

Katherine Templar Lewis: Chcesz być pierwszym, który powie „to jest moje”. Czy fizyczne obiekty wciąż mają tę samą wartość, czy też NFT ma więcej możliwości? Co powinniśmy wybrać: treść czy kontekst? Co oznacza więcej dla konsumentów?

Carl Hayden Smith: To są dwie różne kwestie. Treść to wszystko, co tworzymy, podczas gdy kontekst to sposób, w jaki

zmieniamy postrzeganie istniejącej treści. To jak poszerzanie pola widzenia.

Katherine Templar Lewis: Metawers nie-
sie ze sobą nie tylko wielkie możliwości,
ale i zagrożenia. Czy konsekwencje ata-
ków w metawersum będą porównywalne
z tymi w świecie rzeczywistym?

Carl Hayden Smith: Wolumetryczne wideo
to jeden z elementów, który jest w samym
centrum napędzania budowy metawersum.
Pracujemy nad tym, aby twórca awatara
był również jego właścicielem, ale wciąż
jest to nieokreślone w sensie prawnym,
a technika deepfake stanowi w tym
kontekście realne zagrożenie. Facebook
chce być właścicielem metawersum.
Biorąc pod uwagę, jak dobrze zna nas
w 2D, możemy być pewni, że to się
dopiero okaże, gdy będą mieli nasze dane
w 3D. Musimy pamiętać, że nic nie jest
za darmo, jak zwykle zapłacimy naszymi
danymi.

Katherine Templar Lewis: Jakie są
inne niebezpieczeństwa?

Carl Hayden Smith: Przedłużający się brak
kontaktu z rzeczywistością może prowadzić do
znacznego „głodu dotykowego”. Jesteśmy istotami
społecznymi, nie tylko psychicznie, ale i fizycznie.

Katherine Templar Lewis: Jak firmy mogą wyko-
rzystać tę nowoczesną technologię?

Carl Hayden Smith: Z perspektywy biznesowej
musimy zastanowić się, jak możemy skorzystać
z konwersji naszej oferty na 3D. Czy daje nam to
coś, czego nie możemy zrobić w istniejącym już
świecie analogowym? Musimy spojrzeć na meta-
wers jak na narzędzie, a nie jak na sztukę.

CARL HAYDEN SMITH: Ekspert w dziedzinie
XR i wzmocnienia percepcyjnego, Dyrektor
Centrum Badań Technologii Nauczania
(LTRC). Główny pracownik naukowy
Uniwersytetu Ravensbourne w Londynie.

KATHERINE TEMPLAR LEWIS: futurystka,
technolożka i kreatywna naukowczyni.

Katherine Templar Lewis: Jakie są oczekiwania
pracowników i konsumentów? Co może się wyda-
rzyć w najbliższej przyszłości?

***Z perspektywy biznesowej
musimy zastanowić się,
jak możemy skorzystać
z konwersji naszej oferty na
3D. Czy daje nam to coś,
czego nie możemy zrobić
w istniejącym już świecie
analogowym? Musimy
spojrzeć na metawers jak
na narzędzie, a nie jak
na sztukę.***

Carl Hayden Smith: Musimy pamiętać o świecie
analogowym, a jednocześnie korzystać z tego, co
najlepsze oferuje świat cyfrowy. Musimy wrócić do
rzeczywistości poprzez „bycie tu i teraz” z myślą
o naturze.

Katherine Templar Lewis: Skoro nie możemy
od niego uciec, wykorzystajmy metawersum
do pozytywnych zmian społecznych. Jak to
możliwe, że możemy utrzymywać kontakt z innymi
w metawersum?

Carl Hayden Smith: Używamy chmury, a jednocze-
śnie sami się nią stajemy. To daje nam możliwość
spojrzenia pod każdym kątem, z każdej perspekty-
wy, bez ograniczeń.

Katherine Templar Lewis: Jakie są kolejne kroki
w przechodzeniu do metawersum?

Carl Hayden Smith: Po pierwsze, edukacja. Bądź
architektem przyszłości, a nie jej ofiarą.



Magdalena Marchwicka

Head of Executive
Education & Speakers
Office w Digital University

Jaka będzie rzeczywistość w 2022 roku? Czy już wiemy, które trendy się umocnią, a które powoli zaczną wygasać? Co nas zachwyci, a co przyjmiemy z lekką obawą? Czy znowu spotkamy się w niepewności, nowej nienormalności, pewni tylko jednego: że żyjemy w czasach nieustannej zmiany?

W Digital University bardzo uważnie, na bieżąco przyglądamy się globalnej dysrupcji i analizujemy zarówno nowe zjawiska społeczne, jak i rozwój technologii. Masters&Robots to konferencja, podczas której mówimy o wpływie nowych technologii na nasze codzienne życie oraz na biznes, a także wyjaśniamy potrzebę transformacji cyfrowej. Dlatego już dziś przygotowujemy się do kolejnej edycji.

Jak zawsze chcemy przybliżyć naszym uczestnikom nie tylko najnowsze osiągnięcia w obszarze technologii i pokazać nieskończony potencjał ludzkiego umysłu, ale również przedstawić najciekawsze interpretacje zjawisk, trendów i wydarzeń przedstawione przez cenionych ekspertów, wizjonerów i praktyków.

Z przyjemnością w imieniu całego zespołu Digital University oraz już potwierdzonych fantastycznych mówców: Amy Webb – amerykańskiej futurolożki oraz badaczki trendów oraz Setha Godina – legendy marketingu już dziś zapraszam Państwa do zarezerwowania czasu w kalendarzach – 21 i 22 września 2022 roku oraz ponownego dołączenia do grona uczestników Masters&Robots.

Nie dajmy się zaskoczyć przyszłości, ale przygotujmy się, by wykorzystać nadchodzące nowe szanse!

Digital University

ul. Krakowskie Przedmieście 13

00-071 Warszawa

kontakt@digitaluniversity.pl

mastersandrobots.tech