

## عامان على «الجائحة».. هل تنتهي العادات المكتسبة؟



### إعداد: مصطفى الزعبي

أعلنت منظمة الصحة العالمية في 11 مارس/ آذار 2020، رسمياً، أن فيروس «كوفيد-19» أصبح وباءً وجائحة، وبعد عامين من انتشاره وتغيّر الكثير من العادات والأشياء التي كنا نقوم بها قبل الوباء، مثل عدم ارتداء الأقنعة وتعقيم أيدينا، طور الكثير منا أيضاً مجموعة متنوعة من العادات الاجتماعية لتقليل انتشار الفيروس، مثل العمل من المنزل، والتسوق عبر الإنترنت، والسفر محلياً، والتواصل الاجتماعي بشكل أقل.

ومع بدء تلميح عدد من دول العالم أن الوباء شارف على الانتهاء حالياً، يدور السؤال.. هل هذه العادات الجديدة باقية ومستمرة؟ أم أن العادات القديمة لا تموت حقاً؟ وفي السطور التالية نذكر عدد من هذه العادة

كان أحد أكبر التغييرات المتوقعة أثناء الوباء هو التحول طويل الأجل نحو العمل في المنزل، أو «العمل الهجين» بين المكتب والمنزل. ومع ذلك، هناك بالفعل دلائل على أن هذا الانتقال في أسلوب العمل قد لا يكون واضحاً أو كاملاً، كما هو متوقع. وفي بعض بلدان العالم، ارتفعت نسبة الأشخاص الذين يعملون من المنزل لبعض الوقت على الأقل من 27٪.

في عام 2019 إلى 37٪ في عام 2020، قبل أن تنخفض إلى 30٪ في يناير/ كانون الثاني 2022

وأحد الأسباب الرئيسية لعودة الناس إلى المكتب هو توقعات أصحاب العمل. فالعديد من الشركات تشعر بالقلق من أن المزيد من العمل الدائم من المنزل قد يؤثر في بناء فريق الموظفين والإبداع والإنتاجية

لكن بين الموظفين، هناك شهية أكبر للعمل الهجين والمرن. ووجدت دراسة استقصائية حديثة متعددة الجنسيات أنه في حين أن ما يقرب من ثلث العمال قد عملوا في المنزل على الأقل لبعض الوقت قبل الوباء، قال نصفهم تقريباً إنهم يريدون ذلك في المستقبل

## التسوق

لم يبتكر الوباء عادة التسوق عبر الإنترنت، لكنه جعل الكثير منا يلجأ لها، وربما جعلنا هذا ندرك أننا لم نعد بحاجة إلى متاجر فعلية بعد الآن. كما أن الارتفاع في المبيعات عبر الإنترنت لم يكن دراماتيكياً، أو مستداماً كما توقع الكثيرون. إذ شكلت المبيعات عبر الإنترنت 20٪ من إجمالي مبيعات التجزئة قبل الوباء. وبحلول فبراير/ شباط 2021، ارتفع هذا إلى 36٪، قبل أن ينخفض بثبات إلى 25٪ في فبراير 2022

## السفر

إحدى العادات التي قد تستغرق وقتاً أطول للتعافي هي حبنا للسفر، ولا يزال القطاع يعاني. وتتوقع منظمة الطيران المدني الدولي التابعة للأمم المتحدة أن يظل السفر الدولي في عام 2022 منخفضاً بمقدار النصف تقريباً مقارنة بعام 2019.

ووجد استطلاع بريطاني أجري في سبتمبر/ أيلول الماضي أنه بينما كان 80٪ من الناس يخططون لقضاء إجازة في المملكة المتحدة في 2022، فإن نحو 40٪ فقط كانوا يفكرون في السفر إلى الخارج. وبالمقارنة، في الاثني عشر شهراً حتى يوليو/ تموز 2019، سافر 64٪ من البريطانيين إلى الخارج لقضاء عطلة، وفقاً لإحدى هيئات صناعة السفر

ويعود إحجام الناس عن السفر إلى حد كبير إلى المخاوف بشأن الفيروس والارتباك بشأن قواعد السفر، ومع تراجع المخاوف ورفع القواعد، قد نشهد «طفرة صغيرة» في صناعة العطلات

في وقت مبكر من الوباء، توقع بعض الخبراء، بمن فيهم كبير المستشارين الطبيين للولايات المتحدة، د. أنتوني فوسي، أننا قد لا نعود أبداً إلى المصافحة. وقال: «أنا وزميلي د. كيمبرلي دينيس ناقشنا أنه من الضروري أن تعود هذه الطقوس، لأن لها العديد من الفوائد الاجتماعية والنفسية، وحتى البيولوجية

هل عادات التباعد الاجتماعي، بما في ذلك مقابلة عدد أقل من الأشخاص وتقليل الاتصال الجسدي مع أولئك الذين نتعامل معهم، موجودة لتبقى؟ بالنسبة إلى معظم الناس، لا

وأوضح العلماء أن الوقت وحده هو الذي سيخبرنا إلى أي مدى غير الوباء عاداتنا. ومع ذلك، فإن التنبؤات الأكثر جرأة بأن الوباء سيغير تماماً، وبشكل لا رجعة فيه، طرقنا في العمل والتسوق والسفر والتواصل الاجتماعي، تبدو الآن سابقة لأوانها ومبالغاً فيها. لقد علمنا الوباء أنه يمكننا العمل والتعلم والتسوق والتواصل الاجتماعي بطرق مختلفة، لكن السؤال الآن هو ما إذا كنا لا نزال نريد ذلك

البشر لديهم احتياجات أساسية، مثل الاستقلالية، والشعور بالارتباط بالآخرين، والشعور بالفعالية والكفاءة في ما نقوم به. وجزء من التحدي مع العمل من المنزل، على سبيل المثال، هو أنه يلبي في الوقت نفسه حاجة ما من خلال منحنا قدرًا أكبر من الاستقلالية، ولكنه يزيل الآخر بجعلنا أقل ارتباطاً، وربما يكون توسيع ترتيبات العمل المرنة والمركزة على المساواة والمدعومة بشكل كافٍ وسيلة واعدة لتلبية كلتا الحاجتين.

وقد يكتسب بعض الأشخاص إحساساً بالكفاءة، أو على الأقل الإلمام بالطرق الجديدة للقيام بالأشياء أثناء الوباء، وبالتالي قد يرغبون في الاستمرار في القيام بها.

### السمات الشخصية

تعتمد مدى عودتنا إلى طرقنا القديمة أيضاً على سمات شخصيتنا، والتي ثبت أنها تشكل امتثالنا للسلوك الجديد. وعلى سبيل المثال، قد يكون الأشخاص الأكثر انفتاحاً على التجارب الجديدة بطبيعتهم، أو المنفتحين بشكل كبير، أكثر حرصاً على السفر دولياً، أو التواصل الاجتماعي في مجموعات أكبر.

وربما يكون الوباء بمثابة تذكير بمدى تقديرنا للتفاعلات اليومية مع الآخرين، في المتاجر والمطاعم، وما إلى ذلك. وقد يكون الناس حريصين على العودة إلى الطرق المألوفة التي تحيي ذلك، على سبيل المثال، اختيار شيء ما في متجر في طريقهم إلى المنزل من العمل. قبل كل شيء، علمنا الوباء أننا بحاجة إلى التواصل مع الآخرين، وأن هناك حدوداً لمقدار الاتصال عبر الإنترنت الذي يمكن أن يحل محل التفاعلات الحقيقية وجهاً لوجه.