



FOT. ARCHIWUM PRYWATNE

PROJEKT PRZYSZŁOŚĆ

► KATARZYNA ANDRZEJCZYK-BRIKS

Mój zawód polega na uświadamianiu ludziom, jak świat się zmienia i jak może się zmienić. Pokazuję palcem na rzeczy dla innych niewidzialne, mając nadzieję, że pomyślą: to możliwe, można inaczej... – mówi Zuzanna Skalska, trendwatcher.

Czy kiedy byłeś mała, czytałeś Juliusza Verne'a? Ekscytowały cię jego wizje przyszłości?

Czytałam, ale jego spojrzenie było dla mnie zbyt technologiczne. Brakowało w nim wizji innego życia. Jakby nic się nie zmieniało, tylko stare rzeczy zyskiwały nowe zastosowanie. Takie podejście często

przeszkadza w myśleniu o przyszłości. Skupiamy się na implementacji i mówimy: nie, to niemożliwe, tego się nie da zrobić, ja tego nie będę potrzebować. A potem się okazuje, że jest zupełnie inaczej. Na czym polegał sukces Apple? Nie zastanawiali się, czego chce konsument. Po prostu zrealizowali swoje śmiałe pomysły, a ludzie je pokochali. Nigdy nie pytały konsumenta – to pokazała strategia Apple.

Twoja praca wiąże się z prognozowaniem przyszłości. Czym dla ciebie jest jutro?

Twoja praca wiąże się z prognozowaniem przyszłości. Czym dla ciebie jest jutro?

Wiesz, co jest fascynujące? Świadomość, że w ogóle będzie jakieś jutro, to jedyne, co

nas odróżnia od zwierząt. Zwierzęta myślą w kategoriach tu i teraz: jak przeżyć, zdobyć pożywienie, rozmnażać się. Mit o wiewiórce zbierającej orzeszki na zimę stworzyli bajkopisarze, a utrwalił Disney. A wiewiórka jest po prostu ogrodnikiem, sadi drzewa. W jej świecie nie ma jutra, o które trzeba zadbać. Tymczasem my, ludzie planujemy, wymyślamy, tworzymy, mając na uwadze przyszłość.

Jutro to zawsze zagadka. Nie masz wrażenia, że kiedyś było więcej wiary w pozytywną przyszłość? Jutro, szczególnie to „lepsze”, fascynowało artystów. Dziś chyba bardziej się go obawiamy.

Nie zgodzę się z tobą. Akurat w designie wciąż myśli się o przyszłości. Rośnie w tej chwili w siłę bardzo ciekawy, nowy nurt – design spekulatywny. To następna faza science fiction design. W Holandii, gdzie mieszkam i pracuję, mamy ciekawego przedstawiciela tego nurtu. Koert van Mensvoort używa designu do unaocznienia pewnych idei czy kierunków rozwoju. Na przykład w projekcie Rayfish Footwear powołał do życia fikcyjny sklep internetowy, w którym można było zamawiać buty z genetycznie modyfikowanej płaszczki – każdy konsument mógł sobie wybrać wzór i „wyhodować” własne trampki.

Po co stwarzać takie fikcyjne projekty?

To pokazuje siłę naszych myśli. Pojawia się jakiś koncept, który zaczyna żyć własnym życiem w prasie, internecie, na forach i blogach. Rozprzestrzenia się jak wirus, rodzaj plotki i nagle rozmawiamy o tym np. u cioci na imieninach. Ludzie zaczynają się dziwić, krytykować, fascynować, pomału otwierają się. Pomysł zakorzenia się w ich świadomości i zaczynają myśleć: to możliwe...

Design spekulatywny działa dwojako. Pozwala projektantom tworzyć scenariusze: co można zrobić, a czego się nie da. Pomysły mogą być poddawane dyskusji, analizie, krytyce, udoskonaleniu i jednocześnie dzięki temu łatwiej jest wpływać na ludzi, przygotowywać ich na pojawienie się nowej technologii, sposobu życia, wynalazku itd. Sprawdzać, jakie wywołują reakcje.

77 Design spekulatywny służy unaocznieniu pewnych idei czy kierunków rozwoju. Sprawdzeniu, jakie wywołują reakcje. Dzięki temu łatwiej jest przygotowywać ludzi na pojawienie się nowej technologii, sposobu życia, wynalazku itd.

Design spekulatywny to również kontrowersyjne pomysły, jak np. „radikalna koncepcja komunikacji osobistej” – miniaturowy audio-odbiornik w implantcie zębowym. Czy myślisz, że posthumanistyczna wizja ludzi-cyborgów zintegrowanych z technologią jest realna?

Jak najbardziej. W jednym z projektów pojawił się pomysł telefonu komórkowego wszczepionego w ucho. Oczywiście wywołał szeroką dyskusję dotyczącą kwestii technologicznych, bioetycznych i psychologicznych. Temu służy projektowanie spekulatywne: rozpoznać, przyjrzeć się krytycznie, zbadać możliwości zmian i przygotować się na nie. A nieśmiertelność? Już to robimy. Szczepienia, sztuczne narządy, które będzie można sobie wydrukować – to właśnie ten proces. Są prognozy, że pokolenie, które właśnie rodzi się w Holandii, ma szansę osiągnąć wiek 102 lat.

Tempo zmian w ostatnich latach jest naprawdę ogromne. Druk 3D często bywa nazywany wynalazkiem na miarę maszyny parowej. Widzisz jakieś nowe przełomowe technologie na horyzoncie?

Myślę, że póki co doszliśmy do ściany. Wydawało się, że wszystko pójdzie o wiele szybciej. Nie możemy zrobić mniejszych półprzewodników i coraz mniejszych

komputerów. Nadzieją jest grafen: materiał sto razy twardszy od stali, a przy tym elastyczny, doskonale przewodzący ciepło i prąd. Ma szansę wyprzeć w mikroprocesorach krzem. W momencie, w którym stanie się produktem komercyjnym, będziemy mieć do czynienia ze skokiem. Miniaturyzacja potoczy się w takim tempie, że dopiero zobaczymy, co to znaczy zmiana o 180 stopni.

Kiedy to się stanie?

Wyścig właśnie trwa. Polska też bierze w nim udział, więc trzymam kciuki.

Ta ilość zmian i znaki zapytania przy nich... Może grozi nam szok przyszłości, o którym pisał Toffler, bo po prostu nie nadążymy za zmianami. Myślisz o jutrze z optymizmem?

Obawiam się oczywiście wielu rzeczy, mocno niepokoi mnie sytuacja polityczna w Europie, ale zawsze jestem optymistką. Uważam, że jeśli myślisz pozytywnie o przyszłości, to taką właśnie ją stworzysz. To rodzaj alchemii. Mój zawód polega na uświadamianiu, jak świat się zmienia i jak może się zmienić. Pokazuję palcem na poszczególne rzeczy, dla innych niewidzialne, mając nadzieję, że rzucone myśli zakiełkują i ludzie pomyślą: to możliwe, można inaczej...

ZUZANNA SKALSKA

Trendwatcher i strateg, autorka cenionych raportów o trendach (Red Dot Award 2009), wieloletni członek zarządu i współtwórca Dutch Design Week Eindhoven, współtwórca poznańskiej School of Form, współpracownik Concordia Design. Od ponad 15 lat pracuje jako analityk trendów strategicznych dla designu. Swoją wiedzę wykorzystuje do budowania scenariuszy przyszłości, strategii marek, innowacji produktu czy serwisu. Obecnie prowadzi własną firmę doradcą 360Inspiration. Swoimi przemyśleniami dzieli się na stronie www.360Inspiration.nl.