

Nie będziemy się już uczyć sztuki życia od ludzi sukcesu - mówi analityczka trendów

PRZYSZŁOŚCI DO ŻYCIA 25.09.2024, 05:59



Natalia Mazur



(Fot. Andriy Onufriyenko/iStock)

Młodzi ludzie mają większą zdolność wyważania fałszu. Gdy jakieś doniesienie wydaje im się zafałszowane, zbyt wypolerowane, mówią, że jest "glazed", oszkolone

Żółty będzie nowym czarnym, dachy - ogrodami, przyjaciele - rodziną. W restauracjach staną długie stoły, przy których jeść będziemy lokalne, sezonowe warzywa. Mężczyźni zajmą się dziećmi i pielęgnowaniem urody, technologia pozwoli porzucić miejskie biura.

A przede wszystkim: przestaniemy się bać. Baliśmy się wirusów, terrorystów, pluskwy milenijnej, najwyższy czas wkroczyć w XXI w., erę optymizmu.

Kres lęku Li Edelkoort, prognostyczka trendów, wieszczyła w 2010 r. Violetta Szostak opisała jej przewidywania w "Wysokich Obcasach Extra". Pamiętam tamten wykład i westchnięcia zachwytu, gdy Edelkoort pokazywała zdjęcia farbowanych kwiatami ubrań.

14 lat później jestem na warsztatach prognozowania trendów prowadzonych przez Sem Devillart. Analityczka kultury twierdzi, że przewidzieć przyszłość możemy tylko dzięki dobremu rozumieniu teraźniejszości. Dzieli się swoją metodą identyfikowana ducha czasów.



Sem Devillart Fot. Brian Waniewski/Harmony Labs

Siedzimy przy stołach zarzuconych zdjęciami. W ramach zadania domowego każdy uczestnik warsztatów miał sobie przypomnieć, jakie filmy, książki, dzieła sztuki i propozycje ze świata mody w ostatnim czasie przykuły jego uwagę, uznał je za innowacyjne, świeże, zadziwiające, ważne, choć niekoniecznie musiały się spodobać.

Wśród zdjęć oczywiście okładka "Chłopek", książka o sztucznej inteligencji, "Happy Apocalypse" z wybuchem na okładce.

Devallart jest historyczką sztuki, studiowała też semiotykę, design i komparatystykę religii. Jej rodzina często się przeprowadzała, dorastała więc między trzema kontynentami, zna siedem języków. Ducha czasu nazywa po niemiecku - Zeitgeist - pasuje lepiej niż angielski vibe.

Zoologii nie studiowała, nie czerpcie więc z tego tekstu wiedzy o zwierzętach. Drugiemu krokowi patronuje wiewiórka. - Wiewiórki zachowują się, jakby miały deadline. Zbierają, organizują, porządkują - mówi Devillart.

Na tym etapie przeglądamy wydruki i szukamy porządku, struktur, które łączą nasze sygnały. "Zobaczcie, tu nie ma żadnych kolorów, wszystko szarobure, błotniste", "I nikt nie pokazuje twarzy,

nawet modelki ukryły je w kołnierzach" - słycać znad stolików. Notujemy na karteczkach skojarzenia: niepokój, indywidualizm, zapaść, konfrontacja z tym, co trudne.

Duch czasów lat 20. XXI w. to raczej mroczne widmo. Era optymizmu skończyła się na długo przed tym, jak Kuba Błaszczkowski odważył się wklepać sobie serum w reklamie drogerii.

Trzeciemu krokowi patronuje motyl. Na tym etapie - znając już ducha epoki - ekspert od trendów przekłada go na konkretny produkt, usługę, propozycję dla wydawnictwa, radę dla polityka lub fundacji. "Duch czasów jest taki a taki, ludziom będzie potrzebne to i tamto (albo to i owo zapragną kupić)".

My mamy wymyślić potrawę dla McDonalda i zaprojektować perfumy dla Chanel. Fajne ćwiczenie dla wyobraźni, choć gdy świat pogrążony jest w lęku, trudno szukać pociechy w zapachach.



Kreacja Agathy Ruiz de la Prada podczas Mercedes-Benz Fashion Week w Madrycie, Hiszpania, 12 września 2024 r. Fot. REUTERS/Susana Vera

W mojej grupie powstają perfumy pachnące powietrzem po deszczu. Moim faworytem jest "komfortowy burger" wymyślony przez grupę ze stolika obok - w smaku ma nas niczym nie zaskakiwać, w dzisiejszym świecie mamy dość niespodzianek.

Natalia Mazur: Prognozy Edelkoort były takie pogodne!

Sem Devillart: Zmieniła się rzeczywistość wokół nas, ale też to, w jaki sposób ją odczytujemy. A poza tym Edelkoort sprzedaje inspiracje, ja się zajmuję trochę czymś innym.

Pracowaliście razem, prawda?

- Tak, to była moja pierwsza praca, w jej studiu Trend Union w Paryżu.

Studiowanie sztuk wizualnych nauczyło mnie, że z tego, jak ludzie malowali, projektowali domy, można wywnioskować też, jak myśleli. Więcej powiem o tobie, gdy będę wiedziała, jakiej muzyki słuchasz, niż gdy podasz mi swoje wykształcenie i wiek.

Chciałam badać te związki, ale akademia wydawała mi się mało dynamiczna. Lubię przewidywać przyszłość, nie interesuje mnie jednak, co się stanie za 30 lat, bo w tak długim okresie zawsze może się zdarzyć coś, co wywróci mój model. Krótki termin jest lepszy, szybko się dowiaduję, czy miałam rację. Szukałam dziedziny, w której wykorzystam swoje zainteresowanie technologią, muzyką, kulturą narkotykową...

Ktoś powiedział mi: zajmij się modą. Projektanci muszą być na bieżąco z kulturą, by trafić ze swoimi kolekcjami. Moda pędziła, w latach 90. była bardzo szybka. Co trzy miesiące nowe propozycje.

Wraz z zespołem skanowaliśmy więc świat w poszukiwaniu tego, co rozkwita, zaciekawia, jest świeże. Li swoje prognozy przedstawia w efektownych albumach, by stały się natchnieniem dla działów kreatywnych, projektantów sukienek i samochodów, ale nie sądzę, by kiedykolwiek zatrudnił ją np. polityk, bo jest różnica między rozpoznawaniem rzeczy, które zachwycą, a stawianiem diagnozy.

Dziś współpracuję przede wszystkim z branżą wydawniczą. Wydawcy poradników chcą wiedzieć, po jakie książki czytelnicy, którzy chcą poprawić swoje życie, będą sięgali za dwa lata. A to wymaga ode mnie koncentracji na problemach. Nie szukam piękna.

Myślę też jednak, że mroczne fatum jest tym, co się dziś sprzedaje. Sukces telewizji Fox News polega na tym, że treści, które podaje, mają taki fatalistyczny posmak.

Nie jestem na bieżąco z Fox News, choć znam charakter tej stacji, ale myślę, że śledzenie politycznych newsów w jakimkolwiek medium może pogłębiać pesymizm.

- Gościłam niedawno na Gdynia Design Days.

I choć miałam mówić o designie i technologii, polityka też się pojawiła w dyskusji.

Rozmawialiśmy o dwóch kursach, które widać dziś w Ameryce. Pierwszy to Obama, energia, przyszłość, otwartość. Drugi: "Make America great again", przeszłość, wycofanie. Myśl konserwatywna kojarzy się z czymś stałym, litym, rzeczy są ustalone. Progresywna, liberalna afirmuje zmienność, innowację, wszystko jest płynne.

I tu wracamy do tego, o czym wspomniałam na początku: do innego sposobu, w jaki czytamy rzeczywistość. Poznajemy ją, nie tylko chodząc po ulicach, naszym źródłem o niej są te urządzenia (Devillart bierze do ręki telefon i przesuwając palcem na ekranie). Młodzi ludzie robią to cały czas, skrolują, skrolują, TikTok, Instagram, przepływają od wątku do wątku, błyskawicznie metabolizują wiadomości. To zupełnie inny rodzaj przyswajania niż ten, w którym zagłębiasz się w jakiś tekst.

Myślę, że wielki trend, jakim jest niebinarne myślenie o świecie, to właśnie efekt takiego obcowania z treściami. 20 proc. pokolenia Z postrzega siebie jako osoby niebinarne. Niebinarność dotyczy nie tylko płci, w ich postrzeganiu świata kontury są zatarte, a wszystko ulega nieustannym zmianom.



Studenci i wykładowcy Politechniki Bydgoskiej na Gdynia Design Days FB/Politechnika Bydgoska

Wszyscy żyjemy w multiwersum

Aby przedstawić swoją koncepcję ducha czasów, Devillart cofa się do lat 80. Najpierw zagadka: co łączy kontrastowe getry zakładane do legginsów, taniec electric boogie, w którym każda część ciała sprawia wrażenie tańczącej osobno, z polityką Reagana i Thatcher? Odpowiedź za chwilę. Podpowiem: to jedna z cech ducha tamtych czasów.

Drugim przymiotnikiem, który opisuje tego ducha, jest "duży". Jak mięśnie Rambo, włosy z trwałą ondulacją, guma Hubba Bubba, poduszki na ramionach, posiadłość Carringtonów z serialu "Dynastia", nasze ambicje oraz mniemanie, jakie mamy o sobie, gdy wciągniemy kokainę. (Żeby sobie uzmysłowić, jak zmieniło się nasze podejście do superbogaczy, porównaj, jak byli przedstawieni Blake i Crystle z tym, jak sportretowani zostali bohaterowie "Sukcesji" czy "Białego Lotosu").

Getry odcięte są przy kostce i kolanie, w electric boogie twoje tańczące ramię odcina się od reszty ciała, a Reagan i Thatcher cięli wydatki publiczne. Drugą cechą tamtego Zeitgeista było cięcie.

A dziś? Współczesną kulturę - twierdzi Devillart - przenika idea multiwersum, organizuje sposób, w jaki postrzegamy samych siebie i nasze otoczenie. Sygnały badaczka znajduje w popkulturze, w serii Marvela, w serialu "Rozdzielenie", w którym bohaterowie mają inną świadomość, gdy są w pracy i gdy są poza nią, czy w oscarowym "Wszystko wszędzie naraz", w którym wystarczy, że bohaterka założy prawy but na lewą nogę, by przejść do innej, równoważnej rzeczywistości.

- wyjaśnia Devillart.

Multiwersum przejawia się też w dopuszczeniu do głosu tych, którzy go dotąd nie mieli, nie tylko mniejszości etnicznych i seksualnych, ale też roślin i zwierząt. W wieloświecie wykupujemy książki o sekretnym życiu drzew, oglądamy dokumenty o grzybach rządzących światem, a w Cannes nagrodę dostaje "Io" Skolimowskiego, w którym cała fabuła opowiedziana jest z perspektywy osiołka. Rodem z multiwersum jest tegoroczne biennale w Wenecji: Adriano Pedrosa postawił w centrum dawne peryferia świata sztuki.



60. Międzynarodowa Wystawa Sztuki pt. *Stranieri Ovunque - Foreigners Everywhere*, której kuratorem jest Adriano Pedrosa Fot. Matteo Chinellato / ipa-agency.n

W multiwersum anglojęzycznym każdy wybiera sobie swoje zaimki. Jesteś she/her czy może they/their? W polszczyźnie pani minister sama decyduje, czy jest ministrami, ministerką czy może jednak ministrem.

Nie czujecie się jak Avengersi? Znajdę inny przykład. Wieloświatem jest polski wymiar sprawiedliwości. To już nie jest zwykłe starcie "dobrej zmiany" z "obrońcami demokracji", to skomplikowany labirynt. Powiesz, że to ty masz rację, powołując się na konstytucję? Ha, musisz się uzbroić w prawnicze supermoce, bo w pokoju obok spotkasz kogoś, kto powoła się na Trybunał Konstytucyjny Przyłębskiej i będziesz musiał(a) stoczyć ostrą walkę.

Spójrzcie na granicę polsko-białoruską, gdzie nieustannie rozbija się o pojęcie "wojny hybrydowej".

Jeśli tak jak ja dorastaliście w latach 80., możecie kojarzyć pewien obraz, mam wrażenie, że był wszędzie: w książkach dla dzieci, plakatach Unicefu - to radosna wizja przyszłości: kolorowe ludziki tańczące wokół planety. Cały duży świat był nasz, wspólny. "We are the world". A raczej: "we were".

Kolorowe ludziki już nie chwycą się za ręce i nie zatańczą wokół planety?

- Pamiętam tę komiksową wizję przyszłości. Idea jednego świata bazowała jednak na wartościach białego mężczyzny, pomijała peryferia, niuansy. Dziś w Stanach Zjednoczonych progresywne siły mówią: "Jesteśmy zróżnicowanym krajem, słusznie będzie dać głos każdej z grup". I z jednej strony

trudno mi nie kochać kogoś, kto chce dać mi głos, z drugiej - to dla mnie trudne, bo byłam wychowana w innych wartościach.

Martin Luther King mówił, że marzy mu się kraj, w którym kolor skóry jego dzieci nie będzie miał znaczenia. Po zabójstwie Goerge'a Floyda ta postawa już nie obowiązuje. Już nie jesteś po prostu dzieckiem w szkole, jesteś czarną dziewczyną, latynoskim chłopcem, dzieckiem azjatyckim. Masz bezpieczne miejsce, w którym możesz w tej swojej grupie przebywać, ale polityki bazują na liczbach: żeby wykreować politykę równości, trzeba cię oznaczyć, scharakteryzować, policzyć.

Zasugerować odmienność, słabość, z której cię trzeba wyciągnąć.

- I z tego też bierze się cała kultura wrażliwości, po prawej stronie krytykowana jako kultura płatków śniegu. Na placu zabaw możesz usłyszeć, jak jedno dziecko krzyczy do drugiego: "Nie kolonizuj mnie!". Poczucie opresji, przeżycie traumy - to bardzo silne idee. Stworzyliśmy sobie w głowie szablon - opresor, opresjonowany - i przykładamy go do różnych sytuacji.

I tak, kiedy dorastałam, wizją dobrego świata był ten, w którym wszyscy trzymamy się za ręce. Dziś wizja dobrego świata to wiele równoważnych światów.

Liberałowie czują się swobodnie wśród przenikających się perspektyw, konserwatyści chcą tę rzeczywistość utwardzić, potrzebują reguł, zasad.

- Przyśpieszeniu zmian społecznych towarzyszy wzrost niepewności i złożoności. Dzisiejsze odrodzenie się konserwatywnych wartości jest właśnie tego efektem.

obacz, narodowy socjalizm narodził się u szczytu Republiki Weimarskiej kojarzonej z wartościami liberalnymi.

Ale skoro wrażenie dużego tempa jest wynikiem tego, jak przyswajamy informacje, to samo narzucenie konserwatywnych praw nic nie da. Zmiana technologiczna już się dokonała, nie cofniemy się do ery sprzed smartfonów.

- Technologia nadal będzie istnieć, choć pewnie coraz więcej będzie treści płatnych i większa kontrola nad nimi, internet nie będzie już taki otwarty jak u zarania. Ale myślę, że tym, czego najbardziej dziś potrzebujemy - co może przekonać także konserwatystów - jest tworzenie realnych, niewirtualnych wspólnot.

Ponieważ młodzi coraz bardziej siedzą w urządzeniach, trzeba tworzyć dla nich miejsca, w których mogą się spotykać, świętować, ćwiczyć bycie razem. Wspólnota to konkret, zjawisko z litego świata.

Skąd się biorą nasze myśli

Badaniem tego, jakie treści do nas docierają i jak budujemy z nich wizję świata, zajmuje się Harmony Labs - laboratorium badawcze, w którym Devillart jest częścią zespołu. Sercem laboratorium jest Narrative Observatory, obserwatorium narracji. Na bazie danych pochodzących od ponad 300 tys. osób (które zgodziły się na to dobrowolnie i otrzymują za to wynagrodzenie) minuta po minucie na bieżąco obserwują zachowanie publiczności w przestrzeni medialnej. Co oglądają w streamingu, co na YouTube, jakie widzą paski w telewizji, w jakie newsy klikają, jakie wpisy w social mediach ich angażują, w jakie grają gry.



Fot. Shutterstock

W ten sposób laboratorium zidentyfikowało cztery główne typy publiczności - każda żyje w innym krajobrazie medialnym. Publiczność, dla której ważna jest wspólnota i wartości liberalne, czyta "New York Timesa", liberalni zwolennicy autonomii oglądają memy, konserwatyści ze wspólnotowym nastawieniem śledzą Oprah Winfrey, a indywidualistyczni konserwatyści, dla których ważną wartością jest władza, lubią serial "Ancient Aliens", w którym pseudonaukowe hipotezy o starożytnych astronautach pokazywane są jako fakty (Fox News oczywiście też).

To oczywiście tylko przykłady, krajobrazy medialne są bardziej rozbudowane, Harmony Labs zrobiło nawet playlisty na Spotify z ulubionymi piosenkami każdej publiczności.

"Zanim stworzysz swój контент, dowiesz się, do jakiej publiczności masz przemówić, jak i gdzie" - pisze Harmony Labs na swojej stronie. W połączeniu z danymi demograficznymi analitycy potrafią powiedzieć, jaką część stanów zamieszkuje dana publiczność. A badając detale przekazywanych treści, poszczególne frazy i ich kontekst, ocenić, jakie historie w danej grupie rezonują najsukuteczniej.

Przykłady badań? Firma konsultingowa specjalizująca się w storytellingu chciała wiedzieć, jak uodpornić młodych mężczyzn na treści niosące narrację ultranacjonalistyczną. Okazało się, że młodzi wcale po takie treści nie sięgają, to domena starszych mężczyzn.

Młodzi za to lubią zabawę i przekraczanie norm. Wizję świata budują z kawałków: z jednego zabawnego filmiku wyczytają, że społeczeństwo jest zepsute, z innego, że istnieje jakiś naturalny porządek oparty na rasie, płci lub religii.

Szczepionkę należy serwować tam, gdzie bywają w poszukiwaniu rozrywki. Dla przedstawicieli badanej grupy istotną wartością jest władza, ale nie lubią, gdy mówi się im, co mają robić - i w tym badacze widzą szansę na to, że będą skłonni przeciwstawić się autorytaryzmowi.

Na zlecenie innej organizacji Harmony Labs szukało odpowiedzi, jak dotrzeć do publiczności z przekazem o zmianach klimatu. Oszacowali, że styka się z nim 7 proc. odbiorców. O zmianach klimatycznych mówi się i pisze przy okazji wiadomości politycznych, tymczasem 40 proc. odbiorców unika newsów w jakiegokolwiek postaci. Jeśli nawet zdarza im się zajrzeć na strony dzienników, to po to, by sprawdzić przepis na zapiekankę ziemniaczaną.

Nie trzeba czytać wiadomości, żeby swoje wiedzieć, rzetelne doniesienia mieszają się w naszych głowach z popkulturą. To przykład z innego badania: po obejrzeniu "Civil War" Alexa Garlanda - osadzonej w przyszłości historii o pracy reporterów podczas wojny secesyjnej w Ameryce - u widzów może wzrosnąć akceptacja dla politycznej przemocy.

Harmony Labs zmierzyło to na grupie 800 ochotników, połowie pokazało (tylko!) zwiastun filmu, połowie inną, neutralną treść. Odporna na akceptację przemocy okazała się progresywna publiczność ceniąca wspólnotę (czyli ta, która czyta m.in. "NYT") - ta film odczytała jako ostrzeżenie.

Obserwatorium narracji?

- To jest trochę jak badanie kosmosu. Kiedyś ludzie po prostu podnosili głowy i oglądali gwiazdy, ale wśród nich byli tacy, którzy chcieli poznać prawa, które nimi rządzą, więc zbudowali teleskop. Media są takim niezbadanym kosmosem.

Mierzona jest oglądalność, liczone kliki, przeprowadzane sondaże wśród odbiorców - ale to tylko system wodociągowy mediów. Niewiele wiemy o samej naturze informacji, o tym, jak działa. A mnie zawsze fascynowało: jak to się dzieje, że ludzie kiedyś myśleli A, a dziś myślą B.

Myślę, że dziedziną bliską temu, czym się zajmujemy, jest chemia. Trochę trwało, zanim ludzkości udało się zrozumieć naturę materii: dlaczego coś jest bardziej stabilne, co innego szybciej się rozkłada. Idee też mają różną stabilność, a klejem, który je trzyma, są skojarzenia.

Feminizm raz kojarzy się z zasłanianiem, raz z odsłanianiem ciała. Płeć, sprawiedliwość też są mało stabilne.

Jak się pojawiają, zmieniają, umierają, dlaczego budzą emocje.

Młodzi ludzie przez was przebadani skleją swoją wizję świata z kawałków. Nie zaglądalejcie na ultrapravicowe strony, skrajny przekaz sam się układa w ich głowach.

- Podobnie jak to robiliście na warsztatach. Z zebranych sygnałów budowaliście strukturę.

Harmony Labs lustruje publiczność, by określić, jakich trzeba dostarczyć historii, by zmienić jej sposób myślenia. Czy to nie propaganda?

- Przeprowadzamy diagnozę, przekazujemy klientom, co zadziała, co nie, ale on sam decyduje, co z tym zrobi. Budowanie przekazu to nie jest część naszej pracy. Mamy w naszym zespole nadzwyczajnie utalentowanych specjalistów od danych, którzy mogliby się zatrudnić u gigantów technologicznych. Przyszli do nas, niedużej organizacji non profit, bo są przekonani, że tu będą robić właściwe rzeczy. Dbają o obiektywizm, to liczby mają mówić.

Nie ukrywamy naszych metod ani wyników. Przygotowujemy dla klienta dokładną mapę, a to on układa strategię. I jeśli chce - może jej użyć do propagandy.

Albo przekonać się, że swoim przekazem buduje obraz świata, na którym pewnie wcale mu nie zależy, dostarczy kawałków do wspierającej przemoc opowieści. Jak to się stało w przypadku "Civil War".

- Nie sądzę, że twórcy filmu mieli złe intencje, ale przedstawili swój film - czy raczej zrobił to dział marketingu - jako historię o starciu dwóch sił. Ja identyfikowałam się przede wszystkim z rolą dziennikarki i dla mnie głównym tematem filmu była służba ideałowi obiektywizmu. Dla mnie "Civil War" opowiada o pragnieniu uchwycenia rzeczywistości taką, jaka jest.

Ale wielu ludzi, dyskutując o filmie, ten aspekt pomijało. Przez dwie godziny chłonęli silne obrazy, by potem mówić o rychłym końcu świata. A kiedy coś wizualizujesz, to pierwszy krok do tego, by to się stało.

Publiczności chyba mało zależy na obiektywizmie. Czytając opisy przeprowadzanych przez Harmonii Labs badań, co chwila trafiałam na informację: ta widownia nie śledzi newsów, nie ogląda wiadomości, nie czyta.

- To klienci mówią nam, jakim publicznościom mamy się przyglądać. Mówi: "Interesuje nas taka a taka grupa, o danych cechach demograficznych, powiedzcie nam, jaki jest jej światopogląd, jakie narracje krążą w jej przestrzeni". A tak się składa, że klientów interesują bardziej te mroczne grupy odbiorców, to nimi się niepokoją, do nich chcą dotrzeć.

Ale to, że ta publiczność nie śledzi newsów, nie oznacza, że inni też ich unikają. Bo są i takie, które oglądają. Klienci nie są jednak zainteresowani odbiorcami takimi jak my, bo my... jesteśmy OK.

Mam wrażenie, że tradycyjne media mają problem z opowieścią o sobie: nie potrafią przekonać, jak ważna dla społeczeństwa jest rzetelna wiedza.

- Zdaję sobie sprawę z tego, jak poważny to problem, bo widzę ofiary braku tej świadomości. To głównie starsze osoby, z pokolenia boomerów, w wieku mojej mamy. Czytają newsy z dzienników, ale wiele siedzi też na YouTube, a tam możesz wpaść w wir mylnych informacji.

Mam bardzo różnych znajomych - od bardzo progresywnych po konserwatystów - i utrzymuję te znajomości, by zachować równowagę. Są wśród nich ludzie, którzy do tej pory noszą maseczki, i tacy, którzy wierzą, że ten cały COVID to był spisek Big Pharmacy i Billa Gatesa manipulującego z mikrochipami. Żaden z tych systemów wierzeń nie ma nic wspólnego z doniesieniami naukowców. Informacje oderwały się od rzeczywistości jak system finansowy, stały się osobnym bytem i bardziej kształtują rzeczywistość, niż ją odzwierciedlają.

Młodszy ludzie mają większą zdolność wywąchania fałszu. Gdy jakieś doniesienie wydaje im się zafałszowane, zbyt wypolerowane, mówią, że jest "glazed", oszkolne. Więc może to kwestia czasu: dorosłe pokolenie, któremu od początku się mówi, że nie powinno wierzyć wszystkiemu, co słyszy i widzi.

Porażka człowieka sukcesu

W multiwersum mniej jest stałych związków, utrwalonych relacji, ludzie dobierają się w zależności od potrzeb - twierdzi Devillart. Nie wiem, jak przełożyć wieloświat na perfumy albo burgery, choć - patrząc z perspektywy krowy - raczej nie byłyby to burgery wołowe, ale - robię ćwiczenie motyla - życie w multiwersum kojarzy mi się z pracą w turkusowej firmie.

W takich organizacjach nie ma działów, departamentów, menedżerów ani na stałe przypisanych stanowisk.

Dla starszych pokoleń to nie do wyobrażenia (przecież wszyscy by bumelowali!), ale może dla młodych, którzy nie znają czasów przed smartfonów, będzie to normalny sposób pracy?

- Jak we wszystkim, wiele zależy od skali firmy, ale ogólnie uważam, że tak. Jak mówił Marshall McLuhan: "Kształtujemy nasze narzędzia, a potem one kształtują nas". Pewne cechy strukturalne internetu wpływają na sposób, w jaki młodzi ludzie organizują swój światopogląd.

Sieć ze swej natury nie jest systemem hierarchicznym, bardziej przypomina kratę, siatkę niż drabinę. Zamiast patrzeć w górę, patrzysz w bok i na ukos. To dotyczy też władzy: po co mi szef, skoro kolega może wiedzieć lepiej, po co szef, skoro podejmowanie decyzji można zautomatyzować. (Jestem

przekonana, że algorytmy będą w przyszłości nową siłą regulacyjną). Praca zespołowa z użyciem np. dokumentów Google już ukształtowała nasz sposób działania w organizacjach.

Jeśli chodzi o karierę – po co wspinać się po drabinie, skoro mogą iść bokiem? Radykalnie zmienić zawód? Różnorodność perspektyw jest zaletą. Im większą liczbą węzłów wiedzy jestem połączona, tym większa jest moja wartość w sieci, im więcej wiem, tym bardziej jestem elastyczna, bardziej wolna. Ponieważ zmiany w społeczeństwie stają się coraz szybsze, tym ważniejsze stają się szybkie uczenie się, a nie większe posłuszeństwo.

Pamiętajmy jednak o tych, którzy źle się czują w wieloświecie. Mówiłeś o potrzebie tworzenia niewirtualnych wspólnot. Jak powinniśmy kształtować naszą przestrzeń?

- Z jednej strony potrzeba nam miejsc publicznych, w których możemy się spotkać, z drugiej - nawigowanie w wieloświecie jest dość wymagające, męczące, czasem trzeba się odciąć. Potrzebujemy więc choćby małych przestrzeni całkowicie prywatnych, w których nikogo nie słyszymy, z nikim nie rozmawiamy.



Cohousing w Lublinie. Willa Zakątek na LSM Fot. Materiały prasowe

jako przykład mieszkania przyszłości? Każdy ma swój pokój lub mieszkanie, ale z pewnych przestrzeni korzystamy razem?

- Wspólnota jest kluczem. Wydaje mi się jednak, że wspólny salon nie załatwi wszystkiego, potrzeba jakiegoś pokierowania tymi interakcjami.

Miejskie przestrzenie są rajem dla indywidualistów - kojarzymy wolność ze swobodą poruszania. Ceną za wolność jest jednak fizyczna samotność. Młodzi ludzie, szczególnie ci, którzy spędzili dużo czasu w wirtualnych klasach, budują w internecie własne mikroświaty, ale też głośno buntują przeciwko pracy online, bo widzą, że "fizyczny plac zabaw" coraz bardziej się zmniejsza. Należą do wirtualnych społeczności i jednocześnie tęsknią za kontaktem z żywym człowiekiem. Jednocześnie nie potrafią się w tej przestrzeni społecznej poruszać, zachowywać, patrzeć w oczy.

Wnuk Carringtona mógłby marzyć o życiu w colivingu, a nie w wypasionej rezydencji dziadka?

- Tak, myślę, że model życia w akademiku mógłby młodego Carringtona pociągać. W USA jest wiele nowych inwestycji skierowanych do młodych profesjonalistów oferujących taką usługę: mikroapartament do zamieszkania, a we wspólnej przestrzeni koordynator wspólnych zajęć.

Muszę jeszcze zapytać - bo o to na pewno jesteś często pytana - jakie książki będziemy czytać za dwa lata.

- Jak wspomniałam, zajmuję się często głównie poradnikami samodoskonalenia. Była era, kiedy świat był jak autostrada - wszyscy wiedzieli, w jakim kierunku należy dążyć. Wydawaliśmy książki o ambicji, efektywności, zdobywaniu celów - raz, dwa, trzy, masz receptę - ale wizja i ambicja mogą wręcz przeszkadzać w nawigowaniu w czasach, które są tak niepewne i wciąż się zmieniają. Jest to, że są to umiejętności bardzo obecne na Południu, wśród ludzi, którzy nie wiedzą, kiedy przyjdzie kolejny czek, nie wiedzą, co będą następnego dnia jedli.

Będziemy się więc uczyć już nie od ludzi sukcesu, ale od biednych?

- Dam ci przykład. Na skrzyżowaniach w Indiach w wielu kluczowych miejscach nie ma ulicznych świateł. Tu samochody, tam słoń, tutaj osioł, krowa, ktoś próbuje przejechać riksą, ludzie idą, szaleństwo. Ale nie ma wypadków, każdy jest uważny. Światła mogłyby spowodować chaos. W Szwajcarii - przeciwnie - tam światła uliczne są doskonale zorganizowane, ale tam katastrofę spowodowałoby ich wyłączenie. Więc jeśli świat coraz bardziej przypomina skrzyżowanie w Mumbaju, wymyka się kontroli, trzeba być elastycznym, by w chaosie poczuć się dobrze.

To chyba nie jest czarna wizja przyszłości.

- Pomyśl o tym: chaos współczesnego świata to także szansa dla nas. Technologia się rozwija, maszyny są coraz mądrzejsze, za to my możemy rozwinąć nasze typowo ludzkie zdolności, naszą wrażliwość.

red. Ewa Wieczorek

tekst: Natalia Mazur, Redaktorka w dziale krajowym "Wyborczej". Wcześniej - do 2019 r. dziennikarka w poznańskiej redakcji lokalnej. Z "Wyborczą" związana od 2003 r.

<https://wyborcza.pl/magazyn/7,124059,31094703,nie-bedziemy-sie-juz-uczyc-sztuki-zycia-od-ludzi-sukcesu.html#commentsAnchor>

DZIEJE SIĘ

grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES —



przyszłości
do życia

NOWY PROJEKT

"Przyszłości do życia" to futurologiczny projekt, badający możliwe scenariusze przyszłości i sposoby, na jakie już dziś możemy ją kształtować.

INVEST
KOMFORT
twórca programu
insightstudio

wyborcza.pl wyborcza.biz wysokieobcasy.pl

OGŁOSZENIE



przyszłości
do życia

ORGANIZATORZY

wyborcza.pl

wyborcza.biz

wysokieobcasy.pl

REKLAMA

MECENAS I PARTNER
MERYTORYCZNY

INVEST
KOMFORT
twórca programu
insightstudio

Co nas czeka w przyszłości? W serwisach informacyjnych doniesieniom o fantastycznych wynalazkach towarzyszą zapowiedzi katastrof. Pewne jest jedno: świat będzie się zmieniał, a wśród klęsk i innowacji toczyć się będzie nasza codzienność. Będziemy się uczyć, pracować, mieszkać, odpoczywać, rozwiązywać problemy i doświadczać szczęścia.

Rozpoczynamy cykl PRZYSZŁOŚCI DO ŻYCIA, w którym chcemy się przyjrzeć możliwym scenariuszom przyszłej codzienności. Nie zamieszymy ani straszyć, ani roztaczać świetlnych wizji. Piszemy o przyszłościach w liczbie mnogiej, bo wierzymy, że nie ma jednej perspektywy i nic nie jest jeszcze przesądzone.

Ale przyszłość z naszego hasła może być też odczytywana w dopełniaczu. Chcemy PRZYSZŁOŚCI DO ŻYCIA. A czy taka będzie, zależy od tego, jak dobrze przemyślimy ją dziś.