

Masarykova univerzita v Brně
Filozofická fakulta
Katedra informačních studií a knihovnictví



ROZHOVOR S LUKÁŠEM PILKOU

Rozhovor k předmětu ISKM02 Design informačních služeb, rozhraní a interakcí

Autor: Kryštof Henzl

UČO: 568025

Typ studia: kombinované

Ročník: 1.

Brno
23. 12. 2024

Lukáš Pilka je digitální designér a stratég se zaměřením na interakční design a moderní technologie. Jako spoluzakladatel digitálního studia BlueGhost stojí za vývojem inovativních aplikací a digitálních produktů. Jeho projekt Otevřené sbírky mapuje stav digitalizace kulturního dědictví v České republice. Ve své disertační práci se zabývá využitím počítačového vidění pro analýzu digitalizovaných uměleckých děl. Aktuálně pracuje na mobilní aplikaci Cabinet of Wonders, která díky umělé inteligenci nabízí interaktivní a personalizované zážitky pro návštěvníky muzeí a galerií.

Ahoj Lukáši, je ještě něco, co bys k tomu dodal?

To je pravda. Všechno je to pravda. Z patra mě nic dalšího nenapadá.

Ty jsi v jednom rozhovoru pro UMPRUM (pozn. autora: Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze) o sobě zmínil, že jsi akademický nomád, že máš vystudovanou Mediální studia, Dějiny umění a doktorát z Teorie a dějin umění. Jak tě tyto různorodá studia formovaly?

To jsi to podle mě hodně zkrátil. Po maturitě jsem začínal na Fakultě umění a architektury v Liberci v ateliéru Nových médií, pak jsem byl na Mediálních studiích na FSV (pozn. autora: Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy) potom na Dějinách umění na Fildě (pozn. autora: Filozofická fakulta Univerzity Karlovy), následně na Teorii umění na UMPRUM a taky na Grafickém designu na UMPRUM. Pak jsem pokračoval na ČVUT, na Katedře grafiky nebo Digitální grafiky, a nakonec jsem byl ještě na PhD na UMPRUM, opět na Teorii umění a designu. Nejsem si jistý, jestli jsem něco nevynechal.

Ale zpátky k té otázce. Myslím si, že to má vliv na transdisciplinaritu, nebo se také říká na interdisciplinaritu, že člověk má hodně široký záběr a přehled napříč různými obory, které pak dokáže lépe spojovat a nacházet průsečíky mezi nimi. Na druhou stranu ve všem umím trochu, a v ničem nejsem úplně super specialista. Jestli znáš takovou tu profilaci *T-Shape*, že člověk má hodně vědět do šířky napříč obory a pak mít v něčem hlubokou specializaci, tak myslím, že to „Téčko“ mám hodně široké.

V roce 2009 jsi spoluzaložil digitální studio BlueGhost. Mě by zajímalo, jak se podle tebe od té doby vyvinula oblast designu a byznysu kolem něj.

No, my jsme ho založili na gymplu už v roce 2003. V roce 2009 jsme založili s.r.o., takže naše praxe je vlastně delší. Příští rok to bude už 22 let od chvíle, kdy jsme si s kolegou řekli, že se tím zkusíme živit, nebo že to bude alespoň nějaká letní brigáda. Je to hodně ambiciózní otázka, odpovědět na 22 let vývoje internetu a designu v tomto rozhovoru. Máš nějakou konkrétní podoblast, která tě zajímá?

Mě by zajímalo, jak se změnila poptávka klientů. Jestli dnes mají lepší představu o tom, co chtějí, nebo je potřeba je stále vést a edukovat? Protože takový je můj pohled na věc – přijde mi, že klienti v poslední době víc tuší, ale nevím, jak to vnímáš ty.

Tak myslím si, že je to hodně o tom, s kým spolupracuješ – jaká je ta organizace na druhé straně. Ať už jde o veřejnou organizaci nebo soukromou firmu, dá se rozlišovat mezi firmami, které jsou takzvaně *digital native*, tedy takové, jejichž byznys vzniká už digitálně. A pak i ten management, vedení a zaměstnanci těchto firem, se kterými jednáš, bývají mnohem pokročilejší v problematice navrhování digitálních produktů, *user interface*, *user experience*, atd.

A pak jsou tu firmy, které jsou „zemité“ a tradiční, dostaly se do digitálního světa jako takzvaní digitální imigranti, a tam bývá obecná úroveň znalostí nižší. Takže se na to dá dívat z této perspektivy. Samozřejmě, čím větší organizace je, tím je větší pravděpodobnost, že tam budou lidé s byznysovými zkušenostmi nebo nějakým byznysovým uvažováním. Naopak malé organizace tyto znalosti nebo kompetence často nemají. Ale to je, myslím, spíš takové univerzální moudro.

Mě zaujalo, že máte na vašem webu AI pomocníka na tvoření briefů. A zajímalo by mě, jak to funguje. Jak to pomáhá potenciálním zájemcům, kteří o spolupráci uvažují?

Ten AI pomocník na tvoření briefů navádí na základní otázky, které by si člověk měl položit při přípravě zadání. To znamená: k čemu mi to má pomoci, proč tu webovou aplikaci vůbec chci dělat, a podle čeho poznám, že je úspěšná a dobře plní svůj cíl. Ptá se tedy na cíle, na nějaké metriky a zároveň se snaží odhadnout relativní náročnost realizace. Je to určené hlavně pro ty, kteří ještě nemají své zadání úplně ujasněné, aby se v tom lépe zorientovali.

Ale je to velmi jednoduchá věc, kterou jsme designovali hlavně pro lidi, kteří potřebují rychlé vodítko. Ten asistent by samozřejmě mohl být mnohem strukturovanější a pokročilejší, což by umožnilo vytvořit i propracovanější zadání. Ale jeho účel je spíš sloužit jako první rychlý kontakt a základní orientace.

Když se ještě vrátím k práci v BlueGhost, máte za sebou třeba nějaký úspěšný komerční projekt z poslední doby, na který jste pyšní?

Věřím, že jich máme hodně, ale máš nějakou oblast, která tě zajímá, nebo máš konkrétní téma, na které bychom se měl zaměřit?

Napadá mě, jestli je teď něco hodně aktuálního – něco, co se vám nedávno povedlo zprovoznit?

Je asi dobré zmínit, že vývoj webových aplikací je opravdu kontinuální práce. Když děláš například e-commerce platformu, není to tak, že ji jednou spustíš a dva roky se nic neděje, dokud nezačneš dělat novou. Ve skutečnosti se na ní pracuje už několik let před spuštěním – v přípravné fázi nebo klidně i déle. A spuštěním vlastně všechno teprve začíná.

Pak probíhá velmi intenzivní práce každý měsíc, a to často po celou dobu jejího provozu, dokud se nezačne vyvíjet nová verze. Tehdy se práce na stávající verzi postupně utlumí. Ale někdy se nová verze ani nezačne vyvíjet, protože životnost jádra té aplikace může být klidně 10 let.

Takže pokud jde o otázku, co jsme spustili v poslední době, tak nic moc zajímavého. Ale pokud se ptáš, na čem pracujeme každý měsíc, můžu říct, že jde o 20 našich hlavních projektů, které nás kontinuálně zaměstnávají. Z toho práce na nových projektech – jako vytvoření nového webu nebo aplikace na zelené louce – tvoří asi čtvrtinu naší práce. Zbylé tři čtvrtiny zabírá kontinuální rozvoj a servis stávajících platforem.

Tak to jsem nevěděl, že je to v takovém poměru, to je zajímavé. Ted' bych se přesunul ke kulturnímu dědictví. Jak jsem říkal, jednou z tvých hlavních aktivit je digitalizace kulturního dědictví. Můžeš přiblížit, co je cílem projektu Otevřené sbírky a jaké problémy se snaží řešit?

Tak Otevřené sbírky jsou vlastně statistická zpráva, takový report o tom, jak jsme na tom v České republice s digitalizací muzejních sbírek a jejich online zpřístupňováním. Tento projekt jsme společně s Terezou Škvárovou, dneska Vavříkovou, začali v době, kdy přišel covid, někdy v roce 2019, pokud se nepletu. Impulsem bylo to, že jsme viděli, jak se všechna muzea zavřela, a zajímalo nás, co z nich vlastně zůstalo dostupné, když se ty jejich budovy zamkly.

Začali jsme se dívat, jestli muzea publikují nějaký obsah – třeba blogy, podcasty nebo jiné formy komunikace. Postupně jsme se ale zaměřili na primární zdroje, tedy na to, jestli publikují digitalizované sbírkové předměty online. Zjistili jsme, že to dělá jen málo institucí, a i když už něco publikují, často to bylo v malém rozsahu.

Řekli jsme si tedy, že by bylo dobré zjistit nějaký statistický přehled o tom, jak na tom jsme. Tím jsme chtěli jednak popostrčit instituce, aby ten rozsah postupně zvyšovali, a zároveň upozornit na důležitost digitalizace a zpřístupňování těchto dat.

To už je pět let. Posunulo se to za tu dobu někam?

Myslím si, že asi tak o tři procenta, pokud se nepletu. Od té doby jsme ten report dělali ještě dvakrát, pokud si dobře vzpomínám. Letos jsme to nestihli. Za tu dobu ten objem finančních prostředků na digitalizaci roste, stejně jako samotný objem digitalizovaných sbírek, ale to tempo je pořád pomalé. To znamená, že bychom mohli mít hotovo tak kolem roku 2280...

Často se tyhle věci porovnávají s Evropskou unií. Jak na tom jsme? Jsme na tom třeba výrazně hůř než Německo, Francie a podobně, nebo to není až tak hrozné?

Ono velmi záleží na těch institucích. Teď nedokážu přesně říct nějaké statistiky, jak na tom konkrétně je Německo, ale jsou instituce nebo muzea, která mají online přístupné třeba 100 % své sbírky – nebo spíš 100 % smysluplných sbírkových předmětů.

To totiž souvisí s tím, že pokud předmět není originál, ale je to například nějaká kopie, která existuje tisíckrát po celém světě, není nezbytné, aby byla digitalizovaná. Typicky se to týká knih – když Národní knihovna zdigitalizuje a zpřístupní nějakou knihu online, není nutné, aby ji také skenovala a zveřejňovala regionální knihovna, protože ta kopie bude prakticky identická a další hodnotu to nepřidá.

Takže jsou muzea, která mají opravdu digitalizovaných a online zpřístupněných 100 % smysluplných sbírkových předmětů. A dokonce i u nás jsou muzea, která sice netvrdí, že mají 100 %, ale mají většinu svých sbírek přístupnou online. A pak samozřejmě existují i muzea nebo instituce, která nemají přístupné vůbec nic.

Co to vlastně znamená, že je nějaká věc digitalizovaná? Třeba když vezmeme sochu – znamená to jenom, že se nafotí, nebo co všechno to může vlastně znamenat?

Tak samozřejmě, jde hlavně o kvalitu těch dat. V základním smyslu považujeme za digitalizovaný předmět takový, který má dostupná metadata – tedy informace o tom, co to je za předmět. To znamená název díla, autor, kdy to vzniklo a další údaje, které jsou obvykle evidovány ve sbírkových systémech. A zároveň, pokud je k tomu publikována alespoň jedna multimediální reprodukce – nejčastěji fotografie, která ukazuje, jak ten předmět vypadá.

Samozřejmě samotná multimediální reprodukce může mít různou kvalitu. Jak asi tušíš, když máš sochu vyfocenou jen z jednoho úhlu, nemusí to být dostatečné. V našem podání se ale tak tváříme. Protože už ta jedna fotografie poskytuje poměrně významnou informaci o tom, co je předmět zač.

Čím více informací, tím lépe – například 10 fotografií z různých úhlů poskytuje lepší představu, trojrozměrný model je ještě lepší a když je tam i video, tak je to ještě lepší.

Nicméně největší propast je mezi tím, když tam není žádná vizuální reprodukce, a tím, když je tam alespoň jedna fotografie.

Jak jsou na tom v porovnání muzea a knihovny? Máš nějaký přehled o tom, jestli jsou knihovny dál než muzea?

Jsou dál, minimálně v českém prostředí, kde se vyznám asi nejvíc. Národní knihovna je rozhodně napřed, a to nejen díky existenci Národní digitální knihovny s centrálním repositářem pro digitální kopie. To znamená, že v oblasti knihovnictví máme jednak centrální autoritu, která zajišťuje digitalizaci publikací, a zároveň se stará o dlouhodobé uchovávání těchto dat. To je mimochodem velký problém, kterému muzea čelí.

Nejde totiž jen o to jednorázově digitalizovat a publikovat, ale zajistit, aby data byla dostupná i za pět, deset nebo dvacet let. Knihovny už na to mají zavedené metodiky a odborná pracoviště, zatímco muzea s tím teprve začínají.

Muzea jsou velmi dobrá v uchovávání fyzických předmětů. Mají staletí propracované metodologie – staví depozitáře tak, aby do nich nepršelo, nevznikala plíseň, byla udržována správná teplota, vlhkost a bezpečnost proti nepovolaným osobám. Ale pokud jde o uchovávání digitálních dat, jako jsou fotografie ve vysokém rozlišení evidované v nějakém systému, to je pro ně zcela nová výzva.

Stačí si vzpomenout na vlastní zkušenost – co se stalo s tvými starými CDčky, na která jsi vypaloval hry na základce, nebo s flashdisky? Podobný problém řeší muzea, jen na mnohem větší úrovni a ten problém je vážný. Uchovávat digitální data na dlouhý horizont je nesmírně náročný úkol, který vyžaduje nejen technickou infrastrukturu, ale i odborné znalosti a metodologie. Knihovny už to nějakým způsobem rozjeté mají, ale muzea nikoliv.

Já teď spolupracuji s Národním muzeem na projektu nových e-sbírkových systémů, což by mohlo být takovým odrazovým můstkem k vytvoření centrálního repositáře pro digitální kopie muzejních předmětů. Ale zatím jsme hodně v rané fázi, takže je to spíš výhled do budoucna než něco, co by už bylo plně funkční.

Já se teď přesunu k tvé disertační práci, která dala za vznik projektu Digital Curator. Můžeš stručně popsat, o co vlastně jde?

V principu jde o databázi výtvarných děl z 91 muzeí v Čechách, na Slovensku, v Bavorsku a v Rakousku. Obsahuje 196 116 obrazů, zahrnujících malby, grafiky a kresby. Nad touto databází jsem zkoušel aplikovat, a potom také vytvářet různé modely počítačového vidění, zaměřené především na klasifikaci objektů, motivů, žánrů nebo výtvarných technik, případně na hledání formálních podobností mezi těmito obrazy.

Jde tedy například o funkci vyhledávání obrazů podle vizuální podobnosti. Můžeš si tak vyhledat příbuzné obrazy, které zobrazují třeba zátiší s květinami, zvěstování Panny Marie nebo obsahují nějaké konkrétní ikonografické symboly.

Jak se ti podařilo získat data z těch muzeí? Jezdil jsi po nich jedno po druhém, nebo jak to probíhalo?

Těžce. Těžce. A v principu to zabralo třeba tři čtvrtiny práce. Ta příprava a sjednocování těch dat byla náročná. Dneska už to jde trochu jednodušeji, protože muzea častěji publikují nějaká data online.

V českém prostředí ale pořád snad není jediné muzeum, které by mělo strojově čitelný přístup k databázi. V zahraničí už taková muzea existují. Například když chceš stáhnout obrazy, které má ve sbírce amsterdamské Rijksmuseum, můžeš si naprogramovat API, kde pošleš dotaz typu „Ukaž mi všechny olejomalby z 16. století,“ a ono ti to ukáže všechny olejomalby z 16. století, které to muzeum má ve sbírkách.

Tohle zásadně usnadňuje využití těchto muzejních dat pro třetí strany.

A takže když jsi ta data sháněl, znamenalo to, že jsi tam fakt musel jít osobně a třeba si to nafotit, nebo jak to probíhalo?

To ne, to ne. Ale znamenalo to, že jsem často obvolával nebo obepisoval muzea e-maily a prosil je, aby mi sdíleli data, která často měli uložená na svých lokálních počítačích a vůbec nebyla online přístupná.

Tady je asi dobré vysvětlit rozdíl mezi digitalizovaným exponátem a online přístupným exponátem. Digitalizovaný exponát je takový, který někdo nafotí, zapíše do interního systému nebo třeba do Excelové tabulky a uloží na lokální server nebo sdílený disk. Přístup k tomu má on a jeho kolegové z muzea, ale nikdo jiný na světě o tom ani neví a nemůže se k těm datům dostat. Zatímco online přístupný exponát je nejen digitalizovaný, ale také dohledatelný a přístupný online pro širokou veřejnost. Mezi těmito kategoriemi je docela velká propast. Myslím, že jsme to uváděli i v Otevřených sbírkách – například online přístupných exponátů je jen kolem 5, 6 nebo 7 % (pozn. autora: dle webu Otevřených sbírek je to aktuálně 7,4 %), zatímco digitalizovaných může být třeba čtvrtina všech sbírkových předmětů. Muzea ale často nemají kapacity ani prostředky na to, aby tyto digitalizované předměty zpřístupnila online.

To je škoda.

Je to škoda, protože většina té práce už je vlastně hotová – někdo ty předměty nafotil, zapsal data, vytvořil záznamy. A teď, fotbalovou terminologií, chybí jen ta koncovka. Už ses dostal do pokutového území a stačí to jen kopnout do brány. Ale stejně jako ve fotbale, to může být nakonec to nejtěžší.

A je to proto, že nemají motivaci to udělat? To přece nemůže být tak těžké zveřejnit to online, nebo ano?

Je to směs různých faktorů. Dělal jsem jak kvantitativní dotazníky na tohle téma, tak kvalitativní rozhovory. V principu ty instituce bývají často pod kapacitou, co se týče lidí. To znamená, že nemají na to čas, nemají na to peníze a nemají na to kompetence. Digitální dovednosti nejsou zrovna to, čím by běžný lektor, kurátor nebo správce sbírky oplýval. Je to spíš výjimka mezi nimi, protože přece jenom tyhle muzea jsou spíš konzervativní instituce, zakořeněné v nějakých humanitních vědách. Jsou podobné jako ty instituce samotné, takže je to spojené i s nějakým nižším povědomím o přínosu těchto digitálně přístupných dat.

Ted' se přesunu k projektu Cabinet of Wonders. Na webu mě zaujalo, že píšete, že jste přišli na to, jak mohou muzea konkurovat Netflixu. Tak by mě zajímalo – jak?

V principu používáme různé AI modely a modely strojového učení k tomu, abychom vytvořili interaktivního a personalizovaného průvodce, který s tebou komunikuje a přizpůsobuje ti obsah. Ten průvodce tě provede exponáty, které tě budou nejvíc zajímat, a to na základě tvé nálady, zájmů a času, který máš.

V první úrovni pracujeme s obecným jazykovým modelem, jako je třeba GPT-4, který customizujeme a obohacujeme o specifické znalosti konkrétního muzea. To zahrnuje informace o exponátech v expozicích – co představují, proč jsou důležité, a jejich klasifikaci podle různých zájmů. Když pak vstoupíš třeba do Národního muzea, průvodce ti může říct například: „Ahoj, Kryštofe. Zajímá tě tohle a tohle, kolik máš času?“ Po krátké interakci ti navrhne, co by tě mohlo nejvíc bavit, třeba: „Myslím, že tě nejvíc zaujmou Zázraky evoluce, a tady je pět věcí, které bys rozhodně neměl minout.“

Celý systém funguje i hlasově díky technologii *text-to-speech*, řekl bych velmi dobrý, který tě provází zvukově, takže nemusíš koukat do displeje. Stačí mít AirPods v uších a nechat se vést. Navíc je to řešení multijazyčné, což je klíčové zejména pro muzea v Praze, která navštěvují turisté z celého světa. Používáme modely pro automatické překlady, takže průvodce mluví italsky, japonsky, čínsky nebo jakýmkoliv jiným potřebným jazykem.

Představ si například, že vstoupíš do Muzea literatury, povíš průvodci, na co máš náladu, a on ti nabídne personalizovaný výběr. Nebo třeba do Národní galerie – průvodce se s tebou baví jako kurátor, který nejen že zná celé muzeum, ale zná i tebe a tvoje preference, a navíc má i obecné znalosti jazykového modelu. Když se ho zeptáš, co je to kubismus, odpoví ti obecně, ale zároveň ti řekne: „Pokud tě kubismus zajímá, běž do třetího patra, kde najdeš Svátého Šebestiána od Kubišty.“

Takže to je hlavně koncipované jako průvodce?

Je to koncipované hlavně jako průvodce, to znamená, že by měl nějakým způsobem doplňovat nebo obohacovat zážitek, který máš v muzeu nebo v galerii.

A plánujete tam třeba později přidat nějaké další možnosti? Napadla mě třeba gamifikace – kvízy, atp.

Máme docela plný *backlog* různých podnětů na vylepšení. Někaké gamifikace a kvízy jsou mezi nimi také.

Jak v praxi probíhá spolupráce s muzei? Budou se do projektu sami nějak aktivně zapojovat, nebo je teď oslovujete vy? Musí být asi spousta práce naučit tu aplikaci přímo na konkrétní muzeum.

Myslím si, že to bude velmi podobné jako u Digitálního kurátora – většina práce bude opět spočívat v oslovování a jednání s muzei, zatímco menší část bude samotný vývoj aplikace.

Jak je to financované? Plánujete, že to bude hlavně neziskový projekt, nebo to bude pro muzea nějak zpoplatněné, aby se mohla připojit do aplikace?

Plánujeme, že to bude placená služba pro muzea. To znamená, že pokud budou chtít mít tohoto AI průvodce ve své expozici nebo muzeu, budou za to platit měsíční předplatné.

Tak jo, těším se, až si to vyzkouším!

To já taky, to já taky. Myslím si, že by už během jara mohl být spuštěný pilotní provoz v několika muzeích.

A plánujete zatím hlavně v Česku?

Zatím spolupracujeme s pražskými muzei, která máme nejvíc při ruce, a slouží nám jako takový *sandbox* (pozn. autora: testovací prostředí).

Pak tady mám ještě poslední téma – umělá inteligence a budoucnost umění. Mě by zajímalo, když už v roce 2022 dokázal obraz vygenerovaný v Midjourney vyhrát uměleckou soutěž, jaký na to máš názor. Myslíš si, že tato technologie nějakým způsobem ohrožuje tradiční umění, nebo spíš otevírá nové příležitosti? Jak to vnímáš?

Těžká otázka. Dá se na ni odpovědět z mnoha úhlů pohledu, a já sám na to nemám úplně jasný názor. Zkusím spíš nastínit nějaké paradigmaty.

V principu, když se v 19. století objevila fotografie, neznamenal to konec umění, ale jeho proměnu. Často citovaný příklad je, že umění se začalo posouvat od realistického zobrazování, které dominovalo na začátku 19. století, k abstraktnějším formám a novým přístupům. Umění 20. století většinou nebylo o tom napodobit co nejvěrněji reálný obraz nebo výjev, ale posunulo se do úplně jiných poloh.

A tohle je taky nějaká cesta, jak vytvářet obrazy nebo videa, teď mluvím o *text-to-image* nebo *text-to-video* algoritmech. Neznamená to, že kreativní práce zmizí, ale pravděpodobně se promění. Nemusí už dávat smysl „klikat“ věci, fotit je, nebo je ručně retušovat ve Photoshopu, jak se to dělalo dřív. Možná ani nebude potřeba animovat scény ve 3D softwaru nebo natáčet záběry kamerou, protože to půjde vypromptovat nebo vytvořit kombinací různých nástrojů.

To ale nemusí znamenat, že by kreativní práce musela zaniknout. Spíš se otevřou nové možnosti, které byly dosud nerealizovatelné. Když bude snadné automatizovaně generovat filmy, můžou vznikat filmy na míru – třeba pro jednotlivce. Dnes, když má film rozpočet 100 milionů dolarů, nikdo ti nenatočí film jen pro Kryštofa. Ale pokud algoritmy dokážou generovat video, možná ti za rok nebo dva Facebook nabídne personalizovaný videoklip, namíchaný na základě toho, co o tobě ví.

Otázka pak je, kam se posune kreativní práce. Ta už nemusí být o samotné tvorbě výstupů, jako jak držíš tu kameru, ale spíš o vymýšlení úplně nových forem mediálního obsahu.

Takže nevím, jestli jsem dobře zodpověděl tvoji otázku, ale myslím si, že je to rozhodně ohrožení pro spoustu kreativních profesí v jejich původní podobě. Tam se budou dějí a budou dít turbulence. Ale nemyslím si, že je to ohrožení pro umění nebo kreativní práci obecně. Spíš věřím, že vzniknou nové druhy umění a nové druhy kreativní práce.

No, když nad tím přemýšlím, tak teď se uvažuje tak, že člověk vymýšlí, co má umělá inteligence vytvořit. Ale s tím, jak pokračuje vývoj a „vědění“ umělé inteligence, se možná dostaneme do fáze, kdy už ani ten lidský input nebude potřeba – že umělá inteligence nejen něco vytvoří, ale i sama vymyslí, co má vytvořit. A pak možná bude otázka, jestli se vlastně někam posouváme, nebo jestli směřujeme do bodu, kde lidský vstup nebude vůbec potřebný.

Taky si nemyslím, že by k tomu došlo tak brzo. Například u architektury – dneska, když je někdo architekt, řekněme, že 80 % jeho práce tvoří takzvané „klikání“. Máš nějaký AutoCAD, SketchUp nebo jiné nástroje, do kterých naklikáváš půdorysy, děláš vizualizace, řešíš technické detaily a kótování. To je do určité míry mechanická práce.

Naopak jen velmi málo času věnuješ výzkumu potřeb uživatelů nebo lidí, kteří budou v tom prostoru žít. Malý čas jde na diskuze o tom, jak si představují svůj život, nebo na vyhodnocení, jestli ten projekt skutečně funguje tak, jak má. Taky se věnuje jen minimální čas adaptaci projektu, aby lépe odpovídal potřebám těch, kteří ten prostor využívají. To jsou v celkovém objemu jen malé zlomky práce.

Dovedu si představit, že v budoucnu se praxe architektury posune k něčemu úplně jinému. Architekt by byl více mediátorem – jednal by s lidmi, kteří budou prostor využívat, aby co nejlépe pochopil jejich potřeby. Ty by pak vložil do nějakého automatizovaného systému, který by vygeneroval různé varianty návrhů, jak by prostor mohl vypadat.

Architekt by pak věnoval svůj čas tomu, aby tyto varianty evaluoval, pracoval s lidmi na jejich přijetí a zajišťoval, že finální návrh bude co nejlépe akceptován, protože se s ním uživatelé dokážou identifikovat. To všechno je kreativní práce. Budeš muset rozumět podstatě návrhů, připravovat kvalitní zadání, dělat výzkum a hodnotit výsledky. Ale už nebudeš muset trávit dlouhé večery klikáním v AutoCADu – to se stane automaticky.

Můj pohled je, že kreativní práce nezmizí, ale přesune se do oblastí, které jsou dnes podceňované, protože ubíjející rutina jim bere většinu času.

Tak jo, moc díky, bylo to moc přínosné a jsem rád, že jsme se mohli setkat!

Tak jo, tak přeji hezký svátky a ať se daří!