

29.04.2024 r.



# #324

---

TRANSKRYPT ODCINKA

## Jak wygląda tworzenie przeglądarki Opera? Joanna Czajka

Partnerami tego odcinka podcastu są: przeglądarka [Opera](#) oraz [iMAD.pl](#).

[MUZYKA]

***Tu Krzysztof Kołacz, a ty słuchasz właśnie podcastu, „Bo czemu nie?”. Usłyszysz w nim o technologiach, które nas otaczają i nas w tych technologiach zanurzonych. Sprawdzam, pytam i podpowiadam jak korzystać z nich tak, aby to one służyły nam, a nie my im.***

W dzisiejszym [odcinku](#) o tym, jak wygląda tworzenie jednej z najpopularniejszych i najstarszych na rynku przeglądarek internetowych, rozmawiam z Joanną Czajką z Opera Polska.

Proszę, zostaw opinię na [Apple Podcasts](#) lub na [Spotify](#). Twój głos ma znaczenie!

Zaczynamy.

---

[MUZYKA CICHNIE]

[KRZYSZTOF] Dzień dobry moi drodzy! Kolejny odcinek zgodnie z zapowiedzią z poprzedniego [nr 321](#), w którym opowiadałem Wam o tym jak opuściłem bezpieczną bańkę używania tylko produktów i aplikacji związanych i powstających u Apple jest dzisiaj ze mną gość. Właściwie gościni, która tak naprawdę opowie nam, niejako dając dalszą część tej historii związanej z przeglądarką Opera, o tym, jak to jest współtworzyć tak naprawdę w dużej mierze w Polsce jedną z najstarszych na rynku i najbardziej osadzonych w świadomości użytkowników, przeglądarkę internetową.

A moim i Waszym gościem jest dzisiaj Joanna Czajka. Cześć Asia!

[JOANNA] Cześć Krzysztofie, cześć wszystkim! Bardzo mi miło. Dzięki za zaproszenie.

[KRZYSZTOF] Dzięki również, że zgodziliście się jako Opera opowiedzieć i odsłonić przed mną i moimi słuchaczami kulisy tego, jak to się dzieje, że ta przeglądarka już tyle lat powstaje. Ja pamiętam z pierwszego odcinka, który nagrywałem, że jak sobie patrzyłem datę wydania pierwszej wersji Opery, to chyba to był rok 1996, o ile dobrze pamiętam, coś około kwietnia, tak?

[JOANNA] Tak.

[KRZYSZTOF] Więc to już szmat czasu. I tak naprawdę ja jeszcze pamiętam Operę z czasów mojej przygody z Windowsem. To było bardzo dawno temu, bardzo dawno temu. A mimo tego już wtedy uchodziła Opera za przeglądarkę szybką, stabilną i taką, która ma po prostu od groma aktualizacji. To znaczy i znaczyło już wtedy, że ktoś nad nią pracuje tak non stop, a nie na zasadzie od święta, że tak to powiem trochę kolokwialnie.

Asia, powiedz mi, jak to jest i czym ty się w ogóle na co dzień w Operze zajmujesz? Myślę, że to od tego dobrze, żebyśmy wyszli.

[JOANNA] Pewnie. Ja jestem Asia i jestem już 10 lat w Operze, co wcale nie jest tak długo. To byłoby wspaniałe 10 lat. Dołączyłam jako *designer* i animator tak naprawdę, bo ja się wywodzę, że tak powiem, z projektowania. Niemniej jednak zarządzam Operą, przeglądarką na komputery już od wielu lat jako Product Director. Więc na co dzień pracuję ze wszystkimi zespołami, co jest po prostu niesamowicie inspirujące, bo od zespołu projektantów, przez zespół, który publikuje wszystkie nasze aktualne wersje, po cały zespół dewelopujący, implementujący nasze zmiany, czy większe projekty, marketing, PR, zespół Arii, naszej sztucznej inteligencji z własnym silnikiem – mogę tak wymieniać i wymieniać i tak naprawdę tak mój dzień wygląda, że dotykam po prostu każdego aspektu przeglądarki dosłownie na co dzień.

[KRZYSZTOF] To jest fascynujące z tego punktu widzenia, że jako człowiek, który też przepracował sporo czasu w IT, mam jakby ten *big picture* i jestem w stanie sobie wyobrazić, że Ty jako designer z początku, tak naprawdę teraz, nie wiem czy pracujecie w Agile, pewnie też, ale jakby masz spojrzenie od góry, na to, jak te wszystkie zależności pomiędzy, tak jak powiedziałaś, właściwie każdym z działów

się przenikają od testów przez projekty bazujące na fazie koncepcji i tak dalej, co musi być rzeczywiście zadaniem dającym satysfakcję, ale też sporym wyzwaniem dla Ciebie, nie?

[JOANNA] Wiesz co, tak. I jeszcze powiem Ci, że to jest coś, co właśnie często pewne umiejętności są przypisywane konkretnym osobom, a tak trochę też nie jest, bo kreatywne myślenie, czy takie myślenie, które ma na celu rozwiązywać problemy, jakby ono się rozkłada na wszystkie osoby, niezależnie czy są programistą, designerem, czy menedżerem w marketingu. I dlatego wydaje mi się, że to takie moje źródło pochodzenia, staram się w ten sposób wykorzystywać. Zresztą we Wrocławiu na SWPS-ie przez wiele lat wykładałam czy rysowanie w kreatywnym myśleniu, prowadziłam takie warsztaty, czy też gościnnie kilka razy wykładałam Visual Thinking. Co przydaje się, jeżeli też właśnie masz doświadczenie, to wiesz, jakby Visual Thinking przydaje się po prostu przy nawet rozwiązywaniu problemu, nie wiem, ze statystykami.

[KRZYSZTOF] Tak i w ogóle Visual Thinking i Design Thinking razem jakby wzięte do takiego worka, który był pewnego rodzaju nowym jeszcze tam powiedzmy 5-10 lat temu, że już na pewno. Teraz też przechodzi taki swego rodzaju renesans, bo ludzie zaczynają rozumieć, że to nie są kompetencje jednostki. To nie jest tak, że jest ekspert od Visual Thinking i on po prostu zbawi całą organizację i zastąpi Scrum Mastera. Dobrze, że o tym wspomnieliś.

Czy można powiedzieć, że Opera w dużej mierze jako przeglądarka, mówię jakby całościowo i o wszystkich wersjach Opery, jest tworzona przez Polaków, czy to w dużej mierze jest jednak nadużyciem, jeżeli patrzysz o całość organizacji?

[JOANNA] Może zacznę od szerszego spojrzenia. Nie powiedziałabym, że całkowicie, ale że też to jest nadużycie, bo jednak to jest fajne być dumnym, że coś tak fajnego dzieje się w Polsce. Niemniej jednak Opera, która już niedługo będzie miała 30 lat, jest firmą międzynarodową ze swoją główną siedzibą w Oslo. Stąd też w ogóle cała kultura pracy i bym powiedziała kultura relacji między osobami bardzo jednak, że tak powiem pochodzi też stamtąd i co jest wydaje mi się bardzo też takie motywujące, że niezależnie od lokalizacji i biura i wielkości biura, nasze zespoły też są międzynarodowe, co bardzo pomaga w takim wieloaspektowym podejściu do tworzenia produktów. Niemniej jednak, oczywiście, że jesteśmy dumni, mamy dwa biura w Polsce, w Warszawie, ale ogromne biuro mamy we Wrocławiu i rzeczywiście tutaj znajdują się bardzo duże zespoły tworzące Operę, tą naszą klasyczną, którą ja

zarządzam na komputery, Operę GX oraz są zespoły, które współtworzą też inne przeglądarki bądź inne serwisy. Zdecydowanie się tutaj dużo dzieje, zresztą zapraszam, jakbyś kiedyś był we Wrocławiu!

[KRZYSZTOF] Myślę, że będzie okazja, żeby się gdzieś na żywo spotkać. Tak jeszcze sobie myślę o tej kulturze norweskiej, bo też Norwegia jest jednym z moich ulubionych kierunków i mojej żony. Czy Wy również na styku organizacji, to jest myślę ciekawe też dla słuchaczy, trochę mając tło również pandemii i teraz tych czasów już po transformacji na pracę hybrydową, pracę zdalną – czy wy również w organizacji jakby staracie się kultywować to norweskie *Friluftsliv* – godzić jakby pracę z życiem prywatnym? Jest to dla was taki ważny aspekt? Bo jeżeli, wiesz, słyszysz Norwegia, to to jest pierwsze skojarzenie, prawda?

[JOANNA] Tak i całkiem słusznie. I wiesz, dzięki temu, że jestem tutaj 10 lat, to wiem, że to nie jest tylko pandemia. Zdecydowanie, wiesz, bo to jest trochę tak, że dana firma decyduje się na to, że kreatywność ludzi i jakby efektywność, która się później przekłada na w ogóle rezultaty całej firmy, musi skądś pochodzić. Jakby jeżeli szanujemy siebie, swoje problemy, problemy personalne i firma jest otwarta, żeby po prostu wprowadzać elastyczną przestrzeń do pracy, to stąd się bierze i motywacja i po prostu taki *drive*. Bardzo dobrze się wszyscy znamy, więc i pewne takie zasady, które nie wypływają wcale z pandemii, bo Opera, że tak powiem, zawsze miała bardzo takie właśnie zasady, które, wiesz, pozwalają ci zachować...

[KRZYSZTOF] Ten słynny work-life balance, tak?

[JOANNA] Dokładnie, tak. Twoje pierwsze skojarzenie jest słuszne. Pandemia oczywiście zweryfikowała bardzo dużo rzeczy. Niemniej jednak pewne koncepcje wcale nie były dla nas nowe. Oczywiście bym powiedziała, że świat się zmienił po pandemii. To nie jest tak, że się nic nie zmieniło. Ale akurat dla Opery to nie były... nowe koncepcje, gdzie trzeba pogodzić po prostu wiele potrzeb, aby wciąż pracować zdalnie jako zespoły.

[KRZYSZTOF] Tak, no i pracować też nad jakąś wspólną misją. Właśnie a propos tej misji, co jest misją Opery dzisiaj? Bo ona się zmienia, nawet Aria, o której za chwilę pogadamy, to pokazuje, że dosyć dynamicznie się też zmienia i potrafi dostosować do tego, co jest na ten moment potrzebne użytkownikom.

[JOANNA] Dokładnie i w zasadzie to mogłabym tak powiem, bo to jest trochę tak, żebyśmy nie zagłębiali się w definicję misji, bo na pewno to nie jest najciekawsze, ale kurczę, świat się zmienia. Nawet na samym początku, jak powiedziałaś, właśnie wiesz, rok 96, później jeszcze coś, później jeszcze coś, to nawet nie patrząc na Operę, ale po prostu jak dynamicznie internet się zmienia, albo jak się zmienia to, w jaki sposób ludzie cieszą się tym internetem, bądź go używają, bądź jakieś mają dramaty tam też.

To, co na pewno charakteryzuje Operę, czy jej misję, nie ze względu na słowa, które tam dobieramy, tylko raczej na takie podejście, że kurczę, świat biegnie szybko do przodu, więc musimy pracować tak, żeby na nim nadążyć, bądź go nawet czasem wyprzedzać. I ja myślę, że naszą misją jest po prostu to, że po pierwsze obserwujemy jak ludzie korzystają z internetu, obserwujemy jakie siły tym światem, że tak powiem, jak go współtworzą bądź zmieniają w danym momencie i staramy się też zrozumieć co jest potrzebne użytkownikom bądź czym ich zaskoczyć. Więc jeżeli oczywiście w zeszłym roku był wielki boom i generatywna sztuczna inteligencja po prostu opanowała naszą wyobraźnię, to zawsze się przeglądamy nie tylko trendom, bo trendy też mogą przeminąć, ale nowym technologiom i zastanowić się, jak się to przekłada na funkcje w przeglądarce. Ja myślę, że sam fakt w ogóle, że już od kilku lat mamy Operę GX dla graczy, to jest jakby najlepsze potwierdzenie, gdzie my rozumiemy, że pewni użytkownicy, bądź pewne segmenty, bądź grupy użytkowników, oni mają na coś zajawkę i oni w dany czy inny sposób potrzebują mieć interakcję z internetem, bądź z różnymi serwisami i chyba to jest taką naszą misją. My wiemy, że jest dana grupa, która lubi robić pewne rzeczy w ten, a nie w inny sposób przeglądarce i nie boimy się tego adresować.

[KRZYSZTOF] To jest też tak, że kiedy konkurencja na przykład może patrząc na skalę, że okej, ale my nie wiemy czy ta grupa będzie wystarczająco duża, to nie zaczniemy nowego produktu. Mając takie myślenie, wy jakby robicie i okazuje się na koniec dnia, że tylko wy macie przeglądarkę dla graczy, taką super dedykowaną, czyli ten GX, o którym wspomniałaś. O tym też opowiadałem w poprzednim odcinku. Z takich smaczków, które doceniłem, to na pewno używając i testując Opery, gdzieś tam jako totalny jabłko lub człowiek wychodzący się tylko z natywnych rozwiązań Apple'a, to są takie rzeczy, którymi Wy się bawicie w sposób również wizualny. Dla przykładu pionowe przyciski okna na macOS, no nie zamiast standardowego poziomego układu i wiesz, nie trzeba być dużym *fanboym*, ale zwykłym użytkownikiem na przykład tej platformy, żeby docenić coś takiego, że jakby kurczę, ktoś na to wpadł! Wiedział, że może i więc skoro może, to

to zrobił. I już jest jakiś element wizualny inny. A jeszcze dodatkowo on współgra tak UX-owo z tą lewą stroną okna przeglądarki, która jest dla Was szalenie kluczowa. W sensie tam się dzieje najwięcej.

[JOANNA] Pasek boczny.

[KRZYSZTOF] Tak, pasek boczny. Niektórzy by powiedzieli, że ten lewy pasek boczny jest super przeładowany, ale z drugiej strony jest tak przeładowany, jak użytkownik sobie go skonfiguruje. On może mieć tam dwie ikonki, a może mieć ich dużo więcej. Więc to jest taka elastyczność, którą na przykład ja mega doceniam. No i gdzieś w tym wszystkim jeszcze jest słuchanie głosu użytkowników i informacji zwrotnej, o której ty wspomniałaś. Wy macie teraz Opera One, macie Opera GX i macie te mobilne wersje. Jak ty widzisz na styku rozwoju tych wszystkich produktów, trudność pogodzenia tego wszystkiego, no bo to nie jest jakby, wiesz, tajemnica, że Opera na iOS czy iPadOS, no nie ma tego wszystkiego, co ma na macOS, no nie, on musi być z *defaultu*, ta mobilna wersja nieco bardziej okrojona, no bo też nie wszystko się da zmieścić, nie? Jak to godzicie? Jak gadacie o tym, nie? Na spotkaniach na przykład, wiesz, bo to jest szalenie fascynujące dla mnie, nie?

[JOANNA] Wiesz co, to bardzo zahaczę o naszą kulturę, ale warto też sobie powiedzieć jedną rzecz, bo to jest świetne pytanie, że w zasadzie trudno się nazywać menedżerem, my jesteśmy bardziej liderami i to oznacza, że zarządzamy dynamiką, nie zarządzamy projektem, nie zarządzamy ludźmi.

Tylko dynamiką tworzenia produktów. I teraz tak, jest to trudne, dlatego że chcąc, nie chcąc, mimo że bardzo blisko pracujemy ze sobą, mimo też różnych lokalizacji, to dany produkt dedykowany na daną platformę ma po prostu tą dynamikę inną. I to wiesz, to już są takie technikalnia typu, jak często możemy publikować, wiesz, *update'y* i nowe wersje i tego typu rzeczy. Niemniej jednak wrócę do tej kultury naszej Operowej, dlatego że nasze zespoły też współpracują ze sobą bardzo dynamicznie i o ile bardzo nie lubię określenia, wiesz, płasko organizacja, bo ja nie wiem, czy jakaś firma rzeczywiście bardzo płasko ma, to może wszystkich zaskoczę, że nierzadko mamy spotkania, gdzie na danym spotkaniu jest ktoś, kto ma tytuł EVP, bądź jakby ma *executive level*, jest na przykład ktoś typu Product Director jak ja. Jednocześnie cała masa od *managerów* po *designerów* czy *engineering leaderów*, czy w ogóle deweloperów. My patrzymy na to, jakie mamy dzisiaj zagadnienie, jaki mamy problem i albo rozmawiamy, albo robimy warsztaty

w którejś z lokalizacji, bo jesteśmy chyba bardzo tacy skoncentrowani na tym, co jest do zrobienia i uwielbiamy chyba łączyć umiejętności i doświadczenie z wszystkich, bo tak jak wspomniałam na początku, moje 10 lat to nie jest jakieś wielkie osiągnięcie. Mamy sporo osób wokół 20 lat więcej lub mniej.

[KRZYSZTOF] A to już jest sporo w dzisiejszych czasach!

[JOANNA] Tak, już bardzo sporo. Dlatego te zespoły nazywam dynamicznymi, ponieważ oczywiście formalnie budujemy je wokół jakiejś, że tak powiem, roli. Ale tak naprawdę to szalenie stawiamy na połączenie tej różnorodności, wiesz, i tego doświadczenia, więc to nam daje też tą szybkość, gdzie coś nowego się pojawia, coś się zmienia, zbieramy się wszyscy razem i patrzymy, jak możemy coś zaadresować. Zresztą tak było w zeszłym roku z Operą One, gdzie, wiesz, kiedy AI wybuchł jak szalone, to tak naprawdę spotkaliśmy się wszyscy i osoby od sztucznej inteligencji i bardzo dużo inżynierów ze strony produktu, *designerów*, marketing, jakby wszyscy i postanowiliśmy przebudować naszą przeglądarkę w dość odważny sposób, tak aby zrobić miejsce, przestrzeń i w ogóle taki fundament na szybkie innowacje właśnie we wdrażaniu sztucznej inteligencji. Stąd Opera One i Aria w zeszłym roku to był w ogóle dla nas wewnętrzny, bardzo duży taki, że tak powiem, nowy rozdział otworzony.

[KRZYSZTOF] Jak zaczynaliście nad Arią pracować, bo wspomniałaś o tym waszym silniku, to też jest znamienne, że jakby nie chcieliście tego zrobić na wczoraj, wykorzystując chociażby modele OpenAI, ale po waszemu. I to, że ona jest zagnieżdżona po lewej stronie też nie jest pewnie przypadkiem, bo wszystko jest tam zmieszczane. W związku z powyższym interakcja z asystentem jest tak samo naturalna jak z czymkolwiek, co sobie tam użytkownik przypnie. Jeszcze raz podkreślę, nie oznacza, że trzeba tam mieć przypięte wszystko. A podkreślam to dlatego, że sam kiedyś się bałem takich, wiesz, przeładowanych rzeczy, no ale jakby to dosyć łatwo wychodzi na poziomie setupu też pierwszego, że jakby wy też macie te tute swoje, które prowadzą użytkownika pierwszy raz i to jest pomocne.

[JOANNA] Tak, znaczy zdecydowanie ten pasek boczny to jest taki nasz cukierek, dlatego że on służy do rzeczy, które robisz często w ciągu dnia i rzeczywiście, jeżeli ktoś jest użytkownikiem na przykład któregoś z komunikatorów jak WhatsApp, no to te osoby po prostu nie mogą już bez tego żyć. I to jest trochę tak, że strona stronie jest nierówna, więc jakby WhatsApp, czy Aria, czy jakiś Spotify na przykład w karcie jest po prostu nie tym miejscem, bo ty chcesz na chwilę to otworzyć, kliknąć, wyjść.

Więc rzeczywiście ten pasek boczny jest takim cukierkiem. Natomiast nawiązałaś do naszego silnika i myślę, że to jest taki aspekt, który bardzo lubimy podkreślać, dlatego że żeby na tak dużą skalę, wiesz, opera jest... między wielkimi gigantami, z którymi też w różny sposób współpracujemy, a między całą masą firm. Jesteśmy takim trochę innym rodzajem firmy, dlatego że nie jesteśmy tym *Big Techem*, możemy poruszać się znacznie szybciej, a jednocześnie mamy tak dużo użytkowników, że ta odpowiedzialność za to, co im dostarczamy jest po prostu ogromna. I to było dla nas naturalne, że jeżeli chcemy i dać serwis, jak tylko urosło zainteresowanie serwisem ChatGPT, to było dla nas oczywiste, że jeżeli chcemy dać podobny serwis naszym użytkownikom i jeszcze zacząć integrować sztuczną inteligencję w przeglądarce stopniowo, to musimy mieć pewność, że kontrolujemy sztuczną inteligencję, no bo to jakby, wiesz, taki świeży LLM, taki bez żadnych filtrów, to jest tylko fajna zabawa. Dlatego lubię zwracać uwagę na to, że nasz zespół od Arii zbudował własny silnik, który może wpinać moduły OpenAI, może wpinać moduły innych aplikacji, innych firm, z którymi współpracujemy. To był nasz cel. W sensie to rozwiązanie, które jest najlepsze na rynku, możemy w danym momencie wykorzystać bądź do pewnych funkcji. Niemniej jednak nasz silnik ma całą rzeszę modułów, która sprawia, że to jest bezpieczne, że to jest w taki, a nie inny sposób dostarczane już w przeglądarce.

[KRZYSZTOF] Z punktu widzenia użytkownika, to też mówiłem właśnie [w recenzji](#), że jakby Aria taka *defaultowo* odpalona, no nie wiesz, bez żadnych tam wpiąć w OpenAI, po prostu Aria jako Aria, wasz silnik, nie? OK, może jest ciut wolniejsza, jeżeli chodzi o oczekiwanie na odpowiedź, niż na przykład ChatGPT, ale jak już ta odpowiedź przyjdzie, to ona bardzo często jest podana w tabelach, w takich klarownych tabelach, gdzie ja rozumiem, co jest w tej odpowiedzi, tam jest konkret sam, tam nie ma wodolejstwa. I to jest znacząca różnica. Na przykład ja kilka takich specjalnie fraz czy promptów wpisałem, żeby sprawdzić, czy mi się to nie wydaje, albo czy to nie był przypadek i widzę, że Aria działa tak, że stara się zbierać w taki uładzony, zrozumiały dla każdego, bardzo często właśnie tabelaryczny sposób odpowiedzi i to jest super. Na przykład mega to doceniam.

[JOANNA] Bardzo mi miło i rzeczywiście właśnie teraz dotykasz tej warstwy naszego silnika, o której wspomniałam, że to jest tak naprawdę ten *user experience*, który chcemy, może kontrolować to jest takie niefajne polskie słowo, ale który chcemy tworzyć z jakimś takim zamysłem. Więc już nie mówiąc o tym, że jak jeszcze ChatGPT nie miało dostępu do web, czyli jakby obecnych informacji, no to

my to już mieliśmy, ale do tego dochodzi wiesz, że moduł, który decyduje też o tych rzeczach, kiedy szukać, kiedy nie szukać, to są bardzo ciekawe rzeczy i dlatego jakby nasza Aria potrzebowała silnika, niezależnie od tego, czy LLM pochodzi od tego, czy od tego partnera, bo za jakby *user experience* w przeglądarce jesteśmy my odpowiedzialni.

[KRZYSZTOF] No i to widać. Jak już jesteśmy przy UX, to jeszcze pogadajmy o Tab Islands, bo one są bardzo ciekawym rozwiązaniem, w sensie takim rozwiązaniem, że aż dziw bierze, że na przykład Safari tego nie ma, tak już patrząc czysto z punktu widzenia apple'owskiego UX, no bo to jest dosyć oczywiste. Mam kilka kart, które na przykład dotyczą mojej działalności, nie wiem, przy podcaście i to są przeważnie te same karty, no to jest strona podcastu, tam strona statystyk, nie wiem, jakieś tam paru narzędzi jeszcze, nie? No to co zrobić, skoro i tak mam to zawsze otwarte, no to najprościej by było to zwinąć, ale jednakowoż nie zamykać, nie? Dokładnie to robią te *taby* wasze i jest to fantastyczne, nie? W sensie to też takie rozwiązanie, że kurczę, coś oczywistego i wy to wprowadzacie, wiesz, po prostu nagle się okazuje, że to jest *key feature*, nie? Ale mówię, jest oczywiste z punktu widzenia użytkownika. Mnie to mega zdziwiło, że tak oczywistej rzeczy nie ma gdzie indziej. Jest super, no to także doceniam to.

[JOANNA] Bardzo mi miło i cieszę się, że coś jest dla Ciebie funkcjonalne. Wiesz co... Tak jak wcześniej wspomniałeś w ogóle, czy dotknęliśmy tematu *feedbacku* od użytkowników, to jakby zbieranie *feedbacku* użytkowników z przeróżnych źródeł to jest jedno zadanie, przefiltrowanie tego to jest drugie zadanie, ale jakby my naprawdę szanujemy też to, że nie tylko jakby widzimy grupę użytkowników, którzy wiesz, są miłośnikami *workspace'ów*. Oni mają ich dziesięć i ja naprawdę to podziwiam w ogóle! Ja sobie z dwoma *workspace'ami*, czyli kontekstami bardzo dobrze radzę. Widzimy, że *userzy* się grupują właśnie w takie klastry, które ewidentnie lubią te, a nie inne *feature'y*. Ale bądźmy szczerzy, jesteśmy też wszyscy ludźmi i wiesz, dzisiaj czujesz, że ogarniasz życie i jesteś super zorganizowany, a jutro po prostu przychodzi zmiana czasu i po prostu nagle przeglądarka jest już za bardzo skomplikowanym, wiesz, softwarem dla Ciebie.

[KRZYSZTOF] Dokładnie tak.

[JOANNA] I to jest takie bardzo human podejście z naszej strony. My mamy bardzo dużo *feedbacku*: „Hej, chcę lepiej organizować karty [...] Hej, nie chcę tego

*i tamtego*”, ale gdzieś szukaliśmy takiego rozwiązania, które będzie, raz, nie będzie narzucać jakiejś teorii, że istnieje tylko jeden sposób przeglądania internetu.

[KRZYSZTOF] To słynny problem programów GTD, nie? W sensie może być produktywny tylko w naszej aplikacji, bo w każdej innej twoje życie się zwróci do góry nogami i nie wstaniesz...

[JOANNA] Dokładnie! Więc Tab Islands, czyli to takie bardzo, bym powiedziała, intuicyjne grupowanie kart. Według kontekstu bądź sposobów, jakie otwierasz, bądź sposobów, jakie sobie po prostu sam połączysz, uznaliśmy po prostu na takie bardzo elastyczne, które powinny odpowiadać potrzebom wielu użytkowników, którzy nie chcą myśleć o organizacji tabów, bo po prostu tego nie lubią, bądź tacy, którzy w ogóle o tym nie myślą i nagle mają po prostu kilka kontekstów pogrupowanych.

[KRZYSZTOF] To też jest fajne, że jesteście otwarci w ogóle na ten *feedback*. Ja też nie ukrywam, że po swoich testach podeślę parę takich pomysłów czy też zgłoszeń.

[JOANNA] Super, czekamy!

[KRZYSZTOF] Początki testerskiego życia w IT jednak ciągle żywe. Więc na pewno. Natomiast mało firm to robi. Jednak nie oszukujmy się, bardzo dużo firm wybiera tę strategię, że żeby się wyróżnić to my musimy powiedzieć, że odkryliśmy świat na nowo i trwać przy tym do momentu, kiedy się wyskalujemy, a dopiero później łaskawie może się otworzymy na jakiś *feedback* i bardzo często to później jest już za późno. To GX pewnie jest świetnym tego przykładem, no bo gdybyście się nie otworzyli na *feedback* pod tytułem domyślam się, ja tego jeszcze nie wiem.

[JOANNA] Zdecydowanie!

[KRZYSZTOF] No to naprawdę trzeba mieć odwagę, żeby się na taką grupę jak gracze otworzyć. Zresztą pozdrawiam z tego miejsca Michała Pisarskiego, bo widziałem jego [recenzję GX-a](#) i uśmiełem się oczywiście do łez, a przy okazji to jest właśnie przykład tej idealnej grupy docelowej tego produktu.

[JOANNA] Wiesz co, to jest też ciekawy taki aspekt, gdzie niewiele jest firm, które żyje razem z internetem te prawie 30 lat.

Internet jest sam w sobie technologią starszą, ale jakby... że tak powiem, ten dla użytkowników – to jest trochę tak, że najtrudniejsze chyba w tym wszystkim jest to, że uwielbiamy dawać nowe rzeczy użytkownikom i ich słuchać i też tworzyć pomysły. Niemniej jednak, wiesz, wyzwaniem jest to, że przeglądarka to jest przede wszystkim bezpieczne przeglądanie internetu, to musi być stabilny produkt. Więc oczywiście ta nasza prędkość jest zawsze też kompromisowana przez ilość energii, którą też wkładamy na jakość produktu. Ale jesteśmy nerdami przeglądarek, więc dla nas tworzenie nawet jakiejś małej, nowej rzeczy dla użytkowników jest po prostu super inspirujące.

[KRZYSZTOF] Ale szczerze to widać, że jesteście tymi nerdami, bo korzystając z Chromium bardzo często zostaje się na poziomie tego protoplasty, czyli Chroma, a opera działa o wiele szybciej niż myślny Chrome, że to w ogóle nie ma dyskusji pod tym, więc to też pokazuje, że jak się ma dobry fundament i dobrze zaplanuje budowanie na nim, to można bardzo ciekawy produkt rzeczywiście przed konkurencją wyprowadzić.

[JOANNA] Tutaj muszę podkreślić, że mamy cudownych inżynierów, bo to też są osoby wiele lat siedzące już u nas w Operze. To są nasi architekci. Ta nasza wymiana z Chromium to nie jest tylko *downstream*, to jest też *upstream*, więc my kontrybuujemy też. Ale tak, zdecydowanie masz rację i to jest, że tak powiem. Nie chcę nazwać tego kosztem, ale jeżeli rozmawiamy o tym, że Opera jest szybka, no to czy w ogóle szybko wprowadzamy innowacje, to trzeba sobie też powiedzieć, że właśnie mimo na przykład tego, że zaadresowaliśmy AI bardzo szybko, że w ogóle ostatnio ogłosiliśmy program tzw. *Feature Drops* i co 2-3 tygodnie wrzucamy w Operze One, w deweloperze nowości. Cały czas, tydzień w tydzień nasz ogromny zespół inżynierów pracuje właśnie nad tym, aby to Chromium przystosowywać do tego UX, który nam się marzy dla naszych użytkowników i to jest ciężka praca.

[KRZYSZTOF] O tym DNA też ludzie zapominają, bo widzą Chromium i myślą, a dobrze, no to wzięli gotowy produkt. Zupełnie nie o tym historia. Zupełnie nie o tym historia.

[JOANNA] Tak jest.

[KRZYSZTOF] To jeszcze na koniec bym Cię podpytał o takie spojrzenie, jak już o tych nowościach mówisz, na komputery jutra trochę. Jesteście dostępni zarówno na urządzenia Apple, jak i na środowisku Windows, Android, a nawet Linux. No

i takie nowości jak komputery przestrzenne, mam na myśli oczywiście Apple Vision Pro i visionOS w ogóle, wypuszczony w tym roku. Pewnie na *roadmapie* Opery, nawet jak gdzieś daleko, to już przypuszczam, że się znajdują, no bo kurczę, ktoś musi te przeglądarki na to robić. Też nie zakładam, że na przykład sprawa umrze po roku. Myślę, że nikt nie zakłada to.

[JOANNA] Wiesz co, oczywiście ja żadnej *roadmapy* zdradzać nie mogę, chociaż podejrzewam, że to byłaby bardzo ciekawa dyskusja z Tobą. Niemniej jednak, jasne, wiemy, że technologie i trendy to są fale. I teraz, wiesz, przede wszystkim jeżeli coś tworzymy, to tak jak już bardzo dużo rozmawiamy o użytkownikach, to jest jeszcze bardziej nakręcające, jeżeli to co wypuszczamy jest odbierane przez użytkowników i możemy się tak, wiesz, nakręcać pomysłami, ale też *feedbackiem* od nich. Zdecydowanie, tak jak wiesz, że tak powiem, to przestrzenne myślenie w ogóle o komputerze czy przestrzenne myślenie o internecie, to jest bardzo inspirujące dla użytkowników, a my po prostu budujemy, wiesz, zawsze gdzieś tam w backgroundzie budujemy tą Operę przyszłości złożoną z różnych technologii. Ja myślę, że warto też podkreślić, że AI tak samo, to nie ma kroków wstecz. To nie jest tak, że to zniknie. Jeżeli na przykład w zeszłym roku AI jakby to było niesamowite, że każdy mógł spróbować tej generatywnej strony sztucznej inteligencji. No to w tym roku jest to po prostu szukanie tego *user experience'u* dla AI. I my jak najbardziej skupiamy się na tym, jak dzisiaj *userom* to przeglądanie internetu jeszcze bardziej „ufajnić”, czy zmienić właśnie ze sztuczną inteligencją.

[KRZYSZTOF] Bardzo fajne słowo, „ufajnić”, no bo też na koniec dnia może się okazać, że jakby internet trochę sam będzie się wkrótce przeglądał, chociażby z pomocą Aii czy innego asystentów, to rzeczywiście wydaje się też dosyć naturalną drogą, no a być może kiedyś to my wejdziemy do tego internetu prawie literalnie w komputerach przyszłości, nie? Tego też się nie da wykluczyć.

[JOANNA] Tak, ja myślę, że zdecydowanie ty czy ja jesteśmy tak zwani *early adopters*, więc my się po prostu już nakręcamy po samym hasle. Niemniej jednak ja myślę, że naprawdę warto pamiętać, że taka surowa technologia, a taki zmyślny *user experience* to są naprawdę dwa etapy. Więc jakby rzucasz hasło jakiejś technologii, ja już mam po prostu mnóstwo myśli dla użytkownika. Natomiast dla użytkowników, którzy może nie są jakimiś bardzo, bardzo, bardzo wczesnymi *early adapterami*, oni mają swoje życie, oni mają swoje miłości, problemy, emocje, sprawy w ciągu dnia i oni na pewno są otwarci, żeby przeglądać internet i korzystać z niego znacznie lepiej, ale to musi być opakowane już w jakiś taki fajny *experience*.

[KRZYSZTOF] Tego też życzę, żebyście zachowali do samego końca, mam nadzieję, że on jeszcze długo, długo, długo nie nastąpi. To właśnie podejście tego takiego zdrowego otwarcia na użytkowników, na feedback przede wszystkim. Ja jestem człowiekiem, który od lat wierzy, że informacja zwrotna to jest absolutnie złoto niewycenialne. Więc tego Wam życzę i to też obiecuję sam od siebie dostarczyć. A Tobie wytrwałości, bo masz naprawdę zadanie niełatwe i życzę Ci, żebyś, nie wiem, nie chcę ryzykować stwierdzenia, że za 10 lat się spotkamy, jak już będziesz miała te 20 lat w Operze i pogadamy o tym, że siądziemy sobie może tak w wirtualnej Operze i pogadamy, aczkolwiek ładnie w sumie zabrzmiało. Ale życzę Ci wszystkiego, co najlepsze, żebyś też na tej drodze swojej jako dyrektor produktu rozwijała się i też... nie tylko spełniała oczekiwania klientów, ale też dawała ludziom przede wszystkim radość z tego, że tworzą ten produkt, bo myślę, że to jest potrzebne w takim obecnym biznesie do klienta skierowanym!


[JOANNA] Bardzo Ci dziękuję. Wcale bym się nie zdziwiła, jakbyśmy się spotkali za 10 lat. To nie jedna ja sama tworzę Operę. Są to cudowni ludzie i po prostu jako zespół mamy ochotę po prostu iść do przodu. Bardzo zachęcam oczywiście wszystkich do spróbowania Opery One i Arii. A przede wszystkim bardzo dziękuję Ci za rozmowę dzisiaj i za zaproszenie.

[KRZYSZTOF] Ja również dziękuję.

Zachęcam Was oczywiście do spróbowania. Również pełną recenzję znajdziecie w odcinku poprzednim, [numer 321](#). Bardzo jeszcze raz Asia dziękuję i do następnego razu.

[JOANNA] I ja robię Tobie również. Dzięki, cześć!

[MUZYKA]

*Raz jeszcze, na koniec, żeby nie umknęło. Przypominam, zostaw na [Apple Podcasts](#) lub na [Spotify](#) taką liczbę  gwiazdek, jaką uznasz za stosowną.*

*Do usłyszenia w kolejnym odcinku, a za dziś bardzo dziękuję.*

[MUZYKA CICHNIE – KONIEC ODCINKA]