06.11.2026 r.

#474

TRANSKRYPT ODCINKA

iPhone Duo kontra UI/UX i design użytkowy

Partnerami tego podcastu są: iDream.pl oraz EcoFlow.

Powyższe współprace są płatne.

🎄

Chcesz mnie także wesprzeć – odwiedź sklep, w którym czeka już **limitowana edycja kubków „Bo czemu nie?”** – w tym edycja świąteczna! Wejdź na boczemunie.pl/sklep/, a szczegóły w odcinku. Przedsprzedaż trwa tylko do 19 listopada, do 12:00.

[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.

Proszę, zostaw opinię na Apple Podcasts lub na Spotify. Twój głos ma znaczenie!

Zaczynamy.

[MUZYKA CICHNIE]

[KRZYSZTOF] Czołem, Moi Drodzy, witam Was bardzo serdecznie w kolejnym odcinku, w którym, zgodnie zresztą z danym słowem, zajmiemy się szerzej iPhone’em Duo – jakżeby mogło być inaczej. Po pierwsze dlatego, że minął kolejny tydzień mojej styczności z tym urządzeniem. Po drugie, zgodnie z tym, co mówiłem o moich planach związanych z omawianiem tego produktu, chcę się skupić nie na samej specyfikacji, ale na jego społecznym odbiorze i konsekwencjach tej premiery

dla szerokiego rynku. Myślę, że to dobre ujęcie tytułem wprowadzenia do tego odcinka.

W związku z tym mam dziś ze sobą gościa, który wie ode mnie o wiele więcej o projektowaniu interfejsów i o wzornictwie – nie tylko przemysłowym, ale przede wszystkim związanym z doświadczeniem użytkownika elektroniki. O tym sobie dzisiaj pogadamy.

Ale zanim to — najważniejsza sprawa na sam początek — świąteczny kubek „Bo czemu nie?“ i nowa wersja kultowego już „na spokojnie“ czekają w sklepie! Przedsprzedaż rusza 6 listopada i potrwa do 19 listopada do 12:00, aby zagwarantować Wam dostawę po 5 grudnia. boczemunie.pl/sklep.
Na pewno dotrą do Was te kubki przed świętami, więc śmiało możecie myśleć o nich w kontekście bliskich Wam osób.

Idą święta, okres, w którym króluje biel, więc tym razem postawiłem na minimalizm: kubki mają białe wnętrze, a także nowy kształt, jeszcze wygodniejszy niż poprzednie. Nadruk też się zmienił, jest teraz czytelniejszy i będzie służył jeszcze dłużej bez żadnych zmian koloru czy jakości. Sama ceramika także została zmieniona na trwalszą, więc przedświątecznie oferuję Wam coś, w co włożyłem kawał serca.

Świąteczny kubek, z czerwonymi akcentami, wprost każe technologii — nie przeszkadzać! To jest, moim zdaniem, ten najważniejszy dla nas, osób kochających technologię, przekaz przy końcu roku. Zamiast oglądać kolejne recenzje i toczyć wojenki, zostawmy na moment technologiczną bańkę. I ten kubek pomoże Wam o tym pamiętać! Waszym bliskim też.

Ma także akcent mi bliski. Jaki? Zapraszam do sklepu, obejrzyjcie zdjęcia i na pewno zgadniecie! boczemunie.pl/sklep. Chcecie mi zrobić prezent lub podziękować za moją robotę w tym podcaście i newsletterze? To aktualnie jeden ze sposobów.

Przedsprzedaż kubków — kultowego „na spokojnie“ oraz edycji świątecznej, która przez cały rok w sumie będzie skutecznie przypominać o tym, że technologia ma służyć Wam, a nie Wy jej — trwa od 6 do 19 listopada do 12:00. Kolejna okazja dopiero za rok!

Wracamy do gościa, ale zanim go przedstawię, chcę Wam jeszcze bardzo serdecznie podziękować za ciepły odbiór poprzedniego odcinka, a szczególnie sobotniego wydania newslettera „Bo czemu nie?" – nazywa się tak samo jak podcast. Jeśli jeszcze go nie czytaliście, zajrzyjcie do opisu aktualnie słuchanego odcinka albo pod adres boczemunie.pl/474. Znajdziecie tam także namiary na wspomniany przed momentem sklep i na wszystko, czego trzeba. Sprawdźcie, może to coś dla Was. A ja witam serdecznie, po raz trzeci w tym miejscu, Marka Olczyka-Brzezińskiego. Czołem, Marek!

[MAREK] Cześć wszystkim.

[KRZYSZTOF] Marek, miło, że wpadłeś, bo od naszej ostatniej rozmowy minęło 100 odcinków. To chyba dobry moment, żeby po pierwsze to podkreślić, a po drugie poprosić Cię o krótką aktualizację: co u Ciebie słychać i czym się aktualnie zajmujesz w życiu, bo czasy mamy, wiadomo, bardzo dynamiczne. I na koniec:
z jakich urządzeń korzystasz dziś, 3 listopada, kiedy to nagrywamy. Zaczynając od tej sekcji prywatno-półzawodowej, zamieniam się w słuch.

[MAREK] (śmiech) Dobra. W ogóle od ostatniego odcinka minął już ponad rok. Ostatnio gadaliśmy o Liquid Glass od Apple. Przez ten rok dużo się u mnie nie zmieniło. Cały czas pracuję jako UX designer, więc to jest u mnie stała. Oczywiście rynek i ogólnie cała branża bardzo się zmieniają, więc trochę obserwuję to sobie, na szczęście, z boku i pracuję na co dzień. Prywatnie natomiast mocno rozwijam UX Tygodnik, czyli mój cotygodniowy newsletter o user experience.

Ostatnio zrobiłem nawet, może nie pivot, ale rozszerzenie działalności. Patrząc na całą rewolucję AI i różne rzeczy związane z technologią, a także wracając trochę do moich korzeni – kończyłem studia z kognitywistyki ze specjalnością interakcja człowiek–komputer – chcę, żeby mój newsletter był newsletterem o interakcji człowiek–internet w ogóle. Bo to już nawet nie jest sam komputer, tylko coś szerszego: telefony i różne inne rzeczy. Z AI też korzysta się głównie przez internet, więc nazwałem to interakcją człowiek–internet. Idę szerzej, pokazuję więcej badań nad wpływem technologii na człowieka, zahaczam też o bezpieczeństwo. Bardzo wszystkich zachęcam, żeby po prostu subskrybować i czytać. Na pewno każdy znajdzie coś dla siebie, szczególnie że jeśli ktoś…

[KRZYSZTOF] Zrobię tylko od razu przecinek i powiem, że subskrybuję UX Tygodnik Marka chyba od samego początku. Powiem szczerze, że w obecnej formie znajdziecie tam naprawdę potężną dawkę nie tylko linków do ciekawych miejsc – każdy z tych linków jest też opisany, więc wiecie, czego się spodziewać po danym tekście polecanym przez Marka. Robię to zresztą u siebie. I nawet jeśli weźmiecie z tego, nie wiem, 25% – bo założę się, że więcej niż 30% raczej nie – to będą naprawdę wartościowe rzeczy i teksty. Marek nie poleca byle czego i za to po prostu chapeau bas, bo to jedno z nielicznych miejsc w sieci, w którym zamiast mnóstwa grafik i robienia czegoś naokoło jest sam konkret. Cenię to, co tworzysz. Między innymi dlatego występujesz dziś trochę w roli eksperta – nawet eksperta przez wielkie E.

[MAREK] Dzięki za te miłe słowa. Tak, właśnie chciałem powiedzieć, że z newsletterem jest trochę jak z dobrymi konferencjami. Nawet jeśli z jednego wykładu coś wyciągniesz, to już jest na plus. Z newsletterem jest tak samo: jest tam dużo linków, a ja je filtruję – odsiewam AI slop i mało wartościowe rzeczy. Jest więc po prostu dużo materiału i jeśli każda osoba wyciągnie z tego jedną, dwie rzeczy, jakieś nowe narzędzie – na przykład w ostatnim numerze było super narzędzie do audytów dostępności – to zawsze jest na plus. Bardzo, bardzo zachęcam.

Jeśli chodzi o urządzenia i setup, od naszej ostatniej rozmowy zmienił się u mnie tylko iPhone. Kupiłem w tym roku osiemnastkę Pro i jestem bardzo zadowolony. Jestem jedną z tych osób, które wymieniają telefon po prostu co kilka lat, i dlatego kupiłem topowy model, żeby starczył na kolejne parę lat.

[KRZYSZTOF] Z którego się przesiadłeś?

[MAREK] Z 13 Pro.

[KRZYSZTOF] O, to solidny upgrade.

[MAREK] Tak, tak, tak. Myślę, że kolejny upgrade będzie już szybciej niż po pięciu latach, ale na pewno bardzo odczułem zmianę aparatu, szczególnie w zaciemnionych miejscach. Nagrywamy to w listopadzie, więc odczułem już krótsze dni – kiedy chcę robić zdjęcia po południu, jest o wiele lepiej. Jestem więc bardzo zadowolony. Jeśli chodzi o zmiany sprzętowe w domowym biurze, to głównie biurko – ostatnio bardzo dobrze sprawdza mi się standing desk. Tak

sobie myślę, że więcej zmian sprzętowych w sumie nie mam. Można powiedzieć, że jestem raczej z tych minimalistów.

[KRZYSZTOF] Dobrze, to trafił swój na swego. Oczywiście linki do poprzednich rozmów z Markiem zostawiam Wam w opisie odcinka, który tak naprawdę dopiero rozpoczyna się na dobre. Nie przedłużając, przejdźmy do wątku numer jeden, czyli wyników finansowych Apple za ostatni kwartał fiskalny tego roku. Powiem tak: blisko 479 miliardów dolarów rocznych przychodów i ponad 132 miliardy czystego zysku. Apple zakończyło więc ten rok fiskalny najlepszymi wynikami w swojej historii. To chyba już jakaś reguła. Oczywiście nic nie trwa wiecznie, ale jednak to spektakularne osiągnięcie, zwłaszcza że były to pierwsze wyniki i pierwszy call z inwestorami z udziałem Johna Ternusa w roli prezesa.

Przychody wyniosły 114,5 miliarda dolarów, co oznacza wzrost o, tak na oko, niecałe 12% w porównaniu z czwartym kwartałem roku obrotowego 2025. Marża brutto wyniosła 54,8 miliarda dolarów, czyli niecałe 13,5% wzrostu, a zysk netto 30,7 miliarda dolarów, co oznacza wzrost o prawie 12%. Coś niesamowitego. Zanim przejdziemy do poszczególnych kategorii produktów, warto od razu dodać, że rozwodniony zysk na akcję wyniósł 2,10 dolara, co oznacza wzrost – powiem dokładnie – o 13,5% rok do roku.

A patrząc na kategorie produktów, Moi Drodzy: iPhone rzecz jasna dowozi. Przychody wyniosły 57,6 miliarda dolarów, czyli 17,5% więcej rok do roku, a iPhone stanowi 50,3%, czyli nieco ponad połowę całego tortu przychodów firmy. Nadal więc dominuje, ale skutecznie podgryzają go przede wszystkim usługi, do których zaraz przejdę. Analitycy spodziewali się minimalnie wyższego przychodu z iPhone'a, ale pamiętajmy, że te wyniki nie obejmują jeszcze wprowadzenia Duo ani nowych flagowców. Jeśli więc chodzi o wyniki za pierwszy kwartał fiskalny 2027, które obejmą kalendarzowy kwartał świąteczny – przypominam, że kwartał fiskalny to nie to samo co kalendarzowy – to patrząc na dostępność Duo, o której jeszcze dziś trochę powiemy, zapowiada się raczej historyczny rekord.

iPady: 6,2 miliarda dolarów, czyli spadek, i to, jak mi się wydaje, historycznie naprawdę srogi, bo o 10,7% rok do roku. iPad stanowi w tym momencie 5,4% całkowitych przychodów Apple. Tu się na chwilę zatrzymam, Marek, bo z iPadem jest, mówiąc kolokwialnie, na dwoje babka wróżyła. Nie mieliśmy odświeżonych iPadów Pro od wiosny, co jest zupełnie normalne, bo taki jest ich cykl wydawniczy. Ale zupełnie odświeżono podstawowego, edukacyjnego iPada. Dostaliśmy też

odświeżonego mini, na którego większość ludzi raczej psioczy, niż go chwali, bo ekran nie ma 120 Hz ani ProMotion, choć urządzenie dostało OLED-a, o czym już mówiłem. Jest chude, cienkie i w przekazie Apple mogłoby spokojnie uchodzić za alternatywę dla Kindle'a, ale to się nigdy nie stanie ze względu na iPhone'a Duo – o tym jeszcze pogadamy. W każdym razie sytuacja z iPadami jest dziwna.

[MAREK] Tak, mnie to też… Zastanawiam się, czy jest tu jakiś wątek branży kreatywnej, jakiegoś spadku w branży kreatywnej. Ciężko powiedzieć, ale z mojej perspektywy to duży i bardzo ciekawy spadek. Może, jak mówisz, po prostu czekamy na nowy model, ale to chyba nie tłumaczyłoby aż takiego spadku.

[KRZYSZTOF] No bo zobacz, jest jeszcze jedna opcja. Ja na przykład mam iPada Pro z M4, tego pierwszego z tandem OLED-em. Jest niezerowa szansa, że twórcy, tak jak ja, po prostu nie wymienili tych urządzeń, bo nasze urządzenia starczają na coraz dłużej, a firma doskonale o tym wie i zdaje sobie z tego sprawę. Bo sam doskonale wiesz: po co komuś, kto rysuje w Procreate czy robi cokolwiek innego, coroczna wymiana procesora w iPadzie Pro albo Apple Pencila? Nie ma czego wymieniać, nie?

[MAREK] Dokładnie, dokładnie.

[KRZYSZTOF] Myślę więc, że chodzi raczej o to, że te urządzenia są coraz bardziej długowieczne. Czy to problem dla Apple? Raczej nie, bo motorem napędowym nadal jest iPhone i jeszcze wiele lat będzie. Zrobię teraz mały wyjątek i odejdę od sprzętu, bo usługi, Moi Drodzy… To był kolejny kwartał, w którym usługi zanotowały rekord: 31,6 miliarda dolarów przychodów, czyli wzrost o 9,8% rok do roku. Usługi stanowią w tym momencie 27,6% całkowitych przychodów firmy z Cupertino. Niesamowite, i to tylko rośnie. Nie mówiąc już o umowie z Formułą 1 i o całym rynku Stanów Zjednoczonych, na którym Apple ma wyłączność. Szczegółów oczywiście nie podano, ale przypuszczam, że przychody z Apple TV po tym dealu z F1 również drastycznie wzrosły. Wydaje mi się też, że urządzenia generalnie potrafią coraz więcej, a motorem napędowym jest tu iCloud. Co by nie mówić o Apple – od ponad 11 lat iCloud za darmo to śmiesznie mało, chyba tylko 5 GB. Wszyscy na to psioczą, wszyscy się z tym pogodzili i wszyscy na potęgę dokupują iClouda, nie? To trochę samospełniająca się przepowiednia, tak mi się wydaje, Marek, nie?

[MAREK] Chciałbym zobaczyć bardziej szczegółowe dane o Apple TV, nie wiem, czy je opublikowali, bo moim zdaniem to obecnie najlepszy streaming pod względem jakości produkcji. Wymieniając chociażby tegoroczne „Widow's Bay", czyli po polsku „Wdowia zatoka", horror komediowy, albo moje ukochane „Kulawe konie", które mają już szósty sezon, a z tego, co wiem, potwierdzili chyba już nawet ósmy. Jakość tych seriali jest naprawdę niesamowita. Jestem ciekaw tych wyników. I tak jak mówisz, iCloud: kręcimy coraz więcej, w coraz lepszej jakości, to zajmuje coraz więcej miejsca, a darmowego limitu iClouda nie zwiększyli, więc dyski zapełniają się coraz szybciej. Przecież nawet w bazowych komputerach zwiększyli pamięć z 256 do 512 GB, bo z podstawową pamięcią już ciężko się wyrobić. Myślę, że po prostu nie chcą sobie odcinać tego zarobku.

[KRZYSZTOF] Trochę kura znosząca złote jajka, nie?

[MAREK] Ten iCloud. Tak, tak.

[KRZYSZTOF] To na pewno. Imponujące, Moi Drodzy. Apple w żaden sposób nie publikuje szczegółowych danych dotyczących Apple TV, ale z tego, co docierało z rynku od różnych analityków, platforma cały czas pnie się w górę i chyba przebiła już udział w rynku Disneya, czyli Disney+. To coś niesamowitego. Trzeba powiedzieć, że choć nie byli pierwsi – byli ostatni – i nadal nie mają największego katalogu, to krytycy i zwykli użytkownicy, w tym ja czy Marek, jak doskonale wiecie od lat, są raczej zgodni co do tego, że platforma stoi jakością i pewnym szacunkiem do widzów. A jeśli doliczy się do tego cenę Apple TV, które jest w sumie rozdawane za darmo, bo Apple może sobie na to pozwolić – oczywiście w cudzysłowie – to cena subskrypcji względem Netflixa jest żadna.

[MAREK] Tak, tak. Chciałem powiedzieć, że za Apple One dla jednej osoby płacę chyba mniej niż połowę tego, co za Netflixa. Za Netflixa płacę, no, za jakiś lepszy pakiet, więc to w ogóle nic.

[KRZYSZTOF] To jest kilka usług, nie?

[MAREK] Tak, tak, tak. W ogóle muzyka, gry – akurat z gier nie korzystam – ale Apple Music jest super. Chciałem na sekundę wrócić do sprzętu, bo widzę, że sprzedaż Maców wzrosła o prawie 25%. Myślę, że główna zasługa to pewnie Maki mini i AI, bo to po prostu stało się podstawową maszyną do kupowania, do zabawy z AI i z własnymi agentami.

[KRZYSZTOF] No tutaj racja – przede wszystkim Maki mini.

[MAREK] Z M6 i M5, ale też Maki Studio, które również są kupowane na potęgę, na przykład do analizy danych na dużą skalę.

[KRZYSZTOF] Mamy 10,8 miliarda dolarów przychodów z Maca, czyli faktycznie prawie 24% więcej rok do roku. Mac stanowi teraz 9,5% całkowitych przychodów firmy. To nie jest mało. Powiedziałbym nawet, że nie pamiętam, kiedy Maki stanowiły tak duży kawałek tego tortu apple'owych przychodów.

[MAREK] Nie no, na maksa. Musieli też podnieść ceny, bo rosną ceny podzespołów, ale przecież nie wyrabiają z zapotrzebowaniem na Maki mini. Wiem, że w pewnym momencie się wyprzedały, praktycznie zniknęły z rynku.

[KRZYSZTOF] Bardzo ciekawe czasy, bardzo ciekawe. Coś nam jeszcze zostało? Tak, wearables, czyli urządzenia do noszenia, w których głównym motorem przychodów są Apple Watch i AirPodsy. Z tego, co tu widzę, mamy 8,3 miliarda dolarów przychodu, czyli spadek o 7,3% rok do roku. Kurczę, czy mnie to jakoś martwi? Szczerze mówiąc, nie wiem. Może to klątwa wiedzy, ale kiedy rozglądam się po ulicy – w większości miejsc w Europie, może nie w Azji, ale w Europie na pewno – nie wiem jak Ty, Marek, ale ja widzę na nadgarstkach tylko Garminy albo Apple Watche i same AirPodsy. Nie wiem więc, czy dzieje się tu coś złego. Szczerze mówiąc, wątpię.

[MAREK] No właśnie, raczej nikt nie wymienia AirPodsów co roku. Oczywiście one też nie wychodzą co roku. Podobnie Apple Watch – wątpię, żeby ktoś musiał albo chciał wymieniać go co roku.

[KRZYSZTOF] A AirPodsy… Spotykam nawet ludzi z AirPodsami pierwszej generacji, tymi długimi, i to jakimś cudem nadal działa, nie? Uśmiecham się, bo to dla mnie śmieszne, ale faktycznie wciąż mijam takie osoby na ulicy. A kiedy spojrzy się na ceny tych słuchawek, zwłaszcza tegorocznego modelu 5, czyli nieco ponad 500 zł, to, kurczę, nie jest zła cena jak na to, co AirPodsy już potrafią. Powiedziałbym, że w ekosystemie trudno znaleźć alternatywę.

[MAREK] Jeśli ktoś ma więcej niż jedno urządzenie, na przykład komputer i iPhone'a albo iPhone'a i iPada, to AirPodsy stają się po prostu genialnym rozwiązaniem.

Nawet połączenie AirPodsów z Apple Watchem – przecież to coś super do biegania. Od roku nie mam Apple Watcha, bo mi się zepsuł, a nie potrzebowałem do niego wracać. Ale pamiętam, że kiedy go miałem, biegając, słuchałem na słuchawkach audiobooków z Apple Watcha. Super rozwiązanie.

[KRZYSZTOF] To prawda. Jeśli chodzi o zapowiadany rzekomy kryzys z Chinami kontynentalnymi, żadnego kryzysu nie ma. Wychodzi na to, że w ostatnim kwartale Apple osiągnęło prawie 18 miliardów dolarów przychodów w regionie obejmującym Chiny kontynentalne, Hongkong i Tajwan. Wszystko wygląda tam okej. Rok wcześniej było o 3 miliardy mniej, więc to całkiem solidny wzrost, o mniej więcej 21%. Jeszcze ciekawiej wygląda cały rok fiskalny, bo przychody wzrosły tam tak naprawdę o 28%. W Europie, która jest dla Apple największym rynkiem po USA, kwartalne przychody również wzrosły, o 11,5%. Maszyna jest więc chyba dobrze rozpędzona, a zaplanowana od wielu, wielu lat zmiana władzy przeszła absolutnie gładko. Widać też, że Apple cały czas wydaje kupę pieniędzy na badania i działy R&D – Ternus pochwalił się nawet, że to 125 milionów dolarów dziennie.

[MAREK] Przepotężne pieniądze.

[KRZYSZTOF] I chyba tyle o wynikach finansowych. Tak mi się wydaje, bo wszystko zmierza ku dobremu i ku kolejnym rekordom. Zobaczymy, na ile w kategorii iPhone namiesza sprzedaż iPhone'a Duo, bo to dużo nam powie. Póki co mówią, że nie wyrabiają z produkcją i nie wiadomo, kiedy poprawią się czasy dostaw, ale robią, co mogą, żeby temu zaradzić. Tak samo jak – co podkreślił chyba z 10 razy – kryzysowi z bardzo małą liczbą pękających ekranów w iPhone'ach Duo. Wychodzi więc na to, że to jakaś jedna wadliwa partia, może dwie.

Znam też przypadki z Polski: ludzie faktycznie wyjęli telefon z pudełka i po pierwszym włączeniu ekran był już strzelony, więc coś z produkcją faktycznie jest tu nie tak. Rozmawiamy też z zaprzyjaźnionymi serwisami znad Wisły i pojawiły się w nich pierwsze takie osoby. Apple oczywiście wymienia te urządzenia na nowe – Ternus powiedział to też na callu z inwestorami. Zobaczymy w każdym razie, jak to się skończy.

[MAREK] Moim zdaniem nie da się uniknąć takich sytuacji, serio.

[KRZYSZTOF] Można tu mówić, że wiesz, Samsung był pierwszy i od lat ma te ekrany i tak dalej, ale jak się pogrzebie na Redditach, to u Samsunga też się zdarzały…

[MAREK] Tak, tak. Przecież jeśli spojrzymy na skalę produkcji takiego urządzenia, wiadomo, że nie powstaje ono w jednej konkretnej fabryce. Nawet jeśli to jedna fabryka, to nie jedna linia. Albo dostawcy – wystarczyło, żeby w innej fabryce źle wyprodukowano jakiś wadliwy komponent, i poszło. Myślę, że takie rzeczy zdarzają się w każdej produkcji na taką skalę. Oczywiście są one medialne, więc efekt jest taki, że ludziom się wydaje: „O matko, nie kupuję Duo, bo się rozwali". To problem tej medialności.

[KRZYSZTOF] Rzecz w tym, że kiedy dotyczy to tej, a nie innej firmy, skala czegokolwiek wybucha do absurdalnych poziomów. Co oczywiście nie znaczy, że problemu nie ma – nawet Ternus mówi, że jest. Ale co do zasady Apple wymienia te telefony na nowe. Taki jest oficjalny komunikat i tego się trzymajmy.

Zanim w pełni zanurkujemy w Duo, chciałem Cię jeszcze, Marku, podpytać o rzecz, która będzie chyba dobrym wstępem do właściwej części naszej rozmowy. Siedzisz w designie po uszy, projektujesz różnego rodzaju zachowania związane z użytkownikami, z nami, ludźmi, z Kowalskimi, którzy wchodzą na strony internetowe. Nie wiem, czy Ty, siedząc po drugiej stronie stołu, też tak masz, ale kiedy wchodzę na stronę internetową, zwłaszcza na stronę promującą konkretne narzędzie czy aplikację, czyli tak zwany landing produktowy, w czasach AI cały czas widzę to samo. Te same nagłówki, ten sam font, ten sam układ tekstu i te same retrokolory, tylko w różnych paletach. Jestem już tym trochę zmęczony. Internet zaczął po prostu wyglądać tak samo. Zastanawiam się, gdzie był moment zwrotny, czy jesteśmy już za nim, czy dopiero przed nim, i czy w ogóle da się to odwrócić. Bo na razie można wysyłać informacje zwrotne twórcom, producentom i tak dalej, a wszyscy to olewają, bo przecież wszyscy tak wyglądają, więc my też, nie?

[MAREK] Myślę, że w pewnym sensie to minie, bo ludzie mają już przesyt AI – na przykład restauracji, które tworzą menu nie ze zdjęć prawdziwych potraw, tylko z wygenerowanych. Dla ludzi to od razu sygnał, że takiej restauracji ciężko zaufać. Wyobraźcie sobie, że wszedłem dziś na jedną z głównych stron w Polsce. Kliknąłem link do przepisu na pizzę, w której smaży się spaghetti i to spaghetti robi za pizzę. Wchodzę i co? Przepis ilustruje zdjęcie wygenerowane przez AI. Skoro taka wielka gazeta robi content i nie jest w stanie zainwestować – a nie chodzi nawet o wielką

inwestycję – to wystarczyłoby, żeby autor artykułu zrobił to danie w domu i wrzucił zdjęcie, nawet trochę krzywe, z iPhone'a. Już byłoby bardziej wiarygodne niż AI.

Teraz były też wyniki – to był bodajże czerwony czwartek czy czerwony piątek – różnych spółek, takich jak Reddit czy Google, z których wynikało, że wpychanie AI ma krótkie nogi. Odkąd Google wprowadził podsumowania AI nad płatnymi linkami, jego wpływy z reklam spadły. Nie jest to zbyt odkrywcze. Reddit, który ma trochę problem z zalewem treści AI, też zaliczył duży spadek. Myślę więc, że teraz trwa zachłyśnięcie się tym, że możemy szybko tworzyć różne strony i elementy, ale skoro wszyscy to robią, nagle ważniejsza stanie się autentyczność.

Mam dwa śmieszne przykłady. Pierwszy: była strona, która wyglądała jak tech startup, takie pomarańczowe kolory, dark mode. A to była strona restauracji z menu. Ten styl w ogóle nie pasował do tego, czemu strona ma służyć. Jest tu mismatch i widać, że będzie tego coraz więcej: proces tworzenia nijak nie przystaje do celu, jaki strona ma spełniać. A nie wiem, czy widziałeś – myślę, że widziałeś – na Instagramie taki trend, że restauracje robią nawet koślawe reklamy na kartce, robią sobie zdjęcie z kartką z promocjami. Właśnie jako anty-AI, żeby pokazać, że nie chcą korzystać z AI, że są autentyczni. Więc myślę, że…

[KRZYSZTOF] …tak samo jest z kawiarniami i ich słupkami z napisem, co jest dziś w menu. Wracają do wersji sprzed iluś, chyba dziesięciu lat, pisanej kredą.

[MAREK] Zwykłą kredą.

[KRZYSZTOF] Tak.

[MAREK] Na tablicach. Tak. Ale widziałem też absurdalny przykład. Chyba w Azji był potykacz z naklejoną reklamą, tyle że zamiast zwykłej reklamy biznesu było na niej zdjęcie potykacza z reklamą tego biznesu. Mieliśmy więc trochę taką incepcję: ktoś wpisał „potrzebuję grafiki na potykacz", a AI wygenerowało mu zdjęcie takiego potykacza. Mamy już takie absurdy. Wydaje mi się, że to ma w pewnym sensie krótkie nogi. Okej, części biznesów zupełnie nie będzie to przeszkadzało. Tak jak kiedy jedziemy nad morze w Polsce czy do Zakopanego i jest tam straszna reklamoza – podobnie będzie z internetem. Ale myślę, że wygra tu autentyczność. Myślę, że dziś jeszcze trochę o tym porozmawiamy, ale wydaje mi się, że w jakimś sensie musi to odbić, bo to krótka droga, która do pewnego momentu jest raczej ślepym zaułkiem.

[KRZYSZTOF] Chciałbym zaryzykować jedną predykcję na najbliższe pięć lat. Chyba jestem spokojny o designerów, którzy od lat mają swój styl i się go trzymają – niech to będą przykłady pokroju Pawła Jońcy albo biur architektonicznych, które zawsze miały zaszyty w sobie pewien styl, trzymają się go w projektach i na swoich stronach i w kontekście AI nie zmieniły nic wizualnie. Myślę, że takie osoby jeszcze bardziej zyskają na prestiżu jako artyści, artystki, osoby premium, które legitymuje jakość, a nie miałkość sprowadzana do jednego wspólnego mianownika – a to właśnie zdaje się robić AI w świecie grafiki.

Może się okazać, że bardzo szybko wrócimy do minimalizmu, ale będzie on już dużo droższy i o wiele bardziej doceniany. I może się okazać, że ci, którym AI miało odebrać pracę – bo przecież też potrafi zrobić grafikę, więc po co komuś płacić – będą, mówiąc wprost, zarabiali jeszcze więcej. Bo w końcu okaże się, że okej, AI grafikę zrobi, ale pytanie: jaką? Gdzie wtedy będzie rynek i jak bardzo trzeba będzie się znać i mieć własny styl, żeby wygrać z tym zalewem AI slopu? Może więc nastąpić szybkie odbicie i ci, którzy byli na przegranej pozycji, okażą się totalnymi zwycięzcami. Ale pod jednym warunkiem: muszą być najlepsi w tym, co robią.

[MAREK] …takie podejście, czy bardziej stawianie na relacje międzyludzkie, na autentyczność, moim zdaniem mimo wszystko. Na YouTubie jest zalew muzyki wygenerowanej przez AI i pojawia się jej coraz więcej. Jest taki bardzo fajny kanał pary mieszkającej w Warszawie – są bodajże z Ukrainy albo z Białorusi, już nie pamiętam – która nagrywa lo-fi, ale nagrywa też siebie: siedzą w parku, on gra na gitarce, ona bawi się z psem. To właśnie pokazanie, że my, ludzie, tworzymy tę muzykę, a nie jest to coś wygenerowanego, bezpłciowego. Wydaje mi się, że właśnie takich rzeczy będzie coraz więcej.

[KRZYSZTOF] I to też robi Apple w swoim marketingu. Zauważ, że wszelkie zmiany logotypów, typu Apple Music czy Apple TV, robione są analogowo i od razu powstaje making of. Bo w tych czasach najlepsze, co można zrobić, to pokazać, że robi się coś analogowo. Brzmi to absurdalnie, chciałoby się powiedzieć, jak uwstecznienie, ale nim nie jest. Takie mamy czasy, więc…

[MAREK] Dokładnie.

[KRZYSZTOF] iPhone Duo to pierwszy składany iPhone w historii. To produkt, który wywołał – à propos tych relacji międzyludzkich – tak duże i skrajne emocje,

zwłaszcza na wiadomych portalach typu X czy właśnie Reddit, że zacznę od tego szumu. Jak Ty go odbierasz ze swojej perspektywy? Bo to ekscytacja nową kategorią, która nowa nie jest – składane smartfony są z nami chyba od 2019, a nawet 2018 roku. Chyba korzystałem z jakiejś pierwszej próby składanego smartfona, nie wiem, czy nawet nie wcześniej. Ale, kurczę, świat zwariował? Naprawdę? Czy może w czasach AI cokolwiek – składany iPhone, latająca Tesla, wstaw cokolwiek – potrafiłoby wzbudzić tak skrajne emocje i tak skrajny odbiór? Bo skoro algorytm jest w stanie wygenerować dowolny zasięg, wystarczy go nakarmić negatywną emocją. Też się więc zastanawiam, czy świat faktycznie zwariował.

[MAREK] Wiesz co, wydaje mi się, że toczy się tu duża dyskusja – przynajmniej ja to tak odczuwam i jestem ciekaw, jak odczuwają to Słuchacze – i że iPhone Duo mocno ją rozpoczyna. Pod tytułem: „Czy Apple zaczęło podążać za innymi i przestało wyznaczać trendy?". Też mam takie odczucie. Pisałem nawet o tym w newsletterze à propos dotykowego MacBooka. Wypłynęły nagrania Steve'a Jobsa, bodajże z 2010 roku – nie pamiętam dokładnie, chyba z 2010 – w których mówił, że z ich badań z użytkownikami wyszło, że dotykowe ekrany w laptopach nie sprawdzają się dobrze, bo męczy się ręka, i że nie będą tego robić. Teraz, po wielu latach, idą w to, bo poszli za tym inni.

Zastanawiam się, czy z Duo nie jest podobnie: że nie chodzi do końca o to, że stwierdzili, że to super urządzenie i ma sens, tylko chcą trochę dogonić rynek i zapełnić lukę w swojej ofercie. Ciekawe. Nie znam odpowiedzi na to pytanie, ale myślę, że to trochę kontrowersyjne, bo ludzie lubią się zachwycać, że Apple wymyśla na nowo coś, co inni mają od wielu lat. Myślę, że to taki jaskrawy przykład. Sam nie wiem.

[KRZYSZTOF] …Pierwsza: Apple nigdy nie było pierwsze, zawsze było ostatnie i jest z tym pogodzone. Bo kiedy zrobi coś jako ostatnie – patrz Apple Watch – nagle może się okazać, że zdominowało rynek. Patrz AirPodsy, choć akurat AirPodsy to przykład tylko w połowie trafny, bo to był moment, w którym wiele innych firm bało się przysłowiowo uciąć przewody – ta słynna odwaga Phila Schillera z konferencji. Ta odwaga opłaciła się w dalekim horyzoncie.

Wracając do Duo i MacBooka, będę trochę adwokatem diabła, bo tak sobie myślę, że to nawet nie jest chęć dogonienia rynku przez Apple. Być może w przypadku Duo tak, ale w przypadku MacBooka – bo tu mnie, mówiąc wprost, ztriggerowałeś

– zobacz: jako człowiek nostalgiczny, który pewnie z chęcią chciałby, żeby Steve jeszcze żył – kto by nie chciał, swoją drogą – mogę się z tym kłócić. Mogę mówić, że okej, ergonomia do kitu, to niewygodne i się nie sprawdza. No jasne. Tylko że ja urodziłem się w Polsce bez internetu. Pamiętam Polskę bez internetu, przez długi okres dzieciństwa dorastałem bez komputera. Ty też pamiętasz Polskę bez internetu.

I MacBook z dotykowym ekranem nie jest dla nas – by default, z automatu nie był projektowany dla nas. Moim zdaniem Apple nie tyle chciało dogonić rynek, bo rynek dotykowych laptopów nie jest jakiś spektakularny. Nie ma tam nie wiadomo jakich przychodów. Nie jest tak, że każdy idzie teraz do elektromarketu po sprzęt PC z obracanym, dotykowym, a najlepiej jeszcze odpinanym ekranem. A mimo to Apple w to wchodzi.

Wydaje mi się, że wchodzą, żeby zaoferować sprzęt pokoleniu, którego my, Marek, nie zrozumiemy w pełni. Pokoleniu, które urodziło się w czasach internetu, a do tego dorastało ze smartfonem w dłoni i nie zna innego sposobu interakcji z elektroniką użytkową niż dotyk. I nie chodzi o to, żeby robili na tym MacBooku wszystko palcem, tylko żeby nie mieli ograniczenia: żeby, chcąc obrócić głupie zdjęcie, mogli to zrobić palcami, mogli je powiększyć palcami, tak jak robią to na swoim iPhonie czy zamawiając jedzenie w McDonaldzie. A przy tym absolutnie nie chcieliby tapać w klawiaturę ekranową, mając przed sobą zwykłą, fizyczną, bo to jednak laptop.

Wydaje mi się, że Apple po prostu się tego nie bało i po to wyprodukowało ten sprzęt. My go nie zrozumiemy, bo nie jesteśmy z tej gliny ulepieni, Marek. Ale na przykład moi studenci, których teraz spotykam, doskonale go zrozumieją, bo nie znają innego sposobu interakcji z elektroniką – od samochodu, przez zamawianie jedzenia w fast foodzie i samolot, po to, co robią na co dzień. Dla nich, jakkolwiek absurdalnie to brzmi, iPhone jest komputerem. Zrozumieją to urządzenie, kiedy dorosną i zaczną zarabiać. Będzie dla nich narzędziem pracy. Ba, będą chyba nawet oczekiwać od podobnego sprzętu właśnie tego. I wydaje mi się, że za 10 lat, jako już zdecydowanie starsza niż obecnie osoba, będę z kimś toczył podobną dyskusję à propos wearables w postaci okularów, nie? Wydaje mi się, że to wróci.

[MAREK] To ciekawy argument. Uważam, że tak – nie ma tu dobrej odpowiedzi.
To ciekawa dyskusja, bo jest wiele aspektów. Na pewno, jak już dziś powiedzieliśmy, Apple jest medialne, a każdy lubi, kiedy duża firma się potknie. Jeśli

więc Duo się potknie, medialnie można to nakręcić. Ty korzystasz już trochę z Duo, więc możesz powiedzieć z doświadczenia, jak Ci jest w tym świecie.

[KRZYSZTOF] Powiem tak: w poprzednim odcinku mówiłem, że największą bolączką tego telefonu jest to, że to jego pierwsza generacja. Oczywiście to pieśń, która wraca za każdym razem, gdy Apple robi coś inaczej. Sam nie wydałbym tych pieniędzy, bo mam żelazną zasadę, że nie kupuję pierwszej rewizji, czyli wtedy, gdy wchodzą duże zmiany, i trzymam się tego w życiu. Ale nawet gdybym chciał to zrobić, są dwa braki, które nawet bez tej żelaznej zasady naprawdę by mnie powstrzymały.

Pierwszy to brak Face ID, co jest użytkowo fatalne. Po prostu. Zamontowany tam czytnik Touch ID jest w ogóle w złym miejscu – przez bryłę urządzenia nigdy nie wiadomo, gdzie jest. Chętnie zaraz oddam Ci głos. A kiedy już wiadomo i się go namierzy paluchem, ma dwusekundowy lag. Naprawdę, to nie sekunda, tylko dwie sekundy, zanim się odblokuje. A zimą jest i będzie nieużywalny. Po pierwsze masz rękawiczkę. Po drugie telefon jest wypolerowany na wysoki połysk, to tytan, który zjedzie z każdej rękawiczki poza prawdziwą skórzaną, a mało kto taką nosi. W ogóle trzeba będzie ją zdjąć, żeby przyłożyć palucha, bo nie każdy, kto ma iPhone'a, nosi też Apple Watcha. Ba, powiedziałbym nawet, co już ostatnio podkreślałem,
że grupa docelowa tego produktu to osoby bardzo zamożne, dla których będzie on pewnym elementem statusu. Myślę, że w większości – a nie w mniejszości – nie mają Apple Watchy. Patrz punkt pierwszy: będą musieli używać Touch ID. Fatalne, po prostu fatalne. I im dłużej spędzam z tym telefonem, tym bardziej mnie wkurza… A, ja mam Apple Watcha. Tym bardziej mnie wkurza, że nie mam tam Face ID, bo to coś, do czego Apple mnie przyzwyczaiło i co mi zabrano. A tej perspektywy użytkownika nie da się odwrócić marketingiem, bo to fakt, a nie wymysł recenzenta, nie?

[MAREK] Ale widzisz, tego, o czym mówisz, nie znalazłem w artykułach. To też przykład szumu: jest mnóstwo artykułów o tym, że jest taki produkt, że to dziwne, pierwszy taki iPhone, bla, bla, bla. A rzeczy, które podałeś, są bardzo konkretne.
Nie wyobrażam sobie życia bez Face ID. To ciekawe. Takie rzeczy można poczuć dopiero, kiedy chwyci się ten telefon i zacznie z niego korzystać, bo to się czuje.

[KRZYSZTOF] Powiem Ci też, że głośniki są umieszczone krzyżowo, żeby
w każdym ułożeniu smartfona, poziomym i pionowym, zapewnić użytkownikowi dobrej jakości dźwięk stereo. Majstersztyk. To rewelacyjne. Brawo, Apple. Ale

jednocześnie nie mam problemu z powiedzeniem, że nie wiadomo, gdzie jest to Touch ID. Nie wiem, jak można było to zrobić lepiej, nie znam się na tym. Wiem tylko, że szukam tego przycisku, a nie chciałbym go szukać. To raz.

Dwa: dokładnie tak samo jest z przyciskami głośności. Dlaczego na iPadzie Pro w pozycji poziomej przyciski głośności zmieniają orientację? Czyli przycisk, który w pozycji pionowej przycisza, w poziomej podgłaśnia media, bo tak jest naturalnie: prawo to głośniej, a lewo ciszej, prawo to bardziej, a lewo mniej. To ergonomia w czystej postaci. Dlaczego iPhone Duo tego nie robi?

I tak będziemy w tym odcinku szli po nitce do kłębka, aż dojdziemy do tego, że ten telefon niby ma iOS, a mnie się wydaje, że ma zupełnie inny system, co też nie jest normalne. Ale zanim do tego przejdziemy, jeszcze aplikacje. Bo oprócz tych niedociągnięć związanych z formą, które już widzę i które mi przeszkadzają, jest słynna dyskusja, à propos szumu medialnego, o tym, dlaczego deweloperzy przespali. Można powiedzieć, że wystarczyło przekompilować aplikację w Xcode – w wersji chyba 27.1 – i przecież wszystko by działało. No nie do końca, co pokazują przykłady deweloperów z całego świata. Jedni zaspali. Drugim menedżerowie powiedzieli: „Chłopie, puknij się w łeb. Kto kupi iPhone'a Duo za 10 tysięcy? Nie robimy żadnego dostosowania". A trzeci nic nie mówili, tylko po prostu robili aplikacje dedykowane iPhone'owi Duo. I nagle mamy wysyp tosterów, lodówek, rakiet i innych aplikacji, które coś robią – każdy musi ocenić sam – a ich twórcy zbijają na nich ogromne pieniądze, bo byli gotowi na premierę, na dzień zero. A do tego żyjemy w czasach AI, które jest w stanie pomóc w vibe codingu czegokolwiek. I tak naprawdę, Marek, iPhone Duo kojarzy się moim zdaniem z tego typu grami i ze skandalami wokół tego, że ktoś nie dostosował aplikacji, nie?

[MAREK] Tu na pewno możemy się zatrzymać na dłuższą rozmowę o przykładach. Nie wiem tylko, czy zaczynać od pozytywnych, czy od negatywnych. Zacznę może od krótkiego wstępu. Dziwię się, że firmy przespały. Im większa firma, tym bardziej powinna mieć zasoby, żeby dostosować aplikacje. Pracowałem w wielu firmach i domyślam się, że w części z nich toczyła się dyskusja w stylu: „Mało ludzi to kupi. Nie robimy tego, to nie jest priorytet, zajmujemy się czymś innym". Okej, to ma sens. Tylko że czasy się trochę zmieniły. Mamy teraz AI i moim zdaniem to świetny przykład tego, że w takich momentach AI może pomóc, asystować, żeby szybciej i taniej przeprowadzić taką zmianę, zrobić to dostosowanie i dzięki temu dużo zyskać. Bo aplikacja świetnie dostosowana do nowego urządzenia na premierę tylko buduje wiarygodność.

Wydaje mi się, że management wielu firm pewnie trochę zaspał albo – nie wiem, nie jestem w tych firmach – coś poszło nie tak i nie potraktowali poważnie tej medialnej premiery. Teraz trochę dostają za to, że tak powiem, w tyłek. Jak będziemy jeszcze pewnie rozmawiać o AI, to moim zdaniem właśnie robienie rzeczy, które dotychczas spychano na dalszy plan, jest dużą wartością ery AI. Możemy mocniej zająć się dostępnością, więcej testować, przygotowywać więcej prototypów do testów. Możemy zadbać o jeszcze lepszą jakość naszych produktów w miejscach, które dotychczas olewaliśmy. Wydaje mi się, że trochę firm olało tę premierę i właśnie za to obrywają. Zaraz mogę trochę pogadać o pozytywnych przypadkach.

[KRZYSZTOF] Tak, to jakie są według Ciebie te pozytywne aplikacje? Bo ja też na pewno chcę się do tego odnieść, ale jestem ciekaw Twojej perspektywy z punktu widzenia UI/UX i tego, co już dociera z mediów. Jak rozwiązali to przynajmniej ci najwięksi, bo pewnie o nich będziesz mówił, nie?

[MAREK] Tak. Z mojego researchu, głównie w internecie, zgodnie wynika, że bardzo dobrze podeszła do tego Meta, czyli Instagram i Facebook. Ludzie bardzo chwalą, że już od dnia zero te aplikacje działały naprawdę super. Widać więc, że postawili na to jako na priorytet i je dostosowali. Znalazłem też, że bardzo fajnie działa Slack.
To aplikacja, po której w ogóle bym się nie spodziewał, że zostanie tak super przełożona, ale podawano przykłady, że telekonferencje wyglądają bardzo fajnie:
z jednej strony są ludzie, z drugiej czat. Jest TikTok – nie jestem fanem TikToka ani w ogóle takiego contentu – ale tam po lewej jest wideo, a po prawej komentarze, czyli fajny przykład podejścia dwupanelowego. Znalazłem też przykład YouTube TV, z rynku amerykańskiego, gdzie można oglądać kilka rzeczy naraz. Od razu wyobraziłem sobie, jako fan hokeja, że mogę obejrzeć parę meczów naraz.

[KRZYSZTOF] Tak, transmisje F1 też na to pozwalają – multiview z kamerami.

[MAREK] No więc to super. Albo w ogóle oglądać tu piłkę, a tu hokej. To bardzo fajny przykład. Wiem, że zaplanowaliśmy w notatkach, żeby pogadać w ogóle o wykorzystaniu iPhone'a Duo do zrobienia czegoś lepszego, fajniejszego, nowszego, i tu jest przykład Netflixa. Netflix zrobił coś super: kiedy otworzy się iPhone'a Duo i postawi go jak laptopa, czyli stojąc na jednej połowie ekranu, to ta leżąca połowa działa jak klawiatura, z elementami do sterowania – play, przewiń, wejdź – a stojąca jak telewizor. Mamy więc taki mini-laptop czy minifilmowy odtwarzacz, jak kiedyś przenośne odtwarzacze DVD, właśnie ze sterowaniem.

To super przykład tego, jak fajnie i kreatywnie można do tego podejść. Bardzo spodobała mi się też gra w statki, bo to klasyka – miałem jeszcze chyba wersję od Hasbro, nie pamiętam, jak nazywała się ta firma produkująca gry. Pionowa część to radar, na którym określasz, gdzie są statki przeciwnika, a na dole są Twoje statki. I to po prostu zostało tu przełożone, więc od razu miałem ochotę zagrać. Myślę, że takich rzeczy też będzie coraz więcej.

[KRZYSZTOF] Nazywa się to „Battlefleet", „Battlefleet Duo", gdyby kogoś to…

[MAREK] „Battlefleet Duo", tak.

[KRZYSZTOF] To też podlinkujemy w opisie tego odcinka. Wszystkie wymienione przez Ciebie pozytywne przykłady to czysta rozrywka, nie? Poza Slackiem, bo okej, tu możemy mówić o produktywności. Ale moim zdaniem, Marek, to są dwa silosy, w które w tym momencie idzie rynek. Pierwszy to wspomniana, ogólnie rozumiana rozrywka, czyli wszelkiego rodzaju lodówki, tostery, walkmany, statki i tak dalej, szeroko rozumiane VOD i media społecznościowe. Wszystko to, co ma nas przyspawać do ekranu. A jak po rozłożeniu są w ogóle dwa ekrany, to już bajka: albo komentarze tu, jak wspomniałeś, albo oglądamy naraz dwie platformy, scrollujemy obiema rękami i jakimś cudem nie wariujemy jako istoty ludzkie. Nie wiem, ja nie potrafię, może ktoś potrafi, może to też kwestia pokoleniowa. W każdym razie mnie to przeraża, ale widać, że rynek za tym idzie.

Drugi silos to oczywiście produktywność, czyli sprzedawanie iPhone'a Duo w recenzencko-marketingowej, bardzo często też sprzedażowej narracji, że to nowy poziom produktywności, jeśli traktujemy smartfon jako komputer. Wiesz, w tym roku zrobiłem sobie eksperyment, mam go już za sobą i zakończył się sukcesem. Czy było łatwo? Nie, miejscami było cholernie trudno. Czy się dało? Dało się. Jak już wspominałem, przez tydzień mój prywatny iPhone 17 był moim podstawowym komputerem, na którym prowadziłem firmę i robiłem w sumie wszystko, co musiałem. Przeżyłem i się udało, okej.

Można więc powiedzieć, że iPhone Duo to nowy poziom tego typu eksperymentu myślowo-społecznego. No wiesz co, nie do końca. Bo o ile #iPadOnly był mi bliski, kiedy nie było jeszcze osobnego systemu na iPady, tylko po prostu przeskalowany iOS – już wtedy zawracałem Wisłę kijem i próbowałem być #iPadOnly – to teraz po prostu mogę być #iPadOnly. To od wielu, wielu lat mój podstawowy mobilny komputer i kiedy na niego patrzę i go używam, rozumiem ten zamysł: odepnę iPada,

czyli ekran, i mam kanapowe urządzenie, czytnik, który uwielbiam – Słuchacze i Słuchaczki doskonale to wiedzą – a kiedy przypnę go do Magic Keyboard, mam w sumie Maca. Bo w moich zadaniach nie widzę różnicy między iPadOS a macOS. Okej, jestem z tego zadowolony. Kiedy kupiłem tego iPada z tandem OLED-em i M4, powiedziałem chyba już wtedy, w odcinku z pełnoprawną recenzją, że to szczyt tego, czego oczekuję od iPada. Niczego więcej nie potrzebuję, bo jestem tu zadowolony i spełniony, nie?

No ale widzisz, okazuje się, że iPhone Duo ma być może być nowym sposobem pracy i komputerem na miasto. Podejmę taki eksperyment, taką próbę w najbliższych miesiącach, ale szczerze mówiąc, nie widzę jej w kolorowych barwach. Wiesz dlaczego? Bo to wciąż telefon – o tym zapomina się w recenzjach. Nawet klawiatury, które ma iOS, a są dostępne trzy różne, w zależności od tego, jak używamy telefonu, to nadal nie klawiatura iPada, nie? Tego nie da się oszukać.

[MAREK] Na pewno widzę zaletę w telekonferencjach.

[KRZYSZTOF] Rzeczywiście, to może być produktywne.

[MAREK] Tak. Coraz więcej pracujemy na wideokonferencjach – COVID to przyspieszył – a tu rzeczywiście masz jeden ekran, na którym widzisz i konsumujesz treści, a obok czat, na którym możesz pisać. Widzę tu dużą zaletę, więc dla zabieganych menedżerów, którzy głównie siedzą na spotkaniach, to na pewno będzie duża zmiana. Może to też wpłynąć negatywnie, bo z jednej strony czegoś słuchają, a z drugiej coś sobie piszą. Ale w codzienną produktywność ciężko mi uwierzyć. Nie wiem – pisałeś już na przykład jakąś dłuższą formę na iPhonie Duo?

[KRZYSZTOF] Nie mam Apple Pencila z USB-C, więc jeśli pytasz o pisanie odręczne, to nie i raczej nie będę. Jeśli pytasz o zwykłe pisanie, próbowałem napisać na Duo jeden felieton w iA Writerze, czyli w podstawowym narzędziu, z którego korzystam od ponad dekady, a także w Notatkach. Szczerze mówiąc, na ten moment jest to turboniewygodne. Mam pomysł, jak to naprawić: trzeba zmienić iOS. Pytanie, czy opłaca się zmieniać iOS dla jednego produktu. Pewnie w czerwcu przyszłego roku dowiemy się, że jednak się opłaca. Może z czasem będzie w ogóle osobny system dla Duo, kto wie.

Natomiast obecna forma dostosowania iOS 27 do iPhone'a Duo i forma tego urządzenia nie sprawiają, że pisze się na nim wygodniej niż na moim iPhonie 17.

Dlaczego? Bo na iPhonie 17 mam przewidywalność, Marek. Mam pionową powierzchnię, do której od lat jestem przyzwyczajony w tym rozmiarze przekątnej, i wiem, że mogę się spodziewać, że klawiatura ekranowa zajmie określoną jej część, pozostawiając całkiem sporo miejsca na widok tworzonego tekstu. W przypadku Duo muszę się trochę nagimnastykować, żeby odpowiednio ułożyć sobie telefon i odpowiednio do niego podejść, żeby nie skończyło się tak jak wtedy, gdy jest zamknięty. A wtedy, po wyświetleniu klawiatury, widzimy, nie wiem, w porywach ze trzy linijki pisanego tekstu? Czy to jest ta rewolucja na plus? Wątpię. Dla mnie nie jest, nie? Kończąc odpowiedź: po tych pierwszych próbach nie jest to wygodniejsze niż mój iPhone 17, trzymany pionowo, tak jak od lat trzymaliśmy smartfony.

[MAREK] Tak sobie jeszcze myślę, że nie można tu zlekceważyć, że tak powiem, branży AI i ludzi, którzy korzystają z coding agentów. W ostatnim roku – w sumie skoro rozmawialiśmy o tym, co się u mnie zmieniło – postawiłem w domu używanego Maca mini, żeby był maszyną, z którą mogę się połączyć z telefonu i coś tam robić w coding agentach. Jest teraz w sumie dużo osób, które sterują tym z telefonu i nawet nie potrzebują komputera, bo ich maszyna jest gdzie indziej. Zastanawiam się, czy iPhone Duo, tak jak ta aplikacja Netflixa, wniesie coś od siebie, co pomoże w takiej interakcji z agentami – jakiś nowy interfejs, coś, co pomoże, przyspieszy i ułatwi takie kodowanie. Warto będzie się temu przyjrzeć.

[KRZYSZTOF] …grup korzystających z zewnętrznych klawiatur i iPhone'a Duo postawionego na podpórce poziomo, jako ekran, że to fajne. Tylko że widzisz, dla mnie to powrót do sytuacji sprzed iPadOS, czyli sprzed ponad dekady, kiedy – mówię to sam, plując sobie w twarz z perspektywy 2026 roku – po prostu zawracałem Wisłę kijem, próbując być #iPadOnly, kiedy kompletnie nie miało to sensu. Dla mnie to the same picture, nie? Bo nie widzę sensu w noszeniu w plecaku Magic Keyboard czy dowolnej innej klawiatury, najlepiej jeszcze mechanicznej, za kolejne kilka tysięcy, żeby postawić ją sobie w kawiarni, położyć obok iPhone'a Duo, który nadal jest telefonem, tylko teraz telefonem-ekranem, i mówić, że to nowy poziom mojej produktywności. No nie, nie. Jak ktoś to lubi – okej, nic mi do tego, jego rzecz. Ale nie mogę oceniać tego produktu przez pryzmat wszystkiego, czym mogę go obudować, żeby udawać MacBooka albo że to komputer, bo moim zdaniem to nie jest obiektywna ocena, nie? Tak mi się wydaje.

[MAREK] No tak, zgadzam się z tym. Zobaczymy więc te nowe zastosowania i jak to pójdzie.

[KRZYSZTOF] A jakie są negatywne przykłady?

[MAREK] Właśnie chciałem o tym powiedzieć. Ważna gwiazdka dla osób słuchających: od premiery te aplikacje są cały czas zmieniane, łatane i aktualizowane, więc część przykładów, które podajemy, w momencie słuchania może już być poprawiona. Powiemy więc mniej więcej, jakie były komentarze – w przypadku części rzeczy już w trakcie nagrywania wiemy, że się zmieniły.
Po pierwsze, wiem, że YouTube podawano jako negatywny przykład, głównie jeśli chodzi o stabilność. Wyświetlało się nawet nieźle, ale coś się przesuwało, coś znikało. To ciekawy przykład, bo pokazywano go jako aplikację gotową na Duo.
Był więc niesmak wśród osób, które pisały, że niby jest na Duo, ale nie jest aż tak dopracowana. Być może teraz, kiedy słuchacie tego podcastu, jest już poprawiona.

Spotify na pewno miał na początku czkawkę. Z tego, co sprawdzałem, wypuścili już chyba zoptymalizowaną wersję na Duo, ale wcześniej pojawiały się pasy na górze i na dole. Wiem też, że część aplikacji Apple nie była nawet zoptymalizowana – czyli dalej nie jest, więc tu pewnie możesz powiedzieć więcej. Przy tej skali biznesu i przy tym, jak bardzo te aplikacje często się od siebie różnią, można by długo rozmawiać. Często boli mnie to UX-owo, ale myślę, że widać tu po prostu biznes: są różne roadmapy, różne aplikacje są rozwijane w czasie. Wiadomo, że nie każda aplikacja ma w danym momencie stuprocentowy priorytet. Są takie, które trochę się usypia, hibernuje i czekają na lepsze czasy. Rozumiem, z czego to się bierze.

[KRZYSZTOF] Mogę tu jeszcze dodać, że choćby moja aplikacja do zapisywania tekstów i tworzenia prywatnej gazety, czyli Instapaper – do zapisywania tekstów na sobotni przegląd prasy – po głównej aktualizacji, która po raz pierwszy dostosowała ją do iPhone'a Duo, miała już chyba pięć kolejnych, łatających błędy w tym dostosowaniu. Chyba codziennie jest teraz jakaś aktualizacja Instapapera. Ale nie da się tego zrobić idealnie. Dlaczego? Bo ludzie cały czas uczą się Duo. Ci, którzy są pierwszymi testerami, pierwszymi klientami, cały czas zgłaszają: „Hej, a może w sumie zróbmy to tak", „Hej, a inny deweloper zrobił to tak", „Hej, a może to jest zupełnie nieintuicyjne". Wydaje mi się, że najbliższe pół roku to będzie właśnie zalew takich „hej" – feedbacku do tych firm – bo rynek dopiero uczy się tego produktu w wykonaniu Apple. Deweloperzy i firmy muszą się więc przygotować na to, że ich definicja aplikacji na iPhone'a Duo za pół roku może się okazać zupełnie inna niż to, czego potrzebuje rynek. To przeciekawe z punktu widzenia społecznego, a też biznesowego, nie? Tak sobie myślę.

[MAREK] Tak, zdecydowanie. Choć zastanawiam się też, jak to wygląda od strony deweloperskiej kuchni, bo przeglądałem wytyczne do projektowania na Duo i widziałem też androidowe wytyczne dla foldów – różnic między nimi jest mało. I to mnie trochę dziwi: dlaczego duże firmy, które, jak się domyślam, jakoś optymalizowały wersje androidowe, nie przeniosły tych wzorców. Okej, te wzorce trochę się różnią, ale ogólny zamysł, czyli to, jak aplikacja powinna się rozszerzać i co ma się tam dziać, jest bardzo podobny. Nie możemy więc powiedzieć, że to całkowicie nowy obszar działania.

[KRZYSZTOF] Wiesz, Marek, w ogóle się zastanawiam, czy iPhone Duo wpłynie na cały rynek szeroko rozumianej deweloperki w taki sposób, że Android nagle się obudzi: „My w sumie byliśmy pierwsi, wszyscy się tym chwalą w internecie i śmieją się z tego iPhone'a. Ale co poszło nie tak, że nasze aplikacje nie są jeszcze dostosowane do składanych smartfonów z Androidem?". Czy może w ogóle nic takiego się nie wydarzy i dalej nie będą dostosowane? To też przeciekawe.

[MAREK] …jakieś fajne korzystanie z tych aplikacji, bo myślę, że to by pomogło: robimy hardware, który umożliwia fajne rzeczy, i aplikacje za tym idą. Ciekawe więc, jak będzie z tym Duo.

[KRZYSZTOF] Masz na myśli kolejny produkt, który na przykład przejmie aplikacje z Duo? O co dokładnie Ci chodzi?

[MAREK] Nie, nie. Że będzie nowe Duo, ale z jakimś nowym przyciskiem sprzętowym albo nowym sposobem interakcji, wiesz, tego typu rzeczy, które mogą bardziej napędzić rozwój i jakąś dużą zmianę na rynku.

[KRZYSZTOF] …w aplikacji Skróty, w Shortcuts, jest nowa automatyzacja, którą kontrolujesz zachowanie telefonu, czyli to, co robi, kiedy go otwierasz i zamykasz, nie? Jedyne zastosowanie, które w tym momencie widzę absolutnie wszędzie w internecie i słyszę w podcastach technologicznych, polega na tym, że kiedy go otwierasz, odtwarza się dźwięk kojarzony z wyciąganiem miecza świetlnego przez Dartha Vadera, a kiedy zamykasz – dźwięk wyłączania miecza świetlnego i temu podobne. Tak świat zareagował na to, co dało Apple, Marku.

[MAREK] Myślałem, że jakiś odgłos skrzypiącej szafy, że otwierasz taką…

[KRZYSZTOF] Dałoby się, nie? Pewnie by się dało.

[MAREK] Na pewno, na pewno.

[KRZYSZTOF] Wystarczy wskazać plik na iCloudzie, który ma się odtwarzać, więc to dziecinnie proste. Zaparkuję to na chwilę, Marku, i zadam Ci inne pytanie, o szeroki rynek. Czy nie jest trochę tak, że iPhone Duo i cały panujący wokół niego zgiełk to taki „aha moment" dla projektantów? Że hej, fold, responsive web design i w ogóle dostosowywanie do różnych przekątnych ekranów w sumie miały sens i dobrze, że klienci nas cisnęli, żebyśmy robili to od lat? Bo naprawdę mam wrażenie, że świat znowu się budzi: hej, RWD istnieje. A jest z nami, kurczę, od ponad dekady, ale musiał się wydarzyć iPhone Duo. Trochę tak to czuję.

[MAREK] Dobra. Myślę, że responsive web design będzie musiał też mocniej wrócić – nie tylko ze względu na Duo, jako takie krótkie przypomnienie, ale też ze względu na AI. Zrobiłem już sobie sporo aplikacji z wykorzystaniem AI, kodowałem i widzę, jak źle ogólnie AI tworzy architekturę informacji. Potrzeba tu dużego doświadczenia UX-owego, żeby dobrze to poukładać, szczególnie jeśli chodzi o mobile versus desktop, czyli o to, jak desktop poskłada się na urządzenia mobilne. Wiadomo, są też ekrany pomiędzy, typu tablet, czy właśnie choćby iPhone Duo. Trzeba myśleć o tym, jak to się zachowuje na bardzo wąskim ekranie, jak na trochę szerszym i co dodatkowego możemy pokazać na tym szerszym, żeby ułatwić korzystanie.

To trochę, jak mówisz, dobre przypomnienie, że responsive web design istnieje i warto go wykorzystywać, bo jego stosowanie ma dużą wartość. Nie jest tak, że mamy tylko urządzenie mobilne i desktop – urządzeń jest bardzo dużo, nawet w obrębie jednej firmy. Są różne rozmiary iPhone'ów, a w obrębie jednej platformy, takiej jak Android, jest wiele firm i wiele urządzeń. No i są tablety. Myślę, że ekranów jest już tak dużo, że responsywność jest wymagana od wielu lat.

Kiedyś projektowało się nawet pod fold, czyli linię zgięcia ekranu: nad nią musiało być pokazane jakieś call to action, na przykład zapis. Problem w tym, że od wielu, wielu lat wiadomo, że nie ma czegoś takiego jak linia zgięcia ekranu, właśnie dlatego, że ekranów jest bardzo dużo i są bardzo różne. Była taka strona, There Is No Fold, która rejestrowała wysokość ekranu każdej odwiedzającej ją osoby i dokładnie pokazywała, że ten fold jest u różnych ludzi w bardzo różnych miejscach. To myślenie musi więc być i ono właśnie wróci. W Duo dochodzą różne stany – złożony, rozłożony – ale responsywność była, jest i będzie. Trzeba o niej myśleć.

[KRZYSZTOF] Pamiętam, jak wchodził responsive web design, potem był wysyp różnych tabletów – w erze tabletów każdy miał inną rozdzielczość – a potem przyszły nawet wearables, czyli rynek, który zaczął kwitnąć po premierze Apple Watcha w 2015 roku. Pojawiło się pytanie: „Hej, a czy musimy też dobrze wyświetlać stronę na zegarkach?". Wtedy człowiek się zastanowił: „Nie no, to już jakiś poziom absurdu, na zegarkach nie musimy". I wydaje mi się, że wtedy trochę zaczęto zapominać o RWD. Na najpopularniejszych urządzeniach stało się to po prostu dosyć oczywistą rzeczą. Wiem to od deweloperów: „No robi się to, żeby dobrze wyświetlało się na iPadzie, na iPhonie i na jakimś Galaxy, i tyle", nie? A tak jak mówisz, na tej skali jest bardzo dużo odcieni szarości i to wcale nie jest oczywiste.

Duo trochę to obnaża, ale obnaża też inną rzecz, znowu sprzed iluś lat, która wraca, myślę, z przepotężną siłą. A przynajmniej mam wrażenie, że dopiero wróci i będzie z tego kolejna afera, dużo większa niż ta z pękaniem jakiejś części iPhone'ów Duo. Mianowicie zalew AI-slopowych aplikacji, które nic nie robią. Pamiętasz, jak iPhone i App Store wchodziły na rynek, a Steve Jobs – i chyba głównie też Phil Schiller – wypowiedzieli wojnę aplikacjom-latarkom? To był moment, w którym App Store był pełen aplikacji świecących ekranem na różowo, robiących za latarkę albo migoczących w rytm tego, co mówisz do telefonu. W końcu Apple wywaliło to w cholerę z App Store'a, mówiąc, że nic nie wnoszą i będą z tym walczyć. Zmieniono też regulamin App Store'a tak, że przy review bierze się takie rzeczy pod uwagę.

Chyba że – przecinek – mówimy o obecnych czasach i aplikacjach na iPhone'a Duo. Jest to już potwierdzone w wielu wątkach na Reddicie i na forach wsparcia Apple, że przy review przymyka się, wiesz, jedno oko, bo być może to kolejna aplikacja, która, mówiąc zupełnie wprost, wzmocni marketing sprzedażowy iPhone'a Duo, nie? Pytanie, gdzie jest granica i jak szybko rynek do niej dojdzie, przy tej skali i rozpędzie. Bo moim zdaniem w przypadku młodych ludzi, którzy w dużej mierze będą też decydowali o przyszłym sukcesie Apple, poziom świadomości społecznej takich zjawisk jak przebodźcowanie i AI slop raczej rośnie, niż spada. I nie jestem przekonany, że ludzie po prostu bez końca, bez daty ważności, będą łykali jak młode pelikany narracje w stylu: „No na pewno potrzebny Ci jest", mówiąc zupełnie wprost, kolejny AI slop imitujący fizyczny notes, który może powinieneś albo powinnaś kupić, tylko że na iPhonie Duo. Nie wiem.

[MAREK] Powiem tu dwie ważne rzeczy. Pierwsza: możemy nie zdawać sobie z tego sprawy, ale nadchodzące, że tak powiem, pokolenia są o wiele bardziej krytyczne wobec technologii, więc są mniej chętne do korzystania z różnych dobrodziejstw w rodzaju AI. Uważają, że AI jest cringe'owe, więc myślę, że bardzo szybko wyłapią, co jest bez sensu. Mają też dużą świadomość na przykład wpływu takich rozwiązań jak AI na klimat, więc myślę, że ten filtr zadziała.

Druga rzecz, którą chciałem powiedzieć – muszę sobie teraz dokładnie przypomnieć, o co mi chodziło… Wiem: moim zdaniem odchodzenie od tego slopu zadziała trochę jak zasada dynamiki Newtona. Z jaką siłą i szybkością AI wchodzi i te aplikacje atakują, z taką samą siłą to odejdzie. Po pierwsze ekonomia: jeśli tak wielu ludzi tworzy aplikacje, to im większa podaż, tym mniejszy popyt na te pojedyncze rzeczy. Ci ludzie pewnie też się wykruszą. Zostaną aplikacje, które naprawdę będą wartościowe. Zobaczymy, jak to będzie wyglądało, ale ja już widzę przesyt AI, tym slopem.

Powstało też dużo fajnych aplikacji, ale czuć, że pod spodem w pewnym sensie zostały zvibe-codowane: jest jakiś pomysł. Ostatnio korzystam na przykład z aplikacji do pisania o nazwie Studio. Pojawiła się dosłownie tydzień, może dwa tygodnie temu, a już dosyć intensywnie z niej korzystałem. Jest bardzo fajna, bo można zacząć albo od outline'u tego, co chcemy napisać, albo od mind mapy. Widać, że jest pomysł i że jest to przemyślane, ale na przykład decyzje projektowe bywają dosyć toporne, podobnie jak przejścia między różnymi ekranami. Myślę, że będzie dużo aplikacji tego typu: widać, że ktoś fajnie przemyślał, jak ją zrobić, co ma robić i co umożliwiać, tylko wykonanie będzie dosyć kwadratowe. I ludzie będą po prostu od takich aplikacji odchodzić.

[KRZYSZTOF] …fajne gry, które generalnie sprawiają nam radość z tego urządzenia, o ile je kupiliśmy. Nic nam do tego, ani mnie, ani Markowi. Chodzi nam tylko o to, że oprócz tego typu rzeczy, które mają jakieś zastosowanie – a tym zastosowaniem, jak w każdej grze, jest czysta rozrywka – powstaje też wielki zalew aplikacji, które nic nie robią, nie dostarczają nawet rozrywki, tylko pokazują, że ekran jest składany i że można na tym zarobić, nie? I z tygodnia na tydzień będzie tego coraz więcej.

Mam przynajmniej taką wizję, Marek, że na najbliższym rozdaniu nagród Apple Design Awards i App Store Awards w przyszłym roku doczekamy się osobnej kategorii iPhone Duo. Dlaczego? Po pierwsze to idealny ruch marketingowo-biznesowy dla Apple: przy najbliższej możliwej okazji nagrodzić także te AI slopy,

zgarnąć niemałe pieniądze z prowizji od deweloperów i im też dać niemało zarobić. Bo będą milionerami – bardzo duża część osób, które teraz tworzą tego typu aplikacje, zostanie milionerami. To po prostu ten moment w historii, w którym poszli za ciosem, byli gotowi na dzień pierwszy i teraz zbierają owoce, bez względu na to, co będzie później i co tu sobie gadamy.

Ale już za 2 lata Apple Design Awards, także w kategorii iPhone Duo, która zapewne powstanie, będą moim zdaniem nagradzać bardzo wysublimowane przykłady dopieszczonych, ręcznie i natywnie napisanych aplikacji od studiów projektowych, które z kolejnej i wszystkich poprzednich generacji iPhone'a Duo wyciągną finalną definicję tożsamości tego produktu. Bo na razie wszyscy jesteśmy trochę królikami doświadczalnymi, a Apple też to sobie bada i sprawdza. Według mnie to ten kierunek, i biznesowo, i ogólnie: znaleźć razem z pierwszymi klientami tożsamość, jaką obierze ten produkt. Tak to widzę, Marek, nie wiem, czy się zgadzasz.

[MAREK] Zdecydowanie. Moim zdaniem to no-brainer, że taka kategoria powinna powstać. Choćby po to, żeby pokazać aplikacje, które najlepiej wykorzystują ten format i możliwości iPhone'a Duo. Najbardziej kreatywne rozwiązania, ale też rzeczywiście najbardziej użyteczne. Niech to będą nawet aplikacje, które nie muszą dużo robić, ale niech robią to w innowacyjny, unikalny sposób i niech będą po prostu super dopracowane.

[KRZYSZTOF] W przyszłym roku, chyba na początku czerwca, będzie też Międzynarodowy Dzień Dostępności – jakoś przy okazji tych wszystkich nagród, nie? Nikt jeszcze nie mówił o żadnej aplikacji, która w kontekście accessibility byłaby nowym rozdaniem dla iPhone'a Duo jako składanej formy, nie? To też jest jeszcze przed nami, Moi Drodzy, nie? I wiele takich momentów jest przed nami, bo to produkt, który dopiero tworzy swoją tożsamość. Moim zdaniem to jest ta narracja – jasne, totalnie niszowa. Okej, gadamy sobie o tym tutaj, u nas, a w dużych podcastach, a już na pewno na dużych kanałach na YouTubie, nikt tego nie powie. Ale to się wydarzy. Zobaczycie. Odtwórzcie sobie ten podcast za rok i zobaczycie, czy nie mieliśmy racji. Jestem przekonany, że tak będzie. Chętnie odszczekam te słowa.

[MAREK] Tak. Moim zdaniem wygrywa jakość. Mogę tu szybko polecić jedną gierkę, którą facet zrobił sam – pewnie użył jakiegoś AI, ale może nie, nie jestem pewien. Nazywa się Tupo, adres to playtupo.com. To gra logiczna, trochę jak sudoku, ale są w niej też kolory: w każdym rzędzie i każdej kolumnie liczby i kolory nie mogą się

powtarzać. Prosta gra, ale nie łatwa i naprawdę super logiczna, a przy tym super dopracowana. Właśnie prosta – moim zdaniem to przykład bardzo dobrze zrobionej gry, w której nie ma ani za dużo, ani za mało. Idealna rozrywka, po prostu dobrze dopracowana. Z całego serca polecam. Gram codziennie – codziennie jest nowa zagadka, a do tego są jakieś paczki. Fajna i też minimalistyczna, więc polecam.

[KRZYSZTOF] Na pewno podlinkujemy. A teraz płynnie przejdę do kolejnego z problemów czy wyzwań, choć na razie to zdecydowanie kategoria wkurzających rzeczy związanych z iPhone'em Duo, a tak naprawdę z iOS i w ogóle z ekosystemem Apple. Dlaczego? Nie wiem, Marek, czy zdajesz sobie sprawę, ale mnie uświadomił to dopiero iPhone Duo. Możemy sobie mówić, że Liquid Glass jest poprawiony – od razu robię przecinek, żebyś krótko powiedział, jak oceniasz te poprawki – i kontynuuję myśl. Możemy mówić, że Liquid Glass jest poprawiony, że są teraz suwaczki, że jest dużo lepiej, że naprawili nawet macOS. No okej.

Tylko że taka prosta rzecz jak multizadaniowość – bo przecież wszyscy tak dużo mówimy o tej produktywności, nie? – z punktu widzenia mojego, gościa, który od 20 lat siedzi w tym ekosystemie i widział różne jej wydania od czasu, kiedy w ogóle pojawiła się na iPhonie. Przez ewolucję w czasach, gdy był jeden system iOS, potem duże rozdanie, czyli przejście na iPadOS, kiedy Apple samo doszło do wniosku, że coś tu nie gra i iPad potrzebuje osobnego systemu, po współczesność, w której mamy iPhone'a Duo. No i właśnie.

W tym momencie mamy sytuację, w której zarządzanie oknami, czyli kluczowy element multizadaniowości, multitaskingu, działa na każdym urządzeniu Apple jako zupełnie osobny byt. Na macOS ekran mogę podzielić inaczej, przeciągając okna do jego krawędzi, inaczej na iPadOS, jeszcze inaczej na iPhonie Duo – i tylko w poziomie, bo w pionie już się nie da. Na zwykłym iOS, na moim iPhonie 17, działa to zupełnie odwrotnie. Części rzeczy w ogóle nie da się zrobić, bo są poblokowane. Czy powinny być odblokowane? Nie mnie to oceniać.

I nie chodzi mi w tym momencie o to, żeby z iPhone'a robić podstawowego iPada. Nie. Chodzi mi o to, że kiedy już widzę poziome urządzenie – iPada, iPhone'a Duo, MacBooka albo Vision Pro, bo ten problem dotyczy też jego, a tam przestrzeń wokół nas jest w sumie nieograniczona – to na litość boską, niech chociaż zarządzanie oknami działa tak samo. A w tle jest jeszcze dotykowy MacBook z tym samym macOS co niedotykowe MacBooki, nie?

Z mojej perspektywy mamy więc kilka wersji iOS. Mamy iOS dla iPhone'a Duo, który działa nie wiadomo jak i w moim odczuciu jest w ogóle osobnym bytem, jeśli chodzi o zarządzanie oknami i multitasking. Mamy iPadOS, który po poprawkach działa całkiem znośnie i jest najbliższy macOS. I mamy rdzeń, czyli macOS, od którego wszystko się zaczęło. Plus zapewne za chwilę będziemy mieli okulary i kolejny problem. A, i jeszcze Apple Watcha, w którym co roku zmienia się choćby przełączanie aplikacji i działanie przełącznika aplikacji, nie? To coś jest nie halo, bardzo nie halo, panie Ternus, panie Craigu Federighi. Trzeba to wszystko naprawić i ujednolicić, bo człowiekowi głowa wybucha.

[MAREK] Zdecydowanie, te różnice… Mówiąc jeszcze o Liquid Glass i o zmianach z zeszłego roku, które omawialiśmy: tak, cieszę się – i to przewidziałem – że jest suwak dostosowujący przezroczystość, bo właśnie tego wtedy brakowało. Był chaos z ikonami, zaczęli to już naprawiać. Widać, że w zeszłym roku poszli w różne naprawdę negatywne strony, zorientowali się i teraz do tego wracają. Jeśli chodzi o zarządzanie oknami, to tak. Ja na przykład nie korzystam z natywnego zarządzania, tylko z Raycasta: skrótami klawiszowymi układam sobie okna na ekranie w inny, wygodniejszy sposób. Mam też skróty do najważniejszych aplikacji, więc mogę szybko pokazać daną aplikację. Robię tak właśnie dlatego, że dla mnie też jest tam chaos. Nie do końca rozumiem niektóre rzeczy – zupełnie nie jest dla mnie jasne, jak się z nich korzysta. Moim zdaniem muszą to ujednolicić albo wymyślić jeden sposób zarządzania tym.

[KRZYSZTOF] Bo skoro już mówimy o produktywności, to właśnie w tym konkretnym punkcie jest ona ograniczona. Chyba że ktoś ma tylko jedno urządzenie – wtedy ten problem go nie dotyczy, nie? Ale w idealnym świecie narracji Apple każdy ma tych urządzeń jak najwięcej i taka osoba ma w tej chwili, pod koniec 2026 roku, problem. To taka moja odezwa do firmy z Cupertino.

[MAREK] Im więcej człowiek ma tych urządzeń, tym ma gorzej, tak jak mówisz, bo działają nawyki, pamięć mięśniowa, i później łapiesz się na różnych błędach i robisz coś źle.

[KRZYSZTOF] Tytułem powoli końca chcielibyśmy z Markiem polecić Wam artykuł omawiający 5 epok UX designu. Bardzo dużo jest tam też o UI, łącznie z obecną epoką AI. To bardzo długi, ale bardzo dobrze napisany tekst i warto go przeczytać, nawet jeśli nie jesteście fanami czy fankami historii Apple, Steve'a Jobsa, Jony'ego Ive'a i tak dalej. Warto, żeby mieć świadomość, jaką drogę przeszliśmy jako

konsumenci, jako klienci szeroko rozumianej elektroniki użytkowej – od pierwszych telefonów Bella, przez pojawienie się iPoda, potem iPhone'a i szeroko dostępnych tabletów, aż po współczesność. Taka wiedza przydaje się nawet wtedy, gdy nie zajmujecie się tą elektroniką na bieżąco ani nie projektujecie interfejsów, tylko po prostu jesteście konsumentami czy fanami. Żeby wiedzieć, że ludzkość miała już różne przygody i punkty zwrotne, że jakoś doszliśmy do obecnej formy tego wszystkiego i że to ciągle tylko przystanek, bo tak to działa – inaczej historia by się nie nadpisywała.

Marku, specjalnie nie chcę cytować tych pięciu epok, żeby zachęcić Słuchaczy do sięgnięcia po tekst. Która z nich jest Ci najbliższa i dlaczego, w kontekście tego, czym zajmujesz się w życiu?

[MAREK] Na pewno mogę powiedzieć o dwóch. Pierwsza to era mobile first, bo mam z nią styczność na co dzień – mniej więcej od pierwszego iPhone'a. Dostosowywanie stron do responsywności: gros mojej pracy dotyczyło właśnie responsywności stron. Ale też era wcześniejsza, era architektury informacji dawnego internetu. Moim zdaniem to fundament, na którym powinien się opierać każdy, kto zajmuje się albo zaczyna zajmować projektowaniem. I moim zdaniem w erze AI wrócimy do tamtej ery, czyli do patrzenia, jak są ułożone treści i jak można do nich dotrzeć. Taki trochę back to the roots. Bo teraz, w dobie AI i niemal nieograniczonych możliwości generowania funkcji, tego, co robią nasze aplikacje, to bardzo szybko się gubi. Widzę to właśnie po moich eksperymentach z kodowaniem i tworzeniem oprogramowania.

Z tamtej ery jest bardzo znana książka z niedźwiedziem polarnym na okładce, „Information Architecture". To był w ogóle fundament wiedzy UX designerów. Jest też krótka książka Steve'a Kruga „Nie każ mi myśleć", którą polecam każdemu, kto korzysta z internetu. Bardzo krótka lektura, można ją przeczytać w bodajże godzinkę, ale w prosty sposób bardzo dużo tłumaczy o tym, jaki jest w ogóle nasz stosunek do technologii i jak pochłaniamy informacje.

Myślę, że musimy wrócić do takich podstaw. Do rozmów z użytkownikami. AI pozwala nam więcej testować z użytkownikami i robić więcej prototypów. Mam nadzieję, że biznes pójdzie w tę stronę i nie będzie tylko optymalizował kosztów, ale postawi też na jakość, bo to szansa, którą teraz mamy. Możemy robić rzeczy taniej, więc możemy mniej skupiać się na priorytetyzowaniu, co chcemy zrobić, a bardziej na tym, co rzeczywiście przynosi największą wartość i jest wartościowe.

[KRZYSZTOF] Czyli, trochę parafrazując: dobry projektant, dobry biznes aplikacyjny to taki, który zakłada, że po stronie tworzących nie jesteśmy już osobami rysującymi ekrany, tylko coraz bardziej osobami, które decydują, co te ekrany, a właściwie treść na nich, mogą zrobić dla końcowego klienta czy użytkownika, nie? Wydaje mi się, że to znak czasów.

[MAREK] Tak, wracamy. Tu moglibyśmy długo rozmawiać o tych erach i o tym, jak zmieniała się rola UX designera, czyli moja. Do niedawna mieliśmy taki pik, w którym UX designer powinien też bardzo dobrze projektować interfejsy. Kiedyś tak nie było. UX designer projektował na szarych, że tak powiem, prototypach, wręcz jak na kartce papieru: jak mają przebiegać interakcje, jakie ekrany mają następować po sobie, jak ma być ułożona architektura informacji. Dopiero grafik brał to i, można powiedzieć, kolorował, przenosił na wygląd interfejsu. Ostatnio mieliśmy, moim zdaniem, pik tego, że to UX designer miał projektować piękne gradienty i je dokładać – moim zdaniem niepotrzebnie, bo rozmyła się przez to rola dbania o experience.

Ale teraz, przez rolę AI, trochę odchodzimy od potrzeby umiejętności superpięknego, graficznego przedstawiania czegoś. Oczywiście warto mieć zmysł smaku, żeby ocenić to, co wypluło AI, ale moim zdaniem teraz naprawdę o wiele ważniejsze jest to, żeby z powrotem dobrze to poukładać i przemyśleć. I nie dodawać za dużo nowych funkcji i opcji, bo teraz jest wielka pokusa: „Zróbmy aplikację, która robi wszystko". Trzeba być kuratorem tego, co jest potrzebne. Steve Jobs był w tym mistrzem.

Następnym razem – bo to też świetna książka – Ken Kocienda i „Creative Selection": wyciąganie esencji z tego, czym ma być nasz produkt. I tak jak mówię, możemy teraz więcej rozmawiać z użytkownikami, zdobywać więcej feedbacku i więcej rozumieć. I igła powinna przesuwać się w tę stronę: więcej dyskusji i zrozumienia, co ma zostać zrobione i czego potrzebują ludzie, którzy z tego korzystają, zamiast lecenia, wyrabiania, tworzenia i eliminowania ról designerskich tylko po to, żeby lepiej zarabiać. Bo moim zdaniem w dłuższej perspektywie to też jest krótkowzroczne.

[KRZYSZTOF] Historia matką głupich, ale tak już było parę razy i ważne, żebyśmy o tym nie zapominali. Moi Drodzy, tak sobie myślę, że to też czasy, w których my, odbiorcy elektroniki użytkowej i w ogóle technologii, powinniśmy jeszcze bardziej

obniżyć poziom tolerancji na slop – już nie tylko AI slop, ale generalnie na wszystko, co nie ma żadnej albo prawie żadnej wartości. Nie bać się tego wyrażać publicznie, nie bać się o tym mówić i nie bać się krytykować. Choć to nie jest popularny trend ani dla nikogo ścieżka pierwszego wyboru – i nie chodzi mi tu o hejt – chodzi mi o uczciwe postawienie sprawy przed samym sobą i przed rynkiem: mogę wyrazić swoją opinię, mogę powiedzieć: „Ej, ale po co my to robimy?", nie? Bo to czasy, w których każda taka opinia dokłada się jako cegiełka do tego, jak zdefiniujemy sobie jutro, nie? Myślę, że warto to robić i do tego Was też zachęcam – żeby technologia służyła Wam, a nie Wy jej. To motto chyba nigdy wcześniej nie rezonowało aż tak silnie jak w tych czasach. Tak sądzę, choć oczywiście mogę się mylić – jestem tylko człowiekiem. No właśnie, bo jesteśmy tylko ludźmi, a na koniec dnia to ludzie tworzą także ten cyfrowy świat. Warto o tym pamiętać, Moi Drodzy.

Na koniec jeszcze fragment autopromocji: przypominam o trwającej przedsprzedaży kubków tego podcastu. Kultowy kubek „Na spokojnie", który kupiliście już w ogromnej liczbie sztuk, wraca teraz w nieco odświeżonej edycji – jest po prostu biały, tak jak, mam nadzieję, wkrótce będzie aura za oknem – a do tego jest bardzo limitowana edycja świąteczna, która już się w przyszłości nie powtórzy. Tych kubków nie będzie jakoś spektakularnie dużo. Przedsprzedaż trwa do 19 listopada, więc warto się pospieszyć, bo tego dnia o 12 w południe okno sprzedażowe się zamyka i już tak szybko nie będzie można nabyć tych kubeczków. Wspieracie w ten sposób mnie i ten podcast. To też taka cegiełka – wyrażenie opinii, że po prostu podoba Wam się moja robota. Zapraszam do sklepu: boczemunie.pl/sklep. Przedsprzedaż trwa do 19 listopada, do 12 w południe.

Na koniec prośba: jeśli jeszcze nie obserwujecie podcastu na stałe, proszę, zmieńcie to i zostawcie feedback tam, gdzie słuchacie. To zawsze dużo daje, bo dzięki temu mogę się uczyć i stawać coraz lepszy. A Tobie, Marku, bardzo serdecznie dziękuję na koniec za Twoją ekspertyzę w dniu dzisiejszym. Powiedz mi, czego mogę Ci życzyć – już chyba także na nowy rok, bo to już ten moment – w tych szalonych czasach, zwłaszcza w Twoim zawodzie. I jak chcesz zakończyć, bo słowo końcowe należy do Ciebie.

[MAREK] Możesz mi życzyć dwóch rzeczy. Po pierwsze trochę spokoju w branży, bo mam wrażenie, że wszystko zaczęło się zmieniać tak szybko, że nikt nie wie, za co się łapać, co robić i co będzie. A po drugie rozwoju UX Tygodnika, bo rok 2027 to na pewno rok, w którym stawiam na to, żeby głębiej wejść w interakcję człowiek–internet, zdobywać więcej wiedzy na ten temat i więcej się nią dzielić.

Zapraszamy więc na uxtygodnik.pl. Możecie zapisać się tam na newsletter. Będę go cały czas rozwijał i mam nadzieję, że Wam też się tam spodoba. To tyle ode mnie.

[KRZYSZTOF] Ja również polecam z serducha, bo to bardzo dobre miejsce w sieci, a takich jakościowych miejsc mamy już coraz mniej. Jeszcze raz bardzo dziękuję, Marku, i do usłyszenia. Zobaczymy, czy za kolejnych 100 odcinków, czy wcześniej.

[MAREK] Trzymaj się. Dzięki, hej.

[KRZYSZTOF] Dziękuję za uwagę!

[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]