

Prihodnost bivanja

Megatrendi, ki (pre)oblikujejo družbo kot celoto

Kako bomo živeli v prihodnosti, je eno najpogostejših vprašanj posameznika in tudi podjetnika, ki se ukvarja z oblikovanjem bivanjskega prostora in okolja. Ko govorimo o prihodnosti bivanja in gradenj, se izpostavljajo nekateri megatrendi, ki bodo ključno vplivali na oblikovanje prostora. Je naš dom zares pameten, ko smo povezani z ljudmi ali s tehnologijo?

Dr. Aleš Ugovšek, GZS – Tehnološki razvoj in inovativnost

Enoznačnega odgovora na vprašanje, kako bomo živeli v prihodnosti, ni, je pa mogoče na osnovi vzorcev iz preteklosti in sedanjosti sklepati, kakšna bo prihodnost bivanja. To analizirajo in napovedujejo na nemškem Zukunftsinstitutu. Direktorica inštituta Oona Horx-Strathern je bila osrednja gostja lanskoletnega razvojnega dne gozdno lesnega sektorja, na katerem je govorila prav o tej temi.

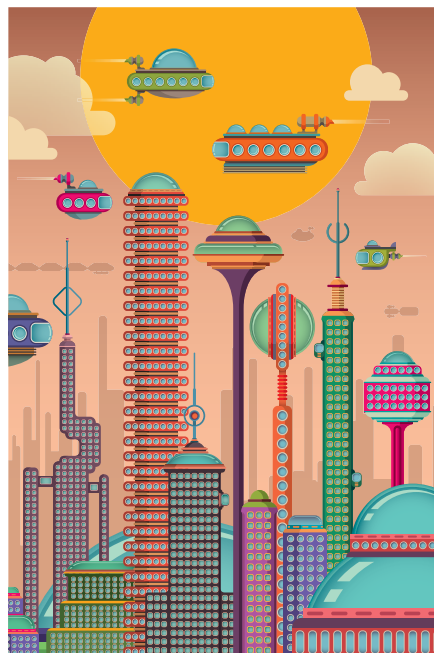
Če sta za generacijo mojih staršev obstajali dve življenjski sferi – dom in služba, smo danes v sferi meta mobilnosti, ki združuje dom, službo, potovanja ter lokacije doma in po svetu. Na oblikovanje te povezane sfere v veliki meri vplivajo megatrendi, ki vplivajo tako na produkte kot na tehnologijo, trg, gospodarstvo, družbo in civilizacijo.

Na nemškem inštitutu izpostavljajo 12 globalnih megatrendov sodobnega časa: zdravje, individualizacijo, srebrno generacijo, varnost, neo-ekologijo, zabrisanost spolov, nove oblike dela, kulturo znanja, urbanizacijo, mobilnost, globalizacijo in povezanost.

Megatrendi niso nikoli linearni in enodimenzionalni, ampak so zapleteni, prepleteni in povezani. Sestavljeni so iz več dimenzij, plati in trendov, njihov čas, ko dosežejo vrhunec, pa je 30 let ali več. Ključno pri megatrendih je, da ne vplivajo zgolj na določen del družbenega življenja in gospodarstva, ampak (pre)oblikujejo družbo kot celoto. Ko govorimo o prihodnosti bivanja in gradenj, se izpostavljajo nekateri izmed naštetih megatrendov, ki bodo ključno vplivali na oblikovanje prostora.

Srebrna generacija

Pričakovana življenjska doba Slovenke je 83, Slovenca pa 78 let. S podaljševanjem življenjske dobe se stopnjuje tudi želja po ohranjanju mladosti. Ta je neke vrste proti trend, ki skupaj z izpostavljenim megatrendom tvori fenomen pomlajevanja (downageing). Po podatkih je vsaka nova generacija 7,4 leta »mlajša« od predhodne generacije, kar je lahko nazorno prikazano, če primerjamo fotografije 40-letnika iz leta 1940 s 40-letnikom v letu 2020. Ta podatek je logičen, saj ima prebivalec razvite države preko 60 let zdravega življenja, medtem, ko jih ima npr. prebivalec manj razvite Sierra Leone le 30, ugotavlja Carol Jagger s sodelavci v članku iz leta 2008.



Ustvarjajo se nove multibiografije. Če je bilo življenje posameznika v industrijski dobi sestavljeno iz treh zaporednih delov – otroštvo/mladost (20 let), družina in služba (40 let) in pokoj (5,5 let), je današnje življenje sestavljeno iz več delov, ki so začasni, se med seboj prepletajo in ponavljajo – otroštvo/mladost, izobrazba, kariera, »ljubezen« ter obdobja hitenja, sebičnosti, zrelosti in modrosti. Ob vsem naštetem se je smiselno vprašati ali res potrebujemo robote, ki bodo v pomoč srebrni generaciji, ali je bolj smiselno razvijati bolj oblikovan prostor in okolje, ki bosta ustrezno prilagojena.

Individualizacija

Leta 1960 so največji delež družbe predstavljale družine z enim, dvema ali več otroki, medtem ko so preostali del družbe dopolnjevale samske ženske in moški, pari brez otrok in druge oblike družin. Leta 2020 je družba drugačna. Večinski del družbe sestavljajo samske osebe (ki so tudi največja skupina med vsemi skupinami), družine z enim ali dvema otrokoma, pari brez otrok in mobilne družine, ki del časa preživijo skupaj in del narazen. Preostali del družbe predstavljajo samske osebe z enim ali dvema otrokom, istospolni pari, družine že ločenih partnerjev z ali brez otrok, gospodinjstva, v katerih prevladujejo ženske in večgeneracijske družine.

Najizraziteje so torej v vzponu samska gospodinjstva, v katerih je prisotna osamljenost, ki pa ni posledica samskega življenja, ampak družbene izolacije. Pri tem prihaja do zanimivega paradoksa individualizacije – bolj individualistični kot postajamo, pomembnejša postajata podpora in stik z ostalimi ljudmi. Iz tega se rojeva nova smer t. i. so-kulture (so-bivanje, so-delanje, so-mobilnost, so-vrtnarjenje...). Adam Neuman, ustanovitelj podjetja WeWork, je sodelavno (co-working) okolje opisal kot takšno, v katerem ljudje izgrajujejo življenje in ne zgolj živijo. Takšna so-okolja in projekti

Foto: Depositphotos

pospešeno nastajajo v naši bližini in po Evropi, v prihodnosti pa bomo naše domove izbirali po kakovosti skupnih prostorov in ne po kvadratnih metrih. Percepcija dojemanja se namreč premika od kvadratnih metrov v deljene skupne metre. Vzporedno s tem nastaja trend urejenosti (tidyism). Bivanjski prostori so vedno manjši, podstrešja izginjajo, kleti so neprimerne za shranjevanje, vsak od nas pa poseduje okoli 10.000 predmetov. Tako lahko pričakujemo porast pametnih skladišnih prostorov in hotelov za naše predmete.

Povezljivost

Povezljivost povezujemo s pametnim domom. Kdaj pa je naš dom zares pameten? Je to takrat, ko smo povezani z ljudmi ali s tehnologijo? Barry French, vodja marketinga v podjetju Nokia, je iskreno priznal, da je svoj dom omrežil in povezal, kar mu je vzelo veliko časa, da pa so koristi omejene. Pri tem se sprašuje, če mu vsa tehnologija zares omogoča več, ali pa je vse še bolj zapleteno. S tem je nakazal na fenomen nenehnega reševanja novih problemov (solutionism), saj nove tehnološke rešitve ustvarjajo vedno nove probleme. Zvočni asistenti, katerim nevede zaupamo naše bolj ali manj skrite želje in vprašanja, ustvarjajo okolje, v katerem je nekdo vedno za našim hrbtom. Naša komunikacija je usmerjena v tehnologijo, združeni – komunikacija in tehnologija torej – pa učinek odtujenosti le še stopnjujeta. Takšna stopnja digitalizacije in neprenehne povezanosti s

spletom in napravami pa na drugi strani ustvarja proti trend naraščajoče želje po analognem, odklopljenem stanju. V digitalni dobi želja po pristnih in resničnih doživetjih vedno bolj narašča, poudarja Markus Frenzl, nemški profesor teorije oblikovanja in medijev.

Kaj lahko torej pričakujemo?

Vprašanje, kaj je zares pameten dom in ali gre pri njem za tehnologijo ali za komunikacijo, je povsem na mestu. Hanni Rützler iz Zukunftsintituta v poročilu o hrani iz leta 2016 poudarja, da je mnogo uporabnikov navdušenih nad visokotehnološko opremo v njihovih kuhinjah, da pa jo komaj kdaj uporabljajo.

Pri domovih in okoljih prihodnosti kaže, da bo poudarek vendarle bolj usmerjen na lovljenje skupnih trenutkov, k povezovanju prostorov, ki so bili včasih v celoti ločeni (kuhinja, jedilnica, spalnica, kopalnica, dnevna soba ...), in k smotrni uporabi materialov. Kot primer lahko izpostavimo kopalnico, ki je še danes navadno popolnoma ločena, v prihodnosti pa bo z dodatnim prostorom povezana v drugi dnevni prostor za sprostitev in preživljanje večjega dela prostega časa. Materiali, ki nas obdajajo, vplivajo na naš um, počutje in telo. Pomembno je torej kaj, kje in iz česa bodo izdelki v naših domovih. Veriga Hilton je tako v Londonu že zgradila prvi veganski hotel, ki ne vključuje usnja, volne ali perja, te materiale pa nadomeščajo predelani odpadki ananasovih listov, bombaž in kapok (tropsko drevo z vlakni, znanimi kot svilen bombaž). Med izbranimi

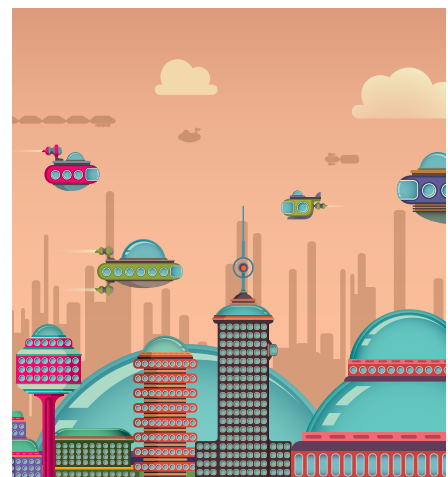


Foto: Depositphotos

materiali je tudi les. Nekateri napovedujejo, da prehajamo v leseno dobo, o čemer pričajo leseni nebotičniki, ki se gradijo po svetu in so vsako leto višji.

Arhitekti se vedno bolj zavedajo, kako zgradbe preko podzvesti, zaznavanja in spoznanj vplivajo na naše obnašanje. Že Winston Churchill je dejal, da mi oblikujemo zgradbe, te pa bodo zatem oblikovale nas. Pametno oblikovanje in arhitektura torej upoštevata duševno, telesno, vseživljenjsko, okoljsko in družbeno zdravje. Ameriška arhitektka Jeanne Gang poudarja, da dobri arhitekti ne oblikujejo zgradb, ampak odnose, saj so mesta v resnici ljudje.

Resnično pametna prihodnost bivanja bo tako temeljila na družbeni, arhitekturni in estetski inteligenci, kjer bodo oblikovanje, narava in okolje igrali pomembnejšo vlogo kot tehnologija. **gg**

Najboljši ga že imajo
Pridobite ga tudi vi!
excellent-sme.gzs.si

