

Z W A R S Z T A T Ó W B A D A W C Z Y C H

SYLWIA MIECZKOWSKA
Uniwersytet Jagielloński

**(NIEINTUICYJNA) SPRAWCZOŚĆ
AUTOMATYCZNEGO ODKURZACZA****WSTĘP**

Przedmioty pełnią w naszym życiu niezwykle ważne funkcje: są narzędziami ułatwiającymi i umożliwiającymi funkcjonowanie w otaczającej rzeczywistości, determinują naszą orientację przestrzenną i formują indywidualne tożsamości, tworzą krajobraz oraz przestrzeń kultury i są integralną częścią naszego życia codziennego. Przyzwyczailiśmy się jednak traktować je jako bierne i martwe (w znaczeniu nie działające samodzielnie) artefakty, które uzyskują sprawczość dopiero dzięki ich wykorzystaniu przez człowieka. Przepływ „sił” w tej relacji jest więc jasny — biegnie od użytkownika do „martwego” przedmiotu, który sam pozbawiony jest sprawstwa i potencjału, stanowiąc zaledwie tło dla ludzkich aktywności.

Na przestrzeni ostatnich kilku lat, dzięki intensywnemu rozwojowi automatyzacji i robotyzacji, zaczęły się rozwijać i popularyzować (także w znaczeniu większej dostępności dla przeciętnego człowieka) złożone urządzenia techniczne, mające (znacznie większą) autonomię działania. Przedmioty typu smart, czyli wzajemnie zintegrowane i takie, które można zaprogramować do powtarzalnego wykonywania określonych czynności oraz sterować nimi zdalnie za pomocą aplikacji, coraz częściej pojawiają się

w naszych domach, a ponadto często, dzięki samodzielności i autonomii w wykonywaniu swojej pracy, sprawiają wrażenie żywych i intuicyjnie są antropomorfizowane. Wyróżniają się spośród innych przedmiotów, co nieuchronnie prowadzi do zadania sobie pytań o ich status. Jednym z takich przedmiotów, być może najszybciej i najbardziej skutecznie zadamawiającym się w mieszkaniach, jest inteligentny automatyczny odkurzacz, który stał się przedmiotem mojego badania.

METODOLOGIA

Przedstawione tu badanie miało charakter jakościowy i zostało zrealizowane metodą wywiadu pogłębionego z posiadaczami automatycznego odkurzacza, co umożliwiło dotarcie do prywatnego doświadczenia respondentów oraz do emocjonalnych i indywidualnych spostrzeżeń na temat ich związku z urządzeniem. Przeprowadzono łącznie pięć wywiadów. Respondenci, dwie kobiety i trzech mężczyzn, w wieku między 25–35 lat, proszeni byli o udzielenie odpowiedzi na pytania otwarte zawarte w kwestionariuszu. Pytania dotyczyły sposobu użytkowania robota przez respondentów oraz ich stosunku względem niego.

Skoncentrowałam się na problemie nieintuicyjnej (wykraczającej poza z góry określoną funkcjonalność) sprawczości przedmiotu codziennego użytku, a konkretnie inteligentnego automatycznego odkurzacza. Główny problem badawczy oscylował wokół zagadnienia performatywności odkurzacza-robota i jego możliwości oddziaływania na użytkowników oraz wokół znaczenia, jakie człowiek przypisuje temu przedmiotowi. Badanie polegało na przyjrzeniu się funkcji, jaką odkurzacz pełni w życiu codziennym jego użytkowników, wpływowi, jaki na nich wywiera, oraz (wyłaniającym się w efekcie relacji) sposobom oddziaływania robota na ludzi.

W badaniu posłużyłam się także metodą obserwacji niekontrolowanej przeprowadzonej na jednym z respondentów oraz niejawniej, zapośredniczonej przez nagranie obserwacji zabawy dzieci z odkurzaczem-robotem. Obserwacja umożliwiła pozyskanie danych dotyczących „naturalnego” (w przypadku dzieci niestresujących się obecnością badacza) czy też „bardziej naturalnego” (bo niezapośredniczonego przez język badanego) zachowania, a tym samym mogła skutkować nieco większą „obiektywnością” przedstawiony wyników.

Celem moim była próba zrozumienia tego, czym dla użytkownika jest automatyczny odkurzacz oraz jakie role odgrywa w jego życiu, jakie pełni funkcje i jak jest przez niego postrzegany — zamierzałam odkryć, w jaki sposób urządzenie (na różnych polach) działa, by móc w konsekwencji

wskazać na ukrytą w nim sprawczość oraz potencjał performowania i aktywnego oddziaływania na otaczające go byty, co wykracza poza przeznaczoną mu — czysto praktyczną — funkcję.

Pytania badawcze można sformułować następująco:

— Czy inteligentny odkurzacz może być postrzegany jako aktywny aktor życia społecznego, a tym samym wpływać na nas i nasze codzienne działania?

— Jakie są horyzonty możliwego działania inteligentnego odkurzacza? Jaka jest dynamika jego użytkowania?

— W jakiego typu interakcje robot wchodzi z użytkownikiem? Czy jego percepcja jest z góry ustalona i określona?

— Czy w toku interakcji wyłaniają się nowe, potencjalne metody jego użytkowania? Jeśli tak, to jakie?

— W jaki sposób przedmiot jest konstruowany przez przypisywane mu znaczenia oraz jak można odnieść to do działania samego przedmiotu?

— Jaką rolę odkurzacz odgrywa w życiu rodzinnym? Jaki stosunek do niego przyjmują współmieszkańcy? Jaki otrzymuje (bądź wypracowuje) status?

— Co badanie sprawczości odkurzacza-robota może wnieść do perspektywy sprawczości przedmiotów w ogóle?

Do interpretacji wyników badania została wykorzystana analiza typu fenomenologicznego — w wydaniu raczej Heideggerowskim niż Husserlowskim — w której centralnym punktem zainteresowania badacza jest subiektywne doświadczenie respondenta (jego sposób postrzegania przedmiotu), ale która nie redukuje materii jedynie do aktów świadomościowych, lecz raczej traktuje ją jako aktywnego współtwórcę doświadczeń — analiza, która uwzględnia aktywność materii jako czynnie uczestniczącej w działaniach poznawczych. Ponadto wykorzystano analizę performatywną, by spróbować przekroczyć paradygmat reprezentacji i subiektywizm poznawczy — zbadać zachowania samych przedmiotów, unikając tym samym ich metafizycznej esencjalizacji, analizować konsekwencje podejmowanych przez użytkownika działań i związanych z robotem aktywności.

PRZEGLĄD LITERATURY

Badaniem sprawczości przedmiotów od lat osiemdziesiątych XX wieku — czyli umownej daty, od której w naukach humanistycznych możemy obserwować tzw. zwrot ku rzeczom — zajmowało się wielu znakomitych badaczy, bezpośrednie inspiracje dla mojego projektu stanowiły wybrane prace Tima Danta, Daniela Millera, Bjørnara Olsena i Janusza Barańskiego.

Tim Dant w książce *Kultura materialna w rzeczywistości społecznej* (2007) bada działanie wybranych artefaktów, między innymi deski surfingowej, wyposażenia domu, przedmiotów takich jak telewizor czy pralka, i analizuje związki, w jakich z rzeczywistością materialną pozostaje człowiek, a także sposób, w jaki przedmioty (jako byty materialne) wpływają zarówno na życie indywidualne, jak i zbiorowe jednostek, oraz jak można wpisać je w ogólne praktyki społeczne, posługując się szerokimi ramami teoretycznymi (od Marksa po Baudrillarda). Praca Danta stanowi cenną inspirację dotyczącą tego, jak badać związki ludzi z przedmiotami, jak zadawać odpowiednie pytania, aby odkryć, gdzie lokuje się sprawczość przedmiotów, a w konsekwencji — jak ją badać i ujmować w dyskursie naukowym.

Pod tym względem równie wartościowa jest praca Daniela Millera, który w *The Comfort of Things* (2008) przedstawia w niezwykle uważny i subtelny sposób wyniki badań (prowadzonych wraz ze studentką Fioną Parrot) dotyczących przedmiotów codziennego użytku, takich jak pamiątki czy zdjęcia rodzinne. Miller prezentuje portrety badanych osób przez pryzmat tych przedmiotów, bada relacje, w jakie wchodzi z sobą wzajemnie, a tym samym odkrywa, w jak dużym stopniu tożsamość jest konstruowana przez rzeczy. Autor ten inspirowa i zachęca do podjęcia własnej refleksji na tym polu. Skupia się przede wszystkim na człowieku, na sposobach wyrażania siebie „poprzez”, a tym samym na roli, jaką przedmioty odgrywają w życiu badanych. Ja natomiast, analizując przeprowadzone rozmowy, własne obserwacje oraz wykorzystując zaplecze teoretyczne, pragnę położyć większy nacisk na sprawczość przedmiotu — przechylić nieco punkt ciężkości owej konstytutywnej relacji z człowiekiem na rzecz.

Bjørnar Olsen w głośnej pracy *W obronie rzeczy* (2013) stara się przywrócić przedmioty dyskursowi humanistycznemu jako materialne, obecne w rzeczywistości, aktywnie działające byty. Krytykuje podejście dematerializujące oraz podważa opozycję człowiek–przedmiot i podkreśla — za Brunonem Latourem (teorią aktora-sieci, ANT) — istotność skupienia się na badaniu sieci społecznych, których integralną część stanowi świat materialny. Olsen podnosi również kwestię istotności badania przedmiotów z perspektywy ontologicznej, ponieważ obserwacja tego rodzaju kieruje badacza w stronę uznania ich niezależności. Norweski archeolog pozostaje jednak w swoim opisie na poziomie teoretycznym, nie analizuje przedmiotów w praktyce ich użytkowania i nie proponuje odpowiedzi na podstawione przez siebie pytanie — jak oddać głos samym przedmiotom?

Z kolei książka Janusza Barańskiego *Świat rzeczy. Zarys antropologiczny* (2007) to cenna pozycja teoretyczno-metodologiczna, która zawiera kry-

tyczny namysł nad metodologicznymi ujęciami problemu przedmiotów. Autor przedstawia szeroki wachlarz teorii odnoszących się do świata materialnego, za badaczami takimi jak Alfred Gell przywołuje także refleksje na temat konkretnych relacji człowieka i rzeczy (np. broni czy ubioru) oraz ich społecznych implikacji, odślaniając swoistą integralność świata ludzi i przedmiotów. Praca ta stanowi cenne źródło wiedzy z — przywracanej na polski grunt — dziedziny antropologii rzeczy.

WYNIKI I WNIOSKI

Poniżej przedstawiam wyniki przeprowadzonego badania i dokonuję ich analizy, opierając się na zarysowej metodologii. Oto najistotniejsze wnioski.

- Wszyscy uczestnicy badania przyznali, że nadali swojemu odkurzaczowi imię, którym najczęściej posługują się rozmawiając o nim („*Bodzio sobie będzie sprzątał*”, „*Wszedłem do domu, a Dorka, jak gdyby nigdy nic, jeździła po tej wodzie*”). W rozmowach pojawiły się trzy rodzaje imion: 1) imię pochodzące od nazwy urządzenia (Robuś); 2) predystynujące do wykonywania określonej czynności, a równocześnie określające funkcję przypisaną (sprzątanie) — Dorka, imię byłej gosposi respondenta, oraz Bodzio, imię pedantycznej postaci z kreskówki; 3) abstrakcyjne, zaczerpnięte z popkultury i wynikające z cech fizycznych (Sokół Millennium). Nadanie imienia jest kulturowym przejawem wartościowania i w tym przypadku bardziej niż z zawłaszczaniem wiąże się z oswajaniem, indywidualizacją i wyróżnianiem robota spośród innych przedmiotów, jest także jednym z przejawów antropomorfizacji. Jeden z respondentów stwierdził, że imię nadał ze względów identyfikacyjnych, które wiążą się z ułatwieniem międzyludzkiej komunikacji, tłumacząc, że imionami obdarzył również kamerki zainstalowane w swoim domu. Warto jednak zaznaczyć, że o ile w przypadku kamer rzeczywiście można mówić o czysto praktycznym charakterze nazywania: „*zamiast mówić kamera w przedpokoju, kamera w sypialni, kamera w kuchni, mówię Rainbow Dash, Pinki Pie, Applejack*” — o tyle robot-odkurzacz jest tylko jeden. Polecenie „*włącz odkurzacz*” („*kiedy chcę, żeby włączyła odkurzacz, no to mówię — włącz Bodzia*”) jest synonimiczne z włączeniem odkurzacza-robota, aspekt praktyczny nie był więc w tym przypadku, jak twierdzi respondent, dominującym czynnikiem w procesie nazywania. Większość badanych (troje) imię wymyśliła mimowolnie i intuicyjnie („*Jeszcze zanim przyjechał, już wiedziałam, że to będzie Bodzio*”, „*Zastanawialiśmy się nad imieniem, ale od razu się nasunęło po wyciągnięciu z pudełka*”), co może sugerować, że chęć nadania imienia wynika ze specyfiki samego automa-

tycznego odkurzacza, z jego właściwości i funkcji (żaden z respondentów, co warto podkreślić, nie jest osobą samotną z niedostatkami emocjonalnymi, co często bywa uznawane za jedną z przyczyn antropomorfizujących praktyk).

- Jeden z respondentów wyposażył robota z w dodatkowe personifikujące atrybuty (samoprzylepne oczka). Pozostali respondenci nie odczuwali takiej potrzeby.

- Na pytanie dotyczące słów określających robota w odpowiedzi najczęściej padały określenia takie jak: czysty (3), pracowity (3), skuteczny (2), sprytny (2), estetyczny (3) czy gosposia (2) — odnosiły się więc z jednej strony do cech fizycznych urządzenia, z drugiej zaś do funkcji, jaką pełni (czy też do obu naraz, jak „hybrydowe” określenie: czysty). W wypowiedziach mniej podporządkowanych konkretnemu pytaniu pojawiały się jednak pojęcia bardziej subiektywne, związane z prywatnymi doznaniem badanych, takie jak rozczulający czy słodki.

- Czwooro respondentów na pytanie o emocje związane z odkurzaczem przyznało, że go lubi (albo „bardzo lubi”) oraz że są mu wdzięczni za pracę, za utrzymanie porządku i czystości, co sprawia im radość (3) i z czego czerpią satysfakcję (2): „cieszę się, że mnie w tym wyręcza, że nie muszę marnować tego czasu”; „mam satysfakcję z tego, że jest tak czysto”. Jest to o tyle interesujące, że zazwyczaj nie ocenia się w tych kategoriach pracy innych urządzeń elektrycznych (np. pralki, zmywarki, elektrycznej szczoteczki do zębów), co wskazuje na fakt, że nie chodzi tylko o poprawne i skuteczne wykonywanie czynności, ale o formę samowystarczalnej i autonomicznej pracy, która odbywa się „na widoku”, a tym samym „domaga się” zauważenia i docenienia. Ważny jest szczególny design, ponieważ to poprzez swój wygląd obiekt do nas „przemawia” (automatyczne odkurzacze prawie zawsze są okrągłe, a niezależnie od praktycznej funkcji takiego rozwiązania udowodniono, że ludzie zazwyczaj preferują okrągły kształt przedmiotów [Silvia, Barona 2009, s. 27]); a także możliwość komunikowania określonych treści w języku wybranym przez użytkownika (na przykład o rozpoczęciu i zakończeniu sprzątania). Emocje mogą być związane także ze „świeżością”, nowością tego typu technologii automatyzującej procesy sprzątania.

- Sposób wypowiedzi dwóch respondentów sugeruje, iż traktują oni odkurzacz jako coś więcej niż zwykły przedmiot. Jeden posługiwał się nawet zupełnie zantropomorfizowanym słownikiem pojęć („brzuszek” zamiast pojemnik, „chodzi” zamiast jeździ, „jest zmęczona” albo „mogłaby być troszkę mądrzejsza”), przyznał jednak, że jako człowiek jest wrażliwy na przedmioty — w podejściu do odkurzacza znajduje więc odzwierciedlenie nasza własna osobowość, nasze podejście do świata i do otaczających

nas innych. W przypadku dwóch osób można było dostrzec formę (określiły je roboczo) „dystansujących wypowiedzi” czy racjonalizującej matrycy, niepozwalającej wypowiadać się o przedmiocie jako o czymś posiadającym jakąkolwiek nadpisaną tożsamość czy w jakikolwiek sposób się wyróżniającym spośród innych rzeczy. Osoby te mówiły o odkurzaczu jako o zwykłym narzędziu, które ma być skuteczne: *„Dla mnie to jest narzędzie, które ma dobrze wykonywać swoją pracę [...] jakby ktoś dał mi nowy lepszy model, to bym wymienił”*; *„[...] dla mnie [robot] spełnia funkcje praktyczne, a, no i estetyczne”*. Istotne jest jednak, że jeden z tych respondentów określił robota mianem „*roboroczka*” (skrót od nazwy urządzenia „*Roborock*” — co wskazuje na afektywne podejście do urządzenia) i przyznał, że zdarza mu się nawiązywać z nim kontakt: *„Bodzio, gdzie jedziesz, przecież tu siedzę!”*. U drugiego obserwowanego przeze mnie respondenta dały się zauważyć takie zachowania i emocje, jak: rozbawienie, kiedy robot nie radził sobie z trudniejszą przeszkodą (*„zobacz, zobacz, jak nie może wjechać!”*), i forma rozczulenia, gdy w końcu wjechał (*„rozpędził się na trzy razy i w końcu wjechał, biedny!”*); stanie i obserwowanie pracy robota; zwracanie się do robota po imieniu; podjeżdżanie nim zdalnie w wyznaczone miejsca w trakcie pracy (spoza domu), by rozbawić partnerkę, która przebywała w tym czasie w mieszkaniu; pytanie o to, *„jak sobie dziś poradził ze sprzątniem”*. Te sytuacje wyraźnie pokazują, iż „*deklarowane*” czy świadomie prezentowane podejście do robota niekoniecznie zbieżne jest z tym realizowanym i spontanicznym, co może wskazywać na (1) zrozumiałą (przez wzgląd na nasze antropocentryczne dziedzictwo) blokadę w przyznaniu przedmiotom wyższego statusu; (2) niezdawanie sobie sprawy z własnego podszytego afektami podejścia do urządzenia i z podświadomego traktowania go w sposób wyjątkowy i wartościujący.

Przedstawione wyniki wskazują na proces „*spontanicznej antropomorfizacji*”, o której pisał Alfred Gell, a która uwidacznia się w tym, w jaki sposób przedmiot jest traktowany i jak człowiek do niego się odnosi (Barański 2007, s. 126–27) — w pewnej tendencji do animizacji, tym silniejszej w przypadku przedmiotów autonomicznych i mających zdolność do poruszania się. Jednak antropomorfizacji (czy też zoomorfizacji) urządzenia nie należy w tym przypadku utożsamiać ze zjawiskiem negatywnym, formą zawłaszczania wynikającą z chęci dominacji. Prezentowana postawa konotuje raczej znaczenie pozytywne, z rozmów bowiem wynika, że efektem antropomorfizacji jest wzbudzenie w użytkowniku sympatii i szacunku do robota, a także wdzięczności związanej z dobrze wykonaną pracą (co wskazuje na mimowolne przypisanie odkurzaczowi intencjonalności). Pociąga to za sobą również implikacje etyczne — oswojenie przedmiotu, uczynienie

nie go bliższym sobie skutkuje większym przywiązaniem i pojawieniem się uczucia troski, a przez to może w korzystany sposób wpływać na użytkowanie odkurzacza (np. staranne zabiegi pielęgnacyjne), a tym samym na dłuższe „życie” robota. Trzech respondentów na pytanie o potencjalną przyszłość ich odkurzaczy odpowiedziało, że w przypadku zepsucia się urządzenia (co byłoby to dla nich przykrym doświadczeniem) nie wyrzuciliby go na śmietnik, lecz raczej staraliby się naprawić (z tym zgodzili się wszyscy), dać mu drugie życie, schować „na lepsze czasy” albo po prostu wykorzystać w inny sposób (na przykład rozkładając na części).

Antropomorfizacja automatycznego odkurzacza i przyznanie mu sprawczości nieuchronnie prowadzi także do pytania o etykę życia z przedmiotami, która pozwoliłaby nam funkcjonować lepiej w więcej-niż-ludzkich społecznościach.

- Wszyscy respondenci przyznają, że choć kupili odkurzacza wyłącznie z myślą o sprzątaniu i „uwolnieniu się” od wykonywania tej pracy („*Po prostu nie chciałam już tracić na to czasu*”), to zdarzyło im się wykorzystać robota sprząającego w inny sposób niż tylko zgodnie z jego czysto praktyczną (i fabrycznie mu przeznaczoną) funkcją. Sposoby te można podzielić na dwie główne kategorie: formę prezentacji i formę zabawy.

Prezentacja wiąże się z przedstawieniem robota odwiedzającym mieszkanie gościom i, jak opisują respondenci, najczęściej odbywa się poprzez „przyprowadzenie” robota ze stacji dokującej we wskazane miejsce (dzięki możliwości zdalnego sterowania) lub zwykłe uruchomienie go. Jak określiła to jedna z respondentek: „*Trzeba Bodzia przedstawić [...] jest takim członkiem rodziny w zasadzie, każdy w rodzinie jest za coś odpowiedzialny, on jest odpowiedzialny za sprząkanie*”; „*No trzeba się nim pochwalić!*”. Wyraźnie więc widać, że robot wykracza poza sferę czysto praktyczną i wkracza w sferę symboliczną, metaforyczną, jako swego rodzaju „zwierzątko”, członek rodziny (rzecz jasna nie transcenduje tej sfery zupełnie, funkcja prymarna jest jego funkcją nadrzędną). Dzięki określonym metaforom językowym urządzenie staje się przedmiotem rozmowy, interesującym tematem, ale też zupełnie dosłownie wkracza w przestrzeń sytuacji społecznej (spotkania znajomych), można więc uznać je za rodzaj swoistego medium socjalizującego, które podtrzymuje lub prowokuje interakcje („*kiedyś sąsiedzi wychodzili z mieszkania i akurat zobaczyli Robiego, i zaczęli się wypytywać, jak działa, czy jesteście zadowoleni [...] powiedzieli od razu o!, macie nową zabawkę*”).

Zabawa z przedmiotem jest sytuacją złożoną i polega na wchodzeniu w interaktywny związek z nim. Z wypowiedzi respondentów i obserwacji wynika, że można wyróżnić dwie kategorie: „zabawę robotem” i „zabawę z robotem”. Przykładem „zabawy robotem” jest (1) zdalne sterowanie

— jeden z respondentów wykorzystał robota do tego, aby zdezorientować swoją pracującą zdalnie partnerkę, za pomocą aplikacji uruchomił robota i „*podjechał nim w wyznaczone wcześniej na mapie w aplikacji miejsce*”; (2) układanie na jeżdżącym robocie różnych przedmiotów. „Zabawę z robotem” zaś udało mi się zaobserwować u dzieci. Wdzięczna i spontaniczna, niepodporządkowana żadnym regułom czy zasadom, opiera się raczej na nieorganizowaniu, pogodnych i impulsywnych reakcjach wywołujących natychmiastową, rozczulającą radość. Ten rodzaj zabawy można wpisać w jeden z dwóch typów aktywności zaproponowanych przez Rogera Callois, a mianowicie w *paida*. Typ ten jest charakterystyczny właśnie dla motywowanej przyjemnością zabawy dziecięcej i — w przeciwieństwie do drugiego, bardziej sformalizowanego typu: *ludus* — nie ma określonego celu (jak na przykład huśtanie się) (Kłosiewicz 2012, s. 10). Dzieci wchodzące w interakcje z robotem najczęściej „bawią się z nim w berka” — uciekają przed nim, podążają za nim i śledzą jego ruchy, wybuchają śmiechem i uciekają, kiedy robot, napotkawszy przeszkodę, odwróci się niespodziewanie. Blokują mu drogę dłońmi, wkładając pod niego ręce, opierają się na nim i poruszają zgodnie z jego ruchami. Mniejsze dziecko siada na nim jak na ruchomym krzeselku i jeździ (co wymaga pewnej formy koordynacji ruchowej, gdyż trzeba z odkurzaczem współpracować, tak aby się utrzymać i z niego nie spaść), czasem także po prostu obserwują się „wzajemnie”. Zabawie dziecięcej towarzyszą spontaniczne piski i wybuchy śmiechu. Zabawa ta w pewien sposób zależna jest także od innych przedmiotów w mieszkaniu — odkurzaczy napotykalający przeszkodę ominie ją, zmieniając obrany kierunek, a owa „nieprzewidywalność” jest dla dzieci ekscytująca. Więcej frajdy jest też wówczas, gdy robot wjedzie pod stół czy między krzesła, tworząc tym samym wertykalno-horyzontalny labirynt (żeby wejść pod stół, trzeba się schylić), co jest dla dzieciaków intrygujące, bo wymaga zwinności i czujności.

Zabawa z odkurzaczem-robotem nie jest wynikiem jedynie zamiarów i wyobraźni człowieka (choć niewątpliwie są one niezbędne do podjęcia takiej aktywności), lecz pozostaje bezpośrednio uzależniona od swoistego performansu urządzenia. Odkurzaczy-robot określa bowiem pewien horyzont jego wykorzystania, sugeruje sposoby użycia. Wszystkie wymienione wyżej metody interakcji z urządzeniem wynikają z zainteresowania, które wzbudza głównie jego autonomia w poruszaniu się. Ten swoisty performans iRobota, ulokowany w jego działaniu, skutkuje przywiązaniem i narzucającą się niejako mimowolnie antropomorfizacją. Okazuje się więc, że znaczenie, jakie przypisujemy temu urządzeniu, jest formą negocjacji między poznającym (człowiekiem) a poznawanym (obiektem); jest for-

mą wydobywania znaczenia zakodowanego w materialności przedmiotu, ponieważ — jak twierdzi Heidegger — jesteśmy „wrzuceni” w świat już znaczący (Olsen 2010, s. 135). Fakt, że robot traktowany jest jako zabawka czy eksponat, którym można się pochwalić, niewątpliwie świadczy o współpracy na polu wytwarzania znaczeń w relacjach. Nikt zapewne nie nazwałby odkurzacza słodkim, gdyby nie fakt obcowania z nim w określonej sytuacji, która sprowokowała myślenie w tych kategoriach (najczęściej w interakcji z innymi bytami), nikt nie bawiłby się z nim w berka, gdyby nie fakt, że ma możliwość poruszania się itp.

Można powiedzieć, że urządzenie oferuje nam nowe możliwości użycia, „zaprasza” do współpracy i zabawy z wyobraźnią. Jest ono bardziej „obecne”, posłużę się terminologią Heideggerowską, niż pozostałe przedmioty w domu, choć nie w znaczeniu „zdawania sobie sprawy z jego poręczności” (czyli praktyczności), ale w znaczeniu zachęty do projektowania nowych funkcji, niekoniecznie zbieżnych z funkcją prymarną. Nie chodzi więc o złe wykonywanie swojej pracy, tak jak w przypadku zepsutego narzędzia, które Heidegger określa mianem „obecnego”. Wręcz przeciwnie — chodzi o pewien performowany przez przedmiot naddatek, który odczytany przez człowieka, czy raczej z nim „wynegocjowany”, w określonej relacji nabiera określonych kształtów. Robot może być wrogiem (jeden z respondentów przywołał zabawną anegdotę, w której dzieci znajomego „walczą” z odkurzaczem, rzucając w niego swoimi zabawkami), zabawką-samochodzikiem, berkiem czy gosposią. Jest to „obecność”, z którą mamy do czynienia w przypadku wprowadzenia nowego przedmiotu w przestrzeń oswojoną i dobrze znaną, która ma potencjał rozbijania struktur rozumienia rzeczy i naszej z nimi relacji. Odkurzacze ma ponadto potencjał niezbędny do tego, by utrzymać taki status przez czas dłuższy, ponieważ — jak pokazuje badanie — jest przedmiotem podatnym na „ujednostkowanie”. Reprezentuje całą klasę zhomogenizowanych, utowarowionych urządzeń, lecz będąc bardziej zindywidualizowanym, jest mniej podatny na alienację i „roztopienie się” w tle innych przedmiotów.

- Odkurzacze automatyczny dzięki swojej specyfice i autonomii prowokuje użytkownika i działa na jego wyobraźnię, ma więc moc wpływania na człowieka, a pośrednio także na przestrzeń, w której się znajduje — trzech respondentów przyznało, że w przyszłości będą urządzać mieszkanie „pod robota”, tak by umożliwić mu swobodne poruszanie się, a równocześnie najbardziej efektywne sprzątanie, umieszczając możliwie najmniej rzeczy na podłodze. Robot w sensie symbolicznym przejmuje kontrolę nad większością przedmiotów w domu, podporządkowując je sobie w tym sensie, że narzuca im ich usytuowanie — *„jak najbardziej uważam, że to zmienia spo-*

sób postrzegania meblowania mieszkania [...] z tą wiedzą, budując sobie dom czy mieszkanie, wyposażając je, na na pewno będę miał z tyłu głowy to, czy robot tam będzie mógł wszędzie gdzie tylko możliwe wjechać". Organizuje więc na pewnym poziomie także nasze wybory konsumenckie — „*ja nie kupuje już niczego, co stoi na ziemi*”.

• Ostatni wniosek wysuwam z dużą dozą ostrożności, gdyż wiąże się on z funkcją emancypacyjną robota-odkurzacza. Wszyscy respondenci zgadzają się co do tego, że odkurzanie, podobnie jak pranie czy zmywanie naczyń, najczęściej wpisuje się w społeczną rolę kobiet, obowiązek narzucony jest więc przez płęć kulturową. W przeciwieństwie do pralki, która — jak podkreśla Tim Dant (1999, s. 95) — ułatwiła pranie, ale nie zlikwidowała obowiązku robienia prania, robot-odkurzacz wyręcza w pracy niemal całkowicie. Dzięki temu, jak mówi jedna z respondentek, „*mogę zająć się w tym czasie innymi rzeczami, na przykład pouczyć się czy pooglądać coś*”. Zaoszczędzony czas wcześniej przeznaczony na odkurzanie („*no ja w pewnym momencie odkurzałam codziennie, tak po 1,5 godziny*”) można wykorzystać w inny, bardziej produktywny sposób. Co więcej — mężczyzna wykazuje znacznie większe zainteresowanie robotem niż odkurzaczem manualnym („*Jak tam Robuś, sprzątał?*”), a czyszczenie go (w przypadku trojga respondentów) jest wykonywane naprzemiennie, zarówno przez kobietę, jak i mężczyznę. W tym sensie urządzenie ma potencjał przeformułowania ról społecznych zdefiniowanych przez płęć.

PODSUMOWANIE

Na koniec chciałabym wyraźnie zaznaczyć, że jest to badanie oparte na wywiadach i częściowej obserwacji, która gwarantuje wgląd w problematykę opisywanych zagadnień. Nie ulega jednak wątpliwości, że przedmioty nie są i nie powinny być redukowane jedynie do swojej funkcji czy do przypisywanych im intuicyjnie znaczeń, gdyż często działają one na poziomie prekognitywnym, afektywnym i nierefleksyjnym. Umysł być może mocno broni się przed przyznaniem im równego statusu — w dwóch przypadkach, jak wspomniałam, odczuć można było „ukrywanie się” pod racjonalnymi i zdroworozsądkowymi opisami. Ponadto przedstawione badanie ze względu na swój charakter jest raczej zarysem problemu niż jego pełną eksplikacją — istotne jednak, mam nadzieję, że stanowi ważny punkt na antropologiczno-filozoficznej mapie prowadzącej do lepszego wyjaśnienia i zrozumienia sprawczości przedmiotów, w tym szczególnie przedmiotów technologicznych. Wskazuje obiecujący kierunek dalszych eksperymentów na tym polu.

BIBLIOGRAFIA

- Barański Janusz, 2007, *Świat rzeczy. Zarys antropologiczny*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Dant Tim, 2007, *Kultura materialna w rzeczywistości społecznej*, tłum. Janusz Barański, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Flick Uwe, 2010, *Projektowanie badania jakościowego*, tłum. Paweł Tomanek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Heidegger Martin, 2004, *Bycie i czas*, tłum. Bogdan Baran, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Kłosiewicz Olga, 2012, *Zabawa w chowanego. Gry i zabawy, które zmieniły filozofię* (<https://www.asp.wroc.pl/dyskurs/Dyskurs1314/OlgaKlosiewicz.pdf> [dostęp: 6.05.2021]).
- Kvale Steinar, 2010, *Prowadzenie wywiadów*, tłum. Agata Dziuban, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Mamzer Hanna, 2017, *Zwierzęce imiona — upodmiotowienie czy zawłaszczenie*, „Zoophilologica. Polish Journal of Animals Studies”, nr 3, s. 163–178.
- Miller Daniel, 2008, *The Comfort of Things*, Polity Press, Cambridge.
- Mudyń Krzysztof, La Torre Amelia, 2014, *Uwarunkowania i psychiczne konsekwencje antropomorfizacji*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Psychologica”, nr 7, s. 57–68.
- Olsen Bjornar, 2013, *W obronie rzeczy. Archeologia i ontologia przedmiotów*, tłum. Bożena Shallcross, Instytut Badań Literackich PAN, Warszawa.
- Silvia Paul J., Barona Christopher M., 2009, *Do People Prefer Curved Objects? Angularity, Expertise, and Aesthetic Preference*, „Empirical Studies of the Arts”, t. 27(1), s. 25–42 (doi: 10.2190/EM.27.1.b [dostęp: 06.05.2021]).
- Wojnowski Konrad, 2014, *Performatyka — teoria katastrof*, „Przestrzenie Teorii”, nr 22, s. 117–138.

THE (NONINTUITIVE) AGENCY OF AN AUTOMATIC VACUUM CLEANER

Sylwia Mieczkowska
(Jagiellonian University)

Abstract

The paper is a report on the study of an object of everyday use: the smart vacuum cleaner. The research was a qualitative study carried out using the method of in-depth interviews conducted with owners of automatic vacuum cleaners, coupled with the method of disguised observation carried out on one of the respondents and children playing with the device. The aim of this project was to understand what an automatic vacuum cleaner is to its user, what role it plays in their life, what functions it performs, and to reveal how it works on different levels. This resulted in indication of the performative potential of the studied object, as well as the agency hidden within it, going beyond its intended practical function.

key words: automatic vacuum cleaner, performativity of things, agency of objects, anthropology of things

słowa kluczowe: automatyczny odkurzacz, performatywność przedmiotów, sprawczość przedmiotów, antropologia rzeczy