

MAREK KRAJEWSKI

OD MAS REWOLUCYJNYCH DO MAS PRACUJĄCYCH. O MASIE W SIECI

I. MASA JAKO ZJAWA

W swoim artykule, zatytułowanym *Zindywidualizowane społeczeństwo masowe*¹, Mirosława Marody zauważa, że pojęcie masy, choć nierozzerwalnie związane z nowoczesnością, nie jest jednak stale obecne w słownikach towarzyszących jej opisowi i badaniu. Przeciwnie – niczym zjawą – pojawia się ono, angażuje naszą uwagę, po czym znika, by po jakimś czasie ponownie się objawić. To falowanie obecności nie jest jednak zupełnie przygodne. Przeciwnie – pojęcie masy powraca do socjologicznych słowników zasadniczo w dwu sytuacjach.

Po pierwsze tam, gdzie nie bardzo wiemy, jak interpretować radykalne zmiany społeczne. Po kategorię masy sięgamy więc wówczas, gdy obserwujemy wyłanianie się czegoś nowego, czego nie potrafimy jeszcze nazwać, ale co jednocześnie zwiastuje gwałtowne przeobrażenia istniejącego porządku dominacji. Pojęcie masy używane jest przede wszystkim tam, gdzie rdzeniem takiej zmiany jest rozszczenie zmarginalizowanych dotąd kategorii społecznych do znalezienia się w centrum życia społecznego², do przejęcia władzy i stworzenia ładu, który będzie uwzględniał ich potrzeby, będzie bardziej sprawiedliwy i mniej wykluczający. Kategoria masy, co warto podkreślić, wyraża zarówno nadzieję na zmianę porządku, jak i przez strach przed tym, że ulegnie on zmianie. To dlatego właśnie sięgają po nią zarówno rewolucyoniści próbujący uruchomić tłumy, jak i reakcyoniści, usiłujący je powstrzymać, utożsamiając je z żądnym zemsty motłochem, amorficzną siłą zamierzającą zniszczyć świat³.

Po drugie, kategoria masy pojawia się tam, gdzie nowoczesny porządek zaczyna ujawniać ukryte dotąd własności, wymuszające jego krytykę, czy wręcz zakwestionowanie. Dzieje się tak tam, gdzie kontrolę nad nim przejmują masowe media i bożek przyjemności, której głównym źródłem ma stać się rozpasana konsumpcja⁴. Dzieje się też tak w wypadku totalitaryzmów, które ufundowano na pragnieniu pewności i uznania wykorzenionych jednostek, pozabawionych przez modernizację dotychczasowych tożsamości⁵. Dzieje się tak

¹ Marody (2020).

² Marody (2020).

³ Le Bon (1998); Mackay (1999); Canetti (1960).

⁴ Adorno, Horkheimer (2010); Postman (2006); Marcuse (1991) i wielu innych.

⁵ Adorno (2010); Newman, Erber (2009); Orłowski (2020).

również w sytuacji kolonizowania świata społecznego przez uniformizującą logikę masowej produkcji, przemysłowej i kulturowej⁶.

W obu powyższych wypadkach po pojęcie masy sięgano, by zasygnalizować, że coś dzieje się ze społeczeństwem: nie zawsze coś złego, ale zawsze coś niepokojącego. Z konieczności więc masę traktowano niczym gorączkę, wysypkę lub kaszel – jako coś, co nie trwa wiecznie, co jest tymczasowym stanem uspołecznienia, pośredniczącym pomiędzy bardziej trwałymi jego formami. Pojęcie to dzisiaj powraca. Przede wszystkim po to, by zasygnalizować, iż coś niedobrego dzieje się z procesami indywidualizacji, a więc z procesem absolutnie kluczowym dla modernizacji, artykułującym centralną dla nowoczesnego ideału człowieczeństwa koncepcję jednostki. Zgodnie z nią człowiek to podmiot. Ktoś, kto jest autorefleksyjny, racjonalny, wyposażony w wolną wolę, zdolny do podejmowania decyzji, sprawczy. Temu ideałowi zagraża masowość, gdyż sprawia ona, że jednostki są nie tylko do siebie podobne, ale przede wszystkim, że odebrano im prawo samodecydowania, a przez to również samorealizacji. Ta ostatnia bowiem może ziścić się tylko wtedy, gdy odbywa się w obrębie takich struktur społecznych, które proces ten torują, zapewniając każdej jednostce warunki korzystania z prawa do samorealizacji. Tam zaś, gdzie tego rodzaju struktury są nieobecne (ponieważ uległy destrukcji lub się jeszcze nie wyłoniły), bądź tam, gdzie bardziej funkcjonalne dla systemów politycznych lub ekonomicznych okazuje się wykorzenienie jednostek oraz zuniformizowanie ich jako pracowników i konsumentów⁷, mamy też do czynienia z dezorientacją, odebraniem elementarnego bezpieczeństwa, tożsamości. W takiej sytuacji – jedyną odpowiedzią, jak żyć, staje się naśladowanie tego, co robią inni – zupełnie tak, jak w wypadku wybuchu paniki, gdzie informacji określających, jak działać, dostarcza nam ten, który jest tuż obok⁸. Na pozór jednostki nadal dokonują tu samodzielnych wyborów, ale kierują nimi ci, których uznały one za posiadających wiedzę, jak działać (żyć). W ulegających umasowieniu społeczeństwach nowoczesnych tym orientującym działaniem Innym staje się dodatkowo jednostka widzialna, a więc zmediatyzowana⁹ – czy to przez mównicę wyniesioną ponad głowy tłumu, czy też przez głośnik radia i ekran (telewizora, komputera, smartfona), czy przez reklamowy plakat. Już sam fakt jej zapośredniczenia sprawia, że zdaje się ona posiadać przepis na to, jak żyć, zwielokrotnienie zaś jej obecności przez miliony reprezentacji tylko tę intuicję potwierdza. Jej siłę wzmacniają też ci wszyscy, którzy podjęli ryzyko bycia, jak ona, a społeczne zainteresowanie tymi *wczesnymi naśladowcami*¹⁰ tylko potwierdza, że zmediatyzowany Inny ma rację, że wie, jak żyć i co się liczy. Wiara w to, co medialnie zapośredniczone, i utożsamienie tego, co zmediatyzowane, z wiedzą na jakiś temat, sprawia, iż jednostki przestają szukać siebie, a zaczynają poszukiwać sposobów, by być takimi jak ci, których ujed-

⁶ Kracauer (1987); Adorno, Horkheimer (2010); Benjamin (1996); Bauman (2013).

⁷ Tak, jak się działo (i nadal dzieje) w wypadku początków europejskich, nowoczesnych państw narodowych. Gellner (2009).

⁸ Miller (2014); Smelser (2014).

⁹ Borch (2016).

¹⁰ Vejgaard (2012).

nostkowiło przeobrażenie w masowo dystrybuowaną reprezentację. Ostatnimi czasy nie są tu już zresztą ludzie, którzy są w czymś od nas lepsi, doskonalsi, albo nawet po prostu inni. Przeciwnie – jak podpowiada Graeme Turner i jego słynna koncepcja zwrotu demotycznego¹¹ – to osoby takie, jak my, których systemy medialne prawie losowo wybrały do wypełnienia roli nadwidzialnych, a więc takich, jakimi chcieliby być wszyscy inni.

II. DIGITALIZACJA, USIECIOWIENIE I NOWE MASY

W tym momencie moglibyśmy w zasadzie kontynuować rozpoczętą tu krytykę współczesnych procesów zagrażających indywidualizacji, wskazując zwłaszcza na znaczenie globalnego przemysłu kulturowego¹², dystrybuującego totemy głównych marek, pielęgnującego różnice i celebrującego konsumpcyjne nisze w ramach masowej kustomizacji¹³. Być może pozwoliliby to dostrzec nam symptomy świadczące o tym, że na naszych oczach wyłania się jakaś nowa forma masy, albo nawet mas. Z jednej strony tych niezwykle barwnych, wewnętrznie zróżnicowanych i ujednostkowionych, ale jednak podporządkowanych programom pisanim przez rynek karmiący się dziś odmiennością, a nie podobieństwem. Z drugiej zaś strony tych, których ten nadmiar ofert pozbawia pewności w tak wielkim stopniu, że wybierają one podporządkowanie nowym wodzom, którzy masowo pojawiają się na całym świecie, obiecując godność, uznanie i socjalne bezpieczeństwo, oczekując w zamian tylko niechęci wobec tego, co obce, inne, odmienne od proponowanego przez nich programu. Być może dostrzeglibyśmy też w tych procesach zjawiska bardziej głębinowe: alergiczną społeczną reakcję na zniknięcie społecznych dystansów. Zniknięcie zmuszające do kontaktu i interagowania z tymi, których nienawidzimy, od których czujemy się lepsi/ gorsi, którymi gardzimy¹⁴.

Nie zrobimy tego jednak, gdyż dużo bardziej interesujące wydaje się wskazanie na procesy powodujące, że pojęcie mas, masowości ulega dziś głębokiej problematyzacji i nie może zostać potraktowane wyłącznie jako symptom jakiejś groźnej choroby toczącej społeczeństwo. Procesami tymi są digitalizacja oraz usieciowienie rzeczywistości. Możliwe dzięki powiązaniu urządzeń komputerowych rozsianych po całym świecie we współzależną całość, mediują dziś prawie każdą do wyobrażenia czynność podejmowaną przez człowieka: poczynając od komunikowania się z innymi, przez wymianę i handel, tworzenie i dystrybucję dóbr kultury, wyrażanie miłości i stosowanie przemocy, nauczanie i ewangelizację, prowadzenie działań wojennych i akcji terrorystycznych, działalność charytatywną oraz przestępczość, a na wyrażaniu uczuć i seksie kończąc.

¹¹ Turner (2009).

¹² Lash, Lury (2010).

¹³ Pine (1999).

¹⁴ Krajewski (2019).

Digitalizację oraz usieciowienie należy uznać za radykalizację, ale też logiczną konsekwencję modernizacji, o ile przyjmemy, iż jej ważną cechą jest globalna ekspansja leżącego u jej podstaw zbioru wartości, medium zaś – daleko posunięta uniformizacja kulturowa. Ta ostatnia, nieco kolokwialnie określona przez Anthony’ego Giddensa mianem wykorzeniania instytucji i upowszechnianiem systemów abstrakcyjnych¹⁵, sprowadza się do niszczenia rdzennych, lokalnych sposobów życia i zastępowania ich tymi stworzonymi na Zachodzie. Digitalizacja i usieciowienie stanowią więc kolejny (po globalnym czasie i strefach czasowych, standardach ISO, międzynarodowych umowach handlowych, politycznych i militarnych, transportowych kontenerach i rozmiarówkach ubrań) krok w likwidowaniu ograniczeń dla dwu głównych zdobyczy modernizacji, a więc kapitalizmu oraz demokracji. Digitalizacja eliminuje przede wszystkim materialność jako ograniczenie w swobodnym krążeniu dóbr. Zamieniane w cyfrowe reprezentacje nie tylko mogą w tym samym czasie pojawiać się prawie równocześnie w oddalonych od siebie miejscach globu, ale stają się też one niezwykle plastyczne, kompatybilne, co oznacza nieograniczoną możliwość ich transmutowania, remiksowania, kulturowego recydingu przeobrażającego to, co doskonale znamy, w nowość¹⁶. Zdigitalizowane dobra z łatwością przekraczają też granice, doskonale od tego, co analogowe, oszukują też cenzurę oraz wszelkie inne formy kontroli, nie zajmują w zasadzie miejsca i są zawsze na wyciągnięcie ręki. Usieciowienie sprawia z kolei, że nie tylko zmniejszają się odległości pomiędzy tymi, którzy pragną ze sobą kooperować, ale też zawieszony zostaje czas, granice, odrębności kulturowe i społeczne jako przeszkoda w tego rodzaju relacjach. Usieciowienie wymaga bowiem wspólnych standardów komunikacyjnych (protokoły TCP/IP), dokonuje się najczęściej w niezwykle uproszczonym języku, konfrontuje z tymi, których byśmy nigdy nie spotkali na swojej drodze, spłaszcza też wszelki możliwe do pomyślenia hierarchie. Te dwa procesy, uznawane za najważniejsze źródło zmian we współczesnym świecie (lub choćby za istotny czynnik towarzyszącym tym zmianom), są też kluczowe w kontekście naszego myślenia o masie. Przede wszystkim dlatego, że zdają się one podważać zarówno to, jak zwykliśmy ją interpretować, jak i jej bezpośredni związek z jakąś formą kryzysu, której doświadczać mają zmodernizowane zbiorowości.

III. MASA 1.0

U progu upowszechnienia Internetu (który chciałbym potraktować jako najbardziej oczywisty, ale z pewnością nie jedyny, przykład digitalizacji oraz usieciowienia) masa pojawia się w podobnym znaczeniu do tego, które towarzyszyło rewolucyjnym zrywom: jako podmiot, w imię którego dokonują się zmiany. Jeżeli przypomnimy sobie retorykę z początku lat dziewięćdziesią-

¹⁵ Giddens (2006).

¹⁶ North (2015).

tych, zwłaszcza tę spod znaku Electronic Frontier Foundation¹⁷, towarzyszącą upowszechnianiu sieci, to okaże się, że proces ten był traktowany jako nadzieja na radykalną demokratyzację, sieciowi aktywiści zaś postrzegali Internet jako rodzaj nowej ziemi niczyjej, dla której prawa mieli napisać komunikujący się ze sobą użytkownicy. Tego typu nadziejom towarzyszyły inne, tworzone tym razem przez ideologów społeczeństwa wiedzy, takich jak na przykład Peter Drucker¹⁸. Zgodnie z nimi dematerializacja wiedzy, szeroki dostęp do niej miał w sposób automatyczny znosić nierówności, dawać wszystkim szanse na nieograniczony niczym społeczny awans, uniezależniać możliwości jednostki od jej społecznego pochodzenia. Wpięte do sieci masy pracowników wiedzy, zajmujące się niematerialną pracą, tworzeniem oraz przetwarzaniem informacji, nadawaniem im sensu, miały składać się z zasadniczo równych sobie jednostek. Dyskurs ten dopełniała, przekładając go w polityczny projekt, idea „informacyjnej autostrady” sformułowana przez Alę Gore’a¹⁹, wiceprezydenta USA za czasów rządów Billa Clintona. Zgodnie z nią rozwój nowoczesnych technologii informatycznych miał być nie tylko kołem zamachowym amerykańskiej gospodarki, lecz także rodzajem leku na wszelkie bolączki społeczne, uwalniającym jednostki od ich przeznaczenia napisanego przez ich strukturalne położenie. Ponieważ jednak w wizji tej zakładano, że rozwój sieci zostanie oparty przede wszystkim na inwestycjach prywatnych, to wielu (h)aktywistów trafnie rozpoznało w koncepcji Gore’a plan kolonizacji sieci, prowadzący do przekształcenia jej w jeszcze jedno miejsce ekspozycji, reklamowania i sprzedaży towarów. Z idei masowej demokratyzacji pozostało słowo, odnoszące się jednak do skali sprzedaży, która stała się możliwa po zlikwidowaniu barier czasowych oraz przestrzennych oddzielających towary i konsumentów. Masa, reprezentująca wielość użytkowników sieci, którzy dzięki niej mieli stać się bardziej wolni, równi, niezależni od wszelkich form opresji, w bardzo szybki sposób zamieniła się w masy towarów, które można było nabyć za jej pośrednictwem.

Warto podkreślić, że interesująca nas tu kategoria pojawia się tu jednak w nieco innej roli niż ta, w której zwykły ją obsadzać nauki społeczne. Nie jako symptom głębokiego kryzysu, co raczej nadziei. Bardzo szybko co prawda odebranej, ale jednak nadziei ustanawiającej znaczącą alternatywę wobec świata pełnego nierówności, nieprzekraczalnych barier oddzielających klasy, rasy i religie. Podobnie więc jak w retoryce komunistycznej, masa utożsamiana została tu z ludem, który staje się wolny dzięki nieograniczonemu dostępowi do informacji i przez kreowanie w obrębie internetowej przestrzeni własnej, niezależnej od wpływów państw narodowych, republiki. Jak doskonale dziś wiemy, z obietnicy tej pozostało już niewiele – sieć została skrajnie skomercjalizowana i podporządkowana potrzebom zindywidualizowanego społeczeństwa

¹⁷ Najpełniej wyrażona w przez Johna Barlowa w *Deklaracji niepodległości cyberprzestrzeni*, sprzeciwiającej się kontroli jakiegokolwiek państwa nad siecią internetową, jej komercjalizacji i ogłaszającej ją przestrzenią niepodległą, której prawa piszą sami użytkownicy (zob. <<http://www.departmentofrecords.co/dor1.html>>).

¹⁸ Drucker (1996).

¹⁹ Gore (1990).

masowego, jak określa je Profesor Marody, jednym zaś z nielicznych śladów tej utopii z lat dziewięćdziesiątych jest przeglądarka TOR, pozwalająca na anonimowe korzystanie z sieci internetowej, nie zawsze po to zresztą, by poszerzać zakres ludzkiej wolności.

IV. MASA 2.0

Pojęcie masy, ukryte w idei inteligentnych tłumów²⁰, inteligencji roju²¹, samoorganizacyjnych potencji internetowego ludu²² oraz współdziałających ze sobą prosumentów²³, powraca w kontekście digitalizacji i usieciowienia prawie 10 lat później, wraz z rozwojem jeszcze bardziej zdemokratyzowanej wersji sieci, a więc Web 2.0²⁴. Ta nowa forma sieci, pozwalająca na proste generowanie jej zawartości przez samych użytkowników, umożliwiającą im komunikowanie się w czasie rzeczywistym i łatwe dzielenie się zasobami kultury, a także zależna od folksonomi (a więc hierarchizowania oraz filtrowania treści przez samych internautów), w bardzo krótkim czasie stała się dominującą postacią objawiania się digitalizacji oraz usieciowienia. Rozkwitała nie tylko w postaci bujnej kultury blogowej, pleniących się portali społecznościowych każdego możliwego typu, wszechobecnej rankizacji²⁵, ale również w formie różnorodnych form politycznej, społecznej i kulturowej samoorganizacji. Protesty alterglobalistyczne i te przeciwko regulacjom ACTA, Arabska Wiosna, Ruch Oburzonych, dynamicznie rozwijający się ruch „otwartościowy”²⁶, crowdfunding i crowdsourcing, a także w pewnym sensie nowe ruchy miejskie, są doskonałymi przykładami nadziei na radykalną demokratyzację rzeczywistości pokładanej w Web 2.0.

Podobnie jednak jak u początków Internetu, również tutaj nadzieje ta okazały się płonne. Rozwój Web 2.0 nie tylko jednak demokratyzował prawo do mówienia i dawał szansę na bycie usłyszonym, ale też obiecywał zrównanie szans każdego na bycie zmediatyzowanym innym. Jak się wydaje, to rozbudzenie właśnie tego ostatniego pragnienia powodowało, że nie do końca mogła się powieść radykalna demokratyzacja, upodmiotowienie masy jako najważniejszej, zdolnej do samoorganizacji siły politycznej. Pomiedzy dążeniem do bycia sieciowym celebrytą, które zakłada pokonanie innych w walce o widzialność i uwagę, a samoorganizowaniem się, by walczyć o wspólne sprawy, o sprawiedliwszy, zdemokratyzowany świat, istnieje jednak sprzeczność, wy-

²⁰ Rheingold (2002).

²¹ Levy (1997).

²² Fuchs (2008).

²³ Toffler (1997).

²⁴ O'Reilly (2005).

²⁵ English (2013).

²⁶ Realizujący się dziś nie tylko przez propagowanie wolnego oprogramowania, rozwijanego przez samych użytkowników, ale również przez dystrybuowanie zgodnie z zasadą „wolnego dostępu” dóbr kultury, projektów maszyn i urządzeń, kodów umożliwiających drukowanie obiektów itd., zob. Lessig (2004).

kluczająca jednoczesne realizowanie obu tych celów. Ponieważ dodatkowo bardzo szybko okazało się, iż Web 2.0 jest niezwykle poręcznym narzędziem czyniącym promocję dóbr konsumpcyjnych dużo skuteczniejszą niż kiedykolwiek wcześniej²⁷, a także dlatego, że równie szybko odkryto, iż ta forma sieci stanowi doskonale medium propagandy, dezinformacji i politycznego uwodzenia, to nadzieje pokładane w niej przez aktywistów zamierzających przy jej pomocy organizować masy działające na rzecz radykalnej demokratyzacji, okazały się niezwykle płonne. W pewnym sensie historia zatoczyła koło. Podobnie jak w wypadku początków Internetu, również w wypadku Web 2.0 digitalizacja i usieciowienia zamiast narzędziami umasowienia demokratycznych praw okazały się medium umasowienia (bardzo zindywidualizowanej) konsumpcji; obok zapewnienia masowego dostępu do wszelkiej, użytecznej wiedzy zamuliły przestrzeń komunikacyjną fakenewsami, deepfejkami i zideologizowanymi półprawdami²⁸; poza zapewnieniem każdemu z nas prawa do mówienia i autoekspresji, odebrały też możliwość słuchania, ponieważ zlikwidowały selekcyjną informację filtry, powodując, że zaczęliśmy tonąć w nadmiarze porad, złotych myśli, przepisów na życie, diagnoz, ekspertyz i komentarzy.

V. MASA 3.0

Pojęcie masy, w kontekście procesów digitalizacji oraz usieciowienia, powraca dzisiaj w nowej, trzeciej odsłonie: sieciowych mas pracujących. Jak przypomina najważniejszy propagator takiego spojrzenia, a więc Christian Fuchs, jest ono przedłużeniem koncepcji „pracującej publiczności”, zaproponowanej przez Dallasa Smythe’a w połowie lat siedemdziesiątych w odniesieniu do widzów telewizyjnych²⁹. Autor ten zwrócił uwagę na to, iż tym, co oferują na rynku media masowe, nie są wcale dobra kulturowe (programy informacyjne, audycje publicystyczne, filmy, różnego rodzaju live-show czy transmisje na żywo), ale raczej publiczność, której czas oraz uwaga sprzedawane są przemysłowi kulturowemu. Oznacza to z kolei, że widzowie, oglądając i słuchając medialnych przekazów – pracują. Wytwarzają bowiem czas i miejsce do ekspozycji reklam towarów oferowanych na rynku. Otrzymują oni za to co prawda zapłatę – jest nią możliwość oglądania tego, co się pojawia na ekranie, rozrywka, dostęp do informacji. Jednocześnie poziom nasycenia tego typu przekazów treściami reklamowymi sprawia, że Smythe określił tę sytuację odbiorczą mianem eksploatacji. Tego rodzaju spojrzenie na publiczności mediów masowych tylko częściowo pokrywało się z rozwijanymi w tym samym czasie

²⁷ Głównie ze względu na to, że użytkownicy tej formy sieci zaczęli bardzo wylewnie opowiadać o sobie, samo-się-kategoryzować, pokazywać, jak mieszkają, gdzie spędzają urlopy, w co się ubierają, co jedzą i piją, ale też dlatego, że niezwykle intensywnie zaczęto gromadzić informację na temat ich każdego ruchu w sieci, profilować ich, personalizować reklamę i handlować bardzo szczegółowymi danymi socjodemograficznymi (Kurz, Rieger 2013).

²⁸ Collins (2018).

²⁹ Fuchs (2015).

(i popularnymi również później) przez Stuarda Halla³⁰ czy Johna Fiskego³¹ ideami aktywnego, produktywnego widza oraz aktu odbioru jako działania nie tyle recepcyjnego, ile raczej twórczego, w efekcie którego kreowane, a nie tylko odtwarzane, jest znaczenie. Podstawowa różnica polegała na tym, że o ile kulturowi populiści postrzegali w aktach komunikacyjnych uwikłanych w mass media zarówno środek indoktrynacji, jak i potencjalne narzędzie emancypacji oraz oporu, o tyle już w wypadku spojrzenia Smythe'a/Fuchsa doświadczenie medialne jest wyłącznie sytuacją wyzyskiwania jednostek również w ich czasie wolnym i w przestrzeni prywatnej. Dodatkowo założyciele studiów kulturowych stanowczo protestowali przeciwko nazywaniu odbiorców mediów masami, o czym przypomina (polemizujący zresztą z nimi w tej kwestii) John Corner³².

Reanimujący ten krytyczny dyskurs Fuchs, jak i inni autorzy³³ używają go, by zdefiniować status oraz pozycję użytkowników Internetu. Zauważają oni przede wszystkim, że w porównaniu z mass mediami te nowe eksploatują w stopniu jeszcze wyższym. Za takim stwierdzeniem przemawia to, iż w przeciwieństwie do tradycyjnych publiczności, użytkownicy zdigitalizowanych sieci nie wytwarzają już tylko znaczeń i samych siebie jako widowni reklamowych przekazów, ale dużo więcej „obiektów” mających potencjalną wartość i oferowanych na rynku. Należą do nich przede wszystkim: (1) dobra kultury, które są przez nich tworzone i które udostępniają oni w sieci; (2) szerowanie informacji wytworzonych przez innych; (3) formowanie hierarchii różnorodnych osób, obiektów i zjawisk przez ich ocenianie, recenzowanie, omawianie; (4) dobrowolne formowanie się konsumentów w łatwo lokalizowane grupy docelowe przez przystępowanie do tematycznych forów i fanpjedży; (5) inicjowanie przez różnorodne fandy nowych mód trendów, monetaryzowanych już jednak przez kogoś innego; (6) tworzenie przez posty, dyskusje, spory, zamieszczane i udostępniane w sieci materiały ruchu sprawiającego, że pewne strony internetowe, aplikacje stają się niezwykle popularne; (7) wystawienie na oddziaływanie reklam towarzyszących korzystaniu w sieci również w tych miejscach, z których korzystanie już raz opłacono przez subskrypcje; (8) filtrowanie informacji (przez komentarz, *polubienie*, zamieszczenie na swoim profilu) i tym samym wskazywanie innym, które z nich warte są uwagi; (9) udzielanie (zarówno świadomie, jak i zapełnienie nieświadomie) ważnych informacji o sobie, swoim stylu życia, preferencjach konsumpcyjnych, systemach wartości, stosunku do środowiska i preferencjach politycznych. Informacji bezcennych dla tych wszystkich, którzy próbują sprzedawać dobra konsumpcyjne i idee, mobilizować do działania oraz (10) wiele innych.

Współczesne media nie tylko eksploatują sieciowe masy, ale przestają być tylko i wyłącznie (jak media stare) narzędziami dystrybuowania informacji i (przez to) mobilizowania jednostek do pożądaných (przez polityków, państwo, producentów dóbr, kościołów) działań. Przeciwnie, usytuowane są dzi-

³⁰ Hall (1987).

³¹ Fiske (2008).

³² Corner (1979).

³³ Szeroką reprezentację ich myśli można znaleźć w: Fuchs, Mosco (2017).

siaj w samym centrum świata społecznego, decydują w dużej mierze o tym, co istnieje. To niebezpieczne nakładanie się rzeczywistości społecznej z tym, co może zostać zaoferowane do sprzedaży, sprawia, że niezależnie od tego, co robimy w obrębie sieci lub za pomocą wpiętych do niej urządzeń, jest formą produkcji dających się utowarować wartości. W rezultacie tych przeobrażeń, jak zauważają Marco Briziarelli oraz Jeffrey Hoffman, jednostka pracuje dobrowolnie i bezpłatnie³⁴ o każdej porze dnia i nocy, zawsze wtedy, gdy jest wpięta do sieci (a więc w wypadku znacznej części współczesnej populacji w zasadzie przez cały czas). Oznacza to, że digitalizacja oraz usieciowienie niosą za sobą taką formę umasowienia, która sprawia, iż status wszystkich użytkowników Internetu jest bardzo podobny. Niezależnie od tego, kim oni są, czy i jak wielkie korzyści osiągają z faktu podłączenia do sieci, stanowią część wielomiliardowej sieciowej masy pracującej.

VI. SIECIOWE MASY PRACUJĄCE – PRZYBLIŻENIE

Po tej krótkiej charakterystyce ewoluowania mas w kontekście sieci warto zwrócić uwagę na kilka cech charakterystycznych sieciowych mas pracujących. Dzięki temu nie tylko możliwe stanie się doprecyzowanie ich portretu, ale też pokazanie ich wyjątkowości wśród innych, znanych nam form umasowienia.

Po pierwsze, nowa forma masy dysponuje ogromną siłą – bez jej obecności współczesny, informacyjny kapitalizm nie byłby możliwy. To ona przecież wytwarza to, czym się następnie karmi; to ona odpowiada za widzialność oraz reputację globalnych marek organizujących to, jak widzimy świat i jak się w nim urządzamy; to ona też decyduje o być albo nie być start-upów, akcji humanitarnych, politycznych i kulturalnych projektów, nowych produktów wprowadzanych na rynek. Pomimo tego, poza drobnymi enklawami crowd-foundingu; masowymi (ale raczej krótkotrwałymi) akcjami protestacyjnymi mobilizującymi ludzi na całym świecie; kuksańcami dawanymi przez sieciowy tłum nietycznym markom; internetowymi linczami czy globalnymi crazes, które ogarniają co sezon znaczne części ziemskiej populacji, trudno jest znaleźć przykłady świadczące o tym, że masy te są świadome swojej potęgi. Nie ma zwłaszcza (znów poza wąskimi, aktywistycznymi grupami) symptomów świadczących o tym, iż te nowe masy pracujące mogłyby stać się podmiotem takiej zmiany, która nakierowana byłaby na urzeczywistnienie ich wspólnego interesu. Jak się wydaje, nie może być inaczej, ponieważ sieciowa przestrzeń komunikacyjna po wielokroć temu nie sprzyja. Podobnie jak w wypadku fizycznego tłumu, również tutaj mamy do czynienia z tłokiem, z wysoką gęstością, z symptomami tego, co Peter Sloterdijk określa mianem wymuszonego sąsiedztwa³⁵. To z kolei sprawia, że sieciowe masy pracujące są niezwykle wewnętrznie skonfliktowane, pomiędzy ich członkami zaś toczy się zacięta

³⁴ Briziarelli, Hoffman (2018).

³⁵ Sloterdijk (2011).

wojna, której źródłem jest właśnie tożsamość naszego statusu i statusu tych, których traktujemy jak negatywny obiekt odniesienia naszych identyfikacji. To, co określamy mianem hejtu, nowej nienawiści, nie ma więc swojego źródła w tym, że coś niedobrego się stało jednostkom, ale raczej w tym, że wszyscy używający sieci stali się członkami tej nowej pracującej masy, że wykorzystują te same narzędzia komunikacji, spotykają się na tych samych portalach, doświadczają tego, co jest przedmiotem doświadczenia innych, oraz tego, jak doświadczają tych obiektów inni.

Po drugie, cechą sieciowych mas pracujących jest to, że działania tworzących ją jednostek są regulowane przez algorytmy. Te ostatnie jednak, o czym często zapominamy, to nie jakaś tajemnicza, transcendentna siła, ale raczej przepis na to, jak rozwiązać określone zadanie. Zarówno zadania, jak i ich rozwiązania tworzą zaś ludzie. Masę programują więc ci, którzy zainteresowani są, by ją eksploatować i w tym celu właśnie stworzyli algorytmy, na które oddelegowali zadanie kontroli. Warto też zauważyć, że najważniejsze spośród nich, a więc te określające, jakiego rodzaju informacje do nas docierają – filtrujące wyniki wyszukiwań, informacje pozostawiane w sieci przez naszych znajomych i te o produktach, usługach, osobach, których szukamy – opierają swoje działania na danych kreowanych właśnie przez sieciowe masy pracujące. Doskonale widać to w wypadku działania wyszukiwarek towarów oferowanych w sieci. Ich skuteczność zależy w dużej mierze od tego, jak rzetelnie swoją pracę wykonali inni użytkownicy sieci: czy w ogóle ocenili oni kupione towary i pozostawili ślad po tym procesie w sieci; czy ich opinie odzwierciedlają rzeczywiste cechy zakupionego produktu; czy wyrażający swoje zdanie są odpowiedzialni, czy też przeciwnie – sadystycznie pragną, by inni nie tyle wiedzieli, ile raczej cierpieli z konsekwencji błędnych wyborów. Jak zwraca uwagę Alessandro Gandini³⁶, reputacja staje się dziś rodzajem publicznego dobra, z którego korzystamy wszyscy, by zmniejszyć ryzyko wpisane w niezwykle rozległe, tranzytywne wymiany, będące naszym udziałem. Dobra, współtworzonego przez każdego członka sieciowych mas pracujących oraz wypełniającego swoją rolę tylko i wyłącznie wtedy, gdy wszyscy przykładamy się do jego podtrzymywania, wystawiając rzetelne opinie, oceny i rekomendacje, nie manipulując systemami ocen, nie generując sztucznie zawyżonych not produktów, destynacji czy usług oferowanych nam za pośrednictwem sieci i w niej samej. Reputacja, będąc tak cennym zasobem, staje się też z konieczności obiektem manipulacji mających na celu jej poprawianie, poszerzanie jej zakresu, wzmacnianie jej pozytywnego charakteru. To z kolei oznacza, że ulega ona głębokiemu utowarowieniu, ale jednocześnie nie traci przez to swojej podstawowej roli regulowania międzyludzkich relacji. W rezultacie te ostatnie stają się obiektem intensywnej ekonomicznej eksploatacji, gdyż to manipulowanie nimi, wzbudzanie zaufania, pozytywnych wyobrażeń sprawia, iż jednostki zawiązują transakcje handlowe. Cechą sieciowych mas pracujących jest więc to, że nie tylko samo-się-eksploatują, wytwarzając ramy, w których możliwy staje

³⁶ Gandini (2016).

się rozwój tranzytowych relacji wymiany, ale również to, że tworzony przez nie produkt – zaufanie – jest monetaryzowany, manipuluje się nim i handluje.

Po trzecie, istotną cechą sieciowych mas pracujących jest niezwykle głęboki proces ich synchronizacji – sieć może istnieć, o ile jest zsynchronizowana czasowo, ale też technologicznie, oparta na tych samych, globalnych protokołach komunikacyjnych, podobnym oprogramowaniu komputerów, na kompatybilnych ze sobą systemach informatycznych ją tworzących. Zsynchronizowane są jednak również same jednostki wpięte do sieci, a zapośredniczające ich obecność w niej interfejsy można za Bernardem Stieglerem określić mianem psychotechnologii³⁷. Te ostatnie, których najprostszym przykładem jest dzwon kościelny wzywający wiernych na msze lub zwiastujący niebezpieczeństwo³⁸, najbardziej współczesną zaś emanacją – alerty centrów kryzysowych pojawiające się w postaci powiadomień i równocześnie na ekranach telefonów milionów osób³⁹, mają jedno proste zadanie. Jest nim doprowadzenie do tego, byśmy w podobny sposób odczuwali podobne stany otaczającego nas świata, a co za tym idzie, działali w nim sposób zsynchronizowany. To dzięki nim budzimy się o podobnych porach, w podobnych godzinach pracujemy i odpoczywamy, to one też sprawiają, że wspólnie przeżywamy te same dramatyczne wydarzenia. Masa pracująca jest masą współodczuwającą i chociaż nie zawsze płacze i cieszy się w tym samym czasie, to w tym samym czasie to samo staje się obiektem jej doświadczenia. To samo też domaga się jej reakcji.

Po czwarte, jak trafnie zauważa Inge Baxmann⁴⁰, istotną cechą sieciowej masy pracującej jest to, że w przeciwieństwie do mas tradycyjnych, opisywanych w kategoriach straty (wylądowanie się) oraz braku (ogłady, racjonalności, samokontroli, współczucia, empatii), jest ona traktowana jako niezwykle konstruktywna siła, i to niezależnie od tego, jak głupich, barbarzyńskich i okrutnych działań dokonuje. Ten pozytywny stosunek wobec sieciowych mas nie jest przypadkowy, jak powiedzieliśmy, są one niezwykle produktywne, a ponieważ kapitalizm informacyjny nie może bez nich istnieć, to wybacza się im prawie wszystko, wszystko bowiem jest z jego perspektywy również tożsame – czynienie dobra i zła, czyny bohaterskie i zdrada, działania humanitarne i bestialskie – o ile tylko uruchamia sieciowe przepływy.

Po piąte, ważną cechą sieciowych mas pracujących jest ich niewidzialność. Składają się one co prawda z bardzo konkretnych jednostek rozsianych po całym świecie⁴¹, które jednak (w przeciwieństwie do ich sytuacji w obrębie tłumów fizycznych czy też tych psychologicznych) nie doświadczają siebie jako wielości. Co prawda nie jest to niewidzialność tak radykalna, jak ta, która cechowała

³⁷ Stiegler (2010).

³⁸ Corbin (1999).

³⁹ Krajewski (2019).

⁴⁰ Baxmann (2016).

⁴¹ Warto oczywiście wspomnieć o tym, że ważnym członkiem tego typu mas są również akторы poza-ludscy, przede wszystkim internetowe, zautomatyzowane boty, ale też automaty konwersacyjne, różne formy sztucznej inteligencji komunikujące się z nami w zastępstwie konsultantów, by rozwiązywać nasze problemy związane z dobrami, które nabyliśmy, by udzielać nam porad i informacji czy też po prostu bawić. Ważne jest to, że efekt działania tych pozaludzkich uczestników mas jest bardzo podobny do tego, który generują uwikłane w nie jednostki.

„pracującą publiczność” epoki mediów masowych, ale jednak sprawia ona problemy podobne do tych, z jakimi borykały się wszelkie wyobrażone wspólnoty⁴². Dodatkowym problemem utrudniającym doświadczenie sieciowej masy jest to, że zawiązuje się ona na potrzeby realizacji krótkotrwałych celów, uobecnia w postaci tego, co, Zygmunt Bauman określił mianem *peg communities*⁴³, a więc tymczasowych wspólnot, które po urzeczywistnieniu zadania, dla którego realizacji powstały, ulegają rozproszeniu. Ponieważ nowe masy mają być produktywne, kooperować ze sobą, ich członkowie zaś widzieć sens w opowiadaniu innym siebie i w słuchaniu tego, co o sobie opowiadają inni, to konieczna jest jakaś forma materializacji członków tej masy i jej samej. Stąd być może tak charakterystyczna dla współczesnej sieci redundancja, nadekspresyjność, obsesja na punkcie uwidzialnienia przez zdjęcia i filmy każdej możliwej do pomyślenia sytuacji. Stąd też być może tak duży nacisk na obiektywizację ocen oraz opinii przez systemy gwiazdek i buziek, liczbowe wartości lubiących i nie lubiących czegoś, powszechność rankingów, zestawień oraz podsumowań. Wszystkie te działania mają sprawić, że masa pracująca stanie się nie tylko wyobrażalna, ale też kwantyfikowalna. Tylko tak można ją skuteczniej kontrolować, a co za tym idzie – poddawać bardziej intensywnej eksploatacji.

Po szóste w końcu (co jest zresztą logiczną konsekwencją przedstawionych wyżej własności sieciowych mas pracujących), nowe masy, jak nazywają je redaktorzy tomu *Social Media-New Masses*, nie są już tak jednoznaczne jak te, które znaleźliśmy dotąd. Przeciwnie, ich istotną cechą jest to, że są one niezwykle ambiwalentne: z jednej bowiem strony poziom alienacji tworzących je osób jest dużo niższy niż w wypadku mas pracujących w fabrykach czasów intensywnej industrializacji, ale są one za to, jak wspominałem, dużo intensywniej eksploatowane; mają nieograniczone możliwości autokreacji, ale jednocześnie żyją w rytmie zmieniających się sieciowych mód; dysponują doskonałymi narzędziami autorefleksji, ale najważniejsze dla ich członków jest zdanie innych; są synonimem wolności, ale też absolutnej kontroli i inwigilacji; są potężną siłą, ale niezwykle łatwo nimi manipulować; tworzące je jednostki działają w sposób niezwykle zindywidualizowany i racjonalny, ale generują one niezamierzone przez nikogo, emergentne efekty sieciowe itd.

VII. PODSUMOWANIE

Cechą myślenia o masie dominującego w naukach społecznych wydaje się założenie o tym, iż jest ona jakąś tymczasową, awaryjną formą uspołecznienia i że po jakimś czasie, jak pisze Mirosława Marody: „[...] uruchomione zostaną nowe procesy artikulacyjne, wykrystalizowane zostaną nowe podziały społeczne, a któraś z kategorii społecznych zdobędzie władzę i obejmie kontrolę nad funkcjonowaniem społeczeństwa?”⁴⁴. Jak się wydaje, osobność sieciowych mas

⁴² Ossowski (1984); Anderson (1997).

⁴³ Bauman (2001).

⁴⁴ Marody (2020).

pracujących, której własności starałem się przybliżyć w tym artykule, każe nad tą tezą głęboko się zastanowić. Po pierwsze dlatego, że te nowe masy wcale nie są amorficzne i nieustrukturyzowane. Przeciwnie, tworzące je jednostki są bardzo zróżnicowane oraz przynależą do różnorodnych kategorii społecznych wywierających na nie wpływ. Jednocześnie bycie częścią sieciowej masy pracującej mediatyzuje wpływ tej przynależności, określa nowe zobowiązania, nie tyle znosi dotychczasowe, ile wymusza też nieistniejące dotąd formy wywiązywania się z nich, funkcjonalne wobec potrzeb sieci. Dla przykładu – członkami mas pracujących są między innymi przedstawiciele klasy średniej, którzy przez fakt tej przynależności nie przestają należeć do *middle class*. Jednocześnie fakt mediatyzacji tego członkostwa sprawia, iż jest ono regulowane przez sposób swojej obecności w sieci. Nie chodzi tylko o medialne reprezentacje klasy średniej wywierające wpływ na jej przedstawicieli, chodzi raczej o to, że sieć mediuje w zasadzie każdą czynność podejmowaną przez jej członków, określając jej przebieg i definiując nowe dla niej normy. Mamy tu więc do czynienia z nakładaniem się dwu rodzajów przymusów, gdyż ten klasowy zostaje zapośredniczony przez przeobrażające go naciski, których źródłem jest sieć. Oznacza to, że nie znosi ona dotychczasowych podziałów strukturalnych, ale znacząco je przeobraża. Po drugie dlatego, że sieć niesie za sobą co prawda silne efekty strukturyzujące, ale nie sprawia to, iż pracujące w niej masy przestają być masami. Sieć, czemu trudno zaprzeczyć, jest główną przyczyną pojawienia się pracowników oraz robotników wiedzy, kognitariatu⁴⁵. Powołała ona do życia również nową, potężną elitę świata cyfrowego – właścicieli oraz zarządców sieciowych platform i aplikacji, a także nowych wykluczonych oraz (B-wykluczonych), tych niewpiętych do sieci (i tych niepotrafiących biegle z niej korzystać)⁴⁶. To ona też jest niezwykle produktywna w kreowaniu nowych zbiorowości zorganizowanych wokół wspólnych zainteresowań, typów wrażliwości, diet, rodzajów muzyki i sportów, zapewniając im doskonale narzędzia komunikacyjne, niezliczone obiekty identyfikacji, platformy, na których mogą się one urzeczywistniać. Paradoks polega jednak na tym, że wprowadzenie przez samą sieć podziałów w obrębie mas utrzymujących jej istnienie nie powoduje, że przestają być one masami. Przeciwnie – mogą stawać się członkami tych nowych form strukturalnych tylko dlatego, że przynależą do mas pracujących w/i dla sieci.

Mówiąc jeszcze inaczej, sieciowe masy pracujące, choć mają ogromny wpływ na to, jak artykułowane są dziś podziały strukturalne oraz na pojawianie się nowych form społeczeństwa, to za sprawą tych zdolności nie przestają być masami. To zaś sprawia, że ich masowość odstaje znacznie od tego, co zwykliśmy o tej własności myśleć, a tym samym wymusza na badaczach społecznych przemyślenie tego wszystkiego, co wiedzieli dotąd o masie.

Marek Krajewski
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
krajak@amu.edu.pl
<https://orcid.org/0000-0003-1555-7234>

⁴⁵ Mokrzycki (1994); Koziński (1994).

⁴⁶ Kamińska (2017).

- Anderson, B. (1997). *Wspólnoty wyobrażone: rozważania o źródłach i rozprzestrzenianiu się nacjonalizmu*. Tłum. S. Amsterdamski. Warszawa.
- Bauman, Z. (2013). *Nowoczesność i Zagłada*. Kraków.
- Bauman, Z. (2001). On mass, individuals, and peg communities. *The Sociological Review* 49: 102–113.
- Baxmann, I., Beyes T., Pias C. (2016). An introduction in ten theses, [w:] I. Baxmann, T. Beyes, C. Pias (eds.) *Social Media–New Masses*. Zurich–Berlin: 9–15.
- Baxmann, I. (2016). Which Crowds? [w:] I. Baxmann, T. Beyes, C. Pias (eds.) *Social Media–New Masses*. Zurich–Berlin: 17–22.
- Benjamin, W. (1996). *Anioł historii: eseje, szkice, fragmenty*. Tłum. K. Krzemieniowa, J. Sikorski, H. Orłowski. Poznań.
- Borch, Ch. (2016). Crowd mediation: on media and collective dynamics, [w:] I. Baxmann, T. Beyes, C. Pias (eds.), *Social Media–New Masses*. Zurich–Berlin: 23–34.
- Briziarelli, M., Hoffman, J. (2018). Hegemony and the media: a culturally materialist narrative of digital labor in contemporary capitalism, [w:] S. Çoban (ed.). *Media, Ideology and Hegemony*. Leiden: 107–124.
- Canetti, E. (1960). *Masa i władza*. Tłum. E. Borg, M. Przybyłowska. Warszawa.
- Corbin, A. (1999). *Village Bells: Sound and Meaning in the 19th-Century French Countryside*. London.
- Colins, H. (2018). *Czy wszyscy jesteśmy ekspertami?* Warszawa.
- Corner, J. (1979). “Mass” in communication research. *Journal of Communication* 29(1): 26–32.
- Craik, K.H. (2009). *Reputation: A Network Interpretation*. New York.
- Drucker, P.F. (1994). The age of social transformation. *Atlantic Monthly* 274: 53–80.
- English, J.F. (2013). *Ekonomia prestiżu: nagrody, wyróżnienia i wymiana wartości kulturowej*. Tłum. Ł. Zaremba. Warszawa.
- Fiske, J. (2006). *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*. Tłum. A. Gierczak. Wrocław.
- Fuchs, Ch. (2008). *Internet and Society: Social Theory in the Internet Age*. New York.
- Fuchs, Ch. (2015). Dallas Smythe and digital labor, [w:] R. Maxwell (ed.) *Routledge Companion to Labour and Media*. New York: 51–62.
- Fuchs, Ch., Mosco, V. (eds.) (2017). *Marx in the Age of Digital Capitalism*. Chicago.
- Gandini, A. (2016). *The Reputation Economy. Understanding Knowledge Work in Digital Society*. This. London.
- Gellner, E. (2009). *Narody i nacjonalizm*. Tłum. T. Hołówka. Warszawa.
- Giddens, A. (2006). *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*. Tłum. A. Szulżycka. Warszawa.
- Goldwag, A. (2012). *The New Hate: A History of Fear and Loathing on the Populist Right*. New York.
- Gore, A. (1990). Networking the future: we need a national ‘superhighway’ for computer information. *Washington Post* 15.07.1990: 111.
- Hall, S. (1987). Kodowanie i dekodowanie. Tłum. W. Lipnik, I. Siviński. *Przekazy i Opinie* 1/2: 58–71.
- Horkheimer, M. Adorno, T.H. (2010). *Dialektyka oświecenia: fragmenty filozoficzne*. Tłum. M. Łukasiewicz, M.J. Siemek. Warszawa.
- Kamińska, B. (2017). *Memosfera. Wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa*. Poznań.
- Kozielecki, J. (1994). *Wielki archipeląg kognitariuszy. Odra 1*.
- Krajewski, M. (2018). *Dzwonek*, [w:] M. Chutorński, A. Makowska (red.). *Rzeczy – kultura – edukacja*. Szczecin.
- Kracauer, S. (1987). *Ornament z ludzkiej masy*. Tłum. C. Jenne, [w:] H. Orłowski (red.), *Wobec faszyzmu*. Warszawa: 11–23.
- Kurz, C., Rieger, F. (2013). *Pożeracze danych. O zawłaszczaniu naszych danych i o tym, jak odzyskać nad nimi kontrolę*. Tłum. M. Sparenberg. Warszawa.
- Lash, Ch., Lury, C. (2010). *Globalny przemysł kulturowy: medializacja rzeczy*. Kraków.
- Le Bon, G. (1998). *Psychologia tłumu*. Tłum. B. Kaprocki. Warszawa.
- Lessig, L. (2004). *Wolna Kultura*. Tłum. P. Białokozowicz. Warszawa.
- Lévy, P. (1997). *Collective Intelligence – Mankind’s Emerging World In Cyberspace*. Cambridge.

- Marody, M. (2020). Zindywidualizowane społeczeństwo masowe. *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny* 82(3): 267–282.
- Mackay, Ch. (1999). *Niezwykłe szaleństwa tłumów*. Tłum. J. Piotrowska. Warszawa.
- Marcuse, H. (1990). *Człowiek jednowymiarowy: badania nad ideologią rozwiniętego społeczeństwa przemysłowego*. Tłum. S. Konopacki. Warszawa.
- Miller, D. (2014). *Introduction to Collective Behavior and Collective Action*. Long Grove.
- Mokrzycki, E. (1994). Nowa klasa średnia? *Studia Socjologiczne* 1: 37–52.
- Newman, S.L., Erber, R. (2009). *Zrozumieć Zagładę. Społeczna psychologia Holocaustu*. Tłum. M. Budziszewska, A. Czarna, A. Wójcik, E. Dryll. Warszawa.
- North, M. (2015). *Novelty: A History of the New*. Chicago.
- O'Reilly, T. (2005). *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. <<https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>>.
- Ossowski, S. (1984). *O ojczyźnie i narodzie*. Warszawa.
- Pine, J.B. (1990). *Mass Customization: The New Frontier in Business Competition*. Boston.
- Postman, N. (2006). *Zabawić się na śmierć: dyskurs publiczny w epoce show-businesu*. Tłum. L. Niedzielski. Warszawa.
- Sloterdijk, P. (2011). *Kryształowy pałac. O filozoficzną teorię globalizacji*. Tłum. B. Cymbrowski. Gdańsk.
- Smelser, N.J. (2014). *Theory of Collective Behaviour*. New York.
- Stiegler, B. (2010). *Taking Care of Youth and the Generations*. Stanford.
- Toffler, A. (1997). *Trzecia fala*. Tłum. E. Woydyłło, M. Kłobukowski. Warszawa.
- Turner, G. (2009). *Ordinary People and the Media: The Demotic Turn*. London.
- Vejlgaard, H. (2012). *Anatomia trendu: co łączy jeansy z łyżworolkami i iPodem*. Tłum. D. Wąsik. Kraków.
- Orłowski, H. (red.) (1987). *Wobec faszyzmu*. Warszawa.
- Orłowski, H. (red.) (2000). *Nazizm, Trzecia Rzesza a procesy modernizacji*. Poznań.

FROM REVOLUTIONARY MASSES TO WORKING MASSES: ON THE MASSES IN THE NETWORK

S u m m a r y

In my paper, I try to demonstrate how two processes that are crucial for modern societies, namely digitalization and networking, are transforming the categories of mass and massification. These latter phenomena, treated by social sciences as symptoms of disturbing social changes, both transient and short-term, are today changing in terms of their nature. In the text, this identification is based on a presentation of how mass has evolved from the early days of the Internet to today, going through three stages (mass 1.0, 2.0 and 3.0). In the latter, the most modern stage, networked working masses have appeared. The presentation of their characteristics and the reflection on how they differ from classic masses form an important part of the article.

Keywords: mass; mass society; digitalization; networking; Internet

