

Флешмоб



Флешмоб «да/нет курению». Киев. 17.07.2005

Флешмоб (читается как *флэшмоб*, от англ. *flash mob* — *flash* — вспышка; миг, мгновение; *mob* — толпа, переводится как «вспышка толпы» или как «мгновенная толпа») — это заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей (*мобберы*) внезапно появляется в общественном месте, в течение нескольких минут люди с серьёзным видом выполняют заранее оговорённые действия абсурдного содержания (*сценарий*) и затем одновременно быстро расходятся в разные стороны, как ни в чём не бывало. Является разновидностью смартомоба.

Психологический принцип флешмоба заключается в том, что мобберы создают непонятную, абсурдную ситуацию, но ведут себя в ней, как будто для них это вполне нормально и естественно: серьёзные лица, никто не смеётся, все находятся в здравом рассудке, трезвые и вменяемые.

Флешмоб — это представление, рассчитанное на случайных зрителей (*фомичей*), у которых возникают неоднозначные чувства: полное непонимание, интерес и даже ощущение собственного помешательства.

Идеология классического флешмоба придерживается принципа «флешмоб вне религии, вне политики, вне экономики», то есть, флешмоб не может быть использован в корыстных целях.

Правила флешмоба

1. Флешмоб вне рекламы, политики и религии.
2. Никто из участников не платит и не получает денег.
3. Действие должно казаться спонтанным (участники не собираются в месте события до акции).
4. Точное время начала и конца проведения (каждый моббер должен точно выполнить указанное в сценарии временное условие, часы должны быть синхронизированы).
5. Должно сложиться впечатление, что мобберы — такие же случайные прохожие, как и все (не общаться друг с другом до, во время и после акции в месте проведения).
6. Сценарий должен иметь абсурдный характер (действия мобберов не должны поддаваться логическому объяснению).
7. Точное следование сценарию (креативный подход только в оговоренных случаях).
8. Флешмоб не должен вызывать негативных эмоций, агрессивной реакции случайных зрителей.
9. Действия мобберов не должны пересекаться с чертой дозволенного законодательством. После акции не должно оставаться мусора.
10. Флешмоб должен вызывать недоумение, а не смех (все участники должны быть трезвыми и вменяемыми, делать все с серьёзным видом находясь в здравом рассудке).
11. После акции нужно мгновенно разойтись с места действия в разные стороны, не подавая виду, что произошло что-то необычное.

Чтобы избежать конфликтов с работниками органов охраны правопорядка, есть ещё такие рекомендации:

1. Иметь при себе удостоверение личности.
2. Если вас всё-таки задержали работники органов правопорядка, вы отвечаете сами за себя. Никто за вас поручаться не будет. Отвергайте, что вы участвовали в заранее запланированной акции: вы случайно оказались в этом месте и просто так решили что-то сделать. Участие в несанкционированных массовых акциях, как правило, наказуемо законодательством.

Детали правил могут варьироваться, что предварительно оговаривается в сценарии акции.

Сценарии флешмобов

Идеальный сценарий должен быть абсурдным, загадочным, не сильно заметным и ни в коем случае не вызывать смеха. Мобберы не должны нарушать законы и моральные устои. Просто должны делать что-то бессмысленное, но так, как будто в этом есть смысл. В итоге случайные зрители (*фомичи*) принимают это за серьёзную ситуацию, в которой есть какой-то смысл, пытаются его найти. У них возникает чувство интереса, тревоги, непонимания или даже ощущение собственного помешательства. Сценарий не должен перейти грань, за которой он уже становится смешным, но это получается крайне редко.

Примеры сценариев

Замирание

В определённый момент в определённом месте мобберы резко замирают как будто остановилось время. В замершем состоянии они стоят три минуты, после чего делается передышка на несколько секунд и снова на три минуты замирают. После этого все одновременно расходятся в разные стороны.

Батарейка

В определённое время в определённом месте города проходит «маяк». Внезапно его движения становятся более медленными, как у робота, у которого «села батарейка», его силы угасают, и он падает, делая вид, что засыпает (или становится «на подзарядку»). Это служит сигналом, по которому остальные мобберы повторяют за ним имитацию потери жизненных сил и находятся в «спячке» ровно две минуты, считая секунды про себя. По завершении двух минут следует классический финал — мобберы расходятся в разные стороны, как ни в чём не бывало.

Проявить творческий подход при «отключении» можно медленно, можно быстро, можно на ходу, можно просто стать, склонив голову. Играют так, как будто внутри медленно «садится батарейка». Можно упасть полностью на асфальт, можно сесть на колено, можно «уснуть» стоя. Главное — удивить окружающих. Ну и логично, что если «села батарейка» — глаза закрыты.

Цель флешмоб-акции

Участники флешмоб-акций не получают и не платят никаких денег за участие в ней. Это совершенно добровольное занятие. Участники одного и того же мероприятия могут преследовать различные цели. Среди возможных вариантов:

- развлечение;
- почувствовать себя свободным от общественных стереотипов поведения;
- произвести впечатление на окружающих;
- самоутверждение (испытать себя: «Смогу ли я это сделать на людях?»);
- попытка получить острые ощущения;
- ощущение причастности к общему делу;
- получить эффект, как от групповой психотерапии;
- эмоциональная подзарядка;
- приобретение новых друзей

Встречаются участники подобных акций, в жизни являющиеся вполне успешными и серьёзными людьми. Некоторые психологи объясняют этот факт тем, что подчинённая рациональности и логике жизнь их утомляет. Получив материальное благо они всё равно не ощущают удовольствия от этого. Возникает особая форма депрессии — апатия к «бесцветной» жизни, которая и побуждает их к участию в подобных акциях.

История

Явление флешмобов началось после того, как в октябре 2002 вышла книга ^[1] социолога Говарда Рейнгольда «Умные толпы: следующая социальная революция», в которой автор предсказывал, что люди будут использовать новые коммуникационные технологии (Интернет, сотовые телефоны) для самоорганизации. Понятие «умных толп» (*смартомоб*) стало основополагающим в дальнейшем развитии флешмобов и других подобных акций, все из которых по сути своей являются разновидностями смартомоба. В июне 2003 Роб Зазуэта из Сан-Франциско, ознакомившись с трудами Рейнгольда, создал первый сайт для организации подобных акций flocksmart.com ^[2].

Первый флешмоб был намечен на 3 июня 2003 года в Нью-Йорке, США, но не состоялся. Ему помешала заранее предупреждённая полиция. Организаторы избежали этой проблемы при проведении второго флешмоба, который состоялся 17 июня 2003 года. Участники пришли в заранее определённое место, где они получили инструкции по поводу окончательного места и времени прямо перед тем, как он начинался. Приблизительно двести человек (по другим источникам 150) собрались вокруг одного дорогого ковра в мебельном отделе универмага «Масу's» и стали говорить продавцам, что живут вместе на складе в «пригородной коммуне» на окраине Нью-Йорка и пришли купить «Коврик Любви» ^[3]. Уже через несколько дней волна акций прокатилась по Америке и Европе. Первые российские акции были организованы через ЖЖ и состоялись одновременно в Санкт-Петербурге и Москве 16 августа 2003. Их участники с непонятными табличками встречали на вокзале приехавших поездом пассажиров ^[4]. Первые украинские мобы прошли также 16 августа в Днепропетровске и Киеве практически одновременно. 23 августа первый флешмоб состоялся в Одессе. В целом флешмоб в странах СНГ получил сильное развитие в плане идеологии. В Белоруссии возникли *полит мобы*, на Украине и в России появился фаршинг (больше всего акций состоялось в Санкт-Петербурге), возникло движение монстрации (изначально в Новосибирске). Ежегодно проводятся флешмоб фестивали — мобфесты.

Безусловно, действия, которые можно квалифицировать как флешмоб, могли происходить и задолго до появления книги Рейнгольда. Но это были скорее одиночные случаи, не являющиеся массовым явлением. Только наличие удобных и быстрых средств связи и более-менее сформированные правила позволили флешмобу стремительно стать популярным практически по всему миру. Поэтому можно утверждать, что он имеет уникальную идеологию и не имеет аналогов в мировой истории.

13 января 2010 года флешмоб на Красной площади явился первой в истории России акцией протеста фотожурналистов. 20 фоторепортеров ведущих российских СМИ и зарубежных фотоагентств с его помощью решили выразить несогласие с приказом ФСО России, согласно которому с 2008 года любая фотосъемка с использованием профессиональной фотоаппаратуры на главной площади страны запрещена ^[5].

Терминология

Первоначально терминологии и классификации акций ещё не было вовсе, и процесс её формирования продолжается поныне. Изначально движение возникло в США, и от этого часто встречаются кальки с английских слов: «мобплейс», «афтерпати» и т. д. Само слово «flash mob» вошло в русский язык почти без изменения фонетического звучания. Часто встречаются разные варианты его написания: «флеш моб», «флэш моб», «флеш-моб» и другие. Правильно писать именно «флешмоб», а людей, занимающихся им, называть мобберами.

Словарь

Также часто терминология различается в разных городах. Часто на сайтах разных флешмоб-движений можно встретить специализированные словари. В странах СНГ словари обычно имеют примерно такое содержание:

- *Агенты* — люди, раздающие листовки с инструкциями для участников акции.
- *Акция* или просто *Моб* — действие, выступление, конкретное конечное воплощение сценария.
- *Афтерпати* (сокр. АП; англ. *after party*), иногда *Опошление*, *Послемобье* — встреча мобберов после акции. На ней знакомятся, обмениваются дисками с предыдущих мобов, смотрят, если есть уже видео с только что проведённого моба, обсуждают и выдумывают сценарии, и довольно часто мобберы на АП решают провести ещё один моб.
- *Играть* (*Мобить*, *мобиться*) — исполнять сценарий. Например: «Мы уже играли этот сценарий в прошлом году».
- *Камертон* — часы, находящиеся в общественных или иных местах, по которым мобберы заранее синхронизируют собственные часы для точного прибытия на акцию. Как правило, такие часы есть на сайте, через который организовывался флешмоб.
- *Классика* — ФМ-акция, построенная на первичных основах идеологии движения: мгновенная толпа, абсурдность действий и т. п. Иногда слово применяется к сценариям, которые наверняка игрались в каждом городе с флешмоб-движением (например, «Пульты ДУ»).
- *Кодовые фразы* — фразы, используемые во время проведения некоторых акций для осуществления сценарного замысла этих акций. В зависимости от сценария, кодовые фразы могут использоваться для ответов на вопросы прохожих, для контактов между мобберами и маяком, а также для других целей.
- *Маяк* (*Кенка*) — специальный человек, находящийся на месте проведения некоторых акций, для того чтобы подать мобберам условный сигнал о её начале. Характер сигнала заранее оговаривается при планировании акции.
- *Медиа-группа* (*Съёмщики*) — официальные представители ФМ-ресурсов, занимающиеся съёмкой акций.
- *Моббер* (*флешмоббер*, *ФМщик*) — человек, который участвует в акциях.

Варианты: *Моблик* — моббер-новичок, *Мобстер* — опытный моббер.

- *Место X*, *Площадка*, иногда *Мобплейс* — место прохождения ФМ-акции.
- *Парускерство* — явление, которое заключается в нарушении правил: разговоры, смех и всё, что не было запланировано. *Парускеры* — мобберы, игнорирующие правила.
- *Пингвин*, реже *Зриббер* — человек, который узнал о проведении акции и, вместо того чтобы участвовать в ней, стоит неподалёку и наблюдает происходящее.
- *Струксы* — мобберы-туристы, совершающие паломничества в иногородние моб-сообщества, с целью «на людей посмотреть — себя показать», хорошо и неординарно провести время в компании мобберов.
- *Фаршер* — участник фаршинг акции
- *Фомичи* (*Кузьмичи*) — прохожие, случайные свидетели акции.
- *GFM* (англ. "*Global Flash Mob*") — всемирная ФМ-акция, в ней участвует максимальное количество стран и городов.

Организация флешмобов

Флешмоб, как правило, организовывается через интернет сайты. В каждом городе действует по одному сайту чтобы не было неразберихи. Впрочем, часто могут некоторые акции устраивается не через официальный сайт, а через социальные сети. Такие акции, как правило, отличаются плохой подготовкой мобберов и нарушением правил флешмоба. Там мобберы разрабатывают, предлагают и обсуждают сценарии для акций. Сценарий, место и время акции назначается либо администрацией сайта либо путём голосования. Существуют так же так называемые *авторские мобы*, которые организовываются одним человеком и мобберы оповещаются по рассылке. Акции проводятся в многолюдных местах (исключение *моб хаус*). Инструкции к акции могут быть

опубликованы на сайте, либо инструкции выдаются до акции специальными **агентами**.

Чтобы не вызывать отрицательной реакции у случайных зрителей, такие акции проходят тихо и без шума, спокойно и вообще еле заметно. Чтобы не вызвать смех у случайных зрителей, участниками акции всё делается с серьёзным видом. На акциях участниками делается вид, что всё спонтанно и вполне обыденно для них. А потому он не должен быть сложным и с какой-либо яркой атрибутикой. Начинается акция одновременно всеми участниками. Для этого согласовывается время или назначается специальный человек (*маяк*), который должен подать всем сигнал для начала акции. Такие акции длятся недолго (обычно до пяти минут), иначе случайные зрители начинают проявлять активность: приставать с вопросами, вызывать работников охраны и правопорядка, игнорировать и дальше заниматься своим делом, и тому подобное. Участники, как правило, делают вид, что друг друга не знают, и расходятся одновременно в разные стороны. На вопросы зрителей участники акций пытаются не отвечать или ответами не раскрывают истинный смысл происходящего. Ответы для прохожих могут быть заранее обсуждены при планировании акции. После того, как все резко разошлись, обычно участники собираются на **АП**, чтобы поделиться впечатлениями. Акции, как правило, происходят по выходным дням с интервалом в две недели.

Флешмоб и СМИ

Открытый интерес СМИ к происходящему на акции может испортить эффект проведения акций. На многих сайтах флешмоба есть специальное обращение к СМИ с призывом воздержаться по мере возможности от освещения в средствах массовой информации всего, что касается движения флешмоб.

Виды акций

По мере существования явления флешмоба стали появляться такие сценарии, которые не соответствовали его правилам. Однако они игрались, и тогда стало ясно, что термин «флешмоб» уже не способен удовлетворить всех.

Само слово «флешмоб» стало нарицательным, и им начали называть любую акцию, в которой участвует некоторое количество человек. Это неверно. Флешмоб — это акция, которая подчиняется строгим правилам и законам. Хотя все новые виды акций «вышли» из флешмоба, некоторые из них стали настолько отличаться от него идеологически и организационно, что их уже нельзя относить к разновидностям флешмоба и можно считать отдельными разновидностями воплощения технологии смармоба.

Пожалуй, единственное, что объединяет большинство акций, — это стремление сделать что-нибудь вместе, да такое, для чего в обычной жизни нужды нет. Все акции неожиданны для случайных зрителей. Основополагающим же фактором является самоорганизация через современные средства коммуникации. Поэтому *флешмоб* в первоначальном смысле слова теперь называют **классический флешмоб**.

Классический флешмоб

Построен на первичных основах идеологии движения. Главная цель — удивить случайных зрителей, но так, чтобы у них не было отвращения или смеха от происходящего. Удержать границу между удивлением и смехом трудно, поэтому в чистом виде классический флешмоб — явление редкое.

Полит-моб или социо-моб

Это акции с социальным или политическим оттенком. Они являются более простым, оперативным и безопасным способом выражения общественного мнения или привлечения внимания к тем или иным проблемам, чем митинги и демонстрации. Например, после выборов в Белоруссии в 2006 прошёл ряд таких акций ^[6]. Несколько человек, собравшись в центре Минска, раскрыли газету «Советская Белоруссия» и начали рвать её на мелкие кусочки. В другой подобной акции около 30 минчан демонстративно завязали глаза

и отвернулись от установленного на площади экрана, по которому транслировалось выступление прокурора Белоруссии. На пике популярности в апреле 2006 года «политические флешмобы» в Минске собирали до 100—120 человек. С целью пресечения подобного рода акций власти придерживались тактики задержания от 10 до 20 человек, что в течение 2 недель уменьшило число участников флешмобов до 15-20 человек. Пример полит-моба прошедшего в Томске:

Все желающие в 12.00 28 июня подходят к зданию Думы г. Томска и кидают в него мелочь в знак протеста на повышение платы за проезд в маршрутках. Тем самым, горожане смогут подать деньги народным депутатам, для того чтобы они их собрали в свои ненасытные карманы и перестали обирать своих малоимущих горожан в будущем.

Монстрация

Монстрация (от слова *демонстрация*) — это хэппенинг-демонстрация с лозунгами, содержание которых предельно абсурдизировано. Первая акция была организована творческой молодёжью Новосибирска 1 мая в 2004 году и с тех пор проводится в Новосибирске в этот день ежегодно. В организации монстраций принимают участие и другие города: Екатеринбург, Кандалакша и др.

Главная цель *монстрантов* — требовать необъяснимого, выступая с абсурдистскими или одновременно концептуальными и парадоксальными слоганами: вроде "Я больше не буду", "Таня, не плачь!", "Б-ы-ыть!", "Все свободны!", "Крокодил, крокодю и буду крокодить!". Одним из идейных вдохновителей монстраций, но далеко не главным, является новосибирский художник Артем Лоскутов.

Несмотря на свою практически полную неполитизированность, уже с первых лет проведения мероприятие привлекло внимание властей, которые регулярно задерживали участников акции ^[7] [8]

Неспектакльный моб

Неспектакльный моб (Реальный флешмоб, Нонспектакулярный моб, X-моб) — это акции, в которых участники пытаются смоделировать тонкое, порой едва уловимое социо-коммуникативное пространство, в котором на первом месте стоит переживание самих участников. Он может быть незаметен для окружающих. Нет задачи произвести впечатление на внешнего зрителя. Действия участников настолько приближены к повседневности, что их образ начинает «мерцать». Становится непонятным, видны ли действия, выполняемые по сценарию, или это всего лишь действия обычного прохожего, случайно повторившего то, что написано в сценарии. Изменение повседневности повседневностью, рассчитанное на тактику дежавю и формирование у прохожих ощущения тихого помешательства. Этот моб порождает эффект изменения сознания, похожий на эффект психотропных веществ. Варианты для примера:

- Споткнуться;
- Вспоминать, есть сотовый телефон в кармане или нет, затем доставать его и класть обратно;
- Пытаться прикурить зажигалкой, отворачиваясь от ветра;
- Внимательно читать чек около входа в магазин и что-то в голове считать, слегка шевеля губами и закидывая глаза;
- Тщетно пытаться завязать шнурки;
- Пытаться застегнуть или расстегнуть заевшую молнию на курточке, сумке или ширинке;
- Отряхивать испачканную одежду;
- Переписывать информацию с какой-нибудь рекламы;
- Играть на ходу в игры на мобильном;
- Наклеить объявление на столб;
- Стать и пить пиво;
- Предварительно взболтать пиво, а потом, вроде как ненарочно, им облиться при открывании и вытираться.

i-mob

Общее название для всех видов акций, проводимых в Интернете (форумы, icq, e-mail, чаты и т.п.). Прототипом явления послужило массовое интернет-движение в поддержку участницы отборочного конкурса «Мисс Вселенная» Алёны Пискловой в марте-апреле 2004 года^[9]. Очень часто интернет-флешмобы возникают спонтанно, без предварительного планирования. Чаще всего представляют собой комментарии к опросам со смешными вариантами ответа. Благодаря интернет-флешмобу «Уроки Албанского» возникло и крепко закрепилось понятие Албанский язык.

Также широко известен интернет-моб «Регулярно!», произошедший на русском сайте новостной телекомпании ВВС. На этом сайте была опубликована статья^[10]. В ней говорилось о том, что большинство российских алкоголиков, скончавшихся в трудовом возрасте, принимали алкоголь, не предназначенный для употребления внутрь, и выводы исследований по этому поводу. К статье был опрос: «Вы пьёте одеколон, антифриз или моющие средства?» — с вариантами ответов:

- Регулярно
- Крайне редко
- Никогда
- Я вообще не пью

Большинство читателей этот вопрос насмешил и даже оскорбил. В итоге, около 90 % голосов были отданы за вариант «Регулярно». Из-за того что счётчик не был рассчитан на такое количество голосов, он несколько раз в сутки сбрасывался. На эту тему было создано много карикатур и даже комиксов. В некоторых городах был даже сыгран реальный флешмоб «Одеколон», когда мобберы при большом скоплении людей делали вид, что дегустируют одеколоны, шампуни, жидкости для мытья стёкол. На самом деле, в бутылочках были питьевые жидкости: напитки («Тархун», «Лимонад»), вместо шампуней был йогурт и т.п.

В то же время, часто интернет-мобы делают сами владельцы сайтов для поднятия посещаемости своих ресурсов. В среде веб-дизайнеров даже появилось слово «расфлешмобить» для такого способа привлечения посетителей.

Арт-моб

К моб-артам относятся акции, имеющие некую художественную ценность и, как следствие, сложность реализации, которая иногда требует отступления от некоторых правил флешмоба. Как правило, они выполняются небольшим количеством участников с использованием реквизита. Они более нацелены на зрелищность, эстетику. Моб-арт предполагает репетиции, у моб-арта есть команда, состоящая из режиссёров, сценаристов, людей, помогающих с организацией. Но он не перестаёт быть мобом, потому как все основные правила во время акции имеют силу. Самой известной и самой массовой^[11] Моб-арт акцией на сегодняшний день, стала акция "Thrill the world", прошедшая в 10 странах мира. В Москве акция была проведена на одной из площадей ВВЦ. Более трехсот молодых людей, хорошо загримированных под оживших мертвецов, исполнили танец из клипа "Triller" Майкла Джексона. Участники акции в течение месяца репетировали танец с инструкторами и по распространяемым в социальных сетях видеопособиям. Особенностью московской акции, стало присутствие большого количества журналистов, зрителей и сотрудников милиции, предварительно оцепивших площадь.

Экстрим-моб

Акции с ярко выраженной экстремальной направленностью. Могут нарушаться какие-то моральные устои (или даже действия, квалифицирующиеся как мелкое хулиганство), или даже как-то провоцировать случайных прохожих. Такие акции противоречат правилам флешмоба. Например, Бой подушками.

L-моб

L-моб (англ. *long mob* — «долгий моб») — заранее оговорённые действия, которые каждый моббер может совершать практически в любое удобное для него время и в удобном месте. Например сценарий «мелки»:

Все берут мелки и обрисовывают, как трупы, на земле всё, что угодно: бутылки, лавочки, люки, скамейки, прохожих, спящих бомжей, фонарные столбы, тень, машины, окурки и т. д. Всё это делается в течение недели. В итоге, однажды выйдя утром на работу, люди увидят весь город обрисованным. Это обязательно вызовет интерес и мысли о помешательстве...



«Бой подушками» в центре Торонто

Фан-моб

Фан-моб (англ. *Fun-mob* — «весёлый моб», иногда называют «цирком») — флешмоб, являющийся по сценарию или ставший во время проведения массовым приколом. Характеризуется несоблюдением правил, отсутствием у мобберов особого ощущения моба. Как правило, им становятся спонтанные флешмоб-акции, провести которые мобберы решили на встрече (АП) после основной акции.

Через Проспект едет живой паровозик. Мобберы подцепляются начиная с назначенного времени по ходу движения, а в конце проспекта расцепляемся и расходимся.

Фан мобы противоречат основным принципам флешмоба.

Date-моб

Date-моб (англ. *Date* — Свидание) — ФМ-акция, направленная на знакомства мобберов особым, необычным путём. Проводится из расчёта — одна акция на одну пару. Участники не должны быть знакомы друг с другом до акции и не должны знать предварительно, кто будет на ней. Например сценарий «Blind»:

Парню на указанном заранее месте завязывают плотно глаза платком и говорят ждать. Девушку подводят через несколько минут. Её задача провести парня из точки А в точку Б. Прогулка занимает не больше часа. Во время прогулки она должна держать его за руку и описывать всё, происходящее вокруг, — от модели проезжающей рядом машины до цвета листьев на дереве. Каждый из них может при желании не называть своего имени. Дойдя до пункта Б, девушка оставляет парня и уходит, а парню спустя минуту снимают повязку.

Моб-Хаус

Моб-Хаус (англ. *mob-house* — моб-дом) — это акция, рассчитанная на несколько часов, когда мобберы не выполняют какой-то сценарий, а живут по определённым правилам жизни, отличающейся от жизни обычной. Это моделирование социо-коммуникативного пространства, понятного только участникам акции и вызывающего недоумение у случайных свидетелей. Например в Киеве был сыгран моб-хаус «Свадьба», где участники симитировали свадьбу: выбрали кто будет играть мужа и жену, боярина и дружку, были в ЗАГСе, ездили по городу в свадебной машине и в конце невеста сбежала. Всё это сопровождалось множеством шуток.

Моб-игра

Моб-игра — эти акции предполагают определённое взаимодействие участников, допустимы контакты между ними, заранее оговорённые на сайте. Конец может быть непредсказуем. Например, «Повелевай и подчиняйся»:

участники парами играют в «гляделки»; тот, кто засмеялся или отвёл взгляд, проигрывает. Он должен следовать за победителем и повторять все его движения. Победитель ищет нового соперника. Если он победит ещё раз, то вся колонна за проигравшим человеком тоже переходит к победителю.

Фаршинг

Фаршинг или **фарш** — это неформальное направление интеллектуального и психологического экстрима. Целью фаршинга является публичное действие, участники которого должны на время забыть о своих комплексах и тех социальных, моральных и этических рамках, которыми они привыкли сковывать себя в повседневной жизни. Фаршинг не перформанс и не флешмоб. Он не для зрителей. Он для участников, основная задача которых — победить себя, какой-то свой предел, сделать что-либо, что в обычной жизни сделать бы побоялись. Сделать то, о чём будешь стесняться потом вспоминать. Каждая акция и действие каждого участника — это новая грань, которую он переступает во время акции. Нужно разломать в себе все шаблоны и добиться полного раскрепощения. *Фаршингом* он называется потому что во время таких акций каждый участник делает что то своё, в результате получается некий «фарш». Люди занимающиеся фаршингом называются «фаршеры». Как правило время и место акций не публикуются на сайте, а о предстоящих акциях фаршеры оповещаются по подписке.

Примеры действий на фарше:

- фаршер танцует балет в женских колготках
- фаршер в семейных трусах, шлеме и лыжах пересекает зону фарша
- фаршер бреет ноги
- фаршер разбивает помидоры лопатой
- фаршер в форме спасателя делает искусственное дыхание куриному окороку
- фаршер разбивает молотком свой телефон
- фаршер выливает в канализацию ящик пива
- фаршер катается по зоне фарша с завязанными руками и кляпом во рту.
- фаршер одетый в пиджак и женские чулки надувает курицу насосом.
- фаршер гребёт «кролем» по асфальту в плавательной шапочке
- фаршер танцует нижний брейк в форме хоккейного вратаря
- фаршер обливается кетчупом

Украинский флешмоб как движение

Движение флешмоба началось стремительно и прокатилось по крупнейшим городам. Но со временем флешмоб-движение на Украине зачало. В частности в конце 2007 года был закрыт сайт Киевского флешмоба. Впрочем, упадок этот не коснулся других крупных украинских городов. Как существовали, так и существуют движения в Донецке, Днепропетровске, Харькове, Киеве, Северодонецке, хоть и не такие массовые, как во времена расцвета субкультуры. Но, вместе с "официальными" движениями, набрали популярность соответствующие группы В Контакте, регулярно появляющиеся и исчезающие. Некоторыми причинами упадка движения в отдельных городах являются: кризис хороших сценариев и идей для мобов, недостаток времени или желания у организаторов мобов, сумбурный и неорганизованный приток в движение людей не знакомых с правилами, превращающих красиво выполненное, отточенное действие в кашу и неразбериху.

Мобберы

Достаточно часто люди участвующие в акциях флешмоба знакомятся и спланиваются в определённые сообщества. Эти сообщества также практикуют организовывать другие мероприятия, как то например прогулки по крышам и всякого рода ролевые игры (фотоквест, ночной дозор).

Флешмоб-туризм

Летом 2006 года во многих городах на Украине возник флешмоб-туризм. Мобберы могут как приезжать в город, где уже есть организованное движение, и участвовать наравне с местными, так и собираться в одном из городов, где не проводится акций и удивлять местных жителей. Такие выездные мобберские мероприятия называют струксами.

Ежегодно мобберами проводятся флешмоб фестивали. В августе 2009 года в Харькове будет проходить Всемирный Фестиваль Флешмоба — Мобфест.

Критика флешмоба

Флешмоб нередко подвергается критике. Когда прокатились первые флешмобы, то многие политики не поняли его сути и придали ему политический оттенок, хотя идеология флешмоба гласит, что «Флешмоб вне политики и экономики». Бывали высказывания что это «западное дуровство», хотя именно в странах СНГ особо развилась идеологическая составляющая флешмоба. Большинство критиков считает его бессмысленным занятием. Хотя многие психологи благосклонно относятся к явлению флешмоба, поскольку оно (в определённой степени) благотворно влияет на психологическое состояние участников, помогает участникам лишиться скованности боязни общественного мнения, вырабатывает умение самоорганизации, даёт возможность знакомится с единомышленниками и привносит в жизнь разнообразие. Другие критики отмечают что флешмоб порождает чувство вседозволенности, которое может провоцировать его участников на групповое хулиганство. Так же критика коснулась самого принципа организации, которая может использоваться заинтересованными людьми в корыстных целях. Однако всё же большинство критики порождается незнанием и непониманием принципов флешмоба, или критикуются акции, не соответствующие правилам флешмоба.

Другое значение термина «Мгновенная толпа»

Термин «мгновенная толпа» (англ. *flash crowd*)^[12] является альтернативным наименованием для слэшдот-эффекта, по одноимённому рассказу фантаста Ларри Нивена, в котором тот описывает, как мгновенная телепортация позволяла огромным количествам людей появляться почти мгновенно в любом месте мира, где происходит действие, достойное внимания. Толпа на месте действия появлялась сразу после того, как информация о событии была опубликована в СМИ.

См. также

- Смартмоб
- Эпатаж
- Книговорот
- Перформанс
- Хеппенинг
- Флуксус
- Критическая масса
- Мобфест
- Слэшдот-эффект

- Коллективная скупка
- Спенсер Туник

Книги на русском

- Рейнгольд Г., Умная толпа: новая социальная революция, Москва, ФАИР-ПРЕСС, 2006, ISBN 5-8183-1004-3

Ссылки

- Флешмоб-движение в России ^[13]
- MashFlob :: The Worldwide Flashmob Community ^[14]_(англ.)
- Интервью с Говардом Рейнгольдом ^[15]_(англ.)
- Разновидности флешмобов ^[16]
- История флешмоба ^[17]

Сноски

- [1] <http://www.smartmobs.com/index.html>
- [2] <http://www.flocksmart.com/>
- [3] http://newsvote.bbc.co.uk/mpapps/pagetools/print/news.bbc.co.uk/hi/russian/life/newsid_3135000/3135221.stm
- [4] NzR178qWE и другие (<http://www.kommersant.ru/doc-y.aspx?DocsID=1014590>), Журнал «Власть», № 33 (786), 25 августа 2008 г
- [5] <http://www.rg.ru/2008/02/13/kreml-dok.html>
- [6] <http://www.newizv.ru/news/2006-04-07/44101/>
- [7] Агентство Regnum о задержании участников "Монстрации" в 2006 (<http://www.regnum.ru/news/632687.html>)
- [8] РИА Новости о задержаниях монстрантов в Новосибирске в 2006 и 2007 (<http://www.rian.ru/spravka/20080501/106341010.html>)
- [9] Сетевой флешмоб: Новое веяние интернета (http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mId_21961_aId_330703.html)
- [10] http://news.bbc.co.uk/hi/russian/russia/newsid_6755000/6755283.stm Одеколоны «убивают россиян»
- [11] <http://thebestphotos.ru/archives/2660> Живые мертвецы на улицах Москвы
- [12] <http://www.wordspy.com/words/flashcrowd.asp>
- [13] <http://www.flashmob.ru>
- [14] <http://www.mashflob.com>
- [15] <http://nextmodernitylibrary.blogspot.com/archive/2006/01/10/les-foules-intelligentes.html>
- [16] <http://igrology.ru/flashmobs>
- [17] <http://flashmob.pnz.ru/?about/mobhistory.htm>

Источники и основные авторы

Флешмоб *Источник:* <http://ru.wikipedia.org/w/index.php?oldid=22310159> *Основные авторы:* =Pavel=, ALEF7, Adonis vernalis, Adso, A199999, Aldekein, Alexandrov, Alexflob, Analyzer (KODEP), Anatolyklin, Andres, Andriy2009, Avatar78rus, Aximas, BY Boy, Bacian, Bob7, Butko, Cheops, Claymore, CommonsDelinker, Ctac, DR, Dark Magus, DarkCherry, Deerhunter, Dekab, Derring, Dionix, Dise, Dmalinovsky, Drbug, Dreamer.mas, Dugan, Edward Chernenko, Exlex, Friday, G00gle, Gaz v pol, Gordey, Gruznov, Iddqd, Ilia lin, Ilya78, Ingag, Innv, Ipsissimus, Jack who built the house, Jamnikol, Kanick, Keinelust sfi, Keng, Kroschka Ru, Kuda, Letzte*Spieler, Lite, Lord IRS, Loveless, Lvova, MaxSem, Maxim Razin, Maximamax, Mercury, Michaello, Monstern, Mosevitch, NBS, Newt, Nixy, Partyzan XXI, Paul Pogonyshv, Qweedsa, Ramir, Rotsor, Roxis, Sancte, Sapaka, Sergey Zhuravlev, Serko, Shureg, Softy, St0rm, Stokito, Toliban, Track13, Umbrella Corporation, Ustas, Vs64vs, WindEwriX, Wizardist, Wladimir 777, X-Pilot, Yaroslav Blanter, Yurik, АШМУК, Анатолич I, Бемби Крат, Ботильда, Виноградов П. Н., Водник, Всезнайка, Денис Проничев, Диакритик, Илья Шпаньков, КацВаля, Куллер, Не А, Онанюга, Тень отца Гамлета, Фрай, Четыре тильды, Эллор, 298 анонимных правок

Источники, Лицензии и Владельцы(?) изображения.

Файл:Flash mob Kiev .jpeg *Источник:* http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=Файл:Flash_mob_Kiev_.jpeg *Лицензия:* Public Domain *Основные авторы:* Ustas, 1 анонимных правок

Файл:Wikipillow.jpg *Источник:* <http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=Файл:Wikipillow.jpg> *Лицензия:* Public Domain *Основные авторы:* BeZet, KTo288

Лицензия

Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>