



Венеция. Площадь Сан-Марко с базиликой. Художник Джованни Антонио Каналетто. 1730. Фрагмент.

УДК 32.019.5



Каминченко Д.И.

Социальные медиа и организация флэшмобов: некоторые примеры формирования политического участия¹

Каминченко Дмитрий Игоревич, младший научный сотрудник Научно-исследовательской лаборатории Анализа, прогноза и стратегического моделирования, аспирант Института международных отношений и мировой истории Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского
E-mail: ert1fg2@rambler.ru

В статье представлен авторский взгляд на вклад современных социальных медиа в организацию и проведение флэшмобов как вида политического участия. Сделан вывод о роли социальных медиа как дополнительной площадки для выражения участниками флэшмоба своих идей и обратной связи с пользовательской и зрительской аудиторией.

Ключевые слова: социальные медиа, флэшмоб, политический флэшмоб, политическое участие.

Введение

Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий оказывает значительное влияние на процессы в современном обществе, способствуя появлению новых форм общественной и политической активности. В последних могут находить своё отражение особенности и специфика самих ИКТ и основанных на них механизмов. Одной из таких форм по праву считается флэшмоб² как тип «представления», в том числе

¹ Работа выполнена при частичной поддержке гранта (соглашение от 27 августа 2013 г. № 02.В.49.21.0003 между МОН РФ и ННГУ).

² Согласно Википедии, флэшмоб (от англ. flash mob: flash – вспышка; миг, мгновение; mob – толпа; переводится как «мгновенная толпа»; ср., напр., flash flood, «внезапный паводок») – заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей появляется в общественном месте, выполняет заранее оговоренные действия (сценарий) и затем расходится. Сбор участников флэшмоба осуществляется посредством связи (в основном Интернет). Основные принципы флэшмоба: 1.

могущего иметь политический смысл, впервые появившегося в Нью Йорке в 2003 г. и получивший широкое распространение в последние годы¹, актуализируя необходимость изучения как самого явления флэшмоба, особенно как формы общественной и политической активности, так и роли в нём современных ИКТ.

В последние годы было проведено немало флэшмобов, посвященных различным политическим вопросам, а также памятным датам и нацеленных на распространение социально значимых идей и образа действия, на поддержку общественных и политических движений; некоторые из них были своего рода реакцией на решения, принятые субъектами политики. Таков, например флэшмоб 5 мая 2011 г. (Санта-Роса, Калифорния) Democracy Is For People («Демократия существует для людей»), проведённый в целях повышения осведомленности о постановлении Верховного суда по делу «Объединенные граждане против Федеральной избирательной комиссии (на странице акции в YouTube был размещен призыв подписать соответствующую онлайн-петицию с указанием ее интернет-адреса)²; такова и недавняя волна флэшмобов, прокатившаяся по Украине – откровенно антироссийский флэшмоб на фестивале Бандерштат-2014 (1–3 августа 2014, Луцк) и антивоенные флэшмобы в Одессе (Флэшмоб против войны на Донбассе «Мы за мир!» 13 июля 2014 г.) и Харькове («Хунта, Не Убивай наших Детей!» 23 мая 2014 г., «Театрализованый Танец Против Войны» 27 июля 2014, «Мы против войны!!! Мы объявляем МИР!!!» 28 июля 2014 г.)³.

Эмпирическую основу нашего исследования составили три более ранних флэшмоба, могущие считаться достаточно типичным проявлением этой формы социально-политической активности: 18 августа 2012 г. в Лондоне состоялся флэшмоб под названием Flash Mob for Peace («Флэшмоб за мир»), центральными идеями которого стали идея мира, а также осознания жизни и (социальных) связей как величайшего дара; годом ранее, 19 июня 2011 г., флэшмоб проводился в Цюрихе в поддержку движения Real Democracy Now («Настоящая демократия теперь»); в Симферополе 13 апреля 2014 г. был проведён флэшмоб (арт-моб) «Будем жить», посвящённый 70-летию освобождения города от фашистских захватчиков. При изучении конкретных примеров флэшмобов нами был использован метод case study, позволяющий более детально изучить их особенности, а также выявить специфику той роли, которую в нём играют технологии социальных медиа, и, соответственно, их значение для флэшмоба как явления современного общества.

К настоящему времени известно значительное число работ, в которых рассматриваются вопросы, связанные с явлением флэшмобов⁴. Популярным в научном сообществе считается и изучение различных технологических аспектов современных социальных медиа⁵ – средства массовой информации, позволяющие устанавливать связи между людьми, группами и организациями и формировать сети⁶ (к таковым относятся платформы поддержки социальных сетей – Facebook, MySpace, ВКонтакте и т.д., блогов – LiveJournal, микроблогов – Twitter, а также видеохостинги – YouTube). Однако вкладу социальных СМИ в подготовку, организацию, проведение, освещение, а главное, в распространении самой идеи и смыслов флэшмобов уделено меньшее внимание – не в последнюю очередь, возможно, по той причине, что одним из декларируемых принципов флэшмоба является отказ от освещения подобного рода акций в СМИ (о чем, в частности, пишет Википедия в одноименной статье). Для выявления роли упомянутых СМИ рассмотрим наиболее показательные примеры флэшмобов, позволяющие судить о таковых как о современной форме общественного и политического участия.

Отдельные примеры «политических» флэшмобов

В различных публикациях, посвященных флэшмобу, встречается ссылка на определение данного социального феномена в Оксфордском словаре, согласно которому флэшмоб – это «общественное собрание (сбор) совершенно незнакомых людей, организованное через Интернет или с помощью мобильного телефона, которые выполняют бессмысленное действие, а затем расходятся»⁷. Данное определение появилось в

спонтанность в широком смысле; 2. отсутствие централизованного руководства, избранного командира; 3. отсутствие каких-либо финансовых или рекламных целей; 4. деперсонификация; участники флэшмоба (в идеале это абсолютно незнакомые люди) во время акции не должны никак показывать, что их что-то связывает; 5. отказ от освещения флэшмоба в СМИ. При этом мобберы не должны нарушать законы и моральные устои и не должны вызывать смеха.

¹ Walker R.A. "Badgering Big Brother: Spectacle, Surveillance, and Politics in the Flash Mob." *Liminalities: A Journal of Performance Studies* 7.2 (2011): 1–23. PDF-file. <<http://liminalities.net/7-2/flashmob.pdf>>.

² "Flash Mob – Democracy Is For People – Santa Rosa CA." *YouTube*. N.p., 5 May 2011. Web. <<http://www.youtube.com/watch?v=kLd4kM1Q-nA>>.

³ Бандерштат – фестиваль украинского духу [Электронный ресурс] // Facebook. 2014. 1–3 авг. Режим доступа: https://www.facebook.com/bandershtat?hc_location=timeline; Одесса. Флэшмоб против войны на Донбассе. Мы за мир! 13 июля 2014 год [Электронный ресурс] // YouTube. 2014. 13 июля. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=xUFxhbGE-8I>; Хунта, Не Убивай наших Детей! [Электронный ресурс] // YouTube. 2014. 23 мая. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=sgy_VTYKryQ; Харьков Потрясающий Флэшмоб – Театрализованый Танец Против Войны Женское Движение Харьков [Электронный ресурс] // YouTube. 2014. 27 июля. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=NEE_vEH6qU0; Флэшмоб. Мы против войны!!! Мы объявляем МИР!!! 28.07.2014 [Электронный ресурс] // YouTube. 2014. 28 июля. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=xuJBxHAvrYE>.

⁴ См., напр.: Sahlholt K. "Flash Mobs – Visualized Bricolage in the Urban Sphere." *Nordic Network of Avant-Garde Studies*. Nordisk Kulturfond, 2011. PDF-file. <http://www.avantgardenet.eu/HAC/studentpapers/sahlholt_flash_mobs.pdf>; Wasik B. "My Crowd – Or, Phase 5: A Report from the Inventor of the Flash Mob." *Harper's Magazine* Mar. 2006: 56–66; Gore G. "Flash Mob Dance and the Territorialisation of Urban Movement." *Anthropological Notebooks* XVI.3 (2010): 125–131. PDF-file. <http://www.drustvoantropologov.si/AN/PDF/2010_3/Anthropological_Notebooks_XVI_3_Gore.pdf>

⁵ См., напр.: Palfrey J., Gasser U. *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York: Basic Books, 2008. 288 p.; Shirky C. *Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age*. London: Penguin Books Ltd. 2011. 247 p.; Kirkpatrick D. *The Facebook Effect: The Real Inside Story of Mark Zuckerberg and the World's Fastest Growing Company*. London: Virgin Books, 2011. 384 p.; Балуев Д.Г. Политическая роль социальных медиа как поле научного исследования // Образовательные технологии и общество. 2013. Т. 16. № 2. С. 604–616; Он же. Понимание «новых» СМИ: от технологий Веб 2.0 к политическому значению // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2013. № 4. С. 127–135; Он же. «Новые» СМИ и некоторые особенности политического сознания // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2014. № 2. С. 75–85.

⁶ Балуев Д.Г. Политическая роль социальных медиа... С. 611.

⁷ Цит. по Wasik B. *Op. cit.*, p. 57.

Оксфордском словаре в 2004 г., и, как отмечает Дж. Гор, такая трактовка, вероятно, вполне подходит для обозначения первых мероприятий, которые были названы флэшмобами и происходили в 2003 г. Однако с тех пор данное явление претерпело изменения с точки зрения многообразия формы представления¹. Л. Килтц пишет: «В целом, флэшмоб – это группы людей, которые собираются в общественных местах для совершения неожиданных (неподходящих для конкретной ситуации) действий и расходятся после короткого промежутка времени»². К. Сальхольт отмечает: «В целом флэшмобы могут быть определены как ненасильственные собрания людей, организованные с помощью электронной почты, текстовых сообщений или блогов, которые появляются в неожиданных местах и совершают действие (представление), которое обычно длится около 5–10 минут»³. Она же добавляет: «Участникам отправляются приглашения прибыть в определённое место к определённому времени и они, как правило, получают инструкции о конкретном моббинг мероприятии незадолго до его проведения»⁴.

Приведенные определения позволяют говорить о флэшмобе как о феномене современного общества и как об одной из форм общественного участия. Назовем некоторые отличительные черты флэшмобов в этом качестве.

Во-первых, флэшмоб подразумевает наличие группы единомышленников, он является коллективной формой социальной активности. Это представляется довольно важным аспектом в условиях отмечаемого З. Бауманом снижения общественного интереса к совместным делам и общим действиям в современном обществе и государстве⁵. В этом отношении, учитывая распространённость данной коллективной формы участия людей, флэшмоб может быть рассмотрен как важный элемент на пути к укреплению общественной и гражданской активности.

Во-вторых, флэшмоб есть представление, часто содержащее очевидные игровые моменты, в которое, однако, его участниками и организаторами закладываются определённые идеи и смыслы, в том числе и политические. Так, кроме упомянутых выше акций, объявленный его продолжением цюрихского (июнь 2011 г.) флэшмоба в поддержку движения Real Democracy Now флэшмоб Flashmob Zurich: "Mexico: Democracy Is Not For Sale" (22.Jul.2012) («Флэшмоб Цюрих: Мексика: демократия не продается (22 июля 2012)») против вступления в должность нового президента Мексики; флэшмоб Youth movement for Democracy! («Молодежь за демократию!») 12 апреля 2014 г. (Струга, Македония)⁶ и др.

В-третьих, флэшмобы проводятся, как правило, в общественных местах и подразумевают совершение участниками действий, неожиданных для окружающих, рассчитанных на любопытство и даже участие невольных свидетелей. Так, упомянутый лондонский флэшмоб 2012 г. проходил на Трафальгарской площади, на одной из городских площадей проходил и арт-моб в Симферополе; в последнем приняло участие несколько сотен человек, а само мероприятие собрало значительное количество зрителей. В таких условиях флэшмоб может стать инструментом формирования у зрителя определённой реакции не только на внешнюю сторону проводимой акции, но и на заложенные в нее политические смыслы.

В-четвёртых, флэшмобы обычно скоротечны, их продолжительность редко превышает 1 час, что не позволяет зрительскому вниманию рассеяться, но надолго остается ярким впечатлением как для участников, так и для наблюдателя (о чём можно судить по отзывам в тех же социальных медиа).

В-пятых, флэшмобы организуются с помощью современных социальных медиа, там же затем размещаются фото- и видеоотчёты, комментарии организаторов и отзывы участников. Тем самым единожды образовавшееся сообщество, объединённое социально-политическими интересами, может продолжить свое существование (и социально-политическую активность) как в виртуальном, так и в реальном пространстве.

Вместе с тем, дискуссия о том, может ли флэшмоб быть политическим (и, соответственно, является ли он формой политического участия), продолжается. Так, можно встретить позицию, согласно которой в основе флэшмоба заложен скорее смысл игры (представления), чем политика⁷. В свою очередь, приведённой в Оксфордском словаре дефиниции флэшмоба встречается словосочетание «pointless act», которое может быть переведено как «бессмысленное действие», что лишает данный феномен какого бы то ни было смысла, в том числе и политического. Однако, как уже было сказано, согласно Дж. Гор, данное явление (флэшмоб) изменилось со времени проведения первых акций (в 2003 г.) и появления соответствующей дефиниции в Оксфордском словаре (в 2004 г.). Изменения коснулись и действия/представления, а главное, за это время произошло немало флэшмобов, которые были посвящены различным общественно-политическим вопросам и которые стали реакцией на принятые политические решения. В этом смысле основная идея упомянутого цюрихского флэшмоба 28 июня 2011 г. – идея «пробуждения» людей к социальной и политической деятельности – весьма показательна, и сама цюрихская акция вполне может рассматриваться как проявление политической активности. Существуют также мнения, что флэшмобы доказывают свою эффективность в протестной деятельности против авторитарных правительств, а также что у флэшмобов есть потенциал для превращения их в часть новых социальных движений⁸. Упомянутые выше антивоенные флэшмобы в Одессе и Харькове (июль-август 2014 г.) позволяют нам согласиться с таким мнением. Таким образом, выражение «политический флэшмоб» имеет право на существование.

Рассмотрим подробнее упомянутые лондонский, цюрихский и симферопольский флэшмобы.

¹ Gore G. *Op. cit.*

² Kiltz L. "Flash Mobs: The Newest Threat to Local Government." *Public Management Magazine* 93.11 (2011): 6–9.

³ Sahlholt K. *Op. cit.*, p. 1.

⁴ *Ibid.*, p. 1–2.

⁵ Бауман З. Индивидуализированное общество. М.: Логос, 2005. 390 с.

⁶ "Flashmob Zurich: "Mexico: Democracy Is Not For Sale" (22.Jul.2012)." *YouTube*. N.p., 23 July 2012. Web. <<http://www.youtube.com/watch?v=dFRW6qti-wo>>; "Flash Mob, Youth Movement for Democracy!" *YouTube*. N.p., 23 Apr. 2014. Web. <<http://www.youtube.com/watch?v=e0kODJGfu8U>>.

⁷ "Dadaist Lunacy or the Future of Protest? An Introduction to the World of Flash-Mobbing." *Social Issues Research Center*. SIRC, n.d. Web. 10 Jun 2014. <http://www.sirc.org/articles/flash_mob.shtml>

⁸ "Flash-Mobs." *New Media Activism*. Malmö University, 2011. Web. <<http://wpmu.mah.se/nmict11group4/flash-mobs/>>

Flash Mob for Peace, Лондон, 18 августа 2012 г. (центральная тема – идея мира). В популярной платформе поддержки социальных сетей Фэйсбук данному событию была посвящена отдельная страница¹. На ней можно найти необходимую информацию об организации самого мероприятия. Итак, согласно размещённой там информации, флэшмоб должен продлиться в течение 3 минут, причём, если кто-то захочет провести больше времени, то он (флэшмоб) может продлиться и дольше, однако будет дан чёткий знак об окончании мероприятия. Указаны конкретные дата и время мероприятия (18 августа 2012 г., в 15 00), а также место – Трафальгарская площадь. Флэшмоб предполагал исполнение небольшого фрагмента (несколько строк) из композиции Джона Леннона «Give Peace a Chance» на протяжении трёх минут. Согласно краткой инструкции, размещённой на соответствующей странице в Фэйсбуке, как только один человек в центре площади начнёт петь данную песню, участники флэшмоба подойдут к нему, также исполняя строки из данной композиции, и затем – все вместе, взявшись за руки пройдут по центру площади.

На указанной странице в Фэйсбуке можно найти информацию о самой идее и её представлении, а именно: отмечается, что величайший дар – это дар жизни и связи между людьми. Отмечается также, что этот флэшмоб не направлен против какого-либо политического режима или страны, он является отличным поводом к тому, чтобы собраться вместе и дать миру шанс («Вместе мы сильнее») Важный социальный смысл данного флэшмоба заключается в объединении значительного числа представителей разных слоёв общества вокруг данной идеи – не только общественно-, но и политически значимой в условиях роста общей военно-политической напряженности в мире.

На той же странице в Фэйсбуке в разделе «Гости» размещены количественные показатели («Собираются посетить» – 134 пользователя, «Возможно посетят» – 85 пользователей, «Приглашены» – 1 тыс. пользователей) и комментарии пользователей, исключительно положительные: участники пишут об «удивительном опыте», который несло в себе прошедшее мероприятие, выкладывают многочисленные фотографии данного флэшмоба, а также ссылки на видеофайлы акции с других сайтов.

На видеохостинге YouTube есть несколько видеороликов, посвящённых данному флэшмобу². Два из них длятся чуть более 4 минут (соответственно, сам флэшмоб длится около 4 мин). На роликах видно, как некая девушка подходит к центру площади, останавливается, снимает белую куртку и начинает петь несколько строчек из упомянутой музыкальной композиции. К ней подходят другие люди и подхватывают те же строки из песни, а затем берут друг друга за руки и медленно ведут хоровод вокруг центра площади. Пройдя таким образом примерно две с половиной минуты, участники останавливаются, аплодируют и расходятся. Во флэшмобе принимают участие десятки человек разных возрастов.

Оба ролика собрали более 600 просмотров и восторженные комментарии посетителей страницы, причем восторги адресованы в равной степени как собственно флэшмобу, так и его центральной идее – ценности мира и возможности благодаря участию во флэшмобе быть сопричастными этой идее.



Скриншоты ролика флэшмоба на Трафальгарской площади Лондона 18 августа 2012 г. с видеохостинга YouTube

Flash Mob for Peace

Доступно всем · Организаторы: Elliot Kay и Cămanthe McKenzie

18 августа 2012 г. в 15:00 UTC+01
Более 1 года назад

Trafalgar Square
Trafalgar Square, London WC2N 5 London, United Kingdom

ГОСТИ
134 собираются посетить
85 возможно посетят
1 тыс. приглашены

СВЯЗАННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ
Trafalgar Square Gospel Rally...
4 октября 2014 г. в UTC+01 в...
48 гостей

The greatest loss is the loss of human life over right or wrong politics or religion and the greatest gift we have is the gift of life and connection.
I want to invite you to join us in a flash mob which will happen in Trafalgar Sq, this is open to everyone from all walks of life, religions systems.

Tom Morley
20 августа 2012 г.
The TRAFALGAR SQUARE Flashmob, followed by the ST PAUL'S Flashmob. The song we sang at the 'Pop-Up' workshop is here too.
<http://www.youtube.com/watch?v=AjDxXhIE>

Arvind Devalla поделился своей фотографией.
6 сентября 2012 г. · Maida Vale, United Kingdom
Hi everyone!
Great to meet you all 2 weeks ago at the Flash Mob in Tra have just uploaded my photos.

'PEACE ONE DAY' Flashmob London
Two groups of 100 people gather in the name of PEACE. They sing in Trafalgar Square and meditate at St Paul's. WEAPONS OF MASS CONNECTION and THE BEATLES pre...
YOUTUBE.COM

Меланни Ван Эйрнховен Thank you so much Tom! Love and light!
20 августа 2012 г. в 15:14 · Нравится 3

Melanie Waldron BRILLIANT! Love this vidmusic/song compilation! feel blessed to have been a part of it too met and feeling of instant connection to the many Wonderful people :))
20 августа 2012 г. в 20:48 · Нравится 1

Tamara Wolf This is fantastic Tom, such wonderful people looking forward to the 21st!
3 сентября 2012 г. в 19:35 · Нравится 1

Скриншоты страницы флэшмоба на Трафальгарской площади Лондона 18 августа 2012 г. в Facebook

¹ "Flash Mob for Peace." *Facebook*. N.p., 18 Aug. 2012. Web. <<https://www.facebook.com/events/265591620216078/?ref=ts>>.

² "Peace Flashmobs – London 2012." *YouTube*. N.p., 18 Aug. 2012. Web. <<http://www.youtube.com/watch?v=AjDxXhIE>>; "Peace One Day – Flash Mob London." *YouTube*. N.p., 18 Aug. 2012. Web. <<http://www.youtube.com/watch?v=ML8GBbOhgZl>>.



Скриншоты цюрихского флэшмоба 19 июня 2011 г. с видеохостинга YouTube. Сверху вниз: «сон», начало «пробуждения», окончательное «пробуждение»



Скриншот страницы с видеохостинга YouTube с описанием цюрихского флэшмоба и отзывами о нём

Флэшмоб в поддержку движения Real Democracy Now, Цюрих, 19 июня 2011 г. (центральная тема – идея «пробуждения» людей, точнее, их интереса к происходящему в социальной и политической сферах). Все основные сведения об этом мероприятии – видеоролик «Flashmob to Support the “Real Democracy Now” Movement 19.06.2011 Zurich»¹, комментарии, описание события – были получены с популярного видеохостинга YouTube. Ролик позволяет видеть, как на железнодорожном вокзале Цюриха (место проведения флэшмоба) в определённом месте сосредотачивается примерно от 18 до 20 человек. Затем один из участников кладёт на пол зелёный предмет, похожий на барабан, и остальные участники флэшмоба одновременно ложатся на пол и начинают имитировать сон. Вскоре молодой человек с табличкой с надписью «Echte Demokratie Jetzt!» («Настоящая демократия теперь» – немецкий перевод названия организации) даёт сигнал, и люди «пробуждаются» ото сна и начинают аплодировать, подбрасывая вверх предметы, использованные ими в представлении в качестве подушек. Длительность ролика составляет 2 минуты, столько же, судя по всему, длится и сам флэшмоб. Как уже отмечалось, число участников составляет примерно 18–20 человек, в основном – молодёжь. На начало июня 2014 г. видеоролик цюрихского флэшмоба собрал 2069 просмотров.

В описании, размещенном рядом с этим роликом, по-видимому, организаторами или кем-то из участников данного флэшмоба, указывается, что таковой был проведён в поддержку движения «Real Democracy Now», всех жителей Европы и особенно Испании. Организаторы и участники этого мероприятия решили поддержать тех, кого возмущает коррупция и безнаказанность финансового и политического класса, ответственного за текущий экономический кризис во всей Европе, но главным образом в Греции, Исландии, Ирландии, Португалии и Испании. Упоминается в описании и сама Швейцария, в которой действующая прямая демократия все же не обеспечивает необходимой политической прозрачностью. Согласно приведённому описанию, «пробуждение» общества приведет к проявлению его членами большей активности, нежели просто голосование² – и именно приведенное на странице социального СМИ описание делает доступными для общества политические цели и смыслы данного флэшмоба.

Ролик собрал некоторое количество комментариев, исключительно положительных – от благодарности за проведённое мероприятие до призывов к «пробуждению» в русле основной идеи флэшмоба.

Размещенный в YouTube ролик позволяет выделить отличительные черты флэшмобе в Цюрихе:

- гармоничное сочетание небольшого представления и социально-политического смысла;
- непродолжительность мероприятия, по окончании которого участники расходятся, но имеют – как и случайные зрители – возможность продолжить контакт на за-

¹ "Flashmob to Support the Real Democracy Now Movement 19.06.2011. Zurich." YouTube. N.p., 19 June 2011. Web. <<http://www.youtube.com/watch?v=uKfOHoyhJsg>>

² Ibid.

данную флэшмобом тему в сети (о том, что такие контакты продолжались, свидетельствуют не только отзывы участников, но и сам факт ссылки на цюрихский флэшмоб в описании его «продолжения» – устроенного годом позже флэшмоба против вступления в должность нового президента Мексики);

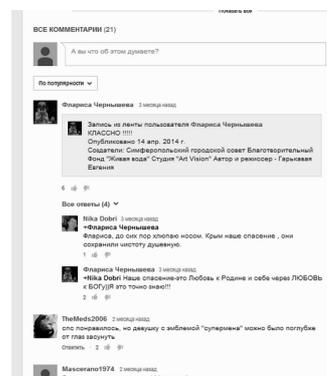
- выбор оживленного общественного места (железнодорожный вокзал) для проведения мероприятия, способствующий увеличению количества потенциальных зрителей.

Флэшмоб (арт-моб) «Будем жить». Крым, Симферополь, 13 апреля 2014 г. (основная идея – объединяющая поколения память о Победе и освобождении страны от фашизма). На популярном видеохостинге YouTube можно найти видео «Арт-Моб Флэшмоб в Симферополе 2014»¹, благодаря которому пользователи могут посмотреть представление и в комментариях к видеоролику выразить своё отношение к проведённому мероприятию и к той идее, которая заложена организаторами (Симферопольским городским советом, благотворительным фондом «Живая вода» и студией «Art Vision») и участниками флэшмоба в само мероприятие.

Заметим, что помимо заявленной в самом ролике темы арт-моба – 70-летие освобождения Симферополя от фашистских захватчиков – очевиден дополнительный социально-политический смысл акции, а именно воссоединение Крыма с Россией (большая группа одетой в синие, белые и красные майки молодежи перед импровизированной сценой выстроилась рядами, образуя цветовую гамму российского флага). Острота политического контекста флэшмоба оказывается тем более очевидной, что ни сама такая акция, ни какое-либо иное празднование данного исторического события без возвращения Крыма в состав России было бы невозможно, особенно после событий зимы 2013–2014 гг. на Украине.

Как позволяет видеть ролик флэшмоба (арт-моба), в акции приняли участие несколько сотен человек, она была проведена в общественном месте (на одной из центральных городских площадей) и собрала немалую аудиторию. На видео можно заметить зрителей, снимающих представление на мобильные телефоны и айпады. Несомненно, часть зрителей, снимавших данное мероприятие, и часть просмотревших ролик в YouTube (количество последних к концу июня достигло 1 902 человек) разместят – или уже разместили – материалы в социальных медиа. Так, видеоролик уже можно найти и на платформе Вконтакте (в альбомах аккаунта Православие.fm <http://vk.com/video?gid=38055019>). Такое распространение делает информацию об акции и её идее доступной для широкой русскоязычной (а возможно, и не только) аудитории.

Как и в случае цюрихского флэшмоба, комментарии арт-моба в Симферополе размещены на странице ролика в YouTube – комментарии преимущественно положительные, на скептический вопрос одного из обсуждающих о желании возврата в СССР ответом стало предложение сравнить симферопольский флэшмоб с украинским «Хто не скаче, той москаль»².



Скриншоты ролика флэшмоба в Симферополе 13 апреля 2014 г. и страницы обсуждения на видеохостинге YouTube

¹ Арт-Моб Флэшмоб в Симферополе 2014 [Электронный ресурс] // YouTube. 2014. 14 апреля. Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=Lng6pHx3wqU>.

² Там же.

Рассмотренные примеры флэшмобов позволяют судить о месте и роли социальных СМИ в подготовке и проведении подобного рода акций. Так, по отношению к флэшмомам социальные медиа Facebook и YouTube фактически взяли на себя решение важнейших коммуникативных задач:

- распространение информации о проведении флэшмоба – как предварительной, включая информацию о центральной идее акции, так и последующей (размещение соответствующих фотографий и роликов);
- размещение конкретной инструкции по проводимой акции с чёткими временными границами и указанием планируемых видов активности, т.е. непосредственных данных об организации флэшмоба, а также о его результатах;
- размещение мнений участников о проведённом мероприятии и их последующая коммуникация (взаимодействие людей в социальных медиа в рамках данного события – это своего рода элемент и даже символ общности и совершения общего, совместного дела / действий);
- обеспечение надтерриториального характера взаимодействия пользователей социальных сетей, участников и сторонников флэшмоба;
- обеспечение доступа всех заинтересованных и заинтересовавшихся акцией лиц из числа пользователи социальных СМИ, не участвовавших (и даже не знавших ранее об этом мероприятии), что способствует солидаризации с участниками флэшмоба и с его идеей широких общественных слоёв.

Помимо указанных аспектов для политического флэшмоба принципиальным является также распространение информации о движении (общественно-политическом событии), которому посвящён флэшмоб, и тех социально-политических идеях, которые в нём получили своё выражение. Здесь помимо упомянутых социальных СМИ отметим сайт Flashmob.co.uk, на котором можно найти информацию о проводимых в мире флэшмобах вместе с подробной информацией о каждом мероприятии, включая ссылки на поддерживающих его социальных сетях. Ещё одним социальным СМИ подобного рода является популярный Интернет-сервис Pinterest (www.pinterest.com), на котором пользователи могут размещать различные фото и видеоизображения как собственные, так и взятые из других источников, создавать соответствующие коллекции и подборки. Так, в Pinterest есть коллекции видео, составленные из подборок роликов о флэшмобах, как правило, взятых из YouTube. Названные сайты – пример участия пользователей в генерировании контента, непосредственно связанного со флэшмобами; данные социальные сети свидетельствуют о распространённости и популярности феномена флэшмоба в современном мире независимо от континента, этнической принадлежности и вероисповедания.

Заключение

Рассмотрение типичных случаев проведения флэшмобов и их освещения в социальных СМИ как форм социально-политической активности позволяет сделать некоторые выводы.

Социальные медиа являются мощным инструментом надтерриториального (экстерриториального) распространения информации о всех аспектах флэшмобов – от фактов проведения того или иного флэшмоба до конкретных элементов его сценария, являясь тем самым способом эффективного распространения и воспроизводства заложенных во флэшмобах идей и смыслов. Именно социальные медиа, обуславливающие и обеспечивающие сегодня силу социальных сетей – эффект быстрой и результативной передачи информации «по горизонтали» заинтересованным «социальным агентам», результатом чего являются определенные (заданные данной информацией) социальные действия и взаимодействия этих агентов – выступают главным субъектом формирования социально-политической культуры и навыков социально-политической консолидации у участников флэшмоба. Существенным представляется и то, что вовлеченными в таковые акции является (как и большинство пользователей социальных сетей) молодежь, т.е. наиболее перспективные в социально-политическом отношении члены социума.

Социальные СМИ предоставляют возможности для выражения собственного отношения к акции и её идее участников флэшмобов и других пользователей данных медиа, а также для обмена мнением по поводу подобного рода акций. Это способствует существенному расширению референтной группы флэшмоба и солидаризации ее вокруг тех или иных идей, в том числе и в форме участия в следующих подобных флэшмобах (принципиальным здесь является именно формирование и воспроизводство горизонтальных социальных взаимодействий: и сам флэшмоб, и создание референтной группы вокруг него предполагает объединение ранее не знакомых друг с другом людей, связанных, однако, общими интересами). При этом существенным является то, что контент социальных СМИ формируется самими пользователями данных медиа.

Социальные медиа выступают не только хранилищем информации о разнообразных флэшмобах, но и местом для их просмотра и получения информации об их организации и общественной реакции на них. В свою очередь для организаторов и участников флэшмоба социальные медиа становятся дополнительной площадкой для формирования политических интересов, а также сообществ, способных их реализовывать. Заметим в этой связи, что проведение флэшмобов с выраженными социально-политическими целями, равно как и само понятие «политический флэшмоб», свидетельствуют о некорректности рассмотрения данного социального феномена как именно и только сетевого, т.е. лишённого иерархической управленческой вертикали.

Таким образом, в случае феномена флэшмобов и использующихся для их проведения и освещения социальных медиа речь может идти об особой форме не только формирования политической культуры, но и о полноценной социально-политической (а в ряде случаев – и собственно политической) мобилизации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арт-Моб Флэшмоб в Симферополе 2014 [Электронный ресурс] // YouTube. 2014. 14 апреля. Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=Lng6pHx3wqU>.
2. Балуев Д.Г. «Новые» СМИ и некоторые особенности политического сознания // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2014. № 2. С. 75–85.
3. Балуев Д.Г. Политическая роль социальных медиа как поле научного исследования // Образовательные технологии и общество. 2013. Т. 16. № 2. С. 604–616.

4. Балуев Д.Г. Понимание «новых» СМИ: от технологий Веб 2.0 к политическому значению // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2013. № 4. С. 127–135.
5. Бандерштат – фестиваль украинского духу [Электронный ресурс] // Facebook. 2014. 1–3 авг. Режим доступа: https://www.facebook.com/bandershtat?hc_location=timeline.
6. Бауман З. Индивидуализированное общество. М.: Логос, 2005. 390 с.
7. Одесса. Флешмоб против войны на Донбассе. Мы за мир! 13 июля 2014 год [Электронный ресурс] // YouTube. 2014. 13 июля. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=xUFxhbGE-8I>.
8. Флешмоб. Мы против войны!!! Мы объявляем МИР!!! 28.07.2014 [Электронный ресурс] // YouTube. 2014. 28 июля. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=xuJBxHAvrYE>.
9. Харьков Потрясающий Флешмоб – Театрализованный Танец Против Войны Женское Движение Харьков [Электронный ресурс] // YouTube. 2014. 27 июля. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=NEE_vEH6qU0.
10. Хунта, Не Убивай Наших Детей! [Электронный ресурс] // YouTube. 2014. 23 мая. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=sgy_VTYKryQ.
11. Brejzek T. "From Social Network to Urban Intervention: On the Scenographies of Flash Mobs and Urban Swarms." *International Journal of Performance Arts and Digital Media* 6.1 (2010): 109–122.
12. Casilli A.A., Tubaro P. "Social Media Censorship in Times of Political Unrest – A Social Simulation Experiment with the UK Riots." *Bulletin of Sociological Methodology/Bulletin de Méthodologie Sociologique* 115.1 (2012): 5–20.
13. Cottle S. "Media and the Arab Uprisings of 2011: Research notes." *Journalism* 12.5 (2011): 647–659.
14. "Dadaist Lunacy or the Future of Protest? An Introduction to the World of Flash-Mobbing." *Social Issues Research Center*. SIRC, n.d. Web. 10 Jun 2014. <http://www.sirc.org/articles/flash_mob.shtml>
15. Duran A. "Flash Mobs: Social Influence in the 21st Century." *Social Influence* 1.4 (2006): 301–315.
16. Etling B., Faris R., Palfrey J. "Political Change in the Digital Age: The Fragility and Promise of Online Organizing." *SAIS Review* 30.2 (2010): 37–49.
17. "Flash Mob – Democracy Is For People – Santa Rosa CA." *YouTube*. N.p., 5 May 2011. Web. <<http://www.youtube.com/watch?v=kLd4kM1Q-nA>>.
18. "Flash Mob for Peace." *Facebook*. N.p., 18 Aug. 2012. Web. <<https://www.facebook.com/events/265591620216078/?ref=ts>>.
19. "Flash Mob, Youth Movement for Democracy!" *YouTube*. N.p., 23 Apr. 2014. Web. <<http://www.youtube.com/watch?v=e0kODJGfu8U>>.
20. "Flashmob to Support the Real Democracy Now Movement 19.06.2011. Zurich." *YouTube*. N.p., 19 June 2011. Web. <<http://www.youtube.com/watch?v=uKfOHoyhJsg>>
21. "Flashmob Zurich: "Mexico: Democracy Is Not For Sale" (22.Jul.2012)." *YouTube*. N.p., 23 July 2012. Web. <<http://www.youtube.com/watch?v=dFRW6qti-wo>>.
22. "Flash-Mobs." *New Media Activism*. Malmö University, 2011. Web. <<http://wpmu.mah.se/nmict11group4/flash-mobs/>>
23. Fominaya C.F. "The Madrid Bombings and Popular Protest: Misinformation, Counter-Information, Mobilisation and Elections After '11-M'." *Contemporary Social Science* 6.3 (2011): 289–307.
24. Gore G. "Flash Mob Dance and the Territorialisation of Urban Movement." *Anthropological Notebooks* XVI.3 (2010): 125–131. PDF-file. <http://www.drustvoantropologov.si/AN/PDF/2010_3/Anthropological_Notebooks_XVI_3_Gore.pdf>
25. Kan Z., Shea J.M., Dixon W.E. "Influencing Emotional Behavior in a Social Network." *American Control Conference (ACC), 2012*. IEEE, 2012, pp. 4072–4077.
26. Kiltz L. "Flash Mobs: The Newest Threat to Local Government." *Public Management Magazine* 93.11 (2011): 6–9.
27. Kirkpatrick D. *The Facebook Effect: The Real Inside Story of Mark Zuckerberg and the World's Fastest Growing Company*. London: Virgin Books. 2011. 384 p.
28. Langheinrich M., Karjoth G. "Social Networking and the Risk to Companies and Institutions." *Information Security Technical Report* 15.2 (2010): 51–56.
29. Lievrouw L.A. "Oppositional and Activist New Media: Remediation, Reconfiguration, Participation." *Proceedings of the Ninth Conference on Participatory Design: Expanding Boundaries in Design*. ACM, 2006, vol. 1, pp. 115–124.
30. Loader B.D. "Social Movements and New Media." *Sociology Compass* 2.6 (2008): 1920–1933.
31. Meek D. "YouTube and Social Movements: A Phenomenological Analysis of Participation, Events and Cyberplace." *Antipode* 44.4 (2012): 1429–1448.
32. Molnár V. "Reframing Public Space Through Digital Mobilization Flash Mobs and Contemporary Urban Youth Culture." *Space and Culture* 17.1 (2014): 43–58.
33. "Peace Flashmobs – London 2012." *YouTube*. N.p., 18 Aug. 2012. Web. <<http://www.youtube.com/watch?v=AljDxrXhIE>>.
34. "Peace One Day – Flash Mob London." *YouTube*. N.p., 18 Aug. 2012. Web. <<http://www.youtube.com/watch?v=ML8GBbOhgZI>>.
35. Pelling E.L., White K.M. "The Theory of Planned Behavior Applied to Young People's Use of Social Networking Web Sites." *CyberPsychology & Behavior* 12.6 (2009): 755–759.
36. Palfrey J., Gasser U. *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York: Basic Books. 2008. 288 p.
37. Sahlholt K. "Flash Mobs – Visualized Bricolage in the Urban Sphere." *Nordic Network of Avant-Garde Studies*. Nordisk Kulturfond, 2011. PDF-file. <http://www.avantgardenet.eu/HAC/studentpapers/sahlholt_flash_mobs.pdf>.
38. Schepers S. "The Power of Many, in Pursuit of Nothing: Flash Mob Communities on YouTube and Beyond." *Cultures of Arts, Science, and Technology* 1.1 (2009): 17–34.
39. Shirky C. *Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age*. London: Penguin Books Ltd. 2011. 247 p.
40. Van der Zee B. "Twitter Triumphs." *Index on Censorship* 38.4 (2009): 97–102.
41. Walker R.A. "Badgering Big Brother: Spectacle, Surveillance, and Politics in the Flash Mob." *Liminalities: A Journal of Performance Studies* 7.2 (2011): 1–23. PDF-file. <<http://liminalities.net/7-2/flashmob.pdf>>.
42. Wasik B. "My Crowd – Or, Phase 5: A Report from the Inventor of the Flash Mob." *Harper's Magazine* Mar. 2006: 56–66.

Цитирование по ГОСТ Р 7.0.11—2011:

Каминченко, Д. И. Социальные медиа и организация флэшмобов: некоторые примеры формирования общественного и политического участия / Д.И. Каминченко // Пространство и Время. — 2014. — № 3(17). — С. 292—299. Стационарный сетевой адрес 2226-7271prov_r_st3-17.2014.111