# ФЛЕШМОБ ЯК СОЦІАЛЬНЕ ЯВИЩЕ

Шерман О.М.,
Львівський державний університет безпеки життєдіяльності,
доктор політичних наук, доцент

17 червня 2003 року продавці відділу килимів одного з великих супермаркетів Нью-Йорка були збентежені і здивовані одночасно: біля одного з килимів зібрався справжній натовп, який нараховував більш ніж 200 осіб. Всі ці люди повторювали те саме: вони живуть в нічліжці на околиці міста, і дуже хотіли б придбати «килим кохання». Поки продавці намагалися зрозуміти, що відбувається, любителі килимів розійшлися так же блискавично, як і з`явилися. Супермаркет збіднів на один продаж, а інформаційне суспільство збагатилося на одне нове явище, яке згодом отримало назву *флешмобу*.

Цікаво, що поява цього явища була передбачена більш ніж за рік. Виникнення флешмобів вперше прогнозується у книзі соціолога Г.Рейнольда «Розумний натовп: наступна соціальна революція» [1], у якій автор передбачив використання нових засобів комунікації для самоорганізації мас. Аналізуючи нові форми масової соціальної поведінки, Рейнольд використав термін «смартмоб» - розумний натовп, тобто новий соціум, який здатний до високого рівня внутрішньої самоорганізації за специфічних умов, зокрема, анонімності та відсутності керівного центру. Першим прикладом успішної дії «розумного натовпу» Рейнольд вважає падіння режиму президента Філіппін Дж.Естради у січні 2001 р., коли впродовж 4-х днів на столичному бульварі Епіфаніо де Лос-Сантос зібралися понад 4 млн осіб в чорному одязі, які отримали відповідне текстове повідомлення на стільникові телефони.

Засновником саме флешмобу як форми соціальної поведінки вважається амер. програміст Р.Зазуета, який запропонував на сайті FlockSmart.com зібрати натовп в громадському місці, щоб здійснити певні абсурдні з традиційного погляду дії. Адже **флешмоб** (від англ flash – мить, спалах, і mob – натовп) – *це спланована через Інтернет чи засоби стільникового зв'язку масова акція у громадському місці.*

На перший погляд, флешмоби схожі на звичайні масові акції, але насправді вони демонструють абсолютно новий принцип організації. Немає єдиного центру, який розсилає запрошення по горизонтальних чи вертикальних щаблях: ініціатором флешмобу може бути одна людина, яка надсилає повідомлення проведення заходу через мережеві спільноти або засоби комунікації (напр.,sms-повідомлення) своєму знайомому, або розміщує оголошення на відкритому мережевому ресурсі. Якщо ідея флешмобу видається отримувачу цікавою, він передає її своїм знайомим, а ті – своїм, тобто флешмоб (само)організується за шляхом ланцюгового поширення інформації неформальними каналами комунікації.

За десятирічну історію флешмобів їх було проведено десятки тисяч у найрізноманітніших країнах світу. Учасники флешмобів збиралися, щоб висловити протест проти режиму Лукашенко в Мінську і проти атомних установок у Швейцарії; люди приходили, щоб просто посміхнутися один одному, танцювати, дарувати випадковим перехожим квіти, скандувати певне гасло, продемонструвати незвичний одяг чи маски; флешмоби організовували з політичними, рекламними, розважальними цілями, для того, щоб привернути увагу до певного явища або просто знічев'я. Широкий діапазон можливостей флешмобу протистоїть досить обмеженому віковому діапазону учасників: як правило, це молодь у віці до 35 років, хоча бувають і винятки. Кількість учасників флешмобів є потенційно необмеженою: так, до Книги рекордів Гіннесса занесено масовий флешмоб, який зібрав близько 21 тисячі осіб і відбувся в Чікаго 8 вересня 2009 року на відкритті 24 сезону знаменитого ток-шоу Опри Уїнфрі з концертом зірок.

Перший український флешмоб відбувся 16 серпня 2003 року в Києві. На даний час він є досить поширеною формою соціальної активності як розважального, так і більш серйозного спрямування. Так, напр., в жовтні 2012 року у Тернопільській політехніці (ТНТУ) відбувся флешмоб, присвячений тижневі української вишиванки [2]; в серпні 2013 р. фанати збірної України з баскетболу провели під час матчу з Росією флешмоб проти торговельної війни [3]. Чимало флешмобів проходить в Інтернеті. Напр., у вересні 2013 року

українські користувачі почали масово викладати свої паспортні фотографії в соцмережі Facebook. Як з'ясувалося, цей флешмоб спочатку був конкурсом від української радіостанції "ПростоРадіо", організованим кілька днів перед тим, але потім став неконтрольованим і зажив власним життям [4]. А 28 червня відбувся флешмоб, учасники якого читали вголос статті Конституції України і розміщували відеозаписи в Мережі [5].

Можна класифікувати флешмоби за різними ознаками, виокремлюючи політичні, розважальні, економічні;м флешмоби в реальному житті і в Мережі і т.д. Однак важливішим, ніж класифікація, нам уявляється розуміння причин поширення флешмобів як соціального явища. На нашу думку, серед них є й наявність розважального, ігрового компоненту, що завжди приваблює молодь; і доступність для все ширшого кола користувачів тих сучасних засобів комунікації, які, власне, роблять флешмоби можливими. Але за зовнішніми причинами прихована глибша: флешмоб як вид діяльності ідеально вписується в культурну матрицю Постмодерну. Це дія, яка не тягне за собою жодних наслідків і є одночасно й вчинком, й імітацією вчинка; це розвага, яка не потребує витрат; спілкування, яке не вимагає залучення психологічних чи емоційних ресурсів, і одночасно це можливість заявити про себе, залишитися у вічності бодай як учасник відео на каналі Youtube; отже, це шанс щось зробити, насправді не роблячи нічого. Тому немає сумнівів, що популярність флешмобів в подальшому тільки зростатиме, а їх сценарії стануть ще більш вигадливими.

## ЛІТЕРАТУРА:


1. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция / Говард Рейнгольд ; [пер. с англ. А. Гарькавого]. – М. : ФАИР-ПРЕСС: ГРАНД, 2006. – 415 с.
2. Перший флешмоб в ТНТУ : [Електронний ресурс]// Персональний блог Олега Назаревича. – Режим доступу: http://taltek.info/flashmob-tntu2012.html.

3. "Українські цукерки кращі за російську горілку" - флешмоб уболівальників : [Електронний ресурс]// Експрес онлайн. – Режим доступу: http://www.expres.ua/video/2013/08/18/92231-ukrayinski-cukerky-krashchi-rosiysku-gorilku-fleshmob-ubolivalnykiv
4. Українці почали масово постити свої паспортні фото у Facebook : [Електронний ресурс]//ТСН. – Режим доступу: http://tsn.ua/tsikavinki/ukrayinci-pochali-masovo-postiti-svoyi-pasportni-foto-u-facebook-313263.html
5. Відеоконституція: українці влаштували флеш-моб в Інтернеті [Електронний ресурс]//Українська правда. – Режим доступу: http://life.pravda.com.ua/society/2013/06/28/132121/