**МЕТОДИКА ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ «ФЛЭШМОБА»**

Организация флешмоба является одним из самых действенных методов привлечения людей. В общем понимании флешмоб – это проведение акции, при которой множество людей, которые зачастую даже не знакомы друг с другом, одновременно делают какие-то действия с определённой целью. Флешмоб считается одним из самых результативных методов привлечения внимания, а организовать его достаточно просто.

Флэшмобы подразделяются на следующие стили:

1) Танцевальный флэшмоб.

2) Вокальный флэшмоб.

3) Вокально-танцевальный флэшмоб.

4) Акробатический флэшмоб.

5) Спортивный флэшмоб (также с атрибутикой: мячи, ленты, перчатки, ракетки и пр.).

6) Театральный флэшмоб и др. флэшмобы по интересам.

Флэшмобы могут быть абсолютно любой направленности. Понятие флэшмоб несет в себе смысл объединения толпы в каком-то общем деле, чаще всего оно является спонтанным среди "живых" зрителей, вызывающим неоднозначную, но всегда позитивную реакцию.

**Схема организации флэшмоба (этапы организации):**

Здесь очень важно понимать реальные сроки организации флэшмоба. Существует минимальный промежуток времени, за который стоит начинать подготовку флэшмоба, иначе результат не оправдает ожиданий.

Сроки подготовки флэшмоба зависят, прежде всего, от количества и уровня участников, задействованных в нем.

Этапы организации флэшмоба:

1) Встреча с участниками флешмоба.

2) Начало работы по организации флэшмоба:

а) сценарий;

б) постановка флэшмоба: хореография, вокал, театральное действие, распределение ролей, спортивное действие, схемы из людей и пр.).

в) организация флэшмоба:

* поиск участников, постоянная связь с ними;
* сборы на репетиции, подбор музыки, организация схемы репетиций;
* поиск залов для репетиций (при масштабных флэшмобах открытых мест или закрытых стадионов);
* поиск, разработка костюмов.

г) составление графика репетиций: кол-во репетиций, встреча с участниками и разделение на группы, просмотр участников и распределение ролей по уровням танцевальной, вокальной, спортивной, театральной и пр. подготовки, возрасту, и др. критериям.

д) совместные репетиции участников, объединение всех групп в одну массовую постановку со всей атрибутикой и пр. усилениями общей картины.

ж) генеральная репетиция флэшмоба на площадке (при такой возможности!).

Некоторые этапы могут варьироваться и обсуждаться индивидуально в каждом конкретном случае.

**Из истории возникновения «ФЛЕШМОБА»**

Одним из средств современного самовыражения и стал флэшмоб.

Флэшмоб как явление появился в начале лета 2003 года в США и оттуда за считанные дни распространился практически по всему миру. С виду флэшмоб прост. Большое количество незнакомых людей, самоорганизовавшись с помощью современных средств коммуникации (интернет, мобильный телефон), собираются в определённое время в определённом месте и чётко выполняют обговоренное ранее действие. Основная суть в стихийности, одновременности и, главное, абсурдности действий. Ведь когда невольный зритель оказывается в гуще акции флэшмоба, где все окружающие выполняют некое «сумасшедшее» действие, после некоторого удивления человек начинает задумываться о том, кто действительно сумасшедший: мир вокруг или он сам. В этом главная цель флэшмоба — вывести человека хоть на мгновение из собственного уютного, но замкнутого мирка и, заодно, выйти из него самим участникам. Трудно однозначно сказать, что заставляет людей участвовать во флэшмобах. Для некоторых это уход от рутины, просто способ развлечься, для некоторых — способ избавиться от комплексов и страхов, для некоторых — способ сделать вызов окружающему миру, знаковая революция.

Интересно то, что никто не знает ни авторов самой идеи флэшмоба, ни создателей правил, так как они одновременно родились во множестве центров флэшмоба по всему миру и быстро распространились по интернету.

 **Перфоманс, хэппенинг, флэшмоб**

Естественно, можно провести параллели между флэшмобом и тем, что было до него. Флэшмоб перекликается культурой перфомансов 60-х и хэппенингов 80-х годов 20-го века. Однако, если перфоманс можно рассматривать как демократизированный театр, а хеппенинг как еще более демократизированный перфоманс, то флэшмоб слишком демократичен по отношению к этим явлениям. А потому, являясь, по сути, воплощением идей смерти автора, самостоятельной жизни текста, пульсирующей эстетики, он оказался мало востребованным художественной элитой. Флэшмоб — это культура для площади. Это воплощение идей Бахтина про «карнавальную культуру», «карнавальную энергию».

Однако во флэшмобе происходит отстранение коллективного восприятия. Недаром в инструкциях по участию в мобах настоятельно рекомендуется не общаться с другими участниками ни до, ни после проведения флэшмоба, никак себя не проявлять во время его проведения. Просто делать свое дело и расходиться.

**Флэшмоб как игра**

И всё же, флэшмоб это не в последнюю очередь игра. Ведь недаром в среде мобберов глаголом, который обозначает их занятие, является глагол «играть» («играть моб», «отыгранный сценарий»).

Рассмотрим, в чём же состоит игра.

Флэшмоб возвращает искусству некий элемент игры.

Однако, сами понятия удовлетворения, удовольствия, выгоды, присущие всякой игре, чрезвычайно размыты в флэшмобе. Участники собираются только для того, чтобы поучаствовать в флэшмобе. Такова истинная «мотивация» флэшмобов.

**Флэшмоб как средство коммуникации**

Флэшмоб это альтернативный способ самоорганизации людей, исключающий официальные каналы.

Флэшмоб на мгновение объединяет десятки и сотни людей, большей частью не знакомых друг с другом, заставляет их появиться в одно и то же время, в одном и том же месте и делать одно и то же действие, а потом быстро разойтись по своим делам. Казалось бы, что в этом необычного? Ежедневно, ежечасно, ежеминутно десятки и тысячи людей так же собираются в одно и то же время в одном и том же месте, чтобы сделать одно и то же действие: в транспорте, на улице, в магазине, в кино. Отличие в том, что в случае флэшмоба люди перестают быть частью серого случайного потока и становятся частью «умной толпы», сохранив свою индивидуальность и обдуманность действий. Создаётся особое моделируемое социо-коммуникативное пространство.

**Флэшмоб как художественный метод**

Почти сразу же после своего появления, флэшмоб вышел за те жанровые рамки, в которых он был задуман. Та площадная культура карнавала, с которой начинался флэшмоб, оказалась лишь одной из частей флэшмоба как метода художественного сознания. Пусть самой видимой и большой его частью, присвоившей само название «флэшмоб», однако, далеко не единственной.

Собственно, сам «флэшмоб» (площадная культура) разделился на две разновидности: x-mob (моделирование социо-коммуникативных пространств и систем) и social-mob (игра со стереотипами массового сознания). Кроме этого «адепты» флэшмоба «признают» такие разновидности «официального» флэшмоба: mob-art (акции художественной направленности), i-mob (флэшмоб в сети интернет), auto-mob (флэшмоб с участием средств передвижения), bookcrossing (флэшмоб, целью которое является популяризация той или иной книжки или вообще чтения как такового), long-mob (флэшмоб, который рассчитан на длительный процесс реализации влияния на социум). Однако, вполне понятно, что этим флэшмоб как явление культуры не ограничивается.

Так что же характеризует флэшмоб как художественный метод и позволяет его выделить среди других субкультур?

Во-первых, это его стихийность. Для свидетеля флэшмоба его участники появляются из ниоткуда и отправляются в никуда.

Во-вторых, массовость. Невозможно точно определить количество участников для того, чтобы флэшмоб удался. Основной критерий таков — чтобы моб был заметен. Это и десять человек, и несколько тысяч человек в зависимости от ситуации.

В-третьих, деперсонификация. В истории не остаётся ни имена авторов акции, ни имена участников.

В-четвёртых, отказ от документации. Документация флэшмобов носит скорее вынужденный эмпирический характер и уничтожается сразу после проведения акции. Флэшмоб пытается освободить себя от истории, а заодно и от действительности, с которыми так срослось современное искусство.

В-пятых, процесс ради процесса.

Казалось бы, постмодернизм оголил кризис современной культуры, показав её тупиковость и не способность создать что-то принципиально новое. Флэшмоб же оказался вещью куда более глубокой, чем постмодернизм. В нём не может быть иррациональности, которая присуща постмодернизму, потому как в нём вообще ничего не может быть.

Культура — это способ воздействия на личность путём создания обобщений, стереотипов, ментальности. Флэшмоб же, наоборот, разрушает это, смещает привычные культурные координаты. Абсурдность флэшмоба умышленно подчёркивает смерть культуры, смерть знака — как основы культуры. Можно сказать, что флэшмоб — это культура отрицания культуры.

Однако, можно смело предположить, что флэшмоб это не тупик культуры, а новый её виток.

Флэшмоб выводит нас в другую плоскость. Если раньше искусством считалось, когда единицы творят для масс, во флэшмобе массы творят для случайных единиц. Ярким примером этого служит интернет. Ролевые игры, когда знаменитое произведение разлаживается по персонажам среди пользователей интернета, которые пишут свою альтернативную историю. «Народный перевод» «Гарри Поттера», литературные лаборатории, когда незнакомые авторы пишут по главе, по несколько страниц, а то и по абзацу, да и форумы, гостевые, чаты, в конце концов. Всё это рассчитано на массовость, внезапность и временность.