

ТАНЦЕВАЛЬНЫЙ ФЛЕШМОБ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ: ЭКРАННЫЙ ОБРАЗ И ВНЕЭКРАННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

ПЛАТОНОВА О.А.

*Академическая филармония Нижнего Новгорода
им. М. Ростроповича*

Статья посвящена такому современному молодежному явлению, как флешмоб, т.е. заранее спланированное массовое действие, организованное с определенной целью, известной лишь организаторам и участникам, но со стороны кажущееся некоей необычной, стихийно возникшей, кратковременной акцией. Помимо классического флешмоба, нарушающего привычный, будничные ход событий, автор выделяет ряд других «вариаций». X-моб, неспектаклевый, или реальный, флешмоб, где, казалось бы, обычные действия участников (они спотыкаются, читают, наклеивают объявления), их анонимность вызывают ощущение некоей психологической игры.

L-моб (Long-mob), где каждый моббер может совершать заранее оговоренные действия практически в любое удобное для него время и в удобном месте.

I-моб — флешмобы, проводимые в Интернете.

Полит-моб и социо-моб — способ выражения собственной политической и социальной позиции,

современная альтернатива митингам и демонстрациям.

Рекламный-моб, где стилистикой флешмоба пользуются, чтобы привлечь внимание к какому-либо бренду или к компании.

Арт-моб — флешмоб с определенными художественными свойствами, привлекающими зрителя. Частный случай арт-моба — танцевальный флешмоб. Это зрелищное массовое танцевальное действие, существующее на стыке искусства, развлечения и социальной акции, проводимое в людных местах. Участники танцевального флешмоба — преимущественно активная часть населения (студенты вузов и работающая молодежь, представители творческих организаций, танцевальных школ и т.п.).

Автор анализирует структуру флешмоба, подчеркивая общие и индивидуальные сходства и различия между флешмобом танцевальным и флешмобом классическим. Анализ затрагивает экранный образ, организационную структуру, состав участников, средства распространения информации, цели, задачи, этапы организации и осуществления идеи.

В итоге, автор приходит к выводу, что встречающиеся в ходе флешмобов «отклонения от нормы» в большинстве случаев не затрагивают глубинных основ самого социокультурного явления. Незыблемы принципы спонтанности, стихийности и неожиданности, отсутствия коммуникации между мобберами во время проведения акции. По-прежнему искренни и бескорыстны мотивы и цели участников, для которых флешмоб является симво-

лом творчества, энтузиазма, коммуникации и самоутверждения. Только время покажет, пойдет ли флешмоб по пути дальнейшего сближения с социо- и даже полит-мобом, изберет ли вид искусства, сблизившись с перформансом, или станет частью прибыльного бизнеса?

Ключевые слова: флешмоб, моббер, молодежь, массовое действие, современность, анонимность, психологическая игра, спонтанность, коммуникация, развлечение, социальная акция

1.

Среди множества явлений, в которых, как в зеркале, отражается современная реальность, выделяется флешмоб. Это заранее спланированное массовое действие, организованное при помощи новейших средств коммуникации (интернет, мобильная связь, социальные сети), имеющее определенную цель, известную лишь организаторам и участникам. Но для непосвященных, случайных зрителей флешмоб представляет собой некую необычную, стихийно возникшую, кратковременную акцию.

Именно его мгновенность, стихийность, оригинальность (а зачастую гротескная абсурдность) идей, многообразие воплощений делают флешмоб одним из самых ярких социокультурных явлений современности. И одновременно — одним из самых малоизученных.

После того, как в октябре 2002 года свет увидела книга социолога Говарда Рейнгольда «Умные толпы: новая социальная революция»[8], предсказывавшая появление самоорганизующихся «умных толп», после того, как волна флешмобов прокатилась по всему миру, серьезного отклика в виде научных исследований по данной теме, тем не менее, не последовало. Вероятно, это было связано с тем, что само явление, новое, не до конца сформированное, динамично развивающееся, сложно поддавалось изуче-

нию и классификации. И лишь в последние годы стали появляться работы, в которых исследователи с разных ракурсов и в различных аспектах пытаются осмыслить сущность данного феномена. В частности, среди отечественных источников отметим статьи «Флешмоб-культура и ее отражение в субкультурном лексиконе» В. К. Андреева [1], «Флешмоб как сетевая технология современного политического менеджмента» С. В. Володенкова и С. Н. Федорченко [2], а также диссертацию Е. И. Глуховой «Социально-психологические механизмы формирования флешмоб-явления» [3].

Благодаря этим работам, созданным, прежде всего, на основе эмпирического постижения, анализа практического материала, было установлено место флешмоба в иерархии социокультурных явлений, изучена терминология и лексика, разработана классификация.

Так, помимо **классического флешмоба**, главная цель которого — нарушить привычный, будничность ход событий, удивить или вызвать недоумение у случайных прохожих, при этом стараясь не затрагивать каких-либо крайних эмоций (смех, агрессия, плач), был выделен ряд других «вариаций».

Среди них:

1. **X-моб (неспектакльный, или реальный флешмоб)** — акция, в которой люди выполняют, казалось бы, обычные, ординарные действия (спотыкаются, читают, наклеивают объявления). Однако сама простота, будничность этих действий, факт их анонимности (участники флешмоба, по законам жанра, не знают, кто в нем участвует), размывают границы реальности, вызывая ощущение некой психологической игры.

2. **L-моб — (Long-mob)** — «заранее оговоренные действия, которые каждый моббер может совершать практически в любое удобное для него время и в удобном месте» [6]. Примером L-моба могут стать некие «кодовые» фразы или рисунки, оставленные на каменной стене дома, на парапете набережной или тротуаре. Со временем, если количество участников флешмоба растет, такие

графические изображения могут обнаруживаться в различных частях города, вызывая впечатление «меседжа», тайного послания.

3. **I-mob** — флешмобы, проводимые в Интернете. Например, знаменитые «Уроки албанского (олбанского)», история которых, подробно описана Максимом Кронгаузом в книге «Самоучитель олбанского» [4]. Или «Письма счастья», которые также выделяют как частный случай I-моба [5].

4. **Полит-моб** и **социо-моб** — способ выражения собственной политической и социальной позиции, современная альтернатива митингам и демонстрациям.

5. **Рекламный-моб** — действие, направленное на привлечение внимания к какому-либо бренду или компании с использованием стилистики флешмоба.

6. **Арт-моб** — акция, имеющая некоторую художественную значимость, оригинальная и привлекательная для зрителя. К частным случаям арт-моба относится и танцевальный флешмоб.

2.

Танцевальный флешмоб — это зрелищное массовое танцевальное действие, существующее на стыке искусства, развлечения и социальной акции, проводимое в людных местах и преследующее различные цели (от самоутверждения, рекламы до акцентирования социальных проблем). Участники танцевального флешмоба — преимущественно активная часть населения (студенты вузов и работающая молодежь, представители творческих организаций, танцевальных школ и т.п.).

Проанализируем структуру данного явления, особенно подчеркивая те общие и индивидуальные черты, те сходства и различия, которые существуют между флешмобом танцевальным — и флешмобом классическим на уровне:

- экранного образа
- организационной структуры и состава участников
- средств распространения информации

- целей и задач
- этапов организации и осуществления идеи.

Подобное сопоставление поможет глубже понять саму сущность явления, его особенности и перспективы развития.

Экранным образ современного танцевального флешмоба может называться по двум причинам. Во-первых, информация о нем традиционно распространяется через Интернет (официальные сайты мероприятий) и социальные сети (Facebook, «В контакте», «Живой Журнал»). Здесь «вербуются» участники флешмоба, осуществляется коммуникация между ними, объясняются правила и обсуждаются детали мероприятия.

Во-вторых, с развитием новых технологий, ростом доступности различных «гаджетов» стало возможным запечатление танцевального флешмоба не только в сознании случайного зрителя, но и на экранах смартфонов, планшетов, компьютеров. Результаты теперь фиксируются камерами мобильных телефонов, размещаются в социальных сетях, на YouTube. А сюжеты о них нередко демонстрируются в региональных новостных программах.

Так, видеосъемка происходящей акции являлась одним из условий Международного флешмоба по *руэде де касино* (2 апреля 2016). Сотни видеороликов, снятых по всему миру (в 56 странах мира, 193 городах, в том числе, в 30 городах России) были размещены на официальном сайте проекта www.flashmob.dileque.si.

Задача «снять видео и распространить его в социальных сетях, YouTube, на интернет-порталах и ТВ»¹ также была заявлена и в условиях флешмоба «Танец Победы» (г. Нижний Новгород, 12 мая 2013 года).

На первый взгляд, подобное фиксирование танцевального действия на видеокамеру вступает в противоречие с изначальными правилами флешмоба: «не снимать свои акции открыто».

¹ Цели и задачи танцевального флешмоба «Танец Победы». — URL: https://vk.com/topic-51709262_28482039 (дата обращения: 25.05.2016).

Однако думается, что желание зафиксировать флешмоб на камеру связано с подспудным стремлением «продлить мгновение». В некотором роде действие продолжается, но не в реальности, а в виртуальном пространстве Интернета, а случайных зрителей, ставших свидетелями акции, заменяет стихийная аудитория социальных сетей и YouTube.

Кроме того, это связано с самой спецификой танцевального флешмоба, обладающего зачастую самостоятельной эстетической ценностью, имеющего определенную концепцию и драматургию. Несмотря на то, что традиционный экранный образ танца остается довольно стандартным, стереотипным (он предстает символом сплоченности, молодости, успешности, ассоциируется с активной жизненной позицией, творческим началом, атмосферой праздника), большинство танцевальных флешмобов все же отличаются оригинальностью идей.

Например, несколько сот роликов Международного флешмоба по *руэде де касино* представляли собой различные варианты этого танца. Это коллективный танец, основанный на стилистике сальсы², своеобразный «хоровод», в котором, партнер переходит от одной партнерши к другой, выполняя особые команды лидера *руэды* (кантора), произносимые на испанском языке. В *руэде де касино* присутствует элемент импровизации, так как, хотя название фигур и их выполнение заранее известны танцующим (как правило, они отрабатываются на специальных занятиях в школах танцев), их последовательность каждый раз иная и зависит от желания кантора³.

² Сальса (от исп. Salsa — «соус») — современный музыкальный жанр, сформировавшийся в 1970-е годы в среде латиноамериканских эмигрантов в США, а также одноименный парный танец. Танец сальса характеризуется особой раскованной пластикой, определенной последовательностью шагов («шаг-шаг-шаг-пауза») и спонтанным, импровизированным сочетанием различных танцевальных элементов.

³ Структура *руэды де касино* уже изначально несет в себе некоторые черты флешмоба. Например, существуют «неписанные правила» исполнения, сценарий (в виде четких устоявшихся фигур и самого принципа *руэды*), лидер (кантор), задающий основной тон действия

Многочисленные видеоролики *руэды*, по замыслу организаторов, должны были отражать основную цель мероприятия: организовать праздник, сплотить танцоров этого направления по всему миру, обозначить некое устойчивое сообщество, показать массовость движения, произвести впечатление на зрителей.

Видеоролик «Танец Победы» представлял собой переплетение различных танцевальных жанров, впрочем, выстраивающихся не в хаотичной последовательности, а согласно четкой драматургии. Так, первая часть флешмоба представляла собой военный вальс, вторая — разностилевые «зарисовки» (hip-hop, jazz-modern, сальса и т.п.), а третья — грандиозный массовый танец под песню «Пусть всегда будет солнце!».

Подобная драматургия соответствовала целям, заявленным организаторами мероприятия: «сделать яркий, качественный, самый массовый танцевальный флешмоб в Нижнем, посвященный Победе в Великой Отечественной Войне 1941–45 годов, — показать, что мы очень трепетно относимся к этому подвигу, и что танец — отличный способ выразить не только себя, но и свое мнение!»⁴. Помимо праздничности, массовости, стремления удивить, флешмоб «Танец победы» нес в себе и очевидную социально значимую идею: подчеркнуть связь поколений, сопоставить военное прошлое — и мирное настоящее посредством танца.

Сама специфика танцевального флешмоба, его балансирование между искусством, развлечением и формой социальной активности диктует и другие «отклонения от нормы», от общепринятых правил флешмоба.

Например, танцевальному флешмобу свойственно наличие централизованного руководства. Организаторы и лидеры играют

и контролирующей исполнение танца, стихийно сложившийся круг участников, поскольку традиционно кантор приглашает в *руэду* всех знающих правила, и количество участвующих пар до конца неизвестно. Кроме того, каждая *руэда*, как и флешмоб, неповторима, так как последовательность фигур случайна, а сам круг *руэды* распадается сразу после исполнения танца.

⁴ Там же.

здесь важнейшую роль, особенно на этапе подготовки. Они продвигают идею флешмоба, разрабатывают цели и задачи, создают сценарий и проводят репетиции. Причем, лидерская «иерархия» в каждом отдельном случае может быть различной.

Например, «руководящий состав» Международного флешмоба по *руэде де касино* образует пирамиду. На ее «вершине» — группа танцоров из Канады, создавших основную концепцию мероприятия. Средний уровень занимают один или несколько идейных вдохновителей, развивающих идею флешмоба в каждой из стран-участниц. И наконец наиболее многочисленный нижний уровень этой пирамиды принадлежит локальным лидерам, воплощающим флешмоб в различных городах.

Несколько по-иному выстраивалась организационная структура оригинальных флешмобов, проходивших в Нижнем Новгороде: «Танец Победы» (12 мая 2013, 9 мая 2014) и «Открой город заново!» (сентябрь 2013). Инициатива их проведения была предложена организацией «команда Life»⁵, а затем — поддержана «сверху»: на уровне Департамента культуры, спорта и молодежной политики города⁶.

Взросшее значение лидеров обусловлено тем, что танцевальный флешмоб — явление, требующее особой подготовки: от овладения простейшими хореографическими навыками до согласования места проведения флешмоба.

Однако наличие жесткой иерархии, «вертикали власти» на самом деле иллюзорно, так как в большинстве случаев и лидеры,

⁵ Молодежное творческое объединение, пропагандирующее здоровый и активный образ жизни. В «первый антидиванный проект Нижнего Новгорода» «включает в себя сайт-афишу www.life-nn.ru, открывающий самые сокровенные и неизведанные уголки живого и яркого Нижнего Новгорода, подарки LIFE-motion, которые станут желанным сюрпризом и раскрасят жизнь своих обладателей новыми эмоциями и свежими впечатлениями, шоу-проект Soul Show (фаер шоу (огненное шоу), ходулисты и Шоу ветра), танцевальную школу DanceLIFE и творческое пространство Арт-ЗАВОД». Подробнее на сайте URL: <http://www.life-nn.ru/> (дата обращения: 25. 05. 2016).

⁶ Общегородской танец «Открой город заново». URL: <https://vk.com/dengorodann> (дата обращения 25.05.2016).

и участники флешмоба все же являются представителями одной социальной группы: активной, творческой молодежи.

Что же касается целей и задач танцевального флешмоба, то, как правило, идеи «чистого творчества», процесса ради процесса, борьбы с обыденностью, являющиеся основополагающими в классической модели флешмоба, здесь нередко дополняются и иными целями:

- рекламными (продвижение танцевального направления, презентация танцевальной школы, компании, бизнес-организации);
- социальными (формирование общественного мнения, коммуникация между различными слоями населения).

Так, среди целей «Международного флешмоба по руэде де касино» обозначались «продвижение руэды де касино в массы», привлечение «как можно больше новых желающих научиться танцевать, которые могут уже в этом месяце или чуть позже записаться на курсы»⁷.

Главной целью проекта «Танец победы» было «гражданско-патриотическое воспитание молодёжи, сохранение памяти о подвиге советского народа в Великой отечественной войне», а среди приоритетных задач значились «профилактика экстремизма», «пропаганда ценности мира», «формирование имиджа города Нижнего Новгорода в России и мире»⁸.

Кстати, идея использования танцевального флешмоба для формирования благоприятного имиджа города была не раз воплощена в Нижнем Новгороде. Впервые она была апробирована на флешмобе «Открой город заново!» (8 сентября 2013)⁹.

⁷ Международный флешмоб по руэде-де-касино. URL: <https://vk.com/ruedaflashmob> (дата обращения: 25. 05. 2016).

⁸ Цели и задачи танцевального флешмоба «Танец Победы». URL: https://vk.com/topic-51709262_28482039 (дата обращения: 25. 05. 2016).

⁹ Эстетика танцевального флешмоба прослеживается и в поздравительном ролике губернатора Нижегородской области, выпущенном в сентябре 2013 года. См.: URL <https://www.youtube.com/watch?v=eUGIWjVx4oA> (дата обращения: 25.06.2016).

То есть чем большую смысловую нагрузку несет в себе танцевальный флешмоб, чем более амбициозные цели преследуют его организаторы, тем дальше он отстоит от первоначальной идеи классического флешмоба и сближается с рекламным или социомобом.

Помимо наличия лидерской прослойки и обновления целей и задач, метаморфозы претерпевают и иные правила флешмоба.

Например, существенно трансформируется здесь принцип «деперсонификации». Правило, согласно которому мобберы не должны взаимодействовать ни до, ни во время, ни после совершенного действия (в идеале они вообще должны быть незнакомы друг с другом), в танцевальном флешмобе нарушается дважды. На этапе подготовки (репетиции танцевальных номеров, обсуждение деталей мероприятия) и после проведения флешмоба (обмен впечатлениями и видеороликами в социальных сетях, обсуждение новых проектов, after party и т.п.). Так, практикуется организованное прибытие всех участников на место проведения, массовое обсуждение подробностей грядущего или прошедшего флешмоба в социальных сетях, в некоторых случаях — наличие «пингвинов» (в лексике флешмоба — людей, осведомленных об акции и прибывших на место с целью «поглазеть» на происходящее): «Уже сегодня Международный Флешмоб по Руэде! Если ты участник — приходи в 14:00 на репетицию! Ну а если зритель — ждем тебя в 16:00 в ТЦ «Фантастика»! Покажем как Нижний умеет танцевать!»¹⁰.

Косвенно нарушается и правило, запрещающее общение со СМИ. Мобберы по-прежнему избегают прямого общения с прессой или телевидением во время проведения акции. Однако сам флешмоб может сопровождаться выходом новостных материалов и сюжетов, создаваемых до или после проведения самого действия¹¹.

¹⁰ Нижний участвует в международном руэда-флешмобе! — URL: <https://vk.com/event117575017> (дата обращения: 25. 05. 2016).

¹¹ Флешмоб на Покровке «Танец Победы» [Репортаж]. — Время новостей. — 9 мая. — 2014.

Например, рассматриваемый нами флешмоб «Танец Победы» 2013 года не только целенаправленно снимался профессиональными операторами с 14 точек на разной высоте на улице Большая Покровская¹², но и анонсировался на информационном портале NN.ru¹³, а также обсуждался на городском форуме, где высказывались и довольно скептические мнения: «Это повторение, причем жалкое» (пользователь VV50, 29.04.15); «Вот почему сразу флешмоб? Почему не написать: напомним обычным горожанам о празднике победы танцем и песней?» (*Тихий Дон*, 29.04.15); «Обычный карьеризм, популизм и политиканство» (*Fukusima*, 29.04.15)¹⁴.

Но все же эти «отклонения от нормы» в большинстве случаев не затрагивают глубинных основ самого социокультурного явления. Незыблемы принципы спонтанности, стихийности и неожиданности, отсутствия коммуникации между мобберами во время проведения акции. По-прежнему искренни и бескорыстны мотивы и цели участников, для которых флешмоб является символом творчества, энтузиазма, коммуникации и самоутверждения. Неизменна и реакция случайных зрителей: недоумение, интерес, удивление. Однако многослойность танцевального флешмоба, наличие в нем развлекательной, эстетической и социальной составляющей рождает закономерный вопрос: по какому пути пойдет данный вид флешмоба в будущем? Пойдет ли он по пути дальнейшего сближения с социо- и даже полит-мобом, заменив собой Парады физкультурников и Первомайские демонстрации, поли-

¹² Результатом профессиональной операторской работы стал официальный видеоролик флешмоба: См.: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6LXozKExBUM> (дата обращения: 25. 05. 2016).

¹³ В Нижнем Новгороде пройдет танцевальный флеш-моб «Танец Победы». — 30 апреля. — 2013. — URL: http://www.nn.ru/news/society/2013/04/30/v_nizhnem_novgorode_proydet_tantsevalnyy_flesh_mob_stantsuy_o_pobede/ (дата обращения: 25. 05. 2016).

¹⁴ Хор Победы — хоровой и танцевальный флешмоб, Нижний Новгород, приглашают всех. — URL: http://www.nn.ru/community/gorod/main/khor_pobedy_-_khorovoy_i_tantsevalnyy_fleshmob_nizhniy_novgorod_priglasheyut_vsekh.html?archive=1 (дата обращения: 25. 05. 2016)

тические митинги и социальные акции, превратившись в символ молодости, энергии и даже «массовой мобилизации»? Изберет ли вид искусства, сблизившись с перформансом и превратившись в форму художественной деятельности, в которой время, место, действие и отношение зрителя станут основой новой концепции? Или станет частью прибыльного бизнеса, превратившись в формат развлекательного шоу, наряду с «Танцами со звездами», «Танцами на ТНТ» и «Танцами на льду»?

Время покажет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Андреев В.К. Флэшмоб-культура и ее отражение в субкультурном лексиконе [Электронный ресурс] // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2015. № 1. с. 149-153. URL: <http://pskgu.ru/projects/pgu/storage/wg6110/wsgpgu01/wsgpgu01-18.pdf> (дата обращения: 25.05.2016).

2. Володенков С.В. Флешмоб как сетевая технология современного политического менеджмента (на примере России и США) [Электронный ресурс] / Володенков С.В., Федорченко С.Н. // Вестник Московского государственного областного университета: электрон. журн. 2015. № 3. URL: <http://www.evestnik-mgou.ru/ru/Articles/Doc/695> (дата обращения: 25.05.2016).

3. Глуховая Е.И. Социально-психологические механизмы формирования флэшмоб явления: дис. ... канд. искусствоведения. М., 2014. 157 с.

4. Кронгуаз М. Самоучитель Олбанского. М.: АСТ CORPUS, 2013. 412 с.

5. Солнцев Д. Какие бывают виды флэшмоба? [Электронный ресурс] // ШколаЖизни.ру: электрон. журн. 2006. 30 сентября. URL: <http://shkolazhizni.ru/culture/articles/1212/> (дата обращения: 25.05.2016).

6. Флешмоб [Электронный ресурс] // Википедия : [сайт].

2017. 1 октября. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%BB%D0%B5%D1%88%D0%BC%D0%BE%D0%B1> (дата обращения: 20.10.2017).

7. Flash Mob [Электронный ресурс] // Wikipedia : [сайт]. 2017. 10 октября. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Flash_mob (дата обращения: 20.10.2017).

8. Rheingold H. Smart Mobs: The Next Social Revolution. Cambridge, MA: Perseus Publishing, 2002.

DANCE FLASHMOB AS SOCIOCULTURAL PHENOMENON: SCREEN IMAGE AND REALITY BEHIND THE SCREEN

PLATONOVA O.A.

*Nizhny Novgorod Academic Philharmonic Society
named after M. Rostropovich*

The article is devoted to such modern youth phenomenon as a flashmob, i.e. in advance planned mass action organized with the definite purpose known only to organizers and participants, but which seems unusual, spontaneously arisen, short-term action. Besides the classical flashmob breaking the daily routine, the author allocates some other "variations".

X-mob, not scripted, or real, a flashmob where, apparently, usual actions of participants (they stumble, read, glue announcements), their anonymity cause feeling of a certain psychological game.

L-mob (Long-mob) where each mobber can make in advance planned actions almost at any convenient time, and in any convenient place.

I-mob—flashmobs held on the Internet.

Political-mob and socio-mob—a way of expression of own political and social position, modern alternative to meetings and demonstrations.

Advertising-mob where the style of a flashmob is used to draw attention to any brand or to a company.

Art-mob—a flashmob with some certain art properties attracting the viewer. A special case of an art-mob is a dancing flashmob. This spectacular dancing mass action existing on a joint of art, entertainment and social event, is usually held in crowded places. Participants of a dancing flashmob are mainly active part of the population (students of high schools and the working youth, representatives of creative organizations, dance schools, etc.).

The author analyzes the structure of a flashmob, emphasizing the general and individual similarities and distinctions between a dancing flashmob and a classical flashmob. The analysis mentions a screen image, organizational structure, participants, means of distribution of information, aims, tasks, stages of organization and implementation of an idea.

As a result, the author comes to the conclusion that some “aberrations”, which can be found during flashmobs, in most cases don’t affect deep bases of the sociocultural phenomenon itself. The principles of spontaneity and surprise, lack of communication between mobbers during an action are firm. Motives and purposes of participants are still sincere, for them a flashmob is a symbol of creativity, enthusiasm, communication

and self-affirmation. Only time will show, whether the flashmob is on the way to approach socio- and even political-mob, whether it will choose an art form, having approached performance, or it will become a part of profitable business?

Keywords: flashmob, mobber, youth, mass action, present, anonymity, psychological game, spontaneity, communication, entertainment, social event.