

А. Г. Осипов¹, Н. Н. Макаренко¹, Д. И. Муренко^{2}*

Флешмоб как средство воздействия на структуру управления

¹ Сибирский государственный университет геосистем и технологий, г. Новосибирск,
Российская Федерация

² Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск,
Российская Федерация

* e-mail: denismurenko@yandex.ru

Аннотация. Анализируются современные инструменты воздействия на структуры государственного управления с целью их блокирования и изменения функционала. В этих целях нередко используется троллинг. Интернет предоставил возможность не только отслеживать общественные настроения, но и направлять и концентрировать их на противостоянии с государственными структурами. Массовость, как одно из свойств флешмоба, создает ее привлекательность для молодежи, нуждающейся в широком общении.

Ключевые слова: информационная открытость, толпа, троллинг, интернет-пространство структуры государственного управления, неформальная коммуникация, социальная сеть, флешмоб

A. G. Osipov¹, N. N. Makarenko¹, D. I. Murenko^{2}*

Flash mob as a means of influencing the management structure

¹ Siberian State University of Geosystems and Technologies, Novosibirsk,
Russian Federation

² Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk,
Russian Federation

* e-mail: denismurenko@yandex.ru

Abstract. Modern tools of influencing the structures of public administration are analyzed in order to block them and change the functionality. For this purpose, trolling is often used. The Internet provided an opportunity not only to track public sentiments, but also to direct and concentrate them on confrontation with state structures. Mass nature, as one of the properties of the flash mob, makes it attractive to young people who need wide communication.

Keywords: information openness, crowd, trolling, Internet space of public administration structure, informal communication, social network, flash mob

За последние два десятилетия флешмобы стали характерным социокультурным явлением больших городов. Как правило, его участники – молодые люди, которые встречаются в заранее указанное время в определенном месте и совершают одновременно одни и те же действия. Основная цель мероприятия – испытать яркие эмоции и удивить людей вокруг своим нестандартным поведением. Первоначально считалось, что флешмобы будут помогать людям объединяться, находить единомышленников, бороться с закомплексованностью и стереотипами поведения [13]. Примеры флешмобов бывают самые различные. Так, в го-

роде Далматово Курганской области каждый год, 9 ноября, в 70-ю годовщину начала контрнаступления советских войск под Сталинградом, на привокзальной площади проходит молодежный флешмоб «Мы помним тебя, Сталинград!». Участники флешмоба замирают, выстраиваясь цепочкой, взявшись за руки и опустив головы [8].

Впервые флешмоб, как необычное социальное явление, был описан в книге социолога Г. Рейнгольда «Умная толпа: новая социальная революция» в 2002 году. В своей работе автор писал о возможных действиях толпы, которая могла быстро организоваться с помощью мобильной связи и электронной почты [9]. Идеи высказанные Рейнгольдом стали толчком к началу движения флешмобов. Первые флешмобы были проведены на Западе и в России уже в 2003 году. Однако, за это время сам флешмоб сильно изменился, появилось много разновидностей флешмоба.

Изначально флешмоб создавался как нестандартное развлечение. Организатор акции рассылал всем своим друзьям сообщения о месте и времени сбора. Получившие такое сообщение должны были сделать тоже самое – тоже отправить его своим знакомым. В итоге в назначенное время и место собиралась толпа «мобберов» [2].

Сегодня флешмоб определяется как «большое публичное собрание, как правило, организованное с помощью Интернета или социальных сетей, на котором люди выполняют необычное или, казалось бы, случайное действие, а затем расходятся» [3]. В настоящее время в российской академической литературе наиболее полное определение флешмоба даётся в статье О. Я. Ямельниченко: «Флешмоб – это массовая акция, предварительно спланированная, организованная через современные быстродействующие средства коммуникации (в основном через Интернет), в которой большая группа людей ("мобберов") неожиданно появляется в общественном месте, на протяжении нескольких минут выполняет обусловленные сценарием действия и впоследствии быстро расходится» [4].

Феномен флешмоба можно отнести к проявлению карнавальной культуры. Карнавал и флешмоб объединяют абсурдность действий, раскрепощение участников, свобода творческого самовыражения, пренебрежение стереотипами поведения. Организация флешмоба в игровой форме дает его участникам свободу действия. У флешмобберов появляется возможность существовать в рамках своей реальности, использовать свои правила игры и ценности. Такой формат наиболее привлекателен для молодежи, поэтому состав участников большинства флешмобов молодежный [12].

Существуют различные классификации флешмобов. Как правило их делят на два типа – классический и неклассический. Классический флешмоб не имеет идеологической составляющей, акция не носит скрытого подтекста. Цель только одна – с помощью эпатажа привлечь внимание прохожих. Первые флешмобы организовывались как классические, затем во время формы и разновидности акций менялись. Неклассический флешмоб предполагал наличие скрытого смыслового компонента.

Неклассические флешмобы в зависимости от задач могли организовываться без предварительного планирования, либо наоборот готовиться очень тщательно, такому флешмобу обычно предшествует репетиция. В некоторых неклассических флешмобах участники не образуют свою толпу, а распределены в обычной массе людей, что визуально увеличивает объем потенциальных участников. Зрители также могут стать участниками флешмоба, в этом случае допускается импровизация. Неклассические флешмобы зачастую политизированы, могут быть направлены на привлечение внимания к проблемам внутри общества и государства. Как правило это представлено в виде критического мнения какой-то группы, либо в виде троллинга государственной системы или её решения.

Флешмоб, как внезапная толпа, может также представлять из себя и определенную опасность. Флешмоб превратился в разновидность информационного оружия, которое можно активировать в любое время. Достаточно лишь сделать рассылку коротких сообщений. Флешмоб представляет собой инструмент воздействия на традиционную иерархию правил, норм, установок любой социальной системы. Фактически флешмоб ставит своей целью изменить поведение людей, тем самым изменив традиционный комплекс правил. Под таким воздействием традиционная система трансформируется в сетевую социальную систему. Происходит историческая эволюция моделей социального порядка от аффективно-харизматической до рационально-дискурсивной, и, далее, к цифро-сетевой [1].

Как политический инструмент флешмоб является методом кибернетической сетевой войны. Понятие сетевой войны является организационной формой противостояния, которая задействует информационные возможности противника, а также ориентирована на борьбу с инфраструктурой противника. В некоторых случаях инфраструктура противника может использоваться в своих целях. На сегодняшний день сетевая война включает в себя не только технологические аспекты, связанные с электронными системами, но охватывает полный спектр методов, направленных на решение организационных, доктринальных, стратегических проблем проведения информационных войн. Роль сетевой войны наиболее эффективна в условиях слабой активности противника и конфликтах низкой интенсивности. Проведение таких информационных операций, как флешмоб всегда будет выглядеть, как невоенная акция, что весьма удобно в случае, если конфликт носит характер скрытого противостояния. К тому же, флешмобы способны организовать не только толпу на улице, но в онлайн. Организаторы флешмоба могут вести интернет-трансляцию, огромное количество пользователей сети могут таким образом участвовать пассивно, оставляя свои комментарии под трансляцией [10].

Флешмоб в условиях современного информационного противоборства может легко использоваться как инструмент для блокирования структур государственного управления как в центре, так и на местах. Ценность такого информационного оружия заключается в том, что с помощью флешмоба возможно провести операцию дезорганизовав работу систем управления, а также дискредитировать государственную власть, формируя необходимую информационную повестку.

Внезапность проведения флешмоба может способствовать бескровной и быстрой победе над противником.

Так, в 2010 году в ходе протестных акций в Египте, флешмобберы организовывались через Facebook-группу «Меня зовут Хален Саид». Саид, как известно был убит полицейскими и быстро стал символом оппозиции. Один из флешмобов заключался в том, что люди выстраивались в шеренгу и молча читали Коран. Также флешмобы стали избранным средством борьбы у антиглобалистов. Порой такие флешмобы превращались в самые настоящие побоища с полицией и погромы [11].

Предпосылками инструментального использования флешмоба против системы государственного управления стало быстрое внедрение современных информационных технологий. Мобильник, интернет, мобильное телевидение – дают технологические возможности для быстрого сбора значительного количества людей в определенном месте – флешмоб. Сегодня этот способ манипуляции обществом стал широко применяться для мобилизации внезапных митингов, шествий, акций в различных странах. Как правило, информация о заранее подготовленных флешмобах никогда не публиковалась в средствах массовой информации, поскольку СМИ наиболее проще контролировать государственным структурам.

В российской общественно-политической жизни флешмобы приобрели особую популярность вследствие запрета любой другой формы массовой активности. Таким образом флешмоб, изначально являвшийся культурной акцией стал формой политического протеста, особенно среди оппозиционных активистов. Причем внешняя форма оппозиционного флешмоба может выглядеть как не связанная с политикой, в условиях массовой аполитичности населения это создает предпосылки для развития такой формы активности, объединяющей свободных автономных индивидов в условиях большого города. Еще в 2000-е политические флешмобы стали наиболее привлекательной формой творческого самовыражения креативного класса. Однако флешмоб, как единичная акция не дает выстраивать стабильные структуры для давления на власть, требующие постоянного участия.

Противостоять такой форме организации блокирования структур государственного управления не просто. Это показывают все примеры современных цветных революций. Важные преимущества этой формы противоборства – массовость, достигающая порой до многотысячных толп с женщинами и детьми, инвалидами и другими лицами, к которым затруднено применения специальных средств сил порядка; внезапность появления; управляемость и целеустремленность толпы.

Однако, любой политический флешмоб, как оппозиционная акция, будет стремиться приобрести постояннодействующий системный характер, что приведет к деформации спонтанного и анонимного принципа организации флешмоба. В результате это приведет к утрате новизны и флешмоб превратится в обычный митинг, что может оттолкнуть значительную часть аполитически настроенных индивидов.

Государственные системы управления, чтобы противостоять стихийным флешмобам, могут также играть на их поле – проводить свои флешмобы, исполь-

зовать их как инструмент продвижения официального политического курса либо имитации позитивных общественных настроений.

Контрмерой в отношении организаторов флешмобов могут являться методы «сетевой войны», когда происходит децентрализация командных систем, использование технических решений – блокировка Интернета, мобильной связи. Надежным средством преодоления молодежного влечения к проявлениям негативизма должно стать трансформация сознания таким образом, чтобы эта форма активности перестала быть привлекательной и модной. Именно поэтому во многих российских городах флешмоб-движение пришло в упадок.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Воронкова О. А. Социальный порядок в новой сетевой реальности // Социально-гуманитарные знания. – 2022. – №5. – ISSN 0869-8120. – С. 44-49.
2. Новиков В. К. Информационное оружие – оружие современных и будущих войн. 3-е изд., испр. и доп. М. 2021. – 288 с.
3. Демченков С. А. Флешмоб как урбанистический феномен: социально-философский и коммуникативный аспект // Омский научный вестник. – 2015. – №1. – ISSN 1813-8225. – С. 75–78.
4. Ямельницкий, О. Я. Политический флешмоб как форма горизонтальной коммуникации // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. – 2013. – №15. – ISSN 1990-5327. – С. 45–51.
5. Информационное противоборство и безопасность. Персональный сайт Николая Баранова / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.nicbar.ru/politology/study/56-kurs-informatsionnaya-bezopasnost-v-mezhdunarodnykh-otnosheniyakh/589-tema-5-informatsionnoe-protivoborstvo-i-bezopasnost> (дата обращения 11.04.2023).
6. Бунт против социального рейтинга. Редкий пример гражданского неповиновения в Китае. 10 ноября 2021 г. / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/261849503> (дата обращения 11.04.2023).
7. Habermas J. 1991. The Theory of Communicative Action. Vol. 1: Reason and the Rationalisation of Society. Polity Press. – 465 p.
8. Молодежный флешмоб «Мы помним тебя, Сталинград!» / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dalmatovo.su/poch-jiteli/56-novosti/1001-molodezhnyj-fleshmob-my-pomnim-tebya-stalingrad.html> (дата обращения: 11.04.2023).
9. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция / [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Rein/ (дата обращения: 11.04.2023).
10. Авзалова Э. И. Интернет – участие как новая форма политического участия граждан / Э.И. Авзалова // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2015. – Т. 157, кн. 1. – ISSN 2541-7738. – С. 187–193.
11. Устинов А. В. Революционная пропаганда и флэшмоб: опыт взаимодействия революционных сил и медиа // Наука. Искусство. Культура. Выпуск 1 (17). – 2018. – ISSN 2782-4446. – С. 129–130.
12. Довжик Г. В., Глухова Е. И. Социально-психологическая сущность флешмоба / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <file:///C:/Users/Professional/Downloads/sotsialno-psihologicheskaya-suschnost-fleshmoba.pdf> (дата обращения 11.04.2023).
13. Оленина Г. В., Козлова А. М. Флешмоб – самоорганизованная форма досуга городской молодежи: анализ зарубежных и отечественных практик // Вестник МГУКИ. – 2018. – №4 (84). – ISSN 1997-0803. – С. 160–166.

© А. Г. Осипов, Н. Н. Макаренко, Д. И. Муренко, 2023