

**МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ДОМ ДЕТСКОГО ТВОРЧЕСТВА «СОЗВЕЗДИЕ»
МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ Г.КРАСНОДАР**

Мастер-класс

**Тема: «Методические рекомендации по организации
флешмоба»**



Краснодар, 2019

Содержание

Введение

1. Что такое ФЛЕШМОБ?
2. Цели флешмоб-акции.
3. История.
4. Словарь

Заключение

1. Что такое флэшмоб?

А вот что: флэшмоб (также флэшмоб, флэш моб, флэш-моб или просто моб, англ.«flash» - вспышка, миг; «mob»— толпа, народ) — это заранее спланированная массовая акция, организованная через современные быстродействующие средства коммуникации (в основном через интернет). В которой большая группа людей внезапно появляется в общественном месте, в течение нескольких минут выполняет заранее оговоренные действия, которые называются сценарием, и затем быстро расходится.

Правила флешмоба

1. Никто из участников не платит и не получает денег.
2. Действие должно казаться спонтанным (участники не собираются в месте события до акции).
3. Должно сложиться впечатление, что мобберы — такие же случайные прохожие, как и все (не общаться друг с другом до, во время и после акции в месте проведения).
4. Сценарий должен иметь абсурдный характер (действия мобберов не должны поддаваться логическому объяснению).
5. Флешмоб должен вызывать недоумение, а не смех (все участники должны быть трезвыми и вменяемыми, делать все с серьезным видом находясь в здравом рассудке).

Чтобы избежать конфликтов с работниками органов охраны правопорядка, есть ещё такие рекомендации:

1. Иметь при себе удостоверение личности.
2. Если вас всё-таки задержали работники органов правопорядка, вы отвечаете сами за себя. Никто за вас поручаться не будет. Отвергайте, что вы участвовали в заранее запланированной акции: вы случайно оказались в этом месте и просто так решили что-то сделать. Участие в несанкционированных массовых акциях, как правило, наказуемо законодательством. Детали правил могут варьироваться, что предварительно оговаривается в сценарии акции. Сценарии флешмобов
Идеальный сценарий должен быть абсурдным, загадочным, не очень заметным и ни в коем случае не вызывающим смеха.

Мобберы не должны нарушать законы и моральные устои. Действия должны казаться случайным зрителям бессмысленными, однако совершаться так, как будто в этом есть смысл. В итоге случайные зрители, так называемые фомичи, воспринимают происходящее серьезно, как будто в разыгрываемой ситуации есть какой-то смысл, который они пытаются отыскать. У них возникает чувство интереса, тревоги, непонимания или даже ощущение собственного помешательства. Сценарий не должен перейти грань, за которой он уже становится смешным, но это получается крайне редко. Примеры сценариев
Замирание В определённый момент в определённом месте мобберы резко

замирают, как будто остановилось время. В замершем состоянии они стоят три минуты, после чего делается передышка на несколько секунд и снова на три минуты замирают. После этого все одновременно расходятся в разные стороны. Батарейка В определённое время в определённом месте города проходит «маяк». Внезапно его движения становятся более медленными, как у робота, у которого «села батарейка», его силы угасают, и он падает, делая вид, что засыпает (или становится «на подзарядку»). Это служит сигналом, по которому остальные мобберы повторяют за ним имитацию потери жизненных сил, в конце концов впадая "в спячку" ровно на две минуты, считая секунды про себя. По завершении двух минут следует классический финал — мобберы расходятся в разные стороны, как ни в чём не бывало. Проявив творческий подход к данному сценарию, можно «отключаться» медленно, быстро или на ходу, можно просто встать, склонив голову. Играют так, как будто внутри медленно «садится батарейка». Можно упасть полностью на асфальт, можно сесть на колено, можно «уснуть» стоя.

Главное — удивить окружающих. Ну и логично, что если «села батарейка», то глаза закрыты.

Классический флешмоб .

Построен на первичных основах идеологии движения. Главная цель — удивить случайных зрителей, но так, чтобы у них не было отвращения или смеха от происходящего.

Удержать границу между удивлением и смехом трудно, поэтому в чистом виде классический флешмоб — явление ред -

Приходить и уходить по одиночке! (толпа должна появляться неожиданно для окружающих) - Не разговаривать с другими мобберами, в том числе с вашими друзьями!

- Не разговаривать с прохожими (за исключением).

- Не смеяться, не улыбаться, не дурачиться – флешмоб должен вызывать недоумение, а не смех. - Не создавать точечных скоплений в группы.

- Не задерживаться на площадке (и в её окрестностях) после завершения акции. - Не вступать в контакты со СМИ.

- Соблюдать правопорядок. Лучше иметь при себе документы, удостоверяющие личность.

- Быть трезвым. Ни в коем случае не иметь при себе алкогольных напитков, оружия, наркотических веществ.

- Никаких плакатов и значков – это не политическая акция!

- Во избежание провокаций сообщать о готовящемся мероприятии только хорошо знакомым людям.

- Не быть сторонним наблюдателем (пингвином). Либо участвуйте, либо сидите дома.

2. Цели флешмоб-акции

- развлечение;
- почувствовать себя свободным от общественных стереотипов поведения;
- произвести впечатление на окружающих;
- самоутверждение (испытать себя: «Смогу ли я это сделать на людях?»);
- попытка получить острые ощущения;
- ощущение причастности к общему делу;
- получить эффект, как от групповой психотерапии;
- эмоциональная подзарядка;
- приобретение новых друзей

Встречаются участники подобных акций, в жизни являющиеся вполне успешными и серьёзными людьми. Некоторые психологи объясняют этот факт тем, что подчинённая рациональности и логике жизнь их утомляет. Получив материальное благо они всё равно не ощущают удовольствия от этого. Возникает особая форма депрессии — апатия к «бесцветной» жизни, которая и побуждает их к участию в подобных акциях.

3. История.

Явление флешмобов началось после того, как в октябре 2002 вышла книга социолога Говарда Рейнгольда «Умные толпы: следующая социальная революция», в которой автор предсказывал, что люди будут использовать новые коммуникационные технологии Интернет, сотовые телефоны для самоорганизации. Понятие «умных толп» (смартмоб) стало основополагающим в дальнейшем развитии флешмобов и других подобных акций, все из которых по сути своей являются разновидностями смартмоба. В июне 2003 Роб Зазуэта из Сан-Франциско, ознакомившись с трудами Рейнгольда, создал первый сайт для организации подобных акций. Первый флешмоб был намечен на 3 июня 2003 года в Нью-Йорке, США, но не состоялся. Ему помешала заранее предупрежденная полиция. Организаторы избежали этой проблемы при проведении второго флешмоба, который состоялся 17 июня 2003 года. Участники пришли в заранее определенное место, где они получили инструкции по поводу окончательного места и времени прямо перед тем, как он начинался. Приблизительно двести человек (по другим источникам 150) собрались вокруг одного дорогого ковра в мебельном отделе универмага «Macy's» и стали говорить продавцам, что живут вместе на складе в «пригородной коммуне» на окраине Нью-Йорка и пришли купить «Коврик Любви». Уже через несколько дней волна акций прокатилась по Америке и Европе. Первые российские акции были организованы через ЖЖ и состоялись одновременно в Санкт-Петербурге и Москве 16 августа 2003. Их участники с непонятными табличками встречали на вокзале приехавших поездом пассажиров, Журнал «Власть», № 33 (786), 25 августа 2008 г. 13 января 2010 года флешмоб на Красной площади явился первой в истории России акцией протеста фотожурналистов. 20 фоторепортеров ведущих российских СМИ и зарубежных фотоагентств с его помощью решили выразить несогласие с приказом ФСО России, согласно которому с 2008 года любая фотосъемка с использованием профессиональной фотоаппаратуры на главной площади страны запрещена. Терминология Первоначально терминологии и классификации акций ещё не было вовсе, и процесс её формирования продолжается поныне. Изначально движение возникло в США, и от этого часто встречаются кальки с английских слов: «мобплейс», «афтерпати» и т.д. Само слово «flash mob» вошло в русский язык почти без изменения фонетического звучания. Часто встречаются разные варианты его написания: «флеш моб», «флэш моб», «флеш-моб» и другие. Правильно писать именно «флешмоб», а людей, занимающихся им, называть мобберами.

4. Словарь

Также часто терминология различается в разных городах. Часто на сайтах разных флешмоб-движений можно встретить специализированные словари. В странах СНГ словари обычно имеют примерно такое содержание: Агенты люди, раздающие листовки с инструкциями для участников акции Акция, Моб действие, выступление, конкретное конечное воплощение сценария Афтерпати встреча мобберов после акции. На ней знакомятся, обмениваются дисками с предыдущих мобов, смотрят, если есть уже видео с только что проведённого моба, обсуждают и выдумывают сценарии, и довольно часто мобберы на АП решают провести ещё один моб Играть (Мобить, мобиться) исполнять сценарий Камертон часы, находящиеся в общественных или иных местах, по которым моберы заранее синхронизируют собственные часы для точного прибытия на акцию. Как правило, такие часы есть на сайте, через который организовывался флешмоб Классика ФМ-акция, построенная на первичных основах идеологии движения: мгновенная толпа, абсурдность действий и т.п. Иногда слово применяется к сценариям, которые наверняка игрались в каждом городе с флешмоб-движением (например, «Пульты ДУ») Кодовые фразы фразы, используемые во время проведения некоторых акций для осуществления сценарного замысла этих акций. В зависимости от сценария, кодовые фразы могут использоваться для ответов на вопросы прохожих, для контактов между мобберами и маяком, а также для других целей Маяк (Кепка) специальный человек, находящийся на месте проведения некоторых акций, для того чтобы подать мобберам условный сигнал о

её начале. Характер сигнала заранее оговаривается при планировании акции Медиа-группа (Съёмщики) официальные представители ФМ-ресурсов, занимающиеся съёмкой акций Моббер (флешмоббер, ФМщик) человек, который участвует в акциях (Варианты: Моблик — моббер-новичок, Мобстер — опытный моббер) Место X, Площадка, иногда Мобплейс место прохождения ФМ-акции Парускерство явление, которое заключается в нарушении правил: разговоры, смех и всё, что не было запланировано. Парускеры — мобберы, игнорирующие правила Пингвин, реже Зриббер человек, который узнал о проведении акции и, вместо того чтобы участвовать в ней, стоит неподалёку и наблюдает происходящее Струксы мобберы-туристы, совершающие паломничества в иногородние моб-сообщества, с целью «на людей посмотреть — себя показать», хорошо и неординарно провести время в компании моберов Фаршер участник фаршинг акции Фомичи (Кузьмичи) прохожие, случайные свидетели акции GFM ("Global Flash Mob") всемирная ФМ-акция, в ней участвует максимальное количество стран и городов Виды акций По мере существования явления флешмоба стали появляться такие сценарии, которые не соответствовали его правилам. Однако они игрались, и тогда стало ясно, что термин «флешмоб» уже не способен удовлетворить всех. В настоящее время само слово «флешмоб» стало нарицательным, и им начали называть любую акцию, в которой участвует некоторое количество человек. Хотя все новые виды акций «вышли» из флешмоба, некоторые из них стали настолько отличаться от него идеологически и организационно, что их уже нельзя относить к разновидностям флешмоба и можно считать отдельными разновидностями воплощения технологии смартмоба. Единственное, что объединяет большинство акций, — это стремление сделать что-нибудь вместе. Все акции неожиданны для случайных зрителей. Основополагающим же фактором является самоорганизация через современные средства коммуникации. Поэтому флешмоб в первоначальном смысле слова теперь называют классический флешмоб.