

«Узнай всю правду о своей грамотности!»: Тотальный диктант как форма флешмоба*

Марина Макарова

Доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры социологии
Удмуртского государственного университета
Приглашенный исследователь в Уппсальском институте российских
и евразийских исследований Уппсальского университета (Швеция)
Адрес: ул. Университетская, д. 1, г. Ижевск, Российская Федерация 426034
E-mail: makmar1@mail.ru

Валерия Симонова

Студентка Удмуртского государственного университета
Адрес: ул. Университетская, д. 1, г. Ижевск, Российская Федерация 426034
E-mail: lera93-93@bk.ru

В статье рассматриваются основные характеристики Тотального диктанта как формы флешмоба. Выявлены основные признаки флешмоба: массовость, публичность, одновременность, эмоциональная вовлеченность, игровой характер, организация посредством современных коммуникационных технологий и в определенных случаях наличие лидеров. Основными факторами развития флешмобов следует считать неудовлетворенность существующими формами общественного участия, поиск новых форм самовыражения и развитие коммуникационных сетей. Трансформация флешмоба как социального явления обуславливает необходимость выделения двух его типов — классического и модернизированного. У классического флешмоба нет четкой цели и смысла. Модернизированный обладает определенной идеологией, имеет дело не с массой, а с публикой, дифференцированной по интересам, и часто связан с использованием формы флешмоба группами элит для социального воздействия на ценностные установки населения. Тотальный диктант как массовая публичная акция, проводимая в настоящее время на международном уровне, может быть рассмотрен как форма модернизированного флешмоба, в ходе трансформации которого локальное студенческое мероприятие переросло в глобальную акцию, активно поддерживаемую элитными группами. Идеология тотального диктанта, связанная в первую очередь с проверкой грамотности и поддержкой русского языка, включает также ценности патриотизма и изменения окружающего мира через самосовершенствование. Результаты интервью с участниками диктанта выявили эмоциональную окрашенность участия в диктанте, связанную с ситуацией самопроверки, и идентификацию с группой интеллектуалов, патриотически настроенных и любящих русский язык.

Ключевые слова: флешмоб, тотальный диктант, публичная сфера, идентичность, социальный порядок

Флешмоб — относительно новое явление, связанное с развитием современных коммуникаций и интернет-технологий. Многообразие видов флешмоба и его

© Макарова М. Н., 2018

© Симонова В. Д., 2018

© Центр фундаментальной социологии, 2018

DOI: 10.17323/1728-192X-2018-1-134-159

* Исследование выполнено за счет гранта Шведского института (Visby programme) 00327/2017.

трансформация указывают на то, что он становится формой социальной активности, приобретающей все новые разновидности. Флешмоб имеет много общего с традиционными формами социального поведения, такими как игра, митинг, ритуальные действия прошлого, однако обладает и своими особенностями. Изначальная абсурдность поведения его участников иногда шокирует и кажется асоциальной. Вместе с тем развитие современного социума под влиянием многообразных социальных реальностей, принятием различий во внешнем виде и мировоззрении, неоднозначностью расшифровки символов, смысл которых перестает быть напрямую связан с означаемым, приводит к переосмыслению флешмоба и его модернизации.

Растущая популярность флешмобов у молодежи вынудила официальные власти, образовательные учреждения, рекламодателей и пропагандистские институты начать использовать элементы флешмоба в мероприятиях для населения, привлечения их внимания, формирования или изменения их ценностных ориентаций или потребительских установок. Одним из примеров подобной практики является Тотальный диктант, существующий в России с 2004 года. Он начинался как локальное мероприятие, однако за 12 лет своего существования разросся до международных масштабов. Авторы идеи и организаторы сами признают его сходство с флешмобом как явлением, предполагающим одновременное действие множества человек. Не отрицают они и некоторую изначальную «абсурдность» поведения участников: люди разных возрастов и социальных статусов выводят запятые и тире под диктовку.

Однако цели развития грамотности и привлечения внимания к русскому языку как основе развития русской нации вывели Тотальный диктант за пределы традиционного флешмоба. Это мероприятие стало одним из первых экспериментов использования флешмоба для развития идей патриотизма, культивирования идеологических установок. Поэтому его изучение может помочь понять как традиционные характеристики флешмоба, так и его модернизацию и использование с целью воздействия на общество, в результате чего появляются новые формы социальной организации и общественного участия.

Флешмоб как новая форма социального поведения

Исследователи описывают флешмоб как одну из новых форм социального поведения. Флешмоб (flash mob — «вспышка толпы» или «мгновенная толпа») обычно определяется как мгновенное или кратковременное спонтанное массовое действие, происходящее в публичном месте и организуемое посредством современных коммуникационных технологий. «В течение нескольких минут мобберы с серьезным видом выполняют заранее оговоренные сценарием действия и затем одновременно быстро расходятся в разные стороны как ни в чем не бывало» (Каневский, 2006: 14).

Как социальный феномен флешмоб сформировался в Нью-Йорке. В 2003 году уроженец Сан-Франциско Роб Зазуэта прочитал книгу Г. Рейнгольда и создал веб-сайт для организации таких мероприятий, в результате чего состоялся флешмоб в мебельном отделе магазина Macy's. Около витрины с ковром собралось примерно 200 человек, которые стали рассказывать продавцам, «что они живут вместе на складе в «пригородном сообществе» на окраине Нью-Йорка и пришли купить «коврик любви». Позднее флешмобы распространились по всему миру, а некоторые приобрели глобальный, международный характер. В России флешмоб-движение началось примерно в это же время и по тематике и смыслу (вернее, его отсутствию) были сродни американским (Федорченко, 2011: 29).

Однако некоторые источники описывают и более ранние формы флешмобов, такие, например, как массовая акция, организованная в 1958 году ведущим ток-шоу на радиостанции WOR в Нью-Джерси Жаном Шефердом, который обратился к своим радиослушателям с просьбой высунуть головы из окон в полночь с криком «Все выше!» («Excelsior!») и тут же закрыть окна. Впоследствии другие радиостанции и шоу подхватили эту идею и стали организовывать подобные акции (Wang, Akella, Bennett, 2014: 25).

Одним из первых флешмоб начал изучать Г. Рейнгольд, связавший появление «умной толпы» прежде всего с развитием информационных технологий. Он указывает, что умная толпа объединяет незнакомых, но действующих согласованно людей, взаимодействующих благодаря мобильным устройствам, в результате чего устанавливается новый социальный порядок (Рейнгольд, 2006).

Ученые выделяют различные факторы появления флешмоба. Первый фактор, упоминаемый исследователями довольно часто, можно назвать протестным. Д. И. Каминиченко предлагает связать флешмоб с концепцией общества риска У. Бека (Каминиченко, 2014). По его мнению, новые формы политической культуры нуждаются во все большей партиципаторности, люди желают быть все более вовлеченными в активную социальную жизнь. Следствием этого является неудовлетворенность молодежи существующими формами общественного участия и социальной активности. Ряд национальных и межнациональных исследований ценностей молодых людей подтверждают это. Например, глобальный опрос ценностей показал, что в мире участие молодежи в различных ассоциациях не превышает 14 %, судя по замерам общественного участия стран ЮНИСЭФ, молодежь признает, что участие в различных формах общественной активности не приносит им необходимого социального капитала для самореализации (Lloyd, 2005: 381–382).

Флешмоб может, таким образом, рассматриваться как альтернативная форма социальной активности молодежи, противопоставленная традиционным формам самоорганизации. В этой связи флешмобы уместно анализируются как одна из новых форм социальных движений, например, в концепции А. Мелуччи. Рост социального контроля и развитие информационных процессов приводят к формированию новых общественных движений, с целью «защиты своей идентичности, ценностей, культуры и духовной целостности» (Melucci, 1980: 200).

Протестный характер флешмоба, наиболее популярного в городской среде, по мнению исследователей, также может быть связан с неудовлетворенностью существующими формами городского планирования, которые не учитывают интересы горожан (Kaulingfreks, Warren, 2010). К. Стивенс рассматривает новые формы молодежной самоорганизации как вызов традиционным правилам в «постмодернистских городах» и формированием новых идентичностей и переосмыслением границ городских пространств (Stevens, 2007). И. Фролова, используя концепцию Анри Лефевра, отмечает, что флешмоб связан с переконструированием городского пространства, формированием нового городского порядка (Фролова, 2011: 196).

Протест против существующих форм социальной жизни выражен не всегда ярко, однако демонстрация подчас абсурдных и кардинально противоположных традиционным формам социальной самоорганизации типов поведения может говорить о желании бросить вызов, привлечь внимание, шокировать, что характеризует в первую очередь молодежь как социальную группу. С точки зрения субкультурного подхода исследователи в области социологии молодежи отмечают такую ее особенность, как поиск новых форм самовыражения в ситуации подчиненного положения по отношению к «властным дискурсам». Поэтому флешмоб рассматривается в одном ряду с такими солидарностями, как, например, движение хипстеров, «паркурщиков» и т. д. (Омельченко, 2011: 7). Отмечая фривольность и показную бессмысленность подобных акций, В. Молнар характеризует их как отражение «нарциссизма молодого поколения», дестабилизирующего установленный социальный порядок с его конформизмом и «стадностью» (Molnàr, 2009).

Другой важный фактор, который, безусловно, влиял и влияет на формирование и распространение различных форм флешмоба, — информационный, связанный с развитием Интернета и социальных сетей, блогов, иных форм онлайн-коммуникации. Именно они позволяют собрать за короткое время множество людей, активизировать их, распространить те или иные идеи среди различных аудиторий и групп и на массовом уровне. Г. Рейнгольд описывает современное общество как «жаждущее приключений» (Рейнгольд, 2006: 342) и использующее социальные сети для реализации этого стремления.

Новизна флешмоба и в то же время его некоторое сходство с традиционными формами социального действия несколько затрудняет выделение признаков этого явления. В западной и отечественной научной литературе эти признаки отражены не всегда полно. В нашей работе мы попытались обобщить существующие подходы и представить собственное толкование признаков флешмоба, которые, безусловно, являются дискуссионными в связи с неоднозначностью и постоянной изменчивостью этого социального феномена.

Первый признак предполагает *массовость поведения* — во флешмоб, как правило, вовлечены большие группы людей. Эти группы могут быть либо недифференцированными (масса, толпа), либо представлять определенные интересы, цели, социальные признаки (например, поклонники определенного вида искусства, приверженцы определенных политических движений и т. д.). Флешмоб формиру-

ет «социальные сети» со слабыми социальными связями и ситуативной коммуникацией. Субъект флешмоба, как правило, анонимен. Его персональные данные не берутся в расчет, индивидуальные признаки не важны, хотя он может играть определенную роль в рамках сценария, либо обладать необходимыми для участия социальными интересами или признаками (любовь или навыки к определенному жанру искусства, виду спорта или принадлежность к группе фанатов какой-либо рок-звезды и т. п.). Одним из самых массовых флешмобов считается танцевальный флешмоб в Чикаго, посвященный выходу очередного сезона шоу Опры Уинфри, в котором участвовали около 20 тысяч человек.

Второй признак — *одновременность*. Люди одновременно делают какое-то одно действие. Можно сказать, что в данном случае флешмоб основан на подражании. В классическом флешмобе действие обычно начинается и заканчивается за какой-то период, тем самым подтверждая основное этимологическое значение слова «флешмоб» — вспышка толпы.

Третий признак — *публичность*. Флешмоб организуется в публичных пространствах и обычно имеет зрителей. Если он организуется в Интернете, то это пространство также можно считать публичным. Более того, участники акций, как правило, стремятся опубликовать факт своего участия в социальных сетях. А. Родригес использует теорию публичной сферы и жизненного мира Юргена Хабермаса (Rodriguez, 2010). Публичная сфера является некой специфической «агорой» — местом реализации общественных дискуссий, где «приватное становится политическим» (Хабермас, 2011). В то же время жизненный мир как непосредственная повседневная практика позволяет сделать публичное компонентом актуального опыта каждого отдельного индивида. Горизонтальные связи создают публичный дискурс и открытые коммуникации, формируя новые формы принятия решений и дискуссий в современном социуме. Развивая эту идею, Уоткинс рассматривает публичное пространство как поле репрезентаций социального многообразия и различий, которые делают коммуникацию более успешной (Watkins, 2005).

Четвертый признак — особый вид идентификации, предполагающей *эмоциональную вовлеченность* или *приобщенность*, чувство причастности к определенному массовому событию, которое может объединять людей на национальном или даже глобальном уровне. Сильные эмоции вызывает также возможность проверить себя на способность сделать что-то необычное публично, на глазах у всех (снять штаны, выкрикнуть фразу, станцевать или спеть). Это придает флешмобу форму приключения, вызова, «экстрима», связанного иногда с риском, и некой исключительности, что всегда привлекает молодых людей. В этом смысле понятие «вспышка» как основа этимологии слова «флешмоб» может быть связано не только и не столько с временным характером, а скорее с эмоциональным «всплеском», вбросом адреналина, компонентом аффективного действия. Исследователи отмечают, что производимый эмоциональный эффект от флешмоба приобретает для участников большую значимость, чем сами действия, и может служить в качестве основного стимула участия: людей привлекает сама возможность быть ча-

стью флешмоба. Противоречащие друг другу эмоции (например, радость и страх), вызванные спонтанными публичными действиями, приводящими к ломке традиционных ментальных паттернов, заставляют людей участвовать в подобного рода акциях (Anderson, 2013). Другим фактором может служить идентификация с определенными социальными группами, исключительности и даже «элитности», например, в случае с арт-мобом (Grant, Bal, Parent, 2012: 248).

Пятый признак — *формирование «новой реальности»*, своего рода «воображаемого мира», сообщества, которое создается сценарием, «правилами игры» флешмоба, что роднит его с игровым поведением. В игре, как правило, все серьезно, говорит Й. Хейзинга в своей книге «Человек играющий»: «Правила игры бесспорны и обязательны, они не подлежат никакому сомнению... Во всяком случае, основание для определения этих правил задается здесь как незыблемое. Стоит лишь отойти от правил, и мир игры тотчас же рушится» (Хейзинга, 1997: 30). Правила игры, как и ритуализованные механизмы поведения, включенные в сценарий флешмоба, носят обязательный характер для всех участников, которые надо воспринимать «с серьезным лицом». Это противоречие серьезности и эмоциональной вовлеченности придает флешмобу еще большую привлекательность, озорство, которое способно захватить не только молодежь, но и достаточно зрелых людей.

Следование четким правилам и формирование нового социального порядка отмечается целым рядом авторов, изучающих специфический лексикон участников флешмобов (Андреев, 2015: 150). Например, «слово «ыбло», видоизмененная форма слова «было» — один из наиболее распространенных жаргонизмов, встречающихся на форуме сайта flashmob.ru. «По легенде, слово „ыбло“ появилось в результате реальной описки на форуме» (Панов, 2009: 345). Мобберы пользуются и обмениваются различными артефактами, среди них могут быть распределены роли, которые каждый должен выполнять в ходе действия» (Андреев, 2015: 150). Исследователи отмечают близость флешмоба к явлению «субкультура», которая также содержит подобные характеристики.

Шестой признак состоит в том, что для большинства флешмобов характерно *использование современных информационных технологий*, Интернета, компьютеров, смартфонов. Флешмоб является продуктом «сетового общества», формируемого в интернет-пространстве и связанного каким-либо общим желанием, долгосрочным или спонтанным. Интернет используется как для привлечения людей к определенным идеям в качестве основы или мотивации для флешмоба, так и для организации непосредственно самих коллективных акций, обозначения сценариев, ритуальных действий и т. д.

Седьмым, не всегда имеющимся признаком флешмоба можно считать *наличие лидерства*. Яркие, харизматичные либо популярные личности обычно привлекают внимание участников. Присутствие лидера не всегда обязательно, часто классический флешмоб определяется как не имеющий лидера, анонимный и без четкого «центра управления». В то же время в современных флешмобах и лонгмобах, объединенных какой-то идеей, может присутствовать лидер, который своей пер-

соной привлекает людей, как бы уравнивая их с собой, придавая им чувство собственной значимости, «добавляет их в друзья», например, в политических акциях Алексея Навального. Лидер может присутствовать и «виртуально», это может быть какой-то умерший кумир, например, ежегодно с 2006 года в разных странах мира проходит танцевальный флешмоб «Trill The World» в честь дня рождения Майкла Джексона, когда гигантское количество людей выходит на улицы и танцует под его песню «Triller».

Спонтанные акции или спланированные кампании?

Несмотря на то что флешмоб — относительно новое явление, в процессе своего развития он претерпел некоторые изменения и приобрел различные формы. Исследователи выделяют различные виды флешмобов в зависимости от деятельности участников (арт-моб, зомби-моб, данс-моб, полит-моб и т. д.) (Андреев, 2015). Однако, на наш взгляд, наиболее важным для исследования социальной сущности флешмоба являются две группы. Первая включает в себя классические формы флешмоба и спонтанные акции, которые, как правило, не несут в себе особого смысла. Такие флешмобы имеют краткосрочный характер и полностью соответствуют этимологии слова «флеш» — вспышка. Основным субъектом классического флешмоба выступает толпа. Согласно Г. Тарду, толпа способна захватить людей целиком, поскольку она связана с проявлением эмоциональности. Лидеру на толпу легче воздействовать простыми лозунгами, действующими на эмоции (Хевеши, 2001: 52). Классический флешмоб, как правило, основан на принципе «флешмоб вне религии, вне политики, вне экономики», и в основном эффектами флешмоба являются привлечение внимания публики, их любопытства, а также создание некой параллельной реальности посредством некоего спектакля, действия, стремления тем самым отделить себя от остального мира.

Классический флешмоб изначально возник как новая форма социальной солидарности, спонтанной активности «снизу», противопоставившей себя, как уже было сказано, традиционным формам само-проявления социума. Американский ученый Дж. Шуровьески считает, что явление «децентрализации» состоит в принятии совместных решений, в результате чего «умным толпам» дается преимущество, поэтому их действие более эффективно, чем следование команде сверху (Шуровьески, 2007: 83). Однако впоследствии эта форма активности, в силу своей общественной привлекательности, была использована различными группами элит для артикуляции своих интересов и привлечения публики, различных групп влияния. Первыми возникли политические варианты флешмоба, которые бросили вызов традиционным формам общественной самоорганизации. Современные общественные движения, детские и молодежные организации, политические партии, НКО также используют формы флешмоба для привлечения населения к общественно необходимым видам деятельности, политической пропаганды, иных целей (Федорченко, 2011). Позже и бизнесмены стали использовать флешмоб-ак-

ции для привлечения новых клиентов и покупателей. Отмечается, что флешмоб является эффективным инструментом для роста известности бренда. Примером могут служить многочисленные флешмобы, организованные кампанией T-Mobile (Wang, Akella, Bennett, 2014: 26).

Подобные трансформации позволили известному организатору Биллу Уосику в 2005 году констатировать «смерть флешмоба» в его изначальном понимании, поскольку он утрачивает свою аполитичность и становится «слишком серьезным» (Parry, 2014: 9). В результате стало возможным говорить о другой категории флешмобов, которую мы бы назвали «инновационными» или «модернизированными». Они также носят массовый характер, но «масса», как правило, уже более дифференцирована и объединена по интересам. Субъектом этих видов флешмоба выступает уже не толпа, а публика. Под публикой он понимает «чисто духовное собирательное целое», в котором индивиды не собраны, как в толпе, но, будучи физически разделены друг от друга, связаны воедино духовно, а именно общностью убеждений и страстей. Заметим, публика, по Тарду, значительно шире и многочисленнее, чем толпа (Тард, 1998: 266). Дифференциация социальных интересов и потребностей легла в основу развития социальных движений, руководимых различными группами элит.

В подобных модернизированных формах флешмоба, как правило, в качестве участников идентифицируются определенные группы по интересам (например, любители искусства), по групповой принадлежности (например, автомобилисты или представители определенной этнической общности). В этом типе флешмоба явно или скрыто присутствует определенная идея или цель, имеются специальные сайты, лидеры, продвигающие определенные политические, культурные, социальные идеи. Наиболее популярной формой модернизированного флешмоба является политический флешмоб (полит-моб). Традиционные формы политического протеста, принявшие форму флешмоба, особенно характерны для современных политических движений (Вилков, 2014: 68–69). Это позволило многим исследователям рассматривать флешмоб как форму политического манипулирования (Criado, Rashid, Leite, 2016). Прежде всего делается акцент на том, что элементы флешмоба могут использоваться для протестных целей и политической дестабилизации, наподобие «Арабской весны»: «Приемы сетевых технологий, в том числе и полит-моб, могут инициироваться внутренними и внешними акторами для дестабилизации геополитической обстановки, раскрутки «цветных революций», свержения политического режима, а также для провокации межэтнических, межрасовых и межконфессиональных конфликтов» (Володенков, Федорченко, 2015: 5). В ситуации информационного противостояния различных общественно-политических сил властные элиты также используют флешмобы как формы активизации политического участия, прежде всего в молодежной среде. В частности, российские и региональные власти, общественные организации инициируют различные

патриотические и социально значимые мероприятия в подобной форме. Таковы, например, многочисленные акции, проводимые в последние годы в День России¹.

Не менее популярным является и рекламный флешмоб (Gore, 2010). Наряду с политическим или рекламным флешмобом к модернизированному типу можно отнести, например, буккроссинг (свободный обмен книгами в публичных местах или через Интернет) и моб-арт. Моб-арты — это мероприятия, имеющие определенную художественную ценность, которые отличаются от классического флешмоба наличием определенных социальных ролей, участники дифференцированы на режиссеров, сценаристов, организаторов.

Вопрос о манипулятивной сущности модернизированного флешмоба как одной из «уловок» элит с целью «символического насилия», на наш взгляд, является дискуссионным. Точка зрения о том, что элиты перехватывают общественные инициативы с целью формирования установок и навязывания определенной идеологии, на наш взгляд, все-таки не всегда полно характеризует модернизированный тип флешмоба, опирающегося на активность публики и дифференциацию общественных интересов. То же можно сказать и об использовании подобных акций для коммерческих целей. Так, Дж. Гор отмечает, что флешмоб балансирует между попытками апроприации флешмоба бизнесом и одновременно высмеиванием, деконструкцией популярной культуры посредством абсурдных акций (Gore, 2010: 128). Возможно, в ходе дальнейшего развития этой формы активности можно будет говорить также и о различных типах модернизированного флешмоба. Это обусловлено сложностью и многоаспектностью самого феномена «общественных движений», которые, с одной стороны, движимы элитами, а с другой — кроют в себе глубинные ценности, укорененные в общественном сознании. В то же время практики «перехвата инициативы» властными структурами встречаются достаточно часто, в том числе и в России. Так, один из самых крупных флешмобов в России был проведен во Владивостоке в 2013 году², когда 27 тысяч человек с помощью разноцветных флажков составили флаг России.

Неоднозначность понимания флешмоба и его трансформаций отражается, в частности, в феномене Тотального диктанта, который и будет предметом нашего дальнейшего анализа.

Тотальный диктант: «флешмоб для интеллектуалов»?

Одним из видов флешмобов может быть признан Тотальный диктант, который зародился в 2004 году как мероприятие студенческого клуба Новосибирского государственного университета. С тех пор Тотальный диктант перерос в глобальную акцию, которая охватила все субъекты РФ и 69 стран. Тотальный диктант представляет собой

1. РИАМО. (2015). Флешмобы и праздничные акции прошли в День России в Подмосковье. URL: <https://riamo.ru/article/64843/fleshmoby-i-prazdnichnye-aktsii-proshli-v-den-rossii-v-podmoskove.xl> (дата доступа: 06.06.2017).

2. Миняева К. (2013). 5 флешмобов, которые вошли в историю // Российская газета. 29.08.2013.

добровольный бесплатный диктант для всех желающих, который проходит одновременно в разных городах России и мира. Основная цель диктанта — проверка грамотности населения.

Распространение Тотального диктанта на всю Россию и за ее пределы способствовало тому, что журналисты сразу прозвали его «флешмобом для интеллектуалов» (Курылева, 2015). Однако сходство его с флешмобом не настолько очевидно, поэтому необходимо рассмотреть, какие свойства диктанта характеризуют его как одну из форм флешмоба. Если говорить о первом признаке — массовости, то, разумеется, Тотальный диктант — это массовое явление. Основная цель тотального диктанта — «привлечь внимание к вопросам грамотности и развить культуру грамотного письма». Это значит, что Тотальный диктант имеет свою идеологическую основу, принципы, методологию, что также подтверждает его близость к модернизированному типу флешмоба. Девиз Тотального диктанта звучит следующим образом: «Писать грамотно — это модно!» Другим аспектом его идеологии является культивирование патриотических ценностей. Любовь к родному языку в программных документах организаторов неразрывна с «любовью к родине» (Ребковец, 2017: 5).

Массовость акции подчеркивается также словом «тотальный». Авторы утверждают, что получали много упреков в негативном оттенке этого слова. Однако сами организаторы считают, что одна из целей акции — разрывать шаблоны и стереотипы, не быть банальными и скучными. «Мы пошли другим путем, и сегодня все чаще видим примеры, где оно имеет нейтральную или позитивную окраску: *тотальная распродажа, тотальное преобразование, тотальное счастье*» (Ребковец, 2017: 5). Директор Фонда «Тотальный диктант» О. А. Ребковец, описывая характеристики и цели Тотального диктанта в своей программной статье, часто использует слова «уникальный», «креативный и нестандартный подход», подчеркивая стремление к экстравагантности и оригинальности самой идеи акции. Эти признаки также характерны и для флешмоба, задача которого удивить, а иногда и шокировать общество. Действительно, масштабы распространения диктанта впечатляют: «За годы своего существования диктант покорила Антарктиду (Русские антарктические станции в 2013–2016 гг.), космос (МКС в 2014 г.), небо (самолет компании «S7», рейс Новосибирск—Москва в 2016 г.), моря и океаны (парусники «Крузенштерн» и «Паллада» в 2016 г.), проник под землю (Кунгурская пещера) и под воду (петрозаводские дайверы написали диктант под водой)» (Ребковец, 2017: 6). Характеризуя участников Тотального диктанта, можно отметить в первую очередь не только массовость, но и всеохватность. Авторы подчеркивают, что с каждым годом растет число участников: за 12-летнюю историю его существования оно выросло от 150 человек до 200 тысяч (Ребковец, 2017: 8).

Второй признак — одновременность и принцип повторяемости одного и того же действия, также подходит для Тотального диктанта. Он проходит один раз в год, в один и тот же день во всех городах, где участники пишут один и тот же текст (или разные части одного и того же текста). Существуют также четко опре-

деленные критерии оценивания работ. Для подготовки к диктанту в 234 городах России и мира были организованы площадки как непосредственно в городах проведения, так и онлайн. В то же время Тотальный диктант нельзя назвать «спонтанной» акцией, поскольку это долгосрочное, развивающееся мероприятие, которое совершенствуется и привлекает все большее число участников. В течение года проводятся сопровождающие мероприятия, идут подготовительные занятия, школы, семинары, конференции.

На всех площадках мероприятие проходит по одному и тому же, заранее разработанному «сценарию». Это говорит о третьем признаке флешмоба — создании особого, воображаемого мира, игрового действия, со своим сценарием, ролями и правилами. Этот мир основывается на идее безусловной, безоговорочной ценности русского языка как основы для формирования национальной идеологии: «Русский язык сегодня для жителей России и соотечественников за рубежом, пожалуй, единственная безоговорочная и принимаемая всеми ценность, а Тотальный диктант, вовлекая множество разных людей в качестве участников, организаторов, экспертов, волонтеров, диктующих (на сленге Тотального диктанта — «диктаторов»), актуализирует эту ценность и возводит ее в категорию национальной идеи» (Ребковец, 2017: 6).

Итак, в акции существуют четко обозначенная идея, правила и роли различных участников, среди которых выделяются «диктаторы», т. е. дикторы. Также следует отметить формирование особого языка Тотального диктанта, особых обозначений для различных субъектов, их действий. Особенно ярко это проявляется в словах «тотальный» и «диктатор», за что (и не только) акция получала негативную оценку противников «Русского мира» (Пономарева, 2017).

Флешмоб — публичное мероприятие, и Тотальный диктант не исключение. Проведение Тотального диктанта широко освещается в различных источниках, начиная от СМИ и Интернета и заканчивая пропагандой в учебных заведениях и в организациях, а накануне проводятся специальные акции, направленные на поддержку грамотности и привлечение внимания населения к мероприятию. «В 2016 г. об акции вышло более 7000 материалов в СМИ, более 30 000 сообщений в блогах и социальных сетях, общий информационный охват акции составил 1 508 601 745 уникальных просмотров» (Ребковец, 2017: 8). Сами участники также создают группы в социальных сетях, постоянно делятся впечатлениями на личных страницах. Участие в Тотальном диктанте для них — предмет гордости.

Следующий признак флешмоба — наличие эмоциональной вовлеченности как особого рода идентичности приобщения к «общему делу» либо какой-то большой группе. В основном этот признак будет выявлен в анализе интервью. Однако уже сейчас мы можем почитать на различных сайтах восхищенные высказывания «диктаторов» и самих участников.

Вот что пишет Леонид Ярмольник: «Я невероятно счастлив. Эта затея мне очень нравится, когда народ добровольно, несмотря на оценки, хочет проверить свою грамотность. И это тоже как-то объединяет всех. У меня ощущение, что ак-

ция замечательна в том, что русский язык шагает по планете. Я не могу сказать, что волнуюсь, но я невероятно рад — для меня это большая честь. Любовь к русскому языку, желание быть грамотным — это первый шаг к тому, чтобы считать себя и быть культурным человеком» (Ребковец, 2017: 5).

А вот слова Ирины Богушевой: «Ну всё, я стала диктатором! Теперь у меня и значок имеется. Все копия, которые летели в организаторов Тотального диктанта из-за этого существительного, пусть уже воткнутся в землю — потому что это, конечно же, была шутка. Вчера вечером нам всем разослали инструкцию под названием «Памятка диктующим». (И вообще, странно было бы предполагать, что люди, которые делают всероссийский проект по повышению грамотности, не знают, как обращаться со словами. Знают!)» (Ирина Богушевская) (Пономарева, 2017).

Участница Тотального диктанта — одна из победителей конкурса «Народное сочинение» на тему «Как я писал Тотальный диктант» сообщает следующее: «В 2017 году я пришла писать Тотальный диктант. Мне 28 лет, и я учитель русского языка и литературы. Мне диктовал его замечательный человек, который улыбался и грустил, жил весь этот короткий текст. И я жила с ним весь этот диктант... Я посвящаю Тотальный диктант-2017, мой первый в жизни настоящий диктант, моему учителю русского языка и литературы. Я посвящаю и прощаю»³.

Важный признак флешмоба — использование Интернета и информационных технологий. Здесь сходство очевидно — имеется специальный сайт «Тотальный диктант» (totaldict.ru), с отдельными подразделениями в различных городах, кроме того, в различных социальных сетях есть группы по написанию и подготовке Тотального диктанта в различных городах. Диктовка осуществляется через Интернет, а все площадки должны быть оборудованы мультимедийными средствами. Параллельно с диктантом, проводимым на площадках, по этим же текстам проводится онлайн-диктант в Интернете.

Следует отметить и наличие лидеров Тотального диктанта. Несмотря на то что организаторы мероприятия — специалисты Новосибирского государственного университета — сами себя не афишируют, они уже достаточно известны в кругах постоянных участников и поклонников диктанта. Однако наибольший интерес представляют те персоны, которые привлекаются к различным этапам диктанта. Во-первых, это известные писатели, которые пишут тексты для диктанта (Ребковец, 2017: 8). Другой важный вид лидеров — «диктаторы», известные медийные персоны — писатели, актеры, поп- и рок-звезды, другие важные личности, например, актер Леонид Ярмольник, певец Алексей Кортнев, советник президента по культуре и искусству Владимир Толстой, шоумен Максим Галкин и др. Они привлекают участников своей популярностью и писать под их диктовку — значит быть ближе к ним. Все это придает участникам чувство собственной значимости и ответственности.

3. Фонд «Тотальный диктант». (2017). Итоги конкурса сочинений «Как я писал Тотальный диктант». URL: <https://totaldict.ru/news/news/el-itogi-konkursa-sochineniy-kak-ya-pisal-totalnyy-diktant/> (дата доступа: 06.06.2017).

Итак, Тотальный диктант действительно отвечает всем признакам флешмоба, что и признают сами организаторы акции. Возможно, идея флешмоба прямо или косвенно имела в виду при его организации. Так, Егор Заикин в своем интервью еще в 2012 году указал: «Действительно, флешмоб — это когда люди в публичном месте совершают заранее обговоренные абсурдные действия. Но что может быть абсурднее того, что люди добровольно приходят и пишут диктант. Мотивация у участников Тотального диктанта такая же, как и у участников любого флешмоба, хотя, может быть, они сами этого и не осознают» (РИА Новости, 2012).

Идея флешмоба так захватила участников акции, что была подхвачена регионами. В частности, для «информационной поддержки» Тотального диктанта были использованы «опытные» флешмобберы⁴. Популярность Тотального диктанта стала мотивом для проведения аналогичных мероприятий на национальных языках в различных республиках и областях России (диктанты проводятся, например, на башкирском, бурятском, тувинском, удмуртском, чеченском, хантыйском, мансийском, ненецком и других языках). Кроме того, «диктант дал старт таким проектам, как Всероссийский географический диктант, Всероссийский тест по истории, контрольная Яндекса по математике и др.» (Ребковец, 2017: 5).

Элементы флешмоба в восприятии Тотального диктанта его участниками

Для анализа основных особенностей восприятия Тотального диктанта его участниками были проведено пилотное исследование. Его цель состояла в выявлении компонентов флешмоба в восприятии участников Тотального диктанта. Было взято 23 полуформализованных интервью у тех, кто хотя бы один раз участвовал в нем различных городах России. Для поиска респондентов использовались группы в социальных сетях «Фейсбук» и «ВКонтакте», в результате чего были получены ответы из 7 городов (Москва, Казань, Ижевск, Новосибирск, Тюмень, Иркутск, Ростов-на-Дону) и ближнего зарубежья (Луганск). Для дальнейшего поиска респондентов использовался метод «снежного кома». Возрастная структура опрошенных соответствует наиболее активным группам участников (согласно данным ВЦИОМ): работающая молодежь, студенты и средний возраст (Ребковец, 2017: 6). 12 респондентов относятся к группе 27–39 лет, 7 — 18–25 лет, 4 — 40–55 лет. 9 имеют высшее образование, 8 студентов, 3 — среднее профессиональное образование и 1 — среднее общее; 13 участников писали диктант один раз, 6 — 2 раза, 1 — 3 раза, 3 — 4 раза.

Интервью осуществлялось лично и посредством программы Skype. Задачи исследования заключались в выявлении восприятия Тотального диктанта, причин участия в нем, форм участия, источников информации о диктанте, вовлеченности в различные социальные связи, а также понимания участниками основных его це-

4. Фонд «Тотальный диктант». (2017). В Нижнем Тагиле провели флешмоб в поддержку Тотального диктанта. URL: <https://totaldict.ru/nizhny+tagil/v-nizhnem-tagile-proveli-fleshmob-v-podderzhku-totalnogo-diktanta-1400804575/> (дата доступа: 12.05.2017)

лей и идей. Поскольку Тотальный диктант практически не изучен с точки зрения восприятия участников, гайд был составлен так, чтобы можно было выявить особенности практик участия в нем. Интервью включало элементы нарратива — воспоминаний о прошлом: участникам предлагалось вспомнить, каким образом они узнали о Тотальном диктанте и приняли решение в нем участвовать, какие чувства сопровождали их в процессе написания.

Участники диктанта делали это с удовольствием и иногда самопроизвольно, без стимулирования интервьюером, подробно рассказывали о различных аспектах своего участия в акции. Было заметно, что эти воспоминания для них приятны. Идеология Тотального диктанта, как и любого другого социального явления, формируется не только организаторами, но и самими участниками в совместном публичном дискурсе. Поэтому в ходе интервью также важно было выявить, какие идеи, по их мнению, двигают организаторами Тотального диктанта и какие стимулы приобщения к нему наиболее значимы для участников. Все эти задачи служат для выявления основных признаков флешмоба в практиках и идеях Тотального диктанта.

Первый вопрос касался восприятия Тотального диктанта в целом. Большинство участников понимают эту акцию в соответствии с ее основной целью — проверка знаний русского языка. Они указывают на важность этого мероприятия лично для себя, как возможности оценить свои знания, определенное «испытание». Респонденты подчеркивают увлекательный характер Тотального диктанта и возможность посоревноваться с другими. Ситуация неопределенности, связанная с самопроверкой, любопытство, отсутствие ответственности за результат привлекло респондентов к участию в диктанте.

Для меня это в первую очередь проверка себя «на слабо», проверка своих сил, знаний, это интеллектуальная игра, загадка, лабиринт. (Александра, 24 года, офис-менеджер)

Испытание, хотела убедиться, что моя врожденная грамотность все еще при мне, ну и проверить, помню ли что-то из правил, как выяснилось, не все. Моя бабушка была учителем русского и литературы, в какой-то степени это и в память о ней. (Наталья, 36 лет, менеджер по рекламе)

Испытание себя и соревнование с другими. (Наталья, 26 лет, домохозяйка)

Часть респондентов подчеркивает общероссийский или глобальный характер мероприятия, а также возможность пообщаться, приобрести друзей, просто «потусоваться».

Интерес к мероприятию, объединяющему людей со всей страны, а теперь и в разных точках земного шара. (Инна, 35 лет, преподаватель)

Тусовка, событие, праздник, комьюнити... (Александра, 24 года, офис-менеджер)

Уже с первого вопроса у респондентов проявилась эмоциональная вовлеченность. Чувствовалось, что диктант для них имеет какое-то особое значение и представляет живой интерес. Для некоторых он проявляется в желании вновь оказаться за школьной партой, испытать подобные эмоции, поскольку воспоминания детства всегда имеют определенную эмоциональную окраску, дают ощущение праздника. Важный эмоциональный компонент — особое трепетное отношение к русскому языку. Как уже говорилось, возможность проверить себя, испытать «А смогу ли я?» также приводит к определенному эмоциональному возбуждению, свойственному состоянию риска, и доставляет удовольствие.

Акция, призванная возродить в народе любовь к родному языку, так называемую моду на грамотность.

Одновременное участие большого количества людей в такой акции — само по себе заряжает особыми эмоциями, состояние можно сравнить с участием в шествии Бессмертного полка, например. И, заметьте, мы не с шариками выходим на улицы, не глупостями какими-то внешними занимаемся, а всем событием говорим: Люди! Важно быть грамотным человеком! (Ольга, 47 лет, заведующая библиотекой)

Одной из важных причин участия оказывается медийная популярность и широкий охват Тотального диктанта, а также участие в нем известных персон.

Мама мне позвонила в день диктанта и сказала: «Там какая-то акция, диктант по русскому языку писать, ТВ снимать будет, иди сходи» (Александра, 24 года, офис-менеджер)

В прошлом году в паблике группы я узнала, что солисты моей любимой группы «Ундервуд» участвуют в Тотальном диктанте в качестве диктаторов. Так я впервые узнала о мероприятии. (Людмила, 41 год, юрист)

Эмоциональная вовлеченность в крупное мероприятие, объединяющее интеллектуалов, также связана и с престижностью участия в нем. За годы своего существования Тотальный диктант действительно приобрел статус модного события, маркирующего определенную группу людей, референтную для участников:

Это весело, увлекательно, дает тебе вызов, объединяет интересных и умных людей. Мне нравится чувствовать себя частью этого события. (Наталья, 34 года, менеджер проектов)

Участие в диктанте связано с поддержанием в той или иной форме коммуникации: большинство информантов пришли вместе с друзьями или родственниками. Для некоторых участие в диктанте стало традицией, которую они поддерживают в группах.

С каждым годом агитирую новых людей и друзей, с некоторыми у нас уже традиция. (Наталья, 34 года, менеджер проектов)

Участвовала одна, хотя о диктанте предварительно рассказывала друзьям, знакомым, коллегам. На словах все готовы были присоединиться, однако у всех нашлись другие дела. (Людмила, 41 год, юрист)

Подавляющее большинство узнали о проведении Тотального диктанта из Интернета и социальных сетей. Менее популярны в качестве источников информации СМИ и ближайший круг общения, а также по месту учебы. В целом следует отметить хорошую информированность респондентов, многие указали несколько источников, а несколько просто уже не помнят, откуда узнали о нем, что говорит об эффективной информационной политике организаторов диктанта, профессионально использующих целый комплекс информационных ресурсов.

Я не знаю, откуда. Как-то так получилось, что отовсюду сразу: папа сказал, что проходит, в ВК были рекламки, да и просто в Интернете были записи, типа: «Тотальный диктант! Тотальный диктант!» (Михаил, 18 лет, студент)

На вопрос о чувствах, испытываемых в ходе диктанта, респонденты отвечали охотно и с воодушевлением. Эмоциональная составляющая является одним из основных компонентов флешмоба; причем участники акций испытывают, как правило, противоречивые чувства или целый их комплекс. В качестве наиболее популярных эмоций они вспоминают волнение и радостный трепет, связанные с проверкой знаний и ответственностью от участия в таком масштабном мероприятии.

В первый раз я писала в республиканской юношеской библиотеке. Чуть не опоздала. Бежала. И волновалась уже с утра. В этом году волнения было меньше, но все равно было какое-то приподнятое праздничное настроение. (Людмила, 41 год, юрист)

...волнение (как на экзамене), азарт, интерес, воодушевление, гордость иногда. (Александра, 24 года, офис-менеджер)

Ностальгию, волнение, трепет. (Людмила, 44 года, домохозяйка)

...что участвую в грандиозном, крутом и очень, так сказать, правильном мероприятии!

Эмоциональный накал можно связать также с попаданием в «воображаемый мир» флешмоба, как бы в параллельную реальность, к которой участники акции относятся очень серьезно: на какое-то время внешний мир перестает существовать; возрастает чувство собственной значимости от приобщения к такому серьезному мероприятию.

Честно, я испытывал чувство некоторой нереальности — я, вот, значит, сижу, пишу то, что пишут еще миллионы по стране... И еще я испытывал чувство растерянности — я никак не успевал за диктором (ведущим на радио «Рок ФМ», имя-отчество я не запомнил). Он слишком быстро и иногда нечетко читал, и я волновался, что напишу не настолько хорошо, насколько я мог бы. (Михаил, 18 лет, студент)

Респондентам было предложено дать определение участников диктанта, посредством чего они демонстрировали свою идентификацию с другими и с самой идеей мероприятия. Итак, это в первую очередь люди любопытные, любознательные, а также образованные. Кроме того, это активные люди, которые не только сами готовы участвовать, но и увлекают других. Также участники диктанта — это люди, заинтересованные в развитии русского языка.

Как я понимаю, участники диктанта — студенческая молодежь и люди старшего возраста, из тех, кто в советские времена выписывали все толстые журналы, чтобы прочитывать все новые произведения, а не только газеты с новостями. (Ольга, 47 лет, зав. библиотекой)

Активных, как в социальном плане, так и в плане лингвистическом. Диктант это объединение людей, говорящих на русском языке. (Роман, 25 лет, работник общепита)

Многие не могут выделить конкретные характеристики участников, но отмечают, что это представители различных социальных групп, что также вызывает радость у респондентов, ведь диктант — это массовое и широко распространенное явление.

Я считаю, что Тотальный диктант объединяет самых разных людей: студентов, менеджеров, врачей и так далее, так как основной целью всех, как мне кажется, есть проверка своих знаний. (Иван, 28 лет, инженер)

Одна из идей Тотального диктанта — это «порядок». В условиях, когда в языке происходят постоянные изменения, приводящие к хаосу, организаторы диктанта как бы призывают к необходимости «наведения порядка» в стране и в мире. Идея порядка также созвучна патриотическим идеям и официальной идеологии. Как отмечает О. Рябковец в своем интервью для РИА Новости: «Действительно, сейчас в языке хаос. Часто непонятно, где правильное написание, а где нет. Норма это то, как неправильно говорит большинство или как зафиксировано в словарях? Много вопросов. Но мы все же призываем к порядку и соблюдению элементарных норм» (РИА Новости, 2012). Иными словами, Тотальный диктант призывает к установлению социального порядка через «наведение порядка» в языке. Звучит это и из уст наших информантов.

[Диктант объединяет] людей ищущих себя, интересующихся литературой, языками, любящих новое и порядок во всем. (Ксения, 36 лет, администратор)

Информанты идентифицируют себя с группой умных, грамотных людей, «умеющих писать по-русски», равнодушных к сохранению и распространению русского языка во всем мире, а также патриотов.

Тотальный диктант объединяет людей, интересующихся литературой, русским языком, всеми вот этими пра-а-а-вилами, которые и не упомнишь и в которых есть исключения (куда же без них), людей, которым интересно провести время за написанием текста. (Михаил, 18 лет, студент)

Респондентам было предложено охарактеризовать основные цели диктанта. Наиболее важной, по их мнению, стала популяризация грамотности и внимания к ней со стороны населения, распространение культуры правильного письма для широких масс. Некоторые даже отвечали, что Тотальный диктант спасает общество от деградации, поскольку незнание русского языка приводит и к интеллектуальному упадку человека.

Чтоб люди после этого начали лучше изучать русский язык и читать больше, самообразовываться. (Юлия, 22 года, студентка)

Те, кто ограничивает себя фразочками в контакте, мало читает хорошей литературы, поневоле деградирует. Как в грамотности, так и в целом, интеллектуально. (Ольга, 47 лет, зав. библиотекой)

...для того чтобы объединить людей, повысить общую грамотность и интерес к русскому языку, ввести моду на реально важные вещи, дополнить общую систему образования добровольной тягой людей к знаниям. (Александр, 24 года, офис-менеджер)

Необходимость хорошо знать русский язык объясняется респондентами прежде всего принадлежностью к России и русской нации. Это подтверждает восприятие участниками одной из основных идей диктанта — патриотизма. Любовь к русскому языку неотделима для организаторов акции от любви «к своей родине» (Ребковец, 2017: 6). По мнению ряда участников, знание своего языка также является признаком настоящего гражданина своей страны.

Мы русские. И это очень много значит. И очень ко многому обязывает. Обязывает знать нашу историю, нашу литературу, знать наши корни. Язык — одно из важных, неотъемлемых наших богатств. И богатство это нужно знать, ценить, беречь, то есть быть грамотным. (Ольга, 47 лет, зав. библиотекой)

Мы живем в России, это наш язык. Мне было бы стыдно не смочь ответить на вопрос иностранца, что означает слово или как оно пишется. Или объяснить грамматику. Это моя гражданская позиция. (Яна, 25 лет, аспирант)

Умение писать правильно отличает не только представителя определенной нации, страны, но и приличного, достойного человека, возможно, характеризует социальный статус принадлежности к привилегированной социальной группе пишущих и говорящих грамотно, «интеллектуалов».

В приличном обществе «своих» узнают не только по манере говорить, но и по манере писать. Это касается многих документов, деловой переписки... (Елена, 26 лет, домохозяйка)

Я — гуманитарий, и для меня иногда пропуск запятой или какая-нибудь нелепая ошибка сродни удару обухом по башке — и в голове сразу мысли: Ну вооот, опаяяять! Вот же глупцыыы!! (Михаил, 18 лет, студент)

Отношение к языку (не только русскому), его использование, служит для меня маркером, по которому я подсознательно определяю, в какой плоскости у нас с данным человеком будут складываться отношения и будут ли вообще. Поэтому в глобальном смысле знать русский не важно, но его знание помогает ранжировать окружающих. (Ксения, 36 лет, администратор)

Умение правильно пользоваться языком также является признаком профессионализма. Профессиональная составляющая грамотности особенно ярко проявилась у представителей более старшей возрастной группы старше 35 лет.

По долгу службы веду много переписки, и меня коробят простейшие ошибки в письмах. На мой взгляд, это непрофессионально. (Наталья, 36 лет, менеджер по рекламе)

Еще одна цель мероприятия — возможность самореализации людей. Люди могут, каждый по-своему, реализовать себя, участвуя в диктанте, и одновременно внести свой вклад в развитие языковой культуры. Это также соотносится с одной из основных идей Тотального диктанта, декларируемых организаторами, — самосовершенствование и желание изменить мир к лучшему (Ребковец, 2017: 6).

Каждый находит в акции то, что ему интересно. Кто-то реализовал себя в качестве организатора, кто-то — проверяющего, сисадмина, студента, преподавателя при подготовке к диктанту. Организаторы становятся организаторами из стремления расширить границы мероприятия, организовать написание диктанта там, где его еще не проводят, привлечь новую аудиторию, сделать свой вклад в популяризацию русского языка.

Сочетание увлекательного процесса «возвращения в школу» и в общем-то отсутствие определенной ответственности («результат ни на что не повлияет») создает атмосферу игры и свойственной ей свободы, характерную для флешмобовских акций.

Любая «движуха» — это здорово. Самое главное, что, в отличие от школы, плохой результат никак ни на что не повлияет. Так что бояться нечего. (Инна, 35 лет, преподаватель)

Некоторые участники предлагают живые, эмоциональные слоганы, побуждающие к общественному участию и вниманию к своей грамотности. Опрошенные подчеркивают со-бытие участников, их коллективную мы-идентичность.

Давай сделаем это вместе! Узнай всю правду о своей грамотности. (Ксения, 36 лет, администратор)

Если не мы, то кто же? (Людмила, 44 года, домохозяйка)

Флешмоб придает ощущение значимости за счет участия в масштабном событии и приобщении к лидерам, элитным группам, что говорит о значимости лидерства в тотальном диктанте.

Я бы сказала, что на ТД можно познакомиться с селебритами, засветиться в СМИ, получить сувенирку, ну и похвастаться хорошим результатом и прослыть самым умным на районе. (Александра, 24 года, офис-менеджер)

Заключение

В нашей работе мы выявили основные признаки «классического флешмоба», такие, как одновременность, публичность, эмоциональная вовлеченность участников, формирование новой реальности, наличие сценария и лидеров, использование современных технологий для привлечения массовой аудитории. Анализ показал, что Тотальный диктант как форма социального поведения отражает тенденции перехода классического флешмоба к его модернизированной форме. Эта тенденция демонстрирует амбивалентность массовости и массового поведения, субъект которого становится все более диверсифицированным, приобретает идентичность, обогащается идеологическим содержанием.

В то же время, институционализация Тотального диктанта ведет к противоречивой трансформации других характеристик классического флешмоба: публичность диктанта обеспечивается прежде всего в интернет-пространстве, эмоциональная приобщенность и идентичность формируют образ интеллектуала, чувствительного к языковой компетенции и способствующего распространению русского языка как ценности, интегрирующей российское общество. Сценарий диктанта формируется в соответствии с классической практикой обучения языку, отражающей унифицирующий характер традиционного образования (письмо под диктовку), и в то же время, осуществляется представителями интеллектуальной и культурной элиты, обеспечивающей исключительность, снятие социальных барьеров и возможность приобщиться к миру, который ранее считался недости-

жимым. Этот воображаемый мир, создаваемый традиционным флешмобом, становится реальным в ходе синхронного написания диктанта, получения символических подтверждений об уровне знания языка (сертификата с оценкой).

Теоретический анализ показал, что движение от классического к модернизированному флешмобу в процессе институционализации Тотального диктанта обусловлено стремлением социального субъекта преодолеть противоречия между массовизацией и идентификацией, унификацией и уникальностью, воображаемым миром иллюзий и стремлением получить ощутимые результаты от взаимодействия с миром. Это напряженное движение, отражающее стремление личности к реализации своего потенциала, повышению социального статуса в современном меняющемся мире, наиболее ярко прослеживается в результатах интервью с участниками диктанта.

С одной стороны, участники диктанта указывают массовость мероприятия и его широкое распространение, многообразие участников. Одновременно они отмечают и особый статус участника диктанта — это, как правило, люди образованные, относящиеся профессионально к своему делу, социально активные и не равнодушные к грамотному использованию русского языка, интеллектуалы, Интервью с участниками продемонстрировали трансформацию еще одного признака классического флешмоба — эмоциональной вовлеченности. Информанты подчеркивают ярко выраженную эмоциональную окрашенность участия в диктанте, обусловленную волнением, острыми ощущениями, вызванными самой ситуацией «проверки своих возможностей», а также принадлежностью к столь масштабной акции. С другой — они обращают внимание на исключительность и ответственность приобщения к языковому сообществу, заботящемуся о достижении социального порядка через порядок в языке. Ощущение праздника, вызванного ностальгической тоской по «классной комнате», сочетается с потребностью подтвердить и продемонстрировать свои уникальные знания. Участников привлекает игровой, воображаемый характер диктанта и свобода от последствий сделанных ошибок, но в то же время они осознают мощную преобразующую роль диктанта и подчеркивают необходимость подобной акции как для общества, заинтересованного в грамотных и патриотичных членах, так и для отдельной личности, реализующей свой языковой потенциал и продвигающей русский язык в глобальном мире. Таким образом, чувства участников диктанта также отразили существующие напряжения модернизации флешмоба как социального явления.

История развития Тотального диктанта, идеи, закладываемые организаторами и воспринятые участниками, демонстрируют всю сложность и дискуссионность анализа социальной сущности флешмоба, ежегодно претерпевающего существенные изменения. Модернизация Тотального диктанта от локальной полуразвлекательной студенческой акции до крупномасштабного международного события, призванного популяризировать русский язык и интегрировать русскоязычное население во всем мире, является ярким примером модернизации флешмоба в форме «перехвата инициативы» властных элит для культивирования определенных

установок посредством общественно привлекательной акции, в которой отражаются противоречивые свойства как традиционных, так и современных социальных движений и иных форм общественной жизни: напряжение между массовостью и идентичностью, унификации и индивидуальности, эфемерностью утопий и потребностью в самореализации в реальном мире. В то же время акция демонстрирует многообразие центров притяжения социальной активности и позволяет надеяться на сохранение и развитие баланса культивируемых ценностей с общественными интересами и активностью участников диктанта.

Литература

- Андреев В. К. (2015). Флешмоб-культура и ее отражение в субкультурном лексиконе // Вестник Псковского государственного университета. Серия «Социально-гуманитарные науки». Вып. 1. С. 149–153.
- Вилков А. А. (2014). «Мягкая сила» как элемент имиджевых технологий во внутренней и внешней политике // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Социология. Политология». Т. 14. Вып. 2. С. 66–76.
- Володенков С. В., Федорченко С. Н. (2015). Флешмоб как сетевая технология современного политического менеджмента (на примере России и США) // Вестник Московского государственного областного университета (Электронный журнал). № 3. URL: <https://istina.msu.ru/publications/article/10633673/> (дата доступа 17.06.2017).
- Каминиченко Д. И. (2014). Флешмоб как политическое явление: теоретические аспекты // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Социология. Политология». Т. 14. Вып. 3. С. 91–94.
- Каневский М. (2006). Мобильный дозор. OSМыСливая политику. М.: Европа.
- Ким И. Е. (2017). Тотальный диктант как форма проявления русского языкового сообщества // Кошкарева Н. Б. (ред.). #ТОТСБОРНИК: Сборник научных трудов по материалам Тотального диктанта. Вып. 1. Новосибирск: НГУ.
- Курылева А. (2015). Тотальный диктант — флешмоб для интеллектуалов // Гилель: Россия. 25 апреля URL: <http://www.hillel.ru/spb/item/193-fleshmob-dlya-intellektualov> (дата доступа 05.06.2017).
- РИА Новости. (2012). Организаторы «Тотального диктанта»: неграмотные люди стали заметны. URL: <https://ria.ru/interview/20120330/609984556.html> (дата доступа: 14.05.2017).
- Панов А. А. (2009). Флешмоб в Москве и в России // Громов Д. В. (сост.), Мартынова М. Ю. (ред.). Молодежные субкультуры Москвы. М.: Институт этнологии и антропологии РАН. С. 344–385.
- Пономарева А. (2017). Оружие массового воссоединения // Радио свобода. 10.04.2017. URL: <https://www.svoboda.org/a/28420717.html> (дата доступа: 11.05.2017).
- Ревковец О. А. (2017). #ТОТДИКТАНТ: о глобальности, небанальности и эмоциональности в Тотальном диктанте // Кошкарева Н. Б. (ред.). #ТОТСБОРНИК:

- Сборник научных трудов по материалам Тотального диктанта. Вып. 1. Новосибирск: НГУ. С. 4–10.
- Рейнгольд Г. (2006). Умная толпа: новая социальная революция / Пер. с англ. А. Гарькавого. М.: ФАИР-ПРЕСС.
- Тард Г. (1998). Мнение и толпа // Психология толп. М.: КСП+. С. 257–408.
- Федорченко С. Н. (2011). Заря мобберных политтехнологий: политический флеш-моб // Наука и молодежь: взгляд в будущее: Материалы III и IV научно-практических конференций Молодежного научного общества. М.: Спутник+. С. 29–31.
- Фролова И. (2011). Большой флешмоб маленького города // *Омельченко Е. Л., Сабирова Г. А.* (ред.). Новые молодежные движения и солидарности России. Ульяновск: Изд-во Ульяновского гос. ун-та. С. 191–208.
- Хабермас Ю. (2011). Публичное пространство и политическая публичность: биографические корни двух мыслительных мотивов // *Хабермас Ю.* Между натурализмом и религией: философские статьи / Пер. с нем. М. Б. Скуратова. М.: Весь мир. С. 15–26.
- Хевеши М. А. (2001). Толпа, массы, политика: историко-философский очерк. М.: ИФ РАН.
- Хейзинга Й. (1997). Homo Ludens: статьи по истории культуры / Пер. с нидерл. Д. В. Сильвестрова. М.: Прогресс-Традиция.
- Шуровьески Д. (2007). Мудрость толпы: почему вместе мы умнее, чем поодиночке, и как коллективный разум формирует бизнес, экономику, общество и государство / Пер. с англ. В. Логвинова. М.: Вильямс.
- Anderson M. E. (2013). Oprah Feelin': Technologies of Reception in the Commercial Flash Mob // *McCutcheon J., Sellers-Young B.* (eds.). Embodied Consciousness: Performance Technologies. Berlin: Springer. P. 159–176.
- Criado N., Rashid A., Leite L. (2016). Flash Mobs, Arab Spring and Protest Movements: Can We Analyse Group Identities in Online Conversations? // *Expert Systems with Applications*. Vol. 62. P. 212–224.
- Gore G. (2010). Flash Mob Dance and the Territorialisation of Urban Movement // *Anthropological Notebooks*. Vol. 16. № 3. P. 125–131.
- Grant F. S., Bal A., Parent M. (2012). Operatic Flash Mob: Consumer Arousal, Connectedness and Emotion // *Journal of Consumer Behaviour*. Vol. 11. № 3. P. 244–251.
- Kaulingfreks R., Warren S. (2010). Flash Mobs, Mobile Clubbing and the City // *Culture & Organization*. Vol. 16. № 3. P. 211–227.
- Lloyd C. B. (ed.). (2005). Growing Up Global: The Changing Transitions to Adulthood in Developing Countries. Washington: National Academies Press.
- Melucci A. (1980). The New Social Movements: A Theoretical Approach // *Social Science Information*. Vol. 19. P. 199–226.
- Molnár V. (2009). Reframing Public Space Through the Digital Mobilization: Flash Mobs and the Futility of Contemporary Urban Youth Culture // *Space and Culture*. Vol. 17. № 1. P. 43–58.

- Parry A.* (2014). Flash Mob as a Channel of Influence: Plan of a Political Flash Mob. URL: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/82900/thesis.AnitaParri.pdf> (дата доступа: 12.06.2017)
- Rodríguez C.* (2010). Unhinged Realities: Communication and the Power of Performance // *Media Development*. Vol. 4. P. 26–29.
- Stevens Q.* (2007). *The Ludic City: Exploring the Potential of Public Spaces*. London: Routledge.
- Wang C., Akella D. P., Bennett C. F.* (2014). Flash Mobs in the 21st Century: Mobile Technology Shapes Human Collective Behavior // *International Journal of Business, Humanities and Technology*. Vol. 4. № 3. P. 24–32.
- Watkins C.* (2005). Representations of Space, Spatial Practices and Spaces of Representation: An Application of Lefebvre's Spatial Triad // *Culture and Organization*. Vol. 11. № 3. P. 209–220.

“Find Out the Truth about Your Literacy!” The Total Dictation as a Form of Flash Mob

Marina Makarova

Professor, Department of Sociology, Udmurt State University
Address: Universitetskaya str., 1, Izhevsk, Russian Federation 426034
E-mail: makmar11@mail.ru

Valeria Simonova

Undergraduate Student, Udmurt State University
Address: Universitetskaya str., 1, Izhevsk, Russian Federation 426034
E-mail: lera93-93@bk.ru

The main features of the Total Dictation as a form of a flash mob are considered in the article. The main characteristics of a flash mob are illustrated, especially its ephemerality, the simultaneous and public action that is based on strict rules and scenario, and its organization through the Internet and contemporary communication networks, or social media. The main factors of the development of flash mobs are a dissatisfaction with existing forms of social participation, and the improvement of new electronic forms of social communication. Flash mobs come under the two headings of classic and modernized. A classical flash mob does not have any goals. The modernized flash mob has some ideology defining it and can be organized during a specific time. The Total Dictation is the mass action for people who want to evaluate his or her literacy through writing dictation in different places in Russia, around the world, and online. It is organized in Russia and fulfilled by the experts from the Novosibirsk State University, and also serves the rising interest in the Russian language. During the process of the analysis, it is discovered that the Total Dictation is the one of the forms of the modernized flash mobs. It is a mass event because its popularity has grown to a global level. It also has its own ideology, and it is carried out at the same time in different places. It is also a public action, has a clear scenario, and rules for its manifestation. The main function of organization belongs to the website, and to the groups in social media. The Total Dictation also has leaders, clear goals, and a differentiation of the participants, what means

that it can be defined as the modernized form of flash mobs. The results of the interviews with participants confirmed the existence of the flash mobs' features, especially special emotional situations ("like before an exam"), and the identification with the group of patriotic intellectuals who are fond of the Russian language.

Keywords: flash mobs, Total Dictation, public sphere, identity, social order, social behavior

References

- Anderson M. E. (2013) Oprah Feelin': Technologies of Reception in the Commercial Flash Mob. *Embodied Consciousness: Performance Technologies* (eds. J. McCutcheon, B. Sellers-Young), Berlin: Springer, pp. 159–176.
- Andreev V. (2015) Fleshmob-kul'tura i ee otrazhenie v subkul'turnom leksikone [Flesh Mob Culture and Its Reflection in Subcultural Lexicon]. *Vestnik of Pskov State University. Series "Social Sciences, Humanities, and Psychological and Educational Sciences"*, vol. 1, pp. 149–153.
- Criado N., Rashid A., Leite L. (2016) Flash Mobs, Arab Spring and Protest Movements: Can We Analyse Group Identities in Online Conversations? *Expert Systems with Applications*, vol. 62, pp. 212–224.
- Fedorchenko S. (2011) Zarya mobbernyh polittekhnologij: politicheskij flehshmob [Dawning of Mob Political Technologies]. *Nauka i molodezh': vzglyad v budushchee* [Science and Youth: Looking to the Future], Moscow: Sputnik, pp. 29–31.
- Frolova I. (2011) Bol'shoj fleshmob malen'kogo goroda [Big Flash Mob of the Small Town]. *Novye molodezhnye dvizheniya i solidarnosti Rossii* [New Youth Movements and Solidarities of Russia] (eds. E. Omelchenko, G. Sabirova), Ulyanovsk: Ulyanovsk State University Press, pp. 191–208.
- Gore G. (2010) Flash Mob Dance and the Territorialisation of Urban Movement. *Anthropological Notebooks*, vol. 16, no 3, pp. 125–131.
- Grant F. S., Bal A., Parent M. (2012) Operatic Flash Mob: Consumer Arousal, Connectedness and Emotion. *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 11, no 3, pp. 244–251.
- Habermas J. (2011) Publichnoe prostranstvo i politicheskaya publichnost': biograficheskie korni dvuh myslitel'nyh motivov [Public Space and the Political Public Sphere: Biographical Roots of Two Mental Motives]. *Mezhdru naturalizmom i religiej: filosofskie stat'i* [Between Naturalism and Religion: Philosophical Papers], Moscow: Ves mir, pp. 15–26.
- Huizinga J. (1997) *Homo Ludens: stat'i po istorii kul'tury* [Homo Ludens: Papers on the History of Culture], Moscow: Progress-Tradition.
- Heveshi M. (2001) *Tolpa, massy, politika: istoriko-filosofskij ocherk* [Mob, Mass, Politics: Historical and Philosophical Essay], Moscow: IF RAN.
- Kaminichenko D. (2014) Fleshmob kak politicheskoe yavlenie: teoreticheskie aspekty [Flash Mob as a Political Phenomenon: Theoretical Aspects]. *Izvestia of Saratov University. New Series. Series "Sociology and Politology"*, vol. 14, no 3, pp. 91–94.
- Kanevsky M. (2006) *Mobil'nyj dozor: osmyslivaya politiku* [Mobile Watch: Reflecting on Politics], Moscow: Europa.
- Kaulingfreks R., Warren, S. (2010) Flash Mobs, Mobile Clubbing and the City. *Culture & Organization*, vol. 16, no 3, pp. 211–227.
- Kim I. E. (2017) Total'nyj diktant kak forma proyavleniya russkogo yazykovogo soobshchestva [Total Dictation as a Form of Reflection of Russian Language Community]. *#TOTSbornik: sbornik nauchnyh trudov po materialam Total'nogo diktanta* [#TOTSbornik: Scientific Works Based on the Materials of Total Dictation] (ed. N. Koshkareva), Novosibirsk: NSU, pp. 20–29.
- Kuryleva A. (2015) Total'nyj diktant — fleshmob dlya intellektualov [Total Dictation is a Flesh Mob for Intellectuals]. Available at: <http://www.hillel.ru/spb/item/193-fleshmob-dlya-intellektualov> (accessed 5 June 2017).
- Lloyd C. B. (ed.) (2005) *Growing Up Global: The Changing Transitions to Adulthood in Developing Countries*, Washington: National Academies Press. Available at: <http://www.popcouncil.org/uploads/pdfs/GUGBrief.pdf> (accessed 12 June 2017).
- Melucci A. (1980) The New Social Movements: A Theoretical Approach. *Social Science Information*, vol. 19, pp. 199–226.

- Molnár V. (2009) Reframing Public Space Through the Digital Mobilization: Flash Mobs and the Futility of Contemporary Urban Youth Culture. *Space and Culture*, vol. 17, no 1, pp. 43–58.
- Panov A. (2009) Flehshmob v Moskve i v Rossii [Flesh Mob in Moscow and in Russia]. *Molodezhnye subkul'tury Moskvy* [Moscow Youth Subcultures] (eds. D. Gromov, M. Martynova), Moscow: Institute of Ethnology and Anthropology, pp. 344–385.
- Parry A. (2014) Flash Mob as a Channel of Influence. Plan of a Political Flash Mob. Available at: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/82900/thesis.AnitaParri.pdf> (accessed 12 June 2017).
- Ponomareva A. (2017) Oruzhie massovogo vossoedineniya [Weapon of Mass Reunification]. Available at: <https://www.svoboda.org/a/28420717.html> (accessed 11 May 2017).
- Rebkovets O. (2017) #TOTDIKTANT: o global'nosti, nebanal'nosti i ehmocional'nosti v Total'nom diktante [#TOTDIKTANT: About Globality and Emotionality in the Total Dictation]. #TOTSbornik: *Sbornik nauchnykh trudov po materialam Total'nogo diktanta* [#TOTSbornik: Collection of Scientific Works Based on the Materials of Total Dictation] (ed. N. Koshkareva), Novosibirsk: NSU, pp. 4–10.
- Rheingold H. (2006) *Umnaya tolpa: novaya social'naya revolyuciya* [Smart Mob: The Next Social Revolution], Moscow: Fair-Press.
- RIA Novosti (2012) Organizatory "Total'nogo diktanta": negramotnye lyudi stali zametny (2012) [Organizers of Total Dictation: Illiterate individuals have become visible]. Available at: <https://ria.ru/interview/20120330/609984556.html> (accessed 14 May 2017).
- Rodríguez C. (2010) Unhinged Realities: Communication and the Power of Performance. *Media Development*, vol. 4, pp. 26–29.
- Surowiecki J. (2007) *Mudrost' tolpy: pochemu vmeste my umnee, chem poodinochke, i kak kolektivnyj razum formiruet biznes, ehkonomiku, obshchestvo i gosudarstvo* [The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter Than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations], Moscow: Williams.
- Stevens Q. (2007) *The Ludic City: Exploring the Potential of Public Spaces*, London: Routledge.
- Tarde G. (1998) Mnenie i tolpa [Opinion and Mob]. *Psihologiya tolpy* [Psychology of Mobs], Moscow: RAN Institute of Psychology, pp. 257–408.
- Vilkov A. (2014) "Myagkaya sila" kak ehlement imidzhevyykh tekhnologiy vo vnutrennej i vneshnej politike [Soft Power as an Element of Image Technologies in Internal and External Policy]. *Izvestiya of Saratov University. New Series. Series "Sociology. Political Sciences"*, vol. 14, no 2, pp. 66–76.
- Volodenkov S., Fedorchenko S. (2015) Flehshmob kak setevaya tekhnologiya sovremennogo politicheskogo menedzhmenta (na primere Rossii i SSHA) [Flesh Mob as Network Technology of Contemporary Political Management (Russia and US Case)]. *Vestnik MGOU*, no 3. Available at: <https://istina.msu.ru/publications/article/10633673/> (accessed 17 June 2017).
- Wang C., Akella D. P., Bennett C. F. (2014) Flash Mobs in the 21st Century: Mobile Technology Shapes Human Collective Behavior. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, vol. 4, pp. 24–32.
- Watkins C. (2005) Representations of Space, Spatial Practices and Spaces of Representation: An Application of Lefebvre's Spatial Triad. *Culture and Organization*, vol. 11, no 3, pp. 209–220.