

**Autor:** Englert, Carina Jasmin/ Roslon, Michael.

**Titel:** Gemeinschaft für lau. Der Flashmob als kurzzeitige Form der Vergemeinschaftung.

**Quelle:** merz. Medien + Erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik. 54. Jahrgang, Nr. 1. München 2010, S. 64-68.

**Verlag:** Kopaed Verlagsgesellschaft.

Die Veröffentlichung erfolgt mit freundlicher Genehmigung des Verlags.

---

*Carina Jasmin Englert und Michael Roslon*

# **Gemeinschaft für lau. Der Flashmob als kurzzeitige Form der Vergemeinschaftung.**

Flashmobs bieten eine Form der Gemeinschaft, die augenscheinlich in der heutigen Gesellschaft erstrebenswert ist: Sie bieten die Vorteile einer Gemeinschaft, nehmen ihre Mitglieder aber im Gegensatz zu sonstigen Gemeinschaften nicht in die Pflicht. Sie bieten Anonymität und Unverbindlichkeit, aber dennoch das Gefühl, zu einer Gemeinschaft oder einer Bewegung zu gehören. Doch was macht den Reiz daran aus? Und wie genau - und zu welchem Zweck - entstehen eigentlich Flashmobs?

Es ist der Erste des Monats, es ist an der Zeit, den großen Monateinkauf hinter sich zu bringen. Sie gehen in einen Supermarkt und beladen nach und nach Ihren Einkaufswagen. Als Sie an der Kühltheke stehen, werden Sie plötzlich unsanft aus Ihren alltäglichen Gedanken gerissen: Die Menschen um Sie herum erstarren. Sie sehen sich um, ein Teenager-Pärchen verharrt Händchen haltend vor dem Weinsortiment, eine junge Frau Ende Zwanzig erstarrt bei dem Griff zum Gurkenglas in der obersten Regalreihe, ein Mann Mitte Vierzig starrt ohne jegliche Regung auf den soeben aus dem Kühlregal genommenen Joghurtbecher. Sie sind die einzige Person, die sich in Ihrem Umfeld des Supermarktes noch zu bewegen scheint. Dieses Szenario bietet sich Ihnen in circa eine

halbe Minute lang, in der Sie ausreichend Zeit haben, völlig irritiert von dem Verhalten Ihrer Mitmenschen zu sein. In denen Ihnen Gedanken wie „Was ist hier los?“, „Was soll das?“ und „Was machen die denn alle da?“ durch den Kopf schießen. Ein Pfeifton ist zu hören, alle Menschen um Sie herum bewegen sich plötzlich wieder wie gewohnt, als ob dieses Ereignis nie stattgefunden hätte. Was Ihnen zu diesem Zeitpunkt noch nicht klar ist: Sie sind soeben Zeuge eines Flashmobs geworden! Seit 2003 finden sich immer häufiger Menschen zu Flashmobs zusammen. Ein Flashmob ist ein aktuelles und vermehrt diskutiertes Phänomen unseres Alltags, welches auf die Außenstehenden zunächst irritierend und verwirrend wirkt, obwohl dies gar nicht die Intention eines Flashmobs sein muss. Doch warum nehmen vermehrt Menschen an diesem Ereignis teil, was macht die Attraktivität eines Flashmobs aus? Diese Frage wird im Nachstehenden aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive zu ergründen sein. Hierbei spielt vor allem auch die Diskrepanz zwischen dem emischen und etischen Erleben des Flashmobs (also der ‚inneren‘, teilnehmenden und ‚äußeren‘ zusehenden Perspektive auf das Geschehen) eine entscheidende Rolle<sup>1</sup>.

## Die Irritation durch Gemeinschaft

Die Absurdität eines Flashmobs, der uns plötzlich im Alltag begegnet und uns aus unserer alltäglichen Routine reißt, zeigt sich bereits an oben angeführtem Beispiel. 2003 ereignete sich in Manhattan der erste Flashmob. Sein Initiator Bill Wasik sieht das Ziel des Flashmobs darin, durch „Deindividuation“ (Stivers 2008, S. 52) in einer Atmosphäre der Konformität nur danach zu streben, Teil einer Bewegung zu werden, egal, wie sinnfrei diese sei: „[...] Bill Wasik described it as a ‚sociological experiment‘ designed to poke fun at the cultural atmosphere of conformity it was breathed“ (Eckardt et al. 2008, S. 98). Nun ist menschliches Tun niemals wirklich sinnfrei, sondern verschmilzt laut Emile Durkheim auf kollektiver Ebene zu einem völlig neuen, emergenten Sinn (vgl. Durkheim 1984, S. 187). Eine allgemeine Definition beschreibt den Flashmob als eine kurzzeitige Ansammlung einer Menschenmasse an einem bestimmten (meist öffentlichen) Ort, „[ ...] a

---

<sup>1</sup> Der Flashmob eignet sich deshalb so gut für solch eine Untersuchung, da der Moment des ‚Sich-Ereignens‘, der Augenblick der Entstehung, ein entscheidendes Charakteristikum des Flashmobs darstellt. Natürlich kann dieser in Form von (beispielsweise YouTube-)Videos jederzeit wieder reproduziert werden, es handelt sich dabei jedoch lediglich um eine Kopie der konkret in der Praxis entstandenen Oberfläche einer Aktion, die nur dann auf ihre Umgebung wirkt, wenn man selbst ‚live‘ dabei ist.

real but momentary crowd created by anonymous e-mail or mobile phone to perform an absurd act“ (Stivers 2008, S. 52).

Internetforen wie flashmobbers.net oder StudiVZ dienen zur Organisation des Flashmobs. Dort werden Thema, Ort, Zeit, Dauer und ein Start- und Stoppsignal des Flashmobs vereinbart. Ort und Zeit sind meistens so gewählt, dass ein Flashmob über ein Alltagsgeschehen hereinbricht, zum Beispiel an einem Samstagnachmittag in der belebten Innenstadt, also an Orten, an denen Menschen unreflektiert ihren alltäglichen Gewohnheiten folgen. Wenn es beispielsweise die Aufgabe ist, sich in Zeitlupe zu bewegen, bleibt es jeder und jedem selbst überlassen, diese Anweisung zu interpretieren. Welche konkreten Bewegungen man ausführen möchte, obliegt der eigenen Präferenz. Das Startsignal zeigt den Flashmobberinnen und -mobbern an, wann die ‚Aktion‘ beginnt. Plötzlich geben sich die Teilnehmenden einander zu erkennen, indem sie in das Geschehen des Flashmobs eintauchen und diesen mitkonstituieren. Auf die Zuschauenden wirkt es verwirrend, dass die Akteure ein sich koordinierendes Ganzes bilden, welches sich von der alltäglichen Umgebung abgrenzt. Ebenso plötzlich wie die Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine Gemeinschaft gebildet haben, löst sich diese vermeintliche Gemeinschaft des Flashmobs wieder im Alltagsgeschehen auf. Die Irritation unter den Zuschauenden unterliegt also der Vermutung, dass es sich um ein nach Drehbuch inszeniertes Bühnenstück handelt. Aber wie konstituiert sich dieses konkret?

## **Die kommunikative Herstellung von Gemeinschaft**

Beim Flashmob führen Individuen ihnen bekannte Praktiken unter Vorgabe eines Themas durch und geraten damit in kommunikative Prozesse mit anderen Teilnehmenden, mit denen sie ihren Ausdruck verknüpfen und neue Praktiken ausbilden. Ein Flashmob ist deshalb immer auch ein kommunikatives Ereignis. Kommunikation umfasst nicht nur bewusste Handlungen, sondern Kommunikation beruht unseres Erachtens zumeist auf unbewussten Praktiken und tritt meistens in Form „kommunikativen Tuns“ (vgl. Reichertz 2009) auf. Dieses Tun verdankt sich vorangegangenen Praktiken, die sich routinisiert und in unsere Körper eingeschrieben haben. Im konkreten Kommunikationsverlauf koorientieren und koordinieren sich Menschen aneinander. Das heißt, dass uns aus dem

Alltag bekannte Bewegungen auf eine neue Art und Weise eingesetzt werden und es zu einer besonderen Koordinierung zwischen den Agierenden kommt. Der Flashmob entwickelt eine Art Eigendynamik im Hinblick auf die Koorientierung und Koordinierung zwischen den Teilnehmenden. Die Besonderheit der Gemeinschaft des Flashmobs besteht darin, dass es nicht darum geht, die Anonymität zwischen den Teilnehmenden aufzulösen, sondern im Mittelpunkt steht das kurzzeitige Gemeinschaftsgefühl unter Fremden. An diesen Erläuterungen wird deutlich, dass der Flashmob für die Umstehenden als eine anonyme, weil ihnen unbekannte Gemeinschaft wahrgenommen wird und zugleich für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine Form der gemeinschaftlichen Anonymität darstellt.<sup>2</sup> Letzteres bildet im Folgenden den Schwerpunkt der Betrachtung.



*Flashmob in Mexiko: Eine Kissenschlacht auf offener Straße*

## **Die Unattraktivität der Gemeinschaft**

Auf den ersten Blick erscheint der Flashmob als eine Art Bühnenereignis - als würde den Umstehenden eine Aufführung von etwas geboten, was einem Drehbuch folgt. Anhand der bereits angeführten Erläuterungen ist jedoch bereits deutlich, dass dem nicht so ist. Zwar lässt sich im Kontext von Flashmobs durchaus von konkreten beobachtbaren

---

<sup>2</sup> Körper, die sich durch routinemäßige Praktiken koorientieren und dadurch eine Gesamtoberfläche produzieren, hat de Certeau in seinem Aufsatz „Gehen in der Stadt“ (de Certeau 1988) beschrieben. Demnach wird eine Menschenmasse, die sich konform durch die Stadt bewegt, je nach Perspektive unterschiedlich wahrgenommen. Der Flashmob wird ebenfalls von innen als auch von außen anders wahrgenommen, da die Beobachterinnen und Beobachter diesen als gegenläufige Bewegung wahrnehmen. Auf diese Weise erzeugt die Masse der Körper respektive dessen Ornament (vgl. Kracauer 1977) etwas Fremdartiges im Alltag.

„Ausprägungen des Sozialen vor Ort“ (vgl. Knoblauch 2000, S. 35), sowie „organisierter Einzigartigkeit“ sprechen, das heißt von planmäßig erzeugten interaktiven Ereignissen, welche als einzigartige Erlebnisse geplant werden und das Gefühl einer exklusiven Gemeinschaft für die Teilnehmenden (vgl. Gebhardt 2000, S. 19 ff.) vermitteln. Allerdings macht vor allem die kurzzeitige Vergemeinschaftung den Flashmob aus, denn er bietet die ‚Vorteile‘ einer Gemeinschaft, fordert aber nicht die ‚Kosten‘ der Vergemeinschaftung ein.

Die Antwort auf die Frage nach der Motivation für die Teilnahme an einem solchen Flashmob enthält gleichzeitig die Erklärung für die Möglichkeit, dass ein Flashmob in der heutigen Gesellschaft überhaupt zustande kommen kann. Bereits Peter L. Berger und Thomas Luckmann postulierten, dass der Mensch als „Homo sapiens [...] immer und im gleichen Maßstab auch Homo socius [ist]“ (Berger/ Luckmann 2003, S. 54; Hervorheb. im Orig.). Der Mensch ist folglich ein Gemeinschaftswesen, er strebt nach der Gemeinschaft. Doch ein Problem der heutigen Zeit<sup>3</sup> steht diesem Streben entgegen: Gemeinschaft bedeutet auch immer eine Beschränkung der eigenen Freiheit, es kommen Verpflichtungen auf den Einzelnen zu, die nach Manfred Prisching sogar als „Zumutung“ (Prisching 2008, S. 37) empfunden werden.<sup>4</sup> Er sieht nur einen Ausweg aus dieser „Misere“: „Man kann Vergemeinschaftungen erfinden, die keine Gemeinschaften sind: temporäre Phänomene, die keine Folgen haben. Eng umgrenzte Ereignisse, die aus dem Leben herausgeschnitten werden“ (ebd.; Hervorheb. im Orig.). Genau auf diese Weise lässt sich der Flashmob beschreiben: als eine Gemeinschaft auf Zeit. Es kommt zu einer „Temporalisierung der Zugehörigkeit“, wobei der Einzelne „lose“ mit der Gesamtheit verbunden ist, so dass die üblichen‘ Kosten der Gemeinschaft nicht getragen werden müssen. Es werden zwar (gesuchte) emotionelle Inputs vermittelt (unter anderem Gemeinschaftsgefühl), jedoch werden keine persönlichen Outputs von den Teilnehmenden gefordert (vgl. Prisching 2008, S. 37). Ein Flashmob will nach Goerner et

---

3 Die ‚Problematik‘ der heutigen (posttraditionalen oder postmodernen) Zeit im Hinblick auf den Aspekt der Gemeinschaft liegt vor allem in der Entwicklung der Gesellschaft begründet: Eine Auflösung von Institutionen vollzieht sich, wodurch der einzige übrig bleibende Bezugspunkt das Individuum bleibt (vgl. Prisching 2008, S. 37). Ergänzend hierzu ist Winfried Gebhardt anzuführen, der eine Hochkonjunktur flüchtiger Veranstaltungsformen feststellt und von „Gemeinschaften ohne Gemeinschaft“ spricht (vgl. Gebhardt 2008, S. 202 ff.). Darüber hinaus kommt es zunehmend zu einer Betonung von Emotionalisierung und Ästhetisierung, die zu „ästhetischen Augenblicksgemeinschaften“ und nicht zu dauerhaften Gemeinschaften führt (vgl. Reckwitz 2006, S. 467).

4 Auch Zygmunt Baumann bestätigt diese Haltung, indem er erklärt, dass sich heute niemand mehr endgültig auf eine einzige und stabile Identität festlegen möchte (vgl. Baumann 2007, S. 146).

al. Daher „[...] nicht mehr sein als ein Blinddate unter Selbstdarstellern [...]“ (vgl. Goerner et al. 2003). Dennoch bilden die Flashmobberinnen und -mobber eine Gemeinschaftsform, eine ‚Community‘, da es sich nicht mehr um ein zerstreutes Publikum handelt. Denn im Moment des Entstehens des Flashmobs wird aus einer Vielzahl einzelner zerstreuter Menschen eine (Flashmob-)Gemeinschaft, die dem Rest‘ der Öffentlichkeit gezeigt wird. Die Vergemeinschaftungsform des Flashmobs bildet im Kontrast zu den verstreuten einzelnen Personen oder Kleingruppen des Alltagsgewirrs eine große überragende Gemeinschaft.

Überragend wird diese Gemeinschaft vor allem durch die ihr inhärente Machtkomponente, die den Flashmob so attraktiv macht. Jeder erhält die Möglichkeit, sich selbst auf körperliche Art und Weise zu inszenieren und sich gleichzeitig von dem Gemeinschaftsgefühl und dem damit verbundenen Machtgefühl mitreißen zu lassen. Dies geschieht nach Maffesoli in Form von „temporär-orgiastischen Gefühls- und Erlebnisbeziehungen, also [durch] flüchtige Vergemeinschaftungsprozesse in Gruppen [...]“ (Keller 2006, S. 89). Maffesoli bescheinigt in seinem Ansatz die Wiederkehr der Stämme und den Niedergang des Individualismus, was er mit dem Terminus des „Neo-Tribalismus“ bezeichnet (vgl. Maffesoli 1988, S. 147). Entscheidend für den Flashmob ist nicht die rationale Entscheidung zur Teilnahme, sondern entscheidend ist im Sinne Maffesolis die Sozialität, die auf Kollektiverfahrungen und gemeinsamem Erleben respektive Empfinden basiert (vgl. Keller 2008, S. 93), die bestenfalls etwas Außeralltägliches besitzt. Die durch Teilnahme am Flashmob von jedem Einzelnen ausgeführten Praktiken bilden den ‚Kitt‘ in der gemeinschaftlichen Praxis (vgl. „Verfügung“, Maffesoli 1986, S. 68), unabhängig von der einzelnen Intention. Dies wird ebenso an der Oberfläche der einzelnen Praktiken deutlich: Alle einzelnen Praktiken verschmelzen zu einer einzigen großen Praxis im Flashmob, welcher vor allem deshalb als Gemeinschaft erscheint, da er sich von ihn umgebenden und aktuell ablaufenden, alltäglichen (routinisierten) Praktiken abhebt. Dadurch wird aus einem Flashmob ein aufmerksamkeitsregendes Ereignis, das die kollektive Erfahrung im Inneren des Flashmobs bestärkt und den Teilnehmenden das kollektive Gefühl vermittelt, Teil von einer Gemeinschaft, von etwas Größerem, Einflussreicherem zu sein. Das Credo des Flashmobs lautet demnach: „The power of many, in the pursuit of nothing“ (Scheppers 2008).

## **Wie die Gemeinschaft im Mob die Welt verändern kann**

Ein Flashmob ist vorrangig ein kommunikatives Phänomen, weil er sich durch seine kommunikativen Aspekte sowohl nach Innen als auch nach Außen hin auszeichnet und als Resultat eine Form von Vergemeinschaftung hervorbringt. Die Kommunikationsform kann im Vorrang des Praktischen als oberflächlich bezeichnet werden, so lange es um die Koordination von Körpern geht.

Wenn ein Flashmob wirklich ein kommunikatives Phänomen ist, dann verändert er auch unsere Auffassung von Wirklichkeit. Dies geschieht, weil alle, die von dem Flashmob wissen, eine neue Wirklichkeit erleben und weil sich etwas tut, etwas angestoßen wird. Selbst wenn jemandem die Kommunikationsform des Flashmobs nicht bekannt ist, wird zumindest die Vorstellung ihrer oder seiner Welt irritiert und die Person wird zu Nachdenken angeregt. Der Flashmob erfährt bereits selbst eine Veränderung: Er wird für politische Zwecke entfremdet, weswegen das Thema weiter verfolgt werden muss. Es ist jedoch fraglich, ob es der Mob ist, der die Welt verändert, oder eher die sich ständig verändernde Welt, die Kommunikationsformen verändert und Phänomene wie dem Flashmob den Weg ebnet. Dergestalt ist ein Flashmob vergemeinschaftete Anonymität und anonyme Vergemeinschaftung, die sich aus neuen Praktiken der Kommunikation ergibt und symptomatisch für die Postmoderne ist.

## **Literatur**

Baumann, Zygmunt (2007). Flaneure, Spieler und Touristen. Essays zu postmodernen Lebensformen. Hamburg: Hamburger Edition.

De Certeau, Michel (1988). Die Kunst des Handelns. Berlin: Merve.

Eckardt, Frank/Geelhaar, Jens/Colini, Laura/Willis, Katharine S./Chorianopoulos, Konstantinos/Hennig, Ralf (2008). Mediacity. Situations, Practices and Counters. Berlin: Frank und Timme.

Gebhardt, Winfried (2000). Feste, Feiern und Events. Zur Soziologie des Außergewöhnlichen. In: Gebhardt, Winfried/Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela

- (Hrsg.), Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: Leske und Budrich, S. 17-32.
- Gebhardt, Winfried (2008). Gemeinschaften ohne Gemeinschaft. In: Hitzer, Ronald/Honer, Anne/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.), Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnografische Erkundungen. Wiesbaden: VS Verlag, S. 202-213.
- Keller, Reiner (2008). Welcome to the Pleasuredome? Konstanzen und Flüchtigkeiten der gefühlten Vergemeinschaftung. In: Hitzler, Ronald/Honer, Anne/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.), Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnografische Erkundungen. Wiesbaden: VS Verlag, S. 89-111.
- Knoblauch, Hubert (2000). Das strategische Ritual der kollektiven Einsamkeit. Zur Begrifflichkeit und Theorie des Events. In: Gebhardt, Winfried/Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.), Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: Leske und Budrich, 5. 33-50.
- Kracauer, Siegfried (1977). Das Ornament der Masse. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Maffesoli, Michel (1986). Der Schatten des Dionysos. Zu einer Soziologie des Orgasmus. Frankfurt am Main: Syndikat.
- Prisching, Manfred (2008). Paradoxien der Vergemeinschaftung. In: Hitzler, Ronald/Honer, Anne/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.), Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnografische Erkundungen. Wiesbaden: VS Verlag, S. 35-54.
- Reichert, Jo (2009). Kommunikationskultur. Unveröffentlichtes Manuskript.
- Schepers, Selina (2008). The Power of Many in the Pursuit of Nothing. Flash Mob Communities an YouTube and beyond. In: Cultures of Arts, Science and Technology. Vol. 1, No. 1, May 20 2008.