Сергей Викторович Девяткин

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого

kasp-olga@ya.ru

**Медиаантропология как учебная дисциплина для гуманитарных направлений в контексте медиасоциализации молодежи**

Рассматривается подход к созданию курса «Медиаантропология» для студентов, обучающихся в магистратуре немедийных направлений и предлагается его содержание, структура курса и тематика разделов. Показаны варианты предъявления обучающимся проблем современной антропологии с целью медиасоциализации студентов.

Ключевые слова: медиаантропология, медиаграмотность, массмедиа.

При разработке программы дисциплины «Медиаантропология» для немедийных специальностей магистратуры НовГУ им. Ярослава Мудрого автор данной статьи исходил из необходимости медиаобразования для всех студентов-гуманитариев.

Одна из задач курса − медиасоциализация молодежи, которая понимается в данном курсе как адаптация посредством освоения медиа к стремительно меняющемуся и (по теории Тоффлера) ускоряющемуся миру. Медиа, интенсифицируя коммуникацию, являются главным ускорителем мира. Риски медиазависимости, утраты идентичности и депривации особенно актуальны для молодежи, которая зачастую не осознает изменений, не фиксирует ускорения и не имеет пока адаптационных механизмов к этим процессам

Посредством медиаобразования и изучения различных теорий в контексте медиаантропологии студенты немедийных специальностей получают возможность осознать процессы медиатизации реальности и создать в этой реальности свои «зоны личностной стабильности», как определяет их Тоффлер [2: 305]. При этом медиаобразование в статье А. Федорова и А. Левицкой [3] понимается как процесс личностного развития, направленный на развитие медиакультуры, креативности, коммуникативных способностей, критического мышления, всестороннего восприятия, интерпретации, анализа и оценки медийных текстов, обучение различным формам выражения с помощью медийных технологий, приводящих к медиаграмотности.

В магистратуре Новгородского университета уже несколько лет преподается курс «Медиаантропология», состоящий из пяти разделов.

В первом рассматривается концепция «медиа» Маршалла Маклюэна и подходы к медиа как к средству коммуникации, дается представление о медиа как о послании/сообщении (message), как о средстве массовизации современного человека и инструменте власти.

Представление о визуальных аспектах медиа дает второй раздел − «Перформативность как характеристика медийной антропосферы». Данный раздел предполагает привлечение внимания студентов к концепции «общества спектакля» Ги Дебора и таким ее аспектам, как диффузные (распыленные) «спектакли» в демократических капиталистических обществах, концентрированные «спектакли» в тоталитарных режимах, гибридные «спектакли» в современно миропорядке, «шоу-политика» и «шоу-правосудие» по Ги Дебору.

Теория «трансенции» Олвина Тоффлера как третья составляющая курса обсуждается с магистрантами с точки зрения роли концепта «скорость» в современных представлениях о человеке, поклонении «быстроте». Здесь уместны лекции и семинары про манифесты футуристов (Маринетти: Первый манифест, Технический манифест, Манифест аэроживописи); рассматривается быстротечность общественной и индивидуальной жизни и ускорение миграционных процессов («новые кочевники»).

Следующим шагом медиаграмотности в курсе является рассмотрение коньсюмеризма как характеристики медийной антропосферы. Что такое «общество потребления» по Ж. Бодрийару? Магистранты приглашаются к обсуждению таких аспектов: потребление как труд, «конец производства», особенности потребления в виртуальной сфере, равенство в потреблении виртуального, персонализация как «Наименьшее маргинальное различие» (НМР), массово-информационная культура, «драма досуга».

Завершающий раздел курса связан с понятием симулятивности как характеристики медийной антропосферы. Необходимость обращать внимание студентов в контексте постмодернистской парадигмы на ситуацию цифрового межпоколенческого разрыва и множественность реальностей современного общества была отмечена прежде [1]. Поэтому актуально рассмотрение таких понятий как симулякр, «гиперреальность», «символический обмен» и так далее.

Данный курс, по мнению автора, необходим в овладении медиаграмотностью – это один из путей медиасоциализации молодежи и преодоления деструктивных тенденций в современной антропосфере.

Литература

1. Каминская Т.Л. Коммуникативный потенциал PR-текстов в свете постмодернистской парадигмы // Вопросы теории и практики журналистики. – БГУ, 2018, Т.7, № 2. C.279–288.

2. Тоффлер А. Футурошок. Спб.: Лань, 1997.

3. Fedorov A., Levitskaya A. Media literacy education mass media education in commonwealth of independent states (cis) // Медиаобразование. 2018. № 1. С. 7–17.