

А.С. Архипова

Современная антропология конфликта и кризиса, или «неотложная антропология»

Социальная антропология объясняет социальные механизмы, по которым живут и развиваются самые разные общества, причем как в прошлом, так и в настоящем. Как правило, студентов при преподавании этой дисциплины знакомят с антропологическими теориями, которые, как бы увлекательны они не были, часто представляются студентам некоторым набором отвлеченных знаний, который непонятно как и неизвестно для чего может быть применим на практике («Зачем мне, современному жителю Москвы, знать, как живут папуасы или еще хуже – как жили в средневековом Китае. Какая мне от этого польза?»).

Ответ простой – социальный антрополог не просто изучает, как живут и жили в разных обществах, он изучает закономерности, по которым и общества, и человек как социальный вид развиваются. Зная особенности развития разных обществ, можно видеть проблемы и опасности и «у них», и «у нас». А значит, можно предсказывать и даже подсказывать пути к их «лечению», как, собственно говоря, делает врач. Я бы назвала такую область антропологии «неотложная антропология».

В самом общем виде в течение этого курса «неотложной антропологии» я расскажу о разных типах опасностей и проблем, с которыми сталкиваются современные общества, и как антропологи помогают их решать. Мы обсудим, как решается проблема «отцов и детей», как возникает агрессия, у всех ли народов отношения в браке складываются одинаково, где границы нормы и патологии, как поведение человека меняется под влиянием Интернета и всегда ли мы относимся к деньгам рационально, как возникают гендерные, социальные и этнические конфликты или почему исследование дистанций между боссом и подчиненным помогает предсказывать падение самолетов. Ну и конечно, - об основных количественных и качественных методах, с помощью которых социальная антропология отвечает на все эти вопросы.

Значительная часть курса будет посвящена новейшим областям: цифровой антропологии (как отслеживание цифровых следов помогает изучать и менять поведение человека оффлайн) и прикладной антропологии: применению антропологических методов в маркетинге.