



**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В. ЛОМОНОСОВА**

ОЛИМПИАДНАЯ РАБОТА

Наименование олимпиады школьников: **«Ломоносов»**

Профиль олимпиады: **Обществознание**

ФИО участника олимпиады: **Волганов Владислав Алексеевич**

Класс: **11**

Технический балл: **85**

Дата проведения: **13 марта 2021 года**

ЧИСТОВИК

Вариант 5

Задание 1д.

Бухгалтерские затраты (они же операционные) складываются из издержек производства: расходы на аренду помещения, расходы на материалы, зарплата работникам и использование оборудования.

Таким образом, сумма затрат в данном случае: 100 (аренда) + 250 (зарплата) + 100 (материалы) + 50 (оборудование) = 500 тыс. руб./год

Выручка предприятия за операционный период (год) составляет 820 тыс. Тогда прибыль составит $820 - 500 = 320$ тыс. руб./год

Ответ: 500 тыс. руб; 320 тыс. руб.

Задание 2д

Данная ситуация регулируется Семейным кодексом РФ (т.к это отношения между супругами). В данном случае суд откажет в удовлетворении требования о разводе, т.к в соответствии с СК развод по инициативе мужа невозможен в период беременности жены и в течении года после рождения ребенка.

Задание 3д

1. Организация стран - экспортеров нефти (ОПЕК) является международной неправительственной организацией.
2. Россия **входит** во Всемирную торговую организацию (ВТО).
3. Штаб-квартира ЮНЕСКО находится в **Париже**.
4. Хорватия и Черногория являются членами НАТО.
5. Членами БРИКС являются 5 стран: Бразилия, Россия, Индия, **Китай (КНР), Южноафриканская республика (ЮАР)**.

Задание 4д

Интерпретация – один из методов представления действительности. Она основывается на взглядах автора и его понимании окружающего мира. Интерпретация может быть выведена как эмпирическими методами (с помощью модели, рисунка или эксперимента), так и теоретически (основываясь на гипотезах или предположениях автора). Она является индивидуализированным методом, т.к. каждый человек представляет реальность по своему (но люди со схожим мировоззрением могут интерпретировать одну и ту же вещь схожим способом). Также можно отметить, что с помощью интерпретации человек познает мир, т.к. он осмысляет и перерабатывает для себя интерпретируемую действительность.

Задание 5д

Влияние интернета на формирование общественного мнения

В современном мире, когда общество стоит на грани информационной революции, одним из главных источников информации, и можно даже сказать основным для огромной массы людей, является интернет. Это различные соцсети, новостные порталы, форумы и т.д. и т.п. Главная идея его создания – консолидация всех человеческих знаний в одном международном информационном ресурсе, доступ к которому может получить любой желающий. Сегодня же интернет, превратившись во всемирную сеть, связывающая миллионы людей по всему миру, - практически неотъемлемая часть жизни общества.

Но это разнообразие, открытость и доступность информации порождает некоторые проблемы. Если внимательно изучать интернет-ресурсы, можно заметить, что многие из новостей является неправдоподобными, а реклама, которая высвечивается на сайтах для пользователя предлагает именно те товары и того производителя, которыми он интересовался. И это еще одни из самых безобидных сценариев. Так, совершенно не навязчиво происходит манипуляция общественным сознанием, что на данный момент является одной из острейших социальных проблем.

Чтобы подробно проанализировать данную проблему, определим некоторый список вопросов, которые необходимо раскрыть для понимания темы.

- Что представляет собой манипуляция и в чем причины ее широкого применения?
- Как манипуляция влияет на общественное мнение?
- Кто является субъектами манипуляции и каковы их цели?
- Где и как чаще всего манипулируют общественным мнением?
- Можно ли как-то ограничить манипуляцию?

Итак, начнем с определения понятия манипуляции общественным мнением. Манипуляция общественным мнением – определенные действия, предпринимаемые заинтересованными в этом группами для того, чтобы создать лояльной или необходимое для определенной ситуации или достижения какой-либо цели общественное мнение. Она использовалась всегда и в первую очередь – через средства массовой информации, т.к. такими образом происходит большой охват аудитории. С появлением интернета и его развитием манипуляция встроилась и в его систему, и причем весьма успешно. Общественное мнение в интернете обладает особой гибкостью и им нетрудно манипулировать, но почему?

В первую очередь потому, что большинство пользователей не владеют необходимыми навыками обеспечения информационной безопасности. Многие не удосуживаются проверять полученную информацию в нескольких проверенных источниках и не воспринимают ее критически. На этом принципе происходит манипуляция фактами и понятиями, когда они подменяются или искажаются. Интернет позволяет это делать, т.к. у него а) большой кредит доверия пользователей и б) легкость изменения и донесения информации до аудитории.

Вторым немаловажным фактором, создающим условия для манипуляций, идет бесконтрольность интернета. Можно сказать, что сейчас многие государства стараются контролировать информационное пространство, но этого недостаточно. Являясь международной сетью, интернет предоставляет плюрализм мнений и вариативность источников. Поэтому все их отследить практически невозможно.

Список причин, позволяющих манипулировать мнением, можно продолжить и дальше, но эти две в совокупности являются наиболее важными и основополагающими.

Далее перейдем к тому, кому же выгодно построение общественного мнения через интернет. В первую очередь, это государство и сфера политики. Для существующего правящего слоя крайне важно поддерживать стабильность общества во избежание массовых недовольств, он аккуратно становится элементом пропаганды. Для этого некоторые новости политической повестки дня, которые общество может воспринять негативно, уходят с первых страниц новостных интернет-изданий. Также государство таким образом может продвигать какие-либо законопроекты, формируя их положительный облик через интернет. Если мы выйдем немного за рамки политики управления, то наиболее широко манипуляция может использоваться в процессе выборов. К примеру, во время президентской кампании в США в 2016 году социальная сеть Facebook предлагала своим пользователям таргетированную рекламу (о ней будет пояснено далее), которая призывала голосовать за одного из кандидатов. Для пользователя это было совершенно незаметно, но реклама, которую он видит каждый раз, когда заходит на свою страницу ненавязчиво начинает запоминаться. И уже ко дню голосования в сознании человека этот кандидат будет приоритетным вариантом.

Также манипуляция происходит и крупными корпорациями. В ходе борьбы за рынки и прибыль, они могут закупать у определенных ресурсов или лидеров мнений, которым доверяют интернет-пользователи, рекламу и таким образом формировать положительный облик своего продукта. Как правило, это происходит на рынке электроники, когда определенный бренд заказывает у популярного блогера обзор на свою продукцию.

Для этих субъектов интернет – главный способ подстраивать общественное мнение под свои нужды. Это широкий охват аудитории, возможность ненавязчиво влиять на людей, возможность доносить свою программу через известных личностей и многое другое. На этом построена целая технология, основанная на психологии, социологии и определенных алгоритмах. Где же она применяется?

В первую очередь – в социальных сетях, т.к там сосредоточена наиболее полная информация о человеке. Они собирают данные интересов пользователя через специальные алгоритмы (они учитывают какие сообщества пользователь посещает, какими темами интересуется и т.д). На основе этого формируется некоторый список интересов, который уже и является инструментом для манипуляции. Это технология называется таргетинг. Ее можно увидеть на примере соцсети Вконтакте. Любой пользователь может запросить архив собранных о себе данных, где можно

найти абсолютно все о нем. Также там есть список интересов, на основании которого пользователь попадает в некоторую базу рекламодателей. А ими могут являться кто угодно: начиная от небольшого предпринимателя и заканчивая государственным аппаратом. Таким образом, собирая информацию и подстраивая контент под пользователя, соцсети формируют информационное пространство в нужном русле для заинтересованных лиц.

Следующим способом можно назвать представления «экспертного мнения» и манипуляцию через лидеров мнений. Сейчас на просторах интернета можно найти много людей, которые с его помощью стали известны в определенной сфере: техноблогеры, актеры, писатели и т.п. Многие из них обладают довольно большой аудиторией, которая им доверяет. И любая информация, преподнесенная ими, будет резюмироваться как достоверная. И это дает возможность заинтересованным субъектам фактически покупать мнение этих людей и через это манипулировать их аудиторией. К примеру, будет дан заказ на дискредитацию какого-либо публичного человека или продукта. Все будет представлено в лучшем виде: используемые факты будут обоснованы подтверждена доказательствами, все будет логично выстроено. При этом они будут использоваться таким образом, чтобы выполнить цель заказа – дискредитировать. И большая часть аудитории этому поверит без проверки информации и будет думать, что так оно на самом деле и есть. Большинству людей легче посмотреть на уже доказанные факты, чем разбираться самим. Эта проблема, опять же, и является основополагающим фактором манипуляции.

Стоит отметить, что иногда манипуляция происходит неумышленно, но приводит к весьма глобальным последствиям. К примеру, несколько постов в Twitter известного миллиардера Илона Маска про цифровую валюту Bitcoin спровоцировали рост ее курса на фондовой бирже. Также после его поста про один из музыкальных сервисов, что привело к всплеску интереса инвесторов к этому сервису и рост его акций на бирже.

Примеры умышленной манипуляции в сфере фондовых рынков можно найти в американской социальной сети Reddit. Группы инвесторов умышленно призывали скупать акции определенного игрового сервиса. Это привело к резкому искусственному взлету и скупке акций, которые затем резко упали в цене, и многие потеряли свои деньги.

Примерно похожим способом происходит и манипуляция с помощью «экспертов». Обычному человеку слово «эксперт» внушает автоматическое доверие к словам говорящего. Так же создается образ эксперта: необходимая одежда и аудитория, какие-то материалы – все, чтобы

подтвердить компетентность человека. Здесь манипуляция происходит в большей степени через видеоролики, когда у эксперта берут интервью или он участвует в какой-либо дискуссии. Такой формат был перенят с телевиденья, где применялся на ток-шоу. В целом, можно сказать, что многие способы манипуляции были переняты оттуда, т.к сейчас идет медленный процесс смены информационного пространства с телевизионного на интернет. И такие эксперты, разбираясь в обсуждаемом вопросе, могут продвигать выгодные заинтересованным лицам мнения, опираясь на научную методологию, что вызывает дополнительное доверие аудитории.

Также, помимо человеческого ресурса, манипуляция может осуществляться с помощью ботов или определенных алгоритмов. Особенно это видно на примере социальных сетей TikTok и YouTube. Их алгоритмы построены так, чтобы продвигать в тренды видео, которые на данный момент времени просматриваются больше всего. К примеру, в TikTok так происходило накануне политических акций в России 23 и 30 января. Пользователю в огромном количестве предлагались видео, призывающие к участию в этих акциях (т.к они были наиболее популярны), что сподвигло многих людей на них выйти. В YouTube же можно обеспечить просмотры через боты и таким образом попасть в тренды. Таким образом для пользователей формируется наиболее популярная повестка дня, в которую могут включаться ресурсы, проводящие информацию, выгодную для определенных групп.

Но самыми большим ресурсами для манипуляций в интернете обладает государство. Это могут быть как создание определенного, выгодного государству контента, до выпуска официальных законодательных актов. Так могут продвигаться и выгодные государству деятели. К примеру, Роскомнадзор пытался обязать платформу YouTube вернуть в тренды ролики журналиста Владимира Соловьева, т.к в ином случае это может быть расценено как ограничение свободы слова. Таким образом, государство пытается вернуть в актуальное информационное поле человека, который формирует выгодную для него повестку дня.

Но государство также не только манипулирует мнением общества, но и старается защитить его от манипуляций путем также законодательных предписаний. В России, к примеру, был введен в действие закон, предусматривающий ответственность за фейковую информацию в интернете, а также за клевету. По нему интернет-ресурсы должны удалять недостоверную информацию, иначе им грозит крупный штраф. Но эта норма потенциально открывает возможность для государства

императивными методами удалять из информационного поля невыгодную для него информацию под видом недостоверной, что также является одним из инструментов манипуляции.

Итак, как же можно решить проблему манипуляции общественным мнением через интернет? И решается ли она вообще?

Решить ее полностью можно только путем отключения всей планеты от интернета, по-другому никак. Это открытое информационное пространство, где после ограничения одного ресурса можно найти другие похожие. Поэтому, следует говорить об уменьшении распространения и профилактике этой проблемы.

И первостепенная мера для этого – повышение цифровой грамотности общества и выработка критического мышления. Человек, который может сформировать собственную взвешенную позицию, основанную на объективно подтвержденных фактах, практически защищен от манипуляций. Для этого необходимо развивать образование, чтобы у человека складывался не обывательский, а научный метод восприятия действительности. Так у человека может развиться логика выстраивания суждений, что защитит его от манипуляций фактами из вне.

Далее – смена политики персональных данных. На законодательном уровне следует максимально ограничить список данных, которые соцсети могут собирать для коммерческого использования. Да, это может лишить их довольно большой части прибыли, но свобода человеческого сознания в данном случае может быть важнее. Также следует дать расширенные возможности пользователям контролировать используемые персональные данные. Это позволит отследить их движение и ограничить распространение в неправильное русло.

Но все эти меры не должны приводить к ограничению свободы слова, т.к тогда это тоже будет являться манипуляцией. Человеку нужно всегда оставлять выбор во что верить, а во что нет.

В современном капиталистическом мире, как бы это было не прискорбно, можно купить практически все, даже мнение человека и целого общества. Но только собственными усилиями и развитием своего собственного «Я» человек может противостоять этому процессу. Чтобы быть свободным, необходимо иметь свободное сознание. А путь к свободному сознанию – образованность и критическое мышление.