



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

ОЛИМПИАДНАЯ РАБОТА

Наименование олимпиады школьников: **«Ломоносов»**

Профиль олимпиады: **Обществознание**

ФИО участника олимпиады: **Гасанов Ренат Рахманович**

Класс: **11**

Технический балл: **77**

Дата проведения: **13 марта 2021 года**

Вариант 5

Задание 3д

1. Организация стран - экспортеров нефти (ОПЕК) является международной межправительственной 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, КНР и Южная Африка.

Задание 2д

Данная ситуация регулируется семейным кодексом РФ. Суд не удовлетворит требование Николая, так как согласно ст. 17 Семейного Кодекса РФ, муж не имеет права без согласия жены возбуждать дело о расторжении брака во время беременности жены и в течение года после рождения ребенка.

Задание 4д

Термин «интерпретация» в переводе с латинского языка означает «раскрытие смысла, истолкование». Таким образом, художественная интерпретация - это трактовка определённого результата первичной художественной деятельности. Любой вид исполнительного творчества подразумевает необходимость художественной интерпретации как части духовной и практической деятельности человека в области искусства. Из этого следует, что художественная интерпретация - это метод художественного отражения действительности в искусстве. Основной функцией интерпретации является постижение целостного смысла художественного произведения.

Задание 1д

- 1) Бухгалтерские затраты за год: 100 тыс. руб. (аренда помещения) + 250 тыс. руб. (оплата труда работника) + 100 тыс. руб. (закупка материалов для ремонта) + 50 тыс. руб. (годовая амортизация оборудования) = 500 тыс. руб.
- 2) Годовая выручка (доход от продажи произведенных товаров) составила 820 тыс. руб. Если прибыль – превышение выручки от продажи товаров над их затратами, то прибыль мастерской за год = 820 тыс. рублей – 500 тыс. рублей = 320 тыс. рублей.

Задание 5д

Эссе «Влияние Интернета на формирование общественного мнения».

XX век стал переломным в развитии политических коммуникаций между политическими лидерами и простыми гражданами. В 40-х гг. XX в. президентские дебаты в США были впервые переданы по радио, что значительно расширило потенциал политических коммуникаций и понимание таких сфер деятельности, как формирование политического имиджа, политический PR

и спичрайтинг. В 1960 г. дебаты между Дж. Кеннеди и Р. Никсоном были впервые показаны по телевидению, что сыграло ключевую роль в формировании общественного мнения о кандидатах и, в конечном счете, прямым образом повлияло на исход президентской гонки. Начало XXI в. представляется возможным назвать временем Интернета.

Интернет в современном мире становится в один ряд с телевидением, радио и печатными изданиями, как один из основных видов СМИ. Для проведения анализа влияния Интернета на общественное мнение следует для начала изучить распространенность данного вида СМИ и демографическую составляющую данного вопроса. Следует отметить, что Интернет постепенно обходит телевидение и становится главным источником информации для россиян. По данным социологического опроса, проведенного в г. Новосибирске в 2019 г., 52% граждан отметили телевидение в качестве одного из приоритетных источников получения информации. В то же время, 69% опрошенных назвало приоритетным СМИ именно Интернет. Примечательно, что демография пользователей Интернета довольно разнообразная, но отмечается его обширная популярность среди молодого населения.

СМИ всегда были главными механизмами формирования общественного мнения. Учитывая возрастающую роль Интернета в политическом диалоге между гражданами и их лидерами (и именно диалоге между ними, а не монологе вторых, как это было до появления Интернета), представляется возможным сделать вывод, что Интернет играет большую роль в формировании общественного мнения. Именно поэтому политические деятели, которые обходят Интернет и социальные сети в качестве метода политической коммуникации или же неправильно используют его, теряют большой потенциал для обеспечения успешности их политических кампаний.

Впервые это почувствовалось во время президентской гонки в США 2008 г. между Б. Обамой и Дж. МакКейном. Тогда голоса молодого населения были достаточно важны для обоих кандидатов. Б. Обама смог переманить молодое население на свою сторону именно благодаря публикациям в Интернете и социальных сетях. При этом, если Дж. МакКейн видел Интернет-пространство как платформу для политической риторики, то Б. Обама использовал его не только для продвижения своих идей, но и для коммуникации с простыми гражданами путем прямого контакта с ними, что послужило успешному формированию его политического имиджа.

Таким образом, публикации в Интернете и социальных сетях позволяют кандидатам напрямую общаться с гражданами и тем самым формировать их общественное мнение. Политические деятели теперь имеют возможность быть независимыми от традиционных СМИ и подавать новостную ленту избирателям со своей точки зрения. Это является очень важным направлением политической коммуникации в XXI в.

Тем не менее, следует отметить, что влияние Интернета на политический дискурс довольно противоречиво. Развитие данного вида СМИ прямым образом связано с распространением популизма, лжи, излишнего упрощения политических вопросов, поляризации и радикализации общественных настроений.

Д. Трамп поставил ложь и упрощение политического дискурса в центр своей политической кампании 2016 г. За ним пошли многие партии и политики правого толка: Б. Джонсон (Великобритания), Ж. Болсонару (Бразилия), М. Ле Пен (Франция), С. Абаскаль (Испания), В. Орбан (Венгрия). Радикальные правые позиции дали толчок развитию радикальных левых, что привело к значительной поляризации политического дискурса по всему миру. США являются лидерами западного мира, и они первыми почувствовали разрушительную природу данной ситуации. Протесты Black Lives Matter, которые начинались с благими и мирными намерениями, переросли в погромы и беспорядки в большинстве штатов. В то же время популистская риторика Д. Трампа и его отказ принять результаты президентских выборов 2020 г. привели к штурму Капитолия,

который ознаменовал один из самых разрушительных дней для американской и мировой демократии.

Таким образом, влияние Интернета на формирование общественного мнения достаточно противоречиво. С одной стороны, Интернет является достаточно удобным механизмом коммуникации, который помогает людям

получать информацию и взаимодействовать со своими лидерами. С другой стороны, он приводит общество к беспрецедентной поляризации и является причиной распространения лжи и упрощения политического дискурса.