



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

## **ОЛИМПИАДНАЯ РАБОТА**

Наименование олимпиады школьников: **«Ломоносов»**

Профиль олимпиады: **Обществознание**

ФИО участника олимпиады: **Корищенко Юлия Кирилловна**

Класс: **11**

Технический балл: **86**

Дата проведения: **13 марта 2021 года**

#### Задание 1.

А) Бухгалтерские затраты - явные

Альтернатив – 1000 руб (в неявные, экономические издержки)

100К сырье + 250К зп + амортизация 50 К + 100к аренда = 500 К (бухгалтерские издержки)

Б) Годовая выручка (кол-во x себестоимость) – 820

Бухгалтерская прибыль = выручка – бух издержки, 820-500=320

Ответ: Бух затраты 500.000, бухгалтерская прибыль 320

#### Задание 2.

Ситуация регулируется СК РФ. Суд откажет Николаю в заявлении о разводе, так как его жена беременна (также это работает в случае, если ребенок до 1 года). Он сможет развестись по прошествии одного года через суд, поскольку пара имеет несовершеннолетних детей.

#### Задание 3.

Перепишите текст в чистовик, исправив допущенные ошибки там, где это необходимо. 1. Организация стран - экспортеров нефти (ОПЕК) является международной правительственной 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, ЮАР.

#### Задание 4.

Интерпретация – один из способов познания мира, который заключается в трансформации полученного человеком опыта через его собственное восприятие информации. Создание художественных образов может являться способом донесения своего восприятия до другого человека. Интерпретация не всегда является адекватной, поскольку включает в себя психологические особенности восприятия, в частности мы часто наблюдаем культурную интерпретацию народного творчества других групп. Интерпретация может быть использована в самых разных художественных сферах, как музыка, живопись, архитектура, литературные и другие произведения. Также интерпретация по единому образцу позволяет сравнить разные произведения. В зависимости от интерпретации того или иного произведения угол, под которым мы его рассматриваем, может сильно измениться, поскольку, например, в тексте можно угледеть большое разнообразие смыслов и форм дискурса.

## Задание 5.

«Влияние интернета на формирование общественного мнения».

Влияние медиа-технологий на сегодняшний день сложно переоценить, а интернет – в особенности. Для того чтобы разобраться в непосредственной связи современного глобального интернет-пространства, сначала обратимся к механизмам работы общественного мнения. Оно формируется постепенно. Для его формирования требуется сначала появление определенного события (для медиа-пространства – инфоповода), затем – формирование индивидуального мнения на основе опыта и различных способов познания информации, затем – социальное взаимодействие с малыми и большими социальными группами.

Формирование общественного мнения на данный момент усложняется низким уровнем доверия в нашей стране: граждане не доверяют ни друг другу, ни СМИ. Мне кажется, что причина такого феномена заключается в том, что в нашей стране долгое время отсутствовала культура доверия к СМИ, поскольку в советское время они использовались в первую очередь с целью пропаганды, и многая актуальная информация, о которой стоило писать, была подвергнута цензуре. Что-то очень похожее на «Не читайте до обеда советских газет», - говорит нам герой произведения Булгакова «Собачье сердце». Для подтверждения моих слов можно обратиться к недавнему случаю: несмотря на множественные исследования качества российской вакцины о коронавирусе как заграничными уважаемыми журналами, так и отечественными, уровень недоверия к ним остается несправедливо высоким.

Таким образом, чтобы сформировать общественное мнение, необходимо обеспечить определенный уровень доверия. Интернет-пространство создает для этого условия. Да, с одной стороны, интернет дает своим пользователям определенный уровень анонимности, который позволяет высказывать непопулярное мнение без какого-либо страха, и анонимность едва ли способствует доверию. С другой стороны, что более важно, интернет позволяет быть максимально открытым и удовлетворить до конца запрос на «открытое общество»: это является причиной широкой популярности блогеров и различных интернет-инфлюенсеров, за жизнью которых можно постоянно следить, а также причиной заметного роста популярности такого формата, как интервью.

Существует мнение, что интернет в определенном смысле манипулирует массовым сознанием. Попробуем разобраться с данной теорией. Во-первых, интернет действительно использует различные маркетинговые практики. Широко известно использование таргетированной рекламы в Facebook во время предвыборной кампании Трампа. Но насколько сильно интернет может манипулировать сознанием людей? Может ли он распространить и популяризовать какую-либо опасную идею?

Мне кажется – нет. Интернет всего лишь следует уже созданному дискурсу, задача его акторов – схватить актуальную для общества тему и заработать на ней популярность. Как я уже упоминала ранее, для формирования общественного мнения необходимо, в первую очередь, наличие определенного event, события, к которому будет привязана эмоциональная окраска. Дело в том, что интернет-пространство перенасыщено различной информацией. В связи с этим привлечь внимание, например, к какой-либо проблеме узкого круга лиц (или круга лиц, у которого много отличий с основным населением) максимально сложно, поскольку она не будет вызывать достаточных эмоций у всех, кто в эту группу не входит. Таким образом, для интернет-акторов сложно поднять те темы, которые уже не присутствуют в массовом сознании (кроме этого, поднятие непопулярных тем невыгодно интернет-акторам, которые продают свой контент как товар).

Продолжая данную тему, мне кажется, нужно обратить внимание на интернет-пространство как на рынок. Каждый инфлюенсер, блогер и т.д. стремится привлечь на себя внимание, и от этого контент с важной политической направленностью находится в одном ряду с развлекательным. Приведу пример: радикальные феминистки периодически создают инфоповоды определенными эксцентричными акциями. С одной стороны, они действительно привлекают внимание к феминизму, с другой – будучи меньше по численности, они перекрывают собой инфоповоды, связанные с менее радикальными направлениями данного движения. Это формирует ложное общественное представление о феминизме за счет популярности меньшей, но более яркой части данного движения. В этом заключается опасность формирования ложного общественного мнения у пользователей глобальной сети.

Возвращаясь к теме манипулирования общественным сознанием, вспомним теорию общественной повестки дня. То, что больше всего освещается СМИ, формирует в сознании людей представление о том, какие темы более, а какие – менее важные. Мне кажется, что как раз к интернет-пространству это относится к меньшей степени, чем к другим видам СМИ. Почему? Алгоритмы работы многих сайтов и соцсетей настроены таким образом, чтобы погружать человека именно в те темы, которые ему уже интересны. Причина снова в рыночных механизмах: интернет-акторы все время рискуют потерять популярность, поэтому они стараются не рисковать аудиторией и выбирать какое-то одно определенное направление для освещения, в отличие, например, от телевидения или газет.

Тем не менее, в интернет-пространстве все же существуют некоторые признаки манипулятивности. Уже упомянутые акторы рынка информации вынуждены преподносить весь свой контент с пометкой «срочно!» и «важно!». Они зачастую прибегают к методам, создающим психологический комфорт и доверие к источникам информации, а также стараются сократить поданную информацию для того, чтобы реципиент информации как можно меньше напрягался и оставался на их ресурсе как можно дольше. Кроме этого, интернет страдает от большого количества фейковой информации, где уже упомянутая мной возможность анонимности только усложняет ситуацию, а приравнивание популярности к авторитету обеспечивает то, что огромные группы по сути эту фейковую или псевдонаучную информацию потребляют.

Помимо этого, не секрет, что наиболее подверженная интернет-технологиям группа населения – это молодежь. При этом именно эта группа в силу социологически признанных особенностей формирования своего «Я» наиболее подвержена влиянию со стороны, то есть при желании интернет-сми могут сильно влиять именно на эту группу. Учитывая то, что социализация этой группы происходит именно в интернет-пространстве, и при этом они постоянно стремятся получить одобрение со стороны интернет-авторитетов и своих собственных знакомых, по теории Кули и другим теориям социализации именно у этой группы населения в первую очередь происходит формирование мнения.

В защиту интернет-пространства можно сказать, что люди постепенно формируют определенную интернет-этику, которая призывает к отказу от использования SMM-техник, а также постоянного подтверждения информации ее источниками. Кроме этого, столкновение различных радикальных направлений в интернете позволяет найти «золотую середину» - так проявляется влияния плюрализма мнений, одного из положительных качеств интернета (но вспомним, что этот плюрализм, тем не менее, ограничивается по теории «окна дискурса»). Полезность столкновения можно подтвердить теорией конфликта Козера, в которой он описывает положительное влияние конфликта (реалистического) на общественный прогресс. Тем не менее, интернет не перестанет использовать такие пункты, как негативная и позитивная мотивация (например, лайки, репосты а также блокировка аккаунта – кейс с Трампом) для выражения и поддержания общественного мнения, которое в свою очередь также влияет на интернет.

Мне кажется, что интернет, как и другие средства коммуникации, действительно формирует общественное мнение за счет своей доступности, открытости, но в первую очередь он формирует медиакультуру. Если сравнить аудиторию интернета с теми группами, которые описывает в своих работах Габриэль Тард, то ее можно будет описать скорее как публику. Интернет-аудитория, которая на первый взгляд является «любопытствующей толпой», которой можно легко манипулировать, мне кажется, на самом деле является «публикой». Публика в представлении автора является определенного рода клиентурой, которую в данном случае покупают интернет-акторы. Интернет-сообщество стремится не только к критике и разрушению, но и к созерцанию и созданию – она голосует за те или иные решения, собирает подписи, собирает пожертвования и так далее. Также толпа склонна идти за вождями, а публика – за публицистами. Также публика по своему свойству терпимее к альтернативным мнениям, но нужно понимать, что очень возбужденная каким-либо событием публика может перерасти в толпу.

Говоря о последствиях влияния на нас интернета, вспомним, что о функциях общественного сознания писали многие: Локк, Гоббс и так далее. Иеремия Бетнам писал об общественном мнении как о функции социального контроля. Получается, что интернет, формируя общественное мнение, напрямую влияет на наше поведение в реальной жизни.

Таким образом, интернет-пространство обладает всеми свойствами для того, чтобы формировать общественное мнение людей. Оно занимает все более важную роль в наших жизнях. Кроме этого, интернет сталкивает совершенно различные взгляды, и плюрализм мнений, обладающий по сути схожими технологиями воздействия на сознание аудитории, во время постоянного обмена критики формирует «золотую середину». Можно сделать вывод, что интернет также формирует и политическое сознание граждан, но нельзя сказать, что при этом не использует популизм и некоторые формы манипуляции. Будущее развитие технологий формирования общественного мнения, интернетом неизвестно, но хотелось бы верить, что они будут не цензуроваться внешне, но ограничиваться со стороны самих интернет-акторов, которые дорожат общественным доверием.