

0 810607 020000
81-06-07-02
(35.3)



МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В.ЛОМОНОСОВА

Вариант 1

Место проведения Москва
город

ПИСЬМЕННАЯ РАБОТА

Олимпиада школьников «Ломоносов»
наименование олимпиады

по патологии
профиль олимпиады

Габцова Владислава Феликсовича
фамилия, имя, отчество участника (в родительном падеже)

Селезнева Ирина
13:34

Дата
«05» марта 2023 года

Подпись участника
СВ

81-06-07-02
(35.3)

69

Гистовик

Задача 1 Шестидесятые революция Баллов

- 1.1. Государственная Дума Российской империи Бубнов А.Ю.
- 1.2. 1907
- 1.3. РСДРП
- 1.4. В.И. Ленин
- 1.5. Свержение самодержавия
Отмена частной собственности
Переход к диктатуре пролетариата
Установление социалистического строя

15

Задача 2.

- 2.1. город Ништадт 1721 год
- 2.2. Россия выплачивала денежную компенсацию
- 2.3. Дерпт - Юрьев

45

Задача 4.

- 4.1. Николай I
- 4.2. Франц-Иосиф I - Австрийская империя
Абдул-Меджид II - Османская империя
Наполеон III - Франция
Хирохито - Япония

110

4.3. Османская империя: с ней у России были не самые лучшие отношения, т.к. Россия поддерживала славянские народы Балкан в борьбе с турками. Это привело к войне 1826-1828 годов и Крымской войне 1853-1856 годов.

Австрийская империя: с ней у России были союзные отношения, российский император помог австрийскому, отправив российские войска на подавление венгерского восстания 1848 года.

Задача 3.

1) Евгений Тримаков, ~~летел~~ ~~с~~ будущим премьер-министром России, летел с рабочим визитом в США, когда американские войска начали бомбардировки Югославии. Узнав об этом прямо в самолете, Тримаков решил отменить визит в США. Это событие получило название "разворот над Атлантикой". Этим дипломатическим жестом Тримаков показал, что Россия не будет мириться с нарушениями международного права со стороны США. То есть он показал активную ~~позицию~~ ~~международную~~ ~~позицию~~ России и тем самым выс выклад в ее развитие.

Задание 5

Гаральд Лассуэлл рассуждает о роли пропаганды в политике и в мире в целом и говорит, что эта роль огромна.

Для начала необходимо охарактеризовать исторический контекст, в котором была написана его работа „Психопатология и политика“. В 1930 году США находились в состоянии „великой депрессии“ - экономического кризиса, на фоне которого разворачивались важные политические события. Выборы президента, в рамках которых демократы соперничают с республиканцами, являются примером важности пропаганды. Оба кандидата должны склонить на свою сторону большинство жителей страны, то есть им нужно воздействовать на десятки миллионов людей. Очевидно, что для такого охвата нужна широкая пропаганда, ведь убедить каждого при личной встрече физически невозможно.

Мировой контекст также доказывает это. Партии становятся массовыми, им нужно привлекать огромное число людей. В Италии у власти находится Бенито Муссолини, который насажает культ своей личности. Для этого используют плакаты, лозунги, билборды и другие средства массовой пропаганды, рассчитанные на широкую аудиторию. - можно вспомнить „марш на Рим“, в котором принял участие несколько десятков тысяч человек. В Германии НСДАП еще не пришла к власти, но уже собирает столько же людей на своих митингах. В СССР во всех городах также проходят подобные парады и митинги, например, на Первое мая. То есть первым фактором важности пропаганды в той эпохе является активное привлечение широких масс населения если не к реальному управлению государством, то, по крайней мере, к формальным политическим действиям.

Вторым таким фактором становится технический прогресс, а точнее, средства передачи информации, позволяющие воздействовать на широкие массы. Ранее аудитория была ограничена тиражом выпуска печатной прессы, да и то, таким способом можно было воздействовать только на грамотных людей. к 1930 г. распространение (даже в СССР) получило радио, которое действует почти на все население (ведь, чтобы его слушать, не нужно уметь читать и писать) и которое позволяет пропаганде буквально „зайти“ в каждый дом. Параллельно развивается и телевидение. Именно этот фактор и сдвинул пропаганду, как и говорит Лассуэлл, одной из самых мощных сил в той эпохе.

Остается ли она такой в современном мире? На мой взгляд, да. Роль пропаганды только возрастает с развитием общества и техники. Уже на рубеже XVIII - XIX веков умами людей осознали ее силу - не зря Наполеон, придя к власти во Франции, из трех десятков парижских газет оставил только две. Возможности пропаганды в XX веке мы уже разобрали. Сегодня ее влияние велико как никогда.

Во-первых, как всегда, важнейшее значение принадлежит информационным технологиям. Сегодня почти все взрослые и подростки ежедневно заходят в социальные сети, то есть постоянно находятся в информационном поле, а значит, могут стать объектом воздействия в рамках этого поля. Персональные рекламные подборки алгоритмами каналов, посты и видеозаписи, рекомендации, которые могут соответствовать нужной повестке, - все это технично может быть использовано для формирования у человека определенного, ~~нужного~~ ^{выгодного} какому-то силам отношения к происходящим в мире событиям, конкретным политикам и их решениям. Сегодня к каждому человеку можно не просто зайти в дом, а даже не вылезать у него из головы, контролируя всю получаемую им информацию.

Во-вторых, цели пропаганды сегодня очень масштабны. Человека хотят не просто заставить проголосовать за нужного кандидата, а сформировать определенный взгляд на мир, благодаря которому он сам пойдет голосовать за этого кандидата. Некоторые политики, как, например, депутат Мосгордумы А. Медведев, говорят, что даже современные войны ведутся не за территории или ресурсы, а за умы людей. Эти подготовленные нужным образом умы ~~не~~ могут по отлаженному (или по собственной воле), сделать то, что нужно контролирующей пропаганду силе - например, выйти на митинг или даже протестовать, совершив, к примеру, поджог военкомата.

Что касается будущего, то кажется, что причин для ослабления пропаганды нет. Наоборот, технологии постоянно развиваются и с каждым годом могут еще активнее воздействовать

81-06-07-02
(35.3)

вить на человеческие умы.

Тотими образам, мощь пропаганды становится всё больше с развитием общества и техническим прогрессом. Сегодня мы наблюдаем самую ~~ты~~ впечатляющую за всю историю пропаганду, но в будущем она может стать ещё сильнее.

Черновик

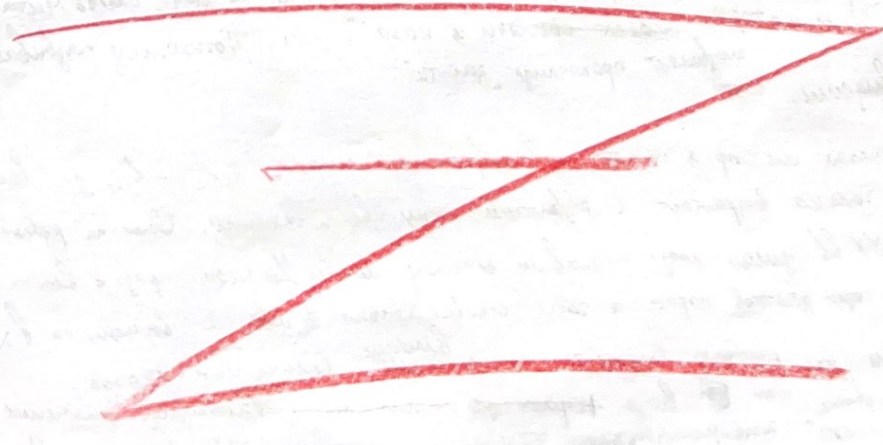
Каждый день заходит в социальные сети, то есть постоянно находится в информационном поле, а значит, могут быть объектом воздействия в рамках этого поля. Персональная реклама, подобранные алгоритмами записи каналы, посты и видео, рекомендации, которые могут быть в рамках нужной повестки, - все это может быть использовано для формирования у человека определенного ~~образа~~ ^{отношения} к каким-то событиям в мире. К миловику можно и просто зайти в дом, а еще вылезать у него из головы, контролируя всю информацию.

Во-вторых, ~~мысли~~ стали ~~целью~~ ^{целью} пропаганды. Милка хочет не просто заставить ~~себя~~ ^{поставить} ~~галочку~~ ^{галочку} в нужном ~~месте~~ ^{образе} ~~пропаганды~~ ^{пропаганды} за нужного кандидата, но

сформировать ~~опр.~~ ^{опр.} ~~образ~~ ^{образ} на мир. Не зря некоторые полит. лид., как например, депутат Мосгордумы А. Мезведик, говорят, что даже собранными ~~водами~~ ^{ресурсы} ведутся не за ресурсы или территории, а за ~~улы~~ ^{лучшие} ~~образы~~ ^{образы} улы могут по отман- не ~~быть~~ ^{сделать} ~~совершить~~ ^{совершить} то, что нужно контролировать пропаганду силой, например, выйти на митинг или даже преступить закон, совершив, к примеру, похорош вошкамата.

Тем самым образом. мощь пропаганды становится все больше с развитием общества и ~~ее~~ ^{ее} техническими прогрессами.

Сегодня ~~и~~ ^{быстро} ~~пропаганда~~ ^{пропаганда} ~~становится~~ ^{становится} сильнее за всю историю, но ~~она~~ ^{она} в будущем она ~~вспомогает~~ ^{может} ~~стать~~ ^{стать} еще сильнее.



Черновик

роль пропаганды в мировой политике.

истор. контекст:

1930г. в США - Великая депрессия и предвыборы президента, в рамках которых демократы соперничают с республиканцами. Оба кандидата должны привлечь внимание избирателей. Каждый из них должен склонить на свою сторону более половины жителей страны, то есть им нужно воздействовать на десятки миллионов людей. Очевидно, что для такого охвата нужна широкая пропаганда.

Мировой контекст также доказывает это. Тартин становится массовым, им нужно привлечь огромное число людей, в Италии у власти Бенито Муссолини, который - поощряет культ своей личности. Для этого используют плакаты, лозунги, билборды, песни и др. средства масс. проп. в. В Германии НСДАП еще не пришла к власти, но уже собирает миллионы людей на своих митингах.

То есть одним из трендов той эпохи является активное привлечение широких масс населения к политич. действиям.

прогресс, позволяющий воздействовать на эти широкие массы. Раньше максимум был тираж газет, но для их восприя

Раньше аудитория была ограничена тиражом выпуска печатной прессы, да и то, она достигала только тех, кто мог читать.

к 1930г. распространилось радио, которое действует на почти на все население (ведь, чтобы слушать его, не надо уметь читать и писать) и которое может прийти в каждый дом. Потихоньку развивается телевидение. позволяет пропаганде "зайти"

Остается ли пр-а такой в совр. или мире? И. м. в., да. Раньше только возрастало с развитием общества и техники. Даже на рубеже XVIII-XIX вв. умные люди осознавали ее силу. Не зря Италани, придя к власти во Фр., из трех десятков парижских газет оставил только две. Ее возможности в XX веке мы уже видели. Сегодня ее роль только увеличивается.

Во-первых, как всегда, она не может заменить человеческие отношения. Сегодня почти все делается