



63-46-46-62
(23.7)



МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В.ЛОМОНОСОВА

Вариант 1

Место проведения Москва
город

ПИСЬМЕННАЯ РАБОТА

Олимпиада школьников Ломоносов
наименование олимпиады

по обществознанию
профиль олимпиады

Мукамадеевой Саше Русиановне
фамилия, имя, отчество участника (в родительном падеже)

Дата
«15» февраля 2026 года

Подпись участника
[Подпись]

Чистовик (стр. 1-10)

Задача 1.

86 (восемьдесят) Т.А. Ветрова
и др.

~~Страна 2: интеллектуальный~~
интеллектуальный

Страна 6: функциональный - формальный

Страна 7: фискальной - фискальной

Страна 8: социальной ответственности -
социальной ответственности

Страна 13: развитие единого мирового общества -
развитие отдельных цивилизаций

Страна 4: субъективных причин - объективных
причин

Задача 2.

А - 2, институты

Б - 3, транснациональные судейские

В - 17, затраты

Г - 5, инклюзивные

Д - 7, долгосрочное развитие

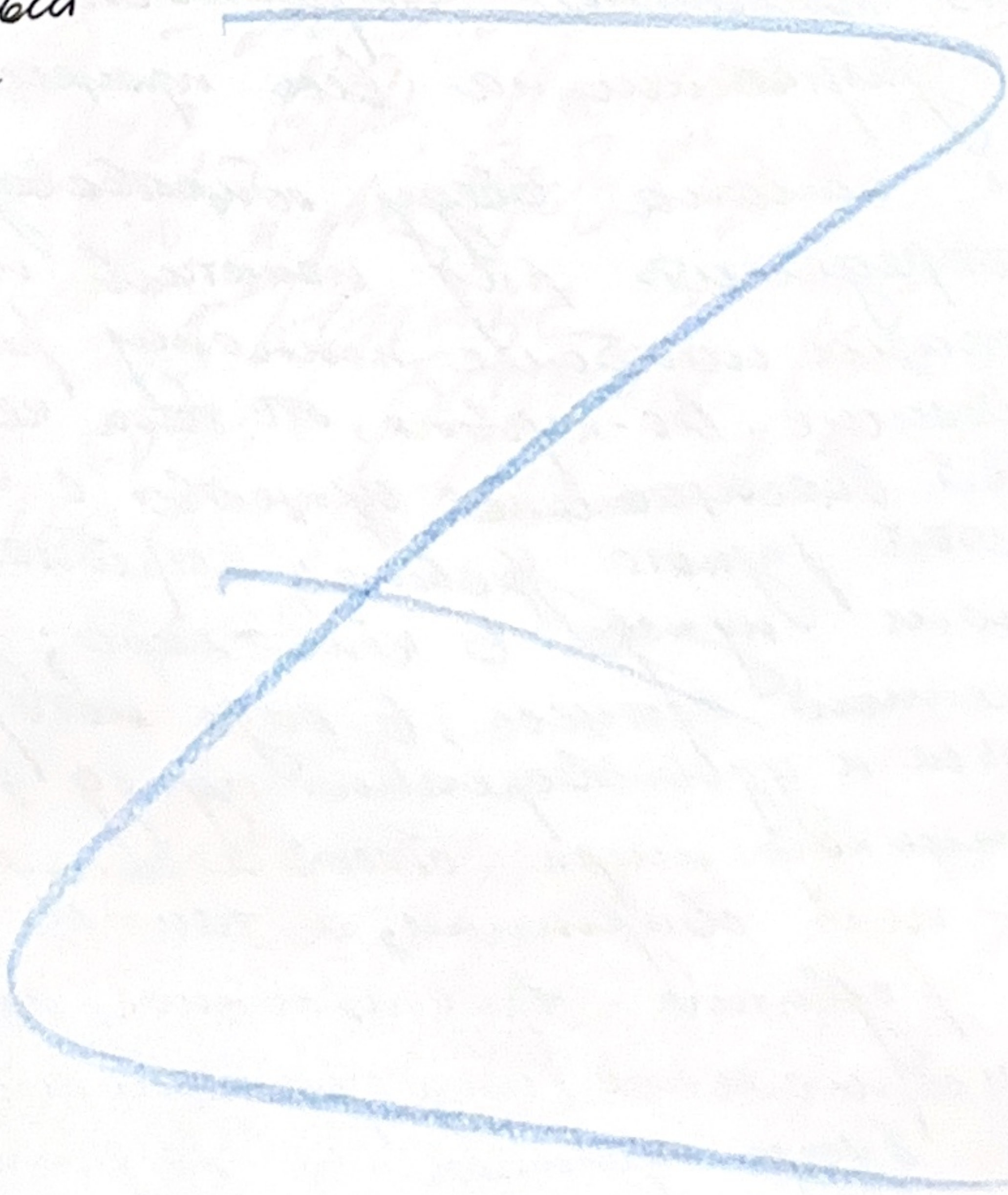
Е - 8, ~~зависимость от пути 1~~, ресурсы

Ж - 11, культурный код

З - 4, элитные судейские

И - 13, неполный

К - 16, каркас



Задача 3.

Систем

Максимальная сфера общественной мысли постоянно находится в France для исследования. Она взаимодействует вместе с человеком, а потому его поведение непосредственно влияет на экономику, следовательно — обращается на индивидуальное внимание экономистов и социологов релевантно. Ещё в Древнем мире, эпохе античных философов, поднимались вопросы функционирования рынка и человека на нём. В связи с этим Аристотель ба-
 фией социальную природу денег, так как именно самим хозяйствующим субъектам в мире гранд от-
 рождают их убивают. Данный пример иллюстри-
 рует, что тема рационального поведения человека поднимается в нашу эпоху и подвергается новым преобразованиям, гипотезам и "научным революциями" в её рамках (по Томасу Куину о войне научных па-
 радигм).

Данный вопрос поднимает проблему релевантности и уместности применения модели Homo economicus в современных реалиях. То есть рассматривается то, является ли человек своим же рациональ-
 ным, чтобы своим поведением наиболее полно удов-
 летворить собственные потребности и с минималь-
 ными затратами на весь процесс.

Для начала введу общепонятную рамку, дабы определить ряд понятий и терминов, спо-
 собствующих наиболее полному раскрытию проблемы бытия человека. Во-первых, это сам человек, представляю-
 щий собой биосоциальное существо с многообразными потребностями разного уровня; потребность — перетягиваемая человеком нить в чём-либо; деятельность — целенаправленный процесс, в ходе которого человек стремится к удовлетворению нити; общество как часть материального мира, отоблеченное от природы, но тесно с ней связанное, а также его "виды" по степени развития: традиционное, индустриальное и постиндустриальное (информационное). Также необ-
 ходимо будет термин и раздела "Экономика", также как, деньги — особый товар, обменивающийся все-

63-46-46-62

(2.7)

общими привычками, конкуренция в рыночной экономике или протекторство хозяйствующих субъектов для получения лучших условий или обладание тем-либо; спрос и предложение, формируемое ~~на~~ внешнеэкономической структуре на ценнообразовании; а также товары и виды благ: материальные и духовные, как результаты производственной деятельности. Если нежелательно бороться по пути общественного прогресса или пути от худшего к лучшему, и повести вообще условно-нормативной формой жизни, инновационной, ~~или~~ и технического прогресса или его часть.

Ответ на поставленный вопрос, на мой взгляд упомянутая модель не является достаточно фундаментальной для анализа и прогнозирования современной экономической реальности. Сейчас мы находимся на стадии капитализма (формационной, индустриальной) по Карлу Марксу, который глубоко укоренён в общественное сознание через привычные стандарты потребления. Макс Вебер в своей работе "Общество потребления" описывает типичные и виды в неопределённом спросе объективно правдивому. Он говорит о том, что потребности формируются рынком, что превращается далее в некоей форме отчуждения от себя самого "Я" и того, ~~что~~ в чём мы действительно нуждаемся. Потребности эти подпадают нас потребностям искусственного образа товара, то есть симуляцией по Веберу, которая перестаёт в поощрениях отсылать к ~~факту~~ реальности, то есть симуляторы бесконечно воспроизводит друг друга, вводя человека в заблуждение, будучи самоидентификацией. В рациональном потоке социализма тут не может идти и речи. Раннюю картину современной цивилизации наблюдает ежедневно. В-первых, это многообразие стилей-материалов для шопинга, где парадокс товаров становится у человека ~~еще~~ подкрепление по пути. В этой огромную роль играют рекламные компании. К примеру, бренд одежды Rhode в рекламных постах и роликах начал ассоциировать блеск и гламур с продуктами питания, выходящие несомненно

но привлекательно. Это и есть анимизм. В покое
я подобным орудиями движущим со всего
мира ~~еще~~ попадают на "на рынок", становятся
терминами и объектами и перепределяются, переориентируются
сначала распоряжаются средствами. Таким обра-
зом, современность отнюдь не подводит для прямо-
го применения homo economicus.

Еще одним аргументом, подтверждающим
мою позицию, может стать современная мода.
Сейчас она никак не ~~не~~ вьется с рациональностью
потребителя, ведь носит больше социально-статусный
характер. Дорогие вещи становятся показателем
статуса и принадлежности к высшему
слою общества. Дети на примерный социаль-
ной ориентации по Маму Веберу и Ки-
рину Серонну играют решающую роль. Об
описанных ранее товарах говорит Вебер: вещи,
существовавшие раньше, однако на их существу-
ет спрос так как те "показывают" высокий статус
потребителя, так бы уровень статуса. Вебер в
своей работе "Теория социального действия" так раз-
сказывает о массе, которая стремится больше и
внешнему выражению своей "успешности", богат-
ства. Люди по мере потребления, за которыми
последуют все остальные. Подобный процесс
масс и радует моду. Но Зиннелло, мода так
же является барометром статуса и при-
надлежности к высшим слоям общества.
Он описывает следующий процесс: мода начинает
вещь повышается у представителей элиты, она уходит
"в народ" и становится товаром массовой
потребности, переставая цениться и впоследствии
выходит из моды. В современных реалиях тоже
можно увидеть подобную тенденцию. Например,
издавший тренд на крутые лабуты, они
сначала были дорогими позиционными товаром,
однако после ~~ее~~ решения в социальной сети
стали массово продаваться за боковую цену. Его
вещами на сути и пропали для потребителя

примативности и массу дум. Однако сейчас про моду все забыли: модо краша. Такое поведение индивидов, ведомых на френды, рентажу и моду, бред и можно назвать рациональным, поскольку удовлетворяет лишь систематическим потребностям.

Противоположное моему типу зрения имеет, что модель посто экономическая актуальна по сей день, применена до сих пор для анализа ~~бизнеса~~ экономической реальности. Стоит упомянуть, что эту модель свей Адам Смит. Его монополизм и монопроблемность чужда рациональным, "экономическим" существом, способным самостановительно функционировать в экономической среде, а также управлять рыночными отношениями в целом. В связи с этим ~~подле~~ появилась концепция *laissez faire*, а также понятие "невидимая рука рынка", но потерям государства, то это "ночной сторож", не вмешивается в рыночные структуры, поскольку они сами регулируются соответствием спроса и предложения, на них формируются. Религия учод в сторону макроэкономических процессов и либеральным примерам, можно проследить, что индивид считает себя действительно рациональным и достаточно разумным, чтобы удовлетворить свои потребности сполна. [В качестве примера рационального поведения также можно рассмотреть такой раздел экономической науки как теория цф. Каждый субъект стремится и наиболее выгодно и честно, стараясь поступать наиболее рационально, пытаясь предлагать лучшие условия и увеличивать максимальную прибыль. У потребителя можно рассмотреть Эгона Нюма, получившего позже Нобелевскую премию за ~~исследования~~ исследование. Рациональные Нюма замечаются в том, что ни один из субъектов не может игнорировать свои интересы, пока его оппонент не удовлетворит своих. Так, каждый из них стремится поступать наиболее рационально, дабы получить максимальную прибыль. Рациональная модель применима и

поощряемым рынком. Тогда и предприниматели с ее
 же помощью применили модель homo economicus,
 без которой нет будущего. И пример, процветание
 компании McDonald's и KFS, там же у оборот
 несомненно лет назад затронула агрессивную и упрямую
 рыночную капиталиста, выставив себя в будущем,
 а конкурента - в худшем свете. Когда же ~~еще~~
 наде быстрее изменила модель "ответу" групп,
 тем самым меняя рынок, и здесь привнес
 больше изменений.

Возвращаясь к рассмотрению человека едино-
 личия, а не рыночных субъектов, то именно в иде-
 ральной модели рынка применима модель homo
 economicus. Знаю Джон Кейнс унаследовал
 В 1930х годах в США возникла финансовый
 кризис - обвал фондового рынка. Заключившая
 федеральная ~~структура~~ структура, которая
 сама тогда не могла. Тогда Кейнс унаследовал
 место вмешательства государства в экономику
 кейнсианство, таким образом, против теории
 Смита о laissez-faire, а также доминирует пра-
~~ктика~~ экономическое поведение человека.

ВМ. НА СТ. 10
 ПРОДОЛЖЕНИЕ →

В настоящее время проблема рационального
 удовлетворения потребностей остро стоит ~~и~~ для решения
 экономистами и социологами. Однако, информа-
 ционное общество отличается сложностью структуры,
 а потому одна единственная модель явно недостаточна.
 Ватсон и Шиппер описывают на человека именно
 социальное существо, иной ранее упоминаемое. Уильям
 Горман говорил о теории идентичности, где ~~в~~ человек
 идентифицирует "себя определенным образом, как бы и при
 "роли в социальном спектакле, чтобы в нем видеть по-
 нятную модель поведения, ~~и~~ и унаследованная фор-
 мация, основанная основе по теории Джона Толкотта
 написана ~~слова~~ "А в интернете", где расширяет выше-
 шие ~~социаль~~ на ~~объекты~~ в целом, как и на отдельных
 индивидов. И именно потребление способствует подде-

поощрением рынком. Тогда и предприниматели с тем же успехом применили модель homo economicus, ведь каждый ищет максимуму прибыли где ~~бы~~ поучебнее большей выгоды. И примеру, процветание компаний McDonald's и KFS, там же у которых несколько лет назад затронула агрессивную и дружную рыночную кампанию, выставив себе в будущем, а конкурента - в худшем свете. Когда же ~~бы~~ наде быстрее и больше делала "ответу" другой, тем самым ищешь выгоды, надеясь приобрести больше имущества.

Возвращаясь к рассмотрению человека экономично, а не рыночных субъектов, то именно в идеальной модели рынка применима модель homo economicus. Знаю Джон Кейнс говорил об этом. В 1930х годах в США случился финансовый кризис - обвал фондового рынка. Заключившаяся депрессионная ~~ситуация~~ ситуация, которая сама по себе не могла тогда Кейнс говорил о необходимости вмешательства государства в экономику Кейнсово, таким образом, противит теории Смита о Laissez-faire, а также допускает управление ~~человеком~~ экономическое поведение человека.

ВМ. НА СТ. 10
ПРОДОЛЖЕНИЕ →

В настоящее время проблема рационального удовлетворения потребностей остро стоит ~~и~~ для решения экономистами и социологами. Однако, информационное общество отличается сложностью структуры, а потому одна существующая модель явно недостаточна. Ватсон и Шиндлер описывают на человека именно социальное сетевое и более раннее упомянутое. Уильям Горман говорил о теории эффективности, где ~~бы~~ человек иницирует "себе определенным образом, как бы и где" роль в социальном пространстве, чтобы в нем видеть новую модель поведения. ~~Именно~~ и упоминается Горманом, основанная основа по теории Джона Толкотта Патсона сформулирована "в интернете", где разрабатывается бизнес-структура на уровне в целом, как и на отдельных индивидов. И именно потребление способствует поддер-

можно транслировать роли. Также Анна Тален
 это имеет «медиа-эффект» последствий: социальные
 сети позволяют более способствовать инициации и
 стимулированию соц. неравенства в некоторой степени,
 однако получились совсем наоборот: увеличивается
 отчуждение и одиночество отдельных индивидов,
 потеря их индивидуальности, поскольку все можно
 купить, даже личность и образ в интернете. Ярким
 примером могут стать распространённые массовые
 операции, действующие для соответствия обществу
 образу (одна из причин), покупка новой дорогой брендо-
 вой одежды, обуви, техники для тех же целей. Люди
 за меньшими деньгами ~~еще~~ также все берут кредиты на
 такие товары, которые, казалось бы, можно заменить
 обычными, менее дорогими. Но сейчас банша имен-
 но ~~дорого~~ богата «картина», а не практичность вещи,
 что явно противоречит концепции Homo economicus,
 ведь в таком случае удовлетворяется материальная
 потребность в общественном признании. Кстати, то, что
 человек способен превращать «материальную потреб-
 ность» Абрахама Маслоу играет важную роль в
 понимании современных типологических
 моделей и маркетинговой деятельности, ведь тала-
 нте удовлетворять потребности, в первую очередь
 преобладает. А ~~сегодня~~ глобальный интернет и
 многочисленные социальные сети это подтверждают,
 ведь такая социальная «картина» индивидуальной
 поддерживается постоянно в интернете, создавая со-
 бственный дискурс, где индивид ~~уже~~ воспроизводит своё
 индивидуальное и социальное поведение определен-
 ным образом. Например, компания Wildberries с по-
 мощью технологии искусственного интеллекта анализи-
 вает просмотренные товары и приобретает их. На основе
 этой информации онлайн-платформа воспроизводит ре-
 комендации «по интересам», дабы потянуть человека
 на новые покупки, создавая искусственную потребность в
 покупке вещей. Также можно рассмотреть функционирование
 «Яндекс» и как они используют алгоритмы ~~суб~~

связи в своих целях. В магазинах сети Редвудчиа
 есть огромные выкладки товаров на стенках, где можно
 ознакомиться на уровне детских глаз, снисходительные товары
 у нас или на уровне человеческого роста. Также,
 если обратиться вниманием на пол в магазинах, то мы
 на расстоянии так, чтобы человек решил и вышел по
 определенной маршруту, на котором тоже расставлены
 товары определенным образом (например, сладости и
 хлебобулочные изделия вместе и кешью "маршрута",
 морозеное - у нас, в "мокрой точке"). Так, сети
 продовольственных магазинов формируют у потребителя
 потребности, а также формируют и сами сами денежными
 средствами. Эта система поддерживается манипуляцией, гос-
 подствующий в обществе, ~~делает~~ делая нас все
 больше зависимыми от приобретения.

Одновременно разрешается следующий вопрос: как
 справиться с данной проблемой иррационального
 поведения человека в отношении или не перейти
 в беснуечном потреблении навсегда. Рассмотрим
 в перспективе, маневрирование каранти-
 кризиса до момента "заработать" в первую очередь.
 Например, сейчас в Российской Федерации
 действует закон о защите прав потребителей.
 Одновременно немаловажно формирование людей направлено
 с нормами поведения ~~на~~ в монополистской сфере,
 начал, поощряя, с обращения с деньгами. Так, школы
 и иные учебные учреждения могут повсеместно ввести
 уроки финансовой грамотности, ~~что~~ способствует, как
 и в ~~малой~~ малой степени, рациональному пове-
 дению ~~человека~~, ребенка и подростка. Повсеместно
 уровни грамотности, социального самочувствия и
 доверия также способны повлиять на человека
 при приобретении, развивая его рациональность с
 использованием разных рычагов. На широтном уровне
 честном уровне равнотерии единичных убеждений. Во-пер-
 вые, человек должен по факту приучиться составлять от-
 сон поупор на ближайшую неделю, чтобы ~~тоже~~ пре-

дупликация сарафанного популизма, вавилонские спонтан-
ности. Во-вторых, есть в жизни имитация своей
будущей, будничной ограниченной сущности на рефлексив-
ные и спонтанные популизмы. Эти действия выполняю-
т очень малое количество людей, или маргиналов,
даже не смотря на неограниченное повторение,
так как рекурсивный парадокс гласит, что правдо-
носие — это умение брать и потребиться, ведь деньги
«приходят и уходят». Социальная среда поддержи-
вает его, ведь человек способен подражать подавляюще-
му большинству. Таким образом, сбывается худший сце-
нарий, по второму парадоксу прогнозирует упо-
режнему. Это, кстати, называется «эффектом Барона»
или «проклятием Томаса».

В заключение хочу сказать, что представленная
модель хотя и основана действительно на фактах и
больше не применима. Это одна из устоявшихся
идеальных моделей, недоступных в реальности, а
потому она не содержит и недоступна. Ранее
показано, что современный человек окружен мно-
жеством монополий, социальных структур, во много
раз усложняющих реальность, появились новые формы
патологии, ~~новые~~ товаров и услуг. Общественная
прогресс вынуждает сталкиваться с предсказан-
ными моделями для анализа, ~~и~~ вынуждает искать новые
и с учетом новейших технологий. Также стоит упо-
мянуть изменение в биологико-психологических про-
цессах человека. Он стал менее социализированным,
подверженным внешнему воздействию и т.д.

Символический интеракционизм, ~~направление~~
Миллера говорит об общедоступном и значимом груп-
пизме, а Чарльз Кули — о других моделях, или в
терминах, через которых индивид сам себе оце-
нивает, в основном модели «равнозначной», «э-
идеальной», «терминальной 2». Таким образом, в сов-
ременной жизни синдром FOMO, или синдром отсут-
ствия популизма. Человек иррационально и ситуаци-
онно принимает решение об удовлетворении. Такой 9

<p>когнитивная теория</p> <p>Введение</p>	<p>Сериеван</p> <p>ваши знания</p> <p>теория идентичности</p> <p>Эрика Эриксона</p>
<p>✓ Проблема</p>	<p>рациональность человека в добывании своих нужд</p>
<p>✓ Общеизвестная рамка (попытки)</p>	<p>теория, процесс, опыт, индустриальный, человек, общество</p>
<p>✓ Свои точки зрения</p>	<p>❓ НЕТ, не является</p>
<p>✓ Аргумент 1</p>	<p>теория праздной массы Вебстера</p> <p>пример импрессионизма</p>
<p>✓ Аргумент 2</p>	<p>теория Вебстера</p> <p>Адриан Шенкер "Общество потребления"</p> <p>пример импрессионизма</p>
<p>⋮</p>	<p>Зиммерман-мода</p>
<p>✓ Противоположная точка зрения</p>	<p>❓ ДА, является</p>
<p>✓ Аргумент 1</p>	<p>теория Адриана Шенкера</p> <p>пример импрессионизма</p>
<p>✓ Аргумент 2</p>	<p>теория</p> <p>пример импрессионизма</p> <p>❓</p>
<p>⋮</p>	<p></p>
<p>Современные решения (?)</p> <p>→ Решение проблемы (?)</p>	<p>теория</p> <p>пример импрессионизма</p> <p>вдари Вебстера для популар. культуры</p> <p>Зиммерман-мода</p>
<p>Вывод</p>	<p>Рационализм Маркс</p>