



МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени М.В.ЛОМОНОСОВА

Вариант 1; 9 - 10 класс обществознание

Место проведения Санкт-Петербург  
город

ПИСЬМЕННАЯ РАБОТА

Олимпиада школьников "Покори Воробьевы горы"  
наименование олимпиады

по обществознанию  
профиль олимпиады

Шеболинной Алисы Михайловны  
фамилия, имя, отчество участника (в родительном падеже)

Дата

«04» апрель 2026 года

Подпись участника

[Подпись]

Черновик

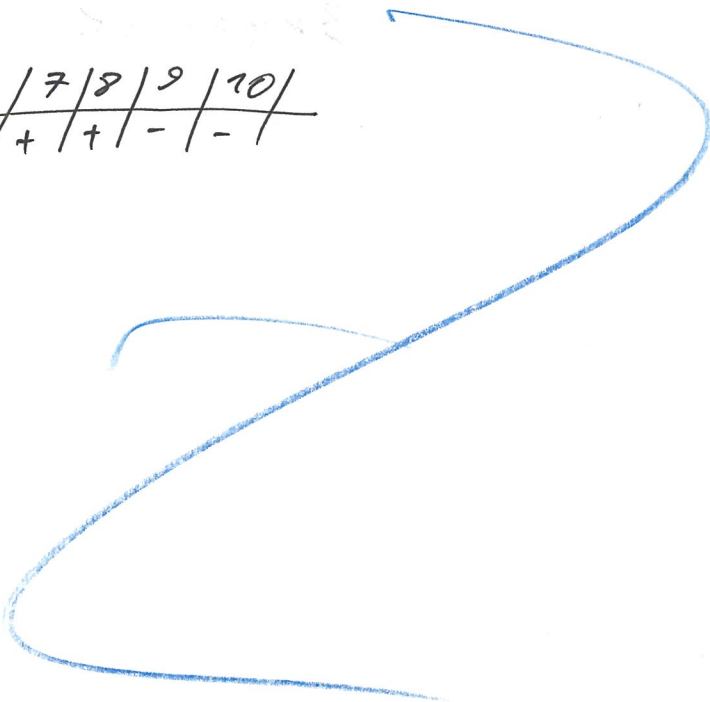
67-54-26-86

1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
-	-	-	+	+	+	+	+	-	-

2

- 1
- 2
- 3 издержки
- 4 номиналы
- 5
- 6
- 7 проценты
- 8
- 9
- 10



3 проблема влияния популярности и признания произведения искусства на его ценность, актуальна в век массовой культуры. необходимо рассмотреть проблему с разных сторон.

1 Зависит. общество спекотаня Би Редан  
 в плане социо-культурной цен. общество потребления Манбад  
 пример: Ворныи Зверопанис 2.

2 Зависит.  
 в плане материальной ценности. классические рыночные зако-  
 ны, спрос и предложение, равновесная цена.

пример: картина с бабочками) арт-мэтр публици  
 3 Я считаю, что на самом деле социо-культурная ценность не зависит. Комитет бурж  
 + аура. ~~Культурная~~  
 4. не зависит. сирингарот. болшущи про поэтов

Чистовик.

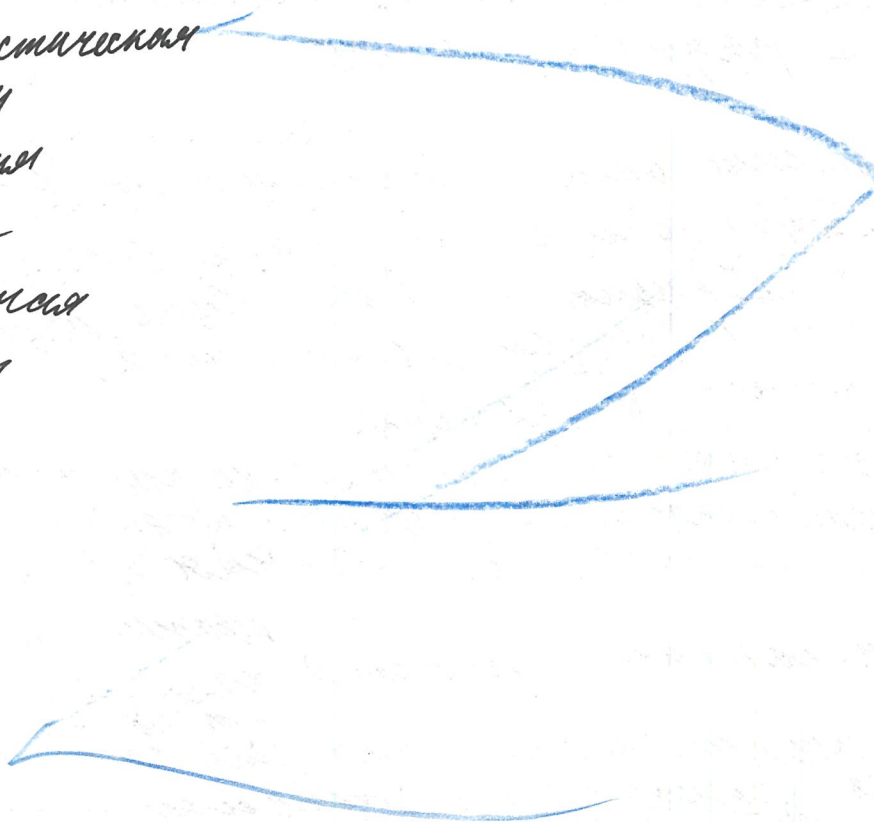
Задание 1.

- 1 - кем
- 2 - кем
- 3 - кем
- 4 - за
- 5 - за
- 6 - за
- 7 - за
- 8 - за
- 9 - кем
- 10 - кем



Задание 2.

- 1 -
- 2 - монополистическая
- 3 - издержки
- 4 - монополия
- 5 - заход
- 6 - президентская
- 7 - прощени
- 8 -
- 9 -
- 10 -



Чешковик

## Задание 3.

Проблема влияния популярности и призна-  
ния произведения искусства на его ценность  
является довольно актуальной в эпоху  
массового искусства. Данная проблема тре-  
бует рассмотрения различных точек зре-  
ния относительно нее.

Многими социологами, в частности - соци-  
ологами неомарксизма, отстаиваемая  
позиция, согласно которой ценность про-  
изведений искусства в современном мире  
действительно  $\neq$  зависит от популярно-  
сти и признания. Так, Жан Бодрийяр ввел  
термин общества потребления - общества с  
навязанными рекламой и прочими механизмами  
потребностями, желаниями, интересами и вку-  
сами. Успех и ценность товаров, а так же и  
произведений искусства напрямую зависят  
от того, как их преподносят в социальных  
сетях, СМИ, рекламе. Примером такого явле-  
ния может служить история успеха мульт-  
фильма "Зверополис 2". Мультфильм не сто-  
ит на месте и пос-  
тоянно расширяется. Выпускается много  
новиков. В таких условиях достаточно труд-  
но зацепить зрителя и удержать  
его внимание. Однако, благодаря огра-  
нану резонансу в СМИ, рекламе на различ-  
ных платформах, например - Tik Tok, и ви-  
деокадры из этого массовки обсуждени  
ям в социальных сетях мультфильм "Зв-  
рополис 2" обрел популярность, признания, а  
вследствие этого - ценность.

Чистовик

Может я считаю необходимым рассмотреть ценность произведений искусства с точки зрения материальных, земельных ресурсов. Почему произведения искусства, которые обрели популярность и признание, зачастую имеют очень высокую стоимость? Это объясняется классическими законами рынка: произведение искусства, ~~создаваемое~~ создаваемое в ограниченных, или даже в единственном экземпляре, при обретении популярности характеризуется высоким спросом. Таким образом, при малых объемах предложения и крупном объеме спроса равновесная цена будет высокой. А также такие товары нередко выставляются на аукционы, где продаются за наибольшую из предложенных цену. В таких ситуациях чаще всего люди действуют в состоянии азарта, жадности прощаются, а цены обычно очень завышены. Примером подобной ситуации может служить прославившаяся на весь мир картина - красочный серебряный скотч к халому банан. ~~Эта картина была выставлена на аукционе~~ она была представлена на выставке современного искусства и вылетела из зала за огромные деньги. Данный пример наглядно показывает, что даже не обладая какой-либо популярностью и не имея явной материальной ценности, произведение искус-

ства по итогу может ~~быть~~ быть <sup>ценности</sup> признана ~~действительно~~ действительно балашинскими ~~сущими~~ сущими по причине того, что оно становится популярным.

Я считаю, что на самом деле ~~на~~ культурная ценность произведений искусства не зависит от их популярности и признания. Если произведение искусства обладает глубоким смыслом, несет важный посыл обществу, заставляет испытывать различные эмоции, если автор вложил в него душу и смысл, то в таком случае ~~его~~ его можно считать действительно ценным. Но ценность заключается именно в наличии смысла, посыле. А для того, чтобы его понять, необходимо вкладывать культурный капитал в определение Тьерри Бурдье. Он считает, что именно благодаря культурному капиталу люди способны улавливать смысл, заложенный в произведения искусства. Культурный капитал - приобретенные с опытом, в течение жизни знания о культуре, искусстве. Также хочется упомянуть концепцию ауры. Согласно данной концепции настоящие произведения искусства обладают особенной аурой, чего нельзя сказать про имитации смысла объектами, выходящими из рук производителей искусства. Аура - как бы энергетика, исходящая от произведений искусства. Она может обретаться благодаря истории ~~предмета~~ предмета, оригинальности, вызвавшим эмоциям. Предсе-

мы, <sup>испеченные</sup> ~~печенные~~ котиками, паразитическим произ-  
 ведением искусства не обладают душой. Жан  
 Бодрийяр дал определение массовой през-  
 метом - симулякры. Он считал, что си-  
 мулякры лишь имитируются быть похо-  
 жими на реальное произведения ис-  
 кусства, но по сути не обладают ни-  
 какой ценностью. Примером симуляк-  
 ров может служить копия древнего гим-  
 нического кубисина - повторяющая его, но не  
 являющаяся им. Такой кубисин ~~имеет~~  
 имеет историю, культурную ценность.  
 В подтверждение своей позиции хочется  
 привести пример с великими русскими  
 писателями. Везде многие из них не обла-  
 дали популярностью, не были признаны,  
~~и только то время~~ а что-то побе-  
 дение затем признавали званием, то  
 есть отклоняющимся от нормы. Они  
 были оценены по достоинству только  
 спустя годы. Творчество знаменитых  
 русских писателей содержит в себе  
 глубокие смыслы, затрагивает важные  
 темы, ~~иногда~~ вызывает у знающих  
 с их творчеством людей эмоции боли,  
 печали, гордости, удивления, страха. То,  
 что какое-то время произведения рус-  
 ских писателей были непопулярны, не  
 значило, что они не обладают цен-  
 ностью. Ценность - в смысле, а не по-

популярности. Примером из ~~современности~~ <sup>исторической</sup> современности может служить песня русского исполнителя Вани Дмитриенко "Братки". Песня вложил в нее свои чувства, переживания. Песня действительно оригинальна, несет в себе смысл, вводит слушателя на эмоции. Подобно песню можно считать истинным произведением искусства. Данная песня так же несколько лет не была популярной, у нее не было признания широкой публики. Однако, так же как и произведения русских писателей она обладала социо-культурной ценностью.

Суммируя вышесказанное, хочу отметить, что проблема внимания популярности и признания на его ценность действительно важна, а еще более актуальной она стала в современном обществе, когда все чаще в интернете слышны крики, а люди подвержены вниманию рекламы. Проблема была рассмотрена мной с точки зрения социо-культурной и материальной ценности, однако рассмотреть все аспекты данной проблемы в рамках одного эссе не представляется возможным. Хотелось бы продолжить тему на продолжение мысли в следующем номере или же в журнале "Вестник Бурзуе и прочих театралов", рассуждавших об искусстве на зыбкой земле искусства.

чистовик  
заванна в области земности произведе-  
ний искусства.

