

вош: 15.53
вр 15.56
Дер

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В.ЛОМОНОСОВА

Вариант 1

Место проведения Новосибирск
город

Сдано 14.08
Дер

ПИСЬМЕННАЯ РАБОТА

Олимпиада школьников „Покори Воробьёвы горы“!
наименование олимпиады

по Обществознанию
профиль олимпиады

Канавец Семён Игоревич
фамилия, имя, отчество участника (в родительном падеже)

Дата
« 5 » апреля 2026 года

Подпись участника
Скз

Задача 3. Задача с развёрнутыми ответами

Главной проблемой поднимай в высказывании является то чем не всё пока определяется ценностью произведения искусства. Она зависит от популярности, от признания автора или определяется лишь субъективные взглядом людей и обсуждается мнениями. В высказывании затронутые актуальные же современные вопросы затрагивающие эстетические нормы и взгляды на искусство как всего общества и каждого человека. Является ли искусство искусством то, что не является популярным в широких кругах, а видно и доступно лишь малому числу людей, и какова тогда его ценность. Где лежит граница между искусством и массовой культурой?

Я считаю что ценность искусства нельзя определять примером его популярности. Так как у каждого человека есть свои эстетические взгляды и оценочные красивые для каждого могут быть разные. Поэтому я считаю что искусство должно относиться к сфере личной сфере жизни человека и можем определяться только личными субъективными мнениями человека а не навязанные другими. Давать ответы на вопросы о том.

как определять ценность искусства, еще оно является субъективной для каждого и не может быть под четким обзором доктрины и взглядом масс на него.

~~Я считаю что искусство должно быть общедоступным а не касаться только узкой элиты общества.~~

Я считаю что нельзя конкретно определять цену конкретного произведения искусства, так как у взгляда на него различия и является чисто субъективной. У одного человека картина ~~Леонардо~~ Леонарда Да Винчи, "Мона Лиза" - будет вызывать трепет, у другого не понравится и лишь признает масштабы ее художника. Одни ее определят ее цену как безделью, другой же укажет только на ее стоимость красок для ее написания. В современном обществе всё ещё абсурднее. ~~Известная~~ Известная вокруг уходя от классического искусства и переход к постмодерну даже своего вида. Известная в виде банана, приклеенного к стене, была продана на аукционе за 10 двести тысяч долларов. Это подтверждает мою по-

защито о том что цена популярности ^{чистота 3}
 вокруг того или иного произведения
 искусства определяется ~~лишь~~
 не востребована зрителем, не
 критической работой и даже не
 исторической ценностью. Цена совре-
 менного искусства определяется
 конкретного явления ~~лишь~~ внешне-
 являющийся фактом, приложенный к нему,
 определяющий лишь его популярность,
 но никак не эстетической ценности.
 Приведу примеры за и против своей
 позиции.

В своей эссе ~~David Юм~~ ~~о искусстве~~
 „О Норме Вкуса“ Дэвид Юм утверждает,
 что ценность искусства в конечном
 счете определяется совокупностью
 суждений „идеальной критикой“ - людей
 с тонким восприятием, свободных от предра-
 суждений и влияния общества. Однако со
 временем, как говорит Юм, удача и слава не
 являются признаками и широкой публики
 служат доказательством его объективной
 ценности. Если искусство ~~просто~~ веками
 прослужило разным поколениям, значит оно воз-
 можности универсально осмыслить человеческой
 природе. Популярность искусства по мне-
 нию Юма - это не случайный ход или
 фальшивый консенсус конкретного
 человеческого

В поддержку своей позиции я приведу
 имя Теодора Адорно. Адорно считал,
 что великое искусство по определению
 анти-популярно. В обществе массового
 производства популярными средствами
 адаптации к системе, превращение
 искусства в товар и развлечение. Это
 объективно эмпирически обоснова-
 нную искусство превращая его в
 продукт массовой культуры. Возможно,
 искусство как производство Демингоса-
 содержит вступительное содержание, диссо-
 нанс который не является ~~частью~~ ^{близким}
 ценностям искусства для Адорно в его
 понимании, когда проявляется
 именно в отчужденности от публики,
 а не в любви толпы.

Философ Пьер Бурдье считал
 лишь вопрос делания привнес популяр-
 нности сам по себе ложное, так
 как сама целенаправленно
 социальными группами. Популярности
 в массе (коммерческий успех) — это
 символический капитал одного ~~человека~~
 класса искусства. Популярности среди

числовик 6

можем быть расщеплен с разрыв
 стигмой. Показатель неуклонно оформе-
 шенно есть популяризм и есть
 глубоко личное дело каждого и
 эстетическая цельность каждого.
 Динамика и споры о том что является
 ся актуальное и как определять
 его цельность ~~будущи~~ ~~будуща~~ ~~вещи~~
 были давно и будут решены еще
 долго так как односторонней моу-
 щии удовлетворившей бы всех
~~в~~ людей нет.

Задача 1

1- да

2- да

3- нет

4- да

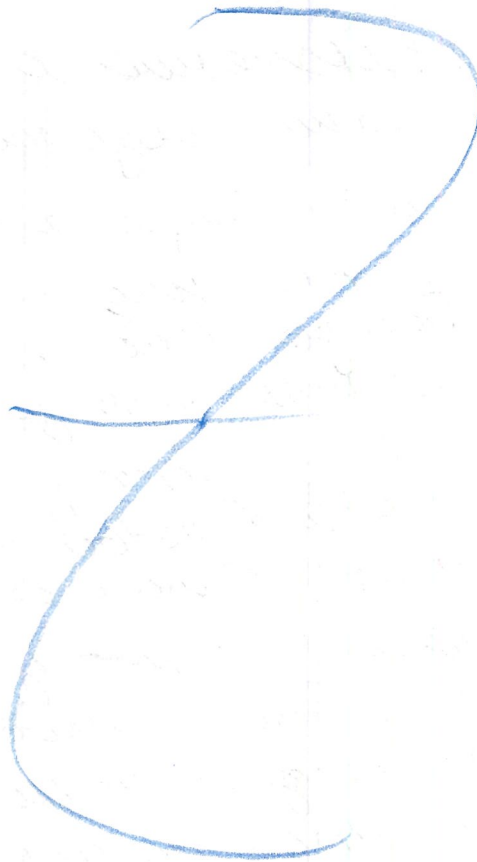
5- ~~да~~ нет

6- нет

7- да

8- да

9- нет



Задача 1

10 - мем

Задача 2

1 - ДИСКРИМИНАЦИЯ

2 - МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ

3 - издержки

4 - монополия

5 - доход

6 - ПРЕДЕЛЬНАЯ

7 - ПРОЦЕНТ

8 - МАСШТАБ

9 - ИМПЕРИОРИЗМ

10 - КАРТЕЛЬ

- 1 задание
- 1) да +
 - 2) да +
 - 3) нет +
 - 4) да +
 - 5) да ?
 - 6) нет +
 - 7) да +
 - 8) ~~нет~~ да +
 - 9) нет +
 - 10) нет

Черновик
 III → IIII → IIIII →
 прощ, илия, похорошить,
 начал

около Шмеллер
 человек это?
 экономика - это?
 Инжур - вышло много?

сидит

5) система децентрализованных средств
 издержек при расходе дохода
 почета

~~5) система децентрализованных средств
 издержек при расходе дохода~~
 9) товар на который не формирует
 при расходе дохода почета

3) Запрещенная законом форма
 соглашения о предоставлении?
 1) типичная конкуренция.
 теоретическая конкуренция
 теоретическая форма конкуренции, за
 2) конкуренция и рынок?

- 2 задание
- 1
 - 2
 - 3 Издержки
 - 4
 - 5 доход
 - 6
 - 7
 - 8.
 - 9.
 - 10.

Этот план:
~~Проблема~~
 суть выгоды
 Проблема
 своя, не
 А1
 А2
 А3

Эта тема: ^{повторившая, логичная, аргумент-}
 широким образом, значимая

~~Суть выкладки~~

Э



Проблема
 ↓

Проблема заключается в том, как определить ценность продукта в жизни человека.

Своя. выг
 ↓

Ценность товара - не поделка, а ценность. Цена определяется субъективно. Ценность товара не имеет объективной цены.

A1

за Теория
 зубов
 пример

Двадцать ЮМ



A2

против.
 Теория
 зубов
 пример

Теория о зубах



A3

оба мнения
 Теория
 зубов
 пример

Теория о зубах



Вывод:

W

