



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**Российская академия народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте Российской Федерации**

**Олимпиада школьников РАНХиГС**

**Заключительный этап**

Класс: 11

Профиль: ОБЩЕСТВОЗНАНИЕ

Фамилия: СЕМЁНОВА

Имя: КСЕНИЯ

Отчество: АЛЕКСАНДРОВНА

Страна: РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ

Регион: МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

ВСЕГО СТРАНИЦ

	7
--	---

ПОДПИСЬ УЧАСТНИКА

*К. Сун*



## Блок II.

## Культурология.

7. На мой взгляд, именно социальной порядок (то есть ~~социальные~~ социальные нормы), существующие в социальной организации, делают необходимыми экономические обмены любого рода. Массе пишет, что все обмены - это предметы передачи и возмещения. Они стали возможны благодаря социальной норме обмена в обществе. Если человек передает вещь, то он рассчитывает на то, что через какое-то время ему передадут что-то в обмен. Таким образом, можно сказать, что

1. Опираясь на первый фрагмент, можно сказать, что разделение труда в социальной организации делает необходимыми экономические обмены любого рода. Массе пишет о союзниках земледельца и рыбака, которые обмениваются своими дарами. Поскольку один специализируется на земледелии, а другой на рыбке, они вынуждены обмениваться своими товарами, чтобы завладеть другими. Э. Дюркгейм описывал данный процесс в своей работе об эволюции общества, из-за разделения труда люди стали более индивидуальными с одной стороны, но более зависимыми с другой, именно экономической. Так как каждый человек выполняет определенную функцию, он зависит от другого, кто выполняет ~~другую~~ <sup>и</sup> другую функцию, поэтому экономический обмен стал необходим



в социальной организации.

2. Кроме прагматического интереса людей может заставлять вступать в экономические отношения выгода от них. Мыслители символического интеракционизма Хоуманс и Блау писали, что именно выгода заставляет людей вступать в разного рода отношений. Если людям выгодно вступить в данные отношения, они понимают, что если они это сделают, то получат в будущем выгоду — они это делают (поступат стимула). Также людей заставляет вступать в экономические отношения их ~~экономический~~ символический капитал. По Бурдье если у людей "большой" <sup>символический</sup> ~~экономический~~ капитал, то и вещей у них будет много, и капитала, что будет ~~их~~ их вынуждать вступать в данные отношения. Также на это влияет мода. Зиммель считал, что именно из-за нее люди вступают в экономические отношения, совершают сделки и покупки. Она влияет на экономическое поведение людей. По мнению автора, мода заставляет совершать необходимые покупки. Более того, в современном мире всё большее влияние получает экономика впечатлений. Впечатления от товаров и услуг, которые получает потребитель, влияют на его дальнейшие действия. Таким образом, во многих заведениях специально создают антураж, который создает положительные



Впечатлени.

3. По мнению автора „экономическое животное“ это рационализированный человек, в котором нет ни чувств, ни эмоций, ни морали или долга. Все его потребности — материальные, направлены лишь на увеличение прибыли и экономической выгоды. Однако Мюссса утверждает, что европейцы ближе к ~~идеалу~~ <sup>к идеалу</sup> первобытным племенам, чем экономическое животное. Это связано с тем, что ~~потребности~~ <sup>траты</sup> европейцев, особенно богатых, ~~направлены на потребление~~ всё ещё могут быть безразличными или иррациональными, что похоже на первобытные племена, в которых большинство едок были иррациональны, более того, они ~~были~~ <sup>были</sup> направлены на удовлетворение базовых потребностей, а также были наполнены эмоциями, связанными с коллективом (племенем), в котором они живут. ~~Хотя~~ <sup>Хотя</sup> очевидно, что не все едки европейцев — холодный расчёт и выгода. Они всё ещё могут иметь благотворительную направленность, а также безразличную. Например, помощь беженцам в Германии, где люди всесторонне организуют пункты выдачи еды, ~~для них~~ <sup>для них</sup> ~~делая~~ <sup>делая</sup> это бесплатно. Тогда как экономические животные не имеют чувств, следовательно европейцы ближе к первобытным племенам. ~~Более того, не все европейцы~~



~~Характер~~ "оформительский" ~~это~~ ~~это~~

4. На мой взгляд, не только богатые люди позволяют себе расточительные и иррациональные траты своего имущества, бедные также сталкиваются с подобной проблемой. Данную ситуацию можно объяснить теорией Т. Веблена о демонстративном потреблении. Бедные могут специально совершать покупки, которые совсем не соответствуют их материальному состоянию, поскольку хотят казаться богатыми, чем это есть на самом деле. Подобное поведение может быть вызвано модой на какую-то вещь, например берендовой. Богатые люди жаждут на нее тренд, а бедные его подхватывают и пытаются потратить купить данную вещь. То Зиниеню, такое иррациональное поведение связано с желанием низших слоев быть похожими на высшие. мода выступает социальным барьером. Поскольку как только становится массовой сразу меняется. Более того, иррациональные покупки могут быть связаны с психологическим состоянием бедных людей (чувство с постоянным давлением в обществе). Такие люди могут совершать компульсивные покупки, которые выступают способом избегания от стресса и увлечения. Примером могут быть



распродажи в магазинах, когда люди буквально борются за товар, в данном случае это не только импульсивные покупки, но и компульсивные, так как позволяют отвлечься от ситуации в обществе.

## Блок I.

1.	Имитативная	Контагиозная
Трон	<del>субъективный</del> объективный	<del>субъективный</del> субъективный
Распределение примеров	14	23

2.

1. Жан Бодрийяр
2. потребление

1. массовой
2. Адорно и Хоркхаймер

3.

Сценарий 1: А: нет ; В: мажоритарная  
 Сценарий 2: С: Идентификация ; D: мажоритарная  
 Сценарий 3: Е: да ; F: пропорциональная  
 Сценарий 4: G: Идентификация ; H: пропорциональная



4.

1. 2
2. 1
3. 5
4. 4; 6

5.

1. ПЕРЕМЕЩЕНИЕ
- 2.
3. Перерыв
4. ДИСКРИМИНАЦИЯ
5. ЗАБАСТОВКА
6. ИСПЫТАНИЕ
7. КОНКУРЕНТИВНОСТЬ
8. УВОЛЬНЕНИЕ
9. ПРОГУЛ
10. КВАЛИФИКАЦИЯ

6.

~~М. М. Вебер~~

1. Макс Вебер.

~~М. М. Вебер~~

2. Автор вошедшей стадии эволюции социальной организации.

I Кафе (в них каждый, кто приходит, мог высказать своё мнение по поводу политики, ситуации в обществе, нет постоянного членства, свободное посещение.)

II Клубы (Присутствие возможно только для членов, должна быть определенная система взглядов, колледж иерархии)



6.

1. Макс Вебер.

2. Автор выделил стадии эволюции социальной организации:

I кафе, таверны (в них каждый, кто приходил высказывал своё мнение об обстановке в обществе, политических взглядах)

II клубы (теперь в данную организацию

~~III Центры (Индивидуализация, не обязательно постоянное членство; необходима оплата для вхождения; рационализация; четкая иерархия)~~

III Центры (Индивидуализация, не обязательно постоянное членство; необходима оплата для вхождения; рационализация; четкая иерархия)

