

При выполнении заданий с кратким ответом впишите в поле для ответа цифру, которая соответствует номеру правильного ответа, или число, слово, последовательность букв (слов) или цифр. Ответ следует записывать без пробелов и каких-либо дополнительных символов.

Если вариант задан учителем, вы можете вписать или загрузить в систему ответы к заданиям с развернутым ответом. Учитель увидит результаты выполнения заданий с кратким ответом и сможет оценить загруженные ответы к заданиям с развернутым ответом. Выставленные учителем баллы отобразятся в вашей статистике.

1. Для многих кочевых народов самой ранней формой материи был войлок. Этот нетканый материал служил человеку на протяжении всей жизни. Из него делали одежду, обувь, убрaнство для жилища, попоны для лошадей. Войлок, согласно традиционным представлениям, оберегал от злых духов и вражеских сил, спасал от зноя и холода. Войлок изготавливали в основном из овечьей шерсти. Благодаря верхнему чешуйчатому слою (кутикуле) шерстяные волокна под воздействием горячей воды и пара способны сцепляться друг с другом, на чем и основан принцип войлокования. Поскольку шерсть _____ овцы не имеет кутикулы, первый войлок мог появиться не раньше, чем была одомашнена овца.

2. Поэтому начало истории войлока исследователи относят к 5-6 тыс. до н. э., когда были одомашнены также лошадь и собака, помогавшие пасти большие отары. Именно с этого времени войлокование стало одним из основных занятий в хозяйственной деятельности. Первые войлочные изделия изготавливали из натуральной шерсти естественного природного цвета.

3. В дальнейшем окрашивание войлока производили красителями, полученными из растений. Так, зеленый цвет получали из листьев ореха, шелковицы и крапивы; коричневый — из отвара ореховой скорлупы, а серый — из зрелой фасоли; розовый цвет шерсти придавали цветки дикого мака и веточки синей сливы, а желтый — луковая шелуха. Позднее путем последовательного окрашивания или смешивания красителей удалось добиться новых цветовых сочетаний. Серьезное внимание уделялось устойчивости красителя к атмосферным явлениям, стирке и стиранию в процессе эксплуатации. Поэтому для закрепления и фиксирования красителей использовали сок кислой (квашенной) капусты, дубовый пепел, ржавые гвозди, медный купорос. При создании войлочных изделий природные красители хорошо гармонировали друг с другом, позволяя народным мастерам создавать красочные традиционные узоры, в которых использовалась разнообразная палитра оттенков.

4. Войлочное полотно обычно изготавливали в виде полотнищ различной толщины. Тонкий войлок шел на головные покрывала, из толстого делали доспехи, обувь, покрытия для юрты и лошадей. Известно несколько способов декорирования и украшения войлочных изделий: вкалывание узора; аппликация войлоком, тканью, кожей; инкрустация войлоком (мозаичный способ) с использованием декоративной стежки; вышивка по войлоку, украшение бисером и ракушками; роспись по войлоку и другие.

1. В третьем абзаце содержится описание

- | | |
|----------------------------------|------------------------|
| 1) изготовления войлочной обуви | 2) валяния войлока |
| 3) изготовления войлочной одежды | 4) окрашивания войлока |

2. Ключевые слова четвертого абзаца

- | | | |
|---------------------------------|-----------------------|-------------------------|
| 1) войлочное полотно, украшение | 2) красители, вышивка | 3) тонкий войлок, обувь |
| 4) аппликация, ракушки | | |

ПОЧЕМУ НАШ ВЫБОР КАЖЕТСЯ САМЫМ ЛУЧШИМ, ДАЖЕ ЕСЛИ ЭТО НЕ ТАК

Розовые очки на нас надевает когнитивный диссонанс.

Вы решили купить новый смартфон, выбрали два подходящих, но сомневаетесь, какой из них предпочесть. Оценив все плюсы и минусы, вы, наконец, выбираете один из них и покупаете его.

Теперь он нравится вам гораздо больше, чем полчаса назад, когда вы с сомнением смотрели на оба варианта. А в дальнейшем вы, возможно, станете отдавать предпочтение той же марке, даже если другая будет предлагать лучший по характеристикам продукт за те же деньги.

В этом виновато искажение сделанного выбора — психологический эффект, который обнаружили более 60 лет назад. И с тех пор его существование неоднократно подтверждалось.

Впервые искажение сделанного выбора наблюдали в эксперименте с бытовой техникой. Студенток попросили оценить разные модели, а потом выбрать в подарок один из приборов. Через 20 минут их снова попросили оценить всю технику. И на этот раз приборы, которые они выбрали в подарок, получили более лестные характеристики, чем в начале теста.

Автор эксперимента профессор Джек Брем предположил, что это происходит из-за когнитивного диссонанса. После выбора человека одолевают сомнения, потому что у каждой вещи (выбранной отвергнутой) есть свои преимущества. Он испытывает психологический дискомфорт, боится, что выбрал не то. Чтобы избавиться от неприятных ощущений, человек ищет подтверждение тому, что всё сделал правильно. И, конечно, находит его.

Причём чем больше сходства между предлагаемыми вариантами, тем сильнее диссонанс и тем больше человеку нравится свой выбор.

Искажение сделанного выбора наблюдали в самых разных экспериментах. Был даже проведён опыт с людьми, страдающими амнезией. Они не помнили первую часть эксперимента, но всё равно оценивали уже выбранную в прошлом вещь лучше, чем остальные. Выбор предлагали разным аудиториям, и везде наблюдали одно и то же.

Участники всегда предпочитали то, что выбрали в первый раз. Это работает даже при отсутствии реальной выгоды и меняет реакцию мозга на выбор и альтернативы.

В одном исследовании участникам предложили выбрать, куда они хотят поехать в отпуск, и отслеживали активность мозга в момент принятия решения и после него с помощью МРТ. При этом выбор был чисто гипотетический: участникам не собирались дарить путёвку, и они знали об этом.

Оказалось, что после выбора реакция людей на локацию менялась. Когда они представляли отпуск в выбранном месте, увеличивалась активность хвостатого ядра. Это область мозга, которая активируется, когда человек представляет что-то хорошее в будущем. Отвергнутая локация же такого ответа не вызывала.

Нет ничего плохого в том, что вам нравится ваш выбор. Это даже хорошо: вас не мучают сомнения и сожаления.

Проблема возникает в тот момент, когда вы отказываетесь признать, что ваш выбор может быть в чём-то хуже.

Это преданность бренду, который перестал выпускать достойные продукты, застревание в разрушительных отношениях, работа по специальности, которая изначально была выбрана неправильно.

Просто признайте тот факт, что у отвергнутой вещи, специальности, отношений, тоже есть свои преимущества, а у выбранных вами — недостатки. Стоит отказаться от убеждения «своё априори лучше чужого» и не держаться за то, что требует изменений.

3. Предложение, которое содержит призыв к читателю

- 1) Оказалось, что после выбора реакция людей на локацию менялась
- 2) Впервые искажение сделанного выбора наблюдали в эксперименте с бытовой техникой
- 3) Вы решили купить новый смартфон, выбрали два подходящих, но сомневаетесь, какой из них предпочесть
- 4) Стоит отказаться от убеждения «своё априори лучше чужого» и не держаться за то, что требует изменений

4. «Если говорить о когнитивном диссонансе простыми словами, то данное явление можно описать как конфликт, который возникает внутри человека. Каждый из нас на то или иное происходящее в нашей жизни событие накладывает определенный шаблон в виде ранее созданной модели поведения или установки».

Прочитав текст и отрывок, можно сделать вывод, что когнитивный диссонанс

- 1) не создает стрессовых условий для жизни
- 2) помогает оценить, объективно мыслить и анализировать
- 3) помогает наладить контакт с другими людьми
- 4) влияет на эмоциональную составляющую человека

5. Группу испытуемых в магазине бытовой техники составляли

- 1) мужчины
- 2) дети
- 3) люди, планирующие отдых
- 4) девушки

Книга давно перестала быть единственным источником информации или способом развлечения. Темп жизни постоянно растет. Люди все время отвечают на звонки и сообщения, проверяют соцсети и порой решают несколько задач сразу. Событий в жизни становится так много, что самоощущение времени меняется. Значит ли это, что мы читаем меньше?

Во-первых, все больше людей предпочитает бумажным книгам аудио или электронные версии, потому что это удобнее. Так, в 2021 году 38% опрошенных хотя бы раз за последние две недели читали бумажные книги и столько же — электронные.

Во-вторых, чтение не ограничивается книгами. Медиа — важный источник информации, и у современных изданий, кажется, все в порядке. Сейчас их читают 53% населения. Можно посмотреть на ситуацию еще шире. Чтение — это в первую очередь потребление информации. С этим у нас проблем нет. Мы проверяем соцсети, пока чистим зубы, и смотрим видео, когда завтракаем. Слушаем подкасты или музыку по дороге на работу, а в офисе проверяем корпоративную почту и мессенджеры. Вечером читаем новостную рассылку или смотрим сериал в онлайн-кинотеатре.

Сотни гигабайтов видео, изображений, звуков и текста каждый день — мы буквально тонем в информации. По разным подсчетам, современный человек в среднем потребляет информацию в течение 69% времени бодрствования, а для людей из развитых стран этот показатель стремится к 100%. Если измерять в байтах и гигабайтах, мы получаем в 90 раз больше сведений, чем люди 1940-х годов, и в четыре раза больше, чем те, кто жил в начале XXI века.

В мире, где информация приходит буквально из каждого «утюга», мы стараемся читать лишь интересное нам. Теперь важно не только качество, но и оформление сведений.

В результате чтение не исчезло, но стало более точечным и фрагментарным. Это видно по снижению интереса к художественной литературе, которой люди все больше предпочитают нон-фикшен, журналистику, блоги и соцсети. А, например, ученые теперь куда чаще публикуют исследования в научных журналах, а не в книгах.

Сегодня читательская культура стоит на пороге глобальных перемен: количество информации постоянно растет, а люди все реже обращаются за знаниями к книгам. Однако это вовсе не значит, что человечество движется к невежеству.

Само чтение книг никуда не пропало и в ближайшее время не планирует. Так, если верить данным американской некоммерческой организации, количество читающих книги людей в разных поколениях остается примерно одинаковым. Как среди тех, кто родился в середине прошлого века, так и тех, кто всю жизнь провел в цифровой эпохе. Чтение же в свое удовольствие еще долго будет видом досуга.

6. Информация, соответствующая тексту

- 1) Увеличился спрос на художественную литературу.
- 2) Аудиоматериалы полностью вытеснили литературу.
- 3) Научные журналы потеряли всякую актуальность.
- 4) Человек из развитых стран потребляет информации больше.

7. Текст содержит ответ на вопрос

- 1) Как работает мозг при обработке большого количества информации?
- 2) Как правильно пользоваться информацией без вреда для здоровья?
- 3) Чем журналистика отличается от блогинга?
- 4) По какому принципу выбирает информацию читатель?

8. С целью привлечь внимание к проблеме текста автор использует

- 1) описание разных видов чтения 2) художественные средства выразительности
- 3) риторический вопрос 4) восклицательные предложения

9. Результат опроса в 2021 году показал, что люди

- 1) пользуются видео и аудиоматериалами
- 2) читают как электронные, так и бумажные книги
- 3) отдают предпочтение бумажным книгам 4) предпочитают электронные источники

10. *«В человеке информации столько, сколько воды. Мы не можем отличить полезное от бесполезного, а иногда просто не успеваем все это осознать? Как все это объяснить? И можно ли?»* — на поставленные вопросы отвечает предложение из текста

- 1) Ученые теперь куда чаще публикуют исследования в научных журналах, а не в книгах.
- 2) Люди все больше предпочитают нон-фикшен, журналистику, блоги и соцсети.
- 3) Событий в жизни становится так много, что само ощущение времени меняется.
- 4) Чтение же в свое удовольствие еще долго будет видом досуга.