Демонстрационная версия ЕНТ−2023 по грамотности чтения. Вариант 3.

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.

Многие люди даже не подозревают о том, что вокруг нас есть множество предметов и вещей, которые имеют удивительные свойства.

Каменноугольный пек кажется твердым, но это не так. На самом деле он является очень вязкой жидкостью, т.е. он жидкий. Вязкость — это мера сопротивления растеканию. Оливковое масло примерно в 100 раз вязче воды, а мед в 100 раз вязче масла. Вязкость пека больше вязкости воды в 230 миллиардов раз. В Кливлендском университете над пеком проводится самый продолжительный в мире эксперимент. В 1927 году пек был помещен в воронку. За 90 лет из нее упало всего 9 капель. Никто не присутствовал при падении капли. В 1988 году хранитель эксперимента Джон Мейнстон был близок к тому, чтобы увидеть, как падает капля. Он вышел из комнаты, чтобы налить себе чаю, и пропустил заветный момент. Вы можете наблюдать за этим экспериментом онлайн, но так как последняя капля упала в 2014 году, то вряд ли вам удастся в ближайшие годы увидеть заветное падение.

Другое вещество, которое является вязкой жидкостью — это стекло. Стекло необычно тем, что оно является аморфным телом. Молекулы диоксида кремния не составляют упорядоченную структуру. Стекло охлаждается настолько быстро, что при переходе из жидкого в «твердое» состояние молекулы не имеют времени выстроиться в упорядоченную кристаллическую структуру. Визуально твердым стекло делают атомы или молекулы, которые настолько сильно скреплены друг с другом химически, что они не могут проскальзывать рядом с другими.

Однако отсутствие упорядоченной кристаллической структуры делает стекло все же жидким, даже когда оно находится в визуально твердом состоянии. Именно из-за того, что стекло на самом деле жидкое, в оконных рамах в старых домах, где окна простояли уже по нескольку десятков лет, хорошо заметно, что стекла тоньше вверху, чем внизу. Это связано с тем, что некоторая часть стекла за долгие годы уже «стекла» сверху вниз. Поэтому в таких домах окна дребезжат в рамах, ведь вверху они уже тоньше, чем подготовленный для них зазор. Иногда этот эффект настолько заметен, что сверху образуется щель.

1. Верная информация, согласно тексту

1) Из стекла можно создавать бижутерию. 2) Стекло визуально твердое, а по факту жидкое.
3) Стекло может проводить тепло от солнечных лучей.
4) Первыми стеклянными украшениями были бусы.

2. Самый продолжительный эксперимент в мире связан с

1) проверкой стекла на прочность 2) каменноугольным пеком, помещенным в воронку
3) наблюдением над кристаллической структурой стекла
4) растеканием оливкового масла по поверхности

3. Необычность стекла проявляется в том, что оно

1) может переходить из жидкого в газообразное состояние 2) может подвергаться горению
3) является аморфным телом 4) способно к самоуничтожению

4. Информация текста полезна для понимания

1) правил утилизации вязких жидкостей 2) технологии производства стекла дома
3) причины дребезжания окон 4) критериев покупки стеклянной посуды

5. Тексту соответствует название

1) Самый продолжительный эксперимент 2) Использование стекла и каменноугольного пека
3) Необычное свойство стекла 4) Удивительные жидкости

Асимметрия человеческого лица очень хорошо заметна на известном фото Авраама Линкольна (у него было особенно несимметричное лицо). На самом деле это фото сделано точно спереди по отношению к лицу Линкольна, хотя его туловище немного и повернуто.

Люди настолько сильно привыкли к этому явлению, что им даже может показаться слегка противоестественным абсолютно симметричное лицо другого человека, если бы такое им встретилось. В виду такой большой нашей привычки к асимметрии лиц всех наших знакомых и незнакомых людей, мы этой разницы левой и правой сторон человеческих лиц даже не замечаем, а точнее, не придаем ей значения.

Но это явление все же проявляется очень интересным образом. Дело в том, что люди видят себя чаще всего в зеркале, где их лицо отражается слева направо, и привыкают к такому своему «зеркальному» внешнему виду. Но вот все остальные люди и фотоаппараты видят людей по-настоящему, без зеркального отражения.

Ввиду асимметрии лица, та картинка, которую видят люди в зеркале, и то, что видят другие люди и фотоаппараты, различаются. Таким образом, на фотографии человек видит себя настоящим, а в зеркале отраженным слева направо. Внешний вид человека в зеркале ему более привычен, поэтому, глядя на свою фотографию, почти все люди неосознанно замечают «что-то не то» и воспринимают это как «некрасиво». Вот почему большинству людей не нравятся их изображения на фото. Хотя на самом деле это дело только привычки, ведь в действительности люди на фото, в реальности и в зеркале равнозначно красивы. И правда, нет никаких объективных и даже субъективных причин считать, например, изображение Линкольна на первом фото красивее, чем на втором. Зеркальное отражение любой картины не меняет ее красоту.

Кроме того, для остальных людей изображение знакомого им человека на фото кажется привычным, а значит, таким же красивым, как человек есть на самом деле, ведь другие люди и фотоаппараты одинаково правильно видят настоящего человека.

Для незнакомых людей вообще нет никакой разницы, что они увидят на фото другого человека, ведь они еще не привыкли к его внешнему виду.

6. Верная информация, согласно тексту

1) Асимметрия человеческого лица есть не у каждого человека.
2) Асимметрия человеческого лица — абсолютно нормальное явление.
3) В «зеркальном» отражении человек нравится себе меньше.
4) Людям свойственно иметь симметричное лицо.

7. Автор считает, что

1) люди считают симметрию достоинством 2) симметричных лиц не бывает
3) симметричными являются лица знакомых 4) фотографы видят во всех лицах симметрию

8. Тексту соответствует название

1) Фотогеничные люди рядом с нами 2) Асимметрия человеческого лица
3) Знакомство с собой 4) Зеркальный мир

9. Текст может быть полезен

1) спортсменам 2) инженерам 3) художникам 4) программистам

10. Людям привычно воспринимать свою внешность

1) на фото 2) со слов собеседника 3) в зеркале 4) на портрете

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 все сделал правильно. И, конечно, находит его.

Причем 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 проведен опыт с людьми, страдающими амнезией. Они не помнили первую часть эксперимента, но все 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 путевку, 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 чем-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 «свое априори лучше чужого» и не держаться за то, что требует изменений.

11. Информация, соответствующая тексту

1) Текст содержит описание 1 примера из жизни и только 2 экспериментов.
2) Текст содержит описание 1 примера из жизни и 3 экспериментов.
3) Текст содержит описание 3 экспериментов и 2 примеров из жизни.
4) Текст содержит описание 4 экспериментов.

12. Эксперименты в тексте описаны с целью

1) рассказать, как правильно выбирать технику и места отдыха
2) показать, на что человеку стоит обращать внимание при выборе вещей
3) подтвердить, что человек умеет оценить свой выбор
4) доказать, что психологические особенности влияют на наш выбор

13. Группу испытуемых в магазине бытовой техники составляли

1) девушки 2) дети 3) люди, планирующие отдых 4) люди с амнезией

14. Предложение, которое содержит призыв к читателю

1) Вы решили купить новый смартфон, выбрали два подходящих, но сомневаетесь, какой из них предпочесть.

2) Оказалось, что после выбора реакция людей на локацию менялась.

3) Стоит отказаться от убеждения «свое априори лучше чужого» и не держаться за то, что требует изменений.

4) Впервые искажение сделанного выбора наблюдали в эксперименте с бытовой техникой.

15. *«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) помогает оценить, объективно мыслить и анализировать

2) позволяет изменить принятое решение

3) помогает наладить контакт с другими людьми

4) влияет на эмоциональную составляющую человека