

Прочитайте текст и выполните задание.

<...> многих десятилетий упаковка лекарственного средства (ЛС) рассматривалась как наименее значимый элемент фармацевтического **продукта**. Прежде всего к ней предъявлялись утилитарные требования: сохранить качество препарата, обеспечить его транспортировку, информировать о его названии и дозировке. В последние десятилетия в связи с бурным развитием фармацевтического маркетинга роль упаковки становилась всё более **заметной**. Она стала носителем имиджевой составляющей, важной частью продвижения и создания бренда.

В настоящее **время** наблюдаются новые тенденции в подходах к разработке упаковок лекарственных продуктов. Современная упаковка способна повысить привлекательность лекарственного продукта, более того, она становится самостоятельным продуктом фармацевтического маркетинга.

Маркетинговую ценность упаковки ЛС специалисты отмечают постоянно. В выборе лекарственного препарата среди подобных (а для неспециалиста — непонятно чем отличающихся друг от друга лекарств) немалую роль играет впечатление, которое производит внешний **вид** упаковки. Это похоже на то, как потребитель впервые выбирает, например, овощи глубокой заморозки в супермаркете: он знает, что нужна овощная смесь, а их здесь **масса**, значит, выберет ту, чья упаковка покажется более привлекательной. Подобным образом люди выбирают и некоторые препараты в аптеке, например поливитамины, средства от простуды и пр. Так, в одном из исследований было показано, что упаковка определяет предпочтения при выборе препарата у 12% респондентов, т. е. лишь на 1% меньше, чем рекомендации провизора/фармацевта, причём в 5 % случаев роль играет информативность, в 4% — удобство, в 3% — красочность упаковки.

Разработчики фармацевтических упаковок прилагают немалые усилия для усовершенствования функциональных свойств своей продукции, используют современные материалы и формы для первичной и вторичной упаковки и постоянно предлагают производителям ЛС новые оригинальные решения.

(По Е. Вольской)

Укажите варианты ответов, в которых даны верные характеристики фрагмента текста. Запишите номера ответов.

1) С целью эмоционального воздействия на сознание широкого круга читателей в тексте, посвящённом важной социальной проблеме, используется эмоционально-оценочная лексика (*важной, главным*), что позволяет отнести этот текст к текстам публицистического стиля.

2) В первом предложении текста сформулирован тезис, который доказывается примерами, приведёнными в последующих предложениях первого (1) абзаца.

3) Текст обладает рядом синтаксических признаков, свойственных письменной речи: используются различные простые осложнённые предложения (с однородными членами, вводными словами, вставной конструкцией), сложноподчинённые предложения.

4) Используемый в тексте приём — парцелляция — даёт возможность привлечь внимание читателя к наиболее важным в смысловом отношении членам предложения.

5) Наряду с общеупотребительной лексикой в тексте используются термины (*маркетинг, препарат* и др.).