

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Институт иностранных языков
Кафедра иностранных языков гуманитарных факультетов

УТВЕРЖДАЮ

Директор института иностранных языков



Н.Н. Касаткина

11 мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

«Основной иностранный язык»

Направление подготовки
45.04.01 Филология

Магистерская программа
«Иностранные языки и межкультурная коммуникация»

Форма обучения
очная, очно-заочная

Программа одобрена на заседании кафедры от «13» апреля 2022 года, протокол № 8	Программа одобрена НМК Института иностранных языков протокол № 8 от « 20 » апреля 2022года
--	--

Ярославль

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основной иностранный язык» в рамках магистратуры является формирование компетенции, позволяющей осуществлять коммуникацию на иностранном языке в академической и профессиональной сферах, в том числе в условиях межкультурного взаимодействия. На этапе магистратуры изучение иностранного языка определяется как профессионально-ориентированный курс, обеспечивающий выполнение следующих задач:

- формирование иноязычной составляющей профессионально ориентированной коммуникативной компетенции - системы знаний, умений и навыков эффективной коммуникации в иноязычной среде, позволяющей обучаемым в дальнейшем интегрироваться в мультиязыковую и мультикультурную среду;
- развитие способностей и качеств, необходимых для овладения определенными когнитивными стратегиями, общее интеллектуальное развитие личности магистранта, развитие способности к социальному межкультурному взаимодействию;
- повышение общей культуры и образования магистрантов, культуры мышления, общения и речи, формирования уважительного отношения к духовным и материальным ценностям других стран и народов.

В результате освоения дисциплины магистранты должны уметь осуществлять эффективную коммуникацию на иностранном языке, извлекать и обрабатывать информацию.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основной иностранный язык» относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

Курс Основной иностранный язык в магистратуре продолжает вузовский курс иностранного языка, базируясь на знаниях, умениях и навыках, приобретенных обучающимися в курсе бакалавриата.

Курс основного иностранного языка в магистратуре направлен на повышение исходного уровня владения иностранным языком, на формирование и развитие умений общения в профессиональной и научной сферах для межкультурного взаимодействия.

Изучение данной дисциплины необходимо для успешного освоения гуманитарных дисциплин ООП, а также в целом влияет на развитие когнитивных способностей и умений студента.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ОП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
Профессиональные компетенции		
ПК-5 Способен к квалифицированному языковому сопровождению международных форумов и переговоров, осуществлению межкультурной и	ИД - ПК 5_1 Знает основы межкультурной коммуникации.	Знает дискурсивную социокультурную специфику делового и профессионального межкультурного взаимодействия; основы вербального и невербального общения в странах изучаемых языков; факторы, осложняющие и облегчающие межкультурное общение. Умеет создавать межкультурное

межнациональной коммуникации		<p>понимание и диалог посредством перевода, воспринимая мультикультурную совместимость как само собой разумеющееся условие жизни.</p> <p>Владеет навыками сопровождения международных форумов и переговоров, осуществления межкультурной и межнациональной коммуникации</p>
	<p>ИД - ПК 5_2 Способен осуществлять коммуникацию в ситуациях межкультурного и межнационального общения (международные форумы, переговоры и др.).</p>	<p>Знает теоретические основы межкультурной коммуникации, теоретические основы шёпотного и синхронного перевода с использованием специального оборудования</p> <p>Умеет высказываться на различные темы в коммуникативных ситуациях межкультурного и межнационального общения; осуществлять двусторонний перевод в ходе переговоров, конференций, встреч, презентаций, интервью;</p> <p>Владеет навыками публичной речи, способен проводить презентации, интерактивные форумы, вести дискуссии на изучаемых иностранных языках, участвовать в телемостах, организовывать переговоры.</p>
<p>ПК-6 Способен к созданию, редактированию, реферированию, систематизированию и трансформации (например, изменению стиля, жанра, целевой принадлежности текста) всех типов текстов официально-делового и публицистического стиля</p>	<p>ИД - ПК 6_1</p> <p>Создает качественные тексты официально-делового и публицистического стилей.</p>	<p>Знает методики создания, нормативы, жанровые особенности официально-деловых и публицистических текстов;</p> <p>Умеет создавать официально-деловые и публицистические тексты</p> <p>Владеет навыками создания официально-деловых и публицистических текстов; изменения стиля, жанра, целевой принадлежности всех типов текстов официально-делового и публицистического стиля.</p>
	<p>ИД - ПК 6_2</p> <p>Осуществляет редактирование, реферирование и трансформацию текстов официально-делового и публицистического стилей.</p>	<p>Знает требования к редактированию, реферированию, систематизированию всех типов публицистических текстов, в том числе в методических целях</p> <p>Умеет редактировать, реферировать, систематизировать и трансформировать различные типы официально-деловых и публицистических текстов;</p> <p>Владеет навыками редактирования, реферирования, систематизации и трансформации различных типов официально-деловых и</p>

		публицистических текстов;
--	--	---------------------------

4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 10 зачетных единиц, 360 акад. часов.

Очная форма обучения

Средства формирования компетенций									
№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)						Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации (по семестрам) Формы ЭО и ДОТ (при наличии)
			Контактная работа						
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестационн	самостоятель ная работа	
1.	A consumer society. A. Topic: The cost of buying.	2		15		1		9,3	практическое задание, чтение и перевод, работа с текстом, аудирование, дискуссия, сочинение
2.	Grammar Revision: Articles. General rules	2		8		1		9,3	практическое задание, самостоятельная работа
3.	A consumer society. B. Topic: Objects of desire	2		15		1		9,3	практическое задание, чтение и перевод, работа с текстом, дискуссия, сочинение
4.	Grammar Revision: Articles with proper names. Specific cases and difficulties.	2		8		2		9,3	Контрольная работа
						2	0,5	33,5	Экзамен
	Всего за 2 семестр			46		7	0,5	126,5	180
5.	Homes of the future. A. Topic: Making life	3		12		1		30	Реферативный перевод

	easier								
6.	Homes of the future. B. Topic: Expanding our horizons	3		12		1		30	чтение и перевод, работа с текстом
7.	Being successful. A. Topic: A recipe for success	3		12		2		30	Реферирование
8.	Being successful. B. Working better Final Test	3		14		2		33,7	Реферативный перевод, контрольная работа
							0,3	4,7	Зачет
	Всего за 3 семестр			50		6	0,3	123,7	180
	ИТОГО			96		13	0,8	250,2	360

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)						Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации (по семестрам) Формы ЭО и ДОТ (при наличии)
			Контактная работа						
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестационн	самостоятель ная работа	
1.	A consumer society. A. Topic: The cost of buying.	2		15		1		9,3	практическое задание, чтение и перевод, работа с текстом, аудирование, дискуссия, сочинение
2.	Grammar Revision: Articles. General rules	2		8		1		9,3	практическое задание, самостоятельная работа
3.	A consumer society. B. Topic: Objects of desire	2		15		1		9,3	практическое задание, чтение и перевод, работа с текстом, дискуссия, сочинение
4.	Grammar Revision: Articles with proper names. Specific cases and difficulties.	2		8		2		9,3	Контрольная работа
						2	0,5	33,5	Экзамен
	Всего за 2 семестр			46		7	0,5	126,5	180
5.	Homes of the future. A. Topic: Making life easier	3		12		1		30	Реферативный перевод

6.	Homes of the future. B. Topic: Expanding our horizons	3		12		1		30	чтение и перевод, работа с текстом
7.	Being successful. A. Topic: A recipe for success	3		12		2		30	Реферирование
8.	Being successful. B. Working better Final Test	3		14		2		33,7	Реферативный перевод, контрольная работа
							0,3	4,7	Зачет
	Всего за 3 семестр			50		6	0,3	123,7	180
	ИТОГО			96		13	0,8	250,2	360

Содержание разделов дисциплины

1. A consumer society. A. Topic: The cost of buying. Reading: Identify functions (Matching information; Summary completion). Vocabulary: Academic verbs for thoughts and beliefs; Use an impersonal style in writing and speaking; Collocations for thoughts and beliefs. Speaking: Develop topic-specific vocabulary; Expand your ideas using conjunctions and phrases. Listening: Use questions to predict answers (Note and table completion). Language development: Form clauses; Subordinate clauses; Express opinions with *that*. Writing: Give your opinion; Develop your arguments (Opinion essay).

2. Grammar Revision: Articles. General rules. General notion. Use of articles with common nouns: Class nouns; Nouns of material; Abstract nouns.

Use of articles with nouns in some set expressions: The use of the indefinite article with nouns in set expressions; The use of the definite article with nouns in set expressions; Nouns in set expressions used without an article; The use of articles with predicative nouns; The use of articles with nouns in apposition; The use of articles with nouns used in address. Place of the article; Ways of expressing the meaning of the English articles in Russian.

3. A consumer society. B. Topic: Objects of desire. Listening: Note and table completion. Language development and vocabulary: Pronoun referencing; Signposting words. Speaking: Discussing consumerism. Reading: Matching information; summary completion. Writing: Opinion essay.

4. Grammar Revision: Articles with proper names. Specific cases and difficulties. Use of articles with proper nouns: Names of persons; Geographical names; Names of hotels, ships, newspapers and magazines; Names of cardinal points; Names of months and days; Nouns modified by proper nouns. Special difficulties in the use of articles: The use of articles with the nouns *day, night, morning, evening*; The use of articles with names of seasons; The use of articles with the nouns *school, college, bed, prison, jail*; The use of articles with the noun *town*; The use of articles with the names of meals; The use of articles with names of languages.

Use of articles with nouns modified by certain adjectives, pronouns and numerals: *Most; Few, a few, the few; little, a little, the little; Two, the two; three, the three, etc.; The second, a second; Another, the other; Last, the last; Next, the next; A number, the number*. Omission of the article

5. Homes of the future. A. Topic: Making life easier. Reading: Recognise reference words (Matching features; Note completion). Vocabulary: The language of invention and innovation; Express quantity; Agreement and disagreement. Speaking: Develop topic-specific vocabulary; Techniques for adding detail. Listening: Listen for agreement and disagreement (Matching).

Language development: Reported speech patterns; Other reporting structures. Writing: Interpret statistical data; Support trends with details; Bar and pie charts.

6. Homes of the future. B. Topic: Expanding our horizons. Listening: Matching; Labelling a diagram. Language development and vocabulary: Noun phrases; Reporting verbs. Speaking: Describe an experience. Reading: Labelling a diagram; *True/False/Not given*. Writing: Describe a chart.

7. Being successful. A. Topic: A recipe for success. Reading: Infer meaning and attitude (Multiple choice; *Yes/ No/ Not given*). Vocabulary: Vocabulary related to talent; Collocations for success and talent; Describe personal qualities. Speaking: Develop topic-specific vocabulary; Create thinking time. Listening: General and specific language (Sentence completion). Language development: Explain how something works; Describe what something looks like. Writing: Work with unknown vocabulary; Write about unknown processes (Diagrams).

8. Being successful. B. Working better. Listening: Sentence completion; Multiple choice. Language development and vocabulary: Estimation and indication; Replace *thing*. Speaking: Discuss work and skills. Reading: Multiple choice; *Yes/ No/ Not given*. Writing: Describe changes over time.

Final Test. Writing test in IELTS format: Listening. Reading. Vocabulary. Grammar. Writing. Speaking.

5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков и закреплению полученных при объяснении знаний.

Консультации – вид учебных занятий, являющийся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов. На консультациях по просьбе студентов рассматриваются наиболее сложные моменты при освоении материала дисциплины, преподаватель отвечает на вопросы студентов, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

Кроме того, в число форм работы со студентами входит: работа в библиотеке, работа с профессиональными электронными ресурсами на разных языках.

6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются: для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине: программы Microsoft Office; Adobe Acrobat Reader.

7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

1. Электронные каталоги НБ ЯрГУ (http://www.lib.uniyl.ac.ru/opac/bk_cat_find.php)
2. Личный кабинет (http://lib.uniyl.ac.ru/opac/bk_login.php)
3. Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ (http://www.lib.uniyl.ac.ru/opac/bk_cat_find.php)
4. Электронно-библиотечная система «Юрайт» ([www. urait.ru/](http://www.urait.ru/))

5. Научная электронная библиотека «eLIBRARY.ru» - <http://elibrary.ru> (свободный доступ).

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости), рекомендуемых для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Aish, Fiona Expert IELTS 7.5 = Эксперт IELTS 7.5 : учебник: coursebook / F. Aish, J. Tomlinson, J. Bell. - Edinburgh: Pearson Education Limited, 2017. - 214 p.: il. - ISBN 978-1-292-12511-4 – 10 экз. www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_card.php?rec_id=2409401&cat_cd=YARSU
2. Английский язык для академических целей. English for Academic Purposes: учебное пособие для вузов / Т. А. Барановская, А. В. Захарова, Т. Б. Пospelова, Ю. А. Суворова; под редакцией Т. А. Барановской. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 220 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13839-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489787>
3. Чикилева, Л. С. Английский язык для публичных выступлений. English for Public Speaking: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Л. С. Чикилева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — 209 с. — (Бакалавр и магистр. Модуль). — ISBN 978-5-534-00594-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/414196>

б) дополнительная литература

1. Taylor, John. Career Paths Business English = Деловой английский / J. Taylor, J. Zeter. — Newbury: Express Publishing, 2012 – 10 экз. www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_card.php?rec_id=1293684&cat_cd=YARSU
2. Меняйло, В. В. Академическое письмо. Лексика. Developing Academic Literacy: учебное пособие для вузов / В. В. Меняйло, Н. А. Тулякова, С. В. Чумилкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 240 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01656-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491693>
3. Якушева, И. В. Английский язык (B1). Introduction Into Professional English: учебник и практикум для вузов / И. В. Якушева, О. А. Демченкова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 148 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07026-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490159>

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине, включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, хранящиеся на электронных носителях и обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Число посадочных мест в лекционной аудитории больше либо равно списочному составу потока, а в аудитории для практических занятий (семинаров) – больше либо равно списочному составу группы обучающихся.

Авторы:

Зам. директора Института иностранных языков,
доцент кафедры иностранных языков
гуманитарных факультетов, к.п.н.

Данданова С.В.

Доцент кафедры иностранных языков
гуманитарных факультетов, к.ф.н.

Колтышева Е.Ю.

Приложение №1 к рабочей программе дисциплины
«Основной иностранный язык»

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине

1. Контрольные задания и иные материалы,
используемые в процессе текущего контроля успеваемости

(Данные задания могут выполняться студентом самостоятельно, в таком случае преподавателем в обязательном порядке не проверяются. Также данные задания могут использоваться преподавателем для текущего контроля сформированности ПК-5 индикаторы И-ПК-5.1 и И-ПК-5.2; ПК-6 индикаторы И-ПК-6.1 и И-ПК-6.2)

Раздел 1. A consumer society. A. Topic: The cost of buying.

Практическое задание

1. Tick the word closest in meaning to that of the each boldfaced word. Use the context of the sentences to help you figure out each word's meaning.

- | | |
|--------------------------|--|
| euphoric (adj) | The local businesses were euphoric when the basketball team they subsidized won the citywide championship. |
| <i>Euphoric</i> means | a. very happy b. boastful c. sentimental |
| impetuous (adj) | Whenever I make an impetuous purchase, I end up being dissatisfied: shoes are not comfortable, the shirt the wrong color, the jacket costs too much. From now on, I intend to be more careful before I buy. |
| <i>Impetuous</i> means | a. considerate b. impulsive c. imaginative |
| inane (adj) | Our conversation in the shopping area was inane – it mainly consisted of “awesome”, or “just look at it”. |
| <i>Inane</i> means | a. silly b. interesting c. shocking |
| instigate (v) | Many people believe that excessive advertising only instigates strive for possession. |
| <i>Instigate</i> means | a. to prevent b. to predict c. to cause |
| oblivious (adj) | The chatty, slow moving clerk at the checkout counter seemed oblivious to the fact that the line of impatient customers was growing longer and longer. |
| <i>Oblivious</i> means | a. angry about b. not noticing c. worried by |
| ostentation (n) | The ostentation of the manager's office – fancy furniture and a thick rug – meant to impress customers. The rest of the department looks cheap and shabby. |
| <i>Ostentation</i> means | a. cleanliness b. show off c. humility |
| relinquish (v) | Donna had to relinquish her share in the business after her husband's premature death. |
| <i>Relinquish</i> means | a. to buy b. to yield c. to enjoy |

replete (adj)	Mr. Steven's technique was replete with numerous maneuvers to make his customers buy more enthusiastically.
<i>Replete</i> means	a. replaced b. filled c. followed
sensory (adj)	Sensory experiences are related to our sight, hearing, smell, taste and touch all of which are mercilessly exploited to dupe us into wasting our money on the things we don't need at all.
<i>Sensory</i> means	a. of the senses b. social c. intellectual
solace (n)	Though Nancy spent enormous sum of money on charity it gave her some solace to think that it was for a noble deed.
<i>Solace</i> means	a. excitement b. perfection c. relief
squander (v)	Why do you want to squander your money on the tickets for that silly movie?
<i>Squander</i> means	a. to earn b. to count c. to spend carelessly
tantamount (adj)	Our local supermarket is so expensive that shopping there is tantamount to throwing your money away.
<i>Tantamount to</i> means	a. the result of b. just like c. independent of
veneration (n)	The former veneration of cultural values has given way to more practical approach to life.
<i>Veneration</i> means	a. disrespect b. respect c. loyalty

2. Write the word next to its definition. The sentences in the previous exercise will help you decide on the meaning of each word.

- Done or acting in a hurry, with little thought, impulsive
- Overjoyed; having an intense feeling of well-being
- Having to do with seeing, hearing, feeling, tasting, or smelling
- Equal in effect or value
- To bring about by moving others to action
- Plentifully supplied; well-filled
- Without sense or meaning, foolish
- To surrender something; give something up
- Comfort in sorrow or misfortune; consolation
- Deep respect, reverence
- Spend or use wastefully or thoughtlessly
- A show of something (money, power) to impress others
- Unaware; failing to notice

3. Using the answer line provided, complete each item below with the correct word from the box. Use each word once.

Impetuous, euphoric, sensory, tantamount to, instigate, replete with, inane, relinquish, solace, veneration, squander, ostentation, oblivious

- The purchase of something emotionally important can stir up feeling in a customer which will certainly cause the seller's positive response.
- Dexterous shop managers try to manipulate their customers using different stimuli, such as seeing, hearing or tasting.
- Critics have often ridiculed of customers' every wish. However, in the long run one-to-one marketing has proved to be profitable: research shows that 95 per cent of dissatisfied customers don't complain, but just change suppliers. Satisfied customers create new business by telling up to 12 people, dissatisfied ones will tell up to 20 people.

4. Some say that encouraging customer loyalty is important for profitability. They say that customer retention, keeping existing customers, is success as getting repeat business is five times cheaper than finding new customers.
5. Customer dissatisfaction quite often will customer defection, stopping to deal with the seller altogether.
6. It is often believed that companies should not time and effort on trying to learn the reasons for customer defection, however this lost customer analysis can help the company learn from its mistakes.
7. The of malls' design makes them inaccessible for average customers feeling underclass and financially incompatible with such posh environment.
8. Though customers quite often bombard sellers with absolutely questions the latter should always retain self-control and remain the epitome of cool.
9. Whenever distressed or just under weather Moira sought in shopping.
10. The aim of the manager's speech half-truths was just to avoid extremely sensitive topic of the firm's responsibility for misrepresentative information about their goods.
11. Unscrupulous sellers, quite often to any moral rules, will never their profits even to the detriment of their good reputation.
12. Shopaholics are often predisposed to buying of the things they don't need.

Чтение и перевод

Read the article. Note down which aspects of modern shops appeal to you, and which do not.

Superdomes of Kitsch Patriotism¹

Sellers have embarked on a new crusade. These modern conquistadors are no longer striving for tall mountains and new lands. They are pursuing new souls trying to assert complete dominance of the emotions and desires.

The battle for supremacy is being joined by more and more shops from corner ones to hypermarkets each guaranteeing a level of service and environment unavailable up until now (quite often even in the dead of the night), each searching for identity and yet tending to uniformity.

It won't be far-fetched to admit our ambivalent feelings about these superdomes of mass consumerism, with a cocktail of rational negativism and irrational veneration.

However from the very first steps in the processed ambience your senses will be rendered supine to the accompaniment of antiseptic Muzak and the glare of fluorescent lights.

The pursuit of aimless leisure here approaches the surreal. It is not the kind of place you drop in to for a bag of jelly babies and a packet of cigarettes. When you visit a mall replete with its avalanche of attractions, there is only one thing to do – to submit.

You could go both barmy and bankrupt in this place and it wouldn't hurt a bit. For as well as the consumer seductions of Ikea, Sears, Athletes' World and several hundred other shops, a plethora of eating establishments, each mall offers far more.

Malls are not so much shopping cities but a fully integrated consumer fantasy that succeeds in being inane, utterly ridiculous and absolutely out of this world. Shoppers will meander among the fountains and plastic mouldings in a condition of ever-increasing gormlessness, simultaneously stunned and seduced by the diabolically manufactured mechanism for parting you from your critical faculties and your cash.

¹ Based on "Spending Is a Patriotic Duty" by Robert B. Reich, the *Moscow Times*, September 26, 2001; "Canada's Palace of Kitsch Convenience" by Dave Hill, the *Independent on Sunday*; "Shopping During Wartime" by Joel Stein, *Time*, October 29, 2001; "Are Middle-of-the-night Shoppers Mad" by Ann Treneman, the *Independent*, March 6, 1999; "In Search of a Shopping Identity" by Michael Evamy, the *Independent*, September 28, 1999.

Everything is scrupulously designed to prolong your visit and, in the end, everything is welcome. For example, is there a Western parent alive who, in the middle of a frantic day, would not welcome the oasis of a children's facility like Fantasyland in West Edmonton Mall - a full-scale children's funfair complete with dodgems, miniature railway and stomach-churning repertoire of plunges, slides and spins; the World Waterpark, whose main pool features the Blue Thunder wave machine and a labyrinth of spiraling, high-velocity tunnel rides; the Deep Sea Adventure, an artificial oceanscape containing a replica of Christopher Columbus's ship, the Santa Maria, six mini-submarines for sub-aquatic sightseeing, or wouldn't become numb at the sight of a school of dolphins and an entire community of undersea life; a competition-standard skating rink, the Ice Palace; 18-hole miniature golf course; a 19-studio cineplex?

An hour of such blissful respite, followed by coffee and a sandwich at some glitzy pre-fab cafe, and you are ready once again to disappear into consumer daze, blithely coughing up money for things you don't need at all and would find completely idiotic but for this stupefying sensory cocktail of obsession, ostentation and overkill.

Mall-building is a precise science and the indoor panorama is nothing if not state-of-the-art. It is not that the shopping itself is so very thrilling; as ever with such malls, the stores are plentiful but ultimately banal. Rather, the pleasure is in being part of a quietly lunatic alternative universe where the thin line that divides shopping from entertainment becomes almost totally erased.

Malls will often include a hotel as final confirmation, perhaps, that the mall is not just a place to pass through, but a modern day pleasure dome. Moreover some people are ready to spend their holiday in a glorified shopping precinct. Others simply take the mall as part of bigger package tours. For many tourists no itinerary is complete without dropping in on Disneyland, Disney World and the mall.

With pilgrims descending on it from all corners of the globe, the mall enjoys a status tantamount to that of a sacred monument where worshippers seek solace paying homage with their credit cards.

It's the Disney World of shopping with a 365-day-a-year summer environment, catering for every whim and caprice. Money is made on everything and love is no exclusion. You can even get married in the Chapel of Love in the Mall of America in Minneapolis.

In the wish to get hold of the coveted contents of the buyers' wallets dexterous wheeler-dealers are not above capitalizing even on loyalty and patriotism.

Though, witnessing the mass murder of thousands of Americans is unlikely to instigate trips to the malls or inspire optimism about the day to come, a growing chorus is telling Americans that one of the best ways to demonstrate the US won't be cowed by terrorism is to buy more. According to this market patriotism theory by investing and consuming at least as much as they did before Americans will manifest their resolve to the rest of the world.

The propagators of the new theory advocate the idea that the World Trade Center wasn't the center of capitalism as the real stuff is guiltless, impetuous consumption, the euphoric pride of acquisition which is taking place at the mall.

Squandering money, however, seems a rather odd way to demonstrate patriotism, which normally suggests a willingness to relinquish luxuries and sacrifice for the good of the nation. And if voluntary restraints don't work, the government resorts to rationing. Don't you agree that there is no patriotism in being a spendthrift, oblivious to the challenges of the new day, no heroism in exposing one's family to unwarranted financial stress?

Culture

kitsch – made without much serious thought, sentimental, and because of this amusing for people

muzak – recorded music that is played continuously in airports, shops, hotels etc

dodgems – a form of entertainment at a funfair in which people drive small electric cars around an enclosed space, chasing and hitting other cars.

pre-fab – a small building made of the parts of standard size so that they can be put together somewhere else

Работа с текстом

1. Find the following expressions in the text and explain their meaning.

embarked on a new crusade, striving for pursuing new souls, assert complete dominance, ambivalent feelings, rendered supine, pursuit of aimless leisure, catering for every whim and caprice, seek solace, paying homage, the wish to get hold of the coveted contents of the buyers' wallets, sacrifice for the good of the nation, resorts to rationing.

2. Highlight the following words in the article and work out their meanings from the context. Match their meanings to the words below.

1. avalanche	a. ability to judge objectively
2. barmy	b. crazy
3. mock-up	c. in a carefree manner
4. meander	d. plethora
5. gormlessness	e. refuge
6. critical faculties	f. repetitious and dull
7. oasis	g. replica
8. blithely	h. spend
9. coughing up	i. ultra-modern
10. state-of-the-art	j. wander
11. banal	k. stupid in appearance

3. Decide whether these statements are true (T) or false (F), according to the article. Justify your answers by finding the relevant information in the text.

1. The writer had never visited a large shopping mall before.
2. Malls appeal mainly to dedicated shoppers.
3. You can only shop in malls.
4. They are mostly closed on Sundays and holidays.
5. Visitors are usually enchanted by malls.
6. They only buy a few odds and ends.
7. For many visitors a visit to a mall is rather like a religious experience.
8. The writer seems to have an ambivalent love - hate attitude to malls.

4. Pick out the words from the article connected with:

- 1) movement;
- 2) religion;
- 3) emotional involvement and response;
- 4) business and finance
- 5) traveling and touring.

5. What is the author's reason for saturating a secular article with ecclesiastical terms and using a plethora of words denoting visual perception and emotional involvement?

6. Answer the following questions. Summarize the information into one meaningful whole.

- What is the article about? What is its topic?
- What does the author think about the problem discussed? What is his attitude? What is the main idea implied in this writing?
- How does he try to justify his stance? What arguments does he find? Against? For?
- Do his findings correspond to the main trend?

Аудирование

Listen to the broadcast and fill the gaps in these sentences.

Enhancing customers' lives

1. A ticket for a lunchtime performance at the theatre includes a containing sushi,, and a
2. There is a crèche for shoppers' babies called a ".....babies" and a room for older children.
3. In the food department there are hundreds of separate selling everything from to
4. On the upper floors you can find many small.....
5. In summer, you can go up to the roof garden where you can sit in a and enjoy the and a rooftop
6. At the main entrance you can get a store guide and in English.
7. Some department stores are owned by companies. There you can take the lift down to the where your is waiting.
8. Japanese department stores compete in terms of, how much of a it is to go there, and the of goods on offer.

- How do Japanese stores compare with stores in our country?

Дискуссия

- How have the shops changed over the past 10 or 20 years? How has your local shopping area changed recently? What new shops have opened up? Which shops have closed down or gone out of business? Why?
- What are the new alternative ways of shopping today? Have you made purchases by going to a business's Web site? If so, were you satisfied? Do you think this is an easy way to shop? Explain. If you have not used the World Wide Web (WWW) for making purchases, was it because of no access to the Internet or because you do not want to shop on the Internet?
- Have you ever tried to find solace from your problems and troubles in shopping? Has it helped?
- What do you know about shopaholics? Can you attribute yourself to this group
- Does the modern society really deserve the name of "consumer society"?
- Can buying be patriotic? Give examples to support your stance.

Сочинение

1. Make a synthetic review of the article "Superdomes of Kitsch Patriotism", supporting it with the information from other sources.

2. Write an article about shopping malls, their impact on visitors and shoppers, their practical value and emotional influence.

3. Project-Making

Make a 350-word project on one of these issues.

You are a young inexperienced businessman. You'd like to set up a business of your own. However you require capital so your decision is to apply to the local branch of STARbank. As a would-be borrower, think about financial arguments that will convince the bankers. Be ready to answer the questions about the viability of the future business, its financial success.

Possible businesses are:

1. a shop, selling equipment for home production of Japanese food;

2. *a company leasing sport equipment;*
3. *a part-time consulting service advising entrepreneurs on starting new businesses;*
4. *etc.*

Раздел 2. Grammar Revision: Articles. General rules.

Практическое задание

Exercises on Articles (*Drills*)

"a" or "the"

1. The students are going to write ... test. ... test consists of five tasks.
2. My son got ... bad mark at school yesterday, but ... mark did not upset him.
3. We have ... new student in the class. ... student comes from Peru.
4. They gave ... party last night. Everybody enjoyed ... party.
5. I found ... kitten in the street and brought it home, but my mother is against ... kitten.
6. He met ... girl at the disco. ... girl was a wonderful dancer.
7. My uncle built ... new house. ... house is small but quite comfortable.
8. I saw ... beautiful dress in the shop, but ... dress was too expensive for me to buy it.
9. There is ... new dictionary on sale now. ... dictionary gives 200.000 words.
10. You asked ... question but I think you should know ... answer yourself.

"a/an" or "-"

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| 1. What ... witty man! | 6. What ... strange answer! |
| 2. What ... good children! | 7. What ... valuable information! |
| 3. What ... miserable weather! | 8. What ... informative article! |
| 4. What ... fantastic dress! | 9. What ... beautiful hair she has! |
| 5. What ... wonderful news! | 10. What ... wonderful flowers! |

"a", "the" or "—" (with nouns denoting meals)

1. Let's settle all business matters before ... lunch.
2. I usually have a cup of tea with sandwiches for ... breakfast, a substantial meal for ... dinner, and something light for ... supper.
3. Mum, is ... dinner ready?
4. Something is burning? - Oh, I've forgotten about ... supper again!
5. How much did you pay for ... dinner?
6. You usually have ... breakfast at 8, don't you?
7. They had ... delicious lunch at the cafe.
8. How many people will be present? How much wine shall we have for ... supper?
9. Most people watch TV after ... supper.
10. When ... tea is ready we shall call you.

"the" or "-"

(with nouns denoting names of continents, islands, countries, cities, mountains and water bodies)

1. Adriatic Sea, which is between the coasts of ... Italy and ... Yugoslavia, is an arm of ... Mediterranean Sea.
2. ... Swiss Alps are a good place to go to if you like ... skiing.
3. "My heart's in ... Highlands".
4. ... Chicago River flows south towards ... Gulf of ... Mexico.
5. ... Panama Canal connects ... Atlantic and ... Pacific Oceans.
6. ... Volga flows from ... Valdai Hills to ... Caspian Sea.
7. We get tea mostly from ... China and ... Ceylon.
8. ... Alaska is the biggest state in ... USA.

9. Where are ... British Isles situated?
10. The pupil showed ... Europe, ... Asia, ... North and ... South America, ... Africa on the map but he completely forgot about ... Australia.

Самостоятельная работа

"the" or "-"

(with nouns denoting names of streets', squares, cinemas, hotels, theatres, airports, museums)

1. ... Tverskaya Street is the central street of Moscow.
2. ... National Gallery faces ... Trafalgar square.
3. When did you arrive at ... Heathrow airport?
4. ... Bolshoy Theatre is famous for its ballet performances.
5. What is on at ... "Odeon"?
6. Whenever the Greens come to London they stay at ... Hilton Hotel.
7. Tourists coming to London often do the shopping in ... Oxford Street.
8. ... London Zoo is situated in ... Regent Park of London.
9. You can find a beautiful collection of Modern Art in ... Tate Gallery
10. What is ... British Museum famous for?

"a/an", "the" or "-" (with nouns denoting parts of day)

1. It was ... evening.
2. It was ... warm summer evening.
3. ... evening was very pleasant.
4. Let's meet in ... evening, I'll be very busy in ... afternoon.
5. It was ... early morning.
6. It snowed at ... night.
7. We started early in ... morning.
8. ... night came, ... day broke, but there was no sign of the plane.
9. Don't worry, we'll get home before ... sunset.
10. The children were shivering though it was ... warm night.

"the" or "-" (with nouns denoting names of seasons)

1. The Russians like ... good hard winter with plenty of snow and frost.
2. Nature is so beautiful in ... winter.
3. In this country ... spring is always wet, ... summer is unbearably hot, ... autumn is wet and muddy, ... winter is perishingly cold and snowy.
4. Do you still remember ... spring when you first told me of your love?
5. Nothing can be more beautiful than motoring across the green fields in ... early spring.
6. It was ... late autumn.
7. ... autumn of 1993 was very warm and sunny.
8. ... spring makes people feel young.
9. I like ... summer best.
10. What do you usually do in ... autumn?

"a/an", "the" or "-" (special difficulties)

1. In summer they seldom go to ... school.
2. I like to stay at ... home on cold nights.
3. Tom didn't go to ... work yesterday.
4. He lives in ... north of ... Africa.
5. ... advice, you gave me, helped a lot
6. I like-to be in ... centre of everything.

Раздел 3. A consumer society. B. Topic: Objects of desire.

Практическое задание

1. Tick the word closest in meaning to that of the each boldfaced word. Use the context of the sentences to help you figure out each word's meaning.

circumvent (v) The company opened an account abroad, in order to **circumvent** the tax laws.

Circumvent means a. to avoid b. to meet head-on c. to make smaller

clandestine (adj) Mr. Right was accused of industrial espionage when the fact of his **clandestine** telephone conversations with the company's competitors was found out.

Clandestine means a. popular b. secret c. unnecessary

depreciate (v) As soon as you drive a new car off the lot, it **depreciates**; it's immediately worth less than you paid for it.

Depreciate means a. to become better b. to become clear c. to become less valuable

disseminate (v) What would be the best way to **disseminate** information about a new product?

Disseminate means a. to conceal b. to spread c. to improve

equivocate (v) When asked about the company's strategy of winning a new clientele the manager prefers to **equivocate**, giving an ambiguous and evasive answer that it will be a very selected one.

Equivocate means a. to be blunt b. to be unclear c. to deny

fortuitous (adj) Unexpectedly, I ran into an old friend who had just started her own business. The **fortuitous** meeting led to a job offer for me.

Fortuitous means a. accidental b. predictable c. overdue

inadvertent (adj) The **inadvertent** disclosure of secret information caused most gruesome repercussions. Our rivals on toothpaste production market used it to their advantage.

Inadvertent means a. not finished b. not intended c. irregular

precipitate (v) Rafael's growth of four inches over the summer **precipitated** a shopping trip for new clothes.

Precipitate means a. to bring on b. to prevent c. to permit

reticent (adj) Sellers are usually **reticent** about their methods of boosting trades keeping silent about their sales gimmicks.

Reticent means a. dishonest b. quiet c. unaware

sham (n) The "going-out-of-business" sale was a **sham**. A year later, the store was still open.

Sham means a. something false b. something confusing c. accidental

2. Write the word next to its definition. The sentences in the previous exercise will help you decide on the meaning of each word.

..... To fall or decrease in value or price; to lower the value of

..... To cause to happen quickly, suddenly or sooner than expected

- A pretense or counterfeit; something meant to deceive
- Done in secret; kept hidden
- Happening by chance, by accident, or at random; lucky
- To avoid by going around, to escape from, prevent, or stop through cleverness
- Quiet or uncommunicative; reluctant to speak out
- Unintentional; accidental
- To be deliberately vague in order to mislead
- To spread or scatter widely; distribute

3. Using the answer line provided, complete each item below with the correct word from the box. Use each word once.

Depreciate, precipitate, sham, clandestine, fortuitous, circumvent, reticent, inadvertent, equivocate, disseminate

1. Employees were ordered not to disclose any information about the fire at the factory; the leakage might scare off stockholders and bankruptcy.
2. The property when the city built a sewage plant nearby.
3. Advertising restrictions are easily by unscrupulous wheeler-dealers.
4. People of the legal profession are usually expected to be garrulous and vociferous, however legal advisers are all about their clients' secrets.
5. The candidate for the bank chair office seemed impeccable, but it was a He was a drinker and a womanizer and was mixed up in all kinds of illicit activities involving drugs and bribes.
6. It was strictly that company suffered no losses during the recent economic crises.
7. In a meeting at the café Gordon sold his employer's valuable anti-aging formula to a competitor.
8. When I asked my father if he liked my new dress, he, saying "Green is a terrific color".
9. The newspaper was quick to information about new tax rules. However it turned out to be premature.
10. When going into new business the losses are However it is possible to minimize them.

Чтение и перевод

How Hidden Persuasion Makes Shoppers Spend²

Counter culture: subtle psychology is gearing soft sell to big profits.

ENTERING a supermarket is like taking a seat in the psychiatrist's chair - the food shopper's deepest desires will be laid open and explored. In-store cameras backed up by discreet human surveillance measure when and where we are predisposed to pause and drop that unnecessary little luxury into the trolley. The laser beam at the check-out records what precipitates higher sales of mozzarella cheese - moving it to an eye-catching display or featuring it in the supermarket's latest TV advertisement. Nothing is fortuitous, or left to chance. Everything is thought out in minute detail and geared to increased sales and profits, which means getting consumers to buy things they don't really need, but cannot resist.

It's only evident that supermarkets prefer to equivocate any questions about tactics. They are reticent about their shams aimed at circumventing the most critically-minded shopper, and making him part with his critical faculties. They wish to appear the friendly grocer who helps wash our salads, not our brains.

Both shopping precinct design and goods layout should look inadvertent.

² Based on the article by James Erlichman, *The Guardian*

However, it is hard to disguise that virtually every new superstore has its primary doors on the left so the shopping is done clockwise, to the right. "Nine out of ten people are right handed and they prefer turning to the right," said Wendy Godfrey, a spokeswoman for Salisbury's, one major supermarket chain.

Profits from the store's own label products are normally higher than those from the big manufacturers. So own label baked beans are usually placed to the left of the Heinz display because the eye reads left to right and will spot the store's brand first. The big manufacturers can rectify this by paying a premium for better display. How much they pay - especially when they may well be making the own brand version for the supermarket - is a closely guarded secret and remains clandestine.

Of the 16,000 items of food which a superstore displays, only about 200 are KVIs - known value items - essentials such as tea, butter and coffee, the price of which will be known by most customers.

Three rules apply here.

Firstly, keep the cost competitive, which means halving gross profit margins to 15 per cent.

Second, dot the KVIs around the store, disseminating bakery and dairy products in different corners. Customers will have to follow the route known among specialists as golden triangle hunting essentials out and walking past the frozen black forest gateau, or mangetout peas - items they do not really need.

Moreover change the location of the KVIs from time to time shifting them from familiar surroundings to compel customers to search for trivial goods prolonging even the most routine shopping.

Can a store be too big, threatening and confusing for the customer? Current thinking is that abundance sells. A well-stocked 20-foot display of tomato ketchup sells more sauce than a depleted shelf 15 feet long. "I don't think there is a maximum size unless it is how fast the average customer can get round without the frozen food defrosting," said John Davidson, a lecturer in retail marketing at the University of Surrey.

"Lighting influences the customer," he said. "It is kept soft in the wine section to encourage browsing, but it is sharp and bright at the cosmetics counter to suggest cleanliness."

Width of aisles is also a factor. "If they move too fast they are missing buying opportunities," said Andy Mitchell, research officer with the Institute of Grocery Distribution. "They also try to bounce you back and forth across the aisle by putting the best-selling digestive biscuit on one side and the most popular chocolate one on the other."

Convenience and cost are also behind Sunday trading. Round-the-clock running of freezer and chill cabinets means supermarkets cost a lot to operate after closing. Many perishables depreciated and thrown away on Saturday afternoon could be sold on Sunday. Just as important, however, is the psychology of leisure shopping. International studies show that people buy more expensive, discretionary items when they are relaxed and browsing.

It is not only how much one buys, but what one buys. A supermarket makes more profit from its own brand, microwave cooked-chill chicken Kiev than it does from the ingredients needed to make it at home. Many consumers appear willing to pay almost any price to avoid preparing food. Grated carrots wrapped in a nice plastic bag sell briskly for £1.18 a pound at Sainsbury's. Whole carrots, a few feet away, cost just 19p a pound.

Culture

black forest gateau – (plural gateaux) – a large sweet cake, often filled and decorated with cream, fruit, chocolate etc.

mangetout pea - a kind of flat pea whose outer part is eaten as well as seeds.

digestive biscuit - a type of plain, slightly sweet biscuit that is popular in Britain.

cook-chill - cook-chill foods have already been cooked when you buy them, and are stored at a low temperature but not frozen.

Работа с текстом

1. Match the words from the text with their definitions.

1. brisk	a. to correct something that is wrong
2. dot	b. likely to decay if it is not kept properly
3. rectify	c. quick and full of energy
4. perishable	d. careful watching of a person or a place
5. subtle	e. to change someone's appearance so that they look like someone else
6. surveillance	f. not easy to notice unless you pay careful attention
7. disguise	g. to spread things over a wide area

2. How do you understand the following phrases?

Subtleties of the language; be the soul of discretion; keep sb/sth under surveillance; blessing in disguise; dot the i's and cross the t's; on the dot; the year dot; Perish the thought!

3. Answer the following questions.

- How does supermarkets size influence sales?
- What are the advantages of Sunday trading?
- Which brands are the most profitable?
- How are essential products displayed and priced?
- How is supermarket customers' shopping behaviour studied?
- What specific factors are designed to increase sales?
- How are the interiors of supermarkets designed?

4. A number of sales tactics are mentioned in the article.

Example: Main doors are on the left so that people move clockwise around the store.

Look at the article again and find six more sales tactics.

5. Find the following sentences in the article and answer the questions about the words and expressions in italics. What is their meaning in the context? Use a dictionary to check.

1. 'In-store cameras *backed up* by discreet human surveillance ...'
Does this mean that cameras are not the only means of watching people?
2. 'Everything is *geared to* increased sales and profits, ...'
Are increased sales and profits a priority?
3. '... the eye reads left to right and will *spot* the store's brand first.'
Why is the store's own label displayed to the left of other brands?
4. 'Second, *dot* the KVIs around the store, ...'
Are the KVIs all likely to be grouped together?
5. '...so customers will have to *hunt them out*...'
Are they likely to be easy or difficult to find?
6. 'It is kept soft in the wine section to encourage *browsing*, ...'
Are shoppers likely to spend more or less time in the wine section?
7. 'They also try to *bounce you back and forth* across the aisle ...' *Are things arranged so they are easy to find?*

6. Comment on the title of the article and sum up the findings of the author.

7. Read the following sentence from the article, paying special attention to the underlined word.

Everything is thought out in minute detail and geared to increased sales and profits, which means getting consumers to buy things they don't really need, but cannot resist.

Study the words which can combine with amount and match the words that collocate.

<i>tiny</i> <i>minute</i> <i>minuscule</i> <i>meager</i> <i>scanty</i> <i>sparse</i> <i>scarce</i>	<i>resources</i> <i>wages</i> <i>minority</i> <i>population</i> <i>risk</i> <i>clothes</i> <i>detail</i>
<i>considerable</i> <i>gigantic</i> <i>overwhelming</i> <i>sizeable</i> <i>immense</i> <i>abundantly</i> <i>copious</i>	<i>majority</i> <i>income</i> <i>notes</i> <i>clear</i> <i>influence</i> <i>skyscraper</i> <i>distance</i>

Дискуссия

- *What affects the level of sales?*
- *Can shop-owners influence it? How?*
- *What do you know about sales gimmicks?*
- *What about sales tactics used in our country? Are they similar to those used abroad? What about entrance doors, are they on the right or on the left?*
- *Why do you think supermarkets do not like talking openly about sales tactics? Do you think that if you are aware of the various tactics used to encourage you to spend, these tactics are less likely to work?*

Сочинение

- 1. Make a synthetic review of the article "How Hidden Persuasion Makes Shoppers Spend", supporting it with the information from other sources, revealing the situation in different countries.*
- 2. Write an article to a magazine for professionals, advising them on the ways to boost trades.*
- 3. Write a letter of concern to the editor of a magazine supporting customers' rights.*

Раздел 4. Grammar Revision: Articles with proper names. Specific cases and difficulties.

Контрольная работа

Fill in the proper article if necessary:

1. I can't wait to go on holidays. ___ sea, ___ sand, and ___ books – that's what I want.

2. I went to ___ theatre last night and saw ___ great play, but I read in ___ papers this morning that ___ critics had slammed it.
3. ___ Paris of ___ 1980's is nothing compared to ___ Paris of ___ 1968.
4. She was appointed ___ President of ___ National Union of ___ Printworkers.
5. I met my wife at ___ party on ___ New Year's Eve. It was on ___ Wednesday, I seem to recall.
6. She has lived ___ life of misery since ___ death of her husband.
7. Is there ___ life after ___ death?
8. ___ future looks bleak – ___ drought, ___ disease, and ___ economic collapse.
9. ___ drought in ___ Africa ___ last year cost many lives. There is ___ drought every year.
10. ___ main worry of ___ most people is ___ good health.
11. I've been climbing in ___ Alps, but I've never managed to get up ___ Mont Blanc.
12. There's ___ splendid view of ___ Lake Geneva from this hotel.
13. We had ___ early dinner at ___ Leoni's and then went to ___ play at ___ Globe Theatre.
14. Go down ___ Oxford Street till you come to ___ Oxford Circus, then turn right to ___ High Street.
15. We left at ___ dawn. I've never seen ___ dawn like it!
16. We always go to ___ church on Sunday.
17. Martha's been taken to ___ hospital. Now there's ___ strike at ___ hospital.
18. I presented him ___ beautiful copy of ___ drawing which of all ___ Turners I gave him, I like the most.
19. While visiting ___ Tate Gallery we saw ___ genuine Monet, ___ Gainsborough, ___ Constable.

Insert articles where necessary. (Articles with names of hotels, streets, ships, and newspapers.)

1. She nodded ___ command to ___ footman, and they drove off westward, down ___ Strand, and so into ___ little side street by ___ Charing Cross.
2. I am going to Folkestone to-day, and shall stay at ___ *Metropole*.
3. They were excited because they had been dining with ___ editor of ___ *Times*, and had been given ___ glimpse of next day's paper.
4. She sat in her superb private drawing room at ___ *Hotel Cecil*.
5. ___ boys loved him because he told them that ___ Navy had borrowed him from ___ U. S. Army just in time to blow taps on ___ *Maine* as she was sinking, and he remained long after everyone including — captain had abandoned ___ ship.
6. He began to walk very rapidly up towards ___ Trafalgar Square.
7. He went out and ate ___ ices at ___ pastry-cook's shop in ___ Charing Cross; tried ___ new coat in ___ Pall Mall; and called for ___ Captain Cannon, played eleven games at ___ billiards with ___ captain, and returned to ___ Russell Square.
8. ___ street was empty, unlighted save by ___ reflection from ___ Grandlieu Street behind them...
9. In 1905 ___ revolt broke out on ___ *Potem-kin*, one of ___ battleships of ___ Black Sea Fleet.
10. Yet, in — bright drawing room in ___ Lord North Street, all he was thinking of... was what ___ *Telegraph*, ___ *Guardian*, the popular press, would say next day.

Раздел 5. Homes of the future. A. Topic: Making life easier.

Реферативный перевод

Render the following article into English

Trepolsky Dmitry
11 дек 2019

10 прогнозов на следующее десятилетие: искусственный интеллект, персонализация и «диджитализация человека»

Впереди нас ждёт 2020 год, на календаре начинается не только новый год, а начинается новое десятилетие с 2020 по 2030 год. Что мы от него ждем? Сейчас самое время заглянуть в цифровое будущее!

Инновации, которые сейчас мы наблюдаем во всех сферах, включая маркетинг, дают такие возможности усовершенствования работы с данными, о которых 10 лет назад можно было только мечтать. Вот мои 10 прогнозов о том, как искусственный интеллект и аналитика будут развиваться, и формироваться в течение следующих 10 лет.

- **Искусственный интеллект будет везде**

Искусственный интеллект проникнет во все сферы жизни, активно влияя на взаимодействие потребителей с брендами, технологиями, «умными» домами и даже близкими. ИИ также будет использоваться на всех корпоративных платформах и инструментах, помогая лучше понять клиентов и обеспечить более персонализированный опыт.

Gartner прогнозирует, что к 2021 году 80% новых технологий будут иметь признаки искусственного интеллекта. До 2023 года искусственный интеллект и методы глубокого обучения заменят традиционное машинное обучение, как наиболее распространенный подход. Бренды, которые используют эти возможности лучше, чем их конкуренты, получают конкурентное преимущество.

В то же время, Gartner прогнозирует, что к 2020 году создание «контрафактной реальности» или «фальшивого контента» на основе искусственного интеллекта будет опережать способность алгоритмов проявлять фейковые новости, создавая цифровую недоверие. Поэтому будет необходимо ввести новые стандарты и этические нормы контроля для обеспечения достоверности информации. Мировые расходы на искусственный интеллект достигли 35,8 млрд. долларов в 2019 году. Ожидается, что они увеличатся более чем вдвое до 79,2 млрд. долларов в 2022 году

- **Персонализация станет нормой**

Ожидания клиентов от персонализированного многоканального опыта достигли рекордно высокого уровня. Эксперты из Pronline предсказывают, что в долгосрочной перспективе персонализированный опыт - одно из важнейших условий эффективного взаимодействия с потребителями. Хейди Бесик, менеджер отдела маркетинга в Adobe, прогнозирует, что следующий уровень персонализации перейдет на управление отношениями, когда бренды устанавливают личные связи, ориентируясь на клиентский опыт.

Чтобы вырастить и сохранить лояльность клиентов, бренды должны будут изменить свое мышление и рассматривать персонализацию и атрибуцию в соответствии с желаниями каждого клиента. Речь идет о понимании того, как и даже где и когда клиенты хотят взаимодействовать с ними, а потом о достижении этих желаний в масштабе бренда.

Бренды должны будут создавать достаточно контента, чтобы удовлетворить стремление своих клиентов к новым и актуальным впечатлениям. К 2020 году 90% брендов будут использовать как минимум одну форму персонализации маркетинга, но основной причиной неудач будет контент, а не данные.

- **Обработка естественного языка позволит легко понять данные**

По мере того, как все больше людей обращаются к голосовым устройствам «Siri», «Alexa» и «Google Home» за необходимой информацией, обработка естественного языка (NLP) станет нормой для ее получения. И аналитика - не исключение. Обработка естественного языка не только обнаруживает новые идеи, но и упрощает наше взаимодействие с аналитическими технологиями.

Больше людей получают информацию, необходимую для создания убедительного жизненного опыта. Вместе с использованием машинного обучения и искусственным интеллектом обработка естественного языка является одной из наиболее перспективных разработок, улучшающих понимание поведения пользователей.

- **Потребители будут требовательнее относиться к конфиденциальности своих данных**

Насколько является признаком нового времени тот факт, что Банк Англии выбрал Тьюринга в качестве нового лица своей банкноты номиналом в 50 фунтов? Мы вступили в мир, где личные данные способствуют коммерции. Права на персональные данные стали главным вопросом для предприятий и потребителей. Доверие использования персональных данных потребителей компаниями разрушено. При этом возрастает стремление потребителей контролировать свои собственные данные. Эксперты считают, что все больше стран примут свои собственные законы о конфиденциальности данных на основе закона GDPR.

- **Аналитика потребительского опыта позволит брендам лучше оценивать удовлетворенность конечного пользователя**

Аналитика клиентского опыта (CX) - это растущая тенденция, когда поведенческие сценарии собираются с помощью нескольких видов данных, чтобы получить целостное понимание настроения, удовлетворенности и лояльности клиента.

Эксперты прогнозируют широкое использование машинного обучения и искусственного интеллекта, чтобы понять отношение людей и их клиентский опыт в гораздо большем масштабе.

Бренды будут использовать свои собственные данные, включая поведенческие взаимодействия с сайтом и другими каналами, чтобы помочь определить положительные или отрицательные настроения пользователей.

Еще одна тенденция поведенческой аналитики - распознавание эмоций человека. Хотя эта технология только начинает развиваться, она позволяет определить выражения лиц, такие как улыбки и мрачность, чтобы определить реакции покупателей на товар или услугу.

- **Портативные устройства будут способствовать «диджитализации человека»**

Согласно исследованию Global Market Insights, к 2025 году рынок портативного искусственного интеллекта достигнет 180 млрд долларов. От наушников с биосенсорами, которые отслеживают сердцебиение (чтобы настроить взаимодействие с пользователем) и до фитнес-трекеров, которые могут выявить аномалии сердца, наши тела создают совершенно новый вид потока данных.

Under Armour, которой принадлежит Fitbit, уже использует информацию такого рода. Компания анализирует общие данные о клиентах, чтобы рекомендовать новые продукты, основываясь на привычках человека.

Наибольшими проблемами здесь будут мобильность и конфиденциальность. Идея хранилищ данных должна быть идеально оптимизирована: субъекты могут выбирать, какой именно биоинформацией они хотят поделиться и с кем - от своих врачей к своим любимым брендам.

Продвижение конфиденциальности данных приведет ко все большему доверию пользователей, которые позволят брендам собирать информацию, поскольку именно они будут устанавливать условия. К 2022 году ваше персональное устройство знать о вашем эмоциональном состоянии больше, чем ваша собственная семья.

Аналитика произвела революцию в работе с клиентами. Новые возможности постоянно растут, поскольку искусственный интеллект раскрывает свой истинный потенциал - создавая феноменальные технологии, которые мы даже не могли представить несколько лет тому.

Бренды, которые инвестируют в искусственный интеллект и аналитику, смогут более гибко управлять бизнесом, смогут понимать поведение потребителей и построить долговременные отношения с клиентами.

Раздел 6. Homes of the future. B. Topic: Expanding our horizons.

Чтение и перевод

The rise of microchipping: are we ready for technology to get under the skin?

The Guardian

Oscar Schwartz

Fri 8 Nov 2019 10.00 GMT

As implants grow more common, experts fear surveillance and exploitation of workers. *Advocates* say the concerns are irrational.

On 1 August 2017, workers at Three Square Market, a Wisconsin-based company specializing in vending machines, lined up in the office cafeteria *to be implanted with microchips*. One after the other, they held out a hand to a local tattoo artist who pushed a rice-grain sized implant into the flesh between the thumb and forefinger. The 41 employees who *opted into the procedure* received complimentary t-shirts that read “I Got Chipped”.

This wholesale implant event, organized by company management, *dovetailed with* Three Square Market’s longer-term vision of a cashless payment system for their vending machines – workplace snacks purchased with a flick of the wrist. And the televised “chipping party” proved to be a savvy marketing tactic, the story picked up by media outlets from Moscow to Sydney.

But not all of the attention was positive. After the event, comments on Three Square Market’s Facebook page urged employees to quit. The company’s Google reviews page was inundated with one-star ratings. And Christian groups – convinced that the implants fulfilled an end-of-days prophecy where people are branded with “the mark of the beast” – accused the company of being the antichrist.

Jowan Österlund, a Swedish tattooist and body piercing specialist whose company Biohax provided Three Square Market with the microchips, watched with interest.

For Österlund, microchip implants were not radical or even novel. He had lived with one for years and had implanted hundreds of other young, tech-savvy Swedes. For this community, the chip signified *a seamless integration of* biology and technology. They used the implants to gain access to their co-working spaces, pay for gym memberships, and even ride the train. With Biohax, Österlund was hoping to introduce this concept to a global market.

Three Square Market was a test case, the first company in the US to offer implants to employees on a public stage. But *the highly charged reaction*, which linked the devices not only to pernicious surveillance but to a vision of tech-apocalypse, raised a question that Österlund *is* still *grappling with*: is the world ready for technology to get under the skin?

Microchip implants are essentially cylindrical *bar codes* that, when scanned, *transmit a* unique *signal* through a layer of skin. Mostly, they have been used to organize products or warehouses or identify *livestock* and stray pets, though there has been some human experimentation.

In 1998, Kevin Warwick, a professor of cybernetics at Reading University, had a chip implanted in his hand both to demonstrate that it was possible, and as a way of exploring the *transhumanist* idea that *fusing technology with the body* is the next step in humanity’s evolution.

Österlund first became aware of microchipping technology several years after Warwick’s project, when his friend made a copy of his dog’s chip and implanted it under his own skin. They were both part of the body modification scene in Sweden and frequently experimented with new techniques, such as branding and *septum* piercing. “The dog chip was kind of a practical joke, so that when my friend went to the vet he could be identified as his own pet labrador, or whatever,” Österlund told me. “But the idea of doing something more with implants stuck with me.”

In 2013, Österlund stumbled upon a German company selling industrial-grade microchips online. Unlike the chips used in pets, which can only transmit a single identification number, these devices were enabled with a communications protocol called NFC, which can be programmed to perform simple tasks.

Österlund ordered a batch and wrote a basic program that *paired* his Samsung 5 *to* the microchip, so that it would automatically call his wife when he picked up the phone. On the first implant

attempt, Österlund accidentally broke the tiny fuse in the chip while sterilizing it. But the second attempt stuck – when he touched his phone, it automatically triggered a call to his wife.

“It was like my body was online,” he said. “It was my very own Johnny Mnemonic moment.”

Excited, Österlund reached out to a friend called Hannes Sjöblad, who was associated with the transhumanist community in Sweden. Sjöblad was impressed with Österlund’s experiment and invited him to hold a demonstration at Epicenter, a tech-focused co-working space in Stockholm where Sjöblad was the “chief disruption officer”.

Other young innovators and startup founders at Epicenter were intrigued with Österlund’s implant, and soon, he and Sjöblad were hosting “chips and beer” evenings. Österlund would implant microchips over alcoholic beverages and share ideas about what new cyborg applications were possible.

“In no time, Epicenter was updated to be biochip compatible and suddenly we were opening the front door and printing documents with the implants,” Sjöblad told me. “It was all community-based development and it was super exciting.”

Today, Österlund and Sjöblad have their own microchip-focused businesses. Österlund’s Biohax is aiming to simplify identity and access in the digital world, offering a replacement to the seemingly endless collection of passwords, keys, tickets, cards that clutter our lives. “With the chip, it’s all in this one tiny device that is impossible to lose,” he said.

Sjöblad’s business, Dsructive, which is based out of a university in southern Sweden, approaches microchipping as an extension of the wearable health tracking industry. Sjöblad believes that by placing a device under the skin, instead of wearing it like a Fitbit, data collection will be greatly improved. “Swipe it with an iPhone and you will be able to get your blood oxygenation, temperature profile, heart rate patterns, breathing patterns,” he said. “For people who want to optimize their health, this would be a game changer.”

There are other companies pushing the limits of what microchip implants can do, most notably the Seattle-based Dangerous Things, which sells a variety of bio-enabled devices, including multi-colored LED lights that light up beneath the skin. But Österlund believes that Sweden will be the focal point of cyborg innovation. “The national railway is already compatible with my chips and as a country we are planning to be totally cashless by 2023,” he told me. “I guess here you can see an example of how it can be done.”

But Urs Gasser, executive director at Harvard’s Berkman Klein Center for Internet and Society, believes scaling up beyond the Swedish tech-hub environment to a broader market will be more legally and ethically tenuous than Österlund might expect.

“This experiment has so far happened in a wealthy country, among very digitally savvy people,” he said. “And while having a chip may play out nicely for well-educated people in Sweden who are part of a digital hub, I question how this will play out for, say, a worker in a warehouse.”

Indeed, Gasser believes that many people reacted negatively to Three Square Market’s highly publicized chipping event because it symbolized power imbalances in the workplace, conjuring dystopian images of an authoritarian employer dehumanizing and controlling workers. “Seeing employees get implanted at the workplace made people question what it means to be an employee,” he said. “Are you a person being paid for your work, or are you the property of the company you work for?”

Ifeoma Ajunwa, professor of labor and employment law at Cornell University, adds that it is crucial to consider the implications of microchipping technology in the context of increasing worker surveillance. In a 2016 paper, Limitless Worker Surveillance, Ajunwa and her co-authors, Kate Crawford and Jason Schultz, argued that new data collection methods – tracking internet history, DNA testing, collection of health data as part of workplace wellness programs – not only provide employers a more intimate data profile of their employees at the workplace but bleed into their private and internal lives.

Microchips, Ajunwa says, will deepen and intensify this dynamic. They “have the potential for constant and intimate surveillance – they literally go with the worker wherever the worker goes. This seems to blur the line between work and family life.”

Concerns about how microchipping might be implemented in the coming years have also been raised by a number of US lawmakers, including Skip Daly, a Democrat in the Nevada state

assembly, who, in March, introduced a bill to make involuntary microchipping illegal in the state. Arkansas, New Jersey and Tennessee are also drafting legislation centered around implants. (In a company statement, Three Square Market was careful to emphasize that its “chipping party” was entirely voluntary.)

But according to Ajunwa, because labor laws in the US often skew in favor of the employer, workers can still be subject to coercion when it comes to surveillance tech.

In 2015, for example, a woman was fired after she deleted an employee tracking app that recorded her movements, even when she was not at work. In another recent case, an employer was found to have demanded employees provide DNA samples for genetic testing after human feces was found in their workplace. Ajunwa says that in the absence of clear labor regulations that prevent workplace pressure to submit to surveillance, “employees might feel pressured to say yes to microchips even if they have reservations”.

When I raised these concerns with Österlund, he said that for microchipping to scale successfully, new legal frameworks, particularly around informed consent, were essential. In fact, part of the reason he believes Swedes have been early adopters of microchipping is because of stronger labor regulations and data protection laws, such as Europe’s General Data Protection Regulation (GDPR), which he believes creates an atmosphere of trust between government and society, employer and worker.

Yet, both he and Sjöblad also presume that much of the fear elicited by microchips is founded less on privacy concerns and more on irrational prejudices against implants. “Microchips are inert and passive, basically like swipe cards that you can’t lose,” Österlund said. “So I find it ironic when people with an iPhone and a Gmail account get on Facebook to scream about privacy just because they’re freaked out by the incision.”

That we respond to new technologies in an emotional or psychological way, though, is unavoidable, particularly when body modification is involved. For Gasser, these emotional responses should not be immediately dismissed as superstitious or illogical. “The fear we feel in relation to microchips is less about a particular technology and more about that technology in the context of power and uneven power structures, like employer and worker,” he said. “And when those dynamics are implanted in our bodies, there is a line we cross that simply feels different.”

Задания для работы с текстом

1. Study the highlighted words and word combinations. Explain their meaning in English.
2. Scan the text and write out all the word combinations with the following components:
surveillance, savvy, compatible, hub, swipe, enable, stuck (to stick).
3. Ask 10 questions to the key points of the text.

Раздел 7. Being successful. A. Topic: A recipe for success.

Реферирование

Render the following article in English. Express your point of view on this issue.

Success Is Actually A State of Mind – Here’s Why Our Definition of Success is Falling to Pieces.

By Gustavo Razzetti

“What you leave behind is not what is engraved on stone monuments, but what is woven into the lives of others.”

— Pericles

My grandfather *didn't* achieve success as a doctor. That's why I admired him so much. He didn't meet the measure of success for today's society: getting or achieving wealth, fame or power. My grandfather neither made millions as an ophthalmologist, nor he became number one in his discipline. But he was respected and revered by his patients, family, and friends.

My grandfather was successful according to his own standards.

That's the most important lesson he taught me. Everything I achieved as a person or as professional was driven by my own measure of success. Not someone else's.

If you don't know where you want to get, it doesn't matter which way you take. Or which advice you follow for that matter. That's the problem with success "how-to listicle." They offer you a path to achieving success without knowing where *you* want to.

What does success mean to you?

You can't know if you are being successful without first defining your own measure of success.

- **Success Is Not Just for Number Ones**

"You're not obligated to win. You're obligated to keep trying. To the best you can do every day."
— Jason Mraz

The present definition of success is falling to pieces.

I'm not saying that being successful is bad. But our society's obsession with number ones is creating a dangerous divide. Either you are *the* one—the winner—or you are average—one of the many losers.

Success writers tell you that the only thing between getting the job you want and not is you. Like if life events only depended on your abilities and passion. That's unrealistic. Most job openings attract 250 candidates, but only 4–5 will be called for an interview. In the end, there will be one winner and 249 "losers" who didn't get the job.

You shouldn't feel bad if you don't get a new job. As Paulo Coelho says: "*You are not defeated when you lose. You are defeated when you quit.*"

Many industries make exponential revenue from "number ones." That's why most systems protect them.

Take the concept of "seeding" in tennis, for example. Top players are "planted" into the bracket so that the best do not meet until later in the competition. Also, in most tournaments, top seeds make it to the second round without playing, unlike the rest.

The downside of "seeding" is that those who are not at the top have to play one more game if they want to make it to the final round. And, what's even worse, they must play against the best players early in the tournament.

The same happens with Google searches, Amazon top sellers and so on and so forth. Those who made it to the top will continue to be the most recommended. Thus, increasing their dominance and creating "unfair" competition for the rest.

As John Sheridan illustrates on his brilliant piece "9 issues we should address in 2018: 8 men now own the same wealth as half the world's population, and the top 10% of the population now owns 85% of the world's wealth, "*we are creating a condition that is toxic, explosive and dangerous.*"

The definition of success is not only falling to pieces but hurting most people's chances to succeed.

- Success Is Taking a Toll on Us

"It is better to fail in originality than to succeed in imitation."

— Herman Melville

The struggle to become successful through the eyes of others is creating unprecedented levels of anxiety and depression.

The pressure to achieve success is hurting Millennials abilities to perform. Increased levels of testing, their parents' expectations, and having been raised to be competitive and to achieve more.

Constantly being aware of (and comparing to) their peer's achievement—via social media—is making things worse. More students than ever come to college on medication or in treatment for mental health problems.

The education system has turned away from teaching for competence and experimentation to getting good grades. As development psychologist Peter Gray explains: *"the system is almost designed to produce anxiety and depression."*

The illusion that being the best and being an over-achiever is taking a toll on High School students too. "Future success is not determined by good grades, Ivy League acceptances, or inflated self-esteem," as explained in this piece.

The situation at the workplace is alarming as well: 80% of workers feel stress on the job, and three-fourths of employees believe it has gotten worse than a generation ago.

That's because we let *others* determine what success means to us.

- Achieving Success versus Being Successful

"You know you are on the road to success if you would do your job, and not be paid for it."

— Oprah Winfrey

What I learned from my grandfather is that achieving success and being successful are two different things.

Our society portrays success as something that you achieve. It's about pursuing something that will happen in the future. Achieving success is a destination.

Being successful, on the contrary, is a state of mind. It's about appreciating what you have and what you are doing in the present. Being successful is about enjoying the journey.

Dale Carnegie said: "Success is getting what you want. Happiness is wanting what you get." If you are always looking to get more, you will never have time to enjoy what you have today.

The other problem with "success" is that is outer-focused: you are pursuing a standard set by others.

It's perfectly fine to be happy because you are the #1 writer, DJ, or athlete. But don't let that define who you are.

Success is a moving target. What will happen when someone beats you at your own game? Will you become anxious or depressed because you are no longer as successful as you should or used to?

The most significant issue with trying to achieve success is that you are never present. Your worries about the future limit your possibilities you from playing at your best today.

Success is not what you achieve. But what you say no to. As Dalai Lama said: *“Judge your success by what you had to give up in order to get it.”*

When he was at the peak of his career, my grandfather rejected a job offer that would have made him rich, famous, and more. But that meant working for a company with a low ethical standard.

If you don't sacrifice what you want, what you want will be your sacrifice, [as I wrote here](#).

My grandfather had a strong work ethics. His personal choices became his legacy.

What's the price you are willing to pay to become successful?

- Create Your Own Measure of Success

“Try not to become a man of success. Rather become a man of value.”—Albert Einstein“

Success is internal. Don't let others define the measure of your success. Create your own definition of being successful and let it guide your life choices.

Nor that money, recognition or achieving success are not important, but they shouldn't define who you are.

I've been fortunate to have achieved a lot in my professional career, that's why I'm encouraging you to reflect on how you define success.

I've spent over 20 years working in advertising and was at the top of my game. I turned around many agencies and lead them to achieve economic growth and recognition. I made a lot (I mean a lot) of money. I once even received a bonus that was 1.5 times my annual salary.

But it didn't change who I was, neither made me feel successful. Also, at some point in my career, the more professional success I got, the less happy I was. The work I was doing lacked meaning to me.

Keeping my grandfather's approach to life present has always given me perspective. Things in life come and go. Success is an illusion. What you achieve doesn't define you; your choices do.

Last year, I turned 50, and I did something more than quitting a corporate job. I made a bold career move.

I now focus my time and passion helping people and teams to learn, experiment and grow beyond their comfort zone. Personal development is at the core of what I do, helping people change from within.

Every time I finish a program or workshop, I *feel successful*. Seeing other people's transformation is rewarding. Observing how a team can discuss and resolve their tensions rather than being stuck, that's my biggest reward.

The impact I create is my measure of success. Not the money, status, reputation, or ranking position that I achieve as a consequence.

- What about You?

“If you really look closely, most overnight successes took a long time.”

— Steve Jobs

Success is being your best self, not being number one. It’s about becoming better than yourself, not than others.

There are no shortcuts to being successful. You will find resistance. Other people’s definition of success will cloud your judgment. Making tough choices is not easy.

But stay focused. As Winston Churchill said: *“Kites rise highest against the wind, not with it.”*

This is my invitation to you to reflect and find your own definition of success. Not to impose mine.

As three-time recipient of the Pulitzer Prize, Herbert Bayard Swope: *“I cannot give you the formula for success, but I can give you the formula for failure—It is: Try to please everybody.”*

What does success mean to you?

Раздел 8. Being successful. B. Working better.

Реферативный перевод

Render the following article in English

Зачем люди хотят казаться успешными и богатыми?

Сегодня захотелось порассуждать о том, зачем люди хотят казаться успешными и богатыми. Ведь на самом деле успех и видимость успеха — это совершенно разные вещи, так же как богатство и видимость богатства. И стремясь казаться богатыми, многие люди, по сути, беднеют, потому что живут не по средствам и тратят деньги на то, что не позволяет их доход. Почему так происходит — давайте попробуем разобраться вместе.

Есть действительно успешные люди, а есть те, которые создают видимость успеха. Впрочем, в некоторых случаях они могут относиться к обеим категориям одновременно, но скорее, это все же исключения из правил. Чем отличается успех от видимости успеха? Что такое успех? Об этом четко сказано в словарях. Основных значений этого термина три: Достижение поставленных целей. Достижение положительных результатов в чем-либо. Общественное признание достигнутых результатов. Успешным можно считать человека, соответствующего хотя бы одному из вышеперечисленных признаков, а тем более — сразу двум или трем. Понятие «успех» не обязательно связано с понятием «богатство». То есть, человек может быть успешным и небогатым, или богатым, но неуспешным. Но, конечно, может быть и успешным, и богатым одновременно.

Как правило, это зависит от того, какие цели ставил перед собой этот человек. Если это были финансовые цели, и он их достиг, что позволило улучшить собственное финансовое состояние и обзавестись определенными активами (то есть, нарастить богатство), то став успешным, человек становится и богаче. Но также может быть и успех, не связанный с богатством (например, успех в каком-то своем увлечении, в спорте, в других делах, не приводящих к наращиванию материальных активов).

Что же такое видимость успеха или псевдоуспех? Это, соответственно, попытки выставить себя напоказ как успешного человека, по сути, таковым не являясь. Если вернуться к трем, обозначенным в словарях, критериям успеха, то получается, что человек создает видимость успеха, если:

- Он делает вид, что достиг поставленных целей (но, по сути, не достиг);
- Он делает вид, что достиг положительных результатов в чем-либо (но, по сути, не достиг);
- Он делает вид, что его результаты получили общественное признание (но, по сути, не получили)

Причем в подавляющем большинстве случаев люди создают видимость успеха, связанного именно с богатством. То есть, хотят казаться успешными и богатыми одновременно. Слово «богатство» здесь употреблено в относительном смысле, потому как сама по себе это величина размытая и сложноопределимая (об этом я тоже писал отдельную статью: Что такое богатство? Что значит быть богатым?). Наверно, правильнее будет выразиться так: они хотят казаться богаче, чем на самом деле.

Как люди создают видимость успеха?

Что значит «создавать видимость успеха», в чем это проявляется? Прежде всего, это проявляется в жизни не по средствам: чтобы казаться богаче, люди приобретают товары и услуги более высокой ценовой категории, чем позволяет их заработок. Естественно, чем более «на виду» будет товар или услуга, тем приоритетнее для человека их покупка. Именно поэтому наибольшим спросом среди желающих создать видимость успеха и богатства являются товары и услуги, которые можно наиболее ярко и часто демонстрировать: автомобили, мобильные гаджеты, одежда, аксессуары, отдых в заведениях, туры и поездки и т.д. При этом такой человек вряд ли будет покупать, например, дорогую бытовую технику, поскольку кроме него, ее никто не увидит. Но это только одна сторона. Наиболее широкие возможности для создания видимости богатства и успеха сейчас открывают социальные сети. Ведь, условно, в жизни у человека есть только определенный круг общения, который и наблюдает его самовыражение, и который часто знает, что из себя представляет этот человек на самом деле. А вот в социальных сетях аудитория может быть намного шире, и часто это совершенно незнакомые люди, которые воспринимают человека лишь по созданному им образу. И вот тут то открываются наиболее широкие возможности для создания видимости успеха. Небезызвестный Инстаграм — как раз очень яркий тому пример. Более того, здесь даже не обязательно реально тратить большие деньги на создание видимости богатства: можно просто делать фото с не принадлежащими человеку «статусными» аксессуарами. Можно выложить даже чужое фото — никто не станет это проверять. И даже физические недостатки можно скрывать, в общем, можно предстать совершенно другим человеком, что некоторые и делают.

Почему люди хотят казаться богаче?

Переходим к самому главному: давайте выделим основные причины, движущие людьми, которые хотят казаться богаче. Сразу скажу, что в некоторых случаях такими людьми движет определенный корыстный интерес, но некоторые являются совершенно бесцельными и бессмысленными. Итак, почему? Я бы выделил 3 основные причины.

Причина 1. Зависимость от общественного мнения. К сожалению, большинство людей в той или иной степени зависят от общественного мнения, причем часто эта зависимость достаточно сильная. Люди хотят быть «не хуже других», постоянно сравнивая себя с кем-то, при этом «другие» тоже могут, на самом деле, лишь создавать видимость успеха. А созданное общество потребления планомерно навязывает нам некие ценности, стимулирующие людей совершать ненужные или несоответствующие финансовым возможностям покупки. Так многие и проживают свою жизнь или ее большую часть в

постоянной бесполезной конкуренции и погоне за навязанными кем-то идеалами. Стоит ли говорить, что в конечном итоге таких людей ждет очень глубокое разочарование.

Причина 2. Желание выгодно себя продать. А это уже более продуманная цель. В данном случае человек создает видимость успеха, чтобы дороже продавать себя как специалиста, свои товары и услуги. Посмотрите на разного рода экспертов в Инстаграме: все они выглядят «с иголочки», шикарно отдыхают, пользуются услугами дорогих фотографов, стилистов, раскрутчиков. Естественно, что и в цену их продуктов включаются все эти расходы. Тем не менее люди психологически прислушиваются к мнению тех, кто выглядит успешными, и не будут покупать услуги тех, кто не демонстрирует собственные успехи.

Причина 3. Желание произвести впечатление на противоположный пол. Не секрет, что женщины больше присматриваются к богатым и успешным мужчинам. Поэтому многие парни хотят казаться богаче и успешнее именно ради большего успеха у девушек. И девушки в этом плане не отстают: создавая себе образ более богатой и успешной дамы, они, соответственно, устанавливают планку для будущих кавалеров, отсеивая несостоятельных кандидатов. В какомто плане эта причина является разновидностью второй (желание выгодно себя продать), но имеет свою специфику.

Мнение психологов

Высказываясь по этому вопросу, психологи сходятся во мнении, что желание казаться успешнее и богаче, чем на самом деле, в людях вызывают комплексы и неуверенность в себе. Чаще всего все это возникает, благодаря заложенным в детстве психологическим установкам. И чем больше человек демонстрирует успех и богатство на публику, тем, на самом деле, менее богатым и успешным он является. То же самое касается, например, и демонстрации своего счастья. По-настоящему успешные и богатые люди никогда не станут кичиться этим и выпячивать напоказ свои достижения. За исключением тех, которым это необходимо для создания личного бренда, благодаря которому они и зарабатывают. Сюда, к примеру, можно отнести разного рода бизнес-тренеров: никто не будет пользоваться их услугами, если они не продемонстрируют на собственном примере, что их методы и принципы работают. Наверное, многие видели фотографии Билла Гейтса, Марка Цукерберга, Уоррена Баффета и ряда других людей, входящих в мировые топы рейтингов Форбс. Они, имея активы на миллиарды долларов, одеваются и ведут себя намного скромнее, чем наши «успешные богачи», зарабатывающие 2-3 тысячи долларов. Думаю, это очень показательное сравнение реального успеха и видимости успеха.

Чем плохо казаться богаче?

В завершение рассмотрю закономерный вопрос. Многие скажут: «Ну и что тут такого? Ну вот нравится мне создавать видимость богатства и успеха, тебе то какое дело? Моя жизнь, и я живу ее как хочу!». Мне, конечно же, нет никакого дела до вашей жизни. Я рассматриваю этот вопрос, согласно тематике сайта, прежде всего, с финансовой точки зрения. И тут получается вот что.

Стремление казаться богаче, по сути, делает человека беднее.

Ведь, затрачивая немалые деньги на создание видимости богатства, он уже не может оплатить более необходимые товары и услуги. Часто такие люди влезают в кредиты, и в конце концов, вообще попадают в финансовую яму. Вместо того чтобы создавать себе финансовые резервы, сбережения, капитал для инвестирования (то есть то, что реально делает человека богаче), люди растрачивают деньги просто на понты (то есть то, что реально делает человека беднее). Такое отношение к личным финансам я считаю неправильным и недальновидным. Конечно же, каждый вправе сам выбирать, что для него важнее: реальный успех и богатство или их видимость. А как вы считаете, зачем люди хотят казаться богаче

Контрольная работа

Final Test

You should spend about 20 minutes on Questions 1-13, which are based on Reading Passage 1 on pages 2 and 3.

Spider silk cuts weight of bridges

A strong, light bio-material made by genes from spiders could transform construction and industry

- A *Scientists have succeeded in copying the silk-producing genes of the Golden Orb Weaver spider and are using them to create a synthetic material which they believe is the model for a new generation of advanced bio-materials. The new material, biosilk, which has been spun for the first time by researchers at DuPont, has an enormous range of potential uses in construction and manufacturing.*
- B The attraction of the silk spun by the spider is a combination of great strength and enormous elasticity, which man-made fibres have been unable to replicate. On an equal-weight basis, spider silk is far stronger than steel and it is estimated that if a single strand could be made about 10m in diameter, it would be strong enough to stop a jumbo jet in flight. A third important factor is that it is extremely light. Army scientists are already looking at the possibilities of using it for lightweight, bullet-proof vests and parachutes.
- C For some time, biochemists have been trying to synthesise the drag-line silk of the *Golden Orb Weaver*. The drag-line silk, which forms the radial arms of the web, is stronger than the other parts of the web and some biochemists believe a synthetic version could prove to be as important a material as nylon, which has been around for 50 years, since the discoveries of Wallace Carothers and his team ushered in the age of polymers.
- D To recreate the material, scientists, including Randolph Lewis at the University of Wyoming, first examined the silk-producing gland of the spider. 'We took out the glands that produce the silk and looked at the coding for the protein material they make, which is spun into a web. We then went looking for clones with the right DNA, he says.
- E At DuPont, researchers have used both yeast and bacteria as hosts to grow the raw material, which they have spun into fibres. Robert Dorsch, DuPont's director of biochemical development, says the globules of protein, comparable with marbles in an egg, are harvested and processed. 'We break open the bacteria, separate out the globules of protein and use them as the raw starting material. With yeast, the gene system can be designed so that the material excretes the protein outside the yeast for better access, he says.
- F 'the bacteria and the yeast produce the same protein, equivalent to that which the spider uses in the drag lines of the web. The spider mixes the protein into a water-based solution and then spins it into a solid fibre in one go. Since we are not as clever as the spider and we are not using such sophisticated organisms, we substituted man-made approaches and dissolved the protein in chemical solvents, which are then spun to push the material through small holes to form the solid fibre.'

- G Researchers at DuPont say they envisage many possible uses for a new biosilk material. They say that earthquake-resistant suspension bridges hung from cables of synthetic spider silk fibres may become a reality. Stronger ropes, safer seat belts, shoe soles that do not wear out so quickly and tough new clothing are among the other applications. Biochemists such as Lewis see the potential range of uses of biosilk as almost limitless. 'It is very strong and retains elasticity; there are no man-made materials that can mimic both these properties. It is also a biological material with all the advantages that has over petrochemicals, he says.
- H At DuPont's laboratories, Dorsch is excited by the prospect of new super-strong materials but he warns they are many years away. 'We are at an early stage but theoretical predictions are that we will wind up with a very strong, tough material, with an ability to absorb shock, which is stronger and tougher than the man-made materials that are conventionally available to us, he says.
- I The spider is not the only creature that has aroused the interest of material scientists. They have also become envious of the natural adhesive secreted by the sea mussel. It produces a protein adhesive to attach itself to rocks. It is tedious and expensive to extract the protein from the mussel, so researchers have already produced a synthetic gene for use in surrogate bacteria.

Questions 1 — 5

Reading Passage 1 has nine paragraphs, A-I. Which paragraph contains the following information?

Write the correct letter, A-I, in boxes 1-5 on your answer sheet.

- 1 a comparison of the ways two materials are used to replace silk-producing glands
- 2 predictions regarding the availability of the synthetic silk
- 3 ongoing research into other synthetic materials
- 4 the research into the part of the spider that manufactures silk
- 5 the possible application of the silk in civil engineering

Questions 6 — 10

Complete the flow-chart below.

Choose NO MORE THAN TWO WORDS from the passage for each answer.

Write your answers in boxes 6-10 on your answer sheet.

Synthetic gene grown
in S or 7

globules of 8

dissolved in 9

passed through 10

to produce a solid fibre

Questions 11 — 13

Do the following statements agree with the information given in Reading Passage 1?

In boxes 11-13 on your answer sheet, write

TRUE	<i>if the statement agrees with the information</i>
FALSE	<i>if the statement contradicts the information</i>
NOT GIVEN	<i>if there is no information on this</i>

- 11 Biosilk has already replaced nylon in parachute manufacture.
- 12 The spider produces silk of varying strengths.
- 13 Lewis and Dorsch co-operated in the synthetic production of silk.

Критерии оценивания форм текущего контроля успеваемости

Критерии оценивания чтения

Критерий	Оценка
Правильная идентификация и нормативная артикуляция звуков, правильная постановка ударения в словах, соблюдение ритмики и интонации предложения. Темп естественный, текст хорошо воспринимается на слух. Допускаются одиночные фонематические ошибки и паузы.	Отлично
В основном правильная идентификация и артикуляция звуков. Допускается некоторое количество фонематических ошибок и пауз. Присутствует влияние родного языка в фонетике и ритмике. Недостаточная связность и беглость.	Хорошо
Текст воспринимается с трудом из-за значительного количества фонематических ошибок. Интонация обусловлена влиянием родного языка. Нарушение ритма, много пауз.	Удовлетворительно
Многочисленные фонематические и интонационные ошибки, приводящие к невозможности воспринимать текст.	Неудовлетворительно

Критерии оценивания перевода

Критерии	Оценка
Выполнен полный и точный перевод. Допускается незначительная стилистическая погрешность, не влияющая на понимание текста. Стил ь и нормы родного языка не нарушены.	Отлично
Допускаются одна-две фактических (смысловых) ошибки (в зависимости от степени искажения смысла) и одна-две стилистические погрешности, не влияющие на понимание текста. Нарушения норм родного языка незначительные.	Хорошо
Перевод содержит 3 фактические ошибки, возможна частичная потеря информации. Нарушены нормы и стил ь родного языка.	Удовлетворительно
Перевод содержит 4 и более фактических ошибок. Нарушена полнота и адекватность перевода. Стил ь и нормы родного языка нарушены.	Неудовлетворительно

Критерии оценивания перевода с русского языка на иностранный

Критерии	Оценка
Выполнен полный и точный перевод. Допускаются незначительные погрешности, не влияющие на понимание текста.	Отлично
Допускаются одна-две фактические (смысловые) ошибки (в зависимости от степени искажения смысла),	Хорошо

незначительные погрешности, не влияющие на понимание текста.	
Перевод содержит 3-4 фактические ошибки, возможна частичная потеря информации.	Удовлетворительно
Перевод содержит 5 и более фактических ошибок. Нарушена полнота и адекватность перевода.	Неудовлетворительно

Критерии оценивания практических заданий, заданий по работе с текстом, самостоятельной работы, контрольной работы:

% правильно выполненных заданий	оценка
100 - 91	Отлично
90-70	Хорошо
69-52	Удовлетворительно
51 и менее	Неудовлетворительно

Критерии оценивания аудирования:

<i>Критерии</i>	<i>Оценка</i>
Студент детально понимает содержание аудио-текста. Выделяет значимую/запрашиваемую информацию. Справляется со всеми установочными заданиями.	отлично
Студент понимает содержание аудио-текста. Выделяет значимую/запрашиваемую информацию. Справляется с 2/3 заданий. Допускает не более 1-2 смысловых ошибок (искажение, опущение, добавление информации) при ответе на вопросы к прослушанному тексту.	хорошо
Студент слабо понимает основное содержание аудио-текста, справляется не менее чем с 1/2 заданий. Слабо выделяет значимую/запрашиваемую информацию. Допускает не более 4 смысловых ошибок (искажение, опущение, добавление информации) при ответе на вопросы к прослушанному тексту.	удовлетворительно
Студент не понимает содержания аудио-текста, справляется менее чем с 1/2 заданий.	неудовлетворительно

Критерии оценивания участия в дискуссии

<i>Критерии</i>	<i>Оценка</i>
Коммуникативная задача решена полностью. Речь отчетливая, понятная, беглая. Основные аргументы излагаются четко и воспринимаются на слух правильно. Высказывания логичны, соответствуют задаче. Выражено свое отношение к ситуации. Допустимы единичные ошибки, не препятствующие коммуникации.	Отлично
Коммуникативная задача решена не полностью. Есть незначительные нарушения в четкости изложения аргументов и восприятия их на слух. Речь понятная. Высказывания в целом соответствуют ситуации. Допущен ряд грамматических, лексических или фонематических ошибок, не препятствующих коммуникации. Допустимо незначительное нарушение логики и паузы в высказываниях.	Хорошо
Коммуникативная задача решена частично. Высказывания	Удовлетворительно

содержат значительное количество ошибок и пауз, но соответствуют тематике. Активная лексика используется в ограниченном объеме. Логика нарушена.	
Коммуникативная задача не решена. Реакции на реплики отсутствуют. Активная лексика не используется. Общение сводится к отдельным словам и словосочетаниям при большом количестве фонематических, лексических и грамматических ошибок. Много пауз, нет логики и связности.	Неудовлетворительно

Критерии оценивания сочинения

<i>Критерии</i>	<i>Оценка</i>		
	5	4	3
Лексические и синтаксические средства, адекватные научному стилю письменной речи.	Использованы адекватные лексические и синтаксические средства, характеризующие академический стиль письменной речи.	В использованных лингвистических средствах есть отклонения от стиля, не мешающие пониманию текста.	Лингвистические средства не отвечают поставленной задаче и не соответствуют академическому стилю письма.
Пунктуация и орфография.	Студент не допустил серьезных пунктуационных или орфографических ошибок (от 0 до 2 ошибок).	Студент допустил от 3 до 4 пунктуационных или орфографических ошибок.	Студент допустил больше 5 орфографических или пунктуационных ошибок.
Структура работы. Логическая связь абзацев.	Работа грамотно структурирована, прослеживается четкая связь абзацных частей, маркированная вводными конструкциями.	В структуре работы есть нарушения, нечеткое абзацное деление.	Абзацное деление нарушено, вводные конструкции не употреблены.
Логика повествования.	Логика изложения повествования четкая и не нарушается. Прослеживается связь между аргументами.	Логика изложения местами нарушена.	Отсутствует четкая аргументация.

Критерии оценивания реферативного перевода

<i>Критерии</i>	<i>Оценка</i>
Выполнен полный и точный перевод. Допускается незначительные погрешности, не влияющие на понимание текста.	5
Допускается одна-две фактические (смысловые) ошибки	

(в зависимости от степени искажения смысла) незначительные погрешности, не влияющие на понимание текста.	4
Перевод содержит 3-4 фактические ошибки, возможна частичная потеря информации.	3
Перевод содержит 5 и более фактических ошибок. Нарушена полнота и адекватность перевода.	2

Критерии оценки реферирования

В реферировании оценивается эффективность и грамотность передачи студентом содержания и информации исходного текста на иностранном языке. Оценивается умение выделить основную идею исходного текста и передать ее в краткой форме, для чего требуется умение переструктурировать предложения исходного текста. Ошибкой в реферировании считается искаженная или неправильно переданная информация, грубые нарушения норм иностранного языка, повлекшие за собой нарушение коммуникации. При оценивании реферирования учитываются построение реферата, его структура, языковые средства, в также соблюдение объема реферирования (объем вторичного текста составляет 20% от объема исходного текста).

<i>Критерии</i>	<i>Оценка</i>
Цели реферирования и коммуникации достигнуты в полной мере; допущено не более одной коммуникативно значимой ошибки, приведшей к недопониманию, а также не более трех коммуникативно незначимых ошибок. Реферирование текста осуществлено в полном объеме.	5
Цели реферирования и коммуникации достигнуты в общем; допущено не более двух-трех полных коммуникативно значимых ошибок и трех коммуникативно незначимых ошибок. Реферирование текста осуществлено в полном объеме	4
Главные цели реферирования и коммуникации достигнуты частично; допущено не более пяти полных коммуникативно значимых ошибок пяти коммуникативно незначимых ошибок. Реферирование текста осуществлено в основном.	3
Главные цели реферирования и коммуникации не достигнуты; допущено более пяти полных коммуникативно значимых ошибок и более шести коммуникативно незначимых ошибок.	2

Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации

На экзамене проверяется сформированность компетенций ПК-5 Способен к квалифицированному языковому сопровождению международных форумов и переговоров, к осуществлению межкультурной и межнациональной коммуникации (индикаторы ИД-ПК-5_1 Знает основы межкультурной коммуникации и ИД-ПК-5_2 Способен осуществлять коммуникацию в ситуациях межкультурного и межнационального общения (международные форумы, переговоры и др.)); ПК-6 Способен к созданию, редактированию, реферированию систематизированию и трансформации (например, изменению стиля, жанра, целевой принадлежности текста) всех типов текстов официально-делового и публицистического стиля (индикаторы ИД - ПК 6_1 Создает качественные тексты официально-делового и публицистического стилей. ИД - ПК 6_2 Осуществляет редактирование, реферирование и трансформацию текстов официально-делового и публицистического стилей).

Описание процедуры выставления оценки

Оценка «отлично» выставляется студенту, у которого формируемые дисциплиной элементы компетенций ПК-5 и ПК-5 сформированы на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, у которого формируемые дисциплиной элементы компетенций ПК-5 и ПК-5 сформированы не ниже, чем на продвинутом уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, у которого формируемые дисциплиной элементы компетенций ПК-5 и ПК-5 сформированы не ниже, чем на пороговом уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, у которого формируемые дисциплиной элементы компетенций ПК-5 и ПК-5 сформированы ниже, чем на пороговом уровне.

Содержание экзамена

1. Реферирование статьи с русского на английский (объем: 3500-4000 печ. знаков).
2. Беседа по проблемам, затронутым в тексте.

Каждый пункт экзаменационного задания оценивается отдельно. Итоговая экзаменационная оценка представляет собой средний результат.

1. Текст для реферирования

Действительно ли в СССР все было самое лучшее: распространенные мифы об эпохе прошлого

Великое и могучее государство СССР в конце 1991 года прекратило свое существование. В то время страну поглотил серьезный экономический кризис, а на самые необходимые товары, в том числе и на продукты, был дефицит. В настоящее время Советский Союз идеализируется не только представителями той эпохи, но и более молодыми поколениями. Многие считают, что образование и медицина были лучшими в мире, а у людей была уверенность в будущем и стабильность.

Однако не все утверждения соответствуют истине. А тем, кто все еще с тоской вспоминает советское прошлое, достаточно оглянуться вокруг. В современной России очень много осталось с тех времен. Это вызывает ощущение, что жизнь в Союзе продолжается. Рассмотрим несколько мифов о «золотом веке» СССР, которые не совсем соответствуют реальности.

1. Советские люди жили в достатке

Мы хорошо помним рассказы о том, что в СССР предоставлялась жилплощадь. Действительно, жилье человек получал, но зачастую это были огромные коммуналки, где жить не так уж и просто, или общежития. Именно в таких условиях и проживало большинство городских жителей. Частично устранить проблему помогли знаменитые «хрущевки». Но операции с этой недвижимостью в дальнейшем проводились полуполевыми или нелегальными способами.

Советская система снабжения – отдельная история. В магазинах были в избытке самые необходимые продукты, например, хлеб, молоко, водка и прочие, но особым ассортиментом товары не отличались. Земельные участки, гаражи, квартиры выдавались на работе по записи. Чтобы купить машину, нужно было записываться в очередь и ждать своего «железного коня» десятилетиями. Что касается покупки

продукции импортного производства, здесь были свои серые схемы. Товар доставался исключительно по благу, хорошему знакомству.

Да, у людей были немалые накопления на сберегательных книжках, но потратить их по большей степени просто не было куда.

2. Бесплатная и лучшая в мире система образования

Очень сложно объективно сравнивать уровень образования в различных государствах. Среди положительных сторон можно назвать высокие знания в области физики и математики. Специалисты, окончившие высшие учебные заведения советского типа, были востребованы по всему миру.

Нередко ученые высказывают мнение, что в науке СССР успехи были получены не потому, что существовала высококласная образовательная система, а наперекор ей. Человеку нужно было преодолеть множество препятствий. Только тогда у него появлялся шанс достичь определенных высот.

Во-первых, в момент поступления в институт абитуриент сталкивался с ограничениями не только классового, но и национального характера. В качестве примера можно привести антисемитизм в математическом направлении в шестидесятых-восьмидесятых годах. Очень сложно было поступить на мехмат евреям. Негласные правила распространялись и на некоторые другие институты, в частности МГИМО.

На качество учебной, образовательной программы, воспитание, прививание ценностей и другие сферы активно влияла идеология. Львиную долю времени, а также усилий школьников и студентов отбирали ненужные никому предметы, например, история КПСС. Несмотря на ее бесполезность, много талантливых людей вынуждены были отказаться от дальнейшего обучения. Дети диссидентов, недовольные учащиеся и педагоги исключались из ВУЗов.

Если смотреть правде в глаза, то высшая советская школа была изолирована от остального мира. За исключением специализированных школ и университетов иностранные языки преподавали на низком уровне. Предпочтение было отдано предметам естественнонаучного характера, потому что это направление полностью совпадало с интересами государства.

Это интересно! Многие выдающиеся талантливые художники, писатели и поэты не изучались в школах, так как они считались «неправильными» с точки зрения советской идеологии. В список вошли поэты Пастернак, Гумилев, Цветаева, Мандельштам, Ахматова.

Что касается истории, то она трактовалась в том ключе, который был выгоден правительству государства. О репрессиях вообще не шла речь. Все эти эпизоды, естественно, замалчивались. Некоторые точные науки тоже были подвержены подобному влиянию.

3. Лучшая в мире и бесплатная медицина

Действительно, медицинское обслуживание в СССР было бесплатным. Но что касается его качества, здесь можно поспорить. Прежде всего, медицина, как и другие сферы в государстве, была отрезана от мира. Поэтому многих лекарств не было, их все-таки приходилось закупать в зарубежных странах, хотя простейшие препараты и продавались по очень низкой цене. Что касается современных для того времени методик и технологий, то они были доступны лишь избранным. В большей степени врачи ими попросту не владели. Что же касается одноразовых инструментов (шприцев,

систем для внутривенного введения, катетеров), то и они появились намного позже, чем в других странах.

Персонал практически ничем не отличался от того, что мы можем наблюдать сейчас в государственных больницах. Среди врачей были настоящие таланты, внимательные и обходительные, и хамоватые бездари, которые поступили в институт благодаря связям, а не знаниям.

Нельзя идеализировать и условия стационаров, где пациенты часто вынуждены были лежать в коридорах, так как в палатах не хватало мест, и месяцами ждать своей очереди на плановую операцию. Особого внимания заслуживает и лечение психиатрических больных - использовались жестокие методы, которые можно отнести к разряду карательных.

4. В Советском Союзе была стабильность

Действительно, с этим даже не поспоришь. Фиксированная зарплата, жесткий контроль над ценообразованием сделали систему устойчивой. Многие считали ее и вовсе неразрушимой. Проблема только в одном, правительство не позволяло людям двигаться вперед. Когда в мире проводились исследования, внедрялись новые технологии и методики во всех сферах деятельности, в СССР наблюдался полный «застой». Это и привело, в конечном счете, к падению столь сильной империи.

Несмотря на все опровергнутые мифы, нельзя говорить, что так уж все было плохо в СССР, как и идеализировать исчезнувшее государство. В каждой эпохе есть свои положительные и отрицательные стороны, оставившие след в памяти поколений.

Источник: <https://novate.ru/blogs/180220/53476/>

Критерии оценивания экзамена

Критерии оценивания реферирования статьи

Оценивается эффективность и грамотность передачи студентом содержания исходного текста на иностранном языке, умение выделить основную идею и передать ее в краткой форме. Ошибкой считается искаженная или неправильно переданная информация, грубые нарушения норм иностранного языка, повлекшие за собой нарушение коммуникации.

<i>Критерии</i>	<i>Оценка</i>
Цели передачи содержания текста достигнуты в полной мере; допущено не более одной коммуникативно значимой ошибки, приведшей к недопониманию, а также не более трех коммуникативно незначимых ошибок. Передача содержания осуществлена в полном объеме.	5
Цели передачи содержания текста достигнуты в общем; допущено не более двух–трех полных коммуникативно значимых ошибок и трех коммуникативно незначимых ошибок. Передача содержания осуществлена в полном объеме.	4
Главные цели передачи содержания текста достигнуты частично; допущено не более пяти полных коммуникативно значимых ошибок и пяти коммуникативно незначимых ошибок. Передача содержания осуществлена в основном.	3

Главные цели передачи содержания текста не достигнуты; допущено более пяти полных коммуникативно значимых ошибок и пяти коммуникативно незначимых ошибок. Передача содержания не осуществлена.	2
--	---

Критерии оценивания беседы по проблемам, затронутым в тексте

<i>Критерии</i>	<i>Оценка</i>
Коммуникативная задача решена полностью. Речь отчетливая, понятная, беглая. Активная лексика используется правильно и в полном объеме. Основные события и факты выявлены при чтении и восприятии речи на слух правильно. Высказывания логичны, соответствуют задаче. Выражено свое отношение к ситуации. Допустимы единичные ошибки, не препятствующие коммуникации.	5
Коммуникативная задача решена не полностью. Есть незначительные нарушения в выявлении фактов воспринимаемого материала. Речь понятная. Активная лексика используется в основном правильно. Высказывания в целом соответствуют ситуации. Допущен ряд грамматических, лексических или фонематических ошибок, не препятствующих коммуникации. Допустимо незначительное нарушение логики и паузы в высказываниях.	4
Коммуникативная задача решена частично. Высказывания содержат значительное количество ошибок и пауз, но соответствуют тематике. Активная лексика используется в ограниченном объеме. Логика нарушена.	3
Коммуникативная задача не решена. Реакции на реплики отсутствуют. Активная лексика не используется. Общение сводится к отдельным словам и словосочетаниям при большом количестве фонематических, лексических и грамматических ошибок. Много пауз, нет логики и связности.	2

На зачете проверяется сформированность компетенций ПК-5 Способен к квалифицированному языковому сопровождению международных форумов и переговоров, к осуществлению межкультурной и межнациональной коммуникации (индикаторы ИД-ПК-5_1 Знает основы межкультурной коммуникации и ИД-ПК-5_2 Способен осуществлять коммуникацию в ситуациях межкультурного и межнационального общения (международные форумы, переговоры и др.)); ПК-6 Способен к созданию, редактированию, реферированию систематизированию и трансформации (например, изменению стиля, жанра, целевой принадлежности текста) всех типов текстов официально-делового и публицистического стиля (индикаторы ИД - ПК 6_1 Создает качественные тексты официально-делового и публицистического стилей. ИД - ПК 6_2 Осуществляет редактирование, реферирование и трансформацию текстов официально-делового и публицистического стилей).

Описание процедуры выставления оценки

Оценка «зачтено» выставляется студенту, у которого элементы компетенций ПК-5 и ПК-6, формируемые данной дисциплиной, сформированы не ниже, чем на пороговом уровне.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, у которого элементы компетенций ПК-5 и ПК-6, формируемые данной дисциплиной, сформированы ниже, чем на пороговом уровне.

Содержание зачета

На зачете осуществляется проверка навыков говорения по изученной тематике.

Зачет проводится в формате IELTS (Speaking - Говорение. Часть 2 и 3). Студенты в течение минуты готовят устное высказывание по предложенной ситуации (по тематике, изученной в рамках данного курса) с использованием изученной активной лексики по темам и правил речевого этикета. Кроме того, проверяется умение поддержать беседу по одной из изученных тем в форме ответов на вопросы экзаменатора.

Каждый пункт зачетного задания оценивается отдельно. Оценка «зачтено» выставляется студенту, получившему положительную оценку (не менее «3») за каждый пункт выполненного задания.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, получившему отрицательную оценку (менее «3») хотя бы за один из пунктов выполненного задания, а также получившему на зачете задание, но не выполнившего его или отказавшемуся отвечать.

Структура зачета:

1. Высказывание по ситуации по одной из пройденных тем.
2. Ответ на вопросы экзаменатора по изученной тематике.

1. Список тем к зачету

1. A consumer society. The cost of buying.
2. A consumer society. Objects of desire
3. Homes of the future. Making life easier
4. Expanding our horizons
5. Being successful.
6. Working better

Варианты ситуаций на зачет

1. *Describe a time when you received good service in a restaurant or cafe.*

You should say:

- when this was
 - what kind of restaurant or cafe you were in
 - why you were there
- and why you thought the service was good

2. *Describe a shop near where you live that you sometimes use.*

You should say:

- What sorts of product or service it sells
- What the shop looks like
- Where it is located

And explain why you use this shop.

3. *Describe an electronic machine you want to buy*

You should say:

- what it is
- how you know about this machine
- what specific features you want from it
- and explain why you want to buy this machine.

4. Describe something you don't have now but would really like to own in the future.

You should say:

- What this thing is
- How long you have wanted to own it
- Where you first saw it

And explain why you would like to own it.

5. Describe a positive change that you made in your life.

You should say:

what it is

why you did it

who you did it with

and explain how you feel about the change.

Варианты вопросов экзаменатора

Why should companies react quickly when customers have difficulties?

When does good service play an important role?

Can robots sometimes provide better customer service than people?

Are customers' expectations too high?

Why don't some companies provide good service?

How can a company maintain the quality of their service?

How can companies improve customer service?

What do people do when they get bad service?

Why do some people choose to be silent when they receive bad service?

Is service better in large or small shops?

What are the disadvantages when people keep making changes?

Is it easier for young people to change?

Is it easy for older people to change?

How can people change their daily routine if they want to?

Шкала и критерии оценивания ответа на зачете

Шкала и критерии оценивания диалога и беседы по теме:

<i>Критерии</i>	<i>Оценка</i>
Коммуникативная задача решена полностью. Речь отчетливая, понятная, беглая. Активная лексика используется правильно и в полном объеме. Высказывания логичны, соответствуют задаче. Выражено свое отношение к ситуации. Допустимы единичные ошибки, не препятствующие коммуникации.	отлично
Коммуникативная задача решена не полностью. Есть незначительные нарушения в выявлении фактов воспринимаемого материала. Речь понятная. Активная лексика используется в основном правильно. Высказывания в целом соответствуют ситуации. Допущен ряд грамматических, лексических или фонематических ошибок, не препятствующих коммуникации. Допустимо незначительное нарушение логики и паузы в	хорошо

высказываниях.	
Коммуникативная задача решена частично. Высказывания содержат значительное количество ошибок и пауз, но соответствуют тематике. Активная лексика используется в ограниченном объеме. Логика нарушена.	удовлетворительно
Коммуникативная задача не решена. Реакции на реплики отсутствуют. Активная лексика не используется. Общение сводится к отдельным словам и словосочетаниям при большом количестве фонематических, лексических и грамматических ошибок. Много пауз, нет логики и связности.	неудовлетворительно

Критерии оценки зачета

Оценка «зачтено» выставляется студентам: 1) обнаружившим всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеющим свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоившим основную и знакомым с дополнительной литературой; 2) обнаружившим полное знание учебного материала, успешно выполняющим предусмотренные в программе задания, усвоившим основную литературу, демонстрирующим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности; 3) показавшим знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляющихся с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим погрешности в ответе и при выполнении контрольных заданий, не носящие принципиального характера.

Оценка «не зачтено» выставляется студентам, обнаружившим пробелы в знаниях основного учебного материала, допускающим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Ответ носит несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, студент не понимает существа излагаемых им вопросов и не ориентируется в материале.

Приложение №2 к рабочей программе дисциплины «Основной иностранный язык»

Методические указания для студентов по освоению дисциплины

В процессе изучения иностранного языка в вузе, студент должен:

- осуществлять серьезную, систематическую и упорную работу по овладению языком, ожидая успеха лишь при регулярных занятиях;
- помнить, что самостоятельная работа – неотъемлемая часть освоения дисциплины, без которой аудиторная работа под руководством преподавателя будет менее эффективна. Регулярное использование ресурсов Интернета и периодических изданий позволит повысить собственную языковую культуру.
- постоянно пополнять собственный словарный запас по специальности, заниматься составлением специализированного словника;
- читать художественную и специализированную литературу на иностранном языке, изыскивать возможности к общению с носителями языка (семинары и встречи в Домах дружбы, переписка, участие в Интернет-форумах);
- развивать в себе стремление к спонтанному, пусть и не безошибочному говорению, добиваясь ясного и четкого выражения мысли;
- проявлять уважение к своим преподавателям и поддерживать с ними деловой контакт, выполняя их советы и рекомендации.
- уметь работать в команде в рамках выполнения коммуникативных, проектных и пр. заданий.

Требования к освоению дисциплины

Регулярное посещение практических занятий. На практических занятиях внимание обращается на изучение основных правил делового общения на иностранном языке. При появлении вопросов необходимо обратиться к преподавателю для разъяснения сложных случаев употребления языковых единиц.

Активная работа на практических занятиях. При проведении практических занятий оценивается подготовленность студента к занятию, его активность при анализе языкового материала, выполнении упражнений.

Постоянное выполнение домашних заданий. Выполнение домашних заданий обеспечивает самостоятельный анализ языкового материала, закрепление знаний и умений, полученных на аудиторных занятиях.

Выполнение всех письменных работ по курсу на положительную оценку. При получении студентом неудовлетворительной оценки преподаватель назначает часы консультаций, на которых можно задать вопросы по содержанию дисциплины. Если студент не был на занятии, на консультации студент отвечает пройденный материал по теме устно.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов по дисциплине

В качестве учебно-методического обеспечения СРС рекомендуется использовать литературу, указанную в разделе 8 настоящей программы

Для самостоятельного подбора литературы в библиотеке ЯрГУ рекомендуется использовать:

1. Личный кабинет (http://lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_login.php) дает возможность получения on-line доступа к списку выданной в автоматизированном режиме литературы, просмотра и копирования электронных версий изданий сотрудников университета (учеб. и метод. пособия, тексты лекций и т.д.) Для работы в «Личном кабинете» необходимо зайти на сайт Научной библиотеки ЯрГУ с любой точки, имеющей доступ в Internet, в пункт меню «Электронный каталог»; пройти процедуру авторизации, выбрав вкладку «Авторизация», и заполнить представленные поля информации.

2. Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ
(http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php) содержит более 2500 полных текстов учебных и учебно-методических материалов по основным изучаемым дисциплинам, изданных в университете. Доступ в сети университета, либо по логину/паролю.

3. Электронная картотека «Книгообеспеченность»
(http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_bookreq_find.php) раскрывает учебный фонд научной библиотеки ЯрГУ, предоставляет оперативную информацию о состоянии книгообеспеченности дисциплин основной и дополнительной литературой, а также цикла дисциплин и специальностей. Электронная картотека «Книгообеспеченность» доступна в сети университета и через Личный кабинет.