**ПРАКТИКУМ**

**УСНОГО ПЕРЕКЛАДУ**

навчальний посібник

Львів 2021

Укладач: Іванченко М.Ю.

Рецензенти:

Литвин А. В. – док. пед. наук, професор, професор кафедри практичної психології та педагогіки, Інституту психології та соціального захисту Львівського державного університету безпеки життєдіяльності.

Головач Т. М. – к. філол. наук, доцент кафедри культури фахового мовлення Львівського державного університету внутрішніх справ.

Рекомендовано до друку Вченою радою Навчально-наукового інституту психології та соціального захисту протокол № 4 від 30 березня 2021 року

Рекомендовано до друку Вченою радою ЛДУ БЖД

Протокол № 8 від 2 червня 2021 р.

Посібник пропонує різні види вправ для тренування необхідних навичок та компетенцій усного перекладача. Вправи у виданні розбиті на десять розділів, вибір та комбінування завдань залишається за викладачем. Посібник побудований на автентичному матеріалі, що дає змогу максимально наблизити процес навчання до реальних умов. Усі друковані матеріали супроводжуються аудіозаписами, що дає змогу моделювати відповідні умови усного послідовного та синхронного перекладу. Навчальний посібник призначений для роботи зі студентами, які здобувають фах перекладача та усіх зацікавлених у вдосконаленні навичок усного перекладу.

**ПЕРЕДМОВА**

Викладання іноземних мов сьогодні переживає складний період переоцінки цінностей, переосмислення цілей, завдань, методів та єдиних концептуальних підходів. Трансформації в політичній, економічній, культурній сферах держави висувають нові вимоги до підготовки перекладачів, здатних забезпечити розвиток міждержавних та міжособистісних контактів на вищому та якісному рівні.

Роль перекладачів у сучасному модернізованому світі важко переоцінити. Вони повинні в достатньому обсязі володіти інформаційно-комунікативними технологіями при передачі інформації з рідної мови на іноземні і, навпаки, бути здатними зробити усний переклад більш ефективним, оскільки цього вимагає масова інформатизація суспільства.

З точки зору психолінгвістики переклад є п’ятим видом мовленнєвої діяльності поряд з аудіюванням, мовленням, письмом та читанням. Якщо мовлення і читання – перцептивні, а мовлення та письмо – репродуктивні то переклад перебуває на стику цих двох видів мовленнєвої діяльності й визначається як її рецептивно-продуктивний вид.

Навчити усного перекладу означає навчити сприймати й осмислювати текст однією мовою, сформувати подумки вислів за допомогою внутрішнього мовлення та сформулювати його зовнішнім способом, тобто іншою мовою.

Посібник укладено відповідно до нових освітньо-професійних програм підготовки перекладачів. Він є базовим для формування різних аспектів перекладацької компетенції. Зокрема здатність одночасно здійснювати декілька дій (рівневе управління діяльністю), імовірно прогнозувати інформаційне повідомлення (закон випереджувального відображення), встановлювати внутрішній взаємозв’язок між усіма відрізками висловлювання використовуючи словесно-артикуляційний стериотип, переключатись із однієї мови на іншу (автоматизувати операції пошуку рішення на перекодування позначення ситуації), застосовувати механізми компресії та декомпресії мовних засобів.

Після успішного опанування поданого матеріалу студенти зможуть здійснювати перекладацький супровід різних заходів міжнародного співробітництва.

Матеріали посібника відібрано з автентичних матеріалів різноманітної тематики. Список усіх використаних джерел подано в кінці посібника.

**ВІД АВТОРА**

Посібник «Практикум усного перекладу» спрямований на підготовку усного перекладача – а саме: формування навичок, що включають уміння не лише чітко артикулювати текст висловлювання але і одночасно сприймати текст оригіналу на слух і відтворювати останній мовою перекладу, сегментації тексту оригіналу на одиниці орієнтування, компресії та декомпресії вихідного повідомлення, а також прогнозування повідомлення. Робота з матеріалами практикуму також передбачає тренування умінь здійснення перекладу з аркуша та усного послідовного перекладу.

У практикумі запропоновані тексти різноманітної тематики. Усі друковані матеріали супроводжуються мультимедійними матеріалами, що є запорукою ефективного навчання слухачів спеціальності «Фіологія».

Усі розділи практикуму містять тексти українською та англійською мовами, адаптовані для розвитку перцептивних та мнемічних здібностей, вміння синхронізувати перекладацьку діяльність, тобто паралельно здійснювати слухання та говоріння. Для досягнення згаданих вмінь варто застосовувати вправи на одночасне слухання вихідного тексту та промовляння іншого або повторення вихідного тексту (із заданим інтервалом відставання від оратора).

Важливими для підготовки усного перекладача є вправи спрямовані на формування вмінь мовленнєвої компресії, оскільки навіть за умови усного послідовного перекладу кваліфікований перекладач може перекласти лише 80% тексту оригіналу. Якщо ж брати до уваги часові обмеження, що є невід’ємною частиною синхронного перекладу, то відсоток передачі інформації буде ще меншим. Усі згадані факти засвідчують необхідність формування у майбутніх перекладачів вміння аналізувати текст виокремлюючи важливу інформацію. Відповідні вправи передбачають максимальне скорочення тексту оригіналу шляхом заміни словосполучень на близькі за значенням однак коротші за формою, опущення «зайвої» (другорядної) інформації.

Зважаючи на жорсткі часові обмеження та інші складнощі здійснення синхронного перекладу, необхідною умовою успішної діяльності є навичка прогнозування. Термін "прогноз" (від грец. *prognosis*) традиційно означає передбачення, передбачення розвитку чогось, що базується на певних даних. Лінгвісти оперують терміном *антиципація,* тобто вплив подальшої мовної форми на попередню в послідовності форму. За таких умов найкраще виконувати вправи на основі текстів англійською мовою, в яких пропущені слова (словосполучення). Перед студентами постає завдання заповнити пропуски відповідно до смислового навантаження (аналізу) тексту.

Для розвитку навичок усного перекладу з аркуша ми пропонуємо студентам відтворити текст українською (англійською) мовою без попередньої підготовки, додатково можна встановити обмежений час для підготовки.

Один із різновидів усного перекладу, за якого перекладач починає усно відтворювати повідомлення мовою перекладу після того як оратор припинив говорити або закінчив частину промови, має назву послідовний переклад. Вправи для тренування такого виду усного перекладу мають на меті навчити майбутніх фахівців здійснювати свою діяльність у темпі, максимально наближеному до оратора, вміння адаптуватись до специфічного акценту мовця та до умов обмеження часових рамок.

Ефективність вправ для тренування навиків усного перекладу досягається шляхом зміни видів роботи кожні 10-15 хвилин, що дає змогу викладачеві тримати увагу слухачів у фокусі.

**UNIT 1**

**ROSABETH MOSS KANTER**

**Translate the text into Ukrainian. Please note that preparation time is not available.**

<https://youtu.be/ILgT9SKYQxA>

* 1. Since the success of Tom Peters, many new management thinkers have tried to become gurus. There are gurus who compare business with sport, there are gurus who say that business should learn the lessons of religion and, of course, there are gurus who simply state the obvious.

1.2. The truth is that the business world is now so competitive that companies are ready to pay huge amounts of money for almost any new ideas. As a result, it's sometimes hard to tell the difference between a real management guru and someone who just wants to get rich quickly.

1.3. But as well as Taylor, Sloan, Drucker and Peters, there are two other management thinkers who are certainly great modern gurus — Rosabeth Moss Kanter and Charles Handy.

1.4. Rosabeth Moss Kanter is one of the very few women management gurus. She has spent her working life studying the problems of large companies and the ways they have to change to compete in the modern world.

1.5. She believes that large companies today are in a kind of Olympic Games for business. She says that just like the Olympics, business is now an international competition. And just like the Olympics, modern business tests the skill and strength of people who work on their own and people who work in teams.

1.6. But, of course, the big difference between business and the real Olympics is the kind of games that are played.

**Translate the text into Ukrainian. You have 1 minute to prepare. Note that the execution time of translation is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://youtu.be/VGTuC89FVBI>

2.1. According to Kanter, companies now find that they are playing games like the one in. the children's story Alice In Wonderland. In the Alice In Wonderland game, the equipment is always different from one moment to the next. In modern business, she says, it's exactly the same situation.

2.2. In Alice In Wonderland, the rules of the game are always changing. In modern business, it's the same thing again; nobody knows what will happen next. And in Alice In Wonderland, the game is often interrupted by a mad Queen who shouts,'Off with his head!', for no good reason.

2.3. So what's the comparison here? Well, most business people would probably agree that their plans are too often destroyed by strange people for no good reason at all! So how can companies succeed in this kind of game?

2.4. Kanter says that they need to have the size and strength of the old big businesses, but they also need to be as quick and inventive as a modern small business.   
Kanter says that if big businesses want to continue to be successful, then they must learn to dance.

**Translate the text into Ukrainian. You have 1 minute to prepare. Note that the text is larger than usual.**

<https://youtu.be/2BGccwaM4vg>

3.1. Charles Handy is an Irishman who shares Rosabeth Moss Kanter's interest in the idea of change. Handy had a successful working life with the oil company, Shell, before he became a management writer and a teacher at business schools. But Handy has also always been interested in religion.

3.2. His father was a religious leader in Ireland and at one time he too thought of joining the church. Perhaps as a result, his thinking always has a strong sense of right and wrong. Handy believes that we are living in a time of huge change.

3.3. In one of his books, he compares our situation to the situation of the people who lived in South America around five hundred years ago. He tells a story about a South American person who once looked out to sea and saw a large sailing ship. This person had never seen a sailing ship like this before, so he decided that it couldn't exist.

3.4. 'There's nothing to worry about,' he told himself. 'It's just a strange effect of the weather.' The ship existed, of course, and it was full of Spanish soldiers. When they landed on the coast of South America, they changed the lives of the people there for ever.

3.5. Handy thinks that when we look into the distance, we too can see the shape of our future lives. But, just like the South American in his story, we choose to put those thoughts out of our mind. He thinks that this is a big mistake. He says we should be worried about the things that we can see in the distance.

3.6. "We should be worried because the things in the distance are frightening. We should be worried because these things will change our lives in big ways. And we should be worried because we aren't ready for those changes.

**Listen and translate the text into Ukrainian (consecutive translation). Note that the speaker's speaking rate will be increased.**

<https://youtu.be/molyIXptIR4>

4.1. In the past, he says that we lived in an age of reason. There was order in the world and everything was organized. People understood the changes that happened, even if they didn't always accept them.

4.2. But today we live in an age of unreason. In the age of unreason nobody really understands what's happening in the modern world and nobody can really explain it. So how can we deal with these changes?

4.3. Handy tells us to forget about our old ideas. To understand the modern world, he says we need 'upside down' thinking. We have to imagine the impossible and expect the unexpected. And how can we do this? We can do this by using the three 'I's: information, ideas and intelligence.

4.4. Just like Peter Drucker and Tom Peters, Handy believes that knowledge workers and computers are changing the business world. He says that in future, company life and office life will start to disappear. More and more people will become independent and will work for themselves.

4.5. They'll work from home and use the telephone and the computer to communicate with other people. This should be good news for companies, because they won't need to have so many expensive office buildings in the middle of cities and they won't need to pay so many people regular money. But how does this affect ordinary workers?

**Listen and translate the text into Ukrainian (consecutive translation). Please note that translation time is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://youtu.be/HIBfK4-YeJ8>

5.1. Charles Handy hopes that their lives will improve. He believes that in the future people will have more time for their family and friends, because they won't have to travel to work every day and will often work from home.

5.2. But in other ways, their lives will become more difficult. Most people will probably need more than one job and more than one skill to make a living. Perhaps teachers will also need to be writers and consultants. Perhaps policemen will have to be guards and private detectives. But when the world is turned upside down, who knows what will happen?

5.3. The thinking of management gurus has come a long way since the time of Frederick Taylor and scientific management. For Taylor, management was certainly not about crazy people or company Olympics or upside down thinking.

5.4. But, although management gurus have produced all sorts of very different ideas, in the end, how useful are they for real businessmen and businesswomen?

**Listen and translate the text into Ukrainian (consecutive translation). Note that the speaker's speech deviates slightly from the norm, there is a specific accent.**

<https://youtu.be/6DuDHNPc3Ts>

6.0. Many people have criticized the management gurus. Many have said that their ideas are a waste of time. But before anyone forgets their ideas completely, perhaps they should remember the story of some Hungarian soldiers who were lost in the Alps.

6.1. The Hungarian soldiers had got lost on a freezing night and had almost no food. Their situation was very serious and they didn't know what to do. Then, one of the soldiers reached into his pocket and took out a map.

6.2. The soldiers studied the map for a long time and discussed the best route. After a long and difficult walk, they were able to come down from the mountains and they found a village with some food and a roof for the night.

6.3. The interesting thing about the story is that the soldier's map was a map of a completely different area of the Alps. It had given them no useful information at all. But that map had been enough to make them think and to make them talk about their problem. And that's what saved their lives.

**Translate the text into English (consecutive translation). Note that the text is larger than usual.**

<https://youtu.be/ILgT9SKYQxA>

1.1. Після успіху Тома Пітерса багато нових управлінських мислителів намагалися теж стати гуру. Є гуру, які порівнюють бізнес зі спортом, є гуру, які говорять, що бізнес повинен засвоїти уроки релігії, і, звичайно, є гуру, які просто стверджують очевидне.

1.2. Правда в тому, що діловий світ зараз настільки конкурентоспроможний, що компанії готові платити величезні суми грошей практично за будь-які нові ідеї. В результаті іноді буває важко визначити різницю між справжнім гуру менеджменту і тим, хто просто хоче швидко розбагатіти.

1.3. Але крім Тейлора, Слоана, Друкера і Пітерса, є два інших управлінських мислителі, які, безумовно, є великими сучасними гуру – Розабет Мосс Кантер і Чарльз Хенді.

1.4. Розабет Мосс Кантер – одна з небагатьох жінок – гуру менеджменту. Вона провела своє професійне життя, вивчаючи проблеми великих компаній і шляхи, якими компанїї мають змінюватись, щоб конкурувати в сучасному світі.

1.5. Вона вважає, що великі компанії сьогодні проводять свого роду Олімпійські ігри для бізнесу. Вона каже, що бізнес, як і Олімпіада, тепер є міжнародним змаганням. Як і на Олімпіаді, сучасний бізнес перевіряє вміння і силу людей, які працюють самостійно, і людей, які працюють в командах.

1.6. Але, звичайно, велика різниця між бізнесом і справжньою Олімпіадою полягає в тому, в які ігри грають.

**Read the text, shorten it as much as possible, replacing all phrases with similar in meaning, but shorter in form, remove unnecessary information (repetitions, secondary information).**

<https://youtu.be/VGTuC89FVBI>

2.1. Згідно з Кантер, компанії тепер усвідомлюють, що вони грають в ігри, подібні до тієї, про яку йдеться в дитячій історії «Аліса в країні чудес». У грі «Аліса в країні чудес» речі постійно змінюються від одного моменту до іншого. У сучасному бізнесі, говорить вона, така ж ситуація.

2.2. У «Аліса в країні чудес» правила гри завжди змінюються. У сучасному бізнесі те ж саме: ніхто не знає, що буде далі. Ще в «Алісі в країні чудес» гру часто перериває божевільна королева, яка без всілякої причини кричить: «Геть його голову!»

2.3. Так яке ж тут порівняння? Що ж, більшість ділових людей, ймовірно, погодяться з тим, що їхні плани занадто часто руйнуються дивними людьми без всякої на те причини! То як же компанії можуть досягти успіху в такій грі?

2.4. Кантер каже, що їм потрібно мати розміри і силу старих великих підприємств, але вони також повинні бути такими ж швидкими і винахідливими, як і сучасні малі підприємства. Кантер каже, що якщо великий бізнес хоче і далі бути успішним, він повинен навчитися танцювати.

**Read the text aloud, lagging behind the speaker, given by the teacher.**

<https://youtu.be/2BGccwaM4vg>

3.1. Чарльз Хенді – ірландець, що розділяє зацікавленість Розабет Мосс Кантер ідеєю змін. Хенді успішно пропрацював в нафтовій компанії Shell до того, як став керівником і викладачем в бізнес-школах. Але Хенді також завжди цікавився релігією.

3.2. Його батько був релігійним лідером в Ірландії, і свого часу він теж думав про приєднання до канонічної церкви. Можливо, саме тому його мислення завжди має сильне почуття добра і зла. Хенді вважає, що ми живемо за часів великих змін.

3.3. В одній зі своїх книг він порівнює нашу ситуацію зі становищем людей, які жили в Південній Америці близько п'ятисот років тому. Він розповідає історію про людину з Південної Америки, яка одного разу поглянувши на море побачила великий вітрильник. Ця людина ніколи раніше не бачила нічого подібного, і, тому вирішила, що його не може бути.

3.4. «Нема про що турбуватися», - сказала вона собі. «Це просто дивний ефект погоди». Корабель, звичайно, існував і був заповнений іспанськими солдатами. Прибувши до узбережжя Південної Америки вони назавжди змінили життя корінного населення.

3.5 Хенді думає, що коли ми дивимося вдалину, ми теж можемо бачити форму наших майбутніх життів. Але, як і південноамериканець в його історії, ми вирішуємо викинути ці думки з голови. Він вважає, що це велика помилка. Він каже, що ми повинні турбуватися про речі, які ми бачимо вдалині.

3.6 «Ми повинні хвилюватися, тому що речі вдалині лякають. Ми повинні хвилюватися, тому що ці речі сильно змінять наше життя. І ми повинні хвилюватися, тому що ми не готові до цих змін.

**Translate the text into English. Please note that prep time is not available.**

<https://youtu.be/molyIXptIR4>

4.1. Він говорить, що у минулому ми жили в епоху розуму (сенсу). У світі був порядок, і все було організовано. Люди розуміли зміни, що відбувалися, навіть якщо вони не завжди їх приймали.

4.2. Але сьогодні ми живемо в епоху нерозумності (безсенсовності, безглуздості). В епоху нерозумності ніхто не розуміє, що відбувається в сучасному світі, і ніхто не може по-справжньому це пояснити. Отже, як ми можемо впоратися з цими змінами?

4.3. Хенді радить нам забути про наші старі ідеї. Щоб зрозуміти сучасний світ, каже він, нам потрібно думати "догори дригом". Ми повинні уявити неможливе і очікувати несподіваного. Але як ми можемо це зробити? Ми можемо зробити це, використовуючи три «І»: інформацію, ідеї і інтелект.

4.4. Як і Пітер Друкер, і Том Пітерс, Хенді вважає, що працівники розумової праці і комп'ютери змінюють світ бізнесу. Він каже, що в майбутньому корпоративне життя і офісне життя почнуть зникати. Все більше і більше людей стануть незалежними і будуть працювати на себе.

4.5. Вони будуть працювати вдома і використовувати телефон і комп'ютер для спілкування з іншими людьми. Це повинно стати гарною новиною для компаній, тому що їм не потрібно буде мати так багато дорогих офісних будівель в центрі міста, і їм не потрібно буде платити стільком людям постійну зарплатню. Але як це вплине на звичайних працівників?

**Translate the text into English. You have 1 minute to prepare. Note that the execution time of translation is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

[https://youtu.be/HIBfK4-YeJ8](https://youtu.be/HIBfK4-YeJ8" \t "_blank)

5.1. Чарльз Хенді сподівається, що їхнє життя покращиться. Він вважає, що в майбутньому у людей буде більше часу для сім'ї та друзів, тому що їм не доведеться щодня їздити на роботу, і вони будуть часто працювати вдома.

5.2. Але в інших відносинах їхнє життя стане складнішим. Більшості людей, ймовірно, буде потрібно більше однієї роботи і більш одного навику, щоб заробляти на життя. Можливо, вчителі також повинні будуть стати письменниками і консультантами. Можливо, поліцейські повинні будуть стати охоронцями і приватними детективами. Адже коли світ перевернеться з ніг на голову, хто знає, що станеться?

5.3. Мислення гуру менеджменту пройшло довгий шлях з часів Фрідріха Тейлора і наукового менеджменту. Для Тейлора менеджмент, звичайно ж, був не про божевільних людей, не про олімпійські ігри і не про думання "догори дригом"

5.4. Але, не зважаючи на те, що гуру управління висунули всілякі абсолютно різні ідеї, врешті-решт, наскільки вони корисні для справжніх бізнесменів і ділових жінок?

**Translate the text into English. You have 1 minute to prepare. Note that the text is larger than usual.**

[https://youtu.be/6DuDHNPc3Ts](https://youtu.be/6DuDHNPc3Ts" \t "_blank)

6.0. Багато людей критикували гуру менеджменту. Багато хто говорив, що їх ідеї - марна трата часу. Але перш ніж хто-небудь повністю забуде їх ідеї, можливо, їм слід згадати історію деяких угорських солдатів, які загубились в Альпах.

6.1. Угорські солдати загубилися в морозну ніч і майже не мали їжі. Їх ситуація була дуже серйозною, і вони не знали, що робити. Потім один із солдатів поліз в кишеню і дістав карту.

6.2. Солдати довго вивчали карту і обговорювали кращий маршрут. Після довгої і важкої дороги вони змогли спуститися з гір і знайшли село з їжею і дахом на ніч.

6.3 Цікавим моментом цієй історії є те, що карта солдата була картою зовсім іншого району Альп. Вона взагалі не давала їм ніякої корисної інформації. Але цієї карти було досить, щоб змусити їх задуматися і змусити їх обговорювати їхню проблему. І це те, що врятувало їх життя.

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://youtu.be/ILgT9SKYQxA>

1.1. Since the success of Tom Peters, many new management thinkers have tried to become gurus. There are gurus who [ ] business with sport, there are gurus who say that business should [ ] the [ ] of religion and, of course, there are gurus who simply [ ] the [ ].

1.2. The truth is that the business world is now so [ ] that companies are ready to pay [ ] [ ] of money for almost any new ideas. As a result, it's sometimes hard to [ ] the [ ] between a real management guru and someone who just wants to [ ] [ ] quickly.

1.3. But as well as Taylor, Sloan, Drucker and Peters, there are two other management thinkers who are certainly great [ ] gurus — Rosabeth Moss Kanter and Charles Handy.

1.4. Rosabeth Moss Kanter is one of the very [ ] women management gurus. She has [ ] her [ ] life studying the problems of large companies and the ways they have to change to [ ] in the modern world.

1.5. She believes that large companies today are in a kind of Olympic Games for business. She says that just like the Olympics, business is now an international [ ] . And just like the Olympics, modern business [ ] the [ ] and [ ] of people who work on [ ] [ ] and people who work in teams.

1.6. But, of course, the big difference between business and the real Olympics is the kind of games that are played.

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://youtu.be/VGTuC89FVBI>

2.1. According to Kanter, companies now find that they are playing games like the one in. the children's story Alice In Wonderland. In the Alice In Wonderland game, the [ ] is always [ ] from one moment to the next. In modern business, she says, it's exactly the same situation.

2.2. In Alice In Wonderland, the rules of the game are always changing. In modern business, it's the same thing again; nobody knows what will [ ] [ ]. And in Alice In Wonderland, the game is often [ ] by a mad Queen who shouts,'Off with his head!', for [ ] good [ ] .

2.3. So what's the comparison here? Well, most business people would probably agree that their plans are too often [ ] by [ ] people for no good reason at all! So how can companies [ ] in this kind of game?

2.4. Kanter says that they need to have the size and [ ] of the old big businesses, but they also need to be as quick and [ ] as a modern small business.   
Kanter says that if big businesses want to continue to be successful, then they must learn to dance.

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://youtu.be/2BGccwaM4vg>

3.1. Charles Handy is an Irishman who shares Rosabeth Moss Kanter's interest in the idea of change. Handy had a successful working life with the oil company, Shell, before he became a management writer and a teacher at business schools. But Handy has also always been interested in religion.

3.2. His father was a religious leader in Ireland and at one time he too thought of [ ] the church. Perhaps as a result, his thinking always has a strong [ ] of right and wrong. Handy believes that we are living in a time of huge change.

3.3. In one of his books, he compares our situation to the situation of the people who lived in South America around five hundred years ago. He tells a story about a South American person who once looked out to sea and saw a large [ ] ship. This person had never seen a sailing ship like this before, so he decided that it [ ] [ ]

3.4. 'There's [ ] to [ ] about,' he told himself. 'It's just a strange [ ] of the [ ] .' The ship existed, of course, and it was full of Spanish soldiers. When they [ ] on the [ ] of South America, they changed the lives of the people there for ever.

3.5. Handy thinks that when we look into the [ ] , we too can see the shape of our future lives. But, just like the South American in his story, we choose to put those thoughts [ ] of our [ ] . He thinks that this is a big mistake. He says we should be worried about the things that we can see in the distance.

3.6. "We should be worried because the things in the distance are frightening. We should be worried because these things will change our lives in big ways. And we should be worried because we [ ] [ ] for those changes.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://youtu.be/molyIXptIR4>

4.1. In the past, he says that we lived in an age of reason. There was order in the world and everything was organized. People understood the changes that happened, even if they didn't always accept them.

4.2. But today we live in an age of [ ] . In the age of unreason nobody really understands what's happening in the modern world and nobody can really explain it. So how can we [ ] with these changes?

4.3. Handy tells us to forget about our old ideas. To understand the modern world, he says we need ' [ ] [ ] ' thinking. We have to imagine the impossible and [ ] the [ ] . And how can we do this? We can do this by using the three 'I's: information, ideas and [ ]

4.4. Just like Peter Drucker and Tom Peters, Handy believes that [ ] workers and computers are changing the business world. He says that in future, company life and office life will start to [ ] . More and more people will become independent and will work for [ ] .

4.5. They'll work from home and use the telephone and the computer to communicate with other people. This should be good news for companies, because they won't need to have so many expensive office buildings in the [ ] of cities and they won't need to pay so many people [ ] money. But how does this [ ] ordinary workers?

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://youtu.be/HIBfK4-YeJ8>

5.1. Charles Handy hopes that their lives will [ ] . He believes that in the future people will have more time for their family and friends, because they won't have to [ ] to work every day and will often work from home.

5.2. But in other ways, their lives will become more difficult. Most people will probably need more than one job and more than one skill to [ ] a [ ] . Perhaps teachers will also need to be writers and consultants. Perhaps policemen will have to be guards and private detectives. But when the world is [ ] upside down, who knows what will happen?

5.3. The [ ] of management gurus has come a long way since the time of Frederick Taylor and scientific management. For Taylor, management was [ ] not about crazy people or company Olympics or upside down thinking.

5.4 But, although management gurus have produced all sorts of very different ideas, in the [ ] , how [ ] are they for real businessmen and businesswomen?

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://youtu.be/6DuDHNPc3Ts>

6.0. Many people have [ ] the management gurus. Many have said that their ideas are a [ ] of time. But before anyone forgets their ideas completely, perhaps they should remember the story of some Hungarian soldiers who were [ ] in the Alps.

6.1. The Hungarian soldiers had got lost on a [ ] night and had almost no food. Their situation was very serious and they didn't know what to do. Then, one of the soldiers [ ] into his [ ] and took [ ] a map.

6.2. The soldiers studied the map for a long time and discussed the best route. After a long and difficult walk, they were able to come [ ] from the mountains and they found a village with some food and a [ ] for the night.

6.3. The interesting thing about the story is that the soldier's map was a map of a completely different area of the Alps. It had given them no useful information at all. But that map had been enough to make them think and to make them talk about their problem. And that's what [ ] their lives.

**UNIT 2**

**FREDERICK TAYLOR**

**Read the text, shorten it as much as possible, replacing all phrases with similar in meaning, but shorter in form, remove unnecessary information (repetitions, secondary information).**

<https://youtu.be/38sOUKZT7QI>

* 1. У своєму фільмі 1936 року «Modem Times» Чарлі Чаплін показує ділове життя, як свого роду поганий сон. Дія фільму відбувається на величезній фабриці, де люди просто частини машини. Робочим не дозволяють говорити, і від них не очікується що вони будуть думати.
  2. Їх робота нудна, а їх життям курує годинник. Кожна дія вимірюється менеджерами в білих халатах. Над усіма височіє фігура боса. Він людина, яка володіє всім, контролює все і бачить все. Він навіть віддає накази робочим, поки вони знаходяться у вбиральнях компанії!
  3. Згідно з Чапліним, це був жахливий світ, створений ідеями Фредеріка Тейлора. Сьогодні Тейлора пам'ятають як батька наукового менеджменту. Він майже напевно зробив більший вплив на бізнес, ніж будь-який інший мислитель.
  4. Його методи були скопійовані бізнесменами, такими як Генрі Форд в США, і політичними лідерами, такими як Ленін в Росії. Навіть зараз багато компаній все ще працюють відповідно до його ідей. Проте з Фредеріком Тейлором і його ідеями завжди була одна велика проблема.
  5. Він ніколи по-справжньому не розумів людей. У своєму діловому житті він ніколи не був дуже успішним менеджером, тому що він завжди сперечався зі своїми працівниками. У своєму особистому житті він теж часто поводився дуже дивним чином.
  6. Для прикладу, в останні роки він зустрів одного зі своїх колишніх босів, Чарльза Харрі, біля входу в готель. «Як твої справи?» запитав Тейлор. «О, дуже добре, - сказав Харрі, я заробляю мільйони і мільйони доларів. Насправді я планую побудувати лікарню для божевільних». «Та невже?» сказав Тейлор. «Так, дійсно, сказав Харрі, – і я прибережу цілий поверх для тебе».

**Translate the text into English. Please note that prep time is not available.**

[https://youtu.be/gaNbYJDNkeU](https://youtu.be/gaNbYJDNkeU" \t "_blank)

2.1. Фредерік Тейлор ніколи не збирався йти в управління. Його сім'я була однією з найбагатших в Філадельфії і його батьки покладали на нього великі надії. Тейлори жили у великому будинку зі слугами. Вони проводили дорогі канікули в Європі і до шістнадцяти років молодий Фред вивчив французьку та німецьку мову. Здавалося, він впевнено рухався до життя багатого джентльмена.

2.2. У школі Фред був відмінником і хорошим спортсменом – тенісистом. Коли найкращий університет США, Гарвард, прийняв його як студента юридичного факультету, здавалося, що його майбутнє вирішене. Але у Фредеріка Тейлора була одна велика проблема: він завжди був занадто старанним у всьому. Щоб здати вступний іспит в Гарвард, він навчався день і ніч і прочитав величезну кількість книг.

2.3. Незабаром після того, як Гарвард прийняв його, він виявив, що у нього були серйозні проблеми з очима. Він дуже занепокоївся цим і сказав своїм батькам: «Якщо у мене є проблеми з очима зараз, то що ж буде, після декількох років напруженого навчання?» Його батьки намагалися заспокоїти його. «Вони одужають (вилікуються), Фред», – сказали вони йому. «Тобі просто потрібно трохи відпочити (більше відпочивати)

2.4. Але Тейлор ніколи не хотів відпочивати. Він не чекав, коли його очі вилікуються; замість цього він повністю змінив напрямок свого життя. Його батьки були шоковані, коли він розповів їм про свої плани. «Як ти можеш це зробити – запитали вони його, і це після отриманої тобою освіти». Але Тейлор знав, чого він хотів. «Я вирішив влаштуватися на роботу звичайним робітником на одному з наших місцевих заводів».

2.5. Тейлор завжди ненавидів працювати руками, але протягом наступних чотирьох років він навчився різати метал і управляти машинами. Його колеги були грубими людьми з бідних районів Піттсбурга. Вони були здивовані, побачивши цього молодого джентльмена на своїй фабриці, і питали себе, як він там опинився. Тейлор явно сильно відрізнявся від них.

2.6. Він був релігійною молодою людиною і йому не подобалося, що вони пиячили або курили тютюн. Але його колеги були доброзичливі з Тейлором і незабаром він здивував інших членів своєї сім'ї матірною мовою, яку він вивчив на своєму робочому місці.

2.7. Але Тейлор не досяг великого успіху на заводі, і коли його навчання було закінчено, його начальник сказав йому, що для нього тут немає майбутнього. У віці двадцяти двох років Тейлор виявив, що він безробітний. Що він міг зробити?

2.8. Він не хотів просити допомоги у своїх багатих друзів і не хотів використовувати гроші своєї сім'ї, щоб почати все спочатку. Замість цього він знову вибрав найскладніший напрям. Він влаштувався на роботу звичайним робітником на інший завод в Піттсбурзі – металургійний завод Midvale.

**Translate the text into English. You have 1 minute to prepare. Note that the execution time of translation is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://youtu.be/KEmx7UdFztY>

3.1. Midvale був групою з п'яти або шести старих будівель в найбруднішій частині міста. Густий чорний дим струменів з його труб в небо. Робітники були грубішими, ніж на його останній роботі, а начальство – жорсткішим. Але Тейлор знав, що він може досягти успіху.

3.2. Його досвід останніх кількох років змусив його зацікавитися машинами. Коли власник Midvale, Вільям Селларс, запитав у деяких робочих їхню думку про кресленнях нової машини, Тейлор побачив прекрасну можливість. Він взяв креслення Селларса додому і ретельно вивчив їх.

3.3 Він відразу помітив кілька проблем, і протягом наступних кількох днів він працював до пізньої ночі, щоб знайти деякі рішення для них. На початку наступного тижня він постукав у двері Вільяма Селларса. «Чого ти хочеш?» крикнув Селларс, коли побачив молодого працівника.

3.4 «Я хочу поговорити з вами про ваші кресленнях нової машини», - сказав Тейлор. «Боюся, я виявив одну або дві проблеми, сер». 'О, дійсно (ти виявив)?' сказав Селларс. «Так, сер, сказав Тейлор. «Сподіваюся, ви не заперечуєте, але я намалював кілька своїх власних ідей. Я думаю, що вони вирішать проблему. «Дайте їх мені», наказав Селларс.

3.5 Нервово, Тейлор дав йому свої папери. Вони були результатом кількох ночей важкої роботи. «Тейлор», сказав Селларс. «Мені здається, що я запитав тебе твою думку про нову машину. Це правильно?' «Так, сер, сказав Тейлор. «І коли я запитую твою думку, - продовжив Селларс, - я очікую твоєї думки. Я не очікую твоїх ідей.

3.6 Селларс на мить відвернувся і кинув папери Тейлора в вогонь в кутку кімнати. «Ти зрозумів» запитав Селларс. «Так, сер», сказав Тейлор, і його ідеї зникли в диму офісного каміна.

**Translate the text into English. You have 1 minute to prepare. Note that the text is larger than usual.**

<https://youtu.be/gPWcHKttJtI>

4.1. Боси в Мідвейлі, звичайно, були жорсткі з Тейлором, але вони також бачили, що він був занадто розумний, щоб довго залишатися на одному місці. Через кілька місяців вони попросили його стати керівником невеликої групи працівників. Тейлор був натхнений. Він думав, що робочі в Мідвейле ліниві, і він був упевнений, що зможе змусити їх працювати старанніше.

4.2. Робочі відразу занепокоїлися через нього. «Ви ж не очікуєте, що ми будемо більше працювати або виробляти більше, чи не так?» Запитали вони. «Звичайно, очікую», - відповів він. «Але не хвилюйтеся, у мене є кілька ідей, щоб допомогти вам. Ми збираємося почати працювати з наукової точки зору».

4.3. Протягом наступних трьох років у Мідвейлі Тейлор і його робочі воювали. Тейлор вважав, що зможе знайти кращий спосіб виконати будь-яку роботу на фабриці. Тому він вивчав роботу кожного працівника, поки не знаходив спосіб зробити її швидше. Потім він навчив нового способу роботи одного з працівників своєї команди.

4.4. Тейлор був хорошим учителем, і працівник незабаром почав працювати швидше, ніж раніше. На жаль, іншим членам команди це не сподобалося. Вони відчували, що це змушувало інших виглядати погано. Незабаром Тейлор виявив, що кожен член його команди працював на тій же повільній швидкості, що і раніше. Це дуже розлютило його.

4.5. «Ви тут, щоб працювати!» кричав Він на чоловіків. «Якщо ви будете працювати старанніше, компанія заробить більше грошей. Якщо компанія заробляє більше грошей, ви заробляєте більше. Коли ви працюєте старанніше, це допомагає всім. Хіба ви не розумієте?

**Listen and translate the text into English (consecutive translation). Note that the speaker's speaking rate will be increased.**

[https://youtu.be/nW4xGynkopg](https://youtu.be/nW4xGynkopg" \t "_blank)

5.1. Але робітники не розуміли, і Тейлор мав випробувати більш жорсткі методи. Тепер, коли він навчив робочого новому способу роботи, він абсолютно ясно зрозумів, що робітник повинен працювати швидше. Якщо він не працював швидше, Тейлор звільняв його.

5.2. Але, звичайно, кожен раз, коли звільняли працівника, це ще більше погіршувало ситуацію. І незабаром робочі взялись до більш серйозних заходів. Вони почали ламати машини фабрики. Боси Тейлора були налякані, і вони попросили його негайно вирішити проблему.

5.3. Його рішення було простим. Кожен раз, коли машина була пошкоджена, робітники повинні були платити за це. Пошкодження машин незабаром припинилося, але методи Тейлора – ні. Одного разу він помітив дуже маленьку подряпину на одній з робочих машин.

5.4. «Ти заплатиш за це», - сказав він працівнику, який керував нею. «Але я цього не робив», сказав робітник. «Ця подряпина завжди була там. «Не виправдовуйся», сказав Тейлор. "Ти заплатиш за це". Робочі в команді Тейлора почали виробляти більше, але його ставлення викликало серйозні проблеми, і його друзі почали турбуватися.

5.5. «Я не думаю, що вам безпечно гуляти вночі одній дому», - сказав один з його колег. «Люди кажуть, що деякі з працівників планують застрелити вас». Фредерік Тейлор розсміявся. «Нехай спробують», - сказав він.

**Listen and translate the text into Ukrainian (consecutive translation). Please note that translation time is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

[https://youtu.be/azxTNtCXX6w](https://youtu.be/azxTNtCXX6w" \t "_blank)

6.1. Although the Midvale workers weren't happy with his methods, Taylor was becoming more and more interested in scientific solutions to problems. His eyes were now better and so he decided to return to his studies. But this time he didn't want to study law at Harvard; instead, he wanted to become an engineer. He started a course at the Stevens Institute of Technology, a local university.

6.2. The course was hard and it meant that Taylor had to study for three or four hours in the evening after a long working day at Midvale. As Taylor learnt more about his subject, he thought of ways of using engineering ideas in other areas of life. One of these was tennis.

6.3. Because Taylor's family was so religious, he wasn't allowed to work on Sundays. But they didn't mind if he played tennis. So every Sunday, Taylor and his friend, Clarence Clark, practised tennis for hours and hours and hours. In 1881, they decided to enter the US national tennis competition — the event that is now called the US Open.

6.4. Taylor knew that he and his friend were good players, but he wanted to prepare for the competition in a modern, scientific way. Taylor realized that a good tennis player needed to he fit. But how could he get fit, when he spent so much time working and studying? Taylor's solution was simply to reduce his amount of sleep.

6.5. So, after finishing his studies just after midnight every day, Taylor put on his running shoes and ran for several kilometres through the dark empty streets of Philadelphia. At first, the local police often stopped him and asked him questions. But soon they just shook their heads and said, 'It's that strange young Mr Taylor again.'

6.6. Taylor also thought hard about the tennis equipment that he was using. He was sure that he could find a way of improving it. During their Sunday practice-games, Taylor and Clark tested several new ideas. When they arrived at the national tennis competition, people were immediately interested in them.

6.7. One of the other players pointed at the unusual thing in Taylor's hand. 'You're not going to play tennis with that, are you?' he asked. 'Of course,' replied Taylor. 'Why not?' ' 'But it looks like a spoon,' said the young man. Everybody laughed. 'Just wait and see,' said Taylor calmly. By the end of the competition, the laughing had stopped. Although their equipment was strange, Taylor and Clark didn't lose a game and became winners of the US national tennis competition of 1881.

**Listen and translate the text into Ukrainian (consecutive translation). Note that the speaker's speech deviates slightly from the norm, there is a specific accent.**

<https://youtu.be/lsya7bKxz2w>

7.1. Back at the Midvale Steel Works, the bosses were starting to notice young Frederick Taylor. They admired his energy and his tough attitude to the workers. They also liked his ideas for new tools and machines. Certainly, nobody threw his plans on the fire any more!

7.2. Soon after he finished his course in engineering in 1883, Taylor was made Midvale's Chief Engineering Officer. In just six years he had gone from the job of an ordinary worker to become one of the company's top managers. People outside Midvale were also beginning to hear about Frederick Taylor.

7.3. In 1890, he was asked to become General Manager of the Manufacturing Investment Company, a business that owned a number of paper factories. Taylor was very pleased. It was a better job and it paid more money. More importantly, it also gave him more opportunities to test his ideas about engineering and management.

7.4. But the Manufacturing Investment Company was not really ready for Taylor's ideas and he was soon having problems with both the bosses and the workers. The owners of the company were worried about the large amounts of money that he started to spend on new machines and new equipment.

7.5. 'The business can't afford this,' they told him. 'We need to make the money before we can spend it.' But, as always, Taylor had a scientific reason for the spending. 'Each worker,' he explained, 'is worth $3,000. So if a machine can replace a worker and it costs less than $3,000, it makes perfect economic sense to buy it.'

7.6. But the owners of the company didn't agree. The workers at the company's factories were also soon angry with Taylor. To make the company's factories safer, Taylor told some of the workers that they had to work behind bars. 'You must understand,' explained Taylor, 'that this is in your interests. I want you to be safe at work.'

**Listen and translate the text into Ukrainian (consecutive translation). Note that the text is larger than usual.**

<https://youtu.be/WCYIE5shtnA>

8.1. But the workers didn't see things like that. 'We can't work behind bars,' they complained. 'What does he think we are? Animals? It's like working in a zoo.' Taylor felt that everyone was criticizing him and he became more and more unhappy in his job. To make things worse, the company was not making a lot of money.

8.2. Everyone agreed that Taylor had lots of ideas, but did they work? The answer seemed to be,'No'. Taylor didn't know what to do. Should he stay or should he go? In the end, he didn't have to make a decision.

8.3. In 1893, the US economy hit some serious problems. Suddenly, nobody had any money. People stopped buying things. The value of the US dollar dropped like a stone. It was clear that the Manufacturing Investment Company could never be a success. Taylor had to leave and find a future somewhere else.

8.4. The next few years were difficult for him. Although he tried very hard, he couldn't find a regular job. Instead, he sold advice about engineering and management to a number of companies in the north-east of the USA. It was a job that allowed Taylor to see how other companies operated. The more he saw, the more ideas he had. Now, he just needed a chance to test them.

8.5. His opportunity came in 1898 when he was offered a job as manager of the Bethlehem Steel Works. Taylor couldn't wait to start work. For his first test, he chose the simplest of all the jobs in the factory. This was the job of moving pieces of iron from one place to another. For weeks, Taylor and his assistants studied the workers.

8.6. They found out the best way to pick up a piece of iron. They used watches to find out how quickly a worker could carry a piece of iron over a certain distance. They also decided how much rest a worker needed in order to work as hard as possible. They tried to answer the question: what happens if we manage a human being in the same way that we operate a machine?

**Translate the text into Ukrainian (simultaneous translation).**

<https://youtu.be/_4wDgf8uDLQ>

9.1. When their study was finished, Taylor sat down with his assistants and explained his findings. 'According to our study,' said Taylor, 'a good worker can move between forty-seven and forty-eight tons of iron a day.' 'But that's strange,' said one of the assistants. 'At the moment they only move twelve tons a day.'

9.2. 'Exactly,' said Taylor. 'Isn't it great? We have a chance to show everyone that scientific management really produces results.' 'But how will we make these people work in our new way?' asked another assistant. 'No problem,' said Taylor. 'The harder they work, the more they'll earn. The company will be happy and the worker will be happy. No one can lose!'

9.3. Next they needed a worker to test the results of the study. Taylor's assistants now knew all the workers very well and they immediately suggested a young man called Schmidt. He was big and strong and he had a young family, so it was certain that he needed more money.

9.4. At the factory one day, Taylor called Schmidt to him. 'Schmidt,' said Taylor. 'Are you an expensive man or a cheap man?' Schmidt looked at him and thought hard. 'What do you mean?' he asked. 'Oh, really, Mr Schmidt,' said Taylor, 'it's not a very difficult question. Let me say it another way. Would you prefer to earn $1.15 an hour or $1.85?'

9.5. Schmidt still seemed uncertain, so Taylor continued, 'I think, Mr Schmidt, that you'd prefer to earn $1.85. Everyone prefers to earn more for their time. It's a law of human nature.' 'Maybe,' agreed Schmidt. 'Excellent,' said Taylor.

9.6. 'Now, if you want to earn $1.85, you must do exactly as I tell you. When I tell you to pick up a piece of iron, you pick it up. When I tell you to walk, you walk. And when I tell you to rest, you rest. Do you agree?' The other workers were shaking their heads.

9.7. 'Don't Listenhim,' they called to their colleague. But Schmidt was already thinking of the extra money. 'OK,' he said. 'I'll do it.' Schmidt did exactly as he was told and he was soon moving 60 per cent more iron every day.

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

[https://youtu.be/8oU8L6VdS1M](https://youtu.be/8oU8L6VdS1M" \t "_blank)

10.1. The [ ] money that he [ ] made a big [ ] to his life. The other workers didn't like Taylor's ideas, but they also didn't like the fact that Schmidt was earning much more money than them. One by one, they agreed to use Taylor's new method of working.

10.2. But many of the workers found that they [ ] earn as much as Schmidt, simply because they weren't as [ ] as him. In fact, seven out of eight workers couldn't work as hard as Taylor asked. Taylor saw only one solution; they had to [ ] . Some of the other managers at the company started to worry.

10.3. 'Are you sure your new method is [ ] ?' they asked him. 'Of course, it is,' replied Taylor. 'These men do an [ ] day's work for an [ ] day's [ ] . Of course, it's sad that some people have to leave. But one of the most important things about good management is finding the right man for the right job.'

10.4. Taylor soon started to [ ] the work of the rest of the factory in the same way. First, he watched the workers and [ ] the speed of every move they made. Then he [ ] on the [ ] way of doing each job and taught that method to the workers

10.5. Finally, he chose the best workers for every job and told the others to find work [ ] [ ] Again, the results were excellent. But Taylor's attitude was making him more and more [ ] at Bethlehem. The workers liked earning more money, but they [ ] Taylor's methods.

10.6. The company's owners weren't sure of him, especially because he was again spending [ ] [ ] of money on new equipment. In May 1901, he was [ ] . Although Taylor was only forty-five, it was the last manager's job that he had in his life.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://youtu.be/HnT7UnKk6IQ>

11.1. Taylor had had enough of business. But at least he had shown that his idea of scientific management could work. He went back to his house in the country and wrote [ ] for [ ] and [ ] that explained his ideas. He [ ] [ ] the country and gave [ ] to groups of businessmen and engineers.

11.2. Slowly, more and more people became interested in the idea of scientific management. Then, in 1910, Taylor suddenly became [ ] . The US government was having a meeting about the different [ ] of train and sea travel. The [ ] companies said they needed more money from [ ]

11.3. The [ ] said that they didn't. To [ ] their [ ] , the shipowners explained that the railway companies wouldn't need the money if they improved their management. To explain their point they asked some managers to talk about a man called Frederick Taylor and a new idea called scientific management.

11.4. 'If the railways [ ] this idea,' one manager told the US government, 'they will [ ] a million dollars a day.' Another manager said that scientific management could [ ] costs and [ ] workers' pay by 100 per cent. The next day, Taylor's name and a description of his ideas were in all the [ ] . Everybody in the US business world was talking about scientific management.

11.5. In fact, the time was just right for Taylor's ideas. In the early 1900s in Detroit, another engineer, called Henry Ford, had started a new [ ] that made cars. At that time, cars were very [ ] and were only [ ] by the [ ] people in the world.

11.6. But Ford believed that it was [ ] to sell cars at a price that [ ] people could [ ] . He simply needed to [ ] the [ ] of making them. To do this, he decided to make just one [ ] of car in just one colour - the famous black Model T Ford. At his factory, he also started making Model Ts in a new way.

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://youtu.be/zkeHPIE9nCM>

12.1. His method was to move the car [ ] a line while workers [ ] [ ] to it. The workers' jobs were very boring, because they just did the same thing again and again and again, all day long. But Ford wasn't worried about that; for him workers were just another part of the machine. He once said, 'When I want a [ ] of [ ] , why do I [ ] a human being as [ ] ?'

12.2. The Ford Motor Company was very successful. Its factory in Detroit [ ] a new car every forty seconds, and the price of a new Ford car soon [ ] [ ] $300. As a result, millions of people bought Ford cars and Henry Ford became the [ ] man in the world.

12.3. Of course, everybody wanted to know the [ ] of his success. When they heard about Frederick Taylor, many believed that he could give them the answers they wanted. The ideas of Ford and Taylor were very [ ]. Both Ford and Taylor believed that workers didn't want or need to have [ ] .

12.4. Without their managers, workers were [ ] . It was the manager's job to find the best workers and to teach them to work in the best [ ] way. It didn't matter if the workers were unhappy. They were paid an honest day's pay for an honest day's work and it was their job simply to [ ]

12.5. These were the ideas that Taylor wrote about in his book of 1911, The [ ] of Scientific Management. It was a huge success. When he gave a talk in New York City some time later, it was [ ] by 69,000 people!

**Listen to the text, fill in the blanks.**

[https://youtu.be/xj2CQQX\_ckU](https://youtu.be/xj2CQQX_ckU" \t "_blank)

13.1. Managers who followed Taylor's ideas were famous for their [ ] . They all wanted people to work as quickly as possible, so they needed their watches to [ ] the workers' speed. Taylor, too, loved watches and [ ] an expensive Swiss one with him [ ] he went.

13.2. In 1917, when he was taken into hospital because of an [ ] , the doctors and nurses soon noticed that Taylor always [ ] his watch at exactly the same time every day. Then early one morning, a nurse heard a sound from Taylor's room at four o'clock in the morning.

13.3. 'How strange,' she thought. 'Mr Taylor usually has such [ ] [ ] . Why is he winding his watch so early in the day?' In fact, it was Taylor's last action. When the nurse looked into the room just an hour later, she found that Taylor was dead. In a way it seemed right that this was the final action of the man who had made so many others [ ] of the clock.

13.4. In the years after his death, the ideas of Frederick Taylor [ ] [ ] the world. His books were [ ] into many different languages. Factories from California to [ ] were organized according to his methods. Machines came first and people came second. Managers learnt to control and workers were taught to obey. The boss's word was [ ]

13.5. But today, many people [ ] Frederick Taylor's scientific management. Does it really produce the best results? Do managers always know best? Is it true that people only work for money? Is it true that they don't want responsibility?

13.6. But although his ideas are often questioned, it's certain that there are many businesses in the world today that still haven't [ ] the [ ] of Frederick Taylor.

**UNIT 3**

**ALFRED SLOAN**

**Translate the text into Ukrainian. Please note that prep time is not available.**

<https://youtu.be/WIhsM8Yxyy0>

* 1. If it's good for America it's good for General Motors and if it's good for General Motors it's good for America. Charles E.Wilson*.* Is a company as important as a country? Are the interests of a business the same as the interests of a nation? Most people would answer 'no' to both questions. But when you're talking about General Motors you can't be so sure.
  2. Certainly, when the General Motors manager, Charles E. Wilson, said those words at a meeting with the US government in the early 1950s, nobody was surprised. At the time, General Motors was the biggest company in the world — it employed more than 750,000 people.
  3. It made some of the most famous products in the world — cars with names like Chevrolet, Cadillac and Buick. It was also the richest company in the world and it sometimes made profits of over $2 billion. But perhaps most important of all, General Motors' boss, Alfred P. Sloan, was the most admired businessman of the last century.
  4. Sloan was admired because his ideas were copied by every other big business in the middle years of the twentieth century. He was admired because he had created a company that was bigger and more powerful than many small, rich countries.
  5. But his colleagues knew the real reason for Sloan's success; he was a man who always put business first. Sloan had no children and no interests outside work. He rarely saw his wife because he often slept in a small bed at the General Motors offices.
  6. In fact, he took his job so seriously that he didn't even allow himself to have any friends. 'Some people like to be alone,' he once said. 'I don't. But I have a duty not to have friends in the workplace.'

**Translate the text into Ukrainian. You have 1 minute to prepare. Note that the execution time of translation is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://youtu.be/QOCfh2Rd_3c>

2.1. Sloan became the boss of General Motors in the early 1920s, at a time when the company was having serious problems. GM had been started by the US businessman, Billy Durant. Durant collected companies like some people collect stamps. He owned companies that made everything from cars to fridges.

2.2. He thought that if he owned enough companies, one or two of them were certain to be successful. Unfortunately he was wrong. Because although he was good at buying companies, he was useless at managing them. In fact, Durant was such a difficult man that he lost all his best employees, including some of the most famous names in the car business.

2.3. Walter Chrysler worked for Durant for a time, but he soon left and started the successful Chrysler Corporation. Another employee was sacked because he smoked a cigarette in Durant's office. His name was Louis Chevrolet.

2.4. By 1920, General Motors was in a mess. It employed too many people, it had too many managers, it made too many kinds of cars and it was losing lots of money. Even Billy Durant realized that it couldn't continue. So he sold GM to one of the great names of early US business, Pierre du Pont. Du Pont could see that GM showed promise, but it needed a good manager. So du Pont turned to Alfred Sloan.

2.5. At the time, Sloan was forty-three years old and he was already a great success. He had started twenty years before, when he borrowed $5,000 from his father and bought a company called Hyatt. Hyatt did not look like a very good business.

2.6. It made small metal balls that were used in trains and other vehicles and it was making no more than $2,000 a month. But Sloan was confident that he could turn Hyatt into a success. He believed that the new car business presented a great opportunity for his company's products.

2.7. So he talked to all the important people in the USA's car business and learnt as much as possible about making cars. Before long Hyatt was making profits of over $4 million a year.

**Translate the text into Ukrainian. You have 1 minute to prepare. Note that the text is larger than usual.**

<https://youtu.be/QHFESK2VoWs>

3.1. When Sloan arrived at General Motors, he saw immediately that he needed to organize the company in a new way. At that time, General Motors was producing eight different cars but had only 12 per cent of the car market.

3.2. By comparison, Ford produced one car — the Model T — and had over 60 per cent of the market. What could Sloan do? Perhaps GM should simply copy Ford's idea and cut its number of cars from eight to one. But Sloan had different ideas.

3.3. He thought that customers were getting tired of Ford's Model T. Of course, they liked it because it was cheap and because it worked well. But customers wanted more choice. Ford advertised its Model T by saying,'You can have any colour you want, but it has to be black.'

3.4. It was a good joke, but it was also true. Sloan realized that he could win customers if he offered something different. So he thought carefully about GM's position in the market and prepared his ideas. Although he was not an old man, Sloan was already suffering from hearing problems.

3.5. For that reason, he always used a hearing aid in meetings. When he wanted to listen, he switched it on; before he spoke, he always switched it off. It was once described as the greatest management tool in history. At the meeting to decide GM's future direction, he listened carefully to the ideas of his colleagues.

3.6. 'We need to learn the lessons of Mr Ford,' said one manager. 'We must learn to produce our cars as quickly and as cheaply as possible. That's the only way to succeed in this business.'

**Listen and translate the text into Ukrainian (consecutive translation). Note that the speaker's speaking rate will be increased.**

<https://youtu.be/t_kgLg1oE7o>

4.1. 'I don't agree,' said another manager. 'We have a choice. There are two main markets for cars in this country. We can sell expensive upmarket cars to people who have good taste and plenty of money, or we can sell cheap downmarket cars to people who have neither.' Everyone in the room laughed.

4.2. When Sloan had heard all the managers' ideas, he switched off his hearing aid with a loud noise. The managers all turned towards him and waited for him to speak.

4.3. 'Thank you for your ideas, gentlemen,' said Sloan. 'But I must disagree with you. Our company has more choices than you have described. I believe that General Motors should sell a car for every pocket and every purpose.' The managers looked at each other.

4.4. 'Let me explain what I mean,' continued Sloan. 'We own a number of companies at the moment. The problem is that they are all fighting in the same market. First, I suggest that we reduce our number of companies to five. Second, I suggest that each of these companies sells its cars to a different part of the market.

4.5. For example, Cadillac could sell its cars to the rich people with good taste that you talked about earlier. We could sell Buicks to younger people with a little less money. Oldsmobile could be sold to richer families; Pontiac to poorer ones. Chevrolet, perhaps, could sell its cars to the working man. Do you follow my thinking?'

**Listen and translate the text into Ukrainian (consecutive translation). Please note that translation time is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://youtu.be/Bu3o1HAi8Iw>

5.1. One of the managers held up a finger to show that he wanted to ask a question. Sloan switched on his hearing aid again. 'How does this affect the organization of the company?' the manager asked. There was another noise from the hearing aid.

5.2. 'That,' said Sloan, 'is a very good question. You see, gentlemen, I want an organization with five different companies selling cars to five different markets. I'm sure there will sometimes be competition between these five companies. If that happens that's fine with me.

5.3. But General Motors doesn't just need competition. The company must also understand where it's going. There must be some central control. That's why I am here. We must have a clear direction and we must also have central financial control. If we can do this, then I am sure that General Motors will have a great future.'

5.4. Sloan was right. The careful mix between central control and competition produced a company that could compete with Ford and even beat it. While Ford continued to build the same old black Model T, GM produced new cars and new ideas all the time. Customers were offered not just a choice of five different cars, but a choice of colours, too.

5.5. Every year, GM produced cars with a few small differences, so that people didn't keep the same car for years and years; instead, they always wanted to buy the latest model. Just three years after Alfred Sloan's appointment, General Motors left Ford behind and became the USA's biggest car company.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://youtu.be/5m4am4gkINM>

6.1. The 1920s was a good time for the US car business. The [ ] [ ] roads [ ] the country and small businessmen built all kinds of things [ ] them. Before long, US roads were lined with [ ] [ ] , [ ] , hotels and restaurants. Every American wanted to be on the [ ] and General Motors went from one success to another.

6.2. It seemed that nothing could stop the car. But, of course, one thing can always stop a car: a [ ] . But the [ ] that stopped General Motors in 1929 wasn't a car crash; it was a [ ] crash.

6.3. On 24 October 1929, the prices of [ ] on the Wall Street [ ] [ ] in New York started [ ] ... and they fell . .. and fell ... and fell. People who had been rich the day before, woke up and found that they were poor. People who had been poor the day before, found that they had nothing to eat and [ ] to live.

6.4. Businesses [ ] . Bankers [ ] [ ] . Millions of workers [ ] their jobs. In that kind of situation, who's going to spend a lot of money on a new car?

6.5. The years that followed were [ ] for every business, everywhere in the world. [ ] of General Motors' cars [ ] by 70 per cent. Sloan knew he had to make some [ ] [ ] . But before Sloan took a [ ] , he believed that it was his [ ] to think about all [ ]

6.6. For him a manager was not just a business person who was interested only in [ ] . In Sloan's eyes, a manager was a professional, like a [ ] or a [ ] , and professionals always kept an [ ] [ ] and always listened to the facts. So, even in the [ ] of the most difficult times, Sloan always wanted the opinions of his managers.

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://youtu.be/cL2f3m5Jt_Y>

7.1. In 1932, GM's Cadillac company was having real problems. Cadillacs were very expensive cars and the crash of the American [ ] had [ ] their sales especially [ ] . Cadillac was losing large [ ] of money. At the meeting to decide Cadillac's future, Sloan and all his managers had [ ] [ ]

7.2. 'The facts in this case are quite clear,' said Sloan. 'Cadillac must be [ ] . So, now our only [ ] is - do we keep the Cadillac name and put it on another car or do we just forget about it?'

7.3. At that moment, there was a knock on the door and one of Cadillac's young [ ] managers, Nick Dreystadt, walked into the room. Dreystadt was an [ ] man who spoke with a [ ] German [ ] . Nervously, he looked around at Sloan and the other top GM managers.

7.4. 'I'm sorry to [ ] ,' said Dreystadt, 'but I know that you are thinking of [ ] Cadillac. Before you take any decision, I'd like you to Listenmy plan. With this plan, I am sure that Cadillac will be back in [ ] within eighteen months.'

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://youtu.be/AGTdYfT_XD4>

8.1. Several of the top managers were very angry with Dreystadt. How did this middle manager [ ] to interrupt their meeting with his ideas? But Alfred Sloan stayed [ ] and [ ] . 'Please continue, Mr Dreystadt,' he said.

8.2. 'Well,' said Dreystadt, 'I have [ ] that Cadillacs are the most popular car with rich black people.' 'What do you mean?' said one of the top managers. 'That's [ ] . We don't sell Cadillacs to black people. It's [ ] our [ ] .'

8.3. 'I know,' said Dreystadt, 'but rich black people are paying white people to buy Cadillacs for them.' 'I don't understand,' said the manager,'why are they doing this?' 'Well,' continued Dreystadt, 'as we all know it's difficult for black people to do many things in the USA.

8.4. Rich black people are not [ ] to buy expensive houses in the [ ] where rich white people live. But, of course, if you're a successful black doctor, or a black businessman, or a black sportsman, you still want to [ ] people that you're rich and successful

8.5. A Cadillac is one of the few ways that these people can do this.' 'Very interesting, Mr Dreystadt,' said Alfred Sloan. 'So what exactly are you suggesting?' 'I want us to [ ] our [ ] about Cadillac. We [ ] stop black people from buying them. [ ] , they should be our main market.'

8.6. Alfred Sloan and the other top managers [ ] Dreystadt's idea for a few minutes and then Alfred Sloan switched off his hearing aid and looked at Dreystadt. 'OK, Mr Dreystadt,' said Sloan. 'We'd like to go [ ] with your idea. We won't close Cadillac. Not yet, at least.'

8.7. Dreystadt thanked Sloan. He was just leaving the room, when one of GM's top managers spoke to him:'You realize that if you [ ] , there won't be a job for you at GM, [ ] you?' 'Of course, I [ ] ,' replied Dreystadt. 'But I [ ] ,' interrupted Alfred Sloan quickly.

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://youtu.be/-mWB7rDDxGk>

9.0. 'If you fail, Mr Dreystadt, there won't be a job for you at Cadillac. There won't be a Cadillac. But as long as there is a General Motors and as long as I [ ] it, there will always be a job for a man who [ ] [ ] . There will always be a job for a man who has the right [ ] and [ ]

9.1. Alfred Sloan looked [ ] at Dreystadt. 'Mr Dreystadt, you worry about the future of Cadillac. I'll worry about your future at General Motors.' Dreystadt and Sloan didn't need to worry. [ ] to Dreystadt's plan Cadillac stopped losing money within a year and it was soon making a [ ] profit.

9.2. It was often difficult for Sloan to [ ] central control and competition. GM expected its managers to be [ ] [ ] (at that time it didn't have women managers). Managers were all expected to wear dark [ ] and light [ ]

9.3. Their offices on the fourteenth floor of the main General Motors building were all [ ] in the same way. They were expected to have similar [ ] and similar [ ] . This sometimes made it difficult for GM's managers to have a [ ]

9.4. Before Sloan took a decision, he always wanted to hear opinions from all parts of his [ ] company. But on one [ ] a manager presented such an [ ] plan at a meeting that everyone immediately agreed with it. This didn't please Sloan at all. He switched off his hearing aid and looked round the room.

9.5. 'So, gentlemen,' he said, 'we're all in [ ] [ ] are we?' The managers at the meeting all smiled. 'In that case,' Sloan continued, 'I suggest that we [ ] our decision on this plan. Let's meet again when we've had a chance to think about it. Before we take any [ ] decision, I expect at [ ] some [ ] .'

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://youtu.be/QlmuMT6JZUE>

10.1. Managers at General Motors had a good life. Of course, they worked very hard and they were always [ ] lots of [ ] . But they were always well paid. In fact, some of them even [ ] more than Sloan [ ] . He believed that [ ] should be [ ] . But his attitude to GM's workers was very different.

10.2. GM workers earned good money when the company was [ ] lots of cars. But in the bad times, there was no job for them and they earned nothing at all. Their organization, the United Automobile Workers, often tried to [ ] the workers' [ ] with the GM management, but Sloan [ ] to speak to them.

10.3. The early years of the 1930s were bad for the company, but they were even [ ] for the workers and their families. By the winter of 1936, they had had enough. As the company was preparing its new cars for 1937, the workers at the company's main factory in the town of Flint stopped working and sat down.

10.4. Their [ ] [ ] from outside joined them and sat down in the factory as well. Sloan and the GM managers were very [ ] and asked the local police for help. But the police were not interested and the 'sit-down [ ] ' continued through Christmas and into the next year.

10.5. By February, the company's car production had [ ] to almost zero, while GM's competitors Ford and Chrysler were producing more and more cars to [ ] the [ ] of the [ ]

10.6. In the end, Sloan and his managers had to [ ] the situation and they agreed to start talks with the United Automobile Workers about conditions in their factories. It was one of the few times that Sloan [ ] a [ ].

**Translate the text into English. Please note that prep time is not available.**

<https://youtu.be/VKAhxeCqc4I>

11.1. Після цього життя працівників GM дещо покращилось, але в General Motors нічого не змінилося до грудня 1941 року. Саме тоді японські літаки розбомбили американські військові кораблі в Перл-Харбор на Гаваях, і США вступили в Другу світову війну.

11.2. Протягом наступних декількох років GM довелося забути про свій звичайний бізнес. Багато з її робітників і менеджерів стали солдатами, а її фабрики виробляли обладнання для військової машини США. Коли війна закінчилася в 1946 році, Слоан повинен був підготуватися до абсолютно нової ери американського бізнесу.

11.3. Кожен бос в США багато думав про свій власний бізнес і свої плани щодо нього. Але у Слоана були і інші турботи. Він уже дивився в майбутнє. І коли він дивився далеко в майбутнє, він не турбувався про GM; він турбувався про свого великого конкурента Форда.

11.4. Ідеї Генрі Форда дуже добре працювали в перші часи його компанії але він відмовлявся йти в ногу з часом. Його машина Model T мала такий успіх, що він не хотів нічого змінювати. До прикладу, коли один з його інженерів показав йому покращену модель, Генрі Форд копав її, поки вона не розвалилася на частини!

11.5 Таким чином, за роки до війни, в той час як GM щороку змінював свої автомобілі, Ford все більше відставав. Ідеї ​​Генрі Форда про управління також створювали проблеми. Поки Слоан будував організацію, в якій віталася конкуренція, Генрі Форд намагався посилити свій центральний контроль.

11,6 Форд мав всюди в компанії шпигунів, які розповідали йому про будь-які нові ідеї або плани. В результаті його менеджери боялися приймати будь-які рішення.

**Translate the text into English. You have 1 minute to prepare. Note that the execution time of translation is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://youtu.be/zzsAQF4J6tA>

12.1 Нічого особливо не змінилося, коли син Генрі Форда, Едсель, змінив його на посту керівника компанії, а коли Едсель помер в 1944 році, у Ford Motor Company виникли серйозні проблеми. Її наступним босом був онук Генрі Форда, Генрі Форд II. Йому було всього двадцять шість років, і у нього не було досвіду роботи в автомобільному бізнесі. Він навіть не закінчив свою університетську освіту.

12.2 Для General Motors це здавалося чудовою можливістю. Для них це був шанс перемогти свого найбільшого конкурента. Але Альфред Слоан бачив це по-іншому.

12.3. «Успішному бізнесу потрібна сильна конкуренція», - сказав він. Він також турбувався про уряд США. Що він міг зробити, якби GM стала занадто великою і занадто потужною? Слоан вирішив таємно допомогти Генрі Форду II, в чому міг. Він навіть влаштував до нього деяких з кращих менеджерів GM.

12.4 Незабаром Ford знову став сильною компанією, але, як вважав Альфред Слоун, GM також стала сильнішою завдяки конкуренції. Роки після війни були великими для автомобільного бізнесу США.

12.5 В 1920-х роках Слоан сказав, що GM повинен вносити зміни в свої автомобілі щороку. Він хотів, щоб люди купували нову машину не лише тому, що вона більше не працювала, а тому, що вона вийшла з моди.

12.6 В результаті GM додавав все більше і більше деталей до своїх автомобілів, і вони стали виглядати незвичайніше і незвичайніше.

**Translate the text into English. You have 1 minute to prepare. Note that the text is larger than usual.**

<https://youtu.be/r-Ngoi_Tp1E>

13.1. У 1940-х і 1950-х роках особою, відповідальною за зовнішній вигляд автомобілів GM, була людина на ім'я Харлі Ерл. Він почав своє трудове життя в Лос-Анджелесі, де створював автомобілі для голлівудських фільмів.

13.2. Коли він перейшов в General Motors, то приніс з собою свій "шоу-бізнесовий" підхід. У той час як більшість менеджерів в General Motors були одягнені в білу сорочку і синій костюм, Ерл завжди приходив в офіс в білому костюмі і синій сорочці. Його ідеї для автомобілів GM були такими ж божевільними.

13.3. Ерл не турбувався про безпеку або швидкість, він дбав лише про стиль. Автомобілі GM ставали все довшими і нижчими. Вони також ставали все важчими, коли він додавав все більше і більше деталей, таких як спеціальні ліхтарі і блискучі металеві ручки. Він навіть копіював частини літаків і космічних кораблів і додавав їх до нових автомобілів GM.

13.4. До кінця 1950-х років у «Кадилака» було два великих хвости ззаду, і він «розсікав» вулицями американських міст, немов машина з іншого світу.

13.5. Звичайно, багато їх критикували. Лідер Радянського Союзу Микита Хрущов взагалі не міг їх зрозуміти. 'Що ці штуки роблять?' запитав він, коли вперше побачив автомобіль GM. Релігійні лідери США ненавиділи їх. «Хто ці безумці, які будують такі машини?» запитав один з них. Менеджер Ford описав автомобіль GM того часу як «шматок мила з колесами»

13.6. Але американським людям вони подобалися. Це були автомобілі американської мрії. Про них знімалися фільми. Зірки естради, такі як Едді Кокран, співали пісні про них. General Motors була не просто найбільшою, не просто найбагатшою, а й найвідомішою компанією в світі.

**Listen and translate the text into English (consecutive translation). Note that the speaker's speaking rate will be increased.**

<https://youtu.be/69RkqGdI8zA>

14.1. У наступні роки в General Motors почали виникати проблеми. Метод організації Альфреда Слоана означав, що менеджери проводили багато часу на зборах і що компанія часто приймала рішення повільно.

14.2. До кінця 1960-х років це не було особливою проблемою. Але в міру того, як швидкість ділового життя ставала все більшою, в GM іноді виявляли, що вони занадто повільні, щоб вирішувати проблеми і використовувати можливості сучасного світу.

14.3. Їх величезні красиві машини були також дорогі і споживали дуже багато бензину. Коли на початку 1970-х років ціна на бензин несподівано виросла, все більше і більше людей стали їздити на менших і дешевших автомобілях з Японії.

14.4. Але коли в 1966 році помер Альфред Слоун, це було все в майбутньому. Тоді дивлячись на його методи, мало хто міг не схвалювати його керівництво General Motors. Він контролював управління корпорацією і її фінанси, а також дозволяв її автомобільним компаніям працювати як окремі організації.

14.5. Він представив ідею менеджера як професіонала, такого як лікар або стоматолог, який ставить факти вище емоцій при прийнятті рішення. Він також думав про ринок по-новому.

14.6. До Слоана люди думали, що їм просто потрібно продати правильний продукт правльним людям; після Слоана люди зрозуміли, що новий продукт створює новий ринок. Всі погодилися з тим, що Слоан був ідеальною "корпоративним людиною".

**UNIT 4**

**OPRAH WINFREY**

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://www.youtube.com/watch?v=Y9h7X4GC7ns>

* 1. 'I will never, never, [....] I'm black, I will never[....] my power to another person.' Oprah Winfrey

One morning in 1990, seventeen million Americans were, [....], watching The Oprah Winfrey Show on TV. Oprah was talking to four [....]people who had all had problems at work. They each told a story of [....] companies, selfish bosses and lazy colleagues, while Oprah asked them questions, smiled and listened [....].

* 1. Many of the stories were [....] the people [....]who were watching Oprah's show. Oprah's viewers were mostly [....] Americans, and many of them had [....] [....] problems in their offices, shops and factories. To these people, Oprah was one of them. She had come from a[....] family and she had had a tough[....]. She had had to [....] for everything in her life. Oprah seemed to be someone who had [....] the same problems as they had and who saw things in the [....]
  2. So everyone was [....] to some fun when Oprah [....] her next guest. He was a writer on business called Harvey McKay. You could see [....] that McKay would be on the [....] of the bosses. He would try to[....] why they often [....] badly towards ordinary workers. He would try to explain why the bosses [....]such a lot of money,[....]ordinary people [....]so little. And then Oprah would have her [....] to ask him a few difficult [....] She would tell him how [....] people felt about big business.
  3. But Harvey McKay [....] everyone. He didn't just talk and give answers; he [....] asking Oprah [....] about her life. 'It seems to me,' he said to her after a few minutes,'that you're a tough but [....] boss.' Oprah looked [....] and called to the people who helped her at the back of the s[....], 'I'm very fair, aren't I, girls?'
  4. For many of Oprah's [....] this was an[....] moment. They had watched her shows every day for many years and they thought they knew most things about her. They had heard about her problems as a child whose parents had separated. They had listened to her tell them about her relationships. They even knew what she ate and that she had often tried to [....]. But Oprah was also a boss, and that idea was new and [....] many of them.
  5. When they [....]t about it, it was clear that Oprah was much more than just a[....]woman on a popular talk show. Oprah didn't just appear on The Oprah Winfrey Show — she [....]The Oprah Winfrey Show. That meant that she [....] a lot of money from the[....]in the breaks in the programme. She also [....]the studios where they made her show.

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://www.youtube.com/watch?v=BjXishobJ1s>

2.1. It was one of the best TV production [....] in the US, and it had [....]around $20 million. In fact, her company, Harpo Productions, gave Oprah [....] her life and over the lives of many other people. In the entertainment business, Oprah's love of control was famous; [....]she was very busy, she signed every cheque for her company, so she always knew [....] how every cent was spent.

2.2. It was perhaps[....]that Oprah had become so interested in controlling her life; she had started in talk shows because she was so [....]. Her first jobs were as a newsreader for small radio and TV stations in the south of the US in the early 1970s. In those days, it was [....]for Americans to see a black woman reading the TV news, and in 1976 she [....]a job with a much bigger TV station in the city of Baltimore.

2.3. Everyone thought she looked great on TV, but she didn't have the right [....]to be a good journalist. She always became too [....] in the stories. When stories were sad, she sometimes started to cry. When the stories were happy, she was [....] happy too. 'This is crazy,' her bosses said. 'We have to [....] this woman another job.'

2.4. At the time, the TV station wanted to introduce a morning talk show; this would give the people of Baltimore a chance to appear on TV and discuss their opinions. The show was called People Are Talking. As Oprah clearly understood people so well, perhaps she would be the right person to present this programme. It could be a much better use of her skills than reading the news.

2.5. Many TV interviewers [....] questions before an interview and then don't really Listen to the answers of their guests during the show. But Oprah was very different. She was always [....] in what people said. She had real [....] with the people that she interviewed. Soon, her bosses in Baltimore [....]that Oprah was a star.

2.6. Oprah's show was so [....]that, after a few years, TV bosses in other parts of the country started to notice her. In 1983, a big TV station in Chicago [....]her to present their morning talk show, A.M. Chicago. They [....] her a four-year contract and said that they would pay her $200,000 a year.

2.7. It was a lot of money, but Oprah was [....] about moving to Chicago. She didn't need to be, because when she arrived there she [....] felt at home. 'Just walking down the street, I knew I [....]here,' she said. And the people of Chicago also felt that she belonged to them.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://www.youtube.com/watch?v=AK7OMB2AzrI>

3.1. Her talk show started [ ] 1984, and it was an immediate [ ] People loved her direct, personal style of interviewing and, within a few months, her programme was the most popular morning show in the city. Her boss at the TV station was very happy. 'Oprah hit Chicago like a [ ] of cold water,' he said. 'She just [ ] the town.'

3.2. Oprah was a star in one of the [ ] cities in the US, but she now wanted to [ ] a national star. Her opportunity came when she got a call from Steven Spielberg. Spielberg was one of the most [ ] people in the Hollywood film industry; he had made [ ] successful films, [ ] E. T. He now wanted to make a film of a book by the black American writer, Alice Walker, called The Color Purple.

3.3. 'Would you like to play a part in the film?' he asked her. Oprah couldn't [ ] . The Color Purple was one of her [ ] books, and she also knew that a [ ] in a Hollywood film would make her famous around the world. But she was so busy with A.M. Chicago that she had no time to do any other work. Oprah wanted to be in the film so much that she was ready to [ ] her job with the TV station. But her business manager, Jeffrey Jacobs, had other ideas.

3.4. 'We can work this out,' he told her. 'The TV [ ] will have to give you a [ ] from the show.' Oprah's bosses weren't very happy about the situation, but they didn't want to [ ] her and they could also see that the film could bring a lot of public [ ] to her show. They agreed to give her a break of several weeks so she could work on The Color Purple.

3.5. Oprah was very grateful to the TV station, but the [ ] also helped her to see that there were a few problems with her [ ] contract. If she really wanted to become a star, she needed more control over her life. But how could she get this?

3.6. Jeffrey Jacobs [ ] that if Oprah wanted to control her life, she first needed to get control of her programme. At that time it was only [ ] in the Chicago area, but he thought that it should be possible to [ ] it right [ ] the country. He knew that when The Color Purple arrived in the cinemas, Oprah was going to become an international star. Lots of people [ ] Chicago would want to see her show.

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://www.youtube.com/watch?v=2F52gHpyZ-A>

4.1. Oprah decided to [ ] with the TV station. First, she made them [ ] the name of the programme to The Oprah Winfrey Show. Then she asked for a share of the money from sales of her show to other TV stations. It was a great business [ ]. When The Color Purple came out, the film was a big [ ]and everybody [ ]d Oprah's performance.

4.2. As a result, they all wanted to watch her TV show too. One hundred and thirty eight TV stations across the US bought The Oprah Winfrey Show, and suddenly her earnings [ ] from $200,000 a year to $30 million a year! Oprah's [ ] had made her rich, and it had also [ ] her an important lesson: control was the key to success.

4.3. So in 1986 she started her own company, called Harpo Productions. ('Harpo' is 'Oprah' [ ] backwards.) At first, it was just to create [ ] for her show and to answer letters from viewers, but Oprah had big plans for her new company. In 1988, she started to [ ] with the bosses of the Chicago TV station again.

4.4. This time she wanted Harpo Productions to buy The Oprah Winfrey Show from them. The TV station bosses weren't happy. They knew that Harpo would still allow them to [ ] the show, but the deal meant that they were losing control of their most important programme. As negotiations [ ] it became clear that, if necessary, Oprah was prepared to walk away from her show and go to work in Hollywood. The TV station bosses [ ] they had no choice; they had to give Oprah what she wanted.

4.5. As she now [ ] her own show, Oprah [ ] a place where she could record it. So she bought an old TV and film production centre in west Chicago for $10 million. She then [ ]another $10 million on new [ ] to [ ] that Harpo Studios was the best production centre in the city.

4.6. Oprah could now make her shows at times which [ ]her and she could also make more money from them. But her studio [ ] her to do much more than that. In 1988, Harpo Productions started making other programmes for TV, like The Women Of Brewster Place, and soon other companies were using Harpo Studios to make [ ], films and TV shows.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://www.youtube.com/watch?v=jX-bhm9yqcU>

5.1. In the 1990s, Oprah's business continued to [ ] in many different areas of the entertainment industry. Ordinary people, especially American women, trust her and understand her ideas and [ ]. They see her as an [ ]t person from a [ ] background who has [ ] for her success. This means that many people are happy to buy products that carry Oprah's name.

5.2. This has given Oprah many great business [ ]. In 1998 she [ ] a company called Oxygen Media, which produces TV programmes for women and "children and makes similar material for the Internet. Recently, she also started work on a new women's magazine, and she even has her own film company which has [ ] a [ ]with Disney.

5.3. When Oprah had her fortieth birthday in January 1994, she was already the most [ ] woman in the world's entertainment industry and also the most [ ] [ ]. Over the past few years, business magazines have regularly put her in their lists of top American businesswomen. At the same time, The Oprah Winfrey Show has continued to be as successful as ever — not just in the US, but also in many other countries around the world.

5.4. Because Oprah is now in control of her life, she has also found time to act in several more Hollywood films. And as her business has grown, Oprah has become richer and richer. It now seems likely that she will become America's first black [ ].

**Read the text, shorten it as much as possible, replacing all phrases with similar in meaning, but shorter in form, remove unnecessary information (repetitions, secondary information).**

[https://www.youtube.com/watch?v=Y9h7X4GC7ns](https://www.youtube.com/watch?v=Y9h7X4GC7ns" \t "_blank)

1.1. 'I will never, never, as long as I'm black, I will never give up my power to another person.' Oprah Winfrey

One morning in 1990, seventeen million Americans were, as usual, watching The Oprah Winfrey Show on TV. Oprah was talking to four ordinary people who had all had problems at work. They each told a story of greedy companies, selfish bosses and lazy colleagues, while Oprah asked them questions, smiled and listened carefully.

1.2. Many of the stories were familiar to the people across the US who were watching Oprah's show. Oprah's viewers were mostly ordinary Americans, and many of them had experienced similar problems in their offices, shops and factories. To these people, Oprah was one of them. She had come from a poor family and she had had a tough childhood. She had had to fight for everything in her life. Oprah seemed to be someone who had suffered the same problems as they had and who saw things in the same way.

1.3. So everyone was looking forward to some fun when Oprah introduced her next guest. He was a writer on business called Harvey McKay. You could see immediately that McKay would be on the side of the bosses. He would try to explain why they often behaved badly towards ordinary workers. He would try to explain why the bosses earned such a lot of money, while ordinary people earned so little. And then Oprah would have her chance to ask him a few difficult questions. She would tell him how ordinary people felt about big business.

1.4. But Harvey McKay surprised everyone. He didn't just talk and give answers; he started asking Oprah questions about her life. 'It seems to me,' he said to her after a few minutes,'that you're a tough but fair boss.' Oprah looked pleased and called to the people who helped her at the back of the stage, 'I'm very fair, aren't I, girls?'

1.5. For many of Oprah's viewers, this was an interesting moment. They had watched her shows every day for many years and they thought they knew most things about her. They had heard about her problems as a child whose parents had separated. They had listened to her tell them about her relationships. They even knew what she ate and that she had often tried to lose weight. But Oprah was also a boss, and that idea was new and interesting to many of them.

1.6. When they thought about it, it was clear that Oprah was much more than just a friendly woman on a popular talk show. Oprah didn't just appear on The Oprah Winfrey Show — she owned The Oprah Winfrey Show. That meant that she earned a lot of money from the advertisements in the breaks in the program. She also owned the studios where they made her show.

**Read the text aloud, lagging behind the speaker, given by the teacher.**

[https://www.youtube.com/watch?v=BjXishobJ1s](https://www.youtube.com/watch?v=BjXishobJ1s" \t "_blank)

2.1. It was one of the best TV production centres in the US, and it had cost around $20 million. In fact, her company, Harpo Productions, gave Oprah control over her life and over the lives of many other people. In the entertainment business, Oprah's love of control was famous; although she was very busy, she signed every cheque for her company, so she always knew exactly how every cent was spent.

2.2. It was perhaps strange that Oprah had become so interested in controlling her life; she had started in talk shows because she was so out of control. Her first jobs were as a newsreader for small radio and TV stations in the south of the US in the early 1970s. In those days, it was quite unusual for Americans to see a black woman reading the TV news, and in 1976 she was offered a job with a much bigger TV station in the city of Baltimore.

2.3. Everyone thought she looked great on TV, but she didn't have the right character to be a good journalist. She always became too involved in the stories. When stories were sad, she sometimes started to cry. When the stories were happy, she was clearly happy too. 'This is crazy,' her bosses said. 'We have to find this woman another job.'

2.4. At the time, the TV station wanted to introduce a morning talk show; this would give the people of Baltimore a chance to appear on TV and discuss their opinions. The show was called People Are Talking. As Oprah clearly understood people so well, perhaps she would be the right person to present this programme. It could be a much better use of her skills than reading the news.

2.5. Many TV interviewers prepare questions before an interview and then don't really Listenthe answers of their guests during the show. But Oprah was very different. She was always interested in what people said. She had real conversations with the people that she interviewed. Soon, her bosses in Baltimore realized that Oprah was a star.

2.6. Oprah's show was so successful that, after a few years, TV bosses in other parts of the country started to notice her. In 1983, a big TV station in Chicago asked her to present their morning talk show, A.M. Chicago. They offered her a four-year contract and said that they would pay her $200,000 a year.

2.7. It was a lot of money, but Oprah was worried about moving to Chicago. She didn't need to be, because when she arrived there she immediately felt at home. 'Just walking down the street, I knew I belonged there,' she said. And the people of Chicago also felt that she belonged to them.

**Translate the text into Ukrainian. Please note that prep time is not available.**

<https://www.youtube.com/watch?v=AK7OMB2AzrI>

3.1. Her talk show started in January 1984, and it was an immediate hit. People loved her direct, personal style of interviewing and, within a few months, her programme was the most popular morning show in the city. Her boss at the TV station was very happy. 'Oprah hit Chicago like a bucket of cold water,' he said. 'She just took over the town.'

3.2. Oprah was a star in one of the biggest cities in the US, but she now wanted to become a national star. Her opportunity came when she got a call from Steven Spielberg. Spielberg was one of the most important people in the Hollywood film industry; he had made several successful films, including E. T. He now wanted to make a film of a book by the black American writer, Alice Walker, called The Color Purple.

3.3. 'Would you like to play a part in the film?' he asked her. Oprah couldn't refuse. The Color Purple was one of her favourite books, and she also knew that a part in a Hollywood film would make her famous around the world. But she was so busy with A.M. Chicago that she had no time to do any other work. Oprah wanted to be in the film so much that she was ready to leave her job with the TV station. But her business manager, Jeffrey Jacobs, had other ideas.

3.4. 'We can work this out,' he told her. 'The TV station will have to give you a break from the show.' Oprah's bosses weren't very happy about the situation, but they didn't want to lose her and they could also see that the film could bring a lot of public attention to her show. They agreed to give her a break of several weeks so she could work on The Color Purple.

3.5. Oprah was very grateful to the TV station, but the experience also helped her to see that there were a few problems with her present contract. If she really wanted to become a star, she needed more control over her life. But how could she get this?

3.6. Jeffrey Jacobs realized that if Oprah wanted to control her life, she first needed to get control of her program. At that time it was only broadcast in the Chicago area, but he thought that it should be possible to broadcast it right across the country. He knew that when The Color Purple arrived in the cinemas, Oprah was going to become an international star. Lots of people outside Chicago would want to see her show.

**Translate the text into Ukrainian. You have 1 minute to prepare. Note that the execution time of translation is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://www.youtube.com/watch?v=2F52gHpyZ-A>

4.1. Oprah decided to negotiate with the TV station. First, she made them change the name of the programme to The Oprah Winfrey Show. Then she asked for a share of the money from sales of her show to other TV stations. It was a great business decision. When The Color Purple came out, the film was a big success and everybody admired Oprah's performance.

4.2. As a result, they all wanted to watch her TV show too. One hundred and thirty eight TV stations across the US bought The Oprah Winfrey Show, and suddenly her earnings jumped from $200,000 a year to $30 million a year! Oprah's decision had made her rich, and it had also taught her an important lesson: control was the key to success.

4.3. So in 1986 she started her own company, called Harpo Productions. ('Harpo' is 'Oprah' spelled backwards.) At first, it was just to create publicity for her show and to answer letters from viewers, but Oprah had big plans for her new company. In 1988, she started to negotiate with the bosses of the Chicago TV station again.

4.4. This time she wanted Harpo Productions to buy The Oprah Winfrey Show from them. The TV station bosses weren't happy. They knew that Harpo would still allow them to broadcast the show, but the deal meant that they were losing control of their most important programme. As negotiations continued it became clear that, if necessary, Oprah was prepared to walk away from her show and go to work in Hollywood. The TV station bosses realized they had no choice; they had to give Oprah what she wanted.

4.5. As she now owned her own show, Oprah needed a place where she could record it. So she bought an old TV and film production centre in west Chicago for $10 million. She then spent another $10 million on new equipment to make sure that Harpo Studios was the best production centre in the city.

4.6. Oprah could now make her shows at times which suited her and she could also make more money from them. But her studio allowed her to do much more than that. In 1988, Harpo Productions started making other programmes for TV, like The Women Of Brewster Place, and soon other companies were using Harpo Studios to make advertisements, films and TV shows.

**Translate the text into Ukrainian. You have 1 minute to prepare. Note that the text is larger than usual.**

<https://www.youtube.com/watch?v=jX-bhm9yqcU>

5.1. In the 1990s, Oprah's business continued to expand in many different areas of the entertainment industry. Ordinary people, especially American women, trust her and understand her ideas and beliefs. They see her as an honest person from a tough background who has fought for her success. This means that many people are happy to buy products that carry Oprah's name.

5.2. This has given Oprah many great business opportunities. In 1998 she created a company called Oxygen Media, which produces TV programmes for women and "children and makes similar material for the Internet. Recently, she also started work on a new women's magazine, and she even has her own film company which has signed a contract with Disney.

5.3. When Oprah had her fortieth birthday in January 1994, she was already the most powerful woman in the world's entertainment industry and also the most highly paid. Over the past few years, business magazines have regularly put her in their lists of top American businesswomen. At the same time, The Oprah Winfrey Show has continued to be as successful as ever — not just in the US, but also in many other countries around the world.

5.4. Because Oprah is now in control of her life, she has also found time to act in several more Hollywood films. And as her business has grown, Oprah has become richer and richer. It now seems likely that she will become America's first black billionaire.

**Listen and translate the text into English (consecutive translation). Note that the speaker's speaking rate will be increased.**

<https://www.youtube.com/watch?v=Y9h7X4GC7ns>

1.1. «Я ніколи, ніколи, поки я чорна, я ніколи не віддам свою силу іншій людині». Опра Уїнфрі. Одного ранку в 1990 році сімнадцять мільйонів американців, як зазвичай, дивилися «Шоу Опри Уінфрі» по телевізору. Опра розмовляла з чотирма простими людьми, у яких були проблеми на роботі. Кожен з них розповідав історію про жадібні компанії, егоїстичних босів і ледачих колег, в той час як Опра задавала їм запитання, посміхаючись і уважно слухаючи.

1.2. Багато з історій вже були знайомі людям в США, які дивилися шоу Опри. Глядачами Опри були в основному прості американці, і багато з них мали подібні проблеми в своїх офісах, магазинах і на фабриках. Для цих людей Опра була однією з них. Вона була з бідної сім'ї і у неї було важке дитинство. Їй довелося боротися за все у своєму житті. Опра, здавалося, була кимось, хто стикався з тими ж проблемами, що і вони, і хто бачив речі схожим чином.

1.3. Отже, всі з нетерпінням чекали веселощів, коли Опра представила свого наступного гостя. Це був письменник бізнес-книг на ім’я Харві Маккей. Відразу було зрозуміло, що Маккей буде на боці босів. Він спробував би пояснити, чому вони часто поводяться погано по відношенню до звичайних працівників. Він спробував би пояснити, чому начальство заробило так багато грошей, в той час як звичайні люди заробляли так мало. І тоді у Опри буде шанс поставити йому кілька складних питань. Вона розповість йому, як звичайні люди ставляться до великого бізнесу.

1.4. Але Харві Маккей здивував усіх. Він не просто говорив і давав відповіді; він почав задавати Опрі питання про її життя. «Мені здається, - сказав він їй через кілька хвилин, - що ви жорсткий, але справедливий начальник». Опра виглядала задоволеною і запитала людей, які допомагали їй у глибині сцени: «Я дуже справедлива, чи не так, дівчатка?»

1.5. Для багатьох глядачів Опри це був цікавий момент. Вони дивилися її шоу кожен день протягом багатьох років і думали, що знають про неї більшість речей. Вони чули про її проблеми дитини, батьки якої розійшлися. Вони слухали, як вона розповідає їм про свої стосунки. Вони навіть знали, що вона їла і що вона часто намагалася схуднути. Але Опра була також босом, і ця ідея була новою і цікавою (несподіваною) для багатьох з них.

1.6. Коли вони подумали про це, стало ясно, що Опра була не просто доброзичливою жінкою в популярному ток-шоу. Опра не просто з'явилася на Шоу Опри Уїнфрі, - вона володіла Шоу Опри Уїнфрі. Це означало, що вона заробляє багато грошей на рекламі в перервах програми. Їй також належала студія, де знімалося її шоу.

**Listen and translate the text into English (consecutive translation). Please note that translation time is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://www.youtube.com/watch?v=BjXishobJ1s>

2.1. Це був один з кращих телевізійних центрів в США, і він коштував близько 20 мільйонів доларів. Фактично, її компанія, Harpo Productions, дала Опрі контроль над своїм життям і життям багатьох інших людей. В індустрії розваг любов Опри до контролю була відома; хоча вона була дуже зайнята, вона підписувала кожен чек своєї компанії, тому вона завжди точно знала, як витрачається кожен цент.

2.2. Можливо, було дивно, що Опра так зацікавилася керуванням своїм життям; адже вона почала роботу в ток-шоу, тому що вона така "некерована". Її першою роботою була робота в якості диктора новин для невеликих радіо- і телестанцій на півдні США початку 1970-х. У ті дні для американців було досить незвично бачити чорношкіру жінку, що читає телевізійні новини, і в 1976 році їй запропонували роботу в набагато більшій телевізійній станції в місті Балтимор.

2.3. Всі погоджувались, що вона відмінно виглядає по телевізору, але у неї не той тип характеру, щоб стати хорошим журналістом. Вона завжди дуже захоплювалася історіями. Коли історії були сумними, вона іноді починала плакати. Коли історії були щасливі, вона теж була щаслива. «Це безумство», - сказали її боси. «Ми повинні знайти цій жінці іншу роботу».

2.4. У той час телевізійна станція хотіла представити ранкове ток-шоу; Це дало б жителям Балтимора можливість з'явитися на телебаченні і обговорити їх думку. Шоу називалося «Люди кажуть». Оскільки Опра так добре розуміла людей, можливо, вона була правильною людиною, щоб представити цю програму. Це могло бути набагато кращим використанням її навичок, ніж читання новин.

2.5. Багато телевізійних інтерв'юерів готують питання перед інтерв'ю, а потім не слухають відповіді своїх гостей під час шоу. Але Опра була зовсім іншою. Вона завжди цікавилася тим, що говорили люди. У неї були реальні розмови з людьми, з якими вона брала інтерв'ю. Незабаром її боси в Балтиморі зрозуміли, що Опра стала зіркою.

2.6. Шоу Опри було настільки успішним, що через кілька років телевізійні боси в інших частинах країни почали помічати її. У 1983 році велика телевізійна станція в Чикаго попросила її представити (очолити) ранкове ток-шоу «А.М. Чикаго» (Доброго ранку, Чикаго). Вони запропонували їй чотирирічний контракт і сказали, що будуть платити їй 200 000 доларів на рік.

2.7. Це були великі гроші, але Опра хвилювалася з приводу переїзду в Чикаго. Їй не варто було хвилюватися, тому що, коли вона прибула туди, вона негайно відчула себе як вдома. "Просто прогулюючись по вулиці, я знала, що "належу" цьому місцю" – сказала вона. І жителі Чикаго також відчували, що й вона належить їм (вона їх людина).

**Listen and translate the text into English (consecutive translation). Note that the speaker's speech deviates slightly from the norm, there is a specific accent.**

[https://www.youtube.com/watch?v=AK7OMB2AzrI](https://www.youtube.com/watch?v=AK7OMB2AzrI" \t "_blank)

3.1. Її ток-шоу почалося в січні 1984 року, і воно відразу стало хітом. Людям подобався її прямий, особистий стиль інтерв'ювання, і протягом декількох місяців її програма була найпопулярнішим ранковим шоу в місті. Її бос на телеканалі був дуже щасливий. «Опра "пройшлася" по Чикаго як холодний душ», - сказав він. «Вона просто захопила місто».

3.2. Опра була зіркою в одному з найбільших міст США, але тепер вона хотіла стати національною зіркою. Ця можливість з'явилася, коли їй подзвонив Стівен Спілберг. Спілберг був одним з найбільш важливих людей голлівудської кіноіндустрії; він зробив кілька успішних фільмів, в тому числі Е. Т. Тепер він хотів зняти фільм за книгою чорношкірої американської письменниці Аліси Уолкер під назвою «Пурпурний колір».

3.3. «Хотіли б ви зіграти роль у фільмі?» запитав він її. Опра не могла відмовитися. «Пурпурний колір» був однією з її улюблених книг, і вона також знала, що роль в голлівудському фільмі зробить її відомою в усьому світі. Але вона була так зайнята в "Доброго ранку, Чикаго", що у неї не було часу займатися будь-якою іншою роботою. Опра так хотіла бути у фільмі, що була готова кинути роботу на телеканалі. Але у її бізнес-менеджера Джеффрі Джейкобса були інші ідеї.

3.4. «Ми зможемо вирішити це», - сказав він їй. «Телевізійна станція повинна дати вам відпочити від шоу». Боси Опри були дуже незадоволені ситуацією, але вони не хотіли втратити її, і вони також розуміли, що фільм може привернути велику увагу людей до її шоу. Вони погодилися дати їй перерву на кілька тижнів, щоб вона змогла попрацювати над «Пурпурним кольором».

3.5 Опра була дуже вдячна телевізійної станції, але цей досвід також допоміг їй побачити, що було кілька проблем з її нинішнім контрактом. Якщо вона дійсно хотіла стати зіркою, їй потрібно більше контролювати своє життя. Але як вона могла зробити це?

3.6. Джеффрі Джейкобс зрозумів, що якщо Опра хоче контролювати своє життя, їй спочатку потрібно отримати контроль над своєю програмою. У той час вона транслювалася тільки в районі Чикаго, але він подумав, що її можна буде транслювати по всій країні. Він знав, що коли «Пурпурний колір» з'явиться в кінотеатрах, Опра стане міжнародною зіркою. Багато людей за межами Чикаго захочуть побачити її шоу.

**Listen and translate the text into English (consecutive translation). Note that the text is larger than usual.**

[https://www.youtube.com/watch?v=2F52gHpyZ-A](https://www.youtube.com/watch?v=2F52gHpyZ-A" \t "_blank)

4.1. Опра вирішила вступити в переговори з телеканалом. Спочатку вона змусила їх змінити назву програми на «Шоу Опри Уінфрі». Потім вона попросила частину грошей (свою частку) від продажу її шоу іншим телеканалам. Це було відмінне ділове рішення. Коли вийшов «Пурпурний колір», фільм мав великий успіх, і всі захоплювалися грою Опри.

4.2. У результаті вони всі також захотіли подивитися її телешоу. Сто тридцять вісім телевізійних станцій в США купили шоу Опри Уїнфрі, і раптово її заробіток підскочив з 200 000 доларів на рік до 30 мільйонів доларів на рік! Рішення Опри зробило її багатою, і також дало їй важливий урок: контроль був ключем до успіху.

4.3. Отже, в 1986 році вона заснувала власну компанію під назвою Harpo Productions. («Гарпії» – це «Опра», написане задом наперед.) Спочатку це було просто для того, щоб рекламувати своє шоу і відповідати на листи глядачів, але у Опри були великі плани щодо її нової компанії. У 1988 році вона знову почала переговори з босами чиказької телестанції.

4.4. На цей раз вона хотіла, щоб Harpo Productions купила у них «Шоу Опри Уінфрі». Начальники телестанції були незадоволені. Вони знали, що Harpo дозволить їм транслювати шоу, але угода також означала, що вони втрачали контроль над своєю найважливішою програмою. У міру продовження переговорів з'ясувалося, що в крайньому випадку Опра була готова піти зі свого шоу і відправитися на роботу в Голлівуд. Боси телеканалів зрозуміли, що у них немає вибору; вони повинні були дати Опрі те, що вона хотіла.

4.5. Оскільки їй тепер належало її власне шоу, Опрі потрібно було місце, де вона могла б записів його. Тому вона купила старий центр з виробництва теле- і кінопродукції в західному Чикаго за 10 мільйонів доларів. Потім вона витратила ще 10 мільйонів доларів на нове обладнання, щоб переконатися, що Harpo Studios є найкращим виробничим центром в місті.

4.6. Опра тепер могла влаштовувати своє шоу в той час, який їй підходив, і вона також могла заробляти на ньому більше грошей. Але своя студія дала їй змогу зробити набагато більше. У 1988 році Harpo Productions почала створювати інші програми для телебачення, такі як The Women Of Brewster Place (Жінки Брюстер Плейс) і незабаром інші компанії стали використовувати Harpo Studios для створення реклами, фільмів і телепередач.

**Listen and translate the text into English (simultaneous translation). Note that the speaker's speech deviates slightly from the norm, there is a specific accent.**

<https://www.youtube.com/watch?v=jX-bhm9yqcU>

5.1. У 1990-х роках бізнес Опри продовжував розширюватися в багатьох різних областях індустрії розваг. Звичайні люди, особливо американки, довіряють їй і розуміють її ідеї і переконання. Вони бачать її як чесну людину з жорстким минулим, яка боролася за свій успіх. Це також означає, що багато людей із задоволенням купують продукти, які носять ім'я Опри (споживають продукцію, яка виробляється з ім'ям Опри).

5.2. Це дало Опрі багато прекрасних можливостей для бізнесу. У 1998 році вона створила компанію під назвою Oxygen Media, яка випускає телепрограми для жінок і дітей і створює аналогічні матеріали для Інтернету. Нещодавно вона також почала працювати над новим жіночим журналом, і у неї навіть є своя власна кінокомпанія, яка підписала контракт з компанією Дісней.

5.3. Коли в січні 1994 року Опрі виповнилося сорок років, вона вже була найвпливовішою жінкою в індустрії розваг у світі, а також найбільш високооплачуваною. За останні кілька років ділові журнали регулярно поміщають її в свої списки провідних американських ділових жінок. У той же час, Шоу Опри Уїнфрі і раніше продовжує бути таким же успішним, як ніколи - не тільки в США, але і в багатьох інших країнах світу.

5.4. Оскільки Опра тепер контролює своє життя, вона також знайшла час, щоб зіграти ще в декількох голлівудських фільмах. І одночасно з ростом її бізнесу, Опра ставала все богатшою. Тепер здається ймовірним, що вона стане першим чорношкірим мільярдером Америки.

**UNIT 5**

**COCO CHANEL**

**Listen to the text, and then try to retell it close to the text.**

<https://www.youtube.com/watch?v=H5iYcbVrEaE>

1.1. 'Fashion is not just about dresses; fashion is something in the air. Fashion is in the sky, the street. Fashion is about ideas, the way we live, what is happening.' Coco Chanel

1.2. At the start of the twentieth century, the idea of women in business seemed crazy.

They believed that a woman's place was in the home, looking after her children, cooking for her family and managing the house. If a woman needed to work she could perhaps find a job in a shop or in a factory, but she had no chance of working as a businesswoman or a banker or a lawyer.

1.3. Women's fashions in the US and Europe at that time supported this idea of their position in society. Fashionable women wore long dresses that almost touched the ground. This made it difficult for them to drive a car, ride a horse or even walk quickly. As a result, they needed men to arrange their travel for them.

1.4. A fashionable woman was also expected to keep her skin as white as possible to show that she didn't work outside in the sun. This meant that women spent a lot of time indoors. When they went out, they often wore large hats that were decorated with flowers, leaves and fruit. These protected their faces from the sun and made it even more difficult for them to move around.

1.5. But many women weren't happy with their position in society, and they didn't like the clothes they had to wear either. One of these people was a Frenchwoman called Gabrielle 'Coco' Chanel.

**Listen to the text while repeating it aloud.**

<https://www.youtube.com/watch?v=KJbLbk2mTmA\>

2.1. Coco Chanel had no experience of business when she opened her first hat shop in Paris in 1910. She was only twenty-seven years old and she came from an ordinary family. When she left school, she worked for a dressmaker for a short time. Later she tried to become a singer in a nightclub, where she was given the name 'Coco'.

2.2. Coco was an attractive young woman; she always dressed well and she was good at making friends. Although she didn't have any money, she mixed with fashionable, successful people and her boyfriends were often rich young army officers. One of these was a handsome young Englishman with a big black moustache, called Boy Capel.

2.3. When Coco asked him to lend her some money so she could open a shop, he was surprised. He had never heard of a woman in business before, but he liked the idea. 'A woman in business?' he said. 'That sounds fun. How much do you want?' Coco asked for enough money to open a shop in one of the best streets in Paris. 'No problem,' replied Boy Capel. He was so rich that he didn't care if he never got his money back.

2.4. Many of Coco's customers in her first shop were her rich young women friends.

They loved the simple but beautiful hats that Coco made for them. At parties they laughed at other women who still wore hats that were covered in fruit and flowers. Soon they were asking Coco for clothes that were designed in the same simple way.

2.5. Coco hated the long dresses that fashionable women wore and so she was happy to make dresses and skirts that were much shorter and reached just below the knee. She also persuaded her customers to wear loose jackets and blouses that allowed them to breathe more easily. Again, the rich, fashionable young women of Paris loved Coco's new ideas, and her shop started to do well.

2.6. In 1913, Coco asked Boy Capel for more money, because she wanted to open a second shop, this time in the French seaside town of Deauville. In summer, the streets of Deauville were full of fashionable people from all over Europe. Russian princesses mixed with English ladies and the daughters of German businessmen, and they were all looking for clothes in the latest style. After her success in Paris, Coco was sure she could offer all of them something special.

2.7. She was right. The young women in Deauville loved her simple hats, loose jackets, and skirts and dresses that reached just below the knee. Coco made plenty of money in her first year in Deauville and in her second summer she expectedto do even better. But then, for everyone in Europe, everything went wrong.

**Read the text aloud, lagging behind the speaker, given by the teacher.**

<https://www.youtube.com/watch?v=gI9kW83YlQg&feature=youtu.be>

3.1. In June 1914 in Sarajevo, Bosnia, a young student called Gavrilo Princep shot and killed Archduke Franz Ferdinand, an important person in the Austrian royal family. Two months later, almost all the nations of Europe were fighting one of the worst wars in history. In August of that year, the German army marched through Belgium

and into the north of France.

3.2. The French army was not prepared for this, and soldiers rushed to defend their country. The British army quickly came to help but the situation looked very dangerous. Many rich French families rushed from the north of France to the expensive hotels of Deauville to get away from the fighting. Some people were frightened, but most were in a good mood.

3.3. 'Don't worry,' they told each other. ' The war will be finished by Christmas.' But after a few weeks, it was clear that they were wrong. More and more men left Deauville to go and fight in the French army.  Soon the expensive hotels were changed

into hospitals, full of soldiers who had been hurt in the fighting.

3.4. The rich Frenchwomen of Deauville saw that it was their duty to help the French army and many of them took jobs as nurses in the hospitals or did other kinds of war work. But after a few days they realized that it was impossible to work in their long dresses.

3.5. They looked around for different things to wear. 'Where can we find clothes that are stylish, but will also allow us to work?' they asked each other.

**Read the text, shorten it as much as possible, replacing all phrases with similar in meaning, but shorter in form, remove unnecessary information (repetitions, secondary information).**

<https://youtu.be/HTpH2CuhNLU>

4.1They found the answer in Coco Chanel's new shop. Her simple hats loose jackets and straight skirts were just what these women needed. They were stylish, but they also allowed women to move around quickly. Coco was soon selling clothes as fast as she could make them.

4.2 A year later, in the summer of 1915, Coco had worked so hard for so long that she was ready for a holiday. So Boy Capel took a break from his job with the British army, and together they went to Biarritz in the south of France. The mood in this seaside town was very different to the mood in Deauville. In Deauville, everyone spent all their time worrying about the war; in Biarritz, people just wanted to have a good time and to forget about it.

4.3 The town was full of young army officers who were spendinga few days away from the fighting with their wives and girlfriends. There was dancing in the big hotels every night. The shops and restaurants were always busy. But the war meant that it was hard for women in Biarritz to find the sort of fashionable clothes that they wanted.

4.4 Coco immediately saw a business opportunity. She realized that women in Biarritz wanted a different style of clothes from women in Deauville. These women wanted to go out and have fun. They wanted to look good and they didn't really care how much they paid for their clothes.

**Translate the text into English. Please note that prep time is not available.**

<https://www.youtube.com/watch?v=wiHVi0ZDikg>

5.1. «Хіба ти не бачиш?» - сказала вона Бою. «Це може бути новий напрямок для бізнесу. У Бsаррицs я можу продавати одяг, сучасний і простий, але який також дозволяє жінкам відчувати себе красивими і добре проводити час. Boy Capel поклав пальці на свої великі чорні вуса і задумався на мить.

5.2. «І, - додала Коко, - я думаю, що жінки також будуть платити дуже хорошу ціну за цей одяг, якщо ми зможемо його правильно продати». Що ти маєш на увазі? - запитав Boy. «Ну, - сказала Коко, - цей одяг повинен виглядати по-новому. Одяг Chanel в Біарріці буде не просто одягом для багатьох жінок, які працюють. Цей одяг змусить жінок відчувати себе добре коли вони його носять».

5.3. Boy не був упевнений в цій ідеї. «Але де ти дістанеш тканину для цього одягу?» запитав він. «Жоден інший дизайнер не може отримати тканину на даний момент. Знаєш, ми живемо посеред війни». «Не турбуйся про це, - сказала Коко, - я знайду тканину. Мені просто потрібні гроші». «Гроші? - сказав Boy Capel. – О, не проблема . У мене багато грошей».

5.4. Boy Capel говорив впевнено, адже коли він позичав ще грошей Коко, він ніколи не чекав побачити їх знову. Ідея Коко була доволі правильною. Вона виявила, що все ще може купити тканину через кордон з Іспанією, яка не воювала у війні.

5.5. Потім вона орендувала дорогий будинок посеред міста і найняла шістдесят жінок, щоб створити свої нові сукні. Вона продавала сукні за дуже високими цінами, але жінки були щасливі платити за них. Вони були настільки популярні,

що люди навіть приїжджали з Мадрида, щоб купити їх.

**Translate the text into English. You have 1 minute to prepare. Note that the execution time of translation is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://www.youtube.com/watch?v=rqBkMY4OeDQ>

6.1. Протягом наступних трьох років Коко подорожувала між трьома своїми бізнесами в Парижі, Довілі і Біарріці, поки Перша світова війна тривала на півночі і сході Франції. До 1916 року більше трьохсот чоловік працювали на неї. Незабаром вона заробила так багато грошей, що могла повернути Вoy Capel все, що вона позичила.

6.2. Коко пощастило, тому що війна дала їй шанс зробити її нові дизайни популярними. Але вона також показала, що вона може розпізнати можливості для бізнесу і що вона може змінити свій стиль, щоб влаштувати своїх клієнтів.

Коли війна закінчилася, в листопаді 1918 року Коко була готова почати наступну і найуспішнішу частину її ділового життя.

6.3. Перша світова війна повністю змінила європейське суспільство. Мільйони чоловіків загинули, а жінки тепер займали на багато важливішу позицію в суспільстві. Жінки показали, що вони можуть працювати в офісах і на фабриках, в той час як чоловіки воювали на війні. У багатьох країнах жінкам тепер дозволялося вперше голосувати за свій уряд.

6.4. До початку 1920-х років жінки усвідомили, що вони можуть відрізнятися від своїх матерів. Вони могли вести спосіб життя зовсім відмінний від того, який вони знали до війни. Після поганих часів війни багаті молоді люди просто хотіли витрачати гроші і веселитися. Вони водили свої блискучі нові автомобілі на пляж, де вони грали в ігри і купалися в морі.

6.5. І чоловіки і жінки ходили на вечірки, де курили сигарети і пили алкоголь. Вони танцювали під музику Луї Армстронга і Джеллі Ролл Мортон.

Вони ходили в кіно, щоб дивитися фільми Чарлі Чапліна і Грети Гарбо. І вони також носили одяг Коко Шанель.

6.6. Жінки не хотіли повертатися до довгих, вузьких суконь і дурних капелюшків довоєнних років. Вони хотіли одяг, який дозволяв їм вільно пересуватися. Стиль Шанель якраз підходив для них. Але тепер її одяг був не лише для жінок Парижа, Довіля і Біарріца.

6.7. Кінець війни означав, що вона могла продавати свій одяг по всьому світу. Для жінок у великих містах Європи, вона робила елегантні костюми з жакетів і спідниць, а для жінок у відпустці розробила спеціальний пляжний одяг. В СШАїї сукні були настільки успішними, що журнал навіть порівнював їх з автомобілем Форда. Бізнес Коко ріс і ріс.

**Translate the text into English. You have 1 minute to prepare. Note that the text is larger than usual.**

<https://youtu.be/1BDrwAryAgU>

7.1. Але Коко не думала просто про одяг. Вона усвідомлювала, що жінки не могли завжди носити діаманти та інші дорогі ювелірні прикраси, коли вони виходили з дому. Тому вона почала робити ювелірні прикраси, які виглядали як

справжні, але виготовлялися з дешевих матеріалів. Вона також висунула ідею короткого волосся для жінок, і вперше популяризувала перебування на сонці жінок, щоб їх шкіра стала засмаглою.

7.2. Але найкращим рішенням Коко було зайнятися косметичним бізнесом. Вона знала, що косметичний бізнес і індустрія моди були схожі у багатьох відношеннях і вона була впевнена, що її ідеї могли допомогти їй бути успішною в цій області. Вона також вірила, що косметика була дуже важливою. Одного разу вона сказала: "Якщо жінка не користується парфумами у неї немає майбутнього."

7.3. Тому на початку 20-х років вона поїхала побачитися з чоловіком на ім'я П'єр Вертхаймер, щоб обговорити свій план. Вертхаймер володів найбільшою фабрикою парфумів у Франції, і він був дуже щасливий працювати з таким відомим дизайнером. У той час жінки користувались парфумами, які завжди пахли квітами, але Коко хотіла, щоб її парфуми мали зовсім інший запах.

7.4. І Коко разом винайшли новий вид парфумів, і вони вирішили продавати його в простій квадратній пляшці. Вони погодилися дати їм ім'я Коко, і вона додала своє щасливе число. Результатом став Chanel No. 5 – найуспішніші парфуми за останні сто років. Багатіючи і стаючи все більш успішною, вона спілкувалася з найвідомішими людьми того часу.

7.5. Їй подобалося перебувати з артистами, і вона робила одяг для шоу в театрах Парижа, де вона працювала з Жаном Кокто, Пабло Пікассо і Сергієм Дягілєвим.

Всі ці люди захоплювалися роботою Коко і розуміли, що вона намагалася зробити. "Коко працювала в моді згідно з правилами, які, здається, мають цінність тільки для художників, музикантів і письменників," сказав Жан Кокто.

**Listen and translate the text into English (consecutive translation). Note that the speaker's speaking rate will be increased.**

<https://www.youtube.com/watch?v=1Ybxk-GRH0U>

8.1. Але Коко не просто спілкувалася з артистами. Вона часто ходила на вечірки, де зустрічала важливих людей таких, як майбутній король Англії - Принц Уельський і майбутній британський військовий лідер - Уїнстон Черчиль. І після смерті її бойфренда воєнних років - Боя Кейпела, її часто бачили під руку з багатими російськими та англійськими лордами.

8.2. Для Коко і її друзів 20-ті роки були найщасливішими десятьма роками двадцятого століття. Але хороші часи раптово закінчилися в жовтні 1929, коли фондова біржа Уолл Стріт, Нью Йорк, обвалилася. Ціни акцій падали і падали, і падали.

8.3. Світова економіка була сильно пошкоджена. Тисячі підприємств закрилися і мільйони людей втратили роботу.

8.4. Для більшості людей обвал на Уолл Стріт був катастрофою, але не для Коко Шанель. Поки звичайні люди страждали, найбагатші люди світу все ще мали гроші, і все ще хотіли дорогого, модного одягу.

8.5. Замість того, щоб робити дешевший і простіший одяг, вона почала розробляти ще більш дорогий одяг і використовувати справжні діаманти в своїх ювелірних прикрасах.

8.6. Коко пам'ятала урок Біарріці: в лихоліття секрет успіху полягає в тому, щоб допомогти людям забути про свої проблеми.

**Listen and translate the text into English (consecutive translation). Please note that translation time is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://youtu.be/BIkDyMFLqKg>

9.1. У ці погані часи для світової економіки, інші успішні люди пам'ятали той самий секрет. Одним з тих людей був великий голлівудський кінопродюсер Сем Голдвін.

9.2. Оскільки звичайні люди в Америці ставали дедалі біднішими він усвідомив, що вони хотіли бачити фільми про зовсім інший світ. Вони хотіли фільмів, які показували чудове життя багатих, красивих людей. Вони хотіли піти в кіно і відійти від своїх проблем.

9.3. Голдвін вирішив, що люди в його фільмах повинні носити кращий і найдорожчий одяг у світі, і тому він пішов до кращого модельєра в світі - Коко Шанель.

9.4. Коко відразу зрозуміла його ідею, і поцікавилася. «Скільки ви мені заплатите?» «Один мільйон доларів», сказав Голдвін. З пропозицією такої кількості грошей, як Коко могла відмовитись? Вона поїхала до Голлівуду, зустрілася з кінозірками, і потім почала працювати над їхнім одягом. Всі очікували побачити результати.

9.5. Фільм називався «Завтра або ніколи» і його зіркою була Глорія Свонсон. У фільмі її одяг був красивим, але він був досить простим. Коли фільм показали в Штатах, люди здивувалися. Вони очікували чогось більшого за 1 мільйон доларів.

9.6. Американська газета написала так про фільм: «Шанель хоче, щоб леді виглядала, як леді; Голлівуд хоче, щоб леді виглядала, як дві леді». Шанель залишила гроші собі, але Сем Голдвін вирішив не використовувати її одяг знову.

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://www.youtube.com/watch?v=6dDhiOeCV60&feature=youtu.be>

10.1. Back in Paris, Coco had more problems. The French economy was in a very bad [ ] People without work wanted jobs, and the people with jobs wanted more money. Bosses like Coco had everything, while it was hard for many French people to [ ] their families.

10.2. In the middle of the 1930s, Coco's business employed around 4,000 people. She thought she was good to the people who worked for her, but some of them had a different opinion. In 1936, fifty of her workers stopped work and sat down in one of her factories in Paris. Coco put on her best suit and rushed to speak to them, but they had locked the door of her factory and she couldn't get in. Coco was very angry.

10.3. How could they do this to her? She and her workers argued and argued, but they couldn't agree on a [ ] to their differences. Coco's reply showed that she was a very tough businesswoman: she [ ] three hundred of them. But still they refused to change

their minds. Coco now had an even more serious problem. She had designed some new clothes for a fashion show and she was worried that they wouldn't be ready.

10.4. What could she do? She decided to give her workers what they wanted, but she never forgot what they had done to her. At around this time, Coco started to go out with a rich German man called Hans Gunther von Dincklage. She always called him 'von D'. Nobody knew exactly what von D was doing in Paris, but many people thought that he was a [ ] for Germany's Nazi government.

10.5. This didn't worry Coco, and the two of them started to live together in the expensive Paris Ritz Hotel. But while Coco and von D enjoyed their life, Europe moved closer to war. In 1938, Hitler's German army [ ] into Czechoslovakia. The next year, the Germans marched into Poland and the Second World War began. Although Coco's business had done well in the First World War, she decided that she didn't want to work through another war.

10.6. Perhaps she was still angry with her workers after the problems of 1936. Or perhaps she had just had enough of business. But for whatever reason, in 1939 Coco closed her fashion business and all her workers [ ] their jobs. Many people were angry with her and asked her to change her mind, but she simply told them, 'This is no time for fashion.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://youtu.be/G6nH0C6uK8E>

11.1. Through the winter of 1939 and into 1940, the French people waited and worried. In 1940, the German army [ ] and took [ ] of Paris. Many French people started secret groups and continued to fight the Germans, but not Coco. She was happy in her rooms at the Ritz Hotel with her German [ ], and she just wanted to enjoy her life.

11.2. The war hadn't closed the theatres and shops of Paris, so she could [ ] go out and do what she wanted. But as her fashion business was now [ ], she needed to find other ways of [ ]. She knew that her perfume Chanel No. 5 was still very popular with the French and [ ]women who were living in Paris. She also knew that her partner in the perfume business, Pierre Wertheimer, had left France to get away from the [ ] and was now living in the US.

11.3. Coco thought she saw an opportunity to take control of the whole perfume business. But although Wertheimer was on [ ] side of the Atlantic, he was not going to [ ] this to happen. Chanel No. 5 made him so much money that he didn't want to [ ] [ ] of it. Coco, Wertheimer and their lawyers started to argue about it. But while Coco

and Wertheimer fought for control of Chanel No. 5, the Germans were [ ] losing control of the war.

11.4. In June 1944, the British and the Americans landed on the beaches of the west of France and started to move [ ] Paris. Two months later, they were just [ ] the city. The Germans realized that they were [ ] and started to leave. The people of Paris opened the doors of their houses, had parties and [ ] in the streets. But Coco wasn't so happy.

11.5. She knew that many French people were angry with people who had helped the Germans in the war and they wanted to [ ] them. Would they want to punish Coco? She [ ] going to wait to find out. When the war ended, she left France and went to live [ ].

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://www.youtube.com/watch?v=XC05ttVZjvY&feature=youtu.be>

12.1. For most of the next eight years, Coco lived [ ] in Switzerland. She soon found out that she was so rich that she didn't need to work. She continued to argue with Pierre

Wertheimer about the control of Chanel No.5 from her new Swiss home. But when he returned to France after the war, they found a way to solve their problems.

12.2. Wertheimer kept control of the perfume business, but he agreed to pay Coco 2% of the money from sales of the perfume around the world. This meant that Coco was now earning around $1 million a year and she didn't even have to get out of bed in the morning!

12.3. As the years passed, some people still remembered the beautiful Chanel clothes from the years before the war; but they soon forgot the rich old lady who had designed them. Although Coco now had everything that she wanted, she didn't really like her new life. She had loved her work and now she [ ] the world of fashion.

12.4. She still read fashion magazines and looked carefully at all the new designs. But Coco found that more and more often she didn't like what she saw. The new star designer in the fashion world was a Frenchman called Christian Dior. In 1947, he produced his 'New Look'. His shirts and jackets were tight and made it difficult for women to breathe. His skirts and dresses were [ ] at the [ ] and [ ] at the [ ] and they reached down to women's shoes.

12.5. Women loved Dior's clothes. They were very different to the boring clothes and [ ] that they had had to wear during the war years. hey were also very different to the Chanel look of the years before the war.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://www.youtube.com/watch?v=gT3bhcpeJwo>

13.1. Every year, Christian Dior's 'New Look' made Coco more and more angry. In 1953, she decided that she couldn't sit and watch and do [ ] . She had to return to the fashion business. She returned to Paris and started to design new clothes for a fashion show the next year. Many people thought she was crazy.

13.2. 'What does a seventy-year-old woman know about modern fashion?' they asked. 'Doesn't she know that times have changed?' But Coco didn't listen and on 5 February 1954, she introduced her new designs at a fashion show in Paris. The show was a disaster. The newspapers said that they were clothes for old ladies and country people. Coco was upset and angry that her designs had been [ ] so [ ]

13.3. 'These people just don't understand,' she said. 'It's true that I'm old, but I'm still one of the greatest designers in the world. I changed women's fashion once and I know I can change it again. I'll show them!' So Coco didn't return to Switzerland and she didn't stop working. The next year, she produced some different designs for another fashion show and this time many people liked them.

13.4. The year after that, there was another new show and more and more people started to admire her clothes. By the end of the 1950s, she was again one of the most important fashion designers in the world. During the 1960s, rich and beautiful women from all over the world visited Coco's offices to ask for advice and to buy new suits and skirts and dresses. Coco was rich and successful, but nobody really knew if she was happy.

13.5. For the final seventeen years of her life, she lived alone in the Ritz Hotel in Paris. Every morning she walked across the road to work in the offices above one of her shops. She was often still cutting cloth and making dresses late at night. Why did she work so hard? She once said, 'Work has always been a kind of [ ] for me.'

13.6. If work was her drug, it was a drug that helped her to live for a long time. She was still designing new clothes for the world's top women when she died in 1971. She was eighty-seven years old.

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://www.youtube.com/watch?v=ANnWy4KfHLY&feature=youtu.be>

14.1. Today, 'Chanel' is still one of the most important names in fashion and cosmetics, but the modern 'House of Chanel' is very different to Coco's old company. A new boss, the German designer Karl Lagerfeld, joined the company in 1983 and introduced several new ideas. He saw that the company could use Chanel's famous name to sell many different products all over the world. Soon the company had shops in over forty countries.

14.2. The Chanel name was on hats, belts, jewellery, clothes and handbags, as well as on many different kinds of cosmetics. Chanel's products were bought by many more women than ever before. But if Coco were still alive today she would probably be pleased with many things about the modern company. She could walk into the best shop in any big city in the world and buy her Chanel No. 5 perfume and it would still be in the same square bottle. She could walk into a Chanel shop and still find smart suits and beautiful dresses in the simple Chanel tradition.

14.3. In her work as a designer, Coco Chanel loved simple styles because she believed that a woman was always more important than the dress that she wore. 'Dress [ ] ,' she once said, 'and people will [ ] the dress. Dress well and people will notice the woman.'In her life, people noticed Coco Chanel not just because of wonderful clothes, but also because she was the first and most successful international businesswoman of the twentieth century.

**UNIT 6**

**PETER DRUCKER**

**Translate the text into English. Please note that prep time is not available.**

<https://youtu.be/J5qs4F1uniI>

1.1. Серед провідних світових гуру менеджменту існує велика конкуренція. Але, як не дивно, всі вони згодні з відповіддю на питання: хто найважливіший сучасний управлінський мислитель? Відповідь, звісно, Пітер Друкер.

1.2. Всі згодні з тим, що він людина, яка винайшла сучасний менеджмент. Він був першим, хто задумався про становище бізнесу в суспільстві. Він підтримав ідею дати більше влади робочим в той час, коли слово боса було законом.

1.3. Він бачив важливість комп'ютерів ще до того, як Білл Гейтс навчився читати. Він також сказав, що урядові (державні) підприємства повинні повернутися в приватну частину економіки за двадцять років до того, як ця ідея змінила вигляд Європи.

1.4. Але Друкер не просто фахівець з бізнесу. Він написав дві художні книги, а також вів університетські курси з японського мистецтва. Навіть його книги про бізнес сповнені ідей та інформації з історії та літератури.

1.5. «Скільки англійців було джентльменами в дев'ятнадцятому столітті?» запитує він в одній зі своїх книг. (Небагато – його відповідь.) Він часто наводить приклади з робіт Джейн Остін і Чарльза Діккенса, щоб пояснити свої ідеї про життя компанії.

1.6. Правда в тому, що Друкер не звичайний письменник з менеджменту. У нього немає реального досвіду бізнесу, тому що він провів більшу частину свого життя в університетах. І хоча він працював в США понад півстоліття, насправді він не американець. Можливо, саме тому він завжди був трохи інакшим.

**Translate the text into English. You have 1 minute to prepare. Note that the execution time of translation is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://youtu.be/FFwltML9chE>

2.1. Друкер народився в 1909 році і виріс у Відні, Австрія. Коли він був підлітком в 1920-х роках, Відень був містом, який жив в минулому. Всього кілька років тому це була столиця території, яка простягалася від Альп до краю Росії. Там проживало понад 50 мільйонів людей.

2.2. Прекрасні віденські палаци вітали найбагатших і найвпливовіших світових лідерів. Його кафе були сповнені великих художників і письменників. Його концертні зали і театри представляли одні з найбільших музичних творів і п'єс у всій Європі. Але Перша світова війна змінила все це.

2.3. У кінці війни Австрія виявила, що вона втратила свою владу, більшу частину своєї території і майже весь свій народ. До початку 1920-х років Австрія була маленькою країною з населенням всього 6,5 мільйона чоловік, і їй не було місця на світовій арені.

2.4. Звичайно, Австрія змінилася, але її народ не забув своїх традицій – особливо своєї традиції високого рівня мистецтва та науки. Сім'я Пітера Друкера була типовою. Його бабуся була музикантом і грала для Густава Малера; його батько був другом Зигмунда Фрейда.

2.5. Друкер виріс в домі, де говорили трьома мовами. Вони обговорювали науку, книги і математику так, як багато сучасних сімей говорять сьогодні про телебачення і спорт.

**Translate the text into English. You have 1 minute to prepare. Note that the text is larger than usual.**

<https://youtu.be/qT7k8mfFq5w>

3.1 Незабаром стало зрозуміло, що молодий Пітер Друкер дуже розумний. Він отримав відмінні результати в школі, і в сімнадцять років він вирішив покинути Австрію та знайти нове життя. Він переїхав до Гамбурга на півночі Німеччини. Його батько хотів, щоб він став студентом денного відділення в Гамбурзькому університеті. Але ідея була занадто нудною для Друкера.

3.2. «Студенти живуть уві сні, що складається з двох частин пива і однієї частини сексу», – сказав він. Він хотів дізнатися про реальне життя. Таким чином, він працював в офісі вдень ​​і вивчав юриспруденцію в університетській бібліотеці вечорами. Його батько хвилювався. Він думав, що його син витрачає даремно своє життя. Але Друкер незабаром довів його неправоту.

3.3. У віці двадцяти років він вже публікував свої дописи в важливих журналах. Його перша стаття була про світову економіку. Вона була дуже добре написана і дуже розумно аргументована; проте на жаль, вона також була дуже помилковою. «Світова економіка виглядає добре, - писав він. – Нью-Йоркська фондова біржа майже напевно підніметься».

3.4. Стаття з'явилася у вересні 1929 року. Всього через місяць Нью-Йоркська фондова біржа зазнала краху. Це була найгірша фінансова катастрофа двадцятого століття. Друкер сказав, що після цього досвіду він ніколи не намагався знову гадати про фінансове майбутнє.

3.5. Крах Нью-Йоркської фондової біржі жахливо вплинув на всі економіки світу. І одним з місць, які постраждали найбільше, була Німеччина. Німецький бізнес зазнав краху, цінність німецьких грошей впала, і мільйони простих німців втратили свої робочі місця.

3.6. Деяким німецьким сім'ям довелося продати все, що у них було, щоб мати змогу купити їжу. Друкер був шокований проблемами, які він бачив. Але він був ще більш шокований наступними подіями.

**Listen and translate the text into English (consecutive translation). Note that the speaker's speaking rate will be increased.**

<https://youtu.be/MbGOAqBMrBg>

4.1. Здавалося, що німецькі політики нічого не могли зробити, щоб допомогти своєму народу. Багато простих німців втратили надію на свій уряд і шукали інші рішення своїх проблем. Єдиною людиною, яка сказала, що у нього є відповідь, був Адольф Гітлер. Підтримка Гітлера росла в міру того, як проблеми Німеччини погіршувались. У 1932 році Гітлер і його нацистська партія прийшли до влади.

4.2. На початку 30-х років Друкер переїхав у Франкфурт і влаштувався журналістом в газету. Він був в ідеальному положенні, щоб побачити зміни в німецькому житті, і він був наляканий побаченим. Але що йому робити? Чи повинен він залишитися і боротися з нацистами, чи йому краще полишити країну і знайти нове життя деінде?

4.3. Скоро стало зрозуміло, що у нього немає вибору. Друкер працював над книгою про письменника і мислителя на ім'я Джуліус Шталь. Він знав, що ідеї Шталя сильно відрізнялися від ідей людей нацистської партії.

4.4. Коли книга була опублікована, він дуже хвилювався. Насправді він не даремно турбувався. Нацисти ненавиділи книгу так сильно, що спалили її. Друкер зрозумів, що йому потрібно полишити країну.

4.5. У 1933 році Друкер переїхав до Лондона. Там він працював в банках або інших фінансових організаціях протягом дня і продовжував писати вечорами. Але новини з Німеччини ставали дедалі гіршими, і викликалив нього все більшу стурбуваність політичною ситуацією в Європі.

**Listen and translate the text into English (consecutive translation). Please note that translation time is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://youtu.be/KwdFo4J_ooE>

5.1. Але у нього також були й щасливі часи в Лондоні. Одного разу він збирався сісти на поїзд на лондонському вокзалі, коли побачив поруч з собою гарну молоду жінку на рухомих сходах. Вона піднімалася, а він їхав вниз.

5.2. Але справа була не тільки в тому, що вона була гарна, але й в тому, що він впізнав її! Це була жінка на ім'я Доріс, яку він знав в Гамбурзі. Добравшись до нижньої частини рухомих сходів, він вирішив піти за нею і побіг сходами вгору. Коли він піднявся на півдороги, він побачив, що вона якраз спускається вниз.

5.3. Вона також впізнала його і вирішила слідувати за ним! Коли вони нарешті впіймали один одного, вони схвильовано розмовляли про старі часи в Німеччині і домовилися зустрітися знову. Кілька років по тому Друкер і Доріс одружилися – це було партнерство, яке тривало до кінця століття!

5.4. Живучи в Лондоні, Друкер дуже серйозно думав про події в Німеччині. «Чому нацисти прийшли до влади?» запитував він себе. Він вирішив, що це було результатом змін в суспільствах і економіках європейських країн.

5.5. Сучасний світ значно змінив спосіб життя людей. В Європі та Америці люди покинули ферми і сільську місцевість і переїхали в міста, щоб знайти роботу на фабриках і в офісах. Старі ідеї суспільства більше нічого не означали для цих людей. Проблема полягала в тому, що не було гарних нових ідей для їх заміни.

5.6. Він відчував, що звичайні люди втратили надію на майбутнє. У Німеччині вирішенням цієї проблеми був Адольф Гітлер і нацисти. Але Друкер був упевнений, що цю проблему можна вирішити іншими способами.

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://youtu.be/RqpV4J0CZQc>

6.1. He [ ] his ideas into a book called The End of Economic Man. It was published in 1939, just before the start of the Second World War. It was an [ ] success [ ] certain kinds of people. The British politician Winston Churchill (who had not yet become a war [ ] ) read the book and said that it was [ ]

6.2. He said that all top soldiers in the British army should [ ] a copy to help them to understand the [ ] situation. Drucker later learnt that they received his book in a [ ] that also [ ] the famous children's story Alice In Wonderland. So, what did that say about the world's [ ] of his ideas?

6.3. At the end of the 1930s, Peter and Doris Drucker [ ] the Atlantic and set up home in the USA. Drucker soon found a job as a teacher at Bennington College in Vermont. But he didn't stop thinking about the ideas in his first book.

6.4. He decided that many of the problems of the [ ] world were problems that had been [ ] by business. Business had lots of power in modern society, but it did not always use this power [ ]

6.5. He thought that companies needed to think more [ ] about their [ ] and about their [ ] to look after their workers. But if business had [ ] the problems, then business could also solve them. In his next book, The Future of Economic Man, he said that the future of society was all [ ] the future of organizations.

6.6. Drucker wanted to [ ] out more about big business organizations. But as the world was at war, he knew he had to wait. Every big company in the USA was working as hard as possible to produce [ ] for the army.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://youtu.be/edAadzPlGMk>

7.1. Drucker realized that managers had no time to talk to a university teacher like him. Then, one day in 1943, he was sitting in his office at Bennington College, when he received a phone call. ; 'Hello, Mr Drucker,' said the voice. 'I'm calling from General Motors. We'd like to talk to you about something. Can you come for a [ ] ?'

7.2. Two days later Drucker visited General Motors' offices. There, he met one of the top managers, Donaldson Brown. 'We've read your books,' Brown told him, 'and people at GM are interested in your ideas. We're mostly technical and financial people here, but we're asking the same questions as you.

7.3. What is the place of big business in society? How should a big organization be [ ] ? That sort of thing.' Drucker couldn't believe his ears. 'Well, obviously I'm very happy to hear that,' he said. 'But how can I help you?'

7.4. 'We have to start [ ] for the years after the war has finished,' Brown explained. 'So we'd like you to come to GM and look at our work. We'd like you to think about our organization and our [ ] and then write a [ ] for top management.'

7.5. 'That sounds very interesting,' said Drucker, 'but I already have a job at Bennington College.' 'That's OK,' said Brown. 'We don't want to [ ] you. We want someone from [ ] . You can [ ] your job at Bennington, but of course, we'll pay you some [ ] money.'

7.6. For Drucker it was a great [ ] . General Motors was the most powerful company in the world. Drucker also wanted to meet GM's boss, Alfred Sloan. Sloan and his ideas were already famous in the business world.

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://youtu.be/4F7O63FNP_Y>

8.1. Drucker had heard that Sloan kept [ ] central control of the company's [ ] and its [ ] . But he also knew that Sloan allowed GM's managers to be independent and he liked to Listentheir opinions. When Drucker met him for the first time, he saw immediately that Sloan believed strongly in [ ] .

8.2. 'Mr Drucker,' said Sloan, 'you have probably heard that I didn't want you to [ ] General Motors. I saw no [ ] for your work. But my managers [ ] with me and so we took a [ ] to invite you here.

8.3. This means that it is my duty to make sure that you do the best [ ] job. Come and see me at any time. Ask me any question you like. You can [ ] our meetings and you can make [ ] . I only ask that you do not tell people our secrets.'

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://youtu.be/HOXsiAwuzXg>

9.0. Drucker [ ] Sloan but when he looked around the [ ] of GM, he was often surprised. On several [ ] , he found a big [ ] between Sloan's ideas and the real world of GM's factories and offices.

9.1. One of Drucker's first [ ] at GM was with a man called Marvin Coyle. Coyle was head of Chevrolet. He was a big man with hard, [ ] eyes. Many of Chevrolet's employees were afraid of him. Coyle knew it, but he was the kind of man who didn't [ ]

9.2. One morning, Coyle was telling Drucker about the importance of Sloan's ideas. 'We like our managers to be independent,' said Coyle. 'We want them to take their own [ ] .'

9.3. At that moment, the [ ] was [ ] as a message started to come through on the noisy machine behind him.

9.4. 'Is everything all right?' asked Drucker. 'Oh yes,' said Coyle. 'That's just the manager in Kansas City. He always tells me when he goes out to [ ] .' Drucker shook his head. 'So that's what "independent" means, is it?' he said to himself.

9.5. Although GM had only asked Drucker to write a report, he soon realized that he had [ ] ideas for a book. Business books were not popular at that time, but he found a [ ] and called it [ ] of the Corporation.

9.6. On the whole, the book was very [ ] about General Motors. Drucker was very [ ] about Sloan's way of mixing central control and independence for managers. But he also found a few [ ] . He was especially worried about the company's attitude towards its workers.

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://youtu.be/2nCFdN4RUUs>

10.0. At that time all businesses were [ ] on the workers. At General Motors they were only [ ] when there was a job to do. During the company's [ ] times, many workers sat at home and earned nothing at all. When they were able to work, managers often shouted at them and ordered them to work harder.

10.1. But as early as the 1920s, people had asked if this was the right way to [ ] . An Australian called Elton Mayo had done some tests with 20,000 workers at Western Electrics Hawthorne factory outside Chicago.

10.2. He wanted to see the effects of different [ ] [ ] on the factory's [ ] . In the first test, the lighting conditions in the Hawthorne factory were [ ] . The result was that workers [ ] their production.

10.3. In the second test, the lighting conditions were made [ ] . Perhaps [ ] , production [ ] up again. Finally, lighting conditions in the factory were [ ] to normal. And once again, the workers' production improved.

10.4. How could Elton Mayo [ ] these results? He decided that the improvements in production had nothing to do with the changes in lighting conditions. Production had only increased because the workers [ ] [ ] - and they felt valued simply because they were [ ] of his test.

10.5. Elton Mayo said that this showed that it was important for managers to be [ ] to workers. It was not enough for managers to offer extra money for good work and [ ] for bad work. He said that people work harder when they feel their work is valued. Managers needed to understand that they were [ ] with [ ] [ ] and not machines.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://youtu.be/XHzorVSJphM>

12.1. A few days later, Drucker was knocking on the door of Harry Hopf's house in New York. An old man answered the door. 'So, young man,' said Hopf. 'I understand that you are interested in management.'

12.2 .Hopf led him into a huge library that contained thousands and thousands of books. Drucker looked around him. 'Are all these books about management?' he asked. Hopf laughed. 'No, young man,' he said. 'These are mostly about selling, advertising and production. I have, I believe, only six books about management in the whole library.'

12.3. In fact, when Drucker looked at Hopf's six management books more closely, he found that three of them weren't really about management at all. It was clear that if Drucker wanted to read any more books on management, he would have to write them himself.

12.4. In the years immediately after the Second World War, Drucker thought deeply about business and the job of a manager. In 1954, he published a book called The Practice of Management. According to some people, it was the book that invented management.

12.5. In the book, he asked some important questions. Probably the most important one was: what is a business? At that time, most people's answer was: an organization that tries to make a profit. But Drucker disagreed. For him, business wasn't just about money. He said that a business should always be a part of society.

12.6. He said that business should always act responsibly. For him, the purpose of business is to create a customer. A business should always make something that people want to buy. It might be a completely new product, or it might be something that people have always wanted.

12.7. But businesses should never try to trick people and business people should never be greedy. The purpose of business was to serve society. If business people got rich as a result, that was their fair reward.

**Listen and translate the text into Ukrainian (simultaneous translation). Note that the text is larger than usual.**

<https://youtu.be/NF3VO1b3JBM>

13.1. And what about managers? What exactly was their job in Drucker's idea of business? To explain, Drucker told a simple story.

13.2. One day, he said, there were three workers who were all cutting some large pieces of stone. A stranger went up to them and asked, 'What are you men doing?' The first man looked up from his work and said, 'I am earning some money.' The second replied, 'I am doing the best job of stonecutting in the country.'   
But the third man stopped and said, 'I am building a beautiful and enormous church.' The third man, Drucker explained, was the true manager.

13.3. For Drucker, management wasn't just about the everyday running of a business. For him, a manager was someone who could see into the future. A manager was someone who could bring together people's skills and energies to produce something that was exciting and new.

13.4. In the old world, the most important creative person had been the artist; in the modern world of organizations, according to Drucker, it was the manager.

13.5. But, in practice, how could a manager do this? Drucker's answer was 'management by objectives' (MBO). He said that a manager's job was not just to accept orders from above. A manager should always understand where he or she wants to go.

13.6. A company should set an objective for a manager and then reward that person when they succeeded. Over the next twenty years MBO was accepted by almost every big company in the world.

**Listen and translate the text into Ukrainian (simultaneous translation). Note that the speaker's speech deviates slightly from the norm, there is a specific accent.**

<https://youtu.be/jtPgCN43xOI>

14.1. Since the 1950s, Drucker's ideas have become more and more important. As well as a university teacher, he has also been a consultant to businesses and governments. People have always been ready to Listenhis ideas because it seems that Drucker is able to see the future very clearly.

14.2. In 1959, most people in the 'world worked with their hands in factories or fields. Rich economies made their money from factories and physical strength. The most important products were things like planes, cars and trains.

14.3. But 1959 was also the year that Drucker first talked about the knowledge worker. He said that more and more people are going to start working with their brains. He said that information and ideas will have a higher value than oil, wood and iron.

14.4. Today, in many countries, the computer has made that situation a reality. But when Drucker first had those thoughts, the computer that sits on your desk today was the size of a small house!

14.5. In the 1960s, Drucker also thought hard about the job of government in society. He believed that the real purpose of government was to make decisions and to lead society. He was worried that many governments also tried to run businesses.

14.6. He said that governments were bad at doing things themselves, because they nearly always wasted time and money. His solution was for governments to sell their businesses to private companies. In 1969, it seemed like a crazy idea.

**Translate the text into Ukrainian (simultaneous translation).**

[https://youtu.be/PmfJmSpD\_Js](https://youtu.be/PmfJmSpD_Js" \t "_blank)

15.1. It was the time of the Cold War. In countries like China and the Soviet Union, governments owned all the businesses in the country. Even in places like Western Europe and the USA, governments owned many of their country's factories and services. It was almost impossible to believe that anything could change.

15.2. But some people were listening to Drucker, and during the 1970s his ideas spread from the world of business into the world of politics. In the early 1980s, the UK's new Prime Minister, Margaret Thatcher, tested Drucker's ideas about government for the first time.

15.3. She started selling many of Britain's government businesses, like car factories and telephone companies, to the private part of the economy. Many people criticized Thatcher and said that she was selling things that belonged to the British people.

15.4. But, soon governments in the rest of Europe and Latin America were copying Britain. And in the early 1990s, after the end of the Soviet Union, even Russia started to sell some of its factories and farms. Drucker had never dreamt that his ideas could travel so far!

15.5. Peter Drucker has had a big effect not just on business, but also on the world beyond the factory and the office. But management has always been at the centre of his thinking.

15.6. So what about Drucker's own ability as a manager? He has never really been a businessman himself. And, perhaps, that's a good thing. With complete honesty, Drucker once said, 'I would be a very poor manager. Hopeless. And a company job would be very, very boring.'

**UNIT 7**

**TOM PETERS**

**Listen and translate the text into Ukrainian (consecutive translation). Note that the text is larger than usual.**

<https://youtu.be/-GBVD8N9dto>

1.1. The man on the stage stops talking for a moment and takes off his jacket. He is so hot that everyone can see that his shirt is wet. 'Some people will tell you that they have all the answers,' he says. 'But not me. I know nothing. In this world we all know nothing. Zero. And do you know why? It's because the business world is changing too quickly.'

1.2. Some of the people who are watching look at each other and shake their heads.   
'Look at General Motors. They knew it all. That's why they didn't prepare for the oil price increase in the 1970s. That's why they didn't notice the Japanese car industry. Oh yes, General Motors knew it all.'

1.3. A few people now start to laugh. So the man on the stage stops and points at them.   
'Why are you laughing? General Motors was the biggest company in the world. It was probably a hundred times bigger than your company. And its managers were probably a hundred times better too.

1.4. But their problem was that they thought they knew it all and, really, they knew nothing. And that is my message today.'   
The people who are watching are all very successful businessmen and businesswomen. They have each paid over $1,000 for their seats. So why are they watching a man who knows nothing? Why do they Listenhis insults?

1.5. The reason is that the man is Tom Peters — the star of the management world. He earns over $50,000 for each talk. Millions and millions of people have bought his books. The world's top companies ask his advice.

**Listen and translate the text into Ukrainian (consecutive translation). Note that the speaker's speech deviates slightly from the norm, there is a specific accent.**

<https://youtu.be/OrCuMY-m8Kw>

2.1. Tom Peters would like you to believe that he's a little bit crazy. The serious Peter Drucker introduced the idea of management by objectives, an idea which was often called MBO. As an answer to Drucker, Peters suggested MBWA. And what did that mean? Management by walking around!

2.2. At his talks, Peters sometimes shows a painting in the style of Jackson Pollock. It looks like the artist has thrown a. can of paint at the picture.

2.3. 'The plan of your organization should look like this,' Peters tells his listeners. They shake their heads. What does he mean? But when they think about it more carefully, his ideas become clearer. He's trying to tell them that business isn't tidy and well ordered.

2.4. Business is messy. Business is always changing. To succeed, the modern business person needs to think in new ways.

Some business people might think that Peters and his ideas are a joke. But behind his strange behaviour, Peters has always been a very serious person.

2.5. He was a young man in the 1960s. It was a time when many young Americans grew their hair long and sang songs about peace and love. But not Peters. He was a serious student and worked hard to pass his examinations in engineering at Cornell University.

**Listen and translate the text into Ukrainian (consecutive translation). Please note that translation time is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://youtu.be/zsw9IFmZ72A>

3.1. It was also the time of the Vietnam war. Many US students marched on the streets to show that they wanted their government to stop the fighting. But Peters didn't. He had an arrangement with the US army. They paid for his education and he agreed to work for them when he left university.

3.2. As a result, his first job was as an engineer who built roads and bridges for US soldiers in Vietnam. After his time in Vietnam, Peters studied at Stanford, one of the USA's top business schools, and then got a job with the famous company of management consultants, McKinsey & Co.

3.3. McKinsey earns over $2 billion a year by selling advice to some of the biggest and most important companies in the world. A McKinsey report can cost several million dollars. It can do this because it employs the top people from the world's best business schools.

3.4. After leaving McKinsey, many of its consultants have become famous people in politics or business. Lou Gerstner, the head of IBM, worked for several years as a McKinsey consultant; Robert Haas, worked there before he became boss of Levi Strauss and Co. William Hague, the leader of the UK's Conservative party, also spent some time with the company.

3.5. When Tom Peters joined the San Francisco office of McKinsey in 1974, he was thirty-two years old and he had little real experience of the business world. He soon found that McKinsey was a tough place to work.

3.6. Consultants must be ready to travel anywhere in the world at any time. They often have to work over a hundred hours a week. And if they fail, they are soon looking for another job.

3.7. At McKinsey, it is not possible to stay at the same level for your whole working life. Either you are good enough to get a better job inside the company, or you are asked to leave.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://youtu.be/I2EheO7tkSY>

4.1. McKinsey [ ] its name from the man who started the company, James O. McKinsey. But the person [ ] the company's great [ ] was really Marvin Bower. Bower became the boss of the company in the 1930s. He wanted McKinsey to have an image like a [ ] company or a bank.

4.2. He said that his company's advice should always be [ ] so that its customers took it [ ] . He said that its consultants should never talk about its customers' business.

4.3. He said that McKinsey's consultants should always [ ] in dark suits, ties and hats. And for some [ ] [ ] , he also told them always to wear long socks. Obviously, McKinsey's consultants were not [ ] for their legs!

4.4. Peters' work at McKinsey gave him the chance to go [ ] the world and to see businesses in many different countries. As he [ ] , he became interested in the question: what [ ] an [ ] company? More and more people wanted to hear his answer and soon McKinsey was asking him to give [ ] about his ideas to some of its biggest customers.

4.5. Then in July 1980, Peters had a meeting with Lew Jones, the boss of the US magazine, Business Week. 'We like your ideas,' said Jones. 'Can you write something for us?'

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://youtu.be/WJC3cvrYh5E>

5.1. A week later, the [ ] [ ] of Business Week said, 'Putting [ ] into management.' Inside, there was a four-page [ ] by Tom Peters that explained his main ideas. Although it was on page 196 of the magazine, lots of people read it and liked it. Peters says, 'That was a [ ] [ ] of luck.

5.2. The phone started ringing. It was the last day of [ ] I ever had.' One of the phone calls was from a publishing company. They wanted him to write a book. Peters worked hard on the book for the [ ] of that year and continued into 1981.

5.3. In fact, he found it very hard to stop and by late summer of that year he had written 1,300 pages. As a writer, Peters obviously had a [ ] to learn. The publishing company had asked him for a business book; they didn't want another War and Peace!

5.4. Peters asked for help from one of his colleagues at McKinsey, Robert Waterman. Waterman was very different to the noisy, energetic Peters. He was a [ ] man who enjoyed painting and he had a very [ ] mind.

5.5. Waterman agreed to rewrite Peters's book and to make it much [ ] . By the spring of 1982, the work was finished. Now, they only needed a [ ] . Both Peters and Waterman wanted to call it 'The Secrets of Excellence'. They liked it, the publishing company liked it, in fact everybody liked it, [ ] the boss of McKinsey, Marvin Bower.

5.6. He called the two men to his office. 'As you know,' he said, 'McKinsey never tells anyone its customers' secrets. Gentlemen, I suggest that you find a new title.' Peters said afterwards,'It was like an [ ] from God.'

5.7. Peters and Waterman thought hard about a new title. Peters suggested that they should call the book 'Management By Walking Around', but in the end he and Waterman decided on the title In [ ] of Excellence.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://youtu.be/sAygJfLLM5Q>

6.1. When the book was [ ] in October 1982, [ ] [ ] it to be a great success. The publishing company only produced 15,000 copies. Some magazines wrote about it, but they were not very [ ] . Most people simply [ ] it.

6.2. But In Search of Excellence was the [ ] book at the [ ] time. In the early 1980s, many Americans had lost [ ] in their country's economy. The big increase in oil prices in the 1970s had had a bad [ ] on US business and by 1982 over 10 per cent of US workers were [ ] .

6.3. Many people [ ] US business for this situation. They said that Japanese companies were making products that were cheaper and better quality than US ones. They said that US business people had [ ] their м and that things were going [ ] [ ]

6.4. But Tom Peters and Robert Waterman disagreed. Their message was that Americans didn't need to worry too much about the Japanese [ ] . They said that there were many examples of excellent companies in the USA and in their book, they described forty-three of them.

6.5. Nobody was very surprised by the companies they chose. They were nearly all big businesses like IBM, Proctor & Gamble, Johnson & Johnson and Exxon. But Peters and Waterman explained that these companies were successful because they did simple things well.

6.6 .These were companies that were [ ] to their [ ] and that made things that the [ ] really wanted. Above all, these were companies that didn't think of their workers as machines. They were companies that [ ] people [ ].

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://youtu.be/9bquQHT9A1M>

7.1. It was exactly the message that Americans wanted. After a [ ] start, the book started to sell in [ ] [ ] and [ ] a million in its first eleven months. By the end of 1985 around five million people had bought it.

7.2. But as Peters soon realized, the book's success wasn't just because of its message. In Search of Excellence had made business [ ] for the first time. People wanted a copy because it looked good on their [ ]

7.3. Tom Peters [ ] that although five million people had bought the book, only half of those people had opened it, perhaps 500,000 had read a few [ ] and probably only 100,000 people had actually read it all.

7.4. Perhaps it was a good thing that so few people actually read it. Because, soon, people started to notice that the excellent companies in the book were not so excellent any more.

7.5. Two years after it was published, a US business magazine showed that a quarter of the 'excellent' companies were having problems. Five years later two-thirds of the 'excellent' companies were in trouble and some had [ ] [ ] of business [ ] !

7.6. But Tom Peters wasn't worried about that. He has never been afraid to say that he's wrong. And he's always been happy to [ ] his [ ] . In fact, he started his 1987 book, [ ] on Chaos, with the words, 'There are no excellent companies.'

**Listen and translate the text into English (simultaneous translation). Note that the text is larger than usual.**

<https://youtu.be/sIQRp5kEVH0>

8.1. За п'ять років між «У пошуках досконалості» і «Процвітання в хаосі» Петерс подорожував по всьому світу і проводив тисячі бесід з діловими людьми. За цей час його уявлення про бізнес змінилися. «У Пошуках Досконалості» стверджували, що в бізнесі «великий» значить «кращий».

8.2. Але в 1987 році Петерс подумав, що багато підприємств занадто великі. Він вважав, що традиційні компанії страждають від занадто великого централізованого контролю, і вони наймають занадто багато людей. У минулому керівники великих компаній спілкувалися з працівниками через менеджерів середньої ланки.

8.3. За словами Пітерса, робота менеджера середньої ланки зводилася до збору і контролю інформації. Але тепер це була робота, яку міг виконувати комп'ютер. Комп'ютери можуть дати звичайним працівникам змогу приймати більше власних рішень.

8.4. Якщо ви були менеджером середньої ланки у великій компанії, Петерс говорив вам :«Пора знайти щось ще, що можна зробити з вашим життям!»

8.5. Ще раз Петерс виявив, що його книга була опублікована точно в потрібний час. День, коли вона надішла до книгарень, був 19 жовтня 1987 року. У фінансовому світі цей день завжди буде пам'ятатися як Чорний понеділок.

8.6. У той день були втрачені мільярди і мільярди доларів, оскільки фондові біржі по всьому світу обвалилися на величезні суми. Повідомлення з бірж було ясним: світ – небезпечне місце. Месседж Петерса в книзі «Процвітання в хаосі» також був ясним: ця книга допоможе вам розібратися з проблемою.

**Listen and translate the text into English (simultaneous translation). Note that the speaker's speech deviates slightly from the norm, there is a specific emphasis.**

<https://youtu.be/5jwxSpE8RFg>

9.1. Події після 1987 року показали, що багато ідей Петерса в «Процвітання в хаосі» були абсолютно правильними. Швидкість змін в діловому світі значно зросла. Великий бізнес зіткнувся з великими проблемами. Комп'ютери стали все більш і більш важливими. І тисячі менеджерів середньої ланки втратили свої робочі місця, оскільки підприємства намагалися стати меншими.

9.2. У 1990-ті роки ідеї Тома Пітерса знову змінилися. Він сказав, що менеджерам необхідно готуватися до змін сучасного світу по-новому. Бізнес змінюється швидше, ніж будь-коли раніше, і він вважає, що традиційним компаніям потрібно вчитися на прикладі світу моди, кіно, телебачення і комп'ютерів.

9.3. Він сказав, що компанії повинні бути готові змінюватися кожного дня року. Він сказав їм, що потрібно більше схожим на американську телекомпанію CNN.

9.4. У відділі новин в CNN ретельне планування було неможливо. Кожен день могло трапитися що завгодно. Могла початися війна, міг померти президент, могло статися величезне стихійне лихо. Як і CNN, сказав Том Пітерс, кожна компанія повинна винаходити себе кожен день.

9.5. Він сказав підприємствам, що вони повинні бути більше схожі на компанії Силіконової долини, розташованої на південь від Сан-Франциско в Каліфорнії. Силіконова долина є домом для світової комп'ютерної індустрії. Це місце, де люди можуть заробити мільярд доларів до того, як їм виповниться тридцять.

9.6. Але це також місце, де багато людей зазнають невдачі. Але в Силіконовій долині про це ніхто не турбується. Вони визнають, що ви вчитеся бути успішними, тільки роблячи безліч помилок.

**Translate the text into English (simultaneous translation).**

<https://youtu.be/G8e4DStq54I>

10.1. Він також захоплювався ставленням у Силіконовій долині до роботи. Там ніхто не очікує роботу на все життя. Компанії приходять і йдуть весь час, і люди з радістю переходять з роботи на роботу.

10.2. Кажуть, що якщо ви вирішите змінити роботу по дорозі на роботу вранці, ви просто ведете свій автомобіль на парковку іншої компанії! Чи не буде в майбутньому подібної ситуації для всіх в кожній галузі? Том Пітерс впевнено відповідав: «Так».

10.3. Том Пітерс – важка людина для опису. Він, напевно, найвідоміший в світі гуру менеджменту, і все ж він каже: «Я нападаю на менеджерів, щоб заробляти на життя». Він серйозний письменник і мислитель, але він з'явився на одній з обкладинок своїх книг без штанів.

10.4 Він говорить з деякими з найбагатших і найвпливовіших босів в світі і каже їм: «Робітники в Сполучених Штатах і Англії використовувалися як корм для собак протягом останніх 150 років».

10.5 Отже, як же ви зможете дістатися до суті його ідей? Як завжди, Том Пітерс пояснює це найкраще сам: «Божевільні часи вимагають божевільних людей».

**UNIT 8**

**HANAE MORI**

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://www.youtube.com/watch?v=u2SybrTcFVo&feature=youtu.be>

1.1. I entered a world, the world of (...), where women had little place! Hanae Mori One afternoon in 1961, a young (...) woman called Hanae Mori arrived at the offices of the great fashion (...), Coco Chanel, in Paris. Hanae was nervous.

1.2. She had always (...) the pictures of Chanel's clothes that she had seen in fashion (...) at home in Japan. She had also read a lot about Chanel and knew that she was a person with very strong opinions. Now Hanae was going to ask Chanel to design a (...)for her.

1.3. As she sat and waited for her meeting, Hanae watched the (...) in the office come and go. Some wore stylish Chanel suits, others (...) skirts and (...) blouses with lots of beautiful (...). What kind of clothes will Chanel suggest for me?' Hanae (...).

1.4. At last, Chanel's door opened and Hanae went in to meet the great designer. Hanae was (...) when she first saw her. Chanel was much smaller than she had (...). And (...) she was now an old woman in her seventies, Hanae could easily (...) her as a beautiful young woman many years before.

1.5. Chanel looked at Hanae (...) and then said, 'You have wonderful black hair. We must dress you in orange like the sun.' Hanae thought for a moment. She didn't want to be (...) to such an (...) woman, but she didn't agree with her at all. I'm not sure about that,' she said. 'I like (...) colours.'

1.6. The two women (...) it for a few minutes and then decided that Chanel would make Hanae a black suit with orange at the (...).

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://youtu.be/jweVN0SQaA0>

2.1. When Hanae left Chanel's offices, she (...) that she had bought a suit that was just right for her (...). But she had also got something much more (...) from her meeting with

Chanel. Hanae had (...) that she wanted to be a designer like Coco Chanel.

2.2. Before she (...) Chanel, she had always (...) that designer fashion was a man's world. Now she knew that if Coco Chanel could (...), then she could too. Hanae went back to Tokyo and two years later (...) her own design (...). (...) thirty years, it had grown into a five-billion-dollar business.

2.3. When Hanae met Coco Chanel in 1961, she already had a lot of (...) of the clothes business, (...) she had never worked in designer fashion before. Her interest in clothes had started when she was a child in a small (...) in Shimane in the (...)of Japan.

2.4. Her family was traditional in many ways, but her rich father liked his children to be (...) in the latest European styles. Little Hanae always felt very different from the (...) village children who arrived at school in their simple Japanese clothes, while she wore an (...) suit from Paris or London.

2.5. As she grew up, Hanae often (...) with her father about her (...). He wanted her to be like him and to become a doctor, but Hanae wanted to study art. Art?' her father used to say. 'Art is a (...) hobby, but it's not a real (...) to study.'

**Look at the text in which words / phrases are omitted; based on the semantic analysis of the text, recover the missing words / phrases.**

<https://www.youtube.com/watch?v=Xo8EZfzGNkc>

3.1. In the end they (...) that Hanae would study literature, and so she left her family and started a course in (...) literature at university in Tokyo. But (...) she could finish her studies, the Second World War started. Like many (...) women students, Hanae had to stop studying and go to work in a (...).

3.2. Soon she (...) that the war was going badly for Japan. Every night she heard the American planes in the air (...)Tokyo and she listened for the sound of the (...) as the bombs (...) in the city around her.

3.3. When the war ended in 1946, Japan had a lot of problems. Many of its cities had been (...), and millions of its people had been killed. But Hanae wanted to (...) to normal as quickly as possible. So she went back to university and finished her (...) in 1947. At that time there seemed little (...) that she would go into business.

3.4. The year before, Hanae had (...) in love with a rich young man called Ken Mori, whose family (...) a factory that made cloth. They were soon married and it seemed that Hanae would become a (...). Until the end of the Second World War, Japan had been a very traditional (...) and a woman was simply expected to be a good wife and a wise mother. At first, Hanae was ready to (...) this situation.

3.5. 'I had no problem with (...) a housewife,' she said. But it was soon clear that a life at home, looking after her (...) and her family, was not for her. After just a few months, Hanae was bored. She (...) looking around for something to keep her busy.

3.6. In the late 1940s, Japanese society was slowly (...). In 1946, Japanese women had been allowed to vote for the first time and a few women had become (...) in Japan's parliament. There were still very few Japanese (...), but if women could become (...), why couldn't they also become successful in other areas? Hanae (...) to try business.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://www.youtube.com/watch?v=5rwlARmqelU>

4.1. She had always been interested in clothes, she loved art and she was married to a man who owned a cloth factory. So the clothes business was the [ ] [ ] for her. Over the next two years, she learnt about designing clothes, [ ] cloth, selling clothes and [ ] a business.

4.2. By 1951, she felt that she was ready to [ ] and sell her own clothes. She started in a small way, making clothes for a few people, but then she had a [ ] of [ ] . An important Japanese film [ ] saw one of her designs and loved it. He called Hanae.

4.3. 'Could you make some clothes for my next film?' he asked. Hanae said 'yes' without even thinking about it. Over the next six years, she made clothes for many Japanese films and worked with people like Yasujiro Ozu and Nagisa Oshima.

4.4. In Japan it was a time when people were [ ] the [ ] again after the war. They had [ ] [ ] for the future, and when they went to the cinema they wanted to see film stars who looked [ ] , strong and [ ] . Hanae's clothes for Japan's stars [ ] this [ ] perfectly.

4.5. Her experience of working in the film [ ] was very important for her. My eyes were opened to the world,' she said. 'I understood that there were many different types of women. I realized how men looked at women and how they loved them.'

4.6. By the time she arrived in Paris for her meeting with Coco Chanel, Hanae already knew a lot about the clothes business and had made a lot of money from it. But her move into designer fashion in the early 1960s was something quite new for her.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://www.youtube.com/watch?v=MH5RuvB4k4M>

5.1. When Hanae returned from Paris, she travelled to New York to study European and American design. Then in 1965, she opened a shop in Tokyo to sell her own designer clothes. As Hanae's business [ ] over the next few years, she noticed that the fashion industry was changing in important ways. Chanel

5.2. Chanel had always designed clothes specially for each customer; when Hanae Mori bought her suit from Chanel in 1961, she knew that she was buying something that had been made [ ] for her. But the younger designers of the late 1960s were more interested in making clothes that were [ ] to [ ] .

5.3. These could be produced in much [ ] [ ] , which allowed fashion designers to [ ] their businesses. Now they could have many shops in countries all round the world.

5.4. As a result, designer fashion became much more international. Hanae was very [ ]

with this change, because from the start of her work in designer fashion, she wanted to make sure that her business was international.

5.5. She had her first fashion show in New York in 1965, and in the 1970s she started to have regular fashion shows in Paris too. The most important part of Hanae's business has probably always been in Japan, where she now has over seventy shops. But she also has three shops in Paris, and customers can buy her clothes in over a hundred places in

the US.

5.6. She has also always tried to [ ] Eastern and Western ideas in her designs. She designed long dresses in a Western style which were [ ] with Japanese [ ] . She liked to use cloth which was [ ] with Eastern pictures of flowers and birds.

5.7. She made suits in a European style, but with [ ] like the ones worn by China's Mao Zedong. In Japan, rich women loved her ideas and found that they could wear her clothes for all [ ] : business, sport and parties.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://www.youtube.com/watch?v=NZk1iIEnrfc>

6.1. One of Hanae's greatest moments was the design of a [ ] dress for Masako Owada when she married Prince Naruhito in 1993. But her clothes have been popular not just with Japanese women, but with many rich Europeans and Americans as well, including film stars like Grace Kelly and Sharon Stone and presidents' wives like Nancy Reagan

and Hillary Clinton.

6.2. Just like Coco Chanel, Hanae also understood that success in fashion could lead to success in other industries. Chanel had shown that when people bought a bottle of perfume, they were buying more than a [ ] with a nice smell. The success of Chanel No. 5 showed that people wanted perfume with a stylish image; they wanted perfume with a [ ] name in a [ ] bottle and they were happy to pay a [ ] of [ ] money for this.

6.3. When Hanae Mori produced her own perfume, she knew that customers would [ ] the stylish [ ] of her clothes with the image of the perfume. She also realized that women, especially women in Japan, would trust her. For the first time it's a Japanese woman talking to Japanese women,' she said.

6.4. But unlike Coco Chanel, Hanae Mori wanted to do more than just sell designer clothes and perfume. She also saw that she could use her name to sell children's clothes, as well as books and magazines. In fact, Hanae discovered that her famous name and her [ ] in business could help her in many different areas.

6.5. When she visited a famous restaurant in Paris, she liked it so much that she decided to start a similar French restaurant in Tokyo. Of course, it was a big success.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://www.youtube.com/watch?v=B4b7t-_mCWo>

7.1. Hanae's business now [ ] over $5 billion a year, and in some ways it seems like a typical international company. Thousands of people work for Hanae, and her head office is in a beautiful, modern glass building in the fashionable area of Omotesando in Tokyo. But her company is still a family business.

7.2. Her husband, Ken, was [ ] in the financial side of her business from the early days. He died in 1996, but now her sons and their wives hold important [ ] in the company. Some of her grandchildren have also started to work in parts of her international operation.

7.3. Hanae is now over seventy years old, and she still flies regularly between Tokyo, Paris and New York to check all her different business interests. But when she decides to leave business life, it seems [ ] that the Hanae Mori tradition will continue.

7.4. Her ideas will be remembered not just by her family and colleagues, but also by other successful Japanese designers like Issey Miyake, Rei Kawakubo and Yohji Yamamoto. They learned a lot from her because, with her mix of East and West, Hanae. was the first Japanese designer to become an international success.

7.5. She will also be remembered by other Japanese businesswomen. Japan has changed in many ways since Hanae was a bored housewife in the 1940s, but even today there are fewer women in top jobs in Japan than in other big rich countries. Hanae Mori's life shows younger businesswomen that it is always possible to [ ] the [ ].

**Read the text, shorten it as much as possible, replacing all phrases with similar in meaning, but shorter in form, remove unnecessary information (repetitions, secondary information).**

<https://www.youtube.com/watch?v=u2SybrTcFVo&feature=youtu.be>

1.1. «Я увійшла в світ, світ моди, де у жінок було мало місця!» – Ханна Морі. Одного разу в 1961 році молода японка на ім'я Ханае Морі прибула в офіс великої модельєрки Коко Шанель, в Парижі. Ханае нервувала.

1.2. Вона завжди захоплювалася фотографіями одягу Шанель, які вона бачила в журналах моди в себе вдома, в Японії. Вона також багато читала про Шанель і знала, що вона була людиною з дуже твердими думками. Тепер Ханае збиралася попросити Шанель розробити для неї костюм.

1.3.Коли вона сиділа і чекала цієї зустрічі, Ханае спостерігала за жінками які приходять і йдуть з офісу. Деякі носили стильні костюми Chanel, інші носили спідниці та вільні блузки з великою кількістю красивих прикрас. Ханае задавалася питанням «Який одяг запропонує мені Шанель?»

1.4. Нарешті, двері Шанель відкрилася, і Ханае увійшла, щоб зустріти велику дизайнерку. Ханае була здивована, коли вперше побачила її. Шанель була набагато меншою, ніж вона очікувала. І хоча тепер вона була старою жінкою у віці сімдесяти років, Ханаее могла легко представити її красивою молодою жінкою багато років тому.

1.5. Шанель уважно подивилася на Ханна, а потім сказала: «У тебе чудове чорне волосся. Ми повинні одягнути тебе в помаранчеве, як сонце. Ханае подумала. Вона не хотіла говорити грубощі такій важливій ​​жінці, але вона з нею взагалі не була згодна. «Я не впевнена в цьому, – сказала вона. «Мені подобаються спокійні кольори».

1.6. Дві жінки обговорили це впродовж декількох хвилин, а потім вирішили, що Шанель зробить Ханае чорний костюм з помаранчевим краями.

**Translate the text into English. You have 1 minute to prepare. Note that the execution time of translation is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://youtu.be/jweVN0SQaA0>

2.1. Коли Ханна покинула офіс Шанель, вона знала, що купила костюм, який буде відповідати її характеру. Але вона також отримала від своєї зустрічі з Шанель щось набагато важливіші Ханнна зрозуміла, що хоче стати дизайнером як Коко Шанель.

2.2. Перш ніж познайомитися з Шанель, вона завжди думала що дизайнерська мода була чоловічим світом. Тепер вона знала, що якщо Коко Шанель змогла досягти успіху, тоді вона теж зможе. Ханае повернулася в Токіо і через два роки почала (заснувала) свою власну дизайнерську компанію. Протягом тридцяти років вона перетворилася (виросла) на бізнес у п'ять мільярдів доларів

2.3. Коли Ханна познайомилася з Коко Шанель в 1961 році, у неї вже було багато досвіду роботи в сфері одягу, хоча вона ніколи раніше не працювала в дизайнерській моді. Її потяг до одягу почався, коли вона була дитиною в маленькому селі в Симані на південний захід від Японії.

2.4. Її сім'я була традиційною у багатьох відношеннях, але її багатий батько хотів щоб його діти одягалися за останнім Європейським стилем. Маленька Ханае завжди відрізнялася від інших сільських дітей, які ходили в школу у своєму простому японському одязі, в той час як вона носила дорогий костюм з Парижа або Лондона.

2.5. Коли Ханна виросла, то часто сперечалася з батьком про своє майбутнє. Він хотів, щоб вона була схожа на нього і стала лікарем, але Ханае хотіла вчитися мистецтву. «Мистецтво? – говорив її батько – Мистецтво – чудове хобі, але воно не може бути предметом вивчення».

**Translate the text into English. Please note that prep time is not available.**

<https://www.youtube.com/watch?v=Xo8EZfzGNkc>

3.1. Врешті-решт вони погодилися, що Ханае буде вивчати літературу і тому вона залишила свою родину і почала курс японської літератури університету в Токіо. Але перш ніж вона змогла закінчити навчання, Почалася Друга світова війна. Як і багато інших жінок-студенток, Ханае довелося припинити навчання і поїхати працювати на фабрику.

3.2. Незабаром вона зрозуміла, що війна закінчиться погано для Японії. Щоночі вона чула американські літаки в повітрі над Токіо і чула звуки вибухів, коли бомби падали в місті навколо неї.

3.3. Коли війна закінчилася в 1946 році, у Японії було багато проблем. Багато з її міст були зруйновані, а мільйони людей були вбиті. Але Ханае хотіла якомога швидше повернутися до нормального життя. Тому вона повернулася в університет і закінчила навчання в 1947 році. У той час було мало шансів, що вона буде займатися бізнесом.

3.4. Роком раніше Ханае закохалася в багатого молодого чоловіка на ім'я Кен Морі, чия родина володіла фабрикою тканини. Вони скоро одружилися, і здавалося, що Ханае стане домогосподаркою. До кінця Другої світової війни, Японія була дуже традиційним суспільством, і від жінки  очікувалося бути хорошою дружиною і мудрою матір'ю. Спершу Ханна була готова прийняти цю ситуацію.

3.5. «У мене не було проблем з тим, щоб стати домогосподаркою», - сказала вона. Але незабаром стало ясно, що життя у себе вдома, догляд за чоловіком її сім'єю, були не для неї. Через кілька місяців Ханае стало нудно. Вона почала озиратися, щоб чимось зайняти себе

3.6. У кінці 1940-х років японське суспільство повільно змінювалося. В 1946 японським жінкам було вперше дозволено голосувати і кілька жінок стали політиками в парламенті Японії. Жінок-бізнесменів все ще було дуже мало, але якщо жінки можуть стати політиками, чому вони не можуть стати успішними в інших областях? Ханае вирішила розпочати бізнес.

**Translate the text into English. You have 1 minute to prepare. Note that the text is larger than usual.**

<https://www.youtube.com/watch?v=5rwlARmqelU>

4.1. Вона завжди цікавилася одягом, вона любила мистецтво і вона була одружена з людиною, яка володіла фабрикою тканин. Отже "бізнес з одягу" був для неї очевидним вибором. Протягом наступних двох років, вона дізналася про розробку (дизайн) одягу, розкрій тканин, продаж одягу і ведення бізнесу.

4.2. До 1951 року вона відчула, що вже готова виготовляти і продавати свій одяг. Вона почала з мінімуму одягаючи кількох людей, але потім їй посміхнулася удача. Великий японський кіновиробник побачив одну з її моделей і вона сподобалася йому. Він подзвонив Ханае.

4.3. «Чи можеш ти зробити який-небудь одяг для мого наступного фільму?» запитав він. Ханае сказала «так», навіть не подумавши про це. Протягом наступних шести років вона робила одяг для багатьох японських фільмів і працювала з такими людьми, як Ясуджіро Озу і Нагіса Осима.

4.4. У Японії це був час, коли люди відбудовували економіку після війни. У них були великі надії на майбутнє, і коли вони йшли в кіно, вони хотіли побачити кінозірок які б виглядали яскраво, сильно і впевнено. Одяг Ханае для японських зірок прекрасно "спіймав" цей настрій.

4.5. Досвід роботи в кіноіндустрії був для неї дуже важливий. «Мої очі відкрилися світу», - сказала вона. «Я зрозуміла що існує багато різних типів жінок. Я зрозуміла, як чоловіки дивляться на жінок і як вони їх люблять їх ».

4.6. На той час, коли вона приїхала до Парижа для зустрічі з Коко Шанель, Ханае вже багато знала про "бізнес з одягу" і заробила на ньому багато грошей. Але її перехід до дизайнерської моди на початку 1960-х років став для неї чимось абсолютно новим.

**Listen and translate the text into English (consecutive translation). Note that the speaker's speaking rate will be increased.**

<https://www.youtube.com/watch?v=MH5RuvB4k4M>

5.1. Коли Ханае повернулася з Парижа, вона вирушила в Нью-Йорк, щоб вивчити європейський та американський дизайн. Потім в 1965 році вона відкрила магазин в Токіо, щоб продавати свій дизайнерський одяг. В той час коли бізнес Ханае зростав протягом наступних декількох років, вона помітила, що індустрія моди серйозним чином змінювалася.

5.2. Шанель завжди розробляла одяг спеціально для кожного клієнта; коли Ханаее Морі купила костюм у Шанель в 1961 році, вона знала, що вона купувала те, що було зроблено саме для неї. Але більш молоді дизайнери кінця 1960-х років більше цікавилися виготовленням одягу, який був би вже готовий до "носіння".

5.3. Такий одяг може вироблятися в набагато більшій кількості, що дасть змогу дизайнерам розширювати свій бізнес. Тепер у них може бути багато магазинів в різних країнах по всьому світу.

5.4. У результаті дизайнерська мода стала набагато більш міжнародною. Ханае дуже підходили  ці зміни, тому що з самого початку її роботи в дизайнерській моді вона хотіла зробити так, щоб її бізнес був інтернаціональним.

5.5. У неї був перший показ мод в Нью-Йорку в 1965 році, а в У 1970-х вона почала

регулярні покази мод в Парижі. найважливіша частина бізнесу Ханае, ймовірно, завжди була в Японії, де вона тепер має понад сімдесят магазинів. Але у неї також є три магазини  в Парижі і клієнти можуть купити її одяг в більш ніж ста місцях в Сполучених Штатах.

5.6. Вона також завжди намагалася змішувати східні і західні ідеї в своїх проектах. Вона розробила довгі сукні в західному стилі, які були покриті японським шрифтом. Їй подобалося використовувати тканину, яка була прикрашена східними картинами квітів і птахів.

5.7. Вона створила костюми виконані в європейському стилі, але з комірами, які носить Мао Цзедун в Китаї. В Японії багатим жінкам подобалися її ідеї і вони вважали що вони можуть носити її одяг у всіх випадках: бізнес, спорт і вечірки.

**Listen and translate the text into English (consecutive translation). Please note that translation time is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://www.youtube.com/watch?v=NZk1iIEnrfc>

6.1. Одним з найбільших величніших життєвих моментів Ханае став дизайн весільного плаття для Масако Овада коли вона вийшла заміж за принца Нарухіто в 1993 році. Але її одяг був був популярним не тільки у японських жінок, але і cеред багатьох багатих європейок і американок, в тому числі кінозірок, таких як Грейс Келлі і Шерон Стоун і дружин президентів, таких як Ненсі Рейган і Хілларі Клінтон.

6.2. Як і Коко Шанель, Ханае також розуміла, що успіх в моді може привести до успіху в інших галузях. Шанель показала, що коли люди купують флакон парфумів, вони купують більше, ніж рідину з приємним запахом. Успіх Chanel № 5 показав, що людям потрібні парфуми зі стильним образом; вони хотіли, щоб парфуми були з спеціальною назвою в спеціальній пляшечці, і вони будуть щасливі заплатити за це багато зайвих грошей.

6.3. Коли Ханае Морі виробляла власні парфуми, вона знала, що клієнти будуть поєднувати стильний образ її одягу з образом духів. Вона також зрозуміла, що жінки, особливо жінки в Японії, будуть їй довіряти. Вперше японська жінка звертається до японських жінок – сказала вона.

6.4. Але на відміну від Coco Chanel, Ханае Морі хотіла робити щось більше, ніж просто продавати дизайнерський одяг і парфумерію. Вона також зауважила, що вона може використовувати своє ім'я для продажу дитячого одягу, а також книг і

журналів. Фактично, Ханае виявила, що її відоме ім'я і її навички в бізнесі могли допомогти їй у багатьох різних областях.

6.5. Коли вона відвідала знаменитий ресторан в Парижі, їй так сподобалося,  що вона вирішила відкрити аналогічний французький ресторан в Токіо. Звичайно, це був великий успіх.

**Listen and translate the text into English (consecutive translation). Note that the text is larger than usual.**

<https://www.youtube.com/watch?v=B4b7t-_mCWo>

7.1. Бізнес Ханае тепер становить понад 5 мільярдів доларів на рік, і в деяких моментах здається типовою міжнародною компанією. Тисячі людей працюють на Ханае, а її головний офіс розташований в гарному сучасному скляному будинку у фешенебельному районі Омотесандо в Токіо. Але її компанія як і раніше є сімейним бізнесом.

7.2. Її чоловік, Кен, був залучений до фінансової сторони її бізнесу з перших днів. Він помер в 1996 році, але тепер її сини і їх дружини займають важливі посади в компанії. Деякі її внуки також почали працювати в відділах її міжнародних операцій.

7.3. Ханае зараз понад сімдесят років, і вона все ще літає регулярно між Токіо, Парижем і Нью-Йорком, щоб перевірити всі свої різні ділові інтереси. Але коли вона вирішить покинути ділове життя, здається напевно, що традиція Ханае Морі буде продовжена.

7.4. Її ідеї будуть пам'ятати не тільки її сім'я і колеги, але і інші успішні японські дизайнери, такі як Issey Miyake, Рей Кавакубо і Йоджі Ямамото. Вони багато чому навчилися у неї, її техніці змішування Сходу і Заходу. Ханае була першим Японським дизайнером з міжнародним успіхом.

7.5. Її також запам'ятають інші японські бізнесмени. В Японії багато що змінилося з тих пір, як Ханае була нудьгуючою домогосподаркою в 1940-і роки, але навіть сьогодні в Японії менше жінок на вищих посадах, ніж в інших великих багатих країнах. Життя Ханае Морі показує молодим бізнесвумен, що завжди можна досягти вершин.

**Translate the text into Ukrainian (simultaneous translation).**

<https://www.youtube.com/watch?v=u2SybrTcFVo&feature=youtu.be>

1.1. I entered a world, the world of fashion, where women had little place! Hanae Mori

One afternoon in 1961, a young Japanese woman called Hanae Mori arrived at the offices of the great fashion designer, Coco Chanel, in Paris. Hanae was nervous.

1.2. She had always admired the pictures of Chanel's clothes that she had seen in fashion magazines at home in Japan. She had also read a lot about Chanel and knew that she was a person with very strong opinions. Now Hanae was going to ask Chanel to design a suit for her.

1.3. As she sat and waited for her meeting, Hanae watched the women in the office come and go. Some wore stylish Chanel suits, others wore skirts and loose blouses with lots of beautiful jewellery. What kind of clothes will Chanel suggest for me?' Hanae wondered.

1.4. At last, Chanel's door opened and Hanae went in to meet the great designer. Hanae was surprised when she first saw her. Chanel was much smaller than she had expected. And although she was now an old woman in her seventies, Hanae could easily imagine her as a beautiful young woman many years before.

1.5. Chanel looked at Hanae carefully and then said, 'You have wonderful black hair. We must dress you in orange like the sun.' Hanae thought for a moment. She didn't want to be rude to such an important woman, but she didn't agree with her at all. I'm not sure about that,' she said. 'I like quiet colours.'

1.6. The two women discussed it for a few minutes and then decided that Chanel would make Hanae a black suit with orange at the edges.

**Listen and translate the text into Ukrainian (simultaneous translation). Note that the speaker's speech deviates slightly from the norm, there is a specific emphasis.**

<https://youtu.be/jweVN0SQaA0>

2.1. When Hanae left Chanel's offices, she knew that she had bought a suit that was just right for her character. But she had also got something much more important from her meeting with Chanel. Hanae had realized that she wanted to be a designer like Coco Chanel.

2.2. Before she met Chanel, she had always thought that designer fashion was a man's world. Now she knew that if Coco Chanel could succeed, then she could too. Hanae went back to Tokyo and two years later started her own design company. Within thirty years, it had grown into a five-billion-dollar business.

2.3. When Hanae met Coco Chanel in 1961, she already had a lot of experience of the clothes business, although she had never worked in designer fashion before. Her interest in clothes had started when she was a child in a small village in Shimane in the south-west of Japan.

2.4. Her family was traditional in many ways, but her rich father liked his children to be dressed in the latest European styles. Little Hanae always felt very different from the

other village children who arrived at school in their simple Japanese clothes, while she wore an expensive suit from Paris or London.

2.5. As she grew up, Hanae often argued with her father about her future. He wanted her to be like him and to become a doctor, but Hanae wanted to study art. 'Art?' her father used to say. Art is a wonderful hobby, but it's not a real subject to study.'

**Listen and translate the text into Ukrainian (simultaneous translation). Note that the text is larger than usual.**

<https://www.youtube.com/watch?v=Xo8EZfzGNkc>

3.1. In the end they agreed that Hanae would study literature, and so she left her family and started a course in Japanese literature at university in Tokyo. But before she could finish her studies, the Second World War started. Like many other women students, Hanae had to stop studying and go to work in a factory.

3.2. Soon she realized that the war was going badly for Japan. Every night she heard the American planes in the air above Tokyo and she listened for the sound of the explosions as the bombs fell in the city around her.

3.3. When the war ended in 1946, Japan had a lot of problems. Many of its cities had been destroyed, and millions of its people had been killed. But Hanae wanted to return to normal as quickly as possible. So she went back to university and finished her studies in 1947. At that time there seemed little chance that she would go into business.

3.4. The year before, Hanae had fallen in love with a rich young man called Ken Mori, whose family owned a factory that made cloth. They were soon married and it seemed that Hanae would become a housewife. Until the end of the Second World War, Japan had been a very traditional society and a woman was simply expected to be a good wife and a wise mother. At first, Hanae was ready to accept this situation.

3.5. 'I had no problem with becoming a housewife,' she said. But it was soon clear that a life at home, looking after her husband and her family, was not for her. After just a few months, Hanae was bored. She started looking around for something to keep her busy.

3.6. In the late 1940s, Japanese society was slowly changing. In 1946, Japanese women had been allowed to vote for the first time and a few women had become politicians in Japan's parliament. There were still very few Japanese businesswomen, but if women could become politicians, why couldn't they also become successful in other areas? Hanae decided to try business.

**Listen and translate the text into Ukrainian (simultaneous translation). Note that the speaker's speech deviates slightly from the norm, there is a specific emphasis.**

<https://www.youtube.com/watch?v=5rwlARmqelU>

4.1. She had always been interested in clothes, she loved art and she was married to a man who owned a cloth factory. So the clothes business was the obvious choice for her. Over the next two years, she learnt about designing clothes, cutting cloth, selling clothes and running a business.

4.2. By 1951, she felt that she was ready to make and sell her own clothes. She started in a small way, making clothes for a few people, but then she had a piece of luck. An important Japanese film producer saw one of her designs and loved it. He called Hanae.

4.3. 'Could you make some clothes for my next film?' he asked. Over the next six years, she made clothes for many Japanese films and worked with people like Yasujiro Ozu and Nagisa Oshima.

4.4. In Japan it was a time when people were building the economy again after the war. They had high hopes for the future, and when they went to the cinema they wanted to see film stars who looked bright, strong and confident. Hanae's clothes for Japan's stars caught this mood perfectly.

4.5. Her experience of working in the film industry was very important for her. My eyes were opened to the world,' she said. 'I understood that there were many different types of women. I realized how men looked at women and how they loved them.'

4.6. By the time she arrived in Paris for her meeting with Coco Chanel, Hanae already knew a lot about the clothes business and had made a lot of money from it. But her move into designer fashion in the early 1960s was something quite new for her.

**Translate the text into Ukrainian (simultaneous translation).**

<https://www.youtube.com/watch?v=MH5RuvB4k4M>

5.1. When Hanae returned from Paris, she travelled to New York to study European and American design. Then in 1965, she opened a shop in Tokyo to sell her own designer clothes. As Hanae's business grew over the next few years, she noticed that the fashion industry was changing in important ways.

5.2. Chanel had always designed clothes specially for each customer; when Hanae Mori bought her suit from Chanel in 1961, she knew that she was buying something that had been made just for her. But the younger designers of the late 1960s were more interested in making clothes that were ready to wear.

5.3. These could be produced in much larger quantities, which allowed fashion designers to expand their businesses. Now they could have many shops in countries all round the world.

5.4. As a result, designer fashion became much more international. Hanae was very comfortable with this change, because from the start of her work in designer fashion, she wanted to make sure that her business was international.

5.5. She had her first fashion show in New York in 1965, and in the 1970s she started to have regular fashion shows in Paris too. The most important part of Hanae's business has probably always been in Japan, where she now has over seventy shops. But she also has three shops in Paris, and customers can buy her clothes in over a hundred places in

the US.

5.6. She has also always tried to mix Eastern and Western ideas in her designs. She designed long dresses in a Western style which were covered with Japanese writing. She liked to use cloth which was decorated with Eastern pictures of flowers and birds.

5.7. She made suits in a European style, but with collars like the ones worn by China's Mao Zedong. In Japan, rich women loved her ideas and found that they could wear her clothes for all occasions: business, sport and parties.

**Listen and translate the text into Ukrainian (consecutive translation). Note that the text is larger than usual.**

<https://www.youtube.com/watch?v=NZk1iIEnrfc>

6.1. One of Hanae's greatest moments was the design of a wedding dress for Masako Owada when she married Prince Naruhito in 1993. But her clothes have been popular not just with Japanese women, but with many rich Europeans and Americans as well, including film stars like Grace Kelly and Sharon Stone and presidents' wives like Nancy Reagan and Hillary Clinton.

6.2. Just like Coco Chanel, Hanae also understood that success in fashion could lead to success in other industries. Chanel had shown that when people bought a bottle of perfume, they were buying more than a liquid with a nice smell. The success of Chanel No. 5 showed that people wanted perfume with a stylish image; they wanted perfume with a special name in a special bottle and they were happy to pay a lot of extra money for this.

6.3. When Hanae Mori produced her own perfume, she knew that customers would connect the stylish image of her clothes with the image of the perfume. She also realized that women, especially women in Japan, would trust her. For the first time it's a Japanese woman talking to Japanese women,' she said.

6.4. But unlike Coco Chanel, Hanae Mori wanted to do more than just sell designer clothes and perfume. She also saw that she could use her name to sell children's clothes, as well as books and magazines. In fact, Hanae discovered that her famous name and her skill in business could help her in many different areas.

6.5. When she visited a famous restaurant in Paris, she liked it so much that she decided to start a similar French restaurant in Tokyo. Of course, it was a big success.

**Listen and translate the text into Ukrainian (simultaneous translation). Note that the text is larger than usual.**

[https://www.youtube.com/watch?v=B4b7t-\_mCWo](https://www.youtube.com/watch?v=B4b7t-_mCWo" \t "_blank)

7.1. Hanae's business now makes over $5 billion a year, and in some ways it seems like a typical international company. Thousands of people work for Hanae, and her head office is in a beautiful, modern glass building in the fashionable area of Omotesando in Tokyo. But her company is still a family business.

7.2. Her husband, Ken, was involved in the financial side of her business from the early days. He died in 1996, but now her sons and their wives hold important positions in the company. Some of her grandchildren have also started to work in parts of her international operation.

7.3. Hanae is now over seventy years old, and she still flies regularly between Tokyo, Paris and New York to check all her different business interests. But when she decides to leave business life, it seems certain that the Hanae Mori tradition will continue.

7.4. Her ideas will be remembered not just by her family and colleagues, but also by other successful Japanese designers like Issey Miyake, Rei Kawakubo and Yohji Yamamoto. They learned a lot from her because, with her mix of East and West, Hanae. was the first Japanese designer to become an international success.

7.5. She will also be remembered by other Japanese businesswomen. Japan has changed in many ways since Hanae was a bored housewife in the 1940s, but even today there are fewer women in top jobs in Japan than in other big rich countries. Hanae Mori's life shows younger businesswomen that it is always possible to reach the top.

**UNIT 9**

**HISTORY OF COMPUTERS PART I**

**Listen and translate the text into Ukrainian (simultaneous translation). Note that the text is larger than usual.**

* 1. Communication

Before 1860, it could take six weeks for a letter to travel from New York to California. Letters were taken by boat to Panama then carried overland to another boat, which took them north, Californians joked that events were forgotten on the East Coast before they were known on the West Coast. But this situation began to change—and to change quickly.

1.2. Moving arms

In 1791, the Frenchman Claude Chappe invented a new method of signaling. He put up tall buildings in long lines. At the top of each building were arms which could be moved into different positions. Each position meant a different letter, from A to Z. This worked in daylight and when you could see for quite a long way.

1.3. In 1794, news reached Paris by this method that the Prussians had taken the town of Conde-sur—l’Escaut, 145 kilometers away, in less than an hour. By 1852, there were 556 of these buildings in France and 250 more in the rest of Europe. Chappe, though, wasn’t happy. He had hoped for much more much sooner, and he killed himself in 1805. The stone with his name and dates on it shows two wooden arms in the “at rest” position.

1.4. "In 1790 people in Philadelphia, US, began to buy and sell parts of companies. Shortly after this, a group of businessmen in Philadelphia put up a line of these stations between the city and New York to communicate prices. The stations also used the sun

and mirrors. If the sun was shining, information could travel between the two cities in ten minutes.

2.1The electric telegraph

Between 3 April 1860 and 24 October 1861, horses carried mail between St Joseph, Missouri, and Sacramento, California. At a cost of one dollar for fourteen grams, letters and packages could be carried 3,000 kilometers through the six states between Missouri

and California and arrive within ten days. Although the service never made money for its owners, its story is still told. It all came to an end in 1861 when the Paciﬁc Telegraph line was completed.

2.2. After that, messages got through very quickly, although letters took more time until the railroad to California opened in 1869. The beginnings of electric telegraphy go back to the early nineteenth century, but the ﬁrst working system was invented by the Englishmen William Cooke and Charles Wheatstone in 1837. This used ﬁve needles, which pointed to different letters on a board.

2.3. By 1843, the two men had built a connection along the railroad between Paddington in central London and Slough, thirty-ﬁve kilometers to the west. Two years later, this was very useful when a murderer was seen getting on a train at Paddington.A message was telegraphed to Slough and the police were waiting for him when he arrived.

2.4. In 1837 the Americans Samuel Morse, an artist with an interest in telegraphy, and Alfred Vail, an engineer, invented a new way to signal letters and words. The telegraph made immediate use of this. Now, instead of moving needles, the operator used a simple key to send long and short sounds.

2.5. At the other end, these sounds were printed onto a piece of paper as long and short lines and then had to be written out in normal language. In 1855, David Hughes invented a printing telegraph; after that, the message was simply typed at one end of the line and printed in words at the other end.

3.1. In 1851, Britain—which already had 6,400 kilometers of telegraph line—was connected with France, and in 1858 with the USA. But the wire across the Atlantic Ocean was too thin and it failed within a week. Another wire, put down in 1865, was still too thin and also broke. A successful connection was completed the following year. By the 18705, Europe and America were connected to India, the Far East. and Australia.

3.2. Progress in communication affected many areas of life. In Aachen, Germany, in 1849, Paul Julius Renter started an organization for sending business information. He started to sell news reports as well, and his company, Reuters, still does this today, all around the world. In the Crimean War of 1853—56, a wire was put in place across the Black Sea from Balaclava to Varna in Bulgaria. This allowed British and French commanders to contact their governments using the existing European system.

3.3. The telephone

Ordinary people could also use the telegraph for urgent messages, but these had to be short and impersonal. This changed in 1876, when the telephone was invented, allowing people to communicate in a more human way. Although there are a number of possible inventors, most people believe that the person responsible was Alexander Graham Bell. He was born in Edinburgh, Scotland, but the family moved to the United States when he was twenty-three.

3.4 .Both his mother and wife were deaf, and his father was a speech teacher, so Bell had a lifelong interest in speech. "Mr. Watson, come here, I want you,” were the first words he spoke on the telephone. They weren’t meant to be sent, but Bell was working on one end of the system while his assistant was listening in another room.

4.1. The first telephone exchange opened in New Haven, Connecticut, with twenty-one customers. In Europe, Bell increased interest in the telephone with a number of talks, including one that he gave to Queen Victoria in 1878. In the same year, the first company was formed in Britain. It is interesting, though, that Bell always refused to have a telephone in his own home.

4.2. At the beginning, all telephone connections were made by operators in the exchange, and this gave acceptable employment to women. After 1899, it was possible to connect using numbers on the phone, but the women were paid very little and their bosses saw no reason to change in a hurry. The Bell Company didn’t use the new system until after the First World War.

4.3. The first international telephone line connected Paris and Brussels in 1887. By 1900, international services were being connected as well as local ones. This meant putting more wires under the ocean. Britain was connected to the continent of Europe in 1891. Although existing telegraph wires could be used, long—distance telephones needed stations to make the sound stronger along the line.

4.4. New York wasn’t connected to San Francisco until 1915. A radio connection between London and New York was made in 1927, although this depended on weather conditions. Similar connections were made to Australia and South America in 1930, and from that time the telephone was truly a world service, although it was expensive. Connections using wire took longer; the first one across the Atlantic Ocean wasn’t in place until 1956.

5.1. The telephone didn’t become common in private houses until the 1920s and even then, only for the middle and upper classes. Since that time, it has reached everybody in the world’s richer countries. People used to have one phone in the hall, for use on important occasions, but many now have phones in the kitchen, the living room, the bedroom—even, in some houses, the bathroom.

5.2. In the 1980s, cell phones appeared. The first ones were very big, and young business people wore special suits with a deep pocket to hold them. Now they are hand—sized and very common, although—strangely - fewer Americans own them than Europeans or Japanese.

5.3. It has always been difficult to build telephone lines in poorer countries. Because it is now easier to build a system to make cell phones work, it is possible that in some parts of the world telephone lines will never be built.

5.4. Radio

There were limits to the usefulness of the telephone. Ships were out of contact, and all places needed connections and exchanges. In 1894 a Brazilian, Roberto Landell de Moura, sent a radio signal in Sao Paulo. He worked for the Roman Catholic Church and the Church didn’t like this new invention. He was told to stop work on it, and the following year some angry people burned down the building where he worked.

5.5. Five years passed before Landell was able to show his invention again. By this time,

the leader in radio was the Italian Guglielmo Marconi. When he was only twenty years old, Marconi had done his ﬁrst work with radio on his family’s land near Bologna.

5.6. By 1895, he had succeeded in sending messages, using the Morse system, for two and a half kilometers. At the other end of the line, his rother fired a hunting riﬂe to show that they had been received. Marconi received no support in ltaly, so he went to London, where he succeeded in interesting the Post Ofﬁce.

6.1. He formed his own company in 1897, and two years later sent a message to France. By 1901, he had sent one across the Atlantic from Poldhu in Cornwall to St John's, Newfoundland. This was surprising, since the world is round and radio waves travel in straight lines. The answer came in 1924, when it was discovered that the radio waves were sent back to Earth from high up in the sky.

6.2. In 1909, Marconi received the Nobel Prize. By that time over 300 ships were using radio signals and there was already a public service across the Atlantic. In 1904, the Cunard ship Campania had begun to print the daily news for passengers. In 1910, while

it was sailing from Belgium to Canada, its captain read the daily news report and realized that the murderer Dr. Crippen was on the ship. He didn’t tell the other passengers - so millions of people around the world knew, but not them. The police were waiting for Dr. Crippen when he arrived in Canada.

6.3. When the Titanic sank in 1912, the two “Marconi men" on the ship, Jack Phillips and Harold Bride, stayed and sent messages until the power Failed. Bride lived, but Phillips went down with the ship. Their signals, using Marconi’s invention, brought the

SS Carpathia to the scene to save 712 people from the ocean.

6.4. The early messages were sent across the Atlantic using Morse’s Virginia to Paris in 1915. After the First World War, public broadcasting increased greatly. By 1922 there were 600 system. With better equipment, speech was ﬁrst sent from there were already two million radios in Britain.

7.1.Television. It is difﬁcult to say who invented television. Unlike some other new ideas, which suddenly came to one person, people had talked about the possibility of television, or “long—distance sight," since Marconi invented the radio. The three possible inventors are John Logie Baird from Scotland; Vladimir Kosmo Zworykin, who grew up in Russia but did his work in the United States, and Philo Taylor Farnsworth, who came from Utah in the US.

7.2. Zworykin is usually seen as the father of TV because he invented an electronic tube in 1923. John Logie Baird was the ﬁrst to send a simple television picture across a few meters, in 1924. He showed his new invention in Selﬁidges department Store in London the following year. The pictures, though, were of Very poor quality.

7.3. Farnsworth was the ﬁrst to send good pictures. He did this in 1927, using a tube he had built himself. Zworykin wasn't able to do the same until 1934, although Farnsworth’s camera needed too much light, and Zworykin’s method was better in the end. The BBC bought Baird’s system and began regular test broadcasts in 1929. They also tested an electronic system invented by Marconi. In 1937, the BBC decided that the Marconi system was the way forward and stopped using Baird’s system.

8.1. Zworykin and Farnsworth each worked for a different company, and at around this time these companies fought in the US courts about who invented television. Farnsworth’s company won the case, and we should probably think of him as the real

inventor of TV.

8.2. The first person to invent color TV was either the Mexican Guillermo Gonzalez Camarena, or the Hungarian, Peter Goldmark, who worked in the US. Most Mexicans will say it was Gonzalez, but Americansland Hungarians—say that it was Goldmark. It is often like this with inventions.

8.3. Both men produced quite similar systems in 1940; they used turning circles colored red, blue, and yellow. Unfortunately for Goldmark, he worked for the CBS company, but most televisions at the time were made by another company, RCA, and these couldn’t use Goldmark’s system. RCA had plans for color television too, but they weren’t ready at the time.

8.4. When the company did introduce color, in 1954, they used their own electronic system. Gonzalez started the first television station in Mexico and later sold television equipment to the US. Strangely: both men were killed in car crashes, Gonzalez in 1965 and Goldmark twelve years later. In recent years, computers and the lnternet have changed the way we communicate.

**Translate the text into English. You have 1 minute to prepare. Note that the execution time of translation is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

Зв'язок

1.1. До 1860 р. це могло зайняти 6 тижнів щоб лист потрапив з Нью-Йорка в Каліфорнію. Листи перевозились човном до Панами, потім переносились сушею на інший човен, який віз їх на північ, Каліфорнійці жартували, що події були забуті на східному узбережжі перш ніж вони ставали відомими на Західному узбережжі. Але така ситуація почала змінюватися і змінюватися швидко.

1.2. Руки, які рухаються

У 1791 році француз Клод Шопс винайшов новий метод сигналізації. Він виставив високі будівлі у довгі лінії. На вершині кожної будівлі були руки, які можна було перемістити в різні позиції. Кожна позиція означала іншу букву, від А до Z. Це працювало при денному світлі, і коли можна було бачити на досить довгу відстань.

1.3. У 1794 р. новини досягли Парижа цим методом, що пруси взяли місто Конде-сюр-л'Ескоут, за 145 кілометрів, менш ніж за годину. До 1852 р. було 556 цих будівель у Франції та ще 250 в інших частинах Європи. Щопс все ще не був задоволений. Він сподівався на набагато більше набагато раніше, і він вбив себе в 1805 році. Камінь з його ім'ям і датами на ньому показує дві дерев'яні руки в положенні "у видпочинку".

1.4. У 1790 році люди у Філадельфії, США, почали купувати та продавати частини

компаній. Незабаром після цього група бізнесменів у Філадельфії встановила лінію цих станцій між містом і Нью-Йорком, щоб повідомляти ціни. Станції також використовували сонце і дзеркала. Якщо сонце світило, інформація могла подорожувати між двома містами за десять хвилин.

2.1. З 3 квітня 1860 р. по 24 жовтня 1861 р. коні возили пошту між Сент-Джозефом, Міссурі та Сакраменто, Каліфорнія. За ціною один долар за чотирнадцять грам, букви та пакунки могли бути перевезені 3000 км через шість штатів між Міссурі і Каліфорнією, і прибути протягом десяти днів. Хоча сервіс ніколи не був прибутковим для своїх власників, його історія все ще розповідається. Все це дійшло до завершення 1861 року, коли була завершена лінія "Песифік Телеграф".

2.2. Після цього повідомлення надходили дуже швидко, хоча листи вимагали більше часу, поки не відкрилась залізниця до Каліфорнії в 1869 році. Початки електричної телеграфiї сягають початку дев'ятнадцятого століття, але перша робоча система була винайдена англійцями Вільямом Куком і Чарльзом Уітстоуном в 1837. Ця використовувала п'ять голок, які вказували на різні букви на дошці.

2.3. До 1843 року двоє чоловіків побудували зв'язок уздовж залізниці між Паддінгтоном у центрі Лондона та Слау за тридцять п'ять кілометрів на захід. Через два роки це було дуже корисно, коли вбивцю помітили як він сідав у поїзді у Паддінгтоні. Повідомлення було телеграфовано до Слау та поліція чекала на нього, коли він прибув.

2.4. У 1837 році американці Самуель Морс, художник з зацікавленістю до телеграфу, і Альфред Вейл, інженер, винайшли новий спосіб сигралізувати букви і слова. Телеграф почав негайно використовувати це. Тепер, замість того, щоб рухати голки, оператор використовував простий ключ, щоб відправляти довгі та короткі звуки.

2.5. З іншого боку, ці звуки друкувалися на листі паперу як довгі та короткі лінії, а потім їх треба було переписати нормальною мовою. У 1855 році Девід Хьюз винайшов друкарський телеграф; після цього повідомлення просто набиралось в одному кінці лінії і друкувалось словами на іншому кінці.

3.1. У 1851 році Британія, яка вже мала 6400 кілометрів телеграфної лінії була пов'язана з Францією, а в 1858 р з США. Але провід через Атлантичний океан був занадто тонким і він розірвався протягом тижня. Інший провід, встановлений в 1865 році, був все ще занадто тонким і теж переламався. Успішне з'єднання було завершене наступного року. До 1870 року Європа та Америка були пов'язані з Індією, Далеким Сходом і Австралією.

3.2. Прогрес у спілкуванні вплинув на багато сфер життя. В Аахені, Німеччина, в 1849 році Пол Юліус Рентер започаткував організацію для відправлення ділової інформації. Він почав продавати доповіді з новини, і його компанія Reuters, досі робить це сьогодні, по всьому світу. У Кримській війні 1853-56 рр дріт був встановлений через Чорне море з Балаклави до Варни в Болгарії. Це дало змогу британським та французьким командирам контактувати зі своїми урядами за допомогою існуючої європейської системи.

3.3. Телефон

Звичайні люди могли також використовувати телеграф для термінових повідомлень, але вони мали бути короткі та безособові. Це змінилося в 1876 році

коли телефон був винайдений, дозволяючи людям спілкуватися більш людським шляхом. Хоча існує певна кількість можливих винахідників, більшість людей вважають, що людиною відповідальною за це є Олександр Грехем Белл. Він народився в Единбурзі, Шотландія, але сім'я переїхала до Сполучених Штатів коли йому було двадцять три.

3.4. Як мати, так і дружина були глухі і його батько був логопедом, так що Белл цікавився мовою все життя "Містер Уотсон, підійдіть сюди, ви мені потрібні", були першими словами які він сказав по телефону. Вони не були призначені для відправлення але Белл працював на одному кінці системи, поки його помічник слухав у іншій кімнаті.

4.1. Перша телефонна станція відкрилась в Нью-Хейвені, Коннектикут, з двадцять одним клієнтом. У Європі, Белл підвищив зацікавленість до телефону рядом розмов, в тому числі тією, коли він говорив з королевою Вікторією в 1878 році. Того ж року перша компанія була утворена в Британії. Цікаво, все таки, що Белл завжди відмовлявся мати телефон у своєму будинку.

4.2. На початку всі телефонні з'єднання здійснювались операторами на станції, і це дало прийнятну зайнятість жінкам. Після 1899 року було можливим підключення за допомогою цифр на телефоні, але жінкам платили дуже мало і їх

боси не бачили причин для того щоб змінювати щось у поспіху. Компанія Белл використувала нову систему тільки після Першої світової війни.

4.3. Перша міжнародна телефонна лінія з'єднала Париж та Брюссель в 1887 році. До 1900 року міжнародні служби з'єднувались так само як місцеві. Це означало прокладання більшої кількості проводів під океаном. Британія була пов'язана з континентом Європи в 1891 році. Хоча існуючі телеграфні дроти можна було використовувати, телефони на довгі відстані потребували станцій, щоб зробити звук сильнішим вздовж лінії.

4.4. Нью-Йорк не був пов'язаний з Сан-Франциско до 1915 року. Радіозв'язок між Лондоном і Нью-Йорком був встановлений в 1927 році, хоча це і залежало від погодніх умов. Подібні зв'язки були зроблені з Австралією і Південною Америкою в 1930 році, і з того часу телефон був справді світовим сервісом, хоча це було дорого. З'єднання, які використовували дроти, займали більше часу; першого такого через Атлантичний океан не було до 1956 року.

5.1. Телефон не став поширеним в приватних будинках до 1920-х і навіть тоді, лише для середнього та вищого класів. З того часу він досяг усіх у багатших країнах світу. Люди мали один телефон у вестибюлі, для користування при важливих випадках, але у багатьох зараз є телефони на кухні, вітальні, спальн, а в деяких будинках навіть у ванній кімнаті.

5.2. У 1980-х роках з'явилися мобільні телефони. Перші були дуже великі та молоді ділові люди носили особливі костюми з глибокою кишенею щоб тримати їх. Тепер вони розміру руки і дуже звичайні, хоча, що дивно, - менше американців мають їх ніж європейці чи японці.

5.3. Завжди було важко побудувати телефонні лінії в бідніших країнах. Через те що зараз легше побудувати систему для роботи мобільних телефонів, можливо, що в деяких частинах світу телефонні лінії ніколи не будуть побудовані.

5.4. Радіо

Існували межі корисності телефону. Кораблі були поза контактом, і всі місця потребували зв'язків і станцій. У 1894 році бразилець Роберто Ландел де Моура відправив радіо сигнал у Сан-Пауло. Він працював на Римо-католицьку церкву і Церкві не сподобався новий винахід. Йому сказали припинити роботу над ним, а наступного року якісь розлючені люди спалили будинок, де він працював.

5.5. Пройшло п'ять років перед тим, як Ленделл зміг знову показати свій винахід. До цього часу, лідером в радіо був італієць Гульємо Марконі. Коли йому було всього двадцять років, Марконі зробив свою першу роботу з радіо на землі його родини біля Болоньї.

5.6. До 1895 року він досяг успіху у відправці повідомленнь, використовуючи систему Морзе, на два з половиною кілометри. На іншому кінці лінії його брат вистрілив рушницею для полювання, щоб показати, що вони були отримані. Марконі не отримав підтримки в Італії, тому він поїхав до Лондона, де зумів зацікавити Поштову службу.

6.1. Він створив свою власну компанію в 1897 році, а через два роки надіслав повідомлення до Франції. До 1901 року він послав його через Атлантику з Польдху в Корнуолл до Сент-Джонс, Ньюфаундленд. Це було дивовижно, оскільки світ круглий а радіохвилі подорожують по прямій лінії. Відповідь прийшла в 1924 році, коли було виявлено, що радіохвилі відправлялись назад на Землю з висока в небі.

6.2. У 1909 році Марконі отримав Нобелівську премію. До цього часу більше 300 кораблів використовували радіосигнали, і вже була громадська служба через Атлантику. У 1904 році судно "Кунард" – Кампанія почало друкувати щоденні новини для пасажирів. У 1910 році, поки воно пливло з Бельгії до Канади, його капітан читав щодня звіти новин і зрозумів, що вбивця доктор Криппен був на кораблі. Він не розповів іншим пасажирам - тож мільйони людей в усьому світі знали, але не вони. Поліція чекала д-ра Криппа, коли він приїхав до Канади.

6.3. Коли "Титанік" затонув в 1912 році, два "чоловіки марконі" на кораблі, Джек Філліпс і Гарольд Брайд, залишились і відправили повідомлення поки не зникла енергія. Брайд вижив, але Філліпс потонув з кораблем. Їхні сигнали, використовуючи винахід Марконі, привели судно «Карпатія» на місце, щоб врятувати 712 людей з океану.

6.4. Ранні повідомлення були відправлені через Атлантику за допомогою системи

Морзе. З кращим обладнанням голосове повідомлення було вперше відправлене з Вірджинії до Парижа в 1915 році. Після Першої світової війни, громадське радіомовлення значно зросло. До 1922 р. було 600 станцій радіомовлення, а коли Бі-бі-сі було запущене в 1927 році в Британії вже було два мільйони радіоприймачів.

7.1. Телебачення

Важко сказати, хто винайшов телебачення. На відміну від деяких інших нових ідей, які раптово спадали на думку одній людині, люди говорили про можливість телебачення, або "далекоглядного зору" з того часу як Марконі винайшов радіо. Три можливих винахідники – Джон Логі Бейрд з Шотландії; Володимир Космо Зворикін, який виріс в Росії, але займався своєю роботою в США, і Філо Тейлор Фарнсворт, який походив з Юти в США.

7.2. Зворикін зазвичай розглядається як батько телебачення, тому що він винайшов електронну трубку в 1923 році. Джон Логі Бейрд був першим хто відправив просту телевізійну картинку на кілька метрів, в 1924 р. Він показав свій новий винахід в універмазі Селфіджес в Лондоні наступного року. Малюнки, правда, були дуже поганої якості.

7.3. Фарнсворт був першим, хто відправив хороші картинки. Він зробив це в 1927 р., використовуючи трубку, яку він збудував сам. Зворикін не зміг зробити те ж саме до 1934 року, хоча камера Фарнсворта потребувала занадто багато світла, і метод Зворикіна був кращим в кінцевому результаті.

7.4. Бі-бі-сі купили систему Бейрда і почали регулярні тестові трансляції в 1929 році. Вони також випробували електронну систему, винайдену Марконі. У 1937 році Бі-бі-с вирішили, що система Марконі була шляхом вперед і припинили використання системи Бейрда.

8.1. Зворикін і Фарнсворт кожен працював на іншу компанію, і приблизно в цей час ці компанії боролися в суді США за те, хто винайшов телевізор. Компанія Фарнсворта виграла справу, і ми, мабуть, повинні вважати його справжнім винахідником телевізора.

8.2. Першою людиною, яка винайшла кольоровий телевізор, був або мексиканець

Гільєрмо Гонсалес Камарена, або угорець Петер Голдмарк, який працював у США. Більшість мексиканців скажуть що це був Гонсалес, але угорці – жителі Америки кажуть, що це був Голдмарк. Так часто буває з винаходами.

8.3. Обидва чоловіки виробили досить подібні системи в 1940 році; вони використовували поворотні кола червоного, синього та жовтого кольорів. На жаль для Голдмарка, він працював на компанію CBS, але більшість телевізорів у той час були зроблені іншою компанією, RCA, і вони не могли використовувати систему Голдмарка. RCA також мали плани щодо кольорового телевізора, але вони не були готові в той час.

8.4. Коли компанія представила кольорові зображення, у 1954 році, вони використовували власну електронну систему. Гонсалес розпочав першу телестанцію в Мехіко, а пізніше продав телевізійне обладнання США. Дивно: обидва чоловіки загинули в автомобільних катастрофах, Гонсалес в 1965 і Голдмарк дванадцять років по тому. В останні роки комп'ютери та Інтернет змінили спосіб, яким ми спілкуємося.

**UNIT 10**

**HISTORY OF COMPUTERS PART II**

**Translate the text into English. Please note that prep time is not available.**

<https://youtu.be/evs1sgDSfeg>

Комп’ютери

1.1. Не так давно всі листи писалися вручну або на друкарських машинках і інформація зберігалася в основному в бібліотеках. Доступні персональні комп'ютери з'явилися тільки в 1980-х роках, за якими через кілька років послідували інтернет і електронна пошта. Легко забути, наскільки ці винаходи – нещодавні.

Чарльз Беббідж

1.2. У 1943 році Томас Джото Уотсон, який заснував компанію IBM, сказав, що є світовий ринок лише для п'яти комп'ютерів. Він був дуже неправий. В даний час є більше 100 000 000 персональних комп'ютерів, що використовуються у всьому світі, так само як і великих комп'ютерів, які використовуються великими організаціями.

1.3. У 1822 році в Англії Чарльз Беббідж почав роботу над лічильною машиною. Йому було виділено 1,500 фунтів державних грошей для завершення роботи і працював він над нею протягом наступних десяти років. Вона стала відомою як Difference Engine Number 1 (Двигун для Обчислення Різниці №1)

1.4. Терпіння уряду остаточно закінчилося в 1834 році, коли Беббідж ще не закінчив будувати її, але планував перший програмований комп'ютер. Він включав програми (написані з використанням карт з отворами в них), рідер (зчитувач), який міг отримувати результати від інформації, і пам'ять – всі речі, які можна знайти в більш пізніх комп'ютерах.

1.5. Беббідж попросив в уряду гроші, щоб зробити нову машину, але йому було відмовлено. Тоді він побудував Difference Engine номер 2. При висоті два метри, вона була трохи меншою і набагато простішою моделлю, яка використовувала лише невелику кількість з 25.000 частин першої машини.

1.6. У 1991 році, через сто років після смерті Беббіджа була побудована копія за його планами. Вона робила все те, що сказав Беббідж. Винахідник не був визнаний при житті. Дуже мало людей знали про його роботу і більшість з них не були зацікавлені.

Перші Комп'ютери

2.1. Пізніше в 19 столітті, в США, Херман Холеріт також використовував картки з дірками, коли винайшов машину щоб швидше підраховувати урядові дані. Підрахунок населення 1880 року зайняв 8 років, і люди були схвильовані, що в 1890-му це займе ще навіть більше часу. Машина Холеріта, яка використовувала електрику для читання, сортування і підрахунку карт, виконала роботу за рік.

2.2. Англійський математик Алан Тьюринг очолив "шлях" до машини, яка могла думати в реальному сенсі. Він написав роботу, яка є справжнім початком комп'ютерної ери про машину, яка читала і писала інформацію, з пам'яттю для її збереження, центральнм процесором і програмою математичних команд. Вона стала відомою як машина Тьюринга.

2.3. Під час Другої світової війни Тьюринг працював над читанням секретних німецьких повідомлень. Робота також включала побудову простого комп'ютера. Після війни він використовував свої знання з математики для написання першої мови програмування.

2.4. У Німеччині Конрад Зюс почав роботу над своїм першим механічним комп'ютером в 1934, але 2 роками пізніше він перейшов на електричні з'єднання. У 1940 війна перервала розробку його третього комп'ютера, але через рік він пішов з армії і завершив Z3, електричну машину, яка контролювалася програмою. Німецькі повітряні сили допомогли йому і Z3 використовувався для допомоги в будівництві літаків і ракет В2. В кінці війни останню машину Зюса забрала Швейцарія і завершила. Це був Z4, перший повністю програмований комп'ютер.

Він мав механічну пам'ять на 1024 слова.

Від великих машин до малих

2.5. Перший з сучасних повністю електронних комп'ютерів був ENIAC, збудований в Університеті Пенсільванії. Він почав роботу в 1943 році і використовувався армією США. Він мав 150 квадратних метрів за розміром і потребував великої кількості електрики. Він також дуже нагрівався і це було великою проблемою.

3.1. Перший комп'ютер для використання в бізнесі, UNIVAC 1, також використовувався для підрахунку населення. Він став відомим, коли передбачив, що Дуайт Д.Езенхауер виграє гонку і стане президентом в 1952. Його оператори відмовилися вірити в це і перепрограмували його на більш ймовірний вихід. Коли Ейзенхауер з легкістю виграв, хтось сказав, «Проблема машин – це люди».

3.2. У кінці 1950-х був винайдений транзистор. Він був дешевший, менший і працював краще від старих електронних з'єднаннь. У 1958 Джеку Сейнт Кілбі з Техаських інструментів прийшла ідея об'єднати кілька транзисторів на дошці. Сьогодні сотні тисяч електричних частин можна об'єднати на дошці площею не більше 1 см2.

3.3. У 1971 з'явився процесор Інтел 4004. Центральна робоча частина комп'ютера була тепер зведена до чогось, що ви можете тримати в долоні. Гордон Мур, який заснував Інтел, сказав в 1965, що сила процесорів буде подвоюватися кожні 12 місяців наступні 10 років. Це цифра була змінена до 18 місяців в 1975, і з тих пір Закон Мура продовжував бути дійсним.

3.4. У 1965 американський інженер Кеннет Олсен зробив ПДП-8. Це була машина розміром приблизно з два телевізори і вона продавалася по 18000 доларів, набагато менше, ніж вартість великих комп'ютерів за 1000000 доларів. Це був великий успіх для вчених і інженерів.

3.5. Перші три персональних комп'ютери з'явилися в 1977р. Кращий з них був Епл ІІ. Двома роками раніше Стівен Возняк побудував і продавав Епл I. Він не мав корпусу, всю електроніку можна було побачити, і він був тільки для справжніх любителів комп'ютерів. Друг Возняка Стів Джобс попросив його побудувати машину, яку зможуть використовувати більше людей Результатом був Епл II, який продавався по 1298 доларів.

4.1. Серед багатьох комп"ютерних любителів у Каліфорнії були Білл Гейтс та Пол Ален, які започаткували Майкро-Софт (пізніше Майкрософт). АйБМ, яка бачила успіх Епл ІІ, була зацікавлена у продажу власної машини. Майкрософт отримала роботу з написання операційної системи. АйБМ могла використовувати цю систему, але не володіти нею, отже Майкрософт отримувала 10 доларів за кожну продану копію. АйБМ не змогла зрозуміти, що системи, а не машини будуть заробляти гроші у майбутньму. це була можливо найбільша помилка в історії комп"ютерів.

4.2. Велика кількість компаній виробляла копії машин АйБМ, але кожна машина понад 30 мільйонів у 1980-х – використовувала систему Майкрософт. Могутність АйБМ означала, що бізнес наслідував приклад, і машини Епл переважно купувалися домашніми користувачами або людьми, яким потрібні були гарні креслярські системи.

4.3. У 1971 АйБМ виготовила першу дискету. Вона йшла у паперовому пакеті і була 20 см шириною, але це було все ж таки великим вдосконаленням у порівнянні з плівкою, якою користувалися до цього. Сучасні 9-сантиметрові диски вперше виготовила Соні у 1981 р.

4.4. У 1969 американським департаментом оборони було з’єднано разом декілька університетських і урядових комп’ютерів, отож вчені у різних частинах світу могли ділитися інформацією і працювати разом. 2 роками пізніше була написана програма для надсилання електронної пошти.

4.5. Перший міжнародний зв’язок було встановлено у 1973 між університетським коледжем Лондона і Норвегією. Королева Сполученого Королівства Єлизавета ІІ надіслала свою першу електронну пошту у 1976. 3 роками пізніше університет Есексу побудував систему, яка дозволила багатьом користувачам обмінюватися

інформацією одночасно.

4.6. У 1982 було винайдено слово "Інтернет" щоб це описати. У 1989 Філіп Емігвалі, який походив з Нігерії, але працював у США, з’єднав 65 536 окремих комп"ютерних процесорів щоб працювати разом і виконувати 3 100 000 000 математичних операцій що секунди. Вони використовувалися для пошуків нафти.

4.7. 2 роками пізніше англієць Тім Бернерс Лі винайшов нову систему. Вона зробила можливим знаходити і читати документи, не знаючи де вони фактично є,

і вона стала відомою як "всесвітня мережа". Вона з"явилася в Інтернеті в 1991, започатковуючи стрімке зростання (вибух) інформації.

4.8. Протягом наступних 2 років використання інтернету зростало приблизно на 341 000 % кожного року. Здатність комп’ютерів робити складні математичні обрахунки і здатність інтернету допомагати людям спілкуватися одне з одним уможливили вдосконалення ідей набагато швидше, ніж раніше.

**Listen and translate the text into Ukrainian (simultaneous translation). Note that the text is larger than usual.**

<https://youtu.be/evs1sgDSfeg>

Computers

1.1. Not long ago, all letters were written by hand or on typewriters and information was held mainly in libraries. Affordable personal computers only appeared in the 1980s, followed by the Internet and e-mail a few years later. It is easy to forget how recent these inventions are.

Charles Babbage

1.2. In 1943, Thomas J Watson, who started the company IBM, said that he thought there was a world market for about five computers. He was very wrong. There are now over 100 million personal computers in use around the world—as well as the bigger computers used by large organizations.

1.3. In 1822, in England, Charles Babbage began work on a counting machine. He was given £1,500 of government money to complete the job, and worked on it for the next ten years. This became known as the Difference Engine Number 1.

1.4. The government’s patience ﬁnally ended in 1834, when Babbage still hadn’t finished building it, but had planned the ﬁrst programmable computer. This included programs (written using cards with holes in them), a reader which was able to get results from the information. and a memory—all the things that were found in later computers.

1.5. Babbage asked the government for money to make the new machine, but was refused. He then built the Difference Engine Number 2. At two meters high, this was a slightly smaller and much simpler model that used only a small number ofthe 25.000

parts in the first machine.

1.6. In 1991, one hundred years after Babbage’s death, a copy was built using his plans. It did what Babbage said it would do. Babbage wasn‘t recognized in his lifetime. Very few people knew about his work and most of them weren't interested.

**Listen and translate the text into Ukrainian (consecutive translation). Please note that translation time is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

<https://youtu.be/wbukCMgOVM4>

Early computers

2.1. Later in the nineteenth century, in the US, Herman Hollerith also used cards with holes when he invented a machine to count government figures more quickly. The 1880 population count had taken eight years, and people were worried that the 1890 one would take even longer. Hollerith‘s machine, which used electricity to read, sort, and count the cards, did the job in a year.

2.2. The English mathematician Alan Turing led the move toward a machine that was able to “think” in a real way. He wrote a paper which is the real start of the computer age, about a machine that read and wrote information, with a memory to hold it in, a central processor, and a program of mathematical commands. This became known as a “Turing machine.”

2.3. During the Second World War, Turing worked on reading secret German messages. The work also included the building of a simple computer. After the war, he used his knowledge of mathematics to write the first programming languages.

2.4. In Germany, Konrad Zuse started work on his first mechanical computer in 1934, but two years later he changed to electrical connections. In 1940. the war interrupted the building of his third computer, but after a year he left the army and completed the Z3, an electrical machine which was controlled by a program. The German air force helped him, and the Z3 was used to help build airplanes and the V2 rockets. At the end of the war. Zuse’s latest machine was taken to Switzerland to be finished. This was the Z4, the first fully—programmable computer. It had a mechanical memory of 1,024 words.

From large machines to small

2.5. The first of the modern all-electronic computers was the ENIAC, built at the University of Pennsylvania. It was begun in 1943 and used by the US army. It was 150 square meters in size and needed an enormous quantity of electricity. It also became very hot, and this was a great problem.

**Translate the text into Ukrainian (simultaneous translation).**

<https://youtu.be/OoA2qOXd6jw>

3.1. The first computer for business use, the UNIVAC 1, was also used to count population. It became famous when it said that Dwight D. Eisenhower would win the race to become president in 1952. Its operators refused to believe this and reprogrammed it for a more likely result. When Eisenhower won easily, somebody said, “The problem with machines is people."

3.2. In the late 1950s, the transistor was invented. This was cheaper, smaller, and worked better than the old electronic connections. In 1958, Jack St. Clair Kilby of Texas Instruments had the idea of putting a few transistors together on a board. Today, hundreds of thousands of electronic parts can be put together on a board that is no more than one centimeter square.

3.3. In 1971, the Intel 4004 processor appeared. The central working part of the computer was now brought together in something that you could hold in your hand. Gordon Moore, who started Intel, said in 1965 that the power of processors would double every twelve months for the next ten years. This was changed to eighteen months in 1975, and since then “Moore’s Law" has continued to be true.

3.4. In 1965, US engineer Kenneth Olsen produced the PDP-8. This was a machine about the size of two televisions and it sold for $18,000, much less than the $1,000,000 cost of larger computers. It was a great success with scientists and engineers.

3.5. The ﬁrst three personal computers appeared in 1977. The best of these was the Apple II. Two years before, Stephen Wozniak had built and marketed the Apple I. This had no case, all the electronics could be seen, and it was only for serious computer hobbyists. Wozniak‘s friend Steve Jobs asked him to build a machine that more people could use. The result was the Apple II, which sold for $1,298.

**Listen and translate the text into Ukrainian (consecutive translation). Please note that translation time is limited, so translate at the proper pace without pauses.**

[https://youtu.be/b-Ch6qSei3k.](https://youtu.be/b-Ch6qSei3k" \t "_blank)

4.1. Among a number of computer hobbyists in California were Bill Gates and Paul Allen, who started Micro—Soft (later Microsoft). IBM, which had seen the success of the Apple II, was interested in selling its own machine. Microsoft was given the job of

writing the operating system. IBM could use this system, but not own it, so Microsoft received $10 for every copy sold. IBM had failed to realize that systems, not machines, were going to make money in the future. This was possibly the biggest mistake in the

history of computers.

4.2. Large numbers of companies produced copies of IBM machines, but every machine - about 30 million in the 1980s- used Microsoft systems. The power of IBM meant that business followed its lead, and the Apple machines were mainly bought by home users or by people who needed good drawing systems.

4.3. In 1971, IBM produced the first ﬂoppy disk. This came in a paper packet and was twenty centimeters wide, but it was still a great improvement on the tapes that had been used before. The modern nine-centimeter disk was first produced by Sony in 1981.

4.4. In 1969, several university and government computers were connected together by the US Department of Defense, so scientists in different parts of the world could share information and work together. Two years after this, a program for sending electronic mail (“e—mail") was written.

4.5. The first international connection was made in 1973 between University Gollege London and Norway. Queen Elizabeth II of the United Kingdom sent her first eimail in 1976. Three years later the University of Essex built a system which allowed a number of users to exchange information at the same time.

4.6. In 1982, the word “Internet” was invented to describe this. In 1989, Philip Emeagwali, who came from Nigeria but Worked in the US, connected 65,536 separate computer processors to work together and perform 3,100,000,000 mathematical operations every second. These were used in the search to find oil.

4.7. Two years later, the Englishman Tim Berners—Lee invented a new system. This made it possible to find and read documents without knowing where they actually were, and it became known as the "World Wide Web." It appeared on the Internet in 1991, starting an explosion of information.

4.8. For the next two years, use of the Internet grew at around 341,000% each year. The ability of computers to do difficult mathematics and the power of the Internet to help people communicate with each other have made it possibIe to improve ideas much faster than before.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

<https://youtu.be/evs1sgDSfeg>

Computers

1.1. Not [ ] ago, all letters were written by [ ] or on [ ] and information was [ ] mainly in [ ] . [ ] personal computers only [ ] in the 1980s, followed by the Internet and e-mail a few years later. It is easy to forget how [ ] these [ ] are.

Charles Babbage

1.2. In 1943, Thomas J Watson, who [ ] the company IBM, said that he thought there was a world [ ] for about five computers. He was very [ ] . There are now over 100 million personal computers in use [ ] the world—as well as the bigger computers used by [ ] organizations.

1.3. In 1822, in England, Charles Babbage began work on a [ ] machine. He was given £1,500 of [ ] money to [ ] the job, and worked on it for the next ten years. This became

[ ] as the Difference Engine Number 1.

1.4. The government’s [ ] ﬁnally ended in 1834, when Babbage still hadn’t finished building it, but had [ ] the ﬁrst [ ] computer. This [ ] programs (written using cards with [ ] in them), a [ ] which was able to get [ ] from the information. and a [ ] —all the things that were [ ] in [ ] computers.

1.5. Babbage asked the government for money to make the new machine, but was [ ] . He then built the Difference Engine Number 2. At two meters high, this was a [ ] smaller and much [ ] model that used only a small number ofthe 25.000 parts in the first machine.

1.6. In 1991, one hundred years after Babbage’s death, a copy was built using his [ ] . It did what Babbage said it [ ] do. Babbage wasn‘t [ ] in his [ ] . Very [ ] people knew about his work and most of them weren't [ ]

Early computers

2.1. Later in the nineteenth century, in the US, Herman Hollerith also used cards with holes when he [ ] a machine to [ ] government [ ] more [ ] . The 1880 [ ] count had taken eight years, and people were worried that the 1890 one would take even [ ] . Hollerith‘s machine, which used [ ] to read, [ ] , and count the cards, did the job in a year.

2.2. The English [ ] Alan Turing [ ] the move toward a machine that was [ ] to “think” in a [ ] way. He wrote a paper which is the real start of the computer [ ] , about a machine that read and wrote information, with a memory to [ ] it in, a central [ ] , and a program of mathematical commands. This became [ ] as a “Turing machine.”

2.3. During the Second World War, Turing worked on reading [ ] German [ ] . The work also included the building of a simple computer. After the war, he used his [ ] of mathematics to write the first [ ] [ ].

2.4. In Germany, Konrad Zuse started work on his first [ ] computer in 1934, but two years later he [ ] to electrical [ ] . In 1940. the war [ ] the building of his third computer, but after a year he [ ] the army and [ ] the Z3, an electrical machine which was [ ] by a

program. The German air force helped him, and the Z3 was used to help build [ ] and the V2 [ ] . At the end of the war. Zuse’s [ ] machine was taken to Switzerland to be finished. This was the Z4, the first [ ] —programmable computer. It had a [ ] [ ] of 1,024 words.

From large machines to small

2.5. The first of the modern all-electronic computers was the ENIAC, built at the University of Pennsylvania. It was begun in 1943 and used by the US [ ] . It was 150 square meters in size and needed an [ ] [ ] of electricity. It also became very [ ] , and this was a great problem.

3.1. The first computer for business [ ] , the UNIVAC 1, was also used to count population. It became [ ] when it said that Dwight D. Eisenhower would [ ] the [ ] to [ ] president in 1952. Its operators refused to believe this and [ ] it for a more [ ] result. When Eisenhower won [ ] , somebody said, “The problem with machines is [ ] ."

3.2. In the late 1950s, the [ ] was invented. This was [ ] , smaller, and worked [ ] than the old electronic connections. In 1958, Jack St. Clair Kilby of Texas Instruments had the idea of [ ] a few transistors together on a [ ] . Today, [ ] of [ ] of electronic parts can be put together on a board that is no [ ] than one centimeter square.

3.3. In 1971, the Intel 4004 processor [ ] . The central working part of the computer was now [ ] together in something that you could [ ] in your [ ] . Gordon Moore, who started Intel, said in 1965 that the [ ] of processors would [ ] every twelve months for the next ten years. This was [ ] to eighteen months in 1975, and since then “Moore’s Law" has [ ] to be [ ] .

3.4. In 1965, US [ ] Kenneth Olsen [ ] the PDP-8. This was a machine about the [ ] of two televisions and it sold for $18,000, much [ ] than the $1,000,000 cost of larger computers. It was a great [ ] with [ ] and engineers.

3.5. The ﬁrst three personal computers appeared in 1977. The best of these was the Apple II. Two years before, Stephen Wozniak had built and [ ] the Apple I. This had no [ ] , all the electronics could be [ ] , and it was only for serious computer [ ] . Wozniak‘s friend Steve Jobs asked him to build a machine that more people could use. The result was the Apple II, which sold for $1,298.

**Listen to the text, fill in the blanks.**

[https://youtu.be/b-Ch6qSei3k.](https://youtu.be/b-Ch6qSei3k)

4.1. [ ] a [ ] of computer hobbyists in California were Bill Gates and Paul Allen, who started Micro—Soft (later Microsoft). IBM, which had seen the [ ] of the Apple II, was interested in selling its [ ] machine. Microsoft was [ ] the [ ] of [ ] the [ ] system. IBM could use this system, but not own it, so Microsoft [ ] $10 for every copy [ ] . IBM had

[ ] to [ ] that systems, not machines, were going to [ ] money in the future. This was [ ] the [ ] mistake in the [ ] of computers.

4.2. Large numbers of companies produced copies of IBM machines, but every machine - about 30 million in the 1980s- used Microsoft systems. The [ ] of IBM [ ] that business

followed its [ ] , and the Apple machines were [ ] bought by home [ ] or by people who needed good [ ] systems.

4.3. In 1971, IBM produced the first [ ] disk. This came in a [ ] [ ] and was twenty centimeters [ ] , but it was still a great [ ] on the tapes that had been used [ ] The [ ] nine-centimeter disk was first produced by Sony in 1981.

4.4. In 1969, several university and government computers were [ ] together by the US Department of [ ] , so scientists in different parts of the world could [ ] information and work together. Two years after this, a program for [ ] electronic mail (“e—mail") was [ ]

4.5. The first international connection was made in 1973 [ ] University Gollege London and Norway. Queen Elizabeth II of the United Kingdom sent her first eimail in 1976. Three years later the University of Essex built a system which [ ] a number of users to [ ] information at the [ ] time.

4.6. In 1982, the word “Internet” was invented to [ ] this. In 1989, Philip Emeagwali, who came from Nigeria but Worked in the US, connected 65,536 separate computer processors to work together and [ ] 3,100,000,000 mathematical operations every second. These were used in the [ ] to find oil.

4.7. Two years later, the Englishman Tim Berners—Lee invented a new system. This made it possible to find and read documents without knowing where they [ ] were, and it became known as the "World Wide Web." It appeared on the Internet in 1991, starting an [ ] of information.

4.8. For the next two years, use of the Internet [ ] at around 341,000% each year. The [ ] of computers to do difficult mathematics and the power of the Internet to help people [ ] with each other have made it possibIe to [ ] ideas much [ ] than before.

**ЛІТЕРАТУРА**

1. Ганічева, Т. В. (2008). Методика навчання майбутніх філологів усного англомовного двостороннього перекладу у галузі прав людини. (дисертація кандидата пед. наук : 13.00.02) Харків. [Українською].
2. Зінукова, Н. В. (2017). Усний переклад у зовнішньоекономічній сфері: теорія і методика навчання магістрів-філологів. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля.
3. Максімов, С. Є. (2007). Усний двосторонній переклад (англійська та українська мови). Київ: Ленвіт.
4. Мирам, Г. Э., Иванова, С. И., Амплеев, П. В. (2007). Курс синхронного перевода (англо-русская пара). Киев: Ника-Центр.
5. Миньяр-Белоручев, Р. К. (1959). Методика обучения переводу на слух.Москва: Изд-во ИМО.
6. Ольховська, А. С. (2011). Методика навчання майбутніх філологів передачі імплікатур тексту оригіналу в усному перекладі з української мови на англійську. (дисертація кандидата пед. наук: 13.00.02) Харків. [Українською].
7. Саприкін, С. С., Чужакін, А. П. (2011). Світ усного перекладу. Вінниця: Нова книга.
8. Скрильник, С. В. (2015). Синхронний переклад. Київ: Логос.
9. Соколова, В. В. (2007). Система вправ для формування усної англомовної перекладацької компетенції майбутніх філологів. Актуальні проблеми перекладознавства та методики навчання перек- ладу : матеріали IV Всеукр. конф. Харків : НТМТ.
10. Червінко, О. Є. (2013). Формування перекладацької складової фахової компетентності перекладача. Розвиток навичок скороченого запису майбутніх перекладачів та повнота фіксації суттєвої інформації тексту оригіналу в усному послідовному перекладі. Переклад у наукових дослідженнях представників харківської школи : колективна монографія за ред. Л. М. Черноватого, О. А. Кальниченка та О. В. Ребрія. Вінниця : Нова книга.
11. Чернов, Г. В. (1978). Теория и практика синхронного перевода. Москва: Международные отношения.
12. Черноватий, Л. М. (2013). Методика викладання перекладу як спеціальності. Вінниця: Нова книга.
13. Швейцер, А. Д. (1967). К вопросу о наиболее рациональной схеме синхронного перевода. Тетради переводчика.
14. Ширяев, А. Ф. (1979). Синхронный перевод. Деятельность синхронного переводчика и методика преподавания синхронного перевода. Москва: Воениздат.
15. Wallis, Ian, (2012), Business Gurus That Changed The World. Mumbai: Jaico Publishing House.
16. Evans D., Hopkins A. (2002), Women in Business. Boston: Addison Wesley Publishing Company.

# Garfinkel, S. (2003). The Computer Book: From the Abacus to Artificial Intelligence. Milestones in the History of Computer Science. New York: Sterling Publishing House

**ЗМІСТ**

Передмова……………………………………………………………3

Від автора……………………………………………………………5

Unit 1…………………………………………………………………7

Unit 2………………………………………………………………..21

Unit 3………………………………………………………………..35

Unit 4………………………………………………………………..48

Unit 5………………………………………………………………..67

Unit 6………………………………………………………………..82

Unit 7……………………………………………………………….95

Unit 8……………………………………………………………...104

Unit 9………………………………………………………………124

Unit 10……………………………………………………………..138

Література…………………………………………………………152