

Кировское областное государственное общеобразовательное автономное учреждение "Вятская гуманитарная гимназия с углубленным изучением английского языка"

ПРИНЯТА
на заседании педагогического совета
Протокол № 9 от 24.05.2024 года

УТВЕРЖДАЮ
Директор гимназии

/Вологжанина В.В./
Приказ № 172-04 от 22.07.2024 г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА
«ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПЕРЕВОДА»**

10 класс

Уровень углубленный

Направленность: социально-гуманитарная

Срок реализации: 9 месяцев

Возраст детей: 16 -17 лет

Автор-составитель:
Козина Александра Сергеевна,
учитель английского языка

г.Киров, 2024 год

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Уровень углубленный

Направленность – социально-гуманитарная

Программа разработана в соответствии с нормативно-правовыми документами:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31.03.2022 г. № 678-р «Концепция развития дополнительного образования детей до 2030».
3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.05.2015 г. № 996-р «Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года».
4. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07.2022 № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам».
5. Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28.09.2020 № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4. 3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи».
6. Постановление Правительства Кировской области от 20.07.2020 № 389-П «О внедрении системы персонифицированного финансирования дополнительного образования детей на территории Кировской области».
7. Распоряжение Министерства образования Кировской области от 21.12.2022 № 1500 «Об утверждении Правил персонифицированного финансирования дополнительного образования детей на территории Кировской области».

Методические рекомендации:

1. Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы) (разработанные Министерством образования и науки России совместно с ГАОУ ВО МГПУ, ФГАУ ФИРО, АНО ДПО «Открытое образование», 2015 г.) (письмо Министерства образования и науки РФ от 18.11.2015 № 09-3242).
2. Методические рекомендации по разработке и реализации дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ (включая разноуровневые и модульные). – Киров: КОГОбУ ДО «Дворец творчества – Мемориал», РМЦ, 2020.

Актуальность программы

В современном, динамично меняющемся мире особенно важно непрерывно совершенствоваться профессионально и быть готовым ответить на новые вызовы в профессии. Курс «Теория и практика перевода» позволяет обучающимся освоить один из важнейших инструментов для достижения этой цели. Навыки перевода сегодня нужны специалистам широкого спектра профессий, так как именно такие навыки дают им возможность доступа к новейшим разработкам в той или иной профессиональной области. При всей доступности искусственного интеллекта и компьютерных программ для перевода они не могут помочь специалисту ознакомиться с профессиональной литературой на английском языке. Причина этому – специфическая лексика и грамматика научных и научно-популярных текстов. Таким образом, овладение переводческой компетенцией, на что и нацелен курс «Теория и практика перевода», становится одной из ключевых задач любого будущего специалиста, планирующего развиваться в своей профессии и занимающего активную гражданскую позицию.

Значимость для региона: Кировская область обладает значительным потенциалом для развития различных сфер экономики, от промышленности и сельского хозяйства до сферы услуг. Следовательно, регион нуждается в специалистах, способных использовать на благо своей организации передовые достижения мира, черпая информацию в том числе из иноязычных текстов научного и научно-популярного характера.

Новизна: данная программа не имеет аналогов на территории РФ и является уникальной и актуальной адаптацией академического курса перевода для учащихся общеобразовательных школ с углубленным изучением английского языка.

Отличительные особенности программы: учащиеся овладевают навыками переводческой деятельности с использованием научных и научно-популярных текстов, имеющих при этом развивающее и воспитательное значение и способствующих достижению учащимися личностных и метапредметных планируемых результатов обучения.

Адресат программы: обучающиеся 16 – 17 лет

Объем и срок освоения: 34 учебные недели (сентябрь-май), 9 месяцев, 136 учебных часа

Режим занятий: 4 часа в неделю

Форма обучения: очная

Особенности организации образовательного процесса: группы учащихся 10 классов

Набор детей в объединение: Прием обучающихся осуществляется на основании заявления и документов, удостоверяющих личность учащегося

или одного из родителей (законных представителей) несовершеннолетних учащихся.

Состав группы: постоянный, количество обучающихся в группе 10 – 15 человек.

Цель:

- развитие и воспитание у школьников понимания важности изучения иностранного языка в современном мире и потребности пользоваться им как средством общения, познания, самореализации и социальной адаптации.

Задачи:

Личностные задачи: формировать целостное мировоззрение, а также готовность и способность к непрерывному саморазвитию и самообразованию.

Предметные задачи: сформировать навыки осуществления переводческой деятельности на письменной и устной основе.

Метапредметные задачи: развивать умение отбирать наиболее эффективные способы решения учебных и познавательных задач; определять потенциальные затруднения при решении этих задач и искать средства и ресурсы для их устранения; осуществлять контроль своей деятельности в процессе достижения результата; развивать информационные умения.

Планируемые предметные результаты:

Обучающийся научится:

- использовать некоторые методы получения знаний: постановка проблемы, описание, сравнительное описание, объяснение, интерпретация фактов;
- выбирать и использовать методы, адекватные рассматриваемой проблеме;

Коммуникативные умения

Говорение. Монологическая речь

Обучающийся научится:

- строить связное монологическое высказывание с опорой на зрительную наглядность и/или вербальные опоры (ключевые слова, план, вопросы) в рамках освоенной тематики;

Аудирование

Обучающийся научится:

- воспринимать на слух и понимать основное содержание несложных аутентичных текстов, содержащих некоторое количество неизученных языковых явлений;

Чтение

Обучающийся научится:

- читать и понимать основное содержание несложных аутентичных текстов, содержащие отдельные неизученные языковые явления;
- читать и находить в несложных аутентичных текстах, содержащих отдельные неизученные языковые явления, нужную/интересующую/запрашиваемую информацию, представленную в явном и в неявном виде;

Письменная речь

Обучающийся научится:

- выполнять прямой письменный перевод аутентичных текстов широкого тематического диапазона;

Языковые навыки и средства оперирования ими

Орфография и пунктуация

Обучающийся научится:

- правильно писать изученные слова;
- правильно ставить знаки препинания в конце предложения: точку в конце повествовательного предложения, вопросительный знак в конце вопросительного предложения, восклицательный знак в конце восклицательного предложения;

Фонетическая сторона речи

Обучающийся научится:

- различать на слух и адекватно, без фонематических ошибок, ведущих к сбою коммуникации, произносить слова изучаемого иностранного языка;
- соблюдать правильное ударение в изученных словах;

Лексическая сторона речи

Обучающийся научится:

- узнавать в письменном и звучащем тексте изученные лексические единицы (слова, словосочетания, реплики-клише речевого этикета), в том числе многозначные широкого тематического диапазона и находить их соответствия в языке перевода;
- употреблять в устном и письменном переводе в их основном значении изученные лексические единицы (слова, словосочетания, реплики-клише речевого этикета), в том числе многозначные, в соответствии с решаемой коммуникативной задачей перевода;

Грамматическая сторона речи

Обучающийся научится:

- Оперировать в процессе устного и письменного прагматического общения (перевода) основными синтаксическими конструкциями в соответствии с коммуникативной задачей;
- употреблять в прямом и обратном переводе различные коммуникативные типы предложений: утвердительные, вопросительные (общий, специальный, альтернативный, разделительный вопросы), отрицательные, побудительные (в утвердительной и отрицательной формах);

- переводить на русский язык и использовать в обратном переводе распространенные и нераспространенные простые предложения, в том числе с несколькими обстоятельствами, следующими в определенном порядке (We moved to a new house last year);

Социокультурные знания и умения

Обучающийся научится:

- употреблять в устном и письменном переводе и в ситуациях формального и неформального общения основные нормы речевого этикета, принятые в странах языка перевода и родного языка;

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование разделов, тем	Кол-во часов	Кол-во контр. работ (ч.)	Теория	Практика
1. Блок «Медицина» (40 часов)				
1. Особенности перевода в сфере профессиональной коммуникации «Медицина»	4		1	3
2. Основные положения концепции лингвистической теории перевода: теории закономерных соответствий	4		1	3
3. Теории трансформационного, денотативного, семантического подходов в переводе.	4		1	3
4. Грамматические трудности перевода профессионально ориентированных текстов. Способы выражения аспекта пассивности: Causative Forms (have/make + object + bare infinitive; get + object + to-infinitive).	8		2	6
5. Латинские словообразовательные элементы, наиболее часто встречающиеся в медицинских и биологических терминах	8	1	2	5
6. Прагматическая адекватность перевода в сфере профессиональной коммуникации.	12		3	9
Итого:	40	1	10	29
2. Блок «Психология» (40 часов)	Кол-во часов	Кол-во контр. работ (ч.)	Теория	Практика
1. Особенности перевод в сфере	4		1	3

профессиональной коммуникации «Психология». Соотношение адекватности и эквивалентности при переводе профессионально ориентированных текстов.				
2. Грамматические трудности перевода профессионально ориентированных текстов.	8		2	6
3. Nonverbal Forms: Infinitive and Infinitive Constructions; Participles and Participial Constructions; Gerund; Verb Patterns	8		2	6
4. Переводческие трансформации: лексические, грамматические, синтаксические	20	2	3	15
Итого:	40	2	8	30
3. Блок «Бизнес» (56 часов)	Кол-во часов	Кол-во контр. работ (ч.)	Теория	Практика
1. Перевод в сфере профессиональной коммуникации «Бизнес». Понятие о речевых стандартах, клише.	4		1	3
2. Понятия «текст» и «дискурс» в деятельности переводчика профессионально ориентированных текстов. Понятия «адекватность» и «эквивалентность» при переводе профессионально ориентированных текстов.	4		1	3
3. Грамматические трудности перевода: Complex Object; Conditionals /Wishes / Unreal Past;	12	1	3	8
4. Формы делового письма, формат и требования к ним	8		2	6
5. Информационное сжатие как способ взаимодействия с текстом.	8	1	1	6
6. Практика перевода в сфере «Бизнес».	20	2		18
Итого:	56	4	8	44
Итого:	136	7	26	103

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Блок 1. Медицина (40 часов)

1. Особенности перевода в сфере профессиональной коммуникации «Медицина». Теория: глоссарий по теме «Медицина» (неологизмы, реалии,

профильная аббревиатура и акронимы; профессиональная лексика, термины, клише и устойчивые словосочетания). **Практика:** перевод текстов, содержащих изучаемые явления.

2. Основные положения концепции лингвистической теории перевода: теории закономерных соответствий. Теория: цель и особенности перевода в сфере профессиональной коммуникации. Требования к переводчику, особенности текстов (форма, функции, стиль) в сфере профессиональной коммуникации. Информационно-справочный и терминологический поиск при переводе профессионально ориентированных текстов. переводческих соответствий. Принципы классификации переводческих соответствий: единичные (окказиональные), множественные, однотипные, разнотипные. Виды контекстов (лингвистический, микро и макроконтекст, синтаксический, ситуативный, экстралингвистический контекст). **Практика:** перевод текстов, содержащих изучаемые явления.

3. Теории трансформационного, денотативного, семантического подходов в переводе. Теория: знакомство с данными подходами в современной переводческой науке. **Практика:** перевод текстов, позволяющих применить тот или иной подход.

4. Грамматические трудности перевода профессионально ориентированных текстов. Теория: Способы выражения аспекта пассивности: Causative Forms (have/make + object + bare infinitive; get + object + to-infinitive). Теория: Adjective Group; Passive Aspect / Causative Forms (have/get + object + past participle; make/have + object + bare infinitive; get + object + to-infinitive). Complex Object; использование данных грамматических явлений при переводе с русского языка на английский, который используется как средство лексико-грамматического контроля. **Практика:** перевод текстов, содержащих изучаемые явления.

5. Латинские словообразовательные элементы, наиболее часто встречающиеся в медицинских и биологических терминах. Теория: латинские словообразовательные элементы, наиболее часто встречающиеся в медицинских терминах. **Практика:** перевод текстов, содержащих изучаемые явления. **Контрольная работа** (смотри Приложение).

6. Прагматическая адекватность перевода в сфере профессиональной коммуникации. Теория: Прагматические задачи средств массовой информации. Формы подачи информации. Переводческие проблемы текстов в средствах массовой информации (неологизмы, способы их образования, аббревиатуры, реалии, реалии как носители лингвострановедческого компонента и национального колорита, Corpora English, идиомы). Понятие «аббревиатура», вида аббревиатур, способы их перевода. Понятие «реалия», их виды и способы перевода. Способы эмоциональной экспрессии,

эмфатизация (Double Negative, Inversion, Question Word + ever: Question Word + is/was it + that). **Практика:** перевод текстов, содержащих изучаемые явления.

Блок 2. Психология (40 часов)

1. Особенности перевода в сфере профессиональной коммуникации «Психология». **Теория:** глоссарий по теме «Психология» (неологизмы, реалии, профильная аббревиатура и акронимы; профессиональная лексика, термины, клише и устойчивые словосочетания). Осуществление предпереводческого анализа текста оригинала; выработка общей стратегии перевода в зависимости от коммуникативной задачи; осуществление аналитического вариативного поиска перевода; выполнение полного прямого письменного перевода; анализ результатов перевода (саморедактирование текст перевода); выполнение реферативного и аннотационного перевода. **Практика:** перевод текстов, содержащих изучаемые явления.

2. Грамматические трудности перевода профессионально ориентированных текстов. **Теория:** сложные для перевода конструкции английского языка. **Практика:** перевод текстов, содержащих изучаемые явления.

3. Nonverbal Forms: Infinitive and Infinitive Constructions; Participles and Participial Constructions; Gerund; Verb Patterns. **Теория:** трудности перевода данных конструкций. **Практика:** перевод текстов, содержащих изучаемые явления.

4. Переводческие трансформации: лексические, грамматические, синтаксические. **Теория:** проблемы передачи модальности в переводе; способы выражения категорий долженствования, морального долга, возможности, вероятности, уверенности, отрицания, сообщения, позволения, запрета, приказа в английском и русском языках; понятие «логическая и экспрессивная модальность»; несовпадение средств выражения модальности в русском и английском языках; способы выражения модальности в английском языке; модальные глаголы и их значения; английские фразовые глаголы. **Практика:** перевод текстов, содержащих изучаемые явления. **Контрольная работа:** (смотри Приложение).

Блок 3. Бизнес (56 часов)

1. Перевод в сфере профессиональной коммуникации «Бизнес». **Понятие о речевых стандартах, клише.** **Теория:** глоссарий по теме «Бизнес» (неологизмы, реалии, профильная аббревиатура и акронимы; профессиональная лексика, термины, клише и устойчивые словосочетания). **Практика:** перевод текстов, содержащих изучаемые явления.

2. Понятия «текст» и «дискурс» в деятельности переводчика профессионально ориентированных текстов. Понятия «адекватность» и «эквивалентность» при переводе профессионально ориентированных текстов. Теория: текст и дискурс в современной лингвистике. Соотношение адекватности и эквивалентности при переводе профессионально ориентированных текстов. **Практика:** перевод текстов, содержащих изучаемые явления.

3. Грамматические трудности перевода: Complex Object; Conditionals /Wishes / Unreal Past. Теория: трудности перевода данных конструкций. **Практика:** перевод текстов, содержащих изучаемые явления. **Контрольная работа** (смотри Приложение).

4. Формы делового письма, формат и требования к ним. Теория: форматы деловой переписки, социокультурные нормы оформления деловой переписки на английском языке. **Практика:** написание деловых писем с различными коммуникативными целями.

5. Информационное сжатие как способ взаимодействия с текстом. Теория: стратегии чтения аутентичных текстов публицистического стиля, используя основные виды чтения (ознакомительное, поисковое, глубокое); извлечение необходимой информации из иноязычных источников, созданных в различных знаковых системах (таблицы, диаграммы, графики); выбор вида чтения в соответствии с поставленной коммуникативной задачей; определение типа абзацев и нахождение предложений, выражающих основную мысль абзацев; анализ языка источника (наличие стилистических приемов, средств эмфатизации, реалий и неологизмов); быстрый просмотр больших по объему и сложных текстов с выделением важных сведений, необходимых для решения определенной коммуникативной задачи; выделение фактической информации и различных точек зрения; дифференциация информации о реальных фактах и гипотетических предположениях; выделение культурологического компонента и использование его для интерпретации текста; критическая оценка достоверности информации. **Практика:** перевод текстов, содержащих изучаемые явления. **Контрольная работа** (смотри Приложение).

6. Практика перевода в сфере «Бизнес». Практика: перевод текстов деловой направленности из актуальных англоязычных источников. **Контрольная работа** (смотри Приложение).

УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Материально-техническое обеспечение

1. Проектор
2. Экран

3. Кабинет (столы, стулья)
4. Ноутбук

Информационное обеспечение

1. Презентационные видео материалы по темам.
2. Интернет источники

Кадровое обеспечение

1. Педагог дополнительного образования;
Критерии отбора педагогов для реализации программ: профессионализм, квалифицированность, морально-нравственные качества, педагогический талант.

Формы аттестации:

Контрольные работы.

Оценочные материалы: см. Приложение

Методические материалы

- Формы организации учебного занятия: урок-практикум.
- Методы и приемы обучения: объяснительно-иллюстративный, частично-поисковый, системно-деятельностный.
- Педагогические технологии: технология критического мышления, кейс-технология, информационно-коммуникационная технология.
- Дидактические материалы: словари.

Список литературы

Для педагога:

Гараева, М.Р. Основы практики перевода. Учебное пособие. – Казань, 2016 – 91 с.

<https://dic.academic.ru/?ysclid=lzla6uez2r586710716>

<https://woordhunt.ru/>

<https://www.reverso.net/>

<http://www.englishtexts.ru>

<https://study-english.info/sites-for-translators.php>

Для учащихся:

Гараева, М.Р. Основы практики перевода. Учебное пособие. – Казань, 2016 – 91 с.

<https://dic.academic.ru/?ysclid=lzla6uez2r586710716>

<https://woordhunt.ru/>

<https://www.reverso.net/>

<http://www.englishtexts.ru>

<https://study-english.info/sites-for-translators.php>

Контрольные работы для проверки знаний

Блок 1

Тема 5

Переведите текст на русский язык, обращая внимание на латинские заимствования.

It is hard to imagine the world today without air travel. In the past people were always dreaming about the sky. We know many old legends about ancient people who learned to fly. We can still read these myths in books. Heroes of these books had some magical power. In the 18th century people started to use hot air balloons. This is how they traveled by air. Then the invention of planes changed the way we travel. It made traveling very easy. Planes gave us a great chance to explore every part and corner of the world. Coping with natural disasters like floods also became much easier.

The Wright Brothers from the USA invented the first airplane. It happened in the 19th century. After high school they started to do experiments and research to develop an airplane. Their interest and passion for planes led to the development of the first plane.

Блок 2

Тема 4

Переведите текст на русский язык, обращая особое внимание на тематическую лексику.

In today's world there are many factors about being a woman both empowering and overwhelming. As women, we acknowledge our beauty and flaws, but there lies an obsession with the idea of meeting others' standards of beauty. Is there a point of being too concerned about the way we're portrayed?

Heather Neff, English Literature professor, compassionately connected to others during her speech about the impact of physical appearance that's instilled in women and girls. She informed and encouraged them to examine the source of their self-esteem while discovering their life's purpose.

"I chose to talk about the way this society teaches women that their only value is what their faces look like. And I want women to get free from that idea that your worth is tied up in your face," Neff said. "Women have to break free of that idea that they always have to look good to please someone else."

Just as she hoped, her message sparked the exchange of personal stories and ideas among the audience. Two women from different generations who met at the event began to engage on the standards of beauty that they live by. They both reached out to Neff to show their gratitude of taking a stand and informing women in a positive way.

She is a believer in her philosophy that life is long enough to do many things, but too short to waste even a day. A self-proclaimed busy body, she has a lot of interests from writing, playing the piano and viola, to artsy projects that allow her to simply create, such as gardening, sewing and painting.

She's always inclined to be active in any way possible, even through her daily interactions with students on campus. One serious matter to her is making today count in any meaningful way possible, even giving a helping hand to others.

Блок 3

Тема 3

Переведите предложения на английский язык, используя сложное дополнение.

Упр. 413. Переведите на английский язык, употребляя сложное дополнение с причастием или инфинитивом, в зависимости от смысла.

1. Я видел, что Коля пришел. 2. Я видела, что Джордж идет по улице. 3. Я видел, что Нелли читает. 4. Мы видели, как студенты танцуют. 5. Мы видели, как разговаривали их родители. 6. Мы смотрели, как дети играют. 7. Она видела, что Нина примеряет шляпу. 8. Алиса видела, что ее сестра взяла книгу. 9. Он видел, что его ученики стоят около школы. 10. Том видел, что она вышла из комнаты. 11. Мать видела, что ее дети делают домашнее задание. 12. Она видела, что Андрей сидит на диване. 13. Николай видел, что Анна что-то пишет. 14. Учитель заметил, что ученики разговаривают. 15. Она заметила, как отец вышел из комнаты. 16. Вы заметили, что они смеются? 17. Вы заметили, что он ушел? 18. Она не слышала, как я вошел в комнату. 19. Я не слышал, как они разговаривали. 20. Вы когда-нибудь слышали, как она поет? 21. Вы когда-нибудь слышали, как он говорит по-испански? 22. В зоопарке мы часто следили за тем, как обезьяны играют в клетке. 23. Я часто слышу, как он играет у себя в комнате. 24. Вы видели, как бежали эти два мальчика? 25. Он услышал, как на улице плачет какой-то ребенок. 26. Дети стояли и смотрели, как медведи плавают. 27. Мальчик следил за тем, как кошка пытается открыть дверь. 28. Он заметил, что они переходят улицу с двумя большими чемоданами в руках.

Тема 5

Прочитайте текст. Напишите summary к данному тексту.

Why can't we live without our mobiles?

If I talk about my country, there was a time when a whole village had just one landline phone – probably in the house of the head of the village or some shopkeeper. So, all the people gave their friends and relatives the same number, but they couldn't talk for long because of the pocket burning voice plans. Later came the mobile phones, and even better, smartphones which are everywhere, everywhere, and everywhere. The three times everywhere is for the number of smartphones and how it has increased in the last decade. The time between you order a new smartphone from *Amazon* online shop, and it's delivered to you, around four or five new devices might get into the market.

Now, you can see almost everyone using a smartphone, whether they're eating, walking, driving and even watching movies in theaters. These habits make me wonder about the reasons why people use a smartphone. No matter it has

become more of a necessity than a luxury, but different people have their own aims when they use a smartphone.

For some people, their smartphone is their work companion. Smartphones can really help us get connected with our offices. It's quite easy to connect to a company's VPN network using an Android or iOS device. You might have found yourself checking emails during vacations and get-togethers because of that. It's a great thing, you might think, but now I have to use various apps to distant myself from work on my computer. Otherwise, I don't realize how much time I devote to it every day only to get soured eyes and backaches in return.

I do believe that most people use their phone when they just get bored, which probably happens very often. Smartphones are great entertainers and help you pass the time. Especially, when you're in the Subway for more than an hour, you can plug in your earphones and watch that episode of Netflix's *Stranger Things* you made offline last week but didn't get the chance to watch. And also, during those long flights and train journeys, if you aren't the novel-type person, you take some movies and TV shows with you. If you aren't into watching video content, you play video games. I can still remember myself being a teenager getting lost into *Subway Surfers* and *Angry Birds*.

Quite a lot of people claim that they cannot do without their smartphones as they need to talk to special people, daily, for hours. I don't have much experience in this field; you might have guessed what I am speaking about. But I have friends who can stick to their phone, chatting if not talking, for tens of hours, and maybe a day if I were to overstate. So, if you take the smartphone away from such people, you can't think about the consequences. You'll be responsible for causing boredom in the lives of at least two humans.

One more kind are the people who can't stop themselves from checking Facebook and Twitter. In my opinion, social networking has become an inevitable part of our lives. However, if I talk about Facebook, there isn't much social network left on this platform. Most people use it to get their daily dose of news, humour, and probably shock. The fact is that services like Facebook, Instagram, and Twitter are quite addictive. They can keep you busy for hours. All you need to do is start scrolling through their feeds.

Me, I don't think these are sufficient reasons for sticking to your mobile all the time, but it's up to you to decide anyway.

Тема 6

Переведите текст на русский язык, выполняя все необходимые переводческие трансформации.

Business and colours

Modern marketing uses every trick in the book to achieve its goals and every resource at its disposal to get a product or an idea to catch our attention. One of those tools is certainly colour, though I believe few people realize its impact on them. Still, marketers have discovered that specific colours can influence our decisions as consumers, and they have taken advantage of it. Colours are used in

marketing campaigns to create a specific image for a brand or a product in the hope that this image will influence to buy it.

We can now say that there is colour psychology – a field dedicated to analyzing the effects that each tone of this or that colour has on our thoughts and behaviour. This data is used not just in marketing, but also in art, architecture, education, design, etc.

So, how can colours make us buy things? Is it possible? In fact, according to the hue chosen by the creative minds of a company, a product or a whole brand could be a success or a failure. Colours have *that big* of an effect. They can modify the perceived value of a certain product, the desire we feel to buy it, the feelings it prompts, etc. You may argue that our perceptions of each colour depend on our personal experiences. That's true; however, there are also general rules governing the way that colours impact us. Apparently, the emotions and feelings evoked by a specific colour tend to be similar within a population. That is why the most important brand names and logos in the world are based on a table that associates a colour with its perception. For instance, yellow stands for optimism, warmth and clarity. Examples of brand logos with this colour are Best Buy, Subway, Shell, Nikon, Chevrolet, UPS, IKEA, Ferrari and McDonalds. Orange means friendship, confidentiality and trust. Companies that use this colour are Nickelodeon and Fanta.

Red is supposed to excite the senses you see it in logos and adverts of Coca Cola, Nintendo, Lego, Pinterest and Canon. The colour blue is associated with trust and seriousness (Dell, HP, Oreo, Oral B or Twitter), whereas green stands for peace, health and growth (Tropicana, Animal Planet, Android and Starbucks).

Some companies have chosen to use more than one colour in their logo. Such is the case for Google or Windows. In these cases, the goal is simply for the client to experience more than one sensation. The more, the better.

So, why do we choose a brand for its colour? According to a study titled "The Impact of Colour in Marketing", 90% of consumers judge a product's value based on its colour. Additionally, we make colour choices depending on our emotions. Of course, this doesn't mean that we avoid buying something yellow or orange if we're depressed, for example.

Colours can affect us in other significant ways too. For example, we might feel different in our office if it's painted in dull colours than if it is painted in more appealing hues. Colours can help us rest better, study, be calm, enjoy our home, etc. So, beyond the strategies which companies use to grab our attention, our experiences also count. If we test it out, go to the market and analyze what catches our eye, surely, it'll be the brighter or bolder colours. That doesn't mean that 100% of the time we'll end up buying that product, but, still, the key is to know how to differentiate products not by their colours, but by their quality, prices or utility. This way, we will be conscious consumers and not just robots who simply buy what companies want us to buy.