

18번

To whom it may concern, I would like to draw your attention to a problem that frequently occurs with the No. 35 buses. There is a bus stop about halfway along Fenny Road, at which the No. 35 buses are supposed to stop. It would appear, however, that some of your drivers are either unaware of this bus stop or for some reason choose to ignore it, driving past even though the buses are not full. I would be grateful if you could remind your drivers that this bus stop exists and that they should be prepared to stop at it. I look forward to seeing an improvement in this service soon. Yours faithfully, John Williams

관계자분께, 35번 버스에서 자주 발생하는 문제에 대해 귀하의 주의를 환기하고 싶습니다. Fenny Road를 따라 중간쯤 버스 정류장이 있고, 그곳에서 35번 버스가 정차하게 되어 있습니다. 그러나 버스 기사들 중 일부는 이 버스 정류장을 인식하지 못하거나 어떤 이유에서인지 그것을 무시하기로 선택하여 버스가 꽉 차지 않았음에도 운전해 지나쳐가는 것으로 보입니다. 기사들에게 이 버스 정류장이 존재하고 그곳에 정차할 준비가 되어 있어야 한다는 것을 상기시켜 주시면 감사하겠습니다. 곧 이 서비스가 개선되기를 기대합니다. 진심을 담아, John Williams 드림

19번

My 10-year-old appeared, in desperate need of a quarter. "A quarter? What on earth do you need a quarter for?" My tone bordered on irritation. I didn't want to be bothered with such a trivial demand. "There's a garage sale up the street, and there's something I just gotta have! It only costs a quarter. Please?" I placed a quarter in my son's hand. Moments later, a little voice said, "Here, Mommy, this is for you." I glanced down at the hands of my little son and saw a four-inch cream-colored statue of two small children hugging one another. Inscribed at their feet were words that read It starts with 'L' ends with 'E' and in between are 'O' and 'V.' As I watched him race back to the garage sale, I smiled with a heart full of happiness. That 25-cent garage sale purchase brought me a lot of joy.

내 열 살짜리 아이가 나타났고, 25센트 동전을 절실히 필요로 했다. "25센트 동전? 도대체 25센트 동전이 왜 필요하지?" 나의 말투는 거의 짜증에 가까웠다. 나는 그런 사소한 요구에 방해받고 싶지 않았다. "거리 위쪽에서 중고 물품 판매 행사를 하는데, 제가 꼭 사야 할 게 있어요! 25센트밖에 안 해요. 네?" 나는 아들의 손에 25센트 동전을 쥐여 주었다. 잠시 후 작은 목소리가 "여기요, 엄마, 이거 엄마를 위한 거예요."라고 말했다. 나는 내 어린 아들의 손을 힐끗 내려다보았고, 두 어린아이가 서로 껴안고 있는 4인치짜리 크림색의 조각상을 보았다. 그들의 발밑에는 'L'로 시작하며 'E'로 끝나고 그 사이에 'O'와 'V'가 있다는 말이 새겨져 있었다. 아이가 중고 물품 판매 행사로 서둘러 돌아가는 모습을 바라보며 나는 행복이 가득한 마음으로 미소를 지었다. 그 25센트짜리 중고 물품 판매 행사 구입품은 나에게 큰 기쁨을 가져다 주었다.

20번

Managers frequently try to play psychologist, to "figure out" why an employee has acted in a certain way. Empathizing with employees in order to understand their point of view can be very helpful. However, when dealing with a problem area, in particular, remember that it is not the person who is bad, but the actions exhibited on the job. Avoid making suggestions to employees about personal traits they should change; instead suggest more acceptable ways of performing. For example, instead of focusing on a person's "unreliability," a manager might focus on the fact that the employee "has been late to work seven times this month." It is difficult for employees to change who they are; it is usually much easier for them to change how they act.

관리자들은 직원이 왜 특정한 방식으로 행동했는지를 '파악하기' 위해 심리학자 역할을 하려고 자주 노력한다. 그들의 관점을 이해하기 위해 직원들과 공감하는 것은 매우 도움이 될 수 있다. 하지만, 특히 문제 영역을 다룰 때, 그것은 잘하지 못하는 사람이 아니라 근무 중에 보여지는 행동이라는 것을 기억하라. 직원들에게 그들이 바꿔야 할 인격적 특성에 대해 제안하는 것을 피하라. 대신에 더 용인되는 수행 방법을 제안하라. 예를 들어, 관리자는 어떤 사람의 '신뢰할 수 없음'에 초점을 맞추는 대신, 그 직원이 '이번 달에 회사에 일곱 번 지각했다'는 사실에 초점을 맞출 수도 있을 것이다. 직원들은 자신이 어떤 사람인지를 바꾸기는 어렵다. 일반적으로 자신이 행동하는 방식을 바꾸기가 훨씬 쉽다.

21번

I suspect fungi are a little more forward "thinking" than their larger partners. Among trees, each species fights other species. Let's assume the beeches native to Central Europe could emerge victorious in most forests there. Would this really be an advantage? What would happen if a new pathogen came along that infected most of the beeches and killed them? In that case, wouldn't it be more advantageous if there were a certain number of other species around — oaks, maples, or firs — that would continue to grow and provide the shade needed for a new generation of young beeches to sprout and grow up? Diversity provides security for ancient forests. Because fungi are also very dependent on stable conditions, they support other species underground and protect them from complete collapse to ensure that one species of tree doesn't manage to dominate.

나는 균류가 자신의 더 큰 상대보다 조금 더 앞서 '생각한다'고 짐작한다. 나무들 사이에서 각 종은 다른 종들과 싸운다. 중부 유럽 태생의 너도밤나무가 그곳의 숲 대부분에서 우세하게 나타날 수 있다고 가정해 보자. 이게 정말 이점일까? 만약 대부분의 너도밤나무를 감염시켜 죽게 만드는 새로운 병원균이 나타나면 어떻게 될까? 그런 경우, 주변에 참나무, 단풍나무 또는 전나무와 같은 일정한 수의 다른 종이 계속 자라서 새로운 세대의 어린 너도밤나무가 싹을 틔우고 자라는 데 필요한 그늘을 제공한다면 더 유리하지 않을까? 다양성은 오래된 숲에 안전을 제공한다. 균류도 또한 안정적인 조건에 매우 의존하기 때문에, 그들은 한 종의 나무가 우세해지지 않도록 확실히 하기 위해 땅 속에서 다른 종을 지원하고 그것들을 완전한 붕괴로부터 보호한다.

22번

It's remarkable that positive fantasies help us relax to such an extent that it shows up in physiological tests. If you want to unwind, you can take some deep breaths, get a massage, or go for a walk — but you can also try simply closing your eyes and fantasizing about some future outcome that you might enjoy. But what about when your objective is to make your wish a reality? The last thing you want to be is relaxed. You want to be energized enough to get off the couch and lose those pounds or find that job or study for that test, and you want to be motivated enough to stay engaged even when the inevitable obstacles or challenges arise. The principle of "Dream it. Wish it. Do it." does not hold true, and now we know why: in dreaming it, you undercut the energy you need to do it. You put yourself in a temporary state of complete happiness, calmness — and inactivity.

낙관적인 상상이 생리학적 검사에서 나타날 정도로 우리가 긴장을 푸는 데 도움이 된다는 것은 주목할 만하다. 만약 여러분이 긴장을 풀고 싶다면, 심호흡하거나, 마사지를 받거나, 산책을 할 수도 있지만, 단순히 눈을 감고 여러분이 누릴지도 모를 미래의 결과에 대해 상상해 볼 수도 있다. 하지만 여러분의 목표가 소망을 실현하는 것인 경우라면 어떨까? 여러분이 '가장 피해야 할' 상태는 긴장이 풀려 있는 것이다. 여러분은 소파에서 일어나 체중을 감량하거나 직업을 찾거나 시험공부를 할 수 있을 만큼 충분히 활력을 얻어야 하고, 피할 수 없는 장애물이나 문제가 발생할 때 도 계속 전념할 수 있도록 충분히 동기부여 되어야 한다. '그것을 꿈꿔라, 그것을 소망하라, 그것을 실행하라.'라는 원칙은 사실이 아니며, 우리는 이제 그 이유를 안다. 그것을 꿈꾸는 중에, 여러분은 그것을 하는 데 필요한 에너지를 약화시킨다. 여러분은 스스로를 완전한 행복, 고요, 그리고 비활동의 일시적인 상태에 빠지게 한다.

23번

If cooking is as central to human identity, biology, and culture as the biological anthropologist Richard Wrangham suggests, it stands to reason that the decline of cooking in our time would have serious consequences for modern life, and so it has. Are they all bad? Not at all. The outsourcing of much of the work of cooking to corporations has relieved women of what has traditionally been their exclusive responsibility for feeding the family, making it easier for them to work outside the home and have careers. It has headed off many of the domestic conflicts that such a large shift in gender roles and family dynamics was bound to spark. It has relieved other pressures in the household, including longer workdays and overscheduled children, and saved us time that we can now invest in other pursuits. It has also allowed us to diversify our diets substantially, making it possible even for people with no cooking skills and little money to enjoy a whole different cuisine. All that's required is a microwave.

생물인류학자인 Richard Wrangham이 말하는 것만큼 요리가 인간의 정체성, 생물학 및 문화에 중요하다면, 우리 시대의 요리 감소가 현대 생활에 심각한 결과들을 초래한다고 추론하는 것은 당연하고, 실제로 그러했다. 그것들이 모두 나쁜가? 전혀 그렇지 않다. 요리하는 일의 많은 부분을 기업에 아웃소싱하는 것은 전통적으로 여성들에게 한정된, 가족들을 먹여야 하는 책임이었던 것에서 여성들을 벗어나게 했고, 그들이 집 밖에서 일하고 직업을 갖는 것을 더 쉽게 했다. 그것은 성 역할과 가족 역할의 그렇게 큰 변화가 촉발할 많은 가정 내 갈등을 막아냈다. 그것은 더 긴 근무일과 분주한 자녀를 포함하여 가정의 다른 곤란을 덜어주었고, 이제 우리가 다른 일에 투자할 수 있도록 시간을 절약해 주었다. 그것은 또한 우리의 식단을 상당히 다양하게 해주었고, 요리 기술이 없고 돈이 거의 없는 사람들도 완전히 색다른 요리를 즐길 수 있게 해 주었다. 필요한 것이라면 전자레인지뿐이다.

24번

As you may already know, what and how you buy can be political. To whom do you want to give your money? Which companies and corporations do you value and respect? Be mindful about every purchase by carefully researching the corporations that are taking our money to decide if they deserve our support. Do they have a record of polluting the environment, or do they have fair-trade practices and an end-of-life plan for the products they make? Are they committed to bringing about good in the world? For instance, my family has found a company producing recycled, plastic-packaging-free toilet paper with a social conscience. They contribute 50 percent of their profits to the construction of toilets around the world, and we're genuinely happy to spend our money on this special toilet paper each month. Remember that the corporate world is built on consumers, so as a consumer you have the power to vote with your wallet and encourage companies to embrace healthier and more sustainable practices with every purchase you choose to make.

이미 알고 있겠지만, 여러분이 무엇을 어떻게 구매하는지는 정치 적일 수 있다. 여러분은 여러분의 돈을 누구에게 주고 싶은가? 여러분은 어떤 회사와 기업을 가치 있게 여기고 존중하는가? 우리의 지원을 받을 자격이 있는지를 결정하기 위해 우리의 돈을 가져가는 기업들을 면밀히 조사함으로써 모든 구매에 주의를 기울여라. 그들은 환경을 오염시킨 기록이 있는가, 아니면 그들이 만든 제품에 대한 공정 거래 관행과 제품 수명 종료 계획이 있는가? 그들은 세상에 득이 되는 것에 헌신하고 있는가? 예를 들어, 우리 가족은 사회적 양심을 가지고 재활용되고 플라스틱 포장 없는 화장지를 생산하는 회사를 발견했다. 그들은 수익의 50%를 전 세계 화장실 건설에 기부하고 우리는 이 특별한 화장지에 매달 돈을 쓸 수 있어서 정말 기쁘다. 기업의 세계는 소비자를 기반으로 구축되므로, 소비자로서 여러분은 지갑으로 투표하고 여러분이 선택한 모든 구매를 통해 회사들이 더 건강하고 더 지속 가능한 관행을 받아들여도록 장려할 힘이 있다는 것을 기억하라.

25번

The graph above shows the findings of a survey on the use of smart TVs to go online in the UK from 2013 to 2020, by gender. In each year from 2013 to 2020, the percentage of male respondents who used smart TVs to access the Internet was higher than that of female respondents. The percentage gap between the two genders was the largest in 2016 and in 2020, which both had an 8 percentage point difference. In 2020, the percentage of respondents who reported using smart TVs to go online was higher than 30% for both males and females. For male respondents, 2017 was the only year that saw a decrease in the percentage of those accessing the Internet via smart TVs compared to the previous year, during the given period. In 2014, the percentage of females using smart TVs to access the Internet was the lowest during the given period at 6%, and it was still below 10% in 2015.

위 그래프는 2013년부터 2020년까지 영국에서 온라인 접속을 위한 스마트 TV 사용에 대한 설문 조사 결과를 성별에 따라 보여준다. 2013년부터 2020년까지 매년, 인터넷 접속을 위해 스마트 TV를 사용한 남성 응답자의 비율은 여성 응답자의 비율보다 더 높았다. 두 성별 간 비율의 차이는 2016년과 2020년에 가장 컸고, 두 해 모두 8퍼센트포인트 차이가 있었다. 2020년에 온라인 접속을 위해 스마트 TV를 사용했다고 말한 응답자의 비율은 남성과 여성 둘 다에게서 30%보다 더 높았다. 남성 응답자의 경우, 해당 기간 동안 2017년은 전년도와 비교했을 때 스마트 TV를 통하여 인터넷에 접속한 사람의 비율에서 감소를 보인 유일한 해였다. 2014년에 인터넷 접속을 위해 스마트 TV를 사용한 여성의 비율은 6%로 해당 기간 동안 가장 낮았고, 2015년에 여전히 10% 미만이었다.

26번

Camille Flammarion was born at Montigny-le-Roi, France. He became interested in astronomy at an early age, and when he was only sixteen he wrote a book on the origin of the world. The manuscript was not published at the time, but it came to the attention of Urbain Le Verrier, the director of the Paris Observatory. He became an assistant to Le Verrier in 1858 and worked as a calculator. At nineteen, he wrote another book called *The Plurality of Inhabited Worlds*, in which he passionately claimed that life exists outside the planet Earth. His most successful work, *Popular Astronomy*, was published in 1880, and eventually sold 130,000 copies. With his own funds, he built an observatory at Juvisy and spent May to November of each year there. In 1887, he founded the French Astronomical Society and served as editor of its monthly publication.

Camille Flammarion은 프랑스 Montigny-le-Roi에서 태어났다. 그는 어린 나이에 천문학에 흥미가 생겼고, 불과 16세에 그는 세상의 기원에 관한 책을 썼다. 그 원고는 그 당시 출판되지 않았지만, Paris Observatory의 관리자인 Urbain Le Verrier의 관심을 끌게 되었다. 그는 1858년에 Le Verrier의 조수가 되었고 계산원으로 일했다. 19세에 그는 *The Plurality of Inhabited Worlds*라는 또 다른 책을 썼는데, 이 책에서 그는 외계에 생명체가 존재한다고 열정적으로 주장했다. 그의 가장 성공적인 저서인 *Popular Astronomy*는 1880년에 출판되었고, 결국 130,000부가 판매되었다. 자신의 자금으로 그는 Juvisy에 천문대를 세웠고, 매년 5월에서 11월까지 그곳에서 지냈다. 1887년에 그는 French Astronomical Society를 설립했고 그것의 월간 간행물의 편집자로 일했다.

27번

《Roselands Virtual Sports Day》 Roselands Virtual Sports Day is an athletic competition that you can participate in from anywhere. When: October 16th - 22nd, 2023 How the event works · There are 10 challenges in total. · You can see videos explaining each challenge on our school website. · The more challenges you complete, the more points you will gain for your class. · The class with the most points will get a prize. · Parents and teachers can also participate. How to submit your entry · Email us videos of you completing the challenges at virtualsportsday@roselands.com. · The size of the video file must not exceed 500MB.

《Roselands Virtual Sports Day》 Roselands Virtual Sports Day는 여러분이 어디에서나 참여할 수 있는 운동 시합입니다. 시기: 2023년 10월 16일~22일 행사 진행 방식 · 총 10개의 도전 과제가 있습니다. · 여러분은 우리 학교 웹사이트에서 각 도전 과제를 설명하는 영상을 볼 수 있습니다. · 여러분이 더 많은 도전 과제를 완수할수록, 학급을 위한 더 많은 점수를 얻을 수 있습니다. · 가장 많은 점수를 얻은 학급은 상을 받을 것입니다. · 학부모와 교사도 참여할 수 있습니다. 출품작 제출 방법 · 여러분이 도전 과제를 완수하는 영상을 virtualsportsday@roselands.com으로 이메일로 보내주세요. · 제출할 영상파일 용량은 500MB를 초과하면 안 됩니다.

28번

《Back-to-school Giveaway Event》 The City of Easton will host a free back-to-school giveaway event. Join us for this fun event to help children of all ages prepare to go back to school after summer vacation. When: Saturday, September 2nd, 9 a.m. - 11 a.m. Location: City of Easton Central Park (This event will be held rain or shine.) Participation requirements · Open to City of Easton residents only · Must bring a valid ID Note · 500 backpacks will be given out on a first-come, first-served basis. · A parent or a guardian must come with their child to receive the backpack. For more information, call the City Council at 612-248-6633.

《Back-to-school Giveaway Event》 Easton시는 신학기 무료 나눔 행사를 주최합니다. 모든 연령의 아이들이 여름 방학 후 학교로 돌아가는 것을 준비할 수 있도록 돕는 이 즐거운 행사에 저희와 함께 참여하세요. 일시: 9월 2일 토요일 오전 9시~11시 장소: Easton시 중앙 공원(이 행사는 날씨와 관계없이 열릴 예정입니다.) 참여조건 · Easton시 주민만 참여할 수 있음 · 유효한 신분증을 꼭 가져올 것 유의사항 · 가방 500개가 선착순으로 배부될 것입니다. · 가방을 받기 위해서는 부모 또는 보호자가 아이와 반드시 함께 와야 합니다. 더 많은 정보를 알고 싶으시면, 612-248-6633으로 시의회에 전화 주세요.

29번

There is little doubt that we are driven by the sell-by date. Once an item is past that date it goes into the waste stream, further increasing its carbon footprint. Remember those items have already travelled hundreds of miles to reach the shelves and once they go into waste they start a new carbon mile journey. But we all make our own judgement about sell-by dates; those brought up during the Second World War are often scornful of the terrible waste they believe such caution encourages. The manufacturer of the food has a view when making or growing something that by the time the product reaches the shelves it has already been travelling for so many days and possibly many miles. The manufacturer then decides that a product can reasonably be consumed within say 90 days and 90 days minus so many days for travelling gives the sell-by date. But whether it becomes toxic is something each individual can decide. It would seem to make sense not to buy large packs of perishable goods but non-perishable items may become cost-effective.

우리가 판매 유효 기한에 따라 움직인다는 것은 의심할 여지가 거의 없다. 일단 어떤 품목이 그 기한을 지나면 폐기물 흐름으로 들어가고, 이는 그것의 탄소 발자국을 더욱더 증가시킨다. 그러한 품목들이 선반에 도달하기 위해 이미 수백 마일을 이동했고 일단 그것들이 버려지게 되면 그 것들은 새로운 탄소 마일 여정을 시작한다는 것을 기억하라. 그러나 우리 모두는 판매 유효 기한에 대해 자신만의 판단을 내린다. 가령, 제2차 세계 대전 중에 자란 사람들은 그들이 생각하기에 그러한 경고가 조장하는 끔찍한 낭비를 자주 경멸한다. 식품 제조업자는 무엇인가를 만들거나 재배할 때 제품이 선반에 도달할 때에는 그것은 이미 매우 오랫동안 그리고 아마도 상당한 거리를 이동해 왔다는 관점을 가지고 있다. 그래서 제조업자는 제품이 이동하면 90일 이내에는 무리 없이 소비될 수 있고 90일에서 이동에 필요한 많은 날들을 뺀 것이 판매 유효 기한이 된다고 결정한다. 그러나 그것이 유효해지는지는 각 개인이 결정할 수 있는 것이다. 큰 묶음의 상하기 쉬운 제품을 사지 않는 것이 미치에 맞는 것으로 보이겠지만, 상하지 않는 품목들의 경우에는 비용 효율이 높아질 수도 있다.

30번

The "jolt" of caffeine does wear off. Caffeine is removed from your system by an enzyme within your liver, which gradually degrades it over time. Based in large part on genetics, some people have a more efficient version of the enzyme that degrades caffeine, allowing the liver to rapidly clear it from the bloodstream. These rare individuals can drink an espresso with dinner and fall fast asleep at midnight without a problem. Others, however, have a slower-acting version of the enzyme. It takes far longer for their system to eliminate the same amount of caffeine. As a result, they are very sensitive to caffeine's effects. One cup of tea or coffee in the morning will last much of the day, and should they have a second cup, even early in the afternoon, they will find it difficult to fall asleep in the evening. Aging also alters the speed of caffeine clearance: the older we are, the longer it takes our brain and body to remove caffeine, and thus the more sensitive we become in later life to caffeine's sleep-disrupting influence.

카페인을 '충격'은 확실히 점차 사라진다. 카페인은 여러분의 간 안에 있는 효소에 의해 여러분의 신체로부터 제거되는데, 이 효소는 시간이 지남에 따라 그것을 점진적으로 분해한다. 대체로 유전적 특징 때문에, 어떤 사람들은 카페인을 분해하는 더 효율적인 형태의 효소를 갖고 있는데, 이는 간이 그것을 혈류로부터 더 빠르게 제거할 수 있도록 한다. 이 몇 안 되는 사람들은 저녁과 함께 에스프레소를 마시고도 아무 문제없이 한밤 중에 깊이 잠들 수 있다. 그러나 다른 사람들은 더 느리게 작용하는 형태의 효소를 가지고 있다. 그들의 신체가 같은 양의 카페인을 제거하는 데 훨씬 더 오랜 시간이 걸린다. 결과적으로, 그들은 카페인의 효과에 매우 민감하다. 아침에 마시는 한 잔의 차나 커피는 그날 대부분 동안 지속될 것이고, 심지어 이른 오후라도, 두 번째 잔을 마신다면, 그들은 저녁에 잠드는 것이 어렵다는 것을 알 것이다. 노화는 또한 카페인 제거 속도를 변화시킨다. 즉, 우리가 나이가 들수록 우리의 뇌와 신체가 카페인을 제거하는 것이 더 오래 걸리고, 따라서 우리는 노후에 카페인의 수면을 방해하는 효과에 더 민감해진다.

31번

Rebels may think they're rebels, but clever marketers influence them just like the rest of us. Saying, "Everyone is doing it" may turn some people off from an idea. These people will look for alternatives, which (if cleverly planned) can be exactly what a marketer or persuader wants you to believe. If I want you to consider an idea, and know you strongly reject popular opinion in favor of maintaining your independence and uniqueness, I would present the majority option first, which you would reject in favor of my actual preference. We are often tricked when we try to maintain a position of defiance. People use this reversal to make us "independently" choose an option which suits their purposes. Some brands have taken full effect of our defiance towards the mainstream and positioned themselves as rebels; which has created even stronger brand loyalty.

반항자들은 자신들이 반항자라고 생각할지도 모르지만, 영리한 마케터들은 나머지 우리에게 그러듯이 그들에게 영향을 준다. "모두가 그것을 하고 있다"라고 말하는 것은 일부 사람들로 하여금 어떠한 생각에 대해 흥미를 잃게 할지도 모른다. 이 사람들은 대안을 찾을 것이고, 그것은 (만약 영리하게 계획된다면) 정확히 마케터나 설득자가 여러분이 믿기를 원하는 것일 수 있다. 만약 내가 여러분이 한 아이디어를 고려하길 바라고, 여러분의 독립성과 유일성을 유지하기 위해 대중적인 의견을 강하게 거부한다는 것을 안다면, 나는 대다수가 선택하는 것을 먼저 제시할 것이고, 여러분은 내가 실제로 선호하는 것에 맞게 그것을 거부할 것이다. 우리는 반항의 입장을 유지하려고 할 때 종종 속는다. 사람들은 우리가 그들의 목적에 맞는 선택지를 '독자적으로' 택하도록 만들기 위해 이러한 반전을 사용한다. 일부 브랜드들은 주류에 대한 우리의 반항을 완전히 활용하여 스스로를 반항자로 자리매김해 왔고, 이는 훨씬 더 강력한 브랜드 충성도를 만들어 왔다.

32번

A typical soap opera creates an abstract world, in which a highly complex web of relationships connects fictional characters that exist first only in the minds of the program's creators and are then recreated in the minds of the viewer. If you were to think about how much human psychology, law, and even everyday physics the viewer must know in order to follow and speculate about the plot, you would discover it is considerable — at least as much as the knowledge required to follow and speculate about a piece of modern mathematics, and in most cases, much more. Yet viewers follow soap operas with ease. How are they able to cope with such abstraction? Because, of course, the abstraction is built on an extremely familiar framework. The characters in a soap opera and the relationships between them are very much like the real people and relationships we experience every day. The abstraction of a soap opera is only a step removed from the real world. The mental "training" required to follow a soap opera is provided by our everyday lives.

전형적인 드라마는 추상적인 세계를 만들어내며, 그 세계에서는 프로그램 제작자들의 마음 속에 먼저 존재하고 그리고 나서 시청자의 마음 속에 재현되는 허구의 캐릭터들을 매우 복잡한 관계망이 연결한다. 만약 줄거리를 따라가고 그것에 대해 추측하기 위해 시청자가 얼마나 많은 인간 심리학, 법, 그리고 심지어 일상에서의 물리학을 알아야 하는지에 대해 생각한다면, 여러분은 그것이 상당하다는 것을, 즉 적어도 현대 수학의 한 부분을 따라가고 그것에 대해 추측하는 데 필요한 지식만큼이라는 것, 그리고 대부분의 경우 훨씬 더 많다는 것을 발견할 것이다. 하지만 시청자들은 드라마를 쉽게 따라간다. 그들은 어떻게 그런 추상에 대처할 수 있을까? 왜냐하면, 당연하게도, 그 추상은 매우 친숙한 틀 위에서 만들어졌기 때문이다. 드라마 속 인물들과 그들의 사이의 관계는 우리가 매일 경험하는 실제 사람들 및 관계와 매우 흡사하다. 드라마의 추상은 현실 세계에서 불과 한 걸음 떨어져 있다. 드라마를 따라가기 위해 필요한 정신적 '훈련'은 우리의 일상에 의해 제공된다.

33번

As always happens with natural selection, bats and their prey have been engaged in a life-or-death sensory arms race for millions of years. It's believed that hearing in moths arose specifically in response to the threat of being eaten by bats. (Not all insects can hear.) Over millions of years, moths have evolved the ability to detect sounds at ever higher frequencies, and, as they have, the frequencies of bats' vocalizations have risen, too. Some moth species have also evolved scales on their wings and a fur-like coat on their bodies; both act as "acoustic camouflage," by absorbing sound waves in the frequencies emitted by bats, thereby preventing those sound waves from bouncing back. The B-2 bomber and other "stealth" aircraft have fuselages made of materials that do something similar with radar beams.

자연 선택에서 항상 그렇듯이, 박쥐와 그 먹잇감은 수백만 년 동안 생사를 가르는 감각 군비 경쟁에 참여해 왔다. 나방의 청력은 특히 박쥐에게 잡아 먹히는 위협에 대한 반응으로 생겨난 것으로 여겨진다. (모든 곤충이 들을 수 있는 것은 아니다.) 수백만 년 동안, 나방은 계속 더 높아진 주파수의 소리를 감지하는 능력을 진화시켰고, 그것들이 그렇게 함에 따라 박쥐의 발성 주파수도 높아졌다. 일부 나방 종은 또한 날개의 비늘과 몸에 모피와 같은 외피를 진화시켰다. 둘 다 '음향 위장'의 역할을 하는데, 박쥐에 의해 방출되는 주파수의 음파를 흡수함으로써, 그것으로 음파가 되돌아가는 것을 방지한다. B-2 폭격기와 그 밖의 '스텔스' 항공기는 레이더 전파에 대해 유사한 것을 하는 재료로 만들어진 기체를 가지고 있다.

34번

Much of human thought is designed to screen out information and to sort the rest into a manageable condition. The inflow of data from our senses could create an overwhelming chaos, especially given the enormous amount of information available in culture and society. Out of all the sensory impressions and possible information, it is vital to find a small amount that is most relevant to our individual needs and to organize that into a usable stock of knowledge. Expectancies accomplish some of this work, helping to screen out information that is irrelevant to what is expected, and focusing our attention on clear contradictions. The processes of learning and memory are marked by a steady elimination of information. People notice only a part of the world around them. Then, only a fraction of what they notice gets processed and stored into memory. And only part of what gets committed to memory can be retrieved.

인간 사고의 많은 부분은 정보를 걸러내고 나머지는 처리하기 쉬운 상태로 분류하도록 설계된다. 특히 문화와 사회에서 이용할 수 있는 엄청난 양의 정보를 고려할 때, 우리의 감각에서 오는 데이터의 유입은 압도적인 혼란을 야기할 수 있다. 모든 감각적 인상과 가능한 정보 중에서, 우리의 개인적인 필요와 가장 관련이 있는 소량을 찾고 그것을 사용 가능한 지식체로 구성하는 것이 중요하다. 예상들은 이 작업의 일부를 수행하여 예상되는 것과 무관한 정보를 걸러내는 데 도움이 되고, 명확한 모순에 우리의 주의를 집중시킨다. 학습과 기억의 과정은 정보의 지속적인 제거로 특징지어진다. 사람들은 그들 주변 세계의 일부만을 인지한다. 그런 다음, 그들이 알아차린 것의 일부만 처리되어 기억에 저장된다. 그리고 기억에 남겨진 것의 일부만 생각해 낼 수 있다.

35번

The irony of early democracy in Europe is that it thrived and prospered precisely because European rulers for a very long time were remarkably weak. For more than a millennium after the fall of Rome, European rulers lacked the ability to assess what their people were producing and to levy substantial taxes based on this. The most striking way to illustrate European weakness is to show how little revenue they collected. Europeans would eventually develop strong systems of revenue collection, but it took them an awfully long time to do so. In medieval times, and for part of the early modern era, Chinese emperors and Muslim caliphs were able to extract much more of economic production than any European ruler with the exception of small city-states.

유럽 초기 민주주의의 아이러니는 바로 유럽의 통치자들이 매우 오랫동안 현저하게 약했기 때문에 그것이 번성하고 번영했다는 것이다. 로마의 멸망 후 천 년 넘게, 유럽의 통치자들은 백성들이 생산하고 있었던 것을 평가하고 이를 바탕으로 상당한 세금을 부과할 능력이 부족했다. 유럽의 약함을 설명하는 가장 눈에 띄는 방법은 그들이 거둔 세입이 얼마나 적은지를 보여주는 것이다. 유럽인들은 결국 강력한 세입 징수 시스템을 개발했지만, 그렇게 하는 데는 엄청나게 오랜 시간이 걸렸다. 중세와 초기 근대의 일부 동안, 중국의 황제들과 이슬람 문명의 칼리프들은 작은 도시 국가들을 제외한 어떤 유럽 통치자들보다 경제적 생산물에서 훨씬 더 많은 것을 얻어낼 수 있었다.

36번

If you drive down a busy street, you will find many competing businesses, often right next to one another. For example, in most places a consumer in search of a quick meal has many choices, and more fast-food restaurants appear all the time. These competing firms advertise heavily. The temptation is to see advertising as driving up the price of a product without any benefit to the consumer. However, this misconception doesn't account for why firms advertise. In markets where competitors sell slightly differentiated products, advertising enables firms to inform their customers about new products and services. Yes, costs rise, but consumers also gain information to help make purchasing decisions. Consumers also benefit from added variety, and we all get a product that's pretty close to our vision of a perfect good — and no other market structure delivers that outcome.

만약 여러분이 번화한 거리를 운전한다면, 여러분은 자주 서로의 바로 옆에서 경쟁하는 많은 업체들을 발견할 것이다. 예를 들어, 대부분의 장소에서 빠른 식사를 찾는 소비자는 많은 선택권을 가지고 있고, 더 많은 패스트푸드 식당들이 항상 나타난다. 이 경쟁하는 회사들은 광고를 많이 한다. 광고를 소비자에게 어떤 혜택도 없이 제품의 가격을 올리는 것으로 보기 쉽다. 그러나 이러한 오히려 회사들이 광고하는 이유를 설명하지 않는다. 경쟁사들이 약간 차별화된 제품들을 판매하는 시장에서, 광고는 회사들이 그들의 소비자들에게 새로운 제품과 서비스를 알릴 수 있게 해 준다. 물론 가격이 상승하기는 하지만, 소비자들은 구매 결정을 내리는 데 도움이 되는 정보도 얻는다. 소비자들은 또한 추가된 다양성으로부터 혜택을 얻고, 우리 모두는 완벽한 제품에 대한 우리의 상상에 매우 근접한 제품을 얻는데, 다른 어떤 시장 구조도 그러한 결과를 제공하지 않는다.

37번

Architects might say a machine can never design an innovative or impressive building because a computer cannot be "creative." Yet consider the Elbphilharmonie, a new concert hall in Hamburg, which contains a remarkably beautiful auditorium composed of ten thousand interlocking acoustic panels. It is the sort of space that makes one instinctively think that only a human being — and a human with a remarkably refined creative sensibility, at that — could design something so aesthetically impressive. Yet the auditorium was, in fact, designed algorithmically, using a technique known as "parametric design." The architects gave the system a set of criteria, and it generated a set of possible designs for the architects to choose from. Similar software has been used to design lightweight bicycle frames and sturdier chairs, among much else. Are these systems behaving "creatively"? No, they are using lots of processing power to blindly generate varied possible designs, working in a very different way from a human being.

건축가들은 컴퓨터가 '창의적'일 수 없기 때문에 기계는 결코 혁신적이거나 인상적인 건물을 디자인할 수 없다고 말할지도 모른다. 그러나 Hamburg에 있는, 1만 개의 서로 맞물리는 음향 패널로 구성된 놀랍도록 아름다운 강당을 포함하는 새로운 콘서트 홀인 Elbphilharmonie를 생각해 보라. 그것은 인간만이, 그리고 그것도 놀랍도록 세련된 창의적 감수성을 가진 인간만이, 그토록 미적으로 인상적인 것을 디자인할 수 있다고 본능적으로 생각하게 만드는 종류의 공간이다. 그러나 실제로 그 강당은 '파라메트릭 디자인'이라고 알려진 기술을 사용하여 알고리즘에 의한 방식으로 디자인되었다. 건축가들은 그 시스템에 일련의 기준을 부여했고, 그것은 그 건축가들이 선택할 수 있는 일련의 가능한 디자인을 만들어냈다. 유사한 소프트웨어가 다른 많은 것들 중에서도 경량 자전거 프레임과 더 튼튼한 의자를 디자인하는 데 사용되어 왔다. 이러한 시스템들은 '창의적으로' 작동하고 있는가? 아니다, 그것들은 인간과는 매우 다른 방식으로 작동하면서 다양한 가능한 디자인을 닦치는 대로 만들기 위해 많은 처리 능력을 사용하고 있다.

38번

The brain is a high-energy consumer of glucose, which is its fuel. Although the brain accounts for merely 3 percent of a person's body weight, it consumes 20 percent of the available fuel. Your brain can't store fuel, however, so it has to "pay as it goes." Since your brain is incredibly adaptive, it economizes its fuel resources. Thus, during a period of high stress, it shifts away from the analysis of the nuances of a situation to a singular and fixed focus on the stressful situation at hand. You don't sit back and speculate about the meaning of life when you are stressed. Instead, you devote all your energy to trying to figure out what action to take. Sometimes, however, this shift from the higher-thinking parts of the brain to the automatic and reflexive parts of the brain can lead you to do something too quickly, without thinking.

뇌는 그것의 연료인 포도당의 고에너지 소비자이다. 비록 뇌는 사람 체중의 단지 3퍼센트를 차지하지만, 사용 가능한 연료의 20 퍼센트를 소비한다. 그러나 여러분의 뇌는 연료를 저장할 수 없고, 따라서 '활동하는 대로 대가를 지불해야 한다. 여러분의 뇌는 놀라울 정도로 적응력이 뛰어나기 때문에, 그것의 연료 자원을 경제적으로 사용한다. 따라서, 극심한 스트레스를 받는 기간 동안, 뇌는 상황의 미묘한 차이의 분석에서 당면한 스트레스 상황에 대한 단일하고 고정된 초점으로 이동한다. 여러분은 스트레스를 받을 때 앉아서 삶의 의미에 대해 사색하지 않는다. 대신에, 여러분은 어떤 행동을 취해야 할지 알아내려고 노력하는 데 모든 에너지를 쓴다. 그러나 때때로 뇌의 고차원적 사고 영역에서 자동적이고 반사적인 영역으로의 이러한 이동은 여러분이 무언가를 생각 없이 너무 빨리하도록 이끌 수 있다.

39번

Much research has been carried out on the causes of engagement, an issue that is important from both a theoretical and practical standpoint: identifying the drivers of work engagement may enable us to manipulate or influence it. The causes of engagement fall into two major camps: situational and personal. The most influential situational causes are job resources, feedback and leadership, the latter, of course, being responsible for job resources and feedback. Indeed, leaders influence engagement by giving their employees honest and constructive feedback on their performance, and by providing them with the necessary resources that enable them to perform their job well. It is, however, noteworthy that although engagement drives job performance, job performance also drives engagement. In other words, when employees are able to do their jobs well — to the point that they match or exceed their own expectations and ambitions — they will engage more, be proud of their achievements, and find work more meaningful. This is especially evident when people are employed in jobs that align with their values.

몰입의 원인에 대한 많은 연구가 수행되어 왔는데, 이는 이론적 그리고 실제적 둘 다의 관점에서 중요한 문제이다. 업무 몰입의 동기를 알아 내는 것은 우리가 그것을 조작하거나 그것에 영향을 주는 것을 가능하게 할지도 모른다. 몰입의 원인은 상황적인 것과 개인적인 것 두 가지 주요한 분야로 나뉜다. 가장 영향력 있는 상황적 원인은 직무 자원, 피드백, 그리고 리더십이며, 후자는 물론 직무 자원과 피드백에 대한 책임이 있다. 실제로 리더들은 직원들에게 그들의 수행에 대한 솔직하고 건설적인 피드백을 제공하고 직원들이 자신의 직무를 잘 수행할 수 있도록 필요한 자원을 제공함으로써 몰입에 영향을 미친다. 그러나 주목할 점은 몰입이 직무 수행의 동기가 되지만, 직무 수행도 몰입의 동기가 된다는 것이다. 즉, 직원들이 그들 자신의 기대와 포부에 부합하거나 그것을 능가할 정도로 그들의 직무를 잘 수행할 수 있을 때 직원들은 더 많이 몰입하고, 그들의 성과를 자랑스러워하며, 업무를 더 의미 있게 생각할 것이다. 이것은 사람들이 그들의 가치와 일치하는 직무에 종사했을 때 특히 분명하다.

40번

In 2006, researchers conducted a study on the motivations for helping after the September 11th terrorist attacks against the United States. In the study, they found that individuals who gave money, blood, goods, or other forms of assistance because of other-focused motives (giving to reduce another's discomfort) were almost four times more likely to still be giving support one year later than those whose original motivation was to reduce personal distress. This effect likely stems from differences in emotional arousal. The events of September 11th emotionally affected people throughout the United States. Those who gave to reduce their own distress reduced their emotional arousal with their initial gift, discharging that emotional distress. However, those who gave to reduce others' distress did not stop empathizing with victims who continued to struggle long after the attacks.

2006년에 연구자들은 미국을 향한 9.11 테러 공격 이후에 도움을 주려는 동기에 대한 연구를 수행했다. 그 연구에서, 그들은 타인에게 초점을 맞춘 동기(다른 사람의 곤란을 줄이기 위해 베푸는 것) 때문에 돈, 혈액, 물품, 또는 다른 형태의 도움을 주었던 사람들이 자신의 고통을 줄이는 것이 원래 동기였던 사람들보다 일 년 후에 도 여전히 지원을 제공할 가능성이 거의 네 배 더 높다는 것을 발견했다. 이 결과는 감정적 자극의 차이에서 비롯된 것 같다. 9.11의 사건들은 미국 전역의 사람들에게 감정적으로 영향을 미쳤다. 자기 자신의 고통을 줄이기 위해 베푼 사람들은 초기의 베풀음을 통해 그 감정적 고통을 해소하면서 감정적 자극을 줄였다. 하지만, 다른 사람들의 고통을 줄이기 위해 베푼 사람들은 공격 이후 오랫동안 계속해서 고군분투하는 피해자들에게 공감하기를 멈추지 않았다.

41~42번

In England in the 1680s, it was unusual to live to the age of fifty.

This was a period when knowledge was not spread widely, there were few books and most people could not read. As a consequence, knowledge passed down through the oral traditions of stories and shared experiences. And since older people had accumulated more knowledge, the social norm was that to be over fifty was to be wise.

This social perception of age began to shift with the advent of new technologies such as the printing press. Over time, as more books were printed, literacy increased, and the oral traditions of knowledge transfer began to fade. With the fading of oral traditions, the wisdom of the old became less important and as a consequence being over fifty was no longer seen as signifying wisdom. We are living in a period when the gap between chronological and biological age is changing fast and where social norms are struggling to adapt. In a video produced by the AARP (formerly the American Association of Retired Persons), young people were asked to do various activities 'just like an old person'. When older people joined them in the video, the gap between the stereotype and the older people's actual behaviour was striking. It is clear that in today's world our social norms need to be updated quickly.

1680년대 영국에서는 50세까지 사는 것은 이례적인 일이었다. 이 시기는 지식이 널리 보급되지 않았고, 책이 거의 없었으며, 대부분의 사람들이 읽을 수 없었던 때였다. 결과적으로, 지식은 이야기와 공유된 경험이라는 구전 전통을 통해 전수되었다. 그리고 더 나이가 많은 사람들이 더 많은 지식을 축적했기 때문에 사회적 규범은 50세가 넘으면 지혜롭다는 것이었다. 나이에 대한 이런 사회적 인식은 인쇄기와 같은 새로운 기술의 출현으로 변화하기 시작했다. 시간이 지나면서 더 많은 책이 인쇄됨에 따라 문해력이 증가했고, 지식 전달의 구전 전통이 사라지기 시작했다. 구전 전통이 사라지면서 노인들의 지혜는 덜 중요해졌고, 결과적으로 50세가 넘는 것은 더 이상 지혜로움을 의미하는 것으로 여겨지지 않았다. 우리는 생활 연령과 생물학적 연령 사이의 격차가 빠르게 변하고 사회적 규범이 적응하기 위해 분투하는 시기에 살고 있다. AARP(이전의 American Association of Retired Persons)에 의해 제작된 영상에서 젊은이들은 다양한 활동을 '마치 꼭 노인처럼'하도록 요청받았다. 영상에서 노인들이 그들에 합류했을 때, 고정 관념과 노인들의 실제 행동 사이의 격차는 눈에 두드러졌다. 오늘날의 세상에서 우리의 사회적 규범은 신속하게 최신화되어야 한다는 것이 분명하다.

43~45번

When Jack was a young man in his early twenties during the 1960s, he had tried to work in his father's insurance business, as was expected of him. His two older brothers fit in easily and seemed to enjoy their work. But Jack was bored with the insurance industry. "It was worse than being bored," he said. "I felt like I was dying inside." Jack felt drawn to hair styling and dreamed of owning a hair shop with a lively environment. He was sure that he would enjoy the creative and social aspects of it and that he'd be successful. When he was twenty-six, Jack approached his father and expressed his intentions of leaving the business to become a hairstylist. As Jack anticipated, his father raged and accused Jack of being selfish, ungrateful, and unmanly. In the face of his father's fury, Jack felt confusion and fear. His resolve became weak. But then a force filled his chest and he stood firm in his decision. In following his path, Jack not only ran three flourishing hair shops, but also helped his clients experience their inner beauty by listening and encouraging them when they faced dark times. His love for his work led to donating time and talent at nursing homes, which in turn led to becoming a hospice volunteer, and eventually to starting fundraising efforts for the hospice program in his community. And all this laid a strong stepping stone for another courageous move in his life. When, after having two healthy children of their own, Jack and his wife, Michele, decided to bring an orphaned child into their family, his father threatened to disown them. Jack understood that his father feared adoption, in this case especially because the child was of a different racial background than their family. Jack and Michele risked rejection and went ahead with the adoption. It took years but eventually Jack's father loved the little girl and accepted his son's independent choices. Jack realized that,

Jack은 1960년대에 20대 초반의 청년이었을 때, 그에게 기대됐던 대로 그의 아버지의 보험 회사에서 일하려고 노력했다. 그의 두 형은 쉽게 적응했고 자신들의 일을 즐기는 것처럼 보였다. 그러나 Jack은 보험 업계에 싫증이 났다. "그것은 지루한 것보다 더 나쁘다."라고 그는 말했다. "나는 내면이 죽어가는 것 같았다." Jack은 미움에 매력을 느꼈고 활기찬 분위기의 미용실을 갖는 것을 꿈꿨다. 그는 자신이 그것의 창의적이고 사교적인 측면을 즐길 것이고 성공할 것이라고 확신했다. 26세가 되었을 때, Jack은 아버지에게 가서 미용사가 되기 위해 회사를 떠나겠다는 의사를 밝혔다. Jack이 예상했던 대로, 그의 아버지는 화를 내며 Jack이 이기적이고, 배은망덕하며 남자답지 못하다고 비난했다. 아버지의 분노 앞에서, Jack은 혼란과 두려움을 느꼈다. 그의 결심은 약해졌다. 그러나 그때 어떤 힘이 그의 가슴을 채웠고 그는 자신의 결정에 확고했다. 자신의 길을 가면서, Jack은 세 개의 번창하는 미용실을 운영했을 뿐만 아니라, 또한 고객들이 어두운 시기에 직면했을 때 그들의 말을 듣고 격려함으로써 그들이 가진 내면의 아름다움을 경험하도록 도왔다. 그의 일에 대한 사랑은 요양원에서 시간과 재능을 기부하는 것으로 이어졌고, 이는 결과적으로 호스피스 자원봉사자가 되고, 마침내는 그의 지역 사회에서 호스피스 프로그램을 위한 기금 모금 운동을 시작하는 것으로 이어졌다. 그리고 이 모든 것은 그의 삶에서 또 다른 용기 있는 움직임을 위한 견고한 디딤돌을 놓았다. Jack과 그의 아내 Michele이 두 명의 건강한 아이를 낳은 후, 고아가 된 아이를 그들의 가정에 데려오기로 결정했을 때, 그의 아버지는 그들과 의절하겠다고 위협했다. Jack은 자신의 아버지가 입양을 두려워한다는 것을, 이 경우에는 특히 그 아이가 그들의 가족과 다른 민족적 배경을 가지고 있었기 때문임을 이해했다. Jack과 Michele은 거부와 위협을 무릅쓰고 입양을 진행했다. 몇 년이 걸렸지만, 결국 Jack의 아버지는 그 어린 여자아이를 사랑했고 자기 아들의 독립적인 선택을 받아들였다. Jack은 비록 자주 두려움을 느꼈고 여전히 그렇지만, 자신이 항상 용기가 있다는 것을 깨달았다. 사실, 용기는 그가 자신의 삶에 중요함을 쌓아온 발판이었다.

although he often felt fear and still does, he has always had courage.

In fact, courage was the scaffolding around which he had built
richness into his life.