

Day 06. Counterargument

Lesson Outline

Point) 통합형의 대표 유형: 의견-반박형(opinion-challenging type)

지문에서 나온 의견에 대해 강의자가 반박

Learning Strategies

Point) 의견-반박 유형: “주장한다” < “반박한다” (직접적인 표현)

⇒ 강의자가 지문의 주장에 반박한다는 것을 명확하게 보여주자!

Template

➤ Intro

The reading and the lecture both talk about 지문과 강의자의 공통 Topic. The reading says that 지문의 전체 주장에 해당하는 Topic Sentence. However, the lecturer argues that 강의자의 전체 주장에 해당하는 Topic Sentence.

➤ Body 1

First, the reading states that 지문의 주장에 해당하는 1st Topic Sentence. On the contrary, the lecturer disagrees with this statement (= argument / claim). He / She (= The speaker / The lecturer) states (= argues / contends / asserts / says) that 강의자의 주장에 해당하는 1st Topic Sentence. (+ 이유 / 예시 / 결과 / 요약 문장)

➤ Body 2

Second, in the reading, the author argues that 지문의 주장에 해당하는 2nd Topic Sentence. In contrast, the lecturer makes an opposing point to this claim (= argument). The point is that 강의자의 주장에 해당하는 2nd Topic Sentence. (+ 이유 / 예시 / 결과 / 요약 문장)

➤ Body 3

Third, the reading goes on to say that 지문의 주장에 해당하는 3rd Topic Sentence. However, the lecturer contradicts this statement (= opinion), arguing that 강의자의 주장에 해당하는 3rd Topic Sentence. (+ 이유 / 예시 / 결과 / 요약 문장)

Practice 1

Reading Passage

Intro

Companies should give top priority to forming strategies. By setting strategies, companies can regularly assess their performance in the market and find a new strategy suitable for rapidly changing economic or political circumstances. There are three company strategies that bring benefits.

Body 1

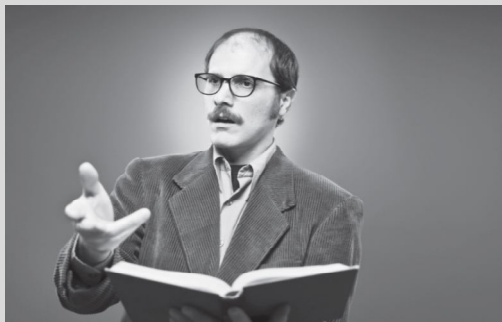
One strategy of increasing a company's sales is to develop a new product by using the company's image. For example, if a renowned car company develops a new product, such as a motorcycle, by using its good image, the company can improve new sales. The reason for this increase in sales is that consumers who intend to buy a motorcycle will probably choose this particular motorcycle because of the company's image. Consumers will naturally think that the motorcycles will be just as good as the cars the company produces, so they will buy its motorcycle without any doubt.

Body 2

Second strategy of raising a company's sales is to make a new version of an existing product. For example, if Coca Cola company makes a product called 'Cherry Coke', they can easily increase sales because consumers who love Coca Cola will be inclined to buy this variation of the original product. This strategy will surely help a company increase its sales.

The final strategy is to make a partnership with another company. For example, if a company making chocolate forms a partnership with an ice cream company, the chocolate company can easily produce chocolate ice cream products. In this case, the company can increase its sales in a short period of time because the company can add new sales of the chocolate ice cream to its existing sales of chocolate products.

Lecture



Lecture script

OK, class. Today, I am going to talk about whether or not the strategies introduced in the article I gave to you yesterday are useful. I do not think such strategies bring benefits. In fact, the strategies cause companies serious problems. Let me explain.

The first strategy that the reading mentions sounds nice. By using a company's existing positive image, the company can improve new sales. But, what about an unexpected opposite situation? I mean what if a new item that a company creates by utilizing the company's good reputation harms its image instead? For example, what if the motorcycles mentioned in the reading turn out to be not as good as the company's cars? The result is this: the car company's image will be damaged, and this will end up dropping the sales of its cars as well as the motorcycles'

Next, making a new version seems effective at first glance. But you know this strategy can actually cause a company to lose its long-time loyal customers. The reason for this is that customers who have always bought Coca Cola for a long time may doubt the quality of Coca Cola, which they have trusted. They may think the company made the new version, Cherry Coke, because Coca Cola does not sell as much as before. In this case, the problem is not that simple. These customers may not purchase Coca Cola as well as the new version.

Lastly, let's talk about a partnership between two companies. Forming a partnership is a very dangerous strategy. What if the partnership is broken? And what if the ice cream company mentioned in the reading decided to make chocolate ice cream products on their own by stealing the chocolate company's recipe? This may result in undesirable consequences for the chocolate company.

Practice 2

Topic: 기업 전략(company strategies)

➤ Intro

① **지문의 주장/내용:** 기업에 이점들(benefits)을 가져오는 세 가지 전략이 있다.

⇒ **There are three strategies that bring benefits to companies.**

② **강의자의 주장:** 그 전략들이 전혀 이점들을 가져오지 않는다. (at all)

⇒ **The strategies do not bring benefits at all.**

➤ Body 1

- ① **지문의 주장/내용:** 기업의 긍정적인 이미지(the company's positive image)를 사용함으로써 새로운 제품(a new product)을 만드는 것은 좋은 전략이다.

⇒ **Making a new product by using the company's positive image is a good strategy.**

- ② **강의자의 주장:** 한 기업(a company)은 긍정적인 이미지(a positive image)를 가진 그 기업의 제품(the products)을 신뢰하는 많은 소비자들을 잃을 수 있다.

⇒ **A company can lose many customers who trust the products of the company with a positive image.**

- ③ **강의자의 예시:** 한 자동차 회사(a car company)는 그 회사의 긍정적인 이미지를 사용함으로써 오토바이(motorcycles)를 생산하려고 계획한다. 그러나 만약 그 오토바이의 품질이 그 회사가 만드는 자동차만큼 좋지 않다고 판명되면 대신(instead) 그 기업은 결국 그것의 이미지를 손상시킬 수 있다. 그리고 결국(eventually) 그 기업의 판매(the company's sales)는 상당히 떨어질 것이다.

⇒ **A car company / The company plans to produce motorcycles by using the company's positive image. However, if the quality of the motorcycles proves to be not as good as the cars it makes, the company can end up damaging its image instead. And eventually, the company's sales will drop significantly.**

➤ Body 2

- ① **지문의 주장/내용:** 기존 제품의 새로운 버전(a new version of an existing product)을 만드는 것이 좋은 전략이다.

⇒ **Making a new version of an existing product is a good strategy.**

- ② **강의자의 주장:** 새로운 버전을 만드는 것은 이러한 전략을 사용하는 기업(the company using this strategy)으로 하여금 그것의 단골 고객들을 잃게 하는 결과를 야기할지도 모른다.

⇒ **Making a new version may cause the company using this strategy to lose its loyal customers.**

- ③ **강의자의 예시:** 코카콜라를 신뢰해온 소비자들은 코카콜라가 이전(before)만큼 많이(much) 팔리지 않기 때문에 코카콜라 회사(the Coca-Cola company)가 새로운 버전의 체리 콜라(Cherry Coke, a new version)를 개발했다고 생각할지 모른다.

⇒ **Consumers who have trusted Coca Cola may think that the Coca-Cola company developed Cherry Coke, a new version, because Coca Cola does not sell as much as before.**

④ **강의자의 결론:** 이것은 그 회사는 새로운 버전(the new version)뿐 아니라(as well as) 코카콜라도 팔 수 없다는 것을 의미한다.

⇒ **This means that the company cannot sell Coca Cola as well as the new version.**

➤ **Body 3**

① **지문의 주장/내용:** 제휴를 하는 것은 좋은 전략이다

⇒ **Forming a partnership is a good strategy.**

② **지문의 예시:** 초콜릿 기업(a chocolate company)은 판매를 올리기 위해 아이스크림 기업(an ice cream company)과 제휴할 수 있다.

⇒ **A chocolate company can establish a partnership with an ice cream company to increase sales.**

③ **강의자의 주장:** 이 전략은 매우 위험하다.

⇒ **This strategy is very dangerous.**

④ **강의자의 이유(1):** 제휴(the partnership)가 깨질 때, 그 초콜릿 기업은 예기치 못한 문제가 있을 수 있다.

⇒ **When the partnership is broken, the chocolate company can have unexpected problems.**

⑤ **강의자의 이유(2):** 그 아이스크림 기업은 초콜릿 기업의 초콜릿 제조 비법(the chocolate company's know-how of making chocolate)을 훔칠 수 있고 그들 고유의 초콜릿 아이스크림 제품(their own chocolate ice cream products)을 팔 수 있다.

⇒ **The ice cream company can steal the chocolate company's know-how of making chocolate and sell their own chocolate ice cream products.**

Practice 3

Summary

Sample Answer

Intro

The reading and the lecture both talk about company strategies. The reading says that there are three strategies that bring benefits to companies. However, the lecturer argues that the strategies do not bring benefits at all.

Body 1

First, the reading states that making a new product by using the company's positive image is a good strategy. On the contrary, the lecturer disagrees with this statement. She claims that a company can lose many customers who trust the products of the company with a positive image. As an example, she points to a car company. The company plans to produce motorcycles by using the company's positive image. However, if the quality of the motorcycles proves to be not as good as the cars it makes, the company can end up damaging its image instead. And eventually, the company's sales will drop significantly.

Sample Answer

Body 2

Second, in the reading, the author argues that making a new version of an existing product is a good strategy. In contrast, the lecturer makes an opposing point to this claim. The opposing point is that making a new version may cause the company using this strategy to lose its loyal customers. He supports his point by giving an example. Consumers who have trusted Coca Cola may think that the Coca-Cola company developed Cherry Coke, a new version, because Coca Cola does not sell as much as before. This means that the company cannot sell Coca Cola as well as the new version.

Body 3

Third, the reading goes on to say that forming a partnership is a good strategy. For example, a chocolate company can establish a partnership with an ice cream company to increase sales. However, the lecturer contradicts this opinion, arguing that this strategy is very dangerous. According to the lecture, when the partnership is broken, the chocolate company can have unexpected problems. This is because the ice cream company can steal the chocolate company's know-how of making chocolate and sell their own chocolate ice cream products.

Common Mistakes

Student Response: 틀린 곳 찾기

Third, the reading goes ①on to say that fossil fuels will be replaced by hydrogen fuel because the engines operated by hydrogen are cost-effective. However, the lecturer ②contradicts this opinion ③arguing that hydrogen fuel engines are not cost-effective. The lecturer ④takes platinum as an example to elaborate on his argument. Platinum has to be used to operate hydrogen fuel engines, but this metal is very rare and expensive.

⇒ ③ 영어 문장에서는 쉼표(.)의 역할이 매우 중요

Grammar Tips

Point) 분사구문의 용법

⇒ 축약 표현의 쓰임에 주의하자!

1. 동시 동작: ...하면서 동시에(at the same time) ~하다

⇒ 분사와 주절 사이에 while, as 등의 접속사가 생략된 형태
현재 분사 앞에 쉼표(comma)를 쓰지 않음

e.g. I really love to run listening to music.

(= I really love to run *as* I listen to music.)

참고 동시 동작이 아닌 기간(~하는 동안에(= during))을 나타낼 경우

⇒ while을 축약하지 않음

e.g. Tourists took many pictures **while visiting** London last year. Students fell asleep while listening to the lecture because they studied for exams until late at night.

참고 분사구문 앞에 명사가 오는 경우

⇒ 주어와의 수식 관계를 명확히 하기 위해
분사구문 앞에 쉼표(comma)를 찍어준다.

e.g. The lecturer contradicts this opinion, **arguing** that hydroelectric dams are cost-effective.

2. 연속 동작

한 동작이 먼저 일어나고 다음 동작이 일어나는 연속 동작

⇒ 분사구문 앞에 쉼표(comma)를 붙이는 것이 일반적이다.

e.g. Kevin pulled out a cigarette, **lighting** it.

(= Kevin pulled out a cigarette, *and* Kevin lit the cigarette.)

3. 계속적 용법

계속적 용법의 관계대명사 **which** 생략 ⇒ 분사구문

e.g. On a bitter January day, the Han River froze, which allowed people to walk on the river.

(= On a bitter January day, the Han River froze, allowing people to walk on the river.)

Check-Up Drills

Sample

TV는 아이들의 건강과 그들의 성적(grades)에 나쁜 영향들을 미칠 수 있다. 우선(for one thing), 아이들은 칼로리가 높은(high in calories) 과자들을 먹으면서 TV를 본다.

Vocabulary have an effect: 영향을 미치다 | snack: 과자

⇒ TV can have negative effects on children's health and their grades. For one thing, children watch TV eating snacks high in calories.

강의자(the lecturer)에 따르면, 새로운 단어들(words)을 기억하는 최고의 방법(way)은 그 단어들을 사용해서(하면서) 문장들(sentences)을 쓰는 것이다.

⇒ According to the lecturer, the best way to remember new words is to write sentences using the words.

Practice 01

Reading Passage

기업들은 전략을 세우는 데 가장 우선순위를 두어야 한다. 전략을 세움으로써, 기업들은 정기적으로 시장에서 그들의 성과를 평가할 수 있고, 빠르게 변화하는 경제적 혹은 정치적 환경에 적합한 새로운 전략을 찾을 수 있다. 이점들을 가져오는 세 가지 기업 전략이 있다.

기업의 판매를 늘리는 한 가지 전략은 기업의 이미지를 사용해 새로운 제품을 개발하는 것이다. 예를 들어, 만약 유명한 자동차 회사가 그들의 좋은 이미지를 사용해 오토바이와 같은 새로운 제품을 개발하면, 그 기업은 새로운 판매를 향상시킬 수 있다. 판매에서 이러한 증가의 이유는 오토바이를 살 생각이 있는 소비자들이 아마도 그 기업의 이미지 때문에 이 특정한 오토바이를 선택할 것이기 때문이다. 소비자들은 그 오토바이는 단지 그 회사가 만든 차처럼 좋을 것이라 자연스럽게 생각할 것이고, 그래서 그들은 어떠한 의심도 없이 그 회사의 오토바이를 살 것이다.

기업의 판매를 올리는 두 번째 전략은 기존 제품의 새로운 버전을 만드는 것이다. 예를 들면, 만약 코카콜라 회사가 '체리콜라'라고 불리는 새로운 제품을 만든다면, 코카콜라를 좋아하는 소비자들이 이러한 원래 제품의 변형을 살 생각이 있기 때문에 그들은 쉽게 판매를 올릴 수 있다. 이러한 전략은 확실히 기업이 판매를 올리는 데에 도움이 될 것이다.

마지막 전략은 다른 기업과 제휴하는 것이다. 예를 들면, 만약 초콜릿을 만드는 한 기업이 아이스크림 기업과 제휴한다면, 그 초콜릿 기업은 쉽게 초콜릿 아이스크림 제품을 만들 수 있다. 이러한 경우에, 그 회사는 자사의 기존 초콜릿 제품 판매에 새로운 초콜릿 아이스크림 판매를 추가할 수 있기 때문에 짧은 기간에 판매를 올릴 수 있다.

Companies should **give top priority** to forming strategies. By **setting strategies**, companies can regularly **assess** their performance in the market and find a new strategy suitable for rapidly changing economic or political **circumstances**. There are three company strategies that bring benefits.

One strategy of increasing a company's sales is to develop a new product by using the company's image. For example, if a **renowned** car company develops a new product, such as a motorcycle, by using its good image, the company can improve new sales. The reason for this increase in sales is that consumers who **intend to** buy a motorcycle will probably choose this **particular** motorcycle because of the company's image. Consumers will naturally think that the motorcycles will be just as good as the cars the company produces, so they will buy its motorcycle **without any doubt**.

Second strategy of raising a company's sales is to make a new version of an **existing** product. For example, if Coca Cola company makes a product called 'Cherry Coke', they can easily increase sales because consumers who love Coca Cola will **be inclined to** buy this variation of the original product. This strategy will surely help a company increase its sales.

The final strategy is to make a **partnership** with another company. For example, if a company making chocolate forms a partnership with an ice cream company, the chocolate company can easily produce chocolate ice cream products. In this case, the company can increase its sales in a short period of time because the company can **add** new sales of the chocolate ice cream **to** its existing

| | |
|---|------------------------------|
| | sales of chocolate products. |
| 어휘 give top priority 우선 순위를 두다, 우선권을 주다 set a strategy 전략을 세우다 assess 평가하다, 가치를 매기다 circumstance 환경, 조건, 상황 renowned 유명한, 널리 알려진 intend to ~하려고 생각하다 particular 특별한, 특정한 without any doubt 어떠한 의심도 없이 existing 이미 존재하는, 기존 be inclined to ~할 생각이 있는 partnership 제휴, 동업자 관계 add A to B A를 B에 더하다 | |

Lecture Script

좋아, 여러분. 오늘 나는 내가 어제 여러분에게 준 지문에서 소개된 전략들이 유용한지 아닌지에 대해 말할 것이다. 나는 그러한 전략들이 이점들을 가져온다고 생각하지 않는다. 사실, 그 전략들은 기업들에 심각한 문제들을 야기한다. 설명해 보겠다.

지문이 언급한 첫 번째 전략은 아주 좋은 것처럼 들린다. 한 기업의 기존의 긍정적인 이미지를 사용해서, 그 회사는 새로운 판매를 향상시킬 수 있다. 하지만, 예기치 않은 반대 상황은 어떠한가? 내가 의미하는 것은 만약 한 기업의 좋은 명성을 이용해서 그 기업이 만든 새로운 제품이 그것의 이미지에 대신에 해를 입히면 어떠한가? 예를 들면, 만약 지문에서 언급된 오토바이들이 그 기업의 자동차들만큼 좋지 않은 것으로 밝혀지면 어떠한가? 그 결과는 이렇다. 그 자동차 기업의 이미지는 타격을 입을 것이고, 이것은 결국 오토바이뿐만 아니라, 그 회사의 자동차 판매까지도 떨어뜨리는 결과를 가져 올 것이다.

다음으로, 언뜻 보기에 새로운 버전을 만드는 것은 효과적으로 보인다. 하지만 여러분은 이러한 전략이 실제로 한 기업으로 하여금 그 기업의 오랜 단골고객들을 사실상 잃게 할 수도 있다는 것을 안다. 그 이유는 항상 오랫동안 코카콜라를 샀던 소비자들은 그들이 믿어온 코카콜라의 질을 의심할 지 모른다. 그들은 그 회사가 코카콜라가 이전만큼 많이 팔리지 않기 때문에 새로운 형태인 체리 코크를 만들었다고 생각할지 모른다. 이러한 경우에, 그 문제는 그렇게 간단하지가 않다. 이러한 소비자들은 새로운 제품뿐만 아니라 코카콜라까지 구매하지 않을지도 모른다.

OK, class. Today, I am going to talk about whether or not the strategies introduced in the article I gave to you yesterday are useful. I do not think such strategies bring benefits. In fact, the strategies cause companies serious problems. Let me explain.

The first strategy that the reading mentions sounds nice. By using a company's existing positive image, the company can improve new sales. But, what about an unexpected opposite situation? I mean what if a new item that a company creates by utilizing the company's good **reputation** harms its image instead? For example, what if the motorcycles mentioned in the reading **turns out to be** not as good as the company's cars? The result is this: the car company's image will be damaged, and this will **end up dropping** the sales of its cars **as well as** the motorcycles'

Next, making a new version seems effective **at first glance**. But you know this strategy can actually cause a company to lose its long-time **loyal customers**. The reason for this is that customers who have always bought Coca Cola for a long time may **doubt** the quality of Coca Cola, which they have trusted. They may think the company made the new version, Cherry Coke, because Coca Cola does not sell as much as before. In this case, the problem is not that simple. These customers may not purchase Coca Cola as well as the new version.

| | |
|--|---|
| <p>마지막으로, 두 기업 간의 제휴에 대해 말해보자. 제휴를 하는 것은 매우 위험한 전략이다. 만약 그 제휴가 깨진다면 어떠한가? 그리고 만약 지문에 언급된 그 아이스크림 기업이 초콜릿 기업의 제조법을 훔쳐서 그들 스스로 초콜릿 아이스크림을 만들기로 결정한다면 어떠한가? 이것은 초콜릿 기업에 있어서 바람직하지 않은 결과를 낳을지도 모른다.</p> | <p>Lastly, let's talk about a partnership between two companies. Forming a partnership is a very dangerous strategy. What if the partnership is broken? And what if the ice cream company mentioned in the reading decided to make chocolate ice cream products on their own by stealing the chocolate company's recipe? This may result in undesirable consequences for the chocolate company.</p> |
| <p>어휘 reputation 명성, 평판 turn out to be ~라고 밝혀지다, 판명되다 (=prove to be) end up ~ing 결국 ~로 끝나다 A as well as B B뿐만 아니라 A도 at first glance 언뜻 보기에 loyal customer 단골고객 doubt 의심하다 recipe 레시피, 제조법, 조리법 undesirable 바람직하지 않은, 바라지 않은</p> | |

Practice 03

Sample Answer

| | |
|--|--|
| <p>지문과 강의는 모두 기업 전략에 대해서 말하고 있다. 지문은 기업에 이점들을 가져오는 세 가지 전략이 있다고 말한다. 하지만, 강의는 그 전략들이 전혀 이점들을 가져오지 않는다고 주장한다.</p> <p>첫째로, 지문은 기업의 긍정적인 이미지를 사용함으로써 새로운 제품을 만드는 것은 좋은 전략이라고 주장한다. 반면에, 강의자는 이 주장에 동의하지 않는다. 그녀는 한 기업이 긍정적인 이미지를 가진 그 기업의 제품을 신뢰하는 많은 소비자들을 잃을 수 있다고 주장한다. 한 예로써, 그녀는 한 자동차 회사를 지적한다. 그 기업은 기업의 긍정적인 이미지를 사용해서 오토바이를 만드는 것을 계획한다. 하지만, 만약 오토바이의 품질이 그 회사가 만드는 자동차만큼 좋지 않다고 판명되면, 대신 그 기업은 결국 이미지를 손상시킬 수 있다. 그리고 결국, 그 기업의 판매는 상당히 떨어질 것이다.</p> <p>두 번째로, 지문에서 저자는 기존 제품의 새로운 버전을 만드는 것이 좋은 전략이라고 주장한다. 반면에, 강의자는 이 주장에 대해 반대 의견을 제시한다. 그 반대 의견은 새로운 버전을 만드는 것은 이러한 전략을 사용하는 기업으로 하여금</p> | <p>The reading and the lecture both talk about company strategies. The reading says that there are three strategies that bring benefits to companies. However, the lecturer argues that the strategies do not bring benefits at all.</p> <p>First, the reading states that making a new product by using the company's positive image is a good strategy. On the contrary, the lecturer disagrees with this statement. She claims that a company can lose many customers who trust the products of the company with a positive image. As an example, she points to a car company. The company plans to produce motorcycles by using the company's positive image. However, if the quality of the motorcycles proves to be not as good as the cars it makes, the company can end up damaging its image instead. And eventually, the company's sales will drop significantly.</p> <p>Second, in the reading, the author argues that making a new version of an existing product is a good strategy. In contrast, the lecturer makes an opposing point to this claim. The opposing point is that making a new version may cause the</p> |
|--|--|

| | |
|---|--|
| <p>그것의 단골 고객들을 잃게 하는 결과를 야기할지도 모른다는 것이다. 그는 한 예를 제공함으로써 그의 요점을 뒷받침한다.</p> <p>코카콜라를 신뢰해온 소비자들은 코카콜라가 이전만큼 잘 팔리지 않기 때문에 코카 콜라 회사가 새로운 버전 체리 코크를 개발 했을 것이라고 생각할지 모른다. 이것은 그 회사는 새로운 버전뿐 만 아니라 코카 콜라도 팔 수 없다는 것을 의미한다.</p> <p>세 번째로, 지문은 계속해서 제휴를 하는 것이 좋은 전략이라고 말한다. 예를 들면, 초콜릿 기업은 판매를 올리기 위해 아이스크림 기업과 제휴를 할 수 있다. 그러나 강의자는 이 전략은 매우 위험하다고 주장하면서 이러한 의견에 반박한다. 강의에 따르면, 제휴가 깨질 때, 그 초콜릿 기업은 예기치 못한 문제들이 있을 수 있다. 왜냐하면 아이스크림 기업이 초콜릿 기업의 초콜릿 제조 비법을 훔쳐서 그들 고유의 초콜릿 아이스크림 제품을 팔 수 있기 때문이다.</p> | <p>company using this strategy to lose its loyal customers. He supports his point by giving an example. Consumers who have trusted Coca Cola may think that the Coca-Cola company developed Cherry Coke, a new version, because Coca Cola does not sell as much as before. This means that the company cannot sell Coca Cola as well as the new version.</p> <p>Third, the reading goes on to say that forming a partnership is a good strategy. For example, a chocolate company can establish a partnership with an ice cream company to increase sales. However, the lecturer contradicts this opinion, arguing that this strategy is very dangerous. According to the lecture, when the partnership is broken, the chocolate company can have unexpected problems. This is because the ice cream company can steal the chocolate company's know-how of making chocolate and sell their own chocolate ice cream products.</p> |
| <p>어휘 significantly 상당히, 크게 point to ~을 언급하다 (=mention) unexpected 예상치 못한 know-how 노하우, 비법, 방법</p> | |