

중2 동아 윤정미 4과 Are You Money Smart?

중학교 2학년 과정

1. 필수 어휘 (Vocabulary)

1. **smart** 현명한

2. **shopper** 쇼핑객

3. **various** 다양한

4. **strategy** 전략

5. **influence** 영향을 미치다

6. **decision** 결정

7. **hunger** 굶주림

8. **price** 가격

9. **product** 상품

10. **limited** 제한된

11. **similar** 비슷한

12. **social media** 소셜 미디어

13. **information** 정보

14. **spread** 퍼지다

15. **quickly** 빠르게

16. **widely** 널리

17. **popular** 인기 있는

18. **expensive** 비싼

19. **budget** 예산

20. **cheap** 싼

21. **example** 예시

22. **anchor** 닻

23. **rely on** ~에 의존하다

24. **marketing** 마케팅

25. **decisions** 결정들

26. **smarter** 더 똑똑한

27. **sneakers** 운동화

28. **dress** 드레스

29. **lipstick** 립스틱

30. **salesperson** 점원

2. 본문 및 문장 분석 (Sentence Analysis)

Be a Smart Shopper

- 구조: V(명령문) + C
- 문법: 명령문

해석: 현명한 쇼핑객이 되어라.

Do you think you are a smart shopper?

- 구조: V + S + V + O(절)
- 문법: 간접의문문 형태의 목적어절

해석: 당신은 당신이 현명한 쇼핑객이라고 생각하나요?

Well, you may think you are, but hold on!

- 구조: S + V / S + V / V(명령문)
- 문법: 조동사 may(추측), 등위접속사 but

해석: 음, 당신은 그렇다고 생각할지도 모르지만, 잠깐 멈춰보세요!

There are various marketing strategies which influence your decisions.

- 구조: V + S + 관계대명사절
- 문법: 주격 관계대명사(which)

해석: 당신의 결정에 영향을 미치는 다양한 마케팅 전략들이 있습니다.

Learning about them will make you a smarter shopper.

- 구조: S(동명사) + V + O + OC
- 문법: 동명사 주어, 5형식 문장(make+O+OC)

해석: 그것들에 대해 배우는 것은 당신을 더 현명한 쇼핑객으로 만들어 줄 것입니다.

Hunger Marketing

- 구조: N
- 문법: 명사구

해석: 헝거 마케팅(갈증 마케팅)

What?

- 구조: Interjection
- 문법: 감탄사

해석: 뭐라고?

The sale ends in two hours?

- 구조: S + V + M
- 문법: 현재시제(예정/시간)

해석: 세일이 2시간 안에 끝난다고?

If I don't buy the sneakers now, I will have to buy them at a higher price.

- 구조: If-절 + 주절
- 문법: 조건의 부사절(If), 미래 시제

해석: 만약 지금 운동화를 사지 않으면, 더 높은 가격에 사야 할 거야.

Stop, Junho!

- 구조: V
- 문법: 명령문

해석: 그만해, 준호야!

You're buying the sneakers just because you don't want to miss the sale.

- 구조: S + V + O + 접속사절
- 문법: 현재진행형, because 접속사

해석: 너는 단지 세일을 놓치고 싶지 않다는 이유로 운동화를 사고 있구나.

You're falling for a hunger marketing strategy.

- 구조: S + V + O
- 문법: 숙어(fall for: ~에 속다)

해석: 너는 헝거 마케팅 전략에 속고 있어.

If people can buy a product only for a limited time, they often feel "hungry" for it and want to buy it.

- 구조: If-절 + 주절
- 문법: 조건의 부사절(If)

해석: 만약 사람들이 제한된 시간 동안만 제품을 살 수 있다면, 그들은 종종 그것에 '갈증'을 느끼고 사고 싶어 한다.

About missing the sale, don't worry, Junho.

- 구조: M + V(명령문)
- 문법: 전치사구

해석: 세일을 놓치는 것에 대해서는, 걱정 마, 준호야.

You'll soon see a similar sale again.

- 구조: S + V + O
- 문법: 미래 시제(will)

해석: 너는 곧 비슷한 세일을 다시 보게 될 거야.

Viral Marketing

- 구조: N
- 문법: 명사구

해석: 바이럴 마케팅

That's the hottest dress on social media now.

- 구조: S + V + C
- 문법: 최상급(hottest)

해석: 저건 지금 소셜 미디어에서 가장 인기 있는 드레스야.

Lots of people are wearing it.

- 구조: S + V + O
- 문법: 현재진행형

해석: 많은 사람들이 그것을 입고 있어.

I have to get that dress, too!

- 구조: S + V + O
- 문법: have to(~해야 한다)

해석: 나도 저 드레스를 사야겠어!

Wait, Yuna!

- 구조: V
- 문법: 명령문

해석: 기다려, 유나야!

You only want the dress because you saw it again and again on social media.

- 구조: S + V + O + because절
- 문법: 이유의 부사절

해석: 너는 단지 소셜 미디어에서 그것을 계속해서 봤기 때문에 그 드레스를 원하는 거야.

It isn't just you.

- 구조: S + V + C
- 문법: 대명사 it

해석: 너만 그런 게 아니야.

There are a lot of people who fall for a viral marketing strategy.

- 구조: There + V + S + 관계대명사절
- 문법: 주격 관계대명사(who)

해석: 바이럴 마케팅 전략에 속는 많은 사람들이 있어.

Why?

- 구조: Adv
- 문법: 의문부사

해석: 왜일까?

Information about product can spread quickly and widely on the Internet, just like a "virus."

- 구조: S + V + Adv + Adv
- 문법: 조동사(can)

해석: 제품에 대한 정보는 인터넷에서 '바이러스'처럼 빠르고 널리 퍼질 수 있기 때문이야.

If a product becomes hot on social media, people naturally want to have it.

- 구조: If-절 + 주절
- 문법: 조건의 부사절(If)

해석: 만약 제품이 소셜 미디어에서 인기 있어지면, 사람들은 자연스럽게 그것을 갖고 싶어 해.

Yuna, just remember that a popular product isn't always right for you.

- 구조: V + 접속사절(목적어)
- 문법: 접속사(that)

해석: 유나야, 인기 있는 제품이 항상 너에게 맞는 것은 아니라는 걸 기억해.

Anchoring Effect

- 구조: N
- 문법: 명사구

해석: 닷 내림 효과(앵커링 효과)

Somi : I'm looking for a lipstick for my mom.

- 구조: S + V + O
- 문법: 현재진행형(look for)

해석: 소미: 엄마를 위해 립스틱을 찾고 있어요.

Salesperson : How about this?

- 구조: Phrase
- 문법: 의문문 표현

해석: 점원: 이건 어떠니?

Somi : Expensive!

- 구조: Adj
- 문법: 형용사

해석: 소미: 비싸요!

I thought I could buy a lipstick for 30 dollars.

- 구조: S + V + 접속사절
- 문법: 과거시제(thought), 조동사 과거형(could)

해석: 30달러면 립스틱을 살 수 있을 거라고 생각했어요.

Salesperson : This is also popular.

- 구조: S + V + C
- 문법: 부사(also)

해석: 점원: 이것도 인기 있어요.

Somi : That's better!

- 구조: S + V + C
- 문법: 비교급(better)

해석: 소미: 그게 더 낫네요!

Hold on, Somi!

- 구조: V
- 문법: 명령문

해석: 잠깐만, 소미야!

Your budget is 30 dollars, but you are buying a 40-dollar lipstick.

- 구조: S + V + C + 접속사 + S + V + O
- 문법: 현재진행형

해석: 너의 예산은 30달러인데, 40달러짜리 립스틱을 사고 있잖아.

The 40-dollar lipstick sounds cheap only because the salesperson showed you a 50-dollar lipstick first.

- 구조: S + V + C + 접속사절
- 문법: 감각동사(sounds), 이유의 부사절

해석: 40달러짜리 립스틱은 점원이 처음에 50달러짜리 립스틱을 보여줬기 때문에 싸게 들리는 거야.

This is an example of the anchoring effect.

- 구조: S + V + C
- 문법: 전치사구

해석: 이것이 닷 내림 효과의 예시야.

Usually, the first piece of information becomes an "anchor" and influences the shopper's decision.

- 구조: S + V + C + V + O
- 문법: 동사 병렬 구조(becomes/influences)

해석: 보통, 첫 번째 정보 조각이 '닷'이 되어 쇼핑객의 결정에 영향을 미쳐.

In your case, the 50-dollar lipstick was the anchor.

- 구조: M, S + V + C
- 문법: 과거시제

해석: 너의 경우, 50달러짜리 립스틱이 닷이었어.

Somi, don't just rely on the first piece of information that is given to you.

- 구조: V + 관계대명사절
- 문법: 주격 관계대명사(that), 수동태(is given)

해석: 소미야, 너에게 주어진 첫 번째 정보에만 의존하지 마.

3. 핵심 문법 확인 (Grammar Focus)

1) 주격 관계대명사

- 선행사를 수식하는 형용사절을 이끌며, 절 내에서 주어 역할을 합니다.

[본문 내 문장 언급]

- There are various marketing strategies which influence your decisions.
- There are a lot of people who fall for a viral marketing strategy.
- don't just rely on the first piece of information that is given to you.

2) 접속사 If

- 조건을 나타내는 부사절을 이끌며 '만약 ~라면'이라는 의미를 갖습니다.

[본문 내 문장 언급]

- If I don't buy the sneakers now, I will have to buy them at a higher price.
- If people can buy a product only for a limited time, they often feel "hungry" for it.
- If a product becomes hot on social media, people naturally want to have it.