인문 상경 (오전)

2016학년도 신입학 수시
논술/사회기여 및 배려대상자 전형

성명		지원 학부·학과		수험 번호									

· 답안지와 문제지에 성명, 지원 학부·학과, 수험 번호를 정확히 기입하시오.
· 답안지에 정답 외에는 어떠한 표시도 하지 마시오.
· 90분 안에 답안을 작성하시오.
· 고사 종료 후 답안지와 문제지, 연습지를 함께 제출하시오.
· 진행을 위한 감독자의 지시에 응하지 않을 시 퇴실 요구를 받을 수 있습니다.

유의 사항

1. 답안지는 검정색 펜(볼펜, 연필, 샤프)으로만 작성하시오.
   (빨강색이나 파랑색 등 사용 금지)
2. 답안지 수정 시에는 지우개(연필, 샤프 사용 시)를 사용하거나, 가로로 줄을 긋고(볼펜 사용 시) 그 위에 재작성 하시오.(수정테이프, 수정액 사용 불가)
3. 본 고사의 답안은 1매 이내에 작성을 해야 하며, 답안지 교체는 가능하나 기존 답안지 제출은 절대 불가합니다.
4. 답안지 교체로 인한 책임(시간 부족 등)은 요청한 수험생에게 있습니다.
5. 다음 경우는 0점 처리됩니다.
   1) 답안을 검정색 펜으로 작성하지 않은 경우
   2) 자신의 신원을 드러내거나 답안과 관련 없는 표현이나 표기를 한 경우
   3) 답안을 해당 답란에 작성하지 않은 경우
   4) 수정액이나 수정테이프를 사용한 경우

※감독의 지시가 있을 때까지 다음 장으로 넘기지 마시오.

이 면은 여백입니다.

* 다음 내용을 보고 [문제]의 지시에 따라 답안을 작성하시오.

<가>

'인간은 사회적 동물이다'라는 말은 인간이 타인과의 관계 속에서 존재할 수밖에 없다는 것을 뜻한다. 그러나 이 말은 현대 사회에서 점점 그 의미를 잃어가고 있다. 스스로 원했든 상황이 만들어냈든 '홀로 살아가는 이들'이 급격히 늘어나고 있기 때문이다. 또한 이들은 복잡한 사회관계 속에서 점점 더 고립되어가고 있다.

최근 일본에서는 '무연 사회(無緣社會)'가 새로운 사회 형태를 가리키는 용어로 부각되고 있다. 무연 사회란 혈연·지연 등을 통한 개인 간의 전통적인 조력 시스템이 무너지고 사람들이 타인과 인연을 맺으려 하지 않는 사회를 뜻한다. 무연 사회에서 일어나는 가장 심각한 문제 중 하나는, 개인이 타인의 무관심 속에 죽어가는 '고독사(孤獨死)'이다. 일본에서는 지난 수년 동안 한 해 평균 3만 명 이상이 아무도 모르게 죽음을 맞이했다. 고독사한 사람들은 가족·친척들과 오랫동안 연락을 끊은 상태로 지낸 까닭에 대부분 사망 후 한참이 지나서야 발견된다.

빠른 속도로 고령화 사회에 진입하고 있는 우리나라도 일본이 겪고 있는 문제에서 결코 자유로울 수 없다. 우리 사회는 인구사회학적으로 일본과 매우 유사하며, 전체 인구에서 1인 가구와 혼자 사는 노인의 비중이 가파르게 증가하고 있다. 이에 따라 우리 사회가 일본의 무연 사회처럼 되어가는 것에 대한 우려의 목소리도 한층 커지고 있다. 우리 사회는 전통적으로 유교적 가족관에 기반을 두어왔고 가족 및 친척 간의 연대와 책임의식·상부상조의식 등이 다양한 사회 문제의 예방과 치료에 적지 않은 기여를 해왔기 때문이다. 하지만 사람들과의 관계를 피해 홀로 살아가는 사람들이 우리 사회 전반에 소리 소문 없이 퍼지고 있다. 또 인간관계 부재 속에 살면서 심리적으로 느끼는 외로움과 고독감이 우울증, 자살, 범죄 등으로 나타나는 경우도 점차 늘어나고 있다.

<나>

지난 반세기 동안 인류는 새로운 사회적 실험에 돌입했다. 역사상 최초로 수많은 사람들이 연령과 장소, 정치적 신념과 무관하게 '싱글턴(singleton)'으로 정착하기 시작한 것이다. 싱글턴은 단순히 독신자를 가리키는 용어가 아니라, 애인이나 룸메이트, 부모, 자녀 등과 동거하지 않고 전적으로 홀로 사는 '1인 가구'를 가리키는 용어다. 현재 '혼자 살기'는 선진국에서 시작해 전 세계적으로 확산되어가고 있으며, 1인 가구의 비중도 점점 더 빠르게 증가하고 있다. 즉 1인 가구의 급증은 특정 지역에 한정된 일시적 유행이 아니라, 베이비붐 이후 전 세계에 걸쳐 일어나는 가장 큰 인구 변동 현상이다. 실제로 1950년 미국에서는 성인의 22%가 독신이었고 전체 가구의 9%가 혼자 사는 사람이었지만, 2008년에는 미국 성인 중 50% 이상이 독신이고 전체 가구 중 1인 가구의 비중이 28%를 넘어섰다. 일본의 경우도 전체 가구 중 30%가 1인 가구이며, 우리나라를 비롯한 중국, 인도, 브라질에서도 혼자 사는 가구의 비중이 갈수록 늘고 있다.

혼자 사는 사람이 이처럼 가파른 속도로 증가하는 이유는 다양하다. 일단, 경제성장으로 창출된 '부'와 현대 복지국가들이 제공하는 '사회보장제도'가 1인 가구 증가의 근본 요인으로 작용한다. 또한 여성의 지위 상승, 통신혁명, 대도시의 형성, 혁명적 수명연장 등 20세기 후반에 일어난 거대한 사회적 변동이 개인이 홀로 활동하기에 좋은 여건을 창출해냈다. 가령, 미국의 경우 1950년과 2000년 사이 일하는 여성의 수가 1,800만 명에서 6,600만 명으로 늘어났고 일하는 여성의 비율도 33%에서 60%로 대폭 증가했으며, 다른 선진국에서도 고등교육과 임금노동에 참여하는 여성의 비율이 증가했다. 지난 십여 년 동안 인류의 통신시스템을 혁명적으로 변화시킨 인터넷은 혼자 살기를 원하는 사람에게 타인과의 관계를 유지하는 새롭고 다양한 수단들을 제공해 왔으며, 거대 도시의 발달은 독신 남녀의 물질적, 정신적 욕구를 충족시켜줄 수 있는 다양한 장소(체육관, 커피숍, 클럽, 주거시설 등)와 다양한 서비스(청소, 세탁, 음식준비, 배달 등)를 제공하게 되었다. 마찬가지로, 평균수명의 연장에 따라 혼자 사는 노인의 인구도 급증하고 있는데, 새로운 가족의 구성보다는 혼자 노년을 보내는 것을 선택하는 노인들이 늘어나고 있다.

이 같은 현실 속에서, 1인 가구생활에 대한 사람들의 인식 또한 빠르게 변화하고 있다. 현대인들에게 '혼자 사는 것'과 '외롭게 사는 것'은 결코 동의어가 아니며, 혼자 사는 사람들이 반드시 고독을 느낀다거나 고립되어 있다고 간주되지도 않는다. 오히려, 혼자 사는 사람들이 누군가와 같이 사는 사람들보다 사교활동에 더 활발히 참여하고 1인 가구가 많은 도시일수록 대중문화가 발달한다는 통계자료도 나와 있다. 최근 영국에서 실시한 조사에 따르면, 혼자 사는 노인이 누군가와 함께 사는 노인보다 삶에 대한 만족도가 더 높으며, 서비스 공급자들과의 접촉이 더 많고, 노화에 따른 인지능력 저하나 신체적 손상이 덜하다고 밝혀졌다. 나아가, 혼자 살기는 개인의 자유, 개인적 통제권, 자아 발견 및 자아실현과 같은

[뒷면에 계속]

인간의 보편적 가치를 추구하는 것을 용이하게 해준다는 인식이 점차 확산되어가고 있다. 또 우리 중 누구라도 언젠가 혼자 살 수 있으니, 혼자 사는 사람들이 지금보다 더 건강하고 행복하고 활발한 사교활동을 즐기도록 만들면 모두에게 이익이 된다는 인식, 그리고 이것은 우리가 힘을 합쳐야만 해결 가능한 문제라는 인식 역시 점점 더 설득력을 얻어가고 있다.

<다>

최근 들어 국내에 혼자 살고 있는 '1인 가구 청년'이 급증하고 있다. 통계청 자료에 따르면, 우리나라 1인 가구의 비중은 2000년 15.5%였던 것에 비해 2012년 25.3%로 증가했다. 또 2014년에 발표된 우리나라 1인 가구의 나이대별 분포를 살펴보면 20대가 17%, 30대가 17.9%를 차지한다. 이처럼 1인 가구 5백만 시대로 접어들면서, 가족이나 다른 사람들과 함께 식사하지 않고 혼자 밥을 먹는 것이 자연스러운 일이 되어가고 있다.

'혼밥족'은 이러한 우리 사회의 단면을 잘 보여주는 신조어다. 혼밥족이란 '혼자 밥을 먹는 사람'을 뜻하는데, 과거에는 혼자 밥을 먹는 것이 외로운 개인의 모습으로 여겨져 왔다. 하지만 지금의 '혼밥'은 치열한 경쟁 속에서 인간관계보다는 미래를 위한 준비에 더 투자하려는 젊은 세대에게 편리하고 경제적인 식사방법으로 여겨지고 있다. 이들은 명절 때도 가족과 시간을 보내기보다는 혼자 휴식과 재충전의 시간을 보내기도 한다.

하지만 명절 때 혼자 식당을 가면 '가족이 없는 사람' 취급을 당하지 않을까하는 자격지심을 느끼기도 하고 고립감에 빠지기도 한다. 혼자 밥 먹기의 이면에는 취업난과 가속화된 경쟁 속에서 파편화된 개인의 모습이 내포되어 있으며, 일상의 힘듦이나 외로움을 혼자 극복해야한다는 것이 우울감이나 스트레스로 작용할 수도 있다.

한편 나홀로 식사는 청년들에게만 국한된 현상은 아니다. 복지부 조사에 따르면, 2015년 현재 실제로 혼자 사는 노인이 74만 명에 이르며 이 가운데 15% 안팎은 가족이나 이웃과도 만나지 않은 채 고립된 생활을 하고 있는 것으로 나타났다. 이러다 보니 혼자 사는 노인 역시 끼니를 홀로 때우는 경우가 허다하며, 경제적 어려움과 우울증에 시달린다. 정부와 지방자치단체에서는 혼자 사는 노인 가구를 위한 각종 제도를 시행하고 있다. 노인 돌봄 기본 서비스나 도시락 배달 서비스 등을 통해 혼자 사는 노인들의 고립감을 해소시키고 정서적 유대감을 조성하려고 노력하고 있다. 뿐만 아니라, 이를 통해 혼자 사는 노인들의 신체 활동 및 가사 활동을 지원하고 있으며 이들이 사회관계를 회복할 수 있도록 '친구 만들기 시범사업'도 운영할 계획이다.

[문제1] 제시문 <가>와 제시문 <나> 각각의 관점에서 제시문 <다>의 현상을 설명하고, 이 중 하나의 관점을 선택하여 자신의 견해를 논하시오.(500자, **40점**)

[뒷면에 계속]

*** 다음 내용을 보고 [문제]의 지시에 따라 답안을 작성하시오.**

<가>

우리가 일상에서 겪는 다양한 불안은 무엇보다 타인의 시선과 관심에 깊이 연관되어 있다. 다른 사람들의 관심이 중요한 것은 우리가 날 때부터 자신의 가치에 확신을 갖지 못하기 때문이다. 다른 사람이 우리를 바라보는 방식은 우리가 스스로를 바라보는 방식을 결정하며, 자신의 정체성에 대한 느낌은 함께 사는 사람들의 판단에 따라 좌우된다. 그 사람들이 우리 농담에 즐거워하면 우리는 나에게 남을 즐겁게 하는 능력이 있다고 자신을 갖게 된다. 그 사람들이 우리를 칭찬하면 나에게 큰 장점이 있다고 생각하게 된다. 우리가 방에 들어갔을 때 눈길을 피하거나 직업을 밝혔을 때 당황한 표정을 지으면 나는 가치 없는 사람이라고 스스로를 의심하게 될 수도 있다.

이상적인 세계에서라면 이런 식으로 남들의 반응에 좌우되지는 않을 것이다. 스스로 자신을 공정하게 평가하고 자신의 가치를 판단하여, 다른 사람이 우리가 못났다고 넌지시 암시한다 해도 상처받지 않을 것이다. 우리는 자신의 가치를 알기 때문이다. 그러나 현실에서 우리는 나라는 사람에 대하여 아주 다양한 의견을 가지고 있다. 내가 똑똑하다는 증거도 댈 수 있고 바보라는 증거도 댈 수 있으며, 익살맞다는 증거도 댈 수 있고 따분하다는 증거도 댈 수 있으며, 중요한 인물이라는 증거도 댈 수 있고 있으나마나 한 존재라는 증거도 댈 수 있다. 이렇게 흔들린다면 타인이 우리의 의미를 결정하기 마련이다. 무시를 당하면 속에 똬리를 틀고 있던 자신에 대한 부정적 평가가 고개를 쳐들며, 미소나 칭찬과 마주치면 어느새 역전이 이루어진다. 혹시 남의 애정 덕분에 우리 자신을 견디며 사는 것은 아닐까?

<나>



위의 그림은 한스 홀바인(Hans Holbein)의 대표작 중 하나인 <대사들 *The Ambassadors*>(1532)이다. 일종의 초상화에 해당하는 이 그림의 주인공은 당시 프랑스 왕의 외교업무를 수행하던 주교 조르주 드 셀브(Georges de Selve)와 귀족 장 드 댕트빌(Jean de Dinteville)이다. 이 그림은 정교한 구성과 뛰어난 형식적 기법들을 보여주는데, 특히 인물의 의상 및 각종 사물들에 대한 치밀하면서도 섬세한 묘사로 유명하다. 그런데 보통 초상화에서 그림의 중앙을 인물이 차지하는 것과 달리, 이 그림의 중앙에는 인물 대신 나침반, 천구의, 해시계, 지구본 등이 자리하고 있다. 초상화를 의뢰한 이들(대사들)의 요구에 따라, 관객의 시선을 인물들 뿐 아니라 과학도구들에도 향하도록 유도한 것이다. 당시로서 매우 드문 이러한 구성은 초상화 속 인물들의 욕망, 즉 상류층일 뿐 아니라 전문적 과학지식을 탐구하는 지식인임을 과시함으로써 타인과 구별 짓고자 하는 욕망을 잘 나타내준다. 근본적으로 이러한 욕망은 불안에서 비롯된다. 상류층일지라도 다른 사람들이 자신을 특별하게 생각한다는 것을 확인하지 못하면 스스로도 자신을 용납하지 못하고 불안에 시달리게 된다. 그리고 그로 인해 다양한 지위의 상징들을 다급하게 갈망하게 된다.

[뒷면에 계속]

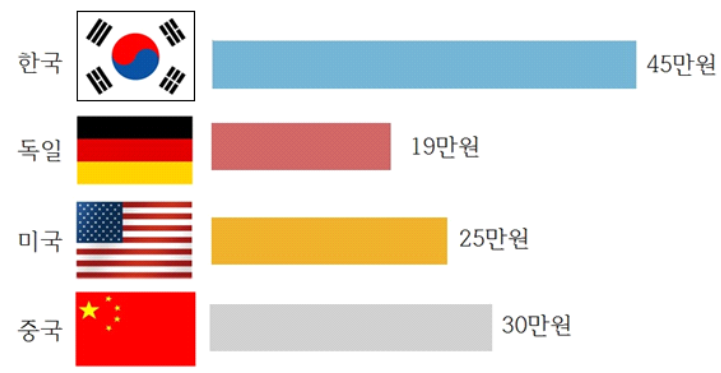
<다>

최근 '카페인 우울증'이라는 신조어가 인터넷상에서 화제를 모으고 있다. 카페인은 소셜네트워크서비스(이하 SNS)인 카카오스토리, 페이스북, 인스타그램의 앞 글자를 딴 '카·페·인'을 뜻하며, 카페인 우울증은 바로 이 SNS에 의해 유발되는 우울증을 가리킨다. 습관처럼 SNS를 드나들며 보게 되는 타인의 일상 속에서 느끼는 상대적 박탈감이 우울감으로 이어지는 데서 만들어진 것이다. '소통의 창'이었던 SNS는 언젠가부터 자랑과 인증의 이미지들을 나열하는 '전시의 장'으로 자리잡았다. 유명 맛집에서 찍은 음식 사진, 근사한 레스토랑에서 연인과의 행복한 모습, 새로 구매한 최신형 전자기기, 가족과 함께한 도시락 소풍 등 SNS 속 지인들의 일상은 늘 화목하고 여유가 넘친다. 하지만 다른 한편으로는, 사진이나 영상 등 SNS에 전시된 소식을 접하면서 상대적으로 자신의 신세가 초라하게 느껴지거나 우울하게 느껴진다는 사람들도 늘어나고 있다. 모두가 경쟁하듯 행복한 순간을 SNS에 올리다보니 포스팅에는 과장과 거짓이 섞이기도 하는 것이다.

<라>

오페라, 발레, 클래식 음악 등 우리나라 공연계의 고가 티켓 마케팅은 어제오늘의 일이 아니다. 관객층의 평균 소비 능력을 고려한 적정 가격보다 티켓 값을 높게 책정해 일부러 '가격 거품'을 만들어내는 경우가 비일비재하다. 예를 들어, 2011년 베를린 필하모닉 오케스트라의 내한공연의 경우 티켓 값이 최고 45만원까지 치솟아 국내 클래식 음악 공연 사상 최고가를 기록했다. 당시 베를린 필하모닉의 미국 공연 최고가는 25만원이었고, 중국은 30만원, 일본은 40만원이었다. 또 2012년 프랑스 오랑주페스티벌의 야외 오페라 <라 보엠>의 경우는 국내 초연 가격이 무려 57만원에 책정돼 많은 논란을 낳기도 했다.

2011년 전 세계 베를린 필하모닉 티켓 가격 비교



고가 마케팅은 공연계에만 국한된 문제가 아니다. 최근 최고급 가죽으로 꼽히는 악어백의 국내 수요가 크게 늘어, 개당 3천만~4천만 원에 달하는 유명 브랜드의 악어백들은 없어서 못 파는 제품이 되었다. 지난해 해외 유명 악어백 전문브랜드들의 국내 매출액이 2012년에 비해 두 자릿수 이상 증가한 사실만 봐도 알 수 있다. 또 최근 대다수 명품 브랜드의 판매가 주춤하고 있음에도 불구하고, 최고급 시계와 보석류 판매는 매년 두 자릿수 이상 증가율을 기록하고 있다. A백화점의 경우 지난해 1월에서 10월 사이 명품시계 매출이 2013년 같은 기간과 비교해 11.6% 증가했고, B백화점의 명품시계 매출도 19.3% 늘었다. 아울러, 세계 최고가 자동차 중 하나인 C브랜드의 국내 판매량은 세계 2위를 기록한 것으로 발표되었다. 1위는 중국, 3위는 미국이었는데, 인구수나 경제규모에 견줘볼 때 대단히 높은 판매량이라 할 수 있다. 이 브랜드의 새로운 모델은 올해 4월 출시된 이후 지난달까지 누적 판매량이 533대였으며, 현재 이 모델의 대기고객 수는 190명에 달하고 있다.

[문제2] 제시문 <가>와 제시문 <나>에 나타난 공통된 주제를 찾아내어 그 안에 내포된 상이한 관점을 설명한 후, 이를 바탕으로 제시문 <다>와 제시문 <라>에 나타난 현상을 분석하고, 그 내용을 자신의 미래사회에 대한 전망과 연관지어 논하시오.(800자, **60점**)

[끝]

이 면은 여백입니다.