2017학년도 수시모집 논술시험 인문계열
출제의도 및 제시문 분석

==========

【문제 1】 아래 제시문을 읽고 문제에 답하시오.(50점)

(가) 책을 읽고 싶은데 무슨 책을 읽어야 할지 모를 경우, 많은 사람은 베스트셀러 목록을 살펴본다. 책을 구입하기 전 다른 사람들의 반응을 확인함으로써 구매효과의 불확실성을 줄이기 위해서다. 사람들은 보다 많은 사람이 선택한 책에 신뢰를 갖게 되고, 이때 베스트셀러 목록은 사람들의 구매에 큰 영향을 끼친다. 이런 이유로, 출판사들은 베스트셀러 조작의 유혹을 받는다. 베스트셀러 목록에 일단 진입하면 책의 판매가 기하급수적으로 늘어나기 때문이다. 실제로 몇몇 출판사들은 베스트셀러를 만들기 위해 도서를 사재기한다. 예를 들어, 정가 1만원의 책을 60% 가격으로 대형서점에 공급하고, 이를 다시 사들이면 한 권당 4,000원의 비용이 발생한다. 1주일에 2,000만원을 들여 대형 서점에서 5,000권을 산다고 가정해 보자. 1주일에 5,000권이면 당장 베스트셀러 목록에 오르게 되고 그 이후부터는 사재기가 아닌 진짜 독자들에 의한 판매부수가 급증한다. 사재기가 웬만한 도서 마케팅보다 효과적인 이유다.

(나) 넬슨(Philip Nelson)은 재화나 서비스의 특징에 대한 정보의 양이나 정보의 질이 생산자와 소비자 간에 다르다는 점에 착안하여, 소비자가 하나의 재화에 대하여 가지는 정보의 양이나 질을 기준으로 재화를 탐색재(search good)와 경험재(experience good)로 나눈다. 탐색재는 소비자가 그 상품을 사기 전에 그 특성을 분명히 알 수 있는 상품을 의미한다. 예를 들어 컴퓨터를 산다면 CPU와 메모리, 하드디스크 등 부품 사양을 하나하나 조사해 품질을 짐작하는 것이 가능하다. 반면, 경험재는 소비자가 구입 후 경험해봐야 그 특성을 알 수 있는 재화를 일컫는다. 예컨대, 문화콘텐츠는 전형적인 경험재에 속한다. 음악회는 연주가 끝나기 전에 그 음악회에 대한 객관적인 평가를 내리기 어렵다. 연주를 들어보지 않고는 내용과 질을 알 수 없기 때문이다. 그래서 사람들은 문화콘텐츠를 소비할 때 타인의 소비량에 큰 영향을 받는다. 그러나 그 소비량이 시장의 진짜 반응에 의한 것이 아니라 어떤 이유에서건 생산자에 의해 조작될 경우 시장의 질서는 왜곡된다.

(다) 미국의 심리학자 솔로몬 애쉬(Solomon Asch)는 사람들은 매우 분명한 사실에 있어서도 자신의 의견이 자신이 속한 집단의 의견과 다를 경우 집단의 압력에 순응하게 된다는 것을 실험 연구를 통해 보여 주었다. 애쉬는 일종의 '몰래카메라 상황' 을 만들어 한 명의 진짜 피실험자 이외에 나머지 실험 참가자(협조자)들은 잘못된 대답을 하도록 미리 설정을 했다. 실험 내용은, 실험 대상자들에게 여러 개의 선분 중에서 길이가 같은 선분을 찾도록 하는 것이었다. 선분의 길이가 명백히 차이가 나므로 쉽게 같은 길이의 선분을 찾을 수 있는 상황이었지만, 애쉬가 실시한 실험 결과에 따르면 진짜 피실험자가 대답을 하기 전에 같은 집단에 있는 다른 응답자(협조자)들이 일부러 틀리게 대답하는 경우 피실험자의 70%

이상이 집단 압력에 따라서 틀린 대답을 하는 것으로 나타났다. 즉 애쉬의 실험 결과는 집단 압력에 의해 우리의 의사결정이 크게 영향을 받는다는 것을 보여준다. 독일의 정치학자 노엘-노이만(Elisabeth Noelle-Neumann)도 비슷한 결론에 도달했다. 노엘-노이만에 따르면 우리는 사회적 존재이기 때문에 본능적으로 고립되는 것을 두려워한다고 한다. 고립에 대한 두려움은 우리가 주변 상황에 대한 관심을 기울이게 하는 원동력이라 할 수 있다. 즉 우리는 주변 사람들로부터 소외되지 않기 위해 늘 주변 사람들이 무엇에 대해 어떤 생각을 하고 있는지 관심을 기울이며, 일종의 준(準)통계적 감각(quasi-statistical sense)을 지니고 있어서 우리의 주변에서 어떤 의견이 다수의 의견이고, 어떤 의견이 소수의 의견인지 감지할 수 있다고 한다. 우리는 또한 고립되는 것을 두려워하기 때문에 자신의 생각이 다수의 의견과 일치하고 있을 때는 적극적으로 자신의 의견을 표현하지만, 자신의 생각이 소수의 의견일 경우에는 침묵을 지키게 된다는 것이다.

(라) 독일의 철학자 하이데거(Martin Heidegger)는 존재에 대한 물음을 던질 수 있는 존재자를 '인간'이라는 용어 대신 '현존재'로 명명하였다. '현존재(Dasein, 現存在)'의 '현(Da)'은 '거기에'를 뜻하고 '존재(Sein)'는 '있음'을 뜻한다. 하이데거에 있어서 '거기'는 현존재가 다양한 존재자들과 함께 어우러져 사는 공간이고, 이를 그는 '세계'라고 불렀다. 하이데거는 현존재가 세계 속에서 타인들과 다양한 방식으로 관계맺는 것을 '심려'라고 하였다. 현존재가 일상생활에서 타인들과의 거리를 좁히기 위해서 자기 자신으로 있지 못하고 스스로를 평준화시켜 버리는 것을 현존재의 '평균적 일상성'이라고 한다. 그래서 일상생활에서 거기에 있는 사람은 자기 자신이 아니라 '그들', 즉 불특정 다수가 되는 것이다. 하이데거는 일상적인 현존재의 주체는 '그들'이라고 보았으며, '그들'은 아무것도 아닌 존재가 된다고 보았다. 이 '아무도 아닌 사람' 사이에 모든 현존재가 서로 섞여 있으면서 그때마다 자기를 드러내고 숨긴다는 것이다. 하이데거는 '그들-자기'로 부르는 비본래적인 자기에서 벗어나 본래적인 존재의 의미를 찾아야 한다고 주장하였다. 여기서 비본래적이라는 것은 모자라는 존재나 낮은 차원의 존재 등급을 의미하는 것이 아니라 본래의 자기 자신을 잃어버린 상태다.

(문제1) 글(가)는 베스트셀러를 둘러싼 소비심리와 이를 이용한 '베스트셀러 만들기'에 관한 기사이다. 글(나), (다), (라)를 근거로 하여 글(가)의 현상이 발생하는 이유를 설명하고, 이러한 사회현상에 대한 자신의 견해를 밝히시오.(1,000자 내외)