

## 논 술 출 제 개 요

2015학년도 경희대학교 사회계I 수시 논술고사 문제는 <논제 I>, <논제 II>, <논제 III>의 세 부분으로 나누어 총 3문제가 출제되었다. 고등학교 학력 수준에 맞추어 평이하게 출제하였고, 통합논술의 취지를 살려 사회의 주요 문제에 대한 이해력, 논리적·분석적 추론 능력, 비판 능력, 수리 능력 등을 종합적으로 평가하는 데 초점을 두었다.

사회계I 논술고사 문제의 핵심 주제는 '이성과 감성'이다. 사람에겐 이성과 감성이 모두 존재한다. 각 제시문은 인간의 사유와 행동의 준거가 되는 이성과 감성의 중요성에 대해 논의하고 있다. 이성과 감성 간의 관계를 설명하고 있는 지문을 고교 교과서, 사회과학서적, 수필 등에서 발췌하였다.

제시문 [가]는 문화재를 감상할 때, 문화재 해설가의 설명을 듣는 것 보다 아이들이 직접 만져봄으로써 문화재에 대해서 더 잘 이해할 수 있다고 주장한다. 이 글에서 문화재 해설가의 설명은 이성적 이해를 말하는 것이고, 아이들이 돌부처의 발을 직접 만져보고 친근감을 느끼는 것은 감성적 공감을 하는 것이다. 제시문 [나]는 기업의 마케팅 전략을 보면, 기술 중심의 마케팅에서 점차 소비자의 기호에 초점을 둔 마케팅으로 이동하는 것을 알 수 있다. 인지적, 합리적 마케팅 기법보다 감성적 마케팅 기법이 더 효과가 있다고 본다. 제시문 [다]는 이성적 통찰만이 사유와 도덕적 행위의 기초가 되며, 세상은 우연을 허용치 않는 인과적 법칙에 의존해 움직인다고 주장한다. 제시문 [라]는 한국인의 밥값내기 행위는 다분히 감성과 정에서 출발한 것이지만 이를 통해서 상호 유대감도 강화할 뿐만 아니라 더치페이와 합리성 효과도 얻을 수 있다고 말한다. 제시문 [마]는 인간의 모든 의사결정 방식은 합리적 판단(제한된 합리성)에 근거하여 이루어진다. 선거에서 꾸며낸 행동이나 말실수 같은 감성적 요소보다 현안에 대한 평가와 같은 합리적 요인에 근거해서 후보를 선택하는 유권자를 늘리는 것이 제한된 합리성 모델에 근거한 정치개혁의 방법이라고 본다. 마지막으로, 제시문 [바]는 감정은 삶에 멋을 더하고 즐거움을 주지만 수시로 변하는 속성이 있어서 항상성을 유지하기 힘들고 감정이 극단으로 치달으면 통제하기도 어렵다고 지적한다. 반면, 합리성으로 대변되는 이성은 일관된 인과관계에 근거해 결과를 예측할 수 있으나 이성을 앞세울 경우 인간관계를 얼어붙게 하는 부작용도 있다고 주장한다.

<논제 I>은 제시된 지문을 이성과 감성의 중요성을 강조하는 것으로 각각 분류하고 그 핵심요지를 설명하도록 하였다. 제시문 [가], [나], [라]는 감성과 관련되며, 제시문 [다]와 [마]는 이성에 초점을 두고 있는 것으로 분류할 수 있다.

제시문 [가]는 예술 작품 감상에 있어서 해설가의 이론적 설명보다 오감(촉감)을 통한 감성적 공감이 대상을 이해하는 시발점이 됨을 보여준다. 제시문 [나]는 소비자의 기분과 정서에 영향을 끼치는 감성적 마케팅을 통해 브랜드와 고객 간의 유대 관계를 강화시킨다고 설명한다. 제시문 [라]는 한국인의 밥값내기 행위가 사람들 사이에 상호 유대감을 높일 뿐만 아니라 더치페이의 합리성도 얻을 수 있다고 말하고 있다.

반면에, 제시문 [다]는 이성적 통찰만이 사유와 도덕적 행위의 기초가 되며, 세상은 우연을 허용치 않는 인과적 법칙에 의존해 움직인다고 주장한다. 제시문 [마]도 '제한된 합리성', '합리적 판단이론' 등 이성적인 사고를 기반으로 사람들이 의사결정을 한다고 주장하고 있다

<논제 II>는 제시문 [바]를 근거로 [다], [라], [마]의 논지를 평가하라는 문제이다. 제시문 [바]는 감정은 삶에 멋을 더하고 즐거움을 주지만 수시로 변하는 속성이 있어서 항상성을 유지하기 힘들고 감정이 극단으로 치달으면 통제하기도 어렵다고 지적한다. 반면, 합리성으로 대변되는 이성은 일관된 인과관계에 근거해 결과를 예측할 수 있으나 이성을 앞세울 경우 인간관계를 얼어붙게 하는 부작용도 있다고 주장한다.

제시문 [다]는 이성적 통찰만이 사유와 도덕적 행위의 기초가 되며, 세상은 우연을 허용치 않는 인과적 법칙에 의존해 움직인다고 주장한다. 하지만 [바]의 관점에서 볼 때, 이성에 기반한 인과관계만 따지게 되면

이익을 추구하기는 좋지만, 손익 계산에만 집착한 나머지 타인에 대한 배려와 존중의 문화는 생기기 어렵다.

제시문 [라]는 한국인의 밥값내기 행위가 계산을 바탕으로 한 행위가 아닌데도 더치페이와 비슷한 효과를 가지며, 상호 유대감도 촉발한다고 주장한다. 이와 같이 감성에 근거한 행위가 기대하지 않았던 합리성을 확보하는 경우도 있지만, 그 행위 자체는 결과를 예측, 조절할 수 있는 이성적 행위라고 보기는 어렵다.

제시문 [마]는 사람들이 어떤 선택을 할 경우, 고려해야 할 모든 요소를 다 살필 수는 없지만 나름의 합리적 판단을 통해 의사결정을 한다고 주장한다. 하지만 많은 유권자들이 후보자의 겉모습이나 말실수와 같은 감성적 요소를 근거로 판단할 수도 있으므로 ‘제한된 합리성’ 모델로 유권자의 판단을 정확히 설명하기에는 한계가 있다.

<논제 III>은 휴대폰 기기 제조사의 판매수의 확대 전략에 관한 의사결정을 다루고 있으며 최선의 대안을 선택하는 수리문제를 통해 기업의 합리적 선택중의 하나로써 감성 마케팅이 채택될 수 있음을 설명하도록 하였다. 수리문제는 확률과 기대값을 활용하여 풀 수 있는 문제이다. 지문의 특성에 따른 분류 및 비판 그리고 주제어에 대한 수리적 이해를 묻는 질문을 통해 학생들의 이해력, 분석력, 그리고 논리적 추론 능력을 평가하고자 하였고, 이는 그간 경희대학교 논술고사가 일관되게 보여준 문제 유형이다.

#### <제시문 출처>

제시문 [가]: 유흥준(2011), 『나의 문화 유산 답사기』, 창비.

제시문 [나]: “Making the Emotional Connection”, *Brandweek*, 2001, 1, 29.

제시문 [다]: 박효중 외(2013), 『고등학교 윤리와 사상』, (주)교학사.

제시문 [라]: 정운현(2013), 『정이란 무엇인가』, 책보세.

제시문 [마]: 드루 웨스턴(2007), 『감성의 정치학』, 뉴스위크 한국판.

제시문 [바]: “감성과 이성의 조화”, 오마이뉴스, 2007. 7. 5.