경희대학교

2017학년도 경희대학교
모의논술고사 문제지(사회계)

지원학부(과) (　　)　　수험번호 □□□□□□　　성 명 (　　)

<유의사항>

1. 제목은 쓰지 마시고 특별한 표시를 하지 마시오.
2. 제시문 속의 문장을 그대로 쓰지 마시오.
3. 답안 작성과 정정은 반드시 본교에서 지급한 필기구를 사용하시오.
4. 본교에서 지급한 필기구를 사용하지 않았거나, 답안지에 특별한 표시를 한 경우, 지정된 분량을 준수하지 않은 경우에는 감점 또는 0점 처리합니다. (예: 감사합니다 등)
5. 답안 정정 시에는 원고지 교정법에 따라야 하고 수정액 등을 사용한 경우에는 감점 또는 0점 처리합니다.
6. 띄어쓰기를 포함하여 각 논제별로 요구한 분량 이내로 논술하시오.
7. **사회계열 문제지는 총 2장 3쪽입니다.**

※ 다음 제시문을 읽고 논제에 답하시오.

[가]

중세 영국의 장원은 법적으로 아주 복잡한 구조를 갖고 있었다. 어느 땅을 어느 가족이 경작하는가뿐만 아니라 그 땅에서 어떤 작물을 어떤 방식으로 경작하며 그것을 어떤 방식으로 분배하고 가져갈 것인가의 문제 또한 마을에 대대로 내려오는 관습에 따라 이루어졌다. 따라서 영주가 자신의 땅을 '가지고 있다'고 해도, 그 의미는 그 땅 위에 형성된 장원이라는 인간 공동체의 구성과 운영에 대해 이런저런 권리들을 가진다는 의미이지 오늘날처럼 자기 땅이니 자기 마음대로 사용하고 활용하는 것은 어림도 없는 일이었다.

하지만 16세기 영국에서 벌어진 '울타리치기(enclosures)'는 이러한 '이윤을 위한 생산'이 최초로 조직적이고 체계적으로 벌어진 계기라는 점에서 자본주의의 발생에 있어서 독특한 위치를 차지한다. 울타리가 애초에 없었던 땅은 일종의 공유지로서, 마을 사람 누구나 필요한 목적에 따라 쓸 수 있었고, 특히 가난한 농가들은 여기서 텃밭을 가꾸어 생계를 보조하는 등의 용도로 사용했다. 영국의 영주 귀족들은 이런 공유지를 밀어버리고는 울타리를 친 뒤 여기에 양을 방목하기 시작했다. 이곳에서 몇 백 년 동안 일정한 땅에서 곡물을 경작해 온 농민들은 졸지에 알거지가 되어 영국 전역을 방황하는 방랑자 무리가 되어버렸던 것이다. 이 상태를 압축적으로 표현한 것이 토머스 모어의 유명한 구절 "양이 사람을 집어삼킨다."이다. 울타리치기 운동은 개인적 소유권의 전면적 확대를 통해 기존의 공동체를 파괴하고, 자본주의적 생산관계를 확립하는 데 결정적인 영향을 주었다.

[나]

"기업은 자선 사업이 아니다." 기업이란 어디까지나 이윤 추구를 목적으로 하는 것이지 사회봉사를 위한 것이 아니다. 사실 이윤을 추구하지 않는 기업을 기업이라고 할 수 없고, 이윤 추구를 포기한 기업은 기업으로 존속할 수도 없다. 이윤 확대를 위한 투자 재원을 마련하지 못하는 기업은 자본주의 경제 체제에서 생존할 수 없고, 또 그러한 기업은 결국 사회에 아무 공헌도 못할 것이다. 기업은 바로 이윤 추구를 통해 사회에 봉사하는데, 삶에 필요한 재화와 서비스를 제공하며, 일자리를 만들어 주고 사회 전체의 부를 증대한다.

[다]

21세기, 세계는 기업에 경제적 이익 창출 이상의 또 다른 사회적 책임을 요구하고 있다. 감성 마케팅의 테두리를 넘어 사회 이익에 직접적으로 기여하며 마음으로 세상과 마주하는, 존경받을 수 있는 기업이 되기를 바라는 것이다. 때로 기업의 사회 공헌 활동은 물질만능주의와 극단의 이기주의로 치닫는 기업 간의 경쟁 구도를 상생과 공존의 구도로 변화시키는 매개체가 되기도 한다.

세계적으로 가장 성공한 사회 공헌 활동으로 꼽히는 글로벌 화장품 회사 에스티로더 그룹의 '핑크리본 캠페인'이 좋은 예다. 이 캠페인은 1992년 여성의 유방암에 대한 인식을 고취하기 위해 자사 고객들에게 핑크 리본과 유방암 자가 진단카드를 나눠주며 조기 검진의 중요성을 알리는 것으로 시작했다. 2010년 세계 70여 개국에서 1억1000만 개 이상의 핑크리본을 배포하는 것으로 확대됐고 취지에 공감한 다른 기업들의 동참이 줄을 이으며 그 효과가 극대화됐다.

에스티로더는 핑크리본 컬렉션 제품을 출시하며 수익금의 일부를 유방암 연구재단에 연구 기금으로 기부했다. 참여 기업들 역시 핑크색 관련 제품을 판매하거나 이벤트를 통해 수익금의 일부를 기금으로 조성했다. 의류업체인 앤클라인은 캠페인의 일환으로 핑크 캐시미어 스웨터를 선보여 기부 목표액인 2만5000달러를 초과 달성했고, 3M은 포스트잇의 핑크 버전으로 80%의 매출 증가를 기록했으며 델타항공은 기체를 핑크색으로 장식하고 핑크색 유니폼을 입은 승무원이 핑크 레모네이드를 서비스해 캠페인의 취지를 알린 것은 물론 브랜드 이미지 제고에도 큰 효과를 얻었다.

[라]

Greenwashing,[1] when a company tries to portray itself as more environmentally minded than it actually is, has intensified in recent decades as consumers have warmed[2] to sustainable and organic products and services. Brands, trying to capitalize[3] on that trend, often try to outdo[4] one another with eco-credentials.[5] But in the rush to be seen as green, companies often exaggerate claims, or simply make things up.

Kimberly-Clark, the maker of Huggies disposable diapers,[6] introduced a "pure and natural" line, billed as a "superpremium diaper that includes natural, organic materials and ingredients to provide gentle protection for new babies, as well as initial steps toward environmental improvements, without sacrificing performance.[7]" This year, Huggies customers filed a class action against Kimberly-Clark, claiming they had been misled. The diapers included nonorganic materials. "The diapers are neither pure nor natural because they contain unnatural and potentially harmful ingredients such as polypropylene[8] and sodium polyacrylate,[9]" the lawsuit reads. The company would not comment on ongoing litigation.

---

1) greenwashing: 환경 세탁
2) warm: 열의를 띠다, 열광하다
3) capitalize: 기회를 포착하다
4) outdo: 능가하다
5) eco-credential: 환경보증서(친환경적인 평판이나 기록)
6) disposable diapers: 일회용 기저귀
7) sacrificing performance: 성능(기능) 저하
8) polypropylene: 폴리프로필렌
9) soduim polyacrylate: 폴리아크릴산나트륨

[마]

모난 밥상을 볼 때마다 어머니의 두레판이 그립다.
고향 하늘에 떠오르는 한가위 보름달처럼
달이 뜨면 피어나는 달맞이꽃처럼
어머니의 두레판은 어머니가 피우시는 사랑의 꽃밭.
내 꽃밭에 앉는 사람 누군들 귀하지 않겠느냐,
식구들 모이는 날이면 어머니가 펼치시던 두레판.
둥글게 둥글게 제비새끼처럼 앉아
어린 시절로 돌아간 듯 밥숟가락 높이 들고
골고루 나눠주시는 고기반찬 착하게 받아먹고 싶다.
세상의 밥상은 이전투구의 아수라장
한 끼 밥을 차지하기 위해
혹은 그 밥그릇을 지키기 위해, 우리는
이미 날카로운 발톱을 가진 짐승으로 변해버렸다.
밥상에서 밀리면 벼랑으로 밀리는 정글의 법칙 속에서
나는 오랫동안 하이에나처럼 떠돌았다.
짐승처럼 섞은 고기를 먹기도 하고, 내가 살기 위해
남의 밥상을 엎어버렸을 때도 있었다.
이제는 돌아가 어머니의 둥근 두레판에 앉고 싶다.
어머니에게 두레는 모두를 귀히 여기는 사랑
귀히 여기는 것이 진정한 나눔이라 가르치는
어머니의 두레판에 지지배배 즐거운 제비새끼로 앉아
어머니의 사랑 두레먹고 싶다.

[바]

미국 시애틀에 있는 '그린브릿지(Greenbridge)'는 주택 단지를 재개발하여 다양한 계층이 섞여 살게 한 소셜 믹스(social mix) 정책의 성공 사례로 꼽힌다. 소셜 믹스는 중소형, 대형, 분양, 임대 주택을 하나의 단지 안에 골고루 섞어 지어 사회적·경제적 배경이 다른 다양한 계층이 더불어 살 수 있도록 하는 정책이다. 이러한 소셜 믹스 정책에 따라 빈곤층이 밀집한 공공 임대 주택은 '그린브릿지'라는 소득 계층 혼합형 단지로 탈바꿈하였다. 먼저 원거주민 534가구와 일대일 상담을 하였고, 각 가구가 자신의 선택에 따라 정착하거나 이주하도록 지원하였다. 이후 낡은 공공 임대 주책을 깔끔한 계층 혼합형 단지로 재개발하여 기존에 거주하던 저소득층의 생활환경을 개선하였다. 이에 따라 공공 임대 주택에서 나타나는 범죄나 일탈 문제를 해결할 가능성이 커졌다.

한국에서도 임대 주택이 90만 채를 넘어설 정도로 기반은 확충되고 있으나, 임대 주택 거주민의 마음 속 그늘은 여전하다. 지난 1980년대 후반부터 들어선 공공 임대 아파트들은 분양 아파트와 구분돼 지어지면서 '낙인효과'가 심각했다. 어디에 사는지에 따라 아이들이 따돌림을 당하는 일까지 벌어지곤 했다. 정부는 이러한 인식을 없애기 위해 노력해 왔다.

지난 2005년 도입한 '소셜 믹스' 정책은 사회의 다양한 계층을 혼합적으로 분산 배치해 차별 없는 주거환경을 만들겠다는 의도다. 임대 주택 입주 대상을 기존 저소득층, 장애인, 대학생 등에서 대폭 확대해 고정관념도 깨고 수요도 충족시켜야 한다는 것이다. 이를 통해 임대 주택에는 저소득층이 산다는 인식을 개선할 수 있을 것으로 기대된다. 커뮤니티 활성화의 필요성도 강조된다. 단지 내에서 어르신들과 말동무가 돼 주거나, 노인들이 유치원과 초등학교 등에서 교육 봉사활동을 하는 등 다양한 커뮤니티 활동을 통해 자연스럽게 서로를 이해하는 기회가 되기 때문이다.

[사]

영국 이동통신 기업 보다폰(Vodafone)은 아프리카 주민의 금융 접근성에 대한 요구를 파악하고 모바일 통신수단 기능을 활용한 모바일 뱅킹 서비스(M-PESA)를 출시해 은행계좌 없이도 모바일 통신으로 송금과 출금, 결제를 수행할 수 있는 획기적인 서비스를 출시했다. 니폰 폴리글루(Nippon Poly-Glu)는 개발도상국의 오염수를 식수로 바꾸는 수질 정화 제품을 판매하는 일본 기업으로, 현지 판매원과 관리원을 고용해 마케팅 및 판매 단계의 사업 역량을 혁신함으로써 수익성과 판매원의 경제적 자립도를 향상하고 있다.

위의 두 가지 사례를 살펴보면 공통점이 있다. 경제적 가치를 창출하기 위한 혁신을 기업 내부 관점에서 바라본 것이 아니라, 사회적 문제와 그 원인을 확인하고 이를 해결하기 위해 전략과 비즈니스 프로세스를 변화하는 외부적 관점에서 바라본 것이다.

이러한 사례는 기업이 성과를 창출하는 과정을 함께 공유하는 것이며, 기업의 핵심 역량 강화와 사회적 가치 창출을 동시에 추구하는 것을 보여준다. 자신의 이윤을 희생하며 사회적 책임을 수행하는 착한 기업보다 사회적 책임을 수행하는 동시에 수익도 창출하는 현명한 기업이 등장해야 한다. 기업과 사회의 상호 의존성을 인식해 선순환 고리를 형성함으로써 혁신과 성장을 도모할 수 있는 투자이다.

기업은 가장 잘하는 사업과 사회의 요구가 만나는 접점을 고려해 공유 가치를 창출함으로써 이해 관계자 모두에게 경제적, 사회적 가치를 제공하는 경쟁 우위를 모색할 수 있다. 위의 사례에서 볼 수 있듯이 공유 가치를 창출하려면 기업은 자신이 가장 잘하는 사업과 사회적 이슈를 연계해 기업 전략에 변화를 줄 수 있는 혁신을 이뤄야 한다.

<논제 Ⅰ>

제시문 [가]-[바]를 비슷한 주장을 담은 내용끼리 분류하고, 각 제시문을 요약하시오.

[401자 이상 ~ 500자 이하: 배점 30점]

<논제 Ⅱ>

제시문 [사]가 말하고자 하는 바를 서술하고, 이를 근거로 하여 제시문 [나], [다]를 비판하시오.

[601자 ~ 700자 이하: 배점 40점]

<논제 Ⅲ>

K 기업은 기업 이미지 개선 예산으로 총 50억 원을 책정하고, 두 가지 방안을 고려하고 있다. 첫 번째 안은 TV 광고를 제작하여 기업의 브랜드를 알리는 것이며, 두 번째 안은 빈곤을 퇴치하기 위한 저소득층 어린이 교육 프로그램을 운영하는 것이다.

TV광고와 빈곤 퇴치 프로그램이 독립적으로 시행될 때 수익을 분석한 결과, TV 광고에 투입하는 예산과 기업의 수익의 관계는 2차 함수의 형태를 보였다. 또한 TV 광고에 예산을 투입하지 않을 경우 50억 원의 수익을 얻는 것으로 나타났으며, TV 광고 투입액이 30억 원일 때 수익은 최대 1,850억 원이었다. 그리고 빈곤 퇴치 프로그램이 독립적으로 시행될 때 수익을 분석한 결과, 빈곤 퇴치 프로그램에 투입하는 예산과 수익의 관계도 2차 함수의 형태를 보였다. 빈곤 퇴치 프로그램을 운영하지 않을 때에는 수익이 발생하지 않았으며, 빈곤퇴치 프로그램 운영비가 10억 원 이하이면 수익은 오히려 적자가 발생하며, 10억 원일 때 최대로 100억 원의 적자가 발생했다.

이러한 상황에서 수익을 극대화하기 위해 50억 원의 기금을 어떻게 사용해야 하며, 그때의 수익은 얼마인가? 이 결과를 바탕으로 제시문 [나]의 내용을 평가하시오.

[주어진 답안지 양식 범위(700자) 내에서 자유롭게 쓰시오 : 배점 30점]