



경희대학교

2021학년도

모의논술고사 문제지(인문·체육계)

[온라인]

지원학부(과) ()

수험번호

성명 ()

<유의사항>

1. 제목은 쓰지 마시고 특별한 표시를 하지 마시오.
2. 제시문 속의 문장을 그대로 쓰지 마시오.
3. 답안 작성과 정정은 반드시 본고에서 지급한 필기구를 사용하시고, 다른 펜으로 답안을 작성한 경우 공란으로 처리합니다.
4. 답안지에 답안과 관련된 내용 이외에 어떤 것도 쓰지 마시오.(예: 감사합니다. 등)
5. 답안 정정 시에는 원고지 교정법에 따라야 하고 수정 도구(수정액 또는 스티커) 사용은 절대 불가합니다.
6. 답안지에 찍어쓰기를 포함하여 각 문제별로 지정된 분량을 준수하여 작성하시오.
7. 답안지는 반드시 1장만 사용하시오.

※ 다음 제시문을 읽고 논제에 답하시오.

[가]

유럽산 브랜드를 달면 우리나라에서는 일단 대접부터 달라진다. 외국 유명 브랜드는 무조건 옳고 좋은 것이고 우리 토종 브랜드는 으레 남의 것 베끼는 뒤쳐진 것이라는 오해에서 비롯된다. 캐주얼화의 대명사 랜드로바는 느티나무 로고가 팀버랜드의 로고를 모방한 것이라는 오해를 받기도 했다. 그렇지만 랜드로바는 팀버랜드와 똑같이 1976년에 태어났다. 팀버랜드와 같은 시기에 우리나라에서 랜드로바 같은 브랜드가 존재했다는 사실에 팀버랜드 임원들이 감탄했다고 한다. 현재 랜드로바는 팀버랜드의 국내 유통을 전적으로 담당하고 있다. 한방 화장품 설화수는 외국 브랜드를 밀어내고 당당히 한국을 대표하는 화장품 브랜드로 자리매김했다. 얼마 전까지만 해도 화장품은 무조건 외국 브랜드를 선호하는 현상이 국내 소비자들에게 있었던 것이 사실이다. 하지만 설화수 등 최근 우리나라 화장품 브랜드들이 서서히 외국 브랜드가 명품이고 국내 브랜드보다 월등하다는 편견을 깨고 있다. 금강제화 역시 아직까지 편견에서 자유롭지 못하다. 벌써 육십 년 가깝게 구두를 만들어와 전 국민이 금강제화 구두 한 켤레씩은 다 갖고 있다시피 할 정도인데도, 외국 구두 브랜드보다 못한 것으로 치부되는 경우가 있다. 심지어 금강제화가 디자인과 상표를 도용하고 있다는 오해를 하기도 한다. 물론 유럽산 유명 브랜드를 좋아할 수는 있다. 하지만 오래된 토종 브랜드를 근거 없이 폄하하는 태도는 문화 사대주의와 다름없다.

[나]

아랍인에게 먹는 것은 그 무엇보다 중요하다. 이들에게 먹는다는 것은 생존 이상의 의미가 담겨 있다. 누구와, 어떻게, 어떤 음식을 왜 먹는지와 관련된 문제는 음식을 먹는 사람의 됨됨이와 교양을 보여준다. 이를 단적으로 요약하는 단어가 바로 ‘아다브(adab)’다. 원래 아다브의 의미는 ‘문학’이다. 그러나 아다브의 어근을 찾아보면 여기에는 ‘예의 바른’, ‘교양 있는’, 또는 ‘정제된 입맛’이라는 의미가 담겨 있으며 ‘향연’이라는 의미도 있다. 이는 곧 아랍인에게 음식을 먹는 행위는 교양, 학식, 더 나아가 취향과 입맛 등을 복합적으로 보여주는 것임을 의미한다. 그래서 아랍인은 음식 앞에서 상대가 어떻게 행동하는지를 잘 살피면서 그들을 평가한다.

이와 같이 중요한 식사와 관련해서 우리나라 사람과 아랍인 사이에 식사와 관련된 문화적 차이를 가장 크게 느끼는 부분은 식사 중 대화를 나누는 것이다. 우리나라에서는 음식을 앞에 두고 이야기를 많이 나누는 것을 복이 나가는 행위로 간주하고 이를 꺼려 왔다. 그래서 어려서 밥상 앞에서 이야기를 많이 하면 부모에게 꾸중을 들어야 했다. 음식 앞에서 과묵을 요구하는 우리의 문화와는 달리 아랍인은 음식을 매개로 사람들과 이야기를 나누는 것을 중요한 에티켓으로 여긴다. 아랍인은 음식 앞에서 침묵을 지키는 것을 자신들이 별로 좋아하지 않는 페르시아인의 관습으로 간주한다. 즉, 아랍인에게 음식은 안과 밖, 나와 타인을 연결하는 중요한 사교의 장이다.

글로벌 시대, 우리는 세계인과 자유롭게 왕래하며 폭넓은 교류를 해 나갈 것이다. 아랍인들과의 소통 창구도 다양하게 확대될 것이다. 이때 식탁 예절과 같은 사소한 일상 문화에서조차 다양한 차이를 느낄 가능성이 있다. 호혜적인 소통을 원한다면 상대 문화의 고유한 가치와 특성을 포용하는 자세가 중요하다. 자문화 중심의 시각은 그 안에 우열의 논리를 내재하고 있을 가능성이 크며, 상대를 이해하는 데 방해가 될 수도 있다. 우리의 문화도 그들의 입장에서 보면, 특수한 사회적·자연적 환경, 역사성, 관념 체계에서 비롯된 것일 수 있다.

<뒷면에 계속>

[다]



‘천하도’는 중국과 일본 등에서는 찾아볼 수 없는 한국 고유의 지도로서, 중화사상(中華思想)에 입각하여 만든 지도이다. 지리 지식이 부족하였던 조선의 학자들이 조선 중기부터 조선에 들어오기 시작한 서양식 세계 지도에 대응하여 만든 것으로 보인다. 그러면서도 서양식 세계 지도의 형태인 원형 지도 형태를 빌려 왔다.

지도를 살펴보면 지도의 중심에 대륙이 위치하고 있으며, 이 대륙의 중심에 중국이 있고, 그 주위에 조선을 비롯한 주변국의 이름이 적혀 있다. 즉 세상의 중심을 중국으로 설정한 것이다. 그리고 이 대륙을 내해(內海)가 감싸고 있는데, 내해는 다시 환대륙(環大陸)에 둘러싸여 있으며, 또 환대륙 주위를 외해(外海)가 둘러싸고 있다. 내해부터 그 밖의 지역에는 지도에 따라 수십 개가 넘는 나라 이름이 쓰여 있으나 거의가 군자국(君子國)이나 삼수국(三首國)과 같은 가상의 나라들로서 이들 나라의 이름은 유교 및 도교적 용어에서 나온 것들이다. 이를 통하여 ‘천하도’가 중화사상과 유교 사상, 그리고 도교 사상 및 한정적인 지리 지식이 혼합되어 나온 결과임을 알 수 있다.

[라]

부유층 아들딸들이 유치원서부터
 영어회화 교육에다
 외국인학교 나가고
 중학생인 네가 잠꼬대로까지
 영어회화 중얼거리고
 거리 간판이나 상표까지
 꼬부랑글씨 천지인데
 텔레비나 라디오에서도
 영어회화쯤 매끈하게 굴릴 수 있어야
 세련되고 교양 있는 현대인이라는데
 무식한 공순이 누나는
 미국전자회사 세컨라인 리더 누나는
 자꾸만 자꾸만 노조에서 배운
 우리나라 역사가 생각난다.
 말도, 글도, 성도, 혼도 빼앗아가고
 논도, 발도, 식량도, 생산물까지도
 마침내 노동자의 생명까지도
 차근차근 침략하던 일제하
 조선어 말살
 생각이 난다.

<뒷면에 계속>

[마]

신라, 백제에서는 많은 불상이 제작되었으나, 양식상, 형식상의 출발점이 된 것은 중국 불상이었다. 이 경우 작은 불상들은 여행자들에 의해 운반될 수도 있었으나, 큰 불상이나 마애불 같은 것은 직접 가서 보는 수밖에 없었다. 그 때문에 많은 화공들, 조각승들이 유학승들을 따라 중국으로 건너갔을 것이며, 거기서 그들은 불상 의뢰에 의한 도상뿐 아니라, 조각법 자체도 공부하고 돌아왔을 것이다.

그렇다고 해서 그들이 마침내 중국의 불공(佛工)이 되고 만 것은 아니다. 충남 서산의 마애 삼존불상이나 경북 군위의 삼존석불에서 보는 것처럼, 비록 옷이나 자세는 중국을 따르고 있지만 가장 중요한 얼굴에 있어서만은 어디까지나 백제의 얼굴이요, 신라의 얼굴인 것이다. 백제불의 얼굴에는 나 자신이 ‘백제의 미소’라고 명명했던, 백제에서만 볼 수 있는 화창하고 인간적인 웃음이 있고, 군위불의 얼굴에는 ‘보이소’ 하는 경상도의 고집이 뚜렷하다. 이것들은 모두 중국불에서처럼 인격을 초월하여 불격을 과시하려는 상상 세계의 얼굴이 아니라, 살고 있는 백제인, 신라인의 인간으로서의 얼굴들이다.

[바]

봉준호 감독은 “한국 영화의 영향력에 비해 왜 아카데미상은 받지 못했는가?”라는 미국인의 질문에 “그 점에 대해 중요하게 생각하지 않는다.”고 답한 바 있다. “아카데미상은 국제 영화제가 아닌 지역 영화제일 뿐이다.”라며 미국 위주의 시선과 평가를 일반화하는 것에 대해 우려를 나타내어 미국 중심의 평가와 사대주의를 혐오하는 모든 이들의 찬사를 받았다.

그럼에도 불구하고 국내는 여전히 사대주의의 틀 안에 그대로 멈춰 있다. 봉준호 감독이 아카데미상을 수상하자 그의 모교는 곧바로 곳곳에 현수막을 걸어 놓았고 국내 언론 역시 아카데미상 수상을 통해 글로벌 수준으로 우리나라 영화의 위상이 올라갔으며 모든 기준을 여전히 미국의 시선과 평가 기준에서 바라보고 있다. 봉준호 감독과 같이 세계적 수준이 되기 위해서 한국 고유의 경쟁력을 찾아야 하고 사대주의에서 벗어나야 한다는 기사나 평론은 그 어디에도 없다.

미국의 빌보드 차트 진입과 할리우드 영화계에 도전하기 위해 그간 국내 문화 콘텐츠 업계는 늘 미국 중심의 시각을 바탕으로 시행착오만 거듭해 왔다. 빌보드에 진출하기 위해 항상 아이돌 그룹 중 한 명을 외국인 멤버로 선정하고 영어 노래를 불렀음에도 빌보드에 성공적으로 안착한 가수는 한 명도 없었다. 이와 마찬가지로 할리우드에 걸맞은 대규모 자본과 화려한 액션, 글로벌 합작 영화가 미국 영화계 주류의 평가나 흥행에 성공한 경우 역시 단 한 번도 없었다.

봉준호 감독의 아카데미상 수상과 BTS의 빌보드 1위는 이런 면에서 공통된 교훈을 우리에게 주고 있다. 먼저 <기생충>의 수상은 자존심 강한 미국 영화인들이 낯선 언어(한국어)와 한국적 소재, 생경한 에피소드를 편견 없이 받아들인 결과다. BTS의 인기 역시 ‘한국적 개성’이라고 할 만한 음악적 요소와 퍼포먼스가 보편적 공감과 지지를 받았다는 증거다. 이질적인 배경에서 탄생한 낯선 나라의 콘텐츠를 문화 상대주의적 시각에서 동등하게 포용하려는 미국인의 태도, 세계인의 마음이 봉준호와 BTS의 오늘을 만든 것이다. 봉준호 감독은 “1인치의 자막이 주는 장벽은 이미 많이 허물어졌다.”고 얘기했다. 그는 이미 문화 사대주의의 시선으로 모든 기준을 세우지 말고 한국적인 경쟁력으로도 세계의 벽을 넘어설 수 있다는 교훈을 우리에게 던져 주었다.

【문제 1】

제시문 [가]와 [나]의 내용을 요약하고, 논지의 차이를 서술하시오. [601자 이상~ 700자 이하: 배점 40점]

【문제 2】

제시문 [바]의 관점을 바탕으로, 제시문 [다], [라], [마]에 나타난 상황을 평가하시오.

[1001자 이상 ~ 1100자 이하: 배점 60점]