

山东大学

二〇一六年招收攻读硕士学位研究生入学考试试题

科目代码 216 科目名称 翻译硕士朝鲜语

(请将所有试题答案写在答题纸上, 写在试题上无效)

1. 다음 () 에 알맞은 것을 고르십시오. (1×10=10 점)

1) 가: 집집마다 저녁 연기가 () 피어오르는 것이 마치 한 폭의 그림 같아요.

나: 그렇네요. 정말 오랜만에 이런 장면을 보네요.

- A. 무럭무럭 B. 모락모락 C. 뭉게뭉게 D. 꾸역꾸역

2) 가: 야당의 수뇌부가 곧 교체될 거라고 조간신문에 () 되었다군요.

나: 모두가 시의적절한 결단이라고 생각하고 있어요.

- A. 대서특필 B. 침소봉대 C. 횡설수설 D. 식자우환

3) 가: 영민 씨가 요즘 () 화를 내는데 왜 그러지요?

나: 글썩요. 혹시 우리들한테 무슨 오해가 있는 게 아닐까요?

- A. 걸핏하면 B. 자칫하면 C. 하마터면 D. 얼씬하면

4) 한국을 근역이라고 얼켜어 왔고 근래에는 무궁화 삼천리 금수강산이라고 일컬는다.

무궁화는 이처럼 역사적으로 () 가 깊은 꽃이다.

- A. 근거 B. 족보 C. 유서 D. 전례

5) 달려오는 오토바이를 () 못해서 크게 다쳤다.

- A. 지나지 B. 가누지 C. 던지지 D. 피하지

6) 그 단체는 수년간 이웃을 돕는 일에 () 공로로 이번에 상을 받게 되었다.

- A. 드러난 B. 타고난 C. 앞장선 D. 잇따른

7) 가: 미국에서 복제 양이 태어났다는 소식 들었지? 다 똑같다고 하던데.

나: (). 그럼, 이제 똑같은 인간을 만들어 낼 날도 멀지 않았다는 거잖아?

- A. 그렇고 말고 B. 가만 있어봐 C. 하긴 그래 D. 두말 할 것 없지

8) 가: 나의 한국 친구가 결혼하는데 나더러 함을 지고 가라고 해서 얼굴에 오징어 쓰고 신부

덱까지 함을 지고 갔다.

나: 아니, 외국인이 ()가 되었었던 말이지?

- A. 함진이 B. 함진아비 C. 함꾼 D. 함진장이

9) 한 번도 고향을 떠나 본 적이 없는 나에게 이번 여행은 일종의 ()과도 같은 일이다.

- A. 경험 B. 탐험 C. 위험 D. 모험

10) 일반적으로 푸른색 야채는 끓는 물에 넣고 너무 폭 () 안 되고 살짝만 데쳐서 조리해야

영양소가 파괴되지 않는다.

- A. 찌면 B. 구우면 C. 삶으면 D. 튀기면

2. 다음 밑줄 친 부분과 의미가 가장 비슷한 것을 고르십시오.

(4×1=4 점)

1) 정 의원의 시장 선거 출마 선언이 끝나자마자 기자들의 날카로운 질문이 쏟아졌다.

- A. 예리한 B. 신속한 C. 선명한 D. 적절한

2) 그런 부탁을 하시면 제 입장이 곤란해집니다. 다른 방법을 찾아 보십시오.

- A. 무거워집니다 B. 혼란해집니다 C. 황당해집니다 D. 난처해집니다

3) 은퇴 후 자녀에게 의지하지 않기 위해 재취업을 준비하는 노년층이 늘고 있다.

- A. 이르지 B. 뒤지지 C. 끌리지 D. 기대지

4) 대리님, 제가 작성한 기획안입니다. 확인해 보시고 수정할 사항이 있으면 말씀해 주십시오.

- A. 검사해 B. 검진해 C. 검토해 D. 검증해

3. 다음 밑줄 친 부분의 뜻이 나머지 셋과 다른 것을 고르십시오.

(3×2=6 점)

- 1) A. 등산은 비용이 거의 들지 않는 경제적인 운동이다.
 B. 마음에 드는 게 있었지만 너무 비싸서 살 수 없었다.
 C. 어머니는 누나의 편지를 손에 들고 한참 동안 서 계셨다.
 D. 이 작품을 완성하는 데는 많은 시간과 노력이 들 것이다.
- 2) A. 우리 누나는 말이에요, 게임에 중독된 것 같아요.
 B. 벌써요? 이렇게 일찍 떠나자는 말이에요?
 C. 어제 친구를 만났는데 말이에요, 결혼을 한대요.
 D. 이번 학기는 말이에요, 열심히 공부할 거예요.
- 3) A. 아침에 뭘 잘못 먹었는지 속이 메스껍고 막 울렁거려요.
 B. 아이가 어디가 아픈지 지금껏 올고 보채더니 이제 막 잠들었어요.
 C. 가게에서 음료수를 하나 사고 막 나가려는데 점원이 나를 불러 세웠다.
 D. 친구들은 대학교를 졸업하고 모두 회사원이 되었지만 나는 이제 막 대학교에 입학했다.

4. 다음 밑줄 친 부분이 틀린 것을 고르십시오. (3×2=6 점)

- 1) A. 너무 창피해서 얼굴을 들고 다닐 수가 없다.
 B. 미영이는 언제나 밝은 표정으로 사람들을 대한다.
 C. 아버지께서는 재미없다는 듯한 표정을 지어 보이셨다.
 D. 얼굴이 좋은 사람들은 대체로 성격이 좋다고 생각한다..
- 2) A. 밴댕이 소갈딱지처럼 속이 넓은 그자들과는 다시는 거래를 안하겠다.
 B. 입구에 들어서면 제일 먼저 곧고 높은 탑이 눈에 보인다.
 C. 두 사람은 그림자처럼 항상 붙어 다닌다.
 D. 그때 친구들과 바닷가로 여행 갔던 일이 아직도 눈에 선하다.
- 3) A. 병이 악화되어 이제는 수술을 해 봤자 소용이 없다고 한다.
 B. 우리는 감상하는 마음의 귀를 키우지 않으면 안 될 것이다.
 C. 그 사람과 이야기해 간신히 오해를 풀 수 없었다.
 D. 떠날 때가 되면 떠날테니 마음 쓰지 마세요.

5. 다음의 글을 읽고 밑줄을 친 속담의 뜻을 풀이하십시오. (2×2=4 점)

- 1) 어머니는 내가 갓난아이 때부터 말 못할 고집쟁이였다고 내가 고집을 부릴 때 마다 "쫓쫓, 세 살 적 버릇이여든까지 간다더니" 하며 심히 못마땅해했다
 뜻 풀이:
- 2) 남측 협상파에게 남북 협상이 유일한 활로였던 것과 달리 북측에게는 배부른 흥정이었다.
 북조선에 안정된 체제를 구축해 놓았으니 남북 협상이 어떤 성과를 거두건 자기네 갈 길을 가면 된다는 입장이었다.

뜻 풀이:

6. 읽기 문제(총 4 문제, 40 점)

문제[1]다음의 문장을 읽고 질문에 대답하십시오.(8점)

지금부터 약 80여 년 전 미국의 한 심리학 교수가 소년소녀 1,500명을 선발해 이 아이들의 가정환경과 성격, 학업 성취도, 교우관계를 조사함으로써 성인이 되었을 때의 잠재력을 알아내고자 했다. 이후 그 교수가 사망한 다음에도 후배 연구자들이 이 참가자들을 사망 시까지 따라다니며 성격과 지능, 습관, 생활 패턴, 가정 환경, 사회 활동, 은퇴 후 삶의 만족도, 인간관계, 사망 원인 등을 총체적으로 조사한 결과에서 수명에 관한 내용만을 모아 책으로 엮었다.

책을 읽다보면 몇 가지 흥미로운 점이 보인다. 우선 흔히 알려진 통념과 달리 스트레스가 반드시 부정적인 것이 아니라는 것이다. (㉠), 스트레스를 더 많이 받는 최고 경영자가 아랫사람보다 더 오래 살았다. 최고 경영자들뿐 아니라 사회적으로 성공한 사람들이 그렇지 못한 경우보다 평균 5년을 더 살았다. 이들이 오래 산 것은 좋은 환경 때문이 아니라 '성실성' 때문인 것으로 분석되었다. 또한 인간관계가 좋은 사람들도 그렇지 않은 사람들보다 오래 사는 것으로 나타났다. 결론적으로 이 연구는 성격이나 태도, 인간관계와 사회적 환경이 합쳐져서 수명을 결정한다는 것을 보여 준다.

장수와 (㉡)에 대한 관심이 그 어느 때보다 높은 요즘, 이와 같은 실증적 자료를 근거로 얻어진 분석 결과는 의미심장하다. (㉢)이란 좋은 음식을 먹고 운동을 하는 등 단편적인 행위로 얻을 수 있는 것이 아니라 성실하고 진지한 삶의 태도에서 더 큰 영향을 받는다는 사실이다.

질문:

1) 밑줄 친 ㉠에 가장 알맞은 말은 무엇입니까?(2점)

답안[]

- ①한편 ②따라서 ③예컨대 ④다시 말해

2) 위 글의 내용과 같은 것은 무엇입니까?(3점)

답안[]

- ①연구는 한 사람에 의해서 수행된 것이 아니다.
- ②스트레스는 장수에 부정적인 것으로 나타났다.
- ③출생부터 사망까지 전 생애를 관찰한 연구이다.
- ④사회적 성공이 수명에 결정적인 영향을 끼친다.

3) 밑줄 친 ㉡와 ㉢에 다 들어갈 수 있는 말은 무엇입니까?(3점)

답안[]

- ①생활 패턴 ②성격과 지능 ③건강 ④성실성

문제[2]다음의 글을 읽고 질문에 답하십시오.(8점)

2006년 10대 히트 상품

1위: 판교 아파트 6위: 웰빙 차음료

2위: 슬림 휴대폰 7위: 이승엽

3위: 저도수 소주 8위: 비보이(B-boy)

4위: 영화 '왕의 남자', '괴물' 9위: 스키니(skinny) 패션

5위: 고구려 사극(주몽, 연개소문, 대조영) 10위: 평면 TV (LCD, PDP)

'유행'이 현재 진행형이라면 '트렌드'는 시간을 앞서가는 미래형 명사다. '트렌드'를 알면 어느 정도 미래에 대한 예측이 가능하다. 현대에 와서 소비자의 욕구도 복잡하고 다양해지고 있다. 따라서 소비자가 원하는 것을 제품의 기능이나 디자인, 마케팅에 적용하는 것이 점점 중요해졌다. 하루가 다르게 변화하는 소비자의 트렌드를 읽는 것이 비즈니스의 시작이라고 할 수 있겠다.

2006년 한국의 10대 히트상품을 살펴보면 한국의 소비 트렌드를 읽을 수 있다. 스키니 패션이나 슬림폰이 유행하는 것을 보면 소비자들이 단순하고 절제된 디자인을 선호하고 있다는 것을 알 수 있다. 평면 TV의 유행도 마찬가지이다.

'저도수 소주'나 몸에 좋은 여러 가지 '차음료'가 인기를 끌고 있는 것은 아직도 웰빙 트렌드가 지속되고 있음을 보여준다.

'판교 아파트'에 대한 관심은 여전히 한국인들이 선호하는 주거 공간이 아파트라는 것을 알려 준다. 생활의 편리성과 쉽게 사고 팔 수 있는 경제성 때문에 아파트가 여전히 인기를 끌고 있다.

일본에서 활약하고 있는 야구선수 '이승엽'과 영화 '왕의 남자' 나 고구려 사극의 인기는 민족적 자부심을 느끼게 하는 문화 아이템이 공감을 받고 있다는 것을 보여준다. 현재 많은 금융기관이나 증권사에서 한국의 이미지를 강조하는 마케팅을 펼치고 있는데 그러한 광고 문구나 홍보 문구나 고객이나 소비자의 애국심을 이용하고 있다고 볼 수 있다.

질문:

1) 2006년 한국의 소비 트렌드와 맞는 것을 모두 고르십시오. (2점)

답안[]

- ① 화려하고 눈에 띄는 디자인을 선호한다.
- ② 웰빙 트렌드가 지속되고 있다.
- ③ 민족적 자부심을 느끼게 하는 드라마나 영화가 인기를 끌고 있다.
- ④ 아파트보다 주택을 선호한다.

2) 소비자의 트렌드를 읽는 것이 왜 중요합니까? 아닌 것을 고르십시오. (3점)

답안[]

- ① 소비자가 원하는 것을 알 수 있다.
- ② 제품의 기능이나 디자인, 마케팅에 적용할 수 있다.
- ③ 미래 시장에 대한 예측이 가능하다.
- ④ 애국심을 높일 수 있다.

3) '유행'과 '트렌드'의 차이점은 무엇입니까?(3점)

문제[3]다음의 문장을 읽고 질문에 대답하십시오.(8점)

한국 사람들은 '나'라고 해야 할 때에 '우리'라는 말을 많이 쓴다. 외동아이인데도 자기 아버지를 '나의 아빠'가 아니라 '우리 아빠'라고 하고, 남편이 아내를 가리킬 때에 '우리 아내'라고 한다. 더 나아가 자기 나라를 '한국'이라 하지 않고 '우리나라'라고 하는 경우가 대부분이다. 왜 그럴까?

'우리'라는 말은 1인칭 복수를 나타낸다. 그러나 다른 복수 대명사와는 차원이 다르다. '너희'는 여러 명의 '너'를 모두 가리킬 때에 쓰는 말이고, '그들'은 여러 명의 '그'를 포괄하는 복수인데 비하여 '우리'는 여러 명의 '나'를 가리키는 말이 아니다. 이것은 '나'와 '너', 경우에 따라서는 나머지 모두를 포함할 수 있는 말이다.

'우리'라는 말의 사용은 단순한 호칭의 문제가 아니라 의식의 문제이다. 정치·경제·환경 등의 수많은 불리한 조건에도 불구하고 한국 사회가 긴 역사를 이어 올 수 있었던 것은 역시 '우리' 의식의 힘 때문이었다고 할 수 있다.

한국인들은 '우리'라는 말을 통해서 집단의 결속력을 다지고, 공동 운명체 의식을 갖게 된다고 한다. 이 말이 가족, 고향 사람, 학교 동창 등과 같이 감정적 친밀감으로 형성된 집단에서 주로 쓰인다는 사실이 이를 잘 보여 준다고 하겠다. '나의 아내'라고 하지 않고 '우리 아내'라고 하는 것은 '아내'를 '나'와 일대일의 관계로 보지 않고 가족 공동체의 한 구성원으로 보기 때문이다.

물론, 한국 사람들이 갖는 '우리' 의식에 문제가 없는 것은 아니다. '우리'라는 말에는 자기 자신을 객관화시키려는 토대가 들어 있지 않은 듯하다. '나'와, '나'가 아닌 것까지 '우리'라는 말로 모두 묶일 때, 여기에는 대상을 객관적으로 바라보는 제3자의 시각이 들어가기 어렵다. 따라서 공(公)과 사(私)를 명확히 분별하는 의식이 상대적으로 약화된다. 대개 '우리'로 묶일 수 있는 집단의 구성원에 대해서는 한없이 이해하고 용서하면서도 다른 사람에게는 그러한 이해와 관용을 베풀지 않는 경우가 있다. 이러한 태도는 '우리'를 '남들'로부터 분리하는 배타적 습성을 낳게 될 수 있다. 공적인 영역에도 '우리'가 끼어들기 때문에 공정성과 객관성을 확보하기 어렵게 된다.

그럼에도 불구하고 사회가 거대해질수록 '우리' 의식을 갖는 것이 필요하다. '우리'는 '나'와 '너' 사이의 벽을 허문다. 각각의 개체를 '우리'라는 하나의 울타리 안으로 묶기 때문에 관용과 이해를 바탕으로 단결을 이룰 수 있다. 이는 개인주의로 빠지지 않게 해 준다. 힘이 약한 양들이 사나운 맹수로부터 살아남을 수 있는 것은 그들이 집단을 이루어 뭉쳐 있기 때문일 것이다. '우리' 의식은 한국인을 하나로 묶는 단결된 '끈'이자 통일된 '힘'이다.

질문:

1)이 글이 내용과 다른 것을 고르십시오. (2점)

답안[]

- ① '우리'는 1인칭 대명사의 복수형이다.
- ② '우리'는 감정적으로 가까운 사람들 사이에서 더 잘 쓰인다.
- ③ 사적인 영역에서는 '우리'라는 말을 되도록 쓰지 말아야 한다.

④ '우리' 의식은 개인주의를 극복하는 데 도움이 된다.

2) '나'와 '너'를 포괄하는 '우리'의 의미가 아닌 것을 고르십시오. (3점)

답안[]

- ① 정은아, 우리는 도서관에 가는데 너는 어디에 가니?
- ② 우리 모두가 노력하지 않으면 원래 계획한 바를 이룰 수 없다.
- ③ 빌리 씨, 우리가 힘을 합치면 이번 시합에서 저 팀을 이길 수 있어요.
- ④ 우리가 도와줍시다. 그러지 않으면 그 사람들은 곧 위험에 빠지게 됩니다.

3. 한국 사람들이 '나의 아내'라는 말보다 '우리 아내'라는 말을 더 자주 쓰는 이유는 무엇입니까? (3점)

문제[4]다음의 문장을 읽고 질문에 답하십시오.(16점)

대형 할인점에서 상품을 진열하는 방식에는 일정한 법칙이 숨어 있다. 상품을 더 많이 팔기 위해 상품 진열 방식에 따른 판매량의 변화를 분석하고 그 결과를 반영한 것이다.

먼저, 신상품은 구매자의 눈에 잘 띄는 쪽에 진열하는데 이것은 일종의 '눈높이 전략'이다. 구매자의 눈높이에 맞추는 진열 방식 때문에 남성용과 여성용 물품의 선반 높이가 다르다. 이에 비해 인기 없는 상품의 위치는 부류 높이에 진열된다. 이 높이는 눈에도 잘 안 띄고, 물건을 잡으려면 허리를 숙여야 하기 때문에 손이 잘 안 간다. 여기에 있는 상품은 값도 싸고 매장의 이익도 적은 편이다. 단, 장난감은 어린이 눈높이에 맞게 진열된다.

화장지 같은 생활필수품이나 식품 코너, 인기 상품은 주로 매장 깊은 곳에 자리하고 있다. 이는 고객이 사고자 하는 구매 용품에 도달하기까지 매장에 머무르는 시간을 길게 하기 위한 전략이다. 할인점을 찾는 주부들은 대부분 식품을 반드시 구입하게 되는데 매장 전체를 둘러보도록 하기 위해 이런 배치를 하는 것이다. 한쪽 구석에는 빵, 다른 구석에는 고기를 배치하는 것도 가장 많이 팔리는 물품의 거리를 멀리 두는 전략이다. 필요한 물품을 사기 위해 가능한 한 많이 이동하게 하여 판매량을 늘리려는 것이다.

이와 반대로 충동구매를 유도하기 위한 물품은 소비자가 할인점에 들어가는 순간부터 마주치게 배치한다. 액세서리나 팬시상품 같은 것은 앞쪽에 진열하여 계획하지 않았던 구매를 하게 만드는 것이다. 또 할인점을 찾은 소비자들 중 열의 아홉은 오른쪽 방향으로 돌면서 쇼핑을 하므로 매장의 오른쪽에는 CD, DVD 등 생활에 덜 필요한 상품을 배치한다.

야채 코너에서 야채와 과일을 포장도 안 한 채 수북이 쌓아 놓는 것도 의도된 판매전략이다. 과일이나 야채, 생선은 냄새를 맡거나 직접 만져 보게 하는 전통적인 방법이 판매량을 더 높인다고 한다. 묶어서 파는 것도 하나의 전략이다. 배 한 개에 1,000원일 때 여섯 개를 묶어 5,000원에 팔면 대부분 묶음을 산다.

정육 코너에 유리판을 설치하고 판매원들이 흰색 옷을 입는 것은 신선도와 위생에 대해 신뢰를 높이기 위한 것이다. 저녁 시간에는 고기를 밖에 내놓고 굽는다. 손님들의 감각을 자극해 충동구매를 일으키는 방법이라고 할 수 있다.

할인점들은 계산대에서까지 소비자를 향한 유혹의 손길을 그치지 않는다. 계산을 기다리며 줄을

서 있는 시간까지 판매를 늘리기 위해 활용한다. 계산대 앞에 크게 할인 표시를 걸어 두면 '아차' 하며 또 사는 경우가 많다고 한다.

매장 여기저기에 '할인' 표시를 걸어 놓고 시식 기회를 주는 것도 소비자의 발걸음을 늦추기 위한 작전이다. 물건을 사면 다른 상품을 덤으로 주는 '미끼 상품'을 진열대마다 눈에 띄게 배치하는 것도 마찬가지이다. 걸음 속도를 늦추어 가까이 있는 다른 상품을 구입하도록 유도하는 것이다.

할인점에서 상품을 진열하는 첫 번째 기준은 고객이 편리하게 쇼핑하도록 하는 것이다. 그러나 한편으로는 소비자가 쇼핑을 즐기면서 본래 구매 계획보다 더 많은 것들을 사도록 하기 위해 상품을 진열하는 여러 전략이 동원된다. 그러나 할인점에 가는 소비자들이 충동구매를 피하기 어려운 것은 당연한 일이다.

질문:

- 1)할인점의 상품 진열 방침전략에 대해 개괄해 보십시오.(3점)
- 2)이 글에서 말하는 '눈높이 전략'이란 무엇이며 그 의도는 무엇입니까?(4점)
- 3)점에서 야채와 과일을 수북이 쌓아 놓는 이유는 무엇입니까?(3점)
- 4)생활필수품이나 식품 코너, 인기 상품 같은 것들을 매장 깊은 곳에 진열하는 목적은 무엇인지 말해 보십시오. (3점)
- 5)아래 문장에서 본문의 내용과 같지 않은 것을 선택하십시오. (3점)

답안[]

- ①냄새를 맡거나 만져볼 수 있게 하는 것도 중요하겠지만 눈높이에 맞추어 진열하는 것도 중요하다.
- ②눈높이를 맞추는 것도 중요하지만 덤으로 주는 '미끼 상품'을 많이 진열하는 것이다.
- ③상품을 무릎높이에 맞추어 진열하는 것은 어린이들이 쉽게 만지지 못하게 하기 위한 것이다.
- ④뭉어서 파는 것은 소비자들이 적당한 양으로 싸게 사서 편리하게 갖고 다니게 하려는 데 목적이 있다.

7. 작문(30점)

'요즘 대학생들이 고민하고 있는 문제들'을 구체적인 사례를 중심으로 서술하고, 이를 해결하기 위한 방안을 제시하십시오. (600자 좌우)

