

국어
수능특강

적용학습 사회 3. 상표의 탄생 <EBS변형문제>

이 콘텐츠는 「콘텐츠산업 진흥법」에 따라 최초 제작일부터 5년간 보호됩니다.
본 콘텐츠의 무단 배포 시, 콘텐츠산업 진흥법에 의거하여 책임을 질 수 있습니다.

*지문분석

<세익스피어의 희곡 「로미오와 줄리엣」에서 사랑에 빠진 줄리엣은, 로미오가 자기 가문과 원수 관계인 몬테규 가문 사람인 것을 알고 심란해서 혼자 이렇게 중얼거린다. “이름에 뭐가 있담? 장미꽃은 다른 이름으로 불러도 똑같이 향기로운 게 아닌가? 로미오도 이름과 관계없이 본래의 미덕은 그대로일 텐데.”>[< > : 유명한 문학 작품을 인용하여 글을 시작 : 독자의 흥미를 유발함 / 내용 전개 방식 : 인용] 사랑에 빠진 이들은 줄리엣처럼 **이름보다 본질이 더 중요하다**[과거의 생각]고 수백 년 동안 생각해 왔다. 그러나 변호사들의 생각은 다르다.[대조 : 이름이 본질보다 중요하다] 이들은 **이름을 보호받아야 할 법적 재산으로 여긴다**. 실제로 몇몇 경우에 이름이 가리키는 대상보다 이름 자체가 더 중요해지기도 했다. 이는 **기업과 상표의 등장이라는 중요한 변화 때문으로**,[인과: 기업과 상표의 등장(원인) → 제품의 본질보다 이름(상표)이 더 중요해짐-핵심 화제] 어떤 학자는 **상표와 기업의 등장이 긴밀히 연결되어 있다**는 주장을 펴기도 했다.

→ 독해 포인트: 유명 문학작품 인용 : 과거 : 이름(상표)보다 본질 중요

But! 오늘날 : 본질보다 이름(상표)이 중요! → 상표 : 법적 재산 / 기업과 상표의 등장: 앞으로 서술할 핵심 화제 제시

▶ 1문단: 기업과 상표의 등장으로 인한 이름의 중요성 증대

옛날에는[산업화 이전 : 과거 - 이 글의 서술방식 : 시간의 흐름에 따른 대상의 변화 과정-차이점 주목할 것!] **상표(brand)라는 개념이 없었다**. 맛이나 향기처럼 ①한 물건을 다른 물건과 구별하는 특징은 그 물건에 내재해 있다고 믿었다. 포장을 해서 파는 제품과 ②**광고를 하는 제품은 별로 없었다**. 제품의 명성은 입소문이나 시장을 개척하는 상인들을 통해 퍼졌을 뿐이다. ③**구매자를 위한 법적 보호 장치도 없었고** 제품의 품질을 따져 볼 책임은 제품을 사는 사람에게 있었다. 그래서 ④**제품의 품질을 보증해 주는 것은 판매자 개인에 대한 평판**이나 **구매자의 안목**뿐이었다.[제품 품질 보증: 판매자의 평판, 구매자의 안목] ⑤**판매량은 많지 않았고** [소량 생산] ⑥**판매자와 구매자의 관계는 인격적**이었다. [인격적 거래 관계- 판매자가 곧 생산자였으므로]

→ 독해 포인트: 산업화 이전의 상품과 거래의 특징 ①~⑥ / 상표가 없었음.

★품질 보증 요소 : 판매자의 평판, 구매자의 안목 / 소량 생산(판매자=생산자) → 인격적 거래 관계

▶ 2문단: 산업화 이전에 제품의 품질을 보증해 주던 요소와 인격적이었던 판매자와 구매자의 관계

이런 상황은 **산업화의 진전**[변화 원인]으로 ①**같은 제품을 대량 생산할 수 있는 기업들이 19세기에 등장하면서** 변하기 시작했다. 규모가 커진 기업들이 **대량 소비 시장**을 겨냥해 제품을 만들고 ②**광고**를 ③**구축**하였다. ③**제품을 실제로 만드는 사람은 노동자들이었지만 이름을 내건 것은 기업들이었다**. [★변화 - 과거: 생산자=판매자 → 현재: 생산자(노동자)≠판매자(기업)] ④**운송의 효율이 개선**돼 먼 곳까지 제품을 가져다 팔아도 수지가 맞게 되면서, ⑤**구매자들이 전보다 훨씬 넓은 지역에 퍼져 있는 시대가 되었다**. 같은 기업이 여러 지역에 공장을 세우면서 ⑥**한 제품이 특정 지역과 연결되는 일도 없어졌다**. 생산자와 소비자 사이의 인격적 거래 관계는 없어졌고, **소비자는 생산자가 아니라 기업의 이름을 보고 제품을 선택**하는 시대가 되었다. [★비인격적 거래] 대량 소비 시장은 각 거래에서 발생하는 이윤이 전보다 적어졌기 때문에 ⑦**기업들은 반복 구매에 승부를 걸게 되었다**. 구입한 제품에 한 번 만족한 소비자들은 계속 같은 제품을 구입할 것이기 때문이다. [인과]

→ 독해 포인트: 산업화 이후의 상품과 거래의 특징 ①~⑦

산업화 진전 → 대량 생산 (생산자: 노동자 / 판매자 : 기업)→ 운송 효율 개선, 넓은 지역까지 대량 판매, 한 제품이 특정 지역과 연결되는 게 아니게 됨 → 반복 구매를 위해 광고망 구축

★품질 보증 요소 : 기업의 이름(상표)를 보고 구매하게 됨.→ 비인격적 거래

▶ 3문단: 대량 생산, 대량 소비에 따른 제품의 품질 보증 요소와 판매자, 구매자 관계의 변화

한편 **19세기 들어 포장된 제품과 통조림이 많이 보급**되면서 구매자들은 내용물을 직접 확인하지 못한 채 제품을 사게 되었다. 따라서 제품을 살 때 포장에 적힌 제품의 정보를, 특히 **상표나 기업의 이름을 믿을 수밖에 없었다**. 따

라서 구매자들이 제품의 품질을 믿게 하기 위해 기업은 불순물을 섞어 파는 사람들이나 위조범들로부터 상표나 기업의 이름을 보호해야 했다. 결국 **비인격적 거래 관계**는 구매자들로 하여금 기업을 금방 생각나게 해 주는 상표를 믿도록 만들었다. 즉 **기업의 등장으로 실제 생산자의 이름은 아무런 의미가 없어져 드러내지 않았으며, 상표나 기업의 이름이 무엇보다 중요해진 것이다.**

→ 독해 포인트: 포장된 제품과 통조림 보급 → 구매자는 내용물을 직접 확인할 수 없음 → 기업과 상표를 믿고 구매 → 상표의 영향력이 커짐

★품질 보증 요소 : 상표(기업)

▶ 4문단: 포장과 통조림의 보급에 따른 제품의 품질 보증 요소와 판매자, 구매자 관계의 변화

통상(나라들 사이에 서로 물품을 사고 팔)의 규모가 전 지구적으로 커지자 한 제품이 많이 알려질수록 그에 따르는 잠재 이익도 엄청나게 커졌다. 이제 기업들은 제품 수요를 자극해야 했다. 여기에는 많은 광고비가 들었다. 광고의 내용은 제품의 사용법이나 성분을 알리는 것에서 **다른 제품과의 차별성**을 드러내는 것으로 바뀌어 갔다. **상표에 대한 구매자들의 충성도가 높아지면 제품 가격에 프리미엄도 붙었다. 상표의 가치는 기업의 가장 중요한 자산이 되곤 했다.** 상표 덕분에 기업들은 총판권을 가질 수 있었고, 거대 복합 기업들에 여러 분야의 사업이 집중되었다. **전문성을 전혀 갖고 있지 않은 기업도 유명 상표를 사들이기만 하면 쉽게 한 분야에 진입할 수 있게 되기도 했다**[상표의 영향력 증대].

→ 독해 포인트: 전 지구적으로 커진 통상 규모 → 잠재 이익을 얻기 위해 제품 수요를 자극하기 위해 많은 광고를 함 → 광고 내용에서 다른 제품과의 차별성을 드러내는 것 강조 → 상표에 대한 구매자 충성도 ↑, 프리미엄도 붙음 → 상표의 영향력이 증대됨

▶ 5문단: 통상 규모의 확대에 따른 상표 가치의 증대

[결론]상표가 유용한 것은 구매자들이 그 상표를 ①**오래된 친구처럼 익숙하게 느끼고**, ②**상품에 대한 믿음을 갖도록 만들기 때문이다.** [상표의 기능 - ①, ② : 비유] 그러나 오래된 친구와 달리[대조] **상표는 자본의 요구를 따르는 비인격적 자산일 뿐이다.** 장미에 다른 이름을 붙여도 그 향기는 감미로울 것이다. 하지만 상표를 다른 이름으로 부르면 전에는 생각하지 못했던 다른 이미지가 떠오를 것이고, 그러면 기업의 자산으로서 쓸모가 없어질 것이다. **이름이 도대체 무엇이냐고? 이름은 손도, 발도, 얼굴도 아니다. 그러나 기업에 이윤을 가져다주는 것이라는 점은 분명하다.**[상표 : 제품의 본질이 아닌 기업에 이윤을 가져다주는 것/문답법(자문자답)]

→ 독해 포인트: 상표의 장점 : ① 구매자에게 친근감을 줌 ② 제품에 대한 믿음을 줌

But! 상표는 기업에 이윤을 가져 주는 비인격적 자산임!

▶ 6문단: 기업에 이윤을 가져다주는 이름으로서의 상표

주제 : 대량 생산, 대량 소비 사회가 됨에 따라 탄생한 상표

***지문확인**

1문단

기업과 상표의 등장으로 인한 이름의 중요성 증대

- 과거 : 이름(상표)보다 본질이 중요하다고 생각함
- But! 오늘날 : 기업과 상표의 등장 → 이름(상표) 자체가 더 중요해짐
- : 앞으로 서술할 핵심 화제 제시

- 내용전개방식 : 인용, 인과, 대조(과거와 현재의 이름과 본질의 중요성 차이)

2문단

산업화 이전에 제품의 품질을 보증해 주던 요소와 인격적이었던 판매자와 구매자의 관계

- 산업화 이전의 상품과 거래의 특징 : 상표가 없었음.
- ① 한 물건을 다른 물건과 구별하는 특징은 그 물건에 내재해 있다고 여김
- ② 광고 거의 없었음.
- ③ 구매자를 위한 법적 보호 장치도 없었음
- ④ ★품질 보증 요소 : 판매자의 평판, 구매자의 안목
- ⑤ 소량 생산
- ⑥ ★판매자와 구매자와의 관계 : 판매자=생산자 → 인격적 거래 관계

- 내용전개방식 : 과정, 인과

3문단

대량 생산, 대량 소비에 따른 제품의 품질 보증 요소와 판매자, 구매자 관계의 변화

- 산업화 이후의 상품과 거래의 특징 :
- ① 대량 생산 / 대량 소비
- ② 생산자와 판매자의 분리 - 생산자: 노동자 / 판매자 : 기업
- ③ 운송 효율 개선 → 넓은 지역까지 대량 판매
- ④ 한 제품이 특정 지역과 연결되는 게 아니게 됨
- ⑤ 반복 구매를 위해 광고망 구축
- ⑥ ★ 품질 보증 요소 : 기업의 이름(상표)를 보고 구매하게 됨.
- ⑦ ★판매자와 구매자와의 관계 : → 비인격적 거래

- 내용전개방식 : 과정, 인과, 대조(산업화 이전과 이후)

4문단

포장과 통조림의 보급에 따른 제품의 품질 보증 요소와 판매자, 구매자 관계의 변화

- 포장된 제품과 통조림 보급 → 구매자는 내용물을 직접 확인할 수 없음 → 기업과 상표를 믿고 구매 → 상표의 영향력이 커짐
- ★품질 보증 요소 : 상표(기업)

- 내용전개방식 : 과정, 인과

5문단

통상 규모의 확대에 따른 상표 가치의 증대

- 전 지구적으로 커진 통상 규모 → 잠재 이익을 얻기 위해 제품 수요를 자극하기 위해 많은 광고를 함
→ 광고 내용에서 다른 제품과의 차별성을 드러내는 것 강조
→ 상표에 대한 구매자 충성도 ↑, 프리미엄도 붙음 → 상표의 영향력이 증대됨
 - 전문성을 전혀 갖지 않은 기업도 유명 상표를 사들이기만 하면 쉽게 한 분야에 진입할 수 있음
- 내용전개방식 : 과정, 인과

6문단

기업에 이윤을 가져다주는 이름으로서의 상표

- 상표의 장점 : ① 구매자에게 익숙함(친근감)을 줌 ② 제품에 대한 믿음을 갖게 만들
But! 상표는 기업에 이윤을 가져 주는 비인격적 자산임
- 내용전개방식 : 비유(직유), 문답(자문자답)

***지문확인 문제**

1. 이 글이 시작할 때 유명 문학작품을 인용하여 얻는 효과는 무엇인가?

2. 옛날에는 사람들이 ()보다 ()이 더 중요하다고 생각해 왔다.

3. 오늘날 이름이 가리키는 대상보다 이름 자체가 더 중요해진 이유는 무엇이 등장했기 때문인가?

4. 산업화 이전에 제품의 품질을 보증해주는 것을 두 가지 적으라.

5. 산업화 이전에는 판매량이 (많았/적었)고, 광고하는 제품이 (거의 없었/대부분이었)으며, 생산자와 판매자가 (같았/달랐)다.

6. 산업화의 진전으로 ()이 가능해지고 소비시장이 확대됨에 따라 생산자와 소비자 사이의 () 거래 관계가 없어졌으며, 포장된 제품과 통조림이 보급되면서 소비자들은 ()을/를 확인할 수 없게 되었고 ()을 볼 수 없게 되었다.

7. 산업화의 전전으로 규모가 커진 기업들이 소비자들이 대량 소비를 하게 하기 위해 내세운 방법은 무엇인가?

8. 기업들이 반복 구매에 승부를 걸게 된 이유는 무엇인가?

9. 비인격적 거래 관계는 결국 구매자들로 하여금 기업을 금방 생각나게 하는 ()를 믿도록 만들었다.

10. 통상의 규모가 커지면서 기업들은 ()을/를 자극하기 위해 많은 광고비를 들여 광고를 했다.

11. 광고의 내용은 제품의 ()이나 ()을 알리는 것에서 다른 제품과의 ()을 드러내는 것으로 바뀌어 갔고, 상표에 대한 구매자들의 ()가 높아지면 제품 가격에 ()도 붙었다.

12. 상표 덕분에 기업들은 무엇을 가질 수 있게 되었는가?

13. 전문성을 전혀 갖고 있지 않은 기업도 ()를 사들이기만 하면 쉽게 한 분야에 진입할 수 있게 되었다.

14. 상표의 기능(유용성)을 두 가지 적으라.

15. 상표는 과거의 이름보다 본질이 중요하다는 생각과 달리 이름 자체가 () 가져다주게 되었다.

***지문확인 문제 [서술형 대비]**

16. 산업화 이전의 상품과 거래의 특징을 다섯 가지 이상 적으시오.

17. 산업화 이후의 상품과 거래의 특징을 여섯 가지 이상 적으시오.

18. 통조림과 같이 구매자들이 내용물을 직접 확인할 수 없는 경우 구매자들은 무엇을 보고 제품을 사게 되는가?

***연계 변형 문제**

다음 글을 읽고, 물음에 답하시오.

셰익스피어의 희곡 「로미오와 줄리엣」에서 사랑에 빠진 줄리엣은, 로미오가 자기 가문과 ㉠원수 관계인 몬테규 가문 사람인 것을 알고 심란해서 혼자 이렇게 중얼거린다. ㉡“이름에 뭐가 있담? 장미꽃은 다른 이름으로 불러도 똑같이 향기로운 게 아닌가? 로미오도 이름과 관계없이 본래의 미덕은 그대로일 텐데.” 사랑에 빠진 이들은 줄리엣처럼 이름보다 본질이 더 중요하다고 수백 년 동안 생각해 왔다. 그러나 변호사들의 생각은 다르다. 이들은 이름을 보호받아야 할 법적 재산으로 여긴다. 실제로 몇몇 경우에 이름이 가리키는 대상보다 이름 자체가 더 중요해지기도 했다. 이는 기업과 상표의 등장이라는 중요한 변화 때문으로, 어떤 학자는 상표와 기업의 등장이 긴밀히 연결되어 있다는 주장을 펴기도 했다.

옛날에는 상표(brand)라는 개념이 없었다. 맛이나 향기처럼 한 물건을 다른 물건과 구별하는 특징은 그 물건에 ㉢내재해 있다고 믿었다. 포장을 해서 파는 제품과 광고를 하는 제품은 별로 없었다. 제품의 명성은 입소문이나 시장을 ㉣개척하는 상인들을 통해 퍼졌을 뿐이다. 구매자를 위한 법적 보호 장치도 없었고 제품의 품질을 따져 볼 책임은 제품을 사는 사람에게 있었다. 그래서 제품의 품질을 ㉤보증해 주는 것은 판매자 개인에 대한 ㉥평판이나 구매자의 안목뿐이었다. 판매량은 많지 않았고 판매자와 구매자의 관계는 인격적이었다.

이런 상황은 산업화의 진전으로 같은 제품을 대량 생산할 수 있는 기업들이 19세기에 등장하면서 변하기 시작했다. 규모가 커진 기업들이 대량 소비 시장을 겨냥해 제품을 만들고 광고망을 ㉦구축하였다. 제품을 실제로 만드는 사람은 노동자들이었지만 이름을 내건 것은 기업들이었다. 운송의 ㉧효율이 개선돼 먼 곳까지 제품을 가져다 팔아도 수지가 맞게 되면서, 구매자들이 전보다 훨씬 넓은 지역에 퍼져 있는 시대가 되었다. 같은 기업이 여러 지역에 공장을 세우면서 한 제품이 특정 지역과 연결되는 일도 없어졌다. 생산자와 소비자 사이의 ㉨인격적 거래 관계는 없어졌고, 소비자는 생산자가 아니라 기업의 이름을 보고 제품을 선택하는 시대가 되었다. 대량 소비 시장은 각 거래에서 발생하는 이윤이 전보다 적어졌기 때문에 기업들은 반복 구매에 승부를 걸게 되었다. 구입한 제품에 한 번 만족한 소비자들은 계속 같은 제품을 구입할 것이기 때문이다.

한편 19세기 들어 포장된 제품과 통조림이 많이 ㉩보급되면서 구매자들은 내용물을 직접 확인하지 못한 채 제품을 사게 되었다. 따라서 제품을 살 때 포장에 적힌 제품의 정보를, 특히 상표나 기업의 이름을 믿을 수밖에 없었다. 따라서 구매자들이 제품의 품질을 믿게 하

기 위해 기업은 불순물을 섞어 파는 사람들이나 ㉪위조범들로부터 상표나 기업의 이름을 보호해야 했다. 결국 ㉫비인격적 거래 관계는 구매자들로 하여금 기업을 금방 생각나게 해 주는 상표를 믿도록 만들었다. 즉 기업의 등장으로 실제 생산자의 이름은 아무런 의미가 없어져 드러내지 않았으며, 상표나 기업의 이름이 무엇보다 중요해진 것이다.

㉬통상의 규모가 전 지구적으로 커지자 한 제품이 많이 알려질수록 그에 따르는 잠재 이익도 엄청나게 커졌다. 이제 기업들은 제품 수요를 자극해야 했다. 여기에는 많은 광고비가 들었다. 광고의 내용은 제품의 사용법이나 성분을 알리는 것에서 다른 제품과의 차별성을 드러내는 것으로 바뀌어 갔다. 상표에 대한 구매자들의 충성도가 높아지면 제품 가격에 프리미엄도 붙었다. 상표의 가치는 기업의 가장 중요한 자산이 되곤 했다. 상표 덕분에 기업들은 총판권을 가질 수 있었고, 거대 복합 기업들에 여러 분야의 사업이 집중되었다. 전문성을 전혀 갖고 있지 않은 기업도 유명 상표를 사들이기만 하면 쉽게 한 분야에 진입할 수 있게 되기도 했다.

상표가 유용한 것은 구매자들이 그 상표를 오래된 친구처럼 익숙하게 느끼고, 상품에 대한 믿음을 갖도록 만들기 때문이다. 그러나 오래된 친구와 달리 상표는 자본의 요구를 따르는 비인격적 자산일 뿐이다. 장미에 다른 이름을 붙여도 그 향기는 감미로울 것이다. 하지만 상표를 다른 이름으로 부르면 전에는 생각하지 못했던 다른 이미지가 떠오를 것이고, 그러면 기업의 자산으로서 쓸모가 없어질 것이다. 이름이 도대체 무엇이냐고? 이름은 손도, 발도, 얼굴도 아니다. 그러나 기업에 이윤을 가져다주는 것이라는 점은 분명하다.

[교재 변형 문제]

1. 윗글에 대한 설명으로 적절하지 않은 것은?
 - ① 상표가 탄생하고 변화하는 흐름을 특정 역사적 사건을 기준으로 하여 설명하고 있다.
 - ② 원인과 결과를 반복적으로 제시하여 상표의 중요성이 증대되는 과정을 설명하고 있다.
 - ③ 유명 문학작품의 구절을 글의 첫머리에 인용하여 글을 시작함으로써 핵심 화제를 제시하고 독자의 흥미를 유발하고 있다.
 - ④ 직유법과 문답법을 사용하여 상표의 유용함과 상표가 기업에 주는 이윤을 부각하고 있다.
 - ⑤ 시간의 흐름에 따라 변화하는 대상의 특징을 비판적 관점에서 바라본 후, 이를 해결하기 위한 대책 마련을 촉구하며 글을 마무리 짓고 있다.

2. 윗글의 내용과 일치하지 않는 것은?

- ① 산업화의 진전으로 똑같은 제품을 대량 생산할 수 있는 기업들이 생김에 따라 소비자들은 생산자의 이름이 아닌 기업의 이름을 보고 제품을 선택하게 되었다.
- ② 통상 규모가 전 지구적으로 확대되면서 기업들은 잠재 이익을 실제 이익으로 실현시키기 위해 수요를 자극하기 위한 광고를 했다.
- ③ 19세기 들어 포장과 통조림이 많이 보급되면서 구매자들이 내용물을 확인할 수 없게 되어 제품을 사려면 판매자의 평판을 믿을 수밖에 없게 되었다.
- ④ 해당 분야에 전문성을 전혀 갖고 있지 않던 기업도 유명 상표를 사들이기만 하면 쉽게 한 분야에 진입할 수 있게 되었다.
- ⑤ 옛날에는 한 물건을 다른 물건과 구별하는 특징이 물건에 내재되어 있었으나 산업화 이후에는 상표가 그 역할을 대신하게 되었다.

3. 이 글을 읽고, <보기>의 ‘노인’을 이해하였을 때 적절하지 않은 것은?

<보기>

그는 잠자코 열심히 깎고 있었다. 처음에는 빨리 깎는 것 같더니, 저물도록 이리 돌려 보고 저리 돌려 보고 굵뜨기 시작하더니, 이내 마냥 느장이다. 내가 보기에는 그만하면 다 됐는데, 자꾸만 더 깎고 있다. 인제 다 됐으니 그냥 달라고 해도 못 들은 체한다. 차 시간이 바쁘니 빨리 달라고 해도 통 못 들은 체 대꾸가 없다. 점점 차 시간이 빠듯해 왔다. 갑갑하고 지루하고, 인제는 초조할 지경이다.

더 깎지 아니해도 좋으니 그만 달라고 했더니, 화를 버럭 내며,
 “끓을 만큼 끓어야 밥이 되지, 생쌀이 재촉한다고 밥이 되나?”

하면서 오히려 야단이다. 나도 기가 막혀서,
 “살 사람이 좋다는데 무얼 더 깎는단 말ियो? 노인장, 외고집이시구료. 차 시간이 없다니까…….”

노인은
 “다른 데 가 사우. 난 안 팔겠소.”

하는 통명스러운 대답이다.

지금까지 기다리고 있다가 그냥 갈 수도 없고 차 시간은 어차피 늦은 것 같고 해서, 될 대로 되라고 체념할 수밖에 없었다.

“그럼, 마음대로 깎아 보시오.”

“글쎄, 재촉을 하면 점점 거칠고 늦어진다니까. 물건이란 제대로 만들어야지, 깎다가 놓으면 되나?”

-윤오영, 「방망이 깎던 노인」

- ① ‘노인’이 상품에서 가장 중요하고 생각하는 것은 그 제품의 품질일 것이다.
- ② ‘노인’은 장인 정신을 가지고 제품을 생산하는 사람으로 ‘실제 생산자’에 해당하는 인물이다.
- ③ ‘노인’의 입장에서는 제품의 품질에 대한 믿음은 생산자에 대한 신뢰나 신용과 연결된다.
- ④ ‘노인’은 고객에게 신뢰를 주기 위해 상표를 가장 중요한 자산으로 여기는 사고방식은 적절하다고 여길 것이다.
- ⑤ ‘노인’의 입장에서 제품의 본질인 품질을 보증할 수 없고, 생산자에 대한 신뢰나 신용을 대신할 수도 없는 상표는 단지 이름에 불과할 뿐이다.

4. 윗글을 읽고 보인 반응으로 적절한 것은?

- ① 상표에 대한 구매자들의 충성도가 높아져도 제품 가격에 프리미엄을 붙이면 판매가 급격히 떨어지겠군.
- ② 기업들이 상표의 가치를 높이기 위해 구체적인 상품이 아니라 상표 자체를 중심으로 하는 광고를 만들기도 하겠군.
- ③ 유명한 상표가 없는 기업들이라도 제품의 질이 좋다면 상품을 판매하는 데에 처음에도 어려움이 없겠군.
- ④ 기업들이 왜 제품의 품질을 최우선으로 유지하기 위해 신경 쓰는지 알겠군.
- ⑤ 명품이라 불리는 상표의 상품은 구매하기 전 구매자에게 호감을 주긴 어렵겠군.

5. ㉠, ㉡에 대한 이해로 적절하지 않은 것은?

- ① ㉠은 생산자와 소비자 사이의 거래가 인격적이고, ㉡는 그렇지 않다.
- ② ㉠은 파는 사람에 대한 신뢰가 있고, ㉡는 상표에 대한 신뢰가 있다.
- ③ ㉠은 실제로 상품을 생산한 사람에 대한 정보가 드러나는 반면에, ㉡는 그 정보가 드러나지 않는다.
- ④ ㉠과 달리 ㉡는 상품을 사는 사람과 실제로 생산하는 사람 사이의 믿음이 전제가 된다.
- ⑤ ㉠은 이익이 모두 실제로 생산하는 사람에게 돌아갈 것이나, ㉡는 실제 생산자와 기업에 나누어 돌아갈 것이다.

6. ㉠~㉣의 사전적 뜻정리로 적절하지 않은 것은?
- ① ㉠: 어떤 사물이나 범위 안에 있지 않고 밖에 있음. 또는 그런 존재.
 - ② ㉡: 세상 사람들의 비평.
 - ③ ㉢: 체제, 체계 따위의 기초를 닦아 세움.
 - ④ ㉣: 들인 노력과 얻은 결과의 비율.
 - ⑤ ㉤: 나라들 사이에 서로 물품을 사고판. 또는 그런 관계

[본문 확인 문제]

7. 윗글의 서술방식으로 적절한 것은?
- ① 중심 화제의 형성과 변화를 공식적 방법에 따라 설명하고 있다.
 - ② 중심 화제의 역할과 그것이 어떻게 탄생하게 되었는가를 시간의 흐름에 따라 설명하고 있다.
 - ③ 중심 화제를 학자별 견해의 차이를 중심으로 서술하고 있다.
 - ④ 중심 화제를 바라보는 긍정적 관점과 부정적 관점을 제시한 후 절충안을 마련하고 있다.
 - ⑤ 중심 화제를 그 구성요소로 나누어 자세히 살펴보고 그것을 현대사회에 적용하는 방법을 소개하고 있다.

8. 윗글의 서술상의 특징으로 적절하지 않은 것은?
- ① 비슷한 성질이나 모양을 가진 두 사물을 ‘같이’, ‘처럼’, ‘듯이’와 같은 연결어로 결합하여 직접 비유하는 방법이 사용되었다.
 - ② 어떤 화제에 대해 스스로 묻고 스스로 대답하는 방법이 사용되었다.
 - ③ 원인과 결과를 반복적으로 제시하여 서술하였다.
 - ④ 남의 말이나 글을 자신의 말이나 글 속에 끌어 쓰는 방법이 사용되었다.
 - ⑤ 어떤 말이나 사물의 뜻을 명백히 밝혀 규정하는 방법이 사용되었다.

9. 윗글에서 확인할 수 있는 내용으로 옳은 것은?
- ① 대량 생산이 가능하기 이전에는 판매자의 개인적 평판이나 구매자의 안목에 따라 품질을 가늠하고 구매를 하였다.
 - ② 산업화의 진전으로 대량 생산이 가능해지고 소비 시장이 확대됨에 따라 생산자와 소비자 사이의 인격적 거래 관계가 없어졌다.
 - ③ 포장된 제품과 통조림이 보급되면서 소비자들은 생산자를 확인할 수 없게 되었고 내용물을 볼 수 없게 되었다.
 - ④ 소비자들은 기업이 내세운 상표가 아닌 실제 생산자를 믿고 제품을 구매하게 되었다.
 - ⑤ 과거와 달리 이름 자체가 기업에 이윤을 가져다주게 되었다.

10. 다음 중 ‘인격적 거래 관계’와 ‘비인격적 거래 관계’에 대한 설명으로 적절하지 않은 것은?
- ① 인격적 거래 관계는 산업화 이전의 방법이다.
 - ② 인격적 거래 관계에서는 생산자와 판매자가 일치하였다.
 - ③ 인격적 거래 관계에서는 광고가 판매를 위한 필수 수단이었다.
 - ④ 비인격적 거래 관계는 대량 판매, 대량 소비를 보인다.
 - ⑤ 비인격적 거래 관계는 소비자가 기업의 이름이나 상표를 보고 구매를 하게 된다.

11. 윗글의 표제와 부제로 가장 적절한 것은?
- ① 이름보다 중요한 상품의 품질
- 광고의 효과를 기준으로
 - ② 과거와 달리 상표에 따라 달라지는 판매
- 통상 규모의 확대를 중심 원인으로
 - ③ 대량 생산, 대량 소비 사회가 됨에 따라 탄생한 상표
- 산업화 이전과 이후의 변화를 바탕으로
 - ④ 기업에 이윤을 주는 광고의 힘
- 상표권의 법적 효력을 바탕으로
 - ⑤ 산업화로 인한 사회의 변화 과정
- 상품 판매의 방향성의 차이를 기준으로

12. ㉠~㉥의 사전적 의미로 적절하지 않은 것은?
- ① ㉠ : 원한이 맺힐 정도로 자기에게 해를 끼친 사람이나 집단
 - ② ㉡ : 육지에 면한 바다나 호수의 일부를 독으로 막고, 그 안의 물을 빼내어 육지로 만드는 일.
 - ③ ㉢ : 어떤 사물이나 사람에 대하여 책임지고 틀림이 없음을 증명함.
 - ④ ㉣ : 물자나 자금 따위를 계속해서 대어 줌.
 - ⑤ ㉤ : 어떤 물건을 속일 목적으로 꾸며 진짜처럼 만듦.

13. 각 문단의 중심 내용으로 적절하지 않은 것은?
- ① 1문단 : 기업과 상표의 등장으로 인한 이름의 중요성 증대
 - ② 2문단 : 산업화 이전에 제품의 품질을 보증해 주던 요소와 인격적이었던 판매자와 구매자의 관계
 - ③ 3·4문단 : 대량 생산, 대량 소비·포장과 통조림의 보급에 따른 제품의 품질 보증 요소와 판매자, 구매자 관계의 변화
 - ④ 5문단 : 통상 규모의 확대에 따른 상표 가치의 축소
 - ⑤ 7문단 : 기업에 이윤을 가져다주는 이름으로서의 상표

14. 6문단의 내용으로 적절하지 않은 것은?
- ① 상표는 사람들에게 익숙함과 신뢰를 준다.
 - ② 상표는 자본의 요구를 따르는 비인격적 자산이다.
 - ③ 상표를 다른 이름으로 부르면 전에는 생각하지 못했던 다른 이미지가 떠오를 것이고, 그러면 기업의 자산은 더욱 풍요로워질 것이다.
 - ④ 상품의 본질을 중요하게 여긴다면 상표는 다른 이름을 붙여도 그 본질적 가치는 그대로일 것이다.
 - ⑤ 상표는 기업에 이윤을 가져다주는 것이다.

15. 윗글과 <보기>에서 공통적으로 확인할 수 있는 생각은?

<보기>

일찍이 로마 황제 마르쿠스 아우렐리우스가 마르코만인(人)들과 싸우게 되었을 때, 그는 일군대를 적지에 파견함에 제(際)하여 그의 병사들에게 말하되,
"나는 너희에게 내 사자(獅子)를 동반시키노라!"
고 하였다. 이에 그들은 수중지대왕(獸中之大王)이 반드시 적지 않은 조력을 할 것임을 확신하였다. 그러나 많은 사자가 적군을 향하여 돌진하였을 때 마르코만 인들은 물었다.
"저것이 무슨 짐승인가?"
하고. 대장이 그 질문에 대하여 말하기를,
"그것은 개다, 로마의 개다!"라고 하였다. 여기서 ㉢마르코만 인들은 미친개를 두드려 잡듯이 사자를 쳐서 드디어 싸움에 이겼다.
마르코만 인들의 장군은 확실히 현명하였다. 그가 사자를 개라 하고 속였기 때문에 그의 졸병들은 외축(畏縮)됨이 없이 용감히 싸울 수 있었던 것이다. 그는 사람이 얼마나 많이 그 실체를 알기 전에 그 이름에 의하여 지배되고 있는가를 이해하고 있었던 것이다.

<중략>

가령 사람이 병상에 엎드려 알 수 없는 열 속에 신음할 때 그의 최대의 불안은 그 병이 과연 무슨 병이냐 하는 것에 있다. 의사의 진단에 의하여 그 병명이 지적될 때에 그 병의 반은 치료된 병이라 할 수 있다.
우리는 파리라는 도시를 잘 알 수 없는 것이지만, 파리라는 이름을 기억함으로 인하여 파리를 대강은 짐작할 수 있다. 생각하는 것이요, 사옹(沙翁)이라는 인물을 그 내용에 있어서 전연히 이해치 못하는 것이지만, 우리는 이 불후의 기호를 통하여 어느 정도까지 그 사람과 그 사람의 예술을 알고 있다고 오신(誤信)하는 것이다.
나는 얼마나 많이 이름을 알고 있는가! 그러나 그 이름을 내가 잊을 때, 나는 무엇에 의하여 이 많은 것을 기억해야 될까? 모든 것은 그 자신의 이름을 가지지 않으면 아니 된다. 우리에게 있어서 그 이름을 안다는 것은 그것의 태반을 이해한다는 것을 의미하기 때문이다. 참으로 이름이란 지극히도 신성한 기호다.

- 김진섭, 명명철학

- ① 이름(상표)보다 중요한 것은 본질이다.
- ② 이름(상표)을 알기 전에는 본질을 파악할 수가 없다.
- ③ 이름(상표)과 존재는 필연성을 지닌다.
- ④ 사람들은 그 이름(상표)에 의하여 대상에 대한 인식(이미지)을 갖게 된다.

⑤ 이름을 통해 그 존재의 본질을 파악하기 위해 노력해야 한다.

16. 다음 <보기>의 빈 칸에 들어갈 내용으로 적절한 것은?

<보기>

산업화 이전에는 판매자의 (A)이나 구매자의 안목에 따라 품질을 가늠하고 구매를 했었다. 그러나 산업화의 진전으로 (B)이 가능해지고 소비시장이 확대됨에 따라 생산자와 소비자 사이의 인격적 거래 관계가 없어졌으며, 포장된 제품과 통조림이 보급되면서 소비자들은 생산자를 확인할 수 없게 되었고 내용물을 볼 수 없게 되었다. 이런 상황에서 소비자들은 실제 생산자가 아니라 기업이 내세운 상표를 믿고 제품을 구매하게 되었다. 이에 따라 글의 처음에 제시된 ‘이름보다 본질이 더 중요한 것’이라는 줄리엣의 생각과 달리, 이름 자체가 (C)가 쳐다주게 되었다.

- | A | B | C |
|-----------|-------|---------|
| ① 개인적 평판 | 대량 생산 | 개인에 이윤을 |
| ② 개인적 평판 | 소량 생산 | 기업에 이윤을 |
| ③ 상품(브랜드) | 소량 생산 | 개인에 이윤을 |
| ④ 개인적 평판 | 대량 생산 | 기업에 이윤을 |
| ⑤ 상품(브랜드) | 대량 생산 | 기업에 이윤을 |

17. 이 글의 주제로 가장 적절한 것은?

- ① 이름과 본질의 선후 관계
- ② 산업화로 인한 본질 상실의 문제점과 이에 대한 해결 방안
- ③ 상표의 법적 기능과 현대 사회의 상표권
- ④ 상표의 탄생과 현대 사회에서의 상표의 종류
- ⑤ 대량 생산, 대량 소비 사회가 됨에 따라 탄생한 상표

18. 윗글의 ㉠과 <보기> 시의 화자가 대화를 나누다고 할 때 적절하지 않은 것은?

<보기>

내가 그의 이름을 불러 주기 전에는
그는 다만
하나의 몸짓에 지나지 않았다.

내가 그의 이름을 불러 주었을 때
그는 나에게로 와서
꽃이 되었다.

내가 그의 이름을 불러 준 것처럼
나의 이 빛깔과 향기에 알맞은
누가 나의 이름을 불러 다오.
그에게로 가서 나도
그의 꽃이 되고 싶다.

우리들은 모두
무엇이 되고 싶다.
나는 너에게 너는 나에게
잊혀지지 않는 하나의 눈짓이 되고 싶다.

- ① ㉠ : 저는 이름이 중요하지 않다고 생각해요.
- ② <보기> : 저는 이름을 부를 때 대상에 의미를 부여할 수 있다고 생각합니다.
- ③ ㉠ : 글썄요, 장미를 다른 이름으로 부른다고 해도 장미는 똑같이 향기로울 텐데 이름이 뭐가 중요하겠어요?
- ④ <보기> : 누군가가 그 장미를 ‘장미’라고 부를 때에 그 사람에게 ‘장미’가 인식되는 것이지요.
- ⑤ ㉠ : 그런가요? 그럼 나 역시 ‘장미’는 ‘장미’라고 부를 때만 그 본질이 살아난다고 생각해야겠네요.

정답 및 해설

*지문확인 문제

1. <답> 독자의 흥미를 유발하고 핵심 화제를 제시한다.
2. <답> 이름, 본질
3. <답> 기업과 상표의 등장
4. <답> 판매자 개인의 평판, 구매자의 안목
5. <답> 적었, 거의 없었, 같았
6. <답> 대량 생산, 인격적, 생산자, 내용물
7. <답> 광고망을 구축하였다.
8. <답> 각 거래에서 발생하는 이윤이 전보다 적어졌기 때문이다.
9. <답> 상표
10. <답> 제품 수요
11. <답> 사용법, 성분, 차별성, 충성도, 프리미엄
12. <답> 총판권
13. <답> 유명 상표
14. <답> 구매자들이 그 상표를 익숙하게 느끼게 하고, 상표에 대한 믿음을 갖게 한다.
15. <답> 기업에 이윤을
16. <답>
 - ① 한 물건을 다른 물건과 구별하는 특징은 그 물건에 내재해 있다고 여겼다.
 - ② 광고가 거의 없었다.
 - ③ 구매자를 위한 법적 보호 장치도 없었다.
 - ④ 품질 보증 요소 : 판매자의 평판, 구매자의 안목이었다.
 - ⑤ 소량 생산만 가능했다.
 - ⑥ 판매자와 구매자와의 관계가 판매자와 생산자가 같

은 인격적 거래 관계였다.

17. <답>

- ① 대량 생산, 대량 소비가 이루어졌다.
- ② 생산자와 판매자의 분리되었다.(생산자: 노동자 / 판매자 : 기업)
- ③ 운송 효율 개선 → 넓은 지역까지 대량 판매가 가능하게 되었다.
- ④ 한 제품이 특정 지역과 연결되는 게 아니게 되었다.
- ⑤ 반복 구매를 위해 광고망을 구축하게 되었다.
- ⑥ 품질 보증 요소가 기업의 이름(상표)를 보고 구매하게 됨.
- ⑦ 판매자와 구매자와의 관계가 인격적 거래에서 비인격적 거래 관계로 바뀌었다.

18. <답>

소비자들은 실제 생산자가 아니라 기업이 내세운 상표를 믿고 제품을 구매하게 되었다.

*연계 변형 문제

1	⑤	2	③	3	④	4	②	5	④
6	①	7	②	8	⑤	9	④	10	③
11	③	12	②	13	④	14	③	15	④
16	④	17	⑤	18	⑤	수고하셨습니다!			

1. <답> ⑤

시간의 흐름에 따라 상표권이 생기고 그 특징에 대해 살펴본 것은 맞으나 상표를 문제로 보고 이를 해결하기 위한 대책 마련의 촉구는 글에서 확인할 수 없다.

오답풀이

- ① 상표의 탄생과 변화하는 흐름을 산업화의 진전이라는 역사적 사건을 기준으로 하여 설명하고 있다.
- ② 3~5문단에서 대량 생산이 가능한 기업의 등장이라는 원인에 따라, 운송 효율 개선이라는 원인에 따라, 각 거래에서 발생하는 이윤이 전보다 적다는 원인에 따라, 포장된 제품과 통조림이 보급되었다는 원인에 따라 등 원인과 결과의 관계를 반복적으로 제시하여 상표의 중요성이 증대되는 과정을 보여주고 있다.
- ③ 유명한 문학 작품인 「로미오와 줄리엣」의 구절을 글의 첫머리에 인용함으로써 ‘이름과 본질’이라는 핵심 화제를 제시하고 독자의 흥미를 유발하고 있다.
- ④ 마지막 문단에서 ‘오래된 친구처럼’에서 직유법을 통

해 상표의 유용성을, '그러면 기업의 자산으로서의 쓸모가 없어질 것이다. 이름이 도대체 무엇이나고? 이름은 손도, 발도, 얼굴도 아니다. 그러나 기업에 이윤을 가져다주는 것이라는 점은 분명하다.'에서 문답법으로 상표가 기업에 주는 이윤을 부각하고 있다.

2. <답> ③

판매자의 평판을 믿을 수밖에 없게 된 것이 아니라 상표나 기업의 이름을 믿을 수밖에 없게 된 것이다. 판매자의 평판을 믿는 것은 산업화 이전의 거래이다.

오답풀이

- ① 2문단에서 확인할 수 있다.
- ② 5문단에서 확인할 수 있다.
- ④ 5문단에서 확인할 수 있다.
- ⑤ 2문단, 3~5문단에서 확인할 수 있다.

3. <답> ④

<보기>의 '노인'은 장인정신을 가지고 물건을 만드는 인물로 노인에게 가장 중요한 것은 제품의 품질이다. 그런 '노인'의 입장에서는 기업이 고객에게 신뢰를 주기 위해 상표를 가장 중요한 자산으로 여기는 사고방식은 적절하지 않다. 왜냐하면 노인에게 고객에게 신뢰를 주기 위해 가장 적절한 것은 상표가 아닌 물건의 품질이기 때문이다.

오답풀이

- ①, ② 노인은 실제 방망이를 만드는 생산자로 이 방망이를 최상의 상태로 만들기 위해 '나'의 말을 듣지 않고 고집을 피우는 부분에서 알 수 있다.
- ③, ⑤ <보기>의 '노인'은 제품의 품질이라는 본질적인 것을 중요시한다. 그런 '노인'의 입장에서는 제품의 품질에 대한 믿음은 생산자에 대한 신뢰나 신용과 연결될 것이다.

4. <답> ②

5문단을 보면, 기업들은 상표의 가치를 중요시하게 되었다. 그렇다면 기업들이 상표의 가치를 높이기 위해 구체적인 상품이 아니라 상표 자체를 중심으로 하는 광고를 만들기도 한다고 볼 수 있다.

오답풀이

- ① 5문단을 보면, 상표에 대한 구매자들의 충성도가 높아지면 제품 가격에 프리미엄이 붙었다고 제시되어 있다. 따라서 이 글에서 상표에 대한 구매자들의 충성도가 높아져도 제품 가격에 프리미엄을 붙이면 판매가 급격히 떨어진다고 보기는 어렵다.

③ 5문단을 보면, 전문성을 전혀 갖고 있지 않은 기업도 유명상표를 사들이지만 하면 쉽게 한 분야에 진입할 수 있다고 하였다. 이로 보아 유명한 상표가 없는 기업들이라도 제품의 질이 좋아도 처음에는 상품을 판매하는 데에 어려움이 있을 것이다.

④ 5문단을 보면, 기업들이 상표의 가치를 높이기 위해 구체적인 상품이 아니라 상표 자체를 중심으로 하는 광고를 만들기도 한다는 것을 알 수 있다. 기업들이 제품의 품질을 최우선으로 유지하기 위해 신경 쓰지는 알 수 없다.

5. <답> ④

㉠은 인격적 거래 관계로 소비자와 상품의 실제 생산자 간의 믿음을 바탕으로 하는 것이고, ㉡는 비인격적 거래 관계로 소비자와 생산자는 서로 알지도 못하는 관계이다. 소비자는 기업이나 상표를 믿고 거래를 하는 것이므로 ㉡는 실제로 생산하는 사람을 믿는 것은 아니다.

오답풀이

- ①, ② ㉠은 인격적 거래 관계로 생산자와 소비자 사이의 거래가 판매자 개인에 대한 신뢰 등 인격적인 것으로 이루어지고, ㉡는 비인격적 거래 관계이므로 그렇지 않다.
- ③ ㉠은 실제로 생산자가 소비자에게 물건을 직접 판매하므로 상품을 생산한 사람에 대한 정보가 드러나는 반면에, ㉡는 생산자(노동자)가 아닌 기업이 소비자에게 물건을 판매하므로 그 정보가 드러나지 않는다.

6. <답> ①

'내재'는 '어떤 사물이나 범위의 안에 들어 있음. 또는 그런 존재'를 뜻한다. '어떤 사물이나 범위 안에 있지 않고 밖에 있음. 또는 그런 존재.'는 '외재'이다.

7. <답> ②

이 글은 실제 생산자를 대신하여 제품의 품질을 보증하는 역할을 하고 있는 상표가 어떻게 탄생되었는가에 대해 설명하고 있다. 그러므로 답은 ②이다.

오답풀이

- ① 공시적 방법은 어떤 시기를 횡적(같은 시기의 다른 공간의 차이)으로 바라보는. 또는 그런 것을 말한다. 이 글은 시간의 흐름에 따른 대상의 형성과 변화과정을 보고 있으므로 통시적 방법으로 서술되었다.
- ③ 학자별 견해 차이는 나오지 않는다.
- ④ 중심 화제에 대한 긍정적, 부정적 관점이 나오지 않고 절충안 역시 나오지 않는다.

⑤ 중심 화제를 구성요소로 나누지 않았고 또 현대사회에 적용하는 법도 소개하지 않았다.

8. <답> ⑤

‘정의’는 이 글에서 사용되지 않았다.

오답풀이

- ① 직유법은 6문단에서 ‘오래된 친구처럼’에서 사용되었다.
- ② 6문단 끝에서 자문자답의 방법이 사용되었다.
- ③ 이 글 전체에서 인과적 방법이 사용되었다.
- ④ 1문단에서 ‘로미오와 줄리엣’의 구절을 인용하였다.

9. ④

소비자들은 실제 생산자를 믿고 제품을 구매하게 된 것이 아니라 점차 기업이 내세운 상표를 보고 구매하게 되었다.

오답풀이

- ① 2문단에서 확인할 수 있다.
- ② 3문단에서 확인할 수 있다.
- ④ 4문단에서 확인할 수 있다.
- ⑤ 6문단에서 확인할 수 있다.

10. <답> ③

인격적 거래 관계에서는 광고를 하는 제품은 별로 없었다고 2문단에서 확인할 수 있다.

11. <답> ③

표제는 글 전체의 핵심 내용을 담고 있어야 하며 부제는 그 보충설명이어야 한다. 이 글의 주제는 ‘대량 생산, 대량 소비 사회가 됨에 따라 탄생한 상표’이고 산업화 이전에는 상표가 존재하지 않다가 산업화 이후 기업이 생겨나고 상표의 중요성이 확대된 것을 설명하고 있다. 그러므로 답은 ③이다.

오답풀이

- ① 이름(상표)보다 품질이 중요하다고 하지 않았으며 광고가 이 글의 중심 내용은 아니다.
- ② 상표에 따라 판매가 달라지는 것은 맞으나 이 글의 중심내용이라고 보긴 어렵고 또한 그것이 통상 규모의 확대를 중심 원인이라고 볼 수 없다. 중심 원인은 산업화 이후 대량 생산하는 기업의 등장이다.
- ④ 주제를 벗어난 내용이다.
- ⑤ 주제를 벗어난 내용이다.

12. <답> ②

‘개척’은 ‘새로운 영역, 운명, 진로 따위를 처음으로 열어 나감.’을 뜻한다. ‘육지에 면한 바다나 호수의 일부를 독으로 막고, 그 안의 물을 빼내어 육지로 만드는 일.’은 간척이다.

13. <답> ④

5문단은 통상 규모가 확대될수록 상표 가치가 확대되는 것을 이야기하고 있다.

14. <답> ③

상표를 다른 이름으로 부르면 그 기업의 고유한 이미지가 아닌 다른 이미지가 떠오를 것이므로 기업의 자산으로는 쓸모가 없어질 것이다. 풍요로워지는 것은 적절하지 않다.

오답풀이

④ ‘장미에 다른 이름을 붙여도 그 향기는 감미로울 것이다.’에서 파악할 수 있다.

15. <답> ④

윗글은 통조림과 같이 내용물을 직접 확인할 수 없을 경우 사람들이 상표나 기업의 이름을 믿게 된다고 하고 있다. <보기>는 그 실체를 알기 전에 이름에 의해 사람들이 지배되는 것을 다양한 사례를 통해 제시하고 있다. 그러므로 공통적으로 확인할 수 있는 것은 ‘사람들은 이름(상표)에 의하여 대상에 대한 인식(이미지)을 갖는다.’이다.

오답풀이

- ① 윗글과 <보기> 모두 본질보다 이름(상표)의 중요성을 설명하고 있다.
- ②, ③ 윗글에서 확인할 수 없는 내용이다.
- ⑤ 윗글과 무관한 내용이며 <보기>와도 상관이 없다.

16. <답> ④

산업화 이전에는 개인적 평판을 믿고 품질을 가늠하여 물품을 구매했다면 산업화 이후 대량 생산이 가능하게 되면서 소비자들은 기업에 내세운 상표를 믿고 구매하게 되었다. 그 결과 이름(상표) 자체가 기업에 이윤을 가져다주게 되었다.

17. <답> ⑤

이 글은 산업화 이후 대량 생산과 대량 소비 사회가 됨에 따라 발생한 상표와 그 상표와 기업 간의 관계를 밝히고 있다.

오답풀이

- ① 상표에 대한 언급이 없다.
- ② 주제와 전혀 상관이 없다.
- ③ 윗글에서 다른 내용이 아니다.
- ④ 상표의 탄생은 맞으나 상표의 종류는 다루지 않았다.

18. <답> ⑤

윗글의 ‘줄리엣’은 “이름에 뭐가 있담? 장미꽃은 다른 이름으로 불러도 똑같이 향기로운 게 아닌가? 로미오도 이름과 관계없이 본래의 미덕은 그대로일 텐데.” 라고 하며 이름보다 본질이 더 중요하다고 생각한다. 그러므로 ‘장미’를 다른 이름으로 불러도 ‘장미’의 본질은 그대로라고 생각할 것이다. 그러니 ⑤는 잘못된 설명이다.

오답풀이

- ① 윗글의 ‘줄리엣’은 “이름에 뭐가 있담? 장미꽃은 다른 이름으로 불러도 똑같이 향기로운 게 아닌가?”라고 하였으니 맞다고 할 수 있다.
- ② 위 시의 화자는 ‘이름을 부를 때 그 대상이 ‘나에게로 와서 꽃이 된다’고 하였다. 이것은 무의미한 존재를 이름을 불러 주었을 때 존재에 의미를 부여한다는 것이다.
- ③ 줄리엣의 말에서 확인할 수 있다.
- ④ ‘이름을 불러 주었을 때’ ‘나에게로 와서 꽃이 된다’고 하였으니 맞는 설명이다.