

**Korean B – Higher level – Paper 1**  
**Coréen B – Niveau supérieur – Épreuve 1**  
**Coreano B – Nivel superior – Prueba 1**

Wednesday 4 May 2016 (afternoon)

Mercredi 4 mai 2016 (après-midi)

Miércoles 4 de mayo de 2016 (tarde)

1 h 30 m

---

**Text booklet – Instructions to candidates**

- Do not open this booklet until instructed to do so.
- This booklet contains all of the texts required for paper 1.
- Answer the questions in the question and answer booklet provided.

**Livret de textes – Instructions destinées aux candidats**

- N'ouvrez pas ce livret avant d'y être autorisé(e).
- Ce livret contient tous les textes nécessaires à l'épreuve 1.
- Répondez à toutes les questions dans le livret de questions et réponses fourni.

**Cuaderno de textos – Instrucciones para los alumnos**

- No abra este cuaderno hasta que se lo autoricen.
- Este cuaderno contiene todos los textos para la prueba 1.
- Conteste todas las preguntas en el cuaderno de preguntas y respuestas.

본문 A

## 그린터치 소개

❶ 그린터치란?

컴퓨터를 잠시 사용하지 않을 때 소비되는 전력을 감소시켜 비용을 절감하고 지구 온난화의 원인인 CO<sub>2</sub> 발생량을 줄여주는 무료 프로그램입니다. 그린터치 사용으로 전기를 절약할 수 있으면, 전기를 생산하는 데 필요한 CO<sub>2</sub> 배출을 막아 저탄소 생활을 실천할 수 있습니다.



❷ 왜 그린터치인가?

한국에는 3000만 대의 컴퓨터가 있고 꾸준히 증가하고 있습니다. 한국의 모든 컴퓨터를 1시간 동안 단순히 켜 놓기만 한다면 480만 kWh의 전력이 낭비되며, 200만 kg 이상의 CO<sub>2</sub>를 배출하게 됩니다. 전국 3000만 대의 PC에서 1시간 동안 그린터치가 작동되면, 원자력 발전소 약 4기가 1시간 동안 만드는 전력을 절약할 수 있습니다. (최대 절전 기준)

❸ 그린터치 종류

그린터치는 사용자의 환경과 목적에 따라 선택하여 사용할 수 있습니다.

종류	대상	비용	특징	비고
개인용 그린터치	가정, 개인, 학생 등 누구나	무료	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3가지 절전 모드 제공</li> <li>• 개인 절감 효과 통계 제공</li> <li>• 통계 화면 스킨 3종 제공</li> <li>• 스킨 속 나무 성장으로 절감량 확인</li> </ul>	별도의 회원 가입 없음
기업용 그린터치	기업, 공공 기관, 단체	무료	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3가지 절전 모드 제공</li> <li>• 기업 사용자 통계 제공 (관리자)</li> <li>• 공지 사항 관리</li> <li>• 통계 화면 스킨에 기업 로고 반영</li> </ul>	기업 회원으로 등록 후 사용 가능

④ **그린터치 특징**

**설치 및 사용이 간편합니다.**

- 홈페이지에서 무료로 다운로드 후 설치할 수 있습니다.
- 마우스나 키보드 작동이 없을 시 자동으로 절전 모드로 전환됩니다.
- 사용자 환경에 맞게 절전 모드를 실행하고 설정할 수 있습니다.

**그린터치 사용 효과를 확인할 수 있습니다.**

- 사용 후 절전 효과, 탄소 저감량, 나무 식재 효과 등을 확인할 수 있습니다.
- 기업용의 경우 기업 내 절전 실적을 집계하여 확인할 수 있습니다.

**저탄소 생활을 실천할 수 있습니다.**

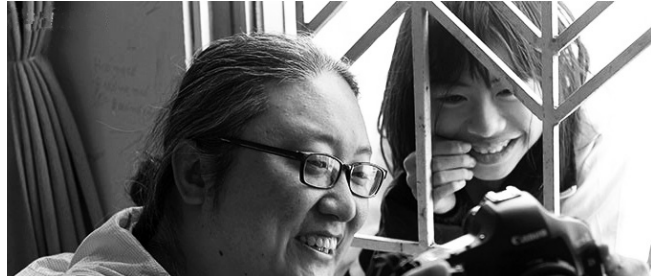
- PC 절전을 통해 국가적 전력 위기에 대응할 수 있습니다.
- 탄소 배출을 억제하여 기후 변화 방지에 기여할 수 있습니다.

한국기후환경네트워크, 그린오피스 (2015)

본문 B

# 사진 작가 인터뷰

❶ 사진과 영상 재능 기부가 필요한 곳에 언제나 카메라를 들고 나타나는 한 사람이 있습니다. 렌즈를 통해 세상과 소통하고 나눔을 실천하는 김상준 작가님. 그의 따뜻한 재능 기부 이야기를 들려 드립니다.



❷ 저희 지구촌나눔운동과의 첫만남은 어떻게 시작되었나요?

사진을 직업으로 하고 있는 사람들이 모여 시간이 될 때 재능 기부로 촬영을 해 주는 모임이 있습니다. 저는 그 모임의 회원인데, 한번은 지구촌나눔운동이 그 모임에 촬영 의뢰를 해 왔습니다. 저는 다른 바쁜 일정으로 인해 촬영을 도와 드리지 못하고 다른 사진 작가님들께서 촬영을 해 주셨어요. 그 이후 그 작가님들을 통해 지구촌나눔운동 간사님을 소개 받을 기회가 생겼고, 그때부터 인연을 이어 오고 있습니다.

❸ 저희 단체 말고도 타 단체에서도 꾸준히 사진과 영상으로 재능 기부를 하고 계신 것으로 알고 있는데요, 원래 이런 쪽에 관심이 있으셨나요?

2005년도부터 사진과 영상으로 할 수 있는 다양한 활동에 참여하기 시작했는데요, 그중 자원봉사로 각종 행사나 포럼 등에도 참여하면서 민간 공익 단체라는 것을 알게 됐습니다. 관심이라기보다는 모르는 영역에 대해 공부하고 싶은 마음이 간절했는데, 그 방법에 있어 제가 가진 특기를 살릴 수 있는 방법은 없을까 하다가 재능 기부를 시작했어요.

❹ 저희 단체를 통해 여러 해외 사업소를 방문하셨는데, 작가님의 카메라 렌즈를 통해서 바라본 사업소의 모습은 어떠하던가요?

어느 사업소든지 현장의 모습은 항상 밝고 역동적이었습니다. 저를 낯선 이방인 또는 사진 찍는 사람이라고 크게 의식하지 않는 듯 했습니다. 그렇기에 렌즈를 통해 바라보는 사람들과 풍경은 때로는 영화의 한 장면처럼 보이기도 했고, 제가 살아가는 일상과 다름이 없었으며, 나도 그 안에서 같이 숨 쉬고 살아가고 있다는 생각이 들었습니다. 그런 자연스러운 모습이 펼쳐지기에 저는 그 감정에 최대한 충실하며 셔터를 눌렀던 기억이 납니다.

❺ 혹시 재능 기부 외에 개인적으로 사진을 통해 하고 싶은 일이 따로 있으신가요?

국제적인 일뿐만 아니라 나를 비롯한 주위 가까운 사람들의 일상 가운데 안타까운 일이 많이 발생합니다. 이런 일들을 다큐멘터리 성격을 띤 사진 결과물로 남겨 많은 사람들에게 진실을 알리고 싶습니다. 그리고 그런 일들이 다시는 일어나지 않게 해야겠죠. 제가 찍은 사진을 통해 세계 곳곳에 밝은 일들이 많아지기를 바랄 뿐입니다. 그리고 안타까운 일뿐만 아니라, 우리 주변에서 일어나는 기분 좋은 일들도 사진으로 남겨서 보는 이로 하여금 더 큰 희망과 꿈을 꿀 수 있게 하고 싶습니다.

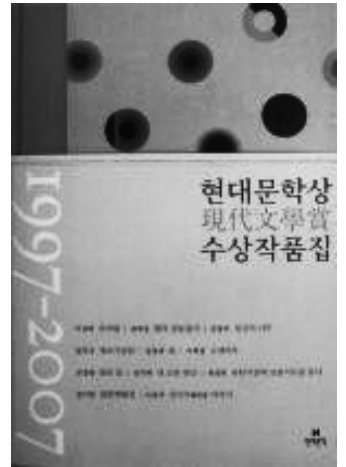
- ⑥ **마지막으로 한 가지만 여쭙보고 인터뷰를 마무리하도록 하겠습니다. 김상준 작가님에게 사진과 나눔이란?**  
두 가지 모두 “소중함을 일깨워주는 소통의 창고”라고 하고 싶네요. 따로 떼어놓고 이야기한다면 사진은 “낮선 풍경 속에서 만나는 낯익은 깨달음”, 나눔은 “실천의 성숙한 걸음”이라고 표현하고 싶습니다.

지구촌나눔운동에서 각색됨 (2014)

본문 C

### 고갯마루

어머니 제사에 빠지게 되었다는 소식을 전하자 큰오빠의 목소리는 갑자기 후줄근해졌다. 새로 뽑은 승용차의 승차감에 대해 말하던 때의 팽팽함에 구멍이 난 것 같았다. 피시시. 빠지는 바람을 의식한 큰오빠는 다급해졌다.



5 “무슨 일이냐? 다른 날도 아니고 어머니 기일이다. 하나밖에 없는 딸이 어머니 제사에 빠지다니. 아무리 바빠도 그렇지.”

10 어른이 없어서 그다지 격식을 따지지 않는다고는 하나, 젊은 나이에 홀몸이 되어 우리를 키운 어머니의 제사는 온 식구가 모이는 중요한 행사였다. 큰오빠에게는, 썩은 흙벽처럼 허물어진 자기의 권위를 잠깐이라도 회복한 만족감을 주는 자리이기도 했다. 그런데 그 자리에 내가 빠진다니.

15 새 차를 타고 별 쨍쨍한 도로를 주행하다가 난데없이 흙물이 된 기분이라. 가뜩이나 형제들이 모여 앉으면 자기 흥을 본다고 생각하는 큰오빠에게는 제사에 빠질 배짱은 없다. 정작 제사를 모시는 둘째 오빠에게보다 큰오빠에게 먼저 불참을 알린 걸 보면, 나 또한 나 없이 참석할 큰오빠가 마음에 걸린 모양이었다.

“너희 회사는 도대체 그만한 융통성도 못 봐준다는 거냐? 너야 매인 몸이니 그렇다지만...”

20 출장 날짜를 잡은 게 나라는 걸 나중에라도 안다면 어떤 반응을 보일까, 몹시 궁금했다. 혀를 차는 마음으로 나는 큰오빠가 흐린 뒷말을 이었다. 네가 출장을 가 버리면, 나는 어쩐다니?

큰오빠는 나를 통해서 형제들의 근황을 듣고, 나는 또 다른 오빠들에게 큰오빠의 근황을 슬쩍슬쩍 흘렸다. 그 과정에서 일종의 검열이 없을 수 없었다. 있는 그대로 전했다가는, 가뜩이나 큰오빠라면 속마음으로 설래설래 고개부터 짓는 다른 오빠들의 열을 받치게 하거나, 반대로 큰오빠가 그거 봐라, 하면서 격분할 수도 있었으니까.

25 큰오빠는 내게만은 자상한 손윗사람으로 처신하는 편이었다. 혼자 늙는 나를 염려해 총각들의 이름을 주워섬기다가 그중의 하나를 데리고 회사 근처로 와서 불러낸 적도 있었다. 이사했을 땐 공구함을 싣고 와서 세탁기를 연결해주고 시멘트 못을 박아 주기도 했다. 물론 큰 오빠가 무턱대고 자상하게 구는 것은 아니었다. 모르긴 몰라도, 새로 구입한 차의 네 바퀴 가운데 적어도 두 개 값은 내 통장에서 나간 것이었다. 돈을  
30 보내랄 땐 급하게 막아야 할 액수만 말했지 차를 바꾼다는 이야기는 없었지만. 내 생각이 새 차에 머무르는 동안 큰오빠는 제풀에 숙어졌다.

“그래, 알았다. 다른 사람도 아니고 네가 빠져야 한다면 뭐 그럴 이유가 있겠지. 어디에 가야 한다구?”

“네, 지방에 있는 지국예요.”

35 “어디, 먼 데는 아니지?”

갔다 일을 마치고 서둘러 돌아오면 늦더라도 참석할 수는 있지않을까. 채 건어  
 들이지 못한 큰오빠의 미련이 질질 끌렸다. 거기에 휘말릴까봐, 그 기대의 싹을  
 쳐내느라 나는 그만 행선지까지 말해버렸다.

“명천이에요. 가서 하루 묵고 다음날 일을 봐야 해요.”

40 그러니 손톱도 안 들어갈 나한테 손톱만한 기대도 품지 마시라. 명천은 서울에서  
 열차로 세 시간쯤 걸리는, 고향인 여산에 갈 때 거치는 읍이었다.

“명천?”

45 되물은 큰오빠가 잠깐 조용해진 틈을 타서 나는 서둘러 말을 맺었다. 다녀와서  
 전화드릴게요. 어쨌면 나는, 큰 오빠를 피하려고 굳이 어머니의 기일로 출장 날짜를  
 잡았는지도 몰랐다.

이혜경, 고갯마루에서 각색됨 (2002)

본문 D

### 미디어 매체

① 미디어 매체의 수는 인터넷과 SNS\* 발달에 의해 기하급수적으로 늘고 있다. 방송과 신문으로 대변되는 매스 미디어 중심에서 이제는 인터넷 매체, 1인 미디어로 인하여 판도가 변화하고 있다. 인터넷 포럼과 커뮤니티 공간, 혹은 SNS 소통을 통한 다원적 커뮤니케이션 구조가 발달하고 있고 과거 매스 미디어에 의한 일원적 커뮤니케이션에 대한 의존도는 점차 약해지고 있는 것이다. 하지만 매스 미디어는 보편성을 띤다. 반면에 인터넷과 SNS를 토대로 하는 새로운 미디어가 매스 미디어를 추월할 정도의 보편성은 아직까지 갖추어 지지 않았다. 방송과 신문, 라디오는 일상생활에서 자연스럽게 꾸준히 접하게 되지만 인터넷, SNS를 통한 미디어의 경우는 그렇지 않다.



② 새로운 미디어는 매스 미디어와 비교해 볼때 이용성과 활용성, 그리고 가치 판단에 있어서 밀린다. 첫째, 이용성은 수용자가 어느 매체를 얼마만큼 이용하느냐의 여부이다. 2012년 삼성생명 통계연구소는 50-70대 노년층을 대상으로 여가 활용법에 대해 설문 조사를 했다. 조사 결과에 있어서 TV 시청 비중이 압도적이었다. 50대 남성의 TV 시청 시간은 하루 평균 3시간 59분이었으며 60대는 4시간 17분, 70대는 4시간 32분이었다. 여성의 경우 50대는 2시간 46분, 60대는 2시간 54분, 70대는 3시간 35분인 것으로 집계되었다. 또한 여성가족부는 2012년 초에 청소년 3492명을 상대로 미디어 이용 실태에 대해 조사한 결과를 발표했다. 전체 청소년의 인터넷 게임 이용률은 79.2%로 나타났다. 이 가운데 만 12-18세의 이용률도 79.8%나 됐는데 이는 3년 전인 2008년 대비 19.3%나 급증한 수치다. 종류별 미디어 사용률은 TV 시청 (97.9%), 이동전화 사용 (92.4%), 인터넷 사용 (84.2%), 독서 (79.6%) 순이었다. 젊은 층, 10대와 20대, 그리고 30대 사이에서 인터넷과 SNS 사용 빈도가 점차 늘어나고 있는 있지만 노년층까지 고려한다면 현실적으로 매스 미디어가 이용성 면에서 우위에 있다고 할 수 있을 것이다.

③ 둘째, 활용성은 수용자가 어느 매체에서 어느 정도의 정보를 활용하느냐의 여부이다. 매스 미디어는 상대적으로 공신력에 있어서 두각을 나타내고 있으며 이는 매스 미디어에서 생산되는 정보의 활용도를 높이는 계기가 되고 있다. 또한 매스 미디어는 자체 [ -X- ] 을 통해 정보에 대한 팩트 체크를 시도하지만, 반대로 인터넷과 SNS 정보는 사실 검증 고루 되지 못한 채 기록된 정보가 현존하여 활용도와 공신력 면에서 뒤쳐질 수 밖에 없는 것이 현실이다.



- ④ 셋째, 가치 판단은 어느 매체에서 생산하는 정보가 더 가치가 있는냐의 여부이다. 매스 매디어는 다른 매스 미디어와의 경쟁 관계 속에 고급 정보를 [ - 43 - ] 하게 되며 이를 위하여 활용하는 자본과 인력은 압도적 우위를 달리고 있다. 인터넷을 바탕으로 하는 미디어는 정보의 자체 생산에 있어서 한계에 부딪힐 수 밖에 없는 것이다. SNS와 인터넷에서 생산된 정보는 대부분 매스 미디어에서 생산한 정보의 재가공 수준에 그치게 되며 수용자 입장에서는 정보의 최초 제공자에 주목하게 되고, 이는 매스 미디어의 정보 가치를 더욱 높여주는 [ - 44 - ] 을 하는 것이다.
- ⑤ 정보 유통 과정에서 매스 미디어는 일차를 담당하고 있으며 인터넷과 SNS 는 보통 이차를 담당하고 있다. 매스 미디어는 정보 유통의 상부 구조이며 인터넷과 SNS는 하부 구조이다. 인터넷과 SNS는 정보 유통을 더욱 [ - 45 - ] 하게 도와주는 역할을 맡고 있는 것이다.

고동완, 티스토리에서 각색됨 (2013)

\* SNS는 Social Network Service의 줄임말

본문 E

### “1인 가구”가 몰려온다

통계청이 발표한 “한국 사회 동향 2012” 보고서에 따르면 2010 기준 우리나라 1인 가구는 전체의 23.9%이다. 대한민국 4가구 중 1가구는 혼자 산다는 뜻이다. 1인 가구 비율은 1990년 9%에서 2000년 15.5%, 2010년 23.9%로 가파르게 상승했다. 최근 20년간 1인 가구 비중은 2배 이상 급증하면서 가족구성에 큰 변화를 겪었다.

5 자녀의 유학으로 홀로 남겨진 “기러기 아빠”, 고향을 떠나 자취하는 대학생, 결혼을 미루고 부모님을  
 10 떠나 독립해 사는 30-40대, 이혼으로 혼자 된 중년, 덩그러니 홀로 된 노년..., 혼자 사는 집이 늘어나는 요인은 다양하다. 1인 가구의 급증은 핵가족이 더  
 분열되는 현상이고, 장수시대가 낳은 또 다른 가족의 모습이다. 연세대 사회학과 영유식 교수의 말처럼 “1인 가구는 그것을 어떻게 받아들이냐에 상관없이  
 뚜벅뚜벅 다가오는 우리사회의 ‘확정된 미래’다.”



15 1인 가구의 급증은 독립하고 싶은 자유의 의지가 그 어느 시대보다 커졌다는 것을 보여 준다. 자식은 부모로부터 독립을 원하고, 부모 역시 자식에게서 “홀로서기”를 선택한다. 가족 구성원 자체가 적어지니 1인 가구가 늘어날 소지가 그만큼 커진 것이다. 늦어지는 결혼 적령기, 증가하는 황혼 이혼도 “나홀로 가구”를 양산하는 사회적 변화상이다. 급증하는 “홀몸 노인”은 특히 장수 시대가 드리운 어두운 그림자다. 1인  
 20 가구가 된 이유는 미혼 (44.4%), 사별 (29.2%), 이혼 (13.4%) 등의 순으로 조사됐다.

25 1인 가구가 늘어나면서 이른바 “솔로 이코노미” 시대도 활짝 열리고 있다. 1인 가구가 새로운 소비 시장으로 떠오르면서 식품, 주택, 소형 가전 등의 관련 산업이 이들을 겨냥한 제품을 쏟아 내고 있다. 솔로 이코노미의 급성장은 실제 수치로 입증된다. 농림수산식품부에 따르면 즉석요리 식품 생산이 최근 3년간 2배나 급증했다. 올해 편의점 판매에서도 밀반찬, 삼각 김밥, 도시락 등 간편식 매출이 크게 늘었다. 홈쇼핑도  
 30 1인 가구의 눈높이에 맞춘 상품들로 독신자들의 소비 심리를 부추긴다. 일본, 캐나다, 유럽 등에선 이미 일반화된 주거 유형인 “세어하우스”도 확산되는 추세다. 이는 한 지붕 아래에서 방이나 욕실 등 개인 공간은 따로 쓰면서 거실이나 주방을 같이 씀으로써 공동체를 활성화하는 거주 형태다. 싱글들로선 주거비를 줄이고 외로움도 달래니 일석이조다.

30 1인 가구를 보는 시선 역시 제각각이다. 누구는 “가족의 진화”로 담담히 받아들이고, 또 다른 누군가는 외로워지는 시대의 반영이라고 씩씩해 한다. 가족의 진화이든, 외로워지는 시대의 반영이든 급증하는 1인 가구는 주변을 보는 우리의 시선이 좀 더 따스해져야 함을 함의한다.

건강 천사, 국민건강보험공단에서 각색됨 (2013)