

II. 영역별 출제 방향

□ 1교시 : 국어 영역

1. 출제의 기본 방향

국어 영역은 2015 개정 국어과 교육과정(교육부 고시 제2015-74호)에 기초하여 ‘대학 수학(修學)에 필요한 국어 능력’을 측정하는 문항을 출제하고자 하였다. 구체적인 출제 원칙은 다음과 같다.

- 평가 목표는 2018학년도 입학생부터 적용된 2015 개정 고등학교 국어과 교육과정의 목표와 내용에 기초하여 설정하였다.
- 국어과 교육과정에서 설정한 지식과 기능에 대한 이해력, 출제 과목별 교과서를 통해 학습한 지식과 기능을 다양한 담화나 글에 적용할 수 있는 창의적 사고력을 중점적으로 측정하고자 하였다.
- 평가 문항은 국어 영역의 출제 과목인 ‘독서’, ‘문학’, ‘화법과 작문’, ‘언어와 매체’ 교과서에 제시된 학습 목표와 학습 활동을 평가 상황에 맞게 변형하여 개발하였다.
- 국어과 교육과정과 교과서에 기초하여 출제함으로써 학교 교육의 정상화에 기여하고, EBS 수능 교재를 연계하여 출제함으로써 학생들의 시험 준비 부담을 경감하고자 하였다.

2. 출제 범위

국어 영역은 ‘독서’, ‘문학’, ‘화법과 작문’, ‘언어와 매체’ 등 출제 과목별 교육과정에서 제시한 목표와 내용을 바탕으로 하여 출제하되, 폭넓고 다양한 국어 능력을 평가하기 위해서 다양한 소재의 지문과 자료를 활용하여 출제하였다. 그에 따라 지문의 소재를 특정 분야로 제한하지 않고 교육적으로 가치 있는 소재를 두루 취하였다.

3. 문항 유형

국어 영역에서 출제된 대표적인 문항 유형과 하위 평가 영역별 문항의 특징을 살펴보면 다음과 같다.

대표적인 문항 유형을 살펴보면, 우선 공통과목에서는 ‘독서’ 과목에서 중요한 학습 활동으로 설정하고 있는 ‘주제 통합적 독서(상호 텍스트성)’를 문제화한 4~9번 문항, ‘문학’ 교과서의 중요한 학습 단위 중 하나인 ‘문학의 수용과 생산’ 등의 학습 내용을 문제화한 18~21번 문항 등이며, 선택과목에서는 ‘화법과 작문’ 과목에서 중요한 학습 활동으로 설정하고 있는 ‘사회적 의사소통을 통한 문제 해결’을 문제화한 ‘화법과 작문’ 38~42번 문항, ‘언어와 매체’ 과목에서 중요한 학습 활동으로 설정하고 있는 ‘매체 언어의 탐구와 활용’을 문제화한 ‘언어와 매체’ 40~43번 문항 등이다.

공통과목에서 ‘광고의 경제적 효과’를 소재로 한 4~9번 문항은 ‘독점적 경쟁 시장에서의 광고의 기능’을 다룬 (가) 글과 ‘다양한 차원에서의 광고의 영향’을 다룬 (나) 글을 지문으로 제시하여, 유사한 화제에 대해 서로 다른 관점을 지닌 글을 대조하며 읽고, 독서의 결과를 비판적·창의적으로 재구성하는 능력이 있는지 측정하고자 하였다. 작자 미상의 ‘배비장전’을 지문으로 제시한 18~21번 문항은 인물 간의 대화 장면을 통해 당시 사회·문화적 상황과 인물의 심리 및 태도를 파악하는 등 작품을 종합적으로 감상할 수 있는 능력이 있는지 측정하고자 하였다.

선택과목에서 ‘시정(市政) 소식지와 협상’을 지문으로 제시한 ‘화법과 작문’ 38~42번 문항은 ‘주민 복지 센터의 공간 활용’과 관련하여 공동체의 문제 해결을 위한 글쓰기 및 말하기를 통해 사회적 의사소통 능력이 있는지 측정하고자 하였다. ‘인쇄 매체 기사와 카드 뉴스’를 지문으로 제시한 ‘언어와 매체’ 40~43번 문항은 ‘청소년의 사회 참여’를 다룬 두 매체의 비교·분석을 통해 매체에 대한 비판적 수용 능력과 자료 활용을 통한 매체 생산 능력이 있는지 측정하고자 하였다.

이러한 문항 유형들은 과목별 교육과정 및 교과서에 제시된 학습 목표와 학습

활동을 수능 평가 상황에 맞게 변형한 문항들로서, 교육과정과 교과서를 중심으로 하여 국어 교육의 정상화에 기여하고자 하였다.

하위 평가 내용 영역별로 살펴보면 ‘독서’의 경우 총 17개 문항을 출제하였다. 독서 교육과정에서 제시하고 있는 ‘독서의 본질과 방법, 다양한 분야와 시대에 따른 능동적이고 통합적인 독서 능력’ 등을 평가 목표로 하여, ‘독서 일지’를 소재로 한 독서 이론 지문(1~3번), ‘광고의 경제적 효과’를 소재로 한 사회 지문(4~9번), ‘반자유주의 논증에 대한 비판’을 소재로 한 인문 지문(10~13번), ‘메타버스에서 몰입도를 높이는 데 활용되는 여러 가지 기술’을 소재로 한 기술 지문(14~17번) 등 다양한 분야와 제재를 활용하여 문항을 출제하였다.

‘문학’의 경우 총 17개 문항을 출제하였다. 문학 교육과정에서 제시하고 있는 ‘문학의 본질, 문학의 수용과 생산, 한국 문학의 성격과 역사, 문학과 삶에 대한 이해와 창의적 사고력’ 등을 평가 목표로 하여, 작자 미상의 ‘배비장전’을 소재로 한 고전 소설 지문(18~21번), 오영수의 ‘갯마을’, 오영수 원작·신봉승 각색의 ‘갯마을’을 소재로 한 현대 소설·시나리오 복합 지문(22~27번), 오장환의 ‘종가’와 최두석의 ‘노래와 이야기’를 소재로 한 현대시 지문(28~31번), 허난설헌의 ‘규원가’, 작자 미상의 사설시조를 소재로 한 고전 시가 지문(32~34번) 등 다양한 갈래의 고전 작품과 현대 작품들을 활용하여 문항을 출제하였다.

‘화법’의 경우 총 5개 문항을 출제하였다. ‘화법과 작문’ 중 화법 교육과정에서 제시하고 있는 ‘화법의 본질과 원리에 대한 이해 및 다양한 담화 상황에서의 실제적인 화법 능력’ 등을 평가 목표로 하여, ‘대인 관계에서의 자기표현과 관련된 라디오 방송 프로그램’을 소재로 한 문항(35~37번), ‘주민 복지 센터의 공간 활용과 관련된 협상’을 소재로 한 문항(40~41번) 등을 출제하였다.

‘작문’의 경우 총 6개 문항을 출제하였다. ‘화법과 작문’ 중 작문 교육과정에서 제시하고 있는 ‘작문의 본질과 원리에 대한 이해 및 다양한 작문 상황에서의 실제적인 작문 능력’ 등을 평가 목표로 하여, ‘주민 복지 센터의 공간 활용과 관련된 시정 소식지’를 소재로 한 문항(38~39번, 42번), ‘학교 협동조합 활성화를 위한 보고서’를 소재로 한 문항(43~45번) 등을 출제하였다.

‘언어’의 경우 총 6개 문항을 출제하였다. ‘언어와 매체’ 중 언어 교육과정에서 제시하고 있는 ‘언어의 본질, 국어의 탐구와 활용, 국어생활 성찰’ 등을 평가 목표로 하여, ‘음절의 개념, 유형, 음절 구조 제약’을 설명한 지문을 바탕으로 출제 한 문항(35~36번), ‘접사의 기능에 대한 탐구’를 소재로 한 문항(37번), ‘접문장에서의 높임 표현에 대한 이해’를 소재로 한 문항(38번), ‘중세 국어 조사에 대한 이해’를 소재로 한 문항(39번), ‘매체의 특성을 고려한 언어의 특성’을 소재로 한 문항(42번) 등을 출제하였다.

‘매체’의 경우 총 5개 문항을 출제하였다. ‘언어와 매체’ 중 매체 교육과정에서 제시하고 있는 ‘매체의 유형과 특성에 대한 이해 및 다양한 매체 자료의 수용과 생산 능력’ 등을 평가 목표로 하여, ‘청소년의 사회 참여와 관련된 인쇄 매체 기사와 카드 뉴스’를 소재로 한 문항(40~41번, 43번), ‘웹툰 제작에 대한 채팅방 대화와 웹툰’을 소재로 한 문항(44~45번) 등을 출제하였다.

4. 문항 출제 시의 유의점 및 강조점

- 교육과정상의 중요도, 사고 수준, 소요 시간 등을 고려하여 2점(공통과목 26 문항, 선택과목 9문항), 3점(공통과목 8문항, 선택과목 2문항)으로 차등 배점하였다.
- 범교과적 소재를 활용하여 다양한 분야의 글에 대한 독서 능력을 측정할 수 있는 문항, 2015 개정 교육과정에서 강조하는 추론적·비판적·창의적 사고를 활용하여 풀 수 있는 문항을 중점적으로 출제하였다.
- 문항의 형식을 복잡하게 만들기보다 평가 목표에 충실하게 출제하고자 하였다.

5. EBS 연계 예시 문항

국어 영역에서 연계하여 출제된 문항을 EBS 연계 교재 문항과 비교하여 제시하면 다음과 같다.

【예시 문항 1】 국어 4~9번 세트의 지문과 문항

[4~9] 다음 글을 읽고 물음에 답하시오.

(가)

광고는 시장의 형태 중 독점적 경쟁 시장에서 그 효과가 크다. 독점적 경쟁 시장은, 유사하지만 차별적인 상품을 다수의 판매자가 경쟁하며 판매하는 시장이다. 각 판매자는 자신이 공급하는 상품을 구매자가 차별적으로 인지하고 선호할 수 있도록 하기 위해 광고를 이용한다. 판매자에게 그러한 차별적 인지와 선호가 중요한 이유는, 이를 통해 판매자가 자신의 상품을 원하는 구매자에 대해 누리는 독점적 지위를 강화할 수 있기 때문이다.

일반적으로 **독점적 지위**를 누린다는 것은 상품의 가격을 결정할 수 있는 힘이 있다는 의미이다. 그럼에도 불구하고 판매자는 구매자의 수요를 고려해야 한다. 대체로 구매자는 상품의 물량이 많을 때보다 적을 때 높은 가격을 지불하고자 하기 때문에, 판매자는 공급량을 감소시키므로써 더 높은 가격을 책정할 수 있다. 독점적 경쟁 시장의 판매자도 이러한 지위 덕분에 상품에 차별성이 없는 경우를 가정할 때보다 다소 비싼 가격에 상품을 판매하는 경향이 있다. 그러나 그 결과 독점적 경쟁 시장의 판매자가 단기적으로 이윤을 보더라도, 그 이윤이 지속되리라 기대할 수는 없다. 이윤을 보는 판매자가 있으면 그러한 이윤에 이끌려 약간 다른 상품을 공급하는 신규 판매자의 수가 장기적으로 증가하고, 그 결과 기존 판매자가 공급하던 상품에 대한 수요는 감소하여 이윤이 줄어들 것이기 때문이다.

판매자가 광고를 통해 상품의 차별성을 알리는 대표적인 방법은 상품에 대한 정보를 전달하는 것이다. 하지만 많은 비용을 들인 것으로 보이는 광고만으로도 상품의 차별성을 부각할 수 있다. 판매자가 경쟁력에 자신 없는 상품에 많은 광고 비용을 지출하지 않을 것이라는 구매자의 추측을 유도하는 것이 이 광고 방법의 목적이다. 가격이 변화할 때 구매자의 상품 수요량이 변하는 정도를 수요의 가격 탄력성이라 하는데, 구매자가 자신이 선호하는 상품이 차별화되었다고 느낄수록 수요의 가격 탄력성은 감소한다. 이처럼 구매자가 특정 상품에 갖는 충성도가 높아지면, 판매자의 독점적 지위는 강화된다. 판매자는 이렇게 광고가 ㉠경쟁을 제한하는 효과를 노린다. 독점적 경쟁 시장에 진입하는 신규 판매자도 상품의 차별성을 강조함으로써 독점적 지위를 확보하고자 광고를 빈번하게 이용한다.

(나)

광고는 광고주인 판매자의 이윤 추구 수단으로 기획되지만, 그러한 광고가 광고주의 의도와 상관없이 시장에 영향을 끼치기도 한다. 우선 광고가 독점적 경쟁 시장의 판매자 간 ㉡경쟁을 촉진할 수 있다. 이러한 효과는 광고를 통해 상품 정보에 노출된 구매자가 상품의 품질이나 가격에 예민해질 때 발생한다. 특히 구매자가 가격에 민감하게 수요량을 바꾼다면, 판매자는 경쟁 상품의 가격을 더욱 고려하게 되어 가격 경쟁에 돌입하게 된다. 또한 경쟁은 신규 판매자가 광고를 통해 신상품을 쉽게 홍보하고 시장에 진입할 수 있게 됨으로써 촉진된다. 더 많은 판매자가 시장에서 경쟁하게 되면 각 판매자의 독점적 지위는 약화되고, 구매자는 더 다양한 상품을 높지 않은 가격에 구매할 수 있게 된다.

광고가 특정한 상품에 대한 독점적 경쟁 시장을 넘어서 경제와 사회 전반에 영향을 주기도 한다. 개별 광고가 구매자의 내면에 잠재된 필요나 욕구를 환기하여 대상 상품에 대한 소비를 촉진하는 효과가 합쳐지면 경제 전반에 선순환을 기대할 수 있다. 경제에 광고가 없는 상황을 가정할 때와 비교하면 광고는 쓰던 상품을 새 상품으로 대체하고 싶은 소비자의 욕구를 강화하고, 신상품이 인기를 누리는 유행 주기를 단축하여 소비를 증가시킬 수 있다. 촉진된 소비는 생산 활동을 자극한다. 상품의 생산에는 근로자의 노동, 기계나 설비 같은 생산 요소가 ㉢들어가므로, 생산 활동이 증가하면 결과적으로 고용이나 투자가 증가한다. 고용 및 투자의 증가는 근로자이거나 투자자인 구매자의 소득을 증가시킬 수 있다. 경제 전반의 소득이 증가할 때 소비가 증가하는 정도를 한계 소비 성향이라고 하는데, 한계 소비 성향은 양(+)의 값이어서, 경제 전반의 소득 수준이 향상되면 소비가 증가하게 된다.

하지만 광고의 소비 촉진 효과는 환경 오염을 우려하는 사람들에게 비판의 대상이 되기도 한다. 소비뿐만 아니라 소비로 촉진된 생산 활동에서도 환경 오염이 발생하기 때문이다. 환경 오염을 적절한 수준으로 줄이기에 충분한 비용을 판매자나 구매자가 지불할 가능성은 낮으므로, 대부분의 경우에 환경 오염은 심할 수밖에 없다.

4. (가), (나)에 대한 설명으로 가장 적절한 것은?

- ① (가)는 광고의 개념을 정의하고 광고가 시장에서 차지하는 위상을 소개하고 있다.
- ② (가)는 광고가 판매자에게 중요한 이유를 제시하고 판매자가 광고를 통해 얻으려는 효과를 설명하고 있다.
- ③ (나)는 광고의 영향에 대한 다양한 견해를 소개하고 각각의 견해가 안고 있는 한계점을 지적하고 있다.
- ④ (나)는 광고가 구매자에게 수용되는 과정을 제시하고 구매자가 광고를 수용할 때의 유의점을 나열하고 있다.
- ⑤ (가)와 (나)는 모두 구매자가 상품을 선택하는 기준을 제시하고 광고와 관련된 제도 마련의 필요성을 강조하고 있다.

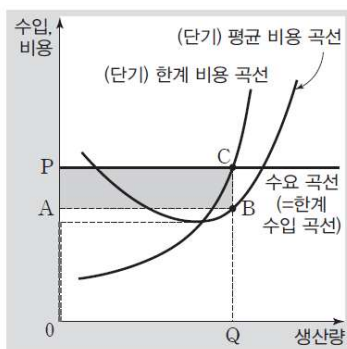
5. **독점적 지위**에 대한 설명으로 적절하지 않은 것은?

- ① 독점적 경쟁 시장에 신규 판매자가 진입하는 것을 차단하지는 않는다.
- ② 판매자가 공급량을 조절하여 가격을 책정할 수 있는 힘을 가지고 있음을 의미한다.
- ③ 구매자가 지불하고자 하는 가격이 상품 공급량에 따라 어느 정도인지를 판매자가 감안하지 않아도 되게 한다.
- ④ 독점적 경쟁 시장의 판매자가 다소 비싼 가격을 책정할 수 있게 하지만 이윤을 지속적으로 보장하지는 않는다.
- ⑤ 독점적 경쟁 시장의 판매자가 구매자로 하여금 판매자 자신의 상품을 차별적으로 인지하고 선호하게 하면 강화된다.

(하락)

[01~05] 다음 글을 읽고 물음에 답하십시오.

이 세상에 존재하는 가장 이상적인 시장의 형태는 완전 경쟁 시장이다. 완전 경쟁 시장에서는 판매자와 구매자 모두가 시장에서 형성된 가격을 그대로 받아들이는다. 그리고 시장에서 거래되는 상품은 완전히 동질적이고, 시장에 참여하는 모든 경제 주체는 상품에 대한 완전한 정보를 갖고 있다. 그러므로 상품의 질, 광고 등 가격 이외의 수단을 통한 경쟁 가능성도 없다. 또 시장에 진입과 이탈을 방해하는 장벽 또한 존재하지 않는다. 이런 조건을 모두 갖춘 균형 상태에 교란 요인이 생기면, 단기 조정과 장기 조정을 통해 시장은 끊임없이 균형 상태를 지향하게 된다. 그런데 완전 경쟁 시장의 조건을 모두 갖춘 시장을 현실에서 찾아보기는 어렵다. 그럼에도 불구하고 완전 경쟁 시장은 현실에 존재하는 시장 형태를 평가하는 기준이 되기 때문에 언제나 경제학의 관심 대상이 된다.



〈그림 1〉

먼저 완전 경쟁 시장에서 단기 조정이 일어나는 경우부터 살펴볼도록 하자. 완전 경쟁이 이루어지고 있는 시장에서 가격(P)이 어떤 수준으로 결정되었다면, 시장 안의 개별 기업은 그 가격을 주어진 것으로 받아들이 수밖에 없다. 따라서 기업이 직면하게 되는 수요 곡선은 〈그림 1〉에서 보는 것처럼 그 가격의 수준에서 그은 수평선이 된다. 그런데 이 수평선의 y축의 값은 가격을 뜻하는 동시에 한계 수입*을 뜻하기도 하므로 이 수평선은 한계 수입 곡선이기도 하다. 시장의 형태와 관계없이 경제학에서 기업의 이윤은 한계 수입과 한계 비용*이 서로 같아지는 지점에서 극대화되므로, 이윤의 극대화를 추구하는 기업은 한계 수입 곡선과 한계 비용 곡선이 교차하는 지점에서 생산량 Q를 결정하게 된다.

(중략)

[21002-0133]

04 윗글의 ‘완전 경쟁 시장’과 〈보기〉의 ‘독점 경쟁 시장’을 비교한 내용으로 적절하지 않은 것은?

보기

독점 경쟁 시장에서는 기업마다 조금씩 다른 상품을 만들어 파는 현상, 즉 상품 차별화 현상이 나타난다. 기업들은 독특한 재료를 사용하거나, 겉모양의 디자인을 달리하는 등의 방법으로 자신의 상품을 다른 회사의 상품과 다르게 만들 수 있다. 예를 들어 같은 비누라 할지라도 어떤 것은 냄새를 좋게 만드는 데 주안점을 두는 반면, 어떤 것은 피부를 부드럽게 만드는 약용 성분을 강조해 만들기도 한다. 차별화된 상품을 생산하는 기업들은 각각 자신의 상품에 대해 어느 정도의 독점력을 보유하게 된다. 차별화된 상품들이 각각 독자적인 시장을 형성하게 되면 개별 기업이 직면한 수요 곡선은 우하향하는 모양을 갖는다. 독점 경쟁 시장에서는 기업들이 양(+)의 이윤을 얻고 있으면 다른 기업들이 이 시장으로 자유롭게 진입해 들어오기 때문에, 가격 아닌 광고나 선전 등을 통해 경쟁을 하게 될 가능성이 커진다. 이 같은 상품 차별화는 소비자의 다양한 기호에 부합하는 상품이 생산될 수 있도록 해 주기도 하지만, 충동구매, 과대광고 및 과대 포장 등 자원의 낭비를 초래할 우려도 있다.

- ① 완전 경쟁 시장과 독점 경쟁 시장에서 개별 기업의 수요 곡선은 각기 다른 모양이로군.
- ② 완전 경쟁 시장과 달리 독점 경쟁 시장에서는 상품 차별화를 통해 대량 생산을 유발하는군.
- ③ 완전 경쟁 시장이나 독점 경쟁 시장은 모두 진입 장벽이 없는 시장의 형태라고 볼 수 있군.
- ④ 완전 경쟁 시장과 독점 경쟁 시장은 모두 다수의 공급자가 존재한다는 것을 전제하고 있군.
- ⑤ 완전 경쟁 시장과 달리 독점 경쟁 시장에서는 상품 차별화 등의 비가격 경쟁이 일어날 가능성이 높겠군.

(하략)

【예시 문항 2】 국어 32~34번 세트의 지문과 문항

[32~34] 다음 글을 읽고 물음에 답하시오.

(가)

공후배필은 못 바라도 군자호구 원하더니
삼생의 원업(怨業)이오 월하의 연분으로
장안유협(長安遊俠) 경박자(輕薄子)를 ㉠ 꿈같이 만나 있어
당시의 용심(用心)하기 살얼음 디디는 듯
삼오이팔 겨우 지나 천연여질 절로 이니
이 얼굴 이 태도로 백년기약하였더니
연광(年光)이 훌훌하고 조몰이 다시(多猜)*하여
봄바람 가을 물이 베오리에 복 지나듯
설빈화안 어디 두고 면목가증(面目可憎)* 되거고나
내 얼굴 내 보거니 어느 일이 날 켜소나

[A]

(중략)

옥창에 심은 매화 몇 번이나 피여 진고
겨울밤 차고 찬 재 자취는 섶거 치고
여름날 길고 길 재 꽃은비는 무슨 일고
삼춘화류(三春花柳) 호시절(好時節)의 경물이 시름없다
가을 달 방에 들고 실술(蟋蟀)이 상(床)에 울 제
긴 한숨 지는 눈물 속절없이 험만 많다
아마도 모진 목숨 죽기도 어려울사
도로혀 풀쳐 헤니 이리하여 어이하리
청등을 돌려 놓고 녹기금(綠綺琴) 빗겨 안아
벽련화(碧蓮花) 한 곡조를 시름 좇아 섶거 타니
소상야우(瀟湘夜雨)의 뗏소리 섶도는 듯
화표천년(華表千年)의 별하이 우니는 듯
옥수(玉手)의 타는 수단 옛 소리 있다마는
부용장(芙蓉帳) 적막하니 뉘 귀에 들리소니
간장이 구곡되어 굵이굵이 끓졌어라
차라리 잠을 들어 ㉡ 꿈에나 보려 하니
바람의 지는 일과 풀 속에 우는 짐승
무슨 일 원수로서 잠조차 깨우는다

[B]

- 허난설헌, 「규원가」 -

* 다시: 시기가 많음.

* 면목가증: 얼굴 생김이 남에게 미움을 살 만한 데가 있음.

(나)

재 위에 우뚝 선 소나무 바람 불 적마다 흔들흔덕
개울에 섰는 버들 무슨 일 좇아서 흔들흔들
임 그려 우는 눈물은 옮겨니와 입하고 코는 어이 무슨 일
좇아서 후루룩 비쭉 하나니

[C]

- 작자 미상 -

32. [A]~[C]의 표현상 특징에 대한 설명으로 적절하지 않은 것은?

- ① [A]는 여성의 생활에 밀접한 소재를 활용하여 흘러가는 세월에 대한 화자의 인식을 시각적으로 표현하였다.
- ② [B]는 단어를 반복하는 구절을 행마다 사용하여 화자가 주목하는 각 계절의 특성을 강조하였다.
- ③ [C]는 두 대상을 발음이 비슷한 의태어로 표현하여 움직이는 모습의 유사성을 드러내었다.
- ④ [A], [B]는 계열적 배경을 알려 주는 시어를 활용하여 시간에 따라 화자의 처지가 달라졌음을 드러내었다.
- ⑤ [B], [C]는 대구를 활용하여 리듬감을 형성하였다.

33. ㉠, ㉡에 대한 이해로 가장 적절한 것은?

- ① ㉠은 흐릿한 기억 때문에 혼란스러운 화자의 심정을 나타낸다.
- ② ㉡은 현실에서는 화자가 문제를 해결할 수 없어서 선택한 방법이다.
- ③ ㉠은 임과의 만남에 대한 기대에서, ㉡은 임과의 이별에 대한 망각에서 비롯된다.
- ④ ㉠은 이미 일어난 일에 대해 회상하고, ㉡은 곧 일어날 일에 대해 단성하고 있다.
- ⑤ ㉠은 인연의 우연성에 대한, ㉡은 재회의 필연성에 대한 화자의 우려를 드러내고 있다.

34. <보기>를 참고하여 (가), (나)를 감상한 내용으로 적절하지 않은 것은? [3점]

—<보 기>—

(가), (나)는 이별에 대한 서로 다른 대처를 보여 준다. (가)의 화자는 외부와 단절된 채 자신의 쓸쓸한 내면에 몰입하고, 자신의 슬픔을 주변으로 확장한다. (나)의 화자는 외부 대상의 모습에서 자신과의 동질성을 발견하며 슬픔을 확인하면서도, 슬픔을 분출하는 자신의 우스운 외양에 주목한다. (가)는 슬픔을 확장하고 펼쳐 냄으로써, (나)는 슬프지만 슬픔과 거리를 둬으로써 이별에 대처한다.

- ① (가)에서 ‘실술이 상에 울 제’는 화자가 자신의 슬픔을 주변으로 확장한 것을 보여 주는군.
- ② (가)에서 ‘부용장 적막하니 뉘 귀에 들리소니’는 화자가 외부와의 교감을 거부하고 내면에 몰입하는 모습을 드러내는군.
- ③ (나)에서 화자는 ‘소나무가 바람 불 적마다 흔들’거리는 모습에서 자신과의 동질성을 발견한 것이겠군.
- ④ (가)의 ‘삼춘화류’는, (나)의 ‘버들’과 달리 화자의 내면과 대비되어 외부와의 단절감을 강조하는군.
- ⑤ (나)의 ‘후루룩 비쭉’하는 ‘입하고 코’는, (가)의 ‘긴 한숨 지는 눈물’과 달리 화자가 자신의 우스운 외양에 주목하여 슬픔과 거리를 두는 것을 보여 주는군.

EBS 교재 『수능특강 - 문학』 61~63쪽 1~3번 세트의 지문과 문항

[01~03] 다음 글을 읽고 물음에 답하시오.

- ㉠엿그제 젊었더니 하마 어이 다 늙거니
 소년행락(少年行樂) 생각하니 일러도 속절없다
 늘거야 설운 말씀 하자 하니 목이 멘다
 부생모육(父生母育) 신고(辛苦)하여 이내 몸 길러 낼 제
 공후배필(公候配匹) 못 바라도 군자호구(君子好逑) 원(願)하더니
 삼생(三生)*의 원업(怨業)이오 월하(月下)*의 연분(緣分)으로
 장안유협(長安遊俠) 경박자(輕薄子)를 꿈같이 만나이서
- [A] 당시(當時)의 용심(用心)하기 살어름 디디는 듯
 삼오(三五) 이팔(二八) ㉡겨오 지나 천연여질(天然麗質) 절로 이니
 이 얼굴 이 태도(態度)로 백년기약(百年期約)하였더니
 연광(年光)이 훌훌하고 조물(造物)이 다시(多猜)*하여
 봄바람 가을 물이 뵈오리 북 지나듯
 설빈화안(雪鬢花顏) ㉢어디 가고 면목가증(面目可憎)* 되거고나
 내 얼굴 내 보거니 어느 임이 날 필요나
 스스로 참괴(慚愧)하니 누구를 원망(怨望)하랴
- 삼삼오오(三三五五) 야유원(冶遊園)에 새 사람이 나단 말가
 꽃 피고 날 저문 제 정처(定處) 없이 나가 이서
 백마(白馬) 금편(金鞭)*으로 ㉣어디어디 머무는고
 원근(遠近)을 모르거니 소식(消息)이야 더욱 알랴
 인연(因緣)을 그쳤은들 생각이야 없을소냐
 얼굴을 못 보거든 그림기나 말으려문
- [B] 열두 때 김도 길샤 서른 날 지리(支離)하다
 옥창(玉窓)에 심은 매화(梅花) 몇 번이나 피어 진고
 겨울밤 차고 찬 제 자취는 섞어 치니
 여름날 길고 길 제 곳은비는 무스 일고
 삼춘화류(三春花柳) 호시절(好時節)에景物(景物)이 시름없다
 가을 달 방에 들고 실술(蟋蟀)이 상(床)에 올 제
 긴 한숨 지는 눈물 속절없이 험만 만타

(중략)

[21001-0049]

01 [A]~[D]에 대한 설명으로 적절하지 않은 것은?

- ① [A]: 과거를 회상하며 비유적 표현을 통해 화자의 조심스러웠던 심정을 나타내고 있다.
- ② [B]: 자연물을 묘사하여 화자의 외로움이 시간을 경과하며 계속되고 있음을 강조하고 있다.
- ③ [B]: 의문문의 형식으로 임을 기다리는 화자의 처지에 대한 한탄을 드러내고 있다.
- ④ [C]: 대상에 인격을 부여하여 어려움을 이겨 내려는 화자의 의지를 비유적으로 나타내고 있다.
- ⑤ [D]: 옛이야기 속 주인공과 화자의 처지를 대조하여 화자가 처한 상황의 비극성을 강조하고 있다.

(하략)