8-25 · 8-5 소비와 브랜드
08 경제와 일 · 교재 p.210

2026년 6월 고2 학평 39번

2026년 6월 시행 · 전국연합학력평가

① Realised the benefits of differentiation, some brands broadcast their social purpose before they do much actual good. Their marketers are ② using social purpose to boost the brand's reputation, rather than embracing the purpose itself. Making a real difference with social problems is hard enough; ③ to succeed, it has to follow from an authentic, company-wide commitment to the purpose. Otherwise the mission is just window-dressing, or what we call "purpose-washing"—similar to green-washing, where purpose-driven activities serve mainly for publicity purposes. We end up with what Anand Giridhardas describes in Winners Take All: "social purpose that just furthers the charade of elites ④ disrupting the old order without giving much back". Purpose-washing brands gain one of the benefits of social purpose, differentiation, but only for a short while. They lose out on positioning for future markets, and they might even make employees feel worse about ⑤ working for them.

1. 어법 윗글의 밑줄 친 부분 중, 어법상 틀린 것은?

① ② ③ ④ ⑤

2. 요지 윗글의 요지로 가장 적절한 것은?

① 사회적 목적을 내세우면 브랜드는 언제나 성공한다.
② 사회 문제 해결은 쉬운 일이다.
③ 목적 세탁은 직원의 만족도를 높인다.
④ 진정성 없이 사회적 목적을 홍보에만 이용하는 '목적 세탁'은 오래가지 못하고 오히려 손해를 낳는다.
⑤ 차별화는 브랜드에 이익이 없다.

2025년 3월 고2 학평 20번

2025년 3월 시행 · 전국연합학력평가

Fans who are inclined to spend a lot of time thinking about what athletes owe them as fans should also think about the corresponding obligations that fans might have as fans. One who thinks only about what they are entitled to receive from their friends without ever giving a moment's thought to what they owe their friends is, to put it mildly, not a very good friend. Similarly, fans who only think about what athletes owe them without ever thinking about what they owe to athletes have failed to take the fan/athlete relationship all that seriously. As in nearly every other area of human life, whatever special rights fans may possess are limited by _____, and fans who never think about how they can be better fans even as they confidently opine about what athletes owe them are hardly fulfilling their end of the bargain.

1. **빈칸 추론** 윗글의 빈칸에 들어갈 말로 가장 적절한 것은?

① a corresponding set of obligations
② the success of their team
③ the salaries of athletes
④ the rules of the league
⑤ the price of tickets

2. **요지** 윗글의 요지로 가장 적절한 것은?

① 선수는 팬에게 아무 의무가 없다.
② 팬은 선수가 자신에게 해야 할 것뿐 아니라 팬으로서의 의무도 생각해야 한다.
③ 팬의 권리에는 한계가 없다.
④ 좋은 친구는 받을 것만 생각한다.
⑤ 팬은 선수에게 의견을 말하면 안 된다.

2024년 10월 고2 학평 24번

2024년 10월 시행 · 전국연합학력평가

Manufacturers masterfully sow seeds of ① doubt about the adequacy of our current devices. Suddenly, the phone that was your lifeline a year ago is now a museum piece, unable to keep pace with your digital demands. And thus, the itch to upgrade begins, often before there's a ② genuine need. This cycle isn't just ③ confined to our digital companions. It spills over into almost every aspect of consumer electronics, from the self-driving car to the smart fridge. Every product seems to be on an unstoppable march towards the next version, the next generation that promises to revolutionize your life. What's fascinating, or perhaps disturbing, is the utter ④ failure of this cycle in shaping our desires. It's not so much that we want the newest device; we're led to believe we need it. The distinction between want and need blurs, shifting our financial priorities in favor of staying current with trends. For all the logical arguments against this ceaseless upgrading, the temptation remains ⑤ compelling.

1. 어휘 윗글의 밑줄 친 부분 중, 문맥상 낱말의 쓰임이 적절하지 않은 것은?

① ② ③ ④ ⑤

2. 주제 윗글의 주제로 가장 적절한 것은?

① why old phones work better
② how to repair smart fridges
③ the decline of self-driving cars
④ why consumers resist new devices
⑤ how manufacturers drive the endless cycle of upgrading

정답 및 해설

8-25 **1.**① **2.**④ · 8-26 **1.**① **2.**② · 8-27 **1.**④ **2.**⑤

8-25 · 2026년 6월 고2 학평 39번

1. ① 주절의 주어 some brands가 이점을 '깨닫는' 능동의 분사구문이므로 Realising이 알맞다. ① Realised → Realising.

2. ④ 회사 전체의 진정한 헌신 없이 사회적 목적을 홍보에만 쓰면 차별화도 잠깐이고 미래 시장과 직원 만족까지 잃는다는 것이 요지다.

8-26 · 2025년 3월 고2 학평 20번

1. ① 삶의 거의 모든 영역처럼, 팬의 특별한 권리도 그에 '상응하는 의무들'에 의해 제한된다.

2. ② 받을 것만 생각하는 친구가 좋은 친구가 아니듯, 팬도 선수에게 무엇을 해야 하는지 생각해야 한다는 것이 요지다.

8-27 · 2024년 10월 고2 학평 24번

1. ④ 놀랍거나 불편한 것은 이 순환이 우리의 욕구를 만들어 내는 데 매우 '효과적'이라는 점이다. 뒤에서 필요하다고 믿게 만든다고 한다. ④ failure → efficacy.

2. ⑤ 제조업체는 지금 기기가 부족하다는 의심을 심어, 원하는 것과 필요한 것의 경계를 흐리며 끝없는 업그레이드를 부추긴다는 내용이다.