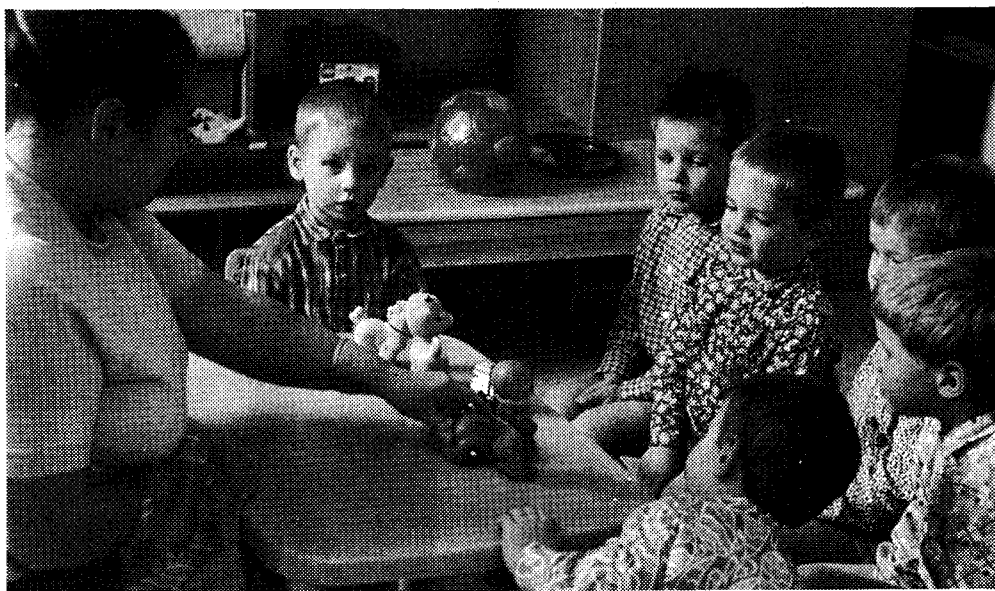


□ 지적능력 측정의 역사와 그 가능성

IQ, 전성시대는 왔다!

권준모
(교직과 교수)



▲IQ검사는 제한된 능력만을 측정해 한계를 지니고 있다. (사진제공 : 과학동아)

지능측정 학업적 능력 진단에 그쳐 다각적인 능력평가 시도 필요

많은 아이들을 선발하기 위하여 프랑스 교육부장관의 요청으로 비네(Binet)라는 심리학자에 의해 처음 만들어졌다. 그 후 미국으로 건너간 지능검사는 다양한 과학적 연구과정을 거쳐 타당성과 신뢰성을 이룩하였다. 검사의 개발과 병행하여 지능의 개념에 관한 논의가 진행되었으며, 이는 크게 구분하여 다양한 지적능력을 통제한다고 믿는 분권론적 입장과 지적인 기능은 전체적 두뇌의 속성에 의한다는 통합자의 입장이 구분될 수 있다. 지능의 일반적 요인을 믿는 통합자의 입장은 모든 분야에서 머리가 좋은 사람이 있다는 주장이다. 즉 글쓰기에 뛰어난 학생은 다른 영역의 능력도 대체로 뛰어나고 믿음으로, 앞서 언급한 과거제도의 시행의지와 유사하

다. 사서삼경 내용의 암기와 시문을 주로 시험한 과거제도는 총 43만여명의 한자를 암기하여야 하며 이는 하루 2백자씩 익힌다면 6년의 세월이 걸리는 분량이다. 유능한 관리자를 선발하려면 오히려 경제문을 시험하는 것이 더 타당하지만, 이러한 암기와 문학을 시험한 것은 지적능력의 일반적인 요인에 대한 미움이 깔려있었다고 보아야 한다. 그러나 과학적인 심리학의 연구결과들은 지능구조의 일반요인에서 다요인으로 전환하는 계기를 마련한다. 대표적 인 지능분야의 심리학자인 갈로트는 주로 인지적 영역을 중심으로 1백80개의 인간지능의 요인들을 제시하기도 하였다.

한계를 드러낸 지능측정

그러나 기존의 지능의 측정

은 근본적인 한계를 지니고 있다. 먼저 기존의 지능검사는 한정된 학업적 지능을 진단하는데 그칠 뿐이므로 아동의 학교 학습능력을 비교적 정확히 예언하는 지표는 되지만 성인이 실제 사회생활에서 활용할 수 있는 보다 포괄적인 지적능력을 보여주지 못하고 있다는 점이다. 또한 기존의 지능검사는 이미 경험하거나 학습된 지적 수준을 진단함으로써 아동이 발휘해 낼 수 있는 지적 잠재력을 보여줄 수 없다는 한계를 지니고 있다. 이와 같은 비판을 바탕으로 1980년대에 들어 미국의 가드너와 스테버그 등의 심리학자를 중심으로 지능을 다른 시각으로 개념화하려는 시도가 대두되었다. 가드너는 각종 지능검사간의 상관관계 연구, 인류학적 연구자료, 문학

적 기술 등 광범위한 자료를 종합하여 다중지능이론을 제안하였다. 스펜스(Howard Gardner)는 다중지능이론이라고도 불리는 다중지능이론은 7가지의 서로 독립적인 지능을 제시한다. 그러나 그의 7가지라는 숫자는 절대적인 숫자가 아니라, 단지 지능이 그만큼 다양한다는 의미이다. 그가 제시한 7가지 지능은 언어적 지능, 음악적 지능, 공간적 지능, 논리-수학적 지능, 공지능, 근육운동지능, 심리지능, 대인관계지능이며 이들은 각각 정보를 처리하는 기본단위로서 독립적이고 분리된 뇌의 활동을 상징한다. 그의 주장은 상식적으로 상당히 설득력이 있다. 우리 주변에는 말은 조리있게 못하지만 음악적 재능이 뛰어난 사람, 일곱자리 숫자의 곱셈을 순식간에 암산하지만 작문에는 소질이 없는 사람, 운동에는 아무 것도 못하는 사람을 얼마든지 볼 수 있다. 이러한 맥락에서 기존의 지능검사가 언어적 지능과 논리-수학적 지능의 제한된 영역만을 측정하며 지능검사의 결과가 교사들에 의해 과잉해석되어 다른 영역의 능력이 뛰어난 학생들에게 열등자라는 낙인을 찍는 악영향을 초래하고 있다. 진정한 교육은 제한된 지능검사의 결과로 학생들에게 불이익을 주는 것이 아니라, 다양한 지능의 종류 중 학생이 뛰어난 영역을 찾아내어 이를 발전시켜 주는 것이다.

감성지능 EQ도 신중히

지금 전국적인 유행병처럼 번지고 있는 감정지능도 가드너와 같은 심리학자들의 연구에서 감정에 관련된 지능(심리 지능, 대인관계지능 등)을 짜깁기하여 만들어낸 불안정한 개념이라고 볼 수 있다. 학문적인 개념정립이 부족한 감정지능은 기존의 IQ 측정의 사고방식에서 탈피하여, 다양한 지능의 가능성을 전파하였다. 공을 인정하지만, 한편으로 IQ와 같이 또하나의 오해에 의한 악용을 경계해야 한다.

학술단신

만해 문화상모집

동국대는 이달초 전대학생 및 대학원생을 대상으로 제3회 만해 문화상 공모전을 개최, 창작물, 인문사회과학 관련 논문을 모집한다. 분량은 창작물은 제한없이, 인문사회과학 논문은 80에서 100매. (02)260-3680.

태국기행문 공모

주한태국대사관은 4월1일부터 5월31일까지 태국에 대한 한국관광객 인상을 공모. 참가대상은 만18세 이상인 자로 한국어로 A4용지 5에서 10매 분량. 작문 제출시 태국에서 찍은 필자사진과 장소, 날짜를 기재 동봉해 주한대사관 정보과에 낸다. 우승자에게는

서울·방곡 왕복비행기표 1매와 상금 60만원 등을 수여.

‘규제연구’ 논문모집

한국경제연구원 규제연구센터는 4월 20일까지 ‘규제연구’에 실릴 논문을 모집. 대학원 석사 및 박사과정 재학생을 대상으로 법경제 이론에 대한 내용으로 분량은 A420매. (02)3771-0042.

영국영어연수 설명회

영국정부관광청은 3월 15일 11시부터 15시까지 조선호텔 1층 그랜드 볼룸에서 어학연수 설명회를 연다. 이번 설명회에서는 주한 영국문화원 소속 유학상담 기관인 ECS에서 초청하는 9개 사립학교가 함께 참가해 영국교육과정에 관한 다양한 정보를 제공한다. (02)723-8266.

‘유마경’ 강좌 개설

조계사불교대학 부설 경전연구원장은 오는 15일부터 매주 토요일 오후 3시에 ‘유마경’강좌를 마련한다. 수강료는 10만원에서 13만원. (02)720-1390.

건축설계 공모

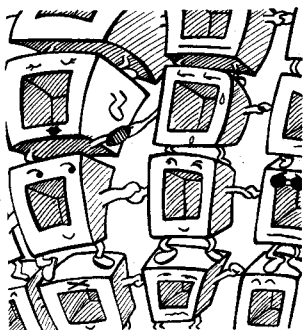
한국태양에너지화회는 4월 15일까지 ‘자연에너지를 이용한 경주고속철도역사’라는 제목으로 건축설계 공모를 접수 받는다. 접수마감은 7월 20일 이고 장소는 강남구 역삼동 604-1무역빌딩 5층 국제대학원 건축설계공모전 위원회. 건축관련 대학생 및 대학원생에 자격이 부여되며 대상에는 3천달러와 2명 해외여행비용 등의 포상도 있다. (02)567-2478, 팩스 (02)569-2446.

세시봉

최수정 취재부장

인식의 베란다에 안테나를 달아라

늦은 밤 창밖으로 뚝뚝히 박힌 아파트 불빛이 보인다. 철문 안의 작은 세계. 1.5평 발코니와 몇 개의 창문, 세상을 향한 최소한의 공간과 자신을 향한 최대한의 공간이 열린다. 아파트는 개개인으로 분자화된 현대사회를 가장 강력하게 대변한다. 옆집에 누가 사는지 알 필요도



도 아니고 보아하니 먹고 살만 할 것 같은데 뭐가 답답해서 그랬을까? 의심많은 사람들은 소용용주의니 돈키호테니 하는 말까지 서슴치 않았다. 그러나 “왜 그랬을까?” 하는 질문으로는 명쾌한 답을 얻을 수 없을 것 같다. 우리가 주시해야 할 것은 “그의 마음속 공공이”가 아니라 “왜 그랬을까?”

를 캐묻고 있는 우리자신이다. 어쩌면 우리가 궁금해 하는 것은 그 저의가 아니라 그 실천일지도 모른다. 자기 입으로도 “큰돈”이라고 말하는 거금1억을 자기 생각을 말하는 데 쓸 수 있는 용기. 나이 예순에도 활짝 열린 세상을 향한 안테나. 변화를 바라는 사람은 많지만 변화시킬 수 있는 사람이 드문 이유는 여기 있지 않을까? 그리고 잠깐 고개를 돌려 대학생이라 불리는 우리의 자화상을 바로 보자. 대학이라는 아파트에 안에서 “채널고정”을 고수하는 우리. 우리가 생각하는 것과 우리가 관심있어 하는 것들을 되돌아 쳐보자. 무엇을 인식하고 어떻게 실천해야 할 것인가? 바로 떨어져 있는 것처럼 보이는 아파트 한칸한칸이 벽과 바닥으로 이어져 있는 것처럼 나는 세상과 결코 분리될 수 없음을 알고 있는가? 알고 있다면 더 늦기전에 인식의 베란다에 가장 성능 좋은 안테나를 달자.

알 기회도 흔치 않다. 불이 나도 튼튼한 방화문이 막아 줄 것이다. 나의 관심사는 오직 내 안의 세계, 그 이외의 것은 감지하기도 느끼기도 힘들다. 그래서 일까? 사람들은 자기 눈 밖에서 벌어지는 일들에 대해서는 그 선악을 불문하고 무덤덤하게 되었다. 설사 관심을 가지고 반응한다해도 입에서 입으로 전제되지 사라질 뿐이다. 상상하지 않는다면 남의 아픔을 느낄 수 없는 시대, 우리는 현대에 살고 있다. 그래서 약간 무모해 보이기도 하는 그의 시도가 많은 이들의 관심을 끄는 지도 모르겠다. 재이손의 이영수 사장. 94년 금융실명제 실시 때 “모든 거래는 수표로 결제해 검은 돈의 흐름을 막자”는 의견광고를 내고 올해 들어 노동계 총파업과 한보 사태와 관련한 의견 광고를 두 번이나 냈던 사람.

“왜 그랬을까?” 대개의 사람들이 고개를 가우뚱 거렸다. 자신의 생사가 달린 일을

□ EQ적 생활법

1. 적극적으로 꿈꾸라!

우리는 어떤 일에 자신이 지닌 힘을 모두 사용하지 않았다고 느낄 때가 많다. 순간적으로 큰 힘을 낼 수 있지만 이를 지속하지는 못하는 것이다. 그것은 비판적인 생각과 불안한 마음으로 인해 스스로가 힘의 출구를 막고 있기 때문이다. 힘이 쉽게 나와 활성화되기 위해 우리가 해야 할 일은 꿈을 간직하는 것이다. 꿈을 갖는 것은 꿈을 이루기 위한 첫걸음이다. 꿈을 이룰 수 있느냐 없느냐는

그다음 문제다.

2. 꿈은 방법을 원한다.

꿈을 가지고 나서 즉시 자기의 잠재적 가능성을 끌어냈으면 곧바로 꿈과 현실을 이어주는 다리를 만들어야 한다. 고도로 세분화된 세상에서 명확하고 신중한 목표를 설정하지 않으면 꿈을 실현시키기 어렵다. 마음먹은대로 진행되지 않더라도 단념하지 말고 목표를 계속 추구하라. 그리고 목표에 도달

한 자신의 모습을 단순한 동상을 넘어 뚜렷하게 그려보라. 자신의 소망이 실현된 상태, 즉 비전이 명확하면 성취동기는 배가된다. 다음속에 소망을 향한 싸이 트면 힘과 자신이 넘치고 자신이 넘을 수 있는 장애의 단계가 높아진다.

3. 행동이 꿈을 이룬다.

구슬이 서말이라도 꿰어야 보배. 꿈을 지니고 목표를 설정했다면 행동을 시작하자. 그러나 명석같이 놓으면 못한다는

말처럼 대개의 사람들은 마음속으로 하고 싶었던 일도 막상 행동으로 옮기려면 망설이는 경우가 많다. 이때일수록 단호해야 한다. 이 단계에서는 더 생각한다고 좋은 결론이 나오지 않는다. 걱정 말라. 일단 시작하면 힘이 솟는다. 하지만 시작하기를 미루려다가는 내부의 힘만큼 좌절감도 높아질 것이다.

4. 생각한 그대로 된다.

“나는 내가 생각하는 그대로

꿈꾸는 자여! 그대는 얻을 것이다.

의 사람이다”라는 말이 있다. 우리는 우리가 생각하는 사람이 될 가능성이 아주 높다. 왜냐하면 생각이 행동을 낳고, 행동이 습관을 낳고, 습관이 성격을 낳기 때문이다. 부지런하기를 원한다면 “나는 부지런하다”고 되뇌어라. 의지력을 강해지기를 원한다면 “나는 강할 수 있다, 나는 나를 이길 수 있다”고 되뇌어라. 그렇게 생각하면 그렇게 된다. 할 수 있다고 생각하면 할 수 있다.

참고자료: ‘EQ적 생활법’ 빈센트 필 저 무크 창고

(정리: 강재은 기자)

DW 97-PROJECT 개시!

김백호팀장의 광고수첩

●현재경제상황: 위기일발!

- ▶국제정치는 호전중
→우리경제는 불경기
→아시아의 용에서 이무기가 될 우려

●광고주 현위치: 광목랑 성곽 ⇒ 또다시 경영의 모범주

경쟁사	광고주
▶매출목표 하향, ▶투자비 축소 ▶인력 절감 등	▶유일하게 목표 초과 달성에도 불구하고 2의 관리혁명을 실행 국가경제 회생위한 소비재 수입 증대 수출증대 위한 효율성 증대
▶세계화의 초보단계	▶경쟁사가 벤치마킹하는 상황! ▶세계경영기반의 확립

●세계화: 세계경영의 완성단계

- ▶지난 30년동안 해외시장개척과 미수교국진출 등 신규시장개척을 선도, 그 결과
→ 작년 수출액 131억 달러 기록 (한국 전체수출의 10%에 해당)
→ 해외사업장이 450여개로 증가
→ 2000년까지 138조원의 매출과 해외거점 1천여개, 전세계 대우가족 35만명

●기업문화: 진취적 기상, 소명의식

- ▶창조! 끊임없이 새로운 것을 추구하는 지혜롭고 건설적인 사고
- ▶도전! 기필코 자신의 목표를 성취해내는 용감하고 개척적인 의지
- ▶희생! 대아와 대의를 위해 스스로 열성을 다하는 헌신적인 용기

베리리리... 베리리리...

대우광고를 알고 있는 선연의 김백호팀장은 베베소리에 화들짝 잠에서 깨어나고 말았다. 3일 전 광고주인 대우로부터 96년의 개략적인 경영실적 브리핑을 받고 97년 대우그룹광고기획을 위한 기초작업에 들어간 이후, 그야말로 고민의 무아경지에 들고 만 김부장. 어쩌자고 그 좋은 경영성과를 두고도 광고에서 자랄을 자제하려 하는지, 한국경제위원회의 동참차원임을 이해하면서도 대행사 입장에서는 안타깝기가 그지 없다. 뿐만아, 도대체 지금이 어느 시대인데 회생을 이야기하는가 말이다. 광고주의 경영철학이 존경스럽기는 하지만 곤혹스러움을 어찌할 수 없다... 도대체 누가 좋아했는가 말이다, 회생을?

더구나 올해는 대우 창립 30주년이 아닌가? 우리말 우리글로 공부한 첫 세대로서 후손에게 선전국을 물려주고 싶다는 일념에 냉전시대에도 겁없이 미수교국에 뛰어들어 새로운 시장을 개척해 왔던 기업, 그리고 이제는 세계 유수기업으로부터 세계경영을 벤치마킹 당하는 기업, 그 대우의 30주년인 것이다. 어떻게 하면 이런 시간들을 비장하지 않게, 그리고 신세대들에게 거부감 없이 전달할 수 있을 것인가? 아무래도 60, 70년대식 국가재건광고를 만들게 되거나 앉을까 식은땀이 흐르는 시간들이다. 우리의 불쌍한 김백호팀장은 이런저런 고민에 이들을 꼬박 새우고 잠이 들었던 것이다.

(다음 편으로 계속...)

대우가족



세계경영, 다음세대와의 약속입니다.