READY 내면 感 잡기 교실 좌석표

- classroom seating table

《1》 내가 South Milwaukee의 각 교실에서 한 첫 번째 일 중 하나는 학생들을 알아보기 위한 보조물로 그들의 이름을 적은, 학생들의 좌석표를 그리는 것이었다.

《2》 내가 있었던 첫째 날 1학년 교실에서 점심시간에 한 무리의 학생들이 다가와 그 좌석표를 보고는 내가 그린 그림에서 자신의 이름을 찾기 시작했다.

《3》 한 학생이 "선생님 이름은 어디 있어요?"라고 말하더니, 내 이름을 적은, 책장 옆 내가 앉아 있던 의자를 대략 그린 그림을 내가 포함하고 나서야 비로소 흡족해했다.

《4》 나는 내가 포함될 필요가 있다는 생각을 하지 못했었다.: 어쨌든 나는 내가 어디 앉아 있는지 알고 있었고, 내 이름을 알고 있었다.

《5》 하지만 그녀에게는 교실에서의 나의 존재가 그날 일어난 가장 새롭고 가장 주목할 만한 일이었으며, 나를 포함시키는 것이 타당했다.

《6》 그녀의 관점은 내 관점과 달랐고, 그 결과 교실의 다른 좌석표가 나왔다.

GET SET 수능 感 잡기 심리학 연구에서 과학적 방법의 어려움과 이점

- The Difficulty and Benefits of Scientific Methods in Psychological Research

《1》 심리학 연구자들은 인간의 행동을 설명하는 데 도움을 주고 예측할 수 있는 연구를 수행하기 위해 과학적인 방법을 따른다.

《2》 이것은 달팽이나 음파를 연구하는 것보다 훨씬 더 어려운 일이다.

《3》 그것은 자연적인 환경보다 실험실 내에서의 행동을 검사하는 것, 그리고 모집단의 진짜 대표적인 예에서 데이터를 모으기보다 (심리학 입문을 공부하는 학생들처럼) 손쉽게 구할 수 있는 사람들에게 참여하도록 요청하는 것과 같은 절충이 흔히 필요하다.

《4》 사람들의 생각을 바꾸는 것, 즉 반응성이라 불리는 것 없이 그들이 생각하고 있는 것을 이해할 방안을 생각해 내는 것은 흔히 대단히 교묘한 솜씨가 필요하다.

《5》 단지 자신들이 관찰되고 있다는 것을 아는 것은 사람들이 (더욱 공손하게 하는 것처럼!) (평소와) 다르게 행동하도록 유발할 수 있다.

《6》 사람들은 자신들의 실제 생각보다 더 사회적으로 바람직하다고 생각하는 답을 할 수도 있다.

《7》 그러나 심리학에 대한 모든 이러한 어려움에도 불구하고, 과학적인 방법의 이점은 연구 결과가 반복 가능하다는 것이다.: 즉 같은 절차를 따르면서 같은 연구를 다시 진행하면, 같은 결과를 얻을 가능성이 매우 클 것이다.

GO 수능 대왕 급 多 잡기 01 영국인들의 사생활 규칙

- the rules of privacy for the English

《1》 영구다움에 관한 규칙 중 몇몇을 발견하기 위해 수년 동안 참가자 관찰 연구가 필요한 것은 아니다.

《2》 예를 들어 사생활 규칙은 매우 명백해서 심지어 그 나라에 발을 닫지 않고도 헬리콥터에서도 그것을 발견할 수 있을 것이다.

《3》 영국의 어떤 마을 위에서든지 몇 분 동안 공중을 맴돌면, 주택가가 거의 전적으로 줄줄이 늘어선 작은 상자들로 이루어진 것을 볼 수 있는데, 각각은 작은 초록색 부분을 가지고 있다.

《4》 그 나라의 몇몇 역에서 그 상자들은 회색빛의 색깔일 것이고, 다른 지역에서는 일종의 적갈색일 것이다.

《5》 더 부유한 지역에서 그 상자들은 더 멀리 간격이 떨어져 있을 것이고, 그것들에 붙어 있는 초록색 부분은 더 클 것이다.

《6》 그러나 그 원칙은 분명할 것이다.: 즉 영국인들은 모두 자신의 개인적인 작은 초록색 부분이 딸린 그들의 개인적인 작은 상자에 살고 싶어 한다.

GO 수능 내신 둘 多 잡기 02 적극적으로 듣고 적극적으로 말해야 할 필요성

- The need to listen and speak actively

《1》 대화가 활기를 주고 일관되게 하기 위해서 참여자는 적극적으로 듣는 사람이 되어야 할 뿐만 아니라 적극적으로 말하는 사람도 되어야 한다.

《2》 반드시 대화에서 두 가지 모두를 하라.

《3》 반드시 여러분이 요약된 형태로 자신의 생각을 제시한 후 상대방에게 대화의 공을 던져라.

《4》 몇몇 사람들은 자신의 견해를 장황하게 설명해야 한다고 느낀다.

《5》 이것은 보통 상대방에게 불필요하고 혼란스러우며 심지어 지루하기까지 하다.

《6》 먼저 전체적인 상황을 표현하는 것이 더 좋고, 만약 상대방이 더 알고 싶어 한다면, 여러분은 언제나 세부 사항을 자세히 알려 줄 수 있다.

《7》 언급과 질문을 관련 없는 세부 사항보다 목적에 집중되게 하면 여러분은 요점을 벗어나지 않을 것이다.

《8》 이렇게 하면 여러분은 여러분의 말을 듣는 사람을 혼란스럽게 하거나 지루하게 하지 않을 것이다.

60 수능 대비 듣 多 잡기 03 익숙함과 호감도의 관계

- The Relationship between Familiarity and Favoriteness

《1》 대부분의 사람들이 그것을 깨닫지 못하지만, 여러분이 어떤 것이나 어떤 사람을 얼마나 좋아하는지에 대한 가장 강력한 예측 변수 중 하나는 단순히 익숙함이다.

《2》 사람들이 전에 보았던 것들을 좋아하는 것은 당연할 뿐이다.

《3》 이런 종류의 과정은 대체로 무의식적이기 때문에, 어떤 것을 더 좋아하기 위해 전에 그것을 본 적이 있다는 사실을 알 필요는 없다.

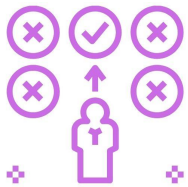
《4》 예를 들어, 한 연구에서 연구자들은 한 특정한 학생이 방문자로서 여러 강의 과정에 참여하는 횟수를 다양화했다.

《5》 학기 말에, 그 서로 다른 여러 수업에 참가한 학생들에게 그 방문자의 사진이 제시되었고, 그들은 그 사람이 얼마나 호감 가는 것처럼 보이는지 질문을 받았다.

《6》 비록 그 학생들 중 '아무도' 그녀를 수업 중에 본 적이 있다고 의식적으로 기억해내지 못했지만, 그녀가 그들의 수업에 겨우 다섯 번 또는 그 이하로만 참석했었을 때보다 그녀가 그들의 수업에 열 번에서 열다섯 번 참석했었을 때 그 학생들은 그녀를 상당히 더 호감 가는 것으로 평가했다.

GO 수능 내신 둘 多 잡기 04 소비자가 브랜드를 선택하는 기준

- The criteria for consumers to select a brand



《1》 브랜드는 죄책감, 증오, 공포, 불안감, 분노, 슬픔, 수치심, 그리고 탐욕 같은 부정적인 감정뿐만 아니라, 사랑, 기쁨, 자부심, 그리고 의기양앙과 같은 긍정적인 감정과 관련될 수 있다.

《2》 이 감정은 특히 소비자들이 그것들을 팔 물건과 관련이 있다고 인식할 때 상기되어 결정 과정에서 중심적인 역할을 할 수 있다.

《3》 이 정서적인 처리는 빈번하게 경험에 근거를 둔다.

《4》 다시 말해서, 소비자들은 과거의 경험과 그 관련된 감정을 기억하는 것에 근거하여 선택할 수 있는 것을 고른다.

《5》 소비자들이 기억 속에 있는 브랜드들 중에서 선택할 때, 그들은 정보를 처리하기 위해 더 열심히 노력해야 해서 그들의 감정은 상당한 영향력을 지닌다.

《6》 그에 반해서, 그들이 광고의 정보나 다른 외부적 자극에 근거하여 브랜드 중에서 선택할 때, 그들은 감정보다 팔 물건의 속성에 더 많이 집중할 수 있다.