

B. 소비자교육 및 상담

‘녹색소비’ 교육에서 활용할 수 있는 기능성보드게임 개발

김정훈(원광대학교 가정아동복지학과 교수)

1. 연구의 필요성

보드게임이란 여러 명이 보드나 카드, 게임말을 이용해서 규칙에 따라 승리를 목적으로 하는 아날로그방식의 게임이다. 이는 메소포타미아 문명로부터 거슬러, 피라미드시대의 ‘세테트’, 중국의 고 (바둑), 전 세계적으로 퍼져 발견되고 있는 망칼라의 다양한 버전, 그리고 우리나라 신라시대 포석정의 놀이로 알려진 주령구부터 조선시대 승경도, 성불도 등 보드게임은 시대와 지역을 불문하고 사람들에게 보편적 놀이문화였다.

원래 성불도는 부처님의 가르침과 육도윤회를 중심으로 스님들이 불도를 정진함을, 승경도는 양반자제들에게 벼슬길에 나아가기를 힘든 과정에서 놀이의 즐거움을 더하여 견뎌내고자 한 놀이였다. 이와 같은 의미에서 보드게임은 단순한 재미를 위한 놀이일 뿐아니라 충분히 교육적 효과를 얻을 수 있는 훌륭한 교육도구로서의 근원적 장점을 갖고 있다는 것이다.

그러나 지금까지 보드게임은 교육적 도구로서의 활용에 그다지 주의를 얻지 못했으며, 따라서 그에 대한 연구도, 개발도 이루어지지 못했다. 따라서 보드게임이 가진 놀이자들에 대한 흥미성, 친숙성, 승부욕, 자율성을 학습적 효과로 연결시켜 보다 효과적이고 효율적인 교육을 위해 기능성 보드게임 개발이 요구된다.

2. 연구목적

본 연구의 목적은 환경보존, 지속가능사회, 또는 녹색소비를 주제로 하는 프로그램에서 활용할 수 있는 교육적 기능성 보드게임을 개발하고자 한다. 이와 같은 주제의 교육은 학교 뿐 아니라 사회교육에서도 폭넓게 이루어지고 있으므로, 연령적으로 10단위의 계산이나 문해가 가능한 연령이면 누구나 사용할 수 있으며, 수나 문해 능력이 부족한 경우 지도자나 부모나 더 나이가 높거나 수와 문해능력이 있는 게임자와 같이 게임을 하면 게임의 내용은 쉽게 이해할 수 있도록 폭넓은 교육 대상자들이 활용할 수 있게 하였다.

3. 관련연구

지금까지 보드게임의 활용과 관련한 연구들은 국어나 영어, 수를 주제로 한 연구영역들에서 관심을 가졌으며, 심리적 문제나 기능적이 취약자들에게 기존의 보드게임을 활용하여 문제를 해결하는데 관심을 가진 연구들이 이루어져 왔다. 그러나 보드게임을 활용한 소비자교

육 프로그램 개발 연구는 학술연구정보시스템 (<http://www.riss.kr/index.do>)의 검색결과 발견되지 않았으며, 경제교육과의 연관성 검색에서는 학위논문에서 3편 (김태일, 2016; 서민혜, 2005; 조영욱, 2010)이 검색되었다. 환경, 녹색소비, 지속가능사회를 검색한 결과는 1편의 논문발표 (서윤진 외, 2010)가 검색되었다. 그 외 윤리적 소비 관련 보드게임 개발 (김정훈, 2014)과 보드게임을 교육프로그램에서 활용하는 방법을 논의한 연구 (김정훈, 2014)가 있다. 이것은 보드게임의 교육도구로서의 유용성에도 불구하고 지금까지 소비자교육에서는 교육도구로서 주의를 기울이지 않았다는 것을 뜻한다. 이것이 본 연구의 필요성을 말해주고 있는 것이다.

4. ‘녹색소비’ 교육용 기능성 게임 개발

본 연구는 환경과 지속가능사회, 녹색소비관련 교육에서 활용할 수 있는 기능성보드게임을 개발하기 위해 게임목표 설정, 게임 테마선정, 게임 대상 선정, 게임 형태 결정, 게임 메커니즘 결정, 게임규칙 결정, 시안제작, 테스트플레이, 규칙 수정 및 보완, 룰북 작성, 디자인 확정 등의 과정을 거쳐 2개의 교육용기능성 보드게임을 ‘우리땀에 아픈 지구친구’와 ‘지구생태수비대’를 개발하였다.

두 보드게임은 모두 보드판 형태이며, 다양한 연령층에서 사용할 수 있고, 환경과 관련하여 소비자들의 소비실천을 중심으로 하여, 게임을 통해 소비가 환경에 미치는 영향을 인지하고, 스스로 자신들의 소비행동에 변화를 가져올 수 있도록 하고자 하였다.

‘우리땀에 아픈 지구친구’는 우리가 소비한 물품들이 썩는 기간이 얼마나 걸리는지를 중심으로 하고 있으며, 게임의 칸을 지나면서 소비결과 물품의 썩는 기간을 더해가고, 중간 중간 게임상의 지구찬스를 통해 그 물품대신 어떤 소비를 실천할 수 있는가 또는 어떤 노력을 해야 하는 가를 통해 자신이 지구환경에 미치는 부정적 시간들을 줄어나가 가장 적게 부정적 영향을 미치는 사람이 이기는 게임이다. 이 게임은 이기는 것이 목적이 아니라 게임자들이 자신들이 버린 소비재들의 썩는 기간이 얼마나 길고, 자신이 어떤 영향을 미치고 있는지를 알게하고자 하는 것이다.

‘지구생태수비대’는 윗놀이와 같은 놀이 방식으로 지구생태를 보존하기 위해 구체적으로 자신들이 어떤 소비생활을 해야하는 지를 긍정적, 부정적 소비행태를 통해 인식하여 소비행태를 변화시키고자 하는 게임이다.

액션러닝을 활용한 녹색소비교육이 초등학생의 녹색소비역량에 미치는 효과 - 초등학교 4학년을 중심으로 -

오진숙(제주대학교 가정관리학과 박사과정)

김정숙(제주대학교 생활환경복지학부 교수)

현재 초등학교에서의 녹색소비교육은 고학년 대상의 실과교육 중심으로 경제생활 및 환경 문제에 관련된 내용으로 치우쳐 있으며, 구매-사용-처분의 단계에서 실천해야 하는 세부 내용에 대해서는 거의 다루어지지 않고 있다. 지속가능한 사회를 이루기 위해서는 초등학생들의 가치와 태도의 변화에서 실천으로 이르게 하는 녹색소비교육 형태로의 전환이 필요하다.

초등학생 시기에 형성된 녹색소비역량은 성인기 소비자행동에 영향을 미치므로, 초등학생을 위한 녹색소비교육을 계획하고 실시하는 데 있어서 녹색소비역량을 우선적으로 고려해야 할 필요가 있다.

이에 본 연구에서는 보다 효율적이고 실천적인 녹색소비교육이 이루어 질 수 있도록 액션러닝을 활용한 녹색소비교육 프로그램을 개발하고, 개발된 교육프로그램이 초등학생의 녹색소비역량에 유의한 영향을 미치는 지를 분석하고자 하였다.

이러한 연구결과는 초등학생들의 녹색소비역량을 파악하고, 초등학생들의 녹색소비역량을 함양시키는 소비자교육을 실시하거나 교육프로그램을 개발하는데 기초자료로 제공될 수 있을 것이다.

연구목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 절차를 토대로 본 연구를 수행하였다

개발된 교육프로그램은 선행연구를 기초로 녹색소비역량 구성 틀과 구성 지표를 도출하여 녹색소비역량의 구성 체계를 형성하였으며, 이를 기반으로 녹색소비교육 내용을 구성하였다. 교육프로그램은 총 13차시로 교육활동 6차시, 팀 활동 7차시로 구성하였다. 교육활동은 교육 프로그램 및 진행방법에 대한 이해와 녹색소비에 대한 사전 배경 지식함양을 위한 환경문제의 원인 및 심각성, 녹색구매·사용·처분의 개념과 실천방법, 녹색실천 확산을 유인하는 활동 등에 대한 내용으로 구성하였다. 팀 활동은 과제 중심의 활동으로 구성하였다. 과제는 ‘학교 내에서 녹색소비 실천을 확산시킬 수 있는 활동’으로 범위를 설정하였으며, 과제 선정 및 현장탐색, 원인파악 및 해결방안 모색, 실행계획 및 수립, 제작 및 실행, 발표의 5단계로 구성하였다.

교수-학습 자료는 마음열기(Ice-Breaking), 동영상, 활동지, OX 퀴즈, 숨은 그림 찾기, 게임 및 도구 등을 개발하였으며, 차시별 과제를 제시하여 자기주도 학습이 이루어지도록 구성 하였다

개발된 교육프로그램의 효과 검증을 위하여 학습현장에 적용하였다.

제주시에 위치한 S초등학교 4학년 50명(실험집단 n=25명, 비교집단 n=25명)을 대상으로 실시하였다. 실험집단은 과학 동아리 1개 반으로, 개발된 교육프로그램을 진행하였다. 비교집단은 4학년 1개 반으로 학교 교과과정 외에 다른 어떤 프로그램도 실시하지 않았다. 실험처치는 2014년 9월 23일 ~ 12월 23일까지 13주 동안 총 13회기를 실시하였다. 활동 시간은 창의적 체험활동 시간을 이용하였으며, 1차시 40분 동안 진행되었다.

개발된 교육프로그램이 학생들의 녹색소비역량에 유의한 영향을 미치는 지를 분석하기 위하여 실험집단과 비교집단의 사전-사후 검사를 실시하여 측정 자료를 수집하였다. 실험집단의 경우, 차시별 학습내용에 대하여 배운 점, 느낀 점, 실행다짐을 성찰지에 작성하도록 하여 학생들의 변화에 대한 정보를 수집하였다.

측정도구는 선행연구를 기초로 작성하였으며, 총 46문항으로 구성되었다. 녹색소비역량을 구성하는 내적역량 14문항, 외적역량 6문항, 실천역량 12문항으로 구성하였으며, 응답 방식은 5점 Likert 척도를 이용하였다. 이를, 교직경력 5년 이상의 초등 교사 3인과 소비자 교육 전문가 1인으로부터 내용타당도를 검증받았다.

수집된 자료는 SPSS 18.0 Program을 이용하여 분석하였다. 실험집단과 비교집단 간의 녹색소비역량의 동질성 검증을 위하여 독립표본 t-검증을 실시하였으며, 실험 처치 후 녹색소비역량에 유의한 영향을 미치는 지를 분석하기 위하여 종속표본 t-검증을 실시하였다. 정량적 결과를 보완하기 위하여 성찰지를 이용한 정성적 분석을 실시하였다.

연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 액션러닝을 교수-학습법으로 활용한 녹색소비교육 프로그램 및 다양한 교수-학습자료를 개발하였다.

둘째, 2007개정 교과과정에 의거한 일반 수업을 진행한 비교집단의 녹색소비역량 점수는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았으나, 개발된 교육프로그램을 진행한 실험집단의 녹색소비역량의 점수는 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다.

셋째, 정성적 분석 결과, 소비생활과 지구환경과의 관계, 녹색소비 실천 리더 역할에 대한 인식을 하였을 뿐만 아니라, 녹색소비 실천 다짐을 통해 노력하려는 의지를 보였다.

결론적으로 본 연구에서 개발된 액션러닝을 활용한 녹색소비교육 프로그램은 초등학교 4학년 학생들의 녹색소비역량 함양에 유의한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 이러한 결과는 교육을 통해 학생들이 ‘녹색소비’를 주체적으로 실천할 수 있는 능력을 함양시켜 녹색생활을 영위하는 데 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

따라서 초등학교에서의 녹색소비교육이 보다 활발하게 이루어지기 위해서는 액션러닝을 녹색소비교육의 교수·학습방법으로 적극 활용하고, 프로그램을 체계적으로 실시하기 위한 방법을 개발하는 후속 연구가 이루어져야 할 것이다.

전래동화의 소비자교육 활용을 위한 개념분석

김정훈(원광대학교 가정아동복지학과 교수)

1. 연구의 필요성

소비자교육은 소비자가 경제사회에서 소비자 능력으로서 지식, 태도, 기술을 증대시킴으로써 개인적, 사회적 존재로서 자아를 실현하고, 개인 뿐 아니라 사회의 복지 향상에 그 목적이 있다. 이를 위해 어린 소비자들은 소비자 사회화를 통해 이런 소비자로서의 역량을 키워가게 되는데, 가정, 학교, 사회는 이런 소비자 사회화의 중요한 장이 된다. 이러한 소비자 교육의 목적을 실현하기 위해 소비자교육을 활성화시킬 수 있는 소비자교육 자료 및 프로그램 개발이 요구된다. 소비자교육의 활성화를 위한 프로그램들에서는 보다 창의적이고, 활동적으로 학생들이 학습할 수 있기 위해 극놀이, 신문활동, 토의, 체험학습 등의 활용을 제안하고 있다. 유아 소비자교육에서는 특히 동화의 활용을 제안한 연구들이 상당수 발견되며, 초등교육에서도 동화를 사회과 교육에서 활용함을 제안한 연구들이 있다. 이들은 주로 그림동화를 그 대상으로 하고 있는데, 동화는 그 내용이 어린 학생들에게 적합하다고 생각하기 때문인 것으로 생각된다.

그런데 전래동화는 ‘어떤 민족이나 지방에서 예로부터 전해 내려오는 이야기의 형식을 취하는 것’으로 선조들의 공동참여에 의해 세대에서 세대로 전해지면서 우리 민족의 생활, 이상, 가치관, 정서를 담고 있다. 따라서 어떤 이야기보다 부모나 교사, 그리고 자녀나 학생 모두에게 친숙하며, 교사가 현재의 학생들과 같은 시절의 동화에 대한 인식 경험을 공유할 수 있어 더 없이 좋은 교육 도구가 될 수 있다.

따라서 본 연구는 우리나라 전래동화가 어린이 소비자 교육 도구로서의 활용성을 밝히기 위해 이들 동화 속 소비, 경제생활 개념들을 분석하고자 한다.

2. 소비자교육의 내용 기준

소비자교육의 내용기준은 여러 연구들에서 다음과 같이 제시되고 있다; 의사결정 (의사결정과정, 영향요인들), 자원관리(재정계획, 구매, 보존), 시민참여 (소비자보호, 소비자운동) (Bannister & Monsma, 1985), 소비자정보기술, 구매의사결정, 재무관리, 소비자주의 (배윤정 & 김기욱, 2000), 돈의 개념, (화폐인식), 의사결정, 돈벌기, 돈모으기, 나눔과 배려, 돈쓰기 (김정훈, 2003), 소득, 자금관리, 지출과 신용, 저축과 투자 (JumpStart), 희소성, 선택, 제화와 서비스, 기회비용, 자원, 생산요소, 물물교환, 상호의존, 화폐, 생산자와 생산, 소비자, 전문화, 노동분업, 생산성, 시장, 가격, 공공재, 경제체제, 시장경제, 소득순환, 거래와 교환, 생산요소, 투자, 상충관계, 수요와 공급, 균형가격, 경쟁, 생산비, 이윤, 기업가, 인텐티브, 세금, 실업 (한진수, 2003)을, 합리적인 의사결정자, 똑똑한 소비자, 생산적인 근로자, 사려깊은 참여자, 세계 경제 참여자 (전국경제인연합회, 2006)를 제시하였다. 한편 소비자교육 관련 학교 교과 과정을 살펴보면, 제7차 초등학교 사회과 교과과정에서는 경제문제, 소비, 직업과 근로, 생산,

시장, 경제체제, 화폐와 금융, 재정, 국제경제, 경제성장, 중학교 도덕 교과과정에서는 생활 속의 경제윤리- 건전한 소비와 절약하는 생활에서 소비문화의 다양한 모습, 합리적인 소비생활 기준제시, 절제와 절약하는 생활 실천을, 고등학교 시민윤리에서는 경제생활과 직업윤리 과정에서 경제윤리의 중요성확립, 변화하는 노사관계 속에서 기업과 근로자 윤리 정립, 전문영역별 건전한 윤리의식 확립을 제시하고 있다(이철훈,2008).

3. 소비자교육을 위한 전래동화 내용 분석

위의 다양한 소비자교육 내용을 중심으로 전래동화들을 분석한 연구 결과는 다음과 같이 정리될 수 있었다;

고삿섬과 고삿들 : 자산, 교환, 가치, 가계관리, 노동, 인간자원 등/ 기름바른 강아지 ; 기업가, 전문화, 생산, 소득, 투자, 기회비용, 선택, 경제제, 소비재 등/ 나무그늘 임자 ; 서비스, 만족, 기회비용, 가격상승, 공공재, 소유권과 사용권, 천연자원 등/ 냄세 맡은 값 ; 기업가, 생산재, 소비재, 만족, 생산비용, 소비자와 생산자, 소득 등/ 떡자루와 돈자루 ; 임금, 저축, 자원, 희소성, 욕구와 가치, 재화, 선택 등/ 말내기 장기 한판 ; 재화, 서비스, 의사결정, 교환, 기술, 인간자본, 이자 등/ 임금님 밥상 ; 상호의존, 인간자원, 전문화, 직업, 상품의 질, 인센티브, 소비재, 중간재 등/ 저승빔 ; 나눔, 저축, 빌립, 윤리 등/ 나막신과 여물통 ; 고객, 주문제작, 생산재, 가격, 소비자가격, 약관, 욕구, 품질 등/ 한심한 술장사 ; 사업, 경영방침, 출자금, 무한책임, 사업가, 상품, 가격 등/ 남산이 우리 정원 ; 외부효과, 내부효과, 지역사회 등/ 새끼꼬기 ; 노사관계, 고용, 임금, 인센티브, 노동, 소득 등/ 금두꺼비와 3천냥 ; 대부, 담보, 정보, 원금, 이자, 거래윤리, 계약, 노동, 자본, 재산 등/ 돈귀신 ; 직업, 소유권, 자산, 대안, 의사결정, 공공재, 기부, 소비, 나누기 등/ 도깨비 친구 ; 재화, 직업, 노동, 인간자원, 판매자, 교환, 기회비용 등/ 방귀쟁이 새색시 ; 인간자원, 전문성, 생산성 등/ 호랑이 웃음 ; 기회비용, 선택, 기회, 욕구 등/ 콩 한톨 사경 ; 노동, 임금, 고용, 소득, 복리 등/ 쌀나오는 바위틈 ; 공공재, 나눔, 경제윤리 등/ 며느리 고르기 ; 기업가 정신, 저축, 가계관리, 사관계, 노동, 창의성 등/ 조왕신과 며느리 ; 선택, 기회비용, 가계관리, 자산축적 등/ 부자되는 길 ; 선택, 기회비용, 가계관리, 자산축적 등/ 닭값과 봉값 ; 가격, 생산비용, 이윤, 상거래 윤리 등/ 내년이면 장담 ; 임대료, 절약, 투자, 생산비용 등

중·고교 교과서 내용별 소비자 교육에 따른 대학생의 소비가치에 관한 연구

김현정(대구가톨릭대학교 가족소비자학과 박사과정)

유두련(대구가톨릭대학교 가족소비자학과 교수)

본 연구의 목적은 중1에서 고1까지의 중·고교 가정과 교과서 내용별 소비자교육에 따라 대학생의 소비가치가 어떠한지를 알아보고자 하는데 있다. 이를 위해 일반적 특징에 따라 소비자교육 내용별로 어떠한 하위영역으로 구성되어있으며 각 하위영역별로 차이가 있는지 알아보고, 소비자 교육내용별로 소비가치와 어떠한 상관관계가 있는지를 분석하였으며, 각 하위영역별 소비자교육 인지수준에 따라 집단별로 소비가치에 차이가 있는지 알아보았다. 이를 통해 소비자교육 내용별로 하위영역(소비자문제 및 해결교육, 합리적 소비자교육, 소비문화교육, 소비자 의사결정교육)의 경향을 자세히 살펴보고, 어떤 소비가치(차별성, 과시성, 경제성, 윤리성, 심미성, 자기중심성)와 소비자교육이 상관관계가 있는지 살펴보았다. 또 소비자 교육 내용별 인지수준에 따라 집단별로 소비가치에 차이가 있는지를 알아봄으로써 올바른 가치형성을 위해 강화되어야 할 학교교과서 소비자교육 내용을 밝히고자 한다. 이를 위해 대구·경북지역 4개 대학교에 재학 중인 대학생을 대상으로 설문지 조사를 통하여 진행하였으며, 총 555부가 분석에 사용되었다. 연구문제 분석을 위해 기초통계 및 요인분석, 신뢰성 검증, t-검증, 다변량 분석, Duncan test를 통한 사후검증을 실시하였다. 연구결과 및 시사점은 다음과 같다.

첫째, 소비자교육 내용별로 어떠한 하위영역으로 구성되어 있으며 각 하위영역별로 일반적 특징에 따라 차이가 있는지 알아본 결과 소비자문제 및 해결교육에서는 부모의 영향과 광고의 영향에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났으며, 합리적 소비자 교육에 있어서는 친구의 영향, 광고의 영향에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 소비문화 교육에서는 친구의 영향, 부모의 영향에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났으나 집단 간에는 차이가 없는 것으로 나타났다. 소비자 의사결정 교육에서는 성별, 학년, 친구의 영향, 부모의 영향, 연예인의 영향에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

둘째, 소비자 교육내용과 소비가치의 상관관계를 분석한 결과 소비자 교육은 모든 항목에서 전체소비가치와 통계적으로 유의하게 나타나 소비자 교육과 소비가치는 높은 상관관계가 있음을 알 수 있었다. 그러나 과시성은 소비자 교육내용별로 대부분 부적인 상관관계를 보였다. 전체 소비자 교육은 전체소비가치와 차별성, 윤리성, 자기중심성에서 유의하게 나타났으며, 소비자 문제 및 해결교육은 전체소비가치, 차별성, 윤리성에서 통계적으로 유의하게 나타나 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

합리적 소비자 교육은 전체소비가치와 함께 다른 교육항목에서 나타나지 않은 경제성이 유의하게 나타났으며, 소비문화교육은 전체소비가치와 차별성, 소비자의사결정교육은 전체소

비가치와 윤리성에서 통계적으로 유의하게 나타났다.

셋째, 소비자 교육 인지수준에 따른 소비가치의 차이분석 결과 소비자 교육전체는 자기중심성을 제외하고는 모든 가치에서 통계적으로 유의하게 나타났다. 특히 소비자 교육 전체 인지수준이 높은 상 그룹은 경제성에서 가장 높은 점수를 나타냈으며, 심미성과 과시성에서 낮은 점수를 보였다. 또 소비자 문제 및 해결교육의 인지수준이 높은 상 경우에 경제성 점수가 가장 높게 나타났으며, 과시성의 점수가 가장 낮게 나타났다. 과시성은 상관관계에서 대부분 항목에서 부적인 상관관계를 보였으나 그 수치가 미비하여 교육과 큰 영향이 없는 것으로 나타났으나 소비자교육 인지 수준별로 비교해보니 다른 가치에 비해 대부분의 교육항목에서 점수가 가장 낮게 나타나 인지수준이 낮은 것으로 드러났다.

현재의 대학생들이 소비행동시 과시소비 성향이 높고, 충동구매 성향이 강해 소비행동시 많은 문제점들이 제시되고 있는데 본 연구에서도 과시성이 소비자교육내용 인지수준에서 가장 낮은 점수를 보였다. 따라서 과시성 성향을 개선 할 수 있도록 보다 적절한 교육 내용이 더 추가된다면 과시성과 관련된 교육인지 수준은 높이고 더불어 바람직한 소비생활에 도움을 줄 수 있을 것이다.

합리적 소비자 교육의 인지수준이 상인 그룹은 소비자 가치전체, 경제성, 윤리성, 자기중심성에서 중·하 그룹보다 높은 점수를 보였으며, 차별성, 과시성과 심미성에서는 상 그룹이 중·하 그룹보다 낮은 점수를 보였다. 소비문화교육은 다른 교육분야와 달리 인지수준이 중 그룹에서 소비가치전체, 차별성, 과시성, 윤리성, 심미성, 자기중심성이 상·하 집단보다 높은 점수를 보였다. 소비자 의사결정교육의 인지수준이 상 그룹은 경제성, 윤리성 성향이 높으며 과시성 성향은 낮게 나타났다.

본 연구의 결과를 통해서 중·고교 교과서속 소비자 교육 내용별로 올바른 소비가치 형성을 위해 강화되어야 할 중요 소비자교육 내용을 밝혀, 소비자 교육정책에 따른 학교 소비자 교육 내용강화를 위한 기초 자료로 제공될 수 있을 것이며, 대학에서 소비자 교과목 개발이나 민간단체의 다양한 교육 프로그램 개발 및 소비자 교육정책의 방향을 제시할 때 중요 자료로 활용 될 수 있을 것이다.

주제어 : 중·고등학교 가정과 소비자교육내용, 학교 소비자 교육, 소비가치, 대학생

지방자치단체 소비자교육모델에 관한 연구

- 경상북도 멘토링교육프로그램(2PM&30AM)을 중심으로 -

강수현(경상북도 소비자행복센터 상담실장)
손상희(서울대학교 소비자학과 교수)

본 연구는 점차 증가하고 있는 지역소비자교육 수요를 충족하기 위해 지방자치단체 차원의 소비자교육모델을 정립하고자, 현재까지 안정적으로 추진하고 있는 경상북도 멘토링교육 프로그램(2PM&30AM) 사례분석을 통해 지방자치단체 소비자교육모델의 구성요소를 도출해보고자 한다. “2PM&30AM” 프로그램을 통해 도출된 지방자치단체 소비자교육모델의 구성요소는 다음과 같다.

첫째, 지역특성과 교육대상에 맞는 교육을 전개하여야 한다. 교육 지역의 인구구성, 소비환경 및 구매인프라, 지역민의 소비패턴 등을 고려하여야 교육수요자에게 적합하고 유익한 교육이 이루어질 수 있다.

둘째, 사회적 배려계층에 대한 교육이 중요하다. 공익성을 가지고 교육을 추진할 지방자치단체는 다른 기관 등과는 달리 어르신, 청소년, 다문화가정, 새터민 등 소비취약계층에게 우선적으로 교육을 실시하여 이들이 구매판단능력, 문제해결능력 등을 강화할 수 있도록 지원하여야 한다.

셋째, 교육 전문인력 양성으로 소비자교육기반을 확대해 나가야 한다. 현재 및 미래교육 수요에 적극적으로 대응하기 위해 전문인력 양성은 중요한 목적 중의 하나가 되어야 할 것이다.

넷째, 교육거버넌스 방식으로 교육역량을 집적할 수 있어야 한다. 지자체는 소비자교육을 추진하는 여러 기관 등의 특색 있고 참신한 교수방법 및 프로그램 개발능력 등 교육역량을 하나로 모으는 구심점 역할을 수행함으로써 가장 합리적이고 수요에 적합한 프로그램을 시민에게 제공할 수 있는 환경을 마련해 나가야 할 것이다.

다섯째, 교육의 성과를 공유하고 이를 환류함으로써 각 지자체에 맞는 프로그램을 지속 개발해나가야 한다. 각 지자체별로 추진하고 있는 소비자교육 프로그램에 대하여 계획 수립, 추진방식, 예산편성방법, 교육협력 네트워크 구성, 교육효과 등을 공유하고 지자체 간 벤치마킹을 통해 실효성 있는 지역밀착형, 맞춤형 프로그램을 도출해낼 수 있어야 한다.

주제어 : 지방자치단체 소비자교육, 멘토링교육, 전문인력양성, 소비취약계층, 교육거버넌스

초등학생 소비자교육 주제에 따른 교사와 학생의 만족도 및 의견 조사

이기현(인하대학교 소비자아동학과 박사과정)
이은희(인하대학교 소비자학과 교수)

2015년 한국소비자교육지원센터(이하 KOINCE)는 공정거래위원회의 후원으로 녹색소비자연대와 함께 공동주최로 취약계층 초등학생을 위한 전국 단위의 소비자교육사업을 실시하였다.

이 조사는 KOINCE에서 2015년 7월부터 11월까지 서울시내 지역아동센터 47곳에서 진행된 소비자교육 후 교사와 학생의 설문지를 근거로 작성하였으며 대상자는 총 1030명으로 각 지역아동센터별로 초등학생 최소 6명에서 최대 35명이 구성되었다.

소비자교육은 생활, 똑똑한 소비생활, 안전한 소비생활, 책임 있는 소비생활로 4가지의 주제로 나뉘었다. 우리들의 소비생활은 소비와 소비자의 개념, 소비자의 권리와 의무, 소비자의 의사결정과정, 인터넷 게임과 휴대전화 사용에 대한 내용 등이다. 똑똑한 소비생활은 화폐의 필요성과 지불수단의 종류, 돈을 버는 방법과 부자에 대한 이야기, 소득과 지출의 구조, 저축의 개념, 용돈관리 게임, 신용관리와 미래의 설계 등이다. 안전한 소비생활은 안전한 식품의 선택, 영양소와 영양성분, 식품첨가물 실험, 화학물질과 안전, 안전한 제품의 사용, 안전하게 놀기 등이다. 책임 있는 소비생활은 기후변화와 소비생활, 책임 있는 물건 사용, 물 절약하기, 자원 재활용, 녹색구매 실천하기 등이다.

학생의 주제별 만족도는 책임 있는 소비생활이 가장 높았으며 우리들의 소비생활이 가장 낮았다. 반면 교사의 주제별 만족도는 책임 있는 소비생활이 가장 높았으며 똑똑한 소비생활이 가장 낮았다. 향후 재교육 신청의도는 교사가 학생보다 높았으며 소비자교육에 대한 추천도 역시 교사가 학생보다 높았다. 학생의 주제별 의견은 다음과 같다. 우리들의 소비생활은 소비자가 무엇인지 알게 된 것을 재미있어 하였으며 똑똑한 소비생활은 좋은 빛에 대한 개념을 알게 된 것을 인상 깊게 생각하였다. 안전한 소비생활은 실험에 대한 만족이 매우 높았다. 책임 있는 소비생활은 기후변화로 고통을 받고 있는 이야기에 대한 공감도가 높았다. 다음은 교사의 주제별 의견이다. 우리들의 소비생활은 아동들이 쉽게 교육을 받을 수 있게 실생활의 이야기를 진행한 것에 만족하였으며 똑똑한 소비생활은 신용관리와 미래의 설계를 연결시켜 진행한 것에 추천도가 높았다. 안전한 소비생활은 수업 전 아이들에게 실험 시 유의사항에 대한 충분한 설명을 필요하다고 하였다. 책임 있는 소비생활은 조금 더 실용적인 내용이 추가되기를 제안하였다.

이 조사를 통해 교사와 학생의 소비자교육의 주제에 따른 만족도, 재교육 신청의도, 추천도의 차이를 알 수 있었으며 향후 초등학생을 대상으로 소비자교육을 진행할 시 도움이 될 수 있는 내용과 방법에 대한 다양한 의견을 제안 받았다.