

# 학교 교육에서 소비자교육의 내용 변화 및 분석

- 소비자행동 및 소비자거래 영역을 중심으로 -

김시월 (건국대 소비자정보학과 교수)

손상희 (서울대 소비자학과 교수)

성영애 (인천대 소비자아동학과 교수)

## 1. 연구의 필요성 및 목적

소비자의 역량강화를 위한 많은 정책 중에서 핵심적인 시책은 교육적인 효과이며, 소비자교육은 미래의 소비자를 육성하는 학교교육에서부터 출발하는 것이 바람직하다. 특히 소비자로서의 역량을 갖춘 미래의 소비자를 육성하기 위해, 시대적 트렌드 변화에 부응하는 학교 교과서가 필요하며, 이에 반영할 소비자교육내용을 개발하는 것이 전제되어야 한다.

이러한 사회적 변화에 부응하는 학교교육의 발전을 위하여 현재 7차교육과정개정안을 마련하여 2010년도 1학기부터 시행할 7학년의 기술·가정 및 사회, 도덕 등 관련 교과 중심으로 교과서 집필을 추진 중에 있으며, 이에 본 연구는 7차교육과정개정안을 중심으로 한 7학년 소비자교육 부분의 소비자행동 및 소비자거래교육 영역의 분석을 시도하였다.

## 2. 분석 방법

분석에 있어서 기본적인 영역 구분은 그동안 한국소비자원, 소비자단체, 학계, 그리고 금융계를 중심으로 분류한 소비자교육내용의 주제어를 중심으로 세부 영역을 구분하고 소비자역량 강화를 위해 마련된 척도를 기초로 하여, 그 하부 영역으로 제시되었던 소비자거래영역, 소비자재무영역, 소비자주권실현영역을 중에서, 본 연구는 소비자행동 및 소비자거래 영역만 중심으로 교육과정개정안의 내용을 구분하고 분석해 보았다. 분석 방법은 연구자들의 관련 교과서분석, 교사와의 이메일 질문조사, FGI 조사, 참고문헌 분석, 자문회의 등을 시도하였다.

## 3. 결과 분석

7차교육과정개정안에서의 소비자교육 분석을 전체적인 측면에서 분석하면 소비자 영역의 약화 및 감소, 사회적 트렌드가 금전 중심이나 금융교육 약화 및 감소, 새로운 사회 트렌드를 반영하는 이슈의 필요성 등을 들 수 있으며, 구체적으로는 다음과 같다.

### 3.1 소비자행동 및 소비자거래교육 관련 문제점과 개선 사항

첫째, 관련 내용을 8학년에서 7학년으로 하향 조절한 것은 고무적이다. 이미 초등학교 고학년 시기에 용돈을 주체로 청소년 소비자의 소비행동이 강화되고, 소비자문제가 발생하고 있으나, 기술·가정의 경우에 소비생활에 대한 내용이 7차교육과정에서는 중학교 2학년이었으나, 7차교육과정개정안에서는 7학년으로 이동하여 빨리 교육실행을 하는 것은 매우 고무적이라고 볼 수 있다. 둘째, 소비와 소비자에 대한 명확한 개념 정리가 선

행되고 있지 않아 소비영역에 대한 기초지식의 부재 현상을 볼 수 있다.

### 3.2 소비자행동 및 소비자거래교육의 역량 개발을 위한 교육내용의 첨가

거래행위가 이루어지는 과정에서 알아야 할 세부적인 내용(청약철회권, 계약서, 인터넷 거래 시 애스크로제 등)이 첨가되고, 다양한 거래방법과 여러 가지 지불방법의 등장에 따른 주지해야 할 추가적 사항에 대한 내용이 포함되어야 할 것이다.

### 3.3 소비자행동 및 소비자거래교육의 종적구성의 개선과 문제점

첫째, 소비자거래에서 구매 관련 내용은 중학교 1~3학년(7~9학년)에 걸쳐 식품, 의복 등의 구매활동에 적용되어 이루어지고 있어, 제품군별 고려해 보아야 할 사항에 대해서 다양한 정보를 습득할 수 있다는 점은 효과적이라 생각된다. 둘째, 사용 및 문제해결과 관련하여 학년별 심화 부족과 관련 교과의 연계가 더 이루어져야 한다.

### 3.4 소비자행동 및 소비자거래교육 주요 영역 개선과 문제점

첫째, 소비자문제 해결을 위한 법적 근거자료에 대한 내용이 부족하며, 학습자 스스로 소비자문제 발생 시 현명한 해결 방법 및 사전 예방 방법에 대해 사고해 보도록 유도는 것이 효과적일 것으로 사료된다. 둘째, 청소년 소비자의 이용이 급증하고 있는 휴대폰 구입 및 사용에 따른 내용과 인터넷거래관련 내용이 반영되지 않고 있어 현 소비환경이 적극적으로 반영되고 있지 않다. 셋째, 현재 사회에서 소비자의 주 관심분야중의 하나가 소비자안전이며, 이는 사회 발전 및 변화에 따라 더욱 그 관심이 확대될 것으로 보이나, 내용이 부족하다. 넷째, 청소년 소비자의 경우, 이미 용돈을 중심으로 구매의 연습 및 훈련이 되어 있는 상황이며, 또한 구매와 관련된 내용도 청소년 소비자의 생활과 관련된 생활용품이 필요하나 교육내용에서 제외되어 있다. 다섯째, 소비자와 생산자의 기본적인 관계는 계약, 약관 등의 문제이나 이러한 기본적인 내용이 부족하다. 여섯째, 근간 사회적 이슈가 되고 있는 내용, 소비자문제의 다발화, FTA등 국제네트워크 등으로 인한 소비자의 관심이 안전 등으로 가고 있어, 소비자안전, 디이어트 식품, 인터넷쇼핑몰과 애스크로제 등의 발빠른 내용의 첨가가 요망된다.

## 4. 제언

첫째, 중학생 소비자의 동향 파악 및 관련 내용 필요; 중학생으로서 청소년 소비자는 다양하고 급속하게 변화하는 사회 환경에 어느 정도는 수동적이라고 볼 수 있으나, 동영상에 익숙하고, 인터넷 관련 세대로 사회트렌드에 민감하고, 또래집단의 소비에 관심이 많으며, 광고 등에 민감하고, 직접 사회소비에 참여하려는 참여행동의 초기단계이며, 선택과 소비는 증가하나, 소득이 한정되어 있으며 인터넷 등 다양한 거래 방법에 관심이 많으며, 반면에 소비자문제도 발생하고 있다. 따라서 소비자정보 활용, 광고의 영향, 소비자안전, 다양한 거래 관련, 새로운 소비자문제 등의 소비자교육이 필요하다.

둘째, 학습목표 증진을 위한 다양한 도구 개발 필요; 근간 청소년 소비자의 특성과 관련된 유형의 자가진단 체크; 소비자 유형 알아보기 및 대응, 퀴즈와 퍼즐, 참여행동을 유발하는 경험 및 견학 유도, 그리고 학습 마무리 등이 필요하다.

셋째, 실생활과 관련된 품목의 예시 필요; 또한 청소년 소비자의 생활과 밀접한 상품

을 직접적으로 서술하면서 연계하여 보는 것도 필요하며, 이를 위한 상품으로는 식품(간식), 의류, 핸드폰을 들 수 있다.

넷째, 관련 텁의 제공과 체계화 필요; 그림으로 핵심 집기, 체험학습, 참여 학습 유도, NIE 활용, 생각해보기 유도, 문제 사례, 역할극 및 관련 프로그램 생성, 현상토론 및 개선안 유도 등이 요구된다.

다섯째, 창의성과 관련된 새로운 트렌드 반영, 새로운 소비자문제 발견 및 제시 필요; 외부경시 활용, 소비관련 포스터 만들어 보기, 소비자주권 경험 사례 등이 요구된다.

여섯째, 단원별 학습목표 실천과 효과 검증 및 학생참여 유도 필요; 명확한 학습목표 전달과 학습 후 목표달성을 확인에 대한 검증과 청소년의 참여활동들이 개발이 요구된다.

일곱째, 청소년 소비자 관련 키워드와 소비환경 연결 필요; 청소년 소비자가 소비환경에 빈번하게 경험하게 되는 사건들을 바탕으로 관련 키워드를 정리해 보고 이를 학습 내용을 토대로 적용 시켜보는 것이 필요하다.

마지막으로, 교재와 부교재와의 연계 필요; 교재와 부교재의 차별화 및 연계가 필요하다. 뿐만 아니라, 세계적인 소비자 경제위기 상황에 맞게 그 기저에는 소비자교육 관련 시간 증가 및 내용 증가, 그리고 관련 부교재가 필요하다.