

## 대학에서의 소비자교육 교양강좌 개설을 위한 기초연구

김 경 아(숙명여자대학교 리더십교양학부 조교수)

교양강좌는 전인교육의 차원에서 개인적으로는 학문적 소양을 함양하는 것이며 사회적으로는 다양한 시대적 상황에 대처할 수 있는 관계능력 계발에 도움을 주는 것이라 할 수 있다. 따라서 대학에서의 교양교육은 무한경쟁 시대에 유연하게 적응하고 미개발된 잠재능력을 개발하여 전공 지식을 심화시킬 수 있는 기반을 제공한다. 최근 젊은 세대의 소비가 증가하고 있는 현 시점에서, 본 연구는 대학생들이 복잡한 소비환경 속에서 합리적인 소비생활을 위한 실제적인 정보를 제공하며 나아가 미래 올바른 소비문화를 구축할 수 있는 실제적인 정보를 제공한다는 점에서 매우 시의 적절하며 의미있는 시도라 볼 수 있다. 따라서 본 연구는 소비자교육의 교양강좌 개설에 앞선 기초 연구로서 현재의 소비자교육의 교양교육 현황을 살피고 대학생들의 교육요구도에 근거한 커리큘럼 개발과 운영에 기여할 것으로 기대된다. 이상의 기대효과를 바탕으로 본 논문과 관련된 몇 가지 견해를 밝히고자 한다.

첫째, 서론부분을 살펴보면 ‘대학생을 대상으로 소비자 교육 교양강좌 수강 의지와 교육 요구도 분석~’등을 연구목적으로 삼는다고 기술되어 있다. 그러나 실제 본문내용은 소비자교육 교양강좌를 집중적으로 다루었다기 보다는 이를 포함한 일반 교양교육에 대한 내용이 함께 다루어지고 있다. 따라서 본 내용에 부합할 수 있는 연구목적과 제목이 제고되어야 할 것이다.

둘째, 이론적 배경에서 미국과 영국, 일본의 교양교육의 사례를 제시하고 있다. 외국의 교양교육 실태를 살펴보는 것은 실제로 교과목 개설에 앞서 벤치마킹 대상이 될 수 있으므로 매우 필요한 과정이라 사료된다. 다만 기존 사례 제시에 있어 보다 구체적인 내용과 참고문헌이 제시되어야 할 것이다. 예를 들어, 3쪽의 ‘미국과 영국 등 외국의 주요 대학 교양교육의 특징을 정리해 보면~’기술시, 비교분석이 된 외국의 주요 대학은 어느 곳을 일컫는 것인지 또 어떤 내용을 주요 콘텐츠로 삼고 있는지에 대한 내용이 전혀 언급되어 있지 않다. 서론 부분에서도 ‘현실에서도 소비자 전공학과가 있는 대학도 소수이며~’등을 제시하고 있는데 어떤 근거로 언급된 것인지 질적, 양적으로 보다 상세한 기술이 요구된다. 즉 외국과 우리나라를 포함한 국내외 교양교육의 선행연구와 현황조사가 이론적 배경에 삽입할 때 연구의 객관성이 더욱 강조될 수 있을 것이다.

셋째, 본 논문의 주제가 소비자교육이란 점을 고려해 볼 때, 보다 소비자교육과 관련된 내용이 이론적으로 고찰되어야 할 것이다. 그럼에도 불구하고 본 논문에서는 총 13줄에 달하는 내용의 ‘소비자교육요구’란 제목으로 소비자교육과 관련된 내용이 기술되어있을 뿐이다. 따라서 실제적으로 국내외에서 행해지고 있는 소비자교육의 내용이나 교과목명, 시행되고 있는 대학 현황 등에 대한 내용이 표로 정리되어 상세하게 첨부될 때 소비자교육의 필요성이 더욱 설득력 있게 수용될 수

있으리라 생각한다. 더불어 본 연구가 소비자교육의 교양강좌를 개설하기 위한 것이니만큼 대학생들을 위한 설문조사와 더불어 소비자의 법적권리, 구매절차 교육, 소비자단체활동에 관한 교육, 인터넷 상거래 등 소비자 교육요구도를 다룬 기존 선행연구들에 대한 이론적 고찰도 충실하게 병행되기를 기대한다.

다섯째, 대학생 전 학년이라고 언급한 연구대상과 관련하여 어느 특정 대학의 몇 학년 학생들을 대상으로 한 것인지, 혹은 전국의 대학생을 대상으로 표본 추출한 것인지에 대한 정확한 기술이 요구된다. 또한 300명 대상으로 설문을 돌린 후 257부만이 사용되었는데 수합된 설문지 중 43부가 채택되지 않은 이유에 대해서도 추가적인 설명이 요구된다. 더불어 <표 1>의 빈도를 합산해 보면 사용된 설문의 부수라고 제시한 257부와 달리 255명이므로 수정이 요구된다.

여섯째, 본 논문의 주제인 소비자교육은 성별을 떠나 모두에게 필요한 교육내용이다. 따라서 연구대상 표집 시 여학생 70%, 남학생 30%로 성비를 불균형하게 표집한 것은 어떤 의도가 있는 것인지 아니면 만약 표집 상의 고려되지 않았다면 남학생을 대상으로 추가 조사하는 것도 고려해 볼 수 있을 것이다. 더불어 설문조사 기간 등의 연구수행 일자도 표기되어야 할 것이다.

일곱째, 연구척도와 관련하여 필요도, 수강의사, 교양강좌의 만족도 등에 대한 척도구성 과정과 문항 수 등에 대한 내용이 삽입되어야 할 것이다. 특히 본 논문의 핵심 주제인 소비자교육과 관련된 문항은 필요도와 수강의사 단 두 항목만을 문항으로 삼고 있다. 이 두 항목이 과연 소비자교육 교양강좌 개설에 필요한 사항들을 모두 대변해 줄 수 있을지 의문스럽다.

여덟째, <표 3>의 요인분석 결과를 볼 때, 보다 각 문항들을 무리 없이 포괄할 수 요인명이 명명되어야 할 것이다. 예를 들어, '비판적이고 창조적인 사고력 함양'은 연구자가 제시한 것처럼 '인간의 기본적인 능력함양'일 수도 있지만 제 2요인인 '학문적 능력함양'일 수도 있다. 또한 '학문적 능력함양'에 포함된 '생활 기초 상식의 배양' 또한 제 1요인인 '인간의 기본적인 능력함양'이란 영역으로 비취질 수도 있으므로 보다 객관적으로 수용 가능할 수 있는 대안이 요구된다.

아홉째, 모든 연구는 기본적으로 기존의 이론을 뒷받침하여 이론적 토대를 더욱 굳건히 하거나 혹은 기존의 이론에서 벗어나 새로운 학설을 밝히는 등의 학문적 가치가 수반되어야 한다. 따라서 본 연구결과 및 해석에 있어 단순한 통계결과의 기술을 토대로 어떤 결과를 유추할 수 있는지 객관적이고 심층적인 추론이 덧붙여지기를 기대한다. 예를 들어, < 표 4 >의 분석 결과를 설명함에 있어 전공에 따라 유의미한 차이를 보인 배경에 대하여 보다 설득력 있고 객관적인 해석이 가해져야 할 것이다. <표 10>과 관련하여서도 마찬가지로 '공대와 예술대의 경우 아무래도 실습이 많아 서~' 등의 주관적인 해석 보다는 선행연구를 토대로 삼아 타당성 있고 논리적인 해석이 수반된다면 보다 연구의 객관성을 확보할 수 있을 것으로 사료된다.

열번째, <연구문제 3>에서 설명에 따르면 만족도는 교양과목에 대한 것을, 수강의사와 필요도는 소비자학 교양강좌에 대한 것을 의미한다고 제시되어 있다. 혼란이 없도록 표에도 명확하게 명시하는 것이 필요하다. 연구 결과, 소비자학 교양강좌의 필요도가 3.58로 나타났는데 연구대상자들이 설문 전에 소비자학이 무엇인지에 대한 정확한 인지 후에 이루어졌는지 하는 부분이 의문시된다. 또한 본 연구대상자 중 소비자학전공이 36.9%의 높은 비중을 차지하는 것도 본 결과에 많은 영향을 미쳤으리라 예측할 수 있다. 따라서 이 부분에 대한 설명이 요구된다.

열 한번째, 표의 제시에 있어 기존 학회지에 실린 보편적인 규범에 준수하여 체계적이고 깔끔하게

재정리하는 작업이 요구된다. 또한 띄어쓰기나 들어쓰기 등 문장 기술도 편집규정에 맞게 보완되기를 바란다.

열 두번째, 결론은 본 연구결과를 토대로 미래 연구에 대한 제언이 포함되어야 한다. 따라서 본 연구결과를 토대로 소비자교육 교양강좌를 개설한다면 이와 관련한 제도적, 운영상의 지향점들이 제시되어야 할 것이다. 예를 들면, 소비자교육 교과목을 어떤 모형과 콘텐츠로 교과과정을 개발할 것인지, 교육형태는 오프라인으로 진행할 것인지 혹은 이러닝(E-learning) 시스템을 구현하여 병행할 것인지, 다양한 교양과목 속에서 어떤 교수법과 교수요원풀(pool) 등을 활용할 것인지, 교재나 매뉴얼 개발은 어떻게 진행할 것인지, 과정은 소규모 강좌로 할지 혹은 대규모 강좌로 운영할 것인지, 분반이 증가되었을 때 각 분반의 갭(gap)을 최소화하기 위한 방안은 무엇인지 등 교육적 효과를 높일 수 있는 구체적인 윤곽과 사안들이 제시될 수 있어야 할 것으로 사료된다. 실제적으로 교양강좌는 교양필수가 아닌 이상 수강인원의 수에 따라 존폐의 여부가 결정되는 경향이 있다. 따라서 특화된 교양과목으로 자리잡기 위해서는 이상에 대한 구체적인 사안이 먼저 구축되어야 할 것이다.

본 연구는 우선 소비자학을 교양과목으로 개설함으로써 가정학의 경계선을 확대한다는 차원과 미래 주도적이고 현명한 소비자주권을 활용할 수 있는 실제적인 훈련의 장을 제공할 수 있다는 점에서 그 의미가 매우 크다. 이러한 제반 상황을 고려할 때, 소비자교육이 교양교육으로서의 기능을 발휘할 수 있도록 시스템적으로 정착시키는 것은 매우 시급하고도 의미있는 사안이라 할 수 있다. 다만 본 연구가 과목 개설에 앞서 더 의미있는 기초자료를 제시하기 위해서는 본 연구와 연계적으로 소비자교육의 커리큘럼에 대한 교육요구도 혹은 현재 대학생들의 소비자교육 관련 정보인지도, 수행정도 등에 대한 고찰이 같이 이루어지고 나아가 pilot test를 통해 교육내용의 유효성을 검증한 후 개설된다면 보다 유용한 정보를 제공할 수 있는 실제적이고 만족도 높은 교과목으로 자리잡을 수 있으리라 본다. 끝으로 본 연구를 토대로 개설된 교과목이 확고히 정착하여 대학생 시기 올바른 소비문화 구축에 기여하고 나아가 교양교육의 모범 사례로 타 대학의 선두적인 역할을 할 수 있기를 기대한다.