우리나라 중고등학교 소비자교육의 강화방안 : 소비자교육 관련 교과내용분석을 중심으로

Methods for Strengthening the Middle & High School Consumer Education : Focusing on the Content Analysis of Consumer Education Curriculum

서울대학교 소비자아동학과
교수 : 이 기 춘
울산대학교 가정관리학과
조교수 : 서 정 희

Dept. of Consumer & Child Studies, Seoul National Uni.
Prof. : Ki Choon, Rhee
Dept. of Home Management, Ulsan Uni.
Associated Prof. : Jung Hee, Seo

〈목 차〉

Ⅰ. 서 론
1. 연구목적
2. 연구방법
Ⅱ. 학교소비자교육의 내용체계
Ⅲ. 학교소비자교육의 내용분석
1. 중학교 교과과정에서의 소비자교육
2. 고등학교 교과과정에서의 소비자교육
Ⅳ. 중고등학교 소비자교육의 강화방안
1. 학교소비자교육을 편성하는 방법
2. 중학교 소비자교육내용의 강화방안
3. 고등학교 소비자교육내용의 강화방안
Ⅴ. 결 론
참고문헌

〈Abstract〉

A number of consumerists and consumer educators have considered making consumer education courses a requrement at the middle & high school level. But in our country school consumer education have been negelected.

The purpose of this paper were to: (1)classify the contents of school consumer education into subject areas; (2) conduct the content analysis of related curriculum; (3) provide the specific methods for strengthening the middle & high school consumer education.

Ⅰ. 서 론

1. 연구목적

소비자교육은 미시적으로는 현대 경제사회에서 다양한 소비자역할을 수행할 수 있는 소비자능력을 양성하고 소비자사회화를 촉진하여 합리적이고 건전한 소비자시민의 자질을 갖추게 한다. 보다 거시적인 차원에서 보면, 소비자교육은 소비자주권의 주체적 조건인 소비자의 합리적인 선택을 통하여 자본주의 시장경제체제가 제기능을 다하도록 하는 역할을 한다.

소비자교육이 효율적으로 시행되기 위해서는 소비자교육의 개념이 명확하게 정의되어야 한다. 소비자교육의 개념이 명확하지 못하고 여러가지의 정의가 일관성이 없이 다양하게 존재하게 되면, 소비자교육가나 소비자정책을 입안하고 시행하는 사람들이 혼란에 빠지기 쉬울 뿐만 아니라, 소비자교육의 발전을 저해하는 원인이 된다. 소비자교육이 이루어지기 시작한 초기부터 소비자교육의 정의에 관해서는 다양한 견해가 존재하고 있다. 미국소비자교육위원회, 소비자교육개발프로그램의 연구보고서, 미국의 소비자권익에 관한 대통령자문위원회, Murphy(1974), 미국 가정학회의 소비자교육위원회, 영국의 전국소비자협의회, 1972년의 유럽위원회의 성명서, Jacobsen(1968) 등의 정의를 예로 들 수 있다. 이들의 정의는 완전히 일치하지는 않지만 대부분이 가치관의 인식, 의사결정능력, 비판의식 및 소비자시민으로서의 역할을 이해하고 수행하는 능력을 강조하고 있다.

이러한 관점에서 소비자교육을 정의하면 소비자교육은 개인이 소비자로서의 다양한 역할을 수행하기 위하여 필요로 하는 소비자능력을 개발할 수 있도록 도와주는 것이다. 소비자능력은 소비자역할을 현명하게 그리고 효율적으로 수행하기 위하여 필요한 소비자지식, 소비자태도, 소비자기능의 총체이다. 이렇게 소비자교육을 정의하면 소비자교육은 다음과 같은 목표를 설정하게 된다. 첫째는 소비자가 자신의 가치체계를 인식하고 발전시키도록 하고, 둘째는 사회적, 경제적, 생태적인 제상황을 고려하여 합리적인 의사결정을 하고, 마지막으로는 소비자의 권리와 책임을 이해하고 사회에서 소비자시민의 역할을 잘 수행하도록 돕는 것이다.(이기춘,1985;1988) 따라서 소비자교육은 지금까지 이루어지고 있던 경제교육이나 단순한 구매기능교육과는 구별되며, 바로 이점 때문에 소비자교육이 학교교육에서 강화되어야 할 당위성과 의의가 존재한다고 본다.

소비자교육은 가정, 학교, 사회에서 공동으로 실시되어야 하나 이중에서도 가장 체계적인 소비자교육을 실시할 수 있는 기관이 학교이다. 학교에서는 교육목표가 수립되고 교육내용이 설정되어서 피교육자의 수준에 따른 교육이 단계적이고 체계적으로 이루어질 수 있기 때문에 소비자교육은 학교교육을 통하여 가장 효과적으로 이루어질 수 있다. 이에 선진각국에서는 오래 전부터 학교소비자교육을 강화하고 있다(서정희,1991).

소비자교육이 가장 먼저 발달한 미국에서는 1930년대에 소비자교육 정규과정이 대학교와 중고등학교 수준에서 개설되었고, 1939년에는 이미 25,000여개 학교에서 소비자교육을 실시하였다. 1975년 포드대통령이 '소비자교육을 받을 권리'를 발표한 것을 계기로 소비자교육에 관한 관심이 전국적으로 높아졌으며 연방법에 의하여 교육지도자들이 초중고등학교의 소비자교육에 관심을 가지게 되었고 소비자교과서도 발간되었다.

독일에서는 소비자교육을 다루는 별도의 과목은 없고 노동학, 사회학, 정치학 및 공동체학 등의 경제와 사회과학분야의 과목에서 주로 다루고 있고, 수학, 독일어, 예술 등의 과목에서도 약간 취급하고 있다. 그리고 1960년대 말부터 서독연방정부위원회의 자문에 따라 소비자교육에 관한 내용을 교사재교육에 포함시키고 있다.

노르웨이에서는 소비자교육이 초중등학교의 필수과목이며, 덴마크에서도 1980년에 중등학교 교사연수과정에서 소비자교육을 필수과목으로 지정하였다.

일본에서는 1971-1973년에 개정된 문부성의 학습지도요령에서 소비자교육이 처음으로 가정과와 사회과에 약간 도입되었다. 그러나 1989년에 개정된 제6차 교육과정지침서에 의하면 1991년부터 국민학교 2학년에서 생활학이 필수과목으로 지정되었고, 1992년부터 생활경제학단원과 1994년부터 소비자경제학단원이 필수과목으로 고등학교교과과정에 필수과목

으로 설정되어 있다.(Hideki, 1989)

우리나라는 중고등학교의 교육과정에 소비자교육이 가정과와 사회과를 중심으로 포함되기는 했으나 1980년대 이전에는 양적으로 빈약하고 경제이론에 치우친 것이었다.

제 5차교육과정 개정에서 중학교 '가정'에서 소비자교육에 관한 내용이 강화되어 1989년부터 적용되고 있다. 소비자의 권리와 책임에 대한 의식을 중심으로한 소비자역할 개념이 가정교과서에 도입되었으나 소비자교육의 관점에서 볼때는 상당히 미흡한 개정이었다. 또한 '가정'과목은 여학생들만이 수강하는 필수과목이기 때문에 남학생들은 소비자교육을 전혀 받을 수 없다는 제도적 문제점이 있었다.

제6차 중고등학교 교육과정 편제의 개정이 이루어지고 있는 시점에서 중고등학교의 소비자교육을 현재보다 강화하기 위해서는 소비자교육이 어떠한 교과목에서 어떻게 적용되어야 하며, 어떠한 내용이 가르쳐져야 하는가의 방향설정은 매우 중요한 과제이다.

이 논문과 관련된 선행연구를 개괄해 보기로 하자. Herrmann(1982)은 1930년대 말부터 1978년까지 미국에서 출판된 고등학교용 소비자교육교과서 15권을 4개의 큰 주제영역과 50개의 하위주제로 세분하여 소비자교육의 역사적 변천과정을 고찰하였다. McNeal(1987)은 아동소비자교육과정을 개발하기 위하여 아동소비자교육 주제영역을 결정하기 위한 모델에 관한 연구를 하였다.

우리나라에서 이루어진 연구들을 고찰해 보기로 하자. 백우현(1981), 이병관(1982) 및 신해와(1981) 등은 중고등학교의 교과서를 분석하여 일반적인 소비자교육의 문제점과 개선방안을 제시하였다.

다음에는 소비자교육에서 다루어야 할 주제영역을 설정하고 그 영역에 대한 소비자요구도를 조사한 연구들이 있다. 성영애(1988)는 주부소비자를 대상으로 하여 소비자교육의 내용을 중심으로 하여 소비자교육에 관한 요구를 조사하여 분석하였다. 김영옥·이기춘(1991)은 아동소비자교육 주제영역을 구성하고, 구성된 주제영역에 근거하여 소비자교육과 관련된 국민학교의 실과와 사회과의 교과서와 교사용 지도서를 분석하고, 국민학교 교사들의 아동소비자교육에 대한 요구분석을 하였다. 주부를 대상으로 한 소비자교육프로그램의 체계화를 시도한 박재선(1984)의 연구가 있다. 마지막으로 한국소비자보호원(1992)에서는 초·중·고등학생들의 소비행태와 소비의식, 학교에서의 소비자교육실태 등을 분석하였다. 이 연구는 소비자교육의 내용을 10가지로 분류하고 학생과 교사들이 요구하는 소비자교육의 내용을 조사하였다.

이상에서 고찰한 바에 의하면, 선행연구들은 소비자교육이 거의 이루어지지 않았던 구교과과정의 분석, 주부소비자와 아동소비자에 관한 연구들이라고 볼 수 있다. 그러므로 중고등학교의 학교소비자교육을 강화하기 위한 교육정책에 반영시킬 수 있는 구체적이고도 실천가능한 자료를 제공하기 위한 연구는 이루어지지 않았다는 것을 알 수 있다.

이에 이 논문에서는 소비자교육에 포함되어야 할 내용을 설정하고, 현행 교과과정에서 이루고 지고 있는 소비자교육의 내용을 체계적으로 분석하고, 이를 바탕으로 하여 어떠한 교과목에서 어떠한 내용의 소비자교육이 강화되어야 하는가를 밝힘으로써 구체적이고도 실천가능한 우리나라 중고등학교 소비자교육의 강화방안을 제시하고자 한다.

2. 연구방법

현재 중고등학교에서 실시되고 있는 소비자교육의 내용을 파악하기 위하여 소비자교육과 관련된 중고등학교의 교과목을 내용분석하였다.

내용분석을 할 교과목을 선정한 기준으로는 교과목목표나 단원목표에 소비자교육에 관한 내용의 포함여부로 정하였다. 중학교는 「가정」, 「기술·가정」 및 「사회」를 선정하였다. 중학교 「가정」은 교육목표가 3가지로 제시되어 있는데, 이 중에서 한가지가 소비자교육과 관련된 것으로, 그 내용은 "의·식·주 및 소비생활을 영위하는 데 필요한 기초지식과 기능을 습득시켜 일상생활을 창의적으로 영위할 수 있게 한다." 이다. 「기술·가정」도 소비자교육과 관련된 교육목표가 포함되어 있고, 그 내용은 「가정」과 같다. 「가정」이 여학생만을 지도대상으로 하고 있는데 반하여 「기술·가정」은 남녀구별없이 이수하도록 되

어 있다. 「사회」는 "경제현상의 기본원리와 경제주체들간의 상호작용을 이해하게 한다.", "개방경제체제 속에서 성장하는 국민경제의 특성을 파악하게 한다." 및 "환경보존의 중요성을 인식하게 한다." 등이 교과목목표속에 포함되어 있다.

고등학교에서는 「국민윤리」, 「사회」, 「가정」, 「상업」, 「생활경제」 등의 교과목을 선정하였다. 국민윤리는 교과목표에는 소비자교육에 관한 것이 구체적으로 언급되어 있지 않으나, 교과내용에 포함되어 있다.

「사회」는 "시장경제의 기본원리를 비롯하여 국민경제의 구조와 순환, 국제경제의 원리 및 우리나라 경제의 발전과정을 이해하게 하여, 경제현상에 대한 바른 이해력과 분석능력 및 판단능력을 가지게 한다."와 "정치·경제현상에 대한 여러 자료를 수집, 분석, 종합, 평가하여 체계적인 지식을 획득하게 하고, 정치·경제현상을 다각적인 관점에서 생각할 수 있는 능력을 가지게 한다." 등이 교과목목표에 포함되어 있다.

「가정」에도 중학교와 동일한 내용의 소비자교육에 관한 것이 포함되어 있다. 「상업」에는 "상업에 관한 기본적인 지식과 기능을 습득하게 한다."가 교과목목표에 포함되어 있다.

「생활경제」는 교과목목표가 첫째, 일상생활 중 필요로 하는 증권, 보험, 세금, 물가 등의 경제내용과 관련된 생활정보를 제공하고, 신문 등의 매스컴을 통해 소개되는 경제내용을 쉽게 이해할 수 있도록 경제에 관한 기본지식을 습득시킨다. 둘째, 일상생활 중 소비생활과 관련된 합리적인 구매방법과 소비자피해 및 소비자피해구제방법, 그리고 소비자교육과 운동 등의 내용을 통해 합리적이고 현명한 경제생활을 유도함은 물론 소비자주권에 대한 이해를 높인다. 셋째, 자유시장경제의 기본원리에 대한 이해를 통해 자본주의의 우월성을 인식시키고, 우리나라를 중심으로 한 세계경제의 동향 및 국민경제의 운영에 대한 국민적 합의를 유도한다. 등의 세가지로 되어 있어 그 전부가 소비자교육에 관한 내용이다.

소비자교육의 내용은 소비자교육의 개념과 목적을 고려하고 선행연구를 참고로 하여 설정한 14개의 분류기준에 의하여 분석되었다.

분석대상으로 선정한 교과서는 다음과 같다.

중학교 가정 1, 서울대학교 가정대학, 1989.
중학교 기술·가정 1, 한국교육개발원, 1989.
중학교 사회 2, 한국교육개발원, 1990.
중학교 사회 3, 한국교육개발원, 1986.
고등학교 가정, 교문사, 1990.
고등학교 사회 1, 한국교육개발원, 1984.
고등학교 사회 2, 한국교육개발원,1985.
고등학교 국민윤리, 서울대학교 국민윤리 1종 도서연구개발위원회, 1990.
고등학교 상업, 금성교과서, 1990.
생활경제, 대한교과서주식회사, 1991.

Ⅱ. 학교소비자교육의 내용체계

소비자교육에 어떠한 주제를 포함시킬 것인가, 제외시킬 것인가에 관해서는 견해가 다를 수는 있으나, 현존하는 교육시스템에서 소비자교육을 효율적으로 수행하기 위해서는 소비자교육의 내용에 관하여 학자들과 교육전문가들 사이에 일치된 견해가 존재해야 한다.(Monsma와 Banister, 1980)

소비자교육이 가장 발달한 미국의 경우를 보면, 소비자교육에 포함되어야 할 주제에 대한 합의가 거의 이루어지지 않고 있다.(Herrmann, 1982; Wilcox, 1982) 그러나 소비자교육을 역사적으로 고찰해 보면, 소비자교육은 과거에는 금전관리와 구매기능에 초점을 맞추었으나, 오늘날에는 소비자의 합리적인 의사결정을 위한 교육, 소비자의 권리와 역할에 대한 교육을 포함하는 것으로 그 내용이 확대되고 있다.(박혜경, 1987) 소비자교육을 인간의 기본적인 권리와 생활을 위한 교육이라고 보고(宮崎禮子, 1983; 박재선, 1984), 생활에 관한 모든 주제를 소비자교육에 포함시킬 수 있다는 견해도 있다.(성영애, 1988)

소비자교육의 내용을 명료화하기 위하여 그 내용을 규정하고 분류를 시도한 연구들로는 미국교육위원회, 유럽위원회, Campbell(1971), McNeal(1987), Metzen(1967), Amstrong과 Uhl(1971), Herrmann(1982), 박재선(1984), 성영애(1988) 및 김영옥·이기춘(1991) 등이 있다. 이들 연구들은 소비자교육프로그램, 교과서 등을 분석하여 그 내용을 정리하고 그것을 다시

몇개의 주제영역으로 분류하는 연구방법을 사용하였다. 이들 연구들의 내용분류는 그 방법이 조금씩 다르기는 하나 대체적으로 비슷한 소비자교육의 범위를 제시하고 있다.

Metzen(1963)은 일반 소비자지식과 수행, 소비자기만과 보호, 소비자와 법, 금융이론과 수행, 재무계획, 식품, 의류, 주택, 가정기기, 자동차, 여행과 오락, 법과 의료서비스, 약품과 화장품, 교육, 신용, 보험, 저축과 투자, 재산정리계획, 조세, 경제이론과 정보, 소비자조직과 소비자참여 등의 21개영역으로 분류하였다.

Monsma와 Banister(1980)는 소비자교육의 개념을 의사결정, 자원관리, 시민참여의 3개영역으로 분류하고, 의사결정은 소비자의사결정에 영향을 미치는 외적 요인과 인적 요인, 의사결정과정으로, 자원관리는 재무계획, 구매, 보존으로, 시민참여는 소비자보호와 소비자옹호로 다시 분류하였다.

김영옥과 이기춘(1991)은 일반경제지식, 금전관리 및 저축, 재화와 서비스의 구매, 소비자정보, 광고 및 판매촉진전략, 물품관리 및 처분, 개인의 소비에 대한 가치관, 인간의 욕구와 합리적 선택, 사회성원으로서의 소비행동, 지역사회 자원의 활용과 조세, 환경 및 자원의 보존, 소비자권리와 책임, 소비자조직과 참여, 법과 소비자보호로 분류하였다.

이 논문에서는 서론에서 규정한 소비자교육의 개념정의와 목표를 바탕으로 하고, 기존연구들이 분류한 소비자교육의 내용을 참고로 하여 소비자교육의 주제영역을 일반경제지식, 가계재정, 구매법과 자원의 관리 및 보존, 소비자정보, 광고 및 판매촉진전략, 유통, 지불방법, 소비에 관한 가치관, 소비자의사결정, 지역사회자원의 활용, 환경문제, 소비자의 권리와 책임, 소비자의 조직과 참여, 법과 소비자보호 등의 14개로 분류하였다. 이중에서 가계재정 영역은 가계계획 및 실행, 저축과 투자, 보험, 소비자신용, 세금의 하위영역으로 재분류하였다. 구매법과 자원의 관리 및 보존 영역도 소비생활에 필요한 주요자원을 기준으로 하여 식품, 주택, 의류, 교육, 소비자보건, 가정기기 및 가구, 여가의 하위영역으로 재분류하였다.

Ⅲ. 학교소비자교육 내용분석

1. 중학교 교과과정에서의 소비자교육

중학교에서 현재 실행되고 있는 소비자교육의 내용을 과목별로 살펴보면 다음과 같다.

「가정」은 소비자의 의의, 소비자의 역할, 계획적인 소비생활, 소비자의 정보이용, 상품과 서비스의 선택, 자원의 효율적인 사용, 가족자원의 의의와 종류, 가족자원의 배분과 활용, 의복의 선택과 관리 등의 내용을 다루고 있다.

「기술 · 가정」은 가족자원의 종류, 가족자원의 배분과 활용, 소비자의 역할, 소비자의 의사결정 등의 내용을 다루고 있다.

「사회」는 생활과 경제, 가계와 소비생활, 기업과 생산활동, 시장과 가격결정, 시장경제와 계획경제, 국민소득의 순환, 화폐, 물가, 금융과 국민생활, 재정과 국민생활, 개방경제와 우리의 대응, 환경보존 등의 내용을 다루고 있다.

이상의 내용을 소비자교육에서 다루어져야 한다고 우리가 앞에서 설정한 주제영역으로 분류하면 〈표 1〉과 같다. 「가정」은 가계재정 영역중에서 가계계획 및 실행, 의류의 선택과 관리, 소비자정보, 소비자의 사결정, 자원의 활용, 환경문제, 소비자의 권리와 책임 등의 주제를 다루고 있다.

「기술 · 가정」은 소비자정보를 제외하고 가정에서 다루어지고 있는 모든 영역이 다루어지고 있으나 그 양은 가정에 비하여 적다. 사회는 양은 많으나 환경문제를 제외하고는 전부가 일반경제지식만이 다루어지고 있다.

지금까지 분석한 결과를 종합해 보면, 중학교의 소비자교육은 「가정」에서 가장 많은 양의 소비자교육 주제가 다루어지고 있다. 「기술 · 가정」과목은 「가정」과 유사한 정도의 주제영역이 다루어 지고 있으나 「가정」에 비하여 양적으로 매우 빈약하다. 「가정」 역시 소비자교육에서 포함되어야 할 내용을 다른 교과목과 비교해 보면 가장 많이 포함하고는 있으나 양적으로 빈약하고, 통합교과목인 「기술 · 가정」에서는 양과 질 모두 「가정」에 비하여 매우 빈약한 실정이다. 「사회」는 다른 교과목에 비하여 양은 많으나

거의 전부가 경제이론에 치우쳐 있다.

2. 고등학교 교과과정에서의 소비자교육

고등학교에서 현재 실시되고 있는 소비자교육의 내용을 교과목별로 살펴보면 다음과 같다.

「가정」은 가정경제운영의 목표, 가정의 수입과 지출, 예산과 결산, 가정경제의 변동요인, 가정경제의 안정대책, 가정경제에 있어서 구매의 중요성, 소비자의 구매의사결정과정, 합리적인 소비생활, 소비자문제의 발생, 소비자보호운동의 발달, 소비자보호법, 소비자피해보상, 식품의 종류와 선택, 식량자원과 환경, 의복구매, 세탁 및 간수, 건축자재의 선택, 실내장식과 가구의 선택, 주택형의 종류 및 선택, 지역사회의 특성과 주택법규, 주택시장과 정보활용, 주택의 관리와 영선 등의 내용을 다루고 있다.

「국민윤리」는 경제생활과 윤리를 다루고 있다. 상업은 매매, 금융, 운송·통신 및 보관, 보험, 소비자보호, 마켓팅관리 등의 내용을 다루고 있다.

「사회」는 경제와 국민생활, 정치와 경제현상의 바른 인식, 사회생활과 경제생활, 합리적 소비, 합리적 생산, 시장과 경쟁, 시장경제체제와 계획경제체제, 경제순환과 국민소득, 화폐와 금융, 정부와 재정, 경제성장과 경기변동, 우리나라 경제의 발전과정, 우리나라 경제의 현황, 고용과 노사관계, 소득과 분배, 우리나라 경제의 전망과 과제 등의 내용을 다루고 있다.

「생활경제」는 우리주변의 경제문제, 합리적인 경제생활, 윤리적인 경제생활, 계획적인 가정경, 물가와 가정경제, 가정경제와 세금, 구매계획과 구매전략, 소비자정보와 광고, 소비자보호와 피해구제, 소비자운동과 소비자의식, 가계저축의 선택, 금융의 기능과 기관, 보험의 기능과 종류, 증권과 증권투자, 지급의 용구 및 신용거래, 세계속의 한국경제, 개방경제와 무역, 환률과 대외거래, 세계경제 속의 생활인의 자세 등을 다루고 있다.

고등학교에서 실시되고 있는 소비자교육의 내용을 앞에서 제시한 소비자교육의 주제영역으로 분류하면 다음과 같다.(〈표 1〉 참조)

「가정」은 가계재정영역의 가계계획 및 실행, 구매법과 자원의 관리 및 보존 영역의 식품, 주택, 의류, 소비자의사결정, 자원의 활용, 소비자의 권리와 책임, 소비자의 조직과 책임, 법과 소비자보호 등의 주제영역을 다루고 있다.

「국민윤리」는 소비에 관한 가치관, 사회는 일반경제지식에 관한 주제영역을 다루고 있다. 「상업」은 가계재정영역의 보험과 소비자신용, 광고 및 판매전략, 유통, 법과 소비자보호 등의 주제영역을 다루고 있다.

「생활경제」는 일반경제지식, 가계계획 및 실행, 저축과 투자, 보험, 소비자신용, 세금을 포함하는 가계재정의 전영역, 소비자정보, 광고 및 판매전략, 지불방법, 소비에 관한 가치관, 소비자의사결정, 자원의 활용, 소비자의 권리와 책임, 소비자의 조직과 참여, 법과 소비자보호 등의 영역을 다루고 있다.

지금까지 분석한 결과를 종합하여 보면, 소비자교육을 다루고 있는 고등학교 교과과정 중에서 소비자교육의 주제영역을 가장 많이 다루고 있는 과목은 「생활경제」이고, 두번째가 「가정」이고, 세번째가 「상업」이다. 「사회」는 중학교에서와 마찬가지로 소비자교육의 양은 많으나 일반경제지식의 한 영역에만 치우쳐 있다.

「국민윤리」는 소비에 관한 가치관 한영역 만을 다루고 있을 뿐만 아니라 그 양도 매우 적다. 소비자교육의 개념정의를 보면 소비자교육은 소비자개인의 가치체계를 인식하고 발전시키게 하는 것을 강조하고 있다. 그러므로 고등학교의 「국민윤리」에서만 아주 적은 양이긴 하나 소비에 관한 가치관영역이 포함되어 있다는 사실은 매우 다행스러운 일이라고 볼 수 있다.

Ⅳ. 중고등학교 소비자교육의 강화방안

1. 학교소비자교육을 편성하는 방법

학교소비자교육을 편성하는 방법으로는 3가지 대안이 제기되고 있다.(이기춘, 1988; 서정희, 1991) 첫째는 소비자교육을 하나의 독립교과목으로 설정하는 방법이고, 둘째는 현존하는 특정교과목에서 많은 비중으로 강화하는 방법이고, 세째는 전교과목의 일부

〈표1〉 중고등학교의 소비자교육 내용분석

교과목 / 주제영역	중학교			고등학교				
	가정	기술 가정	사회	가정	국민 윤리	상업	사회	생활 경제
일반경제지식			O				O	O
가계재정								
가계계획 및 실행	O	O		O				O
저축과 투자								O
보험						O		O
소비자신용						O		O
세금								O
구매법과 원의 관리 및 보존								
식품				O				
주택				O				
의류	O	O		O				
교육								
소비자보건								
가정기기 및 가구								
여가								
소비자정보	O							O
광고 및 판매전략						O		O
유통						O		
지불방법								O
소비에 관한 가치관					O			O
소비자의사결정	O	O		O				O
자원의 활용	O	O		O				O
환경문제	O	O	O					
소비자의 권리와 책임	O	O		O				O
소비자의 조직과 참여				O				O
법과 소비자보호				O		O		O

분으로 첨가시키는 방법이다.

하나의 독립교과목으로 설정하는 방법은 교사와 학생들에게 소비자교육을 다른 교과목과 똑같은 비중을 같게 하며, 한 교사가 전담하여 독립적이고 충실하게 교육내용을 취급할 수 있다는 장점이 있다. 그러나 교과목의 추가로 인한 학생들의 부담, 인적 자원과 재정에 관한 부담 등의 문제가 있다.

현존하는 특정교과목의 일부분으로 첨가하는 방법은 소비자교육이 추구해야 할 다양한 목표가 효율적으로 이루어질 수 있는 장점이 있다. 그러나 그 교과목이 일부의 학생들만이 듣는 선택과목이거나, 교과의 성격상 소비자문제를 소비자의 주체적인 시각에서 총체적으로 다룰 수 없는 교과목이라면 효과를 거둘 수 없게 된다.

마지막으로 전교과목의 일부분으로 편입시키는 방법은 단시일내에 교과과정을 크게 개편하지 않은 상황에서도 가능하다는 장점이 있다. 그러나 내용이 중복되기 쉽고, 일관성이 없는 교육을 초래할 수 있다.

우리나라의 경우 현재 중고등학교의 교과목이 너무 많은 상황이므로 소비자교육을 하나의 독립교과

목으로 설정하는 방안은 실현가능성이 거의 없다는 것이 정확한 현실인식이라고 볼 수 있다. 전과목의 일부분으로 첨가시키는 방법도 교육의 효과를 기대하기 어렵다는 점에서 문제가 있다. 그러므로 실현가능성이 있으면서도 단점을 보완하는 방법으로는 현존하는 특정교과목에서 소비자교육을 강화하는 방안이 될 것이다. 한국소비자보호원이(1992) 조사한 자료에서도 중고등학생의 52.9%는 현재의 관련교과목에 내용을 보강하는 것을, 27.4%는 새로운 교과목을 만들 것을, 12.8%는 특정교과목에 내용을 중점적으로 보강할 것을 요구하였다.

2. 중학교 소비자교육 내용의 강화방안

현재 중학교에서 소비자교육을 가장 많이 포함하고 있는 교과목은 「가정」, 「기술 · 가정」, 및 「사회」이다. 제 6차교육과정 개정에서 현재 중학교 1 · 2학년 과정의 「기술」, 「가정」, 「기술 · 가정」(택1)과 3학년 과정의 「농업」, 「공업」, 「상업」, 「수산업」, 「가사」(택1)을 학문 · 산업 영역별로 통합하여 각각 「가정」과 「기술 · 산업」으로 바꾸어 남녀공통 필수과목으로 지정하였다. 따라서 제 6차교육과정에서 소비자교육을 도입하기에 가장 적합한 과목은 「가정」과 「사회」이다. 현재 「사회」교과과정에서는 일반경제지식만이 포함되어 있고, 「가정」교과과정에서는 충분하지는 않으나 소비자교육의 주제내용이 가장 많이 포함되어 있다. 따라서 이러한 현실을 바탕으로 하여 「사회」교과과정에서는 일반경제지식을 중심으로 하고 가정교과과정에서는 이를 제외한 나머지 소비자교육의 내용을 중심으로 하는 방향으로 양 과목의 영역을 배분하기 위한 제도적 장치를 마련해야 할 것이다.

우리가 앞에서 설정한 소비자교육의 주제영역중에서 현재 포함되어 있지 않은 영역을 보강함으로써, 「가정」교과목에서 소비자교육의 내용을 강화하기 위한 방안을 구체적으로 살펴보기로 하자.

첫째, 일반경제지식은 「사회」에 포함되어 있으므로 제외시킨다.

둘째, 가계재정영역중에서 저축과 투자, 보험, 소비자신용, 세금에 관한 소비자교육 주제영역을 포함시킨다.

세째, 식품, 주택, 교육, 소비자보건, 가정기기 및 가구, 여가는 가정학분야의 연구영역이고, 현재의 교과과정에서도 포함되어 있다. 그러므로 이들 영역에 관한 구매법과 관리 및 보전에 관한 내용을 포함시킴으로써, 현대 산업사회에서 소비자가 생활을 영위하기 위하여 구매하는 중요한 상품과 서비스에 관한 소비자교육을 효율적으로 시킬 수 있다. 그리고 이 주제영역은 다른 어느 교과목에 비하여 「가정」이 가장 효율적으로 교육시킬 수 있다. 「가정」교과목에서는 인간의 소비생활중에서 중요한 의생활 · 식생활 · 주생활에 관한 내용이 포함되어 있기 때문이다. 오늘날은 가정에서 필요로 하고 있는 상품과 서비스를 가정에서 직접 생산하여 사용하는 비율이 점점 줄어들고 있다. 따라서 가정학분야 중에서 의류학, 식품영양학, 주거학 등의 분야는 이 점을 깊이 인식하여 의식주와 관련된 물품의 생산이나 특성에 관한 이론적 지식보다는 시장에서 이들 물품을 어떻게 효율적으로 구매하여 관리하고 보존할 수 있는가에 관한 내용을 강화해야 한다고 본다. 이렇게 함으로써 「가정」은 여학생만이 배우는 교과목이라는 지금까지의 일반적인 통념을 바꾸고 남학생에게도 매우 필요한 교과목이라는 인식의 전환을 가져오게 할 수 있을 것이다. 또한 산업사회에서 「가정」과목의 중요성을 제고시킬 수 있는 아주 중요한 역할을 할 수 있기 때문이다. 이를 위해서는 가정학분야에서 식품영양학, 의류학 및 주거학 등의 학자들과 소비자학을 전공하는 학자들 사이에 학제적 연구가 이루어져야 한다고 본다.

마지막으로 광고 및 판매전략, 유통, 지불방법, 소비에 관한 가치관, 소비자의 조직과 참여, 법과 소비자보호에 관한 주제영역을 포함시켜야 한다. 이들 영역은 현대사회에서 소비자시민의 역할을 잘 수행할 수 있도록 돕는 것과 밀접한 관련이 있으므로 더욱 강화되어야 한다. 이 분야를 강화함으로써 「가정」교과목이 여자 뿐만 아니라 남자에게도 필요한 과목이라는 사회적 인식을 제고시키는데 크게 기여할 수 있다고 본다. 이와 같이 「가정」교과목에서 소비자교육을 강화시킴으로써 현대산업사회에서 이 과목의 사회적 존재의의와 중요성을 크게 부각시키는데 효

율적으로 기능하게 할 수 있다.

3. 고등학교 소비자교육 내용의 강화방안

현재 고등학교에서 소비자교육에 관한 내용을 포함하고 있는 교과목중에서 「국민윤리」와 「사회」는 필수과목이고, 「가정」, 「상업」 및 「생활경제」는 선택과목이다. 「가정」은 모든 여학생들이 선택하고 있고, 「상업」은 대부분의 남학생들이 선택하고 있다. 1990년부터 경제교육 강화의 일환으로 고등학교 교양선택과목에 「생활경제」가 삽입되어서 선택하는 학교가 많아지고 있다.

이러한 상황을 고려하면서 고등학교의 소비자교육의 내용을 강화하기 위한 방안을 교과목의 영역배분을 통하여 제시하면 다음과 같다.

첫째, 「사회」와 「국민윤리」가 필수과목이므로 이들 과목에서 현재 포함되어 있는 소비자교육의 내용을 강화해야 한다. 즉 사회에서는 일반경제지식에 관한 내용이 충분히 포함되어 있으므로 큰 문제가 없으나, 국민윤리에 포함되어 있는 소비에 관한 가치관에 관한 내용은 양과 질적인 면 모두 문제가 있으므로 현재보다 더욱 강화해야 된다.

둘째, 여학생들이 모두 선택하고 있는 「가정」에서 소비자교육을 강화해야 한다. 우선 가계재정영역에서 저축과 투자, 보험, 소비자신용, 세금 등에 관한 내용과 구매법과 자원의 관리 및 보존 영역에서는 교육, 소비자보건, 가정기기 및 가구, 여가 등에 관한 내용을 포함시켜야 한다. 소비자정보, 광고 및 판매전략, 유통, 지불방법, 환경문제에 관한 내용도 포함시켜야 한다.

세째, 「상업」은 교과목의 성격상 소비자를 주체로 보기 보다는 객체로 보는 시각이므로 진정한 의미에서 소비자교육을 효율적으로 시킬 수 있는 과목이라고 보기는 어렵다. 그러나 현재 「생활경제」를 선택하지 않는 남학생등의 경우 소비자교육을 제대로 받기가 어려운 실정이므로 가능한 소비자교육의 내용을 보다 많이 포함시켜야 할 것이다.

마지막으로 「생활경제」는 현재 소비자교육이 가장 많이 포함되어 있기는 하나 경제교육의 일환이므로 소비자교육에서 포함되어야 할 내용중에서 제외된 영역이 많다. 특히 제외된 영역중에서 구매법과 자원의 관리 및 보존영역은 가정학에서만 다루어질 수 있으므로, 가정학을 제외한 다른 전공의 교사들은 가르치기가 어렵다는 문제점이 있다. 그러므로 「생활경제」에서 구매법과 자원의 관리 및 보존, 유통 및 환경문제에 관한 내용이 포함되어야 할 뿐만 아니라, 어떠한 전공을 한 교사들에게 이 과목을 맡겨야 할 것인가에 관한 논의도 함께 이루어져야 한다고 본다. 현재로서는 가정학전공자들이 다른 전공자들에 비하여 소비자교육과 관련된 교과과정을 대학에서 가장 많이 이수하고 있으므로(이기춘, 1990), 가정학전공자가 가장 적합하다고 볼 수 있다. 우리나라 대학의 가정학분야에서는 의류학, 식품영양학, 주거학 및 가정경제영역, 소비자교육영역, 소비자경제 및 정책영역, 소비자행태영역, 소비자연구법 등의 소비자관련과목이 개설되어 있다. 우리나라의 43개대학을 조사한 결과 가정경제영역은 42개 대학, 소비자교육영역은 24개 대학, 소비자경제 및 소비자정책영역은 18개 대학, 소비자행태영역은 9개 대학, 소비자연구법영역은 7개 대학에서 개설하고 있다.(서정희,1991)

V. 결 론

우리사회에 끊임없이 대두되는 사회문제중에서 교육문제는 심각한 문제중의 하나로서 교육목표, 교육내용, 교육제도에 관한 반성과 평가가 이루어져야 하는 시점이다. 입시제도의 대폭적인 개정과 더불어 학교교육은 이제는 입시위주의 교육에서 전인교육으로 바뀌어야 한다. 이러한 상황에서 소비자로서의 개인의 삶을 준비시키는 소비자교육은 전인교육의 맥락에서 볼때도 학교교육에서 강화되어야 한다. 소비자교육의 강화는 소비자에게 효율적인 소비를 통하여 소비자복지를 증진시키게 하는 유용한 수단이 될 뿐만 아니라, 나아가 합리적인 소비자역할의 수행은 기업으로 하여금 품질개선과 아프터서비스의 질을 개선하게 하는 유인으로 작용하여 기업의 경쟁력을 제고시킴으로써 국민경제발전에 기여하게 할 수 있기 때문이다.

지금까지 소비자교육의 개념과 목표를 설정하고,

소비자교육의 내용을 분류하고, 중고등학교교육에서 소비자교육에 기여를 해왔던 과목들의 교육내용을 제시하고, 중학교와 고등학교에서 소비자교육의 내용을 강화하기 위한 방안을 구체적으로 제시하였다.

이렇게 소비자교육의 내용을 강화하기 위해서는 다음과 같은 문제들이 해결되어야 한다.

첫째, 소비자는 국민일반이라는 시각에서 소비자교육은 반드시 강화되어야 한다는 의식이 교육행정가, 교사, 학생들 사이에 제고되어야 한다.

둘째, 소비자교육을 학교교육에서 강화시키는데 있어서 과목영역간의 유리한 고지를 확보하기 위한 경쟁심리, 소비자교육내용의 체계화와 과목간의 역할분담 등의 문제점이 발생할 수 있다. 이러한 문제를 조정하고 해결하기 위하여는 현재 관련교과의 교사와 교수 및 교과과정전문가 등으로 구성된 가칭 '학교소비자교육강화위원회'와 같은 제도적 장치를 마련해야 한다.

세째, 현재는 소비자교육을 담당해야 할 관련과목의 교사들이 소비자교육을 시킬 수 있는 준비가 충분히 되어 있지 않은 상황이므로, 이들을 대상으로 독일의 경우처럼 교사재교육이 실시되어야 한다. 현재 가정과 1,2급 정교사 연수과정에서 소비자교육이 이루어지고 있고, 한국소비자보호원에서 사회과 교사들을 대상으로 한 소비자교육이 시행되고 있으나, 매우 미약한 실정이므로 그 내용의 양과 질 모두가 강화되어야 한다. 특히 생활경제를 담당할 교사들을 대상으로 한 소비자교육을 시킬 제도적 방안이 시급하게 마련되어야 한다.

네째, 소비자교육을 보다 효율적으로 시킬 수 있는 교수방법과 교육자료가 개발되어야 한다. 소비자교육은 특히 실천적 측면을 강조해야 하므로 이를 효율적으로 시행하기 위한 교육자료와 교육방법을 중점적으로 개발해야 한다. 교수방법의 예를 들면, 미국경제인연합회가 Kourilsky박사로 하여금 개발하게 한 '작은 사회(Mini-society)'는 학생들로 하여금 직접 시장체험을 할 수 있게 하는 혁신적인 소비자교육프로그램으로 주정부를 중심으로 하여 약 240개의 경제교육센터의 협력아래 국민학생과 중학생을 대상으로 실시되고 있다.(홍영기 · 최선경, 1988) 그리고 정부의 소비자보호 관련기관, 한국소비자보호원, 소비자단체 및 소비자학을 전공하는 학자들은 서로 유기적인 협력관계를 유지하여, 체계적인 소비자교육프로그램과 소비자교육자료를 개발하여 이를 이를 소비자교육기관에 보급하는 방안을 강구해야 한다. 특히 정부에서는 소비자보호를 위한 각종 시책과 제도의 시행결과에 대하여 정확한 통계분석과 사례를 분석하여 이를 소비자교육자료로 활용할 수 있는 방안을 강구해야 한다고 본다.(서정희, 1991)

미지막으로 소비자교육의 내용은 매우 다양한데 현실의 여건 때문에, 그 다양한 내용을 모두 포함시키기가 어려울 경우 우선순위를 설정해야 한다. 이때 기준이 될 수 있는 것이 소비자교육의 내용에 관한 학습자, 교사 및 소비자교육자들의 요구분석이다. 요구분석은 교육적 요구들을 확인하고, 그것들의 우선순위를 결정하기 위하여 사용되는 방법으로, 핵심적인 요구들을 확인할 수 있다는 경제성을 가지고 있고, 통일된 견해가 없을 경우 공유되고 있는 가치를 전달할 수 있기 때문에 자주 사용되고 있다.(곽병선,1983) 그러므로 소비자교육에 포함되어야 할 내용에 관한 요구분석이 소비자교육과정에 참여하는 학자, 교사, 학생들을 대상으로 하여 이루어져야 한다.

【참 고 문 헌】

1) 곽병선, 교육과정, 배영사, 1983.
2) 김영옥 · 이기춘, 아동소비자교육내용의 체계화에 관한 연구: 국민학교의 소비자교육내용 및 교사의 요구분석을 중심으로, 생활과학연구(서울대학교 가정대학 생활과학연구소), 제16권, 1991, pp. 1-14.
3) 박재선, 소비자교육프로그램의 체계화에 관한 연구: 교육내용을 중심으로, 이화여자대학교 석사학위논문, 1984.
4) 박혜경, 소비자교육론, 수학사, 1987.
5) 백우현, 우리나라 중고등학교의 소비자교육에 관한 연구, 중앙대학교 사회개발대학원 석사학위논문, 1981.
6) 서정희, 소비자주권에 관한 연구, 서울대학교 박사학위논문, 1991.
7) 서정희, 소비자주권을 실현하기 위한 소비자보호

행정의 역할과 기능, 소비생활연구 제 7호, 1991, pp.46-56.

8) 신해화, 우리나라 교과과정 내용으로 본 소비자교육 및 소비의식에 관한 연구, 성균관대학교 석사학위논문, 1981.

9) 이기춘, 소비자능력개발을 위한 소비자교육에 관한 연구: 청소년소비자를 중심으로, 서울대학교 박사학위논문, 1985.

10) 이기춘, 소비자교육학, 교문사, 1988.

11) 이기춘, 고등교육차원의 소비자교육과 소비자학, 소비생활연구 제 4호, 1990, pp.3-16.

12) 이병관, 소비자보호를 위한 소비자교육에 관한 연구, 전남대학교 경영대학원 석사학위논문, 1982.

13) 한국소비자보호원, 학생소비행태와 학교소비자교육 실태, 1992.

14) 홍영기 · 최선경, 아동소비자연구: 아동소비자능력개발을 중심으로, 한국소비자보호원, 1988.

15) Armstrong, J. & Uhl, J.N, Survey of Consumer Education Programs in the united States, Journal of Home Economics, Vol.63, No.7, 1971, pp.524-530.

16) Campbell, S.R., Consumer Education in an Age of Adaption, Chicago, Consumer Information Services, Sears, Roebuck & Co., 1971.

17) Herrmann, R.O., The Historical Development of the Content of Consumer Education: An Examination of Selected high school Texts, 1938-1978, The Journal of Consumer Affairs, Vol.16, No.2, 1982, pp.195-223.

18) Hideki Nakahara, Consumer Education in Japan: The Current Situation, 日本消費者學會編, 消費者教育 第九册, 1989.

19) Jacobsen, L.L., Consumer Education Needs of Young Families in Texas, Master's Thesis, Iowa State University, 1968.

20) McNeal, J.U., Children as Consumers: Insight and Implication, Lexington, M.A.: D.C. Health and company, 1987.

21) Metzen, E.J., Ratings of Consumer Competencies by young Women and Consumer Education Experts and implications for Consumer Education, The Journal of Consumer Affairs, Vol.1, No.1, 1967, pp.67-78.

22) Monsma, C. & Banister R., Effective Consumer Education Programs, Proceedings of 26th Annual Conference, American Council on Consumer Intrest, pp.123-127.

23) Murphy, P.D., Consumer Education Curriculum Modules: A Spiral-pross Approach, U.S. Government Printing office, Washington D.C., 1974.

24) Wilcox, S.D., The Educated Consumer: An Analysis of Curriculum Needs in Consumer Education, Consumer Education Development Program, A National Study, 1980.