

7차교육과정의 학교소비자 교육 내용 분석

- 중학교 1, 2학년 「기술·가정」을 중심으로 -

The Analysis on Contents of School Consumer Education of the 7th Curriculum

- Focused on "Home Economics & Technology" for 7th, 8th Grade -

건국대학교 소비자 주거학과
교수 이승신
가정교육학과 대학원
대학원생 김민경·조정자

Dept. of Consumer Science & Housing, KonKuk Univ.

Professor : Lee, Seung Sin

Dept. of Home Education, KonKuk Univ.

Graduate student : Kim, Min kyoung · Cho, Jung ja

◁ 목 차 ▷

- | | |
|------------|-------------|
| I. 서론 | IV. 결과 및 논의 |
| II. 이론적 배경 | V. 결론 및 제언 |
| III. 연구방법 | 참고문헌 |

<Abstract>

The purpose of this research is to analyze 'consumer education system in middle school', whether it is suitably organized to help students make the right decision in their daily life as a rational consumer in this fast changing "the Informational Society".

We divided the consumer education of "the Informational Society" into 4 fields of studies(consumer information technique, decision making on purchasing, consumer financial management, and consumerism) and made specific analysis for this research. The "Technology & Home Economics" textbook which follows 'The 7th curriculum' conducted by "Korean Educational Board" Ministry of Education & Human Resources

Corresponding Author: Seung Sin Lee, Department of Consumer Science & Housing, KonKuk University, 1 Hwayang-dong, Gwangjin-gu, Seoul 143-701, Korea Tel: 82-2-450-3778 Fax: 82-2-444-1058 E-mail: Lchung@konkuk.ac.kr

Development for first and second grade in middle school were used for this analysis.

The results founded are as follows: First, for the curriculum analysis according to the 4 fields of consumer education, both the first and the second grade students' textbook had consumer information technique as the major portion of the consumer education. Second, as a result of the comparison between the two grade levels showed that the second grade level has higher portion of consumer education in "Home economics & Technology" textbook than the first grade level. Third, the present status of consumer education showed that the first grade level's consumer education was only limited in consumer information technique, but the second grade level's consumer education was ranging evenly throughout the 3 fields of consumer education: consumer information technique, decision making on purchasing and consumerism.

These results of this study contribute to the development of an efficient and desirable curriculum for the adolescents' consumer education, specially for school consumer education, in "the Informational Society".

주제어(Key Words): 학교소비자교육(school consumer education), 기술·가정(Home Economics & Technology), 소비자정보기술(consumer information technique), 구매의사결정(decision making on purchasing), 소비자주의 (consumerism)

I. 서론

제7차 교육과정은 세계화·정보화·다양화를 지향하는 교육체제의 변화와 급속한 사회변동, 과학·기술과 학문의 급격한 발전, 경제·산업·취업구조의 변혁, 교육 수요자의 요구와 필요의 변화 등 교육을 둘러싸고 있는 내외적인 체제 및 환경, 수요의 대폭적인 변화에 부응하기 위함이다. 또한 개정의 기본방향을 '21세기의 세계화 정보화시대를 주도할 자율적이고 창의적인 한국인 육성'으로 설정하여 변화하는 환경에 주도적·자율적으로 대처하도록 하였다. 이에 소비자교육의 목표와 내용에 있어서도 이러한 기대에 부응하고 소비자 실질 자신에게도 삶의 질을 높이기위한 변화된 목표 설정과 기본능력을 함양하기위한 교육내용에 대한 점검이 요구되어진다. 따라서, 정보사회에서 학교소비자교육이 어떤 내용으로 이루어져야 할 것인가에 대한 연구가 필요하다. 정보화 사회가 가져온 새로운 소비환경은 소비자가 갖추어야할 지식과 기술의 내용이 바뀌어야 함을 의미한다. 정보사회가 가져오는 변화들에 소비자들이 효과적으로 적응하고 대처하기 위해서는 소비자교육의 내용이 지금까지와는 다르게 구성되어야 한다. 기존의 소비자교육내용은 산업사회에 적합하도록 만들어진 것으로, 산업사회를 살아가는데에 필요한 지식과 기술을 제공해 왔다. 그러나 정

보사회에서는 소비생활을 함에 있어 컴퓨터 및 인터넷을 다루는 기술이 요구되고 정보를 활용하는 능력이 필요하기에 소비자교육에서 다루는 내용들의 변화가 따라야 한다.

특히 학교소비자교육은 학교라는 제도적인 기관을 통하여 피교육자의 수준에 맞추어 단계적 체계적인 교육으로 미래의 의사결정자인 소비자를 합리적인 소비생활을 할 수 있는 기틀을 형성시킬 수 있다는 데에 중요한 의미를 가지며, 이러한 제도교육은 가정이나 사회에서의 임시적, 순간적인 교육보다 추구하는 목표에 직접적인 성과를 얻을 수 있다는 점에서 학교소비자교육의 중요성은 강조된다.

이렇게 학교를 통한 소비자교육이 중요하다고 볼 때, 목표달성을 위한 교육내용은 어떠한가를 생각해 보아야 한다. 소비자교육목표와 소비자교육내용은 시대적 사회적 환경에 따라 변화되었고 이와 더불어 학교교육의 목표와 내용도 추구하는 인간상의 변화에 따라 변하고 있다. 이와같이 전체적인 교육과정에서의 시대적 사회적 변화에 따라 교육내용이 변하고 있음을 볼 때, 소비자교육의 목표와 내용에 있어서도 점검과 수정 과정을 통해 변화된 환경에 대응할 수 있는 소비능력을 키우도록 해야 한다. 이에 새롭게 출범된 7차교육과정의 소비자교육내용을 담은 기술·가정교과가 어떻게 변화되었으며, 어떻

게 구성되어 있는가를 살펴보고 더 나은 대안을 모색해 보고자 한다.

따라서 본 연구는 정보사회로 변화된 소비환경에 대응할 수 있는 합리적인 소비생활교육을 위한 현행 학교소비자교육내용의 타당성을 분석해보고 개선방향을 모색해봄으로서 소비자교육의 궁극적인 목표인 삶의 질 향상과 복지향적 소비생활을 추구하기 위한 교육과정개발에 기초자료가 될 것으로 사료된다.

II. 이론적 배경

1 학교소비자교육의 개념 및 의의

소비자교육은 사회·경제·정치적인 생활환경의 변화에 대한 소비자의 요청에 의해 존재한다. 따라서 소비자교육은 다양한 방식으로 규정되어 왔다.

소비자 교육개발 프로그램(Consumer Education Development Program : EDP)의 연구보고서(1980)에 제시된 소비자교육은 소비자(개인 및 집단)가 소비자원을 관리하고 소비자 의사결정에 영향을 미치는 제 요인을 변화·조성할 수 있도록 시민으로서 행동하는데 필요한 지식과 기능을 가르치는 것이다. 이 정의는 의사결정, 자원관리, 시민참여 세 영역을 강조하고 있다.

이기춘(1985)은 소비자교육을 '개인이 바람직한 소비자 시민으로서 다양한 역할을 수행하기 위하여 필요로 하는 소비자 능력, 즉 소비자 지식, 소비자 태도, 소비자 기능을 개발할 수 있도록 도와주는 것'으로 정의하였다.

1993년 스톡홀름에서 열린 학교 소비자교육에 관한 유럽협의회(European Conference Education in School)에서의 논의를 살펴보면, 소비자교육은 소비자정보와 소비자상담의 효과적인 사용에 기초가 되는 정서적·인식적 성향을 형성하는 것이라 하였다.

今井光映(1983)은 다양한 가치 중에서 각자가 제각기 가치있는 것을 확인·선택하고, 각각에 가치체계를 조직하며, 여러 가지 대안 중에서 각자가 책임

질 수 있는 것을 선택·결정하는 자주 의사결정의 능력을 개발하는 것으로, 단순히 가정의 생활적응의 의사결정론만이 아니고 사회의 생활환경조성의 의사결정론을 포함한 개인적·사회적 의사결정시스템을 중심으로 한다고 했다. 이 정의는 가치관의 인식, 의사결정시스템을 강조하고 있다. Giordan(1980)은 소비자교육을 우리가 살고 있는 급격하게 변화하며 복잡한 세계의 맥락에서 생각하여 변화하는 환경에 최소의 희생으로 적응할 수 있도록 세계관과 의사결정을 인식하게 하는 것이라 했다.

국제소비자연맹은 비판적인 자각, 사회적 책임, 관련이나 행동, 생태적인 책임, 소비자들 사이의 결속력을 갖추게 하는 것(Giordan, 1980)이라 하여 비판의식과 시민참여를 강조하고 있다. 또한 오늘날 대부분의 미국가정학자들의 소비자교육에 대한 정의는 다음과 같다. 소비자교육은 소비자자원관리에 필요한 지식과 기술을 얻는 과정이며 소비자 의사결정에 영향을 미치는 제 요소에 영향을 주는 행동양식을 얻기 위한 과정이다(Michigan Consumer Education Center, 1982).

이상에서 살펴본 바와 같이 소비자교육은 실생활의 문제이며, 소비자정보와는 다른, 종합적 측면에서 장기적으로 자립능력을 키워주는 것으로 볼 때, 소비자교육은 가정, 학교, 사회에서 공동으로 실시되어야 하나 이중에서도 가장 체계적인 소비자교육을 실시할 수 있는 기관이 바로 학교이다. 학교에서 실시하는 소비자교육은 일정한 제도교육하에서 교육과정과 교재를 통해서 이루어지는 교육이므로 다른 소비자교육 방법에 비하여 단계적이면서 체계적으로 이루어 질 수 있다는 장점이 있다. 왜냐하면 가정소비자교육은 목적 지향적이면서 체계적인 교육이 되지 않을 위험이 있으며, 사회 소비자교육은 교육의 지속성을 유지하기가 힘들고 단편적인 정보의 제공에만 그칠 가능성이 있기 때문이다. 즉 학교에서는 교육목표가 수립되고 교육내용이 설정되어서 피교육자의 수준에 따른 교육이 단계적이고 체계적으로 이루어질 수 있기 때문에 소비자교육은 학교교육을 통하여 가장 효과적으로 이루어질 수 있는 것이다. 이에 선진 각국에서는 오래 전부터 학

교소비자교육을 강화하고 있다(서정희, 1991).

또한, 학교소비자교육이 청소년기에 형성된 소비행태와 경험으로 합리적 소비생활의 기틀을 형성해 나갈 수 있는 소비자의 능력을 제고시킨다는 인간교육에 목표를 두고 있다(F.L. Boyd & S. Ruth, 1978)는 관점에서 볼 때, 학교를 통한 소비자교육은 가정교육이나 사회교육 차원의 소비자교육이 교육대상자를 선택적으로 특정화하고 있는 것과는 달리 제도적인 교육이라는 점에서 교육대상자를 특정대상으로 제한하지 않고 사회구성원 대부분을 포괄한다는 점에서 교육의 사회적 형평성을 살릴 수 있다는 의의를 갖는다(이득연·송순영, 1993; 이기춘, 1999)

따라서 학교소비자교육은 이러한 점에서 보다 근본적으로 소비자의 능력개발에 직접적인 성과를 얻을 수 있으면서 상대적으로 훨씬 체계적이며 근본적인 소비자교육의 수단이라고 할 수 있다.

2. 7차교육과정에서의 학교소비자교육

7차 교육과정은 '21세기의 세계화, 정보화 시대를 주도할 자율적이고 창의적인 한국인 육성'을 개정의 기본 방향으로 설정하고, 건전한 인성과 창의성을 함양하는 기초 기본 교육의 충실(목표), 세계화, 정보화에 적응할 수 있는 자기 주도적 능력의 신장(내용), 학생의 능력, 적성, 진로에 적합한 학습자 중심 교육의 실천(운영), 지역 및 학교 교육과정 편성 운영의 자율성 확대(제도)에 초점을 두고 있다.

7차 교육과정에서 추구하는 인간상은 기존의 6차까지의 단순한 인간상 제시 방식을 탈피하여 '복합적이고 다면적인 인간상'을 설정해 두고 있다. 구체적인 인간상으로 '전인적인 성장의 기반 위에 개성을 추구하는 사람, 기초 능력을 토대로 창의적인 능력을 발휘하는 사람, 폭넓은 교양을 바탕으로 진로를 개척하는 사람, 우리 문화에 대한 이해의 토대 위에 새로운 가치를 창조하는 사람, 민주 시민 의식을 기초로 공동체 발전에 공헌하는 사람'으로 설정되어 있다. 이러한 인간상을 구현하기 위해 '사회적 변화의 흐름을 주도할 수 있는 기본 능력을 길러

줄 수 있도록 교육과정을 구성한다'를 교육과정 구성의 첫 번째 방침으로 제시하고 있다. 미래 사회의 변화에 적응할 수 있는 자기 주도적 학습 능력을 신장시키기 위해서는 기본 능력을 길러 주고, 창의성과 정보 능력을 배양해야 하기 때문이다.

이와 같이 7차 교육과정의 개정 기본 방향에 따른 소비자 교육내용에 있어서도 새로운 시대상을 반영한 정보화 교육의 필요성이 요구되어지며, 정보화 사회에서는 소비자교육의 목표를 자립적이고 자율적인 소비자 육성에 두어야 한다. 소비자교육은 소비자 주권을 실현하기 위한 객관적 조건이 되는 경쟁과 주체적 조건이 되는 소비자의 합리적인 선택을 제고시키는 중요한 제도적 장치가 된다. 또한, 합리적인 소비자 시민으로서의 역할을 제대로 할 수 있는 능력을 개발하는 것을 목표로 하는 소비자교육의 중요성이 더욱 커지게 될 것이다. 정보화사회에서는 지금보다도 더욱 소비자들의 합리적인 판단과 선택의 중요성이 강조되는 사회이기 때문이다(이승신, 2002).

이러한 변화된 교육목표 아래 새로운 소비환경에 소비자가 갖추어야 할 지식과 기술의 내용이 기존의 소비자교육에서는 다루지 않았던 부분으로 새로이 추가, 수정하여야 한다. 그리고, 정보화 사회에서의 변화를 적극적으로 대처해 나갈 수 있는 소비자 능력을 함양시킬 수 있도록 소비자교육이 이루어져야 한다(김기욱·김난도·이승신, 2001). 특히 정보화 사회에서 소비생활을 함에 있어서 컴퓨터 및 인터넷을 다루는 기술이 요구되고 정보를 자유로이 활용할 줄 아는 능력이 필요하기에 소비생활교육에서 다루는 내용들의 변화가 따라야 한다(김기욱·김난도·이승신, 2001).

이기춘(1996)은 오늘날의 소비자교육은 소비자가 개인적, 사회적 존재로서 자아실현을 해 나가기 위해 소비생활양식을 추구하고 새로운 소비문화를 형성하는데 필요한 소비자능력을 학습하는 것으로 과거의 사회변화에 적응하는 소비자가 아닌 주도적 소비생활을 해 나갈 수 있는 능력을 가진 소비자를 키우는 것을 목표로 하였다. 정규학교교육을 통해 살펴보면, 중학교에서는 컴퓨터에 대한 기초지식과

기능의 습득을 통해 소비자정보를 탐색하고 판단할 수 있는 능력과 태도를 배양해야 할 것이다. 이를 위해 컴퓨터 기술을 활용하여 정보를 탐색하고 실제로 소비자문제를 해결할 수 있어야 한다(이기춘, 1999).

소비자 교육이 궁극적으로 추구하는 바는 소비자가 생활하는 환경이 소비자 중심으로 구성되어 소비자의 삶의 질을 향상시켜서 소비자가 일상생활에 만족할 수 있도록 하는 것(김기욱·허경옥·정순희·김혜선, 2001)이 목표이며, 나아가 미래의 소비생활 환경을 소비자복지 지향적으로 조성해 나가는 데 있다(김영옥, 1999). 물론 정보화 시대의 교육은 탈산업화, 탈근대화 모델에 기반하는 것으로 기존의 교육모델에 대한 근본적인 수정을 요구한다 하였으나(한승희, 1999; 배운정, 김기욱, 2000) 인간이 궁극적으로 추구하는 삶의 질 향상과 복지 지향적 소비생활에 목표를 두는 것은 정보화 사회라고 해서 다를 바 없다. 다만 목표를 추구하는 교육의 내용과 방법에는 변화가 있을 것이다.

소비자 교육내용의 경향을 역사적 맥락에서 살펴보면, 소비자교육은 전통적으로 금전관리와 구매기능에 초점을 맞추어 왔고 점차로 소비자의 의사결정교육, 경제제도에서 소비의 역할을 인식하기 위한 경제교육, 소비자의 권리와 책임, 역할 등에 대한 교육내용으로 확대되고 있다(박혜경, 1992).

이기춘(1991)의 연구에서는 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 14가지의 주제를 아동 소비자교육내용으로 분류하였다.

이처럼 소비자교육의 내용을 정리하고 분류한 연구마다 어떠한 주제를 포함시킬 것인가, 제외시킬 것인가에 관해서 그 분류기준이 다르게 나타나고 있으나, 현존하는 교육시스템에서 소비자교육을 효율적으로 수행하기 위해서는 소비자교육의 내용에 관하여 학자들과 교육 전문가들 사이에 일치된 견

해가 존재해야 한다(Banister와 Monsma, 1982).

한편 이러한 사회환경의 변화에 적극적으로 대처할 수 있는 자립적이고 자율적인 소비자의 육성이 정보화사회의 소비자교육의 목표라는 관점에서 볼 때, 기존 소비자교육에서 다루어지지 않았던 부분이 새로이 추가되고 수정되어야 하는데 이에 배운정(1999)은 정보화 사회에 적합한 소비자 능력을 함양할 수 있는 소비자교육내용으로 전문가와 소비자집단의 요구도를 절충하여 4개의 영역(정보기술, 구매의사결정, 재무관리, 소비자주의)으로 분류하고 다시 12개의 하위영역으로 체계화 하였다. 특히 소비자정보기술 영역에서는 크게 인터넷거래 이용법과 소비자정보 활용법으로 구분하여 기존 교육내용과는 다른 내용을 추가, 체계화하였다. 인터넷거래 이용법은 소비자들이 인터넷을 이용할 때 소비생활에서 필요한 영역 중에 도움이 될 만한 사이트를 소개하고 인터넷거래를 이용하는데 효율을 극대화하기 위해서 필요한 부분으로서, 인터넷 쇼핑물의 이용, 전자금융거래, 각종 서비스 사이트 등의 내용으로 분류하였다. 소비자정보 활용법의 내용은 정보의 수집·축적, 정보의 관리 등으로서, 소비생활에서 얻은 정보를 함께 공유하면서 효율적으로 활용할 수 있도록 소비자를 돕고 교육하는 내용을 포함하고 있다. 이는 정보화 사회를 살아가는 소비자가 구매의사결정을 하고 효율적인 자원관리를 하며 소비자로서의 권리와 책임을 수행하고자 할 때 필수적으로 요구하는 정보기술 및 인터넷에 대한 이해가 기본적으로 되어 있지 않다면 그 방법상의 문제나 내용 측면에서 사회적 요구와 추세를 반영할 수 없기 때문이다.

김기욱·김난도·이승신(2001)은 정보화사회에 있어서 소비자교육내용은 정보공급자와 정보소비자간의 의사소통이 컴퓨터를 통하여 전자적인 네트워크가 이루어지게 되는 기술적인 측면을 중요한 수단으로 간주하고 배운정(1999)이 체계화시킨 정보화사회의 소비자교육내용을 기본으로 소비자정보기술 영역에 정보기술(소비자측면의 정보기술, 네트워크 측면의 정보기술)을 추가하여 보다 세부적으로 재구성(표 1)하였다. 재구성한 세부내용은 정보화 사

〈표 1〉 정보화 사회의 소비자교육내용

정보기술			구매의사결정		
인터넷 거래 이용법	쇼핑몰의 이용	쇼핑몰 사이트 접근	소비자 의사결정에 영향을 미치는 외적 요인	생태학적영향	환경보호와 자원의 보존
		구매절차		기술적 영향	정보통신기술
		결제시스템		경제체제	시장경쟁원리와 경제문제 및 경제체제
	전자금융거래	인터넷주식거래		정치체제	공공정책/규제/이익집단
		인터넷 은행 서비스			전자정부
		원격의료서비스		사회문화체제	생활표준과 삶의 질
각종 서비스 사이트	원격교육	사회변화와 문화			
	온라인 저널	역할과 지위			
	정보 활용법	소비자 정보의 수집과 분류관리	정리와 분류	소비자 의사결정에 영향을 미치는 개인적 요인	라이프스타일
소비자 정보의 관리		정보의 근원	욕구와 욕망		사회적·개인적 욕구와 욕망
		정보의 결합과 보충	자원		인적자원
정보 기술	소비자측면의 정보기술	하드웨어	가치와 목표		금전/천연/지역사회/정보자원
		소프트웨어			사회적·개인적 가치
	네트워크 측면의 정보기술	통신과 데이터의 전송	생활주기		목표설정
		인터넷	평가	소비자 만족/불만족과 소비자대응행동	
		네트워크	정보탐색	정보의 원천과 수집	
		보완관련 기술	선택	정보비용과 정보평가	
재무관리			의사 결정 과정	대안	대안평가
수입과 지출의 관리	세금관리	세금의 납부		문제의 인식	실제·희망상태의 불일치
	자금관리	금융기관 선택과 금융서비스 활용		소비자주의	
	지출관리	합리적인 지출		소비자권리	소비자의 법적인 권리
	차용관리	차용의 불이익		소비자책임	네티즌으로서의 권리
소득과 자산의 보호	위험관리	위험의 관리	소비자 권리와 책임	소비자관련법	소비자의 책임
	보험	보험상품의 선택 및 계약과 가입			환경의식적 소비자
		보험관리			네티즌의 윤리적 책임
자산의 증대	저축	금융상품의 선택	소비자 보호	소비자보호 행정서비스	소비자보호법
	투자	증권투자			제조물책임법
		투자계획			소비자거래규제
노후 설계와 상속	노후설계	국민연금과 개인연금	소비자 활동	소비자참여	중앙행정부처/지방자치단체의 소비자보호행정서비스
		은퇴후의 소득과 지출			한국소비자보호원
		기업퇴직금			소비자네트워크형성
	증여와 상속	증여와 상속			소비자단체의 활동
					전국의 소비자단체안내

출처: 배윤정(1999). 정보화 사회의 소비자 교육내용 체계화에 관한 연구. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
이승신 외2(2001). 소비자정보론, 시그마프레스, pp. 247-250.

회에서 필요한 소비자의 정보기술을 이해하기 위해 첫째, 정보소비자로서의 하드웨어 및 소프트웨어 운용기술, 둘째, 이러한 정보의 교환이 이루어지는 네트워크 상의 일반적 기술적 요소, 셋째 정보공급자 측면의 하드웨어와 소프트웨어에 대한 내용, 마지막으로 홈페이지 제작과 관련한 정보기술에 대한 필요성을 강조하였다.

III. 연구방법

소비자교육내용 영역체계에 의한 분석은 정보화 사회에 적합한 소비자교육내용을 체계화시킨 배운정(1999), 김기욱·김난도·이승신(2001)을 근거로 현행 7차 교육과정상의 중학교 1, 2학년의 「기술·가정」교과서를 분석하고자 한다. 변화된 환경속에 소비자 능력을 함양시키기 위한 현행 학교교육내용의 타당성을 분석하기 위해 사용한 도구로는 중학교 1, 2학년 「기술·가정」1학년 10종, 2학년 9종 교과서(표 2)를 기준으로 배운정(1999), 김기욱·김난도·이승신(2001)의 정보화 사회의 소비자교육내용(표 1)을 기준으로 단위는 쪽수로 하여 양적분석을 실시하였다.

분석의 기준(표 1)은 영역별 4분야를 기준으로 각각의 하위내용을 구성, 체계화되었으나 여기에서

는 학교소비자교육이 정보화시대에 적합한지를 분석하기 위한 현행 교과서의 구성상태를 파악하는 것이 목적이므로 4영역을 기준으로 각 영역의 하위 구성요소들을 대·중·소로만 분류하여 분석하였다. 또한 이 구성안(표 1)을 기준으로 분석시 보다 정확한 분량을 확인하고자 각 출판사별(표 2) 부록, 머릿말, 차례, 표지에 해당하는 지면은 전체 페이지에서 제외하고 분석하였으며, 분석 기준(표 1)에 따른 검증위해 모든 출판사별 해당단원의 소단원을 기본단위로 일관되게 검증하였다. 그 결과, 각 출판사별 그림이나 퀴즈등으로 인해 1, 2 페이지에 미약한 차이가 있었을뿐 출판사별로는 의미있는 관련성이 없어서 본 연구에서는 제외하였다. 분석 범위(표 3)는 중학교 1학년의 '컴퓨터와 정보 처리'와 중학교 2학년 '컴퓨터와 생활', '자원의 관리와 환경'으로 하였으며 관련 단원으로 2학년에 '의복마련과 관리' 단원에서도 소비자 관련 교육내용이 제시되었으나 그 분량이 너무 미약하고 주 목적이 의생활을 위한 간접적인 소비교육내용을 제시하고 있어서 변화된 환경에 대처하기 위한 보다 직접적인 소비교육내용이 제시된 '자원의 관리와 환경' 단원과 정보소양능력을 위한 '컴퓨터와 정보 처리', '컴퓨터와 생활' 단원을 분석 범위로 한정하였다. 또한 현재 중학교 3학년 교과서는 현재 출판중이어서 분석대상에 포함하지 않았다.

〈표 2〉 중학교 1, 2학년 「기술·가정」교과서 종류

출판사	1 학 년	2 학 년
동화사	성화경 외 9(2002), 기술·가정 1	성화경 외 9(2002), 기술·가정 2
대한교과서	송혜균 외 7(2002), 기술·가정 1	송혜균 외 7(2002), 기술·가정 2
천재교육	이승신 외 7(2002), 기술·가정 1	이승신 외 7(2002), 기술·가정 2
(주)교학사	정성봉 외 7(2002), 기술·가정 1	정성봉 외 7(2002), 기술·가정 2
(주)두산	이상혁 외 11(2002), 기술·가정 1	이상혁 외 11(2002), 기술·가정 2
교육연구사	윤인정 외 6(2002), 기술·가정 1	윤인정 외 6(2002), 기술·가정 2
(주)지학사	김판옥 외 8(2002), 기술·가정 1	김판옥 외 8(2002), 기술·가정 2
금 성	이봉구 외 6(2002), 기술·가정 1	이봉구 외 6(2002), 기술·가정 2
형 설	봉공진 외 5(2002), 기술·가정 1	봉공진 외 5(2002), 기술·가정 2
업 투	최하식 외 6(2002), 기술·가정 1	

〈표 3〉 중학교 1,2학년 「기술·가정」교과서의 소비자교육관련 단원

학년	단원	내 용
중1	컴퓨터와 정보 처리	컴퓨터의 구조와 원리를 이해하고, 컴퓨터에 의해 자료를 처리하여 정보를 생산, 저장하며 필요한 곳에 분배하는 방법을 알아 컴퓨터를 일상 생활에 활용할 수 있다. (가) 정보의 생산 (나) 정보의 저장과 분배
중2	컴퓨터와 생활	다양한 컴퓨터 소프트웨어를 이용하고 인터넷을 통하여 생활에 필요한 정보를 찾고 활용할 수 있다. (가) 소프트웨어의 활용 (나) 인터넷의 활용
	자원의 관리와 환경	자원과 환경 보전의 중요성을 인식하고, 청소년의 일과 시간, 소비 생활을 합리적으로 관리할 수 있는 능력을 갖는다. (가) 자원의 활용과 환경 (나) 청소년의 일과 시간 (다) 청소년과 소비 생활

IV. 연구결과

1. 전체 소비자교육 내용분석

본 연구는 정보화사회로 변화된 소비환경에 대응할 수 있는 합리적인 소비생활교육을 위한 현행 학교소비자교육내용의 타당성을 분석해보고자 중학교 1, 2학년 「기술·가정」 10종 교과서 '컴퓨터와 정보 처리'와 '컴퓨터와 생활', '자원의 관리와 환경' 단을 분석범위로 배운정(1999), 김기욱·김난도·이승신(2001)의 정보화 사회의 소비자교육내용(표 1)을 기준으로 분석하였다.

분석결과, 가장 특징적인 현상은 전체적인 4영역(소비자정보기술, 구매의사결정, 재무관리, 소비자주의) 중 소비자정보기술이, 그리고 학년별 1학년보다 2학년이 소비자교육내용으로 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 이것이 정보화사회라는 변화된 환경에 보다 주도적인 소비자능력을 함양하기위한 교육내용이라고 하기엔 난이도나 현실성이 떨어져 여기에 대한 교육과정연구가 재검토되어야 할것으로 사료된다. 또한 소비자의 소비활동을 위한 기본적으로 함양해야 할 재무관련 영역이 분석대상인 중 1, 2학년 뿐만아니라 현재 준비중인 중 3 교과내용에도 모두 전무한 상태여서 앞으로 합리

적인 소비생활의 기틀형성을 위한 기본교육의 부실이 우려된다. 이에 바람직한 재무활용을 위한 소비자교육내용이 교육과정상에 추가되어 할 것으로 사료된다. 또한 소비자정보기술에 1, 2학년 모두 많은 부분을 차지하고 있지만 분석을 위한 단원을 선택하여 선택분량과 상대적 비례한 결과이어서 교육내용이 그 부분에 중점을 두었다고 할 수 없으며, 그 난이도에서나 활용적인 측면에서도 부족한 점이 많아서 현실적인 대안이라 할 수 없다.

마지막으로 〈표 4〉는 먼저 대분류를 통하여 4영역에 대한 대분류별로 교과서 편제된 형태를 살펴보고, 이어서 중분류, 소분류로 세부적 체계화된 영역별 교과내용을 살펴보았다. 대분류 4영역에서의 재무관리 뿐만이 아니라 전체적으로 어느 한곳에 내용이 편중되어 있음 볼수 있다. 다음으로 대분류의 각 영역별 하위 세부 구성 내용들의 편제형태를 살펴보았으며, 다음으로 학년별로 전체적인 내용 비중을 비롯하여 출판사별 총분량을 각 학년별 비교해보았다. 다음으로 영역별 각 분야의 1,2 학년을 총 통틀어 차지하는 교육내용의 비중을 살펴보았으며, 그 다음부터는 영역별 각 분야 당 세부 구성내용에 대한 편제상태를 살펴보았다.

<표 4> 소비자교육 영역별 내용분석

대분류	내 용		쪽 수							
	분 류 별		학 년 별		합 계					
	소분류	중분류	1학년		2학년		소분류	중분류	대분류	
소비자정보기술	인터넷거래이용법	쇼핑몰의이용							658 (59.71%)	
		전자금융거래								
		각종 서비스 사이트								
	소비자정보활용법	소비자 정보의 수집과 측정		51 (6.48%)	60 (7.62%)	51 (4.63%)	109 (9.89%)			
		소비자정보의 관리	49(15.56%)	9(1.14%)		58(5.26%)				
	정보기술	소비자측면의 정보기술	208 (66.03%)	266 (84.44%)	194 (24.65%)	283 (35.96%)	402 (36.48%)	549 (49.82%)		
		네트워크측면의 정보기술	58 (18.41%)		89 (11.31%)		147 (13.34%)			
		소 계		315(100%)	343(43.58%)	658(59.71%)				
	구매의사결정	소비자 의사결정에 영향을 미치는 외적요인	경제체제							304 (27.59%)
			생태학적 영향		70(8.89%)		70(6.35%)			
기술적 영향					70(8.90%)		70(6.35%)			
정치체제										
소비자 의사결정에 영향을 미치는 개인적 요인		자원			187(23.76%)		187(16.97%)	194 (17.60%)		
		가치와 목표		7(0.89%)	194 (24.65%)	7(0.64%)	194 (17.60%)			
		라이프 스타일								
의사결정과정		평가						40 (3.63%)		
		정보검색			40 (5.08%)	40 (5.08%)	40 (3.63%)			
		선택 대안								
소 계		0(0%)	304(38.63%)	304(27.59%)						
재무관리	수입과 지출의 관리	세금관리					0	0 (0%)		
		자금관리								
		지출관리								
		차용관리								
	소득과 자산의 보호	위험관리					0			
		보험					0			
	자산의 증대	저축					0			
투자										
노후의 설계와 상속	노후설계					0				
증여와 상속										
소 계		0(0%)	0(0%)	0(0%)						
소비자주의	소비자권리와 책임	소비자권리		18(2.30%)	89 (11.31%)	18(1.63%)	89 (8.08%)	140 (12.70%)		
		소비자책임		71(9.02%)		71(6.44%)				
	소비자보호	소비자관련법			51 (6.48%)	51 (6.48%)	51 (4.63%)			
		소비자보호행정 서비스		51 (6.48%)		51 (4.63%)	51 (4.63%)			
	소비자활동	소비자참여								
		소비자단체								
소 계		0(0%)	140(17.79%)	140(12.70%)						
소비자교육 해당 쪽수			315(29%)	787(71%)	1102(100%)					
전체 출판사별 교과서 분량			1616(19.49%)	1908(41.25%)	3524(100%)					

2. 대·중·소 분류별 소비자교육 내용 분석

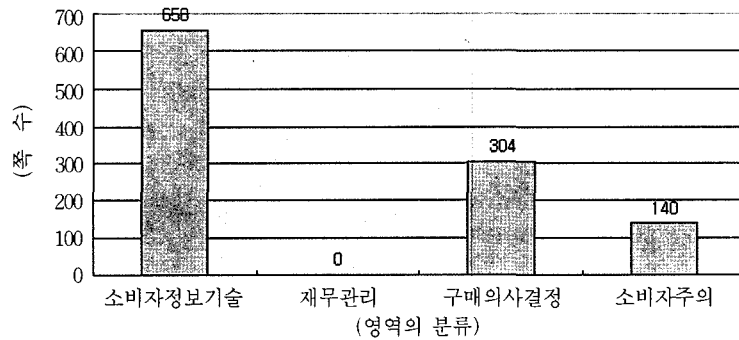
1) 대분류에 의한 영역별 소비자교육 내용

중 1, 2 기술·가정 교과서 중 대분류에 의한 전체 영역별 소비자교육이 차지하는 해당 쪽수는 소비자정보기술 658쪽(59.71%), 구매의사결정 304쪽(27.59%), 소비자주의 140쪽(12.70%)으로 전체적으로 소비자정보기술부분이 가장 많은 부분을 차지하고 있었고, 그 다음으로 구매의사결정, 소비자주의 순으로 높게 나타났다. 이처럼 변화된 사회환경에 대응할 수 있는 소비자의 능력을 함양시킨다는 의의에서 소비자정보기술영역에 보다 많은 내용을 할애한 것을 알 수 있다. 하지만 인간의 궁극적인 목표인 삶의 질 향상과 복지향적인 소비생활을 위한 소비자교육의 궁극적인 목표 달성에는 변함이 없듯이 변화된

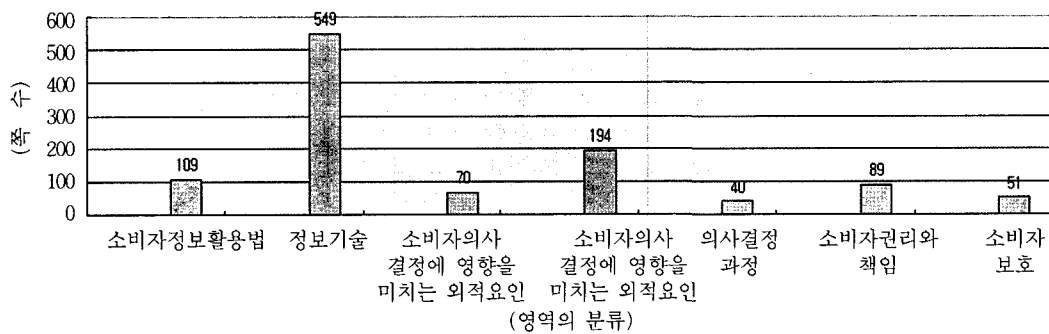
환경 속에서도 변함없이 갖추어야 할 소비자능력이 있듯이 정보화사회라고해서 달라지는 것이 아니라 여러 능력을 함양하기위한 여러 영역에 고른 분포가 요구되어진다. 특히 소비자 재무관리부분에서는 초등학교 5학년의 '용돈관리하기' 단원을 제외한 그 이후의 후속되는 내용이 전무한 상태이어서 이에 대한 내용구성이 요구되어야 할것으로 사료된다.

2) 중분류에 의한 영역별 소비자교육 내용

중분류에 의한 전체 영역별 소비자교육이 차지하는 영역별 현황은 정보기술이 549쪽(49.82%)으로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 소비자의사결정에 영향을 미치는 개인적요인이 194쪽(17.60%), 소비자정보활용법 109쪽(9.89%), 소비자권리와 책임 89쪽(8.08%), 소비자의사결정에 영향을 미치는 외적요인



<그림 1> 대분류에 의한 영역별 소비자교육 내용 분석



<그림 2> 중분류에 의한 영역별 소비자교육 내용 분석

70쪽(6.35%), 소비자보호 51쪽(4.63%), 의사결정과정 40쪽(3.63%) 순으로 높게 나타났다. 연구결과, 정보 기술영역에 많은 부분이 분포되었지만 내용적인 측면에서 초등학교 5, 6학년의 '컴퓨터 다루기', '컴퓨터 활용하기' 단원에서 선행학습된 내용이 같은 수준에서 중2학년까지 반복적인 게재와 현 피교육자 수준에도 맞지 않는 낮은 수준으로 구성되어 있다. 또한 정보화사회의 학교소비자교육으로 요구되는 소비자정보탐색과 판단할수 있는 능력과 태도를 배양시킬수 있도록 구성되어야 한다는 이기춘(1996)의 연구에서처럼 능력을 배양할 수 있는 보다 실질적인 내용 즉, 현재 전무한 상태인 '인터넷거래이용법' 영역과 편중되어 구성된 '정보기술' 영역을 조정하여 고르게 분포되어질 수 있도록 구성되어져야 할 것으로 사료된다.

3) 소분류에 의한 영역별 소비자교육 내용

소분류에 의한 전체 영역별 소비자교육이 차지하는 영역별 현황은 소비자측면의 정보기술이 402쪽(36.48%)으로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 자원 187쪽(16.97%), 네트워크측면의 정보기술 147쪽(13.34%), 소비자책임 71쪽(6.44%), 생태학적 영향 70쪽(6.35%), 소비자정보의 관리 58쪽(5.26%), 소비자정보의 수집과 축적 51쪽(4.63%), 소비자보호행정 서비스 51쪽(4.63%), 평가 외 40쪽(3.63%), 소비자 권리 18쪽(1.63%), 가치와 목표 7쪽(0.64%) 순으로

높게 나타났다.

즉, 소비자교육 내용이 가장 많은 영역은 소비자측면의 정보기술이 402쪽으로, 중12학년 전체 소비자교육 비중의 36.48%였고, 중12학년 교과서 비중의 11.41%였다.

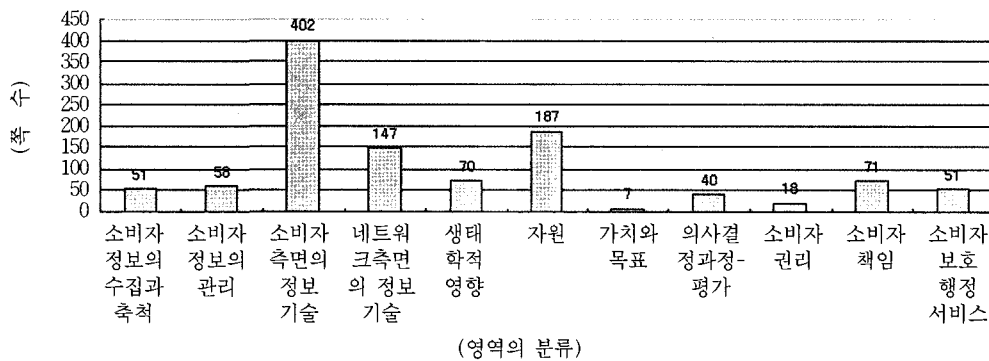
소비자교육 내용 해당 쪽수가 가장 적은 영역은 가치와 목표가 7쪽으로, 중12학년 전체 소비자교육 비중의 0.64%였고, 중12학년 교과서 비중의 0.20%였다.

3. 영역별 소비자교육 내용분석

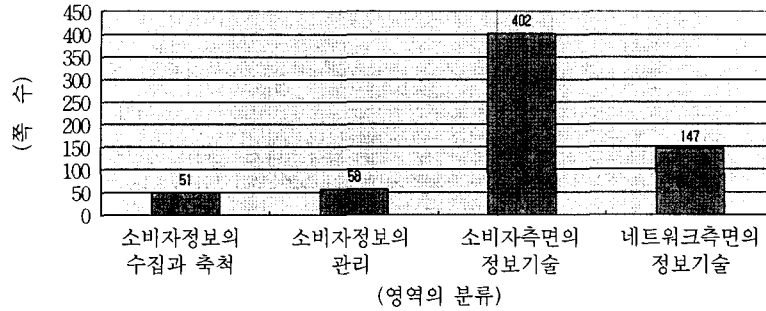
소비자교육은 크게 4분야 소비자정보기술, 구매의사결정, 재무관리, 소비자주의를 주축으로 중학교 12학년 해당 교과서의 해당 총 쪽수를 제시하며 대분류와 관련하여 하위 세부적인 구성 내용의 편제 상태를 살펴보았다. 그러나 이 기본 주축이 되는 영역 중 재무관리에 대한 영역은 현재 전무한 상태로 <표 4>를 재해석하지 않았다.

1) 소비자 정보기술 영역의 하위 소분류 내용

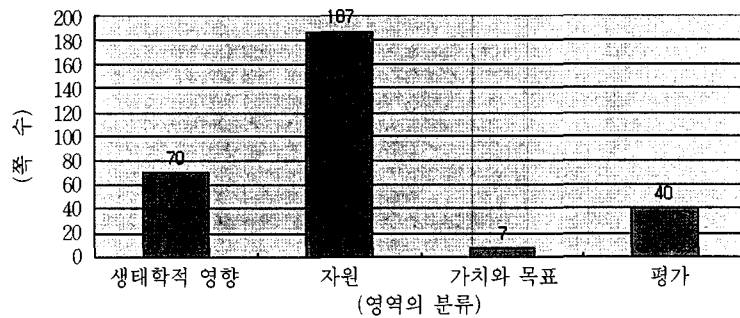
7차 교육과정 중 1, 2학년 소비자 교육 중 소비자 정보기술 분야에서는 소비자측면의 정보기술이 402쪽으로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 네트워크측면의 정보기술 147쪽, 소비자정보의 관리 58쪽, 소비자정보의 수집과 축적 51쪽 순으로 나타났다. 교



<그림 3> 소분류에 의한 영역별 소비자교육 내용



<그림 4> 소비자 정보기술 영역의 내용



<그림 5> 구매 의사결정영역의 내용

과서에서 '소비자측면의 정보기술' 영역에 해당하는 내용은 초등학교 5, 6학년 실과과목에서 선행학습된 내용과 별반 차이없이 계속 반복되는 내용에 많은 비중을 두어서 실제로 소비자능력을 배양하기 위한 '인터넷 거래 이용' 영역에 대한 내용은 전무한 상태이다. 또한 반복적인 내용에 있어서도 그 수준이 현재 피교육자의 수준보다 낮게 구성되어 내용구성 개발이 요구되어지며 초등학교 실과 교과와의 반복적 계열성을 가지되 보다 실질적인 내용의 심화된 내용으로 구성되어져야 할 것으로 사료된다.

2) 구매의사결정 영역의 하위 소분류 내용

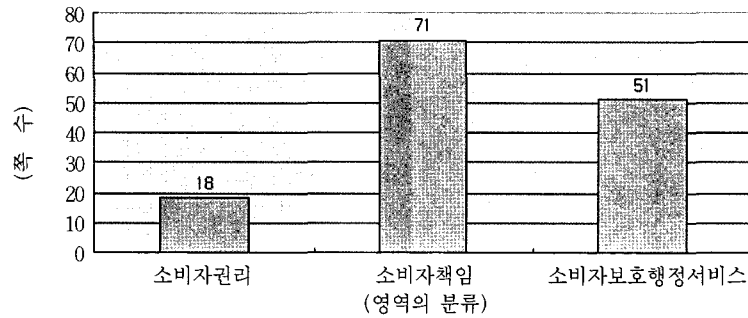
구매의사결정 분야에서는 자원이 187쪽으로 가장 높게 나타났고, 생태학적 영향 70쪽, 평가의 40쪽, 가치와 목표 7쪽 순으로 나타났다. 구매시 합리적인 의사결정과정에 대해 단계적으로 구성되어 보다 합리적인 소비자의사결정태도를 학습시킬 수 있어서

좋지만 이와 더불어 이러한 의사결정에 영향을 미치는 요인 중에서 소비자의사결정에 영향을 미치는 개인적 요인에 편중되어 소비자 문제해결시 협소한 관점에서 학습될 수 있으므로 개인적요인을 포함한 변화된 환경에 주도적인 태도를 배양할 수 있도록 사회·정치적인면이 고려된 외적요인 영역에서도 의사결정영역의 내용이 구성되어져야 할 것이다. 또한 '자원' 영역의 내용면에서도 이론적인 내용에 많은 비중을 두는 것보다는 의사결정과정을 세부화하여 합리적인 선택을 할 수 있도록 구성되어져야 할 것으로 사료된다.

3) 소비자주의 영역의 하위 소분류 내용

소비자주의 분야에서는 소비자 책임이 71쪽으로 가장 높게 나타났고, 소비자보호행정서비스 51쪽, 소비자관리 18쪽 순으로 높게 나타났다.

즉, 전체적인 소비자교육 하위영역별 교과분석에



<그림 6> 소비자주의 영역의 내용

서는 소비자측면의 정보기술이 가장 높았고, 각 영역별 소비자 교육에서는 소비자정보기술은 소비자측면의 정보기술이, 구매의사결정은 자원이, 소비자주의는 소비자책임이 가장 높은 소비자교육부분을 차지하고 있었다.

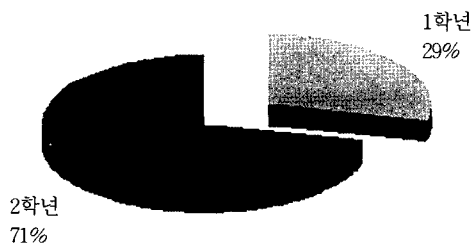
4. 학년별·영역별 소비자교육 내용

1) 학년별 소비자교육 내용

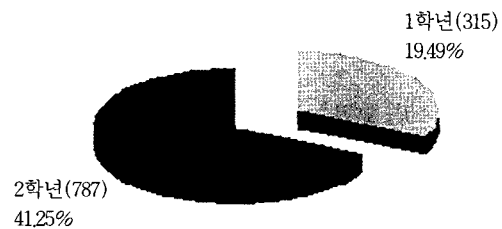
중학교 1학년과 2학년 교과를 전체로 놓고 소비자교육 내용을 살펴보았을 때, 중학교 1학년이 29%, 중학교 2학년이 71%를 차지하고 있었다. 7차 교육 과정에 해당하는 중학교 1학년과 2학년의 기술·가정 교과에서 1학년보다 2학년이 소비자교육 내용이 현저히 높게 나타났다. 양적인 면에서 1학년보다 2학년이 많은 것은 내용 선정 범위에서 차이가 있었기 때문이며 실상, 1학년과 2학년의 컴퓨터의 하드웨

어와 소프트웨어의 기초적인 내용을 담은 단원을 제외하고나면 실제적으로 소비자교육을 위한 관련 내용은 현저히 적어지는 상황이며, 내용상 전무한 상태인 '재무관리영역' 외에 '정보기술영역'에서도 정보화사회 대응하기위한 소비자교육을 위한 기초적인 학습 내용이지 실제적인 소비자교육과는 거리가 있어서 현 교과서에서의 실제적인 소비자교육내용을 담은 영역은 '구매의사결정'과 '소비자주의영역'에만 국한되어있다고 해도 과언이 아니다. 이에 교육과정개발시 컴퓨터를 배우는 단원으로 한정시킬 것이 아닌 정보활용기술을 요하는 전 단원에 접목시켜 학교소비자교육의 기능을 강화시키고 피교육자로 하여금 소비자교육을 자연스럽게 접목시킬 수 있도록 구성되어져야 할 것으로 사료된다.

중학교 1학년의 경우 전체 10종 교과서 총 분량 쪽수 1616쪽 대비 소비자 교육이 차지하는 쪽수는 315쪽으로 전체의 19.49%를 차지하고 있었고, 중학



<그림 7> 학년별 소비자교육 내용의 비중



<그림 8> 전체 출판사별 교과서 총 분량 대비 학년별 소비자교육 내용 비율

교 2학년의 경우 전체 9종 교과서 총분량 쪽수 1908 쪽 대비 소비자 교육이 차지하는 쪽수는 787쪽으로 전체의 41.25%를 차지하고 있었다. 7차 교육과정 기술·가정 교과서 중 소비자 교육이 차지하는 비율은 1학년 보다 2학년이 높게 나타났다.

1학년의 경우 소비자교육내용 구성안(표 1)의 정보기술영역을 통해 소비자교육내용으로 배분하였음에도 불구하고 한 학년의 교과구성내용 전체 5개단원 중 현재 나타난 비율을 보았을 때도 소비자교육 내용대안 배분이 미흡함을 알 수 있다. 앞으로 이에 대한 적절한 양적분배가 이루어져할것으로 사료된다.

5. 대분류에 의한 학년별·영역별 소비자교육 내용

대분류에 의한 학년별 영역별 소비자교육 현황을 살펴보았을 때, 1학년의 경우는 소비자교육이 소비자 정보기술 부분에만 국한되어 있어서 전체 영역

별 소비자교육내용을 따로 살펴보지 않았다.

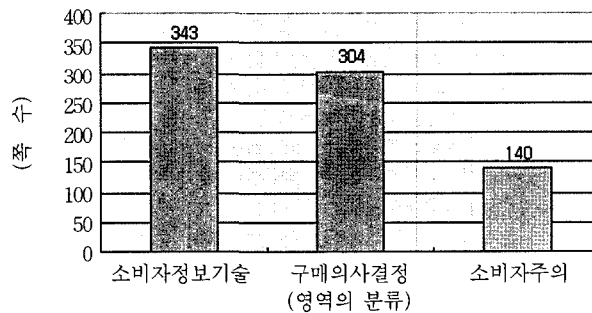
2학년의 경우는 소비자정보기술, 구매의사결정, 소비자주의에 걸쳐 소비자교육내용이 고르게 분포되어 있었다.

대분류에 의한 중학교 2학년 기술·가정 교과서 중 소비자교육이 차지하는 해당 쪽수는 소비자정보기술이 343쪽(43.58%)으로 가장 많았고, 그 다음으로 구매의사결정 304쪽(38.63%), 소비자주의 140쪽(17.79)으로 높게 나타났다.

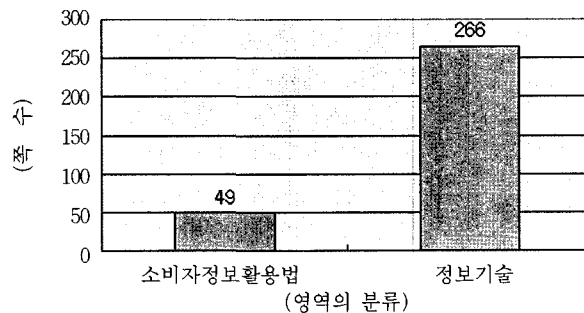
6. 소비자정보기술 영역의 중분류에 의한 학년별·영역별 소비자교육 내용

중분류에 의한 중학교 1학년 기술·가정 교과 중 소비자교육은 정보기술 266쪽(84.44%), 소비자정보활용법 49쪽(15.56%) 순으로 높게 나타났다.

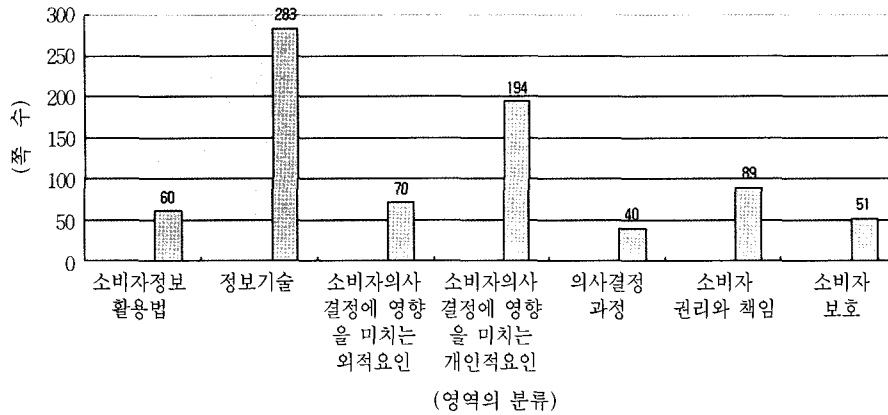
중분류에 의한 중학교 2학년 기술·가정 교과 중



<그림 9> 대분류에 의한 중학교 2학년 영역별 소비자교육 내용



<그림 10> 중분류에 의한 중학교 1학년 영역별 소비자교육 내용



<그림 11> 중분류에 의한 중학교 2학년 영역별 소비자교육 내용

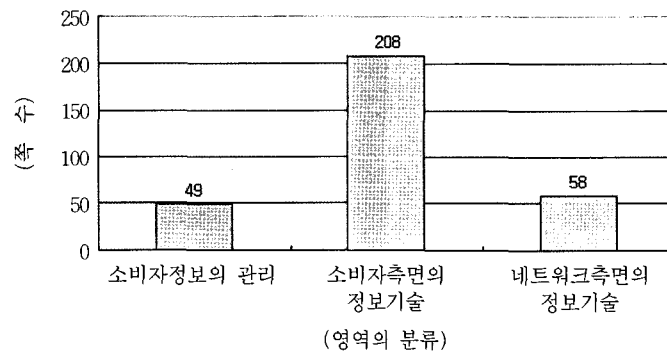
소비자교육은 정보기술 283쪽(35.96%)으로 가장 높고, 그 다음으로 소비자의사결정에 영향을 미치는 개인적 요인 194쪽(24.65%), 소비자권리와 책임 89쪽(11.31%), 소비자의사결정에 영향을 미치는 외적 요인 70쪽(8.90%), 소비자정보활용법 60쪽(7.62%), 소비자보호 51쪽(6.48%), 의사결정과정 40쪽(5.08%) 순으로 높게 나타났다.

(66.03%)으로 가장 높고, 그 다음으로 네트워크측면의 정보기술 58쪽(18.41%), 소비자정보의 관리 49쪽(15.56%) 순으로 높게 나타났다.

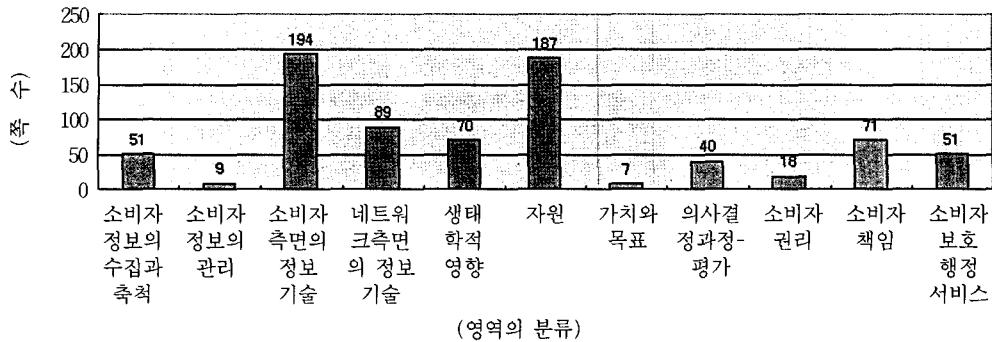
7. 소분류에 의한 학년별·영역별 소비자교육 내용

소분류에 의한 중학교 1학년 기술·가정 교과 중 소비자교육은 소비자측면의 정보기술 208쪽

소분류에 의한 중학교 2학년 기술·가정 교과 중 소비자교육은 소비자측면의 정보기술 194쪽(24.65%)으로 가장 높고, 그 다음으로 자원 187쪽(23.76%), 네트워크측면의 정보기술 89쪽(11.31%), 소비자책임 71쪽(9.02%), 생태학적 영향 70쪽(8.89%), 소비자정보의 수집과 추적 51쪽(6.48%), 소비자보호행정서비스 51쪽(6.48%), 평가의 40쪽(5.08%), 소비자 권리 18쪽(2.30%), 소비자정보의 관리 9쪽(1.14%), 가치와 목표 7쪽(0.89%) 순으로 높게 나타났다.



<그림 12> 소분류에 의한 중학교 1학년 영역별 소비자교육 내용



〈그림 13〉 소분류에 의한 중학교 2학년 영역별 소비자교육 내용

V. 요약 및 결론

1. 요약

본 연구는 7차 교육과정에 해당하는 중학교 1,2학년 기술·가정 교과와 내용 분석을 통해서 정보화 사회에서의 소비자교육을 살펴보고, 본 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 전체적인 소비자교육 대분류에 의한 영역별 교과분석에서는 중학교 1, 2학년 모두 합쳐 소비자 정보기술, 구매의사결정, 소비자주의 중 소비자정보 기술분야가 가장 많았고, 영역별 소비자교육 현황에서 소비자 정보기술은 소비자측면의 정보기술이, 구매의사결정은 자원이, 소비자 주의는 소비자책임이 가장 많은 소비자교육 부분을 차지하고 있었다.

중분류에 의한 전체 영역별 소비자교육 현황은 정보기술이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 소비자의사결정에 영향을 미치는 개인적요인, 소비자정보활용법, 소비자권리와 책임, 소비자의사결정에 영향을 미치는 외적요인, 소비자보호, 의사결정과정 순으로 높게 나타났다.

소분류에 의한 전체 영역별 소비자교육 현황은 소비자측면의 정보기술이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 자원, 네트워크측면의 정보기술, 소비자책임, 생태학적 영향, 소비자정보의 관리, 소비자정보의 수집과 축적, 소비자보호 행정서비스, 평가 외, 소비자권리, 가치와 목표 순으로 높게 나타났다.

둘째, 전체 학년별 대비 소비자교육 부분에서 중학교 1학년은 10종 교과서 전체에서 315쪽(29%), 중학교 2학년은 9종 교과서 전체에서 787쪽(71%)의 소비자교육 부분이 해당되고 있었다. 전체적으로 중학교 1학년 보다 2학년이 기술·가정 교과에서 소비자교육 비중이 높게 나타났다.

전체 출판사별 교과서 총 분량 대비 학년별 소비자교육 내용 비율은 중학교 1학년 10종 교과 1616쪽 대비 소비자 교육이 차지하는 쪽 315쪽으로 전체의 19.49%를 차지하고 있었고, 중학교 2학년은 9종교과서 1908쪽 대비 소비자 교육이 차지하는 쪽 787쪽으로 전체 41.25%를 차지하고 있었다.

셋째, 학년별 영역별 소비자교육 현황에서 대분류에 의한 학년별 영역별 소비자교육은 1학년의 경우 소비자 교육이 소비자정보기술 부분에만 국한되어 있었고, 2학년은 소비자정보기술, 구매의사결정, 소비자주의에 고루 분포되었으며, 영역별로 소비자정보기술이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 구매의사결정, 소비자주의 순으로 높게 나타났다.

중분류에 의한 학년별 영역별 소비자교육은 1학년은 정보기술, 소비자정보활용법 순으로 높게 나타났고, 2학년은 정보기술이 가장 높게, 그 다음으로 소비자의사결정에 영향을 미치는 개인적 요인, 소비자 권리와 책임, 소비자의사결정에 영향을 미치는 외적요인, 소비자정보활용법, 소비자보호, 의사결정과정 순으로 높게 나타났다.

소분류에 의한 학년별 영역별 소비자교육은 1학년이 소비자측면의 정보기술이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 네트워크측면의 정보기술, 소비자정보의 관리 순으로 높게 나타났고, 2학년도 소비자측면의 정보기술이 가장 높고, 그 다음으로 자원, 네트워크측면의 정보기술, 소비자책임, 생태학적 영향, 소비자정보의 수집과 축적, 소비자보호행정서비스, 평가의, 소비자 권리, 소비자정보의 관리, 가치와 목표 순으로 높게 나타났다. 소비자측면의 정보기술은 1,2학년 모두 가장 높게 나타났다.

2. 결론

첫째, 7차 교육과정에 해당하는 기술·가정 교과 중학교 1, 2학년의 소비자교육부분을 분석한 결과 소비자 재무관리에 관련한 소비자교육은 전무한 상태였다. 청소년 소비자의 효율적이고 바람직한 재무관리 활용을 위하여 소비자 재무관리 부분에 관한 소비자 교육이 확대되어야 할 것이다.

둘째, 기술·가정 교과 중 중학교 1학년은 소비자교육이 소비자정보기술 부분에만 국한되어 있었고, 전체적으로도 중학교 1학년이 2학년보다 소비자교육 비중이 현저히 낮은 부분을 차지하고 있는 것을 알 수 있었듯이, 앞으로는 중학교 1학년도 2학년과 같이 여러 부분에 걸쳐 고른 분포로 다양한 소비자교육이 이루어져야 할 것이다. 중학교 2학년은 1학년에 비해서 비교적 소비자교육이 여러 부분에 걸쳐 이루어지고 있었으나 그래도 소비자측면의 정보기술, 자원등 일부분에 편중된 모습을 살펴볼 수 있었다. 바람직하고 다양한 소비자교육이 활발히 이루어져야 할 것이다.

셋째, 현재까지의 청소년 소비자 교육은 이론적인 부분에만 치우친 경향이 강하며, 현실적으로 실생활에 많은 도움을 주지 못하는 것으로 사료된다. 교육과 생활에 밀접한 소비자교육, 실용적이고 실질적인 소비자 교육의 활용이 필요하다. 학교에서의 소비자교육을 실생활에서 적용할 뿐 아니라 생활에서의 실제 경험을 학교 학습으로 활용하는 다양한 청소년 소비자교육의 모색이 필요할 것이다.

■ 참고문헌

- 김기욱, 김난도, 이승신(2001). 소비자정보론. 시그마프레스.
- 권태환, 조형제(1997). 정보사회의 이해. 미래미디어.
- 김영옥, 이기춘(1991). 아동소비자교육 내용의 체계화에 관한 연구: 국민학교의 소비자교육 내용 및 교사의 요구분석을 중심으로. 생활과학연구(서울대학교 가정대학 생활과학연구소), 제16권.
- 김기욱(1999). 학교 아동 소비자교육내용의 구성과 분석. 서울대학교 박사학위논문.
- 김시월(2001). 소비자 교육 내용 및 소비자 특성별 소비자 교육용 시청각 교구 개발에 관한 연구. 소비자학연구, 12(1).
- 교육부(1999). 중학교 교육과정 해설(1).
- 문교부(1988). (중학교)실업·가정과 교육과정해설: 기술·가정, 가사.
- 배운정(1999). 정보사회의 소비자교육내용 체계화에 관한 연구. 성균관대학교 석사학위논문.
- 배운정, 김기욱(2000). 정보사회의 소비자교육내용 구성에 대한 전문가-소비자의 의견 비교분석. 대한가정학회, 38(12).
- 박명희, 이승신, 박수혁, 이참범, 박미혜(2000). 21세기 소비환경의 변화에 따른 학교 소비자 교육의 방향. 공정거래위원회 정책보고서.
- 박명희(2002). N세대를 위한 소비자 교육정책연구: 사회적 지원시스템의 구축을 중심으로. 대한가정학회지, 40(2).
- 박재선, 문숙재(1985). 소비자교육프로그램의 체계화에 관한 연구-교육내용을 중심으로. 한국가정관리학회지, 3(1).
- 박명희, 이승신, 박수혁, 이참범, 박미혜(2000). 21세기 소비환경의 변화에 따른 학교 소비자 교육의 방향. 공정거래위원회 정책보고서.
- 박혜경(1992). 소비자교육론. 수화사.
- 박재선(1984). 소비자교육프로그램의 체계화에 관한 연구: 교육내용을 중심으로. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 성수광, 권오경(1995). 섬유제품소비과학. 교문사.
- 서정희(1991). 소비자주권에 관한 연구. 서울대학교

- 박사학위논문.
- 스승光映, 中原秀樹 著/정용선, 김병수, 서정희, 제미경, 김민정 譯(1998). 소비자교육론. 하우.
- 이기춘, 이승신(2000). 소비자교육연구의 전개와 새로운 지평. 소비자학연구, 11(2).
- 안승철, 신남경(1999). 중·고등학교의 소비자교육 실태에 관한 조사분석, 자원문제연구논문집, 18(1).
- 이기춘, 서정희(1992). 우리나라 중고등학교 소비자교육의 강화방안: 소비자교육 관련 교과내용 분석을 중심으로. 대한가정학회지, 30(2).
- 이승신(2002). 21세기 인적자원 개발을 위한 청소년의 생활 교육-청소년 소비생활교육 프로그램. 대한가정학회 심포지엄.
- 이준영(1995). 현행 소비자교육의 문제점과 개선방안에 관한 연구-중학교 소비자교육을 중심으로. 고려대 교육 대학원 박사학위논문.
- 윤정혜 외 6(2001). 소비자재무설계·상담·교육 프로그램 개발을 위한 연구 방향.
- 이기춘, 박정희, 권훈정, 김난도(1999). 정보화·세계화를 중심으로 한 생활과학의 새로운 지평. 대한가정학회지, 37(7).
- 이기춘(1999). 소비자 교육의 이론과 실제. 교문사.
- 이기춘(1985). 소비자능력 개발을 위한 소비자교육에 관한 연구: 청소년 소비자를 중심으로. 서울대학교 박사학위 논문.
- 이득연·송순영(1993). 소비자교육 관련 교과서 내용 집필 방향. 한국소비자보호원.
- 이천표(1998). 21세기 정보화사회의 준비, 「IMF 극복을 위한 과학기술·정보통신정책세미나」 발표 자료, <http://www.kisdi.re.kr>
- 최윤선(1989). 소비자교육의 체계화 방안에 관한 실증적 연구-중·고등학교의 소비자교육관련 교사를 대상으로. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 최동수(1998). 정보사회론. 범문사.
- 최윤선(1989). 소비자교육의 체계화 방안에 관한 실증연구-중·고등학교의 소비자교육 관련 교사를 대상으로. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 최진석(1997). 한국정보사회론. 홍익제.
- 한국교육과정평가원(1999). (제7차 교육과정에 따른)중학교 교육과정 실행 방안 연구.
- 성화경 외 9(2002). 기술·가정 1, 2 동화사.
- 송혜균 외 7(2002). 기술·가정 1, 2 대한교과서.
- 이승신 외 7(2002). 기술·가정 1, 2 천재교육.
- 정성봉 외 7(2002). 기술·가정 1, 2 (주)교학사.
- 이상혁 외 11(2002). 기술·가정 1, 2 (주)두산.
- 윤인정 외 6(2002). 기술·가정 1, 2 교학연구사.
- 김판옥 외 8(2002). 기술·가정 1, 2 (주)지학사.
- 이봉구 외 6(2002). 기술·가정 1, 2 금성.
- 봉공진 외 5(2002). 기술·가정 1, 2 형설.
- 최하식 외 6(2002). 기술·가정 1, 엽투.
- Dickinson, V. H. (1980). *Consumer Education A Developmental Approach*. Proceedings of the 26th Annual Conference of American Council on consumer Interests.
- European conference on consumer education in schools (1994). Copenhagen: Nordic Council of Ministers.
- Giordan, Marion (1980). *Consumer Education: A Handbook for teachers*, London; Methuen & Co Ltd.
- Herrmann, R. O. (1982). The Historical Development of the Content of Consumer Education: An Examination of Selected High School Texts, 1938-1978, *The Journal of Consumer Affairs*, 16(2), 195-253.
- IOCU (1992). *Consumer Education: Theory, Practice and Development*.
- Michigan Consumer Education Center and National Consumer League (1980). *Consumer Education Development Program*.
- U.S. office of Education: Some selected Definitions of Consumer Education, 1972.
- Wilcox, S.D. *The Educated Consumer: An Analysis of Curriculum Needs in Consumer Education, Consumer Education Development Program, A National Study*, 1980.

(2002년 8월 31일 접수, 2003년 1월 16일 채택)