

학교 소비자교육의 내용 분석 : 2009 개정 교육과정의 기술·가정 교과서의 '청소년의 소비생활' 단원을 중심으로[†]

Analysis on the contents of school consumer education -Focusing on unit of 'adolescent's consumption life' in Technology·Home Economics① textbooks used in the 2009 revised curriculum-

김 정 숙*

제주대학교 생활환경복지학부

Kim, Jeong-Sook*

Faculty of Home Ecology & Welfare, Jeju National University

Abstract

This study examined the contents of 'Adolescent's Consumption Life' unit in 12 Technology·Home Economics textbooks used in the 2009 revised curriculum to analyze the contents of school consumer education. The main summary of this study is as follows:

First, the contents of consumer education in the unit of 'Adolescent's Consumption Life' consisted of five criteria including the understanding of adolescent consumer, consumer's right and responsibility, reasonable purchase, resolution to consumer problems, and the formation of new consumption culture. Second, significant differences were found in the contents of consumer education among textbooks because basic concepts have been not clearly defined yet. Third, essential content was either omitted or hard to understand. Thus, some contents elaborations were inappropriate for students' level. Fourth, there were some limitations in drawing interest and attention from learners and developing dispute resolution competence, since the textbooks mainly comprised the theory-oriented contents of consumer education. Fifth, cautious consideration needs to be taken with regards to clear understanding of basic concepts and systematic and consistent contents composition for coherent and organized school consumer education. These research findings are anticipated to provide basic information of Technology·Home Economics textbooks to teachers, and will be utilized as basic data in organizing textbook contents or developing efficient teaching-learning programs for consumer education.

Keywords: school consumer education, Technology·Home Economics textbooks, the unit of Adolescent's Consumption Life, 2009 revised curriculum

I. 서 론

현대사회의 청소년 소비자는 소비 의사와 능력을 지
니고 있으며 기업의 판매 전략의 중요한 대상이 되고

[†] 이 논문은 2013학년도 제주대학교 학술진흥연구비 지원사업에 의하여 연구되었음.

* Corresponding Author: Kim, Jeong-Sook

Tel : 064-754-3573, Fax: 064-756-3562

E-mail: helena@jejunu.ac.kr

있다. 청소년 소비자들은 가지고 싶은 재화를 직접 구매할 뿐만 아니라 가족 전체를 위한 구매용품의 선택에도 자신의 의견을 개진하는 구매영향자로 활동하고 있다(Park, 2003). 현대사회의 청소년들은 물질적인 풍요 속에서 성장하였으며, 풍부한 물질과 서비스, 증가된 자유재량 소비액으로 풍요로운 소비생활을 하고 있으며, 소비시장에 많은 영향력을 발휘하고 있다. 청소년 소비자는 아동소비자와 성인소비자의 중간 단계에 위치하는 과도기적인 소비자로서 현재는 소비를 연습하는 시기이고 미래에는 생산과 소비의 주체자로 활동하게 될 중요한 위치에 있는 소비자이다.

현대사회는 소비자가 바른 가치관을 확립하고 의사결정 능력을 함양함과 동시에 사회 조직 속에서 소비자-시민으로서의 역할을 제대로 수행할 수 있는 능력을 함양할 수 있는 소비자교육을 요구한다(Kim & Rhee, 2006). 소비자교육은 개인이 소비자로서의 다양한 역할을 수행하기 위해 필요로 하는 소비자능력을 개발할 수 있도록 도와주는 교육이다. 모든 인간은 전 생애를 통해 소비자로서 역할을 수행해야 하므로, 주체적이고 합리적인 소비자역할 수행은 인간으로서의 삶의 질에 큰 영향을 미치게 된다.

청소년기는 소비자 사회화 과정의 결정적인 시기로서(Moschis & Churchill, 1978) 아동기의 단순한 소비행위로부터 성인으로서 독자적인 소비행위로 이행해가는 과도기이다. 특히, 청소년기는 감수성이 예민하고 학습활동이 활발하게 이루어지는 시기이다. 이 시기에 형성된 소비자행동 유형은 성인이 되었을 때도 지속적이라는 점에서 중요한 의미를 가진다(Moore & Moschis, 1983). 사회경제적 환경의 변화로 청소년 소비자의 구매력이 증대되고 있으며 소비생활에서 선택 영역이 넓어지고 있고 소비에 대한 욕구가 증대되고 있다. 청소년 소비자는 미래사회를 이끌어 갈 미래 소비자이므로 책임 있는 소비자로 성장할 수 있도록 도와주어야 한다.

청소년에게 소비자교육을 실시할 수 있는 곳은 가정과 학교를 들 수 있다. 가정에서의 소비자교육은 주로 비체계적으로 실시되는 것에 반해 학교에서의 소비자교육은 모든 청소년을 대상으로 동일한 내용을 체계적으로 일관성 있게 실시할 수 있으며 특히 종합적인 소비자능력 향상에 초점을 두고 미래지향적으로 실행할 수 있다(Park, 2003). 학교 소비자교육은 학교라는 제도적인 틀 속에서 이루어지므로 보다 체계적이고 조직적이며 계획적으로 이루어질 수 있으며, 교육 대상자들이 선택적으로 제한되어 있지 않고 누구에게나 평등하게 소비자교육을 실시할 수

있다. 그러므로 소비자교육에 있어서 학교의 역할은 시장 환경의 변화에 따라 그 중요성이 증가하게 될 것이다. 특히, 청소년에게 체계적인 소비자교육을 실시할 수 있는 학교 소비자교육은 보다 중요하다고 할 수 있다. 이러한 맥락에서 학교가 소비자교육에서 담당할 수 있고 담당해야 하는 역할은 강화되어야 한다.

학교에서의 교육 현상은 교사와 학생이 교과서의 내용을 중심으로 상호 작용하는 것이다. 학교교육에서는 교과서가 차지하는 비중이 매우 높으며, 교육내용의 핵심으로 작용하고 있다. 교과서의 내용과 질은 학습자들에게 많은 영향을 미칠 뿐만 아니라, 전반적인 학교 교육의 질도 결정하게 된다. 그러므로 학교 소비자교육도 교과서의 내용에 의해 영향을 받게 된다. 학교에서 사용하고 있는 교과서들은 출판사와 집필 저자가 다르므로 교과서에 따라 소비자교육에 대한 철학과 교육과정이나 교육과정 해설서 내용에 대한 해석도 다를 것이며, 소비자교육 내용 체계도 다르게 구성되어 있을 것이다. 그러므로 교과서에서 소비자교육 내용이 어떻게 구성되어 있는지를 살펴보는 것은 중요한 의미를 가지고 있다고 할 수 있다. 학교에서의 청소년을 위한 소비자교육은 범교과적인 측면에서 부분적으로 관련 교과목의 교육내용에 포함되어 왔으나, 전통적으로 주로 가정교과에서 직접적으로 다루어 왔으며, 기술가정교과에서 명시적으로 체계적으로 실시되어 왔다.

이에, 이 연구에서는 2013년부터 적용되고 있는 2009 개정 교육과정에서 사용되고 있는 중학교 기술가정 교과서 12종을 대상으로 학교 소비자교육의 교육내용이 어떻게 구성되어 있는지를 분석하고자 한다. 이러한 결과는 가정과 교사들에게 기술·가정 교과서의 소비자교육 내용에 대한 정보를 제공해 줄 수 있을 것이며, 실질적이고 효율적인 소비자교육 교수-학습 프로그램을 개발하는데 기여할 수 있을 것이다. 또한, 교과서 검증기관에서 검증기준을 개발하거나 교과서를 저술하는 저자들이 소비자교육 내용을 구성할 때, 기초자료로 활용될 수 있을 것이므로 교과서의 질적 수준을 향상시키는데 기여하게 될 것이다.

II. 이론적 배경

1. 청소년 소비자의 특성

청소년 소비자는 아동소비자와 성인소비자의 중간 단

계에 위치하면서 이들과는 구별되는 생활양식과 소비특성을 가지고 있으며 부모의 의존에서 독립하려는 과도기적 소비자이다. 자유재량으로 쓸 수 있는 돈이 증가하고 자신이 구매 의사결정을 하게 되므로 소비자로서의 역할이 증대되는 시기이다. 청소년 소비 시장은 과거에 비해 큰 비중을 차지하고 있으며, 청소년 소비자의 소비지출은 전체 경제에 상당한 영향을 미치고 있다. 또한, 청소년기의 소비와 관련된 경험들은 성인이 된 후 소비자행동의 유형을 결정하게 된다. 이와 같이 청소년 소비자의 역할은 현재 뿐만 아니라 미래에도 중요한 의미를 갖는다고 할 수 있다.

청소년기는 심신의 급격한 변화기이다. 신체적으로는 성인과 비슷하지만 심리적 발달은 이에 미치지 못하여 불균형을 초래하며, 자아에 대한 기대와 실제 자아와의 차이, 미래에 대한 불확실한 전망 등을 인지하여 정서적 불안감을 느끼게 되는 시기이다(Lee et al., 1996; Rhee & Kim, 2012). 이러한 특징들이 소비자행동에 반영되어 청소년 소비자들은 미숙하고 충동적이며 비합리적인 소비행동을 하기 쉽다.

Kim(2001)은 청소년 소비자가 소비생활에서 가지고 있는 특징을 여섯 가지로 정리하고 있다. 첫째, 청소년 소비자는 금전의 가치와 자신의 선호에 대한 이해 부족 등으로 더 많은 소비자문제를 경험한다(Stampfl, 1979). 둘째, 청소년 소비자의 생활양식은 개성추구와 유행추종을 중요하게 여기며, 부분적이긴 하지만 즉흥적이고 충동적이며 물질적인 것에 강한 집착과 높은 가치를 부여하는 경향을 보인다. 셋째, 청소년 소비자는 준거집단과 광고에 영향을 크게 받으며, 광고를 바르게 이해하고 식별할 수 있는 광고판별능력이 낮다. 넷째, 청소년 소비자의 소비생활문제는 소비지향적 태도 즉 물질주의나 과소비성향에 의해 가장 큰 영향을 받고 있다. 다섯째, 청소년 소비자는 소비자교육과 같은 생활교육이 제대로 시행되지 못해 용돈관리에 소홀하고 낭비적이다. 여섯째, 청소년 소비자는 감각적·외모 지향적이며, 즉흥적·충동적 소비가 보인다.

또한, 청소년 소비자들은 소비생활에 대한 경험이나 지식이 부족하고 충동구매 경향을 보이는 경우가 많으며 동료집단의 영향을 많이 받고 대중 매체에 현혹되기 쉽다. 광고 되는 상품을 좋은 제품으로 인식하고 무조건 선호하는 경향이 있다(Choi, 2002; Ham, 2003). 청소년 소비자는 소비행동 전 과정에서 직관적 판단에 의존하는 경향이 강하고 소비하는 제화와 서비스를 통해 자신의 경제적 지위와 신분을 나타내려고 소외당하지 않으려는 고가격지향

적 과소비, 충동적 구매 등도 소비의 한 면으로 나타났 다(Korea Consumer Protection Board, 1998).

청소년 소비자들의 소비자로서의 역할은 개인은 물론 가정과 국민경제에 큰 영향을 미치고 있을 뿐만 아니라 미래 영향력 있는 소비자 집단으로 실질적인 소비주체자로서 중요한 역할을 하게 될 것이므로 청소년을 대상으로 하는 소비자교육은 개인소비생활은 물론 국민경제적 측면에서 중요하다. 청소년 소비자교육은 청소년 소비자들이 대부분의 시간을 보내고 있는 학교에서 관련 있는 학습 단원을 중심으로 체계적으로 일관성 있게 진행되어야 할 것이다.

2. 학교 소비자교육의 필요성

소비자교육은 교육의 장에 따라 교육의 주체가 다르며 소비자교육의 동기, 목표, 기대 등이 달라진다(Choi et al., 2008). 학교 소비자교육은 소비자교육을 체계적이고 일관성 있게 지속적으로 실시할 수 있다는 점에서 다른 소비자교육보다 효과적이며 중요하다(Park, 2002; Yoo, 2004). 소비자들은 소비자교육을 통해 자신의 가치를 발견하고 소비자 지식을 축적하고 소비자능력을 개발하며 소비사회에 적응하는 방법을 배우게 된다. 학교 소비자교육은 미래 사회를 책임질 미래 소비자를 키워가는 과정으로 소비자들이 가정공동체에서 사회공동체로 옮겨 가기 위한 예비적 단계이다. 학교 소비자교육에서는 소비자들이 자아 발전과 전인적인 성장을 도모함과 동시에 변화하는 경제사회 환경 속에서 자주적이고 책임감 있는 삶을 영위할 수 있도록 소비자능력을 양성해야 한다.

가정소비자교육이나 사회소비자교육이 교육 기회를 가진 극히 제한적인 특정 교육 대상자만이 교육 수혜를 받을 수 있는 것과는 달리 학교 소비자교육은 제도적으로 이루어질 수 있는 교육으로 교육대상자를 특정 대상으로 제한하지 않는다. 사회구성원에게 동등한 교육 기회와 교육 내용을 제공한다는 점에서 다른 형태의 소비자교육보다 교육의 사회적 형평성을 실현하고 유지할 수 있으며 발달단계에 따라 조직적·체계적·계속적으로 교육이 가능하다는 의의를 가지고 있다.

소비가치관을 정립해나가는 과도기적 위치에 있는 청소년기는 주체적이고 합리적인 소비생활을 영위할 수 있는 소비자능력을 배양해야 할 시기이다. 성장기에 있는 청소년 소비자들에게 합리적 소비에 대한 가치관교육이 절실히 필요하다. 정보화, 고령화, 세계화, 신용사회화, 서

비스화 등 소비자를 둘러싸고 있는 경제사회 환경이 비약적으로 변화되면서 소비자문제들도 변화되고 있다. 청소년 소비자들이 이러한 경제사회 환경의 변화에 적응하고 적절하게 대응할 수 있는 능력을 갖추기 위해서는 평생교육의 기초를 세우는 학교 소비자교육을 충실하게 시행할 필요가 있다. 학교 소비자교육은 소비자교육의 근간이라고 할 수 있는 합리적이고 바람직한 소비생활과 관련된 가치관 형성을 가장 효과적으로 교육할 수 있다. 소비자로서 사회의 일원으로서 생활 전반에서 가치관에 기초하여 스스로 의사결정을 하고 올바른 선택을 할 수 있는 능력을 기르는 데 목적이 있다. 학교 소비자교육은 청소년들에 대한 소비자교육을 보다 효과적으로 수행할 수 있는 제도적인 통로이다.

청소년 소비자들은 전 생애에 걸쳐서 생활자로서 소비자로서 소비자역할을 수행한다. 계속 변화하는 경제사회 환경에 적절하게 적응하고 새로운 소비자문제에 대응하기 위해서는 소비자능력을 양성하고 개발해야 한다. 학교 소비자교육을 중심으로 미래소비자를 준비하고 육성해야 하며, 평생교육의 기초를 마련하고 자기 학습 능력 개발해 나가야 한다. 스스로 학습하는 의욕과 학습하는 태도를 몸에 익혀서 학교에서 배운 것을 기초로 실생활에 응용하고 발전시켜 문제 해결을 도모할 수 있는 능력을 길러 주어야 한다.

현재 중학교 교육과정은 초·중등교육법 제23조 제2항에 근거하여 2009 개정 교육과정이 적용되고 있다. 2009 개정 교육과정은 사회현상의 변화에 따라 학교교육이 선행되어야 한다는 전제하에 마련되었다. 교육과정에서 소비자교육과 관련된 내용은 초·중고 교육과정에서 기술·가정 교과를 중심으로 여러 관련 교과목에 분산되어 이루어지고 있지만 양적으로 아주 미약한 수준에 있는 실정이다.

3. 소비자교육의 내용 분석

소비자교육을 효율적으로 수행하기 위하여 소비자교육 내용을 분석하는 연구들이 수행되었다. Hermann(1982)은 소비자교육의 주제를 선택, 재무관리, 구매법, 소비자 시민성 등 4개의 큰 주제영역으로 구분하고 50개 하위주제로 세분하였으며, 고등학교 소비자교육 교과서의 내용을 비교·검토하여 소비자교육 내용의 역사적 발전을 연구하였다. 약간의 변화는 있었으나 크게 발전하지는 않았다고 하였다. Armstrong과 Uhl(1971)은 소비자교육 활동을 평가하기 위하여 소비자교육내용을 20개의 주제 영역으

로 분류하여 제시하였으며, 다시 주제별로 2개에서 12개의 하위영역으로 세분하여 총 105개의 소비자교육 주제를 제시하였다.

우리나라의 소비자교육 내용 분류 모형에 대한 연구를 살펴보면 다음과 같다. Lee와 Song(1992)은 소비자교육의 목표를 크게 가치교육, 구매교육, 시민의식교육 등 세 가지 차원으로 설정하였다. 가치교육 차원에서는 다양한 가치의 인식부터 시작하여 가치판별 능력을 개발시켜야 하며, 구매교육 차원에서는 소비행위의 의사결정 시 합리적인 결정을 내릴 수 있는 의사결정 능력을 배양시켜야 한다고 하였다. 시민의식교육 차원에서는 적게는 소비자문제 발생 시 이를 사회적 차원에서 적극적으로 해결함으로써 책임과 의무를 다할 수 있도록 하고 크게는 바람직한 경제 사회를 이루는데 필요한 비판 의식과 행동을 이끌어 내야 한다고 하였다. 이러한 소비자교육의 목표를 근거로 연구자들은 학교 소비자교육의 내용을 소비생활의 가치형성, 소비경제 환경의 이해, 금전·가계관리, 구매, 소비자의 권리 및 책임, 소비자보호제도 등 6개 영역으로 대별하였다.

Kim(1999)은 제4차~제6차 교육과정의 초등학교 교과서 총 334권을 대상으로 소비자교육 실태를 양적, 질적으로 분석한 연구에서 아동소비자교육 내용을 소비자의식, 금전관리, 구매, 개인 및 공공자원의 사용, 소비자의 권리와 책임 등 5개 영역으로 구성하고 20개 하위영역으로 범주화하였으며, Bae와 Kim(2000)은 정보사회의 소비자교육내용 구성 방향을 모색한 연구에서 정보화 사회에 적합하도록 소비자정보 기술 부문을 추가시켜 정보기술, 구매 의사결정, 재무관리, 소비자주의 등 4개 영역으로 구성하였다.

소비자교육은 경제적 효용을 높이는 구매론 관점에서 벗어나 소비자가 개인적, 사회적 존재로서 자아실현을 해 나가기 위한 소비생활 방법을 추구하고 새로운 소비문화를 형성하는데 필요한 소비자능력(소비자지식, 태도, 기능의 총체)을 개발할 수 있도록 도와주는 것이다. Park(2002)는 사회경제적 변화와 사회문화적 변화 그리고 정치적 변화에 따른 목표와 방향을 중심으로 N세대인 청소년을 위한 소비자교육 내용을 소비자가치관 교육, 정보화교육, 소비자의사결정과 재무관리 교육, 환경과 안전교육, 소비자주권교육 등으로 제시하였다.

Song et al.(2002)은 국내외의 소비자교육 내용의 모형을 검토하여 종합적인 내용틀을 구성하였다. 가치관, 자원관리, 합리적 구매교육, 소비자시민교육 등 4개 영역으로

구분하고 11개 하위영역으로 구성하였으며 소비자교육 내용에서 가장 많이 활용되었다. 그러나 21세기 들어서면서 개선된 새로운 소비자교육모형이 요구되었다. 한국소비자원은 전문가 세미나 등을 거쳐 소비자교육 모형을 개발하였다(Bae, 2004a, b). 21세기 소비자교육의 목표를 디지털 경제시대에 맞는 신소비자상의 양성을 설정하고 소비자교육의 내용을 크게 소비생활의 기본 이해, 합리적 의사결정과 기술개발, 새로운 소비문화 형성 등 3가지 차원으로 설정하고, 소비자교육 내용을 시장경제의 이해, 합리적 구매, 소비자문제해결 및 예방, 신소비문화형성 등 4개 대영역으로 구분하였다. 그리고 대영역마다 2개씩 8개 중영역을 설정하고 중영역마다 5개씩 40개 소영역으로 소비자교육 내용 모형을 구성하였다.

Choi et al.(2008)은 정보사회에서의 소비생활 변화와 이러한 변화에 적응할 수 있는 소비자교육 내용을 시대적 변화에 상관없이 반드시 소비자교육에 포함되어야 할 기본 영역과 정보사회의 변화를 반영한 영역으로 소비자주권, 자원관리, 소비자의사결정, 소비자문제, 소비자정보수집과 활용, 소비문화 등 총6개 대영역과 17개 하위영역으로 구성하였다.

이 연구에서는 중학교 기술·가정①의 '청소년의 소비생활' 단원의 내용을 기준으로 학교 소비자교육의 내용을 분석하였다. 단원의 분석 내용을 기초로 소비자교육의 내용을 청소년 소비자의 이해, 합리적 구매, 소비자문제해결, 신소비문화 등 4개 대영역으로 구성하였다.

4. 학교 소비자교육에 관한 선행연구 고찰

청소년을 대상으로 하는 학교 소비자교육에 대한 연구는 다양한 측면에서 이루어졌다. 학교 소비자교육의 실태(Lee, 2007; Seong, 1995; Yoo, 2004; Yoo et al., 2008), 학교 소비자교육의 교육 내용에 대한 요구도(Cho, 2006; Whang, 2002), 학교 소비자교육의 내용 모형 및 교수학습방법(Bae, 2006; Jung, 2012; Kim, 2013; Kim & Rhee, 2006; Lee, 1997; Lee & Chae, 2008; Park et al., 1995; Whang 2002; Yoo, 2004), 학교 소비자교육의 교육 내용 분석(Bae, 2004a, b; Hong, 2003; Huh et al., 2007; Kim, 2005; Kim, 2009; Lee, 2010; Lee et al., 2003; Park, 2003; Park, 2009; Rhee & Seo, 1992) 등 활발하게 이루어져 왔다. 이 중에서 중학교 소비자교육 내용과 관련된 선행 연구를 중심으로 살펴보면 다음과 같다.

Park(2003)은 제7차 교육과정의 사회과 교과서에서 소

비자교육이 어떻게 이루어지고 있는지를 사회 9, 사회 10, 경제, 생활경제를 중심으로 분석하였다. 분석 결과, 생활경제가 가장 풍부하고 깊이 있는 교육 내용을 제공하고 있었으며, 사회10 교과서에서 상대적으로 가장 취약한 모습으로 나타났다. 소비자교육의 교육 내용 영역 가운데서는 소비자 의식 영역과 소비자의 권리와 책임 영역이 가장 빈번하게 다루어지고 있었으며, 개인 및 공공 자원의 사용 영역은 모든 학년의 교과서에서 가장 부족하게 다루어지고 있었다. 세부 하위 영역별로 살펴보면 제7차 교육과정의 사회과 교과서에서 소비자교육이 특정 세부 하위 영역에 편중되어 기술되고 있다는 경향성을 뚜렷하게 찾아볼 수 있었다.

Lee et al.(2003)은 7차 교육과정의 중학교 1, 2학년 기술·가정 교과서를 중심으로 학교 소비자교육 내용에 대해 쪽수를 기준으로 양적 분석을 실시한 결과, 소비자재무관리에 관한 교육은 전무한 상태였으며 중학교 1학년은 소비자정보기술 부분에 국한되어 있었다고 하였다. 2학년도 1학년에 비해서는 소비자정보기술, 구매의사결정, 소비자주의 등 비교적 여러 부분에 걸쳐 이루어지고 있었으나 소비자정보기술이 가장 높게 나타났고 그 다음으로 구매 의사결정, 소비자주의 순으로 일부분에 편중된 모습을 찾아볼 수 있었다고 하였다.

Huh et al.(2007)은 7차 교육과정에서 시행되고 있는 중학교에서 사용하는 소비자교육과 관련된 도덕, 사회, 기술·가정 교과서를 대상으로 소비자교육 내용을 분석하고 그 결과를 바탕으로 소비자교육의 효율적 시행을 위해 보완하고 강화되어야 하는 내용과 개선 방안을 모색하였다. 기술·가정 과목이 소비자교육 내용을 다른 교과에 비해 많이 포함하고 있으나 소비자교육과정 일정표 상 소비생활과 관련된 단원은 2학년에만 심고 있으며 1, 3학년에는 소비자교육 부분이 거의 없어 중학교 기술·가정 교과서에서 다루고 있는 양으로는 소비자교육이 절대 부족한 실정이다. 따라서 전학년에 소비자교육이 이루어질 수 있어야 하고 학년에 맞는 그리고 실생활에 맞는 내용을 보충해야 할 것이라고 하였다.

Lee(2010)은 2007 개정 교육과정에서의 강조점이 '청소년의 소비생활' 단원에 어떤 내용과 형태로 반영되어 있는지를 분석한 결과, 단위마다 교육과정에서 요구하는 강조점을 반영한 정도가 다르며, 출판사마다 반영 정도와 내용도 다르고 형태도 달랐다고 하였다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

이 연구는 기술·가정 교과서를 대상으로 학교수비자교육 내용을 분석하여 가정과 교사들에게 교과서의 소비자교육 내용에 대한 기본 정보를 제공하고 소비자교육 교수-학습 프로그램을 개발하거나 교과서 내용을 구성하는데 기초자료를 제공하기 위해 수행되었다. 이러한 연구 목적을 위해 이 연구에서 설정한 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 2009 개정 교육과정에서 기술·가정 교과와 중학교의 소비자교육 관련 단원인 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 편제는 어떠한가?

둘째, 2009 개정 교육과정에서 사용되고 있는 중학교 기술·가정 교과서의 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용 구성 체계는 어떠한가?

셋째, ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용 구성은 교과서들 간에 어떤 차이가 있는가?

2. 분석 대상 교과서

이 연구의 분석 대상 교과서는 2009 개정 교육과정에서 사용되고 있는 중학교 기술·가정① 교과서 12종이었다. 중학교 기술·가정 교과서는 기술·가정①과 기술·가정②로 구성되어 있다. 이 연구의 내용 분석 대상 단원인

‘청소년의 소비생활’ 단원은 기술·가정① 교과서에 편제되어 있다. 따라서 ‘청소년의 소비생활’ 단원이 편제된 중학교 기술·가정① 교과서를 분석 대상으로 선정하였다. 이들 교과서는 <Table 1>에 나타난 바와 같다. 2007 개정 교육과정에서는 1학년 기술·가정에 소비생활 단원이 편제되어 있었다.

2009 개정 교육과정에서 사용되는 교과서는 교과용 도서심의회회의 인정교과서로 교육인적자원부와 교육과정평가원의 검인에 합격한 교과서들이다. 2013년 10월말 현재 국민공통기본교육과정에 속하는 중학교 ‘기술·가정①’ 교과서는 모두 12개 교과서가 교과용 도서심의회 인증을 받아 공급되고 있다.

2009 개정 교육과정에 의한 기술·가정 교과서는 2013년부터 적용되기 시작하였다. 초등학교 5~6학년 실과 교과서는 2015년부터 적용될 예정이며, 중학교 기술·가정 교과서는 2013년부터 1학년에 적용되고 있다. 고등학교 기술·가정 교과서는 2014년부터 적용될 예정이다.

‘기술·가정①’ 교과서의 가정생활 분량은 115~148쪽이었으며 평균 134.2쪽이었다. 가정생활 영역 중 소비생활 단원의 분량은 12~22쪽으로 평균 17.3쪽이었으며, 10.4~15.1%로 출판사에 따라 분량의 차이가 많이 있는 것으로 나타났다. 내용 구성을 보면 소단원은 3~4개로 구성되었으며 각 소단원은 2~4개의 하위주제로 구성되었다.

<Table 1> Technology+Home Economics① textbooks used in middle schools

Publisher	Mark	Author	Publishing year
Kyomunsa Inc.	KM	Lee <i>et al.</i> , 24	2013
Kyohaksa Co., Ltd.	KH	Jung <i>et al.</i> 13	2013
Doosan Dong-A Inc.	DS	Jung <i>et al.</i> 15	2013
Kumsung Publishing Co., Ltd.	KS	Cho <i>et al.</i> 13	2013
Mirae N Co., Ltd.	MR	Lee <i>et al.</i> 14	2013
Visang Education Inc.	VS	Kim <i>et al.</i> 11	2013
Samyangmedia	SY	Chae <i>et al.</i> 11	2013
Seongrimbook	SR	Kwon <i>et al.</i> 8	2013
Wonkyojaesa	WK	Kim <i>et al.</i> 15	2013
Jihaksa Publishing Co. Ltd.	JH	Choi <i>et al.</i> 13	2013
Chunjae Textbook Inc.	CJ ₁	Choi <i>et al.</i> 10	2013
Chunjae Education Inc.	CJ ₂	Lee <i>et al.</i> 10	2013

3. 교과서 분석 방법

이 연구에서 사용한 교과서 분석 방법은 내용 분석(content analysis) 방법으로, 분석단위는 문맥단위(context units)로 하였다. 문맥단위는 분석대상 자료를 읽어 나가면서 그 속에 있는 내용을 문맥을 중심으로 분석하는 것이다. 문맥단위는 한 행이 될 수도 있고 한 쪽이 될 수도 있다.

분석 대상 교과서 내용을 분석하여 분석 준거인 소비자교육 내용이 서술되어 있거나 삽화·사진이 실린 문맥이 있으면 그것을 하나의 분석단위로 분석하였다. 그러므로 소비자교육 내용이 포함된 한 쪽에는 여러 개의 문맥이 존재할 수 있으며, 하나의 문맥이 여러 쪽에 걸쳐서 존재할 수도 있다.

이 연구에서는 분석 대상 교과서에 대해 계량화된 분석을 하지는 않았다. 분석대상 교과서 내용을 내용영역(교과서 대단원에 해당)과 영역별 하위 주제(교과서 중단원에 해당)로 나누고 하위 주제별로 분석 준거에 비추어 소비자교육 관련 내용이 기술되어 있는지를 확인하고 기술되어 있다면 소비자교육의 어떤 영역의 어떤 하위 영역이 기술되어 있는지를 살펴보았다.

2007 개정 교육과정과 2009 개정 교육과정에서의 중학교 기술·가정의 시간 배당기준은 <Table 2>와 같으며, 소비생활 단원의 편제는 <Table 3>과 같다. 기술·가정은 2007 개정 교육과정에서는 기술·가정 교과군에 편제되었으며, 7, 8, 9학년으로 구분되었다. 기준시수는 각각 68, 102, 102 시수로 총 272시수였다. 그러나 2009 개정 교육과정에서는 학년군제와 교과군제를 도입하여 '기술·가정'은 '과학/기술·가정' 교과군으로 학년 구분 없이 1~3학년에 걸쳐 교육하도록 편제되었다. 기준시수는 과학 374 시수와 기술·가정 272 시수를 합하여 총 646시수이다. 학교에 재량권을 부여하여 20%범위 내에서 탄력적으로 편성 운영할 수 있도록 하고 있다.

분석 대상 단원인 '청소년의 소비생활' 단원은 2007 개정 교육과정에서는 '청소년의 생활' 대단원에 중단원으로 편제되었으나 2009 개정 교육과정에서는 '청소년의 자기관리' 단원에 중단원으로 편제되었다. '청소년의 자기관리' 단원은 2007 개정 교육과정에서는 '청소년의 이해' 대단원의 중단원으로 편제되었으나 2009 개정 교육과정에서는 대단원으로 편제되었다.

2) '청소년의 소비생활' 단원의 목표

'청소년의 소비생활' 단원의 목표는 2007 개정 교육과정에서는 '청소년기의 소비특성을 이해하여 자신의 소비생활을 평가하고 바람직한 소비생활을 실천한다.'로 설정되었으나(교육과학기술부, 2008), 2009 개정 교육과정에서는 '청소년기의 소비 특성 및 소비환경을 이해하고 자신의 소비생활과 관련된 문제를 평가하여 해결할 수 있으며 이러한 과정을 통하여 건강한 소비생활을 실천할 수

IV. 분석결과 및 논의

1. 2007 개정 및 2009 개정 교육과정에서의 기술·가정

1) 기술·가정의 시간 배당 기준과 편제

(Table 2) Time allocation for Technology · Home Economics class in middle schools

Curriculum	Subject group	Grade	Unit	Standard time	Note
2007 revised curriculum	Technology · Home Economics	7	2	68	Home Economics 136 instructional hours (4 units)
		8	3	102	
		9	3	102	
		Total	8	272	
2009 revised curriculum	Science/Technology Home Economics	1~3	19 (11+8)	646 (374+272)	Range of increase/decrease 517~779

Annotation) Standard time are the standard instruction hours of three years(34 weeks per year) by grade and subject group in the 2009 revised curriculum, and is operated flexibly within a range of 20%.

(Table 3) Organization of 'adolescent's consumption life' unit in Technology-Home Economics

Unit	2007 revised curriculum	2009 revised curriculum
Large unit	Adolescent's life	Adolescent's self-management
Middle unit	Adolescent's nutrition and meal	Adolescent's time and stress
	Dressing and self expression	Adolescent's consumption life
	Adolescence consumption life	Adolescent's welfare service
Instructional hours	6/136(4.41%)	7/136 (5.15%)

있다.'는 것으로 설정되었다(교육과학기술부, 2011).

단원의 목표는 2007 개정 교육과정에서는 '내용'으로 하여 설정되었으나 2009 개정 교육과정에서는 '성취기준'으로 하여 설정되었다. 2007 개정 교육과정에서는 바람직한 소비생활을 실천하는 것으로 설정되었으나 2009 개정 교육과정에서는 건강한 소비생활을 실천하는 것으로 설정되었으며, 소비생활과 관련된 문제를 평가하고 해결하는 능력이 추가되었다.

2. '청소년의 소비생활'단원의 내용 구성

2009 개정 교육과정의 중학교 기술가정① 교과서를 대상으로 '청소년의 소비생활' 단원의 내용을 분석한 결과는 <Table 4>와 같다. '청소년의 소비생활' 단원의 내용을 분석한 결과, 소비자교육의 내용을 청소년 소비자의 이해, 합리적 구매, 소비자문제해결, 신소비문화 등 4개 대영역으로 구성하였다. '청소년의 소비생활' 단원은 2007 개정 교과서에서는 1학년 기술가정에 편제되었으나 2009 개정 교육과정에서는 기술가정①에 편제되었다.

청소년 소비자의 이해 영역은 청소년 소비자의 특성, 소비환경, 비합리적 소비행동 등으로 구성되었으며, 소비자의 권리와 책임 영역은 소비자의 권리, 소비자의 책임, 소비자의 역할, 소비자주권 등으로 구성되었다. 또한, 합리적 구매 영역은 소비자정보의 종류, 소비자정보의 원천, 구매의사결정 과정, 합리적 구매 등으로 구성되었으며, 소비자문제해결 영역은 소비자문제의 특성, 소비자문제의 종류, 소비자문제해결과정, 소비자피해구제제도 등으로 구성되었다. 신소비문화형성은 지속가능한 소비, 윤리적 소비, 착한 소비 등으로 구성되었다.

영역별로 보면, 청소년 소비자의 특성, 청소년 소비자의 비합리적 소비문화, 소비자의 권리, 소비자정보의 원천, 소비자의사결정과정 등은 12개의 교과서에서 모두 다

루고 있었으며, 소비자의 책임은 1개의 교과서를 제외하고 11개의 교과서에서 모두 다루고 있었으며, 소비자문제의 종류와 소비자피해구제제도는 2개의 교과서를 제외하고 10개의 교과서에서 모두 다루고 있었다. 신소비문화는 1개의 교과서를 제외하고 11개의 교과서에서 모두 다루고 있었다.

소비자역할은 5개 교과서에서 다루고 있었으며, 소비자주권은 3개 교과서에서만 다루고 있었다. 현대사회는 소비자주권시대로 경제활동이 공급자 중심에서 소비자 중심으로 전환되고 있다. 소비자주권이 실현되기 위해서는 객관적인 조건으로는 시장에서 공정한 경쟁이 실현되어야 하고 주체적인 조건으로는 소비자가 충분하고 정확한 시장정보를 활용하여 자유롭게 주체적·합리적으로 선택할 수 있어야 한다. 소비자교육을 통해 자신의 욕구를 합리적으로 분석하고 욕구의 우선순위에 따라 자원을 배분하고 필요한 정보를 수집·활용하도록 함으로써 소비자의사결정의 개인적인 합리성이 향상될 수 있으며, 나아가 자신에게 미치는 영향뿐만 아니라 시장, 환경, 그리고 다른 사람에게 미치는 영향까지 고려하는 의사결정을 통해 사회적 합리성도 향상시키고 재화와 서비스의 품질을 향상시킬 수 있다. 소비자교육은 소비자주권을 실현하기 필요한 주체적인 조건과 객관적인 조건을 충족시키는데 있어서 중요한 역할을 한다. 소비자권리와 함께 소비자주권에 대한 교육이 필요하다.

3. '청소년의 소비생활'단원의 내용 분석 결과

1) 청소년 소비자의 이해 영역

청소년 소비자의 이해 영역의 내용을 분석한 결과는 <Table 5>와 같다. 청소년 소비자의 특성과 비합리적인 소비문화에 대해서는 12개의 교과서가 모두

〈Table 4〉 Contents of 'adolescent's consumption life' unit in Technology·Home Economics textbooks used in middle schools

Criteria		DS	VS	SY	SR	WK	KM	KH	KS	MR	JH	CJ ₁	CJ ₂	계
Adolescent consumer	Characteristic of adolescent consumer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
	Consumption environment	0	0					0		0		0	0	6
	Irrational consumption propensities	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
Consumer right and responsibility	Consumer right	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
	Consumer responsibility	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	11
	Consumer role		0			0		0				0	0	5
	Consumer sovereignty		0		0		0							3
Rational purchase	Kinds of consumer information	0	0	0	0		0	0			0	0	0	9
	Consumer information sources	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
	Purchase decision-making process	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
	Rational buying	0	0	0		0		0				0		6
	Advertisement		0	0		0	0				0			8
	Electronic commerce	0	0			0		0	0		0	0		7
Consumer problem solving	Characteristic of consumer problem		0			0		0						3
	Kinds of consumer problem	0		0	0	0	0	0	0		0	0	0	10
	Process of consumer problem solving	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
	Consumer injury relief system	0	0	0	0			0	0	0	0	0	0	10
New consumption culture	Sustainable consumption		0			0		0	0	0				5
	Ethical consumption	0			0		0						0	4
	White consumption		0	0								0		3

기술하고 있었으나 소비환경에 대해서는 6개 교과서에서 기술하고 있었다. 청소년 소비자의 특성과 비합리적인 소비문화는 2007 개정 교육과정 교과서에서도 비슷하게 다루어졌으나 소비환경은 2007 개정 교육과정 교과서에서는 거의 다루어지지 않았었다.

청소년 소비자의 특성에 대해 대부분의 교과서들이 부모로부터 독립된 소비행동을 하고 충동적·비합리적 소비행동을 하며, 또래집단의 영향을 받는 것으로 기술하고 있었다. 그러나 KM 교과서는 독립된 소비행동과 함께 청소년 소비자들의 비합리적 소비행동을 특징으로 기술하고 있었다.

소비환경의 변화에 대한 내용은 6개 교과서에서 다루

고 있었으며 교과서마다 그 내용이 다르게 구성되어 있었다. 판매방법과 전자상거래와 관련된 내용이 가장 많았다. 새로운 판매방법으로 전자상거래가 활발하게 이루어지고 있는 현대사회의 소비환경을 고려할 때 바람직하다고 생각한다. 그러나 정보사회에서 심각한 문제로 대두되고 있는 개인정보유출 문제에 대해 기술한 교과서는 DS 교과서 1개뿐이었으며, 시장개방 문제에 대해 기술한 교과서는 없었다. 현대사회에서 심각한 사회문제로 대두되고 있는 개인정보 관련 문제에 대한 내용이 포함되어야 할 것이며, 시장개방과 관련된 내용도 포함되어야 할 것이다.

청소년 소비자의 비합리적인 소비행동에 대해서는 충동소비, 동조(모방)소비에 대해서는 모든 교과서에서 기술

(Table 5) Contents of adolescent consumer sections

Criteria	Content of adolescent consumer sections	Publisher
Characteristic of adolescent consumer	◦ Independent consumption behavior, Irrational(Impulsive) consumption behavior	CJ ₂ ·BS·SY·CJ ₁
	◦ Independent consumption behavior, Irrational(Impulsive) consumption behavior, Effects of peer group(Mass media)	MR·KS·DS·WK·SR
	◦ Independent consumption behavior, Stimulation of mass media and Internet, Effects of peer group	JH
	◦ Independent consumption behavior, Irrational consumption behavior, Effects of peer group, Electronic commerce·Home shopping	KH
	◦ Independent consumption behavior, Impulsive consumption, Imitative consumption, Conspicuous consumption, Excessive consumption	KM
Consumption environment	◦ Formulation of consumption environments to provoke consumption	CJ ₂
	◦ Mass media, Internet environment	MR
	◦ Appearance of various sale system(Electronic commerce, Mail order sales, Home shopping)	KH
	◦ Diversification of consumption environment(TV home-shopping, Sale place, Internet transaction·Door-to-door sales), Electronic commerce, Development of mass media	CJ ₁
	◦ Appearance of various sale system(Electronic commerce·Mail order sales·Home shopping), Expansion of consumption market, various commodities)	DS
	◦ Occurrence of new problems(Personal information leakage, Fake trades etc.)	
	◦ Contact with various consumption culture and environment through media(internet etc.)	VS
	◦ Stimulus to desire of consumption(Electronic commerce·Mail order sales)	
Irrational consumption propensities	◦ Impulsive consumption, Conformity consumption, Conspicuous consumption	VS
	◦ Impulsive consumption, Imitative consumption, Excessive consumption	KS
	◦ Impulsive consumption, Imitative consumption, Conspicuous consumption, Compensation consumption	WK
	◦ Impulsive consumption, Imitative(conformity)consumption, Conspicuous consumption, Excessive consumption	DS·SY·SR·KM·KH·JH·CJ ₁ ·CJ ₂
	◦ Impulsive consumption, Imitative(conformity)consumption, Conspicuous consumption, Compensation consumption	MR

하고 있었으며, 그 이외에 교과서에 따라 과소비, 보상 소비, 과소비 등에 대해 기술하고 있었다.

2) 소비자의 권리와 책임 영역

(1) 소비자의 권리와 책임

소비자권리와 책임에 대한 내용을 분석한 결과는 <Table 6>과 같다. 소비자권리는 2007 개정 교육과정 교

과서와 비슷하게 기술하고 있었으나 소비자책임은 2007 개정 교육과정 교과서보다 다양한 내용으로 깊이 있게 기술하고 있었다.

소비자의 권리와 책임 영역에서 소비자권리는 12개 교과서 모두 소비자기본법 상의 소비자 8대 권리를 제시하고 있어 큰 차이가 없었다. 그러나 소비자책임을 구체적으로 제시한 교과서는 모두 11개였는데, 그 내용에 있어서는 교과서 간에 편차가 많았으며 청소년 소비자들의 특

(Table 6) Contents of consumer's right and responsibility sections

Criteria	Contents of consumer's right and responsibility sections	Publisher
Consumer right	◦ Eight basic consumer rights in the Framework Act on Consumer	12 textbooks
	◦ Consumer responsibility in the Framework Act on Consumer	DS·VS·KH·CJ ₂
Consumer responsibility	◦ Responsibility to act	WK·MR
	◦ Responsibility to criticize problems(to have critical awareness)	
	◦ Social responsibility(to be interested in it)	
	◦ Responsibility to conserve environment	
	◦ Responsibility to participate in group activities(to organize organizations)	
	◦ Responsibility to criticize problems(to have critical awareness)	KS·JH·CJ ₁
	◦ Responsibility to actively participate(practice) in fair trade	
	◦ Social responsibility(to be interested in it)	
	◦ Responsibility to conserve environment	
	◦ Responsibility to actively participate in consumer organization activities	
◦ Responsibility to act with critical awareness	SR	
◦ Responsibility to actively practice fair dealing		
◦ Responsibility to put community on high priority		
◦ Responsibility to rightly exercise without abusing consumer rights		
◦ Responsibility to participate in eco-friendly consumption		
◦ Responsibility to actively participate in consumer organization	KM	
◦ Consumer responsibility in the Framework Act on Consumer		
◦ Social responsibility for the future society: Responsibility to abide by fair trade principles, sharing and donation, sustainable consumption, ethical consumption(responsibility for economic/ legal/sustainable consumption and the contemporary human race)		

성을 고려할 때 내용 수준이 학생들 수준에 적절하지 않게 어렵게 구성되어 있었다.

소비자책임의 경우는 소비자기본법 상의 소비자책임을 제시한 교과서는 4개였으며, 6개 교과서는 소비자기본법 상의 소비자책임을 제시하지 않고 다른 소비자책임을 제시하고 있었다. SY 교과서는 소비자책임을 구체적으로 제시하지 않고 소비자문제 발생 시 문제를 해결하지 않는 것은 소비자의 책임을 다하지 않는 것이라고만 기술하고 있었다. KM 교과서는 소비자기본법 상의 소비자책임을 제시하고 미래사회를 위한 소비자의 사회적 책임도 제시하였다. 미래사회를 위한 소비자의 사회적 책임으로는 공정 거래를 지킬 책임, 나눔과 기부, 지속가능 소비, 윤리적 소비 등을 제시하였으며 윤리적 소비의 내용으로는 경제적 책임, 법적 책임, 지속가능한 소비에 대한 책임, 동시대 인류를 위한 책임 등을 제시하고 있었다. 동시대인류를 위한 책임의 실천 방법으로는 불매운동, 구매운동, 로컬소

비, 공정무역·공동체화폐운동, 나눔·기부 등을 제시하였다. 학습자들의 수준과 기준시수를 고려할 때 수준이 적절하지 않을 뿐만 아니라 너무 많은 내용을 다루고 있었다.

소비자기본법상의 소비자권리와 함께 소비자책임도 소비자기본법상의 소비자책무를 제시하는 것이 바람직하다고 생각한다. 소비자책임은 소비자로서 수행해야할 임무나 의무를 의미한다. 소비자권리가 실현되고 소비자권익을 증진하고 소비자보호가 효과적으로 이루어지기 위해서는 소비자책임을 이해하고 준수하려는 소비자의 노력이 있어야 한다. 소비자기본법에서도 소비자에게는 권리신장에 부응하여 소비자의 책무를 강조하였다. 소비자는 물품 등을 올바르게 선택하고, 소비자의 기본적 권리를 정당하게 행사하여야 하며, 권익을 증진하기 위하여 필요한 지식과 정보를 습득하도록 노력하여야 하고, 자주적이고 합리적인 행동과 자원 절약적이고 환경 친화적인 소비생활을 함으로써 소비생활의 향상과 국민경제의 발전에 적극

적인 역할을 다하여야 한다고 규정하였다.

(2) 소비자역할

소비자역할에 대한 내용을 분석한 결과는 <Table 7>과 같다. 소비자역할에 대해 제시한 교과서는 모두 5개였으며 7개 교과서는 소비자역할에 대해 제시하지 않고 있었다. 2007 개정 교육과정 교과서의 내용과 큰 차이는 없었다.

소비자역할에 대해 기술한 교과서 중 획득자, 배분자, 구매자, 사용자, 처분자로서의 소비자역할을 제시한 교과서는 CJ₂ 교과서였으며 WK 교과서는 소비자기본법에서 소비자책무로 제시한 내용을 소비자역할로 제시하고 있었다. KH와 VS 교과서는 정보화사회에서의 신소비자상(Choi *et al.*, 2008)으로 제시되고 있는 자주적인 소비자, 책임감 있는 소비자, 정보화된 소비자를 소비자역할로 제시하고 있었다. CJ₁ 교과서는 신소비자상에 절약하고 나누는 소비자를 추가하여 4가지 소비자역할을 제시하고 있었다.

소비자역할은 소비자에게 기대되는 행동유형으로 소비자책임과는 다른 개념이다. 소비자교육은 개인이 소비자로서의 다양한 역할을 수행하기 위해 필요로 하는 소비자능력을 개발할 수 있도록 도와주는 교육이다. 모든 인간은 전 생애를 통해 소비자로서 역할을 수행해야 하며 주체적이고 합리적인 소비자역할 수행은 인간으로서의 삶의 질에 큰 영향을 미친다. 청소년기에 형성된 소비자역할의 학습은 성인이 되었을 때도 지속적이라는 점에서 청소년 소비자들이 소비자로서 역할을 이해하는 것은 중요하다. 청소년 소비자들에게는 기본적인 소비자역할인 구매자, 배분자, 구매자, 사용자, 처분자로서의 소비자역할을 학습

하도록 하는 것이 적절하다고 생각한다.

3) 합리적인 구매 영역

합리적인 구매 영역에 대한 내용을 분석한 결과는 <Table 8>과 같다. 합리적인 구매 영역은 소비자정보의 종류, 소비자정보의 원천, 구매의사결정과정, 합리적인 구매-소비생활로 구성되었다. 소비자정보의 원천과 소비자 구매의사결정과정 등의 내용은 2007 개정 교육과정 교과서의 내용과 거의 비슷하게 기술하고 있었다.

소비자정보의 종류에 대해서는 WK, KS, MR 등 3개 교과서는 기술하지 않고 있었으나 9개 교과서는 기술하고 있었다. 가격, 품질, 사용 정보는 모두 공통적으로 기술하고 있었으나, 보증, 시험, 환경, 위해정보 등은 교과서에 따라 다르게 기술하고 있었다.

소비자정보의 원천과 구매의사결정과정에 대해서는 12개 교과서에서 모두 기술하고 있었다. 소비자정보원천은 교과서들 간에 큰 편차 없이 모두 개인적 원천, 상업적 원천, 중립적 원천에 대해 기술하고 있었으며, 구매의사결정과정도 교과서에 따라 표현의 차이는 있었으나 모두 문제인식, 정보탐색, 대안평가, 구매, 구매 후 평가 등 5단계에 대해 기술하고 있었다.

합리적인 구매에 대해서는 6개 교과서에서 기술하고 있었으며, 교과서 간에 큰 편차 없이 구매계획, 구매 시기·장소, 지불방법 등에 대해 기술하고 있었다. 그러나 합리적인 소비생활에 대해서는 3개의 교과서에서 기술하고 있었으며, 교과서들 간에 서로 다른 내용을 기술하고 있어 내용 편차가 있었다. JH 교과서는 건전한 생활가치관 형성에 대해, KS 교과서는 욕구와 필요 파악, 예산 범위 내

<Table 7> Contents of consumer role section

Contents of consumer role section	Publisher
◦ Procurer, Allocator, Buyer, User, Disposer	CJ ₂
◦ Informed consumers(Consumer who utilize information) ◦ Independent consumer ◦ Responsible consumer(Green consumer)	KH-VS
◦ Consumer who behave responsibly ◦ Consumer who utilize information well ◦ Consumer who conserve and share ◦ Consumer who act independently	CJ ₁
◦ Consumer responsibility in the Framework Act on Consumer	WK

(Table 8) Contents of reasonable purchase section

Criteria	Contents of reasonable purchase section	Publisher
Kinds of consumer information	◦ Price, Quality, Use information	KM
	◦ Price, Quality, Use, Guaranty(Quality) information	SR·KH·CJ ₁
	◦ Price, Quality, Use, Environment, Injury information	DS
	◦ Price, Quality, Use, Guaranty, Test information	VS·SY·CJ ₂
	◦ Market, Commodity information(Price·Quality, Use, Guaranty, Test information)	JH
Consumer information sources	◦ Personal source, Commercial source, Neutral source	12 textbooks
	◦ Business, Personal, Public organization	KM
Purchase decision-making process	◦ Perception of Problem, Information search, Alternative assessment, Buying, Evaluation after purchase	DS·VS·SY·SR·WK·KS·CJ ₂
	◦ Perception of need for buying, Information search, Comparison with different commodity, Buying, Evaluation after purchase	KM
	◦ Confirmation(Recognition) of necessity for purchase, Information search, Alternative assessment, Buying(Choice), Evaluation after purchase	MR·CJ ₁ ·JH
Rational purchase	◦ Planned purchase, Payment methods	VS
	◦ Purchasing plan, Purchasing time, Purchasing place	WK
	◦ Purchasing plan, Consider purchasing conditions(time·place·payment methods)	DS
	◦ Make table of purchasing plan, Identify things to consider when purchasing(time·place·payment methods)	SY
	◦ Identify things to consider when purchasing(purchase list, purchasing time and place, payment methods)	CJ ₁
	◦ Purchase intentionally, Make choice of purchasing time, place and payment methods	KH
Rational consumption life	◦ Form the value of healthy lifestyle, Sustainable consumption	JH
	◦ Purchase products with high usefulness, Search for product information, Identify needs and desires, Plan consumption within budget range	KS
	◦ Practice the habit of reasonable consumption, Develop ability to choose right product information, Not be deceived by commercial advertisement, Purchase responsibly for the future society	KM

계획 등에 대해 기술하고 있었다. KM 교과서는 합리적인 소비습관, 상품정보 식별 능력, 상업광고, 미래사회를 생각하는 책임 있는 소비 등에 대해 기술하고 있었다.

4) 소비자문제해결 영역

(1) 소비자문제의 종류

소비자문제의 종류에 대한 내용을 분석한 결과는 <Table 9>와 같다. 소비자문제의 종류에 대해 기술한 교과서는 10개 교과서였으며, 2개 교과서에서는 기술하지

않았다. 2007 개정 교육과정 교과서보다 다양하게 다루고 있었다.

상품의 안전성, 잘못된(부적절한) 정보, 피해보상과 관련된 문제는 모두 공통적으로 제시하고 있었으나, 선택의 기회 부족(제한성)과 부당계약/판매방법, (소비자) 서비스, 환경오염 문제는 6개 교과서에서 제시하였으며, 2개 교과서에서는 전자상거래 문제를 제시하였다.

기후변화와 지구온난화로 해수면이 상승하고 생태계가 변화되면서 환경오염문제는 심각한 사회문제가 되고 있다. 동·식물은 물론 인간의 생활에 직접적 영향을 미치

(Table 9) Kinds of consumer problems section

Kinds of consumer problems section	Publisher
◦ Safety, False information, Lack of opportunity to choose, Unfair contract(Sales)system, Compensation for damage	KM·KH
◦ Safety, Inappropriate information, Choice-limit, Transaction, Compensation for damage, Environmental pollution	DS
◦ Safety, False information, Transaction, Compensation for damage, Services, Electronic commerce	SR
◦ Safety, False information, Lack of opportunity to choose, Sales system, Compensation for damage, Services	WK
◦ Safety, False information, Unfair contract, Compensation for damage, Services, Environmental pollution	JH
◦ Safety, False information, Choice-limit, Compensation for damage, Services, Environmental pollution, Electronic commerce	KS
◦ Safety, False information, Choice-limit, Sales system and unfair contract, Compensation for damage, Services	CJ ₂
◦ Safety, False information, Lack of opportunity to choose, Compensation for damage, Sales system, Services, Environmental pollution	SY
◦ Safety, False information, Lack of opportunity to choose, Sales system and unfair contract, Compensation for damage, Services, Environmental pollution	CJ ₁

게 되는 기후변화와 지구온난화의 주원인은 인간 활동으로 발생하는 온실가스인 이산화탄소이다. 소비자는 환경 문제에 있어서 가해자이면서 피해자이다. 녹색소비생활은 환경오염으로 인한 기후변화와 지구온난화에 대처할 수 있는 수단이며, 풍요로운 삶을 지속할 수 있는 수단이고 자손을 위해 실천해야할 생활문화이다. 녹색소비생활을 실천할 경우, 이산화탄소의 감축효과는 즉각적으로 나타나게 되며 감축 비용은 가장 저렴하다. 따라서 환경오염 문제는 소비자문제의 종류의 하나로 학교 소비자교육에서 반드시 다루어야할 문제이다.

(2) 소비자문제의 해결 과정

소비자문제의 해결 과정에 대한 내용을 분석한 결과는 <Table 10>과 같다. 소비자문제의 일반적인 해결 과정에 대해서는 12개 교과서에서 모두 기술되어 있었다. 해결 과정은 판매자에서 법원까지 4~5단계로 제시되어 있었으며, 모두 복잡하게 이론적으로 기술되어 있었다. 소비자문제의 해결 과정은 2007 개정 교육과정 교과서의 내용과 큰 차이는 없었다.

일반적으로 소비자문제를 해결하는 과정은 판매자(구매장소), 소비자상담기관(1372 소비자상담센터·소비자단체지

자체소비생활센터·한국소비자원 등), 소비자분쟁조정위원회(한국소비자원), 법원 등 4단계로 이루어진다. 이러한 단계로 제시한 교과서는 9개 교과서였다. 5단계로 제시한 교과서는 KS, JH, MR 등 3개 교과서였으며, 1단계를 상점/서비스센터(판매자) → 사업자/제조업자로 2단계로 나누어 표기하고 있었는데 잘못된 표기라고 할 수 있다.

판매자의 표기를 보면, 구매 장소/사후서비스센터(기업 소비자상담실·소비자상담실), 제조업자, 판매자, 판매처(자), 기업(제조업자), 사후서비스센터 등 다양하게 표기하고 있었다. 사후서비스센터는 상품을 사용하는 과정에서 고장 등의 문제가 발생할 경우에 수리 등으로 문제를 해결해주는 곳으로 교환이나 환불 등 구매와 관련된 소비자문제를 해결해 주는 곳이 아니다. 또한, 한국소비자원 분쟁조정위원회도 정확하게 표기되지 않고 있었다. 소비자문제 관련 분쟁조정위원회 또는 한국소비자원으로만 표기하고 있었다.

일반적으로 소비자문제가 발생할 경우 판매자와 원만하게 해결이 되지 않을 경우에는 바로 1372 소비자상담센터를 통해 상담을 받는 것이 바람직하다. 그러나 소비자문제 해결과정 단계에서 1372 소비자상담센터에 대해 기술한 교과서는 없었으며, 3개의 교과서에서 학습도우미로

<Table 10> Contents of process of consumer problem solving section

Contents of process of consumer problem solving section	Publisher
◦ Sale place:Business, Consumer organization:Administrative institutions, Korea consumer agency, Court	WK
◦ Purchasing place:Manufacturer, Consumer organization:Administrative institutions, Dispute mediation committee in Korea consumer agency, Court	CJ ₂
◦ Seller(Producer):Manufacturer, Consumer organization:Counseling agencies, Consumer dispute mediation committee in Korea consumer agency, Court	DS-VS-KH
◦ Purchasing place:Consumer consulting center(in business), Consumer organization:Korea consumer agency, Dispute mediation committee(Korea consumer agency/consumer problem-related), Court	SY·SR·KM
◦ Purchasing place:After service center, Consumer organization:Administrative institutions:Korea consumer agency, Dispute mediation committee in Korea consumer agency, Court	CJ ₁
◦ Store:Service center, Producer:Manufacturer, Consumer organization:Administrative institutions, Korea consumer agency, Court	KS
◦ Purchasing place:Seller, Producer:Manufacturer, Consumer organization:Administrative institutions, Korea consumer agency, Court	JH
◦ Store:Seller, Producer:Manufacturer, Consumer organization:Administrative institutions:Korea consumer agency, Dispute mediation committee in Korea consumer agency, Court	MR

소개하고 있었다. WK, KM 교과서에서는 전화번호와 홈페이지주소에 대해 기술하고 있었으며, KH 교과서는 홈페이지주소만 기술하고 있었다. 1372 소비자상담센터는 정부와 소비자단체가 공동으로 참여하여 소비자상담을 실시하는 상담센터로, 2010년 2월 5일 정식 서비스를 개시하였다. 전국 어디서나 단일 대표전화 1372로 소비자가 전화를 걸면 신속하게 소비자상담원과 전화 연결이 된다. 소비자상담의 편의성을 높이고 질 높은 상담 서비스와 정보를 제공하고 상담 효율성과 소비자 만족도를 높이기 위해 구축되었다.

소비자문제의 해결은 소비생활과 밀접한 관계를 가지고 있다. 문제가 발생했을 때 쉽게 해결할 수 있도록 이론적인 과정이 아니라 실질적인 과정에 대한 정보를 제공하는 것이 중요하다. 학습자들이 쉽게 이해하고 이용할 수 있도록 판매자(구매 장소), 소비자상담기관(1372 소비자상담센터, 소비자단체), 한국소비자원 분쟁조정위원회, 법원 등으로 간단하게 표기하는 것이 바람직하다고 생각한다.

(3) 소비자피해의 구제제도

소비자피해구제제도에 대한 내용을 분석한 결과는 <Table 11>과 같다. 소비자피해구제제도에 대해 기술하

고 있는 교과서는 모두 9개였으며, 다양한 제도에 대해 기술하고 있었다. 2007 개정 교육과정 교과서에서는 소비자 피해의 구제제도에 대하여 대부분의 교과서들이 간단하게 기술하고 있었으나 2009 개정 교육과정 교과서에서는 다양하게 소개하고 있는 교과서들이 많았다.

소비자피해구제제도의 내용은 교과서들 간에 편차가 큰 경향이 있었다. 소비자문제 해결에 도움이 되지 않는 이론적인 내용들도 기술되어 있었으며, 학습자들의 수준에 적절하지 않는 경향이 있었다. MR, JH 교과서는 보충 자료에서 내용증명에 대해서만 기술하고 있었으나, KS 교과서는 내용증명은 물론 리콜제도, 제조물책임제도, 소비자단체소송제도, 집단분쟁조정제도, 선정당사자제도 등에 대해서도 기술하고 있었다. 선정당사자제도는 미국의 집단소송제도로 우리나라에서는 소비자피해의 구제에서는 도입하지 않고 있는 제도이다. 또한 BS 교과서는 리콜제도, 제조물책임제도, 집단분쟁조정제도, 소비자분쟁해결기준에 대해서 설명하고 있었다. 소비자분쟁해결기준은 BS 교과서에서만 소개하고 있었다. 소비자문제 해결과 관련하여 소비자들이 쉽게 이용할 수 있는 청약철회제도 (Cooling Off)에 대해서는 기술하지 않고 있었다.

(Table 11) Contents of consumer injury relief system section

Consumer injury relief system section	Supplement	Publisher
	◦ Certified contents	MR·JH
◦ Recall system	◦ Certified contents	CJ ₁
◦ Cooling-off system	◦ Certified mail contents	DS
◦ Recall system, Product liability law		SR
◦ Recall system, Cooling-off, Class action lawsuit		SY
◦ Recall system, Cooling-off system, Consumer organization lawsuit	◦ Certified contents	CJ ₂
◦ Recall system, Cooling-off system, Product liability law, Class action lawsuit system	◦ Certified contents	KH
◦ Recall system, Product liability law, Collective dispute mediation system, Consumer dispute resolution criteria	◦ Certified mail contents system	VS
◦ Recall system, Product liability system, Consumer organization lawsuit system, Collective dispute mediation system, Class action system	◦ Certified contents	KS

청약철회제도는 방문판매 등에서 계약을 철회하거나 해제할 때 소비자가 이용할 수 있는 제도로 충동구매로 인한 피해를 예방하기 위해 도입되었다. 소비자문제의 해결을 위해 이용되는 소비자피해구제제도는 소비자문제가 발생할 경우 청소년 소비자들이 쉽게 실질적으로 이용할 수 있는 제도를 중심으로 기술하는 것이 바람직하다. 그러므로 학습자 수준과 시수를 고려하여 청약철회제도, 내용증명우편, 소비자분쟁해결기준을 중심으로 설명하고 소비자단체소송제도와 집단분쟁조정제도에 대해서는 간단하게 소개할 필요가 있다. 학교 소비자교육은 생활교육이 중심이 되어야 한다.

4) 신소비문화 영역

신소비문화 영역에 대한 내용을 분석한 결과는 <Table 12>와 같다. 신소비문화에 대한 내용은 12개 교과서에서 모두 기술하고 있었으나, 서로 다르게 표현하고 있었으며 그 내용에 있어서도 편차가 큰 것으로 나타났다. 윤리적 소비로 기술한 교과서는 4개였고, 지속가능한 소비 또는 친환경소비로 기술한 교과서는 5개였으며, 착한 소비로 기술한 교과서는 3개였다. 2007개정 교육과정에서도 신소비문화 영역에 대해 기술하고 있었으나 지속가능 소비나 녹색소비와 관련하여 주로 활동과제, 보충자료, 심화자료 등에서 다루

고 있었다. 그러나 2009 개정 교육과정 교과서에서는 소비자책임, 건강한 소비생활과 관련하여 단원의 내용으로 다루고 있는 교과서들도 있었다.

윤리적 소비의 내용으로는 지속가능한 소비, 로컬소비, 공정무역, 경제적·법적 책임, 사회적·환경적 영역 등에 대해 기술하고 있었다. KM 교과서는 건강한 소비생활단원과 관련하여 경제적 책임, 법적 책임, 지속가능 소비, 동시대인류를 위한 책임 등으로 구분하여 가장 많은 내용에 대해 기술하고 있었으며, CJ₂ 교과서는 소비자역할 및 책임과 관련하여 하나의 단원으로 설정하고 사회적·환경적 영역 등에 대해 기술하고 있었다. 학습자 수준에 비해 너무 광범위한 내용을 다루고 있었다. 착한 소비의 내용으로는 윤리적 소비, 지속 가능한 소비, 공정무역, 구매를 통한 기부 등으로 다양하게 기술하고 있었으며 윤리적 소비에서 기술하는 내용들이었다.

신소비문화와 관련하여 청소년 소비자들이 실제 소비생활에서 쉽게 실천할 수 있는 친환경소비, 로컬소비, 공정무역 제품 구매, 구매를 통한 기부 등의 내용을 중심으로 설명하는 것이 바람직하다고 생각한다.

5) ‘건강한 소비생활(소비자)’ 단원

‘건강한 소비생활’ 단원의 내용을 분석한 결과는 <Table 13>과 같다. ‘건강한 소비생활’ 또는 ‘건강한 소

〈Table 12〉 Contents of new consumption culture section

Criteria	Content of new consumption culture section	Publisher
Ethical consumption	◦ Sustainable Consumption, Fair trade	SR
	◦ Green consumption, Local consumption, Fair trade	DS
	◦ Economic/Legal responsibility, Sustainable Consumption, Responsibility for the contemporary human race)	KM
	◦ Social area, Environmental area	CJ ₂
Sustainable consumption	◦ Eco friendly consumption	KS·MR·WK·KH·VS
White consumption	◦ Good buy	VS
	◦ Ethical consumption, Sustainable Consumption, Fair trade	SY
	◦ Ethical consumption	CJ ₁

비자’를 하나의 단원으로 설정한 교과서는 DS, KM, KS, CJ₂ 등 4개였다. 2009 개정 교육과정에서 청소년의 소비생활’단원의 성취기준을 ‘... 건강한 소비생활을 실천할 수 있다’고 설정한 것에 영향을 받은 것으로 생각된다. 2007 개정 교육과정 교과서에서는 ‘건강한 소비생활’을 하나의 단원으로 설정한 교과서는 없었다.

‘건강한 소비생활’ 단원은 단원을 구성하는 내용에 있어서 교과서 간에 편차가 큰 경향이 있었다. 단원을 구성하는 내용을 보면, 소비자의 권리와 책임, 건강한 소비생활의 실천, 소비자정보, 구매의사결정과정, 윤리적 소비의 실천 등으로 구성되어 있었다. DS 교과서는 소비자의 권리와 책임과 건강한 소비생활의 실천 내용으로 구성하고 실천내용으로 녹색소비, 로컬소비, 공정무역 등에 대해 기

술하고 있었으며, KM 교과서는 소비자의 주권과 책임과 미래사회를 위한 사회적 책임으로 구성하고 사회적 책임으로 공정거래, 나눔/기부, 지속가능한 소비, 윤리적 소비에 대해 기술하고 있었다. CJ₂ 교과서는 주체적 소비자, 정보화된 소비자, 윤리적 소비자로 구성하고 소비자의사결정, 소비자정보, 윤리적 소비의 실천에 대해 기술하고 있었다. 윤리적 소비의 실천으로는 사회적·환경적 영역에 대해 광범위하게 기술하고 있었다. 건강한 소비생활에 대한 개념을 정의하고 내용에 대해서도 구체적으로 설정할 필요가 있다.

6) 진로와 직업 영역

진로와 직업과 관련하여 소비생활과 관련 직업 내용

〈Table 13〉 Contents of ‘health consumption life’ unit

Content of ‘health consumption life’ unit	Publisher
◦ Consumer's right and responsibility ◦ Practice of health consumption life: Green consumption, Local consumption, Fair trade	DS
◦ Consumer's sovereignty and responsibility ◦ Social responsibility for future society: Fare trade responsibility, Sharing/Contribution, Sustainable consumption, Ethical consumption	KM
◦ Consumer right, Consumer responsibility, Consumer information ◦ Purchase decision-making process : 5 steps	KS
◦ Independent consumer: Purchase decision-making process(5 steps) ◦ Informed consumer : Source and kinds of consumer information ◦ Ethical consumer: Practice of ethical consumption(Social and environmental area)	CJ ₂

을 분석한 결과는 <Table 14>와 같다. 소비생활 관련 직업을 소개한 교과서는 8개였다. 2007 개정 교육과정 교과서에서도 소비생활과 관련된 직업을 소개한 교과서는 있었다.

국가기술자격증인 소비자전문상담사를 소개한 교과서는 KM·CJ·JH 등 3개였으며, 2014년부터 민간 등록 자격증이 된 소비자업무전문가를 소개한 교과서는 1개로 DS 이었다. MR 교과서는 광고 및 홍보전문가에 대해 소개하고 있었으며, KH와 KS 교과서는 소비자상담사를 소개하였다. CJ₂ 교과서는 텔레마케터와 상품기획자에 대해 소개하고 있었으며, KH 교과서는 상품이 생산되어 소비자에게 이르는 과정에서 각 단계와 관련된 직업을 소개하면서 소비자상담사 외에 고객분석전문가, 브랜드매니저, 쇼핑호스트 등에 대해서도 소개하고 있었다. 소비자상담사라는 자격증은 없으므로 소비자상담사보다는 소비자전문상담사나 소비자업무전문가로 표기하는 것이 바람직하다. 직업과 관련된 정보는 12개 교과서가 모두 소개할 필요가 있다.

V. 결론 및 제언

이 연구에서는 학교 소비자교육의 내용을 분석하기 위하여 2009 개정 교육과정에서 사용되고 있는 12개 기술·가정 교과서를 대상으로 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용을 분석하였다. 이러한 연구결과는 가정과 교사들에게 교과서의 소비자교육 내용에 대한 기본 정보를 제공해줄 수 있을 것이며, 효율적인 소비자교육 교수-학습 프로그램을 개발하거나 교과서 내용을 구성하는데 기초자료로 활용될 수 있을 것이다. 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 기술·가정 교과는 2007 개정 교육과정에서는 ‘기

술·가정’ 교과군으로 독립적으로 편제 되고 학년 구분이 있었으나, 2009 개정 교육과정에서는 ‘과학/기술·가정’ 교과군으로 편제되고 학년 구분이 없어졌으며 기준시수를 20%의 범위 내에서 증감 운영할 수 있도록 하였다.

둘째, 기술·가정① 교과서의 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 소비자교육 내용을 분석한 결과에 의하면, 소비자교육의 내용은 청소년의 이해, 소비자의 권리와 책임, 합리적 구매, 소비자문제의 해결, 신소비문화 등 5개 영역으로 구성되어 있었다. 2007개정 교육과정에 비해 소비자문제의 해결과 신소비문화의 내용에 변화가 많았다.

셋째, 소비자역할, 소비자책임, 윤리적 소비 등의 내용 구성에 있어서 교과서들 간에 편차가 큰 것으로 나타났으며, 같은 내용을 서로 다른 개념으로 설명하고 있었다. 학교 소비자교육에서는 기본 개념에 대해 명확하게 하고 그 내용을 체계화하여 일관성을 유지할 필요가 있다.

넷째, 소비자문제의 해결 과정과 소비자피해의 구제제도 등에 있어서 실제 생활에서 쉽게 이용할 수 있는 실질적인 내용보다 복잡한 이론적인 내용에 치우친 경향이 있어 학습자들의 흥미와 관심을 유발하고 문제해결능력을 개발하는데 한계가 있었으며 잘못 표기된 경우도 있었다. 소비자문제가 발생했을 경우 가장 쉽게 이용할 수 있는 1372소비자상담센터에 대해 제대로 소개하고 있는 교과서가 거의 없었으며 우리나라에서 도입하고 있지 않은 선정당사자제도에 대해 소개한 교과서도 있었다. 학교 소비자교육은 생활교육이 중심이 되어 실제 생활에서 활용할 수 있는 내용으로 구성하는 것이 바람직하다.

다섯째, ‘건강한 소비생활’ 단원은 2009 개정 교육과정 교과서에서 새로 설정된 단원으로 4개 교과서에서 설정하고 있었다. 단원은 소비자의 권리와 책임, 건강한 소비생활의 실천, 소비자정보, 구매의사결정과정, 윤리적 소비의 실천 등과 관련된 내용으로 구성되어 있었으나 서로 다르

<Table 14> Contents of job information

Job information	Publisher
◦ Consumer counselor	KH
◦ Consumer affairs professionals	DS
◦ Consumer-specialized counselor	KM·CJ·JH
◦ Advertising and public relations specialist	MR
◦ Tele-marketer, Merchandiser	CJ ₂
◦ Consumer counselor, Customer analysis professionals, Brand manager, Shopping host	KS

게 조합되어 있어 교과서 간에 편차가 큰 것으로 나타났다. 건강한 소비생활의 내용 구성에 대해 체계화할 필요가 있다.

여섯째, 재무관리와 관련된 내용은 모든 교과서에서 기술하지 않고 있었으며, 소비자주권에 대해서도 대부분의 교과서들이 기술하지 않고 있었다. 21세기는 소비자주권 시대이다. 선택할 권리와 관련하여 소비자주권에 대한 보다 적극적인 접근이 필요하며, 합리적인 소비와 재무관리에 대한 접근도 필요하다고 생각한다.

이상의 결과를 기초로 학교 소비자교육 활성화와 발전을 위해 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 교육과정의 변화에 보다 많은 관심을 가지고 기술·가정의 기준 시수 감축에 대한 대응 방안을 강구할 필요가 있다. 중학교의 경우, 독립교과에서 '과학/기술·가정' 교과군으로 편제되었으며, 20%의 범위 내에서 증감 운영할 수 있도록 하였다. 교육과정 개정 시에 기술·가정의 기준시수를 확보하기 위해 학회 차원에서 보다 적극적으로 노력해야 할 것이다.

둘째, 학교 소비자교육이 체계적으로 일관성 있게 이루어질 수 있도록 기본 개념에 대해 명확하게 정의하고 그 내용을 체계적으로 조직하여 내용의 편차와 오류 문제를 해결해야 한다. 학교 소비자교육의 교육목표가 실제 교육 현장에서 적용되기 위해서는 초·중·고등학교별로 각각의 수준과 상황에 맞는 교육내용을 체계적으로 구성하고 조직해야 교육현장에서 소기의 교육효과를 기대할 수 있다.

셋째, 소비자교육 관련 학회·협의회·센터가 협조 체제를 구축하여 교육과정에 부합하는 소비자교육의 표준 내용 모형을 개발하고 적극적으로 홍보·보급할 필요가 있다. 중등학교의 소비자교육 강화는 소비자교육 발전의 기초가 된다. 학습자 발달 수준과 기준 시수를 고려하여 적절한 학습량과 내용 수준을 제시해야 한다.

넷째, 소비자교육지원센터, 한국소비자원, 학회가 연계하여 교과서 내용을 중심으로 일상생활에서 쉽게 활용할 수 있는 소비생활 밀착형 교수학습 프로그램을 개발하여 보급함으로써 학교 소비자교육이 생활교육이 될 수 있도록 해야 한다.

다섯째, 학교 소비자교육은 소비자교육이 가지고 있는 다학문적인 특성으로 기술·가정 교과에서만 다루어지고 있는 것이 아니라 사회 등 다른 교과에서도 다루어지고 있다. 보다 효율적인 학교 소비자교육을 위해서는 다른 교과에서 소비자교육 관련 내용이 어떻게 다루고 있는지 추후 연구에서 면밀하게 검토하고 서로 연계할 수 있는

방안에 대하여 검토할 필요가 있다.

주제어 : 학교 소비자교육, 기술·가정 교과서, 청소년의 소비생활 단원, 2009 개정교육과정

RERERENCES

- Armstrong, J. & Uhl, J. N. (1971). Survery of Consumer Education Programs in the United States, *Journal of Home Economics*, 63(7), 524-530. 123-144.
- Bae, S. Y. (2004a). A Development of Consumer Education Program for elementary school, middle school and high school. *Proceedings of the 2004 Korean Society of Consumer Studies Conference(pp. 135-148)*. Seoul: Korean Society of Consumer Studies.
- Bae, S. Y. (2004b). *A Development of Consumer Education Program*. Seoul: Korea Consumer Protection Board.
- Bae, S. Y. (2006). *Development of the teaching material for young consumer education*. Seoul: Korea Consumer Protection Board.
- Bae, Y. & Kim, K. O.(2000). A development of a consumer education program for the information society. *Journal of Consumer Studies*, 11(4), 63-85.
- Choi, J. H. (2002). *A study on influence of middle school students's consumer education on consumer consciousness and behavior*. Unpublished master thesis, Kangwon National University, Korea.
- Cho, S. Y. (2006). *Perception and Demand of the 「Technology and Home Economics」 Teachers and Provisional Teachers on Consumer Education*. Unpublished master thesis, Dongguk University, Korea.
- Choi, J. S., Kim, J. S., You, D. R., Kim, J. H. & Park, M. S.(2008). *Consumer Education*. Seoul:

- Shinjeong.
- Ham, H. J. & You, D. R.(2004). A study on the propensity of conspicuous consumption and the development for consumer education programs for middle school students. *Journal of Korean Living Science Association*, 13(4), 581-598.
- Herrmann. R. O. (1982). The Historical Development of the Content of the Consumer Education: An Examination of Selected High School Texts. 1938-1978, *The Journal of Consumer Affairs*, 16(2). 195-223.
- Hong, M. (2003). *A Study on Problems and Improvements of Consumer Education at Middle School - Focusing on 「Technology & Home Economics」*. Unpublished master thesis, Kosin University, Korea.
- Huh, K., Rvu, S. & Han, S.(2007). An analysis of content of consumer education in middle school based on the 7th curriculum. *Consumer Policy and Education Review*, 3(1), 79-97.
- Jung, S. Y. (2012). *The development of the teaching-learning process plan applying community-related experiential learning to 'consumption life of adolescence' unit of technology·home economics in middle school*. Unpublished master thesis, Korea University, Korea.
- Kim, J. W. (2009). Evaluation of the 2007 revised national curriculum of practical arts focused on family and consumer sciences areas. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 21(1), 207-229.
- Kim, J. Y. (2013). *The development of the teaching-learning process plan for 'green consumption' applying creativity and personality education in technology·home economics of middle school based 2009 curriculum revision: Focused on the 'consumption life of adolescence' unit*. Unpublished master thesis, Korea University, Korea.
- Kim, N. Y. & Rhee, K. C. (2006). A study on developing a consumer education program applying a systems approach-For college students in the credit education program. *Consumer Policy and Education Review*, 2(1), 119-145.
- Kim, S. H. (2005). A content analysis of consumer education in the textbooks for a middle school under the 7th Korean national curriculum. Unpublished master thesis, SungKyunKwan University, Korea.
- Kim, S. W. (2001). A Basic Study of Product and Development on CD-ROM for Consumer Education. *Journal of Consumer Studies*, 12(4), 119-141.
- Kim, Y. O. (1999). A model regarding the contents of the consumer education for children and an analysis of the consumer education in the elementary school textbooks. Unpublished doctoral dissertation, Seoul National University, Korea.
- Korea Consumer Protection Board(1998). *The report consumer behavior and value*. Seoul: Korea Consumer Protection Board.
- Korea Consumer Protection Board(2002). *Total development plan for consumer education*. Seoul: Korea Consumer Protection Board.
- Lee, C. S. (2007). A Study on the Current State and the Attitude of Consumer Education for Elementary School Students. Unpublished master thesis, Korea National University of Education.
- Lee, D. Y. & Song, S. Y. (1992). *A study on development of consumer education program*. Seoul: Korea Consumer Protection Board.
- Lee, J. H. & Chae, J. H. (2008). Development of practical problem-based home economics teaching-learning process plans by blended learning strategy. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 20(4), 19-42.
- Lee, S. H. (1997). The consumer education's lesson model in high school' Home Economics for the student to improve the consumer's ability. *Journal of Korean Home Economics Education*

- Association*, 9(1), 111-131.
- Lee, S. H., Yoo, Y. J. & Hong, S. J. (1996). Family Development. Seoul: Kyomunsa.
- Lee, S. S., Kim, M. K. & Cho, J. J. (2003). The analysis on contents of school consumer education of the 7th curriculum-Focused on "Home Economics & Technology" for 7th, 8th Grade-. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 41(1), 231-248.
- Lee, Y. S. (2010). An analysis on the units of 'adolescence self-management' and 'adolescence consumption life' in technology·home economics textbooks used in middle schools: Focusing on how the emphasis of the 2007 curriculum revision is reflected. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 22(3), 55-75.
- Moore, R. L. & Moschis, G. P. (1983). Social interaction and structural determinants in adolescent consumer socialization. *Advances in Consumer Research*, 11, 757-759.
- Moschis, G. P. & Churchill, G. A. (1978). Consumer socialization: A theoretical and empirical Analysis. *Journal of Consumer Research*, 15, 599-609
- Moschis, G. P., Moor, R. L. & Smith. R. B. (1983). The impact of Family Communication on Adolescent Consumer Socialization. *Journal of Consumer Research*, 11, 314-339.
- Park, H. (2003). A content analysis of consumer education in the social studies textbooks under the 7th Korean national curriculum. *Theory and Research in Citizenship Education*, 35(1), 173-197.
- Park, J. I. (2009). *Analyze the subject of the consumer education program for adolescents : A case study of model schools for the consumer education programs adolescents. Unpublished master thesis*, Ewha Womans University, Korea.
- Park, M. H. (2002). Consumer education policy for net generation-Focused on developing social support system-. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 40(2), 143-159.
- Park, M. H., Huh, H. & Park, M. S. (1995). Research on developing instructional method for consumer education of Home Economics in the middle school-Focusing on problem solving method. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 7(2), 91-101.
- Park, S. Y. (2002). A study on the development of consumer education. *Journal of Korean Economic Development*, 8, 207-220.
- Rhee, K. C. & Kim, J. E. (2012). *Consumer education : Theory & practice*. Seoul: Kyomunsa.
- Rhee, K. C. & Seo, J. H. (1992). Methods for strengthening the middle & high school consumer education: Focusing on the content analysis of consumer education curriculum. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 30(2), 237-247.
- Seo, J. H. (1992). Directions and assignments of consumer education for actualizing consumer sovereignty in 21 century. *Journal of Korean of Consumption Culture*, 2(1), 119-138.
- Seong, J. E. (1995). *Analytic on the Consuming Behavior & Attitude of Middle School Students and the Realities of their Consumer Education at School*. Unpublished master thesis, Ewha Womans University, Korea.
- Stampfl, R. W. (1979). Family Research: Consumer education needs in the family life cycle. *Journal of Home Economics*. 71(1), 22-27.
- Whang, H. J. (2002). *Needs for environment-friendly consumer education and development of the teaching-learning process plan - Focused on the creative discretionary activities in middle school*. Unpublished master thesis, Korea University, Korea.
- Yoo, H. J. (2004). The Present Conditions of School Consumer Education in Conducting the 7th Curriculum. *Journal of Human Ecology*, 8(1), 117-137.

Yoo, H. J., Lim, H. J. & Chae, S. J. (2008). The actual consumer education conditions at home and school among Korean adolescents. *Journal of Human Ecology*, 12(1), 131-149.

Yoo, J. Y. (2004). Development of a school consumer education program for adolescents.

Journal of Korean Home Economics Education Association, 16(4), 95-105.

접 수 일: 2014. 02. 04

수정완료일: 2014. 02. 13

게재확정일: 2014. 02. 14