

동화만들기로 본 예비 보육교사들의 소비자교육 태도와 인식

Perception and Attitudes Toward the Consumer Economic Education of Children of Pre-Day Care Center Teachers Through an Making Economic Story

김정훈*

원광대학교 가정아동복지학과 교수

Kim, Jung Hoon*

Department of Family and Child Welfare, Wonkwang University

Abstract

The purpose of this study was to understand preschooler's consumer behavior and attitudes perceived by pre-day care center teachers and their attitudes toward consumer education through self-created consumer education stories. The study also explored the problems of managing educational roles and suggests how to resolve them. University students as pre-day care center teachers created stories with only pictures from unknown children's stories in Korea. The contents and conversations were analyzed for this study.

As for the results of this study, the performance of the students as pre-day care center teachers were unstable, confusing, and non-professional. Such traits caused concerns about their effectiveness in consumer education for early childhood. Thus, suggestions follow; First, 'Consumer Education' has to be a required course for day-card center teacher qualifications. Second, 'Consumer Education' has to be arranged in capacity building for continuing education. Third, consumer education programs and tools should be developed and provided for student teachers.

Keywords: Consumer education, Early childhood education, Day-card center teacher, Consumer behavior and Attitudes

I. 서론

1. 연구의 필요성과 목적

어린 세대들이 우리사회에서 바른 경제적 역할을 할 수 있도록 소비자교육이 필요하다는 것은 사회의 일반적인 동의이며, 그 필요성과 중요성에 대해 여러 연구들이 강조하고 있다(권순남, 2014; 노덕실, 2003; 장수정,

2004; 진은선, 2018).

소비자교육은 부모, 교사, 그리고 사회의 소비자사회화를 담당하는 대중매체나 지역사회 등에 의해 가치와 태도, 지식, 기술들이 전달되는 과정이다. 따라서 이들 교육 담당자들이 소비자교육의 가치와 목표 등에 대해 어떤 태도와 지식을 갖고 있는지는 매우 중요하다. 그에 따라 교육의 방향과 결과에 큰 영향이 미치기 때문이다.

유아교육기의 소비자교육은 학교 소비자교육의 첫걸음

본 논문은 2019년 원광대학교의 교비지원에 의해 수행됨.

* Corresponding author: Kim, Jung Hoon

Tel: +82-10-5095-6650, Fax: +82-63-850-7301

E-mail : osu@wku.ac.kr

© 2020, Korean Association of Human Ecology. All rights reserved.

이자 가장 효과적인 단계라 할 수 있다. 유아들은 소비자와 관련된 기본적인 개념을 이해하고 학습할 수 있어 학교에 들어오기 전에 이미 소비자 역할에 대한 지식과 태도, 동기들을 갖고 있으며 이 때 부모나 교사, 주위 사람들과 같은 교육담당자들의 의도적인 제시와 그들의 행동에 대한 관찰과 참여를 통해 소비자사회화를 배우게 된다(장수정, 2004; Danes, 1994). 따라서 유아의 소비자능력을 형성하고, 성장시키기 위한 소비자교육은 유아기부터 적극적으로 이루어져야 한다.

2016년 현재 한국의 유아취학률은 만3세 90%, 만4세 92%, 만5세는 94%(경제협력기구, 2016)로 나타나 OECD 일반 평균은 웃도는 수준이다. 이는 우리나라 거의 모든 유아들이 교육기관의 교육에 참여하고 있다는 뜻이다.

기존의 연구들(장수정, 2004; 전은선 2018, 진금옥, 2007)은 실제 교육현장의 소비자교육에 대한 소극적이고 비전문적인 현실에 대한 우려와 유아교육 교사의 역할과 교육내용의 체계화 등의 중요성을 강조하고 있다. 이들은 유아교사의 유아소비자교육을 이해하는 능력은 교육의 긍정적 효과와 연계되므로 지속적인 재교육의 필요성도 강조하고 있다. 더구나 유아교육은 지식교육보다는 생활교육이 중요하므로 교사의 일상적인 태도와 언어로 표현되는 의식이 중요한 교육도구가 된다. 이는 우리가 유아교육교사들의 소비자교육에 대한 태도와 능력에 관심을 기울여야 하는 이유이다.

현재 우리나라에서 유아교육기관 교사자격을 취득하기 위해서는 유치원교사 자격 및 보육교사 자격을 취득해야 한다. 이 과정을 개설하고 있는 교육기관은 300여개에 달한다. 그런데 유아소비자교육의 중요성과 유아교육교사들의 소비자교육능력의 중요성에 대한 지적에도 불구하고 자격취득을 위한 필수과목과 선택과목에 소비자교육과 관련된 교과목이 존재하지 않고 있다.

이에 본 연구는 대학생들이 만든 소비자교육 동화의 내용을 통해 이들이 유아들의 소비자 행동과 태도와 이들을 위한 소비자교육 측면에서 어떠한 인식과 태도를 갖고 있는지 이해함으로써, 이들이 소비자교육을 담당하는 교사로서 교육활동을 수행하는데 대한 문제점들을 이해하고, 그 방안을 모색하고자 하였다.

2. 관련 연구

기존의 연구들은 유아교육기관에서의 소비자교육이 중요한 이유로서 유아들이 가정에서뿐 아니라 교육기관에서 점점 더 많은 시간을 보내게 되는 점(장수정, 2004), 그리고 유아들에 대한 광고 등 시장유인이 많아진 상황에서 유아 소비자의 발달적 특성 상 유아들의 인지능력과 상품지식이 제한되어 있고 상업적인 광고에 대한 인지적 방어 능력이 발달되어 있지 못하며, 유아기에 획득한 태도와 인지, 행동이 성인기까지 미친다는 점(노덕실, 2003; 장수정, 2004; 진금옥, 2007)을 주장하고 있다.

이렇듯 중요한 유아소비자교육에서 교사들의 관심이 높고, 필요성에 대한 인식은 하고 있으나(전은선, 2018), 소비자교육을 단순히 절약, 재활용 등의 형식적인 활동으로만 생각하고 있는 실태이며, 아직 소극적이고 비전문적인 단계에 머무르고 있는 실정이다. 따라서 유아교육 현장에서 교사가 실제적이고 직접적인 접근을 할 수 있도록 하는 지도역량 증진방안을 모색해야 한다(장수정 2004). 유아경제교육을 체계화하기 위한 중요한 변인의 하나는 교사의 역할이기 때문이다. 이 같은 관점에서 유아경제교육에서 교사의 지식과 역할이 중요시됨에 따라 교사가 지닌 지식의 내용 및 지식구조를 체계적으로 측정하는 것이 필요성을 주장한 전은선(2018)의 연구결과는 유아교사가 전체적인 지식 보다는 단편적인 지식을 지니고 있다고 볼 수 있으며, 유아교사들이 부족한 지식에 대한 지속적인 교육이 이루어 질 때, 유아경제교육의 지식체계가 양적·질적 확장이 이루어지고 교육의 효율성을 높일 수 있을 것이라고 주장하였다.

현재 우리나라에서 유아교육기관 교사자격을 취득하기 위해서는 유치원교사 자격 및 보육교사 자격을 취득해야 한다. 고용노동부 워크넷(www.work.go.kr)에 따르면, 현재 유아교육 기관에서 교육을 담당할 수 있는 교사 자격을 취득 할 수 있는 학과가 개설된 곳은 4년제 대학 122개교, 전문대학(2년제 이상) 155개교, 그리고 1년제 과정을 운영하고 있는 12개교에 달한다. <표1>은 현재, 이들 학교 교과과정에서 자격취득을 위한 이수 교과목과 학점 등을 정리한 것이다. 이들 교과목은 수년에 걸쳐 과목의 수도 증가하고 교과목에도 수정, 첨가가 이루어져왔다. 그러나 보는 바와 같이 이 과정에서 소비자교육을 위한 과목은 포함되지 않았다.

〈표1〉 보육교사 자격을 위한 대학 등에서 이수하여야 할 교과목 및 학점 일반

영역	교과목		이수과목 (점수)
교사 인성	보육교사(인성)론, 아동권리와 복지		2과목(6학점)
보육 지식과 기술	필수	보육학개론, 보육 과정, 영유아 발달, 영유아 교수방법론, 놀이지도, 언어지도, 아동음악(또는 아동동작, 아동미술), 아동수학지도(또는 아동과학지도), 아동안전관리(또는 아동생활지도)	9과목 (27학점)
	선택	아동건강교육, 영유아 사회정서지도, 아동문학교육, 아동상담론, 장애아 지도, 특수아동 이해, 어린이집 운영 관리, 영유아 보육프로그램 개발과 평가, 보육정책론, 정신건강론, 인간행동과 사회환경, 아동간호학, 아동영양학, 부모교육론, 가족복지론, 가족관계론, 지역사회복지론	4과목 (12학점)이상
보육 실무	아동관찰 및 행동연구, 보육실습		2과목(6학점)
현장실습	6주 240시간(2회에 나누어 실시 가능) - 정원 15명 이상으로 평가인증을 유지하는 어린이집 - 방과후 과정을 운영하는 유치원		-
자격취득	17과목 이상, 51학점 이상 이수 현장실습 평가 80점 이상		-

II. 본론

1. 연구방법

1) 연구대상 및 자료수집

본 연구는 소비자교육을 수강하고 있는 예비보육교사인 대학생들이 만든 소비자교육동화 3종 총 9편의 내용을 분석하여 예비보육교사들의 소비자교육을 위한 태도와 인식을 살펴보고자 하였다. 이를 위해 2018년과 2019년 소비자교육 교과목을 수강하고 있는 학생을 대상으로 유아 소비자교육에서 활용할 수 있는 동화를 만들도록 하였다. 프로젝트에 참여한 학생들은 총 25명으로 프로젝트 실행 시점에서 대학교 3, 4학년 학생들이었다. 조사 시점에서 1년의 차이가 있으나 이것이 예비 보육교사들의 소비자교육을 위한 인식과 태도라는 연구목적에 차이를 가져오지는 않을 것으로 판단되어 연구대상으로 포함하였다. 또한 본 ‘동화만들기’ 프로젝트가 개강 첫주에 시행되어 본격적인 소비자교육 수업을 받지 않은 상황에서 이루어졌기 때문에 연구결과로써 소비자교육을 배우지 않는 다른 예비 보육교사들의 일반적인 성인들의 태도와 인식을 유추할 수 있을 것이다. 현재 보육교사자격 과정

에서 소비자교육이 빠져있어 생길 수 있는 우려를 본 연구를 통해 인식하고자 하는 것이다. 따라서 본 연구는 대학생들이 만든 소비자교육 동화를 통해 이들의 소비자교육을 위한 행동과 태도를 알아봄으로써 이들이 보육교사로서 유아의 소비자능력 향상시킬 수 있는 역할을 기대하기 위한 방안을 찾고자 하였다.

이를 위한 프로젝트 과정은 다음과 같다.

1. 2-4명으로 그룹을 만든다; 그룹 내 팀원들이 서로 이야기를 나누어 이야기를 확정하면 이 연령대의 보다 일반적인 인식이 표출된다고 생각하였다.
2. 기존 그림책의 한 쪽의 그림을 각각 카드로 만들고, 순서를 무작위로 섞어 동화책 당 1개의 그림카드 몽치로 만든다. (총 그림카드 3몽치); 카드는 그림만 있으며, 원작의 글은 모두 지웠다. 표지의 제목도 지워 동화의 제목과 표지도 선택하도록 하였다.
3. 그림책 카드몽치를 그림이 보이지 않게 뒤집어 놓고, 각 팀은 몽치 중 하나를 선택하게 한다.
4. 학생들은 자신들이 선택한 그림카드를 보며 카드를 순서를 정하면서,
5. 소비자교육에 활용할 수 있는 자신들의 이야기를 구성

하고, 한다.

6. 각 팀은 이와 같은 과정을 거쳐 새로운 이야기를 만들고, ‘유아를 위한 소비자교육 동화’를 완성한다. 프로젝트가 완성되기 전에 자료 활용에 대해 동의를 받지 않은 것은 ‘동화만들기’에서 표현되는 내용이 차후 활용성에 대한 인지로 영향을 받을 수 있을 것으로 생각되었다. 따라서 프로젝트가 끝난 후 자신들이 제출한 프로젝트가 연구논문 자료로 활용될 수 있음에 대해 고지하고 동의를 받았다.

2) 동화자료 소개

본 연구의 목적을 위해 선정된 그림동화책은 <표2>와 같다.

그림동화의 선정기준은 다음과 같다.


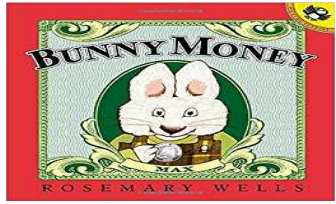
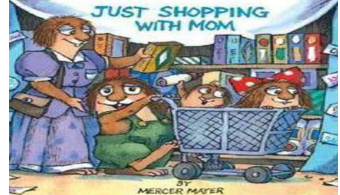
1. 본 연구는 어린이 소비생활에 대한 인식을 알고자 하는 것이므로, 선정된 그림동화는 원래의 주제나 목적이 무엇이든 등장인물들의 경제생활이 내용에 포함되어야 한다. 그림동화의 그림은 등장인물들의 경제적

실생활을 표현하고 있어야 한다.

2. 그림동화는 가능한 참여학생들이 모르는 동화여서 동화를 새롭게 만드는데 기존동화에 대한 선입견이 동화에 영향을 미치지 않도록 한다. 선정된 동화 중 Bunny Money는 2005년 우리나라에 유아동화로 출판된 동화이나 참여 학생들의 연령상 이 동화에 익숙하지는 않을 것으로 판단되었으며, 동화표지를 기억하는 학생은 해당 동화 프로젝트에서 제외시켰다. 그 외 두 동화 (Just Piggy Bank & Just Shopping with Mom)는 한국에서 출판된 바가 없어 새로운 동화를 만드는데 선입견없이 동화를 창조할 수 있을 것으로 판단되었다.

선정된 동화들은 모두 유아대상 그림동화로 Just Piggy Bank는 돈이 없어 동생보다 쇼핑을 하지 못한 주인공이 할아버지한테 돼지저금통을 선물 받고, 돼지저금통을 채워나가기 위해 홈 아르바이트와 할머니님의 용돈 등으로 저금을 하고 쇼핑을 하는 과정의 이야기이다. 소비자교육을 위한 개념으로는 희소성, 욕구, 용돈협상, 홈 아르바이트, 임금, 저금, 구매 등이 있다. Bunny Money는 맥스와 루

<표 2> 선정된 원동화들 목록

동화 원본 소개	동화 원본 표지
<p>Just Piggy Bank</p> <ul style="list-style-type: none"> • Author: Mayer, G. & Mayer, M. • Age Range: 2 - 3 years • Paperback: 32 pages • Publisher: Golden Books (June 15, 2001) • Language: English 	
<p>Bunny Money</p> <ul style="list-style-type: none"> • Author: Wells, R. • Age Range: 3 - 5 years • Paperback: 32 pages • Publisher: Puffin Books; Reprint edition (November 29, 2000) • Language: English 	
<p>Just shopping with Mom</p> <ul style="list-style-type: none"> • Author: Mayer, M. • Age Range: 3 - 7 years • Paperback: 24 pages • Publisher: Random House Books for Young Readers (June 18, 1998) • Language: English 	

디 형제가 할머니 생신선물을 사러 간 상황에서 선물구매 선택과 더불어 생각하지 못한 지출이 발생하는 과정, 지출계획에 문제가 생기는 등 지출관리를 해결하는 이야기이다. 소비자교육을 위한 개념으로는 회소성, 용돈, 저금, 지출선택, 예기치 못한 지출, 욕구, 화폐교환, 구매 등이 있다. Just Shopping with Mom은 엄마와 쇼핑을 간 3형제가 다양한 가게를 둘러보고, 마켓에서 어린 동생을 돌보고, 자신들이 원하는 것을 구매하는 등 시장행동을 보여주는 이야기이다. 소비자교육을 위한 개념으로는 회소성, 재화와 서비스, 욕구, 지출계획, 소비자의 역할과 책임, 부모의 소비자교육태도 등이 있다.

2. 결과분석

예비유아교육교사들이 만든 ‘소비자교육동화’에 표현된 등장인물들의 대사와 지문 등을 소비자 행동과 태도와 소비자교육을 중심으로 분석한 결과는 다음과 같다. 이후 창작 동화의 내용 인용에서 (Piggy-1, 2, & 3)은 원본그림동화 Just Piggy Bank를, (Bunny-1, 2, & 3)은 Bunny Money (Shopping-1, 2, & 3)은 Just Shopping with Mom의 그림을 활용하여 만든 동화이다.

기존 연구들은(권순남 2014; 김영옥, 홍혜경, 1998; 김희경, 2011; 김수진, 1999; 노소은, 2003; 서정희, 1998; 이기숙 외, 1998; 이정진, 2005) 유아 소비자 교육을 건전한 소비자로서 지식, 기능, 태도를 습득하는 데에 필요한 생활 경험을 유아기에 갖게 하는 교육으로, 합리인 소비생활을 하는 데에 필요한 지식을 습득시키며, 기능과 태도를 함양시켜 소비자로서 역할을 잘 할 수 있도록 도와주기 위한 교육이라고 주장하였다. 개정 유치원교육과정 에 나타난 소비자 교육 관련 내용에는 유아기에 반드시 형성해야 할 기본 덕목으로 기본생활습관 (생활영역에서의 질서와 절약), 사회상에 관심가지기(합리인 소비 생활), 경제생활에 관심가지기(물건 사용하기, 간수하기, 아껴 쓰기, 재활용하기, 물건 사보기, 돈의 이용)로 유아 경제교육 내용으로 소비와 절약을 가장 요한 내용으로 보았다. 한국소비자원은 소비자교육의 내용으로 가치관, 자원 관리, 합리적 구매, 소비자시민교육을 제시하였다. 또한 유아소비자교육에 대한 요구 분석 연구에서 어머니와 교사들 모두 용돈관리, 저축, 자원활용, 환경문제 등이었고, 교사들은 특히 소비와 구매, 소비자시민성과 소비자사회화에 관심을 보였다.

이로써 동화자료에서 나타난 내용을 중심으로 유아교

육 교사로서 유아소비자교육을 위한 사전 인식을 이해하기 위해서 첫째, 유아들의 소비자행동과 태도를 어떻게 인식하고 있는지(소득과 자원관리) 즉, 이들이 소득을 어떻게 얻고 관리하는지를 중심으로 파악하고자 하였다. 둘째, 유아들의 구매자로서의 역할에 대한 인식을 어떻게 하고 있는지, 즉 이들의 소비지출 태도와 쇼핑태도, 그리고 생일선물 행동을 중심으로 파악하고자 하였다. 셋째, 동화작성자들이 장래 소비자교육자로서 역할을 하고자 하므로, 유아의 소비자교육은 누가 담당한다고 생각하는지, 이들이 소비자교육적 측면에서 유아의 쇼핑지침을 어떻게 주고 있는지를 중심으로 파악하고자 하였다.

1) 소비자행동과 태도

소비자행동과 태도는 소득자, 금전관리자, 구매자로서의 역할과 태도를 중심으로 살펴보았다.

(1) 소득자

① 용돈

유아나 아동이 돈을 얻을 수 있는 방법은 부모님의 용돈, 친인척의 선물용돈, 그리고 홈아르바이트이다. 아래에서 보는 바와 같이 유아들이 용돈을 얻는 방법은 할아버지나 할머니, 엄마에게 받는 것과 집안 일을 해서 받는 것이며, 그때그때 달라고 할 수도 있고, 정해진 기간과 금액이 있는 경우도 있는 것으로 인식하고 있었다. 그러나 돈을 얻는 방법에서 쉽게 ‘돈 좀 주세요’라는 대사들이 많아 아이들이 돈을 얻기 위해 흔히 쓰는 방법이라고 생각하고 있었다. 이는 스스로도 아이들이 돈이 필요할 때 그렇게 말할 수 있다고 생각하는 것을 반영하는 것으로 보인다. 단 이후 동화의 진행 상 부모님이 그에 대한 거부 의사와 교육적 설명을 하는 것을 볼 때 용돈교육에 대한 교육적 인식을 보였다.

“할머니 저 돈 좀 주세요.” / “엄마 저 돈 좀 주세요.” / “보보야 돈은 쉽게 얻을 수 있는 게 아니란다.”(Piggy-1) / 엄마가 용돈을 주셨어요! / “할머니가 용돈을 줄게.” / 그 날 이후로도 아토는 쪽 빨래도 하고, 설거지도 하고 마당청소도 했어요. 그래서 받은 용돈을(Piggy-3)

② 고용(홈 아르바이트, 일하기, 노동)

예비교사들은 아이들이 노동을 통해 돈을 벌 수 있으

며, 이를 위해 집안일을 완수하는 것을 가지고 엄마와 고용계약을 하는 것으로 표현하고 있었다. 그러나 돈을 버는 일에 대해 정확히 업무와 보수를 지정하거나 협의하는 ‘고용관계’뿐 아니라 ‘엄마를 돕는 것’도 돈을 받을 수 있는 일로 생각하고 있었다. 이런 것은 아이나 엄마의 대사에서 모두 나타났다. 그러나 현실에서 자신이 일을 하면 돈을 벌 수 있는 것이 아니며, 돈을 버는 것이 자기가 일방적으로 선택한 일을 하면 될 수 있는 것이 아님을 인식하지 않고 있었다. 따라서 고용과 소득의 현실적 관계를 인식하지 못하고 있었다. 한편 아이들이 돈을 버는 목적은 저축과 마찬가지로 파티, 소풍 등으로 이는 미래 목표를 위한 목표저축의 의미를 포함하고 있었다.

“엄마를 도와주면 돈을 줄게.” / “엄마 돈을 더 모으고 싶어요.” “그러면 여기 적혀있는 일들을 할 때마다 돈을 줄게.” “열심히 했으니 약속대로 돈을 줄게~” / “벌써 이만큼이나 모였어! 이 정도면 친구들이랑 파티할 수 있겠다!” (Piggy-1) / “소풍에 가야 하는데 돈을 어떻게 모아야 할지 모르겠어요...” / “여기에 적힌 일들을 해내면 엄마가 용돈을 줄게. 어머니?” / 이 모든 일을 끝낸... 엄마가 용돈을 주셨어요! 용돈을 받은 아트는 저금통에 넣으러 방으로 달려갔어요. (Piggy-3)

(2) 금전관리자

① 저축

저축은 자신이 원하는 것을 살 수 있는 방법이며, 선물, 파티 등이 목표였다. ‘큰 저금통’으로 표현되었듯이 금액 자체가 목표가 될 수도 있다고 인식하고 있었으며, 용돈이 생겼을 때 중요한 것은 저축으로, 이를 위해 저금통의 활용을 중요시하고 있었다.

“저금통에 돈을 모으면 네가 원하는 걸 더 살 수 있단다.” / ‘이번엔 더 큰 저금통을 채워볼까?’ (Piggy-1) / “아, 돈을 모아서 어디에 쓰지? 친구들과 파티를 열까?” / “파티를 준비하느라 모은 돈을 다 써버렸지? / 이 돈을 저금해서 새로운 곳에 쓰렴.” / 할아버지는 돼지 저금통을 주셨습니다. “여기에 돈을 모아서 네가 하고 싶은 일에 쓰는 거란다. 돈을 모아서 필요한 곳에 쓰렴.” (Piggy-2) / “소풍에 가야

하는데 돈을 어떻게 모아야 할지 ...” / “친구 토미의 생일 선물을 사느라 용돈을 다 써버려서 남은 돈이 없어요.” / 저금통을 열었어요. “나 이제 정말 소풍갈 수 있겠다! 너무 신나!” (Piggy-3) / “오늘은 제 용돈으로 엄마 선물을 사줄꺼예요.” (Bunny-1)

아껴쓰며, 조금씩 저금하는 것이 돈을 모으는 방법이며, 시간이 걸리는 일임이 강조되고 있으며, 이는 친구생일 선물을 사거나, 소풍가는데 쓰기 위한 것과 같이 나중에 필요할 때 꺼내서 쓰기 위한 것으로 인식하고 있었다.

“저금통이란단. 앞으로 저금통에 용돈을 차곡차곡 모아보렴. 그러면 나중에 돈이 필요할 때 꺼내서 쓸 수 있단다.” / 할머니가 용돈을 줄게. 잘 모아보렴.” / “이미 정해진 용돈을 주었잖니. 그러니 계획하고 아껴서 쓰지 그랬어.” (Piggy-3)

② 용돈관리

용돈관리와 관련해서는 자신이 원하는 것에 사용할 수 있는 사용권을 갖는다는 사실과 엄마선물, 할머니 선물 등을 사기 위해 미리 돈을 모으고, 남은 용돈을 점검하고, 선물을 위해 구입할 물건도 계획하는 등 금전관리에 대한 인식을 갖고 있었다. 그러나 예산을 실행하는 과정에서 선택의 어려움, 사고 싶은 것을 신중하게 결정해야 하는 등 의사결정의 어려움을 표현하고 있었다.

“수고했어, 보노야. 이제 너가 필요한 것을 사렴”(Piggy-2) / 모아두었던 용돈을 들고 상점으로 향했어요. “과자가 있네.” “사탕은? 아 너무 고민 돼.” (Piggy-3) / 용돈을 모아서 엄마의 선물을 사기 위해 시내로 나갔어요. 언니토끼 토니는 발레리나 오르골을 사드리고 싶었는데 (Bunny-2) / “엄마가 주신 용돈으로 할머니 생신 선물 사러 갈까? ” / “용돈이 2만 원 남았어. 이걸로 무엇을 할 수 있을까? ” “우리가 사고 싶은 것을 사러 가자. ” / “우리 장난감을 사러 가자! ” “ 남은 용돈으로 사는 거니까 신중하게 결정해야 해. (Bunny-3)

③ 잔돈관리

거스름돈을 관리하는 것을 중요하게 생각하고 있었으며, 특히 아이들이 작은 돈인 거스름돈을 잃어버릴 것을

매우 우려하고 있었다. 아이들이 돈을 보관하는 것을 잘 못한다고 생각하고 있는 것이다.

선물구입이나 상품구입 등 예산 내에서 지출 목표를 달성하고 나서 남은 돈의 관리는 지출관리에서 중요한 문제이다. 이에 대해 예비 보육교사들은 남은 돈은 써도 된다는 생각을 갖고 있었다. 그러나 예산이 남았을 때 그것을 다 써야 할 이유는 없다. 이것을 써버린다면 거래에서 돈을 아끼기 위한 의사결정, 이를 위한 상품선택과 정보 활용 등의 소비자행동에 의미가 없어지기 때문이다. 또한 선물을 산 후 점원이 거스름돈을 주며 ‘사고 싶은 것을 사라’고 말하는 장면은 예비보육교사들이 ‘남은 돈은 쓴다’라는 생각을 표현한 것으로 처음 정한 예산을 가지고 소비실행을 했을 때 남은 돈은 미래를 위해 쓰일 수 있도록 하는 금전관리 인식이 필요하다.

돈을 거슬러 줄테니 토리도 사고 싶은 거 사렴”
(Bunny-1)/ “자 여기 거스름돈 주머니에 넣어줄게. 잃어버리지 말거라”/ “거스름돈 넣어 줄테니 잘 챙겨가거라. 토동아 잃어버리지 말고!”/ “정말 착한 아이로구나. 돈을 거슬러 줄테니 토리도 사고 싶은 거 사렴”/ 남은 돈을 가지고 맛있는 음식을 사먹으러 갔어요. 결국 토동이의 옷에 음식이 다 묻어버렸어요 / 주머니에 뭔가 있었어요. “돈이 남아 있었네?”
(Bunny-2)

(3) 구매자

① 비효율적, 비합리적 소비지출

유아들은 옆집 친구가 가졌던 것을 사거나, 부주의로 인해 계획에 없던 세탁비를 쓰거나, 충동적으로 자신의 물건을 사고, 돈이 모자라서 원래 목적인 생일선물을 사지 못하는 것 등으로 표현되었다. 따라서 이들의 소비자행동은 무계획적인 충동구매성향, 부주의로 인한 지출, 동조소비 등이며, 이러한 비이성적인 소비자행동과 태도로 인해 원래 계획한 쇼핑목적은 달성하지 못하거나 돈이 모자라거나 지출이 늘어나고, 버스비같은 필수지출 조차 남기지 못하는 결과를 가져오게 되었다.

더구나 이러한 결과에 대처하는 방안으로 선물을 다시 팔거나 버스비로 지불하는 등 원래의 쇼핑 목적을 달성하지 못하는 실패한 쇼핑행태를 보이고 있다.

한편으로 쇼핑과정에서 용돈의 남은 돈을 점검하는 모습을 보이기는 했으나 결과적으로는 쇼핑 목적을 달성하

지 못했으므로 의미없는 행동이었다. 특히 원 목적을 달성하지 못하는 데도 버스비로 선물을 팔거나 대신 지불하고, 그것을 돈을 벌었다고 표현하는 것은 지출관리와 단어의 의미를 혼동하고 있는 것으로 보이며, 쇼핑목적 및 지출 관리에 무관심함을 보여줌으로써 당장의 문제해결에만 치중하는 모습을 보였다. 또한 원래의 소비지출 목적을 달성하지 못하였을 뿐 아니라, 하루 소비지출을 위해 들인 시간, 그리고 버스비로 귀걸이와 장난감 이빨의 교환가치의 불균형을 생각할 때 비효율적이고 비합리적인 소비지출이라 할 수 있다. 이러한 점을 예비교사들은 인식하고 못하고 있었다.

“그럼... 엄마, 용돈 좀 주실 수 있나요? 이번 달에 친구 생일 선물을 사느라 용돈을 다 써버려서 남은 돈이 없어요.”/ “나에게 남은 돈이라곤 할머니께서 주신 용돈 밖에 없는 걸?”/ “어떡해. 소풍에 못 가는 거야?” (Piggy-3)/ “옆집 갱쟁이가 갖고 있었던 거잖아?”/ “이거 주세요”/ “아이쿠. 엄마 장난감 이빨 때문에 딸기잼을 옷에 흘려버렸어요.” “얼른 세탁소 가자”/ “토리는 어린이니까 그냥 타도 된단다.” “토리는 동전 한 닢이 생겼어요. 이 동전으로 무엇을 할까요?”/ “오늘 토리 용돈으로 무엇을 했지?” “그럼 돈을 너무 많이 썼는데요”/ “어떻게. 버스 탈 돈이 없는데...” “어찌죠?” “그러면 우리가 산 물건들을 다시 팔아볼까?” “다행히 토리와 토리 엄마는 버스 탈 돈을 벌었어요.” (Bunny-1)/ “돈이 하나도 안 남았어!! 우리 버스도 못 타!” 버스비 대신에 엄마 선물로 샀던 머리핀과 드라큘라 이빨을 기사님께 드렸어요./ “그러게. 근데 엄마 선물은 어떻게지? 다음에 다시 사러 가야겠다” 주머니에 뭔가 있었어요. “돈이 남아 있었네?”/ “그러게. 근데 엄마 선물은 어떻게지? 다음에 다시 사러 가야겠다.” / 언니 토니는 봐두었던 발레리나 오르골을 계산하려고 했는데 “너희가 가지고 있는 돈으로는 오르골을 사기에 부족하구나!”
(Bunny-2)

② 쇼핑행동과 태도

세 동화 모두에서 아이들은 ‘보는 것마다 사달라’는 욕구 표출하고, ‘조르며’, ‘어머니의 거부 의사와 그 이유를 설명’해도 사달라는 요구’는 또 다른 상품에서 바로 계속 되는 것으로 표현하고 있었다. 그러므로 아이들의 소비자

행동 교정을 위해서 반복적으로, 논리적으로 설명해야 한다는 것이 필요하다고 생각하고 있었다. 또한 이에 대한 아이들의 대처는 ‘어머니의 거부 의사와 그 이유를 설명해도 사달라는 요구’는 또 다른 상품에서 바로 계속되며, 순간적으로 만 지속되고 있었다. 또한 이러한 엄마의 소비자교육적 대응에 대해 아이들은 반성하고 이해하기보다는 서운하고, 서러운 감정적인 반응을 보였다.

또한 아이들은 쇼핑과정에서 전시된 물건을 함부로 만지거나 함부로 뛰어다니는 등의 잘못된 쇼핑행동도 하는 것으로 생각하고 있었다. 그런데 아이들의 잘못에 대한 처리에 대한 아이들의 직접적인 사과나 책임에 대한 언급이 없었는데, 보호자인 엄마가 책임이 있는 것으로 엄마나 마트직원 등과 같은 다른 사람들도 생각하고 있었다.

사고 싶은 게 많아서 엄마에게 졸랐어요. “원하는 걸 다 살 수는 없어.” 보보는 너무 서러웠어요. **(Piggy-1)** 토끼인형 사주세요. “지금은 마트에 가는 중이잖니.” “도넛 사주세요.”/ 메리가 또 때를 쓰네요. “사탕 사주세요.” “집에 아직 사탕이 남아 있잖니?”/ “저도 카트에 타고 싶어요.” “대신 조심해야 한다.” 엄마는 주의를 줍니다./ 제리는 엄마를 도와 사과를 담습니다. 하지만 메리는 아랑곳 않고 과일을 집어 먹습니다. “메리가 그건 아직 계산하지 않아서 먹으면 안돼.”/ 말 없이 여기 저기 돌아다닌 메리때문에 엄마도 화가 났습니다. **(Shopping-1)** 빵이 너무 먹고 싶어요. “엄마! 우리 도넛 하나만 먹어요!” “이제 곧 저녁밥을 먹어야 하니까.” “꽤 꽤 자동차 사주세요!” “집에 장난감이 가득 있지 않니?” “오늘은 모두에게 책을 한 권씩 사줄 거예요./ “사탕이 너무 먹고 싶어요. 사주세요.” “이제 곧 저녁밥을 먹어야 한다고 했잖니!”/ “책을 사고 저녁식사 재료를 살 거예요. 가게 안에서는 뛰지 말고, 장난치지 않고, 함부로 물건을 만지지 않기로 약속해요.”/ “두식이 오늘은 책을 한 권씩만 사기로 약속했잖니.”/ “아이들이 우리 가게의 물건을 계산도 하지 않고 먹고 있지 않습니까?” 엄마는 사과를 하였어요. “함부로 물건을 만지지 않기로 약속했잖니!” 두식은 많이 속상했어요./ “원래 있던 곳에 두도록 하렴.” 두식은 울면서 사탕을 사달라고 졸랐어요. “엄마의 말을 듣지 않으면 같이 쇼핑을 할 수 없어.”/ 엄마는 “죄송합니다. 원래대로 쌓아둘게요.” 엄마는 깊은 사과를 하고 같이 휴지 탑을 쌓았어요. 두식도 미안한 마음에 엄마를

도왔어요./ “가게 안에서 뛰지 않고 장난치지 않기로 약속했잖니!” 일식이와 두식은 엄마가 한눈을 파는 사이에 ... **(Shopping-2)** “안돼. 장난감은 집에 많잖니~” / “엄마, 우리 고양이 키우자!” “안돼 마티, 동생이 너무 어리잖니.”/ “빵 먹고 싶어 빵!” 마티는 계속해서 조르기 시작했어요. 장난감 코너에서는, “엄마 책 두 권 사도 되?” “사탕 사주세요!” 라고 마티의 조르는 소리가 마트안에 울려 퍼졌어요./ “마티, 자꾸 마트에서 소란스럽게 할래?!” / 마티는 사고를 치기 시작했어요. “야! 너 그거 먹으면 안돼!”/ 코뿔소 주인 아저씨는 “아이들 관리 잘 좀 부탁드립니다.”/ 화장지를 꺼내다 그만 화장지가 와르르 무너졌어요. “죄송합니다.” “애들아, 가지고 싶다고 다 사줄 수 있는 게 아니야. 그리고 마트에서 소란 피우면 안돼.” **(Shopping-3)** “사과를 계산도 안하고 먹고 있습니다!” “아이들 관리 잘 좀 부탁드립니다.”/ “엄마! 장보는 거 도와주고 싶어요” “그럴래? 오티야 그럼 마티랑 휴지와 사과 좀 가지고 와주렴.” **(Shopping-3)**

③ 선물행동

선물은 용돈에서 사는 것이고, 기특하고 착한 일로 생각하고 있었으며, 선물을 사는 것은 스스로도 즐겁고 자랑스러운 느낌을 갖고 있는 것으로 표현되고 있다. 또한 선물을 구매할 때 받는 사람의 취향을 고려하는 등 선택에 신중을 구하는 모습을 보였다. 선물을 받았을 때 감사의 말을 주고 받는 태도도 보여주고 있다. 그런데 구매자(아이)와 사용자(엄마)가 다른 선물의 경우, 엄마가 감사의 말을 아이에게 하고도, 다시 가게에서 아이가 산 선물인 오르골을 귀걸이로 바꾸고 차액을 지불하는 장면은 부모-자녀 사이의 선물 행동에 대한 예비교사들의 소비자교육 태도에 대한 우려를 낳는다. 즉 엄마는 아이가 사준 선물보다 더 비싼 물건으로 바꿈으로써 아이들에게 ‘어른들은 비싼 선물을 더 마음에 들어한다’라는 생각을 들게 할 수 있기 때문이다. 물건사기 과정에서 거스름돈 챙기기와 보관에 대한 이야기는 아이들의 돈관리에서 이들이 중요하게 생각하는 부분으로 보인다. 또한 선물을 위해 돈을 함께 관리하고 있던 자매 중 어린동생이 공동관리를 무시하고 공동관리자의 허락없이 자신의 욕망을 채우는 것을 어린이의 행동으로 보는 것 같다.

오늘은 제 용돈으로 엄마 선물을 사줄꺼예요. “오

늘은 엄마 생신이니깐 선물 사드릴게요.”/ “제 생일이라고 기특하게 용돈으로 선물을 사준다니요” “정말 착한 아이로구나.”/ “토리아. 선물 잘 쓸 게. 선물 고마워” “이 귀걸이 너무 예쁘네요. 오르골 대신 이걸로 주세요.” “5달러 더 주시면 됩니다.” (Bunny-1)/ “이걸 사주면 엄마가 좋아하겠지?”/ “저거 빨간색 드라클라 이빨도 계산해 주세요!!” 토동이는 언니에게 물어보지 않고 마음대로 자기 것도 샀어요. (Bunny-2)/ “할머니에게 드릴 거예요. 생신이지거든요.” “그럼 내가 예쁘게 포장해주마.” / “할머니는 특별한 걸 좋아하시니 이게 딱이겠어! 초록색 드라클라 이빨을 골랐어요. (Bunny-3)

2) 소비자교육

① 교육담당자

어린이에게 소비자교육은 가정 내에서는 어머니뿐 아니라 손윗형제, 그리고 할아버지와 할머니가 역할을 하고 있었으며, 사회에서는 거래과정에서 만나는 점원 등 거래 상대자가 그 역할을 하고 있는 것으로 나타났다. 윗형제는 동생의 시장행동 (쇼핑매너나 거래 계산 등)을 바로잡거나 연습을 시키는 교육자 역할을 하고 있었다. 그러나 동생의 잘못을 알고 지적하지만 역시 같은 어린아이로서 그 행동에 대해 유혹을 받거나 동조하는 경우도 있었다. 시장거래에서 계산을 해야 하는 것이 매우 중요하다는 인식은 갖고 있었다. 이는 윗형제가 있는 어린이와 스스로형이나 누나인 어린이가 소비자행동 능력이 상대적으로 높았던 연구결과 (정혜정, 1995)를 유추할 수 있는 내용이었다.

저축과 잘못된 행동에서 언급했듯이 조부모 (저축행동에 대해), 엄마(용돈관리, 쇼핑행동), 상점 점원(주의를 달라, 거스름돈 잘 챙겨라 등) 역시 소비자교육에 중요한 역할을 하고 있었다. 단 상점 주인은 아이들에 대한 직접적인 역할보다는 엄마에게 아이들에게 주의를 주라는 식의 간접적인 교육적 역할을 하고 있었다.

“보보야 원하는 걸 다 살 수는 없어.” (Piggy-1)/ “이번에는 누나가 계산하는 것을 잘 봐. 다음에는 오밀리가 계산할 수 있도록 기회를 줄게.” / “정말 착한 아이로구나. 돈을 거슬러 줄테니 토리도 사고 싶은 거 사렴”/ “자 여기 거스름돈 주머니에 넣어줄게. 잃어버리지 말거라” (Bunny-2)/ “거스름돈은 오밀

리가 받을 수 있겠지? ”/ “ 저 오르골 너무 예쁘다. 오밀리가 볼 땐 어때? ”/ “ 에밀리! 계산은 내가 해도 될까? ” (Bunny-3)/ 메리는 아랑곳 않고 과일을 집어 먹습니다. 오빠는 “메리야 그건 아직 계산하지 않아서 먹으면 안돼.”(Shopping-1)/ “가게 안에서 뛰지 않고 장난치지 않기로 약속했잖니!” (Shopping-2)/ 모티는 마티를 찾으려... “너 이리와!” 모티는 마티를 잡아 끌었어요. (Shopping-3)/

예비유아교육교사들은 아이들보다 엄마에게 많은 요구를 하고 있는 것으로 보인다. 이들의 동화에서 나타난 바에 의하면, 엄마는 아이들의 쇼핑을 감시하고, 점검하고, 관리해야 하며, 타인에게 이들의 잘못을 사과하고, 책임져줘야 한다. 또한 아이들에게 스스로 잘못된 일에 대한 결과를 책임지는 일에 대해서도 칭찬하고, 이들의 기분까지 생각하며 옷을 사주거나 아이스크림을 사주는 등 보상을 해야 했다. 아이들은 엄마의 거절에 서운함을 갖고 있고, 아마도 엄마는 아이들의 요구를 다 못들어 주는 것에 대해, 또 잘못된 일에 대해 야단을 맞거나 그런 상황을 경험한 것에 기분이 상하거나 안좋아졌을 아이들에게 보상을 해주는 것이 엄마의 역할이라고 생각하는 듯하다.

② 바른 쇼핑을 위한 지침

쇼핑은 상품을 구매하는 실질적인 구매를 위한 것 뿐 아니라 즐거움을 주는 활동이며, 다양한 상품들에 대한 탐험활동이다. 동화에서도 이를 지적하는 내용들을 발견할 수 있었다.

엄마가 물건을 고르는 동안 일식이와 두식이는 탐험을 하고 싶어졌어요. 일식이와 두식이는 엄마가 물건을 고르는 틈을 타서 탐험을 했어요. 물건들이 많으니 숨바꼭질이 더 재미있었어요. (Shopping-2)

엄마가 교육하고자 하는 쇼핑 중 지켜야 할 일은 ‘처음 약속한 것 지키기’, ‘떼쓰지 않기’, ‘가게 안에서 얌전히 행동하기’ 등이며, 따라서 쇼핑을 가기 전에 쇼핑 중 지켜야 할 것에 대해 명확히 약속하고, 지켜가는 것이 중요하며, 동화에서와 같이 아이들의 요구에 ‘안된다’라고 대답할 때는 ‘집에 있기 때문에, 약속했기 때문에, 동생이 있어서, 저녁식사를 앞두고 있어서’ 등과 같이 그 이유를 정확히 설명해줘야 한다. 따라서 예비유아교육교사들이

이 부분에서는 소비자교육적 측면에서 올바른 인식을 갖고 있었다.

또한 엄마는 쇼핑목록을 가지고 쇼핑을 하며, 쇼핑리스트에 대해 명확히 해주고 있었고 목록에 따라, 즉 예산에 따라 쇼핑하고 있어 쇼핑행동모델을 보여주고 있었다. 이런 소비자교육자로서 쇼핑상황에서 아이들의 쇼핑행동에 책임을 지고, 감시하고, 지도하며, 잘못된 행동에 책임을 지는 역할을 해야 하는 것으로 인식하고 있었다.

“다음에 마트에 갈 때에는 떼쓰지 않기로 약속하자.”(Shopping-1)/ “오늘은 책을 한 권씩 사줄 거예요. 책을 사고 저녁식사 재료를 살 거예요. 가게 안에서는 뛰지 말고, 장난치지 않고, 함부로 물건을 만지지 않기로 약속해요.” “네!” / “두식아 오늘은 책을 한 권씩만 사기로 약속했잖니.” / “가게 안에서 뛰지 않고 장난치지 않기로 약속했잖니!”/ “다음부터는 엄마 말을 더 잘 들도록 하자. 휴지 탑을 함께 쌓아줘서 고마워, 특별히 아이스크림을 먹도록 하자.” (Shopping-2)/ 엄마는 마티의 기분을 풀어주기 위해 옷을 사러 왔어요. “다음부터는 이렇게 떼쓰면 안돼. 애들아. 알았지?” (Shopping-3)

Ⅲ. 결론

본 연구는 예비보육교사인 대학생들이 만든 소비자교육 동화의 내용을 통해 이들이 유아들의 소비자 행동과 태도와 이들을 위한 소비자교육 측면에서 어떠한 인식과 태도를 갖고 있는지 이해함으로써, 이들이 소비자교육을 담당하는 교사로서 교육활동을 수행하는데 대한 문제점들을 이해하고, 그 방안을 모색하고자 하였다.

연구결과, 예비보육교사인 대학생들은 유아의 소비자 행동과 이들을 위한 소비자교육적 측면의 인식에서 다음과 같은 인식을 갖는 것으로 이해되었다. 첫째, 소득자로서 아이들은 돈을 모으기 위해 어른들에게 돈을 달라고 하는 행동도 서슴없이 하며, 목표의 정당성과 과정의 정당성을 혼동하는 경향도 있었다. 일을 하고 대가로 돈을 받을 수 있다는 교환관계라는 것과 돈을 버는 것이 고용주와의 계약관계라는 것을 이해하고 있었으나 계약관계보다는 교환관계에 더 치중하고 있었다. 따라서 계약의 주체, 계약 내용에 대한 이해는 부족하였다.

둘째, 금전관리자로서 구매하고, 지불하고, 거스름돈을

받는 등 돈을 관리하는 능력은 갖고 있으며, 어린 경우도 그것을 하고 싶어 하는 경향을 보인다고 보고 있었다. 아이들은 저축을 하고자 하는 욕구가 강하고, 엄마, 친구, 할머니 등의 생일선물을 사거나 친구를 초대하는 등의 장단기의 저축 목표를 위한 소비자행동으로 보고 있었고, 이를 위해 일을 찾고, 실행하는 등의 적극적인 태도를 보였다. 용돈이란 단어를 제한된 시간 내에서 제한된 금액에 대한 관리통제권을 갖는다는 개념적 이해에는 미치지 못하고 있으며, 단순히 아이들이 현재 가지고 있고 마음대로 쓸 수 있는 돈으로 생각하고 있었다. 자신이 번 돈, 저축한 돈, 어른이 준 돈이 아이들 소득의 원천이 되며, 선물, 자신이 원하는 것, 저축 등에 소비하게 된다. 저축과 아껴쓴다는 것은 돈관리의 가장 중요한 점으로 생각하고 있었다.

셋째, 구매자로서 아이들은 구매에서 충동적이며, 당장의 욕구 충족에 치우쳐 앞으로의 상황을 생각하지 못한다고 생각하고 있었다. 또한 부모에게 떼를 쓰는 행동을 욕구 충족의 해결방안으로 행동하는 것으로 표현하였다. 구매자와 사용자가 다른 선물행동에 대해서는 사용자를 고려하고, 감사를 표하는 등의 배려적 선택행동은 있었으나 선물의 의미를 가격으로 인식될 수 있는 등 선물행동에 대한 혼란을 보여주었다.

넷째, 아이들의 소비자교육에 대한 역할자들과 관련하여 아이들의 시장행동은 연령에 따라 차이가 있고, 언니나 형 등 윗사람은 아랫사람의 소비자행동을 교육하는 역할을 수행하는 것으로 생각하고 있었다. 이에 대한 부모의 태도는 거부 의사를 밝히지만 이유를 반복적으로 설명하나 쉽게 용서하는 것으로 나타났다. 거래관계를 갖는 상점점원, 운전기사 등도 소비자교육자로서 역할을 하는 것으로 나타났다.

다섯째, 바른 쇼핑행동은 약속 지키기, 떼쓰지 않기, 타인의 쇼핑을 방해하지 않기, 쇼핑리스트 따르기 등을 지침으로 생각하고 있었으며, 이를 위해 부모가 책임을 갖고 있음을 보여주고 있다.

이와 같은 결과를 통해 예비보육교사들의 소비자교육자로서의 역량은 불안정하며, 일반적인 어른세대의 일상적 교육정도에 머물고 있어 전문 교육자적 태도와 인식에는 많이 못미치는 것으로 해석된다. 이는 기존 연구(장수정, 2004; 전은신, 2018)에서 유아교육 현장의 교사들이 소비자교육에 있어서 단편적인이고, 소극적이고, 비전문적인 단계에 머물고 있어 지도역량 증진방안이 모색되어야 하며 이러한 교사들을 위한 지속적인 교육이 유아들의

소비자 교육의 효율성을 높일 것이라고 한 지적에 공감하게 하며, 현재 이들이 미칠 유아 소비자교육에 미칠 영향에 우려를 갖게 한다.

유아기 소비자 교육은 일상생활과 밀접한 관계가 있고, 지식교육보다는 태도와 가치관, 역할에 관한 교육이므로, 교사가 가진 역할과 태도 역량이 그 어떤 시기의 교사보다 중요하다. 물론 기존 연구자들이 지적했듯이 유아교육 교사들에 대한 지속적인 역량강화 교육에서 소비자교육 능력을 향상시킬 프로그램이 실시되는 것도 중요할 것이다. 그러나 자격취득과정에서 유아교육 교사들이 소비자교육에 대한 기본적인 인식과 태도, 지식을 갖도록 하는 것이 필요하다. 그러나 <표 1>의 보육교사 자격취득을 위한 교과목 학점표에서 볼 수 있듯이 ‘소비자교육’은 필수과목이나 선택과목 영역 어디에도 포함되지 않고 있다.

유아의 시장에서의 역할이 점차 늘어나고 있는 현재 시점이나 유아 소비자교육의 필요성에 연구들에도 불구하고 유아경제교육, 유아소비자교육을 통해 유아의 경제적 역할과 능력을 향상시키기 위한 체계적이고 전문적 교육은 간과되고 있는 것이다.

본 연구는 이러한 연구결과를 토대로 다음과 같이 제안한다. 첫째, 소비자교육이 유아교육교사들의 자격취득을 위한 필수과목으로 지정되어 어린이들의 바른 소비자 사회화를 위하여 소비자교육을 수행할 예비교사들인 대학생들에 대한 소비자교육자로서의 능력을 키울 수 있게 해야 한다. 둘째, 교사들의 역량강화를 위한 지속적인 교육에서 소비자 교육과 관련된 시간들이 배치되어야 할 것이며, 특히 이는 소비자교육은 현재의 경제생활 트렌드와도 밀접히 관련되어 있으므로 새로운 소비가치관과 역할, 태도 등에 대한 교육으로 갱신되어야 하기 때문이다. 셋째, 이들 교사들이 소비자교육을 교육현장에서 보다 실행함에 교육적 효과를 기대할 수 있는 교육 프로그램과 도구들이 개발, 제공되어야 할 것이다.

주제어: 소비자교육, 유아교육, 보육교사, 소비자행동과 태도

REFERENCES

- 경제협력개발기구(2016). 한국교육은 지금. OECD 교육 지표 살펴보기, <http://blog.naver.com/kny1000/>
- 220913666172에서 인출.
- 고용노동부(2019) 워크넷 학과정보, <https://www.work.go.kr/constJobCarpa/srch/schdpt/schdptSrch.do>에서 인출.
- 권순남(2014). 소비자교육프로그램이 유아의 소비인식과 친사회적 행동에 미치는 영향. 단국대학교 박사학위논문.
- 김수진(1999). 유아교사의 특성에 따른 유아 소비자교육 요구분석. 명지대학교 석사학위 논문.
- 김영옥, 홍혜경(1998). 유아의 소비생활인식과 경제교육을 위한 교육과정 모색. *한국아동학회 춘계학술대회 자료집*, 06, 41-63.
- 김희경(2011). 유치원 지도서에 나타난 유아 소비자 교육 관련 교육내용 분석. 한국교원대학교 석사학위논문
- 노덕실(2003). 소비자교육 활동이 유아의 경제개념 발달에 미치는 영향. 충남대학교 석사학위논문.
- 노소은(2003). 유아경제교육에 대한 교사의 인식과 실태에 관한 연구. 군산대학교 석사학위논문.
- 서정희(1998). 어머니와 교사의 학령전 아동소비자교육 요구분석: 울산시를 중심으로. *대한가정학회지*, 36(1), 81-98.
- 이기숙, 김희진, 이경미, 이순영(1998). *유아를 위한 소비자교육프로그램*. 서울: 양서원.
- 이정진(2005). 경제교육에 대한 유아교사의 인식연구. 중앙대학교 석사학위논문.
- 장수정(2004). 극놀이를 통한 유아경제교육에 관한 연구-구매행동을 중심으로-, 이화여자대학교 석사학위논문.
- 전은선(2018). 유아경제교육에 대한 유아교사의 개념도 분석. 인천대학교 석사학위논문.
- 정혜정(1997). 6·7세 아동을 위한 소비자교육 프로그램. 원광대학교 석사학위논문.
- 진금옥(2007). 유아의 경제교육을 통한 아나바다 경제활동 및 구매행동에 관한 연구. 동의대학교 박사학위논문.
- 한국보육진흥원(2014). 보육인력 국가자격증, http://chrd.childcare.go.kr/ctis/content/tch_kind_01_1.jsp에서 인출.
- Danes, S. M.(1994). Parental perceptions of children's financial socialization, *Financial Counseling and Planning*, 5, 127-146.
- Mayer, G., & Mayer, M.(2001). *Just Piggy bank*.

N.Y.: Golden Books.

Mayer, M.(1998). *Just Shopping with Mom*. N.Y.:

Random House Books for Young Readers.

Wells, R.(2000). *Bunny money*. N.Y.: Puffin Books.

Received 02 October 2019;

1st Received 03 February 2020;

Accepted 26 March 2020