

# 소비자교육프로그램의 체계화에 관한 연구

— 교육내용을 중심으로 —

## On Systematizing the Educational Programs for Consumers

— With Special Attention to the Contents of Education —

이화여자대학교 가정관리학과

대학원생 : 박 재 선

*Ewha Women's Univ. Dept. Home Management*  
*Graduate School Student : Jae Seon Park*

이화여자대학교 가정관리학과

부교수 : 문 숙 재

*Ewha Women's Univ. Dept. Home Management*  
*Associated Prof. : Sook Jae Moon*

### 목 차

I. 서 론	1) 소비자교육프로그램의 내용체계화
II. 이론적 배경	2) 가설적 모형설정
1) 소비자교육의 개념	IV. 소비자교육프로그램의 교육내용
2) 소비자교육프로그램의 체계화	실태분석
3) 소비자교육프로그램의 내용과 현황	1) 분석기준 및 조사방법
III. 소비자교육프로그램의 교육내용 모형안	2) 분석결과 및 논의
	V. 요약 및 결론
	참 고 문 헌

### = ABSTRACT =

The purpose of the present paper is to review the contents of the Consumer Education Programs, is to establish a hypothetical model regarding the contents of the Consumer Education Programs, and is also to analyze the contents of the Consumer Education Programs seen from the various angles of the value of our home life. For this, we have researched literatures and have made the hypothetical model for the desirable contents of the consumer education programs, and also have conducted a case study together with an analysis bearing the actual evidence.

From what we have studied regarding the results of the reserach, conclusions

that can be derived are as follows :

First, the contents of the consumer education programs of Korea are not sufficient to improve the quality of the environments of our houses, family life, and decision making.

Secondly, the contents of the consumer education do not meet the societal and economic changes.

Third, since the contents of the consumer program of Korea emphasize the theory-oriented discussion, they are not suitable to educate the consumers who are really in need of consumer education.

## I. 서 론

소비자교육은 산업사회에서 또는 산업후사회 (post-industrial society)를 지향하는 과정에서 파생된 소비자문제에 대처하기 위해 대두되었다. 그러므로 현대경제사회에서 소비자 자신에 내재하는 주제적인 소비자문제와 소비자에 있어서 외재적이며 구조적인 소비자문제에 대응하기 위해서는 기타의 어떤 문제보다 시급한 문제가 바로 소비자교육 문제이다.

우리나라는 과거 20년간 선 성장·후 분배 및 선경제발전 후 사회개발의 개발 전략을 운용하기 위해서 교육이 생산을 위한 것에 치중하였으며, 사회의 구조나 사고방식도 생산중심이었다. 따라서 가정이란 경제사회의 순환구조속에서 수단으로서만 생각하였지. "가장 중핵적인 에코시스템 (미국)" (Deacon & Firebaugh, 1975) "국민경제의 기본(독일)" (Egner, 1952)으로서 받아들여려는 노력은 가정학 분야를 제외하고는 소홀하였다고 할 수 있다. 그러나 최근의 경향은 사회체제의 가치관제가 기업이나 정부 중심으로 가정 중심으로 역전하고 있는 상태로, 즉 생활을 중시하는 철학으로 변화하고 있다. 그 결과 우리나라에서도 소비자교육에 대한 필요성 및 중요성이 인식되어 소비자교육에 대한 관심이 높아지고 있다.

소비자교육은 같은 주제라도 가치가 놓여있는 위치에 따라서 사회경제발전 지향적인 것이 되기도 하고 판매촉진적인 것 또는 소비자 입장에서서 생활의 가치를 수호하려는 것이 되기도 한다 (박혜경, 1984). 우리나라의 경우, 지금까지의 연구는 소비자문제를 경제적, 법률적으로 취급한 논문은 많았으나 생활가치의 관점에서 취급한 연구는 거의 없다. 그러나 사회생활의 핵을 가정

이라는 데두리에 두고, 환경과 상호작용하는 가족의 기본적 행동체계 (문숙재, 1983 a)인 가정을 가정구성원들의 욕구충족을 위한 사회경제적인 제도로서 가정구성원들의 생존보존과 개성의 완성, 생활문화의 창조에 이바지하는 곳(문숙재, 1980)으로 본다면, 가정의 목적을 달성해 나가기 위해서 최소한 일상생활 영역에 대한 기초지식이 전제되어야 한다. 따라서 생활에 관한 교육인 소비자교육에 관한 연구는 생활가치적 측면에서 생태학적으로 이루어져야 한다.

한편, 소비자교육은 효능을 높이기 위해서 체계적이고 조직적인 소비자교육프로그램이 요구된다. 우리나라에 있어서 대부분의 소비자교육프로그램은 의의·목적등 기본적인 이념이 제대로 정립되지 않은 채, 구체적인 내용과 방법만이 선행되고 있으며 소비자교육프로그램의 내용 및 범위에 대한 체계적인 연구가 없어서 그 내용이나 지도방법에 있어서도 임의로 실시하고 있는 실정이다 (김순미, 1982; 김정옥, 1983; 이병관, 1983). 그리고 지금까지 소비자교육의 흐름을 보면 학교교육에 비해 사회교육분야가 선행되어 왔으며, 사회교육분야를 통한 소비자교육프로그램은 주로 소비자단체들이 주관·지원하고 있다.

이런 상황에서 소비자교육프로그램의 내용의 영역과 범위를 설정하고 이에 따라 현재 소비자단체들이 실시하고 있는 소비자교육프로그램의 내용을 생활가치적 측면에서 분석하여 그 경향과 성격을 확인하고 당면한 문제를 파악하여 해결책을 모색하는 것은 중요한 일이라고 보며, 소비자교육프로그램 교육내용 모형설정과 분석의 결과는 프로그램 및 교재개발에 있어 귀중한 기초자료가 될 것이다.

본 논문은 다음과 같은 가정을 가지고 시도되었다.

1) 우리나라의 많은 소비자가 소비자문제에 관한 지식이나 기술을 갖추고 있지 않다.

2) 소비자교육프로그램 구성에 포함되어야 할 중심 개념에 대한 일반적인 동의가 있다.

본 연구의 목적은 소비자교육프로그램의 교육내용에 관한 가설적 모형을 설정하고, 현재, 소비자단체에서 실시하고 있는 소비자교육프로그램의 교육내용을 생활 가치적 측면에서 분석하여 체계적인 소비자교육프로그램과 교재개발을 위한 기초자료를 얻는 데 있다.

본 연구의 내용은 우선 소비자교육의 개념 및 소비자교육에 관한 연구경향을 살피고, 소비자교육프로그램의 체계화 및 성립요건을 규명하는 것이다. 그리고 소비자교육프로그램의 교육내용과 영역에 대해 살펴보고 이를 근거로 하여 소비자교육프로그램의 교육내용에 관한 모형을 제시한 후, 사례연구를 통해 소비자교육프로그램의 내용을 분석하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1) 소비자교육의 개념

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

今井光映(1983)은 다양한 가치 중에서 각자가 제각기 가치있는 것을 확인·선택하고, 각자에 가치체제를 조직하며, 여러가지 대안중에서 각자가 책임질 수 있는 것을 선택·결정하는 자주의사결정의 능력을 개발하는 것으로, 단순히 가정의 생활작용의 의사결정론만 아니고 사회의 생활환경조성의 의사결정론을 포함한 개인적·사회적 의사결정시스템과정을 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 적용할 수 있도록 세계관과 의사결정을 인식하게 하는 것이라 했다.

국제소비자연맹은 비판적인 자각, 사회적 책임, 관련이나 행동, 생태학적 책임, 소비자들 사이의 결속력을 갖추게 하는 것(Giordan, 1980)이라 하여 비판의식과 시민참여를 강조하고 있다. 또한 오늘날 대부분의 미국가정학자들의 소비교육에 대한 정의는 다음과 같다.

[소비자교육은 소비자 자원관리에 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 오늘날의 대부분의 정의는 가치관의 인식, 의사결정, 비판의식 및 시민참여를 강조하고 있다.

본 연구에서는 소비자교육을 다음과 같이 규정하였다. 소비자교육은 소비자자원관리상, 또 소비자의사결정에 영향을 주는 제 요인을 변화시켜 조성하기 위한 시민활동상 개인 또는 가정에게 필요한 지식과 기술을 터득하게 하는 것. 즉 바람직한 소비자-시민을 위한 생활 환경적응과 생활환경조성의 교육이다.

문헌(今井光映, 1983; Giordan, 1980; Schoenfeld & Natella, 1970)의 분석결과를 토대로 소비자교육의 성격을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 소비자교육은 이론적인 지식을 학습하는 것보다 실생활에 구체적으로 활용되는 것이어야 한다. 둘째, 소비자교육은 소비자에게 지적인 선택을 할 수 있는 판별력을 기르도록 기회를 제공하는 것이다. 다시 말하면 소비자가 가진 제한된 자원을 가지고 주어진 범위내에서 가장 적절한 것을 소비자 자신이 책임을 지고 선택할 수 있는 판단력을 기르도록 하는 것이다. 셋째, 소비자교육은 상품의 선택과 구매에 대한 기술을 가르치는 것이 아니라 태도와 가치관의 변화를 요구하는 것이다. 소비자로 하여금 모든 사람이 생활수준을 높이기 위해서는 공동으로 사회를 개선해야 할 책임이 있다는 것을 인식하도록 변화시키는 작업이다. 넷째, 소비자교육은 어떤 한가지 측면만을 강조하는 것이 아니라 종합적으로 여러 측면에서 다루어져야 한다. 다섯째, 소비자교육은 나라마다 상이한 기반에서 출발하므로 그 나라의 정치, 사회, 경제체제의 맥락에서 급격하게 변화하며 복잡한 세계를 인식하는 것이어야 한다. 따라서 같은 개념도 그 나라의 상황에 맞춰서 다른 방법으로 가르쳐야 한다. 여섯째, 소비자교육은 근본적으로 기업인을 불신하게 하는 것이 아니라 기업인과 소비자의 관계가 상호협조적이고 신뢰하는 관계로 변화시키기 위한 것이다. 일곱째, 소비자 정보는 크게 또 급격히 변화하므로 단기적으로 효과적인 데 반해 소비자교육은 장기적으로 자립능력을 키워준다.

이상에서 살펴본 바와 같이 소비자교육은 실생활의 문제이며, 소비자정보와는 다른, 종합적 측면에서 장기적으로 자립능력을 키워주는 것이다.

따라서 소비자교육이 효과적으로 이루어지려면 프로그램의 체계화가 성립되어야 한다.

## 2) 소비자교육프로그램의 체제화

체제적 프로그램이란 소비자교육의 목적, 방법, 내용의 세가지 구성요소로서 성립되며 그 위에 이 세 구성요소의 삼위일체 관계로서 완성된다(今井光映, 1983). 교육은 본래 목적활동이므로 교육목적과 긴밀하게 결합하고 그것을 기점으로 출발하지 않고서는 무의미하다(박영주, 1984).

소비자교육의 개념으로 부터 유도되는 소비자교육의 궁극적인 목적이란, 현대의 경제·사회·정치체제안에서 소비자로 하여금 처해있는 객체적·주체적인 환경, 즉 구조적, 고전적, 생활기술상의 상대적 저하상태인 소비자문제를 지각하게 하고, 인간으로서 생활의 질을 높여 갈 것인가를 고려하게 하며, 문제를 해결해 나가는 자립인간 능력을 개발하게 하는 것이다(今井光映, 1983). 따라서 소비자교육프로그램의 내용과 주제는 현대의 경제사회 안에서 자립인간 능력의 개발이라는 궁극적인 목적과 합당한 방법하에서 이루어져야 한다.

가정생활 행동은 환경과의 관계에 의해서 구체적인 내용과 범위를 측정할수 있기 때문에(문숙재, 1980) 소비자교육프로그램은 그 나라의 문화적 가치와 기술경제적인 행동가능성의 평가하에서(문숙재, 1983b) 지역사회의 욕구에 근거하여 가정생활과 인간관계를 강화하도록 구성되어야 하며 기술경제적인 변화에 따른 주기적인 개정이 계획되어 있어야 한다. 또한 소비자교육프로그램은 소비자능력을 증진시켜 학습자가 소비자로서의 개인적인 역할을 보다 더 이해하도록 구성해야 하며, 융통성과 생활개선을 준비시켜야 한다(Buero, 1979).

「프로그램 내용선정」이란 누구에게 무엇을 어떻게 전달시켜 줄 것인가를 결정하는 매우 중요한 단계이다(한국교육개발원, 1982). 그러므로 프로그램제작자는 소비자교육영역에서 즉각적인 관심과 이루어질 가능성이 크고 높으며 일반적인 중요성을 가진 개념들 중에서 선별해야 한다.

## 3) 소비자교육프로그램의 내용과 현황

### (1) 소비자교육프로그램의 내용

소비자교육은 인간의 기본적인 권리, 생활을 둘러싼 교육이며(宮崎禮子, 1983), 그 연구대상인 생활이라는 것이 전체체제이므로 생태학적인 소비자교육이 필요하다. 따라서 소비자교육은 생활에 관한 모든 주제를 포

함할 수 있는 광범위한 범위를 갖는다.

소비자교육프로그램은 전통적으로 금전관리와 구매 기술에 관한 의사결정에 초점을 맞추어 왔다. 오늘날에는 이러한 것들 뿐만 아니라, 소비자의 의사결정에 영향을 미치는 사회적·경제적 환경의 조성에 시민으로서 참가하도록 강조하여야 한다. 그러므로 소비자교육프로그램의 내용범위는 직접적인 시장거래 뿐만 아니라, 공공거래, 소비자의사결정과 보다 넓은 환경간의 상호영향까지를 포함하게 되었다(Bannister & Monnsma, 1982).

소비자교육프로그램의 자료와 주제는 소비자의 가장 뚜렷한 욕구의 영향을 받는다. Nelson 등(1978)은 그들의 연구에서 소비자는 소비자교육프로그램에 가정학의 모든 면인 가족관계, 주거, 의류직물, 식품영양, 관리, 소비자경제학, 아동발달과 건강 등이 포함되기를 기대해 왔었다고 밝혔다. Bell과 Durr(1983)는 학습자가 독립된 소비자교육 교과에서 보다 가정학 주제 영역안에서 소비자교육개념을 학습하는 것이 더 유용한 것으로 인지했음을 연구에서 밝히고, 소비자교육의 기본개념들은 가정학 주제영역과 상호접촉하여 교육되어야 한다고 주장했다.

그러나, 비록 소비자들이 현재 유용한 것으로 인지하지 않더라도 소비자교육의 중요한 개념들은 현 경제사회문제에 비추어 해석되고 교육되어야 한다. Graf(1983)는 전통적으로 가르쳤던 구매의사결정, 소비자권리와 책임감, 가치와 목적, 금전관리에 관한 주제들에서 오늘날은 기술과 직업변화, 투자, 정치적 행동과 경제원칙등의 기초적 개념에 관한 주제도 포함하여 더욱 내용을 확장시켜야 한다고 했다.

미국에 있어서의 소비교육에 관한 평가·효과측정의 결과에 의하면, 1년 정도의 단기적으로 본 경우 소비자교육효과는 소비자로서의 능력의 차이로 판단할 수 있으나 수년이상의 시간경과에서 살펴보면 차이가 없어진다. 그러나, 소비생활에 대한 지식과 정보를 주는 외에 의사결정하는 능력을 개발하는 과정교육을 취하는 경우에는 2년 이상 지나도 소비자능력에 있어서 차이가 있었다(Bonnice, 1977; Langreher & Mason, 1978; Langreher, 1979). 이것은 Bigelow(1981)의 실험결과에서도 입증되었다. 즉, 고등학교 졸업한 학생을 대상으로 실험한 연구결과, 의사결정 요소가 포함된 소비자경제학 교육을 받은 집단이 소비자경제학 교육만 받은 집단 보다 소비자행동에서 통제력이 높았다. Wa-

표 1. 소비자교육 내용영역 분류 기준에 관한 선행연구 비교

연구자	Jan Armstrong and Joseph. N. Uhl	U.S. of Office of Education	The office of the Superintendent of Public Instruction	N.H. Miller	藤枝 薫子	川端 良子	Camille G. Bell and Gloria E. Durr	米川五郎 棚田蘭吉
연구년도	1971	1972	1972	1978	1979	1979	1983	1983
내	경제사회내에서의 소비자 소비·생산 및 소득 관리 및 가계소득 저축과 투자 소비자신용 소비자의 위험 및 불확실성에 대한 이해 대중사회의 소비 및 조세	시장의 기본경제 법적권리와 배상 소비자법 금전관리의 신용제도 에너지소비·보존·공공사업 주요품목의 구매 광고와 상품의 안전에 관한 특별한 소비자문제	시장에서의 소비자 금 전 판 리 소비자 신용 주 택 음 식 교 통 수 단 의 부	사회적 지향요인 친슈머리즘 개인 및 가계차원에서 기대되는 요인	개인·가족으로서의 소비자 사회의 일원으로서의 소비자 시장에서 소비자의 선택 소비자의 권리와 책임	상품지식 소비자문제 실습	소비자교육(협의) 가정관리 가족생활 주거 및 가정기기 식품과 영양 의류와 직물 아동발달	소비자주의에 관한 것 소비자와 사회 소비자와 가정생활
영	시장내에서의 소비자 소비자원조 및 보호 식품 소비의 부족 직물 주택 및 소득 내구재-선택, 기기 및 가구 교통수단 소비자 서비스 여가 교육 소비자 보건 소비자 조직 소비자 정보	연방정부의 보조와 서비스 정책결정기구 및 정부 기관에의 소비자참여	보건의서비스,약품및 화장품 오락 가구 및 가전기기 보험 저축 및 투자 조세 사회내에서의 소비자					

ddell(1981)의 실험연구결과 소비자교육 방법중 경험 학습을 통해 소비자경제학을 학습한 것이 강의·토론 방법을 통해 학습한 것보다 시장에서의 연속행동 비교시 교육효과가 컸다. 따라서 소비자교육프로그램은 학습자 중심이고 실생활 문제 중심이어야 학습자가 동기유발을 일으켜 소비자교육 효과를 높일 수 있다. 그러므로 소비자교육프로그램의 내용은 소비자교육의 궁극적인 목적과 유기적으로 관련된 의사결정을 충시하는 실제경험 실제문제와 밀접한 관계를 갖는 것이어야 하겠다.

### (2) 소비자교육프로그램의 내용영역

「분류의 일반적 원칙은 각 행동영역간에 상관도가 낮아 이질적인 행동으로 변별되는 한도내에서 분류해야 한다(박영주, 1984). 앞에서 밝힌 바와 같이 소비자교육의 기본적 이념과 내용범위에 관해서는 일반적인 동의가 있으나, 내용영역분류에 있어서는 학자들 마다 다소 다르게 분류하였다. 먼저 분류된 영역을 제시하면 표1과 같다.

Armstrong과 UhL(1971)은 소비자교육의 전 영역을 20개 항목으로 분류하였다. 이는 소비자교육프로그램의 교육내용영역을 분류하여 제시한 최초의 연구로서 생활 전반을 다루고 있다는 데 그 의의가 크다.

미국교육위원회(1972)에서는 9개 항목으로 분류하였고, 일리노이주의 The office of the Superintendent of Public Instruction에서 1972년에 개정·편집한 소비자교육지침에서는 14개의 분류기준으로 Miller(1978)의 연구에서는 3개영역으로 크게 분류하였다. 藤枝惠子(1979)은 4개 영역으로 구분하였으며, 米川五郎과 堀田剛吉(1983), 川端良子(1979)은 크게 3개의 분류기준으로 구분하였고, Bell과 Durr(1983)은 「소비자와 가정과 프로그램」의 내용영역을 8개의 분류기준으로 나누었다. 특히 藤枝惠子 등이 제시한 분류는 미국의 노스다코타주의 교육과정 모델을 참고로 영역을 구분하고 구성영역별과 과정별의 양면으로 소비자교육의 내용을 정리하였으며, 이는 소비자교육의 내용정리로서 유용성이 크다. 그리고 米川五郎과 堀田剛吉의 분류는 생활환경적응의 교육과 생활환경조성의 교육을 고려하여 분류한 것으로 분류가 단순하여 소비자교육의 성격을 파악하기가 용이하다.

또한, Bell과 Durr의 분류는 소비자의 실생활에 직접 관계되는 가정생활영역에 관련된 소비자교육의 유용성을 살피는데 적합하다.

표 1의 여러 학자들의 분류중에서 Miller, 藤枝惠子

등, 米川五郎과 堀田剛吉, Bell과 Durr, 네 학자들의 내용영역에 따른 과제를 제시하면 표 2와 같다.

米川五郎과 堀田剛吉(1983)의 분류와 Miller(1978)의 영역분류는 동일한 차원을 지닌 것이나 과제선정에 있어서는 다소 차이가 있다. Bell과 Durr(1983)의 영역별 과제는 그들의 연구결과 신뢰도와 타당도가 높게 나타난 것으로 가정학 프로그램과 상호접촉하고 있는 소비자교육프로그램을 분석하는 데 적합하다.

Buero(1979)의 연구에 의하면 「소비자와 가정과 프로그램」의 교육과정에 포함시켜야 할 내용에 관한 준거로서, 가정과 가족생활에 관련된 주요영역 즉 주거 및 가정관리, 소비자교육 및 자원관리, 아동발달과 가이던스, 가족생활과 부모교육, 식품영양, 의류직물 등의 영역과 관련된 일상생활 문제를 강조하고 인간관계와 시민에 대한 교육이 포함되며, 또한 성교육, 에너지 보존영역이 교육에 포함되어야 한다고 했다.

위에서 살펴본 바와 같이 내용영역이나 과제선정에 있어 연구자마다 다소 상이하게 분류하였으나 소비자교육 프로그램의 성격을 파악하는 데는 소분류보다 대분류가 유용하다는 데 일치하고 있다.

따라서, 영역분류에 있어서는 Miller(1978), 米川五郎과 堀田剛吉(1983)의 분류가 적합하며, 과제선정에 있어서는 Bell과 Durr(1983), Buero(1979)의 과제를 포함시켜야 할 것이다.

### (3) 우리나라 소비자교육프로그램의 현황

우리나라의 소비자교육은 1968년 6월 매일경제신문사에서 「소비자교육센터」를 창설하고 생활대학을 개설한데서 부터 비롯되어, 그 후 한국부인회에서 소비자의 교육과 제몽을 전개하였다(한국부인회, 1983). 1970년대에 와서는 YMCA, 여성단체협의회, 전국주부교실중앙회, 한국소비자연맹 등에서 소비자계몽중심의 소비자활동을 전개하였다. 1980년대에 와서 이들 민간단체의 활동이 좀더 소비자교육을 중요시하고 있으며 소비자보호기본법의 제정으로 소비자교육 활동이 보다 조직적이고 교육내용도 전문적인 지식 및 다양한 소비자정보를 포함하고 있다. 그러나 이들 민간소비자단체의 소비자교육활동은 그 대상이 중상류층의 일부 주부에 국한되어 있기 때문에 모든 국민이 소비자라는 점에서 볼 때 그 영향력이 크지 못하고(김명수, 1981), 한국소비자연맹을 제외하면 주로 여성단체에 의해 시행되고 있는 바 아직 초기단계로서 양적이나 질적인 면에서 만족할

표 2. 소비자교육 내용영역 및 과제선정에 관한 선행연구 비교

N.H. Miller (1978)	藤枝鷹子 (1979)	Bell & Durr (1983)	米川五郎·堀田剛吉 (1983)
<p>A. 사회적 지향요인</p> <p>I. 화폐의 가치</p> <p>II. 경제</p> <p>III. 인플레이션</p> <p>IV. 오락비</p> <p>V. 공해</p> <p>VI. 실업</p> <p>B. 권슈머리즘</p> <p>I. 민간소비자 단체인 B.B.B.</p> <p>II. 소비자책임</p> <p>III. 소비자권리</p> <p>IV. 소비자서비스비</p> <p>V. 내구성</p> <p>VI. 정부의 보호</p> <p>VII. 보증</p> <p>VIII. 품질표준</p> <p>C. 개인 및 가계차원에서 가치있는 요인</p> <p>I. 예산</p> <p>II. 신용</p> <p>III. 의사결정</p> <p>IV. 인간의 욕구</p> <p>V. 소득세</p> <p>VI. 보험</p> <p>VII. 제품이용</p>	<p>A. 개인으로서의 소비자</p> <p>I. 개인의 가치관</p> <p>II. 개인적 목표와 업적 및 기대</p> <p>III. 자원 및 여건</p> <p>B. 사회구성원으로서의 소비자</p> <p>I. 경제체제에서의 소비자 역할</p> <p>II. 소비자에 미치는 시장의 영향</p> <p>III. 지역사회생활의 영향</p> <p>IV. 정치적 기구의 영향</p> <p>C. 시장에서의 소비자</p> <p>I. 상품의 구입과 평가</p> <p>II. 건강관리와 생명보험</p> <p>III. 은행업무와 저축</p> <p>IV. 여가시간의 이용</p> <p>D. 소비자의 권리와 책임</p> <p>I. 소비자의 권리</p> <p>II. 소비자의 책임</p>	<p>A. 소비자교육</p> <p>I. 의사결정과정</p> <p>II. 소비계획</p> <p>III. 소비자 불가지수</p> <p>IV. 소비자에 미치는 경제의 영향</p> <p>V. 개인적인 소비습관</p> <p>B. 가정관리</p> <p>I. 개인의 가치</p> <p>II. 목표</p> <p>III. 목표와 가치의 관계</p> <p>IV. 표준</p> <p>V. 표준과 가치의 관계</p> <p>C. 가정생활</p> <p>I. 소비자행동에 미치는 개인가치의 영향</p> <p>II. 욕구와 욕망의 우선순위체제</p> <p>III. 가정금전관리에 미치는 문화의 영향</p> <p>IV. 사회경제적 수준</p> <p>D. 주택과 기구설비</p> <p>I. 주택의 유형</p> <p>II. 주택과 가족욕구 및 필요와의 관계</p> <p>III. 주택의 질</p> <p>IV. 주택의 비용</p> <p>V. 소유 또는 임대차</p>	<p>A. 소비자주의에 관련된 것</p> <p>I. 소비자의 생활이념</p> <p>II. 소비자행정과 법률</p> <p>III. 소비자활동</p> <p>IV. 소비자 정보와 구매</p> <p>B. 소비자와 사회생활에 관련된 것</p> <p>I. 물가의 유통문제</p> <p>II. 구입의 실천과 표시</p> <p>III. 자원문제</p> <p>IV. 생활의 위해</p> <p>C. 소비자와 가정생활에 관련된 것</p> <p>I. 물품의 사용법</p> <p>II. 의식주, 여가, 교육의 문제</p> <p>III. 건강문제</p> <p>IV. 생활의 실제</p>

표 3. 체계화한 소비자교육프로그램의 내용 (본 연구자안)

영역	과제	주요내용	내용	용		
소비자교육 영역	I 소비자와 생활이념	1 권슈머리즘	소비자의 권리와 의무	3 소비자의 가치관	소비자의 자각, 5 역할, 자세	
	II 소비자행정과 법률	6 소비자행정	7 소비자원조	8 각종 소비자보호법	4 소비자의 위치	
	III 소비자 활동	9 소비자행동	10 의사결정	11 소비자응용	14 장, 소비자정보, 사외보, 소비자원조	
	IV 소비자정보와 피해구제	12 소비자정보	13 불만처리	17 유통론	18 기타 경제문제	
	V 일반 경제문제	15 물가지수, 물가	16 상품론	21 품질, 가격표시	22 계약	
사회 영역	VI 구매관리	19 상품선택과 구입	20 서비스의 선택과 활용			
	VII 자원보존	23 자원, 에너지	24 식량문제			
	VIII 생활의 위해	25 환경공해문제	26 상품의 위해			
	IX 의류와 직물	27 의복선택	28 의복계획	29 의복의 심리적 가치	30 의복명세서	31 의류구매의 관제
	X 식품과 영양	32 가족구성원의 영양에 관한 욕구	33 식품구매계획	34 식품의 질	35 식품광고와 특별요리	36 식품첨가물
가정 생활 영역	XI 주택과 기구설비	37 주택의 유형	주택과 가족욕구 및 필요와의 관계	39 주택의 질	40 주택의 비용	
	XII 이동발달 및 기이던스	42 부모의 책임	43 양육비용	44 유아 및 아동영양	45 아동의류의 선택	
	XIII 생활의 실제	47 시간관리	48 가족주기	49 화투(채무자원)	50 소비계획	
	XIV 운송 및 여가	52 저축	53 투자	54 보험	55 납세	56 지원대체 (가사노동)
	XV 건강문제	57 운송	58 여가	60 질병		



만한 것이 못되는 것으로 평가되고 있다(이병관, 1982).

학교에서의 소비자교육은 아직까지도 정규교육과정으로 설정되어 있지 못하며 지금까지 중·고등학교 관련과목에 포함되어 있는 소비자교육은 매우 부분적이며 미약하다. 우리나라의 소비자교육은 학교교육이든 사회교육이든 그 어느쪽도 의도적이고 체계적으로 실행되지 않고 있다.

### III. 소비자교육프로그램의 교육내용 모형안

#### 1) 소비자교육프로그램의 내용체제화

소비자교육프로그램 개발을 위해서는 프로그램 내용체제와 영역의 설계가 있어야 한다. 즉 소비자교육프로그램의 목표를 보다 효과적으로 달성시키기 위해서는 그 목표와 내용이 어느 영역에 속하는지를 확인하여 결정해야 한다. 따라서 교육내용 영역을 설정하고 내용체제화를 이루는 것이 선행되어야 한다.

소비자교육프로그램의 내용영역과 구성은 米川五郎과 堀田剛吉(1983)의 소비자교육 내용영역 분류기준과 Bell과 Durr(1983)의 소비자 가정과 프로그램의 주제영역에서 시사를 받고 있다.

여기에서는 교육내용을 체계화하기 위한 것이기 때문에 소비자교육프로그램 모형은 교육내용을 영역별로 분류하기에 적합하도록 꾸며져야 한다. 내용은 교육과정의 조직, 형태와는 다르다. 조직의 문제가 교육내용이 어떻게 짜여져 있는가에 해당하는 문제라면 내용의 문제는 교육내용이 무엇이나에 해당되는 것이다(정영주, 1984). 이러한 의도에 따라 본 연구에서는 소비자교육프로그램의 성격파악에 용이한 米川五郎과 堀田剛吉(1983)의 분류기준과 Bell과 Durr(1983)의 주제영역 분류에 기초하고 기타 여러 선행연구를 참조하여 소비자교육프로그램의 내용을 체계화하였다.

체계화한 소비자교육프로그램의 내용은 크게 3영역으로 대분류하였다. 즉 소비자주의와 관련이 있는 것, 소비자와 사회와의 관련이 있는 것, 소비자와 가정생활과 관련이 있는 것으로 나누고 이를 각각 "컨슈머리즘 영역", "사회적 영역", "가정생활 영역"이라 명명하였다. 이들 3개 영역에서 소비자 생활의 성공에 기본이 될 수 있다는 것을 선별하여 15개의 과제를 가려냈다. 그리고 이들 과제는 다시 60개의 내용항목으로 분류되는 데 이는 표 3에서 보는 바와 같다.

이론적 배경으로 부터 끌어낸 15개의 과제 및 60개

의 주요내용을 영역별로 간략히 설명하면 다음과 같다.

#### (1) 컨슈머리즘 영역

컨슈머리즘 영역은 소비자주의에 관련된 것으로, I 소비자의 생활이념, II 소비자행정과 법률, III 소비자활동, IV 소비자정보와 피해구제 등을 포함한다. 이것은 가장 기본적인 소비자교육의 과제이며 독립된 교과로서 소비자교육을 권장하는 경우에 핵심과제가 된다.

#### (2) 사회적 영역

사회적 영역은 소비자의 생활이 사회와의 결합을 문제로 삼는 경우이고, 광의의 생활환경조성의 과제이다. V 일반경제문제, VI 구매관리, VII 자원보존, VIII 생활의 위해 등이 여기 속한다.

#### (3) 가정생활 영역

가정생활영역은 소비자와 가정내 생활에 관한 것으로 자원관리에 관계되는 과제이다. IX 의류제품, X 식품영양, XI 주택과 기구설비, XII 아동발달 및 가이던스, XIII 생활의 설계, XIV 운송 및 여가, XV 건강문제를 말한다.

#### 2) 가설적 모형 설계

체계화한 소비자교육프로그램의 내용모형의 15개 과제는 다른 두 개의 차원과 연결될 수 있다. 그것은 첫째, 가정 학교 및 지역사회와의 경험과 연결되며 둘째, 藤枝藤子 등(1979)의 프로그램내용 모형에서와 같이 (1)조사과정, (2)가치판단과정, (3)의사결정과정, (4)행동과정, (5)행동평가과정의 5단계와 연결됨으로서 3차원적 소비자교육프로그램 내용의 모형으로 구성되는 셈이다. 그림 1은 이 3차원적 모형의 요소간의 관계를 제시하고 있으며 소비자교육이란 가정, 학교 및 지역사회의 모든 요소를 조정하여 소비자 개인 및 가정이 바람직한 소비자-시민으로서의 다양한 역할을 수행하기 위하여 필요로 하는 소비자능력을 개발시키도록 하는 것임을 설명하는 것이다.

첫째 차원은 앞 절에서 체계화시킨 소비자교육프로그램의 내용을 말한다. 둘째 차원인 가정·학교·지역사회 경험에 있어서는 학습자의 가정·학교와 지역사회의 여러 사회교육기관들 간에 긴밀한 상호 관련성을 가져야 한다는 것을 표시한 것이다. 소비자교육의 대상은 생활이므로 가정교육·학교교육·사회교육이 상

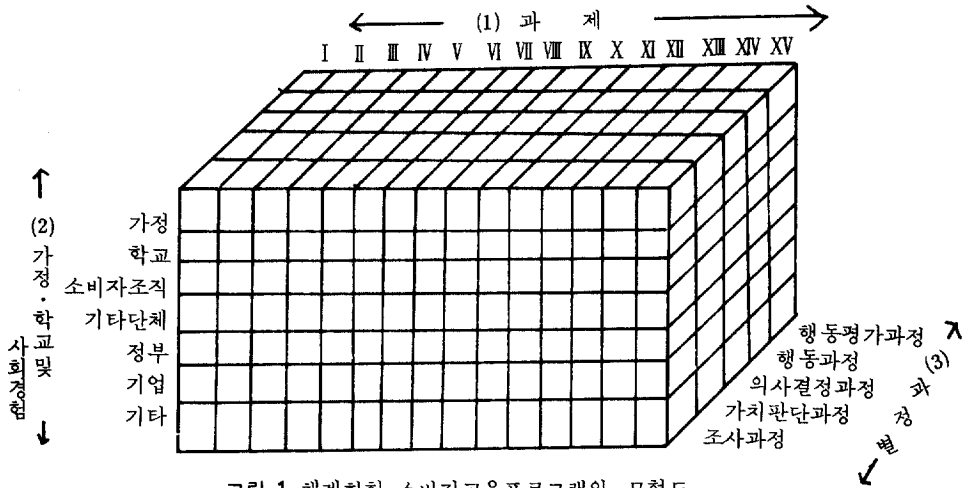


그림 1. 체계화한 소비자교육프로그램의 모형도  
(본 연구자 안)

호보완적으로 기능이 수행될 때 소비자교육프로그램의 효과는 크다. 세계 차원인 과정별 단계에 있어서는 소비자교육프로그램을 구성영역 뿐만 아니라 과정별로도 표시하여 소비자교육프로그램 목표가 명확하게 단계별로 표시되어 내용정리에 유효하고, 프로그램 효과를 높일 수 있다.

연구자가 시안한 이 3차원 모형은 소비자교육 관계자들이 대체로 중요하다고 확인한 연구결과를 전부 종합 정리한 것이 아니므로, 각 차원마다의 지속적인 연구의 바탕 위에 이 모형을 정교화시켜 나가야 한다. 그러나, 이 모형은 이러한 제한점에도 불구하고, 소비자교육의 성격을 잘 나타내고 있으며 소비자교육프로그램의 효과를 높일 수 있는 방향을 제시해 준다는 데 의의가 있다고 본다.

#### IV. 소비자교육프로그램의 교육내용 실태분석

##### 1) 분석기준 및 조사방법

앞장에서는 가설적인 소비자교육프로그램 교육내용의 모형을 설정하였다. 본장에서는 위의 가설적인 모형을 근거로 우리나라 소비자교육프로그램의 내용을 분석하려 한다. 소비자교육프로그램 내용의 분석 기준은, 가설적인 모형의 첫째 차원인 체계화한 소비자교육프로

그램의 내용을 기초로 현행 소비자교육프로그램의 교육내용을 분류하기에 적합하도록 재편성하였다. 본 연구에서 소비자교육프로그램 교육내용의 경향과 성격을 분석하기 위한 기준은 표 4와 같다.

소비자교육은 형식적인 교육이 아니므로 소비자교육 프로그램에서 선정된 주제는 교육내용을 함축성 있게 나타내며, 대표적인 교육항목을 나타내거나 최종적으로 성취해야 할 목표가 내포되도록 표현된다. 또한 간단·명료하게 성취해야 할 목표나 내용을 집약할 수 있도록 선정하는 것이므로(한국교육개발원, 1982) 본 연구에서는 주제에 의한 내용분석을 시도하였다. 내용분석의 대상은 우리나라 소비자운동에 큰 역할을 담당했을 뿐만 아니라 중요사업으로서 소비자교육에 힘을 기울이고 있는 소비자단체협의회 산하 5개 단체(대한 YWCA 연합회, 전국주부교실중앙회, 한국소비자연맹, 대한주부클럽연합회, 한국여성단체협의회)에서 실시한 소비자교육으로 삼았으며, 분석대상시기는 1982년 1월~1984년 12월 까지 3년동안으로 정하였다. 그 이유는 소비자기본법의 제정 공포(1980. 1. 4) 및 소비자보호법 시행령의 공포(1982. 9. 13) 이후 소비자교육이 활성화되기 시작하여 현재에 이르렀기 때문이다.

특히 본 조사에서는 서울에서 실시된 일반소비자를 상대로 한 교육프로그램 내용만을 대상으로 하였다. 그러므로 각 단체의 회원만을 위한 프로그램 내용이나 타 지방에서 실시된 프로그램내용·세미나 등 기타사업은

표 4. 조사대상 소비자교육프로그램의 내용분석을 위한 틀

영역	과 제	주 요 내 용
A (컨슈머리즘)	소비자와 생활이념 소비자행정과 법률 소비자 활동 소비자정보와 피해구제	컨슈머리즘, 소비자의 권리와 의무, 소비자의 가치관 <sup>1)</sup> , 소비자의 자각·역할·자세 소비자행정 <sup>2)</sup> , 소비자원조 <sup>3)</sup> , 각종 소비자보호법 소비자행동, 의사결정 <sup>4)</sup> , 소비자옹호 <sup>5)</sup> 소비자정보 <sup>6)</sup> , 불안처리, 기업의 규제, 사회보장
B (사회적)	일반경제 문제 구매관리 자원보존 생활의 위해	물가지수·물가, 상품유통론, 기타 경제문제 상품선택과 구입, 품질·가격표시, 계약, 서·서비스의 선택과 활용 자원·에너지의 보존 (인적·물적·자연환경 포함), 식량절약 환경공해문제, 식품의 위해, 기타 (부동산 투기)
C (가정생활)	의류와 직물 식품, 영양, 건강 주택과 기구설비 아동발달과 가이던스 생활의 실제	의복구매, 의복관리 식품, 영양, 건강, 질병 주택관리, 주택구입, 기구설비관리 아동발달, 교육, 결혼 (혼수) 시간관리, 자원대체, 가족주기, 재무계획 (가계부, 저축, 보험, 세금, 크레딧 등)

- 1) 가치와 목표, 요구와 욕구, 생활양식 등
- 2) 소비자 보호행정, 시책, 규제 조정, 법적착취 등
- 3) 정부기관, 사회기관, 기업원조
- 4) 문제 발생, 정보선택, 결과, 결과-행위, 평가
- 5) 소비자대표, 소비자단체, 소비자주장
- 6) 광고, 선전 등

조사대상에서 제외시켰다. 그리고 주제가 주요 내용용 하나 이상 포함할 때는 각각의 주요 내용별로 분류했으며, 영역별, 과제별, 주요내용별 빈도에 관한 분석은 수량적인 분석을 위해 강연횟수를 수량으로 집계하여 빈도, 백분율의 통계처리를 하였다. 한편, 프로그램 내용분석의 객관성을 유지하기 위하여 같은 전공의 대학원 학생을 보조자로 활용하여 분석결과를 정리하였다.

2) 분석결과 및 논의

(1) 교육내용영역별 빈도

최근 3년간 소비자교육프로그램의 내용영역별 빈도는 다음 표 5와 같다.

표 5에서 나타난 바와 같이 분석대상 주제 총 건수는 247 건이며 매년 양적으로 증가하고 있다. 이는 소비자교육프로그램의 개발과 발전을 위해 매우 고무적인 현상으로 사료된다.

내용영역별 비중을 전체적으로 보면 A(컨슈머리즘) 영역이 43.3%를 차지하여 제일 높으며, B(사회적) 영역은 31.2%, C(가정생활) 영역은 25.5%로 가장 소홀히 다루어지고 있다.

연도별 변화를 살펴보면 1982 년은 A영역에 관한 내

표 5. 조사대상 소비자교육프로그램의 교육 내용 영역별 빈도 (1982-1984)

연도	횟수 (%)			
	A	B	C	합 계
1982	53.3	24.5	22.2	100.0 ( 45)
1983	46.1	29.2	24.7	100.0( 89)
1984	37.2	35.4	27.4	100.0(113)
합 계	43.3	31.2	25.5	100.0(247)

용이 53.3%, B 영역은 24.5%, C 영역은 22.2%로 A 영역의 내용이 주로 차지하던 것이 1983 년에는 A영역이 전년도에 비해 7.2% 감소한 반면 B영역, C영역은 각각 4.7%, 2.5% 상승하였다. 1984 년은 A영역이 전년도에 비해 8.9% 감소한 반면 B영역은 6.2% 비중이 높아졌고, C영역은 2.7% 증가하였다. 즉, A영역은 연도가 변함에 따라 급격히 감소된 반면, B영역은 꾸준한 증가를 보였다. C영역은 거의 변화가 없이 소홀히 다루어지고 있다. B영역이 C영역의 빈도보다 항상 높은 것은 개인생활 및 사회생활 영역에서 독립된 개체로서

의 개인보다는 사회안에서의 존재로서 개인을 강조하는 우리나라 가치관에 기인하며, 동기화전략과 학습경험의 변화 및 다양성의 고려없이 소비자교육이 국고와 시비보조\*에 의해 민간경제교육의 일환으로 행해지고 있기 때문일 것이다.

(2) 과제 및 주요내용별 빈도

① A(컨슈머리즘) 영역

A영역의 과제 및 주요내용별 주제경향을 제시하면 표 6과 같다.

A영역의 4개 과제중 전체적으로 「소비자와 생활이념」의 비중이 46.7%로 가장 높으며, 다음이 「소비자정보와 피해구제」로서 30.0%, 「소비자행정과 법률」, 「소비자활동」은 13.1%, 11.2%의 낮은 비중을 차지하고 있다. 연도별 경향은 「소비자와 생활이념」을 제외한 전 과제에서 소폭이나마 강연횟수가 증가되고 있다.

1982년에는 과제중 「소비자와 생활이념」이 54.2%를 차지하여 편중된 경향을 보이던 것이 매년 점차적으로 편중 경향이 낮아지고 있으며, 내용이 다양화되고 있다. 그러나, 「소비자행정과 법률」, 「소비자활동」의 두과제에 대한 비중이 낮아서 건전하고 합리적인 소비생활과 시민참여를 위한 지식과 기술을 얻기 위한 기초이론은 소홀히 다루어지고 있다.

각 주요내용별 주제경향을 살펴보면, 주제는 「컨슈머리즘」의 개념중에서 컨슈머리즘과 소비자의 권리와 의무를 주로 다루고 있고, 각종 소비자보호법은 거의 다루어지지 않으며, 소비자가 이용할 수 있는 공공지원에 관한 지식인 「소비자원조」는 전혀 다루어지지 않았다. 또한 조직적인 소비자, 참여하는 소비자를 양성하는 데 필요한 소비자옹호와 기업의 규제, 사회보장, 소송지원에 관한 지식과 기술도 거의 다루어지지 않고

표 6. 조사대상의 교육내용영역중 A영역에 있어서의 연도별·과제 및 주요내용별 빈도(1982-1984) 횟수 (%)

과 제	주 요 내 용	1982	1983	1984	합 계
소 비 자 와 생 활 이 념	① 컨슈머리즘	8	15	5	28
	② 소비자의 권리와 의무, 위치	4	0	5	9
	③ 소비자의 가치관	0	1	2	3
	④ 소비자의 자각·역할·자세	1	5	4	10
	소 계	13 (54.2)	21 (51.2)	16 (38.1)	50 (46.7)
소 비 자 행 정 과 법 률	⑤ 소비자행정	2	4	4	10
	⑥ 소비자원조 (사회시설)	0	0	0	0
	⑦ 각종 소비자보호법	1	1	2	4
	소 계	3 (12.5)	5 (12.2)	6 (14.3)	14 (13.1)
소 비 자 활 동	⑧ 소비자행동	2	3	6	11
	⑨ 의사결정	0	0	0	0
	⑩ 소비자 옹호	1	0	0	1
	소 계	3 (12.5)	3 (7.3)	6 (14.3)	12 (11.2)
소 비 자 정 보 와 구 제	⑪ 소비자 정보	2	6	5	13
	⑫ 불만처리	3	6	9	18
	⑬ 기업의 규제, 사회보장, 소송지원	0	0	0	0
	소 계	5 (20.8)	12 (29.3)	14 (33.3)	31 (30.0)
합	24 (100.0)	41 (100.0)	42 (100.0)	107 (100.0)	

\*1984년도 시비보조 70,000,000원중 소비자교육사업 예산: 8,100,000 원

1985년도 시비보조 100,000,000원중 소비자교육사업 예산: 7,310,000 원

있으므로 현행 소비자교육프로그램은 소비자가 소비자로서의 시민의 역할에서 개별적으로 참여하고자 원할 때 시민참여 의식의 제발을 담당해 주지 못하고 있다. 그 뿐만 아니라, 「소비자 의사결정」에 관한 주제도 전혀 다루어지지 않고 있다. 의사결정은 소비자교육의 주요개념 중의 하나로 소비자들이 생활을 스스로 영위하기 위해서 무엇보다도 필요한 최소한의 기본지식이므로 이에 대한 내용은 꼭 포함되어야 할 것이다. 효과적인 소비자교육프로그램은 소비자 각자의 가치체계를 확립시켜 주어야 한다. 그런데, 소비자의 가치관에 관한 주제가 가법계 취급되어 왔다. 건전하고 바람직한 소비자행동을 유도하기 위해서는 가치관에 관한 내용이 강화되어야 할 것이다.

② B(사회적) 영역

B영역의 과제 및 주제내용별 주제경향을 제시하면 표 7과 같다.

B영역의 4개 과제중 전체적으로 「구매관리」의 비중이 45.5%로 가장 높았으며 그 다음이 「생활의 위해」

로서 31.1%, 「일반 경제문제」는 16.9%. 「자원보존」은 6.5%로서 가장 소홀히 이루어지고 있다. 연도별 경향은 4개의 전 과제에서 강연횟수가 증가하였으며, 「구매관리」의 비중은 매년 점차 감소하였고, 기타 과제들의 비중은 증가하고 있다.

각 주요내용별 주제경향은 상품구매를 위한 지식과 기술, 품질, 가격표시에 치중하여 다루어지고 있으며, 깨끗한 환경에 관한 내용이 1984년도에 대목적으로 증가하였다. 물가지수, 물가, 상품론 및 유통론 등 기타 소비생활에 대한 일반적인 경제·사회문제의 기초적인 지식에 관한 비율은 낮은 편이다. 그리고, 서어비스 구매에 관한 주제가 전혀 다루어지지 않고 있어, 소비자는 그들이 직면하고 있는 여러가지 서어비스에 관한 소비자 지식과 기술을 제공받지 못하고 있다. 또한 세계적으로 중요시 되고 있는 에너지등의 자원절약에 관한 주제는 매년 증가하고 있으나, 직접적인 우리나라의 문제로 등장하고 있지 않은 식량문제는 전혀 다루어지고 있지 않다.

표 7. 조사대상의 교육영역중 B영역에 있어서의 연도별·과제 및 주요내용별 빈도(1982-1984)

과 제	주 요 내 용	1982	1983	1984	합 계
일문 반 경 제 제	① 물가지수, 물가	1	0	0	1
	② 상품, 유통론	2	2	3	6
	③ 기타 국민경제지식	0	3	3	6
	소 계	2(18.2)	5(19.2)	6(15.0)	13(16.9)
구 매 관 리	④ 상품선택과 구입	1	5	7	13
	⑤ 서어비스의 선택과 구입	0	0	0	0
	⑥ 품질, 가격표시	4	8	5	17
	⑦ 계약	1	1	3	5
	소 계	6(54.5)	14(53.3)	15(37.5)	35(45.5)
자 보 원 존	⑧ 자원절약	0	1	4	5
	⑨ 식량절약	0	0	0	0
	소 계	0(0.0)	1(3.8)	4(10.0)	5(6.5)
생 활 의 위 해	⑩ 환경공해문제	2	4	12	18
	⑪ 식품의 위해	1	2	2	5
	⑫ 기타(부동산투기)	0	0	1	1
	소 계	3(27.3)	6(23.1)	15(37.5)	24(31.1)
합 계		11(100.0)	26(100.0)	40(100.0)	77(100.0)

표 8. 조사대상의 교육내용영역중 C영역에 있어서의 연도별·과제 및 주요내용별 빈도(1982-1984) 횡수(%)

과제	주요내용	1982	1983	1984	합계
의류물 와 관리	① 의복구매	0	1	1	3
	② 의복관리	0	2	1	2
	소 계	0 (0.0)	3 (13.6)	2 (16.5)	5 (7.9)
식품 및 영양 건강	③ 영양	0	1	2	3
	④ 식품	3	3	5	11
	⑤ 건강·질병	2	2	8	12
	소 계	5 (50.0)	6 (27.3)	15 (48.4)	26 (41.3)
주택 과 설비	⑥ 주택관리	0	0	2	2
	⑦ 주택구입	0	2	6	8
	⑧ 기구·설비관리	1	1	1	3
	소 계	0 (10.0)	3 (13.6)	9 (29.0)	13 (20.6)
아 동 관 계 및 제	⑨ 아동발달	0	1	1	2
	⑩ 교 육	3	5	1	9
	⑪ 결 혼(혼수)	0	0	1	1
	소 계	3 (30.0)	6 (27.3)	3 (9.7)	12 (19.1)
생 활 의 제	⑫ 시간관리 자원대체(가사노동)	0	0	0	0
	⑬ 가족주기	0	0	0	0
	⑭ 재무계획	1	4	2	7
	소 계	1 (10.0)	4 (18.2)	2 (6.4)	7 (11.1)
합 계		10 (100.0)	22 (100.0)	31 (100.0)	63 (100.0)

③ C(가정생활) 영역

C영역의 과제 및 주요내용별 주제경향을 제시하면 표 8과 같다.

C영역의 5개 과제중 전체적으로 식품·영양및 건강에 관한 주제가 가장 비중이 크게 (41.3%) 다루어져 왔으며, 그 다음이 주택과 기구설비(20.6%)이다. 이 두 과제는 매년 강연횟수 뿐아니라 전체에서 차지하는 비중도 증가추세를 보이는 데 비해 의류직물관리에 관한 내용은 가장 낮은 비중(7.9%)을 차지하고 있다. 이는 오늘날 건강과 주택문제가 사회문제로 중요시 되었기 때문일 것이다.

아동들은 직접·간접으로 소비과정에 간여하게 된다. 아동들은 아직 소비하고 있지는 않더라도 가정구매 및 관리에 간접적으로 큰 영향을 끼치게 되며, 특히 우리나라 가정에 있어서 자녀교육 및 성장에 대한 관심도

는 매우 높으므로 중요소비자교육개념이 아동 및 가족관계과제와 결합되어 행해질 때 유용성이 매우 높을 것이다. 그러나, 이 과제에 관한 주제는 19.1%로 비중이 낮았으며, 연도별 변화도 거의 없었다. 그리고 가정생활을 영위하는데 매우 중요한 과제이며 획득된 가족자원을 유효하게 사용하기 위한 「생활의 설계」는 「의류직물」에 관한 과제와 비슷한 11.1%로 생활적응을 위한 기초적인 지식과 기술을 충분히 제공하지 못하고 있다.

각 주요내용별 주제경향을 살펴보면, 건강 및 질병, 식품에 관한 주제는 매년 중요하게 다루어져 왔고, 주택구매에 관한 주제는 1983년부터 중요하게 다루기 시작했으며, 자녀교육에 관한 주제도 매년 다루어지고 있다. 이외, 의복구매, 의복관리, 영양, 기구설비관리, 아동발달, 결혼, 재무계획에 관한 내용은 소홀히 다루어

지고 있다. 특히 재무계획은 재무자원의 보존 및 이용을 위한 소비자교육의 중심되는 주제로서, 전통적으로 중요하게 취급되어진 개념인데도 불구하고 우리나라 소비자교육프로그램에서는 그 중요성이 인식되지 못한 실정이다. 또한 소비자의사결정에 영향을 미치는 중요한 개념인 가족주기와 시간관리, 자원대체에 관한 내용은 전혀 다루어지지 않고 있다.

따라서, 우리나라 소비자교육프로그램은 현대 경제사회에서 소비자 개인과 가정이 소비자문제에 대처하기 위해 필요한 지식과 기술의 능력을 길러 주는데 교육내용상 한계가 있다고 할 수 있다.

## V. 요약 및 결론

오늘날은 소비자교육의 필요성의 증가와 더불어 소비자교육프로그램의 중요성이 크게 부각되고 있다. 따라서, 본 연구는 소비자교육프로그램의 내용을 살펴 소비자교육프로그램의 교육내용에 관한 가설적 모형을 설정하고, 현재 소비자 단체에서 실시하고 있는 소비자교육프로그램의 내용을 생활가치적 측면에서 분석하여 체계적인 소비자교육프로그램과 교재개발을 위한 기초적인 방안을 제시하려는 데 목적이 있다. 본 연구과정은 크게 둘로 나누어졌다. 첫째는 이제까지의 연구성과를 토대로 문헌연구를 통해 프로그램 내용과 영역에 관한 이론적 고찰을 하였고, 둘째는 사례연구를 통하여 소비자단체의 실제 소비자교육프로그램의 내용이 어떻게 이루어지고 있는가를 검토하였다.

소비자교육은 인간의 기본적인 권리, 생활을 둘러싼 교육이므로 광범위한 영역을 지니며, 학자에 따라 다소 다르게 영역을 분류하고 있으나, 본 연구에서는 프로그램 내용영역을 컨슈머리즘영역, 사회적 영역, 가정생활영역의 3개 영역으로 크게 분류하였다. 이들 3개 영역에서 15개의 과제를 선별하여, 다시 60개의 주요 내용으로 분류하였으며, 영역분류를 두개의 차원, 즉 가정, 학교, 사회경험과 조사과정, 가치판단과정, 의사결정과정, 행동과정, 행동평가과정의 과정별 단계와 연결시켜 3차원적 모형을 설정하였다.

이와 같은 가설적인 모형의 내용체계를 토대로 만든 분석기준을 통해 실제 우리나라 소비자단체의 소비자교육프로그램의 내용을 주제별로 분류해 본 결과, 영역별 주제의 비중은 (1) 컨슈머리즘영역, (2) 사회적 영역, (3) 가정생활 영역의 순이었다. 컨슈머리즘 영역에

서는 컨슈머리즘과 불만처리, 소비자 정보에 관한 것이 강조되어 있었으며, 사회적 영역은 환경공해문제, 품질·가격표시와 상품선택과 구입이 강조되어 있었고, 가정생활 영역에서는 식품·주택구입·교육등의 주제가 많았다. 연도별 변화양상을 보면, 사회적 영역의 비중은 증가하는 반면에 가정생활 영역의 비중은 거의 변화가 없었다. 한편, 일반적으로 소비자교육의 중요개념으로 인식되어지는, 컨슈머리즘영역의 경우 소비자 가치관, 소비자원조, 의사결정, 기업의 규제, 사회보장이 사회적 영역의 경우는 서비스의 선택과 구입, 식량문제가, 가정생활영역에서는 시간관리, 가족주기 등이 최근 3년동안 전혀 다루어지지 않고 있었다.

우리나라 소비자단체가 실시하는 소비자교육 프로그램 내용은 첫째, 편중되어 있다. 특히, 소비자의식제발과 소비자고발을 중시하고 있으며 둘째, 개인 보다는 사회 국가를 중시하여 소비자 개인과 가정을 위한 문제보다 최근 대두되는 사회문제를 강조하고 있고 셋째, 경제·사회의 변화추세를 제대로 수용하지 못하고 있으며 넷째, 실생활에 관련된 것보다 이론에 치중하고 있었다.

이상의 조사결과를 통해 얻은 결론은 다음과 같다.

첫째, 우리나라 소비자교육프로그램의 내용은 편중되어 있으며, 가정환경, 가족생활, 그리고 소비자의사결정의 질을 개선하기에는 불충분하다. 따라서, 내용이 편중됨을 지양하고 다양화를 꾀하며, 소비자입장에서 생활가치를 수호하기 위한 소비자교육프로그램의 연구와 개발이 이루어져야 할 것이다.

둘째, 소비자교육프로그램의 내용이 사회적, 경제적 변화에 부응하지 못하고 있다. 따라서, 현재의 경제적·사회적·문화적 상태와 국가적·지역적 수준의 욕구를 충족시키도록 프로그램 내용을 설정해야 하며 교육방향을 개선하는데 주력해야 할 것이다.

셋째, 우리나라 소비자교육프로그램의 내용은 이론에 중점을 두고 있다. 그러나, 소비자교육을 내재화, 생활화하기 위해서는 학습자 중심이며 실생활 문제중심으로 이루어져야 할 것이다.

마지막으로, 소비자교육프로그램 교육내용의 유용성을 높이기 위해서 프로그램 제작자는 본 연구자가 제시한 바와 같은 체계화한 소비자교육프로그램 교육내용의 모형을 고려해야 한다. 즉 소비자교육 내용은 내용영역을 고려하고, 가정·학교·지역사회와의 긴밀한

상호관련성을 고려하며, 자립인간능력의 개발이라는 소비자교육의 궁극적인 목적에 입각한 과정별 교육이 되어야 할 것이다.

앞으로의 연구는 이 가설적 모형의 각각의 차원에 대한 지속적인 연구를 통해 모형을 정교화시켜야 할 것이다. 특히, 내용영역에 관한 차원은 일반적인 합의가 이루어져 있지 않으므로 이에 대한 이론적연구가 실제 프로그램 개발과 함께 이루어져야 하겠으며, 실제 적용에 대한 실험연구도 필요하다는 것을 부연해 둔다.

REFERENCES

- 1) 김명수, 한국의 소비자보호에 관한 연구, 성균관대학교 경영행정 대학원 석사학위논문(미간행), 1981.
- 2) 김순미, 소비자 교육의 정립을 위한 기초 연구, 대한가정학회지, 1982, 제 20권, 제 4호, 133-142.
- 3) 김정옥, 우리나라 소비자교육의 현황과 그 문제점에 관한 분석 연구: 서울시내 주부대상, 한양대학교 대학원 석사학위논문(미간행), 1983.
- 4) 문숙재, 문화가 가정관리행동에 미치는 영향, 대한가정학회지, 1980, 제 18권, 3호, 21-28.
- 5) \_\_\_\_\_, 사회보장적 견지에서 본 가정의 안전기능, 대한가정학회지, 1983a, 제21권, 4호, 107-116.
- 6) 문숙재, 한국가정의 경영실태 파악을 위한 가정분석론, 대한가정학회지, 1983b, 제24권, 제4호, 176-189.
- 7) 박영주, 교육평가신강, 서울: 교학연구사, 1984.
- 8) 박혜경, 소비자교육론, 서울: 수학사, 1984.
- 9) 신해화, 우리나라의 교육과정 내용으로 본 소비자교육 및 소비의식에 관한 조사연구, 성균관대학교 대학원 석사학위논문(미간행), 1981.
- 10) 이기춘, 소비자 능력개발을 위한 소비자교육에 관한 연구: 청소년 소비자를 중심으로, 서울대학교 대학원 박사학위논문(미간행), 1985.
- 11) 이기춘, 소비자능력개발을 위한 소비자교육에 관한 연구: 청소년 소비자를 중심으로, 서울대학교 대학원 박사학위 논문(미간행), 1985.
- 12) 이병관, 소비자보호를 위한 소비자교육에 관한 연구: 전남대학교 경영대학원 석사학위논문(미간행), 1983.
- 13) 정영주, 성인교육프로그램 구성모델에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문(미간행), 1984.
- 14) 한국교육개발원, 유아 텔레비전 프로그램 모형개발, 서울: 한국교육개발원, 1982
- 15) 宮崎禮子, 家政經濟論, 東京: 朝倉書店, 1983.
- 16) 藤枝恵子外 6人著, 消費者教育指導の實際, 1979.
- 17) 米川五郎, 堀田剛吉, 家政計と消費者教育學習指導要領 教科書の分析, 消費者教育, 第一用現狀と課題, 日本消費者教育學會編, 東京: 光生館, 1983.
- 18) 川端良子, 학교에서의 소비자 교육 - 그 現況과 問題點, 國民生活研究, 1979, 제19권, 제3호.
- 19) 今井光映, 소비자 교육의 課題と展望, 消費者教育: 第一用現狀と課題, 日本消費者教育學會(編), 東京: 光生館, 1983, 1-27.
- 20) Armstrong, Jan and Joseph N. Uhl, Survey of Consumer Education programs in the United States, Journal of Home Economics 1971, Vol. 63, No. 7, 524-530.
- 21) Bell, C. Gloria E. Durr, Usefulness of Consumer Education concepts as perceived by Current and Former Homemaking Students, Home Economics Research Journal, 1983, Vol. 11, No. 3, 215-222.
- 22) Bigelow, E.A., The Effects of Consumer education and Decision making skill instruction on Locus of Control orientation and Career maturity of High school seniors, D.A.I., 1981, Vol. 42, No. 6.
- 23) Bonnice, J.G., Examining the Implication of Recent Research in Consumer Education, Business Education World, 1977, Jan. Feb., n.p.
- 24) Buero, C.S.I., Criteria for Evaluating Secondary Consumer and homemaking programs in Tennessee, Ed. D. dissertation, The University of Tennessee, Knoxville, 1979.
- 25) Deacon, Ruth E. and Francille M. Firebaugh, Family Resowrice mangae ment, Boston: Allyn and Bacon, Inc. 1975.
- 26) Egner, E., Der Hanshalt, Eine Darstellung seiner Volkswirtschaftlichen Gestalt, Berlin: N.C., S. 497를 인용한 박혜경 (1984), 소비자 경제학, 서울: 박영사, 1952.



- 27) Giordan, Marion, *Consumer Education: A Handbook for teachers*, London: Methuen & Co Ltd, 1980.
- 28) Graf, David, State Certification Requirements for Consumer Education teachers, *29th Annual Conference ACCI*, ed, Karenp. Goebel, Kansas: ACCI, 1983.
- 29) Langreher, F.W. and B. Mason, The Effects of Instruction in Consumer Education Academic Units on Consumer Economic Proficiency, *Journal of Consumer Studies & Home Economics*, 1978, June, 41-53.
- 30) Langreher, F.W., Consumer Education: Does It Change Students' Competences and Attitudes?, *Journal of Consumer Affairs*, 1983, summer, 12-13.
- 31) Michigan Consumer Education Center, Classification of Concepts in consumer Education, National Consumer Education Development program project, South-Western Publishing Company Monograph, No. 137, 1982.
- 32) Nelson, H.Y., Gertrude P. Jacoby and T.M. Shannon: Evaluation of Homemaking and consumer Education programs for Low-Income Adults, *Home Economics Research Journal*, 1978, Vol. 6, No. 3, 223-241.
- 33) U.S. office of Education: *Some selected Definitions of Consumer Education*, 1972
- 34) Waddell f.E.: The Effects of experiential consumer education on subsequent performance in the market place, PH.D. Virginia polytechnic Institute and state Univ., D.A.I. 1981. Vol. 42. No. 03.
-