

초등학교 소비자가치관교육 내용분석

An Analysis of Consumer Education for Consumption Values in the Elementary School Textbooks

서울대학교 생활과학대학 소비자학과
강사 김영옥

Dept. of Consumer Studies & Resource Management, Seoul Nat'l University
Lecturer : Kim, Young Ok

〈목 차〉

I. 서론	IV. 연구결과 및 논의
II. 이론적 배경	V. 결론 및 제언
III. 연구문제 및 방법	참고문헌

〈Abstract〉

This study analyzes consumer education for consumption values in the elementary school textbooks to provide information useful in revising the curriculum in the future. The textbooks for the 4th, the 5th, and 6th curricula, which are 334 volumes in total, are analyzed by the context-analysis method. Context unit is used as the analysis unit and the number of pages is used as the system of enumeration. According to the analysis, the areas taught most frequently in current curriculum are 'frugality and reuse' and 'the planned consumption', while the areas taught least are 'impulsive and conformity consumption' and 'the concept of consumer and the consumer's role'. It was also found that current programs are not well organized in terms of continuity, sequence, and integration.

◆ key word: 소비자가치관, 소비자교육, 아동소비자, 초등학교소비자교육

I. 서론

대중소비사회에서 올바른 소비자역할을 수행하고

바람직한 소비문화를 이끌어가기 위해서는 소비자교육이 필수적이다. 아동기의 소비자교육은 더욱 필요한데 이 시기에 형성된 기초적인 소비자가치관은 성

인기의 지속적인 소비자사회화과정을 통해서 전면적으로 수정되기가 어렵기 때문이다.

오늘날 아동들은 만 6·7세 정도면 독립적인 소비자로서 역할을 수행할 수 있을 뿐만 아니라 재화가 지니는 사회적·상징적 측면에 의한 소비도 행하기 시작하므로(Belk, Bahn & Mayer, 1982), 현재뿐만 아니라 미래 사회에 맞는 건전한 소비자가치관교육을 실시하는 것이 시급하다. 예전에는 가치와 태도는 인지적인 학습을 통해 자연적으로 습득된다고 보았으나, 오늘날은 주지적인 명료화 방식과 더불어 실제 연습을 통한 경험이 중요하다고 보고 있다(조영달 외, 1994).

아동에게 소비자가치관교육을 실행할 수 있는 소비자사회화기관으로는 가정과 학교를 들 수 있다. 이득연과 송순영(1993)은 학교는 소비자교육의 근간이라고 할 수 있는 바람직한 가치관 형성 교육을 가장 효과적으로 할 수 있는 곳이라고 하였다. 교육기회가 모든 아동에게 주어진다는 형평성과 소비자교육의 실시를 체계적으로 실행할 수 있다는 점을 고려할 때 학교에서 소비자가치관 교육을 실시하는 것은 중요하다. 따라서 보다 체계적인 소비자가치관교육이 학교에서 실행되기 위해서는 현재까지 실시되어 온 소비자가치관교육 내용의 파악이 선행되어야 한다.

초등학교에서 단일과목으로 소비자교육을 실시하고 있지 않으므로 소비자가치관교육 내용을 정확하게 파악하기 위해서는 초등학교 교육과정 전체를 대상으로 분석하여야 한다. 이를 위해서는 교과서를 대상으로 분석하는 것이 필요한데, 그 이유는 교육과정 내용이 아동들에게 구체적으로 전달되는 매개체는 교과서이라는 점과 특히 소비자교육 내용은 교육과정 속의 다른 주제 내용을 전개시켜 나가는 가운데 부분적으로 포함되어 있기도 하기 때문이다.

또한 정확하고 포괄적인 소비자가치관교육 내용분석이 이루어지기 위해서는 현행 교육과정인 6차만을 단면적으로 검토하기보다 학교 소비자교육의 실시가 주장된 1980년대의 교육과정인 4차부터 6차 교육과정까지의 소비자교육 내용구성의 변화를 파악해 보는 것이 필요하다. 그리고 6차 교육과정의 소비자가치

관교육 내용이 조직원리에 따라 즉 학년과 과목별로 계속성, 계열성, 통합성 원리에 적합하게 효율적으로 실시되고 있는가를 세부적으로 분석할 필요가 있다. 초등학교 소비자가치관교육에 관한 연구가 거의 이루어지지 않은 현상에서 본 연구는 미래의 소비자가치관 교육의 체계화에 이론적·실천적 측면에서 유용한 자료를 제공해 줄 수 있다.

본 연구의 구체적인 연구목적은 다음과 같다.

첫째, 초등학교 소비자가치관교육 내용을 분석하기 위한 소비자가치관교육 내용영역과 내용요소를 구성한다.

둘째, 4·5·6차 교육과정 개정에 따른 학교교육에서의 소비자가치관교육의 비중을 파악한다.

셋째, 4·5·6차 교육과정 개정에 따른 소비자가치관교육 내용을 학년과 과목별로 분석한다.

넷째, 초등학교에서의 현행 소비자가치관교육 내용을 영역·학년·과목을 고려하여 세부 분석한다.

II. 이론적 배경

초등학교 소비자가치관교육이 체계적으로 실행되고 있는가를 분석하기 위해서는 아동의 특성에 적합하고 우리나라 학교교육과정의 흐름에 맞는 소비자가치관교육 내용안이 마련되어 있어 그에 준하여 검토되어야 한다. 그러나 아직까지 소비자가치관교육 내용안이 마련되어 있지 않으므로 먼저 내용안이 구성되어야 한다. 본 장에서는 소비자가치관교육 내용을 구성하기 위한 관련 연구부터 고찰하기로 한다.

1. 소비자가치관교육 내용의 구성

소비자가치관교육 내용이 체계적으로 구성되기 위해서는 임의적이 아닌 일정한 구성원칙에 준하여 이루어져야 한다. 초등학교 소비자가치관교육이므로 일반적으로 학교 교육내용 선정시 기준이 되는 선정준거·학습자, 학문, 사회·별로 구성원칙을 설정하는 것이 필요하다(Shepherd & Ragan, 1982; Smith 외, 1957; Taba, 1962; Zais, 1976).

먼저 '학습자' 선정준거에서는 소비자로서의 아동

은 정신적 측면에서 발달과정에 있으므로 인지적 능력에 제약이 있다는 점과 소비자로서 활동을 시작하는 시기라는 점이 고려되어야한다. 따라서 아동의 인지발달 수준을 고려하여 학습량과 수준을 적절하게 조절하여야하며, 또한 아동이 실생활에서 경험하는 내용을 포함시켜 아동의 관심과 흥미를 일으키며 실생활에 도움이 되도록 하고, 남은 생애기간 동안 유지되도록 체득화시켜야한다. '학문' 선정준거에서는 소비자학 분야의 기초적이고 본질적인 개념과 사고방식이 포함되어야한다. 소비자교육 내용이 실천적 측면을 지닌다는 특성으로 인해 사회적 필요에 우선하여 임의적으로 교육내용을 선정하기가 쉬운데(이득연과 송순영, 1992), 학문이라는 선정준거의 내용이 반드시 포함되어 소비자로서의 자각과 역할인식이 이루어지도록 하여야한다. 끝으로 '사회' 선정준거에서는 개인차원의 합리적 행동만이 아니라 사회적 차원을 의식하여 우리 사회가 지속적으로 발전 가능한 소비생활 환경이 되도록 필요한 의식을 습득하도록 하여야 한다. 이상의 선정준거별 구성원칙에 준하여 초등학교 소비자가치관교육 내용은 구성되어야한다.

소비자가치관교육 만을 다룬 연구는 아직까지 없는 상황이다. 코네티컷주교육부(1983)는 인지적 기능뿐만 아니라 가치의 명확화와 같은 정의적 영역도 다루어야한다고 보아서 소비자 가치체계를 하나의 영역으로 포함시켜, 화폐의 의미, 인간의 기본적인 욕구와 욕망, 개인·가족·사회의 소비가치와 목표의 비교 등을 다루고 있다. 미국 소비자교육 서비스센터(1980)는 소비자가치관 관련 내용인 상품과 서비스 비교시 비판적 시각 적용, 광고에 대한 비판적 검토, 소비자의 역할과 책임, 시장에서의 심리적 동기, 사회적 동기를 교육내용에 포함하고 있다. 국내의 경우 김영옥(1999)은 아동소비자교육 내용영역의 하나로 소비자의식 영역을 포함하였다. 소비자의식 아래 하위영역은 소비자의 개념, 욕구와 희소성, 소비가치와 생활양식, 사회성원으로서의 소비의식 영역으로 세분화하고 있다.

2. 소비자가치관교육 내용의 조직

일반적으로 교육내용을 조직할 때는 횡적·종적 조직을 고려해야 한다. 횡적 조직은 학습내용의 수평적 관계를 고려하여 조직하는 것이고 종적 조직은 학습내용들간의 수직적 관계를 고려하여 시간적 순서에 따라 조직하는 것이다.

학습경험을 조직하기 위하여 고려해야 할 원리로서 계속성, 계열성, 통합성 세 가지를 Tyler(1970)는 제시하고 있다. 계속성은 학습경험의 수직적 조직에 요구되는 원리로서 중요한 경험 요소가 어느 정도 계속해서 반복되도록 조직하는 것이다. 계열성은 학습경험의 수직적 조직에 요구되는 원리로서 학습내용을 점차로 경험의 수준을 높여서 더욱 깊이 있고 다양한 학습경험을 할 수 있도록 조직하는 것이다. 통합성은 학습경험의 수평적 조직에 요구되는 원리로 학습경험을 횡적으로 상호 보충·보강되도록 조직하여 종합적이고 전체적인 안목을 기를 수 있게 하는 것이다.

종적 조직원리인 계속성과 계열성을 고려하여 소비자교육 내용을 제시한 대표적인 연구인 미국의 소비자교육 서비스센터(1980)는 유치원-3학년, 4학년-6학년으로 구분하여 내용을 심화하고 있다. 저학년에서는 아동의 인지발달과 아동이 경험할 활동범위를 고려한 구체적인 사항을 다루고, 고학년에서는 보다 다양하고 발전된 내용을 다룬다. 예를 들면, 개인의 가치 또는 욕구 우선순위와 의사결정과의 관련 방식을 알도록 하기 위하여, 저학년에서는 개인이 선호하는 활동과 그 이유를, 고학년에서는 중요하게 여기는 사항을 가치 또는 욕구 우선순위로 표현해보도록 하는 내용을 제시하고 있다.

횡적 조직인 과목을 고려하여 소비자교육내용을 제시하고 있는 코네티컷주 교육부(1983)의 소비자교육내용을 보면 각 과목의 특성을 살려서 통합성을 이루도록 조직화되어 있다. 인문과목에서는 가치와 목표, 광고의 영향을, 사회 과목에서는 욕구와 욕망을, 가정 과목에서는 재화의 비교/구매와 가치와 목표들을 다루고 있다.

3. 초등학교 소비자가치관 교육내용안의 구성

초등학교의 소비자가치관교육이 소비사회 특성에 맞게 체계적으로 실시되고 있는가를 분석하기 위해서는 앞에서 수립한 학습자, 학문, 사회라는 선정준거별 구성원칙에 준하여 구성된 내용안이 필요하다. 본 절에서는 소비자가치관교육에 포함되어야 할 내용을 먼저 개괄적으로 제시한 후 본 연구의 소비자가치관교육 내용영역과 요소를 제시하고자한다.

1) 소비자가치관 구성원칙에 따른 내용

소비자로서의 자각이 이루어지도록 소비자학의 기초 개념인 소비자개념에 대한 교육을 실시하여야한다. 구매만이 아닌 획득부터 배분, 구매, 사용, 처분에 이르기까지 소비의 전 과정에 대한 통합적인 개념으로서 소비자개념을 인식하여 소비자역할 인식이 이루어질 수 있어야 한다. 또한 인간의 욕구는 무한하지만 자원이 희소하므로 기회비용을 고려한 욕구 충족의 우선순위를 결정하는 내용을 다루어 보다 근본적인 욕구충족에 자원이 사용될 수 있도록 교육되어야 한다. 그리고 자신의 소비가치뿐만 아니라 사회 성원들의 다양한 소비가치와 생활양식을 알므로서 아동들이 사회 전체가 합의하는 가치 부분은 받아들이고 그렇지 않은 부분에 대해서는 다양성을 인정하여 각자에게 맞는 소비자가치관을 지닐 수 있도록 하여야 한다(김영옥, 1999).

사회성원으로서 지녀야할 소비자가치관으로는 우선 전통적으로 강조하여온 검소와 절약의식 및 계획적인 소비의식을 들 수 있다. 계속되는 물질적 풍요로 인해 공공시설의 이용에서는 물론 자신의 개인용품 관리에도 소홀한 상황이다. 오늘날 제품의 품질이 향상되어 사용가능기간이 상당히 길어졌으나 제품의 효용을 최대한으로 사용하려는 행동수준은 많이 낮다. 또한 구매전에 구매계획을 세우고, 정보를 수집하고 수집한 정보를 활용하여 구매해야 하지만 그 정도가 매우 낮다. 처분의 경우도 추후에 쓰고자 보관은 하지만 교환이나 기증은 가장 안하는 것으로

나타났다(권미화, 2000). 그러나 아동들이 성인이 된 미래사회는 자연자원의 제약 등 자원 상황이 현재와는 달라질 가능성이 높으므로 현재와 미래의 소비자인 아동에게 금전과 자원을 소비하는데 있어서 최소의 투입으로 최대의 효과라는 경제적 원칙에 따른 결정을 할 수 있도록 절약의식 및 계획적인 소비의식이 체득되도록 하여야한다.

오늘날 아동들의 소비의식과 행위를 보면 사회적·상징적 가치(타인과의 차별 또는 이미지 추구)를 의식한 외국상품 지향적·과시적 소비패턴과 소비지향적·물질지향적 소비가치관을 보이고 있다(한국소비자보호원, 1992). 또한 영상세대로 성장한 만큼 대중매체의 영향력에 크게 의존하고 있어 광고에 상당한 영향을 받고 있는데(편세린, 1997), 감정처리의 미성숙으로 광고의 설득의도에서 벗어나기 어렵다(McNeal, 1987). 또한 TV연예인과 친구의 소비에 대한 모방과 동조를 많이 하며(김나연, 2000), 경품이나 상인의 설득에 쉽게 동요되고 형성된 욕구를 잘 조절하지 못한다. 이러한 상황이므로 아동들에게 사회적·상징적 소비성향을 절제하고, 친구와 대중스타에의 동조소비의 문제점을 깨달아 지양하며 광고와 경품의 기능을 올바르게 인식하고 이것들로 인한 소비현상의 문제점을 행동경험화를 통해 인식하게 하는 소비자가치관교육이 실시되어야한다.

2) 초등학교 소비자가치관교육 내용영역과 요소

소비자가치관교육 내용을 7개 영역- 소비자개념과 역할 교육, 욕구의 무한성과 자원의 희소성 교육, 다양한 소비가치와 생활양식 교육, 검약 및 재사용 관련 교육, 계획적인 소비 관련 교육, 동조적·충동적 소비 관련 교육, 사회적·상징적 소비 관련 교육-으로 구성하였다.

7개 내용영역 아래에 내용요소를 제시하였다. 7개 내용영역 및 내용요소에는 인지발달 단계, 학습효과를 높여줄 아동의 실생활 경험과 관련된 부분, 소비자학 분야의 기초적인 개념과 사고방식 그리고 사회적으로 요구되는 부분을 포함하였다" 내용영역과 내

1) 본 연구의 소비자가치관교육 내용 구성에서는 환경과 관련된 가치관 부분은 제외하였다. 이는 우리나라 학교 교육과

〈표 1〉 소비자가치관교육 내용영역과 내용요소

내용영역	내용요소
소비자개념과 역할 교육	소비자 개념: 획득자, 배분자, 구매자, 사용자 그리고 처분자의 통합적인 개념, 소비자역할 인식
육구의 무한성과 자원의 희소성 교육	소비육구의 무한성과 자원의 희소성, 진실한 육구와 욕망의 구별, 육구의 조절, 육구 충족 우선순위의 결정(기회비용을 고려)
다양한 소비가치와 생활양식 교육	개인의 소비가치, 다른 가족들의 소비육구와 유형, 기본적인 생활용품, 소비 생활양식의 다양성
검약 및 재사용 관련 교육	금전·개인자원 및 학교·공공시설(공공도서관 공중화장실, 공중전화, 놀이터) 아껴쓰기, 재화의 효용을 최대한으로 사용하기 위한 같이쓰기(이웃간 함께쓰기, 물려서 쓰기 등)·다시쓰기(알뜰시장의 개척, 중고품의 교환·기증 등)
계획적인 소비 관련 교육	계획적인 금전 지출과 점검(용돈기입장·가계부의 기록 및 점검)을 통한 금전관리, 계획적인 구매(구매계획의 수립·정보탐색 및 정보활용)
동조적·충동적 소비 관련 교육	친구 및 대중스타 동조적 소비현상의 분석 및 지양, 광고에 의한 소비현상의 분석 및 지양, 경품 및 기타에 의한 충동적 소비현상의 분석 및 지양
사회적·상징적 소비 관련 교육	과시소비 및 물질주의 지향적·소비지향적 성향의 분석과 절제, 외국상품·유명 상표 소비현상의 분석과 조정

용요소는 〈표 1〉과 같다.

Ⅲ. 연구문제 및 방법

1. 연구문제

학교에서의 소비자교육 실시 필요성이 대두된 1980년대 교육과정인 4차 교육과정부터 6차 교육과정까지²⁾ 소비자가치관교육이 실시된 정도, 학년·과목별 분석 및 세부분석을 위해 본 연구는 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

[연구문제 1] 초등학교 소비자가치관교육 영역별 내용은 4·5·6차 교육과정별로 어떠한가?

[연구문제 2] 초등학교 소비자가치관교육 학년별

내용은 4·5·6차 교육과정별로 어떠한가?

[연구문제 3] 초등학교 소비자가치관교육 과목별

내용은 4·5·6차 교육과정별로 어떠한가?

[연구문제 4] 초등학교 현행 소비자가치관교육의 세부 내용은 어떠한가?

2. 연구방법

소비자가치관교육 내용을 분석하기 위한 연구방법은 내용분석방법이다. 내용분석을 위해 분석유목, 분석대상, 분석단위와 집계체계를 결정하고 신뢰도와 타당도를 검증한 방법은 다음과 같다.

정에서는 환경교육을 소비자교육과 별도로 분리하여 실시하고 있으며, 학교교육에서 실행된 소비자가치관교육의 내용을 양적·질적으로 분석하려는 본 연구의 취지에서 볼 때 환경교육 내용을 소비자교육에 포함하여 분석한다면 소비자 가치관교육량을 사실 보다 과대평가하게 되어 본 연구의 초점이 흐려지기 때문이다.

2) 본 연구에서 6차 교육과정까지 분석한 것은 7차 교육과정의 교과서는 현재 1·2학년용만 있고 3·4·5·6학년의 경우 아직 없기 때문이다. 본 연구에 포함된 교육내용의 조적분석을 위해서는 동일한 교육과정 내용을 대상으로 해야하므로 6차 교육과정으로 한정하였다. 또한 7차 교육과정의 내용은 교사들이 수정할 것을 요구하는 등 논란이 되고 있는 상황이기도 하다.

1) 분석유목 및 분석대상

(1) 분석유목

초등학교 소비자가치관교육 내용을 영역별로 분석하기 위한 분석유목으로는 본 연구의 이론적 배경에서 구성한 소비자가치관교육 내용영역과 요소(〈표 1〉)를 사용하였다. 소비자가치관교육 내용을 종적 조직인 학년별로 분석하기 위한 분석유목은 6개 학년이다. 횡적 조직인 과목별로 분석하기 위한 분석유목은 국어, 수학, 사회, 자연, 도덕, 실과, 음악, 미술, 체육 9개 과목이다³⁾. 세부분석에서는 우리들은 1학년, 슬기로운 생활, 바른생활, 즐거운 생활을 추가하여 분석하였다.

(2) 분석대상

초등학교 소비자가치관교육 내용을 분석하기 위한 분석대상은 1981년에 고시된 4차 교육과정부터 현행 6차 교육과정의 교과서 총 334권이다. 세부적으로 보면 4차 교육과정 교과서 68권, 5차 교과서 135권, 6차 교과서 131권이다.

2) 분석단위 및 집계체계

분석단위는 내용분석에서 주로 사용하는 문맥 단위(context units)로 하였다. 문맥 단위는 분석대상 자료를 읽어 나가면서 그 속에 있는 내용을 문맥을 중심으로 구분하여 분석단위로 삼는 것이다(Krippendorff, 1980). 교과서를 읽어 가다 소비자가치관교육 내용이 서술되어 있거나 삽화·사진이 실린 문맥이

있으면 그것을 하나의 분석단위로 삼아 분석유목에 포함시켰다.

집계체계는 쪽수이다. 분석단위 쪽수를 계산한 방식은 서술된 문장이 한 쪽의 지면 중에서 일부만 해당될 경우, 한 쪽의 총 행수를 분모로 하고⁴⁾ 해당되는 행수를 분자로 하여 나누어 쪽수를 계산하였다. 삽화·사진의 경우, 실린 삽화·사진의 면적을 분자로 하고 실린 한 쪽의 총면적을 분모로 하여 쪽수를 계산하였다. 집계처리는 Excel을 이용하였다.

3) 신뢰도와 타당도

신뢰도 검증을 위해 종합적 신뢰도 계수를 택하였다. 분석 대상 자료를 연구자와 전공 분야의 박사 2명 모두 3인이 분석한 후 분석자들 간의 상호 일치 정도를 보았다. 소비자가치관교육 내용영역의 분석유목 신뢰도 계수는 0.99이다. 그리고 타당도는 소비자학 분야 박사인 전공자들에게 검증받았다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 초등학교 소비자가치관교육의 내용영역별 분석

초등학교에서 소비자가치관교육이 4·5·6차 교육과정 개정에 따라 총체적으로 그리고 각 영역별로 어느 정도 실시되어 왔는가를 분석하였다.

3) 과목별 비교를 위해서는 3학년 이상 교과서만을 분석 대상으로 하였다. 4·5·6차 교육과정간에 저학년 과목인 바른생활, 슬기로운 생활에 담긴 내용이 차이가 있어 비교할 수가 없기 때문이다. 예를 들면, '슬기로운 생활' 교과서는 4차 교육과정에서는 산수와 자연 교과와 통합 교과서이지만 5차 교육과정에서는 자연만을 다룬 교과서이고 6차 교육과정에서는 사회와 자연 교과와 통합 교과서이다.

4) 한 쪽의 총 행수를 계산한 방식은 다음과 같다.

교과서는 크기로 볼 때 4*6배판과 국배판이 있고, 한 쪽에 포함된 행수는 학년마다 차이가 있다. 한 쪽의 평균행수를 구하기 위해서 한쪽 전체가 문장으로 된 쪽이 많은 교과서들을 선택하였다. 6차인 현행 교육과정 4*6배판 경우 1·2학년은 바른생활·생활의 길잡이·읽기이고, 3·4·5·6학년은 사회·생활의 길잡이·읽기이다. 국배판의 경우 3·4·5·6학년 도덕과 체육이다. 최종적으로 얻은 평균 행수는 4*6배판 경우 1학년 18행, 2학년 20행, 3학년 23행, 4·5·6학년은 25행이다. 국배판의 경우 3학년 18행, 4·5·6학년은 20행이다.

5차 및 4차 경우도 위와 같은 절차를 밟아 평균 행수를 구하였다. 5차 4*6배판 학년별 행수는 1학년 18행, 2학년 19행, 3학년 20행, 4·5·6학년 23행(단 사회과탐구는 25행)이다. 5차 국배판의 경우 3학년 16행, 4·5·6학년 18행(단 사회는 20행)이다. 4차의 4*6배판 경우 1학년 18행, 2학년 20행이고, 국배판의 경우 3학년 16행, 4·5·6학년 18행이다. 이상과 같이 구한 행수들을 기준으로 하여 서술된 내용이 한 쪽의 지면 중에서 일부만 해당될 경우 쪽수를 계산하였다.

1) 교육과정별 소비자가치관교육의 총량 분석

초등학교에서 실시해온 소비자가치관교육 내용 총량을 교육과정별로 보면, 4차교육과정의 경우 64.17 쪽으로 학교교육에서 소비자가치관교육의 비중은 0.7%이다. 5차의 경우 161.31쪽으로 비중은 1.0%이다. 6차의 경우 169.96쪽으로 비중은 1.1%이다. 6차 교육과정의 소비자가치관교육 내용은 4차보다 쪽수로는 약 3배 증가되었으나 학교교육에서의 비중으로는 0.4%의 증가가 이루어졌을 뿐이다.

위의 결과로 볼 때 일상생활에서 소비의 비중이 상당히 증가되었고 아동을 대상으로 소비자가치관교육을 실시하여야한다는 주장은 많이 있어 왔으나(박연옥, 1997; 이득연과 송순영, 1993; 코네티컷주 교육부, 1983 등) 학교교육에서 소비자가치관교육이 차지하는 비중은 아주 미약하게 증가하였을 뿐임을 알 수 있다.

2) 소비자가치관교육량의 내용영역별 분석

교육과정 개정에 따른 소비자가치관교육량을 내용영역별로 살펴보면 다음의 <표 2>와 같다.

전체적으로 볼 때, 4차 교육과정의 경우 5개 영역만 다루어졌으나 5·6차의 경우 7개 영역이 모두 다루어졌다. 교육과정별 구분없이 가장 많이 다루어진 영역은 <검약 및 재사용 관련 교육>과 <계획적인 소비 관련 교육>이고, 가장 적게 다루어진 영역은 <동조적·충동적 소비 관련 교육>과 <소비자의 개념과

역할 교육>이다.

현행 교육과정에서 많이 다룬 영역 순서로 교육과정 개정에 따른 변화를 보면, <검약과 재사용 관련 교육>은 현행 경우 63.6%(108.02쪽)로 가장 높고, 4차와 5차에서도 가장 높았다. <계획적인 소비 관련 교육>은 쪽수로는 4차 보다 많으나 비율로는 현행 경우 가장 낮다. <사회적·상징적 소비 관련 교육>은 쪽수로는 점차 증가되어 왔으나 비율은 4차 보다 현행 경우가 더 낮다. <욕구의 무한성과 자원의 희소성교육>은 쪽수와 소비자가치관교육에서의 비율 모두 5차 보다 현행 경우 더 감소되었다. <다양한 소비가치와 생활양식 교육>은 쪽수로는 4차 보다 많으나 비율로는 현행 경우 가장 낮다. <소비자개념과 역할 교육>은 교육과정 개정에 따라 점차 증가하여 왔으나 현행 교육과정의 경우도 4.51쪽 정도로 적게 다루어진다. <동조적·충동적 소비 관련 교육>은 4차에서 다루어지지 않다가 5차의 경우 11.12쪽이 다루어졌으나 현행 경우 다시 감소되어 4.32쪽만이 다루어진다. 현행 교육과정에서 가장 적게 다루어지는 영역이다.

이상의 결과로 볼 때 현행 교육과정의 경우 검약과 재사용 관련 교육의 비율이 압도적으로 높다. 이는 6차 교육과정이 정해진 1992년 경은 과다한 소비로 인해 저축의 저하와 사회에 위화감을 낳는 과소비문제가 대두된 시기였으므로 이러한 사회현상을 반영하여 검약과 재사용이 강조되었기 때문으로 볼

<표 2> 교육과정 개정에 따른 소비자가치관교육의 내용영역별 분석

내용영역	4차 교육과정		5차 교육과정		6차 교육과정	
	쪽수(%)	순위	쪽수(%)	순위	쪽수(%)	순위
소비자개념과 역할교육	0.00(0.0)	6	1.17(0.7)	7	4.51(2.7)	6
욕구의 무한성과 자원의 희소성 교육	6.39(10.0)	4	18.49(11.5)	3	8.57(5.0)	4
다양한 소비가치와 생활양식 교육	3.13(4.9)	5	14.25(8.8)	4	5.42(3.2)	5
검약 및 재사용 관련 교육	36.70(57.2)	1	76.50(47.4)	1	108.02(63.6)	1
계획적인 소비 관련 교육	10.73(16.7)	2	26.91(16.7)	2	23.66(13.9)	2
동조적·충동적 소비 관련 교육	0.00(0.0)	6	11.12(6.9)	6	4.32(2.5)	7
사회적·상징적 소비 관련 교육	7.22(11.3)	3	12.87(8.0)	5	15.46(9.1)	3
계	64.17(100.0)		161.31(100.0)		169.96(100.0)	

수 있다. 그러나 대중소비사회에서 안쓰고 아껴쓰는 검약과 재사용만을 강조할 것이 아니라 금전과 재화의 소비선택시 진정한 욕구를 충족시키는 선택을 하여 자발적으로 상품의 효용가치를 최대로 사용하도록 하는 교육이 실시되어야 한다. 사실 청소년들의 경우 친구나 대중스타에 대한 모방소비가 많이 이루어지고 있다. 특히 의류선택 행동에서 영향을 많이 받고 있으며(박혜선, 1990), 용돈의 액수가 클수록 준거집단의 영향을 많이 받고 있는 것으로 나타났다(조영희, 1996; 이은정, 1999). 따라서 현행 교육과정에서 가장 적게 다루어지는 <동조적·충동적 소비 관련 교육>의 내용증가가 시급하다.

2. 초등학교 소비자가치관교육의 학년별 분석

초등학교에서 소비자가치관교육이 4·5·6차 교육과정 개정에 따라 학년별로 어느 정도 실시되어 왔는가를 분석하였다.

4차 교육과정의 경우 저학년(1-3학년)에서의 소비자가치관교육 비율은 20.3%로 낮고, 고학년(4-6학년)에서의 비율은 79.6%로 높는데 특히 4·5학년에 편중되어 있다. 5차 경우 저학년에서의 소비자가치관교육 비율은 50.6%, 고학년에서의 비율은 49.4%로 저학년과 고학년간의 비율이 아주 비슷하다. 6차 경우 저학년에서의 소비자교육 비율은 56.4%이고, 고학년에서의 비율은 43.7%이다. 오히려 고학년에서 적게 다루어지는데 이는 검약과 재사용 관련 가치관교

육이 저학년에 많이 다루어지기 때문으로 보인다.

또한 특정 학년에 편중되지 않고 균등하게 다루어지는 것이 교육의 종적 조직원리인 계속성 면에서 요구되므로, 4·5·6차 교육과정별로 소비자가치관교육 내용의 학년간 최고치와 최저치의 차이를 살펴 보았다. 4차 경우 33.0%이고, 5차 경우 25.7%이며, 6차인 현행 교육과정의 경우 17.5%로, 점차 교육과정 개정에 따라 학년별로 균등하게 배분되는 추세이다.

이상의 결과는 오늘날 아동들이 일찍부터 소비자로서의 역할 수행을 하고 있는 만큼 소비자역할 수행에 기초가 되는 바람직한 소비자가치관이 일찍이 형성될 수 있도록 이에 대한 교육이 실시되어야 한다는 주장이 교육과정에 반영되어 저학년에서부터 비중있게 실시되고 있음을 보여준다. 또한 학년간의 격차도 4·5차 보다 줄어들어 전학년에 고르게 분포되어 긍정적으로 평가받을 만하다. 그런데 현행 교육과정의 경우 특히 6학년의 소비자가치관교육 비중이 낮으므로 보다 증가되어야 한다.

3. 초등학교 소비자가치관교육의 과목별 분석

초등학교에서 소비자가치관교육이 4·5·6차 교육과정 개정에 따라 과목별로 어느 정도 실시되어 왔는가를 분석하였다. 그 결과는 <표 4>와 같다.

4차 경우 도덕>실과>사회 순서이다. 가장 많이 다루는 도덕은 38.12쪽이며, 실과는 12.34쪽 그리고 사회는 10.36쪽이다. 5차 경우 도덕>사회>실과>국어 순

<표 3> 교육과정 개정에 따른 소비자가치관교육의 학년별 분석

교육과정		4차 교육과정 쪽수(%)	5차 교육과정 쪽수(%)	6차 교육과정 쪽수(%)
저학년	1학년	1.57(2.4)	32.67(20.3)	22.39(13.2)
	2학년	1.78(2.8)	10.85(6.7)	31.91(18.8)
	3학년	9.69(15.1)	38.02(23.6)	41.53(24.4)
고학년	4학년	22.73(35.4)	9.00(5.6)	39.08(23.0)
	5학년	22.29(34.7)	50.56(31.3)	23.39(13.8)
	6학년	6.11(9.5)	20.21(12.5)	11.66(6.9)
계		64.17(100.0)	161.31(100.0)	169.96(100.0)

〈표 4〉 교육과정 개정에 따른 소비자가치관교육의 과목별 분석

교육과정 과목	4차 교육과정 쪽수 (%)*		5차 교육과정 쪽수 (%)*		6차 교육과정 쪽수 (%)*	
국 어	0.00(0.0)	(0.0)	3.52(3.0)	(0.1)	16.57(14.3)	(1.0)
사 회	10.36(17.0)	(1.0)	38.40(32.6)	(1.8)	41.51(35.9)	(2.2)
도 덕	38.12(62.7)	(3.4)	66.98(56.9)	(2.9)	53.70(46.4)	(3.5)
실 과	12.34(20.3)	(2.6)	8.89(7.5)	(1.1)	3.88(3.4)	(0.7)
계	60.82(100.0)		117.79(100.0)		115.66(100.0)	

* 〈표 4〉에 두 개의 비율이 제시되어있다. 전자는 각 과목의 소비자가치관교육 내용을 합한 총량중 해당 과목의 소비자가치관교육 비율이다. 후자는 각 과목의 총교육량 중 소비자가치관교육 비율이다.

즉, 전자=각 과목의 소비자가치관교육 쪽수/ 각 교육과정 소비자가치관교육 쪽수의 총합

후자=각 과목의 소비자가치관교육 쪽수/ 각 과목의 총교육내용 쪽수

서이다. 가장 많이 다루는 도덕은 66.98쪽, 사회는 38.40쪽, 실과는 8.89쪽, 그리고 국어는 3.52쪽이다. 6차 경우 도덕>사회>국어>실과 순서이다. 가장 많이 다루는 도덕은 53.70쪽, 사회는 41.51쪽, 국어는 16.57쪽 그리고 실과는 3.88쪽이다.

이상의 결과로 볼 때 이전 시기에는 소비자가치관 교육을 다루는 주요 과목은 도덕, 사회, 실과였다. 그런데 현행 교육과정에서 소비자가치관교육을 다루는 과목을 보면 도덕, 사회, 국어 순서이고 실과의 비중은 약화되었다. 실과 경우 쪽수와 비율 모두 교육과정 개정에 따라 점차로 감소되어 왔다.

다음에서는 4·5·6차 교육과정 개정에 따른 과목의 총교육량을 기준으로 한 소비자가치관교육량의 비율 변화를 살펴보았다. 이 비율은 〈표 4〉의 두 번째 비율이다.

국어와 사회의 경우 6차>5차>4차 순서이다. 소비자가치관교육 비율은 점차 증가되어 현행 교육과정에서 가장 높다. 도덕 경우 6차>4차>5차 순서이다. 도덕은 교육과정 상의 어떤 과목보다도 소비자가치관교육을 가장 많이 실시해온 중요 과목이다. 실과 경우 4차>5차>6차 순서로, 교육과정 개정에 따라 비율이 점차 낮아졌는데, 현행 교육과정의 비율은 0.7%로 4차의 2.6%와 비교시 1/3정도 이상 감소하여 현재 아주 적게 다루어지고 있다.

실과의 총교육량을 기준으로한 소비자가치관교육 비율(두 번째 비율)이 현행 교육과정으로 올수록 더

감소한 위의 분석결과는 교육과정 개정에 따른 실과 수업의 감소(68시간 감소)로 인한 것 이상으로 소비자가치관교육이 감소했음을 보여준다. 그리고 4차와 5차 교육과정에서는 내용영역 중의 하나로 ‘소비와 절약’이 있었으나, 6차 경우 실과의 내용은 기본 기능을 습득하는데 초점을 두어 행동 중심으로 조직하여 ‘다루기’, ‘건사하기’ 등으로 구성하였다(교육부, 1993). 소비자교육은 주로 ‘건사하기’ 영역에서 기능 중심의 내용으로 서술되어 있는 상황이다. 이러한 구성과 비율의 감소는 소비자가치관교육을 등한시하는 것으로서 시대의 흐름에 비추어 볼 때 적절한 변화로 볼 수 없다. 한편 현행 교육과정의 경우 소비자가치관교육을 다루는 정도가 실과 보다 국어에서 더 높은 것으로 나타났다. 앞으로 초등학교 소비자가치관교육을 비롯한 소비자교육에 관한 연구에서는 국어를 고려하는 것이 필요하다.

4. 현행 소비자가치관교육의 세부 내용분석

현행 초등학교 소비자가치관교육 내용을 소비자가치관교육 내용영역과 요소(〈표 1〉)를 기준으로 하여 세부적으로 분석하였다. 교육내용의 조직원리인 계속성, 계열성, 통합성에 근거하여 각 영역 내용의 반복과 발전, 중복과 누락 여부를 파악하였다. 세부적으로 분석한 결과는 〈표 5〉에 제시하였고 다음과 같은 문제점과 시사점을 발견하였다.

〈표 5〉 소비자가치관 교육내용 기술 현황

내용 영역	과목	소비자가치관 교육내용 기술 현황
소비자 개념과 역할교육	사회	3학년: 판매자와 소비자가 지켜야할 태도 5학년: 소득의 획득 뿐만 아니라 소비의 중요성 인식 6학년: 소비자와 생산자가 역할을 다하는 사례와 고쳐야할 사례
	도덕	5학년: 소비자로서 바람직한 자세
	슬생	2학년: 손님과 상인으로서 지켜야할 일 인식
육구의 무한성과 자원의 희소성 교육	사회	4학년: 육구의 무한성과 자원의 희소성으로 인한 육구의 우선 순위결정, 사고 싶은 것과 동시에 살수 없는 이유, 가족원 육구의 다양성 및 자원의 희소성으로 육구의 우선 순위 결정이 필요함, 장난감 로봇을 사고 싶은 육구와 해결방법 모색 5학년: 자원의 희소성으로 기회비용을 고려한 선택, 필요 순위에 따른 선택
	도덕	6학년: 현재 물건을 사고 싶은 육구와 미래를 위해 저축하는 것간의 비교
	실과	4학년: 물건의 구매전 육구의 검토, 한정된 가족 수입으로 모든 육구를 다 충족 시킬수 없으므로 용돈을 필요한 곳에만 사용
다양한 소비가치와 생활양식 교육	국어	4학년: 불우이웃돕기에 아낀 용돈을 사용
	사회	3학년: 생활에 필요한 생활용품 4학년: 교통수단 선택시 시간, 돈, 편리성 가운데 고려한 선택, 용돈을 개인적인 용도와 불우이웃돕기에 소비하는 것간의 선택 5학년: 상품 선택시 선택 기준의 다양성(가치, 품질, 유행), 수입쌀과 국산쌀간의 장·단점에 대한 견해
검약및 재사용 관련교육	국어	3학년: 공공시설 이용시 주의점 4학년: 금전절약, 학용품 아껴쓰기, 공공시설(놀이터)아껴쓰기, 재생용품의 사용 5학년: 금전 및 물자절약, 물건에 이름써서 분실방지하여 아껴쓰기, 분실물찾기
	사회	3학년: 학용품 아껴쓰기 4학년: 헌 옷과 책의 재활용, 금전 절약하여 저축하기 5학년: 알뜰시장을 통한 물건의 재활용, 절약으로 목돈을 모음, 물건아껴쓰기
	바른 생활	1학년: 교실물건 아껴쓰기(휴지, 물자 등), 학급문고 소중히 다루기, 공공시설(화장실, 놀이터, 전화) 아껴쓰기, 알뜰시장에서 헌옷의 교환 2학년: 학교시설(책상, 걸상)아껴쓰기, 학용품 아껴쓰기, 용돈을 아껴 저축하기, 새 것을 사기 보다 물려서 쓰기, 친구들과 같이 쓰기, 중고품을 교환하여 사용하기 3학년: 개인물건 아껴쓰기, 학용품 아껴쓰기, 학교시설(책상, 걸상) 아껴쓰기, 공공시설(화장실 등) 아껴쓰기, 못입는 옷 물려주고 받기, 비누조각 모아쓰기, 개인용품 버리지 않고 모아 아껴쓰기, 폐품으로 물건 만들어 쓰기
	도덕	4학년: 금전 및 물자 아껴쓰기, 책·걸상 아껴쓰기, 학교시설물 아껴쓰기, 분실시 물건찾아 아껴쓰기, 알뜰시장에서의 교환을 통한 절약생활, 빈병과 통조림통을 모으며 절약하던 할아버지가 대학에 장학금을 기증한 사례
	실과	4학년: 학용품 아껴쓰기
	슬생	1학년: 놀이터시설 아껴쓰기, 학용품 아껴쓰기, 재활용 상품의 사용, 폐품의 재활용 2학년: 폐품의 재활용
	우리	1학년: 학습용구·교실물건·학교시설 아껴쓰기, 공공시설 아껴쓰기

‘슬생’은 슬기로운 생활을, ‘우리’는 우리들은 1학년을 의미함.

〈표 5〉 소비자가치관 교육내용 기술 현황(계속)

내용 영역	과목	소비자가치관 교육내용 기술 현황
계획적인 소비관련 교육	국어	2학년: 용돈 지출기록을 통한 계획 소비 5학년: 알뜰바자회 수익금의 계획적인 소비
	사회	3학년: 가계부의 기록 및 점검을 통한 계획소비 4학년: 가계부 기록에 근거한 지출 점검으로 계획소비, 수입에 따른 지출계획, 한정된 돈으로 최대의 만족을 얻기 위한 의사결정과정을 통한 선택, 용돈기입장 기록을 통한 절약방법 모색 5학년: 여러 요인을 검토한 후의 계획적인 구매, 생일잔치 방법의 결정시 대안의 장단점 비교, 폐품판 돈에 대한 계획적인 소비결정
	바른 생활 · 도덕	2학년: 계획적인 용돈소비, 꼭 필요한 물건만 사기, 공동구매 4학년: 꼭 필요한 물건만 사기, 용돈기입장을 활용한 계획소비, 용돈을 필요한 만큼만 가지고 다녀서 근것질하지 않기
	실과	4학년: 계획적인 구매를 위해서 고려해야할 점, 필요한 액수만 가지고 다녀서 용돈절약, 용돈기입장 적기를 통한 계획적인 소비생활
	슬기	1학년: 학용품 구입시 사치스럽지 않고 적당한 갯수의 크레파스 고르기 2학년: 계획적인 용돈소비
	동조적·충동적 소비관련교육	사회
도덕		4학년: 상점에서 물건을 보고 사달라고 떼쓰지 않기 6학년: 친구가 지닌 물건을 사고 싶은 욕구
사회적 상징적 소비관련교육	국어	3학년: 수입품 선호 소비경향 4학년: 소비지향적 성향의 절제(헌 것 대신 새것을 갖고 싶은 욕구), 국산품쓰기
	사회	5학년: 수입품 소비 현상, 유명상표의 비싼 운동화를 갖고 싶어 어머니께 조른 이야기 6학년: 과시적·낭비적인 소비의식, 외식시 낭비적인 소비문화, 물질적 풍요와 더불어 생겨난 낭비와 과시풍조
	바른 생활	2학년: 과시소비 하지 않기, 친구들에게 물건 자랑하지 않기 4학년: 비싼 장난감·사치품 사지 않기
	도덕	5학년: 외국의 유명제품 선호현상 6학년: 물질적 가치와 정신적 가치의 조화, 사치와 낭비하지 않기

‘슬생’은 슬기로운 생활을, ‘우리’는 우리들은 1학년울 의미함.

1) 소비자개념과 역할 교육

현행 교과서에 이 영역의 내용은 다루는 절대량이 적다. 슬기로운 생활 2학년에서 손님과 상인으로서 지켜야할 일 인식, 사회 3학년에서 판매자와 소비자가 지켜야할 태도를 기술하고 있는데 소비자 용어가 판매자와 대응되게 사용되어 구매자라는 의미로만 오인될 수 있다. 그리고 도덕 5학년과 사회 5·6학년에서 소비의 중요성 인식과 소비자로서의 바람직

한 자세에 대해 아주 적은 양만 다루고 있어 조직원리 중 계속성도 충족시키지 못하고 있다.

앞으로의 소비자교육에서는 통합적인 소비자개념이 학습되어 소비자역할 인식이 올바르게 되도록 저학년에서는 소비자 용어의 의미를 바른생활과 슬기로운 생활에서 이해 수준에 맞게 구체적인 예를 들어 다루는 것이 필요하다. 그리고 고학년에서는 구매 뿐만 아니라 획득, 배분, 사용, 처분 단계에서의 바람

직한 소비자 역할 인식이 이루어지도록 보다 심화된 내용으로 현재 다루고 있는 사회와 도덕 외에 실과에서 다루는 것이 필요하다.

2) 욕구의 무한성과 자원의 희소성 교육

현행 교과서에서는 가계 수입 또는 개인적 자원이 제약된 상황에서 욕구를 다 충족시킬 수 없으므로 우선 순위에 따른 결정 또는 기회비용을 고려한 선택이 필요하다는 것만을 고학년인 4·5학년 사회, 4학년 실과, 6학년 도덕에서 다루고 있다. 그러나 현재 개인이 지닌 자원의 제약으로 인해 기회비용을 고려하여 선택하는 내용도 필요하지만, 현재의 욕구가 개인의 진실된 욕구인지 외부 자극으로 인한 일시적 충동으로 인한 것인가를 자신의 상황에 비추어 점검하여 욕구를 조절하는 내용을 다루어야 한다.

앞으로의 교육에서는 개인의 진실된 욕구를 충족시키는 소비생활이 되도록 진실한 욕구를 파악하는 내용, 기회비용을 고려하여 욕구 충족 우선 순위를 결정하는 내용 그리고 생성된 욕구를 충족시키지 않고 단념하기로 했을 때 그에 따른 감정처리능력 즉 욕구의 조절력을 향상시키는 내용이 저학년부터 다루어져야 한다. 현재 다루는 사회와 실과 외에 저학년에서 전혀 다루어지지 않으므로 슬기로운 생활에서도 도입되고 국어에서 보장되도록 하는 것이 필요하다.

3) 다양한 소비가치와 생활양식 교육

현행 교과서에서는 생활에 필요한 생활용품에 관한 내용이 73.8%로 사회 3학년(4쪽)에서 다루어진다. 다양한 소비가치 가운데 자신의 소비가치를 명료화 해보는 내용은 교통수단 선택시 시간·돈·편리성 중 어떤 점을 고려하는가(0.53쪽), 용돈으로 개인용품을 살 것인가 또는 불우이웃돕기에 쓸 것인가 간의 선택(0.37쪽), 상품 선택시 사람마다 선택 기준이 다르다는 내용(0.16쪽)으로 사회 4학년과 5학년에서 미약하게 다루어진다.

앞으로의 소비자교육에서는 3학년의 기본적인 생활용품 내용을 기초로 다양한 소비가치 및 소비생활양식이 존재함을 인식하고 자신의 소비가치를 명료화해보는 내용을 고학년에서 더 늘리되 과목의 특성

을 고려할 때 사회와 국어에서 더 증가시키는 것이 필요하다.

4) 검약 및 재사용 관련 교육

현행 교과서에서 가장 많이 다루어지는 아껴쓰기가 이 영역의 87.9%이다. 학년과 과목에 따른 구분 없이 학용품 아껴쓰기와 학교시설·공공시설 아껴쓰기가 반복되고 있다. 바른생활·도덕의 학교시설 아껴쓰기는 1학년부터 4학년까지 내용의 심화없이 유사하게 반복적이어서 조직원리인 계열성을 충족시키고 있지 못하다. 그리고 한 학년에서도 과목에 따른 특성없이 중복적이다. 예를 들면 우리들은 1학년에 학용품·놀이시설 아껴쓰기가, 슬기로운 생활 1학년에 학용품 아껴쓰기·놀이시설 아껴쓰기가, 바른생활 1학년에 교실물건·공공시설 아껴쓰기가 다루어진다. 한편 상품의 효용을 최대로 사용하는 다른 방법들인 같이쓰기와 다시쓰기의 내용은 국어에서 재사용품의 사용, 사회와 도덕에서 알뜰시장의 개최, 중고물품의 교환, 물려서 쓰기가 아주 미약하게 다루어지고 있을 뿐이다.

앞으로의 교육에서는 아껴써야함을 단순반복적으로 주입하는 도덕과목의 내용을 줄이고, 상품의 사용가치를 최대로 사용하는 다른 방법인 다시쓰기와 같이쓰기의 내용을 도덕 과목에서 늘려 계열성과 통합성을 높이므로 교육효과를 증대시키는 것이 필요하다.

5) 계획적인 소비 관련 교육

현행 교과서에서 이 내용은 저학년 과목인 슬기로운 생활과 바른생활에서부터 다루어진다. 특히 슬기로운 생활 1·2학년에서는 계획구매를 위해 고려해야 할 점을, 사회 3학년에서는 가계부기록과 점점을 통한 계획소비를, 4학년과 5학년에서는 한정된 돈을 가지고 최대의 만족을 얻기 위해 계획적인 결정을 하는 과정등을 통해 계획적인 소비를 계속성과 계열성을 충족시키면서 잘 조직되어 있다. 그러나 5학년 사회의 폐품판 돈의 계획적인 소비결정 내용은 5학년 국어의 알뜰바자회 수익금의 계획적인 소비와 중복적이다. 이는 과목간 통합성이 고려되지 않았음을

나타낸다.

앞으로의 교육에서는 과목간의 중복적인 내용을 줄이고 오늘날 청소년들이 계획구매를 하지 않는 것으로 나타나므로(권미화, 2000), 초등학교 시기부터 구매전에 계획을 수립하고, 정보탐색을 하며, 획득된 정보를 활용하는 내용을 사회와 실과에서 보강하는 것이 필요하다.

6) 동조적·충동적 소비 관련 교육

현행 교육과정에서 이 영역의 내용은 가장 적게 다루어지는데 절대량도 아주 적다. 내용요소 중 광고에 의한 소비현상은 누락되어 학년과 과목을 망라해서 전혀 다루어지지 않고 있다. 그러나 아동들이 광고에 의한 소비충동을 빈번히 경험하고 광고에 의존하여 구매하는 현실 상황을 감안할 때, 광고의 설득적 기능을 알려주고 광고의 내용에만 의존하여 소비를 하는 것의 문제점을 깨닫도록 하는 내용이 가장 우선적으로 포함되어야한다. 특히 어린 연령일수록 광고의 영향을 받기 쉬우므로 저학년 국어에 하루속히 도입하고 고학년 실과에서도 다루는 것이 필요하다.

7) 사회적·상징적 소비 관련 교육

현행 교과서에서는 2학년 바른생활에서 과소비 하지 않기를 다루고, 3학년 국어에서 수입품 선호 경향을 지적하고, 고학년 국어·사회·도덕에서 풍요함과 더불어 생겨난 사회적·상징적 소비의 문제점을 지적하고 있다.

앞으로의 교육에서는 현행 교과서에는 단순히 현상만을 기술하고 있는 과소비 및 외국상품·유명제품의 선호가 지닌 문제점을 줄이려는 내용까지 서술되어야한다. 특히 외국 유명제품을 사용할 경우 국내에서 만드는 것이라도 상표사용료를 지불하게 되므로 외국 유명제품 사용이 사회에 미치는 영향을 인식하도록 교육하여야한다. 또한 사회구성원이라는 인식없이 개인이 경제력이 있다고 해서 물질지향적·소비지향적 소비를 추구할 경우 현사회뿐만 아니라 미래사회에 미칠 영향을 고려한 내용이 포함되어야한다. 이러한 내용이 문제의 현상만 보여주는 국

어 4학년과 도덕 5학년에 서술되는 것이 필요하다.

이상의 분석결과로 볼 때, 현행 소비자가치관교육의 내용은 조직원리인 계속성과 계열성 그리고 통합성을 고려하여 기술되어 있지 못함을 알 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 소비자교육의 근간이라고 할 수 있는 소비자가치관교육을 초등학교에서 실시해온 정도를 양적·질적으로 분석하였다. 주요 결과를 토대로 결론은 내리고 앞으로의 방향에 대한 제언을 하고자한다.

첫째, 초등학교 소비자가치관교육 내용을 분석하기 위해 구성원칙에 따라 내용안을 구성하였다. 7개 내용영역 <소비자개념과 역할 교육>, <욕구의 무한성과 자원의 희소성 교육>, <다양한 소비가치와 생활양식 교육>, <검약 및 재사용 관련 교육>, <계획적인 소비 관련 교육>, <동조적·충동적 소비 관련 교육>, <사회적·상징적 소비 관련 교육>과 내용요소로 구성하였다. 학교교육에서 소비자가치관교육이 차지하는 비중을 보면, 80년대 초반의 교육과정인 4차에서 0.7%였으나 현재 1.1%이다. 여전히 비중은 낮지만 점차 증가되어왔다는 점이 바람직하게 여겨진다.

둘째, 내용영역별로 볼 때, 4·5·6차 교육과정 모두에서 많이 다루어지는 영역은 <검약 및 재사용 관련 교육>과 <계획적인 소비 관련 교육>이고 적게 다루어지는 영역은 <소비자개념과 역할 교육>과 <동조적·충동적 소비 관련 교육>이다. 특히 비율로 볼 때 <검약 및 재사용 관련 교육>의 교육량은 <동조적·충동적 소비 관련 교육>의 25배 이상이라는 상당한 격차를 보인다. 안쓰고 아껴쓰는 검약과 재사용 교육도 중요하지만 대중소비사회라는 사회적 변화흐름에 맞는 교육이 실시되어야한다. 즉 재화의 구매 선택시 타인에 의한 동조나 광고·경품에 의한 선택이 아닌 자신의 본질적인 욕구를 충족시키는 주체적인 선택을 하는 교육을 실시하고, 소비자가 내적 동기에 의해 상품의 효용가치를 최대도 사용하도록 하는 교육이 필요하다. 따라서 앞으로 보다 체계적인 소비자가치관교육이 실시되기 위해서는 특정 영역에 편중되지 않도록 영역들간의 교육 비율을 균형있게

조정하여야 한다.

셋째, 초등학교 소비자가치관교육의 학년별 분석 결과, 점차로 학년간 교육량의 격차가 줄어들었고 가치관교육이 저학년에서도 많이 실시되고 있어 바람직하다. 그러나 현행 교육과정의 경우 6학년 교육량이 적으므로 증가되는 것이 필요하다.

과목별 분석 결과, 소비자가치관교육 내용을 다룬 과목은 국어, 사회, 도덕, 실과이다. 국어, 사회, 도덕은 이전 보다 현행 교육과정에서 가치관교육을 다룬 비율이 가장 높으나 실과만은 점차 감소되어 현행 교육과정에서 소비자가치관교육을 다룬 비율이 상당히 낮아졌다. 새로 고시된 7차 교육과정에서는 실과 과목이 5·6학년만을 대상으로 실시되고 내용도 용돈관리와 자원활용하기라는 기능 중심의 내용을 다루어 학습시기와 내용범위가 더욱 제한적이 되었다. 이는 시대적 흐름에 맞는 적절한 변화로 볼 수 없다. 실과 과목의 연구진과 집필진에게 소비자가치관교육의 중요성과 구체적인 교육내용이 전달되는 것이 필요하다.

한편 그 동안 국어는 소비자교육 실시 과목으로 검토되지 않았으나 현행 교육과정의 경우 국어에서의 소비자가치관교육량이 실과 보다도 많다. 앞으로는 국어 과목에서 소비자가치관교육 내용을 강화하는 것이 필요하며 유용한 방법이다.

넷째, 소비자가치관교육이 단일 과목이 아닌 여러 과목에 분산되어 실시되더라도 학년과 과목의 특성에 따라 교육내용이 배치되어 누락이나 중복됨없이 도입·발전되어야 한다. 현행 소비자가치관교육 내용을 조직원리에 따라 세부분석한 결과, <검약 및 재사용 관련 교육>의 아껴쓰기는 학년과 과목별 구분 없이 반복·중복적으로 다루어지고 <동조적·충동적 소비 관련 교육>의 광고에 의한 소비현상 요소는 누락되어 전혀 다루어지지 않고 있다. 또한 <욕구의 무한성과 자원의 희소성 교육> 내용은 어린시절부터 체득화되어야 할 내용이지만 저학년(1-3학년)에서는 전혀 다루어지지 않아 도입시기의 문제점을 지녀 학습효과를 낮추고 있다. 그러므로 현행 소비자가치관교육 내용은 조직원리인 계속성과 계열성, 통합성을 고려하여 조직되어 있지 못하다고 볼 수 있다.

앞으로 체계적인 소비자가치관교육이 실시되기 위해서는 반복·중복된 요소의 내용을 줄이고 누락된 내용요소들을 포함시키는 것이 필요하다. 특히 <욕구의 무한성과 자원의 희소성 교육>의 내용이 저학년 슬기로운 생활에 도입되어 어린 연령부터 우선순위가 높은 진정한 욕구를 충족시키는 소비자가치관을 갖도록 하여야 한다. 저학년의 아동들은 구체적인 사실을 기초로 교육하여야 하므로 아동들이 흔히 접하는 용품과 사례를 소재로 하여 내용이 서술되어야 한다.

또한 광고가 소비생활에 미치는 영향력은 어린 아동일수록 크다. 저학년 아동을 대상으로 광고된 제품의 품질 및 성능 검사를 하고 광고내용과 비교함으로써 광고의 설득적 측면을 인식하도록 교육하여야 한다. 그러므로서 광고에만 의존한 소비행위는 자신의 진정한 욕구를 충족시켜주는 것이 아닐 수도 있음을 깨닫고 소유한 화폐를 가지고 개인적·사회적으로 충분한 가치실현을 하도록 하는 내용이 저학년의 슬기로운 생활과 국어에서 도입되고 고학년 실과에서 다루는 것이 절대적으로 필요하다.

한편 아껴쓰기 가치관교육도 과거에는 물자가 부족하므로 당연히 아껴쓰기를 해야했지만 오늘날과 같이 물자가 풍부한 대중소비사회에 사는 소비자에게는 아껴써야한다는 단순주입식이 아닌 논리적 근거가 제시되는 것이 필요하다. 즉 현재 물자가 풍부하다고 해서 아끼지 않는다면 미래세대가 써야할 자원을 필요이상으로 미리 써버리게 되므로 지속가능한 발전과 소비를 이루기 위해서는 미래세대를 위해 자원을 보존해야함을 정확하게 전달하는 것이 중요하다.

끝으로 현행 교육과정의 소비자가치관교육에서 누락된 내용요소들을 가급적 빠른 시일에 보완하기 위해서는 교사연수를 통해 소비자가치관교육을 실시하고, 교육을 받은 교사들이 학교마다 자율적으로 활용할 수 있는 자유재량시간을 통해서 초등학생들에게 소비자가치관교육을 실시하는 것이 필요하다.

【참 고 문 헌】

- 교육부(1993). 초등학교 교육과정 해설(Ⅰ), (Ⅱ), (Ⅲ). 대한 교과서 주식회사.
- 김나연(2000). 청소년소비자의 동조적 상표선택행동에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 김영옥(1999). 학교 아동소비자 교육내용의 구성과 분석. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 권미화(2000). 청소년소비자의 소비가치와 소비행동의 합리성. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 박연옥(1997). 초등학교 소비자교육 프로그램 개발에 관한 연구. 동국대 교육대학원 석사학위논문.
- 박종복(1993). 국민학생의 소비행태 분석과 소비자교육의 방향. 한국교원대학교 석사학위논문.
- 박혜선(1990). 의복동조에 관한 연구-의복동조 동기의 유형 관련 변인 및 준거 집단을 중심으로. 서울대학교 박사학위논문.
- 이득연·송순영(1993). 소비자교육 관련 교과서내용 집필 방향. 한국소비자보호원.
- 이득연·송순영(1992). 소비자교육의 교육내용모형 개발연구 -사회교육을 중심으로 -. 한국소비자보호원.
- 이은정(1999). 청소년소비자의 물질주의 성향에 관한 연구-준거집단 영향을 중심으로. 부산대학교 석사학위논문.
- 조영달 외(1994). 초·중·고등학교의 경제교육 관련 교육과정 및 교과서 분석. 국민경제연구소.
- 편세린(1997). 청소년의 소비지향적 태도와 과소비 성향에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 한국소비자보호원(1992). 학생 소비 행태와 학교소비자교육 실태. 한국소비자보호원.
- Belk, R.W. Bahn, K.D. and Mayer, R.N.(1982). Developmental recognition of consumption symbolism. *Journal of consumer Research* 9(June), 4-17.
- Center for Consumer Education Services(1980). *Competency based consumer education*, (ERIC Document Reproduction Service No. ED 201842).
- Connecticut State Department of Education(1983). *Consumer education curriculum* (ERIC Document Reproduction Service No. ED 239084).
- Krippendorff, K.(1980). *Content analysis: an Introduction to its methodology*. Sage Publications, Inc..
- McNeal, J.U.(1987). *Children as consumers: insight and implication*. Lexington. M. A.: D.C. Health and Company.
- Shepherd & Ragan(1982). *Modern elementary curriculum*. NY: Holt, Rinehart and Winston.
- Smith, B.O., Stanley, W.O. and Shores, J.H.(1957). *Fundamentals of curriculum development*. Yorkers-on-Hudson. NY: World Book.
- Taba, H.(1962). *Curriculum development: theory and practice*. NY: Harcourt Brace Jovanovich.
- Tyler, R. W.(1970). *Basic principles of curriculum and instruction*. Chicago : The University of Chicago Press.
- Zais, R. S. (1976). *Curriculum: principles and foundations*.. NY: Thoma Crowell.