

취학기 아동·청소년 소비자교육의 연구동향*
-연구주제, 연구방법 및 교육대상을 중심으로-

김 나 연*·이 기 춘**

서울대학교 소비자학과 박사과정*·서울대학교 소비자학과 교수**

A Study of Consumer Education Research on School-Aged
Children and Adolescents
Focused on Research Subject, Method and Target of Education

Na-Youn Kim* · Kee-Choon Rhee**

*Dept. of Consumer Studies and Resource Management, Seoul National University**

*Dept. of Consumer Studies and Resource Management, Seoul National University***

Abstract

This study aimed to review the field of research about consumer education on children and adolescents who are in school age. To do the inquiry, 25 researches were collected from the year of 1986 to 2004. First, those researches were classified by subject. It turned out that most of the research were investigated to figure out how the consumer education can be more efficient. Secondly, the researches were grouped by the measurement method. 9 researches used questionnaire, 6 researches made experimental research, and 6 researches conducted content analysis. Thirdly, all the research was categorized by the beneficiary of education. 8 projects were targeted at grade schooler, 4 were for junior high school student, 6 were for high school student and 4 were for adolescent.

주제어(Key Words) : 소비자교육, 학교 소비자교육, 청소년소비자, 아동소비자.

* 본 논문은 2005년도 서울대학교 생활과학연구소의 일부 연구비 지원으로 수행되었음.

1) 교신저자 : 김나연(ciao11@empal.com)

I. 서 론

1. 문제제기

21세기에 들어서면서 소비자들이 경험하는 시장은 더욱 빠른 속도로 변화하고 있다. IT산업의 발달과 더불어 기존에 볼 수 없었던 새로운 형태의 시장들이 등장하고 있으며, 이에 따라 소비자들이 경제생활의 주체로서 활동하는 소비 시장은 과거의 익숙한 형태가 아니다. 소비생활의 환경변화로 인해 소비자들은 예전에 미처 경험하지 못했던 각종 소비자문제를 경험하게 되는데, 이로 인해 소비자들의 대처능력 개발이 중요해지고 있다(박명희 외, 1995). 이러한 소비자들의 대처능력 개발에 효과적인 방법은 소비자교육을 실시하는 것이다. 소비자교육은 미시적으로는 현대 경제사회에서 다양한 소비자역할을 수행할 수 있도록 소비자능력을 향상시키고, 소비자사회화를 촉진하여 합리적이고 건전한 소비자시민의 자질을 갖추게 하며, 거시적으로는 소비자주권의 주체인 소비자의 합리적 선택을 통해 시장경제체제가 제대로 기능하도록 하기 때문이다(이기춘·서정희, 1992).

우리나라에서는 1980년대 처음으로 소비자교육에 관한 연구가 시작된 이래 점차 그 중요성이 강조되어 다양한 연구가 수행되어 왔다. 특히, 아동기에서 청소년기에 이르는 취학기 동안 바르게 정립된 소비자 의식이 이후 개인의 일상 생활에 꾸준히 영향을 미친다는 점에서 이들을 대상으로 한 소비자교육 연구가 부각되었으며, 이와 더불어 취학기 아동·청소년들이 체계적으로 공부하는 학습의 장인 초·중·고등학교 학교교육에서의 소비자교육에 대한 연구도 증시되었다.

그러나 성공적인 소비자사회화를 위한 아동과 청소년 소비자교육에 대한 연구가 다양하게 이루어진 반면 이 연구들이 세부적으로 누구를 대상으로 어떠한 관심사를 가지고 어떻게 연구가 진행되어 왔는가에 대한 연구는 찾아볼 수 없다. 유일하게 소비자교육의 연구동향에 대해 살펴본 이기춘·이승신(2000)의 연구는 1990년부터 1999년 사이에 발표된 소비자교육관련 연구에 소비자정보제공에 관한 연구를 포함시켜 살펴보고 있는데, 대상별 분류에서 취학기를 아동·청소년으로만 구분하였으며, 연구의 시대적 흐름 보다는 연구주제에 따른 대상별 분류에 초점을 맞추었다. 그 외 소비자교육과 관련된 주제로 연구동향을 살펴본 연구들로는

가정학 관련분야의 학회지인 대한가정학회, 소비자학연구, 한국가정관리학회지에 게재된 소비자관련 연구의 전반에 대하여 살펴본 연구(김기옥 외, 2000), 한국가정교육학회지에 게재된 논문 전반에 대하여 분석한 연구(윤인경, 2001), 한국가정교육학회지에 게재된 논문 중 질적 연구방법을 이용한 논문들에 대하여 연구 동향을 살펴본 연구(류상희, 2001) 등이 있다. 이 중 김기옥 등(2000)의 연구는 소비자관련 연구 전반에 걸쳐 다루어졌으므로 소비자교육은 주제 분류 중 한 분야에 불과하여 소비자교육 관련 주제영역을 세분화하여 살펴볼 수 없으며, 윤인경(2001)과 류상희(2001)의 연구는 특정 학회지에 한정하여 대상을 설정하였고 소비자교육이 아닌 전반적인 가정과 교육을 중심으로 연구가 진행되었다.

위에서 살펴본 바와 같이 소비자교육, 특히 취학기 아동·청소년을 대상으로 한 교육은 그 중요성에도 불구하고 이들을 대상으로 한 소비자교육의 연구동향에 대한 연구는 아직 제대로 이루어지지 않았다. 취학기 아동·청소년 대상 소비자교육과 학교교육에 대한 연구는 그 교육적 효과와 영향력을 고려해 볼 때 어떤 목적을 가지고 연구를 진행할 것인지, 교육 대상을 누구로 설정할 것인지, 그리고 어떠한 연구방법으로 연구를 진행할 것인지의 각 과정에서 세심한 주의가 요구된다. 이를 위해서는 먼저 지금까지 진행되어온 연구에 대하여 일정한 연구 틀에 맞추어 그 연구의 주제와 교육 대상, 연구방법에 대해 분석해 볼 필요가 있다. 기존연구에 대한 심층분석은 이후 취학기 아동·청소년을 대상으로 한 소비자교육에 관한 연구들이 강조해야 할 바와 나아갈 방향을 제시할 수 있을 것이다.

2. 연구목적 및 연구문제

본 연구는 취학기 아동·청소년 소비자를 대상으로 실시된 소비자교육에 관한 기존연구들을 연구주제와 연구방법, 교육대상에 따라 분석하고 이 분석에 기초하여 지금까지 진행되어 온 연구들의 문제점을 찾아보고자 한다. 이를 통해 지금까지의 취학기 아동·청소년 소비자교육 관련 연구의 동향 및 실태를 파악하고 연구 결과 보다 시급한 소비자교육 연구 주제 영역 및 교육 대상을 확인하여 후속 소비자교육 연구를 위한 기초를 제공하고자 한다. 이러한 연구 목적을 달성하기 위하여 본 연구는 취학기에 속해있는 아동·청

소년들이 연구 대상으로 설정된 소비자교육 관련 연구, 그리고 취학기 아동·청소년의 체계적 학습의 장인 학교 소비자교육에 관한 연구를 분석 대상으로 하였다.

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

- 연구문제 1) 취학기 아동·청소년 소비자교육관련 논문들의 일반적 동향은 어떠한가?
- 연구문제 2) 대상 논문들의 연구주제는 영역별로 어떻게 분류되는가?
- 연구문제 3) 대상 논문들의 연구방법 및 자료수집 유형은 어떠한가?
- 연구문제 4) 대상 논문들의 교육 대상은 각각 누구인가?

II. 분석자료 및 연구방법

1. 분석자료 및 특성

본 연구는 아동·청소년 소비자를 대상으로 진행된 소비자교육에 관한 기존연구들을 연구주제와 연구방법, 교육대상에 따라 분석하여 지금까지 진행되어 온 연구들의 문제점을 발견하고 후속 연구에 방향을 제시하고자 한다. 이를 위

해 소비자교육에 관한 연구가 처음으로 시작된 1980년 대 이후의 연구들을 조사하였다. 본 연구의 분석대상은 전국규모의 생활과학 관련학회에서 발간한 학술지에 게재된 논문으로 논문제목과 주제어로 “소비자교육”을 명시하였으며 취학기 아동과 중고등학생, 청소년을 대상으로 한 것이다. 이 기준에 따라 대상 논문을 수집한 결과 대한가정학회지 4편, 한국가정교과교육학회지 10편, 한국가정관리학회지 4편, 소비자학연구 4편, 소비문화연구 2편, 한국생활과학회지 1편이 본 연구에 이용되었다.¹⁾

1980년대에 진행된 소비자교육과 관련된 연구는 김순미(1982)의 소비자교육 정립을 위한 기초 연구와 이기춘(1986)의 청소년 소비자를 위한 소비자교육에 관한 연구, 그리고 박명희(1987)의 소비자교육내용을 중심으로 본 중학교 가정·기술의 남녀공수(共修)에 따른 교과과정 구성에 대한 연구 등 3편이 있는데, 이 중 김순미(1982)의 연구는 취학기 아동·청소년의 소비자교육과 관련된 내용이 아닌 일반적 소비자교육의 내용을 다루었으며, 박명희(1987)의 연구는 학회지 게재 논문이 아닌 학술대회 발표 논문이므로 본 연구대상에서 제외되었다.

본 분석에 사용된 연구 자료의 특성은 <표 1>과 같다.²⁾

<표 1> 연구 분석 자료의 특성

연월	저자	논문제목	간략내용	조사대상	교육대상	조사방법
1986 12	이기춘	청소년 소비자를 중심으로 한 소비자교육에 관한 연구	소비자지식, 소비자태도, 소비자 능력에 영향을 미치는 요인 확인	청소년	청소년	설문조사
1990 11	김승아 성영신	소비자 교육이 어린이의 정보 처리에 미치는 영향	정보처리 능력의 증가가 단순 연령 증가만이 아니라 지식의 증가와 밀접한 관련이 있으며 사전지식뿐만 아니라 절차지식과도 관련되어 있음을 밝힘	초등학교 3학년 6학년	초등학생	실험연구
1992 06	이기춘 서정희	우리나라 고등학교 소비자교육의 강화방안 : 소비자교육 관련 교과내용 분석을 중심으로	소비자교육에 포함되어야 할 내용을 설정, 5차 교육과정상 소비자교육의 내용을 분석하고 강화되어야 할 소비자교육의 내용을 확인	중학생 고등학생	청소년	문헌조사

1) 각 학회지별로 창간년도 및 간행 시기는 다음과 같다. ‘대한가정학회지’는 1959년 창간, 1973년에 계간으로, 1995년 연 6회로, 1998년 이후 연 12회로 중간되었다. ‘한국가정교과교육학회지’는 1989년에 창간되었으며 1994년에 연 2회, 2000년에 연 3회, 2003년 연 4회로 중간되었다. ‘한국가정관리학회지’는 1983년에 창간, 연 2회 발행되었으며 1995년부터 계간지로, 2001년부터 연 6회로 중간되었다. ‘소비자학연구’는 1990년 창간, 연 2회 발간되었고 1998년부터 연 4회 발간되고 있다. ‘소비문화연구’는 1998년에 창간되어 1999년에 연 2회, 2000년 연 3회, 2004년부터 연 4회 발간된다. ‘한국생활과학회지’는 1992년 ‘충북가정학회지’로 처음 발간되었으며, 1996년 연 2회, 1999년 연 3회, 2000년 연 4회, 2003년 연 5회, 2004년 연 6회로 중간되었다.

2) <표1>에서 ‘조사대상’은 분석 자료에서 연구를 수행하기 위해 선정된 대상이며, ‘교육대상’은 분석 자료에 포함된 연구들이 실제 교육에서 대상으로 설정한 학습자이다.

<표 1> 연구 분석 자료의 특성 (계속)

연월	저자	논문제목	간략내용	조사대상	교육대상	조사방법
1994 12	이숙희 윤인경	가정과 소비자 교육의 개념학습 모형 적용 연구	효과적인 소비자개념학습을 위해 수업지도안 작성, 실제수업을 통해 소비자지식의 학업 성취도와 현장 적용가능성 확인	고등학교 1학년	고등학생	실험연구
1995 12	이기춘 박수경	개방화에 대한 소비자의식과 소비자교육정책	개방화에 대한 소비자 인식수준과 태도, 개방화에 대비해 요구되는 소비자교육내용과 방법을 파악, 소비자교육의 정책방향을 모색	중학생 고등학생 대학생	청소년	설문조사
1995 12	박명희 허형 박명숙	가정과 교육에 있어서 소비자교육의 교수·학습방법에 관한 개발연구 - 문제해결 중심 학습모형개발을 중심으로	중학교 가정교육에서 소비자교육의 효과를 높이기 위해 문제해결 중심의 학습모형 개발, 이를 기존의 설명위주 교수법 및 성별에 따라 학습효과에 차이가 있는가를 평가	중학생	중학생	실험연구
1997 06	이수희	소비자능력 향상을 위한 고등학교 가정과 소비자교육 수업 모형 개발 연구	고등학교 가정과 교과서의 소비자교육 내용을 재구성, 각 영역에서 길러야 할 소비자능력 설정, 이 능력을 향상시킬 수 있는 실천적인 소비자교육 수업모형 개발	고등학생	고등학생	문헌조사
1998 12	박명숙	학습자가 실생활에 도움이 된다고 인지한 소비자교육 내용과 방법 관한 연구 - 인문계와 실업계 고등학교의 비교	소비자교육 내용 중 학습자가 실제 소비생활에 도움이 된다고 인지하는 학습영역 분야와, 학습 내용별로 효과적인 교수방법은 무엇인지를 조사하여 학습자 입장에서 요구하는 소비자 교육 내용과 적합한 교수방법을 제시	고등학생	고등학생	설문조사
1999 12	박승련 박명희	초등학교 소비자교육에 관한 연구-교육과정 및 교사의 인식과 요구를 중심으로	초등학교 교사들의 소비자교육에 대한 인식과 요구를 살펴보고 교원양성기관인 교육대학의 교육과정을 살펴봄으로써 현황을 파악하여 후속 대안을 모색	초등학교 교사	초등학교 교사	문헌조사 설문조사
2000 30	김영옥 이기춘	초등학교 소비자교육 내용의 변화 및 현황 분석-1980~90년대 소비자교육내용을 중심으로	4·5·6차 교육과정에서의 소비자교육 실시 정도와 아동소비자 교육내용 영역별 실시 정도의 변화를 분석, 연구 당시 소비자교육 내용이 체계적으로 조직되어 있는가를 과목 및 학년별 분석을 통해 파악	초등학교 교과서	초등학생	문헌조사
2000 08	장안나 이연숙	초등학교 교사의 소비자 교육에 관한 필요도-요구도와 관련 변수	초등학교 교사의 학교소비자교육에 대한 실태 인식과 요구도를 분석하고 관련 변수를 파악함으로써 이후 초등학교 소비자교육을 위한 기초 자료를 제공	초등학교 교사	초등학교 교사	설문조사
2001 02	성영애 외	아동소비자의 화폐관리교육 프로그램-초등학교 고학년을 대상으로	초등학교 3학년~6학년 학령기 아동의 화폐관리를 위한 구체적이고 실질적인 교육프로그램 개발	초등학교 3학년~6학년	초등학생	문헌조사

<표 1> 연구 분석 자료의 특성 (계속)

연월	저자	논문제목	간략내용	조사대상	교육대상	조사방법
2001 02	김영옥	초등학교 소비자가치관교육 내용분석	4·5·6차 초등학교 교과서를 대상으로 내용분석을 실시, 내용영역과 내용요소를 구성하고, 4·5·6차 교육과정 개정에 따른 학교 교육에서의 소비자가치관의 비중을 파악하여, 4·5·6차 교육과정 개정에 따른 소비자가치관 교육 내용을 학년과 과목별로 분석	초등학교 교과서	초등학생	문헌조사
2001 03	김시월	소비자 교육 내용 및 소비자 특성별 소비자 교육용 시청각 교구 개발에 관한 연구	소비자를 청소년(고등학생, 대학생), 성인 등으로 분류, 소비자특성에 따라 실질적이고 구체적인 시청각 교육자료 개발	청소년 성인	청소년	설문조사
2001 04	제미경 김효정	소비자교육 유무에 따른 초등학생의 소비자능력 평가에 관한 연구-경남지역 민간소비자단체의 소비자교육 실시를 토대로	소비자교육 프로그램의 효과 실측을 위해 민간소비자단체에서 초등학생을 대상으로 실시하는 소비자교육프로그램의 내용을 김영옥(2000)의 초등학교 소비자교육내용 분석에 기초하여 살펴보고, 이러한 소비자교육이 초등학생의 소비자능력을 어느 정도 향상시키는지 설문지를 통하여 평가	초등학교 4학년~6학년	초등학생	실험연구
2001 12	김시월	소비자교육용 CD-ROM 제작 및 개발에 관한 기초 연구-청소년의 소비자 교육용 컴퓨터 관련 매체의 선호를 중심으로	고등학교 청소년 소비자를 위한 구체적인 교육용 CD-ROM을 개발하기에 앞서 CD-ROM을 포함하는 컴퓨터 관련 매체에 대한 선호를 파악	고등학생	고등학생	설문조사
2002 02	김지경 양정혜 박인순	학교소비자교육 지원 기관을 위한 방향 모색	일본과 북유럽의 소비자교육 지원 체계의 웹사이트 분석을 통해 우리나라 학교소비자교육을 지원하기 위한 체계의 필요성을 인식하고 소비자교육의 바람직한 방향을 모색	웹사이트		웹사이트 분석
2002 02	박명희	N세대를 위한 소비자 교육정책연구-사회적 지원시스템의 구축을 중심으로	디지털 사회에서 살아갈 N세대 소비자의 특성을 파악하고 이들을 위한 소비자교육의 목표와 내용, 방법 및 디지털사회에서의 소비자교육 사회적 구축방안을 확인, 이를 실현시키기 위한 소비자교육 정책의 방향을 모색	소비자교육 관련학자, 학교 소비자교육 담당교사, 소비자교육 담당 소비자단체 실무자, 기업의 소비자상담 실무자, 고등학생, 대학생	고등학생	문헌조사 심층면접
2002 12	제미경 김영옥	소비자교육과 관련 변수가 초등학교 학생의 소비자능력에 미치는 영향	아동을 대상으로 소비자교육 프로그램을 실시, 통제집단과 실험집단을 대상으로 사전·사후 소비자 능력을 측정하여 소비자교육의 효과를 체계적으로 검증	초등학교 5학년	초등학생	실험연구

<표 1> 연구 분석 자료의 특성 (계속)

연월	저자	논문제목	간략내용	조사대상	교육대상	조사방법
2003 01	이승신 김민정 조정자	7차교육과정의 학교소비자 교육내용 분석-중학교 1, 2학년 「기술·가정」을 중심으로	정보화 사회에 필요한 정보이용 교육을 포함시킨 소비자교육내용을 기준으로 삼아 7차교육과정의 중학교 「가정·기술」 교과서를 대상으로 쪽수를 이용하는 양적 분석을 실시	중학교 교과서	중학생	문헌조사
2003 04	김영옥 제미경	초등학생용 소비자교육 멀티미디어 콘텐츠 개발을 위한 연구-초등학교 3~4학년을 대상으로	하이퍼미디어 학습 환경에서의 교육 프로그램 개발방법에 기초, 체계적인 소비자교육을 실시하는데 이용할 수 있는 초등학교 3~4학년을 대상으로 한 소비자교육 멀티미디어 콘텐츠를 개발	초등학교 3학년 4학년	초등학생	문헌조사
2003 09	황현정 이연숙	환경친화적 소비자교육에 대한 중학생의 요구도 및 관련변수	환경친화적 소비자교육에 대한 요구도를 분석, 관련변수를 파악함으로써 환경친화적 소비자교육을 위한 후속연구의 기초 자료를 제공	중학생	중학생	설문조사
2003 09	김영옥	인터넷 기반 아동소비자 교육 프로그램 개발 및 적용	아동의 발달적 특성과 소비자학적인 관점을 고려하여 인터넷 기반의 체계적인 소비자교육프로그램을 개발하고 여기서 개발된 소비자교육프로그램의 효과를 검증	초등학생	초등학생	실험연구
2004 08	함현정 유두련	중학생의 과소비성향과 소비자교육 프로그램 개발에 관한 연구	청소년들의 과소비성향에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해 대중매체·친구의 영향, 학교에서의 소비자교육과 가정환경의 영향정도 및 구매 행동 제어 변인에 대해 살펴보고, 이 결과에 기초하여 과소비성향을 개선하기 위한 소비자교육프로그램을 개발	중학교 1학년 2학년	중학생	설문조사
2004 12	유지연	청소년의 학교 소비자 교육 프로그램 개발	프로그램 환경과 대상자 분석, 요구분석, 프로그램 목표 설정, 수업계획 작성, 관리 계획작성, 평가 계획 작성의 단계를 통해 청소년들이 실생활에서 활용할 수 있는 실질적·효율적인 학교 소비자교육 프로그램을 개발	청소년	청소년	문헌조사

2. 분석방법

(1) 소비자교육 강화방안

취학기 아동·청소년 소비자들을 대상으로 한 소비자교육과 학교교육의 연구주제, 대상, 연구방법을 살펴보기 위하여 소비자교육, 가정과 교육, 소비자연구에 대한 기존의 연구동향 논문들(이기춘·이승신, 2000; 김기옥 외, 2000; 윤인경, 2001; 류상희, 2001)의 분류방식을 살펴본 결과, <표 2>와 같았다.

이러한 선행연구의 분류방식에 기초하여, 본 연구는 다음과 같이 분석을 실시하였다.

- 1) 연구동향의 전반적 분석
- 2) 연구주제

- ① 교육과정 및 교과서 : 초·중·고등학교 교과과정의 개편에 따라 각 교육과정 및 교과서에서 다루는 소비자교육 내용의 분석에 관한 연구
- ② 교수·학습방법(교육프로그램 개발) : 취학기 아동·청소년 소비자를 대상으로 보다 효과적인 소비자교육을 실시하기 위해 다양한 학습이론 모델과 프로그램 개발 이론에 기초하여 새로 개발한 교육프로그램을 다룬 연구
- ③ 교육평가 : 현존하는 소비자교육 프로그램을 실제로 시행, 교육의 효과를 확인하고자 한 연구
- ④ 교사교육 : 학교 소비자교육의 담당 교사를 대상으로

<표 2> 선행 연구의 분류방식

연구자	이기춘·이승신 (2000)	김기옥 외 (2000)	윤인경 (2001)	류상희 (2001)
분석 대상	소비자학연구, 대한가정학회지, 한국가정관리학회지, 한국가정과교육학회지, 소비문화연구, 소비자문제연구에 수록된 1990년대 소비자교육 관련 논문 79편	대한가정학회지, 한국가정관리학회지, 소비자학연구에 게재된 소비자 관련 분야 연구 논문 417편	한국가정과교육학회지 게재 논문 142편	한국가정과교육학회지 내 질적 연구를 수행한 논문 22편
분류 방식	1. 연구 영역별 2. 연구 영역에 따른 연구 주제별 3. 연구 영역에 따른 연구 대상별	1. 연구동향의 전반적 분석 2. 한미가 논문주제분야 비교 3. 연도별 연구주제 동향 4. 분석방법 추이	1. 학회지 발행현황과 논문 분량 2. 연구 영역별 분포와 시대별 변천 3. 연구의 유형 4. 자료수집 방법 5. 자료 분석 통계기법 6. 연구 대상자 7. 논문의 체제 8. 연구자의 특성 9. 기타사항	1. 연구주제 2. 연구대상(내용) 3. 연구방법 4. 자료 분석 방법 5. 지적 전통

소비자교육에 대한 인식과 실태, 요구 수준을 살펴본 연구

⑤ 교육지원 : 학교 소비자교육 강화를 위하여 외국의 사례를 통해 다양한 지원체계의 역할을 살펴본 연구

(2) 소비자교육 요구분석 : 취학기 아동·청소년들이 요구하는 소비자교육 내용은 무엇인가에 대하여 확인한 연구

(3) 소비자능력 관련 : 소비자교육의 목표인 소비자능력 향상에 초점을 맞춘 연구

3) 연구방법 및 자료수집 유형별 분석

(1) 연구 방법 : 실험연구, 조사연구, 내용분석, 심층면접, 전문가 평가

(2) 자료수집 방법 : 문헌조사, 설문조사, 실험법, 면접법, 기타

4) 교육의 대상

III. 연구결과

1. 연구동향의 전반적 분석

본 연구에서 분석에 사용된 논문들은 1986년부터 2004년까지 대한가정학회지, 한국가정과교육학회지, 한국가정관리학회지, 소비자학연구, 소비문화연구, 한국생활과학회지에 발표된 논문 총 25편이다. 학회지별로 본 연구에 포함된 논문의 편수는 <표 3>과 같다.

연도별 논문편수의 변화를 살펴보면 1980년대에 한 편의 논문에서 시작하여 1990년대 중반 이후 꾸준히 관련 연구가 발표되고 있음을 <표 4>를 통해 확인할 수 있다. 특히 2000년 이후 연구논문의 수가 16편으로 전체 연구 중 64.0%를 차지하고 있다. 이러한 결과는 2000년 들어 취학기 아동·청소년의 소비자교육에 대한 연구가 활발히 진행됨을 보여주는데, 특히 본 연구의 분석 자료가 수록된 주 학술지인 '한국가정과교육학회지'에서 2000년 이후 소비자교육에 대한 연구 증가가 두드러진다.

<표 3> 학회지별 논문편수 및 백분율

학회지	분석대상 논문 수	백분율(%)	학회지	분석대상 논문 수	백분율(%)
대한가정학회지	4	16.0	한국가정교육학회지	10	40.0
한국가정관리학회지	4	16.0	소비자학연구	4	16.0
소비문화연구	2	8.0	한국생활과학회지	1	4.0

<표 4> 연도별 논문편수 및 백분율

년도	1986	1990	1992	1994	1995	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	계
편수	1	1	1	1	2	1	1	1	2	5	3	4	2	25
백분율(%)	4.0	4.0	4.0	4.0	8.0	4.0	4.0	4.0	8.0	20.0	12.0	16.0	8.0	100.0
누적편수	1	2	3	4	6	7	8	9	11	16	19	23	25	25
백분율(%)	4.0	8.0	12.0	16.0	24.0	28.0	32.0	36.0	44.0	64.0	76.0	92.0	100.0	100.0

2. 연구주제별 연구 동향

취학기 아동·청소년 소비자를 대상으로 하는 소비자교육의 연구동향을 분석하기위해 수집된 자료를 그 주제에 따라 각각 소비자교육 강화방안, 소비자교육 요구분석, 소비자능력 관련요인에 따라 분류하면 다음과 같다.

먼저, 본 연구의 자료들의 대부분이 소비자교육의 강화방안으로 분류되었다. 그 중 교수학습방법에 대한 연구들, 즉 보다 효과적인 교육프로그램개발을 위한 연구들이 가장 많

았는데, 그 내용을 살펴보면 개념·교수 학습이론 모델에 근거하여 소비자교육 내용에 관한 수업지도안을 작성, 효과를 살펴본 이숙희·윤인경의 연구(1994), 소비자교육의 효과를 높이기 위해 문제해결 중심의 학습모형을 개발한 박명희·허형·박명숙의 연구(1995), 실천적 소비자교육 수업모형을 개발하고자 했던 이수희의 연구(1997), 소비자교육에 사용되는 다양한 교수방법 중 효과적인 교수학습방법을 조사한 박명숙의 연구(1998)등이 1990년대에 실시되었다. 또 아동소비를 대상으로 구체적인 화폐관리 방법원리를 반영

<표 5> 연구주제별 연구동향

주제별 분류	연구자 및 연구 발표 년도	편수	
소비자교육 강화방안	교육과정 및 교과서	이기춘·서정희(1992), 김영옥·이기춘(2000), 김영옥(2001), 이승신 외(2003)	4
	교수학습방법 (교육 프로그램 개발)	이숙희·윤인경(1994), 박명희 외(1995), 이수희(1997), 박명숙(1998), 성영애 외(2001) 김시월(2001), 김영옥·제미경(2003), 김영옥(2003), 함현정·유두련(2004), 유지연(2004)	10
	교육평가	김승아·성영신(1990), 제미경·김효정(2001), 제미경·김영옥(2002)	3
	교사관련	박승련·박명희(1999), 장안나·이연숙(2000)	2
	교육지원	김지경 외(2002)	1
소비자교육 요구분석	이기춘·박수경(1995), 김시월(2001), 박명희(2002), 황현정·이연숙(2003)	4	
소비자 능력관련	이기춘(1986)	1	
계		24	

한 교육프로그램을 개발하고자 한 성영애 등의 연구(2001), 소비자들이 선호하는 새로운 시청각 매체를 이용하고자 한 김시월의 연구(2001a), 멀티미디어 콘텐츠를 이용하여 초등학생 소비자교육에 사용하고자 한 김영옥·제미경의 연구(2003), 인터넷 기반의 소비자교육프로그램을 개발한 김영옥의 연구(2003), 청소년들의 과소비성향을 분석, 이에 기초하여 과소비성향 억제를 위한 교육프로그램을 제작한 함현정·유두련의 연구(2004), Pennington & Green의 프로그램 개발과정에 따라 실천적 문제 해결을 위한 학교 소비자교육 프로그램을 개발한 유지연(2004)의 연구 등이 있다. 이 연구들을 살펴보면 1994년 첫 연구가 시작된 이래로 1990년대에는 개념중심이 아닌 구체적, 실천적 교육프로그램 개발을 위한 연구가 진행되어 있음을 알 수 있으며, 2001년 이후로 소비자교육의 특정 영역, 즉 화폐관리나 과소비 억제 등을 위한 교육 프로그램들이 개발되는 등 소비자교육프로그램의 내용도 보다 세분화되고 있음이 눈에 띈다. 특히 2000년대에 들어서는 새로운 교육매체로 등장한 멀티미디어 콘텐츠, 인터넷을 이용하는 교육프로그램들이 개발되고 있음이 확인된다.

다음으로 교육과정과 교과서에 대하여 연구를 실시한 경우를 살펴보면 소비자교육과 관련된 중고등학교 교과목 내용분석(이기춘·서정희, 1992), 4·5·6차 초등학교 교과서 내용분석(김영옥·이기춘, 2000; 김영옥, 2001)연구 등이 있다. 여기서 이기춘과 서정희의 연구는 소비자교육과 관련된 교과목으로 가정과, 기술·가정과, 사회과를 선택하였으며, 김영옥은 소비자교육이 학교교육에 도입되기 시작한 1980년대 이래 4·5·6차 교육과정의 전 교과목을 대상으로 하였다. 교육과정에 대한 연구로는 이승신 등(2003)이 정보화 사회에 적합한 학교 소비자교육 개선방향을 고찰하고자 7차 교육과정에 대해 양적분석을 실시한 논문이 발견된다. 교과서나 교육과정상의 소비자교육에 관한 연구는 학교 소비자교육의 중요한 근간을 이루므로 매우 중요한 분야이나 관련 연구 수는 절대적으로 부족한데, 1992년에는 중고등학교 교과서에 대해서, 그리고 2000년에 들어서는 초등학교 교과서에 대한 연구가 실시되었고 교육과정에 대해서는 2003년 연구 한편이 발견되었을 뿐이다. 따라서 초·중·고등학교의 교과서 상의 소비자교육 내용과 교육과정에 포함된 소비자교육 내용에 대해 보다 많은 후속 연구들이

수행되어야 할 것이며, 이 주제영역에 대한 연구들의 양적인 증가는 이후 취학기 아동·청소년 소비자의 소비행동에 미치는 학교 소비자교육의 효과를 분석하는데 이용될 수 있을 것이다.

효과적인 소비자교육방안을 위한 논문 중 교육평가에 대한 논문들도 발견된다. 김승아·성영신의 연구(1990), 제미경·김효정의 연구(2001), 제미경·김영옥의 연구(2002)등 세 편이 그것인데, 김승아와 성영신은 소비자의 실제교육을 통해 절차지식의 교육 효과를 보고자 하였으며, 제미경과 김효정은 민간소비자단체의 소비자교육이 초등학교의 소비자능력을 어느 정도 향상시키는지 측정하였고, 제미경과 김영옥은 아동소비자의 소비능력이 소비자교육에 의해 어떠한 영향을 받는지를 보고자 하였다. 1990년에 실시된 연구의 경우 실제 학교소비자교육의 효과를 살펴본 반면, 2001년과 2002년에 실시된 연구는 소비자교육의 효과를 민간소비자단체를 통해 검증하였다.

소비자교육 강화방안과 관련한 연구 주제로는 또 교사 관련 연구를 들 수 있다. 초등학교 교사들의 소비자교육에 대한 인식과 요구를 살펴보고 교원양성기관인 교육대학의 소비자교육 현황을 파악하여 초등학교 소비자교육을 보다 내실화하고자 했던 박승련·박명희의 연구(1999), 초등학교 교사의 학교소비자교육에 대한 실태인식과 요구도를 분석한 장안나·이연숙(2000)의 연구가 여기에 속한다.

김지경·양정혜·박인순(2002)의 연구는 소비자교육 강화를 위한 연구 중 교육기관에 대한 지원을 중심으로 다루고 있다. 연구자들은 우리나라 학교소비자교육의 연계성에 대하여 문제를 인식, 학교소비자교육이 통합적으로 이루어지고 이를 지원하기 위한 체제가 형성되어 있는 일본과 유럽의 웹사이트 내용분석을 실시하였다.

본 연구에서 자료로 포함된 연구들 중 총 20편이 소비자교육의 강화방안을 그 연구주제로 삼고 있었으며, 그 중 10편이 효과적인 교육학습방법, 교육프로그램개발을 목적으로 하였다. 이러한 연구결과는 취학기 아동·청소년 소비자에게 보다 구체적이고 실용적인 교육을 실시하고자 하는 연구동향을 보여주는 것이라 하겠다. 그러나 취학기 아동·청소년들에게 있어 최고의 교육제공자는 그들의 선생님임을 고려할 때, 교사교육에 대한 연구가 2편에 그친 것은 문제라 생각된다. 교사의 소비자교육에 대한 인식과 태도가 결국

효과적인 소비자교육을 실시하는데 가장 중요한 열쇠가 될 것이기 때문이다.

취학기 아동·청소년 소비자에 대한 소비자교육의 연구 동향 분석 그 두 번째로 소비자교육 요구분석을 실시한 논문들은 1990년대 개방화 시대에 대비하여 요구되는 소비자교육 내용과 방법을 파악하고 이를 통해 소비자교육의 정책방향을 모색하고자 한 이기춘·박수경의 연구(1995)가 발견된다. 2000년대에 들어서는 고등학교 청소년을 위한 교육용 CD-ROM개발을 위해 고등학생을 대상으로 소비자교육의 내용별 선호도를 파악하고자 한 김시월(2001b)의 연구, 디지털 사회에서의 소비환경 변화와 새로운 환경에서 살아갈 N세대의 소비자들을 위한 소비자교육의 목표와 내용을 알아보고 소비자교육의 사회적 구축방안과 소비자교육의 정책방향을 모색한 박명희의 연구(2002), 그리고 환경친화적 소비자교육을 위한 교육의 내용 영역 요구도 및 필요도와 일반적 경향에 대해 살펴본 황현정·이연숙(2003)의 연구 등이 있다.

위에서 살펴본 것과 같이 소비자교육에 대한 요구를 분석한 연구들은 연구당시 사회 환경의 변화에 따라 새롭게 요구되거나 사회조류에 따라 강조되는 교육내용을 담고 있다. 즉, 이기춘·박수경(1995)은 당시의 사회 조류였던 개방화와 관련해서, 박명희(2002)는 디지털 사회의 N세대 소비자 교육과 관련해서, 그리고 황현정·이연숙(2003)은 최근에 더욱 중요시되는 환경친화적 소비와 관련한 교육요구 분석을 시행하였다. 이는 소비자교육의 요구는 사회적 변화와 밀접한 관계가 있음을 보여주는 것으로, 새로운 형태의 시장과 사회에 적응하여 살아가야 하는 소비자들을 위하여 소비자교육의 내용에 관한 연구도 소비자의 요구에 따라 끊임없이 변화·발전해야 함을 보여준다.

주제별 분류에서 마지막은 소비자 능력에 관한 것인데, 본 연구동향 분석에서 능력에만 초점을 맞추어 수행된 연구는 이기춘(1986)의 연구가 유일하다. 분석에서 소비자교육의 목표인 소비자능력 향상을 중심으로 한 연구들이 자료에 포함되지 않은 것은 현재 소비자교육에 대한 연구에서 소비자능력과 그 하위영역인 소비자지식, 기능, 태도가 각각 중요한 하나의 연구영역으로 자리 잡아 본 연구의 자료수집기준인 “논문제목과 주제어로 ‘소비자교육’을 명시한 논문”이라는 조건에 부합되지 않았기 때문이다.

본 연구에 수집된 자료들 중 소비자교육강화방안, 소비자교육 요구분석에 관련된 요인으로서 소비자능력을 검증한 연구로는 김승아·성영신(1990), 이숙희·윤인경(1994), 이기춘·박수경(1995), 이수희(1997), 제미경·김효정(2001), 제미경·김영옥(2002)의 연구 등이 있다.

연구시기별 연구주제의 변화를 살펴보면 1994년부터 2004년에 이르기까지 교수학습방법에 대한 연구는 꾸준히 진행되어 왔음을 확인할 수 있다. 2000년 이후로 급격한 사회의 변화에 따라 능동적인 소비자로서 대처하기 위한 소비자교육 요구분석에 대한 연구가 수행되고 있으며, 소비자교육을 강화하기 위한 방안에 대한 연구에서도 지원체제와 같은 새로운 연구주제가 등장하고 있다. 교육과정에 대한 연구의 경우 1992년에 실시된 이후 8년이 지난 2000년에 다시 수행되었는데 이는 새로운 교육과정의 도입 시기에 맞추어 현행 교육과정을 평가하고 새로운 교육과정에서 문제점을 보완하기 위한 것이라 생각된다.

3. 연구방법 및 자료수집 유형별 분석

본 자료에서 사용된 연구 방법 및 자료수집 유형을 연구 주제별로 정리하면 <표 6>과 같다.

각각의 연구들은 연구목적을 달성하기 위하여 효과적인 연구방법과 자료수집방법을 이용하므로 연구주제는 연구방법, 자료수집과는 깊은 관계가 있다. <표 6>에서 확인할 수 있듯이 본 연구동향 분석에 사용된 자료 중 교육과정 및 교과서에 대해 실시된 연구들(이기춘·서정희, 1992; 김영옥·이기춘, 2000; 김영옥, 2001; 이승신 외, 2003)은 모두 문헌 조사를 통해 내용분석을 실시하여 연구를 진행하였다. 또, 교육 프로그램의 효과를 검증하기 위한 교육평가에 대해서는 김승아·성영신(1990), 제미경·김효정(2001), 제미경·김영옥(2002)의 연구 모두 집단에 대해 사전사후검증을 실시하거나 통제집단과 실험집단으로 구분하는 실험연구를 통해 연구를 수행, 교육의 효과를 확인하였다. 다양한 방식으로 조사가 연구된 주제영역은 소비자교육강화 방안 중 교수학습방법에 대한 부분으로, 설문지를 통한 조사연구로도, 실험연구로도, 또 문헌조사를 통해 학습지도안을 개발하고 전문가의 평가를 받는 방식으로도 이루어지고 있다.

〈표 6〉 연구방법·자료수집 유형별 연구 분류

연구주제 수집		연구방법		내용분석		심층면접	전문가 평가
		조사연구	실험연구	문헌조사	웹사이트	면접법	문헌조사
소비자교육 강화 방안	교육과정 및 교과서			4			
	교수학습방법	3	3				4
	교육평가		3				
	교사관련	2		1			
	교육지원				1		
소비자교육 요구분석		3		1		1	
소비자 능력관련		1					
계		9	6	6	1	1	4

* 두 가지 이상의 연구방법을 병행한 연구들(박승련·박명희, 1999; 박명희, 2002) 이 있어 연구유형별·자료수집방법별 연구 분류의 합계가 본 연구의 총 자료수와 일치하지 않음

본 연구에 사용된 자료들이 가장 많이 이용한 방식은 설문지를 이용한 조사연구로서, 교수학습지도방법이나 교육프로그램 개발(박명숙, 1998; 김시월, 2001a; 함현정·유두련, 2004), 소비자 교육 요구 분석(이기춘·박수경, 1995; 김시월, 2001b; 황현정·이연숙, 2003), 그리고 소비자 능력 관련 요인을 측정(이기춘, 1986)하는 데 이용되었다.

연구주제에 부합하는 연구방법을 이용하기 위하여 한 연구에서 두 가지 이상의 연구방법을 이용한 자료들도 발견되었다. 초등학교 소비자교육의 내실화를 위하여 초등학교 교사를 대상으로 연구를 실시한 박승련과 박명희(1999)의 초등학교 6·7차 교육과정에 대한 내용분석과 초등학교 교사를 대상으로 하는 조사연구를 병행하였으며, 디지털 사회에서 살아갈 N세대 소비자들을 위한 소비자교육의 내용 및 목표를 알아보고자 한 박명희(2002)는 문헌연구와 함께 심층면접을 실시하였다.

2000년대 이후에 들어서면서 심층면접을 이용하거나 문헌이 아닌 웹사이트에 대하여 내용분석을 실시하는 등 다양한 연구들이 시도되고 있다. 특히 교육요구를 분석할 경우에는 대량의 설문을 통한 양적인 접근방법에 더하여 교육 대상자에 대한 심층 면접이 매우 효과적일 것이라 생각된다. 심층면접은 소비자들이 요구하는 교육 내용을 새롭게 발견할 수 있는 기회를 제공하기 때문이다.

4. 교육의 대상

분석 자료에 대하여 교육 대상별로 분석을 실시한 결과, 취학기 아동·청소년 소비자를 위한 소비자교육 및 학교소비자교육에서 초등학생을 교육의 대상으로 삼은 논문 편수는 8편이며, 중학생은 4편, 고등학생 6편, 중고등학생을 함께 교육의 대상을 삼은 경우가 4편, 그리고 초등학교 교사를 대상으로 한 경우가 2편 인 것으로 나타났다(〈표 7〉).

논문의 수로만 교육대상자를 분류하면 지난 1986년부터 지금까지 아동·청소년 소비자교육은 어느 한 대상에 치우치지 않았고 고르게 연구가 진행되었다고 볼 수 있을 것이다. 그러나 〈표 7〉에서 보듯이 교육 주제 영역별로 분류하면 편향된 연구결과를 확인할 수 있다.

연구 자료 중 교육평가를 다룬 3편의 연구 모두 초등학생을 대상으로 교육의 효과를 검증하였으며, 중고등학생에 대해서 소비자교육의 효과를 살펴본 연구는 발견할 수 없었다. 또 소비자교육 요구분석에 있어서는 초등학교 학생을 대상으로 진행된 연구가 한 편도 없었고, 모두 중고등학생을 대상으로 교육 요구 분석에 대한 연구가 수행되었다. 아동기에 속하는 초등학생의 경우 그들이 어떠한 교육을 원하는가에 대해 연구하기 보다는 이미 만들어진 교육 프로그램이 얼마나 그들에게 효과적인가를 주로 확인하고 있음을 본

〈표 7〉 교육 대상자별 연구 분류

		초등학생	중학생	고등학생	청소년	교사
소비자교육 강화 방안	교육과정 및 교과서	2	1		1	
	교수학습방법	3	2	4	1	
	교육평가	3				
	교사관련					2
소비자교육 요구분석			1	2	1	
소비자 능력관련					1	
계		8	4	6	4	2

* 김지경 외(2002) 연구의 경우 학교소비자교육을 위한 웹사이트 지원체계에 대한 연구로 교육대상이 한정 되어 있지 않으므로 본 분류에서 제외하였음

연구결과를 통해 알 수 있다.

소비자교육의 효과를 높이기 위해서는 교육 대상자가 원하는 교육내용을 이용하여 학습안을 구성하고, 새로 구성된 교육안이 제대로 효과를 발휘하는가에 대한 검증이 이루어져야 한다. 따라서 초등학생을 대상으로 한 소비자교육 내용요구를 분석하고, 중고등학생을 대상으로 현재 진행되고 있는 소비자교육의 효과를 검증하는 후속 연구를 기대한다.

IV. 결론

본 연구는 취학기 아동·청소년 소비자를 대상으로 진행된 소비자교육 연구와 이들의 주된 교육의 장인 학교 소비자교육에 대하여 연구주제 및 연구방법, 그리고 교육 대상별로 분석하고자 하였다. 여기서는 1986년부터 2004년까지 수행된 취학기 아동·청소년 소비자교육 관련 논문 중에서 논문제목과 주제어로 “소비자교육”을 명시한 논문 총 25편을 자료로 이용하여 분석을 실시하였다.

각각의 연구를 시대적 흐름과 연구주제, 연구 방법 및 자료수집 방법, 그리고 소비자교육의 대상별로 분석한 결과 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 1986년에 처음으로 취학기 아동·청소년 소비자교육에 대한 연구가 시작된 이래, 1990년대 중반 이후 꾸준히 연구가 진행되어 오면서 2000년에 들어서는 소비자교육에 대한 연구가 이전에 비하여 상대적으로 많아졌다. 이는 취학기 아동과 청소년 소비자교육에 대해 사회적으로 그 필요

성이 커지고 있음을 반영하는 한편, 가정과 교육 영역에서 소비자교육의 중요성이 더욱 강조되고 있음을 보여준다.

둘째, 소비자교육을 주제별로 분석하였을 때, 소비자교육 강화방안이 주를 이루었다. 그 가운데 효과적인 교수학습방법, 즉 교육프로그램의 개발에 관한 연구는 1994년 이래 2004년까지 지속적으로 이루어져 왔으며 수적으로도 가장 많았다. 이는 보다 구체적이고 실천적인 소비자 교육프로그램을 개발하고자 하는 소비자교육 연구의 흐름을 반영한다 하겠다. 특히 2000년 이후 새로운 교육매체로서 시청각 매체나 인터넷, 멀티미디어 콘텐츠 등 다양한 교육매체를 이용한 교육프로그램을 개발하고자 하는 노력이 엿보이는데, 이는 교육여건의 변화에 따라 보다 효과적이고 적합한 프로그램 개발하려는 시도로서 바람직하다.

그러나 소비자교육 강화 방안에서 교사관련 연구가 단 두 편에 불과한 것은 문제로 지적된다. 체계적인 교육과정에 맞추어 실천적이고 이용가능하며 그 교육적 효과가 검증된 소비자교육프로그램을 개발한다고 하더라도, 이 교육프로그램을 이용하여 아동과 소비자에게 교육을 직접 수행할 교사가 소비자교육에 대한 필요성을 인식하지 못하고 있다면 아무런 소용이 없다. 특히, 취학기 아동과 청소년들에게 있어 주된 교육의 공간은 학교임을 생각할 때, 교사의 중요성은 더욱 커진다. 따라서 소비자교육 강화방안에서 교사와 관련된 연구가 보다 본격적으로 이루어질 필요가 있다. 또한, 소비자교육과 관련하여 교과서나 교육과정에 대한 연구도 연구 시기별 변화를 살펴보기에 충분치 않은 상황인데,

교육과정을 통해 학교 교육의 내용이 결정되고 교과서를 주 도구로 활용하여 학교교육이 실시됨을 생각할 때 이 영역에 대한 보다 많은 후속 연구가 진행되어야 할 것이다.

셋째, 연구방법 및 자료수집 유형별로 취학기 아동·청소년 소비자교육을 분석한 결과, 각각의 연구들이 연구목적 달성을 위해 효과적인 연구방법과 자료수집방법을 이용하고 있었다. 특히 2000년도 이후에는 소비자요구분석에 문헌 연구와 심층면접을 함께 실시하는 등 연구방법을 보다 다양하게 이용하려는 시도가 발견된다. 이러한 시도는 소비자교육의 연구 행보를 보다 넓힐 수 있을 것이다.

마지막으로 취학기 아동·청소년 소비자교육연구의 교육 대상자별로 분석을 실시한 결과, 연구주제별로 대상자들이 편중되어 있음이 발견되었다. 이는 특정 집단에 대해서는 요구되는 연구가 실시되지 못하고 있음을 시사하며, 왜곡된 소비자교육 연구결과를 도출할 위험이 있다. 다양한 주제 영역에 대하여 보다 다양한 연령층을 대상으로 연구가 수행되어야 할 것이다.

참고문헌

김기옥·유현정·남수정·배운정·하상현 (2000). 내용분석을 통해 본 소비자학의 연구동향 1980-1999. **대한가정학회지**, 38(4), 49-60.

김순미 (1982). 소비자교육의 정립을 위한 기초연구. **대한가정학회지**, 20(4), 133-142.

김승아·성영신 (1990). 소비자 교육이 어린이의 정보처리에 미치는 영향. **소비자학연구**, 1(2), 100-110.

김시월 (2001a). 소비자 교육 내용 및 소비자 특성별 소비자 교육용 시청각 교구 개발에 관한 연구. **소비자학연구**, 12(1), 133-155.

김시월 (2001b). 소비자교육용 CD-ROM 제작 및 개발에 관한 기초 연구-청소년의 소비자 교육용 컴퓨터 관련 매체의 선호를 중심으로. **소비자학연구**, 12(4), 119-141.

김영옥 (2001). 초등학교 소비자가치관교육 내용분석. **한국가정관리학회지**, 19(1), 205-219.

김영옥 (2003). 인터넷 기반 아동소비자 교육프로그램 개발 및 적용. **한국가정교육학회지**, 15(3), 13-28.

김영옥·이기춘 (2000). 초등학교 소비자교육 내용의 변화 및 현황

분석-1980-90년대 소비자교육내용을 중심으로. **소비자학연구**, 11(1), 1-21.

김영옥·제미경 (2003). 초등학생용 소비자교육 멀티미디어 콘텐츠 개발을 위한 연구-초등학교 3~4학년을 대상으로. **소비문화연구**, 6(1), 77-97.

김지경·양정혜·박인순 (2002). 학교소비자교육 지원 기관을 위한 방향 모색. **대한가정학회지**, 40(2), 131-142.

류상희 (2001). 가정과 교육에서의 질적 연구 동향과 과제. **한국가정교육학회지**, 13(1), 1-11.

박명숙 (1998). 학습자가 실생활에 도움이 된다고 인정한 소비자교육 내용과 방법 관한 연구 - 인문계와 실업계 고등학교의 비교. **한국가정교육학회지**, 10(2), 79-86.

박명희 (1987). 중학교 가정·기술의 남녀공수에 따른 교과과정 구성에 대하여-소비자교육 내용을 중심으로. **대한가정학회 춘계학술대회**.

박명희 (2002). N세대를 위한 소비자 교육정책연구-사회적 지원시스템의 구축을 중심으로. **대한가정학회지**, 40(2), 143-159.

박명희·허 형·박명숙 (1995). 가정과 교육에 있어서 소비자교육의 교수·학습방법에 관한 개발연구 - 문제해결 중심 학습모형개발을 중심으로. **한국가정교육학회지**, 7(2), 91-101.

박승련·박명희 (1999). 초등학교 소비자교육에 관한 연구-교육과정 및 교사의 인식과 요구를 중심으로. **한국가정교육학회지**, 11(2), 27-38.

성영애·손상희·양세정·윤정혜·이희숙·최현자 (2001). 아동소비자의 화폐관리교육 프로그램-초등학교 고학년을 대상으로. **한국가정관리학회지**, 19(1), 111-129.

유지연 (2004). 청소년의 학교 소비자 교육 프로그램 개발. **한국가정교육학회지**, 16(4), 95-105.

윤인경 (2001). 한국 가정과 교육 연구 동향 분석. **한국가정교육학회지**, 13(2), 73-83.

이기춘 (1986). 청소년 소비자를 중심으로 한 소비자교육에 관한 연구. **한국가정관리학회지**, 4(1), 95-107.

이기춘 (1990). **소비자교육의 이론과 실제**. 교문사.

이기춘·박수경 (1995). 개방화에 대한 소비자의식과 소비자교육정책. **한국가정관리학회지**, 13(4), 181-197.

이기춘·서정희 (1992). 우리나라 고등학교 소비자교육의 강화방안

- : 소비자교육 관련 교과내용 분석을 중심으로 **대한가정학회지**, 20(2), 237-247.
- 이기춘·이승신 (2000). 소비자교육연구의 전개와 새로운 지평. **소비자학연구**, 11(2), 181-199.
- 이수희 (1997). 소비자능력 향상을 위한 고등학교 가정과 소비자교육 수업모형 개발 연구. **한국가정교육학회지**, 9(1), 111-131.
- 이숙희·윤인경 (1994). 가정과 소비자 교육의 개념학습 모형 적용 연구. **한국가정교육학회지**, 6(2), 161-174.
- 이승신·김민경·조정자 (2003). 7차교육과정의 학교소비자 교육내용 분석-중학교 1, 2학년 「기술·가정」을 중심으로 **대한가정학회지**, 41(1), 231-248.
- 장안나·이연숙 (2000). 초등학교 교사의 소비자 교육에 관한 필요도-요구도와 관련 변수. **한국가정교육학회지**, 12(2), 15-28.
- 제미경·김영옥 (2002). 소비자교육과 관련 변수가 초등학교 학생의 소비자능력에 미치는 영향. **한국가정교육학회지**, 14(3), 25-36.
- 제미경·김효정 (2001). 소비자교육 유무에 따른 초등학교의 소비자능력 평가에 관한 연구-경남지역 민간소비자단체의 소비자교육 실시를 토대로. **소비문화연구**, 4(1), 25-44.
- 함현정·유두련 (2004). 중학생의 과소비성향과 소비자교육 프로그램 개발에 관한 연구. **한국생활과학회지**, 13(4), 581-598.
- 황현정·이연숙 (2003). 환경친화적 소비자교육에 대한 중학생의 요구도 및 관련변수. **한국가정교육학회지**, 15(3), 45-57.

<국문요약>

본 연구는 1986년부터 2004년까지 취학기 아동·청소년 소비자교육에 관하여 연구의 주제와 대상 및 연구방법에 따라 분석, 기존의 연구들을 심층적으로 살펴보고 문제점을 발견하여 후속 연구의 바탕이 되고자 하였다. 이러한 연구목적에 따라 총 25편의 자료가 수집되었다.

분석결과, 연구주제별로 소비자교육 강화방안에 대한 연구가 20편, 소비자교육 요구분석이 4편, 소비자능력관련 연구가 1편이었으며, 소비자교육 강화방안에 대한 연구 중에서는 교육프로그램 개발에 관한 연구가 10편으로 가장 많았다. 연구방법 및 자료수집에 따라서는 설문지를 이용한 조사연구가 9편, 실험연구가 6편, 문헌고찰을 통한 내용분석이 6편이었다. 교육대상별로는 초등학교, 중학교, 고등학교를 대상으로 한 연구가 각각 8편, 4편, 6편이었고, 중고등학생을 하나의 단위로 본 청소년 대상 연구가 4편이었다.

취학기 아동·청소년 소비자교육과 관련하여 그동안 많은 연구들이 수행되었으며, 기존의 연구들은 아동과 청소년 소비자를 대상으로 그들이 요구수준에 따라 보다 구체적이고 실용적인 교육프로그램을 개발하고자 노력해왔다. 그러나 지금까지의 취학기 아동·소비자대상 소비자교육 연구가 특정 연구주제와 대상에 한정되어 온 점이 문제로 지적된다. 소비자교육 강화방안, 소비자교육 요구분석, 그리고 소비자능력과 관련하여 취학기 아동·청소년 소비자 모두를 대상으로 후속 연구가 진행되기를 기대한다.

■논문접수일자: 2005년 8월 17일, 논문심사일자: 2005년 8월 18일, 게재확정일자: 2005년 9월 17일