
노인 소비자를 위한 소비생활 교육 프로그램

Educational Program for the Elder's Daily Life as a Consumer

이윤정

호서대학교 사회복지학부 노인복지학 전공

Yoon-Jung Lee(yoon2525@hoseo.edu)

요약

본 논문은 현대 사회에서 노인들의 소비생활 상담이 증가하고 있고 소비자로서 이들의 기능과 역할이 점차 중요시되고 있는 점에 착안하여, 사회 지원 체계 마련의 1단계로 노인을 위한 소비생활 교육 프로그램 개발을 시도하였다. 그 결과 소비자로서의 노인을 정의내리고, 노인 소비자의 소비생활 실태와 교육 요구도, 노인 소비자를 위한 교육 프로그램 분석을 토대로 노인을 위한 소비생활 교육 프로그램의 구성 원리를 제시하였으며, 노인 소비생활 교육 프로그램의 구성과 내용을 소개하였다. 구성 원리는 내용 구성 측면에서 경험의 원리, 생활화·사회화의 원리, 계열성의 원리이며, 실행의 측면에서는 자발성의 원리, 개별화의 원리, 경로의 원리이다. 개발된 프로그램의 주제는 총 4개 영역으로 첫째, 노인 소비자 피해 예방 교육 둘째, 올바른 소비자 상거래 방법 셋째, 피해 사례를 통한 상거래 방법 넷째, 소비자의 권리와 책임 및 의무, 구매 의사결정 과정이며, 각 주제 영역은 기획자와 진행자 중심의 주요 내용과 준비 사항으로 구성하였다.

■ 중심어 : | 노인 | 소비자 | 노인 소비자 | 소비생활 교육 프로그램 |

Abstract

The aim of this paper is developing the educational program for the elder's daily life as a consumer, according as recognize the important of their consumption function and role in modern society. This paper consider the studies for elder consumption needs and activities for educational program, then present six principles and contents in four areas. The principals are empirical, socialization, interrelation, spontaneity, individualization and respect for the aged principal. The program themes are preventive education for elder consumer, advisable transaction, advisable transaction through cases and consumer's right, responsibility, duty and process of decision for purchase.

■ keyword : | Elderly | Consumer | Elder Consumer | Consumer Educational Program |

1. 도입

전체 국민 중 65세 이상 노인 인구 비율이 10%를 넘어서 지금의 한국 사회는 고령 사회로 지칭되고 있으

며, 나아가 인구 고령화 추세는 빠른 속도로 가속화되고 있어 이에 대한 관심이 매우 높아지고 있다. 노인 인구 규모의 증가 그리고 생애 주기적 측면에서 노인의 다양한 욕구와 생활 적응이 이제는 개인만이 아닌 사회

* 본 연구에서는 2008년도 중앙건강가정지원센터 재원으로 개발된 노년기 가족생활교육 매뉴얼의 일부 자료가 활용됨
접수번호 : #091222-004
접수일자 : 2009년 12월 22일
심사완료일 : 2010년 03월 11일
교신저자 : 이윤정, e-mail : yoon2525@hoseo.edu

적 이슈 및 사회 문제로까지 확대될 수 있다는 점에서 지역 사회를 비롯한 국가 차원의 인식이 점차 확대되고 있는 것이다.

최근 고령 친화적 사회 환경 조성을 위한 국가의 노력과 세대 통합 정책을 통해 더불어 함께 사는 생활, 전 국민의 삶의 질 향상을 지향하며 보편적 복지를 추구하려는 정부의 노력은 노인을 요보호 대상으로서만이 아닌 자립적 생활 지원의 대상자로서까지 사회적으로 그 관점이 확장되고 있다. 2008년에 발표된 2002년부터 2007년까지의 노인 상담 현황 자료를 살펴보면, 이러한 흐름을 뒷받침하듯 노인이 빈번히 상담을 요청하는 내용 1순위는 생활 문제(42%)와 건강 문제(28%)로, 가족 문제(12%)와 심리 문제(11%)보다 많은 비율을 차지하고 있는 것으로 나타났다[1][2]. 특히 생활 문제는 노인 일상의 다양한 생활 사건과 관련된 것으로써 기관 이용 정보 등과 같이 소비자로서의 생활 적응에 관한 사항이 주를 이루어, 관련 지원 체계와 방안 마련이 요구됨을 알 수 있다.

일반적으로 타인이 제공하는 재화와 서비스를 구매, 사용, 처분하는 과정에서 그 주체적 역할을 하는 이들을 소비자라 일컫는데, 현대 사회에서는 인간의 소비 기능이 일상화되어 어느 생애주기에서나 변화하는 사회에 적응하기 위한 방안으로 소비자로서의 올바른 기능과 역할이 강조되고 있다. 특히 노년기에는 신체적 노화와 기억력 감퇴, 경제력 저하 등으로 이전 시기에 비해 재화와 서비스의 선택 범위가 확대되었다 하더라도 그 선택 범위만큼 소비자로서의 충분한 효용을 누리기가 어려울 뿐 아니라 새로운 구매와 비용 지출 시스템에 적응하기가 어려워 이들의 생활 문제는 점차 다양해질 수 밖에 없다. 이에 보건복지가족부의 노인정책과에서는 2008년 노인의 소비자 권익 보호를 위한 토론회를 개최한 바 있으며, 노인 소비자를 위한 명시적 법률과 제도 등이 뒷받침되어 이들에 관한 정부와 사회의 관심이 조속히 구체적 지원으로 이어져야 한다고 문제를 제기한 바 있다[3].

그동안 노인은 소비의 주체로서 취약 계층에 속하여 이들이 경험하는 문제나 해결에 큰 관심을 두지 못하였으며, 따라서 사회 문제로 대두되기 이전에 피해 예방

을 위한 교육 등의 프로그램 개발과 보급이 다소 등한 시되어 온 것이 사실이다. 그러나 최근 사회 문제화되고 있는 노인들이 경험하는 불법 상거래상으로 인한 사기와 피해를 예방하고, 이들의 생활 복지감 증진을 위해 체계적 소비생활 프로그램 보급과 실천 환경을 조성하는 일은 신속히 그리고 전국 차원으로 확대 추진되어야 하며, 그 노력은 노인 소비자의 특성과 그들이 처한 사회 환경이 충분히 고려된 상황에서 지속되어야 한다. 이에 본 연구는 노인 소비자의 생활 실태와 그들의 소비교육 요구 등을 선행 연구로 고찰하고, 노인 소비자를 위한 소비생활 교육 프로그램 구성 원리와 체계를 도출하여 보다 실천적인 주제를 선별, 노인 소비자를 위한 소비생활 교육 프로그램을 제안하고자 한다.

II. 선행 연구 고찰

1. 노인 소비자의 정의

노인 소비자는 노년기를 어떻게 정의하느냐에 따라 그 범위가 달라진다. 일반적으로 노년기란 생물학적, 사회적, 심리학적 과정을 포함한 복합된 현상이 나타나는 시기로, 연령을 기준으로 몇 세부터 노인으로 보는가는 견해에 따라 다양해 질 수 있다. 우리나라에서는 사회적, 법률적 고용 부문에 있어서 퇴직 연령이 55-60세이고, 국민연금법상 노령연금의 수혜 대상 자격은 60세이다[4]. 외국에서는 노년기가 65세 이전부터 시작된다 고도 보고 있는데, 정년 퇴직과 소득 감소 혹은 소득 상실, 여가 증가, 사회적 이탈 등을 경험하는 65세를 경계로 하여 노인 연령을 정의하고 있는 경우가 가장 많다. 그러므로 노인 소비자의 연령 구분은 주로 60-65세 이상으로 볼 수 있으나 확정적인 것은 아니며, 신체적인 쇠퇴나 직장에서의 은퇴, 자녀의 분가, 개인 및 사회적 인식 등에 의해서 얼마든지 달라질 수 있다.

한편 소비자란 개인적 이용을 위해 상품이나 서비스를 제공받는 사람으로, '타인이 공급하는 물자나 용역을 소비생활을 위해 구입·사용하는 자', '거래과정의 말단에서 구매자로 나타나는 생활인' 등과 같이 국민 일반으로서 공급자에 대립하는 개념이 보편적이며[5],

같은 맥락에서 소비자 기본법에는 '소비자라 함은 사업자가 제공하는 물품 및 용역을 소비생활을 위하여 사용하거나 이용하는 자 또는 대통령령이 정하는 자'라고 명시되어 있다[6]. 이 같은 개념의 소비자는 생활의 영위를 위해 재화와 용역을 구입하고 사용하는 모든 과정에서 보다 그 개념을 확장하여 재화와 용역의 구매, 사용, 처분하는 과정까지 관여하게 되며, 궁극적으로 삶의 질 향상과 만족감 추구를 위해 소비 과정에 있어서 선택과 소유, 이용, 처리의 효율성을 극대화하고자 한다[7].

따라서 노인의 개념과 소비자 개념에 기초하여 노인 소비자의 개념을 정의하여 보면, 노인 소비자란 생애주기상 노년기에 있는 소비자로서, 자신의 욕구를 충족시키기 위해 재화와 서비스 자원의 평가, 획득, 배분 및 사용, 처분하는 활동에 스스로 참여하는 사람이다. 즉, 타인이 공급하는 재화와 서비스를 소비함에 있어, 다른 연령층의 소비자와는 구분되는 그들만의 고유한 특성으로 세분화될 수 있는 집단이다.

2. 노인의 소비생활 실태

최근 보건복지가족부에서는 2008년에 노인 대상의 불법·부당한 전화·방문 판매 행위의 접촉 경험을 조사하여 그 결과를 발표한 바 있다[8]. 이 조사는 전국의 65세 이상 노인 1,000명을 대상으로 2008년 5월에 실시한 설문으로, 아래 [표 1]과 같이 대상노인의 49.4%가 접촉 경험을 한 것으로 나타났다.

표 1. 노인 대상 불법 부당 판매 행위 접촉 경험 비율

| 연령 | 사례 수 (명) | 접촉 경험 있는 노인 비율(%) | 접촉 경험 없는 노인 비율(%) | 계 (%) |
|----------|----------|-------------------|-------------------|-------|
| 만 65-69세 | 390 | 56.4 | 43.6 | 100 |
| 만 70-79세 | 454 | 46.9 | 53.1 | 100 |
| 만 80세 이상 | 156 | 39.1 | 60.9 | 100 |
| 전체 | 1000 | 49.4 | 50.6 | 100 |

(출처: 보건복지가족부, 2008)

그 중 전화를 통한 판매 행위 접촉 경험은 노인의 40.4%, 행사 참여를 통한 판매 행위 접촉 경험은 노인의 19.8%, 공무원 사칭 방문 판매 행위 접촉 경험은 노인의 5.4%가 겪은 것으로 나타났는데, 65세 이상 노인

을 대상으로 하는 불법·부당 판매 행위의 접촉 경험 비율은 연령이 낮을수록 높은 것으로 나타났다. 행사를 통한 판매 행위 접촉 경험 중 홍보관 및 체험방 참석 시 판매 행위 접촉 경험 비율이 11.3%로 가장 높았으며, 그 접촉 경험 횟수는 3번 이상이 52.7%로 나타났고, 9~10번 이상(7.1%)도 상당수 있는 것으로 확인되었다.

표 2. 판매 유형별 노인의 제품 구매율

| 판매 유형 | | 구매 경험 유(%) | 구매 경험 무(%) | 계(%) |
|-----------------|--------------|------------|------------|------|
| 전화 통화를 통한 판매 행위 | 경품 당첨 빙자 | 12.4 | 87.6 | 100 |
| | 공공 기관 사칭 | 19.1 | 80.9 | 100 |
| | 설문 조사 빙자 | 18.0 | 82.0 | 100 |
| 행사 참여를 통한 판매 행위 | 홍보관 및 체험관 빙자 | 40.2 | 59.8 | 100 |
| | 강연회 빙자 | 33.4 | 66.6 | 100 |
| | 효도관광 빙자 | 35.7 | 64.3 | 100 |
| | 경로잔치 빙자 | 39.5 | 60.5 | 100 |
| 공무원 사칭 방문판매 행위 | | 19.9 | 80.1 | 100 |
| 전체 | | 16.1 | 83.9 | 100 |

(출처: 보건복지가족부, 2008)

[표 2]는 노인 대상의 불법·부당한 전화·방문 판매 행위 접촉 경험이 있는 노인들의 제품 구매율을 나타낸 것으로 이들의 비율이 약 16.1%로 나타나 피해의 심각 정도를 예측할 수 있다. 구매 물품으로는 '건강 보조 식품'이 83.0%로 가장 높고, '의료기' 23.7%, '생활용품' 17.8% 순으로 나타났다. 제품을 구매한 노인 중에는 47.5%가 제품에 불만이 있는 것으로 나타났는데, 그 불만 사항으로는 '가격에 비해 품질이 낮음'이 90.4%로 가장 많았고, 다음으로 '환불이 안 됨'이 39.1%, '제품 교환이 안 됨'이 36.7%, '교환, 환불, 수리 절차가 복잡함'이 31.8%로 나타났다. 그러나 구매 제품에 대해 불만이 있는 노인 중 97.3%가 신고를 하지 않은 것으로 나타났다. 신고하지 않은 이유로는 '어느 곳에 신고해야 할지 몰라서'가 38.5%로 가장 높고, '본인의 잘못이므로' 31.7%, '신고 등의 절차가 귀찮아서' 16.7%, '가족에게 알리고 싶지 않아서' 5.2% 순으로 높게 나타났으며, 구매 물품에 대한 불만 사항 신고처를 인지하고 있는 노인도 21.2%에 불과하였다. 조사 대상자 중 노인 대상의 불법·부당한 전화·방문 판매 행위에 의해 제품을 구매한 노인의 34.0%가 이로 인해 가족 간의 갈등을 경험하고 있는 것으로 보고되고 있다.

3. 노인 소비자의 교육 요구

노인 소비자는 다양한 욕구, 부족한 자원, 복잡한 사회 경제적 변화에 대한 이해 부족 등으로 많은 소비자 문제를 가지고 있는 상처받기 쉬운 취약 소비자이다. 그러므로 노인 소비자에 대한 소비자교육의 필요성은 그 집단의 인구 수 증가와 더불어 나날이 증가하고 있으며, 노인기의 신체적·정신적 특성을 감안한 교육 내용이나 교육 방법에 대한 세심한 배려가 있어야 한다.

노인 소비자들은 다른 연령층보다 많은 개인차가 존재하며, 이로 인해 다양한 교육 방안이 요구된다. 노인 소비자는 동질성을 지닌 단일 소비자층이 아니므로 그 안에 다시 다양한 욕구와 패턴을 가진 여러 하위 집단으로 나누어 교육할 필요가 있다.

노인 소비자 교육의 목적은 소비자 문제를 예방하고 소비생활의 질을 향상시키는 데 있다. 이를 위해서는 교육 활동의 대상이 되는 노인들의 흥미를 파악하여 흥미가 높은 분야의 학습 프로그램을 조직하는 것이 교육 프로그램의 운영과 기대효과 면에서 바람직하다. 즉, 노인 소비자 교육의 내용이 노인 소비자의 필요나 요구에 기초하면서도, 사회의 요구나 현실에 바탕을 두고 있는 것일 때, 그리고 실용적이며 노인들의 일상 생활의 경험에 관한 것일 때 보다 의의가 있다.

Miller(1986)는 노인 소비자 교육 프로그램을 위해 소비자 권리에 대한 이해를 그 목표로 둘 수 있다고 했으며, 또한 소비자 지식의 원천으로서 광고, 상품 표시, 약품 구매, 보증에 대한 인식에 초점을 두어야 하며, 교육 목적 및 교육 방침을 판매 광고에 대한 이해 및 해석과 관련시켜야 하고, 노인 소비자가 당사자 소득으로 원하는 것을 구매할 수 있도록 필요한 품목을 구매하는 데 도움을 줄 수 있어야 하며, 나아가 프로그램의 개념적 구조는 소비자 태도, 특히 사회적 지향에 맞추어 구성되어야 한다고 언급하였다. 또한 노인 소비자가 스스로 소비자 교육 장소를 찾아오기를 기대하기보다는 그들이 있는 현장에서 소비자 교육이 실시되도록 하여야 하며, 교육 방침은 노인 소비자들이 자신의 생활을 통제할 수 있다고 느낄 수 있도록 고안되어야 한다고 하였다[4][9].

한편 노인 소비자 교육에 대한 요구를 노인 대상으로

살펴본 연구결과를 정리하면, Burton & Hennon(1981)은 노인 소비자의 소비자 교육 요구도는 전반적으로 높은 편이며, 그 요구 내용은 의료 서비스, 실용품, 조세, 음식, 주택, 자동차, 보험 등에 관한 순으로 주거 지역에 따라 다르다고 하였으며[3][10], 이승신과 윤경희(1994)는 노인 소비자의 소비자 교육 요구도는 중간 이상을 상회하는 정도로 보상 방법, 약품, 환경 오염, 식품, 기만에 대한 대처 행동, 일반적 구매 지식, 수선 및 수리, 노인복지, 금전 관리 및 공과금, 신용 구매 등의 내용을 요구하고 있으며, 연령이 낮을수록, 교육 수준이 높을수록 요구 수준이 높고, 성별, 직업 유무, 동거 형태 등의 변인과는 유의미한 차이가 나타나지 않는 것으로 보고하고 있다[11]. 권정원과 이기춘(1997)의 연구에서도 조사 대상 노인의 80% 이상이 소비자 교육을 요구하고 있었으며, 그 내용은 건강 및 병원 이용, 피해 구제, 여가, 조세, 구매 기술, 자산 관리, 재취업 준비 등에 관한 것으로 성별에 따라 교육 내용의 우선순위가 다르며, 여성 노인보다 남성 노인의 경우 교육 요구 수준이 높다고 하였다. 또한 교육 수준이 높을수록 요구 수준이 높다고 하였으며, 가족 유형에 따라 교육 내용의 요구 순위가 다르게 나타났다고 하였다[12].

노인 소비자 교육을 계획할 때는 소비자 교육 내용영역 뿐만 아니라 방법적인 측면도 반드시 고려해야 한다. 교육 방법은 노인 소비자 교육의 효율성과 흥미도를 높일 수 있는 결정적 요소이기 때문이다.

노인 소비자들이 원하는 소비자 교육 기관으로는 대중매체(24.3%), 정부 및 공공기관(24.1%), 민간 소비자단체(22.4%), 노인학교 및 노인정(11.6%)인 것으로 나타났다[11].

4. 노인을 위한 소비생활 교육 프로그램

그동안 노인 소비자를 위한 소비생활 교육 프로그램은 2001년 당시 한국소비자보호원에서 시도한 개별노력 이외에는 뚜렷이 발전을 모색한 바 없으며[13], 그 중요성은 인식되되, 현실적으로 노인 소비자의 피해가 보도되거나 사회적 이슈로 등장하기 전까지는 대책 마련에 소홀하였던 것이 사실이다. 최근 2003년부터 시작된 한국소비자교육지원센터의 소비자교육 우수사례

공모전 등을 통해 소개된 노인 소비자를 대상으로 하는 교육 프로그램은 내용구성과 수행방법에 있어 창의적 아이디어는 돋보이나 실현성과 보급성 측면에서는 보완이 필요한 수준이어서 그 이상을 기대하기는 어렵고, 학계에서 역시 노인 소비자를 위한 교육 프로그램에는 개발보다는 교육 내용 구성을 논의하는 차원이어서 아직 체계적인 노인 소비자 교육 프로그램을 개발하고 보급하고자 하는 시도는 사실상 찾기 어렵다.

그 중 2001년도 한국소비자보호원에서 발표한 노인 소비자 교육 프로그램은 문제인식 교육, 구매 교육, 자립 교육으로 크게 3영역으로 구분하고 있는데, 문제인식 교육에서는 현대 사회와 소비자, 소비자 문제의 배경 및 본질, 소비자 문제의 현황을 소주제로 다루며, 구매 교육에 있어서는 상품, 서비스를 소주제로 포함하고, 자립 교육에서는 소비자 권리, 소비자 책임, 소비자 피해와 불만 처리를 다루고 있다. 그러나 그동안의 선행 연구와 체계에 대한 소개는 충실하나 노인 소비자의 특성을 토대로 내용 구성과 실행 원리를 토대로 한 것이 아니라 필요한 주제를 그 목적과 함께 나열한 수준이어서 현장에서의 수행 가능성 여부는 충분히 검토되지 못한 수준이다.

그에 반해 본 논문에서 소개된 프로그램은 내용 구성과 실행 원리를 구체적으로 제시하고, 내용의 단계적 전개를 토대로 현재 전국의 건강가정지원센터망의 활용과 타 기관과의 연계 시행 등을 전제하여 개발할 예정이므로, 일정 시범사업 기간을 거쳐 현장성을 검증한다면 기대효과를 높일 수 있으며, 나아가 후속 연구에 기초자료로 일조할 수 있다.

III. 연구 내용 및 방법

본 연구는 2008년 7월에서 2009년 5월까지 이루어졌으며, 선행 연구 결과를 기반으로 내용 구성과 실행에 있어 주요 원리에 따라 주제 선별을 시도하여 다음과 같은 방법으로 진행되었다

첫째, 노인 소비자 특성에 기반한 소비생활 프로그램 개발에 요구되는 주요 원리를 도출한다. 선행 연구 고

찰을 통해 밝혀진 노인 소비자의 행동 및 소비 교육에 대한 욕구에 기반하여 소비생활 프로그램 기획에 요구되는 주요 원리를 선별한다. 또한 주요 원리를 기준으로 노인 소비자에게 필요한 프로그램 주제 영역과 내용을 구성한다. 둘째, 노인 소비자를 위한 소비생활 프로그램을 개발한다. 노인 소비자를 위해 다루어야 할 내용에 계열성을 고려하여 주제 영역을 개발하고, 프로그램 기대 효과를 높일 수 있는 진행 방식과 소요 시간량, 준비 사항 등을 소개한다. 또한 프로그램 기획 및 진행자가 갖추어야 하는 정보와 지식 수준을 소개하고, 노인 소비자의 참여 동기를 지속시킬 수 있는 방향을 제시한다.

IV. 노인 소비자를 위한 소비생활 교육 프로그램

1. 프로그램의 원리

다음은 노인 소비자를 위한 소비생활 교육 프로그램의 원리를 내용 구성의 측면과 실행의 측면으로 소개한 것이다. [표 3]은 프로그램의 내용 구성에 그 원리들이 어떻게 반영되었는지를 보여주고 있다.

1.1 내용 구성의 원리

① 경험의 원리

프로그램 목표는 기관의 특성, 프로그램 주제와 대상에 따라 달라질 수 있으나, 어떠한 목표이든 분명하고 구체적이어야 한다. 따라서 프로그램 내용은 목표 하나와 밀접히 관련 되어야 하며, 먼저 그 목표를 구체적으로 세워놓고 프로그램 내용을 노인이 경험 가능한 사례를 중심으로 구성하는 것이 바람직하다.

수행 기간이 짧은 경우는 여러 목표 중 몇가지 목표만을 골라 이와 관련된 내용을 정하도록 한다. 하나의 내용이 여러 개의 목표를 달성할 수도 있고, 여러 종류의 활동이 하나의 목표와 관련되는 경우도 있다. 노인 소비자는 대개의 경우, 기억력이 감퇴하므로 강의 중심의 교육은 큰 효과가 나타나지 않는다. 필요에 따라 강의 방식의 진행도 요구되나, 여러 활동이 다양하게 전개될 수 있도록 내용을 구성함이 바람직하다. 즉, 이론

적인 것보다는 실제적이고, 추상적인 것보다는 구체적인 것에 유의해 지도해야 한다[14].

② 생활화·사회화의 원리

노인 소비자 대상의 프로그램은 현 생활을 보다 잘 적용하기 하기 위한 내용이어야 한다. 즉, 그 내용을 당장이라도 실천하여 교육 효과를 볼 수 있는 내용이 바람직하다. 또한 전달되는 내용이나 방법이 노인 소비자들의 생활과 밀접히 관련되어 있어야 한다. 따라서 추상적 이론이나 학문적 지식은 노인들이 알아듣기 어려울 뿐 아니라 관심도 끌기 어려우므로, 노인 소비자들의 일상 생활 속에서 나타나는 문제를 중심으로 프로그램 내용을 구성해야 할 것이다. 프로그램 내용은 급격한 사회 변화에 적용할 수 있도록 소비에 관한 가치관과 소비 문화, 소비생활 양식 등 노인 소비자들을 도와주는 콘텐츠로 공급되어야 한다. 이러한 측면을 간과하게 되면 보수성, 전통성이 강한 노인 소비자들은 사회적응에 어려움을 경험하게 될 것이다.

③ 계열성의 원리

프로그램 내용은 그것이 아무리 잘 선택되었다 하더라도 단 한 번의 학습으로 끝나기는 힘들다. 특히 노년기에는 기억력이 감퇴하므로 더욱 반복적인 학습이 필요하다. 예를 들면, 소비자 피해 예방 수칙에 관한 기본적인 지식을 습득하게 한다는 목표가 있다면 이 지식을 어느 정도 확고히 습득할 때까지는 계속적으로 반복하도록 한다. 반면 계속적인 반복 시 같은 수준의 내용 반

복도 중요하지만, 대상에 대한 기대 효과와 상황에 부합되는 범위에서 그 깊이와 넓이를 더해가는 계열적 반복을 추구하는 것이 바람직하다. 단순하고 구체적인 데서 복잡하고 추상적인 내용으로 옮겨가거나, 쉬운 내용에서 어려운 내용으로 점진적 확장 학습이 권장된다.

1.2 실행의 원리

① 자발성의 원리

노인 소비자 프로그램은 노인들의 흥미에 입각한 자발성에 그 기초를 두어야 한다. 노년기 인간은 60년 이상의 생활 경험을 가지고 있기 때문에 자발적으로 학습할 수 있는 능력이 갖추어져 있으므로 프로그램 실행 방법에는 이러한 장점이 활용되도록 한다. 예를 들면, 일방적인 강의는 가능한 줄이고, 노인 소비자가 주체가 되어 발표와 토의, 제작, 연극, 견학 등이 자발적 활동으로 이루어지도록 한다.

② 개별화의 원리

인생에 있어서 개인차가 가장 큰 시기가 노년기이다. 노인 소비자들은 지적인 능력, 학력, 흥미, 성격, 경험적 배경, 가정 환경, 건강 상태 등에 있어서 그 차이의 폭이 넓다. 이처럼 개인차가 크기 때문에 같은 교육 내용이라 하여도 개인마다 알아 듣고 해석하는 것이 다를 수 있다. 따라서 노인 소비자들의 집단 교육은 많은 어려움을 초래한다. 가능한 한 소수의 인원으로 구성된 대상 집단을 만들고, 이들의 인구 통계적 배경을 간략하게나마 사전에 파악하거나 프로그램에 기대하는 요

표 3. 노인 소비자를 위한 교육 프로그램 내용 구성 원리와 체계

| 기준 | 주요 원리 | 내용 구성 1 | 내용 구성 2 | 내용 구성 3 | 내용 구성 4 |
|-----------|------------|--|--|--|--|
| 내용 구성의 측면 | 경험의 원리 | <ul style="list-style-type: none"> 전화 판촉 활동, 경로잔치, 체험관 등에서의 피해 사례 제시 피해 예방 생활 수칙 안내 | <ul style="list-style-type: none"> 사례를 통해 재화와 서비스 구매, 구매 후 환불, 취소, 청약 철회, 내용 증명 방법 소개 피해 시 상담 및 구제 기관 안내 | <ul style="list-style-type: none"> 상조업 피해 사례 제시 상조업 관련 다양한 광고물 제시. 유사 체험 환경 조성 | <ul style="list-style-type: none"> 소비자 기본법의 주 내용 소개 올바른 구매 의사결정 과정 가상 사례로 체험 |
| | 생활화·사회화 원리 | | | | |
| | 계열성의 원리 | 노인소비자 피해 예방법 | 올바른 소비자 상거래법 | 상조업 피해 예방법 | 소비자 권리, 책임, 의무 구매 의사결정 과정 |
| 실행의 측면 | 자발성의 원리 | <ul style="list-style-type: none"> 본인의 경험 사례 중심으로 그룹 토의 유도, 이후 토론 및 발표를 통해 간접 체험 반복 효과 동영상 활용, 실습, 퀴즈 등의 방식을 활용해 이해와 몰입을 증진시키고, 참여 동기를 높임 각 주제별 프로그램 사전/사후 조사를 실시하여 효과를 측정하고, 개별 요구 주제를 파악함 | | | |
| | 개별화의 원리 | | | | |
| | 경로의 원리 | → | | | |

구도를 조사하여 이들 개개인의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 프로그램 실행 방법을 찾는 것이 바람직하다.

③ 경로의 원리

노인 소비자 프로그램 강사 및 운영자는 일반 프로그램에서와는 달리 대상자의 연령이 그들보다 많을 가능성이 높으며, 경우에 따라서는 대상자가 지닌 특정 분야의 경험이 더 많을 수도 있다. 그러므로 대상자인 노인 소비자를 존중하는 마음과 자세, 태도를 가져야 하며, 예의 바르고, 친절하며, 겸손하고, 세밀한 점까지 신경을 쓸 수 있도록 배려해야 한다. 즉, 대상 집단이 노인 소비자들이 강사 및 운영자로부터 존경을 받고 있다고 느껴야 한다.

2. 주제별 프로그램의 내용

노인 소비자를 위한 소비생활 교육 프로그램 체계를 토대로 [표 4]에서와 같이 4가지 주제 영역으로 나누고, 주제별 75분으로 기획하여 내용을 구성하면 다음과 같다.

2.1 주제1 영역 : 노인 소비자 피해 예방 교육

주제1 영역은 노인 소비자 피해 사례를 중심으로 전화 관측 활동, 경로잔치 및 체험관 등을 통한 상품 판매의 부당 행위에 대해 상황 인지와 피해 예방을 위한 올바른 정보를 습득하도록 한다. 사례 인지를 통해 본인의 피해 사례 혹은 간접적 피해 사례를 공유하고, 토론과 발표를 통해 유의한 정보를 자발적으로 학습하도록 유도한다.

노인 소비자 피해에 관한 대중 매체 동영상을 활용하거나, OX 퀴즈 문제 풀이식으로 정보 습득을 보조할 수 있다. 프로그램 기획 및 진행자는 소비자의 관점에서 노인을 바라보고 그 개념 정의와 특성을 파악하여야 한다. 또한 이들의 소비생활 실태와 현황에 대한 정보와 지식을 보유하고 있어야 한다.

2.2 주제2 영역 : 올바른 소비자 상거래방법

주제2 영역에서는 노인 소비자의 소비 양식에 대한 사례를 중심으로 상거래의 일반 과정을 학습한다. 재화

와 서비스의 구매 과정 시 발생할 수 있는 계약 취소와 환불, 청약 철회에 관한 상식과 문제 발생 시 대처 방안으로서의 내용 증명 방법을 인지하고 실습을 통해 간접적 체험이 이루어지도록 한다.

특히 방문 판매, 전화 권유 판매, 다단계판매, 통신 판매에서의 계약 취소 시 발생할 수 있는 문제를 사례 중심으로 소개하고, 이에 관한 피해 예방 정보를 공유하면서 토론과 발표를 통해 학습의 내용을 숙지하도록 유도한다. 불공정 거래나 소비자 피해 발생 시 도움을 요청할 수 있는 신고처 및 상담·피해 구제 기관을 소개하고, 내용증명에 관한 실습과 발표를 통해 우수발표자를 선정, 선물 증정 등을 통해 고무적인 학습 환경을 조성한다. 프로그램 기획 및 진행자는 소비자 피해보상 규정의 의의와 피해 보상 규정의 일반적 기준, 방문 판매업자의 신고 의무, 청약 철회 기한 등을 숙지하여야 한다. 프로그램 진행자는 노인 소비자들에게 유용한 정보를 제공하는 유관 기관의 홈페이지를 소개하거나 관련 정보를 찾을 수 있는 방법을 인터넷 교육 방식을 활용하여 체험하도록 유도할 수 있다.

2.3 주제3 영역 : 피해 사례를 통한 상거래 방법

주제3 영역은 최근 사회 문제로 대두되고 있는 노인 소비자 대상 상조업 피해 사례를 다룬다. 선불식 할부 거래로 이루어지고 있는 상조업에 관하여 실제 사례를 중심으로 유사 경험을 나누고 무엇이 문제인지 피해 사례의 문제점을 토론 및 발표하도록 한다. 각 사례에 관한 토론과 발표를 통해 피해 예방 요령을 자연스럽게 학습하도록 유도한다.

프로그램 기획 및 진행자는 동영상과 광고 자료를 활용하여 노인 소비자를 유사 환경에 간접 노출시키도록 하고, 토론과 발표 과정 중 우수 발표자에 대한 시상 등을 진행하여 지루하지 않은 프로그램 환경을 조성한다. 진행자는 상조업 현황과 문제점, 관련 법규를 숙지하여야 하며, 한국 상조업의 등장 배경 등을 소개할 수 있도록 관련 정보를 습득함이 바람직하다.

2.4 주제4 영역 : 소비자 권리, 책임, 구매 의사결정

주제4 영역은 노인 소비자들에게도 동일하게 적용되

표 4. 노인소비자를 위한 소비생활 교육 프로그램의 주요 내용

| 영역 | 구성 내용 | 구성 | | |
|------|---|-------------|---------------------------------------|--|
| | | 주요 내용 | 준비물 | |
| 주제 1 | 이런 경험 처음이세요? (노인 소비자 피해 예방 교육) | 도입(10분) | 인사 나누기, 마음 열기 | <ul style="list-style-type: none"> •사례 소개 PPT자료 •노인 소비자 피해 동영상자료 및 관련 기자재 •OX 퀴즈 선물 |
| | | 전개①(15-20분) | 가상 사례 소개, 토론 및 발표 | |
| | | 전개②(25-35분) | 노인을 노리는 상술 소개, 실버 소비자 피해 예방 수칙 학습 | |
| | | 종결(10분) | 소감 나누기 | |
| 주제 2 | 니두 알만큼 알아유~ (올바른 소비자 상거래 방법) | 도입(10분) | 인사 나누기, 마음 열기, 지난 수업 돌아보기 | <ul style="list-style-type: none"> •사례 소개 PPT자료 •내용증명 예시 자료 •A4용지와 필기 도구 •발표자 선물, 잔잔한 음악 |
| | | 전개①(30-35분) | 가상 사례 소개, 토론 및 발표 | |
| | | 전개②(20-25분) | 환불, 교환, 청약 철회, 내용증명 방법, 가상 실습 | |
| | | 종결(10분) | 소감 나누기 | |
| 주제 3 | 괘씸한 녀들을 피하는 법 (상조업 피해 사례를 통한 소비자 상거래 방법) | 도입(10분) | 인사 나누기, 마음 열기, 지난 수업 돌아보기 | <ul style="list-style-type: none"> •사례 소개 PPT자료 •잔잔한 음악 •우수 발표자 선물 |
| | | 전개①(15-20분) | 상조업 소비자 피해 사례 1 소개, 토론 및 발표, 유의 사항 학습 | |
| | | 전개②(25-35분) | 상조업 소비자 피해 사례 2 소개, 토론 및 발표, 유의 사항 학습 | |
| | | 종결(10분) | 소감 나누기 | |
| 주제 4 | 세련된 실버세대의 노련한 쇼핑법 (소비자 권리와 책임, 의무, 구매 의사결정 과정) | 도입(10분) | 인사 나누기, 마음 열기, 지난 수업 돌아보기 | <ul style="list-style-type: none"> •사례 제시 PPT자료 •구매 의사결정 과정 관련 동영상 자료 및 기자재 •OX 퀴즈 선물 |
| | | 전개①(10-15분) | 소비자 권리와 책임 | |
| | | 전개②(30-40분) | 소비자 의무, 구매 의사결정 과정 학습 | |
| | | 종결(10분) | 소감 나누기 | |

는 소비자 기본법에 근거한 소비자의 권리와 책임, 의무에 대한 학습, 구매 의사결정 과정의 간접 체험과 실습 등을 다룬다. 노인 소비자로서의 올바른 권리 행사에 관한 사항, 그리고 책임과 의무에 기반한 올바른 소비, 구매 과정에 대한 논의를 통해 이를 실생활에서 적용할 수 있도록 가상 사례를 제시하도록 한다. 사례를 통해 소비와 구매 계획 과정을 간접 체험하도록 유도한다.

프로그램 기획 및 진행자는 노인 소비자의 학습 동기를 높이고, 실천 능력을 증진하기 위하여 동영상과 우수발표자 시상, 재화와 서비스의 구매 환경 조성을 통한 체험방 등을 꾸며 간접 경험이 이루어지도록 할 수 있다. 진행자는 노인 소비자의 구매 의사결정 과정과 그 과정상의 문제를 숙지하여 바람직한 과정으로의 유도 방안을 여러 관점에서 모색할 수 있어야 한다.

IV. 요약 및 제언

본 논문은 노인 소비자의 생활 상담이 증가하고, 이

들의 소비자로서의 기능과 역할이 점차 중요시되고 있는 현실을 직시하여, 개인, 지역사회, 국가적 차원의 지원 체계 마련 1단계로 소비생활 교육 프로그램 개발을 시도하였다. 연구는 2008년 6월부터 시작되어 2009년 5월 현재까지 진행되었으며 선행 연구 고찰을 통해 프로그램 구성 원리를 제시하고, 노인 소비생활 교육 프로그램의 구성과 내용을 소개하였다.

결론적으로 노인 소비자 소비생활 교육 프로그램 개발을 위한 구성 원리로는 내용 구성 측면에서 3가지, 즉 경험의 원리, 생활화·사회화의 원리, 계열성의 원리를 도출하고, 실행의 측면에서는 자발성의 원리, 개별화의 원리, 경로의 원리 3가지를 도출하였다. 그 다음으로 소비생활 주제는 총 4개 영역으로 나누어 프로그램 개발을 시도하였으며, 주요 내용과 준비 사항을 제시하였다.

개발된 프로그램의 주요 내용은 다양한 전달 체계를 통해 보급될 수 있는데, 프로그램의 대상자가 전국 노인 소비자의 경우, 지역마다 설치되어 있는 건강가정지원센터, 혹은 지역별 소비자 단체를 통해 보급될 수 있으며, 특히 노년기 가족생활 프로그램의 일환으로 구성

