

중학교 가정교과와 타 교과에 제시된 소비자역량의 내용과 구성요소 분석

윤소희* · 손상희** · 이수희***†

*서울대학교 대학원 가정교육 전공 대학원생 · **서울대학교 소비자학과, 생활과학연구소 교수 · ***서울대학교 사범대학 강사

Analysis of the Content and Components of Consumer Competency Presented in Home Economics and Other Subjects of Middle School

Yoon, Sohee* · Sohn, Sang-Hee** · Lee, Soo-Hee***†

**Graduate student, Dept. of Home Economics Education, The Graduate School of Seoul National University*

***Professor, Dept of Consumer Science, Research Institute of Human Ecology, Seoul National University*

****Lecturer, College of Education, Seoul National University*

Abstract

This study aims to identify implications for the role of home economics in consumer education in middle schools focusing on building consumer competency. To this end, the content in middle school textbooks of home economics and other subjects, written according to the 2015 revised curriculum, were analyzed. This study examined consumer education content based on the consumer competency measurement index developed by the Korean Consumer Agency, and reviewed different foci presented by subjects. This study also investigated how the knowledge, attitude and practice, which are components of consumer competency, are presented.

The major findings of this study can be summarized as follows: First, consumer competency content, presented in textbooks of home economics and other subjects, were comprised of citizenship competency(65.3%), transactional competency(27%), and financial competency(7.7%). Second, in terms of content on the consumer's citizenship competency, little attention was paid to consumer rights, revealing an imbalance between responsibilities and rights. Third, despite its importance, the "utilization of information and communications technology" in transaction competency, and "consumer participation" in citizenship competency are insufficiently covered in the home economics. Fourth, social studies was the subject that most extensively covered the content of consumer competency. In terms of scope, home economics dealt with most of the sub-fields. Fifth, even when the same content of consumer competency was covered, it was presented differently by subject. Sixth, there was a lack of connection between components of consumer competency—knowledge, attitude, and practice, with a disproportionately high emphasis on knowledge. In conclusion, this study concluded that consumer education content of middle school subjects is insufficient to enhance consumer competency.

Key words: 가정과 교육(home economics education), 소비자역량(consumer competency),
중학교 교과서(middle school textbooks), 학교 소비자교육(consumer education in school)

† 교신저자: Lee, Soo-Hee, 1, Gwanak-ro, Gwanak-gu, Seoul, 08826, Republic of Korea

Tel: +82-2-880-9052, E-mail: kywonk@unitel.co.kr

본 논문은 제1저자 윤소희 석사학위 청구논문의 일부임.

I. 서론

소비환경이 급변함에 따라 소비생활에서의 불확실성이 증가하고, 소비자는 복잡하고 다양한 상호작용의 맥락에서 새로운 유형의 소비자문제에 직면하고 있다. 또한, 소비자의 의사결정이 사회·경제·환경에 미치는 영향이 증가함에 따라, 소비자의 역할이 단순한 거래자·사용자의 위치에 머무르는 것이 아니라, 사회적 책임을 포괄하는 방향으로 변화하고 있다(Lee, 2013). 따라서 변화하는 소비환경에 현명하게 대응하고, 소비자문제를 주도적으로 해결하고 책임 있게 행동할 수 있는 소비자역량 함양이 요구된다.

소비자역량은 소비사회 변화에 능동적으로 대처하기 위해 요구되는 역량이고, 소비자역량의 구성요소인 지식, 태도, 실천의 총체적 특성을 지니고 있다(Fair Trade Commission, 2007). 이는 변화하는 소비사회의 시대적 요구를 반영하는 영역에서 소비자역량을 강화하고, 소비생활 맥락과 관련된 지식이 태도, 신념에 연계되어 삶의 방향성에 영향을 주고 실천으로 전이되는 과정을 통해 소비자역량을 함양할 필요가 있음을 의미한다.

특히, 청소년기는 소비 가치관을 형성하고 이 시기에 형성된 소비자 경험은 성인 소비자 행동유형을 결정하므로(Huh, Ryu, & Han, 2007), 청소년이 역량 있는 소비자로 성장할 수 있도록 소비자교육을 실시하는 것은 중요하다.

청소년의 소비자교육은 가정, 학교, 사회에서 이루어질 수 있는데, 학교 소비자교육은 체계적이고 평등한 교육의 기회가 지속적으로 제공될 수 있다는 점에서 중요한 의미를 지닌다(Kim, 2014; Moon, 2013). 한편, 소비자사회화에 있어 학교와의 상호작용이 입시 위주의 고등학교에서는 영향력이 미미한 반면, 초·중학교 단계에서 유의미한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다(Park & Lee, 2016). 이는 청소년 소비자교육에 있어서 중학교 단계에서 이루어지는 소비자역량 교육의 중요성을 시사하고 있다. 그러나 중학교 교육과정에서 소비자교육은 가정교과가 주도적 역할을 담당하고 있지만 가정교과 교육과정에서 성취기준이 2개에 불과하여 그 내용이 미약하며, 여러 교과에서 분절적으로 다루어지고 있는 실정이다.

이에 각 교과에 분산되어 지엽적으로 다루어지고 있는 소

비자교육 내용을 체계적, 통합적으로 접근하여 파악할 필요가 있다. 특히, 가정교과는 타 교과와 다양한 관련성을 맺고 있으므로 가정교과에서 제시하고 있는 소비자교육 내용을 타 교과와의 관계성 안에서 전체적으로 파악하여 시사점을 찾는 것은 의미가 있다.

지금까지 중학교 교육과정 소비자교육 관련 연구는 가정교과에 집중하여 이루어 졌으며, 출판사 별 소비생활 단원 내용을 비교·분석한 연구(Kim, 2014; Yoo & Koo, 2018), 교육과정 시기에 따라 소비자교육 내용의 변화를 확인한 연구(Ju & Park, 2015), 중·고등학교 소비자교육의 연계성을 파악한 연구(Park & Kim, 2017), 교과서의 소비자교육 내용에서 특정 내용 및 관점의 반영여부를 파악한 연구(Ju, 2016; Kim, 2018; Kim, 2018; Lee, 2010; Moon, 2013)가 있었고, 가정교과의 소비생활 단원 또는 관련 특정단원에 한정지어 분석하는 연구가 주를 이루고 있었다. 한편, 가정교과와 타 교과를 비교·분석한 연구(Huh, Ryu, & Han, 2007; Kim & Lee, 2005; Lee & Yu, 2015)는 사회, 도덕교과와 가정교과를 비교분석한 연구가 주이다. 따라서 2015 개정 교육과정 중학교 가정교과와 전체 타 교과와의 비교를 통해 소비자역량의 내용을 분석하고자 한다.

이에 본 연구에서는 중학교 교육과정의 가정교과와 타 교과에 제시된 소비자역량의 내용을 분석하고, 지식, 태도, 실천을 포함하는 소비자역량의 구성요소를 분석하고자 한다. 이를 통해 청소년 소비자역량 함양을 위한 가정교과의 역할에 대한 시사점을 도출하고, 더 나아가 교과 간 소비자교육 내용의 의미 있는 재구성을 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것으로 기대한다. 이러한 목적을 이루기 위한 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 가정교과와 타 교과에 제시된 소비자역량의 내용은 어떠한가?

연구문제 2. 가정교과와 타 교과에 제시된 소비자역량의 구성요소(지식, 태도, 실천)는 어떠한가?

II. 이론적 배경

1. 소비자역량

가. 소비자역량의 개념과 내용요소

소비자역량은 직무수행에서 사용하던 역량의 개념을 소비생활의 맥락에 적용한 개념이다. 역량은 특정한 상황적 맥락에 놓인 개인이 주어진 과업을 성공적으로 수행할 수 있는 것을 평가하는 개념(McClelland, 1973)에서 시작하였고, 특정 상황, 직무에서 효과적이고 성공적인 수행과 인과적으로 관련이 있는 개인의 내적인 특성으로 정의되었다(Spencer & Spencer, 1993). 그 후, 직무수행에서 논의되던 역량이 삶 전체를 관통하는 일반적인 능력으로 다루어지기 시작하였고(Rychen & Salganik, 2003), 삶의 복지향상을 도모하는 소비자학에서 역량에 관심을 갖게 되었다(Kim & Choe, 2011; Moon, 2013).

소비자역량의 개념을 살펴보면, 소비자역량은 경제시스템 내에서 생존하기 위해 개인에게 필요한 지식, 기능이고(Braun, 1979), 개인적·사회적 차원의 만족스러운 소비생활을 위해 경제적인 자원을 효율적으로 활용하는 기술로, 인지적·정의적·실천적 영역을 포괄한다(Moschis & Churchill, 1978). 또한 소비자로서 역할을 수행하도록 하는 개인의 능력, 재능으로 정의되었다(Dickinson, 1980). 국내에서 소비자역량은, Braun(1979)과 Dickinson(1980)의 개념을 토대로 소비활동의 장에서 적절한 역할을 수행하기 위한 역량 또는 재능으로, 소비자역할의 효율적 수행을 위해 요구되는 소비자지식, 소비자태도, 소비자기능의 총체로 정의되었다(Rhee, 1985). 또한, 소비자역량은 현대사회의 소비자로서 의사결정, 문제해결, 지식획득이 필요한 상황에서 요구되는 능력이고(Fair Trade Commission, 2007), 변화하는 소비환경에서 현명하고 지속가능한 소비생활을 영위하기 위해 소비자로서 지녀야 할 잠재적, 실천적 능력이다(Korea Consumer Agency[KCA], 2010). 이처럼 소비자역량은 합리적, 효율적 역할수행뿐 아니라 지속가능한 소비생활을 위해 사회적 책임을 수용하는 방향으로 변화하였다.

한편, KCA(2014)는 Kim과 Choe(2011)의 연구를 바탕으로 소비자역량의 개념적 모델을 제시하였는데(<Figure 1>), 소비자역량은 소비환경과의 상호작용 안에서 소비자로서의 역할

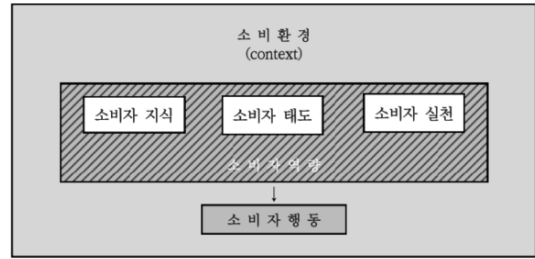


Figure 1. Conceptual model of consumer competency

을 수행하기 위한 소비자지식, 소비자태도, 소비자실천의 총체이고, 소비자역량을 갖추었을 때, 실제 삶에서 소비자행동으로 이어지게 된다.

소비자역량의 내용은 소비자를 둘러싼 소비환경이 변화함에 따라 진화한다(KCA, 2014). 이에 시대가 요구하는 소비자역량을 소비환경을 둘러싼 경제·사회·환경적인 변화와의 관계성 안에서 이해할 필요가 있다. 공정거래위원회에서는 2007년부터 3년 단위로 소비자 환경 변화를 토대로 소비자정책 기본계획을 제시해 왔는데, 제4차(2018-2020)에서 저성장, 양극화, 생활안전 및 여기수요 증가, 제4차 산업혁명과 초연결·지능정보 사회 도래, 온라인·모바일 및 플랫폼 거래 활성화, 고령화·저출산·소가구화, 기후변화·생활환경 오염 등을 소비환경의 변화로 전망하였다.

이러한 소비환경의 변화로 인해 대두되는 소비자문제는, 정부와 기업 차원에서의 정책적 대응방안과 소비자로서의 새로운 역량을 요구한다. 예를 들면, 2008년 금융위기 사태 이후 금융소비자 피해사태의 급증은 금융소비자보호에 대한 필요성과 소비자의 재무역량의 중요성을 부각시켰고, 2011년 기습 기살균제로 인한 피해는 생활제품의 안전성에 대한 정부의 검증과 기업의 사회적 책임에 대한 문제를 제기하면서 소비자 안전에 대한 경각심을 강조하였다(KCA, 2017). 한편, 글로벌 시대에 요구되는 소비자역량(Song, 2008), 디지털환경에서의 디지털 역량(Park, 2010), 환경문제에 따른 녹색소비 역량(Sohn, Kim, Rha, & Choi, 2010), 식품위해 불안감의 증가로 인한 식품 안전 분야의 소비자역량(Yoo & Joo, 2012) 등도 새롭게 요구되고 강조되는 역량이다.

한편, 한국소비자원은 소비자역량의 측정도구를 개발하기 위해 소비자역량의 내용요소를 체계화해 왔다. 이는 자원의

획득, 분배, 소비, 처분의 과정에서 요구되는 전통적 소비자의 역할에 기초하여 2007년 처음 확정되었고, 후속 연구들에서는 그 내용체계를 계승·유지하되 세부영역을 수정 및 정교화하였다(KCA, 2010, 2014; Oh & Bae, 2018). 이는 현대사회의 구조적 변화에 따라 소비자에게 요구되는 기초역량의 내용과 소비자 개인의 위상이 변화함에 따라 새롭게 요구되는 핵심역량의 내용을 검토하여 체계화 하였다는 점에서 의의가 있다(KCA, 2014).

수정·보완된 한국소비자원의 2018 소비자역량 척도는 소비자재무역량, 소비자거래역량, 소비자시민역량의 3개 대 영역으로 구성된다. 소비자재무역량은 소비자가 안정적인 경제생활을 유지하기 위해 필요한 자원을 효율적으로 관리하는 역량을 의미한다(Oh & Bae, 2018), 이는 가족생애주기의 단계별 재무적 수요에 따라 경제적 복지수준을 유지하기 위해 요구되는 역량이다(KCA, 2014). 소비자거래역량은 소비자가 시장에서 합리적이고 안전한 과정을 통해 소비목표를 달성할 수 있는 역량이다(KCA, 2010). 특히, 새로운 상품·서비스와 거래유형이 등장하고, 소비자가 처리해야 하는 정보의 양과 형태가 변화함에 따라 소비자에게 전통적으로 요구되어 왔던 현명한 거래를 위한 의사결정 능력이 정보와 안전에 대한 역량으로 진화하여 새롭게 강조되고 있다(KCA, 2014). 소비자시민역량은 성숙한 소비생활을 위해 소비자로서 권리를 주장하고 책무를 이행하고, 주체적인 소비문화를 확립하고 소비사회에 적용할 수 있는 능력을 포괄하는 개념으로, 개인의 만족은 물론이고 사회의 공공선, 환경적 지속가능성을 추구해야 하는 사회적 책임을 강조하고 있다(KCA, 2014).

이와 같이 한국소비자원에서 제시하고 있는 소비자역량의 내용체계는 소비자역량을 측정하기 위한 지표로서 급변하는 소비환경에서 요구되는 소비자역량의 내용을 반영하여 재무역량, 거래역량, 시민역량을 통합적으로 제시했다는 점에서 소비자교육 내용의 기준으로 활용할만한 충분한 가치가 있다.

나. 소비자역량의 구성요소

소비자역량의 3대 구성요소는 소비자지식, 소비자태도, 소비자실천이다(Fair Trade Commission, 2007). 지식과 실천은 인지적이고 표면적인 영역이며, 태도는 잠재적이고 내재적인

영역을 의미한다(Spencer & Spencer, 1993). 즉, 소비자역량은 지식, 태도, 실천이라는 인지적 영역, 정의적 영역, 실천적 영역의 총체이다.

소비자지식은 소비자가 효율적으로 역할을 담당하기 위해 이해해야 할 사실, 개념 및 관념 등의 인지적 능력을 의미하며, 이는 현명한 의사결정과 소비자의 권익보호를 위해 기초적이고 필수적인 요소이다(Rhee, 1985). 정보화, 세계화와 같은 소비환경이 급변하고, 새로운 상품·서비스가 확산되어 거래환경이 변화하는 현대사회에서 소비자정보는 양적으로 팽창하고 있다. 이에 따라 올바른 소비자정보를 수집하고, 적절하게 활용할 수 있는 능력은 필수적이다(Lee, 2013). 지식수준이 낮은 소비자는 제품을 구체적인 속성, 편의보다 브랜드나 피상적인 특징을 통해 판단할 가능성이 높으나, 지식수준이 높은 소비자는 구체적인 속성, 편의를 고려하여 합리적인 의사결정을 할 가능성이 높아진다(Smith & Park, 1992). 또한, 지식을 갖춘 소비자는 기업이 소비자의 요구에 부응할 수 있도록 하는 결정적인 역할을 할 수 있다(Owen, 1976). 즉, 지식을 갖춘 소비자는 소비자권리를 주장하고, 소비환경을 적극적으로 변화시킬 수 있는 힘을 가질 수 있다는 점에서 중요하다.

소비자태도는 상황에 대한 지속적인 일련의 신념, 감정이고(Rhee, 1985), 소비생활의 맥락에서 드러나는 자신감, 동기 등의 내적 요소를 포괄하여 지칭하는 잠재적 역량으로 가치, 신념 등을 포함하고 있다(KCA, 2014). 또한 특정 행동에 대한 개인의 태도는 신념, 평가 이외에 개인의 가치를 포함하기도 하는데, 이때 가치는 옳고 그름, 타당하지 여부 등에 대해 개인이 지닌 믿음으로 간주된다(Sohn et al., 2010). 즉, 소비자태도는 대상에 대한 긍정적·부정적, 선호·비선호의 심리적 성향일 뿐만 아니라 가치의 옳고 그름을 판단하는 개인이 지닌 믿음이기도 하다.

소비자역할에 대한 태도는 개인의 욕구충족 뿐만 아니라 경제·사회·환경에 영향을 주게 되므로, 바람직한 소비자태도를 형성하는 것은 매우 중요하다(Rhee, 1985). 또한 태도의 변화는 행동의도를 변화시키고, 행동으로 실현될 잠재성을 높일 수 있다(Francis et al., 2004). 소비자가 지니는 의식은 소비에 대한 이해를 높이는데 도움을 주며, 행동의 동기가 될 수 있다는 점에서 바람직한 소비자태도를 갖추는 것은 필요하다(Benn, 2004). 즉, 소비자태도는 소비자행동의 변화를 예측할 수 있는 요인이라는 점에서 중요한 의미를 지닌다.

소비자실천은 소비자기능이라는 용어로 사용되기도 했는데, 지식의 응용 및 실천의 개념으로 정의되었다(Rhee, 1985). 소비자실천은 소비생활의 맥락에서 특정 영역에 대한 지식, 태도를 적용할 수 있는 실천적 능력으로, 소비자행동 또는 행동의향을 대리변수로 사용 가능하다(KCA, 2014). 이는 소비자의 소비활동에 대한 응용적, 실천적 영역이며, 소비자의 행동적 차원의 능력이다(Lee, 2013).

이러한 맥락에서 소비자역량을 구성하는 소비자지식, 소비자태도, 소비자실천의 요소들은 서로 상호작용하고 영향을 주고받으며, 총체적으로 연계되었을 때 역량함양으로 이어질 수 있음을 확인할 수 있다.

2. 학교 소비자교육

소비자교육은 2006년 개정된 소비자기본법에서 ‘소비자의 올바른 권리행사, 구매와 관련된 판단능력, 자신의 선택에 책임을 지는 소비생활에 필요한 교육을 할 것’을 국가와 지방자치단체의 의무로 규정하였다. 특히 소비자기본법에 근거하여 수립된 소비자기본계획은 학교 내 소비자교육에 대한 지원 강화, 학교 내 소비자교육의 내실화를 추진과제로 선정하여 학교 소비자교육의 중요성을 강조해 왔다.

학교 소비자교육은 제도적으로 체계적인 교육이 가능하고, 평등한 교육의 기회가 제공되고, 지속적인 소비자교육이 가능하다는 점에서 중요한 의미를 지닌다(Kim, 2014; Moon, 2013; Park & Lee, 2016). 학교 소비자교육은 가정과 사회를 이어주는 예비적 단계로 미래사회를 책임질 역량 있는 소비자를 키워가는 과정이며(Kim, 2014), 특히 청소년 시기에 형성된 소비자 행동 패턴은 성인으로 이어지므로(Moore & Moschis, 1980), 청소년 시기의 학교 소비자교육은 중요한 의미를 가진다.

중학교 교육과정에서 소비자교육은 표준화된 개별 교과목이 없는 관계로 가정, 사회, 도덕 교과 등을 중심으로 여러 교과에서 분절적으로 다루어지고 있다. 소비자교육은 각 교과에 분산되어 지엽적으로 다루어지고 있어, 체계적, 통합적 접근의 한계가 있음을 보여준다(KCA, 2017). 이러한 한계를 극복하기 위해 제7차 교육과정 개정부터 통합적인 교육활동이 이루어질 수 있는 범교과 학습주제로 소비자교육, 경제교육이

제시되었다. 그러나 2015 개정 교육과정에서는 소비자교육이 범교과 학습주제에서 제외되었고, 소비자교육 내용이 경제·금융교육의 하위요소로 편재되었다. 이는 현행 교육과정에서의 소비자교육이 범교과 학습주제에서도 제외되어 지속성, 체계성, 통합성을 담보하지 못하는 실정이며(KCA, 2015), 이는 소비자교육의 양적·질적 수준의 저하를 초래할 우려가 있다(KCA, 2017).

지금까지 청소년을 위한 학교 소비자교육은 주로 가정교과를 중심으로 실시되어 왔고(Lee, 2011; Park, 2003), 소비자교육 측면에서 가정교과는 학습자들이 합리적인 소비생활을 통해 지속가능한 생태환경을 유지하는 주체로서의 삶을 살 수 있도록 하는 역할을 담당하고 있다(Ministry of Education, 2015a). 특히, 중학교 가정교과는 공통필수교과에 해당되어 청소년기의 지속적인 소비자교육을 실시할 수 있다는 장점을 지닌다(Moon, 2013).

가정교과에서 소비자교육 내용의 변화를 살펴보면, 5차 교육과정(1987-1992)에서 소비자의 의의와 역할, 합리적인 소비생활, 가정자원의 활용 등의 내용을 다루며 본격적으로 ‘소비’라는 용어가 강조되기 시작되었고, 6차 교육과정(1992-1997)에서 소비자의 의사결정과 구매의 원리, 소비자정보의 활용, 소비자문제 해결 등의 내용이 반영되어 소비자교육의 내용체계의 토대가 되었다(Yoo & Koo, 2018). 제7차 교육과정에서 기술·가정교과로 통합되면서 소비자교육 비중이 축소되었으나, ‘청소년의 소비생활’이 소단원으로 편제된 이후 그 내용 구성이 지금까지 이어지고 있다(KCA, 2017).

한편, 소비자교육은 가정교과가 아닌 타 교과에서도 직·간접적으로 그 역할을 담당해 왔으며, 관련성이 높은 주요 교과는 사회교과와 도덕교과이다. 사회교과는 사회현상을 올바르게 인식하고 필요한 지식, 기능을 익히고, 민주 사회 구성원으로서 요구되는 가치, 태도를 지닌 민주시민으로서의 자질을 함양하는 교과로서, 소비자교육 측면에서 소비자를 둘러싼 사회변동을 이해하고 시장경제의 원리를 파악하고 소비자시민으로서의 역할을 함양하는 내용이 반영되어 있었다(Ministry of Education, 2015b). 사회교과는 경제교육에 속하는 재무교육에 있어 중심적인 역할을 담당하고 있으며, 재무교육의 목표·내용·방법을 제시한 대표적인 연구인 ‘초·중·고 재무교육 표준안’에서 재무교육의 목표로 제시된 재무현상에 대

한 이해, 재무지식의 활용, 경제가치의 내면화, 합리적 선택과 실천과 관련된 내용을 현행 사회교과 교육과정에서 포괄하고 있다(Heo, 2017). 그러나 2015 개정 교육과정 초등학교 교과별 소비자교육 내용요소를 분석한 연구에서 사회교과는 양적으로 소비자교육 내용영역을 가장 많이 포함하고 있지만, 소비자교육의 핵심영역이 아닌 시장경제의 원리와 같은 경제교육 영역이 소비자교육으로 수행되고 있음을 지적했다.

그리고 도덕교과는 도덕적이고 정의로운 시민으로서의 갖추어야 할 가치를 내면화하고, 윤리적 성찰을 통해 인격의 토대를 마련하는 교과로서, 생태지속가능성의 관점에서 소비생활을 성찰하고, 소비생활과 환경에 대한 가치관을 평가하여 환경에 대한 바람직한 태도를 내면화하고 환경 친화적인 삶을 위한 실천적 기술을 제공하는 내용이 반영되어 있다(Ministry of Education, 2015c).

III 연구방법

1. 분석대상

본 연구의 분석대상은 2015 개정 교육과정에 기초하여 집필된 중학교 「기술·가정」 교과서와 사회, 도덕, 국어, 수학, 미술, 체육 교과의 교과서를 대상으로 하였다. 「기술·가정」은 외형적으로 단일교과로 구분되지만, 내재적 성격이 다르다고 판단하여 가정, 기술 교과로 구분하여 분석하였다. 분석대상 교과서 선정 기준은 2015 개정 교육과정에 기초하여 집필된 기술·가정 12종 중 시장 점유율이 높은 출판사에서 집필된 2종의 교과서를 선정하였고, 타 교과도 동일 출판사를 대상으로 하였다. 분석대상이 된 교과서 목록은 <Table 1>과 같다.

본 연구는 중학교 교육과정에서 다루어지고 있는 전체 교과를 분석대상으로 하였으나, 예비조사를 통해 음악, 과학은 분석대상에서 제외하고, 소비자교육과 관련된 내용을 포함하고 있는 교과들을 분석대상으로 하였다. 소비자교육 관련된 내용의 범주는 <Table 2>의 소비자역량의 내용요소를 근거로 하였고, 소비자역량의 개념적 모델<Figure 1>에 기초하여 소

Table 1. Analysed textbooks

Title	Publisher	Abbr.	Year
기술·가정I, II	천재교육	기술·가정A	2018
국어 I, II	천재교육	국어A	2018
수학 I, II	천재교육	수학A	2018
사회 I, II	천재교육	사회A	2018
도덕 I, II	천재교육	도덕A	2018
미술 I, II	천재교육	미술A	2018
체육	천재교육	체육A	2018
기술·가정I, II	동아출판	기술·가정B	2018
국어 I, II	동아출판	국어B	2018
수학 I, II	동아출판	수학B	2018
사회 I, II	동아출판	사회B	2018
도덕 I, II	동아출판	도덕B	2018
미술 I, II	동아출판	미술B	2018
체육	동아출판	체육B	2018

비지역량의 내용요소와 소비환경의 맥락과 관련된 내용을 포괄하였다. 소비환경의 맥락과 관련된 내용은 소비환경에 영향을 주는 사회변화와 관련된 내용과 시장경제를 이해하는 내용을 포함하였다.

2. 분석방법

본 연구에서는 Krippendorff(1980)의 내용분석방법에 기초하여, Wade(1993)의 3단계 과정에 따라 내용을 체계적으로 범주화하고, 양적·질적분석을 상호보완적으로 활용하여 분석하고, 동료평가자를 선정하여 검토하였다. 이에 따른 본 연구의 연구절차는 다음과 같다. 첫째, 범주화 과정은 Maxqda 프로그램을 활용하였다. Maxqda는 컴퓨터로 지원되는 질적 데이터 분석용 소프트웨어로 자료를 분류·결합하는 과정을 지원함으로써 작업과정을 체계화하고 효율성을 높일 수 있는 장점이 있다. 본 연구에서는 Maxqda 프로그램을 활용하여 교과서 자료를 분석단위 별로 소비자역량의 내용과 구성요소의 분석기준을 기준으로 범주화하는 작업을 수행하였다. 둘째, 범주화된 내용을 양적으로 분석하고, 교과별 상세내용 분석을 통해 내용제시의 특성을 질적으로 분석하였다. 셋째, 범주화

Table 2. 2014, 2018 Consumer competency index and analysis criteria by content area

Area	Consumer competency index		Analysis criteria	
	2014	2018	Sub-area	Content element
재무역량	재무설계	재무설계	재무설계	- 재무설계
	자산·부채관리			- 수입·지출 관리
	재무관리	재무관리	재무관리	- 노후설계
거래역량	정보이해·활용	정보이해·활용	정보이해·활용	- 저축·투자
	구매의사 결정	구매의사 결정	구매의사 결정	- 신용카드·부채관리
	사용·분쟁해결	사용·분쟁해결	사용·분쟁해결	- 보험관리
시민역량	권리주장	권리주장	권리주장	- 정보탐색·선별
	책임수용	책임수용	책임수용	- 표시·정보 이해
	소비사회 적응			- 정보통신기술 활용
				- 구매계획
				- 가격
				- 계약·거래조건
				- 품질비교
				- 분쟁해결
				- 안전한 사용
				- 소비자관련법·제도이해
				- 소비자권리 인식 및 권리사용
				- 윤리적 소비
				- 녹색소비
				- 소비자 참여
				- 소비환경 및 트렌드 이해
				- 소비문화 정체성 확립

된 내용은 교직경력 10년 이상의 석사과정 1인과 석사학위 소지자 1인의 동료평가자를 통해 점검하였고, 불일치할 경우 토론 및 협의의 과정을 통해 재분류하였다.

분석범위는 본문, 보충자료, 그림, 활동과제와 본문의 이해를 돕기 위한 부연설명을 모두 포함하였다. 본문의 분석단위는 형식적 단락인 기록단위를 분석단위로 설정하였고, 그림, 활동과제, 보충자료, 부연설명은 기본적으로 하나의 단위로 구분하였다. 그러나 하나의 분석단위에 2개 이상의 독립적인 주제, 맥락, 활동, 역량의 구성요소가 혼재되어 나타나는 경우 각각 구분하여 분석하였다.

3. 분석준거

가. 소비자역량 내용요소 분석준거

소비자역량의 내용요소 분석준거는 성인의 소비자역량을

측정·평가하기 위해 설정된 한국소비자원의 2018년 내용체계를 기준으로 설정하되, 시민역량에 속하는 ‘소비사회 적응’ 2014년 역량지표의 내용을 포함시켰고, 또한 청소년을 대상으로 하는 교육내용임을 감안하여 실질적인 구매 전 단계에 이뤄지는 ‘구매계획’의 내용을 추가하였다. 또한 소비환경에 영향을 주는 사회변화와 시장경제의 이해의 내용을 추가하여 ‘소비환경 및 트렌드의 이해’에 포함시켜 분류하였다. 이에 따른 소비자역량 내용요소 분석준거는 <Table 2>와 같다.

나. 소비자역량 구성요소 분석준거

소비자역량의 구성요소인 소비자지식, 소비자태도, 소비자실천에 대한 분석준거는 <Table 3>과 같이 설정하였다. 본 연구의 분석준거는 Rhee(1985)의 지식, 태도, 실천의 정의에 기초하여 설정하였다. 지식은 Schahn & Holzer(1990)의 지식분류를 참고하여 사실, 개념, 관념을 설명하는 추상적 지식과 실천전략을 제시하는 구체적 지식을 모두 지식으로 범주화하

Table 3. Analysis criteria for consumer competency components

Components	Analysis criteria	Example
지식	<ul style="list-style-type: none"> - 사실, 개념, 관념을 설명하는 추상적 지식 - 실천전략을 제시하는 일반적, 구체적 지식 	추상적 지식) 소비자 신용이란 소비자가 자신의 신용을 담보로 소득을 앞당겨 쓰는 것으로, 개인이나 가계의 소비 행동과 관련하여 신용이 사용되는 것을 의미한다. 구체적 지식) 할인 판매 기간이나 상설 할인 판매점을 이용하면 옷을 더 저렴하게 구입할 수 있고, 전자 상거래나 홈쇼핑 등 온라인 구매를 이용하면 편리하게 의복을 마련할 수 있다.
태도	<ul style="list-style-type: none"> - 긍정적, 부정적 인식과 신념 - 긍정적, 부정적 평가와 감정 - 가치와 관련된 옳고 그름, 타당성 여부를 다루는 내용 - 의견, 생각, 감정을 나누는 내용 - 성찰·반성하는 내용 	예시1) 유전자 재조합 식품 재배에 대한 찬성 또는 반대의 근거를 조사하여 자신의 생각을 글로 작성해 보자. 예시2) 소비자의 역할을 바르게 알고, 자신의 이익만을 추구하기보다 공정무역, 소비 절제와 나눔, 기부 등과 같이 환경과 사회를 생각하는 책임 있는 소비 행동을 해야 한다. 예시3) 조사한 환경이슈에 대한 자신의 의견을 밝히고 모두의 의견을 모아 발표해 보자. 예시4) 일상생활의 구매 행위가 이와 관련을 맺고 있는 세계 다른 지역에 어떤 영향을 미치는지 반성적 저널을 써 보자.
실천	<ul style="list-style-type: none"> - 내 삶에 적용하여 실제적으로 응용 및 실행해 보는 내용 - 내 삶에 적용하여 실천적 방안을 찾는 내용 	예시1) 현재 자신의 재무목표를 적고, 이를 달성하기 위한 행동 계획을 세워보자. 예시2) 지난 달 우리 집의 전기, 도시가스, 수도 사용량과 쓰레기 배출량을 조사하여 가정에서의 이산화 탄소 배출량을 구해보고, 이를 줄이기 위해 실천할 수 있는 방안을 말해 보자.

였다. 태도는 특정 대상에 대한 긍정적·부정적 인식과 신념, 소비생활의 맥락에서 드러나는 자신감, 동기, 특정 대상에 대한 평가와 감정, 긍정적·부정적 심적 성향, 가치와 관련된 옳고 그름, 타당성 여부를 다루는 내용을 태도, 학생들의 의견, 생각, 감정을 나누는 내용, 성찰·반성하는 내용으로 분류하였다. 실천은 내 삶에 적용하여 실제적으로 응용 및 실행해 보는 내용으로 범주화하였다. 그리고 소비자역량 구성요소의 연계성은 소비자역량의 구성요소인 소비자지식, 소비자태도, 소비자실천의 총체성을 의미하며, 본 연구에서는 소비자역량의 소 영역 내용요소 안에 소비자역량의 구성요소인 소비자지식, 소비자태도, 소비자실천의 3 요소가 모두 제시되어 있는지 여부를 확인하였다.

IV. 연구결과

1. 소비자역량 내용분석

가. 소비자역량 내용의 경향성

현행 중학교 소비자교육 내용을 파악하기 위해, 소비자역량 내용요소 분석준거<Table 2>를 기준으로 가정교과와 타

교과에 제시된 소비자역량 내용을 살펴보았다. 내용분석 결과는 <Table 4>와 같다.

먼저, 중학교 교육과정에 제시된 소비자역량 내용을 대 영역 기준으로 살펴보면 시민역량(217.5개, 65.3%), 거래역량(90개, 27%), 재무역량(25.5개, 7.7%) 순으로 구성되어 있었다. 중 영역 기준으로 내용요소를 살펴보면, 시민역량의 ‘책임수용’, ‘소비사회 적응’ 순으로 많은 내용을 다루고 있었던 반면, 재무역량의 ‘재무설계’, 시민역량의 ‘권리주장’은 미미하게 다루고 있었다.

소비자역량은 총 22개 소 영역의 내용으로 구성되어 있는데, 중학교 교과에서 22개 모든 소 영역의 내용이 제시되고 있었다. 소 영역 내용의 다루는 요소의 양을 상위 30%, 하위 30%로 구분해 보면, 다음과 같다(<Table 5>). 상위 30%에 해당되는 소 영역은 거래역량의 ‘정보통신기술 활용’, ‘구매계획’, ‘안전한 사용’이었고, 시민역량의 ‘윤리적 소비’, ‘녹색소비’, ‘소비환경 및 트렌드의 이해’의 내용이었다. 반면, 하위 30%에 해당되는 소 영역은 재무역량의 ‘수입·지출관리’, ‘노후설계’, ‘보험관리’, 거래역량의 ‘가격’, ‘계약·거래 조건’ 그리고 시민역량의 ‘소비자권리 인식 및 권리사용’의 내용이었다.

마지막으로, 중학교 교육과정에서 교과별 소비자역량 내용분석을 살펴보면, 분석대상 8 교과 중 사회교과가 가장 높은 비중으로 소비자역량 내용을 다루고 있었고(41%), 가정교과(25.8%), 도덕교과(17%), 기술교과(8.4%), 그 외 교과(7.8%)가

Table 4. Results of content analysis of consumer competency

중	소	가정	사회	도덕	기술	국어	미술	수학	체육	계
재무설계	재무설계		2							2
	수입·지출 관리	1	1							2
	노후설계		1							1
재무관리	저축·투자		12							12
	신용카드·부채관리		7							7
	보험관리		1.5							1.5
	재무역량	1	24.5							25.5
	교과 내 재무역량 구성(%)	1%	18%							7.7%
정보 이해·활용	정보탐색·선별	7.5								7.5
	표시·정보 이해	7.5			0.5			0.5		8.5
	정보통신기술활용	1.5		9.5	12.5					23.5
구매 의사 결정	구매계획	10.5	7							17.5
	가격	2						0.5		2.5
	계약·거래조건	1								1
사용·분쟁해결	품질비교	4.5								4.5
	분쟁해결	5								5
	안전한 사용	7.5	2.5		1.5				8.5	20
	거래역량	47	9.5	9.5	14.5			0.5	9	90
	교과 내 거래역량 구성(%)	55%	7%	17%	52%			17%	100%	27%
권리 주장	소비자관련법·제도이해	4								4
	소비자권리인식 및 권리사용	2								2
책임 수용	윤리적 소비	6.5	7.5			6				20
	녹색소비	14.5	20.5	37	9.5	3	5	2.5		92
	소비자 참여	0.5	3.5							4
소비사회 적응	소비환경 및 트렌드 이해	2.5	71	10	4					87.5
	소비문화 정체성 확립	8								8
	시민역량	38	102.5	47	13.5	9	5	2.5		217.5
	교과 내 시민역량 구성(%)	44%	75%	83%	48%	100%	100%	83%		65.3%
	총합계	86	136.5	56.5	28	9	5	3	9	333
	교과별 소비자역량 내용(%)	25.8%	41.0%	17.0%	8.4%	2.7%	1.5%	0.9%	2.7%	100%

주. 표 내 수치는 천재출판사와 동아출판사 빈도의 평균임.

차지하고 있었다. 그리고 교과별 소비자역량의 대 영역 비중을 살펴보면, 가정교과는 거래역량(55%), 시민역량(44%) 순으로 다루고 있으나, 재무역량(1%)은 거의 다루지 않고 있었다. 사회교과는 시민역량(75%), 재무역량(18%), 거래역량(7%) 순이었고, 다른 교과와 비교하였을 때 재무역량은 사회교과에서 주로 다루고 있었다. 도덕교과는 시민역량(83%), 거래역량

(17%) 순이었고, 재무역량은 다루지 않고 있었다. 한편, 기술교과는 거래역량(58%), 시민역량(48%) 순으로 다루고 있었다.

한편, 비중이 높은 세 교과, 가정교과, 사회교과, 그리고 도덕교과에서 다루고 있는 소비자역량의 내용분석의 범위를 살펴보면, 가정교과는 소비자역량의 소 영역 22개 중 17개, 사회교과는 11개 그리고 도덕교과는 3개의 소 영역을 다루고 있었

Table 5. Analysis results of consumer competency content elements

Standard	Area	Content elements
상위 30%	재무역량	
	거래역량	<ul style="list-style-type: none"> • 정보통신기술 활용 • 구매계획 • 안전한 사용
	시민역량	<ul style="list-style-type: none"> • 윤리적 소비 • 녹색소비 • 소비환경 및 트렌드 이해
하위 30%	재무역량	<ul style="list-style-type: none"> • 수입·지출 관리 • 노후설계 • 보험관리
	거래역량	<ul style="list-style-type: none"> • 가격 • 계약·거래 조건
	시민역량	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자권리 인식 및 권리사용

다. 즉, 사회교과가 양적으로 가장 많은 내용을 제시하고 있었지만, 내용의 범위 측면에서는 가정교과가 가장 다양한 소 영역을 제시하고 있었다. 가정교과에서 다양한 소 영역을 제시하고는 있지만, 재무역량의 ‘수입·지출관리’를 제외하고 거의 다루지 않고 있었고, 거래역량의 ‘정보통신기술 활용’, ‘가격’, ‘계약·거래조건’과 시민역량의 ‘소비자권리인식 및 권리사용’, ‘소비자 참여’는 분석단위 2개 이하로 다루고 있을 뿐이다.

나. 교과별 소비자역량 내용 비교분석

가정교과와 타 교과에서 동일한 소 영역을 다루고 있는 경우, 교과별 제시하고 있는 내용을 비교·분석하였다. 먼저, 재무역량 관련 내용을 살펴보면, 재무역량의 ‘수입·지출관리’는 가정교과와 사회교과에서 다루고 있었는데, 생애주기에 따른 수입·지출 곡선 그래프를 통해 유사하게 제시하고 있었다.

다음으로, 거래역량의 ‘표시·정보 이해’는 가정교과, 기술교과, 그리고 체육 교과에서 다루고 있었다. 가정교과는 상품에 표시된 소비자정보, 의복품질표시, 식품표시 정보를 다루고 있었고, 기술교과는 에너지 소비 효율 등급 라벨에 대한 내용을 언급하고 있었다. 또한, 체육교과는 건강한 생활습관과 관련하여 영양표시 확인 내용을 제시하며 교과의 성격과 연계되는 ‘표시·정보’와 관련된 내용을 제시하고 있었다.

거래역량의 ‘정보통신기술 활용’은 가정교과, 도덕교과, 기

술교과에서 다루고 있었다. 가정교과는 전자상거래의 의미, 모바일 쇼핑주의사항, 스마트폰 결제사기 피해예방에 관련된 내용을 다루고 있었고, 도덕교과는 정보화 시대에 전자 상거래하기, 개인 정보 침해와 같은 문제에 대한 도덕적 책임을 강조하는 내용을 주로 다루고 있었다. 또한, 기술교과에서는 정보통신기술의 의미와 특성, 정보통신 매체의 사례를 제시하고 있었다.

‘정보통신기술 활용’의 내용의 특성을 비교해 보면, 가정교과는 실제 생활과 연계된 구체적, 기술적 방안을 다루고 있었다면, 도덕교과는 정보화 사회의 도덕적 책임을 강조하고 있었고, 기술교과는 정보통신기술의 의미와 특성, 사례를 설명하고 있었다는 점에서 각 교과가 강조하는 초점이 상이함을 확인할 수 있었다.

또한, 거래역량의 ‘구매계획’은 가정교과와 사회 교과에서 다루고 있었다. 가정교과에서는 구매의사결정 과정과 의·식생활과 관련된 소비계획에 대한 내용을 다루고 있었고, 사회교과에서는 기회비용을 고려한 합리적 구매계획에 대한 내용을 언급하고 있었다. 거래역량의 ‘안전한 사용’은 가정교과, 사회교과, 기술교과, 그리고 체육 교과에서 제시하고 있었다. 가정교과는 식품, 의약품의 안전한 사용에 대한 내용을 다루고 있었고, 사회교과, 기술교과는 GMO의 안전성에 관한 문제를 언급하였고, 체육교과는 기호품의 올바른 섭취, 약물의 올바른 사용을 언급하고 있었다.

마지막으로, 시민역량 관련 내용은 다양한 교과에서 다루고 있었으나, 제시하는 내용의 초점에서 차이가 드러났다. ‘윤리적 소비’는 가정교과, 사회교과에서 다루고 있었는데 가정교과는 윤리적 소비의 정의를 명시하고, 사회적 책임을 소비자의 역할로 선언적으로 규정하고 구체적 실천방안을 제시하고 있었다. 그러나 사회교과는 나(개인)의 소비가 사회, 세계에 어떤 영향을 미치는지 소비환경과의 상호작용을 고려하고 사고하도록 하는 내용이 많았다.

‘녹색소비’는 체육교과를 제외한 모든 교과에서 제시하고 있었다. 가정교과는 실제 생활에서의 의·식·주와 관련된 친환경 실천방안에 대한 내용을 개인적 삶의 측면에서 다루고 있었고, 사회교과는 환경문제, 환경이슈와 같은 사회적 문제를 제시하고, 환경 친화적 노력들을 제도적 차원에서 언급하고 있었으며, 적극적 형태의 사회적 참여를 강조했다. 한편, 도덕교과는 인간과 자연의 관계를 통해 환경문제를 인식하고,

소비생활을 성찰하며, 환경 친화적 삶에 대한 내용을 개인·사회·국가·세계적 차원에서 제시하고 있었다. 그리고 기술교과는 에너지 소비와 관련된 환경문제를 기술의 발달 측면에서 다루고 있었으며, 지속가능한 발전의 개념을 언급하고, 지속가능한 발전을 위한 노력들을 제안했다.

‘소비자참여’는 가정교과와 사회교과에서 언급하고 있었다. 가정교과는 프로슈머에 대한 내용을 언급하고 있었으나, 그 의미를 설명하는 데 그치고 있었다. 한편, 사회교과는 기업의 사회적 책임을 언급하고 있었으나, 기업의 사회적 책임 제고를 위해 소비자의 사회적 참여가 필요한 부분에 대해서는 연결시키고 있지 않았다. 이를 통해 적극적, 능동적 형태의 소비자 참여를 다루는 내용은 부족함을 확인할 수 있었다.

‘소비환경 및 트렌드의 이해’는 가정교과, 사회교과, 도덕교과, 그리고 기술 교과에서 다루고 있었다. 가정교과는 정보화 사회와 소비환경의 변화와 관련된 내용을 언급하고 있었고, 사회교과는 시장경제의 이해, 산업화·정보화·세계화와 같은 사회변동과 서비스업·유통의 세계화, 뉴미디어 시대와 같은 최근 흐름을 비중 있게 다루고 있었다. 도덕교과에서는 정보화 사회의 특징과 문제점을 제시하고 있었으며, 기술교과는 사물인터넷, 빅데이터 혁명과 같은 정보통신기술의 발전으로 인한 생활의 변화를 언급하고 있었다.

교과별 소비자역량의 내용을 비교분석한 결과, 같은 내용을 다루고 있지만 교과별로 내용의 초점이 다른 것을 확인할 수 있었다. 가정교과는 개인의 실제 삶과 연계된 구체적인 전략을 제시하고 있었다면, 사회교과는 소비생활과 관련된 사회적 문제를 제도적 차원에서 접근하고, 소비자를 둘러싼 환경을 이해하고 상호작용을 고려하는 내용이 많았다. 한편, 도덕교과는 소비생활을 성찰하고, 소비생활과 관련된 책임 의식, 도덕적 문제를 다루고 있었다.

2. 소비자역량 구성요소 분석

가. 소비자역량의 구성요소 비중

소비자역량 구성요소 비중을 살펴보면, 소비가지식(74.9%), 소비자태도(17.4%), 소비자실천(7.7%) 순이었다. 재무역량의

경우, 세 역량 중 지식의 비중(76.5%)이 가장 높았고, 태도와 실천(11.8%) 순이었다. 거래역량은 지식(73.3%), 태도(16.7%), 실천(10%)의 순으로 구성되어 있었다. 시민역량도 지식(75.4%)의 비중이 가장 높았고, 태도(18.4%)는 타 역량 대비 가장 높은 비중으로 다루고 있었던 반면, 실천(6.2%)은 가장 미흡하게 다루고 있었다. 이를 통해 모든 대 역량에서 구성요소들의 비중이 지식에 편중되어 있었으며, 실천을 다루는 비중이 매우 부족함을 확인할 수 있었다.

다음으로, 가정교과, 사회교과, 그리고 도덕교과의 소비자역량 구성요소 비중을 살펴보면, 가정교과는 지식(75%), 태도(15.1%), 실천(9.9%) 순으로, 사회교과는 지식(79.5%), 태도(14.3%), 실천(6.2%) 순으로, 도덕교과는 지식(61.1%), 태도(32.7%), 실천(6.2%) 순으로 구성되어 있었다. 특히 가정교과와 사회교과는 지식의 비중이 75% 이상으로 두드러지게 높았으며, 도덕교과 역시 타 요소에 비해 지식의 비중이 높았지만(61.1%), 사회, 가정교과 대비 태도의 비중이 32.7%로 상대적으로 높았다.

나. 소비자역량 구성요소의 연계성

소비자역량의 구성요소인 지식, 태도, 실천 세 요소의 연계성을 고려하여 살펴본 결과(<Table 6> 참조)는 다음과 같다. 교과 전체적으로는 22개 제시 소 영역 중 ‘저축·투자’, ‘구매계획’, ‘분쟁해결’, ‘안전한 사용’, ‘윤리적 소비’, ‘녹색소비’, ‘소비환경 및 트렌드 이해’, ‘소비문화 정체성 확립’ 8개 영역(36.3%)에서 지식, 태도, 실천이 연계되어 제시되었다. 교과별로 살펴보면, 가정교과는 17개 제시 소 영역 중 ‘구매계획’, ‘분쟁해결’, ‘녹색소비’, ‘소비문화 정체성 확립’ 4개 영역(23.5%)에서 세 구성요소가 연계되어 제시되었다. 사회교과는 11개 제시 소 영역 중 ‘저축·투자’, ‘구매계획’, ‘안전한 사용’, ‘윤리적 소비’, ‘녹색 소비’, ‘소비환경 및 트렌드 이해’ 6개 영역(54.5%)에서 3 구성요소가 연계되어 드러났다. 도덕교과는 3개 제시 소 영역 중 ‘녹색소비’ 1개 영역(33.3%), 그리고 기술, 국어, 미술 교과도 ‘녹색소비’ 영역에서 구성요소의 연계성이 확인되었다.

이상의 결과를 요약해 보면, 중학교 교과에 제시된 소비자교육 내용은 여전히 지식에 편중되어 있었으며, 소비자역량의

Table 6. Connections among consumer competency components by subjects

소 영역	가정	사회	도덕	기술	국어	미술	수학	체육	전체
재무설계									
수입·지출 관리									
노후설계									
저축·투자		○							○
신용카드·부채관리									
보험관리									
재무역량									
정보탐색·선별									
표시·정보 이해									
정보통신기술활용									
구매계획	○	○							○
가격									
계약·거래조건									
품질비교									
분쟁해결	○								○
안전한 사용		○							○
거래역량									
소비자관련법·제도이해									
소비자권리인식 및 권리사용									
윤리적 소비		○							○
녹색소비	○	○	○	○	○	○			○
소비자 참여									
소비환경 및 트렌드 이해		○							○
소비문화 정체성 확립	○								○
시민역량									

주. 음영은 교과에 제시되고 있는 소 영역을 의미하고, ○는 소비자역량의 구성요소인 지식, 태도, 실천의 내용이 모두 제시되고 있는 경우를 표시함.

구성요소인 지식, 태도, 실천이 총체적으로 연계되어 제시되지 못하고 있었다. 특히 가정교과는 도덕교과 대비 지식의 비중이 높고, 태도의 비중이 낮았으며, 구성요소의 연계성 측면에서 사회, 도덕 교과 대비 부족한 양상을 보였다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 가정교과와 타 교과에 제시된 소비자역량의 내

용과 구성요소를 분석하여 청소년의 소비자역량 함양을 위한 소비자교육에 있어 가정교과의 역할을 타 교과와의 관련성을 통해 시사점을 도출하고자 하였다. 본 연구의 중요한 결과에 기초한 시사점은 다음과 같다.

첫째, 가정교과와 타 교과에 제시된 소비자역량 내용은 시민역량(65.3%), 거래역량(27%), 재무역량(7.7%) 순으로 구성되어 있었고, 특히 중학교 교육과정에서 재무역량 내용은 양적으로 부족하게 나타났다. 또한, 가정교과는 재무역량을 거의 다루지 않고 있었다. 재무교육 도입 시기는 생활습관 및 기본 경제 개념이 형성되기 시작하는 초등학교 고학년부부터가 적절하고(Choi, 2018), 중학교 시기는 실질적으로 재무역량을 심화

할 수 있는 중요한 단계임에도 불구하고, 양적으로 빈약하고 체계적인 재무교육이 제대로 이루어지지 못하는 실정이었다.

특히 가정교과를 통해서 생활설계 관점과 금융소비자 관점에서 재무교육이 실시되어야 하는 내용임에도 불구하고 (Heo, 2017), 가정교과는 재무역량을 거의 다루지 않고 있음을 확인할 수 있었다. 생활설계적 관점은 가계의 수입·지출을 파악하여 건전한 가계관리와 미래경제생활을 설계하는 것으로 가정교과의 생애설계에서 다룰 필요가 있으며, 금융소비자 관점은 금융시장에서 소비자의 권리와 책임을 이해하고 금융피해를 예방하고, 대응할 수 있는 역량을 갖추는 것으로 가정교과에서 금융상품과 서비스도 소비대상으로 포함시켜 교육내용에 반영할 필요가 있다. 이를 통해, 재무역량을 함양하는 데 있어 사회교과와 가정교과가 상호보완적으로 그 역할을 담당할 필요가 있다.

둘째, 시민역량의 ‘책임수용’은 비중 있게 다루고 있었던 반면, ‘권리주장’은 소홀히 다루고 있어, 소비자 권리와 책임 사이의 균형이 부족함을 확인할 수 있었다. 2018 소비자역량 지수 결과에서 14년 조사 대비 모든 부문의 소비자역량이 고르게 향상된 반면, 권리주장역량만 하락한 것으로 드러났는데, 이는 학교 소비자교육의 내용구성보다 연결선 상에서 고려해 볼 수 있는 문제이다. 시민역량에서 소비자책임은 중요하게 다루는 것은 바람직한 방향성이나, 소비자책임만을 강조하여 소비자 권리주장의 내용이 등한시 된 것은 아닌지 검토할 필요가 있다. 특히 권리주장은 가정교과에서만 다루고 있는 영역으로 가정교과가 주도적으로 책임의식에 기초한 권리주장의 정당성을 확보할 수 있는 내용을 강화하고, 소비자의 권리와 책임의 상호보완성에 기초하여 그 내용을 균형 있게 다룰 필요가 있다.

셋째, 시대적 요구와 문제적 중요성에도 불구하고 거래역량의 ‘정보통신기술활용’과 시민역량의 ‘소비자 참여’의 내용을 가정교과에서 소홀하게 다루고 있음을 확인할 수 있었다. 오늘날 정보통신환경은 거래 패러다임을 변화시켰고, 소비자는 거래하는 맥락에 따라 다면적 역할을 수행해야 하므로 (Choi, Chun, & Rha, 2015), 그에 따른 교육내용의 강화가 필요하다. 한편, 소비자참여는 소비자가 프로슈머로서 능동적으로 생산과 기업 활동에 관여하는 것으로 경제적 역할이나 친환경 제품을 구매하는 역할을 넘어서는 것이고, 소비자나 기업이

사회적 이슈와 문제를 해결하는 데 함께 참여하고 실천하는 노력을 의미한다(Cheon, Kim, Lee, & Lee, 2014). 이는 소비자 활동이 개인적 영역에 머무르는 것이 아니라 사회변화의 주체로서 활동의 범위를 확대하는 것을 의미한다. 이와 같이 가정교과는 급변하는 정보화 사회의 소비환경에 대응할 수 있는 실질적인 역량을 키우고, 소비자의 역할이 적극적 형태의 소비자 참여로까지 이어질 수 있도록 교육내용을 강화할 필요가 있다.

넷째, 사회교과(41%)가 양적으로 가장 많은 내용을 다루고 있었지만, 내용의 범위 측면에서는 가정교과가 가장 다양한 소영역의 내용을 제시하고 있었다. 이는 초등학교 사회교과에서 소비자교육 내용영역을 양적으로 가장 많이 포함하고 있으나 핵심영역이 아닌 경제교육 영역을 소비자교육으로 수행하고 있다는 KCA(2015)의 논의와 일치하는 결과이다. 이를 통해 가정교과가 소비자역량 교육에 있어 핵심영역을 다루는 중심적인 역할을 담당해야 하는 교과임을 확인하였고, 가정교과가 소비자교육을 위한 교과 정체성을 확보할 필요가 있음을 시사한다.

다섯째, 교과별 소비자역량의 내용을 살펴본 결과, 같은 내용을 다루고 있지만 교과별 내용의 초점이 상이함을 확인할 수 있었다. 가정교과는 개인의 실제 삶과 연계된 실천적 방안, 구체적 지식을 제시하는 내용이 주를 이루었고, 사회교과는 소비생활과 관련된 사회적 문제를 제도적 차원에서 접근하고, 소비자를 둘러싼 환경과의 상호작용 안에서 고려하는 내용이 많았다. 한편, 도덕교과는 소비생활을 성찰하고 소비생활과 관련된 도덕적 문제를 다루고 있었다.

여섯째, 소비자교육 내용이 여전히 지식 위주(74.9%)로 이루어지고 있었고, 태도(17.4%), 실천(7.7%) 순으로 구성되어 있었으며, 소비자역량의 구성요소인 지식, 태도, 실천의 연계성이 부족하였다. 특히, 실천교과로서의 성격을 지니고 있는 가정교과의 경우에도 지식의 비중(75%)이 현저히 높았고, 태도(15.1%)와 실천(9.9%)의 내용이 미흡하였으며, 이 요소들의 연계성이 부족하여 소비자역량 함양으로 이어지기 어려운 한계점이 드러났다.

이상의 결론을 바탕으로 가정교과가 학교 소비자교육에서 중심적인 역할을 담당하기 위한 제언을 하고자 한다.

첫째, 가정교과는 소비자역량 함양을 위한 교과 정체성을 지니고 있으나 현재 가정교과의 내용은 소비생활 맥락과의 연결성을 제시하지 않고, 개인적 차원의 방안, 전략을 제시하

고 있는 데 그치고 있다. 따라서 중학교 소비자교육에서 가정교과는 소비생활 맥락에 대한 이해에 기초하여 가치판단을 통해 바람직한 실천양식을 갖추도록 내용을 구성하고, 그 실천의 영역을 개인적 영역이 아닌 사회적 영역까지 확장할 필요가 있다. 더 나아가 가정교과에서 부족한 영역들은 타 교과와의 연계를 통해 교육과정의 의미 있는 재구성을 위한 시도가 필요하다.

둘째, 소비자역량 함양에 있어, 소비환경의 맥락, 학생들의 삶의 경험 맥락과 연결된 지식이 필요하며, 지식이 태도, 신념에 연계되어 삶의 방향성에 영향을 주고, 소비자가 지니는 의식은 행동으로 실현될 가능성을 높인다(Benn, 2004; Francis et al., 2004). 따라서 가정교과는 소비자역량 함양을 위해 지식 위주의 교육에서 벗어나 지식습득에 기초하여 행동의 의도를 변화시키고 실천, 행동으로 전이되어 실제적인 소비생활을 변화시킬 수 있도록 소비자역량의 구성요소들이 유기적으로 연계되어 상호작용할 수 있는 내용구성이 요구된다.

본 연구는 소비자역량 함양을 위한 학교 소비자교육의 시사점을 찾기 위해 교육내용의 차원에서만 살펴보았다는 한계를 가진다. 후속연구를 통해 교과의 성격, 목표, 내용, 교수학습 그리고 평가의 일련의 과정을 전체적인 흐름에서 파악할 필요가 있다.

참고문헌

- Benn, J. (2004). Consumer education between 'consumership' and citizenship: experiences from studies of young people. *International Journal of Consumer Studies*, 28(2), 108-116. doi:10.1111/j.1470-6431.2003.003654.x
- Braun, B. S. (1979). *Consumer economic knowledge of older women*. Unpublished doctoral dissertation, University of Missouri-Columbia, Columbia, USA.
- Cheon, H. J., Kim, S. W., Lee, D. I., & Lee, J. H. (2014). Creating shared values : Redefining the role of the corporation and consumer. *The Korean Society of Consumer Studies*, 25(3), 1-19.
- Choi, J. W., Chun, Y. S., & Rha, J.-Y. (2015). A study on the expanded consumer roles in ICT environment. *Consumer Policy and Education Review*, 11(4), 55-78.
- Choi, Y. J. (2018). A delphy study on the perceptions and prospects of financial education professionals. *Social Studies Education*, 57(3), 15-33.
- Dickinson, V. H. (1980). Consumer education: A developmental approach. In *Proceedings of the 26th Annual Conference*. Columbia: American Council on Consumer Interest.
- Fair Trade Commission (2007). *The development of consumer competency measure and index*. Sejong: Sejong: Author.
- Francis, J. J., Eccles, M. P., Johnston, M., Walker, A., Grimshaw, J., Foy, R.,...Bonetti, D. (2004). Constructing questionnaires based on the theory of planned behaviour: A manual for health services researchers. *Centre for Health Services Research*. Retrieved from <http://openaccess.city.ac.uk/1735/>
- Heo, S. M. (2017). Analysis of finance units in secondary social studies curriculum: Focusing on the changes after the 2007 revised curriculum. *Research in Social Studies Education*, 24(4), 157-176.
- Huh, K. O., Ryu, S. G., & Han, S. J. (2007). An analysis of content of consumer education in middle school based on the 7th curriculum. *Consumer Policy and Education Review*, 3(1), 79-97.
- Ju, S. E. (2016). An analysis of contents on education for sustainable development (ESD) in middle school home economics textbook: focused on the units of 'adolescence consumption life'. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 28(2), 79-93.
- Ju, S. E., & Park, M. S. (2015). The analysis of core contents in consumer area from 1st to 2009 revised middle school home economics textbooks. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 27(4), 37-50.
- Kim, J.-S. (2014). Analysis on the contents of school consumer education: Focusing on unit of 'adolescent's consumption life' in technology · home Economics ① textbooks used in the 2009 revised curriculum. *Korean Journal of Human Ecology*, 23(1), 63-84.
- Kim, J. H., & Lee, Y. S. (2005). Comparison between the contents of management of resource and environment area in home economics textbook and those of other subject textbooks

- of middle school. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 17(1), 55-68.
- Kim, J. H., & Choe, H. C. (2011). The development of consumer financial competency measure. *Financial Planning Review*, 4(3), 1-36.
- Kim, J. S. (2018). *Contents and perspective of sustainable development education reflected in middle school technology and home economics textbooks in South Korea: focusing on consumer life related units*. Unpublished master's thesis, Seoul National University, Seoul, Korea.
- Kim, N. E. (2018). Proposal of consumer life area curriculum in home economics education for ethical consumer practice. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 30(4), 57-81.
- Korea Consumer Agency (2010). *Measurement & evaluation of consumer competency in 2010*. Eumseong: Author.
- Korea Consumer Agency (2014). *2014 Consumer empowerment index. Policy Research Report*, 1-326. Eumseong: Author.
- Korea Consumer Agency (2015). *A preliminary study for developing elementary school's content standards in consumer Education*. Eumseong: Author.
- Korea Consumer Agency (2017). *Consumer policy I past, present and future*. Eumseong: Author.
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis*. Beverly Hills, California: Sage Publications.
- Lee, J.-H. (2011). *Effects of school consumer education on adolescents cellular phone consumption life*. Unpublished master's thesis, Chung-Ang University, Seoul, Korea.
- Lee, J. Y., & Yu, N. S. (2015). The analyses of duplicated contents of 'consumer life' area in technology & home economics and other subject textbooks for middle and high school students. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 27(4), 121-140.
- Lee, M. H. (2013). *A study on influencing factors and characteristics of type of female consumer competency: Focused on marital status*. Unpublished doctoral dissertation, Chonnam National University, Gwangju, Korea.
- Lee, Y. S. (2010). An analysis on the unit of 'adolescence self-management' and 'adolescence consumption life' in technology · home economics textbook used in middle schools: focusing on how the emphasis of the 2007 curriculum revision is reflected. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 22(3), 55-75.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for "intelligence". *American Psychologist*, 28(1), 1-14. doi:10.1037/h0034092
- Ministry of Education (2015a). *Practical Arts(Technology · Home Economics)/Information Curriculum*. Ministry of Education Notice 2015-74 [Separate 10]. Sejong.
- Ministry of Education (2015b). *Social Studies Curriculum*. Ministry of Education Notice 2015-74 [Separate 7]. Sejong.
- Ministry of Education (2015c). *Moral Studies Curriculum*. Ministry of Education Notice 2015-74 [Separate 6]. Sejong.
- Moon, Y. H. (2013). *Toward a critical approach to the study on school consumer education in schools : An analysis of secondary home economics textbooks*. Unpublished doctoral dissertation, Seoul National University, Seoul, Korea.
- Moore, R. L., & Moschis, G. P. (1980). Social interaction and social structural determinants in adolescent consumer socialization. *Association for Consumer Research*, 7, 757-759.
- Moschis, G. P., & Churchill Jr, G. A. (1978). Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis. *Journal of marketing research*, 15(4), 599-609. doi:10.2307/3150629
- Oh, S. J., & Bae, S. Y. (2018). 2018 Consumer empowerment index in Korea. *Journal of Consumer Policy Studies*, 1-307.
- Owen, S. (1976). *The development of the test of consumer competencies*. Unpublished doctoral dissertation, Northern Illinois University, DeKalb, USA.
- Park, H. Y. (2010). *An explanatory study on the concept and measure of digital consumer competency*. Unpublished master's thesis, Seoul National University, Seoul, Korea.
- Park, J. S., & Kim, J. S. (2017). Analysis of the content connectivity of the 2009 revised technology & home economics curriculum 'consumption' area. *Family and Environment Research*, 55(4), 337-349.
- Park, Y. M., & Lee, H. S. (2016). The difference of adolescents' consumer socialization according to gender. *Journal of Consumer Policy Studies*, 47(1), 213-243.
- Park, H. J. (2003). The content analysis of consumer education in the social studies textbooks under the 7th Korean national curriculum. *Theory and Research in Citizenship Education*, 35(1), 173-197.

- Rhee, K. C. (1985). *A study on consumer education focusing on the development of adolescent consumer competencies*. Unpublished doctoral dissertation, Seoul National University, Seoul, Korea.
- Rychen, D. S., & Salganik, L. H. (2003). Highlights from the OECD project definition and selection competencies: Theoretical and Conceptual Foundations. In *Annual Meeting of the American Educational Research Association*. Chicago, IL: American Educational Research Association.
- Schahn, J., & Holzer, E. (1990). Studies of individual environmental concern: The role of knowledge, gender, and background variables. *Environment and behavior*, 22(6), 767-786.
- Smith, D. C., & Park, C. W. (1992). The effects of brand extensions on market share and advertising efficiency. *Journal of Marketing research*, 29(3), 296-313.
- Sohn, S.-H., Kim, K., Rha, J.-Y., & Choi, S. A. (2010). Green consumption competency: A conceptual model of its framework and components. *Consumer Policy and Education Review*, 6(3), 95-119.
- Song, S. Y. (2008). The direction of consumer education policy in the global age. *Consumer Policy Trends*, (4), 1-24.
- Spencer, M. L., & Spencer, M. S. (1993). *Competence at Work: Models for Superior Performance*. New York: John Wiley & Son Inc..
- Wade, R. C. (1993). Content analysis of social studies textbooks: A review of ten years of research. *Theory & Research in Social Education*, 21(3), 232-256.
- Yoo, H. J., & Joo, S.-H. (2012). Development of consumers' perceived food safety and food safety competency measurement. *Korean Society of Consumer Studies*, 23(4), 79-104.
- Yoo, M.-R., & Koo, H.-G. (2018). 2015 A study on technology & home economics textbook comparison of middle school according to 2015 revised curriculum. *Consumer Policy and Education Review*, 14(3), 51-84.

<국문요약>

본 연구는 가정교과와 타 교과에 제시된 소비자역량의 내용과 구성요소를 분석하여 학교 소비자교육에서 청소년의 소비자역량을 함양하기 위해 가정교과가 담당해야 할 역할에 대한 시사점을 도출하는 데 그 목적이 있다. 이를 위해 2015 개정 교육과정에 기초하여 집필된 중학교 가정교과와 타 교과인 사회, 도덕, 기술, 국어, 수학, 미술, 체육 교과서를 대상으로 소비자역량 내용, 구성요소를 분석하였다. 소비자역량 내용은 소비자역량을 측정하기 위해 체계화된 한국소비자원의 소비자역량 내용체계를 준거로 활용하여 분석하였고, 소비자역량의 구성요소(지식, 태도, 실천)의 비중과 연계성을 분석하였다. 본 연구의 주요 결과와 시사점을 요약하면 다음과 같다. 첫째, 가정교과와 타 교과에 제시된 소비자역량의 내용에서 재무역량이 양적으로 매우 부족하였으며, 가정교과는 재무역량 내용을 거의 다루지 않고 있었다. 둘째, 시민역량에서 책임수용은 비중 있게 다루고 있었던 반면, 권리주장과는 소홀히 다루고 있어, 권리와 책임 사이의 균형이 부족함을 확인할 수 있었다. 셋째, 가정교과에서 거래역량의 '정보통신기술활용'과 시민역량의 '소비자 참여'의 내용을 소홀히 다루고 있어 보완이 필요하였다. 넷째, 사회교과가 양적으로 가장 많은 내용을 다루고 있었으나, 내용의 범위 측면에서는 가정교과가 가장 다양한 소 영역의 내용을 제시하고 있었다. 다섯째, 교과별 소비자역량 내용의 초점을 살펴보면, 가정교과는 개인적 차원의 실천적 방안을 제시하는 내용이 주를 이루었고, 사회교과는 소비환경과 소비환경과의 상호작용을 고려하는 내용이 많았다. 한편, 도덕교과는 소비생활을 성찰하고 소비생활과 관련된 도덕적 문제를 다루고 있었다. 여섯째, 소비자교육 내용은 여전히 지식에 편중되어 있었으며, 소비자역량의 구성요소인 지식, 태도, 실천이 총체적으로 연계되어 제시되지 못하고 있었다.

■논문접수일자: 2020년 8월 25일, 논문심사일자: 2020년 9월 12일, 게재확정일자: 2020년 9월 29일