

# 아동과 청소년을 대상으로 실시된 2003, 2004년도 소비자·경제교육 분야 사회교육프로그램 내용 분석

홍 연 금(가톨릭대 박사과정)·송 인 숙(가톨릭대 교수)

아동과 청소년을 대상으로 하는 소비자 또는 경제 분야 사회교육은 민간소비자단체에서 소비자교육이라는 명칭으로 간헐적으로 이루어져왔으나 최근에는 신용문제나 부자되기 열풍 등으로 관심이 높아짐에 따라 경제교육이라는 명칭으로 다양한 프로그램이 시행되고 있다. 이에 본 연구는 최근 활발히 실행되고 있는 사회교육 프로그램의 내용을 분석하여 소비자교육과 경제교육에서 다루는 주제나 접근방식의 특성과 차이를 비교하고, 문제점을 확인·보완하여 소비자의 능력 및 경제 의식을 향상시킬 수 있는 균형 잡힌 교육프로그램을 구성하여 실시할 것을 제안하였다.

분석자료는 정부기관과 민간소비자단체외에 포탈검색사이트에서 '경제교육', '소비자교육'으로 검색되는 민간사업체들을 대상으로 홈페이지를 검색하여 2003년과 2004년에 아동과 청소년(초등학생 ~ 고등학생)을 대상으로 실시된 소비자 또는 경제 교육프로그램을 수집하였다. 총 14개의 프로그램이 분석되었고, 금융 혹은 신용교육으로 명시되어 실시되고 있는 교육프로그램은 특정 주제에 한정된 교육이기 때문에 제외하였다.

프로그램 내용분석 결과 최근 아동과 청소년을 대상으로 시행되고 있는 소비자·경제분야 사회교육프로그램은 다음과 같은 특성이 있었다.

첫째, 아동과 청소년을 대상으로 하는 소비자·경제교육 프로그램의 프로그램명과 시행기관을 보면 '경제교실', '경제나라', '경제스쿨' 등 '경제'라는 용어를 포함한 명칭으로 대부분 이루어지고 있었으며, 주최 기관으로는 민간사업체 6곳, 민간소비자단체 3곳, 정부기관 1곳으로 조사되었다. 교육방법은 게임, 체험, 강의식 방법이 주로 이용되고 있었으며 특히 민간사업체가 주최가 되는 경제 캠프에서는 대부분 창업 체험 프로그램이 이루어지고 있었다.

둘째, 교육프로그램의 내용은 경제원칙과 금전관리 영역의 교육으로 편중되어 있었다. 반면 구매·영향요인, 소비자 역할, 소비자의 권리와 책임 영역에 대한 교육은 전혀 이루어지고 있지 않았으며 소비윤리, 의사결정, 소비자 정보 영역 또한 매우 미흡하게 이루어지고 있었다. 또한 소비자문제와 해결 영역은 소비자대학 프로그램에서만 다루고 있을 뿐 경제교육 명칭의 프로그램에서는 다루지 않는 영역이었다.

셋째, 다루어지고 있는 각 프로그램의 내용과 교육방법은 다양하였으나 교육프로그램의 궁극적인 지향방향은 소비자 또는 경제인으로서의 능력을 향상하여 소비자 개인과 가계의 만족 또는 자아실현에 초점을 두고 있어 미시적인 관점의 효율성이 강조되고, 사회전체 경제 시스템안의 소비자 역할이나 사회적 책임 등은 덜 강조되고 있었다.

현 소비자 또는 경제교육프로그램의 이러한 특성과 한계를 보완하는 교육방향은 소비자학의 입장에서 본다면 '소비자교육프로그램'명칭 안에 경제교육의 내용을 포괄하면서도 소비자능력 향상을 위한 균형된 프로그램이 제공되어야 하며, 그 내용으로는 소비생활의 기본을 이해하기

위한 기초 과정 영역(경제원칙, 자본주의 경제 윤리), 합리적 의사결정과 기술개발 영역(상거래 윤리, 의사결정, 금전관리, 구매 기술 및 정보, 소비자 문제와 해결), 소비의 사회적 책임과 새로운 소비문화 영역(소비자 역할, 소비자 권리와 책임, 횡적·종적 차원의 사회적 자원분배, 참여형 소비자 시민)의 세 영역이 단계별로 골고루 구성되어 실시되어야 할 것이다.