

정보사회의 소비자교육내용 구성에 대한 전문가-소비자의 의견 비교 분석

A Comparison of Opinions on a Consumer Education Program for the Information Society between the Professionals and the Consumers

성균관대학교 생활과학부 가정관리학과
석사 배윤정
성균관대학교 생활과학부 가족경영·소비자학 전공
교수 김기옥

Dept. Of Home Management, School of Human Life Sciences, Sungkyunkwan Univ.

M.A. : Yun-Jung Bae

Dept. Of Family Life Management & Consumer Studies, School of Human Life Sciences, Sungkyunkwan Univ.

Professor : Kee-Ok Kim

◀ 목 차 ▶

- | | |
|------------|----------------------|
| I. 서론 | V. 정보사회의 소비자교육내용 체계화 |
| II. 이론적 배경 | VI. 결론 및 제언 |
| III. 연구방법 | 참고문헌 |
| IV. 연구결과 | |

< Abstract >

The purpose of this study is to emphasize the importance of considering both counterparts, demanders and suppliers, of consumer education when a consumer education program is developed.

In order to do that, opinions of both professionals and consumers on consumer education program in the information society are compared and analyzed. Also, the differences of consumer education program in the information society are discussed based upon the opinions of these two groups. This study finds out that there are many conflicts between professionals and consumers. Therefore, two questions should be considered when a consumer education program is developed and is applied in a practical setting: 'Is this appropriate for consumer education' and 'what is the demand of consumers who will actually get that education'.

I. 서론

최근의 몇 년 사이에 정보사회화는 급속히 진행되어왔다. 빠른 사회변화, 시간과 공간의 제약으로부터의 자유, 그리고 지식사회로 특징지어지는 정보사회는 사회와 경제, 문화, 가정생활 등 인간 생활의 모든 부문에 영향을 미치고 있다. 이러한 정보사회로의 발전으로 인한 소비생활의 변화는 소비자들로 하여금 정보사회를 살아가는 데 필요한 지식과 기술을 갖출 것을 요구하고 있으며 그 역할은 바로 소비자교육이 담당해야 할 부분이다. 그러나 산업사회를 초점으로 한 지금까지의 소비자교육으로는 혁신적인 변화의 물결인 정보사회에서 소비자가 올바른 의사결정을 할 수 있도록 돕는 기능을 제대로 수행할 수 없다. 따라서 정보사회라는 변화의 물결 속에서 소비자교육은 시대적 요구에 부응할 수 있는 교육내용으로 재구성되고 체계화되어 정보사회의 소비자를 올바르게 육성할 수 있는 역할을 갖추어야 한다.

이 같은 문제인식으로 정보사회의 소비자교육내용이 어떻게 구성되어야 할 것인가를 모색해본 배윤정(1999)의 연구 결과는 다음과 같다. 우선 산업사회의 소비자를 위한 내용으로 구성되어져 왔던 이제까지의 소비자교육과는 다른 양상을 나타내어야 한다고 보았다. 정보화의 거대한 영향력을 고려하여 정보기술에 관련된 내용을 소비자교육에 새로운 하나의 영역으로 포함시켰으며, 기존의 소비자교육에서 다루어왔던 구매의사결정/재무관리/소비자주의 등의 영역에서도 정보사회라는 시대적인 요구를 반영하고 현재에 맞지 않는 내용은 수정을 가하여 하위영역을 정리해 볼 수 있었고, 이렇게 정리한 구성안에 대한 전문가집단의 의견을 토대로 소비자교육내용을 체계화하여 제시하였다.

그런데 소비자교육이란 개인으로 하여금 바람직한 소비자시민으로서의 역할을 수행할 수 있도록 소비자지식·태도·기능 등의 소비자능력을 개발할 수 있게 도와주는 것(이기춘, 1985)이며 동시에 소비자의 입장과 관점에서 문제를 의식하면서(Knapp,

1990, 今井光映·中原秀樹 著/정용선 외 譯, 1998, 재인용) 소비자 복지(well-being)의 극대화를 추구한다는 점이 궁극적인 의의이자 목적이다. 이러한 측면을 두루 생각해 볼 때 소비자교육을 실제로 실시하고자 한다면 과연 이것이 소비자교육내용으로 얼마나 타당성을 가지는가와 더불어, 교육의 수요자인 소비자들이 얼마나 필요로 하는 내용인가 하는 점이 반드시 고려되어야 한다. 교육적으로 타당한 내용들로 구성되어 있는지의 여부만을 중시한다면 소비자들의 소비생활 현실을 정확히 반영하기에 어려움이 따르고 소비자들이 소비자교육에 흥미를 잃을 우려가 있다. 반면 소비자들의 교육요구에만 충실히 따라 구성된 소비자교육내용은 소비자들이 미처 인식하지 못한 중요하고 필수적인 내용들을 간과하여 소비자교육의 목표를 완전히 달성하지 못하게 될 수가 있는 것이다.

따라서 본 연구는 정보사회의 소비자교육내용 구성안으로 전문가집단에게 했던 의견조사 결과와 소비자집단의 요구도 조사 결과에서 두 집단의 응답성향의 차이를 비교·분석하고, 전문가집단과 소비자집단의 견해를 바탕으로 정리한 정보사회의 소비자교육 프로그램이 서로 어떻게 다른지를 각각 체계화하여 봄으로써, 소비자교육 프로그램을 구체적으로 계획하려 할 때 고려해야 할 기본 내용들의 기준을 제시하는 데에 도움을 줄 수 있을 것이다. 또한 소비자교육 프로그램을 개발하는 데 있어 보다 현실적이고 과학적인 접근을 할 수 있기 위한 지침을 제공하고자 한다.

그러므로 본 연구의 연구문제는 다음과 같이 설정한다.

연구문제 1) 정보사회의 소비자교육내용 구성에 대해 전문가집단과 소비자집단의 의견에는 어떤 차이가 있는가?

연구문제 2) 전문가집단 및 소비자집단의 의견을 바탕으로 한 정보사회의 소비자교육내용 체계화는 각각 어떻게 구성될 수 있으며 이는 어떻게 다른가?

II. 이론적 배경

1. 정보사회와 소비자교육

인간 생활의 많은 부문에 영향을 미치고 있는 정보사회는 산업사회에 비해 사회변화가 보다 빠르게 진행되며 온라인 상의 네트워크를 통해 시간과 공간의 제약에서 자유로울 수 있다는 특징을 가지고 있다. 황상재 외(1998)는 탈시간화, 네트워크 의존, 가사시간의 단축, 라이프스타일의 변화 및 여성의 취업/노동시간 증가 등을 예로 들면서 정보사회가 인간의 행동과 가정생활을 어떻게 변화시키는가에 대해 설명하였다.

정보사회에서 정보는 하나의 중요한 자원이 된다. 따라서 정보의 바다로 일컬어지는 인터넷에서 어떤 정보를 어떻게 활용할 수 있는지가 정보사회를 주도하는 힘의 근원이 되는 것이다. 또한 주문생산 및 소량다중생산(노봉남·장옥배, 1993) 등 산업사회와는 다른 생산환경 하에서 소비자는 구매의사결정의 새로운 환경을 맞이하게 되었으며, 그에 따라 소비자권리와 책임이 새롭게 부여되고 있다.

이렇게 변화하는 사회 속에서 소비자가 어떻게 적응할 것인가가 이슈로 남을 때 소비자교육이 제 기능을 할 수 있다. 소비자교육은 바람직한 소비자시민으로서 필요로 하는 소비자능력, 소비자지식, 소비자태도, 소비자기능을 개발할 수 있도록 도와주는 것(이기춘, 1985)이기 때문이다. 따라서 정보사회의 소비자교육은 앞서 설명한 변화된 환경들을 반영하여 정보사회에 적합한 내용으로 구성되어야 한다.

2. 교육프로그램

소비자교육 프로그램 및 소비자교육내용 구성에 대한 이해를 위하여 교육학적 근거를 배경으로 소비자교육내용에 관한 연구들을 고찰해보면 다음과 같다.

1) 교육 프로그램의 설계 유형

교육학에서는 교육과정을 목적과 내용에 따라 유

형별로 분류하고 있다. 그 분류 유형은 학자마다 매우 다양하나 대체로 교과중심/ 사회중심/ 개인의 요구와 흥미중심 등 3~5가지 정도의 분류를 가진다. 여기에서는 본 연구의 방향과 맥을 같이하는 교과 및 학문을 중심으로 한 설계와 요구를 중심으로 한 설계의 두 가지 유형을 정리해본다.

(1) 교과 및 학문을 중심으로 한 설계

교과 및 학문 중심의 교육 프로그램 설계는 교육적인 의의를 갖는 지식을 체계적으로 조직하는 것으로, 피교육자가 자신의 교육내용을 결정하는 것이 아니라 교육자가 교육적 지식을 근거로 내용을 구성하고 이를 설명하는 방식이어서, 이성개발에 도움이 되는 형식교과에 초점을 두어 논리적 체계에 따라 피교육자가 그 논리의 체계를 이해할 수 있도록 한다(양용철 외, 1999).

교과 및 학문을 중심으로 한 설계의 가장 큰 특징은 조직적이며 잘 정돈된 유형이라는 점이며(Saylor, Alexander & Lewis, 1981) 지적 능력을 개발할 수 있다는 장점을 갖는다. 즉 지식과 가치 및 기능 등을 습득하는 데 효과적인 것이다(김대현·김석우, 1996).

그러나 이 설계를 아무리 잘 계획·실행하여도 피교육자의 교육적 요구를 수용하지 않으므로써 드러나는 한계는 남게 된다.

(2) 요구를 중심으로 한 설계

그렇다면 교육을 받는 학습자의 요구와 관심을 적극적으로 반영하여 구성하는 교육 프로그램 설계는 어떠한가. 이 같은 접근은 Rousseau가 Emile을 교육한 18C와, 19C의 Pestalozzi, 그리고 18C 말에서 19C 초에는 Dewey의 실험학교에서 널리 사용되었으며 다음과 같은 특징을 갖는다(Saylor, Alexander & Lewis, 1981).

- i. 교육과정 계획은 학습자의 요구와 흥미를 기반으로 하며, 그 계획으로 도움을 받는 집단의 특정 요구와 흥미에 대한 진단을 포함한다.
- ii. 학습자의 요구와 흥미에 부합하도록 개발·수정되는 조항과 학습자가 이용할 수 있는 대안

이 풍부한 교육과정 계획은 많은 융통성을 지닌다.

이 설계는 피교육자의 심리, 즉 학습자의 요구(need)가 바로 조직의 원리가 되어 필요나 흥미가 큰 순서대로 교육내용을 배열하게 된다(양용철 외, 1999).

이렇게 피교육자의 요구를 중심으로 한 설계에 대해 Saylor, Alexander, 그리고 Lewis(1981)는 동기 수준이 높고 교육성취가 크며 궁극적으로는 각 개인의 잠재력 실현이 용이해진다는 장점을 가진다고 설명하면서 더불어 이에 대한 한계를 지적하였는데, 그들에 따르면 요구와 흥미 원칙이 충실히 적용되었을 때 그 요구에 입각하지 않은 학습기회는 아예 제외되어 버림으로써 사회적 목표를 간과하게 된다는 것이다.

이상에서 정리해본 교과 및 학문을 중심으로 한 설계나 요구를 중심으로 한 설계, 혹은 다른 어느 교육 프로그램 설계 가운데 단 한 가지 교육과정 설계만을 선택하여 교육하는 것은 바람직하지 못하다. 김대현·김석우(1996)의 견해처럼 교육과정 설계 모형에 옳고 그른 선택이란 없으며 각각 장단점을 가지고 있으므로, 실제 현장에서 이러한 교육과정 모형이 시행되어 피교육자의 특성에 맞도록 가장 도움이 될 수 있는 모형들을 선택하고 결합하는 일이 중요할 것이다.

2) 교육프로그램의 설계 유형에 따른 선행연구 고찰

그렇다면 그 동안 행해져온 소비자교육내용에 관한 연구들은 '교육자가 교육적 지식을 근거로 내용을 구성하고 이를 설명하는 방식'과 '학습자의 요구와 관심을 적극적으로 반영하여 구성하는 방식' 중 어느 쪽에 가까운 유형을 채택하고 있을까. 1963년의 E. D. Metzzen의 연구에서부터 1998년 전은경의 연구에 이르는 소비자교육관련 연구들에서 이를 구분해보면 다음과 같다.

(1) 교육적 지식을 근거로 한 연구

1963년 Metzzen(성영애, 1988, 재인용)은 젊은 여성

에게 어떤 소비자능력이 중요한가를 규명하기 위해 소비자교육내용을 정리하면서 13개의 소비자교육과목 교과서를 바탕으로 하여 21가지의 주제로 소비자교육내용을 제시하였으며, 1979년 藤枝恵子 外(박재선, 1985, 재인용)는 미국 노스다코타 주의 교육과정모형을 참고하여 소비자교육내용을 정리하였다. Bannister와 Monsma(1982)는 1978년의 미 소비자교육청(U. S. Office of Consumers' Education)이 중요한 개념들을 정의·분류하려는 목적으로 세웠던 소비자교육개발 프로그램(CEDP: Consumer Education Development Program)을 기초로, 제 4 하위영역까지 개념분류체계를 확장하여 제시함으로써 체계적으로 이해하고자 하였다. 또 1985년에는 선행연구를 바탕으로 소비자교육 프로그램의 내용을 체계화 한 박재선의 연구가 행해졌다.

(2) 소비자들의 요구를 근거로 한 연구

성영애(1988)는 주부소비자를 대상으로 소비자교육에 대한 요구분석을 한 연구에서 조사대상 주부들이 지각한 총체적인 소비자교육 요구도가 평균 62.50으로 높은 편이라고 분석하였으며, 17개의 각 주제영역에 관한 소비자교육 요구도도 한 영역을 제외하고는 모두 3.0 이상이었고, 소비자특성에 따른 주제영역별 소비자교육 요구도 역시 전반적으로 높은 편이라고 하여서, 이러한 교육적 요구를 충족시킬 적절한 소비자교육 프로그램의 제공이 있어야 한다고 제안하였다. 1991년 김영옥·이기춘은 아동 소비자교육의 주제영역을 구성하여 이에 대해 초등 학교 교사들을 대상으로 아동소비자교육에 대한 요구분석을 실시하였으며 주제영역별 및 주제영역간 요구순위를 제시하였다. 윤경희(1993)의 연구는 노인의 소비자교육요구와 소비자행동에 관한 것으로서, 노인의 소비자교육요구도가 높은 수준에 이르며, 높은 요구수준을 보인 주제영역은 노인 대상 소비자교육 프로그램을 설계할 때 우선적으로 반영하여 소비자교육 요구를 충족시켜야 할 것이라고 결론지었다. 전은경(1998)은 청소년 대상의 소비자교육 프로그램을 개발하기 위해서 교육요구를 분석해본 결과, 14개의 소비자교육 영역별 요구도가 전반

적으로 높게 나타났으며 소비자특성에 따른 전체적인 요구도는 가족의 사회적 지위에 따라 유의미한 차이를 나타내었다.

(3) 정보사회의 소비자교육내용 체계화에 관한 연구
본 연구에 앞서 실시되었던 배운정(1999)의 연구는, 정보사회의 진전과 함께 변화하는 환경에서 소비자가 올바른 의사결정을 할 수 있도록 하기 위해서 정보사회에 적합한 소비자교육내용을 구성하고 체계화하려는 목적에서 출발하였고 문헌연구와 실증연구의 두 부분으로 이루어져 있다. 먼저 문헌연구에서는 Bannister와 Monsma(1982)의 개념분류를 기본 모델로 삼아, 기존의 소비자교육내용으로 어떠한 것들이 있는지 고찰하고 정보사회의 소비자교육내용을 구성하기 위한 방향은 어떠한지 하는지를 모색하여 (I)정보기술 영역, (II)구매의사결정영역, (III)재무관리영역, (IV)소비자주의영역으로 정보사회의 소비자교육내용을 구성하였다. 실증연구에서는 문헌연구를 통해 구성한 내용을 가지고 이에 대한 견해를 조사하여 연구의 구성 안(案)을 검증하고자 하였는데, 여기에서 얻은 결과를 바탕으로 정보사회의 소비자교육내용을 체계화하는 과정에서는 전문가집단의 견해, 즉 소비자교육내용으로 얼마나 적합한가에 대한 조사결과를 토대로 정리하였다. 다시말해 교육적인 의의와 가치에만 근거를 두어 앞에서 설명한 교과 및 학문을 중심으로 한 교육 프로그램 설계에 가까우며 교육 수요자인 소비자집단의 요구도가 반영되지 않았다.

그러므로 여기에서는 소비자집단의 의견 조사 결과를 전문가집단의 의견 조사 결과와 함께 놓고 비교하여 체계화하는 연구를 함으로써 두 집단의 견해를 반영한 소비자교육내용이 각각 어떠한 양상으로 나타나는지 제시해 보고자 한다.

III. 연구방법

1. 연구설계

본 연구의 조사대상인 소비자 분야 전문가집단은

소비자학 전공의 박사과정 이상 및 소비자학 교수, 소비자관련단체 종사자로 선정하였고 요구도 조사를 위한 소비자집단은 서울·경기 지역의 직장인을 대상으로 하였다. 설문지는 1999년 9월18일부터 10월 4일까지 전문가집단에 160부를 배포하여 그 중 133부를 연구에 사용하였고 소비자집단에 500부를 배포하여 421부를 채택하였다.

2. 조사도구 및 분석방법

본 연구의 조사도구는 배운정(1999)의 소비자교육내용 구성안을 가지고 각각의 개념에 대해 전문가집단의 의견을 Likert형 5점 척도로 '매우 적합하다'에 5점, '대체로 적합하다'에 4점, '보통이다'에 3점, '별로 적합하지 않다'에 2점, '전혀 적합하지 않다'에 1점을 주었다. 그리고 소비자집단의 의견은 '매우 필요하다'에 5점, '대체로 필요하다'에 4점, '보통이다'에 3점, '별로 필요하지 않다'에 2점, '전혀 필요하지 않다'에 1점을 주었다.

전문가집단의 설문지는 적합한 정도를 묻는 65문항과 함께 문제점을 묻는 개방형 4문항, 추가할 교육내용에 대한 의견을 묻는 개방형 4문항, 그리고 응답자의 배경을 파악하는 2문항의 네 부분으로 구성된다. 소비자집단의 설문지는 얼마나 필요하다고 생각하는지를 묻는 65문항, 추가할 소비자교육내용에 대한 의견을 묻는 개방형 4문항, 응답자의 배경을 파악하는 9문항의 세 부분으로 구성된다.

본 연구의 자료분석은 SPSSWIN version 8.0 을 이용하였으며 조사대상자의 일반적 특성에 빈도와 백분율을, 전문가-소비자 집단의 소비자교육내용 각 영역간 비교 및 영역별 내용에 대한 비교를 위해 평균과 표준편차를 구하고 t검증을 실시하였다.

IV. 연구결과

1. 조사대상자의 일반적 성격

본 연구의 조사대상자의 일반적 성격은 다음의

〈표 1〉 조사대상의 일반적 성격 (전문가) (N=133)

변인	집단	빈도 (%)
직업	소비자학계	51(38.3)
	소비자단체 종사자	82(61.7)
연령	20~29세	37(27.8)
	30~39세	52(39.1)
	40~49세	35(26.3)
	50세 이상	7(5.3)

〈표 2〉 조사대상의 일반적 성격 (소비자) (N=421)

변인	집단	빈도 (%)
성별	남성	196(46.6)
	여성	225(53.4)
연령	20~29세	365(86.7)
	30~39세	47(11.2)
	40~49세	4(1.0)
	50세 이상	3(0.7)
학력	고졸	24(5.7)
	대졸	372(88.4)
	대학원졸 이상	22(5.2)
직업	전문직	45(10.7)
	경영·관리직	11(2.6)
	사무직	124(29.5)
	학생	241(57.2)
가정의 월평균 수입	100만원 미만	77(18.3)
	100~200만원 미만	99(23.5)
	200~300만원 미만	113(26.8)
	300~400만원 미만	65(15.4)
	400~500만원 미만	19(4.5)
500만원 이상	30(7.1)	

〈표 1〉, 〈표 2〉와 같다. 〈표 1〉에서와 같이 전문가집단의 경우 소비자학 전공의 박사과정 이상 및 소비자학 교수로 구성되는 소비자학계의 전문가집단이 51명, 소비자단체 종사자로 구성되는 전문가집단이 82명이었다. 소비자집단의 경우 〈표 2〉에서처럼 주로 2, 30대의 학생, 사무직, 전문직과 경영·관리직 종사자 421명을 대상으로 하였다.

2. 소비자교육내용 영역별 평균

소비자교육내용의 영역별로 조사결과를 살펴보면 〈표 3〉과 같다. 백 점 환산점으로 각 영역의 평균을 비교하여 보았을 때 전문가집단과 소비자집단을 합한 전체 응답자는 제 IV영역인 소비자주의 영역(74.5)을 가장 적합하며 필요한 영역이라고 답하였다. 이에 대해 전문가집단과 소비자집단을 각각 보면 전문가집단에서는 소비자주의 영역(83.8)이 가장 적합하고 그 다음으로 제 III영역인 재무관리 영역(75.5)이 적합하다고 하였으나, 소비자집단의 경우 재무관리 영역(73.8)이 가장 필요하며 소비자주의 영역(71.5)이 그 다음으로 필요하다는 요구도를 나타내었다. 제 I영역인 정보기술 영역은 전문가 및 소비자집단 모두에서 네 영역 중 세 번째로 높은 점수를 갖는다. 전체적으로 보아 네 영역 모두에서 전문가집단의 평가가 소비자집단의 평가 보다 점수가 높았는데, 특히 구매의사결정 영역과 소비자주의

〈표 3〉 소비자교육내용 영역별 평균

(N=전체 554 / 전문가 133 / 소비자 421)

영역	전체		전문가		소비자		t
	M (SD)	100점 환산	M (SD)	100점 환산	M (SD)	100점 환산	
I 정보기술	57.70 (7.90)	71.2	59.61 (8.56)	74.4	57.10 (7.60)	70.2	3.025**
II 구매의사결정	75.27 (12.21)	64.6	80.58 (13.77)	70.9	73.59 (11.18)	62.6	5.324***
III 재무관리	63.50 (9.33)	74.2	64.31 (10.84)	75.5	63.25 (8.80)	73.8	1.025
IV 소비자주의	51.72 (9.15)	74.5	56.56 (10.76)	83.8	50.18 (7.99)	71.5	7.343***

** P < .01 *** P < .001

영역의 경우 전문가집단에서 소비자교육내용으로 적합하다고 평가한 정도에 비해서는 일반 소비자들의 평가 수준이 낮아서 전문가집단과 소비자집단의 평가간의 차이가 큰 것으로 나타났다. 이러한 결과는 시장경제에서 소비자가 담당해야 하는 역할과 기능에 대한 일반소비자의 인지도가 상대적으로 낮기 때문인 것으로 해석해 볼 수 있다. 더불어 이것은 전문가집단과 소비자집단간 약간의 연령 분포 차이 때문일 수도 있다.

3. 정보기술 영역에 대한 의견

정보기술 영역에 대한 두 집단의 의견은 <표 4>와 같이 나타났다. 이 영역에서 전문가집단은 가장 적합한 내용으로 '결제시스템' 항목을 지적하고 그 다음으로는 '쇼핑몰 사이트의 접근'과 '구매절차' 항목의 적합도를 높게 평가하여, 인터넷 쇼핑몰을 이용하는 데 필요한 항목들이 정보기술 영역에서 매우 적합한 소비자교육내용임을 보여주었다.

정보기술 영역에 대한 소비자집단의 의견을 알아본 결과 소비자집단이 가장 필요하다고 응답한 항목은 'PC통신과 인터넷 사용의 이해' 항목이었으며 'PC의 기능과 작동법' 항목과 '온라인 저널' 항목이 그 다음으로 높게 나타났다.

전문가집단과 소비자집단의 의견간에 유의한 차이를 나타낸 항목 가운데 전문가의 의견이 소비자의 의견 보다 평가 점수가 높게 나타난 항목은 '구매절차', '결제시스템', '쇼핑몰 사이트 접근', 그리고 '정보의 이용가치 및 이용권리', '정보의 결합과 보충' 등의 5가지 항목이었으며, 반대로 소비자집단에서는 높은 점수로 나타났으나 전문가집단의 평가가 낮은 소비자교육내용으로는 앞에서 소비자집단이 가장 필요하다고 응답했던 'PC통신과 인터넷 사용의 이해' 항목과 'PC의 기능과 작동법' 항목이었다. 즉 전문가집단은 쇼핑몰의 이용 및 정보의 관리 부문을 적합한 소비자교육내용이라고 응답하였으나 소비자집단은 이 부문에 대한 요구가 상대적으로 낮았고, 소비자들의 요구가 높았던 PC의 사용 부문

<표 4> 정보기술 영역에 대한 의견 (N=전문가133 / 소비자421)

내 용	집 단	M (SD)	t
1. PC의 기능과 작동법	전문가 소비자	3.73(1.18) 4.27(.96)	-4.783***
2. PC통신과 인터넷 사용의 이해	전문가 소비자	3.95(1.09) 4.38(1.00)	-3.987***
3. 쇼핑몰 사이트 접근	전문가 소비자	4.26(.82) 3.73(.90)	5.969***
4. 구매절차	전문가 소비자	4.26(.69) 3.60(.90)	8.760***
5. 결제시스템	전문가 소비자	4.29(.74) 3.75(.93)	6.897***
6. 인터넷 은행 서비스	전문가 소비자	4.00(.79) 3.83(.89)	1.925
7. 인터넷 주식거래	전문가 소비자	3.77(.77) 3.64(.95)	1.691
8. 원격의료 서비스	전문가 소비자	3.74(.91) 3.57(.93)	1.782
9. 원격교육	전문가 소비자	3.81(.91) 3.67(.90)	1.603
10. 온라인저널	전문가 소비자	4.01(1.08) 3.97(2.18)	.183
11. 정보의 근원	전문가 소비자	4.24(.80) 4.19(.93)	.584
12. 정리와 분류 (database)	전문가 소비자	3.95(.96) 3.74(.96)	2.211*
13. 정보의 결합과 보충	전문가 소비자	3.90(.97) 3.52(.93)	4.107***
14. 정보의 이용가치 및 이용권리	전문가 소비자	4.11(.96) 3.70(.98)	4.209***
15. 정보통신기기	전문가 소비자	3.64(1.16) 3.54(.98)	.954

* P < .05 *** P < .001

에 대해 전문가집단은 상대적으로 적합하지 않다고 평가하는 것으로 나타났다.

그리고 정보기술 영역에서 가장 적합하지 않은 것으로 평가된 항목은 '정보통신기기'였는데 이 항목은 소비자의 요구 역시 다른 항목에 비해 낮아서, 소비자교육내용으로 적합하지 않다고 볼 수 있다.

4. 구매의사결정 영역에 대한 의견

구매의사결정 영역에서는 특이하게도 전문가집단의 평가 점수가 소비자집단의 요구 보다 전반적으로 높게 나타났다. 전문가집단은 특히 '소비자 만족/불만족과 소비자대응행동' 항목이 매우 적합하다고 평가하였고 '시장경쟁원리와 경제문제 및 경제체제' 항목과 '환경보호와 자원의 보존' 항목에도 높은 점수를 준 것을 볼 수 있으며, '역할과 지위' 항목의 적합성 정도는 낮게 평가하였다(표 5 참조).

이 영역에서 소비자집단의 요구가 전반적으로 전문가집단의 평가에 비해 낮았지만 소비자의 요구가 가장 높았던 항목은 '소비자 만족/ 불만족과 소비자대응행동'으로, 이 항목은 두 집단이 공통적으로 가장 높게 평가한 항목임을 알 수 있다. 그 다음으로 높은 요구를 보인 항목은 차례로 '환경보호와 자원의 보존', '정보의 원천과 수집', '정보비용과 정보평가'로 나타나, 소비자들이 소비자의사결정에 미치는 생태학적 영향과 의사결정과정의 정보탐색 부분을 소비자교육내용으로 필요하다고 생각하고 있음을 알 수 있었다.

구매의사결정 영역에서의 전문가집단의 평가 점수가 소비자집단의 요구 보다 전반적으로 높게 나타나고 '목표설정' 등의 네 항목을 제외하고는 모두 유의한 차이를 나타냈다. 소비자교육의 네 가지 하위 영역 가운데 전문가집단 및 소비자집단의 평가가 가장 낮았던 구매의사결정 영역에서는 특히 '역할과 지위', '목표설정', '사회적/ 개인적 욕구와 욕망', '실제상태와 희망상태의 불일치' 항목들에 대한 평가가 모두 낮게 나타남으로써 소비자교육내용으로 적합하지 않다고 볼 수 있다.

5. 재무관리 영역에 대한 의견

재무관리 영역에 대한 의견을 <표 6>에서 살펴보면, 우선 전문가집단이 가장 적합한 소비자교육내용이라고 응답한 항목은 '신용카드 관리' 항목이었고 그 다음은 차례로 '세금의 납부'와 '합리적인 지출'의 적합도 평가가 높게 나타났는데, 이로써 재무

<표 5> 구매의사결정 영역에 대한 의견 (N=전문가133 / 소비자421)

내 용	집 단	M (SD)	t
1. 시장경쟁원리와 경제 문제 및 경제체제	전문가 소비자	4.32(4.53) 3.32(.92)	2.533*
2. 공공정책/ 규제/ 이익집단	전문가 소비자	3.80(.93) 3.29(.87)	5.750***
3. 전자정부	전문가 소비자	3.64(.86) 3.29(1.03)	3.559***
4. 사회 변화와 문화	전문가 소비자	3.65(.98) 3.35(.95)	3.129**
5. 역할과 지위	전문가 소비자	3.54(1.09) 3.21(.86)	3.187**
6. 생활표준과 삶의 질	전문가 소비자	3.70(.96) 3.43(1.00)	2.749**
7. 환경보호와 자원의 보존	전문가 소비자	4.20(.76) 3.88(1.09)	3.865***
8. 정보통신기술	전문가 소비자	3.95(.72) 3.66(.95)	3.660***
9. 금전자원/천연자원/ 지역사회자원/정보자원	전문가 소비자	3.90(1.09) 3.41(.93)	5.046***
10. 인적자원-시간, 에너지, 지식, 기능	전문가 소비자	3.92(1.08) 3.63(1.03)	2.837**
11. 연령/소득/ 가족구성	전문가 소비자	3.64(.99) 3.40(.94)	2.542*
12. 사회적 가치와 개인적 가치	전문가 소비자	3.76(1.08) 3.39(.97)	3.730***
13. 목표설정	전문가 소비자	3.59(.96) 3.59(.95)	-.027
14. 사회적/ 개인적 욕구와 욕망	전문가 소비자	3.49(.88) 3.50(.97)	-.107
15. 생활양식(lifestyle)의 구성요소 - AIO	전문가 소비자	3.56(.89) 3.64(1.04)	-.797
16. 실제상태와 희망 상태의 불일치	전문가 소비자	3.56(.92) 3.41(.94)	1.619
17. 정보의 원천과 수집	전문가 소비자	4.10(1.04) 3.68(.89)	4.503***
18. 정보비용과 정보평가	전문가 소비자	4.03(.90) 3.67(.91)	3.989***
19. 대안평가	전문가 소비자	3.92(1.11) 3.39(.95)	5.328***
20. 기회비용과 상충 작용(trade-off) 개념	전문가 소비자	3.93(1.21) 3.46(1.13)	4.140***
21. 소비자 만족/불만족과 소비자대응행동	전문가 소비자	4.38(.84) 3.98(1.01)	4.071***

* P < .05 ** P < .01 *** P < .001

〈표 6〉 재무관리 영역에 대한 의견 (N=전문가133 / 소비자421)

내 용	집 단	M (SD)	t
1. 금융기관 선택과 금융서비스의 활용	전문가 소비자	4.15(.74) 4.07(.77)	1.011
2. 차용의 이익과 불이익	전문가 소비자	3.92(.90) 3.87(.84)	.592
3. 신용카드 관리	전문가 소비자	4.56(.62) 4.21(.89)	5.136***
4. 세금의 납부	전문가 소비자	4.21(.79) 4.23(.86)	-1.80
5. 합리적인 지출	전문가 소비자	4.20(.87) 4.01(.90)	2.092*
6. 위험의 관리	전문가 소비자	4.07(.85) 3.98(.88)	1.001
7. 보험상품의 선택 및 계약과 가입	전문가 소비자	4.11(.86) 3.85(.82)	3.046**
8. 보험관리	전문가 소비자	4.05(.86) 3.73(.92)	3.457**
9. 금융상품의 선택	전문가 소비자	4.06(.80) 3.94(.84)	1.450
10. 투자계획	전문가 소비자	3.84(1.06) 4.03(.90)	-2.037
11. 증권투자	전문가 소비자	3.80(1.04) 3.83(.97)	-.349
12. 부동산투자	전문가 소비자	3.77(1.16) 3.60(.97)	1.690
13. 은퇴 후의 소득과 지출	전문가 소비자	4.01(.95) 4.11(.85)	-1.130
14. 국민연금과 개인연금	전문가 소비자	4.03(.83) 4.01(.97)	.170
15. 기업퇴직금	전문가 소비자	3.65(.97) 3.94(.98)	-3.055**
16. 증여와 상속	전문가 소비자	3.89(.94) 3.82(.92)	.821

* P < .05 ** P < .01 *** P < .001

관리 영역에서 전문가집단은 대체로 차용과 세금 및 지출 등 수입과 지출의 관리 부문이 소비자교육내용으로 매우 적합하다고 평가하였음을 알 수 있다.

소비자교육내용의 네 가지 하위 영역 중 소비자 집단의 요구가 가장 높았던 재무관리 영역에서 요구 정도가 높은 항목은 '세금의 납부', '신용카드

관리', '은퇴 후의 소득과 지출'의 순이었다. 전문가 집단과 마찬가지로 소비자집단에서도 역시 세금 관리와 지출관리에 대한 소비자교육이 필요하다는 응답이 많았으며, 소비자 대상 조사에서 응답자의 97.9%가 20~30대였음에도 불구하고 노후설계에 대한 요구가 높게 나타나 젊었을 때부터 노후를 미리 미리 준비해두려는 경향을 보였음을 알 수 있다.

'신용카드 관리' 항목은 앞서 언급하였듯이 양측의 의견 평가 결과 점수가 모두 높은 편이지만 소비자집단이 필요로 하는 정도에 비해 전문가집단의 적합하다는 평가가 매우 높아 두 집단 사이에 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났으며, 이 밖에도 보험에 관한 항목들 즉 '보험관리', '보험상품의 선택 및 계약과 가입' 과 '합리적인 지출'은 전문가의 평가는 높으나 소비자의 요구가 낮았다. 그러나 '기업퇴직금' 항목은 전문가집단의 낮은 평가 점수에도 불구하고 소비자의 요구는 높게 나타나서 두 집단의 응답 결과에 차이가 있음을 보여준다.

6. 소비자주의 영역에 대한 의견

소비자교육내용의 네 가지 하위 영역 중 소비자주의 영역은 전문가집단에서 소비자교육내용으로 매우 적합하다고 응답한 영역이었다. 그 중에서도 '소비자의 법적 권리' 항목이 가장 적합한 내용으로 나타났는데 이 항목은 소비자교육내용에 관한 총 65항목 가운데 가장 적합성 평가 점수가 높은 것이었다. 뒤이어 '소비자의 책임', '소비자보호법' 항목의 적합한 정도에 대한 평가가 높아서 소비자교육내용으로 소비자의 권리와 책임, 소비자관련법 등의 내용이 반드시 포함되어야 함을 보여주었다.

소비자집단에서 가장 높은 요구를 보인 항목은 '소비자보호법'이었으며 '한국소비자보호원'과 '소비자의 법적 권리'에서 차례로 높은 요구를 나타내었다(표 7 참조). 위의 결과에서처럼 '소비자의 법적 권리'와 '소비자보호법'의 두 항목은 전문가 집단의 평가 결과가 높은데다 소비자집단의 소비자교육 요구 역시 높게 나타나, 아직 우리 사회의 많은 부분에서 소비자의 권리가 제대로 확립되어 있

〈표 7〉 소비자주의 영역에 대한 의견 (N=전문가133 / 소비자421)

내 용	집 단	M (SD)	t
1. 소비자의 법적인 권리	전문가 소비자	4.74(4.48) 4.00(.97)	3.134**
2. 네티즌으로서의 권리	전문가 소비자	4.29(1.04) 3.88(.82)	4.168***
3. 소비자의 책임	전문가 소비자	4.55(.77) 3.83(.88)	8.474***
4. 환경의식적 소비자	전문가 소비자	4.42(.79) 3.96(.94)	5.079***
5. 네티즌의 윤리적 책임	전문가 소비자	4.24(.98) 3.96(.95)	2.971**
6. 소비자보호법	전문가 소비자	4.46(.81) 4.24(.81)	2.678**
7. 제조물책임법	전문가 소비자	4.41(.85) 3.99(.96)	4.539***
8. 소비자거래규제	전문가 소비자	4.39(.93) 3.67(.91)	7.935***
9. 중앙행정부처/ 지방자치단체의 소비자보호행정서비스	전문가 소비자	4.15(.92) 3.74(.94)	4.437***
10. 한국소비자보호원	전문가 소비자	4.13(1.01) 4.04(.93)	.973
11. 소비자네트워크 형성	전문가 소비자	4.44(.82) 3.76(.97)	7.920***
12. 전국의 소비자단체 안내	전문가 소비자	4.14(1.00) 3.59(.91)	5.957***
13. 소비자단체의 활동	전문가 소비자	4.20(1.00) 3.51(.97)	7.152***

** P < .01 *** P < .001

지 못한 현실과 소비자보호법에 대한 이해가 부족함을 반영해주고 있다고 해석할 수 있으며 이 내용에 대한 소비자교육이 앞으로도 지속적으로 강조되고 실행되어야 할 것으로 사료된다.

앞서 언급하였듯이 소비자주의 영역은 전문가집단이 소비자교육내용으로 가장 적합하다고 응답한 영역이어서 전체적으로 전문가집단의 평가 점수가 매우 높기 때문에 '한국소비자보호원'을 제외하고는 소비자집단과 전문가집단간의 평가간 유의한 차이가 나타나고 있다. 그 중에서도 '소비자의 책임', '소비자거래규제', '소비자네트워크 형성', '소비자

단체의 활동' 등의 항목들은 상대적으로 요구가 낮은 데 비해 적합하다고 평가한 결과가 매우 높아서 두 집단간에 큰 차이를 보여준다. 소비자 참여와 소비자단체 등에 관한 소비자교육내용들에 소비자들의 요구가 낮지만 전문가들은 이 소비자활동에 관한 부분을 소비자교육내용으로서 중시하고 있음을 알 수 있다.

V. 정보사회의 소비자교육내용 체계화

지금까지 전문가와 소비자집단의 견해를 실증연구를 통해 알아보았다. 이 실증연구의 분석결과에 따라 적합성 정도의 평가와 요구 정도의 평가에서 순위가 높았던 순서대로 전문가집단의 견해에 따른 소비자교육내용 체계화와 소비자집단의 견해에 따른 소비자교육내용 체계화를 정리해보면 다음의 〈표 8〉·〈표 9〉와 같다.

두 표를 영역별로 비교해 보면 전문가집단의 견해에 따른 체계화인 〈표 8〉에서는 정보기술 영역의 인터넷 거래 이용법 하위의 네 영역이 쇼핑몰의 이용, 전자금융거래, 각종 서비스 사이트, PC의 사용 순이었고 나머지 세부 영역도 조사결과 점수에 따라 순서대로 나열하였다. 그런데 소비자집단의 견해에 따른 〈표 9〉에서 정보기술 영역의 인터넷 거래 이용법 하위의 네 영역은 정 반대의 순위를 보여준다. 즉 전문가집단이 쇼핑몰의 이용, 전자금융거래, 각종 서비스 사이트, PC의 사용 순으로 나타났던 반면 소비자집단은 PC의 사용, 각종 서비스사이트, 전자금융거래, 쇼핑몰의 이용의 순서로 요구를 나타낸 것이다. 이는 교육적·학문적으로 보아선 소비자교육내용으로 그다지 적합하지 않다고 평가된 것이 라도 소비자들의 교육 요구가 매우 높게 나타날 수 있음을 보여주는 결과이다. 또한 인터넷 정보 활용법에서는 정보의 수집·축적과 정보의 관리 두 하위영역의 순서는 같지만 각 하위영역의 세부내용 순위가 전문가-소비자간에 상반됨을 알 수 있다.

구매의사결정 영역에서는 전문가-소비자 두 집단이 의사결정과정 부문에서만 비슷한 순위로 답하였

〈표 8〉 전문기점단의 견해에 따른 정보사회의 소비자교육내용 체계화

정보 기술		구 매 의 사 결 정		재 무 관 리		소 비 자 주 의	
인터넷 거래 이용법	쇼핑몰의 이용	경제체제 생태학적 영향	시장경쟁원리와 경제문제 및 경제체제	수입과 지출의 관리	차용관리 신용카드 관리	소비자 권리	소비자의 법적인 권리
	전자금융 거래	소비가 의사 결정에 영향을 미치는 외적요 인	환경보호와 자원의 보존	체금관리 지출관리 자금관리	체금관리 체금의 남부 합리적인 지출	소비자 책임	네터준으로서의 권리 소비자의 책임
정보 활용법	각종 서비스 사이트	기술적 영향 정치체제	정보통신기술 공공정책/규제/ 이익집단	보험 위험관리	보험상품의 선택 및 계약과 가입	소비자 관련법	환경의식적 소비자 네터준의 윤리적 책임
	PC의 사용	사회문화 체제	생활표준과 삶의 질 사회변화와 문화 역할과 지위	저축 투자	계약과 가입 보험관리 위험의 관리	소비자 보호	소비자보호법 제조물책임법 소비자기재규제
정보 활용법	정리의 수집과 축적	자원	인적자원 금전/천연/지역사회 /정보자원	자산의 증대	자산의 증대	소비자 보호행정 서비스	중앙행정부처/지방 자치단체의 소비자 보호행정서비스
	정보의 관리	가치와 목표 생활주기 라이프스타일	사회적·개인적 가치 목표설정 연령/소득/가족구성 생활양식의 구성요소	노후 설계와 상속	노후 설계 증여와 상속	소비자 참여	한국소비자보호원 소비자네트워크 형성
정보전달	정보통신 기기	욕구와 욕망 평가	사회적/개인적 욕구와 욕망 소비자만족/불만족 과 소비자대응행동	증여와 상속	증여와 상속	소비자 단체	소비자단체의 활동 전국의 소비자단체안내

〈표 9〉 소비자집단의 견해에 따른 정보사회의 소비자교육내용 체계화

정보 기술		구매의 사결정		재무 관리		소비자주의	
인터넷 거래 이용법	PC의 사용	생태학적 영향	환경보호와 자원의 보존	세금관리	세금의 납부	소비자 권리	소비자의 법적 권리
	각종 서비스 사이트	기술적 영향	정보통신기술	자금관리	금융기관 선택과 금융서비스 활용	소비자 권리와 책임	네티즌으로서의 권리
	전자금융 거래	사회문화 체제	생활표준과 삶의 질	차용관리	신용카드 관리	소비자 책임	환영의식적 소비자
	쇼핑몰의 이용	경제체제	사회변화와 문화 역할과 지위	지출관리	차용의 이익과 불이익	소비자의 책임	네티즌의 윤리적 책임
정보 활용법	정보의 수집과 축적	정치체제	시장경쟁원리와 경제문제 및 경제체제	위험관리	위험의 관리	소비자	소비자보호법
	정보의 관리	정치체제	공공정책/규제/이익집단	보험	보험상품의 선택 및 계약과 가입	관련법	제조물책임법
	정보전달	라이프스타일	전자정부	저축	금융상품의 선택	소비자 보호	소비자거래규제
	정보의 관리	자원	생활양식의 구성요소	투자	투자계획	소비자 참여	한국소비자보호원
정보 활용법	정보의 관리	목적과 욕망	사회적/개인적 욕구와 욕망	노후설계	노후의 소득과 지출	소비자 참여	중앙행정부처/지방자치단체의 소비자보호행정서비스
	정보전달	가치와 목표	사회적·개인적 가치	증여와 상속	증여금과 개인연금	소비자 단체	소비자단체 위기
	정보의 관리	생활주기	연령/소득/가족구성	노후설계	기입퇴직금	소비자 참여	소비자단체 위기
	정보의 관리	평가	소비자만족/불만족과 소비자대응행동	증여와 상속	증여와 상속	소비자 참여	소비자단체 위기
정보 활용법	정보의 관리	정보탐색	정보의 원천과 수집	노후설계	노후설계와 상속	소비자 참여	소비자단체 위기
	정보전달	선택	정보비용과 정보평가	노후설계	노후설계와 상속	소비자 참여	소비자단체 위기
	정보의 관리	문제 인식	사회비용과 정보평가	노후설계	노후설계와 상속	소비자 참여	소비자단체 위기
	정보의 관리	대안	실제·희망상태의 불일치	노후설계	노후설계와 상속	소비자 참여	소비자단체 위기
정보 활용법	정보의 관리	대안	대안평가	노후설계	노후설계와 상속	소비자 참여	소비자단체 위기
	정보전달	대안	대안평가	노후설계	노후설계와 상속	소비자 참여	소비자단체 위기
	정보의 관리	대안	대안평가	노후설계	노후설계와 상속	소비자 참여	소비자단체 위기
	정보의 관리	대안	대안평가	노후설계	노후설계와 상속	소비자 참여	소비자단체 위기

고 소비자의사결정에 영향을 미치는 외적요인과 개인적 요인 부문은 하위 영역의 순위가 매우 다르게 나타났다. 외적요인에서 전문가집단의 평가는 경제체제, 생태학적 영향, 기술적 영향, 정치체제, 사회문화체제의 순이었고, 소비자집단의 요구는 생태학적 영향, 기술적 영향, 사회문화체제, 경제체제, 정치체제의 순으로 나타났다.

재무관리 영역은 <표 8>에서 수입과 지출의 관리 아래에 있는 네 가지 하위 영역에서 전문가집단에 대한 조사결과의 평균값이 차용관리, 세금관리, 지출관리, 자금관리의 순서였으나, <표 9>에서는 세금관리, 자금관리, 차용관리, 지출관리의 순으로 소비자집단의 요구 순위가 나타나 두 집단간 차이를 보였다. 그러나 자산의 증대 및 노후설계와 상속 부문에서는 세부내용에서만 약간의 순위가 다르고 전반적으로 비슷한 순위로 결과를 보여준다.

마지막으로 소비자주의 영역은 소비자 권리와 책임/ 소비자보호/ 소비자활동 세 부문의 하위영역 순위에는 전문가-소비자 집단간에 차이가 없고 다만 소비자책임에서 전문가집단은 소비자의 책임, 환경의식적 소비자, 네티즌의 윤리적 책임의 순으로 적합하다고 평가한 반면 소비자집단은 환경의식적 소비자, 네티즌의 윤리적 책임, 소비자의 책임의 순서로 필요하다고 생각하는 결과를 보이는 등 각 하위 영역의 세부내용에서 약간의 순위 차이를 확인할 수 있다.

VI. 결론 및 논의

이와 같이 정보사회의 소비자교육내용으로 구성된 교육내용 안(案)에 대해 전문가 및 소비자집단 별로 어떠한 견해를 가지고 있는지 그 관점의 차이를 비교해보았다. 앞서 이론적 배경에서도 살펴본 듯이 소비자분야 전문가의 견해를 바탕으로 한 소비자교육내용은 교육의 목표에 잘 접근할 수 있고 지식과 기능습득에 효율적일 수 있다. 그러나 소비자교육 프로그램을 계획하는 데 있어 전문가의 의견만으로 교육내용을 구성하는 것보다는 소비자의

의견도 실질적으로 반영함으로써 동기와 성취를 높이는 또 다른 효과를 거둘 수 있도록 소비자교육내용을 구성할 수 있어야 한다.

따라서 앞의 <표 8>, <표 9>에서 두 집단의 의견을 바탕으로 한 체계화를 절충하여 하나의 구성안을 결론적으로 다음의 <표 10>과 같이 구성해볼 수 있다. 이것은 전문가집단의 견해에 따른 체계화 순위를 기본으로 한 상태에서 소비자집단의 견해 조사결과가 상대적으로 높게 평가된 부분을 반영한 것이다. 즉 전문가-소비자집단의 견해 순위에 차이가 크지 않은 부분을 우선 채택하고 둘 사이에 차이가 있는 부분은 소비자집단 응답에서 각 영역의 전체 평균값을 구해서, 항목들이 평균값 이상인 부분을 체계화의 상위 순위에 두어 소비자집단의 견해를 반영하였다.

정보기술 영역의 경우 '정보활용법'은 전문가와 소비자간에 순위차이가 크지 않으나 '인터넷 거래이용법'에서 PC의 사용에 대해서는 전문가집단의 평가에 비해 소비자집단의 요구하는 정도가 매우 높게 나타났으므로 이를 상위에 두었다. 구매의사결정 영역은 '소비자의사결정에 영향을 미치는 외적요인'에서 생태학적 영향과 기술적 영향 부분, '소비자의사결정에 영향을 미치는 개인적 요인'에서 라이프스타일 및 욕구와 욕망 부분에 대해 소비자집단에서 상대적으로 높은 평가를 하였으므로 다른 부분보다 우선순위로 두었다. '자산의 증대'와 '노후설계와 상속'에서는 두 집단 간 견해가 크게 다르지 않았던 재무관리 영역의 경우 '수입과 지출의 관리' 및 '소득과 자산의 보호'의 순위에서 세금관리-자금관리-지출관리의 세 부분과 위험관리에 대해 소비자집단이 상대적으로 높은 점수를 나타냈으므로 여기에서 소비자집단의 견해를 반영하였다. 소비자주의 영역은 전문가와 소비자집단에서 하위영역 순위에 큰 차이를 보이지 않았으므로 그 순위는 그대로 채택하되 각 세부항목의 순위는 다른 영역에서와 마찬가지로 전문가집단의 견해를 따라 구성하였다.

이렇게 <표 10>에서 <표 8>, <표 9>의 절충안을 구성 제시하였는데 이 연구는 앞으로 소비자교육프로

〈표 10〉 정보사회의 소비자교육내용 체계화 구성안

정보 기술		구매 의사 결정		재무 관리		소비자 주의	
인터넷 거래 이용법	PC의 사용	생태학적 영향	환경보호와 자원의 보존	세금관리	세금의 납부	소비자 권리	소비자의 법적 권리
	쇼핑몰의 이용	기술적 영향	정보통신기술	자금관리	금융기관 선택과 금융서비스 활용	권리	법적인 권리
전자금융 거래	구매택차	경제체제	시장경쟁원리와 경쟁체제 및 경제체제	지출관리	합리적인 지출	소비자 책임	네트워크로서의 권리
	결제시스템	정치체제	공공정책/규제(이익집단)	차용관리	차용의 이익과 불이익	책임	소비자의 책임
	인터넷 은행 서비스	신자정부	생활표준과 삶의 질	위험관리	신용카드 관리	소비자	환경의 사회적 소비자
	원격의료 서비스	사회문화 체계	사회변화와 문화	보험	위험의 관리	소비자	네티즌의 윤리적 책임
정보 활용법	사이트	라이프스타일	생활양식의 구성요소	저축	자산의 증대	소비자	소비자보호법
	정보의 수집과 추적	욕구와 욕망	사회적·개인적 욕구와 욕망	투자	자산의 증대	소비자	제조물책임법
	정보의 관리	자원	인적자원	노후실제	노후실제와 상속	소비자	소비자기재규제
	정보전달	가치와 목표	가치/선연/지역사회/정보자원	증여와 상속	증여와 상속	소비자	중상처부처/지방자치단체의 소비자보호행정서비스
정보 활용법	정보의 이용가치 및 이용권리	생활주기	생활주기	노후실제	노후실제와 상속	소비자	중상처부처/지방자치단체의 소비자보호행정서비스
	정보통신 기기	생활주기	생활주기	증여와 상속	증여와 상속	소비자	중상처부처/지방자치단체의 소비자보호행정서비스
	정보의 결함과 보증	평가	소비자만족/불만족과 소비자대응행동	증여와 상속	증여와 상속	소비자	중상처부처/지방자치단체의 소비자보호행정서비스
	정보의 이용가치 및 이용권리	정보탐색	정보의 원천과 수집	증여와 상속	증여와 상속	소비자	중상처부처/지방자치단체의 소비자보호행정서비스
정보 활용법	정보통신 기기	선택	정보비용과 정보평가	증여와 상속	증여와 상속	소비자	중상처부처/지방자치단체의 소비자보호행정서비스
	정보통신 기기	대안	기회비용과 상충작용개념	증여와 상속	증여와 상속	소비자	중상처부처/지방자치단체의 소비자보호행정서비스
	정보통신 기기	문제 인식	대안평가	증여와 상속	증여와 상속	소비자	중상처부처/지방자치단체의 소비자보호행정서비스
	정보통신 기기	의사 결정 과정	실제·희망상태의 불일치	증여와 상속	증여와 상속	소비자	중상처부처/지방자치단체의 소비자보호행정서비스

그램을 실제로 운영할 사람들에게 하나의 참고자료를 제공하는 것이 목적이므로, 이것은 하나의 안이 지 어떤 바람직한 기준이 될 수는 없으며 소비자교육의 현장에서 교육담당자에 따라 취사선택이 다를 수 있다.

소비자교육은 올바른 소비자로서의 자질을 위한 지식/기술/태도의 전달이라는 교육적인 목적을 가지고 있지만 소비자의 실제 생활에서 소비자들이 필요로 하는 내용의 반영을 간과해서도 안되며, 반대로 요구 수용에만 눈을 돌려 기본 지식의 습득을 소홀히 해서도 안 된다. 소비자교육내용을 구성하고 체계화할 때 교육적 지식에 근거한 이상적인 교육 안이나 아니면 소비자의 요구를 충실히 수용한 보다 현실적인 교육 안이나를 놓고 시비를 판단할 수는 없다. 연구의 결과에서도 볼 수 있었던이 교육적으로는 적합하지 않다고 평가된 내용이라 하더라도 소비자들의 교육 요구는 매우 높게 나타날 수 있고, 소비자들이 원하는 내용이라 하더라도 교육적으로는 적합하지 않은 것으로 평가될 수 있기 때문이다. 소비자교육내용으로 얼마나 타당한가와 더불어 소비자교육의 수요자인 소비자들이 얼마나 필요로 하는 내용인가 하는 점이 반드시 함께 고려되어 실제 현장에서 피교육자의 특성에 맞게 가장 도움이 될 수 있도록 절충하는 과정이 필요할 것이다.

■ 참고문헌

- 1) 今井光映·中原秀樹 著/정용선·김병숙·서정희·제미경·김민정 譯 (1998). 소비자교육론. 하우.
- 2) 김대현·김석우 (1996). 교육과정 및 교육평가. 학지사.
- 3) 김영옥·이기춘 (1991). 아동소비자교육내용의 체계화에 관한 연구: 국민학교의 소비자교육내용 및 교사의 요구분석을 중심으로. 서울대학교 생활과학연구. 16. 1-13.
- 4) 노봉남·장옥배 (1993). 정보통신사회: 그 변화와 전망. 생능.
- 5) 박재선 (1985). 소비자교육 프로그램의 체계화에 관한 연구: 교육내용을 중심으로. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 6) 배윤정(1999). 정보사회의 소비자교육내용 체계화에 관한 연구. 성균관대학교 석사학위논문.
- 7) 성영애 (1988). 소비자교육 내용을 중심으로한 소비자교육에 대한 요구 분석: 주부 소비자를 대상으로. 서울대학교 석사학위논문
- 8) 양용철·조용기·이원희·유승구·한일조·정일환·권대훈·이종원 (1999). 교육의 종합적 이해. 교육과학사.
- 9) 윤경희 (1993). 노인의 소비자교육 요구와 소비자행동에 관한 연구: 서울시를 중심으로. 건국대학교 석사학위논문.
- 10) 이기춘 (1985). 소비자능력 개발을 위한 소비자교육에 관한 연구: 청소년 소비자를 중심으로. 서울대학교 박사학위논문.
- 11) 전은경 (1998). 청소년 소비자교육 프로그램 개발을 위한 교육요구 분석. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 12) 황상재 外(1998). 커뮤니케이션 혁명과 정보화사회. 법문사.
- 13) Bannister, R. & Monsma, C. (1982). *Classification of Concepts in Consumer Education*, Michigan Consumer Education Center.
- 14) Saylor, J. G., Alexander, W. M. & Lewis, A. J. 著/ 홍성윤·김유미·김복영 譯 (1981). 학교 및 사회·산업기관의 교육과정 개발론. 교육과학사.
- 15) European conference on consumer education in schools (1994). Copenhagen: Nordic Council of Ministers.