

# 학교소비자교육 지원 기관을 위한 방향 모색

Groping out Direction for the Supporting System of Consumer Education in School

한국노동연구원  
연구원 김 지 경  
중앙대학교 대학원 가정학과  
박사과정 양정혜 · 박인순

Korea Labor Institute  
Researcher : Ji-Kyoung Kim  
Dept. of Home economics, Chungang Univ.  
Doctoral Course : Jeong-hye Yang · In-soon Park

## ◁ 목 차 ▷

- |                         |        |
|-------------------------|--------|
| I. 서론                   | IV. 결론 |
| II. 소비자교육 지원 체제의 필요성    | 참고문헌   |
| III. 일본과 유럽의 소비자교육 지원기관 |        |

## <Abstract>

Interested in the importance of Consumer Education in school has recognized in modern society, due mainly to the development and change of consumption life. Among the many contributions to the study of consumer issues that Consumer Education in school is the most important thing to be rational consumer. However, There is no any system to support the Consumer Education in school even though we need it.

And thus, this paper is used the method of Contents Analysis through critically reviewing the professional web-sites of Consumer Education Center in Japan and Europe in order to investigate what the goal is, what contents are, how they operate their Consumer Education System. Moreover, we compare two web-sites in aspects of system, structure.

The Consumer Education in Japan and Europe is toward the value of life which is not the buy-man-ship but the way of thinking and philosophy of life. The school lead the Consumer Education through the integrated system which is involved all of related subjects. Each related subject is gotten together for the Consumer Education.

Most of all the Consumer Education Center in Japan and Europe is in the middle of Consumer Education in school, and then absolutely assist and support Consumer Education in school.

**주제어(Key Words):** 소비자 교육(consumer education), 내용분석(contents analysis), 통합체제(integrated system), 가치 교육(value-oriented education)

## I. 서론

대량생산과 대량소비로 특징지어지는 대중소비사회에서 소비자의 생활은 복잡하고 다양화됨으로써 소비자 문제는 심각한 사회문제가 되고 있다. 또한 과학기술의 발달과 정보화의 진전에 따라 정보의 양은 급속히 증가하지만 정보를 이용하는 능력과 올바른 의사결정을 위한 비판적 사고력의 부족으로 소비자들은 곤란을 겪고 있다.

생활수준이 높아진 소비자들의 요구 수준은 상승하는 반면에 증가된 정보들에 적절하게 접근하도록 도와주는 자원은 제한되어 있으므로 소비자의 욕구를 만족시키고 삶의 질을 높이기 위해서는 인적, 물질적 자원이 제한된 상황에 대응할 수 있는 능력을 갖추어야만 한다.

소비자는 소비생활의 질적 향상을 도모하기 위해 현명한 의사결정을 내릴 수 있는 소비자능력을 갖추어야 하며, 이러한 소비자능력을 키우기 위해서는 소비자교육이 필요하다.

이러한 소비자교육은 개인적인 구매기능 또는 개인적, 공공적인 경제적 이익의 실현을 지향하는 의미에서 한 걸음 더 나아가 자신의 생활의 목표를 세우고 실현하기 위하여 가치관을 정립하는 능력을 개발하는 과정이 되어야 한다. 또한 이러한 소비자교육은 자신과 자신을 둘러싼 사회경제적 환경을 정확하게 이해하고, 자신의 삶에서 중요한 가치를 선택하여 목표를 세우고 달성할 수 있는 의사결정능력의 개발이 요구된다.

우리나라 학교소비자교육 체계를 보면 중·고등학교에서는 사회, 도덕, 가정교과에서 경제이론, 소비자윤리, 소비자의 권리와 책임에 대해 각각 다루고 있지만 연계성 없이 이루어지고 있어서 현대 경제사회구조의 인식과 이해를 기반으로 도덕적이고 비판적인 사고와 행동 체계를 포괄적으로 형성하기에는 부족하다.

이에 반해 일본과 유럽의 경우를 보면 관련 교과목에서 소비자교육의 요소를 다루는 통합방식을 취하고 있다. 통합방식은 일정한 주제를 동일한 시기에 여러 교과에서 다루기 때문에 소비자교육의 기

본이 되는 비판적 사고에 근거한 의사결정 능력을 형성하는 데 종합적인 접근이 가능하다.

통합방식은 모든 교과과정에서 교사가 각자의 교과목과 소비자교육을 관련시킬 수 있다는 의미에서 교육과정 전체가 소비자교육과 관련된다. 그러나 횡적인 연결관계를 만들기 어렵다는 점에서 비체계적이 되기 쉬우므로 교사와 교과간에 소비자교육에 대한 공통된 인식을 도모할 필요가 절실하고, 이러한 필요에 따라 일본과 유럽에서는 이를 지원하기 위한 체제가 형성된 것이다. 일본은 정부주도 하에 소비자교육지원센터가 만들어져 학교 교사에게 소비자교육의 자료와 방법을 제공하고 정보를 수집하고 처리하는 데 뛰어난 행정기관, 기업체, 소비자단체와 교육 경험이 풍부한 학교가 분업을 하면서 동시에 협업을 할 수 있도록 체계화하고 있고, 북유럽의 경우는 네트워크를 통하여 민간소비자단체와 교사들이 상호 협력하여 정보와 교육경험을 공유하며 교육에 관한 공동연구를 수행하고 있다.

본 논문에서는 일본과 북유럽의 소비자교육 지원체제의 웹사이트 분석을 통하여 우리나라 학교소비자교육을 지원하기 위한 체제의 필요성과 소비자교육의 바람직한 방향을 위한 모색을 하고자 한다.

## II. 소비자교육 지원 체제의 필요성

소비활동은 생활 속에서 이루어지는 다양한 활동 중의 하나이다. 사람들은 생활 속에서 적극적으로 또는 소극적으로 소비생활에 관심을 가지고 있으며, 다양한 정보의 홍수 속에서 좀 더 나은 소비활동을 위해 노력하고 있다. 특히, 학교라는 조직적 교육체계에서 이루어지는 소비자교육은 수많은 정보를 가치중심으로 판단하고, 소비활동에 대한 의식을 중요하게 생각하고 있다. 학교 조직에서 소비자교육은 하나의 교과목으로 독립되어 있는 상태도 아니고, 지식을 주입시키는 형태의 교육방법으로 행해져서도 안된다. 그러므로 우리는 가치 지향적인 소비 활동을 돕기 위해서 혹은 수많은 정보를 선별할 수 있는 기준 설정을 위해서 도움을 줄 수 있는 소비

자교육지원체제에 대한 연구를 필요로 한다. 이 장은 소비자교육을 학교교육에서 중요하게 다루어야 하는 이유와 교사들을 위한 횡적, 종적 네트워크를 소비자교육에 이용해야 하는 필요성에 대해 언급하는 과정을 통해 소비자교육 지원체제의 필요성을 나타내고자 한다.

### 1. 학교 교육에서의 소비자교육 체계화

가정이나 사회의 비조직적인 교육을 제외한 대부분의 교육은 학교 교육을 통해 이루어지고, 학교에서 다루는 교과는 그 사회가 지향하는 교육적 가치를 잘 반영하는 내용으로 구성될 뿐만 아니라 학생들이 교육을 통해 얻는 모든 학습내용이나 경험의 총체는 개개인의 인식과 가치관 형성의 근간이 된다. 따라서 학교 교육에서 소비자교육을 다룬다는 것은 체계적인 교육을 통한 합리적인 소비자 양성, 바람직한 생활교육을 적극적으로 수행할 수 있는 장(場) 확대 및 건전한 인식과 가치를 함양한 인적 자원의 개발이라는 측면에서 매우 고무적인 일이 아닐 수 없다. 그러나 이제까지 우리나라 학교에서의 소비자교육은 구매기술 능력을 향상시키는 정보 및 지식 중심으로 이루어져 온 것이 사실이다.

학교에서 소비자를 교육시킨다는 것은 단순히 기술적인 능력을 향상시키는 것만을 말하는 것이 아님을 우리 모두 잘 알고 있다. 학교에서의 소비자교육은 교육과정을 통해서 소비자로서 어떠한 능력을 기를 것이며, 어떠한 방법으로 생활 안에서 실천하고, 이를 통해 궁극적으로 어떠한 가치를 형성해 나아가는가에 관련한 체계적인 가치 및 생활교육이다.

미국, 유럽, 일본 등에서 소비자교육을 학교에 도입한 초기에는 효과적인 정보전달을 중심으로 교육이 이루어졌으나, 기업이나 사회단체에서 이루어진 이러한 형태의 교육을 그대로 학교 교육으로 전환하는 데에는 한계가 있음을 인식하였다. 이후 이들 국가에서는 학교교육에서의 소비자교육 방향을 어떻게 설정하고, 정착시켜 나아가야 할 것인가에 대한 끊임없는 고민과 연구를 통해 학교에서의 소비자교육의 방법과 내용을 향상시켜 왔다. 그 결과 오

늘날 이들 국가의 소비자교육은 환경문제와 시민정신 함양을 포함하는 생활의 가치관 정립을 최우선의 교육목적으로 설정하였고, 이를 위하여 학교에서 여러 교과와 연관하여 인간으로서의 생활교육의 관점에서 통합하려는 시도가 이루어지고 있다. 본 연구에서 분석하고자 하는 유럽과 일본의 소비자교육은 다양한 학교교육의 연계과정 속에서 소비자교육이 어떻게 효과적으로 잘 이루어질 수 있는지를 보여주며, 학교에서의 체계적인 소비자교육에 있어서 아직 초보적인 수준에 머물고 있는 우리나라 학교 소비자교육에 새로운 시각을 제공한다.

유럽의 경우, 학교 소비자교육 이념을 가치관 형성에 두고, 교육과정을 통하여 사회 경제적 상황의 급속한 변화 속에서 아동과 청년의 대처능력의 강화하고, 분석 능력과 비판적 인식을 증진시키며, 지속 가능한 소비와 발전적인 생활양식의 선택을 가능하게 하는 데 그 목표를 두고 있다. 일본의 경우, 소비자교육의 의미를 소비자·시민으로서 소비생활의 실천을 통해서 자신의 소비생활과 그에 영향을 주는 경제적 환경 등의 사회체제와 자연환경을 보다 좋은 것으로 창조해 가는 능력을 육성하는 데에 두고 있다(今井光映·中原秀樹, 1993). 따라서 학생들은 학교 소비자교육을 통해서 생명, 생활의 안전, 안정을 지키는 것에 대한 인식, 즉 생활의 가치를 배움과 동시에 자신의 자원-금전, 시간, 노력, 기술 등-의 관리 능력, 비판적 사고력, 의사결정력을 함양할 수 있다.

이와 같이 소비자교육이 의사결정능력, 비판적 사고능력, 자원관리능력의 유기적 결합체로서 개인의 소비생활을 개선할 뿐만 아니라 사회체제 및 자연환경의 변화까지도 가능케 하는 가치교육이라면, 이러한 가치를 체계적인 학교 교육 속에서 습득할 수 있도록 하기 위해서는 소비자교육의 내용을 정립하고 생활 속에서 실천하며 발전시키는 것 매우 시급한 일이라고 할 수 있다.

### 2. 정보화 사회에서의 소비자교육 네트워크 활성화

20세기에 접어들면서 우리가 살고 있는 세계는

정보화 사회로 특징지어진다. 정보화 사회란 물질이나 에너지 중심에서 벗어나 정보 및 지식 중심으로 운영되는 사회를 말하며, 정보화 사회의 전개는 컴퓨터와 뉴미디어, 통신기술 등을 포함하는 정보 기술의 혁명적인 발달에 의해 촉진된 것이다(박운아, 1999). 수많은 정보는 머물러 정체된 존재가 아닌 다양성, 개방성, 탈 중심성, 경계 허물기, 역할 바꾸기, 정체의 유동화 등의 특징을 가지고 있기 때문에 정지된 형태가 아닌 유동적인 모습으로 변화한다(강인애, 1999). 정보는 엄청난 속도와 양으로 소비자들을 압도할 수 있어서 소비자들을 지원해 주는 교육 체제의 개발은 시급한 상황이라고 할 수 있다. 특히, 네트워크화 된 현대사회는 정보의 급격한 팽창에 따라 구체적인 내용을 지식적으로 가르치기보다 그 변화에 적응할 수 있는 능력을 가르치고 있으며, 제한된 지역을 벗어나 다른 지역, 나라와의 연계를 가능하게 하는 웹 분야의 발달은 교육방법의 대안으로 관심이 높아지고 있다.

유럽연합(EC)은 1970년대 이래 소비자교육을 활성화시키는데 관심을 가져왔다. 특히, 유럽 각 국은 독자적인 소비자교육을 실시하면서 동시에 국가간 다양한 교육내용을 공동 연구하는 IOCU 같은 협회를 구성하기도 하였다. IOCU는 소비자교육을 중요하게 다루면서 소비자 단체를 지원하고 국제적으로 소비자 운동을 확대하는 여러 가지 네트워크를 조성하고 있다. 유럽 각 국의 소비자교육은 이와 같은 협조체제를 활성화하여, 인터넷을 기반으로 교사들을 위한 메일링 서비스나 교육내용 공유를 위한 웹사이트 개설 등 적극적인 활동을 실시하고 있다.

현행 중, 고등학교 교육에서 이루어지고 있는 소비자교육은 교과 내용만을 살펴보았을 때, 중학교 과정에서 사회, 가정, 도덕교과, 고등학교 과정에서 가정, 윤리, 공통사회, 생활경제 등에서 분산적으로 이루어지고 있다. 사회과는 경제이론을 바탕으로, 도덕교과와 윤리교과는 소비자윤리에 대한 내용으로 구성되어 있으며 가정교과의 경우 소비자의 역할과 책임에 관련된 내용이 다루어지고 있다. 학교 소비자교육은 다양한 교과에서 소비자를 대상으로 한 여러 영역들을 분산해서 가르치고 있으며, 정보

를 이용하거나 가치 판단 능력을 육성시키기 위한 교육보다는 각 교과가 지식중심의 내용을 전달하고 있는 실정이다. 이러한 상태에서는 소비자교육을 교과목으로 독립시켜서 하나의 체제로 운영하는 것에 어려움이 있으며, 공유하는 문제를 해결하는 과정에서 가치를 얻게되는 기회가 줄어들 수밖에 없다.

소비자교육은 단순히 정보만을 많이 가지고 있다고 해서 잘 되는 것은 아니다. 많은 정보를 서로 공유할 수 있어야 하고, 횡적으로 조직화하고, 모든 사회 문제와 연계하는 것을 지속적으로 고민해야 한다. 이러한 상황에서 유럽의 소비자교육을 위한 교사 네트워크는 우리에게 많은 시사점을 준다고 할 수 있다.

### 3. 교사교육 및 지원체제 구축

학교에서 학생들을 대상으로 한 소비자교육을 위한 연구는 6차 교육과정에서 교과목의 내용에 소비자와 관련된 여러 내용이 포함되면서 다양하게 시도되고 있다(이수희, 1997; 허형, 박명희, 박명숙, 1995; 이숙희, 1994). 그러나, 학교에서 학생들을 가르치는 교사에게 소비자정보를 교수학습에 이용하거나, 가치 교육을 위한 자료로 제시해 줄 수 있는 지원체제는 미약한 실태이다. 이는 우리 나라의 교사양성을 위한 직전교육과 현직교육이 지나치게 지식 전달위주로 치우쳐져 전문적인 능력을 개발하는데 부족함이 있기 때문이다(손영민, 1999).

교사교육은 학생들의 학습을 촉진하는 지식과 능력을 가진 교사를 길러내는 것을 목적으로 하는 하나의 체제이며, 기술자로서의 교사가 아니라 문제를 해결하는 능력을 길러줄 수 있는 전문능력을 가진 교사를 키우는 것이다. 김승호(1996)의 논문에서도 교사교육은 첫째 교사들의 자질향상을 위한 프로그램의 체계화와 지속화 둘째, 교사교육과 교육기관과의 파트너십의 형성, 셋째, 교육에 필요한 다양한 정보매체를 연구하고 개발할 수 있는 교육을 지향해야 한다고 지적하고 있다. 이제 교사교육은 교사들의 자질을 향상할 수 있는 프로그램의 개발과, 정보화 사회에 맞는 교육으로 변화되어야 한다.

교사가 수많은 정보들을 교실 수업에 이용하기 위해서는 교사 스스로 자신에게 필요한 것을 배우기 위한 노력과 더불어 외부에서 교사들을 지원하는 환경이 구축되어야 한다. 현재 교육정보화라는 국가 정책의 일환으로 학교 현장에 최상의 서비스를 제공할 수 있는 교단선진화 기기 등이 보급되고 있다. 또한, 학교현장에서 활용할 수 있는 교원 정보화교육도 시도되고 있다. 교육부의 인터넷 활용과 관련된 연구(1994)에 따르면, 교사들에게 교수활동에 필요한 자료들을 주제별로 조직화하고 정보를 활용할 수 있는 시설과 방법의 지원을 중요한 교사교육 내용으로 언급하고 있다.

교사들에게 있어 소비자교육은 교수활동에 이용하기 위한 정보 수집을 의미하지 않는다.

많은 정보의 보유나 전달만으로 소비자교육이 끝난 것으로 생각하는 경우가 있는데, 이러한 것이 소비자교육에 관한 왜곡된 이해를 가져온다. 今井光映·中原秀樹(1993)는 소비자를 위한 수많은 정보가 구체적이고 사실을 제시한 것인데 대해, 소비자를 위한 교육은 마음·정신의 태도, 자세이고 정보를 어떻게 수집, 분석, 비판적 평가를 하는가와 관련된 행동이라고 설명하고 있다. 학교에서는 정보화 과정에서 생겨난 수많은 정보들을 그대로 흡수하는 것이 아니라, 비판적 사고에 입각하여 의사결정 하도록 도울 수 있어야 한다. 소비자들이 아무리 정보가 많고 그것을 이용하는 방법을 숙지했다라도 충분한 의사결정을 하는 능력이 없다면, 소비자교육의 성과를 기대하는 것이 불가능하다.

소비자정보를 교육용으로 가공하고, 가치판단을 할 수 있는 능력을 키우기 위한 도구로서 인터넷을 이용하는 교사의 능력과 이를 위한 지원은 교사의 전문성을 살리는데 상당한 도움을 줄 수 있다. 물론 인터넷을 교육에 이용하는 것만이 절대적인 수단은 아니다. 인터넷을 교육에 활용하도록 교사가 변화하는 모습을 보이고, 인터넷을 목적이 아닌 수단으로 잘 활용하여 필요한 정보를 공유하고, 학교의 소비자교육 현장과 행정기관, 기업, 소비자 단체 등이 실시하는 소비자교육을 연계할 수 있는 네트워크와 학교 내 여러 교과간의 소비자교육 연계를 위한 체

제를 조성해야 할 것이다.

우리나라 소비자를 위한 지원은 지금까지 소비자로서의 권리와 책임, 피해구제, 성인교육의 일환으로서의 교육에 초점을 두고 운영되어왔다. 학교의 다양한 교과에서 이루어지고 있는 각각의 내용을 통합하여 단순히 정보만을 제공하는 것이 아니라 소비자의 가치관을 함양시킬 수 있는 소비자교육 지원체제는 전무한 상태이다. 소비자교육은 기존의 정보를 제공해주는 백과사전과 같은 교육과는 차별화 되는 연계체제가 필요하고, 네트워크 안에서 교사들이 서로 상호 작용하고, 정보를 수집하고, 문제 해결을 위한 정보와 해결방안을 연계하고, 다른 지역의 학교/수업과 연계를 통해 가치 교육을 하는 등의 다양한 협력 활동을 중요하게 생각해야 한다.

일본과 북유럽의 여러 나라는 소비자교육을 위한 지원체제를 운영하여, 교사들에게 소비자교육을 위한 정보제공과 교사 연수, 수업자료 공유 등 다양한 활동을 공유하고 있다. 또한, 인터넷을 기반으로 분산된 교과에서 다루는 소비자교육 내용을 횡적으로 체계화하고, 개인 생활과 연관시켜 비판적 사고능력을 향상시키는 교육을 실시하도록 생활과의 연계에 초점을 맞추고 있다. 그러므로, 생활 속의 교육, 비판적 가치 함양을 위한 소비자교육을 현재 진행하고 있는 일본과 북유럽 여러 나라에서 소비자교육을 위한 지원체제를 살펴보는 것은 앞으로 우리나라의 소비자교육을 위해 교사들을 지원하는 체제를 설립하는 데에 많은 도움을 줄 것이라 생각된다.

### III. 일본과 유럽의 소비자교육 지원기관

여기서는 일본과 유럽의 소비자교육지원기관의 웹사이트인 [www1e.mesh.ne.jp/nice](http://www1e.mesh.ne.jp/nice)와 [www.konsumerntverket.se](http://www.konsumerntverket.se)의 내용 분석을 통하여 학교소비자교육의 목표와 교육체계를 검토해보고 우리 나라의 소비자교육의 나아갈 방향을 모색하고자 한다.

내용 분석은 문서나 시각 자료의 내용을 분석하는 것으로 분석과정을 통해 연구자의 신념이나 가치, 사상을 발견할 수 있는 방법을 말한다(이종성,

1996). 분석 대상이 된 두 개의 웹사이트는 각각 일본과 유럽의 대표적인 소비자교육기관으로 학교소비자교육 체계, 지원기관의 특성, 교육 내용 등에 대한 비교를 할 수 있다.

### 1. 일본과 유럽의 학교소비자교육 체계

일본의 소비자교육은 환경 및 생활의 질 향상, 올바른 시민의식 함양, 그리고 궁극적으로는 인간으로서의 '가치' 및 '삶의 방식'에의 교육임을 강조함으로써 생애전체에 걸친 필수적인 생활교육으로서의 소비자교육을 지향한다. 소비자가 자신의 가치관을 책임질 수 있는 비판적 사고를 하고 합목적적으로 의사 결정하여 사회구성원으로서 자기 실현의 능력

을 개발하는 것을 소비자교육의 목적으로 한다. 이와 같은 맥락으로 유럽의 소비자교육에서는 자립적이고 분별력이 있으며 정보화 된 소비자를 양성하는 것을 교육의 목적으로 한다.

일본과 유럽의 학교소비자교육체계는 교육 주제와 관련하여 여러 교과목들이 관여하는 통합방식을 취하고, 유럽의 경우는 더 나아가 지역사회와의 연계되는 교육을 강조한다. 우리나라의 소비자교육은 주로 가정과, 사회과, 도덕(윤리)과 등으로 분산되어 있다. 그러나 일본이나 유럽과 같이 한 주제를 학습하기 위한 통합된 교육과정으로 이루어지고 있지 못하고, 각 과목의 개별적인 교육과정 하에서 연계성 없이 이루어지고 있는 것이 문제점이다.

예컨대 통합방식의 소비자교육은 아래 <표 1>과

<표 1> 통합방식을 적용한 학습지도안 예 - 유럽\*

과 목	가정
학습분야	안전/식품안전
학습제목	탈것을 통한 여가활동
대상학년	9학년생(14-15세)
학습목표	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상품과 서비스에 관한 정보를 찾을 수 있다.</li> <li>• 사고에 관한 정보를 찾을 수 있다.</li> <li>• 가격, 질, 필요, 환경, 안전과 소득에 대한 뉴스 및 정보기술과 같은 자료를 통해 자신의 의견을 제시할 수 있다.</li> </ul>
다른 과목과의 연계학습	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 체육과 : 안전사고를 예방하는 방법과 대처방법</li> </ul>
수행 및 지도방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 롤러브레이크, 스노우보드, 자전거 등과 같은 학생들의 탈것을 이용한 여가활동을 적는다.</li> <li>• 각 활동에서 : ① 교육의 필요성 : ② 안전장비의 필요성 : ③ 연령제한의 필요성 : ④ 상품보증의 필요성을 적는다.</li> <li>• 위 범주로 나누어진 결과를 발표한다.</li> <li>• 학생들이 지역 경찰과 응급서비스에 연락하여 관련 정보를 얻는다.</li> <li>• 카탈로그와 인터넷에 의해 제공되는 상품보증 및 가격을 비교한다.</li> <li>• 불안정한 불량 상품을 설명하는 팸플릿과 신문을 만들어 본다.</li> <li>• 사고의 경험을 갖는 아이들 수에 대해 병원으로부터 통계자료를 수집한다.</li> </ul>
교육자료	전시할 수 있는 장고, 인터넷과 전화사용이 가능한 장소, 상점 및 병원 방문 가능한 곳, 소비자 협회로부터 제공받은 관련학습 비디오테이프
논의 해야할 질문	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자 책임의 의미란 무엇인가?</li> <li>• 응급처치에 대해 누가 비용을 지불해야하는가?</li> <li>• 상품안전과 관련된 책임은 누가에게 있는가?</li> </ul>

\* : Guide to Methods in Consumer Education, NICE-mail No.9, 1998 p.7 의 내용을 재구성.

〈표 2〉에서 나타난 바와 같이 가정교과 시간에 소비생활단원 '자원절약'에 대해 학습할 경우, 미술시간에는 자원절약에 관한 포스터를 그린다거나, 혹은 국어시간에 자원절약과 관련된 표어나 글짓기의 활동을 하여, 가정교과와 미술과 혹은 국어과가 통합적으로 한 주제에 접근하는 것을 한 예로 들 수 있다. 또 다른 예로는 소비생활단원에서 '소비자안전'에 대한 주제를 학습할 경우, 가정시간에 학생들이 자주 접하는 자전거나 키보드를 구입하고 탈 때, 구매 시 주의해야 할 점과 동시에 이용 시 안전을 위해 살펴보고 주의해야 할 것 등에 관해 토론하고, 체육 시간에는 "안전"에 대해 체험할 수 있도록 주제 관련 교과목들과 연계될 수 있도록 한 방식이다.

여러 교과목에 분산되어 있는 소비자교육내용을 보다 효과적으로 교육하기 위하여 교과목들의 횡적 연계를 추구한 일본과 유럽의 통합방식을 적용하기에는 현실적으로 그리 쉬운 일이 아니다. 일본과 유

럽의 통합방식의 교육은 학교에서 소비자교육이 제대로 이루어질 수 있도록 지원하는 기관이 있었기 때문이고, 무엇보다도 이들 기관을 소비자교육 관련 교사들이 효율적으로 잘 이용하였기 때문에 가능하였으며, 그 매개체는 이들 지원 기관의 웹사이트라고 볼 수 있다. 이들 웹사이트에 담겨져 있는 소비자교육관련 정보는 관련 교사들을 한 곳으로 모을 수 있도록 하여 정보를 공유하고 교환하며, 함께 연구할 수 있는 장(場)으로서의 역할을 하고 있을 뿐만 아니라, 학교소비자교육에 필요한 교육자료를 제공하기도 하는 등 일본과 유럽의 학교소비자교육의 든든한 버팀목의 역할을 하고 있다. 생활의 여러 영역에서 소비가 이루어지고 있는 것을 고려할 때 한 교과에서 소비자교육을 담당하는 것보다는 여러 교과에서 다루는 내용과 관련하여 체계적인 연계를 이루면서 소비자교육을 진행하는 것이 소비자의식과 행동을 끌어내는 데 더 효과적일 것이다.

〈표 2〉 통합방식을 적용한 학습지도안 예 - 일본\*

과 목	가정
학습분야	살기 좋은 생활
학습제목	쓰레기와 물로부터 시작한 소비자교육
대상학년	초등학교 4학년생(11세)
학습목표	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 생활에서의 쓰레기 문제의 현상을 파악할 수 있다.</li> <li>• 생활배수가 강, 바다, 비로 순환해, 다시 음료가 되는 과정을 통하여 수질오염에 대하여 이해할 수 있다.</li> <li>• 환경미화원과 정수처리장에서 일하는 사람들을 통하여 우리의 소비생활을 지탱해주는 사람들의 노력을 이해할 수 있다.</li> </ul>
다른 과목과의 연계학습	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국어과 : 가정과의 학습을 통해 학생이 느낀 문제의식을 작문으로 표현.</li> <li>• 미술과 : 가정과의 학습을 통해 학생이 느낀 문제의식을 포스터로 표현</li> </ul>
수행 및 지도방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 우유 1리터 팩을 학생들에게 제시하고, "1일 사용하는 물의 양이 1리터의 우유팩으로 측정한다면 얼마나 되는가?"의 학습문제를 준다.</li> <li>• 하루 물 사용량을 예상하는 것을 통하여, 물이 사용되는 구체적인 장면을 확인한다.</li> <li>• 학생들 서로의 생각을 이야기 한 다음, 그 내용을 취합하여 교사가 정리한다.</li> <li>• 교실에 놓여져 있는 쓰레기통의 내용물을 학생들과 함께 조사한다.</li> <li>• 분리수거가 교실 내에서 잘 되고 있는가를 확인하면서, 학생들에게 분리수거의 중요성을 이해한다.</li> <li>• 쓰레기 문제에 대한 이해와 함께, 실천적인 태도를 갖출 수 있도록 집에서 나오는 쓰레기를 1주일간 조사하는 과제를 낸다.</li> </ul>
교육자료	우유팩, 신문지, 교실 내의 쓰레기통, 물의 순환과 쓰레기 처리문제와 관련된 비디오 테이프.

\* : 소비자교육지원센터 소비자교육 실천사례 내용 재구성.

다음에서는 이들 소비자교육지원 기관에 대해 보다 상세히 살펴보기 위하여 이들 기관의 특성과 학교소비자교육 지원체제에 대해 비교분석하기로 한다.

**2. 일본과 유럽의 학교소비자교육 지원기관의 특성**

아래 <표 3>에 나타난 바와 같이, 일본의 소비자교육 지원센터와 유럽의 소비자교육지원 기관은 영문 약자로 모두 "NICE"이나, 일본의 경우는 National Institute on Consumer Education으로서 소비자교육을 위한 공익법인이고, 유럽의 경우에는 News & Information about Consumer Education으로 소비자교육에 대한 소식과 정보를 다루는 민간단체이다. 이

들 기관 명칭이 나타내는 바와 같이 일본의 경우는 학교에서의 소비자교육의 충실화를 목표로 1990년 경제기획청과 문부성의 설립인가를 받고 설립된 공익법인인 반면에, 유럽의 경우는 1960년대부터 북유럽의 소비자단체와 기구들과 소비자교육 담당자들이 오랫동안 협력해 오면서 the Nordic Consumer Education Network Group을 결성하고, 전 유럽으로 확산시키면서 네트워크를 매개로 NICE-mail이라는 소비자교육 전문 웹지(Web Magazine)를 발행하였다.

일본이 경제기획청과 문부성의 협력으로 기업과 단체의 기금으로 운영되는 정부주도하의 소비자교육지원이라면 유럽은 덴마크와 핀란드, 노르웨이, 스웨덴 등을 중심으로 하는 소비자관련 민간단체와 교

<표 3> 일본과 유럽의 학교소비자교육 지원 기관 비교\*\*

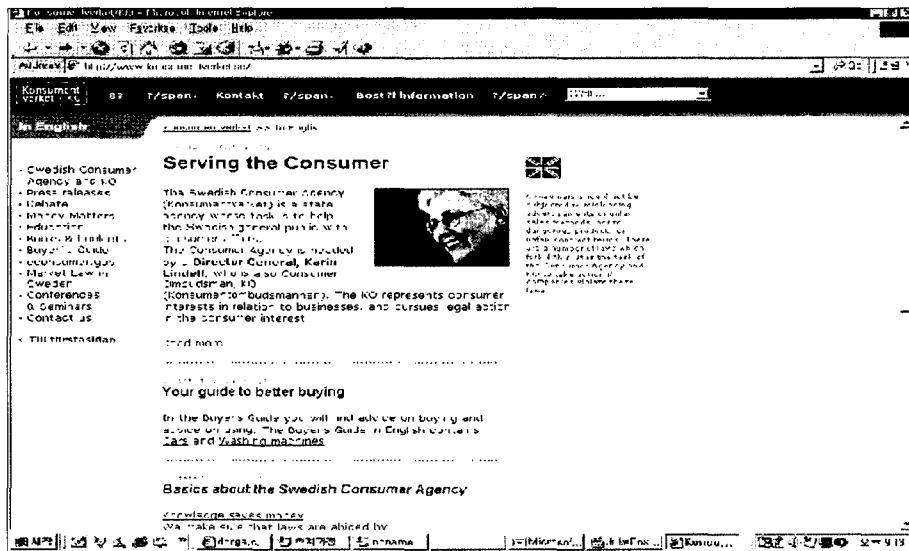
구분	국가명	일본(NICE)	유럽(NICE)
기관	기관	National Institute on Consumer Education	News & Information about Consumer Education
	설립주체	경제기획청	유럽 소비자 단체 및 기구 연합
	특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>경제기획청과 문부성의 협력으로 기업과 단체의 기금으로 운영.</li> <li>학교에서의 소비자교육 및 기업에서의 소비자교육을 지원.</li> <li>소비자교육이 환경 및 생활의 질 향상, 시민의식, '가치', 인간으로서의 '삶의 방식' 교육임을 강조함.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>북유럽의 노르웨이와 스웨덴을 중심으로 상호 교류와 협력체제가 매우 강할 뿐만 아니라, 전 유럽 국가로 확대하려는 노력을 함.</li> <li>초·중등 과정의 학교에서의 소비자교육을 강조하여, 교사를 위한 정보 제공, 교사연수, 교육제도 개선 프로젝트에 역점을 둠.</li> </ul>
교육	교육 목적	소비자가 가치관을 책임질 수 있는 형태로 갖추어 비판적 사고를 하고, 합목적적으로 의사 결정하여 사회구성원으로서 자기 실현의 능력을 개발함.	자립적이고, 분별력이 있으며 정보화 된 소비자를 기쁨.
	교육 대상	초·중·고등학생, 일반교사, 일반성인, 기업에서 소비자교육 담당자.	초·중등학교의 관련 교사 중심 및 일반성인.
	교육 체계	<ul style="list-style-type: none"> <li>학교에서의 소비자교육 주제와 관련된 여러 교과목들이 한 주제를 다루는데 관여하게 되는 통합방식.</li> <li>예) 가정시간에 자원절약에 대해 학습하면, 같은 주의 미술시간에 자원절약에 관한 포스터를 그리는 활동을 하여, 가정과와 미술과의 통합적 교육이 이루어 짐.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>학교에서의 소비자교육 주제와 관련된 모든 교과목들이 한 주제를 다루는데 관여하게 되는 통합방식. 나아가 지역사회와 연계.</li> <li>예) 가정시간에 안전에 관한 주제를 학습하면, 학생들은 자전거나 키보드 를 구입하고 탈 때, 안전을 위해 살펴보고 준비해야 할 것, 주의해야 할 것 등에 관해 토론하고, 체육시간에 안전에 대해 체험할 수 있도록 교육 과정을 설정하여 통합적 교육이 이루어 짐.</li> </ul>

\*\* : <http://www.konsumemtverket.se> (유럽 NICE-mail)  
 : <http://www.lemesh.ne.jp/nice> (일본 NICE) 내용분석 후 재구성.





<그림 1> 일본 NICE Home page 초기 화면



<그림 2> 북유럽 NICE-mail Home page 초기 화면

사들의 상호협력체제에 기반을 두는 민간주도하의 소비자교육지원 기관이라고 볼 수 있다. 이러한 차이로 일본의 소비자교육지원센터는 학교에서의 소

비자교육 뿐만 아니라 기업에서의 소비자교육도 지원을 하는 반면에 유럽의 경우는 학교에서의 소비자교육만을 다루며, 특히 교사를 위한 정보제공 및 교

육, 교육과정 개선 프로젝트에 역점을 둔다. 이와 같이 이들 소비자교육지원기관은 학교소비자교육을 지원하지만, 지원기관 자체의 성격은 서로 다르다.

한편, 우리나라의 경우는 학교소비자교육을 지원하는 전문 기관은 없으나, 재정경제부 산하 정부출현 기관으로서 소비자보호와 관련된 업무를 수행하고 있는 한국소비자보호원이 소비자교육 및 연수를 수행하고 있다. 그러나 소비자문제해결과 소비자정책수립을 중심으로 하는 한국소비자보호원의 역할을 볼 때, 한국소비자보호원을 일본과 유럽의 소비자교육지원센터와 같은 학교소비자교육을 지원하는 전문 기관으로 보기는 어렵다. 현재 한국소비자보호원에서 실시하고 있는 교육은 소비자문제의 인식과 해결방안 등에 관하여 소비자, 기업, 정부 등을 대상으로 실시하고 있으며, 이들 교육은 소비자문제 전문요원, 기업체 직원, 공무원 등 소비자 보호 담당자 전문화 교육을 비롯하여 소비자지도자 양성을 위한 교육, 정부 기관 및 지방자치단체, 협회 등의 위탁교육이다(한국소비자보호원 홈페이지/교육연수 내용). 학생들을 위한 교육은 소비자관련 학과 학생 및 소비자문제에 관심이 있는 학생들을 대상으로 연중 수시로 학교 단위로 신청을 받아 6시간 정도 연수를 실시하고 있으며, 교육 내용은 소비자문제 관련 구체적인 피해구제 사례와 실습위주로 편성된다(한국소비자보호원 홈페이지/교육연수/2000년 대학생 연수 내용).

최근 들어 우리나라 소비자교육의 한계점을 인식한 대학의 소비자교육 관련 전공 학자들은 2001년 6월 소비자교육을 전담하여 계획하고 주도해 나갈 지원센터 건립을 위한 모임을 발족하고, 현재 연 2회 모임을 가질 예정인 "소비자교육포럼"을 결성하여 추진하고 있는 중이다.

### 3. 학교소비자교육 지원 내용

일본과 유럽의 학교소비자교육 지원 기관의 활동 내용을 비교 분석하여 정리한 <표 4>에 나타난 것처럼, 일본의 소비자교육지원센터에서는 소비자교육과 관련된 조사연구를 수행하며 '소비자교육연구-NICE회보'라는 소비자교육 전문잡지를 발간한다.

이 전문 잡지에는 소비자교육의 수업 실천 사례를 중심으로 관련된 세미나와 심포지엄 등의 이벤트 정보와 기업이나 해외의 소비자교육 동향, 그리고 교육자료 등을 담아 격월로 발행한다. 심포지엄은 소비자교육센터가 직접 주관하는 경우가 많은데, 특히 소비자교육 담당자들을 위한 강좌를 매년 전국 6~7 곳에서 개최한다. 이 강좌의 내용은 '소비자교육개론'부터 '소비자교육 학습지도안 작성 및 발표', '소비자교육 지도법', '특별강좌' 등의 풍부한 내용을 다루면서 소비자교육에 관한 이해를 깊게 하고, 소비자교육의 수업을 전문적으로 해 나갈 수 있도록 하는 것을 목적으로 한다. 특히 특별강좌는 전문기관이나 기업으로부터 전문가를 초대하여 질의 응답으로 이루어진다. 또한 소비자교육을 필요로 하는 곳에 강사를 파견하기도 하여 학교에서 소비자교육 담당교사는 필요할 경우 전문 강사의 도움을 받을 수 있다. 이 밖에 소비자교육 지원센터에서 운영하고 있는 웹사이트에는 학교 소비자교육과 관련된 문헌, 교재, 수업실천 사례 등의 풍부한 정보를 보유하고 있으며 필요한 자료를 제공하고 있다.

유럽의 경우, 일본의 소비자교육 지원센터의 지원 활동들과 유사하게 이루어지는데, 그 중에서도 유럽만의 독특한 지원활동은 앞서 언급한 바와 같이 긴밀한 협력체제에서 이루어지고 있는 전 유럽지역의 소비자교육 담당 교사의 연수 프로그램이다. 또 Nordic Network for Consumer Education을 구성하고

<표 4> 학교소비자교육 지원 내용\*\*

항 목	국 가	
	일본(NICE)	유럽(NICE)
조사연구	○	○
소비자교육 전문잡지 발간	○	○
소비자교육 담당교사 교육강좌 개최	○	○
소비자교육 전문 강사파견	○	
교재 출판	○	○
교육자료 제공(학습지도안, 문헌, 시청각자료 등)	○	○
공동프로젝트 수행		○

\*\* : <http://www.konsumentverket.se>

<http://www.1e.mesh.ne.jp/nice> 참조 후, 재구성

있는 소비자자치회 회원들은 10명 정도가 그룹을 이루어 소비자교육 사업과 관련된 갖가지의 프로젝트를 수행하고, 그 과정과 결과의 내용을 NICE-mail에 담아 유럽 전역의 학교소비자교육에 자료와 정보를 제공한다. 이러한 활동은 지역 간의 교류가 활발한 유럽의 지역적 특성과 인터넷 활용률이 높은 북유럽국가들의 특성과 연계되어 있다.

이들 두 국가에서 보여지는 바와 같이 학교소비자교육을 제대로 수행하고 정립하여 활성화시키기 위해서는 교육의 방향 설정과 함께 교육자료 및 프로그램을 개발하는 선에서 그치는 것이 아니라, 그러한 자원을 공유하고 보급하는 체계 및 네트워크 개발이 반드시 필요함을 알 수 있다.

#### IV. 결 론

우리나라 학교소비자교육의 실태를 살펴보면 과거의 강의 중심의 지식전달의 방식에서 탈피하여 역할놀이, 사례연구 등의 다양한 방법이 시도되고 있으나 사회, 도덕, 가정교과에서 소비자에 대한 내용을 횡적 연계 없이 다룸으로써 소비자를 둘러싼 경제사회구조에 대한 인식의 형성과 비판적이고 도덕적인 사고와 행동체계를 세우기에 미흡하다.

이에 비해 일본의 경우는 소비자교육이란 환경 및 생활의 질 향상, 올바른 시민의식함양을 통하여 궁극적으로 가치로운 삶의 방식을 형성하는 교육임을 강조하고 있다. 소비자가 비판적 사고력을 갖추어서 합목적적으로 의사결정을 할 수 있어야 한다는 것이다.

1981년 유럽의 각료회의에서는 학교소비자교육은 학제적이고 과학적인 접근방법에 기초하여 이루어져야하고 단순히 지식을 주입하는 전통적인 접근방법을 탈피하여 비판적인 사고능력을 개발해야 한다는 것과 소비자교육은 환경, 에너지, 자원개발을 포함한 여러 사회문제에 대하여 소비자가 책임을 인식하고 나아가 시민의 책임도 재인식하는 것이 되어야 한다고 하였다. 시민사회의 기본원리인 비판적 사고능력의 개발 없이는 소비자교육에서 올바른 의

사결정은 없다고 강조하고 있다.

유럽과 일본의 학교소비자교육체계를 보면 우리나라와 마찬가지로 독립된 교과로서 다루지 않고 여러 교과에 통합된 학제적 교과로 접근하고 있다. 소비자로서 생활 속에서 부딪치는 문제를 각 교과의 영역에서 다양하게 접근함으로써 단독교과에서 다루는 것보다는 포괄적인 접근이 가능하여 비판적 사고능력의 개발이 더 용이하게 된다. 그러나 여러 교과에서 소비자문제를 다룸에 있어서 횡적인 연결 관계가 없으면 체계성이 결여되기 쉬워 소비자교육의 목표를 달성하기 곤란하게 될 것이다. 따라서 여러 교과의 여러 교사들이 소비자교육의 목적과 내용에 대한 공통된 인식을 도모하고, 교육내용과 방법에 대한 교사연수와 교육자료를 제공할 목적으로 일본과 유럽에서는 학교소비자교육을 지원하기 위한 체계를 만든 것이다.

일본의 소비자교육지원센터는 학교교사에게 소비자교육의 방법을 재교육하는 것이고 또 하나는 정보의 수집과 처리에 뛰어난 능력을 가진 행정기관, 기업, 소비자단체 등과 풍부한 교육 경험을 가진 학교가 분업을 하면서 동시에 협업을 할 수 있도록 하는 것이다. 유럽은 1960년대부터 소비자관련 민간단체와 교사들이 상호 협력하여 네트워크를 형성하고 소비자교육전문 웹매거진을 발행하고 있다. 이것을 통해 정보와 교육경험을 공유하며 교사연수와 공동연구를 수행하고 있다.

우리나라도 일본과 유럽처럼 학교소비자교육이 체계적으로 이루어져 비판적 사고에 의한 의사결정능력을 육성할 수 있는 소비자교육을 위한 든든한 버팀목으로서의 소비자교육 전담기구의 설립이 절대적으로 필요하다. 소비자교육과 관련이 있는 행정부서와 한국소비자보호원, 소비자단체, 소비자학계, 기업, 각급 학교와 교육개발원, 사회교육기관, 교육방송 등 소비자교육 관련기관들이 소비자교육네트워크를 형성하여 서로 협조하고 역할을 분담하고 자원을 공유함으로써 소비자가 자신을 둘러싼 사회환경을 인식하고 도덕적이고 비판적인 사고와 행동체계를 형성할 수 있도록 하는 것이 필요하다. 이를 위해서는 소비자교육전담기구가 시급하다고 할 수 있다.

## ■ 참고문헌

- 강인애(1999). 구성주의와 웹기반 교육. -웹기반 교육-. 서울: 교육과학사, 331-349.
- 김승호(1996). 정보화 사회에서 요구하는 교사상과 교사교육. 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 박운아(1999). 정보화 사회와 소비자 교육의 전개. 호남대학교 논문집, 20(5), 483-496.
- 교육부(1994). 인터넷의 교육적 활용방안에 관한 연구. 교육부 정책개발 연구과제.
- 손영민(1999). 교사교육을 위한 새로운 패러다임으로서의 PDS. 한국교원교육학회지, 16(2), 81-99.
- 이수희(1997). 소비자능력 향상을 위한 고등학교 가정과 소비자 교육 수업 모형 개발 연구. 서울사대부속학교교육논문집, 18, 169-194.
- 이숙희(1994). 가정과 소비자 교육의 개념학습 모형 적용연구. 한국교원대학교 석사학위논문.
- 이종성(1996). 교육연구의 설계와 자료분석. 서울: 교학연구사.
- 허 형, 박명희, 박명숙(1995). 가정과 교육에 있어서 소비자교육의 교수·학습방법에 관한 개발연구. 한국가정과교육학회, 7(2), 91-101.  
<http://members.tripod.lycos.co.kr/iychoi98/>  
<http://www.konsumemtverket.se>  
<http://www1e.mesh.ne.jp/nice>  
<http://www.cpb.or.kr/>
- 今井光映·中原秀樹(1993). 消費者教育論; 소비자교육론. 정용선, 김병숙, 서정희, 제미경, 김민정 공역. 도서출판 하우.