

중학교 창의적 재량활동 시간을 활용한 소비자교육 프로그램 개발 및 효과

김정희*, 김향란**

안동대학교 생활과학대학 생활환경복지학과 교수* · 경북 상운중학교 교사**

Development and Effect of Consumer Education Program for the Middle School Creative Extra Curricular Activities

Kim, Jeong-Hee* · Kim, Hyang-Ran**

*Prof., Dept. of Family Environment & Welfare, Andong National Univ.**

*Sangun Middle School***

Abstract

This study was to develop and apply the consumer education program with appropriate level for middle school students so that they could take systematic consumer education by using creative-discretionary activity.

The procedure of this study was researching and analyzing the degree of learner's need and choosing the contents of education involved with the characteristics of adolescent consumers.

This education program was performed at creative-discretionary activity class with the 3th grade of middle school. To evaluate the effect of education program, we compared with the difference of student's knowledge and attitude before and after this program was performed. Although there was no significant difference, student's knowledge and attitude was improved much better. And there marked a high satisfaction rate of 3.87 about the overall method of consumer education.

주제어(Key Words) : 소비자교육(consumer education), 소비자교육 프로그램(consumer education program), 청소년소비자(adolescent consumer), 창의적 재량활동(Creative Extra Curricular Activities)

I. 서 론

1. 연구의 필요성

오늘날의 경제사회는 개방화·정보화의 물결 속에 급속한 정보통신기술의 확산과 생활문화의 향상으로 소비환경이 크게 바뀌고 있다. 각종 상품의 공급과 함께 상업용 광고들이 난무하면서 소비자들을 소비시장으로 유인하고 있다. 우리가 살아가는 데 소비는 기본적인 욕구이지만, 소유 자원과 생산 자원은 한계성이 있으므로 이러한 욕구를 절제할 수 있는 체계화된 교육이 반드시 필요하다. 특히 소비의 주체로 새롭게 등장하고 있는 청소년소비자에 대한 교육은 정보화 사회에 보다 효과적으로 적응하고 대처할 수 있는 것이어야 한다.

점차 사회가 풍요로워지면서 요즘 청소년소비자들의 자유재량소비액이 증가하고 그들의 구매와 소비행동이 부모로부터 독립적으로 이루어진다. 또한 가치관과 가족구조의 변화, 가정의 경제적 향상 등이 맞물려 작용하면서 청소년소비자가 대규모 소비계 시장을 구성하게 되었다. 그 결과 이들의 소비지출이 전체 경제에서 차지하는 비중이 커지면서 영향력 있는 소비자집단으로 대두되고 있다. 하지만 청소년들은 미래의 소비자로서 가치관이 명확히 정립되어 있지 않고 소비생활에 대한 지식이나 경험이 부족하다. 또한 동료 집단의 영향을 많이 받고 유행에 민감하며, 광고에 현혹되기도 쉬워 소비자로서의 역할을 제대로 수행하지 못 할 수 있다. 이로 인해 과소비, 동조소비, 충동구매 등과 같은 바람직하지 못한 소비행동들이 나타나게 된다.

21세기 무한 경쟁의 지식 기반 사회에서 국가와 기업의 경쟁력은 소비자의 선택과도 깊이 관련된다. 이에 따라 소비자의 합리적인 구매의사결정 능력과 소비자 문제 해결 능력, 그리고 올바른 소비 가치관의 확립이 무엇보다도 중요해지고 있다. 그러므로 소비자의 자주적 역할을 강화하고 역할을 증대하기 위한 소비자교육은 반드시 필요하다. 그러나 미래소비사회에서 독자적인 경제활동의 중추적인 역할을 담당해 나갈 청소년을 대상으로 한, 학교에서의 정규 소비자교육은 충실하게 이루어지지 못하고 있는 실정이다. 현재 학교소비자교육의 문제점은 중학교소비자교육이 단독 교과 없이 관련 과목에 경미한 분량으로 삽입되어 있고, 소비자

교육을 담당하는 교사도 양적·질적으로 미흡한 실정이다. 또한 소비자교육을 학습하는데 참고가 될 관련교재나, 매뉴얼, 안내서가 부족하고, 학생들이 실제 소비생활에서 당면하게 될 문제에 대한 교육 또한 불충분한 현실이다. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 소비자교육을 실시할 교과시간의 확보와 교육을 담당할 교사들을 위한 체계적인 연수가 필요하다. 특히 교과시간의 확보에 있어서 소비자교육을 전담할 독립교과목이 부재하고 관련 과목에 분산되어 주제분야로 존재하고 있으므로 시간확보가 현실적으로 매우 어려운 상황이다. 이런 점을 감안해볼 때 중학교에서 소비자교육이 실제로 가능한 시간은 재량활동 시간이다. 아울러 소비자교육은 지식의 전달 뿐만 아니라 실제 사례를 통한 현상에 대한 이해와 응용 등도 포함되어야 하는 실천적·응용적 교육영역이므로, 이에 적합한 교수-학습방법의 개발이 무엇보다 요구된다.

따라서 본 연구는 1) 청소년소비자의 특성과 소비 문제, 학교소비자교육의 필요성을 선행 연구를 통해 조사·분석하고, 2) 중학교 재량활동 영역과 시간, 그 활용방안을 검토하며, 3) 소비자교육 내용의 요구도를 조사하여 소비자교육내용을 선정한 후, 4) 중학교 3학년 수준에 맞는 소비자교육 프로그램을 개발하고 창의적 재량활동시간을 활용하여 적용·평가하고자 한다.

2. 연구 목적 및 의의

청소년기는 바람직한 소비자 사회화의 결정적 시기이다. 이 시기의 소비생활습관은 성인기까지 영향을 미치게 되므로 소비자교육이 매우 중요하다.

본 연구는 중학생을 대상으로 학교 창의적 재량활동시간을 활용하여 체계적인 소비자교육을 실시할 수 있도록 소비자교육 프로그램을 개발하여 적용해 보고자 다음과 같은 연구문제를 선정하였다.

[연구문제 1] 소비자교육 내용 요구도 조사를 통해 소비자교육 내용을 선정한다.

[연구문제 2] 선정된 소비자교육 내용을 중학생 수준에 맞는 프로그램으로 개발한다.

[연구문제 3] 개발된 소비자교육 프로그램을 적용하고 평가한다.

본 연구의 의의는 중학교소비자교육 프로그램 개발을 통해 청소년소비자가 현명하게 행동하고 자신의 선택과 행동에 책임을 지는 경제적 주체로서 '소비자주권'을 실현하여, 소비자문제를 사전에 예방할 뿐만 아니라, 피해에 대해서는 효율적으로 해결할 수 있도록 하며 아울러 중학교 창의적 재량활동시간의 효과적인 활용방안을 모색하고 제안하는데 그 의의가 있다.

II. 이론적 배경

1. 청소년소비자의 특성과 소비자문제

청소년소비자의 개념은 연령을 기준으로 소비자 집단을 분류할 때의 유형이다. 이러한 분류에 명확한 기준이 있는 것이 아니어서 청소년소비자의 범위를 어떻게 보느냐는 학자들마다 견해가 완전히 일치하지는 않으며 보통 우리나라에서는 중·고등학생을 청소년소비자로 구분하는 것이 가장 일반적인 경향이다. 선행 연구들에 의하면 청소년소비자는 다른 시기의 소비자와는 구별되는 다음과 같은 특성을 갖는다.

첫째, 부모에 대한 의존에서 독립하려는 청소년기의 과도기적인 특성은 청소년소비자 자신의 구매의사결정권을 향상시켜 소비자로서의 역할이 확대되는 쪽으로 나타난다.

둘째, 청소년은 자신을 개성화시키고 가족보다도 친구·동료집단·교사와의 동일시에 초점을 두면서 생활양식의 의식적인 변화를 갖기 시작하며, 또래집단이 청소년의 사회화에 중요한 역할을 한다.

셋째, 청소년기가 아동기의 단순한 소비행위로부터 완전한 성인으로서의 독자적인 소비행태로 옮겨가는 과정이어서 아동기와 청소년기의 소비관련 경험들은 성인이 될 때까지 지속되어 성인소비자 행동의 유형을 결정한다는 것이다.

마지막으로, 청소년들은 전통적인 가치관과 새로운 가치관 사이에서 혼란을 경험함에 따라 자신의 위치와 역할에 대해 심한 갈등을 겪게 된다. 이런 갈등을 과소비, 모방소비, 충동구매, 과소비 등과 같은 바람직하지 않은 형태의 소비행동으로 표출하는 경우가 많다.

한편, 청소년소비자의 소비자문제는 구매문제를 중심으로 한 소비자문제와 비합리적인 청소년의 무분별한 소비행동에

관련된 문제로 파악할 수 있다(이승신 외, 2004). 먼저 청소년 구매문제와 관련하여 한국소비자보호원(2003)의 조사 결과에 따르면 용돈을 주로 어디에 사용하는가(증복허용)라는 질문에 대해 '군것질과 간식'이 71.14%로 압도적으로 높았고, '문구·액세서리 및 팬시용품' 47.6%, '오락·노래방 등 친구들과 놀이' 44.41%, '의류·신발 등 구입' 24.24% 등이었다. 청소년들의 용돈 지출은 비합리적이고 즉흥적이며 용돈의 지출에 대해서도 거의 간섭을 받지 않는 것으로 나타나 체계적인 교육적 접근이 필요하다. 송희석(2004)의 연구에서는 용돈의 수입 및 지출 내용 기록 여부에 대해 전체의 84.3%가 용돈의 수입 및 지출 여부를 기록하지 않고 용돈을 무계획적으로 사용하고 있다고 응답하였으며 이러한 현상은 남학생보다 여학생이, 그리고 저학년일수록 충실히 기록하는 것으로 나타나 문제점으로 지적되고 있다(이재기, 2004).

다음으로 청소년들의 비합리적이고 무분별한 소비행동에 관련된 문제이다. 최근에 대중매체의 영향으로 '더 좋은 것'을 지향하는 물질주의가 형성되며, 이로 인하여 충동구매, 과시소비, 모방소비 등이 나타나 심하게는 청소년 범죄까지도 유발하게 된다. 저축추진중앙위원회(1997)에 의하면 조사대상 학생의 49.2%가 꼭 필요하지 않은 물건을 일시적인 기분으로 구입하는 일이 자주 있다고 답하였다. 특히 생활수준이 낮거나 용돈 내역을 기록하지 않는 학생, 용돈 지출 계획을 세우지 않는 학생에게서 충동적 욕구에 의한 물품 구매율이 높은 것으로 나타났다(유재향, 1998). 또한, 김민정(2001)의 연구에 의하면 청소년들은 친구의 영향을 많이 받을수록 충동구매를 하며 대중매체가 청소년들에게 제품의 상징성을 전달하고 합리적 구매보다는 비합리적 충동구매를 유도하는 경향이 있음을 지적하고 있다. 충동구매는 개인 소비자의 문제로 국한되는 것이 아니라 가용 자원이 부족한 청소년들이 과도한 충동구매 욕구를 이기지 못하여 비정상적인 방법으로 상품을 획득하려고 한다면 청소년범죄가 증가되어 사회적 문제로 확대 될 수 있다. 또한 청소년소비자의 경우는 경제적 여유를 과시하기 위한 과소비를 통해 자기만족을 얻으려고 할 뿐만 아니라 친구들에게 보이기 위해 고가품을 구매하는 행위로 과소비를 나타낸다고 본다. 특히 청소년들은 외국상품을 선호하는 데 있어 외국상품의 품질이 좋고 나쁨을 떠나서 선호하는 것으로 조사되었다.

한국소비자보호원(1999)에 의한 청소년의 소비생활 실태 및 의식 조사에서, 현재 사용가능 한 것으로 청소년들이 가지고 있는 일상용품들은 외제 옷 평균 4.0벌, 진바지 평균 3.3벌, 가방 2.1개씩인 것으로 조사되었으며, 이는 청소년들의 일상용품 소비가 필요한 만큼 적정하게 이루어지기보다는 과시적, 낭비적으로 흐르고 있음을 보여주는 현상으로 판단된다(이재기, 2004).

한편, 중고생 사이의 휴대폰 소비 행태는 동조 소비의 대표적인 예이다. 즉 개별적으로 휴대폰이 필요해서 구매하기보다 다수의 동년배들이 갖고 있다는 사실이 구매 압력으로 작용하는 것이다. 한국소비자보호원(2004)에 따르면 소비의 동조화 경향이 강한 상태에서 최근에는 TV·잡지·인터넷 등 대중매체의 영향으로 청소년 사이에 연예인 모방 소비가 급속히 확산되고 있다. 과거에는 일탈적 경향이 있는 몇몇 청소년들에게나 문제가 되었던 연예인 따라하기가 동조 소비와 왕따문화가 결합되면서 청소년 집단의 보편적인 소비문화를 형성하고 있다.

이상에서와 같이 청소년소비자는 소비행동의 문제와 그로 인한 여러 가지 사회적인 문제 가능성을 안고 있다. 그럼에도 불구하고 청소년소비자는 전체 소비시장에서 영향력 있는 소비자집단으로 대두되고 있으므로 청소년에 대한 소비자교육은 더욱 절실하다.

이에 본 연구는 소비자교육의 대상을 청소년인 중학생으로 선정하였는데, 청소년소비자는 미래의 소비 주체로서 바람직한 소비의식 및 소비습관을 형성하는 중요한 시기이며 초기 소비자교육이 중요하다는 점을 고려하였다. 특히 2004학년도부터 중학교 무상의무교육이 전면 실시되어 모든 중학생에게 교육의 기회를 동등하게 줄 수 있다는 점도 선정 이유가 되었다.

2. 학교소비자교육

1) 학교소비자교육의 필요성

소비자의 생활 태도는 소비행동에 미치는 영향이 크기 때문에 청소년기에 올바르게 건전한 태도와 소비가치관의 형성을 위해서는 청소년소비자교육이 수행되어야 한다. 소비자교육이 이루어지기 위해서 소비자 보호운동의 일환으로

소비자가 권리를 찾는 문제를 들 수 있다. '소비자교육을 받을 권리'는 소비자의 8대 권리 중 하나이며, 다른 모든 권리의 기반이 된다. 미국 Ford 대통령은 1975년 제5대 권리로서 소비자교육을 추가하면서 가진 연설 중에서 "소비자가 최대한도의 가능성을 실현하고 최대한 개인적인 만족을 얻도록 돕는 방법은 오직 소비자교육뿐이라고 확신한다."고 하였다. 이기춘(1999)은 소비자교육을 개인이 바람직한 소비자 시민으로서 다양한 역할을 수행하기 위하여 필요로 하는 소비자 능력, 소비자 지식, 소비자 태도, 소비자 기능을 개발할 수 있도록 도와주는 것이라 하였다. 이은희(2001)는 소비자교육이란, 소비자가 개인적·사회적 존재로서 자아실현을 해나가기 위한 소비생활 방법을 추구하고, 새로운 소비문화를 형성하는데 필요한 소비자능력을 개발하도록 도와주는 것이라 정의했다. 또한 소비자교육은 비판적 사고력을 증진시켜 시장에서 소비자가 효율적으로 기능할 수 있도록 도와주며 삶의 질을 향상시킨다(Knapp, 1990).

정보화 사회에서의 소비자교육의 목표는 자립적이고 자율적인 소비자 육성에 두어야 한다. 소비자교육은 1) 다양한 생활환경의 변화에 적응하기 위하여 2) 소비자 안전을 추구하기 위하여 3) 소비자 주권을 실현하기 위하여 4) 생활자로서 생산자 및 소비자의 관점을 이해하기 위하여 5) 성숙한 시민의식을 향상하기 위하여 6) 보다 나은 생활의 질적 향상을 확보하기 위하여 필요하다(김시월, 2003).

청소년의 소비자교육의 형태는 가정에서의 소비자교육, 학교에서의 소비자교육, 사회에서의 소비자교육으로 구분할 수 있다. 그러나 가정에서의 소비자교육은 목적 지향적이고 체계적인 소비자교육이 결여될 위험성이 있으며, 사회소비자교육의 경우는 상당히 단편적인 교육이 이루어져 지속적인 교육 실시의 어려움이 있다. 반면에 학교에서의 소비자교육은 현재 공식적인 교과과정 중에 있는 학생들을 대상으로 하는 소비자교육으로 간주하고 인간발달단계에 따라 체계적이고 조직적인 장·단기 교육을 기획할 수 있다. 특징인이 아닌 불특정다수에게 최소한의 교육기회가 비교적 공평하게 제공되며, 교육효과가 높고 인간형성의 중핵이라고 할 수 있는 시기에 학습이 가능하게 된다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있다(권정원 등, 2002). 또한 누구에게나 동등한 교육의 기회를 부여할 수 있어 소비자능력 개발을 위한 소비자교육의 형태로 바람직하다고 볼 수 있다.

2) 학교소비자교육의 현황

미래 소비의 주역인 청소년들의 소비관과 소비행태가 매우 중요해지고 있는 반면, 입시 위주의 교육과 자기 지식에 대한 과잉보호와 가정 내 소비자교육의 부재로 구매 의사결정 능력 및 소비자 문제 해결 능력이 미흡한 것이 우리나라 청소년의 현실이다. 한국개발연구원이 지난 해 4/4분기에 고교생 2천6백명을 대상으로 한 '경제 이해력' 테스트 결과에서 1백점 만점에 55.7점으로 조사됐다. 이는 미국 고교생들의 평균 63점보다 훨씬 낮은 점수로 낙제 수준이다. 연간 교육비가 GDP의 7.03%에 달해 OECD 국가 중 1위인 나라, 조기 교육분위기가 확산되면서 미취학 자녀를 둔 가구의 57.9%가 과외를 시키고, 초등학교생들의 해외 단기 어학 연수가 급증하는 우리나라 소비자교육의 현주소인 것이다. 미래 세대 소비자들의 불합리·불건전·무절제한 소비 생활을 개선하고, 중장기적으로 '21세기 디지털 경제를 이끌어 갈 신소비자의 양성'을 위해서는 현실 경제에 대한 지적 호기심을 충족시키는 한편 소비자 문제 분석 및 해결 능력을 배양해야 할 것이다(한국소비자보호원, 2003).

현재 학교에서의 소비자교육의 현황을 살펴보면, 소비자교육은 제5차 교육과정에서부터 학교 교육에 본격적으로 도입되기 시작하였다. 그러나 제7차 교육과정이 현재 시행되고 있으나 단독 교과 없이 여러 관련 과목에 분산되어 주제 분야로 존재하고 있다. 소비자교육 내용의 절대분량(페이지 수)은 사회, 도덕/윤리, 가정/실과 순으로 볼 수 있고, 반면 과목별 소비자교육 내용의 비중은 가정/실과, 도덕/윤리, 사회 순으로 나타났다. 그러나 7차교육과정 역시 소비자교육은 전체적으로 볼 때 양적, 질적 수준이 미흡하다. 기술·가정교과에서는 2학년 '청소년과 소비생활' 단원이 교과서 단위 마지막부분에 대부분 편성되어 있어서 학년 내에 교과진도가 이수되지 못하면 전혀 학습을 못하거나 소홀히 다루기 쉽게 되어 있다. 이은희(2001)는 소비자교육이 활성화되지 못한 중요한 이유 중의 하나는 소비자교육 자료 및 프로그램의 개발이 잘 안되어 있고 또 이를 공유하거나 보급하는 시스템이 잘 정비되어 있지 못하기 때문이라고 하였다. 권정원 외(2002)는 현재 학교소비자교육의 문제점으로 소비자교육 관련내용을 학습시킬 교사가 양적·질적으로 부족한 실정에 있으며, 소비자교육을 담당하는 교사들에게 효율적

이고도 체계적인 교육지원이 뒤따르고 있지 못하고 있음을 지적했다. 또한 소비자교육을 학습하는데 참고가 될 관련교재나, 매뉴얼, 안내서가 부족하고, 급속히 변화하는 생활환경의 구조를 이해하고 사회성을 반영할 수 있는 구체적이고도 활용이 가능한 소비자교육 내용의 구성이 불충분하다고 하였다. 뿐만 아니라 입시위주의 교육 분위기 속에서 '살아가는 일'에 대한 '삶의 방향'이나 '생활의 문제'등과 관련된 내용을 다루기에는 관련교과에 할당된 시간적 여유도 충분하지 않다고 지적했다. 이는 소비생활이 차지하는 비중이 점점 확대되어 가고 있는 현대경제사회의 시대적인 흐름에 순행하는 것으로는 보기 어렵다. 바람직한 가치관의 인식, 의사결정 능력의 배양 및 소비자시민으로서의 역할 수행을 강조하는 소비자능력의 습득을 위해서는 학교소비자교육에 대한 중요성의 재인식과 함께 향후 개선책이 제고되어야 할 것이다.

한국소비자보호원(2004)이 연구학교를 대상으로 소비자교육 관련 주제가 얼마나 실시되었는지 분석한 결과를 보면, 교육부지정 연구학교(2004년 기준) 중 소비자교육 관련 연구학교라고 볼 수 있는 학교는 없었다. 시도교육청 자체 지정 연구학교 분석 결과, 소비자관련 연구학교는 2003년 기준 전국 16개 시도의 총 31개교(1,593개교의 2.0%)이며 그 중 '소비자'를 중심으로 다루는 학교는 서울지역의 2개교에 불과하다. 타 기관 과제수행 시도교육청 지정 연구학교 분석 결과, 소비자교육 관련 연구학교는 2003년 99개교(전체의 34.6%), 2004년 97개교(전체의 27%)로, 다른 연구학교 유형에 비하면 매우 높은 수준이나, 소비자경제교육으로 제한할 경우 역시 매우 미미하였다. 한국소비자보호원에서는 교육의 중요성을 인식해 97년부터 소비자 경제교육 시범학교를 운영해 왔다. 시범학교 운영 목적은 조기 소비자교육을 통해 청소년의 합리적인 소비 생활 태도를 함양해 향후 바람직한 경제 주체를 양성하는 데 있다. 또한 가정 및 지역 사회에 합리적인 소비 의식을 고취하고 효과적인 소비자교육 방법 및 사례 등을 개발·보급함으로써 소비자교육을 확산하려는 것이다. 이러한 시범학교의 운영 분석에서 학생들의 소비행태에 관한 변화 및 소비의식의 변화는 긍정적이지만 다양한 체험 활동의 요구는 교육과정 운영상 학생들의 시간적·정신적·육체적 부담을 가중시켜 반발 심리를 조장하는 부정적인 면도 있었다.

3) 학교소비자교육의 내용

소비자교육내용에 관한 연구들은 1960년대 이후로 들어 서면서, 초기의 연구보다는 비교적 주제영역을 분류하여 내용을 세분화하는 경향을 보이고 있다. 시대별로 나누어 소비자교육 영역 및 내용의 변화를 살펴보면, 1960년대까지는 비교적 소박한 소비의 시대로 개인과 가계에 초점을 두고 금전의 가치에 대한 중요성을 부각시키는 정도였다. 1970년대는 컨슈머리즘 시대로 생산과 소득, 관리와 가계 소득 등 경제에 관한 일반적인 내용, 소비자의 권리와 책임, 소비자 보호, 소비 환경, 구매에 대한 내용이 일반적이었다. 1980년대는 사회 그린컨슈머리즘(Green Consumerism) 시대로 의사결정에 대한 내용이 언급되고 과거에 비해 소비가치, 소비윤리, 구매, 소비자정보, 소비자 보호에 관한 내용이 많았다. 1990년대 이후는 안전관심 시대로 소비자교육의 초점이 웹에서의 신뢰와 안전으로 변화되었으며, 크게 의사결정 교육, 자원관리교육, 구매관리교육, 시민참여교육의 네 가지 영역으로 대별하였다. 박명희 외(2000)는 학교소비자교육과정 모델은 계속성과 계열성을 기초로 유치원과 초등학교 저학년, 초등학교 고학년, 중·고등학교(7-10학년)의 세 단계로 구분하여 각 단계마다 가치관교육, 자원관리교육, 합리적 구매교육, 소비자시민교육의 내용이 고루 포함되도록 구성하였다. 과거에는 소비자교육이 금전관리와 구매기능에 중점을 두었고, 소비자교육 내용이 일반 경제지식, 가계재정, 구매법과 자원의 관리 등에 치중되었다. 그러나 오늘날의 사회가 신용사회화·서비스화·정보화가 되면서 소비생활이 복잡해지고 있다. 소비자가 경험하는 소비자문제가 물건에서 서비스로, 상품 자체에서 판매방법으로, 안전문제에서 계약문제로, 가격과 안전 같은 개인적 이해 관심에서 환경문제와 같은 사회적·공공적 이해 관심으로 그 범위가 넓어졌다. 이에 따라 사회의 변화에 대처할 수 있도록 하기 위해 그 이전보다 다양한 영역을 소비자교육에서 다루어야 한다. 앞으로의 정보화 사회가 가져올 새로운 소비환경은 소비자로서 갖추어야 할 지식과 기술의 내용도 바뀌어야 함을 의미한다. 이에 배운정(1999)은 Bannister와 Monsma의 개념 분류를 기초로 기존의 의사결정, 자원관리, 시민참여의 세 가지 영역에다 정보화 사회에서 소비자들이 필요로 하는 개념을 보완·수정하여 소비자정보기술, 구매의사결정, 소비자재무

관리, 소비자주의의 네 가지 영역으로 구성하였다.

한국소비자보호원(2004)에서는 소비자교육의 본질과 시대정신을 반영하였으며, 발달단계에 따른 연령별 단계적 접근을 고려한 소비자교육내용모형을 개발하였다. 이 모형은 소비자교육내용 영역을 크게 4개 대영역으로 구분하고 각 범주가 균형을 이루도록 8개 중영역, 40개 세부영역으로 구분하였다. 본 연구는 한국소비자보호원(2004)에서 개발한 소비자교육내용 모형을 조사도구로 사용하였다.

4) 학교소비자교육의 방법

소비자를 교육하기 위해서는 교육대상이 되는 소비자의 수준에 맞추어 적절한 방법이 사용되어야 소비자교육의 효과를 극대화할 수 있다. 그 구체적인 방법으로 매스미디어 활용방법, 컴퓨터 활용방법, 실물활용방법, 실험실습방법, 조사기법 활용방법, 사례연구, 게임, 역할놀이와 시뮬레이션, 견학 및 지역활동 참여 등을 제시했다(김기욱 외, 2001). 소비자교육의 내용이 단순히 지식전달이 아닌 실생활에 적용할 수 있는 것이어야 하며, 그러려면 강의식 수업을 지양하고 문제해결 중심 학습법이 학습효과가 있을 것이라 예상된다(박명숙, 1995). 이를 위해서는 체계적인 교사의 재교육과 더불어 학습준비가 사전에 세밀하게 이루어져야만 한다. 또한 학습자에게 효과적인 학습을 실시하기 위해서는 지금보다 수업시수 자체를 늘이는 것이 바람직하며, 학교소비자교육 프로그램의 개발 및 보급과 각종 시청각 교구의 개발 및 활용이 요구된다(이승신 외, 2004). 박종미(2003)는 교과서 중심의 암기 위주, 원리 위주의 소비자교육보다는 청소년의 효과적인 소비생활을 돕기 위한 체험 중심의 소비활동 관련 수련프로그램을 개발하여 활용하고, 청소년 소비자 프로그램을 운영하는 관련 단체나 시설에 대한 지원이 이루어져야 하며, 컴퓨터를 선호하는 청소년들의 특성을 고려하여 용돈 및 소비활동 관련 시뮬레이션 게임을 개발하여 보급하고 이를 통해 합리적인 소비활동을 간접 경험할 수 있도록 도와야 한다고 하였다.

시민단체와 사회교육기관 등에서 체험중심의 소비자교육의 중요성이 많이 부각되고 있으나 아직 양적·질적으로 매우 미흡한 실정이다. 따라서 실제 소비환경에 적합한 내용과 소비생활에 적절히 활용할 수 있는 소비자교육 프로그램

의 개발 및 보급이 요구된다. 또한 현재의 학교 교육을 받고 있는 학습자들은 컴퓨터와 영상에 익숙한 세대이므로 멀티미디어 자료 등 시청각 교구의 개발 및 활용이 필요하다. 정영선(2002)은 소비자교육을 담당할 중심과목을 선정하고 실생활 사례를 중심으로 하는 다양한 교수방법과 교육 프로그램의 개발, 시청각 교재 및 부교재 등의 교육자료 개발이 시급히 이루어져야 한다고 하였다.

따라서 본 연구는 지식전달이 아닌 실생활에 적용할 수 있는 내용으로 개발하여 강의, 경험담 발표, 역할극, 모둠별 조사활동, 인터넷활용, 실물활용, 토의활동, 퀴즈 등 다양한 교육방법을 통해 학습자에게 동기유발 및 흥미를 이룰 수 있도록 한다.

5) 재량활동 교육 과정의 성격과 의의

재량활동 교육 과정이란 단위 학교의 교육적인 필요와 요구에 따라 교육의 목표와 내용, 방법, 평가에 관한 일체의 사항을 단위 학교가 결정·운영하는 교육 활동으로 국가·사회적인 요구와 시대의 변화에 따라서 필수화할 필요가 있는 영역이 발생할 경우 그것을 모두 교과서에 담을 수가 없으므로 학교가 주체가 되어 재량권을 발휘하여 소화할 수 있도록 하였다(교육부, 2001). 재량활동은 <표II-1>과 같이 구분되는데 중등학교의 선택과목 학습과 국민공통기본교과의 심화·보충학습을 위한 것이며 창의적 재량활동은 학교의 독특한 교육적 필요, 학생의 요구 등에 따른 범교과 학습과 자기 주도적 학습을 위한 것이다.

<표II-1> 재량활동 영역별 시간 배당 안

재량활동		중학교 시간 배당
교과 재량활동	기본교과 심화·보충	연간 0~68시간
	선택과목학습	연간 34~102시간
창의적 재량활동	범교과학습	연간 34시간
	자기주도적학습	

재량활동의 의의는 학생들의 자기주도적 학습능력을 신장시키고 학생의 직접적인 체험활동이 이루어지도록 하여 교육과정 중심의 학교 교육체제로 전환하기 위한 것이다(한

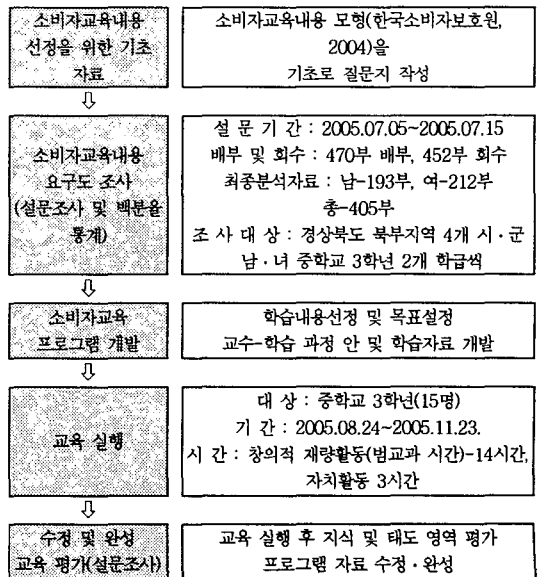
수근, 1998). 재량활동의 성격은 교과 및 특별활동과 상호 보완적 기능을 갖고 있으며 창의적 재량활동이 강조되고 교과나 특별활동에서 다루기 어려운 내용의 학습을 통하여 자기 주도적 학습능력을 신장시키도록 의도하고 있다(교육부, 2000). 여러 선행연구들은 창의적 재량활동 교육과정 편성, 운영에 있어 교사와 학생의 요구가 제대로 반영되기를 희망하고 있으며 창의적 재량활동 프로그램과 자료를 개발하여 보급해 주기를 희망하는 것으로 나타났다(김명자 외, 2003). 그러나 현실적으로 교과목의 수업시수가 부족하기 때문에 다양한 체험활동 및 실험활동을 하기 위해서는 무엇보다도 시수확보가 필요한데 중학교에서 소비자교육이 실제적으로 가능한 시간은 재량활동 시간이다. 창의적 재량활동 영역에서는 통합적인 범교과 학습에서 소비자교육이 포함되어 있고, 자기주도적 학습에서도 탐구 주제로 '소비자문제 조사연구'가 가능하다(교육인적자원부, 2001).

III. 연구 절차 및 방법

1. 연구 절차

본 연구 절차는 <그림 III-1>과 같다.

<그림 III-1> 연구 모형



2. 조사 대상 및 자료수집 방법

경상북도 북부지역의 4개 시·군(안동시, 영주시, 예천군, 봉화군) 8개 중학교 3학년 2개 학급씩을 무선 표집 하여 2005년 7월 5일부터 7월 15일 사이에 요구도 조사를 실시하였다. 470부외 질문지를 배부하여 452부를 회수하였으나(회수율 97%), 이중에 내용기재가 부실한 것을 제외한 총 405부가 <표 III-1>과 같이 본 연구의 최종 분석 자료로 사용되었다.

또한 개발한 프로그램을 적용하는 단계에서는 우선 시범적으로 중학교 3학년 15명을 대상으로 2005년 8월 24일부터 11월 23일까지 창의적 재량활동 14시간과 자치활동 3시간을 이용하여 17차시 수업지도안에 따라 수업을 실시하였다.

3. 요구도 분석

1) 조사 도구

소비자교육내용 요구도는 한국소비자보호원(2004)에서 개발한 온라인 소비자교육시스템인 '소비자교육내용 모형'을 기초로 하였다. 이 모형은 소비자교육내용 영역을 4개 대영역, 8개 중영역, 40개 세부영역으로 구분하였는데 그 구체적인 내용은 <표III-2>과 같다.

<표 III-1> 조사대상자의 분포

대 상		시	군	합계
3학년	남	112(27.7%)	81(20.0%)	193(47.7%)
	여	111(27.4%)	101(24.9%)	212(52.3%)
합 계		223(55.1%)	182(44.9%)	405(100.0%)

<표III-2> 소비자교육내용 모형

중영역	내영역	내용
	I. 시장경제의 이해	
(1) 시장경제의 기본 원리	1. 교환, 생산성, 기회비용, 희소성 등 기본경제원리 이해하기	
	2. 수요와 공급, 시장과 가격, 유통, 경쟁과 시장, 정부 역할 등 이해하기	
	3. 국민총생산, 인플레이션, 실업, 금융정책, 재정정책 등 이해하기	
	4. 정부, 기업, 가계 등 경제주체의 역할 이해하기	
	5. 환율과 국제수지, 국제경쟁과 국제협력, 주요국 시장동향 등 글로벌 시장경제환경 이해하기	
(2) 소비자 자원의 관리	6. 소득획득의 의미와 관리법 알기	
	7. 자금관리의 의미와 관리법 알기	
	8. 지출 및 신용의 의미와 관리법 알기	
	9. 저축과 투자의 의미와 관리법 알기	
	10. 금전 외의 자원의 의미와 관리법 알기	
	II. 합리적 구매와 사용	
(3) 소비자 정보의 수집과 분석	1. 인터넷, 신문, 잡지 등에서 다양한 소비자정보를 수집하고, 읽고, 분석할 수 있기	
	2. 광고 등 각종 상업적 정보의 목적과 소비자선택에 미치는 영향을 파악하기	
	3. 소비자단체나 언론, 정부 등이 제공하는 각종 중립적 정보의 중요성을 알고 활용하기	
	4. 규격·품질·안전·위해·가격 등 각종 표시정보를 알고 활용하기	
	5. 상품·서비스 구매시 계약서, 약관, 사용설명서 등을 읽고 활용하기	
(4) 구매의사 결정과정과 구매, 그리고 사용	6. 구매의사결정과정은 이해하고 이에 영향을 미치는 각종 요인을 고려하여 선택하기	
	7. 상품과 서비스 구매 시 적절한 거래 및 계약방식을 알고 부당한 거래 선택하지 않기	
	8. 전자상거래, 홈쇼핑, 방문판매, 백화점, 할인점 등 다양한 구매유형의 장단점과 올바른 이용방식을 알고 선택하기	
	9. 현금, 할부, 신용카드 등 다양한 대금지불방식의 장단점을 알고 선택하기	
	10. 구매한 각종 소비자 제품 및 서비스의 안전하고 편리한 사용과 보존법 알기	

대영역	III. 소비자 문제 해결 및 예방 영역
(5) 소비자문제의 해결	1. 소비자문제의 원인과 빈번하게 발생하는 소비자문제 알고 예방하기
	2. 제조물책임법과 리콜제도 등 소비자 안전과 관련된 법과 제도 알고 적용하기
	3. 연령별, 세대별, 성별, 국가별 등 국내외의 다양한 소비문화를 알고 그 배경을 이해하기
	4. 소비자피해 및 분쟁 해결 시 활용할 수 있는 제도와 기관 알기
	5. 소비자이익을 돌보는 지역 및 전국단위, 국제단위의 기관 및 조직을 알고 활용하기
(6) 소비자 주권과 소비자 참여	6. 소비자주권의 의미, 소비자 권리와 책임의 개념을 알고 그 중요성을 인식하기
	7. 누가 소비자법과 제도를 만들며 이것이 위반될 경우 어떠한 손실이 있을지 알기
	8. 소비자운동의 역사를 알고 이것이 더 나은 경제 환경, 법 및 제도를 만들음을 인식하기
	9. 새롭게 등장하는 다양한 소비자참여 방식을 알고 실천하기
	10. 소비자단체 등 소비자대표기관의 역할을 이해하고 지원하기
대영역	IV. 신 소비 문화형성
(7) 소비문화와 트렌드	1. 소비의 의미와 소비문화현상의 역사적 변화과정 알기
	2. 생활주기와 개인의 욕구에 따라 소비문화가 다름을 알고 자신과 타인의 소비문화 이해하기
	3. 연령별, 세대별, 성별, 국가별 등 국내외의 다양한 소비문화를 알고 그 배경을 이해하기
	4. 각종 소비유행과 트렌드를 읽고 소비자의 눈으로 다시보기
	5. 나눔의 문화 등 바람직한 소비문화를 인식하고 개발하기
(8) 공동체와 소비자	6. 지역사회에서 선택 가능한 공공시설물을 알고 올바르게 사용하기
	7. 공동체에서 건강하고 안전한 소비생활양식을 알고 선택하기
	8. 에너지와 물, 식물, 동물 등 각종 자연자원을 아끼고 보존하는 법 알고 실천하기
	9. 쓰레기를 줄이고 재활용하는 소비생활양식 선택하고 실천하기
	10. 지속 가능한 소비, 국경 없는 소비자 등 각종 글로벌소비 환경 이슈를 알고 행동하기

이를 바탕으로 응답은 5점 Likert 척도로 구성하였고 점수가 높을수록 그 교육내용에 대한 중학생의 요구도가 높음을 뜻한다. 교육요구도 분석은 선 요구도 방법으로 진술된 내용항목에 대해 응답자가 얼마나 중요하고 필요하다고 생각하는지를 알아보았다.

2) 자료분석방법

교육프로그램 대상자들의 교육요구도 분석을 하기 위해서 위 <표 III-2>의 40개 세부영역에 해당하는 문항을 작성하여 교육대상자들에게 설문조사를 하였다. 각 문항에 대한 평균값을 구하여 그 값이 높은 순서대로 2개 ~ 4개의 문항을 선정하고 그 문항을 토대로 프로그램 주제를 정하였다.

4. 교육프로그램 개발을 위한 방향 설정

1) 요구도 분석 결과에 기초한 교육프로그램 개발 방향

소비자교육에 대한 요구도를 분석한 방법은 먼저 4개 대영역에 대한 항목의 평균을 구하였으며, 점수가 높을수록 요구도가 높음을 의미한다. 이 평균값은 창의적 재량활동(한 학기 17차시)의 시간 배분 시 기준으로 사용되었다. 또한 대영역의 시간배분을 기준으로 각 세부영역의 평균값을 구해 값이 높은 순으로 내용을 선정하였다.

(1) 대영역에 대한 요구도 순위를 기준으로 한 학기 창의적 재량활동 시간 17시간(1시간 기준)을 배분하였다. 우선 요구도와는 상관없이 청소년소비자에 대한 전반적인 이해를 돕고 흥미를 유발시키기 위해 첫 한시간을 배당하고

〈표 III-3〉 대영역별 요구도 순위와 시간배당

요구도순위 (평균값)	청소년 소비자의 이해	2 (2.44)	1 (2.58)	3 (2.20)	4 (1.54)	평가	합 계
영역		I.시장경제 의 이해	II.합리적 구매와 사용	III.소비자문제 해결 및 예방	IV.신소비 문화 형성		
시간배당	1	4	5	3	3	1	17

〈표 III-4〉 세부영역 요구도 순위와 문항 내용

대영역	문항번호	내 용	요구도 순위 (평균값)
시장경제의 이해	9	저축과 투자의 의미와 관리법 알기	1(4.06)
	8	지출 및 신용의 의미와 관리법 알기	2(3.93)
	7	자금관리의 의미와 관리법 알기	2(3.93)
합리적 구매와 사용	4	규격·품질·안전·위해·가격 등 각종 표시정보를 알고 활용하기	1(4.00)
	5	상품·서비스 구매 시 계약서, 약관, 사용설명서 등을 읽고 활용하기	2(3.97)
	7	상품과 서비스 구매 시 적절한 거래 및 계약방식을 알고 부당한 거래 선택하지 않기	3(3.96)
	8	전자상거래, 홈쇼핑, 방문판매, 백화점, 할인점 등 다양한 구매유형의 장단점과 올바른 이용방식을 알고 선택하기	4(3.95)
소비자 문제 해결 및 예방	4	소비자피해 및 분쟁 해결 시 활용할 수 있는 제도와 기관 알기	1(3.83)
	1	소비자문제의 원인과 빈번하게 발생하는 소비자문제 알고 예방하기	2(3.74)
	3	효과적인 소비자불만을 제시하는 방식을 알고 실천하기	3(3.72)
	6	소비자주권의 의미, 소비자 권리와 책임의 개념을 알고 그 중요성을 인식하기	3(3.72)
신 소비 문화형성	8	에너지와 물, 식물, 동물 등 각종 자연자원을 아끼고 보존하는 법 알고 실천하기	1(4.11)
	9	쓰레기를 줄이고 재활용하는 소비생활양식 선택하고 실천하기	2(4.06)

마지막 평가를 위해 한 시간을 배당하였다. 나머지 15시간을 각각의 대영역별로 요구도 평균값에 근거하여 5, 4, 3시간으로 배분하였다.

(2) 세부영역에 대한 요구도 순위

4개의 대영역별로 다시 구체적인 문항별 요구도를 분석하여 상위 순위 2개-4개의 문항을 교육내용 대상으로 선정하였으며 구체적인 내용은 <표 III-4>와 같다.

2) 교육프로그램의 설계

(1) 대영역별 설계

앞에서 설명한 바와 같이 세부영역별 요구도 순위에 따라 주제를 선정하되 대영역별로 배분된 시간에 맞게 그 주제를 2개 또는 3, 4개로 정하였다. 교육방법과 교육자료를 감안하여 한가지 주제가 두시간 동안 이어지기도 한다.

(2) 차시별 설계

대영역별 시간과 세부영역에서의 주제가 정해짐에 따라 총 17차시에 대한 주제별로 교육내용과 교육자료, 교육방법 등을 구체적으로 설계하였다.*<표 III-5>와 <표 III-6>연결

<표 III-5> 소비자교육 대영역별 프로그램 설계

대영역	목 표	시수	주 제
청소년의 이해	청소년의 특성을 알고 건전한 청소년 문화 만들기	1	건전한 day문화 만들기
시장경제의 이해	소비자자원을 효과적으로 관리하는 방법 알기	4	멋진 미래를 위하여
			청소년의 돈 불리기(1)
			청소년의 돈 불리기(2)
			청소년의 신용관리
합리적 구매와 사용	소비자정보의 중요성을 알고 이를 수집, 활용하며 합리적인 구매선택과 사용법 알기	5	정보는 곧 돈(1)
			정보는 곧 돈(2)
			정보는 곧 돈(3)
			전자상거래! 그것이 알고 싶다.(1)
			전자상거래! 그것이 알고 싶다.(2)
소비자문제 해결 및 예방	소비자문제 발생시 이를 적절히 해결할 수 있으며 소비자권리와 책임을 충분히 인식하고 참여하기	3	미성년자 유희, 이제는 대처할 수 있다
			구입을 취소하고 싶어요
			소비자 피해! 어떻게 해결하나요?
			소비자 권리와 책임
신 소비문화 형성	에너지 자원을 절약하는 태도, 쓰레기를 줄이고 재활용하는 생활습관 기르기	3	쓰레기에게 새 생명을
			에너지 절약(1)
			에너지 절약(2)
평가		1	

<표 III-6> 소비자교육 차시별 프로그램 설계

차시	주제	교육내용	교육자료	교육방법
1	건전한 day문화 만들기	•소비개념 익히기 -레몬으로 돈버는 법 •'day'문화 생각해 봅시다.	ppt 자료 학습자료 1	빙고게임, 토의
2	멋진 미래를 위하여-용돈관리	•쓰쓰미 조절 능력 테스트 •목표달성-예산세우기	학습자료 2-1,2 학습자료 3	개발활동 강의
3	청소년의 돈 불리기 -저축과 투자	•케이라 게임(투자의 특성) •저축 상품 알아보기 •투자 시 고려할 점	게임 도구 저축상품안내서	주사위게임 조사, 강의
4	청소년의 돈 불리기 - 증권	•퀴즈로 알아보는 증권 •신문의 증권 면 읽기	KBS뉴스 ppt 자료	퀴즈(조별) 탐구
5	청소년의 신용관리	•역할극-금융고을 이야기 •지불방법 •청소년 신용관리법	학습자료10 학습자료11, 12 ppt 자료	역할극 모둠별 토의 강의
6	정보는 곧 돈 -상품 및 가격정보	소비자 정보 •상품정보 •시장정보 •가격정보-현행가격표시제도	Consumer TV -소보원 동영상 소개 학습자료 13,14	개별학습 강의
7	정보는 곧 돈 -품질정보	•품질정보 -어느 것을 구매할까요? -스티커붙이기(품질인증마크)	학습자료15 학습자료16 PPT 자료	토의 개별학습 강의
8	정보는 곧 돈 -품질정보	-영양표시를 읽자 -의류취급표시! 읽어봅시다.	컴퓨터 학습자료17, 18 PPT 자료	ICT활용 수업

9	전자상거래 그것이 알고 싶다.	•모듈별 선택학습 -전자상거래 소비자상담 및 피해동향 -우리학교 학생들의 인터넷 쇼핑물 이용실태 -전자상거래 관련 피해사례	컴퓨터 학습자료 19 PPT 자료	모듈별 조사 (4인 1조)
10	전자상거래 그것이 알고 싶다.	•모듈별 발표 •인터넷쇼핑시 유의할 점	모듈 발표 자료 Consumer PPT 자료	모듈 발표 (5인 1조) 강의
11	미성년자 유혹, 이제는 대처할 수 있다.	•전화권유, 방문판매 시 주의 사항 •약관을 꼭 읽어오 •저도 계약할 수 있나요?	Consumer TV 평가-OX퀴즈 PPT 자료	방송 시청 강의 퀴즈
12	구입을 취소하고 싶어요	•청약 철회 기간은? •어떻게 철회 하나요	학습자료 20 학습자료 21-	체험학습 (2인 1조)
13	소비자 피해 어떻게 해결하나요?	•피해보상규정의 예를 찾아 보아요? •소비자 상담 및 신고는 어떻게? •어떤 권리, 책임이 있나요?	학습자료 22, 학생준비물 KBS뉴스, Consumer TV	개인활동 방송시청 강의
14	쓰레기에게 새 생명을	•분리수거 어떻게 할까요? •조상들의 재활용 방법은? •나의 환경실천 지수는?	동영상(공익광고) 학습자료23,24,25 PPT 자료	모듈별 토의 및 발표 (4인 1조)
15	에너지 절약	•자원절약 송 •에너지 신문 만들기 (형식, 작성법 자유)	자원절약송 CD 도화지, 싸인펜 등	모듈별 활동(조사)
16	에너지 절약	•에너지 신문 발표하기 •에너지절약 게임으로배워요	Enguard게임CD PC(1인 1대)	모듈별 발표 게임
17	도전 골든 벨	•소비자교육 평가	OX 퀴즈, 퍼즐 신문지 빙고게임	조별 게임

5. 프로그램 효과 분석

2) 분석 방법

1) 조사 도구

본 연구에서 개발한 소비자교육 프로그램 평가의 조사도구는 프로그램에서 실시한 교육과 관련된 지식 및 태도 영역의 평가와 각 차시별 교육방법의 만족도로 구성하였다. 시골의 작은 학교 학생들을 대상으로 프로그램을 시행하여 그 대상자 수가 15명에 불과하였으며 실제 평가단계에서는 14명만이 참여했으므로 통계적인 분석은 실시하지 못했다. 지식영역과 태도영역의 평가는 영역별 2문항씩 총 8문항으로 구성하였다. 교육 전·후의 태도 변화에 대한 평가는 5점 Likert형 척도로 '전혀 그렇지 않다'에 1점, '그렇지 않다'에 2점, '보통이다'에 3점, '그렇다'에 4점, '매우 그렇다'에 5점을 부여하였다. 점수가 높을수록 소비자로서의 태도 변화가 더 긍정적인 방향으로 크게 나타났음을 의미한다. 교육방법의 만족도는 각 차시별 17문항으로 구성되며, Likert형 5점 척도로 '전혀 만족하지 않는다'에 1점, '별로 만족하지 않는다'에 2점, '보통이다'에 3점, '대체로 만족한다'에 4점, '매우 만족한다'에 5점을 주었다.

교육프로그램을 시행하기 전에 조사도구인 지식 및 태도 영역의 설문지로 사전 검사를 실시하였다. 17차시 수업지도안으로 교육을 실시한 후 동일한 설문지로 사후 검사를 실시하였으며 문항 내용은 소비자 지식 영역 8문항과 소비자 태도 영역 8문항, 각 차시별 소비자교육방법에 대한 만족도 평가 17문항 등 총 33문항으로 구성하였다. 소비자의 지식 영역에서는 사전, 사후 정답률을 비교해보았으며 소비자태도 영역에서는 5점 Likert척도의 평균점수를 비교해보았다. 다만, 프로그램을 적용한 대상자 수가 14명에 불과하여 사전, 사후 T-test와 같은 통계적 분석은 실시하지 못하였다.

IV. 교육프로그램의 실행 안

본 연구에서 개발한 중학교소비자교육 프로그램은 창의적 재량활동 운영을 위하여 「나는야 청소년 프로슈머!」라는 제목으로 실행하였다. 프로슈머(Prosumer)란 생산자(Producer)와 소비자(Consumer)의 합성어로서 우리말로는 '생산하는 소비자' '설계하는 소비자'로 표현할 수 있다(채정숙 외,

2004). 즉, 이 프로그램을 통해서 교육대상자인 중학교 3학년 학생들이 현명한 소비자가 될 수 있고 그로 인해 기업의 생산과 국가경제에도 영향력을 행사할 수 있는 소비자 주권 의식을 갖게 된다는 의미이다.

교육프로그램의 내용은 청소년소비자의 특성, 시장경제의 이해 영역, 합리적 구매와 사용 영역, 소비자문제해결 및 예방 영역, 신 소비문화창조 영역, 평가로 구성하였다.

1. 시장경제의 이해 영역

시장경제 이해 영역에서는 학생들이 자유재량 용돈을 합

리적으로 관리하고 자신의 목표를 효율적으로 달성할 수 있는 능력을 키우고자 하였다. 단원 목표는 학생들의 용돈 관리, 저축, 증권 등의 투자법을 학습하여 예산을 세워 규모 있게 생활할 수 있도록 하며, 청소년 시기뿐만 아니라 어른이 되어서도 효과적으로 신용을 관리할 수 있도록 하는 것이다. 이를 위한 수업활동으로 용돈기입장을 기록하도록 하여 예산서를 작성하고, 목표 도달을 위해 가까운 금융기관을 찾아 용돈을 불리는 데 가장 적합한 저축 상품을 골라 저축할 수 있도록 한다. 투자 학습 시에는 투자의 위험과 보상을 알게 하는 ‘캐이라 게임’을 통해 흥미를 유발하고 투자와 투기의 차이점, 투자 시 고려해야 할 요소를 살펴본다.

〈표 IV-1〉 교수-학습 과정 안 - 건전한 day문화 만들기

주제	건전한 day문화 만들기	차시	1/17	장소	교실
학습 목표	<ul style="list-style-type: none"> · 청소년소비자의 소비문화의 특성을 설명할 수 있다. · 건전한 ‘day’ 문화를 형성할 수 있다. 				
학습 자료	<ul style="list-style-type: none"> · ppt 자료 - 레몬으로 돈버는 법 + 청소년소비자 · 학습지 - “오늘은 무슨day지?” 				
관련 사이트					
학습 단계	교수 - 학습 활동			자료 및 유의점	
	교사		학생		
도입 (10분)	<ul style="list-style-type: none"> ▣ 학습목표 제시 ▣ 레몬으로 돈 버는 법’ 로 소비자 개념을 익히게 하며 흥미유발 		<ul style="list-style-type: none"> ◎ 학습목표 확인 ◎ 소비자 개념을 빙고 게임을 통해 파악하며 흥미를 갖는다. 		<ul style="list-style-type: none"> □ ppt 자료 - 신문, 스티커,
전개 (30분)	<ul style="list-style-type: none"> ▣ 청소년소비자의 특성 설명하기 <ul style="list-style-type: none"> - 청소년소비자란? - 청소년소비의 특성은? ▣ 청소년소비자의 소비행동과 이로 인한 문제점 설명하기 <ul style="list-style-type: none"> - 앞에서 알아본 청소년소비의 특징에서 가장 두드러지는 문제점 3가지의 내용과 문제에 대해 알아보자 1) 모방 소비 2) 충동 소비 3) 과시 소비 ▣ ‘day’ 문화에 대해 생각해보기 <ul style="list-style-type: none"> · ‘오늘은 무슨 day지?’ 내용을 ppt를 통해 제시한다. - 조별로 토의하여 ‘day’ 문화의 긍정적인 면은 무엇인가? - 부정적인 면은? - ‘day’가 건전한 청소년 문화로 자리 잡기 위한 방법은 무엇일까요? 		<ul style="list-style-type: none"> - 청소년소비자의 특성을 알아본다 ◎ 청소년 소비자의 소비행동과 이로 인한 문제점을 알아본다. - 대표적인 문제점 3가지를 알아본다. 1) 모방 소비 2) 충동 소비 3) 과시 소비 ◎ ‘day’ 문화에 대해 토의 · ‘오늘은 무슨 day지?’ 내용을 읽는다. - 조별로 토의하여 긍정적인 면과 부정적인 면을 학습지에 정리한다. - 올바른 ‘day’를 위하여 조별로 토의하여 아이디어를 모아 정리한다. 		<ul style="list-style-type: none"> □ ppt 자료 ※ 자신의 경험과 연관지어 생각해 보도록 유도한다 모둠별 학습 (4인 1모듬)
정리 (5분)	<ul style="list-style-type: none"> ▣ 형성평가 ▣ 차시예고 - 용돈 기입장 가져오기 		<ul style="list-style-type: none"> ◎ 형성평가를 통해 청소년소비자의 특성과 소비문제를 정리한다. 		<ul style="list-style-type: none"> □ ppt 자료

<그림 IV-1> 학습지 - 멋진 미래를 위한 예산 짜기

[학습자료 5]

멋진 미래를 위해... 예산짜기

1. 사거나 하고 싶은 것을 적고 그 이유를 적어 보세요.

단기목표	장기목표

2. 항목에 대해 꼭 필요한 것인지(needs), 아니면 그냥 가지고 싶은지(wants) 체크해 본다.

꼭 필요한 것		단지 갖고 싶은 것	
목표	필요 이유	목표	필요 이유

3. 자신이 지난 한 달간 기록한 용돈기입장을 참고로 예산을 세워 보자.

구분	금액
미달금	원
용돈	원
번돈(마트비트 등)	원
기타(친지 등)	원
합계	원

구분	금액
지출	원
근거실 및 간식비	원
약술음료비	원
문화오락비	원
교통비	원
기타	원
합계	원

주식에서 돈을 절약하는 방법

보통내역 용돈으로 5,000원짜리 대신 1,000원짜리 다섯 장을 달라고 하세요, 또는 1만원짜리 대신 1,000원짜리 열 장을 달라고 하세요, 그런 다음 그 자리에서 열 분을 대어 저축에 쓰고, 나머지를 소도둑 하세요.

현명한 돈 관리법

영수증에 중요한 이유

우리가 물건을 살 때 반드시 받아야 할 것이 영수증입니다. 그런데 물건을 살 때마다 받으시지 않기도 하고, 또 필요 없는 것 같아 버려 버리거나 받지 않기도 합니다. 하지만, 아주 조금만 관심을 기울였다 하더라도 그것은 거대한 이익입니다. 영수증은 산 물건을 교환하거나 환불할 때에도 사용됩니다. 따라서, 영수증이 없으면 거래가 막대한 것을 증명할 방법이 없으므로 교환이나 환불을 받기 어렵게 됩니다.

대형 마트권, 영수증 모두 보관하십시오!!!

나리아 청소년 프드슈머!

증권 학습부분은 중학생에게는 자칫 어려운 내용일 수 있으므로 관심을 갖고 학습에 임할 수 있는 학습방법을 도입했다. 청소년 금융교육 협회회의 '만화로 알아보는 증권시장'을 본 후, 신문지 빙고 게임으로 주식 및 채권에 대해 알아보며 주식 관련 용어를 익혀 신문의 증권 면을 읽을 수 있도록 하였다. 청소년의 신용관리 수업은 청소년 금융교육협회의 동호회로 만든 '금융고을이야기'를 시나리오로 재구성하여 역할극으로 동기를 유발시키고 신용관련 학습지를 만들어 자신을 돌아보며 신용을 잘 관리할 수 있도록 하였다.

본 영역에서는 교수-학습과정안 5개, 학습지 1개, 학습

자료 6개를 사용하였으며 그 중 일부를 다음의 <표 IV-1>과 <그림 IV-1>에서 제시하였다.

2. 합리적 구매와 사용 영역

합리적 구매와 사용 영역에서는 청소년소비자가 합리적인 소비를 위한 의사결정능력을 기르도록 하였다. 단원 목표에 소비자 정보의 필요성을 알고 스스로의 소비생활을 계획하고 실천하는 데 효율적으로 정보를 활용할 수 있고, 또한 다양한 구매방법과 지불방법을 익혀 합리적인 소비를 위

〈표 IV-2〉 교수-학습 과정 안 - 정보는 곧 돈

주제	정보는 곧 돈	차시	8/17	장소	컴퓨터실
학습 목표	· 식품의 영양표시에 기초하여 현명하게 식품을 선택할 수 있다.				
학습 자료	학습지-영양표시를 읽자(1)(2)				
관련 사이트	http://onair.cpb.or.kr(동영상보기-웰빙우유, 진짜 맞아?) http://nutrition.kfda.go.kr				
학습 단계	교수 - 학습 활동				자료 및 유의점
	교사		학생		
도입 (10분)	<input type="checkbox"/> 웰빙우유 진짜 맞아? 동영상보기 -이 프로그램에서 무엇을 알았는가? <input type="checkbox"/> 학습목표 제시		<input checked="" type="checkbox"/> 웰빙우유 진짜 맞아? 감상 -제품 구입시 영양성분을 읽어보는 것이 중요함을 알아 어요. <input checked="" type="checkbox"/> 학습목표 확인		
전개 (30분)	(4) 표시제도에 의한 정보 ☆식품 : 제품명, 유통기한, 영양표시 <input type="checkbox"/> [학습지] 조별 조사 -영양표시란? -영양표시내용 어떻게 이해할까요? -영양표시를 확인해봅시다. -어떻게 활용할까요? -영양소 함량 강조 표시 어떤 것? <input type="checkbox"/> 조사한 내용 질문 및 ppt로 정리 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 영양표시란? ▶ 영양표시내용을 어떻게 이해할까요? ▶ 영양표시를 확인해 봅시다. ▶ 영양표시를 어떻게 활용할까요? ▶ 영양소의 함량을 강조하여 표시하는 것에는 어떤 것이 있을까요? 		<input type="checkbox"/> [학습지] 홈페이지 접속 후 조별 학습지 완성하기 ③번은 자신이 가지고 온 식품의 포장지를 학습지에 붙이고 영양성분을 읽어 학습지에 기록한다 ④번은 자신의 가족의 건강을 고려 섭취를 줄여야 할 것과 충분히 섭취해야 할 것 기록 <input type="checkbox"/> 조사한 내용 발표한다. -식품에 어떤 영양소가 얼마나 들어 있는지를 포장에 표시한 것 -ppt자료를 보며 영양표시 읽는 법을 안다. -자신이 읽은 영양표시 상품명과 영양표시 기록한 것을 발표한다. -자신과 가족의 건강에 유의해야 할 영양소를 발표하고 식품을 구매할 때 참고한다.		조별활동 ICT활용 발표 ppt 자료
정리 (5분)	<input checked="" type="checkbox"/> 형성 평가 홈페이지 접속하여 퀴즈를 풀어본다.		어떤 것이 덜 짠 식품일까요? 어떤 것이 지방이 더 적을까요? 어떤 과자가 칼로리가 더 낮은가요? (가)음료가 (나)음료보다 칼슘이 더 풍부(O,X)		ICT활용

한 선택을 할 수 있도록 하는 것이다. 이를 위한 수업활동으로 소비자정보원천별 특징을 알아보고 중립적 정보의 원천인 한국소비자보호원 소개 및 활동을 동영상상 통해 알아보고 최근 발행된 '소비자시대' 책자를 학생들이 직접 보도록 하여 소비자 정보를 얻을 수 있는 방법을 알게 하고, 기타 시장정보 및 현재 시행되는 가격표시제도에 대해서도 살펴본다. 품질정보에서는 MP3의 상품비교테스트 예를 통해

자신의 구입 동기 및 만족도를 알아보고 다음 구매 시 어떤 면을 고려할 것인지를 살펴보다 단순히 광고 또는 유명상표가 아닌 자주적이고 계획적으로 구매할 수 있도록 한다. 또한 품질인증마크의 경우는 마크를 스티커 형태로 배부하여 학생들이 내용을 보고 붙이게 하여 관심을 갖게 하고 실물을 가지고 와서 평소 무관심하게 보았던 마크의 의미를 생각해 보도록 한다. 표시정보에서는 ICT활용 수업으로 영양

<그림 IV-2> 학습지 - 전자상거래! 그것이 알고 싶다

[학습자료 19]

**전자 상거래?
그것이 알고 싶다.**


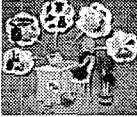

① 일반거래란?
 ② 특수거래란?
 -사업자가 주력이나 사무실 등을 직접 방문하여 판매하거나 또는 전화영업판매, 다단계판매, TV홈쇼핑과 같은 동선판매, 인터넷을 통한 전자상거래 등 컴퓨터와 이외의 판매방식

1. 전자상거래란?
 -

2. 거래 형태에 따른 분류

1) 거래주체별 :
 2) 거래대상별 :
 - On-line 주문 다 Off-line 배송(인터넷쇼핑몰) :
 - On-line 주문 다 On-line 배송(인터넷컨텐츠) :
 <모듬활동>
 * 기존 시장 거래 및 동선판매를 알고로 전자상거래는?

	기존의 시장거래	전자상거래	동선판매
거래장소 유통단계	물리적 공간 기업-도매상-소매상-소비자		방송, 우편망 기업-유통업자-소비자
거래대상	일부지역 영업시간 중		전국규모 24시간 방송, 전화, 우편
결제 수단 대금 결제	브로드 인코 현금, 신용카드		송금, 신용카드
배송	직접수령	-	온라인상

3. 전자상거래의 특성은?

금경역 측면은?	부경역 측면은?	사용시 유의할 점은?
<ul style="list-style-type: none"> • • • • • 	<ul style="list-style-type: none"> • • • • • 	<ul style="list-style-type: none"> • • • • •

나리아 걸스본 드로슈머!

과 홈페이지에 들어가 직접 영양표시를 확인하고 자신과 가족의 건강에 유의하여 식품을 구매해 보도록 하였다. 전자상거래에서는: 전자상거래의 특성과 인터넷 쇼핑 시 유의할 점을 알아본다. 또한 모듬별 활동을 통해 전자상거래 소비자 상담 및 피해 동향, 전자상거래 관련 피해 사례 및 결과 처리를 알아본다. 특히 재학생들의 인터넷쇼핑몰 이용 실태를 질문지를 작성하여 알아보게 함으로써 인터넷 쇼핑몰을 효율적으로 이용할 수 있도록 한다.

본 영역에서 사용한 교수-학습과정안과 학습자료 일부를 <표 IV-2>와 <그림 IV-2>에서 제시하였다.

3. 소비자문제 해결 및 예방 영역

소비자문제 해결 및 예방 영역에서는 소비자문제 발생시 이를 적절히 해결할 수 있으며 소비 주권자로서의 능력을 함양하고자 하였다. 단원목표로는 청소년소비자 피해 예방과 발생 시 대처 방법을 알고, 소비자 권리를 적극 행사하고 책임을 다하는 자세를 갖도록 하는 것이다. 이를 위한 수업활동으로 청소년들에게 많이 발생하는 방문판매 및 전화권유 판매의 피해 발생이 많은 이유와 예방 요령을 알아보고 약관의 필요성 및 부당약관의 사례를 통해 계약 시 약

<표 IV-3> 교수-학습 과정 안 - 미성년자 유혹, 이제는 대처할 수 있다

주제	미성년자 유혹, 이제는 대처할 수 있다.		차시	11/17	장소	교실
학습 목표	<ul style="list-style-type: none"> · 전화권유 및 방문 판매 시 소비자 주의 사항을 말할 수 있다. · 계약 시 약관을 꼼꼼히 읽는 태도를 갖는다. 					
학습 자료	OX퀴즈 - 방문, 전화권유, 약관, 계약 관련 문제					
관련 사이트	http://onair.cpb.or.kr					
학습 단계	교수 - 학습 활동					자료 및 유의점
	교사		학생			
도입 (5분)	<ul style="list-style-type: none"> ▣과제 확인 경험나누기 ▣학습목표 제시 		<ul style="list-style-type: none"> ◎경험이 있는 학생은 손을 들고 자신의 경험을 이야기 한다. ◎ 학습목표 확인 			
전개 (35분)	<ul style="list-style-type: none"> ▣전화권유판매(텔레마케팅) <ul style="list-style-type: none"> - '텔레마케팅 피해와 대처요령' 방송을 보고 다음의 내용을 확인한다. - 피해발생이 많은 이유가 뭐죠? - 예방 요령은? ▣방문판매 피해 <ul style="list-style-type: none"> - '탈출! 방문판매 피해' 방송을 보고 다음의 내용을 확인한다. ◎전화권유판매 및 방문판매 계약 철회 방법은 다음시간에 살펴봅시다. ▣약관 <ul style="list-style-type: none"> - 주변에서 볼 수 있는 약관의 예를 말해 보세요 - 이런 약관을 미리 마련해 두면 좋은 점은? - 부당약관의 사례 제시 '허를 찌른 약관' ▣저도 계약을 할 수 있나요? 		<ul style="list-style-type: none"> - 방송을 보면서 전화권유판매의 피해 발생이 많은 이유/피해사례/예방요령 등을 본다. - 예방요령을 이야기 한다. - 방송을 통해 방문판매 피해 사례/판매자의 의무/소비자 주의사항(계약자) - 약관을 본 사례를 발표한다. - 부당약관 사례를 보며 약관을 꼼꼼히 읽어보고 거래에 동의해야 함을 안다. - 미성년자는 만 20세 미만으로 계약을 위해서는 법정대리인의 동의가 있어야 한다. 			<ul style="list-style-type: none"> □ ppt 자료 텔레마케팅 피해와 대처요령 '탈출! 방문판매 피해' '허를 찌른 약관'
정리 (5분)	<ul style="list-style-type: none"> ▣OX퀴즈 - 문제를 미리 수록하여 제시 		<ul style="list-style-type: none"> ▣OX퀴즈 - 방문, 전화권유, 약관, 계약 관련 문제를 풀며 정리한다. 			

관을 꼼꼼히 읽는 태도를 기른다. 정리 시 방문판매, 전화권유 판매, 약관 및 계약의 내용을 수록하여 OX프로그램을 만들어 퀴즈를 풀어 봄으로써 피해 발생을 사전에 예방할 수 있도록 지도했다. 또한 미성년자가 계약을 취소할 경우 미성년자 내용증명을 직접 작성하여 발송방법을 알아 피해를 예방할 수 있도록 하였다. 그리고 자신 및 가족의 소비자 피해 사례를 발표하고 소비자피해보상규정의 예를 찾아보았다. 소비자방송 '소비자피해 어떻게 해결해야 하나요'를 통

해 소비자피해구제방법, 구제 절차를 학습한 후 소비자 피해 발생시 상담할 기관 및 신고 기관을 알아보았다. 또한 소비자 8대 권리와 5대 책임을 확실하게 알고 실천하여 주권자로서의 태도를 갖도록 하였다.

본 영역에서 사용한 교수-학습과정안과 학습자료 일부를 <표 IV-3>과 <그림 IV-3>에서 제시하였다.

<그림 IV-3> 학습지 - cooling off(청약철회)

(학습자료 20)

생각가간(0000) 청약철회제도

계약금 체결되었으나 소비자가 일정한 기간 내에 그 의사표시를 철회할 수 있는 제도. 청약의 철회는 서면으로 해야 하며, 그 방법은 소비자가 **내용증명**을 작성한 후 우체국에 가서 사 업자에게 보내면 됨.

❶ 특수판매물 청약철회 기간?

판매물	철회기간	적용법률
방문판매, 전화권유판매, 다단계 판매		
전자상거래, 통신판매		
신용카드로 합부 거대한 경우		

❷ 내용증명 우편 제도

① 내용 증명 우편 제도란?
대개 일회, 단회성 판매 내용의 증거를 보강하는 수단으로 우편국에서 우편으로 증명해 주는 특수한 우편 제도이다. 증거요기서 발송료가 낮은 세, 서면 내용서 정확한 결론을 증명하고 발송 시로써 대항 증거로서 활용된다. 계약금 받은 갑호갑의 일회적 의사표시를 즉 영적의 결정요가 있을 때 주로 이용되고 있습니다.

② 철회 사유는 무엇인가요?

-
-
-
-
-

③ 철회금과 청약철회시 보내나요?
내용증명 우편을 접수, 1일 이내에 1회 발송하고 1일, 1일, 우체국에서 1회 발송한다.

④ 철회료 지불을 받나요?
우선우체국 우편요금에 대한 수수료는 발송한 날로부터 10일 이내로 발송합니다.

❸ 내용증명용 작성해 보세요.

다음 내용을 근거로 어린이가 어떤 수인종이라 가정하고 내용증명을 작성해 보십시오.(오울) [내막일지들 읽은 아들이 벽면 위에 넣은 책을 찾아(방문판매)]

미를 좋아한 대학교 합격번호 1234567890
합격증을 받기 위해 학교에 가면 이곳은 경찰관 신변 검색이 되고안내를 받았습니다. 그러나 학교에서 교양교육으로 비우는 과정을 만나며 주면서 학기말에는 합격생으로 수련도 받다가 여기에서 프롬프트에 CO와 경기를 한 달에 99,000원씩 구입하기로 했다
그러나 집에 와서 부모님과 상의 결과 합부금에 부담되어 계약취소하고 청약철회가 이미 퇴환 등록되어 있어 어떠한 철회라는 사항도 알고 보니 판매되었습니다. 청약이 가능하지?

❹ 처리

이 사례는 때마다 23일여 집중적으로 피해를 보는 사례이다.
대부분 고3은 미성년자로 민법 제 5조이 의거 부모동의 없기 때문에 청약이 가능하다. 또한 확인 결과 청약금 수선이나 교양교육 과정을 사용할 수 있다는 설명은 과대광고로 해당 처리였다. 이 사례는 부모님 명의로 청약한다는 내용증명서를 발송하고 처리하였다.
[출처 : 국민연금 소비자생활지도-스카이프]

너른이 학습지 프로그램에

4. 신 소비문화 창조 영역

바람직한 소비자는 '합리적 소비자'에서 이제는 자신의 소비생활이 환경에 미치는 영향을 지각하고 환경보전적 소비생활을 실천하는 소비자 즉, 환경친화적 소비자가 환경위기 시대에 적합한 새로운 소비자상으로 변하고 있다. 이러한 환경친화적 소비자는 첫째, 소비생활을 통해 발생하는 환경오염을 인지하고, 환경보전을 위해 스스로 참여하는 환경친화적인 생활양식을 실천하며, 둘째 환경문제를 발생하는 기업과 환경파괴자를 감시하고 권리를 주장함으로써 환경오염으로부터 자신을 지키고 소비자의 권리를 주장하는 소비자이다. 이에 단원목표로는 에너지 자원을 절약하는 태도를 기르고, 쓰레기를 줄이고 재활용함으로써 환경 친화적 소비자로서의 능력을 기르도록 하는 것이다. 이를 위한 수업활동으로 '쓰레기에게 새 생명을!' 주제에서는 '쓰레기는 죽지 않는다' 공익광고를 활용하였다. 이를 통해 학습동기를 유발하고 모듬별로 재활용을 하는 이유, 조상들의 재활용방

법, 각종 분리수거 방법 등을 학습지로 살펴봄으로써 평소 분리수거의 중요성을 인식하게 하고 분리수거를 철저히 하도록 하였다. 아울러 본교는 농촌지역으로 음식물의 대부분을 가축 사료나 거름으로 이용하고 있지만 점심 급식시간이나 그 밖에 음식물을 분리수거해야 하는 경우를 위해 음식물 분리수거 방법도 함께 지도하였다. 수업시간에는 시간운영상 어렵지만 YTN방송사의 '쓰레기로 돈버는 사람들' 인터넷 주소를 가르쳐 주고 가정에서 보도록 하여 재활용의 중요성을 인식시켰다. '에너지 절약' 시간에는 모듬별로 에너지 신문을 제작·발표하고 에너지 관리공단에서 제작한 ENGUARD 게임과 관련 퀴즈를 풀어 봄으로써 에너지를 절약하려는 마음을 가지도록 하였다.

본 영역에서 사용한 교수-학습과정안과 학습자료 일부를 다음에서 제시하였다.

<표 IV-4> 교수-학습 과정 안 - 에너지 절약(1)

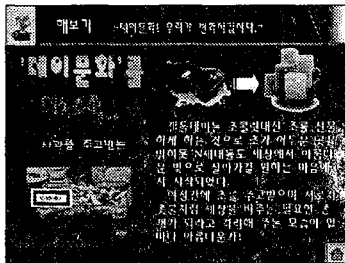
주제	에너지 절약		차시	15/17	장소	컴퓨터실
학습 목표	· 에너지를 절약하려는 태도를 가질 수 있다.					
학습 자료	자원절약송- CD자료 학생준비물: 에너지에 관한 조사내용, 도화지, 싸인펜, 색연필					
관련 사이트						
학습 단계	교수 - 학습 활동				자료 및 유의점	
	교사		학생			
도입 (5분)	<input type="checkbox"/> 자원절약 송 부르기 <input type="checkbox"/> 학습목표 확인		<input type="checkbox"/> 자원절약 송을 불러본다. <input type="checkbox"/> 학습목표 확인		<input type="checkbox"/> CD 자료	
전개 (35분)	<input type="checkbox"/> 에너지란 무엇일까? <input type="checkbox"/> 에너지 신문 만들기 -신문에 들어갈 내용을 선택하여 조사, 요약하기 -신문에 들어갈 내용의 예 ▶ 에너지란? ▶ 표어 및 포스터 ▶ 만화 ▶ 에너지 관련 노래 만들기 ▶ 외국의 에너지 절약 사례 ▶ 에너지 절약 아이디어 만들기 ▶ 에너지 마스코트 만들기 ▶ 에너지 퀴즈 ▶ 에너지의 종류 ▶ 미래의 에너지 ▶ 석탄, 석유, 천연가스등 현재 사용하는 에너지의 남은 양.		-3학년 '전기' 부분에서 배운 에너지 종류를 생각하면 대답한다. :일을 할 수 있도록 하는 힘으로 에너지의 종류로는 전기, 화석, 태양열, 풍력, 조력 등이 있다. <input type="checkbox"/> 에너지 신문을 만든다 -신문 크기를 고려하여 내용을 선택한다. -모둠별로 다른 다양한 소재가 들어갈 수 있도록 한다. -PC로 자료를 추가로 자료를 검색하고 기사를 워드로 작업한다.		<input type="checkbox"/> 일제 학습 <input type="checkbox"/> 모둠활동 (4인1조) -모둠원이 역할을 분담하여 팀원 중에 빠지는 사람이 없도록 지도한다. -신문의 형식, 작성방법(워드 또는 수기) 등에 제한을 두지 않는다.	
정리 (5분)	<input type="checkbox"/> 에너지 신문 검사		<input type="checkbox"/> 각 모둠별로 제작한 에너지 신문을 서로 돌려본다.			



<그림 IV-4> 학생작품-에너지 관련 신문

〈표 IV-5〉 교수-학습 과정 안 - 도전 골든 벨

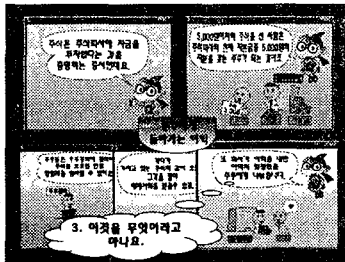
주제	도전 골든 벨	차시	17/17	장소	교실
학습목표	· 소비와 관련된 내용을 총 정리한다.				
학습자료	가로 세로 퍼즐 문제				
관련사이트					
총 평가	가로 세로 퍼즐 				



◀ 1차시



3차시 ▶



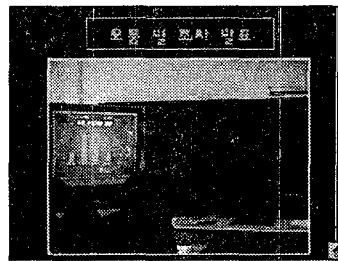
◀ 4차시



5차시 ▶



◀ 7차시

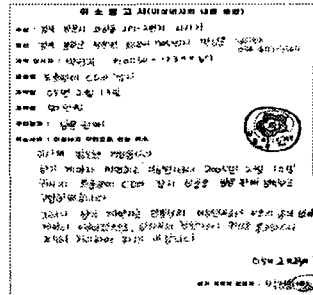


10차시 ▶



◀ 11차시

12차시 ▶



<그림 IV-5> 학습 장면 및 결과를 사례

V. 교육프로그램의 적용과 평가

개발한 소비자교육 프로그램을 중학교 3학년 15명을 대상으로 창의적 재량활동 시간에 실시하고, 소비자교육효과 평가를 위한 지식 및 태도의 변화와 교육방법의 만족도를 질문지를 이용하여 평가한 후 이를 분석하였다.

지식영역의 평가는 각 영역별 2문항씩 총 8문항으로 구성하였으며 교육 전·후 평가 결과 아래 <표 V-1>과 같이 모든 영역에서 교육을 받기 전보다 받은 후 학생들의 지식 수준이 높게 상승하였다.

<표 V-1> 소비자교육 지식영역 평가

문항	정답률(%)		문항	정답률(%)	
	교육전	교육후		교육전	교육후
1	42.7	85.7	5	0.0	85.7
2	50.0	92.9	6	42.9	85.7
3	57.1	85.7	7	7.1	100.0
4	21.4	92.9	8	35.7	78.6

그렇지만 이 결과는 교육 프로그램의 효과라고 단정을 짓기에는 몇 가지 제한점이 있다. 즉 비교대상이 되는 통제 집단이 없는 상태에서 프로그램의 평가 대상 학생수가 14명에 불과하며 따라서 통계적인 검증이 뒷받침되지 못했다는 점 등이다. 그러므로 평가 결과가 단순히 학습을 통한 효과에 상당히 기인한 것으로도 볼 수 있으나 관련 교과 시간에 충분한 학습을 할 수 없는 현실에서 별도의 프로그램을 개발하여 재량활동시간을 활용하여 적용함으로써 그 효과는 더 크다고 판단된다. 그럼에도 불구하고 지식에 대한 프로그램의 평가는 추후에 보다 많은 교육대상자를 상대로 체계적인 적용을 하여 그 결과를 얻는 것이 더 타당할 것이다.

소비자교육 전·후의 평가내용별 태도 변화에 대한 문항 분석을 실시한 결과는 <표 V-2>과 같다. 표에 나타나 있듯이 교육 전보다 교육을 실시한 후 그 태도에서 매우 긍정적인 방향으로 변화가 나타났다.

<표 V-2> 소비자교육 태도영역 평가

문항	평균점수	
	교육전	교육후
1. 용돈을 사용한 후 기록한다.	1.50	3.43
2. 과소비와 충동구매를 하지 않도록 유의하겠다.	3.07	4.36
3. 제품 구입 시 표시정보(영양표시, 품질표시)를 살펴본다.	2.57	4.29
4. 전자상거래 이용 시 이용약관 및 계약 조건을 읽어본다.	2.14	3.71
5. 내용 증명 작성을 할 수 있다.	1.79	4.29
6. 소비자 피해를 당했을 경우 적극적으로 대처한다.	2.64	4.43
7. 생활에서 에너지 절약에 입한다.	3.14	4.21
8. 생활에서 분리수거를 철저히 한다.	2.27	4.07

<그림 V-1> 소비자교육 후 학생 소감문

소비자교육은 가장 중요한 교육임에도 불구하고 잘 받지 못했다. 그러나 이번 교육을 통해 평소에 궁금했던 소비자 상식을 많이 배우게 되어 좋았다. 그저 필요할 때마다 부모님에게 돈을 타 쓰는 바람에 내가 진정으로 사고 싶을 땐 돈이 없어 사지 못했다. 하지만 용돈관리에 관하여 배운 뒤 용돈기입장을 쓰고 돈을 효율적으로 관리할 수 있게 되었다. 또한 증권과 관련해서 학습한 부분이 기억에 많이 남는다. TV를 볼 때 증권에 관련해 뉴스가 나오면 모르는 것이 대부분이었는데 새롭게 알게 되어 매우 흥미로웠다.
- 00중학교 금창열

이제 막 독립적인 소비생활을 경험하기 시작한 나에게 올바른 소비생활에 대해 공부한 것은 매우 중요한 일이었다. 소비자교육을 받으면서 그동안 느끼지 못한 여러 소비요소들을 생각하게 되었고 계획하는 습관도 생겼다. 그리고 올바른 소비생활이 가정경제 뿐만 아니라 국가경제에 까지 영향을 미친다는 사실은 소비자교육의 필요성을 더욱 절실하게 한다. 이러한 교육이 더욱 확대되어 나 같은 청소년들이 합리적인 소비생활의 중요성을 깨닫고 실천할 수 있었으면 좋겠다.
- 00중학교 강하람

전에는 돈이 없으면 친구들에게 빌려서라도 구매 라는 등 충동구매를 많이 했는데 이 교육을 받은 후에는 절제 능력이 많이 생겼다. 어디에서 구입할 것인지 꼼꼼히 살펴보고 저축도 그 전보다 많이 하게 되었다.
- 00중학교 박연희

처음 선생님께서 소비자교육을 한다고 해서 어렵게만 생각했었다. 그런데 OX퀴즈나 역할극, 케이라 게임, 신문지 빙고 게임 등 친구들과 함께 한 시간이 즐겁고 유익했다.
- 00중학교 강혜진

각 차시별로 소비자교육방법의 만족도를 조사한 결과 평균 3.87로 대체로 만족하는 것으로 나타났으며 특히 게임, 퀴즈, 스티커 붙이기, 조별 토의 등으로 이루어진 수업방법에 만족도가 높았다. 앞으로 소비자교육 프로그램을 개발할 때 그 교육방법으로 고려해 볼 필요가 있을 것이다.

VI. 결론 및 제언

본 연구는 중학교 3학년을 대상으로 「나는야. 청소년 프로슈머」라는 주제로 프로그램을 개발하고 창의적 재량활동 시간을 활용하여 적용하였다. 교육대상자에 대한 사전 요구도 분석을 기초로 하여 교육내용을 선정하고 총 17시간동안 교육을 실시하였다. 각 차시별로 선정된 주제에 따라 교수-학습 과정안을 작성하고 그에 따른 학습지와 다양한 학습 자료를 개발하였으며 연구자가 직접 교육을 실시하였다. 교육프로그램 시행 전·후의 소비자지식과 소비자태도를 설문지를 통해 검사하였으며 그 효과를 확인할 수 있었다. 시골 학교에서 연구자가 직접 교육을 실시함으로써 교육대상자가 너무 적어 교육효과에 대한 통계적 검증은 불가능하였

지만 교사와 학생이 함께 교수-학습활동을 통해 이론 성과라는 점에서 그 의미를 찾고자 한다. 본 연구의 결과를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 용돈 관리 방법과 투자법 그리고 신용관리법을 학습한 결과 지식이 매우 향상되었다. 그에 따른 실천 방법으로 태도 변화를 파악한 결과에서도 과소비와 충동구매를 하지 않도록 유의하겠다는 응답이 높게 나타났다(M=4.36). 이를 통해 청소년들이 예산을 세워 규모 있게 생활하고, 바람직한 신용관리를 할 수 있도록 하였다.

둘째, 소비자 정보 및 다양한 구매방법을 학습한 결과 전자상거래 이용 방법에 대한 지식이 매우 향상되었다. 또한 교육 전보다 제품 구입 시 표시정보를 살펴보고 구입한 다거나 전자상거래 이용 시 이용약관 및 계약 조건을 읽어 본다는 응답도 높아졌다. 이를 통해 소비자 정보의 필요성을 알고 스스로의 소비생활을 계획하고 실천하는 데 효율적으로 정보를 활용할 수 있게 되었다. 또한 다양한 구매방법과 지불방법을 익혀 합리적인 소비를 위한 선택과 의사결정능력을 함양하도록 하였다.

셋째, 소비자 문제 해결 및 예방 영역을 학습한 결과 내

용증명 작성을 할 수 있다(교육 전M=1.79 교육 후 M=4.29)거나 소비자로서 피해를 당했을 경우 적극적으로 대처하겠다(교육 전M=2.64 교육 후 M=4.43)는 등의 긍정적인 태도 변화가 많았다. 이를 통해 청소년소비자로서 피해 예방과 발생시 적극적인 대처 방법을 모색함으로써 소비자권자로서의 능력을 함양할 수 있게 하였다.

넷째, 쓰레기 분리수거 및 에너지 절약 관련부분을 학습한 후, 분리배출에 대한 인식이 높아졌으며 특히 분리배출 가능 여부에 대해서는 모든 학생들이 인지하고 있는 것으로 나타났다. 이를 통해 에너지 자원을 절약하는 생활태도를 기르고, 쓰레기 양을 줄임과 동시에 재활용도를 높임으로써 환경 친화적 소비자로서의 능력을 신장시킬 수 있었다.

다섯째, 교육방법의 만족도를 조사한 결과 게임, 퀴즈, 스티커 붙이기 등으로 이루어진 수업방법에 만족도가 높았다. 또한 전체적인 소비자교육방법에 대한 학생들의 만족도 역시 평균 3.87로 대체적으로 만족하는 것으로 나타났다.

본 연구의 의의는 중학교소비자교육 프로그램 개발을 통해

첫째, 교수-학습 과정 안, 학습지 및 다양한 학습 자료를 개발하여 학교현장에서 효율적인 소비자교육이 시행될 수 있도록 하였다.

둘째, 강의, 경험담 발표, 역할극, 모둠별 조사활동, 인터넷활용, 실물활용, 토의활동, 퀴즈 등 다양한 교육방법으로 학생들의 학습 동기유발과 학습활동의 흥미도를 높임으로써 소비자교육이 보다 활발하게 이루어지도록 하였다.

셋째, 미래의 소비자 주역으로서 청소년들이 바람직한 소비관을 정립하여 성인기까지 이어지도록 함으로써 궁극적으로는 소비자 사회화에 기여할 수 있도록 하였다.

또한 본 프로그램을 활용하여 시범적으로 교수-학습을 실시한 결과 소비자교육의 지식 및 태도에서 상당한 변화를 가져왔으나 지식 측면에서는 평가 방법상의 불완전함으로 인해 프로그램의 효과로만 단정짓기에는 제한이 있다. 그렇지만 태도에 대한 평가는 비록 통계적인 검증이 뒷받침되지 못했다 하여도 긍정적인 변화를 가져왔다는 점에서 효과를 인정할 수 있을 것이다.

그렇지만 본 프로그램을 적용해 본 교육대상자 수가 너무 적어서 교육효과에 대한 통계적 분석은 누락되었다. 향후 다수의 학교에서 프로그램을 시행해 보고 그 적용 결과

를 통계적으로 검증해보는 후속 연구가 필요하다.

참고문헌

교육인적자원부(2001). **중학교교육과정 편성·운영자료(IV);재량활동 교육과정 편성·운영의 실제**. p32-54.

권정원·이기춘(2002). 일본 학교소비자교육의 사적동향과 그 구체적인 활용사례. **대한가정학회지**, 40(12), p13-29.

김기욱·허경옥·정순희·김혜선(2001). **소비자와 시장경제**. 시그마프레스

김명자·김정순(2003). 중학생을 위한 창의적 재량활동 프로그램 요구도. **한국가정교육학회지**, 15(3), 1-12.

김민정(2001). **청소년의 상징적 소비성향과 충동구매 행동에 관한 연구**. 부산대학교 대학원 석사학위논문.

김성숙(2004). **소비자경제교육 교사연수 ; 정보사회와 소비자교육**. 한국소비자보호원.

김시월(2003). **생활속에서 배우는 소비자교육**. 건국대학교출판부.

김하승(2002). **중학교소비자교육의 문제점과 개선방안 연구**. 동의대학교 교육대학원 석사학위논문.

박경숙(2002). **환경교육 멀티미디어 학습자료 개발 및 활용 방안**. 안동대학교 교육대학원 석사학위논문.

박명숙(1995). **중등학교소비자교육 내용분석 및 교수방법 개발에 관한 연구**. 동국논집 p281-302.

박명희·이승신·박수혁·이창범·박미혜(2000). **21세기 소비환경 변화에 따른 학교소비자교육의 방향**. 공정거래위원회 연구용역보고서.

배윤정(1999). **정보사회의 소비자교육내용 체계화에 관한 연구**. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.

송희석(2004). **중학생의 소비행동 및 소비자교육 실태 분석**. 강원대학교 교육대학원 석사학위논문.

유재향(1998). **청소년소비자의 용돈 사용행동에 관한 연구-용돈관리 행동과 항목별 용돈 지출액을 중심으로**. 건국대학교 대학원 석사학위논문.

이기춘(1999). **소비자교육의 이론과 실제**. 교문사.

이승신·류미현·황은애(2004). **소비자교육과 정보**. 도서출판 신정.

이은희(2001). **21세기 소비자교육 활성화를 위한 소비자교육의 필요성과 방향 고찰**. **소비문화연구**, 4(3) p85-105.

이재기(2004). **청소년소비자의 소비행태 및 경제교육 방안에 관한**

연구. 동의대학교 대학원 박사학위논문.
 임계옥(2000). **중학생의 소비자교육에 관한 연구**. 영남대학교 교육 대학원 석사학위논문.
 재정경제부·한국소비자보호원(2003). 전자상거래와 소비자보호
 전은경(1998). **청소년소비자교육 프로그램 개발을 위한 교육요구 분석**. 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
 정민정(2005). **실과 교과에서의 소비자교육 내용 및 운영에 관한 연구**. 공주교육대학교 교육대학원 석사학위논문.
 정영선(2002). **소비자교육과 합리적 소비태도의 관계에 관한 연구 -특히 청소년 중학생을 중심으로-**. 서원대학교 교육대학원 석사학위논문.
 채정숙·유두린·김정희(2004). **정보사회의 소비자와 시장**. 도서출판 신정.
 최정희(2002). **중학생의 소비자교육이 소비자 의식과 행동에 미치는 영향에 관한 연구**. 강원대학교 교육대학원 석사학위논문.

한국소비자보호원(2003). **소비자시대 5월호** p11-21.
 한국소비자보호원(2004). **소비자교육내용모형개발**.
 한국소비자보호원(2004). **초중고 교과과정 및 내용상의 소비자교육 확대방안**.
 한수근(1998). **초·중등학교 재량활동교육과정 편성·운영모형연구**. 한국교원대학교
 함현정(2003). **중학생의 과소비성향과 소비자교육 프로그램 개발에 관한 연구**. 대구가톨릭대학교 교육대학원 석사학위논문.
 홍미형(2004). **중학교소비자교육의 문제점과 개선방안 연구-「기술·가정」교과를 중심으로**. 고신대학교 교육대학원 석사학위논문.
 Knapp, J.(1990). *The benefits of consumer education. Advancing the consumer interest, 2(2), 26-29.*

<국문요약>

본 연구는 청소년인 중학생을 대상으로 창의적 재량활동 시간을 활용하여 체계적인 소비자교육을 실시할 수 있도록 중학생 수준에 맞는 프로그램을 개발하고 적용하였다. 연구 절차로는 먼저 학습자의 요구도를 조사·분석한 후, 청소년소비자의 특성, 용돈관리와 투자법, 신용관리법, 소비자정보, 다양한 구매방법, 청약철회, 소비자 피해 해결방법과 절차, 환경보호 및 에너지 절약의 학습내용으로 선정하였다. 그 내용을 중심으로 하여 17차시의 교수-학습 과정 안을 개발하고 이에 따른 학습지와 다양한 시청각 자료를 제작하였다. 이렇게 개발된 교육프로그램을 중학교 3학년생 15명을 대상으로 창의적 재량활동시간에 교육을 실시하였다. 그리고 교육프로그램의 효과를 평가하기 위하여 교육실시 전과 후의 지식 및 태도의 차이를 비교하였으며, 교육실시 후 본 프로그램의 교육방법에 대한 학생들의 만족도를 조사·분석하였다.

이와 같은 교육 프로그램을 개발·적용·평가하는 과정을 통해 다음과 같은 결론을 도출할 수 있었다.

첫째, 교수학습지도안, 학습지 및 다양한 학습 자료를 개발하고 창의적 재량활동시간에 적용함으로써 소비자교육을 효율적으로 시행할 수 있도록 하였다.

둘째, 강의, 경험담 발표, 역할극, 모둠별 조사활동, 인터넷활용, 실물활용, 토의활동, 퀴즈 등 다양한 교육방법을 통해 학생들의 학습 동기유발과 학습활동의 흥미도를 높이고 소비자교육이 활발하게 이루어지도록 하였다.

셋째, 본 프로그램을 활용하여 시범적으로 교수-학습을 실시하고 소비자교육 지식 및 태도 영역의 사전·사후 평가에서 지식 및 태도에 큰 변화가 있었다.

■논문접수일자: 2006년 6월 7일, 논문심사일자: 2006년 6월 20일, 게재확정일자: 2006년 12월 11일