

중학생의 소비자역할에 대한 질적 연구  
- 획득자, 배분자, 구매자, 사용자, 처분자의 역할 측면에서 -

권경자\* · 장상옥\*\*

사파중학교\* · 경상대학교 가정교육과 · 경상대학교 교육연구원 책임연구원\*\*

---

An Ethnography Study on the Consumer Role of Middle School Students  
- From the View Point of the Role of Gainer, Allocator, Buyer, User and Disposer -

Kweon, Gyeong-Ja\* · Jang, Sang-Ock\*\*

*Sapa Middle School\**

*Dept. of Home Economics Education, Gyeongsang National University\*\**

Abstract

The purpose of this study is to identify the consumer roles—gainer, allocator, buyer, user and disposer— of middle school students. The methodology that has been applied to this study was an ethnography study based on in-depth interviews with ten middle schoolers selected in Changwon, Gyeongnam. The result of this study is as follows; First, as gainers, teenagers usually gained their money from their parents. Because this tends to be not periodical, allowance education should be performed to both parents and teenagers. Second, as allocators, teenagers allocated most of their money in entertaining, shopping, traveling, leaving small amount of money for saving. Thorough education supported by school and home should be held for efficient and balanced allocation of acquired allowance. Third, teenagers as buyer should be encouraged to examine carefully in their buying goods and services thus increasing their ability in solving problems related to consume. Fourth, due to the fact that teenagers' role as user is very feeble, educations related to usually consumed products and consuming environments should be strengthened. Fifth, N generation's internet-based character is reflected in disposer rules so education for better disposal in internet world should be needed. Conclusively, education for teenagers' role as consumer will be efficient is linked with school, home, and society thus providing better standard for consumers.

**Key Words:** 소비자역할(consumer role), 질적 연구(ethnography study), 중학생(middle school students).

## I. 서론

### 1. 연구의 필요성 및 목적

가정의 소득수준 향상과 자녀의 지위 상승으로 청소년기는 이전 시기보다 자유재량으로 쓸 수 있는 돈이 증가하고 있으며 이들은 매년 상당한 액수의 돈을 소비하고 있다. 청소년기에는 자신의 구매 의사결정이 증가함에 따라 소비자역할이 확대되는 시기인 반면 소비생활에 대한 지식이나 경험이 부족하여 동료집단의 영향을 많이 받고 유행에 민감하며, 광고에 현혹되기도 쉬워 소비자로서의 역할을 제대로 수행하지 못하는 시기이기도 하다(이승희, 2002). 청소년기의 소비자역할은 성인기 소비자역할의 토대가 되므로 가치관 혼란을 겪고 있는 청소년들에게 올바른 소비자역할을 교육시키는 것은 매우 중요한 문제가 된다.

소비자역할이란 소비자에게 기대되어지는 역할로서 자원의 획득에서 구매·사용·처분의 과정에 이르기까지 소비자의 제 활동을 포함하며 소비자권리의 실현과 책임의 수행이 중심이 된다. 과거에는 소비를 최종소비로서 좁은 의미로 정의하였기 때문에 소비자역할을 구매행동에 국한시켜 소비자역할의 다른 중요한 측면을 간과하였다. 그러나 현대에 와서는 소비자역할을 재화와 서비스의 구매 및 사용 이전의 단계인 소득의 획득이라는 개념을 포함시켜 보다 포괄적으로 정의하여, 자원의 획득자, 배분자, 구매자, 사용자 및 처분자로서의 역할을 종합한 개념(이기춘, 1998: 9)으로 보고 있다.

이러한 소비자역할의 개념 확장은 소비자와 그를 둘러싼 환경과의 관계를 파악하는데 있어 더욱 유용할 것으로 생각된다. 특히, 최근의 급속히 변화하는 소비환경 속에 놓여 있는 청소년들이 어떤 소비자역할을 하느냐에 따라 그와 상호작용하는 환경의 질은 상당히 변화될 수 있으므로 청소년의 소비자역할은 매우 중요하다고 볼 수 있다. 이와 같은 중요성에 비추어 볼 때 오늘날의 청소년들이 어떻게 획득자, 배분자, 구매자, 사용자, 처분자 역할을 수

행하는지의 소비자역할을 밝히는 연구는 상당히 의의가 크다고 본다.

그 동안 청소년의 소비자역할에 대한 연구(이영희, 2000; 함현정, 2003; 윤석순, 2003; 김영옥, 2005)가 과소비나 충동소비 등 구매자 역할에 상당한 관심을 가졌다면 이 연구는 오늘날 청소년 소비자가 가지는 다양한 역할의 양상을 분석함으로써 이들이 수행하고 있는 소비자역할이 어떠한지에 대한 그들의 경험과 해석을 통하여 청소년소비자 교육을 위한 이해를 돕고자 한다. 지금까지의 청소년 소비자역할에 대한 연구들은 역할을 종합하여 다루기보다는 일부 역할만을 대상으로 대부분이 양적 연구 방법을 취하고 있어 소비자역할에 대한 종합적이고도 심층적인 측면에 대한 파악이 부족하여 이를 보완할 수 있는 질적 연구가 요구되었다. 이러한 요구에 부응하기 위해 본 연구는 오늘날 청소년 소비자의 역할을 획득자, 배분자, 구매자, 사용자, 처분자로 구분하고 살펴보고자 한 문화기술적 사례 연구로서 선행된 양적 연구의 결과를 보완하고자 하였다.

인터넷이 보편화된 시대의 청소년이 획득자, 배분자, 구매자, 사용자 및 처분자 역할을 어떻게 수행하고 있는지를 심층면담을 통하여 구체적으로 분석하면, 이들의 소비자역할과 소비문화를 이해하고 결과적으로 앞으로의 청소년 소비자교육 프로그램 구성 시 시사점을 주리라 기대된다.

### 2. 연구내용

청소년이 소비자역할을 어떻게 수행하고 있는지를 파악하기 위한 구체적인 연구내용을 다음과 같이 설정하였다.

- 첫째, 청소년 소비자의 획득자 역할은 어떠한가?
- 둘째, 청소년 소비자의 배분자 역할은 어떠한가?
- 셋째, 청소년 소비자의 구매자 역할은 어떠한가?
- 넷째, 청소년 소비자의 사용자 역할은 어떠한가?
- 다섯째, 청소년 소비자의 처분자 역할은 어떠한가?

## II. 이론적 배경

### 1. 소비자역할의 유형

소비자역할의 유형은 소비를 보는 관점에 따라 달라진다.

이기춘(1988)은 소비자역할을 소비자로서 개인 및 가계의 소비에만 관련된 제한된 역할이 아니고 자원의 획득, 배분, 구매, 사용 및 처분하는 과정까지 포함한 광범위한 역할을 뜻하며 획득자, 배분자, 구매자, 사용자 및 처분자로서 사회와 상호작용하는 역할을 종합한 개념으로 보고 다섯 가지로 구분하였다(이기춘, 1999a에서 재인용).

한편, 김영신 외 4인(2005)은 소비자역할을 세 가지로 유형화하여 재화와 용역의 구매자, 재화와 용역의 사용자, 생활자로 정의하는데 생활자로서의 소비자는 단순히 재화와 용역의 사용 자체에만 관심을 갖는 것이 아니라 사용의 결과, 그 결과가 미치는 사회적인 피해라든가 비경제적인 가치 그리고 인간적인 가치에도 관심을 갖는 역할로 정의하였다.

리스톤(M. Liston)은 소비자역할의 차원을 여덟 가지로 구분하여 소득의 획득, 자원의 배분, 소비지출, 저축과 사용, 정부와의 상호작용, 사회와의 상호작용, 가족서비스, 소비자책임을 위한 자녀의 사회화 또는 교육 등으로(이기춘·김의숙, 2002) 더욱 세분화시켰다.

소비자역할은 과거에는 소비를 최종소비로만 정의하였기 때문에 구매행동으로 국한 시켜 소비자역할의 다른 중요한 측면을 간과하였으나 최근에 소비자연구영역이 확대되면서 소비자역할을 포괄적인 시각에서 보는 견해가 우세해지고 있어(이기춘·김의숙, 2002), 이 연구에서는 중학생의 소비자역할을 이기춘(1999b)이 정의한 획득자, 배분자, 구매자, 사용자, 처분자로 구분하며 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

획득자의 역할은 어떤 소득의 원천으로부터 어떠한 방법으로 소득을 획득하는가의 문제를 내포하는 것으로 소득의 획득은 선택문제와 관련이 있으며, 소비자의 기본 권리나 책임의식이 작용하게 된다.

배분자의 역할에는 어떠한 목표를 가지고 어떻게 자원

을 배분할 것인가의 문제, 즉 소득 중에서 어느 정도를 저축하고 지출할 것인가, 그리고 지출비목별 배분을 어떻게 할 것이며, 개인의 욕구충족을 위해 어떤 우선순위를 유지해야하는가 등이 포함된다.

구매자의 역할은 어떤 구매방식으로 어떤 재화와 서비스를 구매할 것이며 어떻게 필요한 정보를 수집해서 구매의사결정을 내릴 것인가 등이 포함된다. 과학기술의 발달과 정보통신의 혁명으로 전자상거래를 통한 새로운 구매방식이 출현되고 있기 때문에 이에 적용할 수 있는 새로운 역할이 중요해진다.

사용자의 역할은 자원과 상품의 유효성과 아울러 상품의 상징성을 잘 인식하는 문제가 중요하다. 즉, 자원의 특성인 유효성, 접근가능성, 대체 가능성을 인식하고 효율적인 사용을 해야 하며, 현대 소비사회에서 상품의 유용성 뿐만 아니라 상품이나 서비스의 가치와 의미를 잘 활용할 수 있어야 한다.

처분자 역할에서는 상품이나 자원의 효용가치를 최대화시켜 사용함으로써 환경오염이나 지구생태계의 파괴를 최소화시키는 문제가 중요한 이슈로 대두된다. 환경을 의식하는 소비자행동을 함으로써 처분자 역할을 잘 수행하게 되며 이 처분자 역할은 현대사회에서 지속가능한 소비를 지향하는데 기여하게 된다.

### 2. 청소년소비자의 특성

청소년기는 아동기가 끝나는 약 12~23, 24세로 사춘기를 기점으로 하여 그 이후의 약 10년간을 포함하는 시기이지만 통상적으로 13~18세의 중·고등학생을 이른다(김혜선 외 5인, 2002). 청소년들은 능동적인 사회주체로서 활동하지 못하고 단순히 교육받고 보호 받는 피동적 존재로 긴 기간을 보내야 하는데, 이런 현상은 청소년들에게 사회적 소외감과 함께 스스로의 역할이나 정체성을 찾는 데 어려움을 야기시킨다.

이러한 청소년의 특징으로 인해 청소년 소비자는 다른 시기의 소비자와 구별되는 특성을 갖는다. 청소년 소비자의 특성은 부모로부터 독립된 소비자 행동이 증가하고,

또래집단의 영향력이 커지며, 성인소비자 행동으로의 이행 과정에 있으며, 가치관 혼란에서 오는 소비행동을 겪고 있다(이기춘, 1999).

청소년 소비자의 소비행동 특징은 동조소비, 충동소비, 과시소비로 나타난다. 동조소비는 또래집단의 응집력이 행동에 많은 영향을 행사하게 되는 청소년기에 강하게 나타나며 무분별한 소비행동의 모방으로 이어지기 쉽다. 또 많은 청소년들은 소비행동 전 과정에서 대개 직관적이고 충동적인 판단에 의존하여 소비하는 충동소비가 나타나며, 재화와 이미지와 상징성 때문에 자신의 차별성과 정체성 획득의 수단으로 소비를 이용하여 과시소비를 하게 된다 (김혜선 외 5인, 2002).

이상과 같이 성인소비자로서의 이행과정에 있는 청소년 소비자는 소비가치관이 확립되어 있지 않아 동조소비, 충동소비, 과시소비의 특징을 보이며 보편적으로 소비행동 문제를 겪고 있다고 볼 수 있겠다.

### 3. 청소년소비자의 역할에 대한 선행연구

청소년소비자의 역할에 대한 선행연구는 획득자, 배분자, 구매자, 사용자, 처분자 역할로 구분하여 살펴보았다. 이들 연구는 대부분이 양적연구로 소비자역할을 종합적으로 살펴본 질적 연구는 거의 없었다.

청소년의 획득자 역할에 대한 선행 연구(권미화·이기춘, 2000; 성화선·김정숙, 2000; 유재경, 2000; 장금옥, 2003; 김영옥, 2005; 홍은실, 2006)는 용돈과 관련하여 액수 및 결정과정, 만족도, 지급자, 지급의 정기성, 지출방식, 용돈 부족 시 행동, 임시용돈, 부모의 용돈 점검 등에 초점을 두고 있다. 중학생은 획득하는 용돈에 대해 보통 정도로 만족하며, 용돈액수의 결정은 부모결정이나 학생과 의논한 결정, 학생자신 결정이 많았다. 용돈 지급자는 대부분이 부모이며 수시로 지급되는 편이었다. 용돈의 부족 시는 용돈을 요청하거나 부족한 대로 지내고 임시로 생긴 용돈은 현금보관이나 저축하는 편이며, 부모들의 자녀의 용돈 사용에 대한 점검은 미흡한 편이었다.

청소년의 배분자 역할에 대한 선행연구(성화선·김정숙,

2000; 장금옥, 2003; 김영옥, 2005; 우지웅, 2005)는 획득한 용돈의 사용에 중점을 두었다. 중학생들은 용돈을 간식비, 책구입, 오락비, 선물비, 외식비, 학용품, 교통비, 의복비 순으로 사용하며, 남학생들은 여학생에 비하여 간식비와 오락비에서, 여학생들은 상대적으로 외식비와 선물구입비에서, 지출이 많았다(성화선·김정숙, 2000). 한편 김영옥(2005)은 외식비, 의복비, 서적 및 음반, 액세서리, 그 외 신발, 가방, 인터넷 등에 사용된다고 하여 다소 차이가 보였다.

청소년의 구매자 역할은 구매물품, 구매 시 고려 요소, 문제에 대처, 의사결정, 구매시장, 결제수단을 중심으로 연구(권미화·이기춘, 2000; 박명숙·강은희, 2000; 김혜자, 2002; 김중희·조현주, 2003; 김영옥, 2005; 장혜경, 2005; 유난숙 외 3인, 2005) 되었다. 중학생은 구매 시 디자인을 가장 우선시하고, 가격, 품질, 유행 등을 고려하며(김영옥, 2005; 장혜경, 2005), 브랜드나 외양만을 고려한 제품 선택 정도는 그다지 높지 않았다(권미화·이기춘, 2000). 구입한 물건이 불량품이거나 결함이 있는 경우 수리나 교환을 적극적으로 요구한다는 행동은 가장 높았으나 구입 전 구매계획에 따라 구입하려는 물건에 대한 정보 수집행동은 낮았다(김혜자, 2002; 권미화·이기춘, 2000). 특히, 의류구매 시 의사결정자는 친구, 부모님, 혼자 순으로 또래의 영향력이 크다. 근래 청소년의 인터넷 사용이 보편화되면서 중·고등학생의 인터넷 구매가 보편화되고 있으며 구매 시 고려 사항은 가격과 품질이 많았으며 이어 브랜드, 배송기간, 소품물의 인지도, A/S 순으로 오프라인 상점과는 다소 차이가 있다. 결제수단은 주로 무통장 입금이며 신용카드 사용 시 비용부담은 부모님과 본인이 하고 있다(유난숙 외 3인, 2005). 구입한 물건이 불량품이거나 결함이 있는 경우 수리나 교환을 요구하는 정도는 높아 적극적 대응행동을 하고 있다(권미화·이기춘, 2000).

청소년의 사용자의 역할에 대한 선행연구(양영심, 1998; 권미화, 이기춘, 2000; 김혜자, 2002)를 보면, 중학생의 소비자행동 중 사용행동은 낮은 것으로 나타났다(양영심, 1998; 김혜자, 2002). 사용 중 문제가 생겨 사용할 수 없게 되면 고쳐서 사용할 수 있는 경우는 고쳐서 사용하나, 사용할 수 없을 때까지 끝까지 사용한다는 의식은 약하여 소비자로서 사용자 역할이 미약함을 알 수 있다.

청소년의 처분자 역할에 대한 선행연구는 박순덕과 박명숙(1999), 권미와 이기춘(2000), 김혜자(2002)의 연구가 있다. 박순덕과 박명숙(1999)은 처분기능에서 가장 중요한 변수는 소비생활 관련 내용에 대한 흥미, 학교형태, 소비에 관한 부모와의 의사소통 등이라고 하였다. 즉, 중1이 중3보다, 남자중학교가 여자중학교보다, 용돈크기가 작을 수록, 용돈기록장을 기록할수록, 부모가 용돈사용을 확인하는 경우가 처분기능이 더 높았다고 한다. 한편, 권미화와 이기춘(2000)은 처분역할을 네 가지로 구분하여 살펴본 결과, 추후 사용을 위한 보관 형태의 처분활동은 가장 잘 하는 반면 교환이나 기증 형태의 처분활동은 가장 덜 하였다고 한다. 또한 유행이나 디자인 등의 이유로 싫증이 난다고 해서 막 바로 제품을 처분하는 정도도 낮았다고 한다. 김혜자(2002)는 중학생의 처분행동 수준은 낮는데 사용하지 않는 경우 바꾸는 행동은 여학생이 남학생보다 더 높아 성별에 따른 차이가 보였다고 한다.

이상의 선행연구를 통해 청소년의 소비자역할을 볼 때 청소년은 주로 부모로부터 용돈을 획득하여 자신들의 간식비, 학용품비, 교통비 등에 배분하고 물품의 구매는 인터넷을 통한 전자상거래가 보편화되고 있으며 물품의 디자인, 가격, 품질, 유행 등을 고려하여 구매하고 있다. 사용자 역할에서 효용이 끝날 때까지 사용한다는 의식은 낮았고, 처분자로서는 보관형태의 처분활동은 잘 하나 교환이나 기증 형태는 낮음을 알 수 있다. 이 연구에서는 이상의 양적연구에서 잘 드러나지 않았던 중학생 소비자역할의 심층적인 측면을 종합적으로 살펴보고자 하였다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구방법 및 절차

본 연구는 설문조사에서 드러나지 않는 중학생의 소비자역할의 경험을 해석하려는 입장에서 질적 연구방법을 적용하였다. 질적 연구방법에서 채택하는 심층면담은 계량

적 방법의 설문조사식이 아니라 연속되는 개방형 질문을 사용하므로(박종흠 역, 2003) 양적 연구에서처럼 변수가 한정되지 않고, 눈에 띄는 모든 변수를 포착하려고 하므로 조사대상의 일부 특성을 인위적으로 분리하여 수량화 시키는 데서 오는 오류를 보완해줄 수 있는 장점이 있다.

심층면담은 양적연구에서 자주 사용하는 구조적 면담과는 구별된다. 구조적 면담은 질문의 내용과 방식을 사전에 엄격하게 한정함으로써 면담자와 피면담자의 재량권을 최소화한 닫힌 형태의 면담으로 설문지조사의 효과를 높이기 위해 면담조사의 형식을 빌리는 이상의 의미가 없다. 그와 달리 문화기술적 심층면담의 질문내용과 방식은 사전에 계획하지 않고 면담자-피면담자의 관계와 면담의 상황적 유연성을 최대한 고려하는 열린 형태의 비구조적 면담이다. 이 면담에서 면담자는 피면담자가 자신의 이야기를 자신의 방식으로 소개하도록 유도한다. 구조적 면담이 연구자의 의도를 중심으로 일방적으로 진행되는 것이라고 한다면 비구조적 면담은 연구자와 연구대상이 상호 협력하여 면담을 만들어 나가는 것이라고 할 수 있다(조용환, 2005).

이 연구에서의 질문은 연구문제와 직접 관련된 구체적인 질문은 제보자의 응답을 제한할 가능성이 있어서 배제하고, 최대한 풍부한 자료를 얻기 위해 중학생이 획득자 역할을 어떻게 수행하고 있는지, 획득한 돈을 사용하기 위한 배분이 어떻게 이루어지며, 물건의 구매과정은 어떠한지, 구매한 물건을 어떻게 사용하는지, 사용하고 난 후의 처리는 어떻게 하는지를 개략적으로 물음으로써 시작되었다. 중학생들이 받는 용돈에 대한 질문을 시작으로 이야기가 전개되어 이후에는 그들이 주로 구매하는 물건과 사용 및 처분행동까지 자연스럽게 전개되었다.

이 연구를 위한 중학생들에 대한 심층면담은 2006년 11월 17일부터 12월 19일까지의 약 한달 간 이루어졌다. 연구에 참여한 중학생들은 총 10명으로 3학년 학생이다. 열명의 중학생들의 사례는 중학생의 소비자역할에 대한 대표적인 경향이라기보다는 그들의 경험적 가능성에 대한 예의 제시에 이용되었다.

심층면담 대상은 연구자가 임의로 표본을 추출하여 개별적인 소수 사례에 접근하였는데 자발적으로 면접의사를 표명하고 녹취를 허용한 경남지역 C시의 중학교 3학년

남, 여학생 10명을 소개받았다. 중학교 3학년 학생을 대상으로 한 이유는 중학교 2학년 과정에서 소비자단원을 학습한 이후의 소비자 관련 지식 습득으로 소비자역할에 대한 이해도가 높을 것으로 보았고, 성인소비자로 가는 중요한 지점에 있다고 판단되었기 때문이다. 심층면담은 대상 학생과 그 담임교사에게 면접동의를 얻은 후 1시간~1시간 30분 정도 면접을 하였다. 면접내용은 녹음기로 녹취하였으며 추가적인 자료가 필요한 경우와 녹취 과정에서 재확인할 일이 있는 경우 추가질문을 하였다.

자료의 분석은 면접내용을 전사한 녹취록과 면접과정에서 기록한 제보자의 정보를 분석하였다.

## 2. 면접대상

연구에 참여한 중학생들에 대한 일반적인 특성은 <표1>에 제시되었다. 열 명의 중학교 3학년 남·여 학생들은 자신의 가정생활 수준을 스스로 평가해 볼 때 '중하'라고 한 G를 제외하고는 모두 '중상'이라고 인식하고 있다. 이들의 부모는 맞벌이 여섯 가정과 외벌이 네 가정으로 구성되어 있다. 제보자 부모의 직업은 아버지는 회사원 내지 개인 사업 이었고, 어머니의 직업은 B, D, G, H는 전업주부이며 나머지는 교사, 회사원, 학원강사이며 두 가정은 개인 사업을 부부가 공동운영하고 있었다. 가족관계를 보면 모두 부부와 두 명의 자녀로 구성된 4인 가정이었다. 형제

자매의 순위는 중학생이나 초등학생 동생이 있는 A, D, I를 제외하면 나머지는 모두 둘째에 해당되었다. 연구에 참여한 중학생들은 획득자로서 용돈을 받는 과정이 부모의 관여, 지급경로, 지급주기에 따라 차이를 보이고 있었다. 이들의 구매자와 처분자로서의 역할은 N세대답게 물품을 인터넷 상에서 거래하는 공통점을 보여주고 있다.

## IV. 연구결과

### 1. 중학생 소비자의 획득자 역할

청소년은 매년 상당한 액수의 돈을 접하고 소비하고 있으며 이들이 가진 돈은 대부분 부모에게서 받는 경우가 많다. 획득자역할은 어떤 소득의 원천으로부터 어떠한 방법으로 소득을 획득하는가의 문제를 내포한다. 중학생이 금전을 획득하는 방법은 주로 용돈에 의존하고 있으므로 면접자로 분석을 통하여 획득자로서 용돈의 액수, 결정과정, 획득 주기, 획득경로를 살펴보았다.

제보자들이 한 달 동안 획득하는 용돈의 액수는 적게는 5천원부터(F), 대부분은 2만~4만원, 많게는 10만원 이상으로(A, B) 그 범위가 매우 넓다. 또래와 비교하여 상당한 액수인 10만원을 받는 두 명의 이야기를 들어보면, 매달 통장으로 어머니가 이체한 돈 10만원 중 3,000원~4,000원

<표 1> 제보자의 일반적 특성

| 제보자 | 학년 | 성별 | 가정의 생활수준 | 부/모 직업    | 가족관계 (제보자 외) |
|-----|----|----|----------|-----------|--------------|
| A   | 3  | 여  | 중(보통)    | 회사원/교사    | 부모, 남동생      |
| B   | 3  | 여  | 중상       | 회사원/전업주부  | 부모, 오빠(대학생)  |
| C   | 3  | 여  | 중상       | 회사원/회사원   | 부모, 오빠(고등학생) |
| D   | 3  | 여  | 중상       | 회사원/학원강사  | 부모, 남동생      |
| E   | 3  | 여  | 중상       | 회사원/전업주부  | 부모, 오빠       |
| F   | 3  | 남  | 중하       | 가구점 공동 운영 | 부모, 누나(고2)   |
| G   | 3  | 남  | 중상       | 회사원/전업주부  | 부모, 누나(고3)   |
| H   | 3  | 남  | 중상       | 슈퍼운영/전업주부 | 부모, 누나(고등학생) |
| I   | 3  | 남  | 중상       | 개인사업/개인사업 | 부모, 남동생      |
| J   | 3  | 남  | 중상       | 회사원/아파트일  | 부모, 누나(고2)   |

정도 사용한다는 A(교사인 A의 어머니는 딸의 생활에 대한 통제가 심하여 컴퓨터는 토, 일요일에 1시간씩, TV는 어머니 눈치가 보여 걸 엄두를 못 내는데 이러한 통제가 은연 중 용돈 사용에도 영향을 미쳤을 것으로 보인다)와 교통비를 제한 실질 용돈이 7만원인 B는 표면적인 액수만 높을 뿐 실제 사용액은 높지 않았다. 또 하루에 500원씩 받는 F는 요구 일수에 따라 한 달에 적게는 5천원, 많이는 3만원을 받아 액수가 일정하지 않은 경우도 있다. 이들은 대가성 없이 용돈을 획득하는데, ‘심부름이나 설거지’의 대가로 추가로 받는 경우(J)도 있다. 용돈의 부족 시는 ‘다음 달 용돈 가불하기’와 ‘추가로 요구하기’의 전략을 사용하는데, 부모가 통제한다는 E는 추가로 받을 엄두를 내지 못하나, 대부분의 부모는 ‘달라고 할 때마다 주는’ 경향이 있다. 용돈이 부족할 시에는 그 부족분을 부모로부터 추가로 얻는 용돈 연성예산계약 성격<sup>1)</sup>이 보였는데, C의 ‘떼를 쓰면 또 받을 수 있다’는 이야기가 이러한 측면을 잘 반영하고 있다. 용돈의 액수는 학년이 증가하면서 단계적으로 상향조정되는 경향이 보편적이었다. 일주일 단위로 용돈을 지급받는 E는 초등학교 때 1,000원부터 시작하여 학년이 올라갈 때마다 1,500원, 2,000원, 2,500원. 중학교 2학년 때부터 5,000원이 되어 지금까지 그대로 유지된다고 한다. 자신들이 획득하는 용돈액수의 적정성에 대해서는 ‘친구와 비교하기’(E, G)와 ‘가정의 소득 수준 고려하기’를 통하여 평가하여 비교적 획득한 돈에 만족하는 편이다.

“다른 애들보다는 용돈이 많다고 생각해요. 우리 집 형편에 비하면 조금 많은 것 같아요.” (H, 남학생).

용돈의 액수가 어떻게 결정되는지를 보면, 부모의 ‘일방적 결정’(A, D)과 ‘타협’이 있었는데, I는 “엄마가 4만원이 어떻겠냐고 물어 보시기에 괜찮다고. 폰 요금 정지하면 폰 요금이 안 나오잖아요. 그래서 폰 요금만큼 저 주신다고 그래서 결정된 거예요. 폰 요금이 삼 만원 좀 넘게 나오니까, 폰을 안 쓰면 그 돈만큼 용돈으로 주시겠다고...” 하여 이동전화 사용 중지에 대한 보상을 용돈으로 대체하

여 선택시키는 부모의 전략도 있다.

부모로부터 용돈을 획득하는 주기는 ‘정기적’, ‘수시’, ‘정기적+수시’ 로 구분된다. 일정한 주기는 매달, 매주, 매 15일, 매일로 구분되며, 이 주기성도 ‘부모가 알아서 주기’와 ‘자녀가 요구하여 받기’로 나타난다. A를 제외하고 매달, 격주 혹은 매주 정기적으로 받는 경우(C, E, G, I)의 용돈은 2만원~4만원 범위이나, 필요할 때마다 수시로 받거나, 매일 단위로 받을 경우(B, H)는 7만원~10만원 이상으로 전자에 비하여 그 액수가 많은 편이었다. 중학생들에게 용돈 획득의 ‘정기성’이라는 개념은 상당히 유연하여 시험 후 영화를 보러가거나, 의류를 구입하거나, 학용품 등을 구입한다는 이유를 들어 추가적으로 획득하고 있다. 필요할 때마다 요구하는 경우는 한 달분의 용돈관리에 자신감이 없음을 내비쳤는데, 일주일 단위로 받았던 J는 돈이 일시에 많아지면 한 번에 다 써버릴 것 같고, 충동구매를 할 것 같은, 즉 자기조절이 잘 안될 것 같은 두려움을 갖고 있는 반면 매달 지급받는 경우는 정기적인 지급으로 자신의 생활을 계획적으로 할 수 있다는 의견을 표명하였다(I). 일정한 주기로 용돈을 획득하면 용돈관리가 계획적으로 될 수 있어 획득자나 지급자 모두에게 계획적인 행동을 하도록 유도하므로 사용 계획을 세우고 지출을 합리적으로 하는데 유용할 것이다.

“용돈을 정기적으로 받는다면 저는 그걸 한 번에 다 써버릴 것 같아요. 충동구매 이런 걸로... 이때까지 엄마한테 규칙적으로 안 받고 달라하면 되는 거여서, 그게 습관이 돼서 한 번에 그렇게 받으면 또 받을 거라 생각하고 다 써버릴 것 같아요.” (H, 남학생)

“매달 지급되는 게 좋아요. 제가 필요한 걸 목록을 적으면 제가 가진 돈이랑 써야 될 돈이랑 차이도 비교할 수 있고” (I, 남학생)

용돈을 획득하는 경로는 통장 또는 현금인데, 통장의 경우는 별로 찾아 쓰지 않거나(A), 현금으로 받는 D는 통장으로 받게 되면 “은행가는 시간이 있잖아요. 그래서 시간낭비가 올 것 같은데...” 라고 생각하여 어차피 쓸 용돈이므로

1) 헝가리 경제학자인 코르나이(J. Kornai)가 만든 개념인 연성예산계약(soft budget constraint)은 정부의 사후지원이 가능할 것이라는 기대가 크면 클수록 예산계약은 더욱 연성으로 되어 기업이 적자를 보더라도 국가로부터의 보조금을 통해 계속 생존한다고 한다. 이와 같이 청소년에게 주어지는 용돈은 부족하면 추가로 얻을 수 있다는 돈의 제약이 엄격하지 않은 전형적인 연성예산계약의 성격을 갖는다(윤영관, 1998; 장금옥, 2003에서 재인용).

통장으로 지급 받으면 오히려 돈을 인출하는 시간과 노력이 더 들어 화폐보유 시의 편익이 더 크다고 생각한다. 이는 중학생들이 은행창구나 현금지급기에서의 용돈 인출에 대해 이용할 시간적 여유가 없어서(시간비용), 은행이나 현금지급기가 너무 멀어서(교통비용) 번거롭다고 생각하는 거래비용의 번거로움(장금옥, 2003)과 같은 맥락이다.

## 2. 중학생 소비자의 배분자 역할

배분자 역할은 어떠한 목표를 가지고 어떻게 자원을 배분할 것인가의 문제이므로 용돈 중에서 어느 정도를 지출하고 저축하는지, 배분과정에서 기록이 있었는지 및 적절한 배분을 위한 부모의 금전 교육이 있었는지를 중심으로 살펴본다.

- 1) 용돈의 배분: '주로 균것질하고 PC방가고 노래방이나 영화보거나 저축...'

배분자로서 용돈을 계획적으로 배분하는 경우(I, J)와 그렇지 않은 경우 모두 용돈의 주 사용처는 어머니의 통제가 많아 별로 쓰지 않는 A를 제외하고는 대부분이 교통비, 간식비, 오락비(영화, PC방, 노래방), 친구 선물비, 쇼핑(의류, 신발, 음반), 저축, 학습용품 준비에 배분하고 있다. 성별로 보면 여학생은 영화, 간식, 저축에 쓰는 반면, 남학생은 영화, PC방, 노래방, 간식으로 나타나는데 특히 용돈을 많이 쓰는 학생은 간식비가 용돈의 상당한 부분을 차지한다고 인식한다. 중학생 용돈의 주 사용처는 식비 및 간식비가 가장 많고 이어 의류구입비와 오락비(장혜경, 2005) 임을 볼 때 '먹는 정도'에 따라 용돈의 배분이 달라질 수 있겠다.

"먹는 걸 좋아하지 않아서 용돈이 적게 들어요. 친구들은 주로 먹는 것 사먹고, PC방가고, 옷도 사고..."(G, 남학생)

"균것질하러 애들이 많이 가는데요. 저는 귀찮아서 안 간단 말이에요. 그러다 보니 돈도 모이고 부족한

진 없고요."(E, 여학생)

- 2) 저축: '통장을 만들기는 했는데요...'

획득하는 용돈에서 저축부분은 그다지 많지 않았는데 주로 남은 돈을 지갑, 저금통이나 책상에 보관하는 소극적인 방법(D, E, H, I)과 통장에 넣는 적극적인 방법 이외에, 아예 저축을 하지 않는 경우로 구분되었다. 저축을 하는 경우에도 적금 등의 규칙적이면서 강제적인 저축으로 이어지기 보다는 필요시 인출이 자유로운 저축을 하고 있었다.

저축하는 돈의 원천은 정기적으로 지급받는 용돈(C)에서 하는 경우는 적으며, 대부분 명절, 친척의 방문 등 특별한 날에 획득하는 비정기적인 수입(I, G)이다. 이러한 돈의 관리권한은 자신에게 있지 않고 부모에게 있어 현재는 자신의 것이 아니라고 생각하나, 앞으로의 고등학교와 대학 진학 시의 학비, 교재비 등 자신을 위한 것으로 예측한다.

통장을 갖게 된 계기는 자신이 직접 개설, 부모님 권유로 자신이 개설, 부모 개설로 이루어진다. 통장의 관리주체는 중학생 본인, 본인과 부모님, 부모님으로 구분되는데, 대부분 자신명의로 통장이 있음을 확실히 인지하나, 그렇지 못한 경우도 있다(F는 어릴 때 통장을 만들었으나 그 통장이 현재 어디에 있는지 알지 못할 정도로 저축에 별 개념이 없다). 용돈을 지갑에 넣어 몸에 지니고 다닐 때에는 다른 보관방법보다 불필요한 소비가 늘었으며, 개인통장에 보관하거나 부모에게 맡길 때는 충동적인 소비가 이루어지 않아(우지웅, 2005) 용돈 관리에는 통장이 유용함을 알 수 있다. 따라서 중학생의 통장 보유를 위한 학교와 부모의 지도·관리가 중요하다고 하겠다.

"초등학교 때 아버지께서 하자고 하셔서 원래 받은 것은 다 아버지 드렸거든요. 그걸 통장으로 만들어서 모은 거예요. 통장은 제 이름으로 되었어요. 적금으로 되어 있어서 찾을 수는 없어요. 제 용돈이라고 생각하지는 않아요."(G, 남학생)

"자유로 넣고 찾고 하는 통장, 제가 넣고... 엄마가 또 따로 관리하는 통장은 엄마가 넣고, 엄마가 관리하는 통장은 적금통장인데, 그것은 다음에 커서 준다는데요."(H, 남학생)



3) 용돈의 기록: ‘귀찮아서, 게을러서, 잊어버리고...’

용돈의 배분과정에서 사용에 대한 기록을 하는지 분석한 결과, 초등학교 시기에는 학교교육(D), 부모(아빠)의 권유(E)로 쓴 경험이 있으나 현재는 대부분이 귀찮고, 게을러서, 또 사용내용을 잊어버렸다는 등의 이유로 쓰지 않고 있다(C, F). 자발적으로 기록하는 경우에도(I) “그냥 몇 월 몇 일 그렇게까지는 아니고 수첩, 조그마한 것에 뭐 썼다, 가격 그런 것 적어 놓는 정도...” 라는 이야기에서 체계적인 용돈사용 기록이 이루어지지 않음을 알 수 있다. 용돈기입장을 한동안 쓰지 않다가 다시 쓰려고 하는 경우는 자신의 과소비를 스스로 인지하여 용돈관리를 하고자 하는 경우인데, 이전의 용돈기입장 기록 경험을 통하여 계획적 사용을 하여 절약하였다든지 하는 일종의 긍정적 강화가 이루어졌기 때문으로 보인다. 따라서 학교에서 제공하는 용돈기록의 경험은 후일의 성인기 재무관리에도 기여할 수 있으므로 용돈기록을 효과적이고 지속적으로 할 수 있는 실천적 교육이 이루어져야겠다.

“초등학교 때 아빠가 쓰라 해서 계속 쓰다가 한동안 안 썼거든요. 그런데 너무 돈을 헤프게 쓰는 것 같아서 다시 쓰는 거예요.”(E, 여학생)

“용돈기입장을 써 보려고 했는데 2-3일 가다가 말았어요. 중학교 와서 돈을 좀 많이 쓰는 것 같아서 다시 써 보려고.”(H, 남학생)

4) 가정에서의 금전 교육: ‘적게 써라, 아껴 써라’

소비생활의 중심이 되는 가정에서는 성장기 청소년 자녀가 모방, 동화, 동일시를 통하여 소비행동을 배우는 학습의 장이므로 건전한 소비생활을 유도할 필요가 있다(이기춘, 1991). 용돈의 배분과 관련하여 가정에서 이루어지는 금전관리교육이 있었는지를 제보자의 이야기를 분석해 볼 때, 주로 부모의 말이나 행동을 통하여 금전관리 학습을 하는 편이었다. 가정에서의 금전관리교육이 이루어질 때는 부모가 자녀에게 용돈줄 때(I)와 자녀가 잘못된 구매

나 소비를 하였을 때(D, E, G, H) 지적하는 직접교육과, 자녀가 부모의 역할 모델을 모방하여 학습하는(H, I, J) 간접 교육을 통하여 금전관리행동을 습득하고 있다. 부모가 계획적으로 지출하거나 통장을 관리하는 모습을 보고 은연중에 그와 같은 역할을 배우게 됨을 이들의 이야기를 통해 확인할 수 있었다.

“아빠는 굉장히 계획적으로 잘 하세요. 아빠는 계획적이신데 저한테 이렇게 써라 저렇게 써라 그런 말씀은 안하시고 그냥 아껴 써라 하시고, 쓸데없는 곳에 쓰지 말라 하시고... 굳것질 같은 것 많이 하지 말고 집에서 밥 먹으라고 하시고.”(H, 남학생)

“제가 너무 맘에 드는 운동화가 있었던 말이에요. 그게 좀 비싼데. 너무 맘에 들어서 샀거든요. 그리고 아빠한테 진짜 혼났어요. 막 바뀌오라면서. 그 때 정말 서운했는데... 바꾸지는 않았지만 뭐 살 때 항상 생각하게 돼요.”(E, 여학생)

자녀의 용돈에 대한 부모의 교육정도는 적게 내지 아껴 쓰라는 정도로만 이루어지고 있으며 적극적으로 용돈기입장을 점검하거나 자녀의 용돈 사용 내역에 대해 확인하는 절차는 없었다. 용돈기입장을 쓰고 있는 E는 “아마 모르실 걸요. 그냥 쓰냐고, 한 번씩 물어보실 때도 있고, 생각날 때...” 라는 이야기 속에서 자녀는 부모가 용돈사용에 대해 생각날 때 마다 즉흥적으로 물어 보는 것은 ‘부모의 점검’으로 여기지 않는다고 판단하고 있어 자녀의 용돈사용을 바람직하게 지도하기 위해서는 부모의 주기적이고 계획적인 점검이 필요하겠다. Garman과 Forgue(1994)는 ‘가족의 경제상황에 대해 자녀와 이야기하기’를 통하여 자녀의 금전감각을 발달시킬 수 있다고 보았는데, 자녀가 가정의 수입이나 지출에 대해 알고자 할 때 부모는 ‘몰라도 돼’ 나 ‘걱정마라’는 식으로 넘겨, 이에 대해 개방적으로 이야기하는 부모의 모습은 보이지 않았다.

“부모님 월급에 대해 여쭙어보면 그냥 몰라도 된다 그러시구요.”(A, 여학생)

“부모님이 그냥 그런 걱정하지 말라고 하시고, 얼마 번다 그런 말씀은 안하셔요.”(I, 남학생)

5) 중학생이 원하는 금전교육: '부모가 제일 좋을 것 같은데...'

중학생들의 이야기를 통해 볼 때 금전사용과 관련하여 받고 싶어 하는 교육내용은 계획적 금전 사용방법(D, G), 충동구매 대책(D), 자신의 욕구를 조절하는 방법(D), 저축(H, J) 등으로 좁혀졌다.

중학생들은 자신들에게 금전교육을 시킬 주체에 대해서는 무엇보다 부모의 역할이 크다고 인지하고 있으며(E, G, H, I) 이와 더불어 학교에서의 교육도 병행되어야 한다고 보는데 가장 가까운 1차 환경인 부모의 역할모델을 더 중요하게 보고 있다. 부모는 '같이 있고', '직접적 간섭이 가능하며', '간섭 효과가 학교보다 강하고', '역할모델의 실천을 직접 볼 수 있다'는 점 등을 들어서 '금전교육이 더 효과적인 것'으로 본다. 그런데 부모의 금전교육은 대부분 '아껴 쓰라'에 한정되어 체계적인 교육으로 발전하지 못하고 있었다. 한편, 우리와 달리 자녀의 경제적 독립이 빠른 미국의 10대는 대학진학과 장래 구매를 위해 저축학습, 계좌개설 등과 관련 있는 학습이 이루어지기를 원하는데, 교육주체는 학교가 가장 적합하고 이외에 잡지, 집으로 배달되는 소식지, 학교 외 다른 기관, 웹사이트의 순으로 금전 관련 정보를 획득하고 싶어 하여(K. P. Vace 외 5인, 2001) 학교를 우선순위에 두고 있다. 반면, 우리의 경우 학교교육의 필요성을 강하게 인지하지 못하는 이유는 그동안 학교에서 이루어진 소비자 교육의 교육내용이나 교육방법 등의 비효율성으로 그 역할을 다하지 못하였기(김혜선 외 5인, 2002) 때문으로 볼 수 있다.

중학생들의 면접을 통하여 볼 때 그들은 학교와 가정의 연계될 때 금전교육의 효과가 더 높을 것으로 보고 이를 실현시킬 수 있는 나름의 방안을 제시하기도 하였다. 따라서 학교에서의 금전관련 교육이 실제적이고 활성화되기 위해서는 자녀에게 직접적인 영향을 줄 수 있는 가정과 연계되도록 교육 프로그램을 구성할 필요가 있겠다.

“학교에서는 기본적으로 해 주고요. 학교에서는 개인적으로 터치할 수 없잖아요. 그런 것은 집에서 늘 봐 주면서... 돈 교육이 중요해요.”(E, 여학생)

“선생님은 몸소 실천을 한다거나 소비를 한다거나

그런 건 못하니까 집에서 시키고, 학교에선 기본지식이나 이론을 가르치고, 친구들이랑 단체로 은행 같은 데 가서 통장을 한 개씩 만들어보고 부모님께 그 통장으로 용돈을 넣어달라고 하거나...”(I, 남학생)

“돈 교육은 당연히 부모님이 시켜야죠. 학교에서 하면 그때는 한다고 말해 놓고 거의 실천을 안 하게 되고 집에서 얼마나 아버지가 돈 아껴 써라 이런 말 하시면 부모님 말을 더 잘 듣게 되죠.”(H, 남학생)

### 3. 중학생 소비자의 구매자 역할

소비자의 구매자 역할은 어떤 구매방식으로 어떤 재화와 서비스를 구매할 것이며, 어떻게 필요한 정보를 수집해서 구매의사결정을 내릴 것인가 등이 포함되므로 이를 중심으로 기술한다. 중학생의 구매자 역할은 이들이 대부분 모두 소지하고 있는 이동전화와 의류 및 신발 등에 대한 소비를 중심으로 살펴보았다.

#### 1) 이동전화

정보화 사회의 청소년들에게 이동전화는 단순히 용건을 전달하는 도구뿐만 아니라 친구관계가 이어짐을 끊임없이 확인하는 도구로 이동전화의 첫 사용 시기는 중학교 1학년 이후가 가장 많고 다음이 초등학교 6학년이다(백명옥, 2005).

청소년들에게 근래 필수품이 되다시피 한 이동전화 구매와 서비스(통신비)에 대해 살펴보면, 본 연구에 참여한 중학생은 현재 이동전화가 없는 경우(A, F)를 제외하고 나머지는 이동전화를 소유하고 있다(A는 어머니의 제지로 구입하지 못한 경우이며, F는 학업성적 하락과 관련하여 사용 네 달 만에 강제로 정지된 경우이다). 이들에게 있어 이동전화는 자신의 동료집단과 연결되는 강력한 커뮤니케이션 도구로 많은 아이들이 가지고 있기 때문에 자신도 가져야 한다고 생각한다. 따라서 집단에서의 소외감을 느끼지 않기 위해 이동전화를 구매하는데, 엄마의 규제로 이동전화를 가지지 못한 A의 이야기에서 그 속내를 읽을

수 있다. “핸드폰은 딴 애들이 거의 다 있잖아요. 그리고 거기 게임도 해보고 싶고요. 문자 이런 것도 맨날 엄마 걸로 날려요. 어쩔 때요... 친구들한테 소외감이랄까 그런 것 느낄 때도 있구요.”

이동전화의 소유는 학생들의 성적과도 밀접한 관련을 갖는데, 시험을 못 쳐서 이동전화를 정지당했다는 F는 “부모님이 일방적으로 정지하신 거예요. 세달 째 정지.” 이동전화 사용을 시험성적과 연계하여 조건을 거는 경우도 있는데 ‘(시험을) 잘 치면 사고 못 치면 못 사는 거고..’ 라는 말 속에서 중학생에게 있어 이동전화의 구매는 자신들의 용돈으로 충당할 수 없는 사용료의 지불까지 포함되어 전적으로 부모의 결정에 좌우되며 성적도 하나의 고려 요소가 됨을 알 수 있다.

이동전화의 구매 비용은 부모 또는 친척의 전적 부담(F), 부모와 자신의 공동부담 방식으로 구입하는데, 자신의 용돈을 얼마간 안 받기로 타협하거나(I), 저축한 돈에서 일부 부담하는(J) 구매방식을 취함으로써 자의든 타의든 자신이 일부 비용을 부담하기도 한다.

이동전화 기기의 선택결정은 대부분 중학생 자신에게 달려있는데, 구매 시 고려 요소는 모델이나 디자인이다. 이동전화의 첫 구매 이후 두 번째 구매 시에는 주로 떨어뜨려 고장이 나서(B, H, I), 무게가 무거워서(C), 유행하는 것이라서(C) 라는 이유로 교체를 하는데 주로 고장이 나서 어쩔 수 없이 교체한다는 이유가 많아 과시의 목적으로 교체하는 경우는 비교적 적었다.<sup>2)</sup>

이동전화 요금의 결정은 부모 또는 중학생이 결정하는데, 요금의 지불은 중학생 본인이 지불하는 경우는 없고 부모의 통장과 연결되어 지출된다. 요금은 대부분 2만원~3만원대의 정액제를 채택하는데, 처음에는 자유요금제를 선택하였다가 요금통제가 안 되어 정액제로 변경된 경우도 있고, 부모가 제시한 요금제가 비싼 것 같아 자신의 집 형편을 고려하여 더 낮은 요금제를 선택한 경우(J)도 있다. 이동전화 요금에 대한 부모의 점검은 지난 달 요금을 기준으로 비슷하면 그냥 넘어가고 더 많으면 혼내는 정도이며, 요금 내역서를 자녀와 함께 꼼꼼하게 검토

하는 체계적인 점검은 나타나지 않았다.

“이동전화 요금, 현재는 2만~3만원 정도 나오고 그전에는 엄청 많이 나왔어요. 한 7만, 8만원. 폰 요금이 많이 나오면 아빠가 폰 정지시키다면서 머라해요(꾸중해요). 게임다운 받고, 노래다운 받고 하나 까.”(B, 여학생)

“요금 내역서는 엄마가 먼저 보시고 많이 나오면 뭐라 하시고 원래 그 가격이면 별 말 안하시고.”(H, 남학생)

## 2) 의류와 신발

많은 청소년들은 인터넷 상점을 통해 다양한 물품을 구입하는데 주로 구입하는 물품은 의류, 패션용품(40.5%), 컴퓨터용품, 스포츠용품, 학용품(9.7%), 서적(8.2%), 음반(3.2%)의 순이다(장혜경, 2005).

제보자들이 구매하는 의류와 신발용품은 유행하는 제품이나 유명상표 제품을 선호하고 있지만 자신이 원하는 것을 구매하기 위해 나름의 가치에 기반한 소비를 하고 있어 무조건 충동적이고 즉흥적인 소비라고 단정하기 어렵다. 즉, 사고 싶은 물품이 부모의 제지로 구매가 억제되기도 하고(D), 자신의 용돈을 모아서 구매하기도 한다. 부모의 제지로 구매하지 못하였지만 시간이 경과하면서 충동구매를 하지 않았던 점을 스스로 긍정적으로 평가하기도 한다. 그러나 둘째 순위에 해당되는 자녀는 비교적 구매요구가 쉽게 수용되는 편인데, B는 “엄마가 (자신이) 막내라고 그냥 사고 싶은 것 있다면 그냥 사주고 그래요.”라는 이야기 속에서 무엇이든 원하는 것을 살 수 있다고 인식하고 있다. 이러한 의류 등의 소비는 중학생의 본분인 학습과 관계성이 매우 강한데 성적등락에 따라 구매한 물품에 갈등이 표출되기도 한다. A의 “제 친구 중 한 명은 공부 안 해 가지고 옷 찢었던대요. 그 전 날에 산 옷인데, 엄마가 막 가위로 찢어버렸대요.” 라는 이야기를 통하여 이들의 학업성적과 소비의 허용 관계를 볼 수 있다.

2) 이동전화 교체이유를 최비선(2003)은 잃어버리거나 고장(57%), 더 좋은 디자인이나 기능이 나와(33.9%)이나, 백명옥(2005)은 다양한 기능(44.7%), 수명이 다해서(26.2%), 새로운 디자인(17.8%), 잃어버려서(8.2%) 라고 한다.

“엄마한테 용돈 받을 때마다 모아서 사려고 다른 것 안하고, 먹는 것도 좀 줄이고...”(H, 남학생)

“좋아하는 가수들 앨범을 다 살 수는 없잖아요. 그런데 제가 못하고 있는 것을 친구가 샀을 때 용돈 모아서 사요.”(E, 여학생)

“신발이나 옷을 사고 싶었던 것을 아빠가 제지하면서 이제는 (사고 싶은 생각이) 다 없어졌어요. 지금 생각하면 안 산 게 정말 잘 됐다 그런 생각이 들어요.”(D, 여학생)

구매장소는 백화점, 옷가게, 인터넷 상점 등으로 오프라인(off-line)상점과 온라인(on-line)상점이다. 인터넷 상에서의 치수, 색 등에 대한 확신이 서지 않을 경우와 비싼 것은 백화점에 가서 확인해 보고 인터넷 상점에서 구매하는 즉, ‘오프라인 기반 온라인 쇼핑’의 구매행태를 볼 수 있다(J는 매장에 가서 옷을 입어보고 괜찮다는 생각이 들면 인터넷 상점에서 싸게 구입한다). 청소년의 인터넷 상점 이용경험은 61.6%로 상당히 높은 편인데(장혜경, 2005), 인터넷 상점에서 제보자들이 구매를 하는 이유는 오프라인상점에 비해 상대적으로 저렴한 가격과 외출하지 않아도 되는 편리함을 들고 있다. 한편 인터넷 구매를 꺼리는 부류는 인터넷 상에서는 품질과 사이즈를 잘 판단할 수 없고, 인터넷 상점의 신용도를 알 수 없는 등의 제품관련 문제와 거래관련 문제를 지적하였다.

“인터넷 쇼핑은 별로 안 해요. 인터넷으로 사면제가 품질을 잘 모르잖아요. 사는 애들은 싸고, 안 나가도 되고 편하다고 하는데.”(A, 여학생)

“인터넷은 결정을 신중히 해야지요 사이트도 신용이 있어야 되고”(D, 여학생).

“인터넷은 디자인은 마음에 들었는데 사이즈가 좀... 안 입어보고 사니까 사이즈가 안 맞아서 바꾼적 있어요.”(H, 남학생)

인터넷 구매를 할 경우의 지불방식은 ‘본인 지불’과 ‘부모대리 지불’이 있다. ‘본인 지불’의 경우에는 무통장 입금방식을 이용하나 부모대리 지불 경우에는 부모의 신용카드 사용 후 ‘본인 용돈으로 대체하기’와 ‘부모 부담하기’로 구분된다.

구매 시의 정보는 소비자원천 정보를 주로 이용하는데, 부모, 친구 및 인터넷 상점에서의 구매자 후기, 인터넷 카페의 동호인들의 의견을 참고하여 나름대로 여러 정보를 종합하여 합리적으로 구매한다고 자평한다.

“인터넷에서 살 때 사람들 평가나 애들 말도 좀 들어보고. 확신이 딱 설 때, 바로 사면 절대 안돼요. 좀 안 좋을 수 있으니까.”(C, 여학생)

“주변에 잘 아는 사람이 없어요. 학교 친구도 그렇고 신발에 대해서 해박한 지식이 있거나 관심이 있거나 이런 애들이 없어요. 그래서 직접 얘기할 상대는 없어서 카페에서 조언을 구하고 그래요.”(D, 여학생)

구매 시 고려 요인은 디자인, 가격, 유명상표, 사이즈, 색상, 실용성인데 이는 품목에 따라 다르게 적용시키고 있으나 대체로 유명상표, 디자인, 가격을 고려하고 있다. 한편 상품의 질은 판단이 어렵다고 생각하므로 구매 시 고려 요인이 못 된다. 유명상표를 찾는 이유는 친구들에게 과시하기(C, G), 관심 끌기(G), 체면 유지하기(I), 소속감 느끼기(J), 유행 따라잡기(C)를 위한 목적이다. 그러나 유명상표일지라도 동일 제품은 동료집단이 싫어하므로 친구가 가진 제품과 동일한 것은 가능한 피하고자 하는 성향도 보인다. 유명상표의 상품을 일정기간 소비한 후에 소비가치가 변화되는 경우도 있었는데 유명상표 제품의 가격에 해당하는 비용으로 여러 상품을 구매하는 실속과의 모습을 보이기도 한다.

“나이키, 아디다스, 그런 것 메이커 다 좋아하는데요. 친구들이랑 다니다 보니까요. 친구들이 다 입으니까 저만 안 입으면 좀 그렇잖아요. 따 당하잖아요.”라는 이야기에서 또래집단 속에서의 일종의 압력을 느끼고 있다. (J, 남학생)

“2학년 때 까지는 메이커 입고 그랬었는데, 3학년 오니까 메이커가 안 입어지던데요. 어릴때 같이 보여요. 학교가방, 신발만 나이키, 명품 돈 아깝잖아요. 나이키 이런 것 하나 한 6만원 정도 하는데 6만원이면 부츠도 사고, 스키니 진도 사고.”(B, 여학생)

구매 관련 문제에 대처하는 능력은 비교적 부족한데,

불만족한 상품을 환불하거나(B), 환불비용이 들어서 환불을 꺼리거나(C), 자신이 해결하기 어려우면 부모를 동반하여 해결하고(D, G) 있다. 비교적 싼 물품과 물품환불을 위한 배송비를 자신이 부담하는 경우에는 그냥 보관하나, 불량품이나 입기 불편하면 교환 하는 등 문제의 심각성 및 학생의 성격에 따라 대처방법에 차이가 있다.

“배송이 정말 늦게 오는 경우가 있었어요. 그게 한 달이 넘었거든요. 그래서 환불을 요청하려고 했더니. 일주일 더 걸린다고. 그런데 물건을 안 보내는 거예요. 그래서 오늘 엄마가 간다고 하는데...”(D, 여학생)

구매 시 동반자는 친구와 부모인데, 가격대가 비싸지거나, 상품의 질 판단 등 구매에 자신이 없을 경우에는 부모를 동반하고, 가격에 부담이 없고, 친구의 조언이 필요할 경우, 즉 불만족한 구매를 하여도 큰 무리가 없을 경우에는 친구를 동반하여 구매를 하는 편이었다. 부모의 통제가 많은 A의 경우는 “엄마랑 많이 간단 말이에요. 그래서 엄마가 같이 (돈을) 내주고. 책은 저 혼자 많이 가고”, “옷 사러 갈 때 엄마요. 친구랑 갈 때도 있었는데 내가 사는 것 마다 이상해서. 막 뜯어지고. 좀 안 좋은 것 사게 돼서, 친구하고는 싼데, 옷가게에”(C), “결정은 제가 하고 돈은 엄마가 내 주시고.”(G). 남학생의 경우 엄마가 의류를 대리 구매하는 경우도 있는데 H는 “엄마가 그냥 백화점에 갔다가 말없이 그냥 사오시고. 엄마가 그냥 예쁜 것 보면 사주고 싶어서 그냥 사다 주세요. 맘에 안 드는 것 좀 많죠. 엄마가 볼 때 예쁜 것 이지만 제가 볼 땐 안 예쁘게 좀 많아요. 그래도 좀 입어요. 엄마가 사 오신 거라서. 비록 맘에 안 들어도...(H) 라는 이야기 속에서 중학생 본인의 의사와 상관없이 부모가 일방적 구매를 하였을 경우는 그 물품에 큰 애착을 느끼지 않고 있다.

친구와 같이 가는 경우는 가격 타협에 자신이 있거나, 동료의 의견을 참고 하기 위해서이다. B는 친구끼리 옷 사러 가면 가격을 깎아 달라는 말도 스스로없이 잘 하므로 친구들과 함께 가는 것이 좋다고 느낀다. E의 경우에는 친구의 의견을 들으면 구매를 잘 할 수 있으므로 ‘나 홀로 구매’는 잘 하지 않는다고 한다.

#### 4. 중학생 소비자의 사용자 역할

소비자의 사용자 역할에는 자원과 상품의 유효성과 상품의 상징성을 잘 인식하고 사용하는 문제가 포함되는데 이동전화와 의류 및 신발에 대한 사용자 역할을 살펴본다.

이동전화 사용에 있어서는 이동전화에 대한 관리 부주의 즉, 떨어뜨리는 행위로 핸드폰 고장이 빈번하고(B, I) 이는 결국 사용기간이 짧아져 빈번히 교체를 하거나, 또는 분실하여 재구매를 하게 된다. 따라서 사용자 역할에 조금만 주의를 기울이면 상품의 수명을 연장시키고 보다 오랜 기간 사용할 수 있을 것이다. 생활수준이 향상되고 대량생산, 대량공급, 대량소비가 보편적인 현상으로 받아들이는 청소년 소비자들은 절약이 미덕인 부모세대와는 다르게 상품을 아끼고 오래 쓰려는 경향이 미약하여 ‘한 삼 개월 못쓰고’, ‘비싼 것도 아니고 해서’ 다시 구매한다는 이야기에서 상품의 수명 및 가치에 대한 의식이 약함을 알 수 있다. 따라서 물품의 효율적 사용과 관리에 대한 교육이 우리의 환경과 관련하여 더욱 강조되어야 할 것이며 특히 청소년들이 보편적으로 소유하고 있는 이동전화 및 MP3 등에 대한 사용자 교육이 증시되어야겠다.

“이동전화 일 년 쓰고 고장이 나서 한 삼 개월 못 쓰고 이번에 약속을 하고 샀어요. 그것도 일 년 쓰다가 잃어버렸어요.”(I, 남학생)

“폰 바꾸는 이유는 자주 떨어뜨리면 고장 나거나 아니면 거의 고장 나니까 바뀌요. 난 폰을 자주 떨어뜨려요.”(B, 여학생)

중학생이 사용하는 의류와 신발 등 물품에 대해서는 금방 싫증내기도 하지만 타인의 것 재사용에도 개의치 않는 후기 산업기소비자의 모습도 보였다. 의류의 착용 횟수가 ‘서너 번이면 질러버린다’는 내용 속에서 물자가 풍부한 시대를 배경으로 성장한 청소년 세대의 물품에 대한 사용자 의식이 엿볼 수 있었다. 그러는 한편, 인터넷을 통한 중고판매에 익숙해지면서 중고를 꺼림칙하게 여기는 의식이 점차 희석되어 가는 경향도 보인다. 이러한 세대에서는 다른 사람들이 사용하고 난 제품을 다시 활용하는 것

이 어렵지 않으므로 재판매가 보다 더 보편적인 가치로 자리 잡을 수 있는 긍정적인 가능성이 보였다.

“요즘에는 인터넷 이용하는 사람들이 많다 보니까. 옛날에는 판 사람들 입던 옷에 거부감 같은 게 있었거든요. 그게 차츰 사라지네요.”(D, 여학생)

### 5. 중학생 소비자의 처분자 역할

환경문제가 심각해진 오늘날에는 상품이나 자원의 효율 가치를 최대화시켜 사용함으로써 환경오염이나 지구생태계의 파괴를 최소화시키는 문제가 주요한 이슈인데(이기춘, 1999), 중학생의 처분자 역할은 주로 구입하는 의류나 신발 등의 구매 후 처분행동을 중심으로 살펴보았다. 처분행동을 Burke, Cohn과 Lutz(1978)는 제품폐기, 판매, 자선기관에 기증, 친구 또는 가까운 사람에게 줌, 보상교환 구매, 당분간 보관의 6가지 유형으로 제시하였는데, 이 연구에 나타난 중학생들의 처분행동은 보관, 기증, 교환과 판매로 나타났다. 이러한 처분행동에는 N세대의 커뮤니케이션 도구인 이동전화와 인터넷이 개입되어 교환이나 판매행위가 용이하게 되었다.

먼저 소극적인 방법인 ‘보관’을 보면 여학생 E는 “물건 사서 한참 1~2년 정도 지나서 싫증나고 그러면 안 입게 되죠. 팔거나 바꾸기는 안하죠.” 하는 식으로 그냥 두는 편이다. 한편에서는 필요한 다른 사람들에게 기증하는 방법을 쓰기도 하는데 아는 사람에게 주거나(J), 가족 구성원 안에서 활용이 이루어지기도 하는데 “엄마랑 덩치는 비슷한데 제가 안 입는다고 내 놓으면 엄마가 입고 그래요.” 하는 E 경우처럼 체격이 비슷한 모녀의 경우에는 활용이 더 수월하였다. 교환행위는 서로 알고 있는 친구들 사이에서 발생하는 편이다. “옷 사가지고 한 두 세 번 입으면 질려버려요. 애들끼리 바꿔 입고 그러고. 애들 거의 덩치가 비슷해서 그냥 다 입어줘요. 만나서 옷 들고 오거나. 이래서 서로 바꿔서 갈아입고. 신발 같은 것도...” 라는 B의 이야기를 통하여 또래집단 내에서 교환이 용이함을 알 수 있다. 판매행위는 조사 대상 남녀 중학생 대부

분이 경험하였는데(A, B, C, D, H, I) 파는 방식은 친구와 같이 아는 사람은 만나서 매매를 하거나, 인터넷 상에서 전문사이트(옥션을 주로 이용한다고 함)나 카페의 중고장터에서 익명의 사람들에게 판매하기도 한다. 또래에게 판매할 경우에는 아는 친구뿐만이 아니라 모르는 사이에도 친구소개로 연결되어 팔기도 하는데 이때는 이동전화의 문자메시지가 신속한 중개에 기여한다(B).

“나이키 한 서너 달, 그거 17만 얼마짜런데, 4만원에 팔았어요. 다른 학교 1학년한테. 소개받아서. 내 친구들한테 신발 살 사람 알아봐 달라고 했는데요. 개네가 후배들한테 물어봐가지고 문자로 얘기하다가...”(B, 여학생)

“옛날에는 그냥 입거나 뒀는데 요즘은 싫증나면 카페 같은 데 가면 중고장터가 있거든요. 제가 가진 물건이 괜찮다 이러면 사람들이 사겠다고 해요. 그러면 택배로 보내기도 하고.”(D, 여학생)

판매과정은 친구에게 팔 경우는 친구에게 필요여부를 확인하나(A), 인터넷을 중개로 할 경우는 상품의 사진과 설명을 함께 올려(C) 사고자 하는 사람이 연락하면 가격을 타협하여 판매하는 방식이다. 이 경우 거래하는 사이트는 중학생들이 어느 정도 신뢰성이 있다고 생각하는 사이트를 선정하여 판매한다. D는 옥션에도 가짜 물품이 있으므로 진짜를 팔아도 가짜로 인식되기도 해서 마니아들 사이에 인정된 카페를 통해서 판매하고 있다고 한다. 판매가격의 결정은 첫 구입가격과 사용 횟수를 고려하여 결정하거나, 입어본 횟수, 사이즈, 물품의 상태 등을 종합적으로 판단하거나, 인터넷 사이트상에서 다른 사람들이 제시한 가격을 기준으로 결정하는데 이러한 판매 행위를 통해 자신은 나름대로 경제적인 소비생활을 하고 있다고 평가하고 있다.

“금액 결정은 상태를 봐야죠. 일단 제가 샀는데 반쯤 이런 게 없다 그러면 제가 한번은 입어봤잖아요. 사이즈 이런 거 본다고 그러면 천원이나 2천원 빼서 팔고요. 좀 낡았다 싶으면 반값이하로 팔고, 결정은 제 스스로 하는 거죠. 작아서 못 입는 경우는 그 가격으로 팔고. 그러면 좀 더 경제적인 생활을 하는 거죠.”(D, 여학생)

## V. 결론 및 제언

오늘날 중학생의 소비자역할은 인터넷과 이동전화 등 장함으로써 이전과는 다른 양상으로 전개되고 있는데 이들이 소비자로서 획득자, 배분자, 구매자, 사용자, 처분자의 역할을 어떻게 해 나가고 있는지를 심층면담 자료를 통해서 살펴보았다. 먼저, 획득자로서는 용돈의 지급과정, 액수평가, 획득의 정기성 등을 살펴보았고, 배분자로서는 주 사용내용, 저축, 기록, 가정에서의 금전교육 등을 중심으로, 구매자로서는 이동전화와 의류, 신발을 위주로 한 구매 관련 활동을 보았다. 사용자로서는 구매한 물품에 대한 그들의 사용의식을 보았고, 처분자로서는 보관, 기증, 교환, 판매라는 행동을 중심으로 살펴보았다. 이상의 내용을 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 중학생은 획득자로서 주로 부모로부터 용돈을 지급받고 있으며, 그 과정은 부모의 일방적 결정과 선택의 여지가 거의 없는 타협을 통해서 이루어지고 있다. 용돈의 액수는 친구들과의 비교나 자신의 가정형편을 감안하여 적정성을 평가한다. 용돈의 정기적 획득 경험은 계획적인 용돈 관리에의 자신감과 연결된 반면, 수시획득자는 한꺼번에 주어질 용돈의 계획적 관리에 부담이 있다. 용돈은 통장이나 현금으로 받는데, 현금획득자는 통장 지급시의 현금인출 등 거래의 불편함을 내세워 화폐보유의 편익이 더 크다고 느낀다. 중학생의 획득자로서의 역할은 성인기 획득자 역할의 기반을 제공하게 되므로 합리적인 과정을 거쳐 용돈을 획득하는 것이 바람직하겠다. 즉, 부모와의 합리적인 타협 과정을 거쳐서, 그리고 계획적인 용돈관리가 되도록 정기적인 획득이 되어야 하며, 중학생의 용돈 교육 시는 용돈지급의 주체인 부모교육도 필수 수반되어야 할 것이다. 중학생의 금전감각은 Garman과 Forgue(1994)가 제시했듯이 자녀에게 돈 벌 기회를 제공하고, 자기돈 사용의 자율권 갖도록 하며, 복합적 금전관리를 통한 돈에 대한 책임감 확립하고, 실패할 자유를 허용하고, 가족의 경제상황에 대해 자녀와 이야기하는 전략을 통하여 개발시켜 바람직한 소비행위를 할 수 있도록 한다. 따라서 이러한 점을 고려하여 중학생과 그 부모를

대상으로 한 획득자로서의 역할에 대한 교육이 학교 및 사회 측면에서 제공되어야겠다.

둘째, 배분자 역할을 보면 획득한 용돈은 주로 간식비, 오락비, 교통비, 쇼핑, 저축 등에 배분하는데, 용돈의 상당 부분이 간식비에 지출된다. 저축에 배분하는 학생은 많지 않았으며, 쓰지 않는 돈은 지갑, 저금통, 책상에 보관하거나, 통장에 넣기도 한다. 저축하는 돈의 원천은 정기적인 용돈이 아닌 대부분 비정기적인 소득인 명절, 친척들로부터 획득한 것으로 부모에게 말져 자신은 재량권이 없다고 보았다. 획득한 용돈을 배분하는 과정의 기록은 초등학교 때에는 학교권유, 부모권유로 쓴 경험을 갖고 있으나 중학생이 된 현재는 대부분이 귀찮고, 게을러서, 사용내역의 망각 등의 이유로 기록하지 않으나 지나치게 과소비했다고 인지한 경우에는 다시 기록하기도 한다. 가정에서의 금전교육은 부모의 말과 행동을 통하여 이루어져, '적게 쓰고, 아껴 쓰라' 이상의 체계적인 교육은 이루어지지 않았다. 중학생들은 가정에서의 금전교육이 학교보다 더 효과적일 것이라고 보는 이유는 부모는 같이 있는 시간이 길고, 직접적 간섭이 가능하며, 간섭 효과가 학교보다 강하고, 역할모델의 실천을 볼 수 있기 때문으로 생각한다. 반면 가정에서는 체계적인 지식을 배울 수 없어 학교에서 계획적 금전 사용방법, 충동구매에의 대책, 자신의 욕구를 조절하는 방법, 저축 등을 배우기를 원하며 궁극적으로 가정과 학교가 연계한 교육 일 때 가장 효과적인 것이라고 본다. 중학생의 용돈배분은 주로 소비에 집중되어 있으며 저축에의 배분이 적은 편이다. 합리적인 배분자 역할을 습득하기 위해 중학생은 용돈을 통장으로 획득하는 경험을 통하여 저축에 대한 개념을 가질 수 있으므로 이를 유도하는 교육이 필요하다. 또한 중학생의 금전배분을 직접 관리할 수 있는 가정과의 연계 교육을 통하여 교육 효과를 높일 수 있겠다.

셋째, 중학생의 구매자 역할을 보면 또래들로부터 소외당하지 않는 도구라고 보는 이동전화의 구입비용은 거의 전적으로 부모에게 의존하나 자신의 용돈에서 일부 부담하기도 한다. 기기 선택은 중학생 자신이 모델이나 디자인을 중심으로 결정한다. 재구매시는 주로 고장이 나서, 더 가벼운 기종이 나와, 유행하는 것이므로 하게 된다. 자

녀의 이동전화 요금은 부모 부담이 당연시되어 이동전화의 구매와 서비스로는 부모결정에 의해 좌우되는 편이다. 그러나 이동전화 요금을 부담하는 주체인 부모의 사용료에 대한 점검은 지난달을 기준으로 많으면 혼내는 정도로 체계적인 점검이 이루어지지 않고 있다. 자녀에게 구매나 서비스 비용을 철저히 관리하는 습관을 주기 위해 이동전화 비용 등 부모가 지출을 대행하는 물품에 대해 부모의 체계적인 점검과 이에 대해 자녀와 이야기 할 기회를 가지도록 하며 소비자 교육에서도 이를 배려하여야겠다.

중학생들이 증시하는 의류와 신발 구매는 유명상표 제품을 선호하기는 하나 나름의 가치에 기반한 소비가 이루어지며, 구매장소는 오프라인과 온라인상점을 모두 이용한다. 온라인 상에서 상품의 치수, 색 등에 대한 확인이 없을 경우에는 오프라인 기반 온라인 쇼핑을 한다. 온라인 상점의 나가지 않아도 되는 편리함, 싼 가격이 이들에게 매력 요인이다. 인터넷 구매의 지불방식은 무통장 입금이 나 부모의 신용카드를 사용하여 자신의 용돈을 대체 또는 부모에게 전부 부담시킨다. 구매 시 정보는 부모, 친구, 인터넷 상점의 후기, 인터넷 카페의 동호인의 의견 등의 소비자원천 정보를 주로 이용한다. 구매 시 고려 요인은 대체로 디자인, 가격, 유명상표이며 상품의 질은 판단이 어렵다는 이유로 고려 요인에서 제외되는 편이다. 유명상표 제품의 구입 이유는 친구들에게 과시하기, 관심 끌기, 체면 유지하기, 소속감 느끼기, 유행 따라잡기에 기인한다. 구매와 관련한 문제에 대처하는 능력은 부족하여 환불비용이 들 경우 환불을 꺼리거나, 부모를 동반한 해결을 하고 있다. 구매 시 동반자는 가격이 비싸거나 상품의 질 판단이 필요할 경우는 부모를 동반하고, 가격의 부담이 적고, 친구의 조언이 필요하며, 가격타협에 자신이 있으면 친구를 동반한다. 한편, 부모가 일방적으로 사주는 물품은 그다지 환영하지 않아 자신들에게 맞는 것을 스스로 구매하고 싶어 한다. 따라서 중학생이 구매하는 물품 및 서비스 비용에 대해 꼼꼼히 검토할 수 있는 능력을 함양시키고, 합리적인 구매자 역할을 위하여 중립적 원천 정보를 이용할 수 있도록 지도하며, 구매와 관련한 문제를 해결할 수 있는 능력을 키울 수 있도록 실천적인 구매자 교육이 구성되어야겠다.

넷째, 중학생의 사용자 역할을 보면 이동 전화의 경우는 관리 부주의로 교체하는 경우가 많은데 상품의 효용가치만큼의 사용을 못한 데 대한 책임의식은 그다지 보이지 않는다. 의류와 신발 등을 분실하여도 크게 개의치 않는 다든지, 서너 번의 사용에도 질러버린다든지 하는 행태에서 물자가 풍부한 시대에 성장하여 사용에 대한 교육이 부족했음을 그대로 반영한다. 한편, 인터넷을 통한 중고 판매에 익숙해지면서 중고사용에 대한 거부감이 많이 희석되는 경향도 나타나 상품의 재사용적인 측면이 이들 세대에 보다 긍정적인 가치로 자리 잡아 간다고 볼 수 있다. 이들의 사용자 역할을 통해서 볼 때 중학생들이 많이 사용하는 이동전화, MP3, 의류 및 신발 등에 대해 환경과 연계한 사용자 교육이 강화되어야 할 것으로 판단된다.

다섯째, 중학생의 처분자 역할은 보관, 기증, 교환, 판매라는 행위로 요약되는데, 기증하는 방법은 아는 사람에게 주거나 가족 내에서 이루어지고, 교환은 서로 잘 아는 친구들 간에 발생하였다. 판매는 아는 사람에게, 또는 친구를 중개로 모르는 사람에게 매매하거나, 인터넷상의 전문 사이트나, 카페의 중고장터에서 익명의 사람들에게 판매한다. 인터넷에서 판매할 경우는 상품의 사진과 설명을 넣고, 사고자 하는 사람이 연락하면 가격을 타협하여 판매하는데 나름대로 신뢰성 있다고 판단되는 사이트를 선택한다. 판매가격의 결정은 첫 구입가격과 사용횟수, 입어본 횟수, 사이즈, 물품의 상태를 기초로 판단하거나 인터넷 상에서 다른 사람들이 제시한 가격을 기준으로 결정하고 있다. 이러한 중학생의 처분자 역할은 인터넷을 기반으로 하는 N 세대의 특성이 그대로 반영되어 인터넷 상에서 교환 및 처분이 이루어지는데 이러한 처분자 역할을 바람직하게 할 수 있도록 소비자 교육에서 지도할 필요가 있겠다.

이상의 연구를 통하여 오늘날의 변화되고 있는 중학생들의 소비자역할을 어느 정도 파악할 수 있었는데, 부모와의 타협을 통한 용돈획득, 균형 있는 용돈 배분, 상품의 효용가치를 최대화시키는 사용은 미약하나 나름대로의 합리적인 구매와 인터넷 환경에 대응한 처분 행동이 나타나고 있었다. 중학생의 소비자역할에 대한 교육은 학교, 가정, 사회가 서로 연계하여 이루어질 때 더욱 효과적이 될 수 있고, 바람직한 소비자역할을 정립할 수 있겠다. 앞으



로 중학생의 소비자역할 중 인터넷 상에서 이루어지는 처분자 역할에 대한 평가 및 진단이 후속연구를 통해 심층적으로 이루어지기를 기대한다.

### 참고문헌

- 권미화·이기춘(2000). 청소년소비자의 소비행동의 합리성에 영향을 미치는 요인. *한국가정관리학회지*, 18(2), 175-190.
- 김영옥(2005). 청소년 소비실태와 소비자 교육에 관한 연구. 전북대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김혜선·김시월·김정훈·허경옥·정순희·배미경(2002). 소비자 교육의 이해. 시스마프레스.
- 김혜자(2002). 청소년 소비자의 소비의식 및 행동에 관한 연구-제주시 지역 중학생을 중심으로-. 제주대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 박순덕·박명숙(1999). 청소년의 구매기능, 사용기능, 처분기능과 관련 변수. *한국가정과 교육학회지*, 11(2), 65-76
- 백명옥(2005). 청소년의 휴대전화 사용에 관한 연구-충남지역 학생을 중심으로-. 공주대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 성화선·김정숙(2000). 제주도 중·고등학생의 용돈관리에 관한 연구. *한국가정과교육학회지*, 12(1), 89-108.
- 신지숙(2003). 청소년의 자아정체감과 소비성향. 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 우지웅(2005). 청소년 용돈의 연성 예산성과 그 영향. 순천대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 유난숙·권리라·김미정·이혜자(2005). 중·고등학생들의 인터넷을 이용한 의복 구매 행동연구. *한국가정과교육학회지*, 17(2), 29-47.
- 이기춘(1999a). 소비자교육학. 교문사.
- 이기춘(1999b). 소비자교육의 이론과 실제. 교문사.
- 이기춘·김의숙(2002). 소비자보호론. 한국방송통신대학교출판부
- 이승신·유재경(2000). 청소년소비자의 용돈관리행동에 관한 연구. *생활문화.예술논집*, 23집.
- 이영희(2000). 청소년소비자의 과소비성향에 관한 관련변인 연구. 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이은희·남수정(2004). 소비성향에 따른 청소년 소비자 유형별 소비와 용돈관리 실태 비교. *한국가정관리학회지*, 22(4), 157-171.
- 장금옥(2003). 용돈통장 보유가 중·고등학생의 용돈관리와 지출 행태에 미치는 영향. 순천대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 장혜경(2005). 청소년의 인터넷 이용행동이 과소비 성향에 미치는 영향에 관한 연구. 중앙대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 최비선(2003). 이동전화 사용에 따른 청소년의 과소비와 또래집단과의 동조성향에 관한 연구. 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 최영화(2004). 청소년소비자의 인터넷 쇼핑 문제경험에 관한 연구. 동국대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 함현정(2003). 중학생의 과소비성향과 소비자교육 프로그램 개발에 관한 연구. 대구가톨릭대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 홍은실(2006). 청소년의 재정적 태도와 소비행동 및 재정만족도. *한국가정관리학회지*, 24(2), 73-92.
- 황진희(2003). 청소년의 소비자역할 수행과 소비자 문제 인식에 관한 연구-제주도 중학생을 중심으로-. 제주대학교 교육대학원 석사학위논문.
- Lowe, Ross E., Malouf, Charles A., and Jacobson, Annette R.(2003). *Consumer Education & Economics*. Glenco/McGraw-Hill: Illinois.
- Varcoe, K. P., Perterson, S., Carrett, C., Martin, A., Rene, P., Costello, C., (2001). What Teens Want to Know about Financial Management. *Journal of Family and Consumer Science*, 93(2), 30-34.
- 仲間 廣美·花城梨枝子(2006). 高校生の携帯電話利用傾向と消費者行動および利用マナー. *日本家庭科教育學會誌*, 49(3), 181-187.

### <국문요약>

인터넷과 이동전화의 보편화된 오늘날의 청소년들이 소비자로서 획득자, 배분자, 구매자, 사용자, 처분자의 역할을 어떻게 해 나가고 있는지를 알아보기 위하여 경남지역 창원시 중학생 열 명을 대상으로 질적연구 방법을 통하여 살펴보았다. 연구 결과, 중학생은 획득자로서 주로 부모에게 용돈을 획득하는데 정기적이고 타협을 통한 획득이 되지 못하므로 바람직한 획득자 역할을 위하여 중학생과 함께 부모를 대상으로 한 용돈교육이 이루어져야 하겠다. 배분자로서는 대부분이 간식비, 오락비, 교통비, 쇼핑에 많이 배분하고 저축에의 배분은 적었고 부모의 통제를 많이 받는 일부는 용돈사용이 억제되었다. 획득한 용돈의 균형 있고 바람직한 배분을 위해 저축교육이 강조되어야 하며 이를 위한 학교와 가정의 연계 교육이 제공되어야겠다. 구매자로서 중학생이 구매하는 물품 및 서비스 비용에 대해 꼼꼼히 검토할 수 있는 능력을 함양시키고, 합리적인 구매자 역할을 위하여 중립적 원천 정보를 이용할 수 있도록 지도하며, 구매와 관련한 문제를 해결할 수 있는 능력을 배양시켜야겠다. 사용자 역할은 매우 미약하므로 중학생들이 많이 사용하는 물품에 대해 환경과 연계한 사용자 교육이 강화되어야겠다. 처분자 역할은 인터넷을 기반으로 하는 N세대의 특성이 그대로 반영되어 인터넷 상에서 교환 및 처분이 이루어지는데 바람직한 처분자 역할을 할 수 있도록 지도가 필요하다. 결론적으로 오늘날의 중학생의 소비자역할에 대한 교육은 학교, 가정, 사회가 서로 연계하여 이루어질 때 더욱 효과적이 될 수 있고, 바람직한 소비자역할을 정립할 수 있겠다.

■ 논문접수일자: 2007년 4월 9일, 논문심사일자: 2007년 5월 22일, 게재확정일자: 2007년 8월 9일