



## 저작자표시 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#) 

허 경 옥 교수지도  
석사학위 청구논문

소비자안전교육 현황 및 활성화 방안  
연구

초·중고 가정과 교과서 내용을 중심으로

2011

성신여자대학교 교육대학원

교육학과 가정교육전공

오 정 은

# 소비자안전교육 현황 및 활성화 방안 연구

초·중고 가정과 교과서 내용을 중심으로

허 경 옥 교수지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2010년 12월

성신여자대학교 교육대학원

교육학과 가정교육전공

오 정 은

# 인 준 서

오정은의 석사학위 논문으로 인준함.

심사위원 \_\_\_\_\_인

심사위원 \_\_\_\_\_인

심사위원 \_\_\_\_\_인

성신여자대학교 교육대학원

## 논문개요

현대사회에서 인간의 소비환경은 다양하게 변화하고 있으며, 새로운 양상의 소비자문제 역시 불거지고 있다. 이 중 소비자안전에 관한 문제는 인간의 생명과도 연관되어 보다 민감하고 중요하게 다루어져야 할 과제이다.

한편, 아동과 청소년이 점점 능동적인 소비주체로 부각되고 있으나, 이들은 소비자안전에 관해 취약한 계층이다. 따라서 학교에서의 체계적이고 깊이 있는 소비자안전교육이 중요할 것이며, 중요한 교육적 매개인 교과서에 수록된 소비자안전교육의 점검이 필요하다.

본 연구는 초·중고 가정과 교과서 내용을 중심으로 소비자안전교육 현황을 조사하고, 소비자안전교육을 보다 나은 방향으로 활성화시키는 것을 목적으로 실행되었다. 이를 위해 첫째, 우리나라 아동·청소년소비자의 소비자안전 피해사건과 사건대응실태를 국내 언론보도를 통해 파악하였다. 둘째, 개정7차 초중고 실과 교육과정 및 교과서에 수록된 소비자안전교육 내용을 조사하였다. 셋째, 실과 교육에서 다루고 있는 소비자안전교육의 정도와 문제점을 살펴보고 이에 대해 제언하였다.

본 연구를 통해 이루어진 초·중고 가정과 교과서 분석의 결과는 다음과 같다.

첫째, 초등학교 5, 6학년에서 이루어지고 있는 실과는 중학교 전(全)학년과 고등학교 1학년에 존재하는 기술·가정과에서 연계되며 이 중 중학교 1, 3학년 가정에서는 소비자교육을 다루는 단원이 거의 없다.

둘째, 초등학교 5, 6학년 실과에서 이루어지는 소비자교육에서는 '용돈 기입장 적기', '금융기관 이해하기', '생활 자원과 환경', '재활용품 만들기'를 소주제로 하여 학습을 의도하고 있다.

셋째, 아동소비자는 그 발달 특성상 위해에 관한 경각심과 예방지식이 부족하고 신체적 약점으로 안전사고가 많이 발생하는 데 비해, 초등학교 실과 교

과서에서 다루어지는 안전교육은 전무한 실정이다.

넷째, 청소년소비자의 인지발달에 따른 단계적 내용과 분량을 할애하지 못하였으며, 제시된 실례가 청소년소비자의 생활과 거리가 있다.

다섯째, 고등학교 1학년 가정과 교과는 소비자교육을 포괄하고 있으나 의·식·주·가족교육과 혼합된 형태로 존재하며 양적으로도 부족하다.

여섯째, 아동·청소년소비자는 성인과 달리 그들만이 가지는 특성과 안전문제가 존재함에도 불구하고, 연령을 분류하지 않은 집계로 계량적 파악이 어려우며 안전이 침해당한 경우에도 성인의 도움 없이는 구제가 어렵다는 것을 짐작할 수 있다.

초·중고 가정과 교과서의 수정과 새 교육과정의 수립 시, 위 같은 문제점이 보완되어 소비자안전교육이 효과적으로 이루어지기를 바라며, 소비자문제 관련기관과 단체가 아동·청소년의 소비자문제를 성인의 소비자문제와 구별 및 파악하여 필요한 정보와 이에 대한 접근과 분석이 용이하게 되기를 제언한다.

# 목 차

## 논문개요

I. 서론	1
-------	---

## II. 이론적 배경

1. 소비자안전과 위해	
1) 소비자안전	3
2) 소비자위해	5
3) 소비자안전정책	9
2. 아동·청소년소비자	
1) 아동소비자의 특성과 안전	15
2) 청소년소비자의 특성과 안전	17
3. 소비자안전교육	
1) 소비자안전교육의 개념	19
2) 소비자안전교육의 내용	20

## III. 소비자안전 피해 현황

1. 소비자안전 피해의 접수추이	24
2. 소비자안전 피해 실태	25

## IV. 실과 및 가정과 교과서 분석

1. 교과서 분석의 방법	29
2. 초등학교 실과 교과서 분석	31
3. 중학교 기술·가정 교과서 분석	32
4. 고등학교 기술·가정 교과서 분석	47

V. 결론 및 제언 . . . . . 54

참 고 문 헌  
부 록

## 표 목 차

<표 1> 연령별 소비자위해 추이 . . . . .	25
<표 2> 소비자교육내용모형 주제별 영역 . . . . .	29
<표 3> 초등학교 5, 6학년 실과 국정교과서 2종 . . . . .	30
<표 4> 중학교 2학년 기술·가정 교과서 출판사별 5종 . . . . .	30
<표 5> 고등학교 1학년 기술·가정 교과서 출판사별 3종 . . . . .	30
<표 6> 실과의 내용 체계표 . . . . .	32
<표 7> 중학교 기술·가정과 내용 체계표 . . . . .	33
<표 8> 중학교 기술·가정교과서에 나타난 소비자안전교육 내용 . . . . .	35
<표 9> 중학교 기술·가정 교과서 5종의 '청소년과 소비생활' 영역 관련 단 원 학습목표 . . . . .	36
<표 10> 중학교 기술·가정교과서 '청소년과 소비생활' 영역의 구성 . . . . .	38
<표 11> 교과서 '청소년과 소비생활' 영역에 나타난 수행과제 . . . . .	40
<표 12> 교과서에 나타난 소비자 피해 사례 관련 내용 . . . . .	41
<표 13> 교과서에 나타난 소비자 문제의 해결 관련 내용 . . . . .	44
<표 14> 교과서에 나타난 소비자안전교육 내용 . . . . .	46
<표 15> 10학년 기술·가정과 내용체계표의 내용체계표 . . . . .	48
<표 16> 고등학교 1학년 기술·가정 교과서의 소비자교육 단원명 . . . . .	49
<표 17> 고등학교 기술·가정 교과서 3종의 중단원 '가정 생활 문화의 변화' 의 학습목표 . . . . .	50
<표 18> 고등학교 기술·가정 교과서 3종의 소비자교육 영역 단원구성 . . . . .	51
<표 19> 교과서에 나타난 소비자안전교육 내용 . . . . .	53

# I. 서론

현대사회에서 소비가 가지는 의미는 중요하며, 사람들은 특별한 경우가 아니면 어느 누구나 소비자로서의 위치에 서게 된다. 더구나 기술의 발전과 생산성 향상이 소비를 초과하면서부터 소비행위는 우리 인간에게 절대적으로 중요한 활동이 되었다(김시월, 2003). 모든 인간은 출생과 더불어 소비자가 된다고 할 만큼 인간과 소비활동은 불가분의 관계로 볼 수 있다.

이 같은 소비환경은 종전과 다른 양상으로 빠른 변화를 보여왔다. 이강현(2005)은 시장 주도자로서 소비자의 위상이 높아진 현대의 소비자환경을 언급하면서, 불확실성의 시대, 무한경쟁의 시대, 고객중심의 시대라는 시대적 변화와 함께 인터넷을 통한 범세계적 소비자 네트워크 형성이 소비자가 세계경제를 지배하게 된 점, 소비자들이 ‘어디서 만들었는가’ 보다는 ‘누구를 위해 만들었는가’로 의식 및 선택기준이 변한 것 등을 그 배경으로 말하였다.

이렇게 인간을 둘러싸고 있는 소비환경이 복잡하고 다양하게 변화함에 따라, 새로운 양상의 소비자문제 역시 불거지고 있음을 간과할 수 없다. 시장개방의 가속화와 정보통신의 기술발달로 국가 간 교역이 활발해지면서 소비자의 편의성이 증가하고 있는 반면, 광우병, 중국산 위해 식품 및 장난감, 멜라민 파동에 이르기까지 소비자안전 및 환경문제 등이 중대 이슈로 부각되고(소비자 피해구제 연보 및 사례집, 2008), 신산업의 등장에 따라 GMO, 새집증후군 등과 같은 새로운 소비자안전문제가 등장하였다. 소비자는 편리한 삶을 살고 있지만, 그들의 안전에 관해서는 늘 새롭게 등장하는 복잡하고 다양한 모습의 위협으로부터 무방비 상태로 있는 것이다.

인간이 위협으로부터 신체를 보호하려는 본능을 가지고 있다는 점에서 생명과도 직결되는 안전에 관한 사항은 소비자 권리의 차원이 아니라 인간의 존엄성 측면에서 다루어질 수 있는 문제일 것이다. 따라서 소비자안전에 관한 문제는 시대변화에 상관없이도 민감하게 다루어져야 하는 사항으로 소비자안전

교육은 개인 및 국가와 기관이 책임을 갖고 이루어야 할 중요 과제이다.

소비자교육의 경우 가정교육, 사회교육도 중요하지만 단계적이고 체계적인 교육을 실시 할 수 있는 학교교육이 중심이 되어야 한다(이경자, 1995)는 점에서, 그 중심에 우리나라의 경우 의무교육기관인 초등학교와 중학교를 거론할 수 있다. 따라서 어린이와 청소년의 소비문화 특성과 이들의 안전할 권리가 침해당한 사례를 우선 파악하여 그들이 노출될 수 있는 위험사항에 초점을 맞추어 이를 바탕으로 소비자안전교육의 과제를 책정해야 할 것이다.

본 연구는 위와 같은 요구에 따라 특히 어린이와 청소년을 대상으로 하는 소비자안전교육에 도움이 되고자 다음의 연구목표를 설정하였다. 첫째, 우리나라 아동·청소년소비자의 소비자안전피해사건과 사건대응실태를 파악하고, 둘째, 개정7차 초중고 실과 교육과정 및 교과서에 수록된 소비자안전교육 내용을 조사하여, 셋째, 실과 교육에서 다루고 있는 소비자안전교육의 정도와 문제점을 살펴보고 이에 대해 제언한다.

국내 소비자위해 사례의 특징을 파악하여 적절한 구제책과 예비방안을 모색하려는 이들과 소비자안전교육의 과제 설정을 모색하는 이들에게 본 논문이 활용되기를 바란다. 또한, 본 논문은 초등학교와 중·고등학교 시기의 소비자안전교육의 중요 부분을 맡고 있는 실과 및 가정 교과서를 분석하였으므로 학교 현장에서 소비자안전교육을 담당하는 이들에게도 본 연구가 도움이 되기를 바란다.

## II. 이론적 배경

### 1. 소비자안전과 위해

#### 1) 소비자안전

소비자안전의 문제가 사회적 이슈로 등장한 것은 20세기 후반의 일이다. 미국의 경우 1960년대 중반 이전까지는 정부나 의회의 친기업적인 정책노선으로 인해 소비자안전을 위한 사회적 규제에 소극적이었으나, 1960년대 중반 이후 환경문제, 소비자문제, 근로자안전 및 복지 문제 등 인간의 기본적 권리 및 사회적 형평성에 관한 요구가 높아지자 소비자안전성 문제가 하나의 중요한 정부정책 대상으로 제기되었다. 우리나라의 경우 1960년대 이후 산업화 과정에서 생산자와 소비자 사이에 다양한 문제가 발생되었으나, 소비제품의 안전 문제는 그다지 주목을 받지 못하였다. 그러나 경제가 발전하고 산업구조가 고도화되면서 결함제품으로부터 소비자안전을 확보하는 문제가 중요한 정책이슈로 다루어지게 되었고(허경옥, 2009), 이 시기 우리나라는 1980년 헌법으로 국가가 소비자 주권을 보장한다고 천명하고 소비자 보호법을 제정하여 소비자의 8가지 권리를 정하였다. 소비자권리에 대한 인식조차 미흡하던 1980년대에 소비자권리를 명시한 소비자보호법(2008년 소비자보호법의 명칭을 소비자기본법으로 변경)의 제정은 비로소 사회 전반에 소비자에 대한 새로운 인식을 심어주는 계기가 되었다.

소비자의 권리는 위해로부터 보호받을 권리, 지식 및 정보를 제공받을 권리, 선택할 권리, 의견을 반영할 권리, 피해보상을 받을 권리, 교육을 받을 권리, 단체의 조직 및 활동의 권리, 안전하고 쾌적한 환경에서 소비할 권리의 8가지로 정의할 수 있다. 이 중 소비자가 생명이나 신체상의 피해를 입지 않고 안전해야 할 권리는 인간이 위험으로부터 자신을 보호하려는 본능을 가지고 있

고, 소비자 역시 인간이라는 점에서 소비자의 가장 기본적인 권리라고 할 수 있다. 소비자는 소비자의 안전을 위협하는 모든 유형의 위험을 정확히 파악하고, 그 위험의 원인을 분석, 제거할 수 있는 능력과 시스템을 구축하도록 요구할 권리가 있는 동시에 소비자 스스로 안전을 위해 지켜야 할 다양한 노력을 수행할 의무가 있다고 볼 수 있다. 또, 이는 국가가 신체나 생명을 위협하는 위해한 제품으로부터 소비자의 안전을 도모하기 위해서 안전기준을 재정하고 위해제품을 수거·과기할 의무를 가짐을 의미한다고 볼 수 있을 것이다(최은희, 2007).

안전에 관한 권리는 1962년 미국의 케네디 대통령이 연방의회에 보낸 소비자의 이익보호에 관한 특별교서를 통해 밝힌 '소비자의 4대 권리'중의 하나로, 케네디 대통령의 교서에서 소비자는 건강과 생명의 피해 및 위험으로부터 안전함을 보장받을 권리가 있음을 밝힌 이래로 안전에 관한 권리는 거래의 기본적인 이념으로 받아들여지고 있다. UN에서는 1982년 UN 통합자료를 작성하여 위험한 상품에 대하여 행동을 취하기도 했으며 1985년에 소비자보호지침을 채택하기도 하였다. 또한 국제소비자연맹(CI: Consumer International)에서는 1981년 위험상품을 소비자에게 경고하기 위해 소비자국제경찰(Consumer Inerpol)을 발족시켜 위해상품의 유통을 국제적으로 금지시키는 역할을 하고 있다. 우리나라는 1970년대 중반이후 안전규제를 포함한 사회적 규제가 증가하는 등 소비자안전에 대한 정부의 책임이 증가하였다.

소비자안전에 대해 정의하자면, 소비자가 사용 또는 이용하는 물품이나 서비스로 인해 소비자에게 노출될 수 있는 위험으로부터 부상, 환경적 질병, 재산적 손실의 위험성을 최소화하려고 시도하는 끊임없는 상태라고 할 수 있다. 배순영과 동료 연구자들(2006)은 소비자안전은 다양한 소비자 위험요인 또는 위해요인으로부터 위해가 발생하지 않도록 조치된 상태를 의미한다고 정의하였으며, 소비자안전체감지수를 개발하였는데 그 구성영역으로 위해발생 가능성, 안전중요도 인식, 위해경험정도, 위해심각성 정도의 4가지를 포함하였다.

소비자안전체감지수란 소비생활에서 사용되는 각종 물품, 용역 및 소비부문 별로 소비자의 안전체감수준을 파악하기 위해 이들에 대한 위해불안감, 중요도 인식, 실제 위해경험 및 정도 등을 조사하여 지수화한 것이다. 다시 말해, 소비자안전체감지수는 소비자 부문에 대한 국민의 안전체감도가 어느 정도 수준인지를 진단하기 위한 지표(100점 만점)이다. 한국소비자원에서는 소비자안전체감지수를 산정한 바 있는데 소비자들이 느끼는 안전체감도와 위해정도, 안전사고 발생건수 등을 종합하여 만들었으며, 식품, 의약품, 가스, 가전, 시설품, 스포츠레저, 기타 생활용품 등 주요 품목별로 측정하였다. 위해경험 및 정도는 소비자안전센터(한국소비자원)의 위해정보통계(실제 위해사례) 등을 기초로 측정한다. 한국소비자원(2006)의 조사결과에 따르면, 7대 부문의 종합적 소비자위해체감지수는 51.82로 최고의 위해체감을 100으로 두었을 때 소비자들이 평균적으로 51.82만큼 체감하고 있음을 의미한다.

## 2) 소비자위해

현대인은 재화와 서비스를 손쉽게 소비하며, 생활의 풍요로움과 편리성을 누리지만 새로운 소비자피해의 발생이 야기되었다. 소비자의 위해(Hazard)는 소비자의 생명, 신체 또는 재산상에 해를 끼친 실제적 상황을 말한다. 즉 물품 및 용역의 사용으로 생명을 잃거나 신체적 손상이 발생한 사고이다. 소비자피해의 특징으로 김시월(2003)은 다음과 같은 여섯 가지를 들었다. 첫째, 보편적으로 발생한다. 둘째, 피해원인을 규명하기 곤란한 점도 있다. 셋째, 피해가 소액에서 다액 및 인체의 안전과 관련된 심각성이 있다. 넷째, 소액다수의 피해로 인하여 피해가 광범위하게 파급된다. 다섯째, 소비자와 사업자의 당사자 간 지위가 불평등한 점에도 기인한다. 여섯째, 바쁜 생활과 경제적 효율로 인하여 문제를 회피하는 점도 있다.

이 같은 특성을 갖는 소비자피해 중 인간의 생명이나 신체에 대한 피해는

더 민감하고 중요하게 취급되어야 할 문제일 것이다. 이강현(2005)은 소비자안전문제의 발생요인으로 다음의 다섯 가지를 들었다.

첫째, 설계상의 결함: 물품의 제조시기에 있어서의 기술수준에 비추어 볼 때 당연히 갖추어야 될 부분이 갖추어지지 않았거나, 갖추어져 있다 하더라도 구조적으로 문제가 있는 경우

둘째, 제조상의 결함: 소비자피해를 해결하기 위해서는 정부차원에서 이루어지는 적절한 규제책 실시로 피해입은 소비자 권리를 보상받아야 할 것이며, 이같은 피해가 발생되지 않도록 가정과 학교, 사회가 올바른 소비자교육의 장이 될 수 있도록 하여 소비자가 스스로를 보호하는 능력을 갖출 수 있도록 하는 데 주안을 두어야 할 것이다.

셋째, 경고·표시 및 유통 상의 결함: 물품 특성, 사용방법, 주의사항 등 표시사항이 빠져있거나 불충분하여 소비자가 위해를 입었거나 입을 우려가 있는 경우

넷째, 개발 도상의 위험: 종래의 지식수준에 의하여 위험이 없는 것으로 여겨졌던 물품이 뜻밖에도 유해하다고 판명이 나는 경우

다섯째, 사용상의 잘못: 제조자가 아무리 안전하게 만들고 경고 표시를 철저히 하게 하더라도 이를 사용하는 소비자가 주의의무를 다하지 않을 경우

허경옥(2009)에 따른 소비자들이 위험에 노출되고 소비자안전이 확보되지 못하는 이유는 다음과 같다. 첫째, 소비자들은 점점 더 복잡해져 가는 제품들의 사용에 따른 위험을 인지하지 못하고 있다. 둘째, 위험을 알고 있는 경우에도 소비자가 이에 대처할 능력이 없는 경우가 많다. 셋째, 소비자들은 정확한 제품안전정보를 얻고자 하는 의지가 약하거나 잘못된 광고 등으로 인해 제품의 안전성을 잘못 인지하는 경우가 많다. 이를 통해 소비자안전을 확보하는데 있어 기업이나 정부의 노력 이외에 소비자의 안전의식 및 안전추구행동의 중요성을 알 수 있다.

이같이 소비자의 안전의식이 중요함에도 불구하고, 소비자의 위험정보인지

정도를 조사한 최근 연구결과를 살펴보면, 소비자들이 제품 구입시 특정제품의 위험에 관한 정보를 어느 정도 인지하고 있는지에 대한 조사결과 ‘해당제품의 위해 정보를 잘 알고 있다’라고 응답한 경우가 전체의 40% 수준 밖에 되지 않는 것으로 나타나고 있다. 또한 제품의 사고원인에 대한 인지여부를 묻는 질문에서도 대부분의 소비자들이 사고원인을 분명하게 알지 못하고 있으며 특히, 의약품이나 학용품, 식품 등의 제품은 약 80%의 경우가 사고의 원인을 제대로 알지 못하는 것으로 나타났다. 또한, 일상 제품의 유해물질함유에 관한 최근의 보도에 따르면 소비자가 유해물질에 대해 잘 알고 있는 경우는 응답자의 17%에 불과하였다.

즉, 대부분의 소비자들은 위험 관련 정보를 정확히 알지 못하며, 소비자의 제품의 사고원인에 대한 지식도 부족함을 알 수 있다(허경옥, 2009). 소비자안전 정보의 문제는 정보의 양적인 측면과 부정확한 정보의 인지 등 질적인 측면에서 모두 완전하지 못하다는 의미이다. 소비자들이 제품위험 관련 정보를 충분히 읽거나 탐색하지 않는 원인은 크게 네 가지로 제시할 수 있다. 첫째, 소비자는 제품의 특성을 충분히 파악하는데 비용이 지출되므로 안전정보 획득 및 활용을 적극하지 않는 경향이 있다. 기술발달로 더욱 다양하고 정교한 제품이 생산되는 상황에서 이들 제품의 안전에 대한 소비자정보탐색 부족은 올바르게 사용하지 않은 사용 및 소비, 안전사고유발 등으로 이어질 수 있다. 소비자는 구매제품의 위험성, 다른 제품과의 안전성 비교, 제품 생산자가 제품생산과정에서 얼마나 안전에 주의하는가 등에 대한 정보를 획득하기 위해 탐색비용을 지출해야 한다. 보통, 소비자는 안전정보탐색 노력 비용이 노력의 이익보다 크다고 판단하는 경우 소비자는 안전정보탐색 노력에 소홀하게 된다.

둘째, 소비자는 제품의 위험가능성을 과소 인지하는 성향이 있다. 예를 들어 하루에도 수많은 자동차 사고통계 및 위해소식을 접하고 있으면서도 ‘설마 내가’ 라는 생각을 가지고 있고, 위험은 자신과는 무관하다는 심리적 판단을 하는 경향이 있다. 소비자의 사고발생 가능성을 무시하는 성향은 위험관련정보

탐색을 소홀하게 만드는 원인이다.

셋째, 탄산음료의 병이 폭발하는 사고처럼 제품의 사고발생 빈도가 매우 낮은 경우 소비자는 안전정보를 탐색하지 않는 경향이 있다. 보통 소비자는 구매 및 사용경험에 의해 제품의 위험정보를 탐색하는 경향이 있는데 이는 바람직하지 않을 수 있다. 또한 피해의 심각도가 큰 경우임에도 소비자 자신의 경험문제에 의해 위험정보탐색여부를 결정하는 것은 심각한 문제를 불러일으킬 수 있다.

넷째, 소비자는 반복해서 사용하지 않는 제품의 경우 또는 단기적 사용을 위한 구매의 경우 구입 전에 제품안전정보탐색을 소홀히 할 가능성이 높다.

일반적으로 소비자는 제품위험정보를 적게 소유할수록 자신의 조심성이나 주의수준을 줄이게 되어 제품 관련 사고율이 높아진다. 또한 안전정보를 부정확하게 인지하는 경우, 제품의 위험수준을 과대 인지하거나 과소 인지하는 경우, 소비자는 적절한 정도의 주의수준을 보이지 않아 일반적으로 기대되는 사고발생보다 높은 사고를 초래하게 된다. 또 다른 한편 소비자의 안전정보부족은 생산자의 제품안전경영 및 안전제품생산 및 유통 노력에 부정적 영향을 미친다. 생산자는 소비자의 안전정보탐색활동 부족 성향을 악용하여 제품의 안전성 향상을 위한 노력을 게을리 할 수도 있다. 악순환적으로 자신의 제품에 대한 위험관련 정보를 잘 알고 있는 생산자는 여러 가지 이유로 이러한 정보를 소비자들에게 공개하지 않으려 할 것이며 그 결과 소비자의 제품위험정보가 부족해지게 된다.

결국 소비자들은 안전한 제품을 구매하고 사용하며 기업의 안전추구경영을 촉구할 책임이 있다. 이를 위해 소비자는 TV, 신문, 전문기관의 안전정보지 등을 활용하여 객관적인 안전정보를 적극적으로 탐색해야 한다. 기술표준원에서 운영하는 제품안전에 관한 종합정보지 '제품안전뉴스', 제품안전포탈시스템 등의 검색을 통하여 불법·불량제품 관련 정보를 실시간으로 검색할 필요가 있다. 또한 정보탐색과정에서 다양한 정보 중 상품안전문제를 우선적으로 파악

하고 그 결과를 다른 소비자들과 적극 교류하여야 한다. 제품 보증의 실태와 특성에 대한 정보, 고도의 기술제품이나 위험 가능성이 높은 제품에 대한 안전정보는 물론 편의품적인 성격을 갖는 일상용품이나 식품 등에 대해서도 안전정보를 적극 탐색하고 활용하여야 한다. 소비자는 습관적 선택 및 안전정보 탐색 부족에 의한 안전치 못한 제품구매 요소를 제거하도록 노력하여야 한다.

### 3) 소비자안전정책

소비자정책은 소비자와 사업자간의 거래 관계에서 끊임없이 새로운 양상으로 나타나는 소비자문제를 해결하고 소비자를 보호하기 위한 산물이다. 우리나라는 1980년대부터 불량상품 문제, 독과점문제 등 소비자문제가 전국적으로 광범위하게 나타나자 정부에서는 소비자보호 정책을 경제정책의 한 부분으로 수립 시행하였다. 1980년 소비자보호법이 제정되었으며, 또 한 독점규제 및 공정거래에 관한 법률이 제정되어 소비자문제가 입법 정책에 적극 반영되었다. 하지만 1980년대에 제정된 소비자보호법이 사회변화에 따른 소비자의 욕구충족 및 소비자보호에 미비하였으므로 1986년 1차 개정되었다. 1986년에는 약관규제법을 제정하여 사업자의 약관에 대한 명시, 설명의무 등을 명문화하고 불공정한 내용의 약관을 규제하였으며, 1987년에는 실질적인 소비자보호업무를 담당할 수 있는 정부산하의 한국소비자보호원을 설립하여 소비자보호에 한층 더 박차를 가하였다(이승신 외, 1999).

소비제품의 안전성을 확보하기 위한 여러 정책 수단을 살펴보면, 첫째, 사고 예방 및 재발방지를 위한 정부의 직접적인 안전규제정책, 둘째, 안전사고가 발생한 경우 그 피해에 대한 사후피해구제, 셋째, 정부의 간접적 안전규제정책으로써, 위해·위험정보의 공개정책, 넷째, 소비자에 대한 안전교육이나 홍보 등 소비자지원 정책이 있다.

안전사고의 사전 예방을 위한 제품안전규제는 안전기준에 의한 규제와 직접

적인 법적 제한을 통한 규제가 있다. 안전기준을 통한 정부 규제는 제품의 기술적 복잡성으로 소비자들이 제품안전에 대한 사전 인지가 어려우며 피해발생 시 신체, 생명, 재산에 피해가 우려되는 제품에 대해 정부가 개별 제품별로 안전기준을 정하여 이에 적합한 제품만을 생산·유통하도록 하는 것이다.

소비자안전을 도모하기 위한 사전적 안전기준을 통한 규제의 절차를 구체적으로 살펴보면, 첫째, 소비자안전을 위해 각종 위해방지기준을 제정하고 정기적인 시험, 검사, 조사를 통해 준수여부를 확인한다. 둘째, 시험검사결과 소비자의 생명, 신체, 재산상의 위해를 끼칠 우려가 있는 물품 등의 경우에는 사업자에게 수거, 파기 등을 명령한다. 셋째, 소비자위해정보의 수집과 분석업무를 지속적으로 추진한다. 넷째, 사업자에게 자기가 공급한 물품 등의 결함정보를 알게 된 때 국가에 보고토록 하는 정보고지의무를 부여한다. 다섯째, 소비자위해 발생에 대해 능동적이고 신속하게 대처하기 위해 사업자에게 위해물품의 자진수거 또는 자율적 리콜 등의 의무를 부여한다.

한편, 공산품의 경우 안전기준과 관련한 규제는 다음과 같은 방법을 포함한다. 첫째, 안전인증제도로서 품질경영 및 공산품 안전관리법에 의해 안전성이 중요시되는 공산품에 대하여 최저안전기준을 설정해 놓고 제품 출고 전에 검사하는 제도이다. 둘째, 자율안전제도로서 안전검사 대상 공산품으로 인한 위험을 예방하기 위하여 공산품의 안전을 사업자 스스로 인증을 받도록 하는 제도를 말한다. 셋째, 형식승인제도로서 자동차·소방용기구 등은 자동차관리법·소방법, 전기용품 등은 전기용품 안전관리법에 따라 형식승인을 받도록 하고 승인을 받은 제품만 판매할 수 있도록 규제하는 제도이다. 넷째, 품질표시제도로써 소비자가 품질을 식별하기 곤란한 제품에 대하여 제품의 성분, 규격, 용도 등 품질에 관한 사항과 사용상 주의사항을 제품별 표시기준에 따라 제조자가 표시하도록 하는 제도이다. 다섯째, 품질인증제도로서 안전검사 대상 공산품에 부여하는 'KPS'마크와 전기용품에 부여되는 'K'마크, 보일러 등 열사용기자재에 부여되는 '열'마크, 가스용품에 대한 '검'마크 등이 있으며, 이 외에도

정부는 다양한 방법으로 안전을 확보하기 위해 규제를 하게 되는데 다음과 같다.

- 허가제도... 물품을 만들 기업에 대한 허가
- 리콜제도... 하자제품의 책임 수리 교환
- 사전검사제도... 공장출하 전 성능을 확인하는 제도
- 사후검사제도... 유통 의약품 수거 검사
- 생산자 추적(이력)시스템... 소비자가 식품 내력을 알 수 있는 시스템 (예: 쇠고기 가공 생산수단 및 유통단계를 알 수 있음, 인터넷 쇼핑몰의 배송추적)

소비자안전을 위한 제도적 장치로는 민사, 행정, 형사 등 다양한 법적 규제수단이 있다. 대표적인 소비자보호규제수단으로는 시정명령, 영업정지, 과태료, 과징금 등이고 행정제재는 물론 벌금, 징역, 양벌규정 등 형사제재가 있다. 그리고 결함제품에 대해서는 리콜제도와 제조물책임법에 의한 제조물책임제도가 있다. 그러나 행정 및 형사규제수단의 경우 해당 행정기관이나 검·경찰의 인력한계 등으로 모든 위법행위를 적발할 수 없어 사업자의 위법행위는 근절되지 않고 있다. 또 리콜이나 제조물책임의 경우에도 위해나 결함정보를 사전 또는 사후에 파악할 수 없는 경우 제도의 실효성을 확보할 수 없는 제도적 한계가 있다(허경옥, 2009).

소비자보호법 공포 후 소비자안전에 대한 개념이 정립되어가고 있는 우리나라의 제품안전에 관한 법규로는 품질경영 및 공산품 안전관리법, 전기용품 안전관리법이 대표적이다. 이외에도 개별 제품에 따라 건축법, 식품위생법, 도로운송차량법, 약사법, 고압가스 안전관리법, 도시가스사업법 등이 안전과 관련한 법이다. 이들 제품안전에 관한 법체계는 일반법과 개별법으로 구분할 수 있다. 일반법은 모든 제품에 대해서 포괄적으로 적용되는 법률을 의미하는데, 소비자안전 또는 제품안전에 관한 조항을 포함하고 있는 법률은 소비자 기본법, 산업표준화법, 표시·광고의 공정화에 관한 법률, 제조물책임법 등이다. 개별법은 각각의 품목에 대해서만 적용되는 법률을 의미한다. 예를 들면, 품질경

영 및 공산품 안전관리법, 전기용품 안전관리법, 고압가스 안전관리법, 수상 레저안전법, 승강기제조 및 관리에 관한 법률, 시설물의 안전관리에 관한 특별법, 식품위생법, 어린이놀이시설 안전관리법, 자동차관리법 등이다.

일반법과 개별법의 관계에 있어서 각 제품의 제품안전에 관한 사항은 개별법의 규정의 적용을 받는다. 그러나 개별법이 존재하지 않거나 개별법이 존재하더라도 관련 규정이 미비한 경우에는 일반법을 적용할 수 있다. 모든 제품마다 개별법을 설치하는 데에는 한계가 있기 때문에 개별법이 존재하지 않는 제품에 대해서는 일반법을 적용할 수 있다. 개별법에 제품안전에 관한 사항이 충분히 규정되어 있지 않을 경우에도 소비자기본법의 안전 관련 규정을 적용할 수 있다. 그러나 소비자기본법은 소비자주권 확보를 목표로 하는 일반법으로 제품안전 또는 소비자안전에 대한 일반법이 아니다. 이 같은 이유에서 개별법에서 적용할 수 없는 여러 소비제품의 안전을 확보하기 위한 제품안전에 관한 일반법(가칭 제품안전법)의 제정이 필요하다는 의견이 제기되어 왔다.

소비자기본법에서는 소비자의 생명, 신체 및 재산상의 피해를 방지하기 위하여 위해방지기준 제도를 규정하고 있다. 그 내용은 다음과 같다.

- 기준제정권자를 중앙행정기관의 장으로 정하고 각 주무장관은 그 주관하는 물품 및 용역에 관한 위해방지 기준을 정할 수 있도록 하고 있다.
- 해당 위해방지기준은 소비자의 생명, 신체 및 재산상의 피해를 방지하기 위한 기준으로 물품 및 용역의 성분, 함량, 구조 등 그 중요한 내용, 물품 및 용역의 사용 또는 이용상의 지시사항이나 경고 등 표시할 내용과 방법, 기타 위해를 방지하기 위하여 필요하다고 인정되는 사항이다.
- 위해방지기준을 제정하거나 변경한 때에는 이를 고시하여 일반에게 알려야 한다.
- 중앙행정기관의 장은 그 주관하는 물품 및 용역에 대한 위해방지기준을 사업자가 준수하는지 여부를 정기적으로 시험검사 또는 조사하여야 하며, 소비자의 생명, 신체 및 재산상의 안전에 현저한 위해를 끼칠 우려가 있는 경우에

는 사업자에게 수거·파기 또는 금지를 명할 수 있다.

- 중앙행정기관의 장은 사업자가 앞의 수거·파기 명령에 따르지 아니하는 경우 대통령령이 정하는 바에 따라 이를 직접 수거하여 파기할 수 있다.
- 사업자는 소비자안전에 관한 국가 및 지방자치단체의 시책에 적극 협력하여야 하며, 위해방지기준에 위배되는 물품을 제조·수입·판매하거나 용역을 제공하면 안된다.
- 사업자가 소비자안전과 관련한 명령에 위반하는 경우에는 3년 이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금에 처해진다.

허경옥(2009)은 우리나라 소비자안전정책이 효율적으로 수행되지 못하고 있는 원인을 법적 측면에서 살펴보았는데 다음과 같다. 소비자안전정책을 중요 업무로 책임 있게 수행할 수 있는 안전관련 일반법이 존재하지 않고 있다. 소비자안전만을 체계적이고 집중적으로 다루는 일반법이 존재하여야 소비자안전 문제가 발생하더라도 이를 위한 프로그램개발 및 정책이 제대로 효과적으로 추진될 수 있다. 최근 소비자기본법의 개정과 함께 공정거래위원회가 소비자보호에 관한 주무부서로서 여러 가지 행정기능을 수행하고 있으나 안전 업무가 다소 취약한 상황이다. 소비자기본법에는 소비자안전정책의 집행 부서를 명문화하여 실무부서 간 업무의 명확성을 구분하는 규정이 없다. 기타 관련 규정도 구체화된 시행령이나 행정규칙 등 보완규정의 미비로 실효성에 의문이 생기고 있다. 소비자안전을 담당하는 정부 부처도 한국소비자원의 경우 위해정보수집 및 분석업무, 시도지사의 경우 리콜제도 운영 등 여러 과에 분담하고 있다.

일본의 가장 대표적인 제품안전 관련법은 소비생활용품제품안전법이다. 개별법의 규제를 받고 있지 않은 제품에 대해서는 소비생활용품제품안전법에 의해 포괄적으로 규제하고 있다. 소비생활용품제품안전법의 대상은 주로 일반 소비자의 사용을 목적으로 하는 제품에 한정되며, 주 용도가 업무용인 제품이나 산업기계 등에 대해서는 적용되지 않고 있다. 소비생활용품제품안전법은 소비생활

용품의 결함에 의한 사고를 미연에 방지하고, 안전한 소비생활을 확보하기 위하여 '국가에 의한 위험한 제품의 규제'와 '제품의 안전성 확보 향상'에 관한 민간의 자주적인 활동의 추진' 등을 위한 체제가 규정되어 있다. 소비생활용품안전법에 따라 소비생활제품 가운데 구조, 재질, 사용상황 등으로 미루어 볼 때 소비자의 생명 및 안전에 특히 위험을 끼칠 요소가 많다고 인정된 제품을 지정하여 자기적합성확인 및 제3자 검사기관의 검사· 신고를 통해 PSC(Product Safety Consumer)마크를 부여하고 있다. 이 인증의 성격은 자기확인 및 제3검사기관에 의한 검사, 신고제도이다. 대상품목은 특정제품 3개, 특별특정제품 3개이다. 제품안전법은 안전기준에 적합하다는 취지의 PSC마크가 미부착된 특정제품의 판매를 금지하고 있으며 PSC마크가 없는 제품이 시중에 유통될 경우 국가는 제조사업자에게 회수 등의 조치를 명할 수 있다. 사업신고자는 제조 또는 수입하려는 제품이 특별특정제품일 경우 주무장관이 인정 또는 승인하는 검사기관에 의해 적합성검사를 받고, 해당 증명서를 교부받아 보존해야 한다.

유럽연합(EU)에서는 1980년대 말부터 EU차원에서 제품의 안전성을 화고하고, 회원국 안전규칙의 균일화를 도모하는 입법을 개시하였으며, 1993년부터 소비자의 안전·위생·건강·환경과 관련하여 유럽연합이 정한 기본적 조건을 준수하는 제품에 통일된 CE 마크(Conformite Europeenne Mark)를 부착하는 것이 의무화되었다.

## 2. 아동·청소년소비자

### 1) 아동소비자의 특성과 안전

과거의 시장은 성인소비자가 중심이었으나 현대사회의 시장은 모든 소비자들을 대상으로 하고 있다. 그 중 아동을 대상으로 하는 시장을 뜻하는 엔젤마켓(angel market), 키즈마켓(kids market)의 새로운 용어가 생겨나는 등 현대 사회의 아동은 새로운 소비 집단으로 부상하고 있다.

아동기란 6~12세 무렵을 말하며, 우리나라는 일반적으로 만 6세에 초등학교에 입학하므로 학령 전 아동소비자의 연령은 대체로 만 5세 이하로 보고, 그 이상 연령의 아동은 학령기 아동으로 구분할 수 있다. 아동은 2~3세때부터 학습을 통하여 소비자행동을 수행한다. 학습은 부모의 소비자행동을 관찰함으로써, 광고를 포함하여 TV를 시청함으로써, 소비자행동을 자극하는 많은 상품과 가정에 있는 제품과 상호작용함으로써, 놀이를 통하여 부모의 소비자행동을 모방함으로써 이루어진다.

핵가족화와 자녀수의 감소로 가정에서 아동의 지위가 높아짐에 따라, 가정의 구매의사결정에서 아동의 영향력이 증가하게 되었다(서정희, 2004). 최근에는 초등학생들이 제품을 스스로 구매하는 경향이 뚜렷해지고 있으며 이러한 아동들을 대상으로 캐릭터를 활용한 제품의 출시가 증가하는 등의 아동 소비자를 위한 마케팅의 차별화가 진행(문선영, 2008)될 만큼, 아동은 부모에게 자신이 필요한 상품이나 서비스를 사줄 것을 더 많이 요구하고 있을 뿐 아니라, 직접 구매하는 경우도 증가함으로써 아동의 소비자로서의 사회화 시기는 더욱 빠르고 중요한 양상을 나타내어 기업도 아동을 대상으로 별도의 마케팅전략을 펼치고 있다.

아동은 성인에 비하여 판단력이 미숙하고 욕구충족 행동을 연기시키지 못한다. 오늘날의 아동소비자에게는 새롭고 보다 많은 것이 좋다는 식의 소비가

치관과 외국지향적인 소비패턴이 퍼져 있고(이낙봉, 1990), 아동소비자들은 일반적인 소비생활문제뿐만 아니라 아동 특유의 소비생활문제를 경험하게 된다(송미애·이승신, 2004). 소비자로서의 능력이 완전히 형성되지 않은 상태에서 이루어지고 있는 경품, 무료 견본품 제공, 쿠폰, 추첨 응모 등과 같은 기업의 판매촉진 활동이 아동소비자의 비합리적인 소비생활을 촉진하고 있다(채정숙 외 4인, 2001).

재정경제원(1997)이 아동비자들의 소비의식과 행태를 조사한 결과(송미애·이승신, 2004)에 의하면 아동소비자들은 구매단계에서는 분수에 맞지 않는 비싼 물건을 스스로없이 사고 과시·모방심리에 의해 외제 및 고급제품을 선호한다.

안전이라는 개념은 연령을 떠나서 모든 인간에게 필요한 것이다. 다만, 아동의 경우 신체와 지적능력이 미숙하고 스스로를 보호할 수 있는 능력이 낮기 때문에 아동소비자의 능력은 특별히 더 논할 필요가 있을 것이다.

백옥선(2007)의 연구에서 언급된 바에 따르면, 현대사회의 아동복지 개념과 관련해서 아동안전의 개념을 도출해보자면 아동이 성장·발달하는 동안 정신적으로나 신체적으로나 건강하게 아동에게 내재되어 있는 잠재적 능력을 발휘할 수 있는 위험이 없는 상태라고 정의할 수 있다. 아동안전이라고 하는 것은 아동의 성장·발달과 관련된 넓은 영역과의 관련이 필연적이므로 일반적 성인의 안전보다는 훨씬 광범위한 부분을 차지하고 있고 그 정도에 있어서도 강한 정도의 보장이 이루어져야 하는 개념으로 생각할 수 있다. 한국소비자원의 자료(2008)에 따르면 우리나라의 어린이 안전사고사망률은 2003년부터 범정부적으로 추진하고 있는 '어린이안전종합대책' 시행이후 지속적으로 감소하고 있는 것으로 나타났으나, 이는 OECD(평균 7.3명)보다 여전히 높은 실정이다.

미국 소비자제품안전위원회(CPSC: Consumer Product Safety Commission)의 경우 어린이안전을 확보하기 위한 각종정책을 적극적으로 펼치고 있어 괄목할 만큼의 성과를 거두고 있다. 어린이 안전사고 관련 예방조치, 리콜을 위해 어린이 전용 안전포탈을 운영하고 있으며, 어린이를 위한 제품안전 관련 교육,

홍보 및 유인물 발간, 어린이 관련 장난감, 포장지, 장난감을 제외한 공산품 품목을 자세히 분류하여 리콜 상황, 리콜접수 내용 등에 관한 정보 제공 등을 하고 있다.

## 2) 청소년소비자의 특성과 안전

학자에 따라 청소년의 분류방식이 다양하나, 본 연구에서는 우리나라의 교육과정상 중·고등학생시기를 청소년으로 보고 통상적으로 만 13~18세를 청소년으로 보는 것에 기준을 두었다. 청소년은 발달단계에서 아동과 성인의 중간에 위치한다. 청소년 소비자가 부모로부터 독립된 소비자 행동을 하고, 또래 집단의 영향을 크게 받으며, 성인 소비자 행동으로의 이행과정에 위치해 있어 아동기와 청소년기의 소비 관련 경험들이 성인이 될 때까지 지속되어 성인 소비자 행동의 유형을 결정하고, 가치관 혼란에서 오는 소비 행동으로 심한 갈등을 겪기도 한다. 따라서 과시소비, 모방소비, 충동소비, 과소비 등의 소비 행동으로 표출되는 경우가 많다는 특징이 있다. 특히 이 시기에는 대중매체와 준거집단이 가장 큰 영향을 미치는 요인인데 대중매체나 준거집단은 청소년 소비자의 합리적인 소비 행동을 촉진하기보다는 비합리적인 소비 행동이나 소비자 문제를 야기하는 측면이 있다. 그러므로 고도 소비사회에서는 상품에 대한 다양한 지식 습득과 소비 가치의 형성을 위해 소비자교육이 필요하다.

즉, 청소년기는 소비자사회화 과정에 있어서 결정적 시기로서(Moschis, 1978), 이 시기에 형성된 소비자로서의 태도는 성인기의 소비생활까지 연장될 수 있다는 점을 감안할 때 청소년소비자의 올바른 가치관 함양은 매우 중요한 일이다.

또한 청소년기를 소비의 연습기로 보았던 과거와 달리, 현대 소비의 중요한 주체자로서 이들을 조망하는 변화가 생겨나고 있다. 즉, 이들의 소비자 역할은 과거보다 중요해지고 있다. 물질적 풍요 속에서 자라난 14~19세의 청소년들

은 전체인구의 8%를 점유하고 있으며 청소년들은 절약을 미덕으로 삼던 기성세대와는 다른 구매패턴을 나타내고 그 결과 직접 소비하는 소비액이 증가하고 있어, 현재 매력적인 시장으로 주목되고 있다(임수연·나영주, 2005)는 연구는 주요소비자층으로서 성인 못지않게 청소년의 소비시장이 확대되고 있음을 예상할 수 있게 한다.

청소년소비자는 소비생활에 대해 친구의 영향을 많이 받고, 유행에 민감하며, 광고에 현혹되기 쉬워 합리적인 소비자로서의 역할을 제대로 수행하기 어려운 시기라고 할 수 있다(이승희, 2000). 따라서 청소년소비자는 금전의 가치와 자신의 선호에 대한 이해부족 등으로 성인소비자에 비해 더 많은 소비자문제를 경험하고(채정숙 외, 2008), 용돈지출 방식에 있어서도 계획적이기 보다는 반(semi) 계획적이거나 무계획적인 경우가 더 많다(조아미·윤철경, 2005). 소비행동에 있어서도 소홀하고 낭비적이고, 미숙하고 충동적이며 비합리적인 소비자 행동을 하기 쉽다(양희, 1992).

이들의 잘못된 소비습관을 김경훈 등(1998)은 과소비, 충동소비, 모방소비, 과소비 등으로 제시하였고, 허경옥(2000)은 과소비, 과소비, 충동소비, 중독소비, 모방소비 등을 언급한 바 있다.

이러한 청소년들의 부주의하고 과시적 소비패턴이 성인 생활에까지 연장되고 확대되지 않도록 하기 위해서는 청소년기에 소비자로서의 역할을 분명히 인식해야 한다(나순옥, 2005).

한국소비자원(2008)에 따르면 2004년도에 안전사고로 사망한 18세 미만 노동력 손실로 인한 사회·경제적 비용은 2조 136억원으로 추계되며, 이는 1인당으로 환산할 경우 약 16억 8천만원의 손실비용이 발생하는 것으로 나타났다.

### 3. 소비자안전교육

#### 1) 소비자안전교육의 개념

소비자교육이란 합리적인 소비선택 또는 소비생활의 질적 향상을 유도하기 위한 교육을 말한다. 소비자교육은 소비자로 하여금 스스로 소비자 역할을 수행하는데 필요한 능력을 개발하도록 도와주는데 의의를 두고 있다. 경쟁력 있는 소비자란 주체적으로 정보화되어 있으며, 책임 있는 소비자행동을 할 수 있는 소비자를 의미한다.

소비자교육에 대한 이 같은 기본적 논리를 안전소비자교육에 응용할 수 있다. 무엇보다도 안전소비자교육의 목표는 소비자가 안전한 소비생활을 유지하기 위한 주체적이고, 정보화되고, 책임 있는 소비자를 육성하는 것으로 정리할 수 있다. 안전 관련 소비자교육은 개인 소비자로서 안전한 삶을 유지하는데 중요한 것뿐만 아니라 사회적 측면에서도 안전한 소비문화형성을 가능하게 하며, 경제적 측면에서도 국가의 경쟁력을 강화시키는 효과가 있다. 기업 측면에서 제품안전 소비자교육은 안전한 제품생산 및 유통, 판매를 통해 기업발전과 기업의 자율규제가 가능하도록 한다. 이는 기업의 경쟁력을 강화시킬 뿐만 아니라 국제경쟁력도 향상시켜 나갈 수 있는 원동력이 되는 것이다.

안전소비자교육의 목표는 교육주체, 교육대상자 등에 따라 다소 차이가 있을 수도 있으나 안전소비자교육의 목표는 다음과 같이 정리할 수 있다. 안전과 관련된 가치관에 대한 자신의 우선순위를 확고히 정하도록 하고, 소비자로서 수행해야만 하는 안전과 관련된 책임과 권리를 이해하도록 한다. 자원을 이용할 때 안전을 깊이 고려하는 통찰력을 가지게 하도록 한다. 개인의 안전과 관련된 가치관과 목표를 바탕으로 안전한 행동의 의사결정을 할 수 있는 능력을 몸에 익히도록 한다. 소비자의사결정에서 비판적 사고를 근거로 하여 안전관련 정보를 적극 이용할 수 있도록 한다. 소비자, 노동자, 시민 역할의

하나로서 안전의 중요성을 인식하도록 한다. 가정생활에서도 소비자-시민임을 자각하고 생활안전에 주의하는 행동을 하도록 한다.

## 2) 소비자안전교육의 내용

안전한 소비생활이라는 목표를 달성하기 위한 소비자안전교육을 가정, 학교, 사회에서 실시하게 된다. 가정에서의 안전교육은 어린이 안전사고 발생다발 장소로써 가정이 중요한 점, 어린 시절 가정에서의 안전사고 예방교육의 중요성, 안전한 생활습관형성 등의 차원에서 매우 중요하다. 학교 소비자안전교육은 공식적인 교과과정을 통하여 체계적으로 교육이 가능하므로 가장 효과적인 교육이 이루어질 수 있다. 사회소비자교육은 일반 소비자를 대상으로 이루어지고 있으며 소비자교육 담당교사, 소비자업무를 담당하는 공무원, 기업의 소비자업무 담당자, 사회소비자교육 담당자 그리고 소비자업무전문가를 위한 안전교육을 모두 포함한다.

가정에서의 소비자안전교육은 가정에서 보내는 시간이 상대적으로 많은 유아 및 어린이들의 경우 더욱 중요하게 생각된다. 어린 시절부터 안전을 추구하는 생활방식 및 습관형성은 향후 전생애기간 안전추구 생활양식을 형성하는데 중요하므로 가정에서 어린 시절부터 안전한 제품소비 및 사용과 관련한 적절한 훈련과 체험 등 안전소비자교육을 받아야 한다. 가정에서의 안전소비자교육은 따로 있는 것이 아니라 부모의 행동과 지침이 바로 소비자안전교육인 것이다. 이것은 향후 자녀의 안전과 관련한 사회화가 주로 부모의 행동과 실천, 습관 등의 영향을 받기 때문이다.

학교에서의 소비자안전교육은 소비자안전교육목표가 수립되고 소비자안전교육내용이 교육과정 속에 체계적으로 설정되어 효과적으로 수행된다. 또한, 피교육자의 수준에 따른 단계적, 체계적, 지속적인 소비자안전교육이 이루어지므로 가장 효율적이다. 지금까지 학교 소비자교육의 주요 내용은 합리적 소비생

활, 소비자정보, 소비자문제의 발생과 해결, 상품의 유통과정, 소비행동과 문제, 구매의사 결정과정, 소비자의 권리 및 책임 등 광범위한 내용을 모두 포함하고 있다. 그러나 제품 및 서비스, 시설물, 기타 소비생활과 관련한 안전내용이 포함되지 않아 왔다. 현재 우리나라 중·고등학교 소비자안전교육은 몇 가지 문제를 안고 있다. 첫째, 소비행동의 의사결정에 있어서 매우 중요한 요소 중의 하나인 안전한 삶, 안전한 사용 및 소비 등에 대한 교육이 양적으로 절대적으로 부족하다. 둘째, 현재의 학교 소비자교육의 내용은 대체로 이론적 접근에 치우친 경향이 있다. 실생활의 다양한 상황에서 겪는 위해 및 안전 관련 소비생활 체험을 바탕으로 내용이 구성되어 있지 않다. 셋째, 학교 소비자안전교육이 상당히 소극적이고 수동적인 경향을 띠고 있다. 안전 측면에서의 소비자주권을 강조하고 안전이 확보될 수 있는 소비자의 역할 및 책임을 충분히 제시하지 못하고 있다(허경옥, 2009).

기업에게는 최근 소비자의 안전요구에 부응하는 기업경영으로써 기업 이미지를 고취시키고 소비자와의 관계를 형성함으로써 기업 수익을 향상시키려는 소비자안전추구경영을 부각되고 있다. 이러한 기업경영 패러다임의 변화는 소비자안전에 있어 기업의 역할이 과거보다 증가함을 의미한다.

정부는 소비자로 하여금 안전에 관심을 가지게 하고 안전사고를 예방하여 안전사고와 관련한 사회적 비용을 줄이기 위해 소비자안전교육을 수행하여야 한다. 우리나라의 경우 그 동안 제품의 안전성에 관한 교육 및 홍보는 거의 민간에 의존해 왔으며 정부 차원에서의 지원은 매우 취약하였다. 그러나 1980년대 중반 소비자정책의 종합추진기관인 한국소비자원이 설립된 이후 소비자교육과 홍보정책이 체계적으로 추진되어왔다. 한국소비자원은 소비자교육연수팀을 구성하여 다양한 계층을 대상으로 안전소비자교육을 수행하고 있다. 공무원, 교사, 초·중·고등학생, 대학생, 신용카드 담당직원, 지방 공무원, 사법연수생, 소비자문제 전문요원 등 각계각층의 소비자나 기업의 근로자들을 대상으로 소비자교육 서비스를 제공하고 있다. 다만 많은 소비자교육 중 제품안

전, 안전한 소비생활, 안전관련 법제도 등 안전이 주제가 되는 교육의 비중이 높지 않다는데 문제가 있다(허경옥, 2009).

소비자단체는 사회소비자교육을 수행하는 대표적인 주체이다. 소비자기본법에서는 소비자교육을 소비자단체의 업무로 명시하고 있다. 현재 소비자교육활동을 펼치는 소비자단체는 10여개이며 한국소비자단체협의회를 소비자 단결 공동 활동을 펼치고 있다. 다만, 소비자단체에서 안전교육프로그램을 자체적으로 개발하거나 모니터링 등을 통해 제품안전을 확보하기 위한 체험교육, 안전 소비자교육이 더욱 강화되어질 추세이다. 소비자단체협의회에서는 어린이 소비자교육사이트를 개설·운영함으로써 인터넷을 통하여 어린이 소비자를 교육시키고 있다.

매스미디어는 오늘날 거의 언제 어디서나 쉽게 접할 수 있고 실제로 소비자들은 그것들을 읽거나 듣거나 보는데 많은 시간을 소비한다. 매스미디어는 정보와 의견의 전달수단으로서, 선전, 광고와 홍보의 수단으로서, 교육과 사회화 수단으로서 또는 오락의 수단으로서 생활에서 분리할 수 없는 매체가 되었다. 최근 TV 소비자고발, 불만제로 등의 프로그램에서 소비자안전에 대한 내용을 많이 다루고 있어 그 효과가 가시적이었다. 그러나 아직도 언론, 방송, 신문 등 매스미디어가 제품안전, 소비자안전을 확보하는데 중요한 역할을 수행할 수 있음에도 불구하고 그 역할이 충분했다고 보기 어렵다. 매스미디어의 파급효과를 활용하여 안전한 소비생활 소비자안전교육이 더욱 활성화되어야 하겠다.

정보망을 공유하는 네트워크 시대인 21세기에는 새로운 사실이나 기술, 기능의 습득을 위해 학습자가 자발적으로 인터넷 등을 활용하여 학습하는 형태로 전환되어 가고 있다. 이러한 변화는 무한한 학습 콘텐츠를 보유하고 있는 인터넷의 확산으로 더욱 가속화되고 있으며, 과거의 피동적인 교육의 많은 부분을 자발적 학습으로 대체시키고 있다. 소비자는 자신이 필요로 하는 제품안전정보를 제공하는 사이트를 적극적으로 활용하고 자신의 안전경험이나 지식

을 교류하여 소비자 스스로 간에 교육의 장이 되어야 한다. 안전 관련 정보 및 교육자료가 축적되어 소비자의 안전한 제품선택, 안전한 소비생활의 능력을 향상시킬 수 있다.

안전교육에서 중요한 사항은 소비자의 위해체감과 실제 위해경험의 특성에 따라 서로 다른 접근이 필요하다는 것이다. 특히, 소비자의 '위해체감이 높으나 위해경험이 낮은 영역'에서는 안전에 대한 정확한 정보제공 및 막연한 불안감 개선과 관련한 내용이 무엇보다 중요하다. 이는 실제 일상에서 겪는 위해경험수준보다 위해가 발생할 것이라고 생각한다는 막연한 불안감이 상대적으로 더 높은 즉석식품, 건강식품, 냉동 포장품, 전기설비 등의 품목이 해당된다. 따라서 한 번의 사고로 인해 막연한 불안감을 개선할 수 있는 인식 개선을 우선적으로 실시하되 소비자의 안전확보 행동의 수준을 향상시킬 수 있는 유익한 정보제공이 동시에 이루어져야 할 것이다.

배순영과 연구자들(2006)은 소비자안전교육에 있어서 소비자의 위해발생불안감에 대한 적절한 인식제고, 위해 통제가능성과 관련하여 소비자선택 및 소비자주의 노력 향상, 안전지향과 안전을 확보하기 위한 행동습관이 중요하다고 한 바 있다.

### Ⅲ. 소비자안전 피해 현황

#### 1. 소비자안전 피해의 접수추이

현대사회는 첨단기술의 발달로 인해 소비자가 선택할 수 있는 상품의 종류가 폭발적으로 늘어, 소비자가 선택할 수 있는 폭이 비약적으로 넓어졌다. 그러나 소비자의 선택할 권리가 늘어난 것에 비해 소비자피해 사례도 늘고 있으며, 내용 또한 다양한 품목과 형태로 복잡해지고 있다(이의선, 2006). 우리나라에서 소비자 소비자안전 피해사례에 관한 정보 수집은 소비자보호법 제6조 및 시행령 제 8조에 위해정보 보고기관 지정·및 관리 규정(재경부고시 제 2003-12호)을 근거로 하고 있다. 이같은 정보 수집을 위해정보제도라 해서, 소비자가 상품이나 서비스를 사용하거나 이용하는 과정에서 인체에 상해를 입거나 사망한 사례 등을 수집하여 그 원인을 분석하고 사고의 재발 방지를 위한 대책을 강구하기 위한 일련의 과정으로 정의하고 있는 것이다. 위해정보보고기관인 병원과 소방서 80개, 소비자 불만·피해 구제 사례, 핫라인, 해외정보, 국내언론, 홈페이지(안전넷, 어린이안전넷) 등에서 위해정보를 수집하고 있다.

한국소비자원의 소비자 피해 구제 연보 및 사례집(2008)에 수록된 소비자피해 연령별 상담 집계를 보면 30대가 35.5%로 가장 높고 20대(27.2%), 40대(16.0%), 60대 이상(2.0%), 10대 이하(1.3%)의 순으로 나타났다. 10대 이하의 소비자피해 사례 집계 비율은 낮으나, 실제로는 미성년자 자녀의 피해 상담은 주로 부모가 대신할 것으로 짐작하면 실제 수치는 보다 많을 것으로 예상할 수 있다. 이 사례집은 소비자안전에 관한 피해사례를 분류하지 않았으므로 소비자안전넷(safe.cpb.or.kr)의 소비자위해정보동향(2009)을 통해 연령별 소비자위해 추이를 알아본 결과 <표 1>과 같았다.

<표 1> 연령별 소비자위해 추이

[단위: 건(%)]

연령대	2009년 3/4분기	2008년 3/4분기	전년 동기 증감률
만 10세 미만	3,070 (26.86)	2,282 (24.63)	788 (34.53)
10대	701 (6.13)	471 (5.08)	230 (48.83)
20대	1,714 (15.00)	1,546 (5.08)	168 (10.87)
30대	2,134 (18.67)	2,061 (22.25)	73 (3.54)
40대	1,514 (13.25)	1,162 (12.54)	352 (30.29)
50대	938 (8.21)	618 (6.67)	320 (51.78)

2008년 3/4분기와 2009년 3/4분기 소비자위해 추이조사에 따르면 만 10세 미만의 위해건수와 비율이 가장 높았고, 30대와 40대의 위해비율이 다음 순으로 높았다.

## 2. 소비자안전 피해 실태

소비자안전피해의 실태를 품목별로 살펴본 김성숙(1997)에 따르면 가장 문제시되는 소비자안전문제영역으로는 모든 상품·서비스 영역에 걸쳐서 유해물질, 의약품 위해가 가장 심각한 문제였으며 안전사고, 환경안전, 식품첨가물, 주택결함, 자동차안전이 중요한 영역으로 나타났다. 소비자위해정보동향(2009)의 2009년 3/4분기 자료에 따르면 의료 서비스, 구조물·건축물 및 제조용 자재, 식료품·기호품의 순으로 품목별 위해 사례가 높았다. 또 같은 시기 소비자안전이 피해 받아 신체적 손상을 입은 부위별로 살펴 본 결과 총 11,430건 중 손상, 중독 및 외인에 의한 특정 기타 결과가 76.51%인 8,745건에 해당하였고 피부 및 피부밑 조직의 질환이 3.78%로 432건이었다. 손상, 중독 및 외인에 의한 특정 기타 결과 중 머리의 손상이 가장 높아 29.24%로 3,342건, 다음으로 손목 및 손의 손상이 9.97%로 1,139건이었다.

실제로 유해제품으로부터 소비자들이 피해를 입은 경우를 쉽게 접할 수 있으며, 이로 인한 피해는 그 심각성이 날로 더해져가고 있는 실정이다. 이러한

배경 하에서 소비자의 안전을 확보하기 위해서는 결함제품으로부터 소비자가 다치거나 사망한 사례를 신속히 수집하고 그 원인을 분석하여 대안을 마련하는 등 사고의 예방 및 재발방지를 위한 노력이 가장 중요하다고 할 것이다(이의선, 2006). 이러한 맥락에서 본 연구자는 국내 언론에 보도된 소비자안전피해 사례를 조사하여 제시하고자 한다. 여기에 관련 사건의 피해구제사례 역시 알아봄으로써, 소비자가 제조물의 결함으로 인해 생명·신체·재산상의 손해를 입었을 경우 배상을 요구하는 절차와 결과의 실체를 파악하고자 한다. 어린이 및 청소년 연령에 해당하는 소비자의 피해사례로 국한시켜 이들 소비자 피해의 원인과 예방에 관한 고찰이 가능하도록 하였다.

현대를 대량생산의 시대라고 한다. 이 같은 기술체제는 사업자의 엄격한 관리와 통제 하에 생산 활동을 한다 하더라도 소비자에게 발생하는 위험을 벗어나기 힘들 것이다. 이 같은 체제는 인간이 매일 접하는 식생활에도 예외이지 않다. 식생활은 인간의 기본생활에 큰 비중을 차지하며 건강에 바로 직결된다는 점에서 안전에 민감한 품목이다. 식품은 그 자체가 부패·변질되거나 식품첨가물·농약·화학물질 및 중금속 등의 과도한 잔류, 병원성 균에 의한 오염, 이물혼입 등으로 인해 신체적, 정신적 피해를 끼칠 수 있다는 특성 때문에 우리들은 식품의 안전에 매우 민감하며(식의약품안전청, 2005), 특히 성장발육이 왕성히 이루어지는 아동과 청소년은 그 중요성과 민감성이 더 할 것이다. 그런데 우리나라만 하더라도 급식을 취급하는 학교가 늘어나고, 가정에서도 외식의 비중이 증가에 따라 아동과 청소년의 식생활안전은 더 이상 가정에서 다룰 수 있는 범위를 넘어서 있다. 그나마 가정에서 이루어지는 식사도 주부의 취업에 따라 성인 가족구성원보다는 스스로 식품의 구매나 조리가 어려운 자녀들에게 문제가 되는 것으로 나타났다(김복희 외, 2004). 또, 나은경(2008)의 연구에 따르면 청소년은 기호식품의 선택에 있어서 동료의 영향을 많이 받으며 선택의 기준은 그때그때를 채워줄 수 있는 맛 위주이므로, 이들의 잘못된 식습관과 소비특성은 곧 소비자피해의 위험지대로 변질 수 있음에 경각심을

품게 된다.

한편, 공산품에 해당하는 품목의 국내 피해 사례 중 완구품목에서 가장 빈번하게 발생하는 사례는 이물질 삼킴(한국소비자원, 2008)으로 나타난 바 있다. 어린이는 성장과정에서 나타나는 '입에 넣는 습성, 기는 습성'으로 인해 공기보다 무거운 오염물질이나 생활용품 등에 흡착되거나 유해물질에 노출될 기회가 많고, 성인에 비해 면역시스템이 취약한데 신진대사가 활발해 단위체 중 당 음식섭취량, 공기흡입량 등이 많아 동일 유해물질에 대해서도 어른보다 매우 취약한 특성을 지닌다(지식 경제부 기술표준원, 2009). 미국 캘리포니아에서는 지난 2009년부터 어린이용품에 6종의 프탈레이트(DEHP, DBP, BBP, DINP, DIDP 및 DNOP)사용을 제한하는 법안을 통과시키는 등 어린이용품의 유해물질사용에 대한 국제적 기준이 강화되는 추세이다.

안전사고의 위험성이 있는 어린이용제품은 대부분 품질경영 및 공산품안전관리법에 따라 안전관리를 하고 있으나 안전사고는 지속적으로 발생되고 있다. 기술표준원과 한국소비자원이 2005년 어린이 놀이용품 중 위해 다발품목인 모형자동차, 작동완구, 키포드, 인라인 스케이트 등 64개 제품을 수거해 공동조사한 결과, 작동완구와 키포드의 경우 60%가 안전검사를 받지 않은 채 유통되고 있으며, 이중 절반 수준이 안전기준에 미달되는 제품으로 드러났고, 특히 수입품은 83%가 안전검사를 받지 않은 채 유통되었다. 또한, 안전검사를 받지 않은 제품 중 절반 정도가 안전성능에 부적합하여 안전사고 위험이 높은 것으로 드러났다.

우리나라 기술표준원에서는 공산품을 안전관리대상으로 안전인증, 자율안전확인, 안전표시 등 안전인증제도를 통해 제품의 안전관리업무를 수행하고 있다. 안전인증제도는 주로 공장 심사제도를 활용하고 있으며 인증획득 후 제품 안전에 대한 사후관리제도로 신속조치제도, 제품안전자율이행협약제도, 시판품조사, 모니터링 제도 등을 운영하고 있다. 문제가 있는 제품을 발견하는 경우 판매중지, 개선·수거·파기 권고를 하고 있다.

이승신과 동료연구자(1999)가 언급하였듯이 사실 소비자 피해는 다양한 유형으로 계속해서 증가 될 것이며, 이에 대한 처리는 우선적으로는 소비자와 사업자간의 상호교섭을 통한 1차적 해결이 최우선적으로 나타나는 것이 바람직하다. 또한 소비자 문제는 원칙적으로 소비자와 기업 사이에서 발생하는 것이므로 소비자보호는 기업에 의해 실행될 때 효과적이고 신속하다. 따라서 소비자 피해를 해결해 주어야 하는 기업 측의 노력이 우선되어야 한다. 또한 정부 차원의 소비자문제나 피해 상담창구인 한국소비자보호원이나 각종 소비단체의 활동이 이미 적극적으로 나타나고 있지만 실제 지역적으로 열악한 농촌 내지는 지방소비자나 저소득층 소비자, 저학력 소비자 등의 특정소비자들에게는 아직도 많은 홍보가 되어 있지 않고 있으며, 또한 제한된 서비스를 받고 있다. 따라서 특정계층의 소비자를 대상으로 한 일반인과는 다른 소비자문제 해결방법과 절차에 대한 방안 모색이 이루어져야 한다.

## IV. 실과 및 가정과 교과서 분석

### 1. 교과서 분석의 방법

소비자교육내용모형은 소비자교육의 기본 내용 틀로서, 소비자교육의 정체성 파악 및 일관성 있는 교육의 시행을 위해서 필요하다. 2006년 한국소비자보호원의 소비자교육내용모형에 따르면 <표 2>와 같이 시장경제원리, 돈과 신용, 광고와 소비자정보, 구매와 사용법, 소비자권리와 책임, 건강과 안전, 생활양식과 소비, 친환경소비문화와 같은 8개 주제영역으로 이루어져 있다.

<표 2> 소비자교육내용모형 주제별 영역

4대영역	8대영역
1. 시장경제의 이해	(1)시장경제원리
	(2)돈과 신용
2. 합리적 구매와 사용	(3)광고와 소비자정보
	(4)구매와 사용법
3. 소비자문제의 해결과 예방	(5)소비자권리와 책임
	(6)건강과 안전
4. 신소비문화 형성	(7)생활양식과 소비
	(8)친환경소비문화

소비자교육 교재는 이러한 큰 틀을 기반으로 한다는 점에서 이를 참고로 초등학교와 중학교 교과서에 수록된 소비자 교육 내용을 살펴볼 것이며, 본 논문의 주제가 소비자안전교육과 관련됨을 감안해 소비자교육내용모형의 4개 대영역 중 「2. 합리적 구매와 사용」 및 「3. 소비자문제의 해결과 예방」 부분을 중점으로 교육과정 및 교과서 분석을 실시하기로 하였다.

본 연구의 분석대상은 현행 교육과정에서 사용되는 초등학교 5학년, 6학년 실과 교과서와 중등학교 기술·가정 교과서 중 소비자교육부분이 언급되어 있는 중학교 2학년 기술·가정 교과서와 고등학교 1학년 기술·가정 교과서이다.

검정교과서인 중학교 2학년 기술·가정 교과서는 출판사별 10종, 고등학교 1학년 기술·가정 교과서는 출판사별 12종이 존재하는데 그 중 중학교 2학년 기술·가정 교과서 5종과 고등학교 1학년 기술·가정 교과서 3종을 분석에 이용하였다. 따라서 분석 대상 자료는 다음의 <표 3>과 같다.

<표 3> 초등학교 5, 6학년 실과 국정교과서 2종

출판사명	저 자
교육과학 기술부	왕석순 외 10인
교육과학 기술부	나승일 외 11인

<표 4> 중학교 2학년 기술·가정 교과서 출판사별 5종

출판사명	저 자
금성출판사	이봉구 외 6인
대한교과서	송해균 외 7인
동화사	유장립 외 9인
두산동아	이상혁 외 11인
천재교육	이승신 외 7인

<표 5> 고등학교 1학년 기술·가정 교과서 출판사별 3종

출판사명	저 자
교문사	박명희 외 10인
도서출판 업투	추미선 외 5인
두산동아	이상혁 외 9인

## 2. 초등학교 실과 교과서 분석

### 1) 초등학교 교육과정에 나타난 소비자교육 내용

초등학교 5~6학년에서 가르치는 실과는 남녀 모두에게 이수시키는 보통교육을 위한 국민 공통 기본 교과로서, 중등학교 수준에서의 기술, 가정교과와 연계되어 있다. 또, 가정생활을 비롯한 일상생활에 필요한 기초적인 일의 경험을 통하여 일의 중요성을 알게 하고, 일을 하는 데 필요한 기초기능을 익히며, 이를 실천적으로 생활에 활용할 수 있도록 하고 있다. 동시에 학생 개개인의 소질을 계발하고 문제해결력과 창의성, 협동성을 증진시키며, 건전한 생활태도를 가지게 함으로써 생활을 향상시키고, 미래 생활의 변화에 대처하며, 나아가 사회발전에 기여할 수 있는 기본적인 능력과 태도를 기르는 데 목표를 두고 있는 교과이다(교육부, 1999).

실과의 교육목표는 우리나라 교육법과 교육과정에서 추구하는 인간상의 상위 목표 달성을 지향하면서 교과목표와 영역별 학년목표로 제시되었다. 교과목표는 총괄 목표와 이를 달성하기 위한 3개 항의 구체화된 목표로 구성되어 있다. 그리고 이를 달성하기 위한 영역별 학년목표는 '가족과 일의 이해', '생활기술', '생활자원과 환경의 관리'의 3개 영역의 구성내용과 관련시켜 포괄적으로 제시되고 있다(이연숙, 2008). 이 3개 영역 중 소비와 관련된 내용이 포함된 곳은 '생활자원과 환경의 관리' 영역으로 5학년의 경우 '용돈 관리하기', 6학년의 경우 '자원 활용하기'의 소영역이 소비자교육과 관련을 맺고 있다. 이 내용을 <표 6>과 같이 체계화 할 수 있다.

<표 6> 실과의 내용 체계표

영역/ 학년	5학년	6학년
가족과 일의 이해	나와 가정생활	일과 직업의 세계
생활기술	아동의 영양과 식사	간단한 음식 만들기
	간단한 생활용품 만들기	재봉틀 다루기
	전기기구 다루기와 전자 키트 만들기	목제품 만들기
	컴퓨터 다루기	동물 기르기
생활자원과 환경의 관리	용돈 관리하기	컴퓨터 활용하기
	생활환경 정돈하기	자원 활용하기
		집안환경 가꾸기

그러나 본 연구자의 교과서 분석을 통한 결과, 이들 소비자교육과 관련된 영역에서 소비자안전교육에 관련한 사항은 수록되지 않고 있었다. 5학년의 경우 '용돈 기입장 적기', '금융기관 이용', 6학년의 '생활 자원의 활용', '재활용하기'를 소주제로 소비자교육이 이루어져 있었으나, '구매하기'와 같이 소비와 소비안전에 관한 영역은 포함하지 않고 있어 소비자 교육의 영역이 전반적으로 다루어지지 않고 있음을 알 수 있었다.

### 3. 중학교 기술·가정 교과서 분석

#### 1) 중학교 교육과정에 나타난 소비자교육 내용

2001년부터 제7차 교육과정이 시행되었고 개정 교육과정은 분리되어 있던 기술과 가정교과를 기술·가정으로 통합하여 한 교과로 운영되었다. 즉, 종전의 기술·산업과 가정으로 각각 구분하여 이수하던 것을 기술·가정으로 통합 이수함으로써 2개 교과를 1개 교과로 한 것이다.

앞서 실과의 3개 영역과 마찬가지로 기술·가정의 영역 역시 '가족과 일의 이해', '생활기술', '생활자원과 환경의 관리'로 제시되어 있는데, 이 3개 영역

중 가정과에서의 소비자 교육과 관련된 영역은 8학년의 '자원의 관리와 환경' 부분이다. 이 내용을 <표 7>와 같이 체계화 할 수 있다.

<표 7> 중학교 기술·가정과의 내용 체계표

(밑줄부분은 기술교과영역)

>

영역/ 학년	7학년	8학년	9학년
가족과 일의 이해	<u>&lt;나와 가족의 이해&gt;</u> 청소년의 특성 성과 이성 교제 나와 가족관계		<u>&lt;산업과 진로&gt;</u> 산업의 이해 직업선택과 윤리 산업재해와 안전
생활기술	<u>&lt;청소년의 영양과 식사&gt;</u> 청소년의 영양 청소년의 식사 조리의 기초와 실제  <u>&lt;미래의 기술&gt;</u> 기술의 발달과 미래 생명기술과 재배  <u>&lt;제도의 기초&gt;</u> 물체를 나타내는 방법 도면 읽기와 그리기  <u>&lt;컴퓨터와 정보 처리&gt;</u> 컴퓨터 구조와 원리 정보의 생산, 저장과 분배	<u>&lt;의복 마련과 관리&gt;</u> 의복기능과 옷차림 옷만들기와 재활용 옷의 손질과 보관  <u>&lt;기계의 이해&gt;</u> 기계 요소 운동 물체 만들기  <u>&lt;재료의 이용&gt;</u> 재료의 특성 제품구상과 만들기  <u>&lt;컴퓨터와 생활&gt;</u> 소프트웨어의 활용 인터넷의 활용	   <u>&lt;가족의 식사관리&gt;</u> 식단과 식품의 선택 식사 준비와 평가 식사예절  <u>&lt;전기·전자 기술&gt;</u> 전기 회로와 조명 가전기기의 점검 전자 제품 만들기
생활자원과 환경의 관리		<u>&lt;자원의 관리와 환경&gt;</u> 자원의 활용과 환경 청소년의 일과 시간 청소년과 소비생활	<u>&lt;가족생활과 주거&gt;</u> 생활 공간의 활용 실내 환경과 설비 주택의 유지와 보수

8학년의 <자원의 관리와 환경> 영역은 자원과 환경 보전의 중요성을 인식하고, 자원관리 기술을 습득하여 자신의 일과 시간, 소비생활을 합리적으로 관리하는 데 적용함으로써, 일상생활을 능률적으로 영위할 수 있도록 하게 하기 위한 단원이다. 이 단원의 세부 구성은 '자원의 활용과 환경', '청소년의 일과 시간', '청소년과 소비생활'인데 <표 2> 소비자교육내용모형의 4개 대영역 중 소비자안전교육에 관한 본 논문의 취지에 맞는 「합리적 구매와 사용」, 「소비자문제의 해결과 예방」과 관련되는 부분은 '청소년과 소비생활'이다. 이는 '청소년 소비생활의 특성을 이해하여 건전한 소비생활을 할 수 있다.'는 목표를 가지고 청소년 소비자의 의미와 역할, 소비자 정보의 활용, 구매의사결정, 소비자 문제의 해결방법 등을 다루는 부분이다. 내용의 지도에서는 사례를 중심으로 소비자 정보를 활용한 구체적인 문제해결의 절차와 방법 등을 다룬다(교육부, 1999).

## 2) 중학교 기술·가정교과서에 나타난 소비자안전교육 내용 분석

분석준거로 삼은 5종의 교과서 중 소비자피해 및 안전교육이 나타난 단원을 표로 체계화시킨 내용은 다음과 같다. 대단원 '자원의 관리와 환경'은 3개의 중단원으로 분류되었는데, 이 중 소비자 교육을 담고 있는 중단원의 쪽수도 함께 <표 8>에 나타내었다.

<표 8> 중학교 기술·가정교과서에 나타난 소비자안전교육 내용

출판사	대단원명	중단원명	소단원명
금성출판사	II 자원의 관리와 환경	3. 청소년과 소비생활 18쪽(pp.100~117)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 청소년과 소비행동</li> <li>· 합리적인 소비생활</li> <li>· 소비자 정보의 활용</li> <li>· 소비자 문제의 발생과 해결</li> </ul>
대한교과서	I 자원의 관리와 환경	3.나의 소비생활 13쪽(pp.32~44)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 소비자란 무엇인가?</li> <li>· 상품과 서비스의 구매 과정은 어떠한가?</li> <li>· 소비자 정보에는 어떤 것이 있는가?</li> <li>· 소비자의 권리와 책임에는 어떤 것이 있는가?</li> <li>· 소비자 문제에는 어떤 것이 있으며, 어떻게 해결해야 할까?</li> </ul>
동화사	V 생활자원과 환경의 관리	3.우리들의 소비생활 16쪽(pp.198~213)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 청소년 소비자의 책임</li> <li>· 소비자 정보의 활용</li> <li>· 구매의 원리와 구매 의사 결정</li> <li>· 소비자 문제의 해결</li> </ul>
두산	V 자원의 관리와 환경	3. 청소년과 소비생활 13쪽(pp.208~220)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 청소년의 소비 생활은 어떠한 특성을 갖는가</li> <li>· 용돈 관리는 어떻게 해야 할까</li> <li>· 구매를 잘하기 위해서는 어떻게 해야 할까</li> <li>· 소비자 정보를 어떻게 활용할까</li> <li>· 소비자 문제를 어떻게 해결할까</li> </ul>
천재교육	V 자원의 관리와 환경	3. 나와 소비생활 21쪽(pp.194~214)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 청소년의 소비문화</li> <li>· 구매 의사 결정</li> <li>· 상품 구매에 필요한 소비자 정보</li> <li>· 소비자의 권리와 책임</li> <li>· 소비자 문제의 해결</li> </ul>

5종의 교과서 모두 대단원-중단원-소단원 체계를 이루고 있으며, 같은 대단원 영역을 대한교과서의 경우 I 단원에 배치한 반면, 금성출판사의 경우 II 단원에, 동화사, 두산, 천재교육의 경우 마지막 단원인 V 단원에 배치한 점이 달

랐다. 그러나 '자원의 활용과 환경'-'청소년의 일과 시간'-'청소년과 소비생활' 영역의 동일한 배치 양상을 보였다. 소단원 구성은 금성출판사와 동화사의 경우 4영역, 대한 교과서, 두산, 천재교육의 경우 다섯 개의 영역이었다. 두산의 경우 조사대상 교과서 중 유일하게 청소년의 용돈관리 영역을 소단원 주제로 다루어 2쪽을 할애한 점이 주목되었다. 조사 대상 중 소비자 교육의 쪽수가 가장 많은 교과서는 천재교육으로 가장 적은 13쪽보다 8쪽이 더 많았다.

각 교과서의 청소년과 소비생활 관련 영역의 학습목표를 아래 <표 9>로 나타내었다.

<표 9> 중학교 기술·가정 교과서 5종의 '청소년과 소비생활' 영역 관련 단원 학습목표

출판사	단원 학습목표
금성출판사	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 청소년 소비자의 의미와 소비 행동의 특성에 대해 설명할 수 있다</li> <li>· 구매 의사 결정 과정을 알아 합리적인 구매를 할 수 있다</li> <li>· 소비자 문제가 발생했을 때, 해결 방법을 설명할 수 있다</li> </ul>
대한교과서	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 구매 의사 결정 과정을 알아 상품이나 서비스를 합리적으로 구매할 수 있다</li> <li>· 소비자의 권리와 책임을 알고 생활 속에서 실천할 수 있다</li> <li>· 소비자 정보의 종류와 특징을 알아 구매할 때 이를 활용할 수 있다</li> <li>· 소비자 문제를 이해하고, 소비자 문제가 생겼을 때 합리적으로 해결할 수 있다</li> </ul>
동화사	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 청소년 소비자의 특성과 역할, 소비자 정보의 활용 방안, 구매 의사 결정 방법, 소비자 문제 해결 방안을 습득하여 건전한 소비 생활을 할 수 있다</li> </ul>
두산	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 용돈을 합리적으로 관리할 수 있게 된다</li> <li>· 바른 구매 활동에 대해 잘 알고 이를 실천할 수 있다</li> <li>· 소비자 문제의 대처 방법에 대해 구체적으로 알 수 있다</li> </ul>
천재교육	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 청소년 소비 생활의 특성을 이해하여 건전하고 합리적인 소비 생활을 할 수 있다</li> </ul>

각 교과서의 '청소년과 소비생활' 관련 영역 즉, 중단원의 학습목표를 살펴보면, 금성출판사의 경우 '청소년 소비자의 의미와 소비 행동의 특성에 대해 설명할 수 있다', '구매 의사 결정 과정을 알아 합리적인 구매를 할 수 있다', '소비자 문제가 발생했을 때, 해결 방법을 설명할 수 있다'의 세 가지로 타일러의 수업목표 진술양식을 사용하고 있다. 대한교과서의 경우 학습목표 네 가지를 제시하고 있는데 '구매 의사 결정 과정을 알아 상품이나 서비스를 합리적으로 구매할 수 있다', '소비자의 권리와 책임을 알고 생활 속에서 실천할 수 있다', '소비자 정보의 종류와 특징을 알아 구매할 때 이를 활용할 수 있다', '소비자 문제를 이해하고, 소비자 문제가 생겼을 때 합리적으로 해결할 수 있다'가 그것으로 학습자의 지식, 기능, 태도를 확인할 수 있도록 하였다. 학습목표의 동사가 모두 일반적 목표로 내현적 행동을 나타내는 동사이므로 학습결과의 확인 시 어려움이 따를 수 있었다. 동화사의 경우, 중단원의 도입부분에 학습목표가 제시되지 않고 대단원에 소개되어 있는데 '청소년 소비자의 특성과 역할, 소비자 정보의 활용 방안, 구매 의사 결정 방법, 소비자 문제 해결 방안을 습득하여 건전한 소비 생활을 할 수 있다.'의 한 가지로 내현적 동사를 사용한 일반목표로 한 문장에 비교적 여러 가지 내용을 포함하고 있어 총괄적인 특성을 보였다. 두산의 경우, '용돈을 합리적으로 관리할 수 있게 된다', '바른 구매 활동에 대해 잘 알고 이를 실천할 수 있다', '소비자 문제의 대처 방법에 대해 구체적으로 알 수 있다'의 세 가지로 타일러의 수업목표 진술양식을 사용하였다. 천재교육은 동화사의 경우와 마찬가지로 중단원 도입부분에 학습목표를 제시하지 않고 대단원에 제시되어 있는데, '청소년 소비 생활의 특성을 이해하여 건전하고 합리적인 소비 생활을 할 수 있다'가 그것으로 태도와 기능면을 강조한 특성을 보였다.

각 교과서의 단원별 체계는 <표 10>와 같다.

<표 10> 중학교 기술·가정교과서 '청소년과 소비생활' 영역의 구성

출판사	단원 도입	본문 구성	단원 정리	관련 부록
금성출판사	·소비관련 컬러사진 ·'생각열기'란에 구매의 예 제시	·4가지 소단원 및 하위주제에 따른 전개 ·그림 8개, 표 2개 제시 ·'모듬탐구', '개별탐구', '정보마당', '생활 속에서', '신문열기', '용어해설', '열린실습'	·중단원 정리로 '탐구 과제' ·대단원 마무리로 '용어알기'와 '생각 이어가기'	·소비자 정보 인터넷 사이트
대한교과서	·사진없음. 그래프 2개 ·'학습 준비 활동'란에 청소년의 소비 생활 문제점 제시 ·나의 구매 행동에 대해 생각해 보도록 함	·5가지 소단원 및 하위주제에 따른 전개 ·그림 6개, 그래프 2개 제시 ·'아하! 그렇구나', '여기서 잠깐', '인터넷 사이트', '보충설명', '용어 설명', '탐구열기', '해보기', '학습 포인트/탐구 과제', '이야기 여행'	·중단원 정리로 '가정 실천 학습' ·대단원 마무리로 '학습정리'와 '총괄평가'	·관련 자료 없음
동화사	·컬러 만화 ·'먼저읽기', '생각해보기'란에 잘 못된 소비 생활의 예 제시	·4가지 소단원 및 하위주제에 따른 전개 ·그림 및 사진 9개, 표2개 제시 ·'보충·심화학습', '참고', '사례', '활동과제', '해보기', '실험·실습'	·중단원 정리로 '해보기'와 '단원학습정리' ·대단원 정리로 '단원 확인 학습문제'	·한국 소비자원에서 하는 일에 관한 컬러 사진과 내용
두산	·컬러 만화 ·'만화로 여는 생각', '미리 알아보기'로 자신의 소비 생활을 생각해 보도록 함	·5가지 소단원 및 하위주제에 따른 전개 ·그림 4개, 표 1개 제시 ·'접속 인터넷', '내다보는 생각/열린 생각', '해보기', '직접 해보자', '하나 더 알기', '밑다짐'	·중단원 정리로 '마무리 탐구문제' ·대단원 정리로 '수행 평가 과제'	·공인마크
천재교육	·소비자 피해 사례 제시	·5가지 소단원 및 하위주제에 따른 전개 ·그림 및 사진 20개, 표1개 제시 ·'아하! 그렇구나', '여기서 잠깐', '인터넷 사이트', '보충 설명', '용어 설명', '탐구 열기', '해보기'	·중단원 정리로 '학습 포인트/탐구 과제', '이야기 여행' '보충/심화 학습' ·대단원 정리로 '종합 문제'	·소비자 정보 인터넷 사이트

금성출판사의 경우 '청소년과 소비 생활'이라는 중단원명 아래 3가지 학습 목표를 기술하고 알뜰시장에서의 구매 이야기와 컬러사진을 제시한 '생각열기'로 단원의 도입에 총 1쪽을 할애하였다. 대한교과서의 경우 '나의 소비 생활'이라는 중단원명 아래 중단원 개요를 실어 중단원 학습 내용을 간략하게 선수 제시하였으며, 4가지 학습목표와 학습준비활동 2가지를 제시하여 도입부분에 약 1쪽을 할애하였다. 동화사의 경우 '우리들의 소비 생활'이라는 중단원명 아래 개요를 기술하고, 문제가 되는 소비생활을 그린 컬러만화가 있는 '먼저읽기'와 '생각해보기'를 통해 도입에 1쪽을 할애하였다. 두산의 경우 '청소년과 소비 생활'이라는 중단원명을 기술하고 '만화로 여는 생각'을 통해 합리적인 용돈쓰기에 대한 생각을 불러일으켰으며, '미리 알아보기'와 학습목표를 말하는 '이 단원을 공부하고 나면'으로 총 1.5쪽을 단원도입에 할애하였다. 천재교육의 경우 '나와 소비 생활'이라는 중단원명 아래 소비자 문제의 곤란을 겪고 있는 사례와 관련 삽화를 제시하여 도입부분을 이끌었는데 약 1/3쪽 정도로, 조사 대상 교과서 중 가장 적은 분량을 도입부분에 할애하고 있었다.

본문은 모두 4~5개의 소주제별로 용어정리와 보충학습, 탐구학습 등 비슷한 양상으로 구성되었으며, 특이할 점은 천재교육의 교과서가 도입부분에 가장 적은 쪽수를 할애한 것과는 다르게 본문구성에는 가장 많은 쪽수(<표 9>참고)와 그림수를 할애하고 있었다는 점이다.

단원정리 역시 5종의 교과서 모두 비슷한 양상을 보였는데 중단원 마무리에 '탐구과제'와 같은 수행평가 관련 과제를 제시한 점이 5종의 교과서 공통점이었고, 대단원 마무리로는 마찬가지로 수행평가 관련 과제를 제시하거나 '종합문제'와 같은 총괄평가를 제시하였다.

관련 부록 중 소비자 교육과 관련된 부록에 관해서는 금성출판사가 한국소비자원의 인터넷 사이트 주소와 사이트 사진을 제시하였고, 대한교과서의 경우 소비자 교육과 관련된 부록이 없었으며, 동화사는 '한국소비자원에서 하는 일'이라는 제목으로 2쪽에 걸쳐 8개의 컬러사진과 설명을 제시한 부록이 있었

다. 두산은 1쪽에 걸쳐 규격마크, 품질마크 등을 실었고, 천재교육은 1쪽에 걸쳐 소비자 피해 구제를 받을 수 있는 단체 및 기관의 인터넷 사이트 주소 및 주소와 전화번호를 제시하였다.

5종의 교과서 모두 학생들이 능동적으로 과제를 할 수 있도록 다양한 수행 과제를 본문 중에 제시하였는데 이를 보다 자세히 표로 나타낸 것은 아래<표 11>와 같다.

<표 11> 교과서 '청소년과 소비생활' 영역에 나타난 수행과제

출판사	수행과제
금성출판사	<ul style="list-style-type: none"> <li>·나의 소비 습관을 알아보기 위한 체크항목과 상품구매 의사결정 과정 탐구</li> <li>·소비자의 책임 의식이 낮을 때 일어날 수 있는 소비행동 탐구</li> <li>·소비자 단체나 소비자 보호 기관의 조사, 구입하고자 하는 상품의 조사, 기업 관측의 사례와 소비자로서 경계할 점 탐구</li> </ul>
대한교과서	<ul style="list-style-type: none"> <li>·좋은 광고와 나쁜 광고에 대해 조사하고 이유를 생각해 보기</li> <li>·소비자의 권리가 침해된 사례를 제시하고 개선방안 적어보기</li> <li>·나와 가족이 경험한 소비자 문제에는 어떤 것이 있는 지 알아보기</li> <li>·소비자 문제 해결 과정의 역할극 해보기</li> </ul>
동화사	<ul style="list-style-type: none"> <li>·문제가 되는 소비 행동 경험 사례를 발표하고, 건전한 소비 윤리 정착을 위해</li> <li>·청소년소비자가 할 수 있는 일을 토론하기</li> <li>·나쁜 광고에 대해 조별 토론하기</li> <li>·동네에 있는 상점에 대해 조사하고 토론하기</li> <li>·인터넷 쇼핑물 이용 경험과 장단점을 토론하기</li> <li>·자신이 구매하고 있는 상품의 목록을 작성하고 의사 결정 과정을 알아보기</li> </ul>
두산	<ul style="list-style-type: none"> <li>·소비자 정보 또는 소비자 문제를 다룬 기사 스크랩하기</li> <li>·내가 구매하고 싶은 물건에 대한 정보를 인터넷에서 찾기</li> </ul>
천재교육	<ul style="list-style-type: none"> <li>·구매 계획 세우고, 구매 의사 결정 단계에 따라 구매해 보기</li> <li>·우리나라의 소비자 단체에 대해 조사하기</li> <li>·상품의 가격 조사하기</li> <li>·허위·과장 광고 찾기</li> <li>·전자제품 설명서의 주의사항 알아보기</li> <li>·우리나라 청소년의 소비행동을 외국의 경우와 비교해 보기</li> </ul>

조사대상 교과서들의 중단원은 명칭을 서로 달리하고 있으나 '청소년과 소비행동'이라는 동일한 주제의 중단원이 4~5개의 소단원으로 구성되어 있다는 언급은 위에서 한 바 있다. 이들 중 본 논문에서 보다 심도있게 살펴 보려는 것은 '소비자 피해와 구제'와 관련된 것이다. 금성출판사의 경우 '소비자 문제의 발생과 해결'이라는 소단원에서 이를 다루고 있었고, 대한교과서는 '소비자 권리와 책임에는 어떤 것이 있는가?', 동화사는 '소비자 문제의 해결', 두산은 '소비자 문제를 어떻게 해결할까', 천재교육은 '소비자 문제의 해결'부분에서 이를 다루고 있었다. 따라서 이들 소단원과 인접영역을 중심으로 분석한 소비자 피해 사례 관련 내용을 <표 12>에 나타내었다.

<표 12> 교과서에 나타난 소비자 피해 사례 관련 내용

출판사	소비자 피해 사례 관련 내용
금성출판사	<ul style="list-style-type: none"> <li>·소비자 문제의 발생원인 5가지 본문에 제시</li> <li>·소비자 문제의 종류 7가지 표로 제시</li> <li>·소비자 문제의 예 그림 제시</li> <li>·소비자 피해 실제 사례 6가지(한국소비자원, 1999)</li> </ul>
대한교과서	<ul style="list-style-type: none"> <li>·소비자 문제가 많이 발생하는 품목과 원인(한국소비자원, 2001) 그래프로 제시</li> <li>·수행활동으로 가상의 피해사례 2가지 제시</li> <li>·소비자 문제의 종류와 사례 6가지 표로 제시</li> </ul>
동화사	<ul style="list-style-type: none"> <li>·소비자 피해 사진 2개</li> <li>·소비자 피해 실제 사례 4가지(한국소비자원, 1999)</li> <li>·한국소비자원의 피해 구제 상위 10대 품목 현황 표로 제시(한국소비자원, 1999)</li> <li>·가상의 소비자 피해 사례 1가지</li> </ul>
두산	<ul style="list-style-type: none"> <li>·소비자 문제의 발생원인 4가지 본문에 제시</li> <li>·본문 중에 소비자 피해 사례 제시 약 8가지</li> </ul>
천재교육	<ul style="list-style-type: none"> <li>·도입부분에 가상의 사례 1가지</li> <li>·소비자 문제의 종류 6가지 본문에 제시</li> <li>·소비자 상담 접수 건수 증가 추이 표 제시(한국소비자원, 1999)</li> <li>·이동 전화 소비자 피해 현황 내용과 그래프 제시(한국소비자원, 2001)</li> <li>·소비자 피해 실제 사례 3가지(한국소비자원)</li> </ul>

교과서 분석 결과 한국소비자원의 자료에 대한 의존도가 높다는 것을 알 수 있었다. (한국소비자원은 소비자보호법에 의하여 1987년 7월 1일 '한국소비자보호원'으로 설립되었으나 2006년 소비자보호법이 전면 개정되면서 소비자기본법에 의해 2007년 3월 28일 '한국소비자원'으로 기관명이 변경되었음.) 소비자 피해 사례가 제시되지 않은 두산을 제외하고는 모두 자료의 출처가 한국소비자원으로 3종의 교과서가 1999년의 자료를, 1종의 교과서가 2001년 자료를 제공하고 있었다. 소비자 피해 실제 사례 건수를 가장 많이 제시한 교과서는 금성출판사로 안전이 침해받은 사례 1건과 소비자의 선택할 권리가 침해받은 사례 2건, 보상받을 권리가 침해받은 사례 2건의 실제 사례를 삽화와 함께 제시하였다. 그러나 청소년소비자의 피해사례 위주로 제시된 것은 없었다.

대한교과서는 잘못된 가격으로 인한 피해, 잘못된 품질로 인한 피해, 안전성의 문제로 인한 피해, 잘못된 표시 중량으로 인한 피해, 잘못된 거래 방법으로 인한 피해, 잘못된 거래 조건으로 인한 피해의 6가지 종류와 해당하는 예를 표로 제시했다. 이 중 대학에 관한 정보를 보내 준다고 하였다가 학습지를 강매당한 사례와 같이 실제로 청소년 소비자가 입을 수 있는 피해를 예로 든 점은 청소년인 학습자에게 좋은 정보가 될 것이다. 수행활동에서 제시한 사례 2가지 역시 학교 앞에서 설문지를 작성했다가 유로 인터넷 사용 요금 청구서가 집으로 배달된 사례와 학원에서 교재비를 강매당한 사례로 청소년소비자에게 일어날 수 있는 적절한 사례였다.

동화사는 주행 바퀴가 파손된 롤러블레이드와 발암 물질이 검출된 외국산 돼지고기의 사진을 제시하여 소비자안전이 침해당한 경우를 시각적으로 제시하였으며, 상품의 안전성에 관한 문제 사례 1건, 부적절한 정보의 전달과 관련된 문제 1건, 선택의 제한성과 관련된 문제 1건, 피해의 보상과 관련된 문제의 실제 사례를 박스로 제시하였다. 이 중에서 소파 세트 구입이나 TV 구입에서의 소비자 피해 사례와 같이 청소년소비자보다는 성인소비자에게 발생할 수 있는 문제를 사례로 제시한 점은 한계점으로 볼 수 있을 것이다.

두산은 소비자 문제의 종류를 상품의 안전성에 관한 문제, 잘못된 정보의 전달로 인한 문제, 부당 계약에 관한 문제, 피해 보상에 관한 문제의 4가지로 구분하고 본문 2쪽에 걸쳐 이를 기술하였다. 다른 교과서와 다르게 소비자 피해 사례를 박스나 표 등으로 제시하지 않고 본문 내용 중에 함께 기술하였는데 약 8가지로 개수는 많지만 짧게 기술된 단순한 예라는 한계점이 있다. 따라서 소비자 피해자의 연령에 대해서도 폭이 넓어 청소년소비자를 대상으로 한 정보라고 보기 어렵다.

천재교육은 불량 음악 CD의 교환을 거부당한 사례를 도입부분에 제시하였고, 3년간 소비자 상담 접수 건수 증가 추이를 표로 제시한 데 이어, 이동 전화 소비자 피해 현황에 관해서도 제시하였는데 피해 유형 중 미성년자 계약으로 인한 피해가 가장 많았다는 점을 나타내었다. 그 외 3가지 소비자 피해 실제 사례로 제시된 것 역시 학습지, 학원에 관한 것으로 교과서에 나타난 예 모두가 청소년소비자가 흔히 겪을 수 있는 문제에 해당하는 것이다.

위처럼 소비자 피해 사례에 관한 내용과 더불어 소비자 피해 사례 해결 관련 내용에 관해 제시된 바를 <표 13>로 나타내었다.

<표 13> 교과서에 나타난 소비자 문제의 해결 관련 내용

출판사	소비자 문제의 해결 관련 내용
금성출판사	<ul style="list-style-type: none"> <li>·일반적인 소비자 문제 해결 방법 본문에 제시</li> <li>·불만 편지 쓰는 방법</li> <li>·한국소비자원에 관한 내용과 웹사이트 주소</li> <li>·피해를 보상받은 실제 사례 2가지(한국소비자원, 1999)</li> </ul>
대한교과서	<ul style="list-style-type: none"> <li>·일반적인 소비자 문제 해결 방법 본문에 제시</li> <li>·한국소비자원 웹사이트 주소</li> <li>·소비자 피해 해결 사례 제시되지 않음</li> </ul>
동화사	<ul style="list-style-type: none"> <li>·일반적인 소비자 문제 해결 방법 본문에 제시</li> <li>·한국소비자원의 피해 구제 현황 건수 표로 제시</li> <li>·내용증명 작성 요령</li> <li>·한국소비자원, 한국 소비자 단체 협의회, 소비자 시민 모임 웹사이트 주소</li> <li>·부록에 한국소비자원에서 하는 일 사진과 함께 제시</li> <li>·소비자 피해 해결 사례 제시되지 않음</li> </ul>
두산	<ul style="list-style-type: none"> <li>·일반적인 소비자 문제 해결 방법 본문에 제시</li> <li>·한국소비자원, 소비자 종합 정보망, 소비자 보호 단체 협의회 등 5개 웹사이트 주소</li> <li>·소비자 피해 해결 사례 제시되지 않음</li> </ul>
천재교육	<ul style="list-style-type: none"> <li>·일반적인 소비자 문제 해결 방법 본문에 제시</li> <li>·부록에 10개의 소비자 피해 구제 기관 웹사이트 주소 제시</li> <li>·피해를 보상받은 실제 사례 3가지(한국소비자원)</li> </ul>

조사 대상 교과서 모두 소비자 문제 해결 방법에 관한 일반적 사항을 본문에 실었고 그 밖에 사례 제시나 구체적인 방법에 관해서는 다른 양상을 보였다. 금성출판사는 2가지의 소비자 문제 해결 실제사례를 제시하였고, 천재교육은 3가지의 소비자 문제 해결 실제사례를 제시하였다. 이에 반해 대한교과서, 동화사, 두산의 경우 피해 해결 사례를 제시하지 않았다.

학습자가 소비자 문제 피해 해결을 위해 직접적인 정보를 얻을 수 있도록 금성출판사, 동화사는 학생들이 직접 불만편지나 내용증명서를 쓸 수 있도록 하는 요령을 제시하였고, 소비자 피해 구제 기관의 웹사이트 주소를 실은 점

은 5종의 교과서 모두의 공통점이다. 이중 특이할 점으로 언급할 것은 금성출판사의 소단원 「소비자 문제의 발생과 해결」 본문 중에 “불만 사항이나 문제가 발생하였을 때는 소비자 불만 편지를 쓰는 것이 가장 효과적”이라는 언급이 있는데(pp.115), 연구자의 사례조사 결과, 소비자 피해의 해결을 위해서는 다양한 방법이 쓰이며, 소비자 불만 편지와 같은 비교적 수동적 방법으로는 해결되지 못한 사례도 많아 “가장 효과적인 소비자 문제의 해결방법”으로 소비자 불만 편지를 제시한 것은 적합하지 않다고 사려된다.

소비자 피해 사례의 제시와 마찬가지로, 소비자 피해 해결 사례 역시 학습자가 청소년소비자라는 점이 염두 되어야 할 것이다. 그러나 소비자 피해 해결 사례가 제시되지 않거나 적게 제시된 데다가, 금성출판사의 경우 텔레비전 구입과 결혼식장 관련 피해의 보상 사례이어서, 청소년소비자가 미래의 성인 소비자이기도 하지만 현재도 이미 엄연한 소비자층을 이루고 있다는 점이 고려되지 않았다고 볼 수 있다. 천재교육은 학습지와 학원에서 일어날 수 있는 소비자 피해 사례 해결 결과를 제시한 점은 좋으나, 한국소비자원의 구제의뢰에 의했다는 피해 해결의 방법이 모두 동일한 사례라는 한계점이 있다.

<표 12>와 <표 13>를 통해 교과서에 나타난 소비자피해와 해결의 내용을 살펴보았다. 이를 통해 교과서에 나타난 소비자교육의 내용과 분량을 알 수 있지만, 소비자안전교육의 내용을 살펴보기 위해서는 이에 대한 내용만을 따로 분석해야 했다. 따라서 교과서에 나타난 소비자안전교육 내용을 조사하여 다음의 <표 14>로 나타내었다.

<표 14> 교과서에 나타난 소비자안전교육 내용

출판사	소비자안전교육 내용
금성출판사	·본문에 소비자의 권리 중 안전할 권리 제시 ·안전할 권리가 침해받은 실제사례 1가지 ·안전할 권리가 침해받은 가상의 사례 4가지
대한교과서	·본문에 소비자의 권리 중 안전할 권리 제시 ·안전할 권리가 침해받은 사례 1가지
동화사	·심화학습에 소비자의 권리 중 안전할 권리 제시 ·상품의 안전성에 관한 소비자 문제 본문에 제시 ·안전하지 못한 품목의 사진 2장 제시 ·안전할 권리가 침해받은 실제사례 1가지
두산	·본문에 소비자의 권리 중 안전할 권리 제시 ·소비자 문제의 발생 원인으로 상품의 안전성에 관한 문제 본문에 진술 ·'해보기'란에 상품의 안전성에 관한 소비자 문제의 경험 발표해 보도록 함
천재교육	·본문에 소비자의 권리 중 안전할 권리 제시 ·본문에 상품의 안전성에 관한 문제 설명

조사 대상의 교과서 모두 소비자의 7대 권리를 제시하고 있었다. 이들 권리에는 소비자의 안전할 권리가 포함된다. 그 외의 내용을 살펴보면, 금성출판사는 안전할 권리를 침해당한 사례로 간단한 4가지 예와 한국소비자원의 1999년 소비자교육에 실린 사례-불꽃놀이용 장난감 화약이 터져 손에 화상을 입은 사례-를 제시하였고, 대한교과서는 음료수 안에 곰팡이가 피어 있는 예 1가지를 한 문장으로 간단하게 제시하였다. 동화사는 소비자 문제를 3종류로 나누고 그 중 하나를 상품의 안전성에 관한 문제로 들었는데 관련사진도 제시하여 이해를 높였다. 한국소비자원을 통한 자료로 호빵에 이물질이 들어있어 이가 부러진 실제 사례를 제시하기도 했다. 두산은 상품의 안전성에 관한 문제에 대한 정의를 내리고 대체로 식품과 의약품에서 발생한다는 언급을 하였으나 사례를 제시하지는 않았다. 대신, 학생들이 수행과제로 할 수 있도록 상품의 안전성에 관한 소비자 문제를 경험한 적이 있는지 발표해 보도록 '해보기'란에 명시하였다. 천재교육은 소비자 문제의 종류를 5가지로 구분하였고 그 중

하나로 상품의 안전성에 관한 문제를 들고 이에 대한 설명을 두 문장으로 제시하였고 사례를 제시한 것은 없었다.

#### 4. 고등학교 기술·가정 교과서 분석

##### 1) 고등학교 교육과정에서 나타난 소비자교육 내용

제6차 교육과정에서 중학교의 기술·산업과 가정을 기술·가정 교과로 통합하여 남녀 공통 필수 교과로 한 것과 마찬가지로, 고등학교에서도 과정별 필수 과목으로 있던 기술과 가정을 기술·가정으로 통합하여 남녀 공통 필수 교과로 하였다. 기술·가정 교과는 초등학교 5,6학년에서는 실과로 시작하여, 7~9학년(중학교)을 거쳐 10학년(고등학교 1학년)까지는 기술·가정으로 연계를 가지고 지도하게 된 것이다(이연숙, 2008).

교육부(2001)가 제시하는 제7차 교육과정 개정의 특징에 따르면, 10학년(고등학교 1학년)에서는 사회 및 가정생활의 변화에 적응하기 위한 기초 능력을 습득하고 진로에 대한 다양한 탐색과 미래 생활을 합리적으로 설계할 수 있는 내용으로 구성되어 있다. 또, 의식주와 관련하여 그 동안 학습한 지식과 기능을 종합하여 상황에 따른 문제를 해결하고, 남녀 학생이 미래의 환경 변화에 부응하여 지혜롭게 가정을 운영하며 직업생활을 보다 효율적으로 수행하도록 구성하였다.

기술·가정과는 다른 교과보다 실생활에서 유용성을 중요시하므로 실천을 통하여, 또는 활동의 체험을 통하여 일의 가치를 인식하고, 도구를 활용하여 일을 완성시키는 일련의 과정을 통하여, 성취감을 가질 수 있게 하여야 한다. 그러므로 학생 활동 중심, 사례 중심과 학생 스스로 문제를 발견하고 해결해 나가도록 하는 내용을 선정하였다(교육부, 2001). 이러한 내용조직의 원칙에 따른 기술·가정과의 내용체계는 <표 15>와 같다.

<표 15> 10학년 기술·가정과의 내용체계표의 내용체계표

영역/ 학년	10학년
가족과 일의 이해	<가정생활의 설계> 가정생활 문화의 변화 가족생활주기와 생활 설계 결혼과 육아
생활기술	<가정생활의 실제> 초대와 행사의 계획과 준비 직물을 이용한 생활용품 만들기 나의 주거 공간 꾸미기  <에너지와 수송 기술> 에너지원의 이용 동력의 발생과 이용 자동차의 관리  <건설 기술의 기초> 건설 구조물의 시공 원리 건설 구조물 모형 만들기
생활자원과 환경의 관리	

10학년에서 가정교과의 영역은 <가정생활의 설계>와 <가정생활의 실제>부분이다. 이 중 소비자교육 영역만을 분류하면 <가정생활의 설계>중 '가정생활 문화의 변화'와 '가족생활주기와 생활 설계'가 해당된다.

## 2) 고등학교 기술·가정교과서에 나타난 소비자교육 내용 분석

분석준거로 삼은 3종의 교과서 중 소비자교육이 나타난 단원을 표로 체계화시킨 내용은 다음과 같다.

<표 16> 고등학교 1학년 기술·가정 교과서의 소비자교육 단원명

	대단원명	중단원명	소단원명
교문사	I 가정 생활의 설계	1.가정 생활문화의 변화	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 우리나라 가정 생활 문화의 변화</li> <li>· 세계의 가정 생활 문화</li> <li>· 미래의 가정 생활 문화</li> </ul>
		2.가족 생활주기와 생활 설계	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 생활 설계의 필요성</li> <li>· 개인 생활 설계</li> <li>· 가족 생활 주기의 단계에 따른 생활 설계</li> <li>· 가게 설계의 실제</li> </ul>
도서출판 업무	I 가정 생활의 설계	1. 가정 생활 문화의 변화	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 우리나라의 가정 생활 문화의 변화</li> <li>· 세계 여러 나라의 가정 생활 문화</li> <li>· 미래의 가정 생활 문화</li> </ul>
		2. 가족 생활 주기와 생활 설계	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가족 생활 주기와 나의 생활 설계</li> <li>· 가족 형성기의 생활 설계</li> <li>· 가족 확대기의 생활 설계</li> <li>· 가족 축소기의 생활 설계</li> <li>· 장기 가게 설계의 실제</li> </ul>
두산동아	I 가정 생활의 설계	1. 가정 생활 문화의 변화	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 의식주 생활 문화의 변화에 대하여 알아보자</li> <li>· 소비 문화의 변화에 대하여 알아보자</li> <li>· 가족 문화는 어떻게 변화하고 있나</li> </ul>
		2. 가족 생활 주기와 생활 설계	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가족 생활 주기란 무엇인가</li> <li>· 생활 설계는 왜 필요하고, 어떠한 과정으로 이루어질까</li> <li>· 가족 생활 주기에 따라 어떻게 생활 설계를 해야 할까</li> </ul>

고등학교 1학년 기술·가정 교과서 중 소비자교육 영역은 의/식/주/가족교육 영역과 함께 기술되어 있으므로 인해 소비자 교육 영역만을 분류하기가 어

럽다. 중단원 '가정 생활 문화의 변화'에서는 두산동아를 제외한 2종의 교과서가 소비자교육영역을 의/식/주/가족교육영역과 혼재된 소단원으로 구성하여 소비자교육영역만의 분량을 명확히 할 수 없으나, 조사 대상 교과서 공통되게 약 3~4쪽의 분량을 소비자 교육에 할애하고 있었다. 중단원 '가족 생활 주기와 생활 설계'는 가족교육영역과 소비자교육영역을 담고 있는 단원이다. 여기에 나타난 소비자교육은 본 논문에서 다루는 소비자 문제와 거리가 있는 가계 설계의 영역이므로 분석대상에서 제외하였다.

따라서 중단원 '가정 생활 문화의 변화'를 대상으로 분석하고 이의 학습목표를 <표 17>로 제시하였다.

<표 17> 고등학교 기술·가정 교과서 3종의 중단원 '가정 생활 문화의 변화'의 학습목표

출판사	단원 학습목표
교문사	<ul style="list-style-type: none"> <li>·현대 사회에서 가정의 의의와 가치를 알고 의/식/주/소비 생활 등 가정 생활 문화의 변화를 파악할 수 있다.</li> <li>·세계 여러 나라의 가정 생활 문화를 살펴봄으로써 문화의 다양성을 배우고, 우리나라와 세계 가정 생활 문화를 비교하여 이해할 수 있다.</li> <li>·가정 생활의 변화를 여러 면에서 예측하고, 미래에 대비하여 생활의 방향을 세울 수 있다.</li> </ul>
도서출판 엽투	<ul style="list-style-type: none"> <li>·현대 사회에서의 가정 생활 문화를 이해할 수 있다.</li> <li>·우리나라와 세계 여러 나라의 가정 생활 문화를 비교할 수 있다.</li> <li>·보다 나은 가정 생활 문화를 이루려는 태도를 갖는다.</li> </ul>
두산동아	<ul style="list-style-type: none"> <li>·우리나라의 가정 생활 문화가 현대에 와서 어떻게 변화하였는지 알 수 있다.</li> <li>·우리의 가정 생활 문화는 시대적·문화적 산물이며 세계 여러 나라와의 상호 작용 속에서 고유의 문화를 형성한다는 것을 알 수 있다.</li> <li>·우리의 가정 생활의 변화를 예측하고 앞으로 올바른 방향으로 나아갈 수 있기 위해 우리가 취해야 할 자세에 대해 생각할 수 있다.</li> </ul>

중단원 '가정 생활 문화의 변화'는 가정과 교육의 의/식/주/가족/소비영역을 모두 포괄한 종합적인 단원으로 볼 수 있다. 따라서 학습목표 역시 특정 영역

별 목표보다는 '현대', '세계' '미래'와 같은 개념으로 가정과 교육 영역을 포괄하여 제시했음을 것을 알 수 있다. 교문사는 내용과 행동으로 나누어 진술하는 블록의 학습목표 이원분류방식을 사용한 목표를 제시하였고, 도서출판업투는 학습목표를 되도록 간단, 명료하게 진술하는 타일러식을 사용하여 제시하였다. 두산동아는 타일러식을 사용하되 우리나라의 고유 특성을 강조한 것이 두드러지고, 학습자의 지식과 태도의 변화를 학습목표로 제시하였다.

'가정 생활 문화의 변화'의 단원구성을 나타낸 바는 <표 18>와 같다. 의/식/주/가족영역을 제외하고 소비자교육 부분만을 분석하여 나타내었다.

<표 18> 고등학교 기술·가정 교과서 3종의 소비자교육 영역 단원구성

출판사	단원 도입	본문 구성	단원 정리	관련 부록
교문사	·'준비활동'	·소주제 '소비생활', '경제 및 소비 생활', '소비 생활의 변화' ·그림 4개 제시 ·'도움말', '인터넷의 활용', '비디오의 활용', '생각해보자', '진로 탐색'	·'이 절의 요약', '탐구과제'	·없음
도서출판업투	·'단원열기'	·소주제 '여러 가지 식품의 소비', '늘어나는 식품 구입', '세계의 소비 생활 문화', '미래의 소비 생활 문화' ·그림 5개 제시 ·'클릭! 이 사이트', '심화학습', '활동과제', '도움말', '직업 엿보기'	·'연구문제'	·없음
두산동아	·'미리 알아보기'	·소주제 '소비 문화 변화의 특징', '미래 소비 생활의 전망' ·그림 4개 제시 ·'토론하기', '조사하기', '내다보는 세상', '열린 생각'	·'되짚어보기'	·없음

교문사는 도입부분의 '준비활동'에서 우리 생활 속 소비문화 양식에 대해 찾아보도록 하였다. 첫 번째 소단원 '우리나라 가정 생활 문화의 변화'의 소주

제에 관해서 '가족생활', '의생활', '식생활', '주생활', '소비생활'의 순으로 배열하였고, 두 번째 소단원 '세계의 가정 생활 문화'에서는 '가족생활', '다양한 의·식·주생활', '경제 및 소비생활'의 소주제순으로 본문을 구성하였다. 마지막 소단원인 '미래의 가정 생활 문화'에서는 '가족생활', '의·식·주생활의 변화', '소비 생활의 변화' 소주제를 제시하였다. '도움말'에 에너지 절약 방안과 환경을 보호하기 위한 소비방안, 인터넷 구매 시 주의할 점을, '인터넷의 활용'에 소비자보호기관 및 소비자 단체 웹사이트 주소 14개를, '비디오의 활용'에서 환경문제에 관한 비디오를 소개하고 2개의 환경보호단체 웹사이트 주소를 제시하였다. '생각해보자'에서 앞으로 10년 후 우리 사회 생활의 변화를 생각해보도록 하였고, '진로 탐색'란에 소비자 전문 상담사와 건강 가정사 직업을 소개하였다.

도서출판 엽투는 '단원열기'에서 앞으로 배울 내용을 간단히 설명하였고, 3개의 소단원 모두 '가족 생활', '의생활', '식생활', '주생활', '소비생활' 소주제순으로 구성하였다. '클릭! 이 사이트'에 보건 복지부, 식품 의약품 안전청, 식품 저널, 한국소비자원의 웹사이트 주소를 명시하고, '심화학습'란에 소비자 피해와 구제 방법 등에 관한 내용을 약 1쪽 분량으로 기술하였다. '활동과제'로 신용카드 사용의 장·단점에 대해 토론하도록 하였고, 소비자 피해 사례 등을 조사하고 소비자 피해 구제의 모의 분쟁 조정 역할극을 해보도록 하였으며, 소비자 상담 웹사이트에 접속해 소비자 피해 사례 유형을 조사해 발표해 보도록 하였다. '도움말'에 DIY를 소개하였고, '직업 엿보기'란에 가족 생활 교육사, 소비자 상담사, 가정 복지사 직업을 소개하였다. 단원의 정리는 수행평가 성격의 '연구문제'가 제시되었다.

두산동아는 다른 2종의 교과서와 다르게 본문 구성을 하고 있다. 소단원을 '의식주 문화', '소비 문화', '가족 문화'로 나누어 다른 2종의 교과서보다 소비교육 영역의 구분이 확연하였다. '토론하기'에서 옳지않은 소비 행태의 사례를 제시하고 학생들이 이에 대해 토론하게끔 하였고, '조사하기'에서 예전과

오늘날의 생활의 차이를 조사하게 하였다. '내다보는 세상'에서 과소비에 대한 실태를 알게 했고, '열린 생각'에서 바람직한 소비문화 정착을 위한 토론과제를 제시했다. 이들 교과서 모두 부록으로 제시된 소비자교육 관련 정보는 없었다.

조사대상 교과서에 나타난 소비자안전교육의 내용에 대해 <표 19>로 정리하였다.

<표 19> 교과서에 나타난 소비자안전교육 내용

출판사	소비자안전교육 내용
교문사	·관련사항 없음
도서출판 업투	·직접적인 관련사항은 없고, '심화학습'란에 제시된 소비자 피해의 정의와 소비자 피해 보상 규정 및 구제 방법을 통해 유추하는 정도
두산동아	·관련사항 없음

조사 대상 교과서에서 소비자안전교육의 내용은 거의 찾아볼 수 없었다. 도서출판 업투의 경우 '심화학습'란에 소비자 피해의 정의와 보상 규정, 구제 방법 등의 설명이 제시되어 있어 소비자 피해 문제를 유일하게 다루고 있었으나, 소비자 피해에 대한 포괄적 진술이기 때문에 이를 소비자안전교육이라고 보기에 다소 무리가 있었다. 이와 함께 활동과제로서 소비자 피해 사례를 조사 및 발표하도록 하여 학습자 스스로 소비자안전의 실태를 파악하도록 제시한 것이 가장 소비자안전문제에 근접한 접근이라는 데에 아쉬움이 있었다.

## V. 결론 및 제언

현대사회에서 인간은 남녀노소를 불문하고 소비의 주체로서 부각되고 있다. 빠른 시대적 변화는 그 동안 소비주체로서 주목되지 않았던 아동에게까지 소비의 주권을 부여하고 있다. 청소년 역시 과거보다 더 능동적인 소비주체로 그들만의 소비문화를 형성하며 성장하는 추세이다. 그러나 이들은 아직 정신적, 신체적으로 미성숙한 까닭으로 성인보다 소비자피해에 취약하며, 안전할 권리를 침해받는 것은 그들의 생명과 직결된다는 점에서 그들에 대한 소비자 안전교육을 조망해 볼 필요가 있었다.

가정교육만으로 사회가 필요로 하는 다양한 교육을 이루기 어렵다는 점에서 교육의 핵심적 위치에 서있는 학교는 그 교육적 책무를 더 무겁게 지게 되었다. 이 것이 학교에서의 체계적이고 깊이 있는 소비자안전교육이 그 어느 때보다 중요하다고 할 수 있는 이유다. 또, 우리나라의 학교 교육은 교과서를 중요한 학습의 매개로 이루어지고 있다(박형준, 2003)는 점에서 교과서에 수록된 소비자안전교육의 점검이 필요했다.

본 연구자는 실과교과서 및 기술·가정교과서 중 가정영역을 조사대상으로 한정하고, 소비자교육의 전체 영역 중 소비자안전교육에 치중하여 교과서 분석을 실시하였다. 현재 우리나라 학교교육에서 실과(가정)교육은 초등학교 5, 6학년 실과와 중학교 전학년, 고등학교 1학년에서 국민공통필수로 이루어지고 있다. 이중 교육과정 및 교과서에 소비자교육을 포함하고 있지않은 중학교 1학년과 중학교 3학년을 제외하여 교과서 분석이 이루어졌다. 이에 앞서 초등학교와 중·고등학교 학생에 해당하는 아동소비자와 청소년소비자의 소비자안전 피해 실태를 언론에 보도된 사례를 통해 조사하였다.

본 연구의 결과를 정리 종합하여 제언하면 다음과 같다.

첫째, 초등학교 5, 6학년에서 이루어지고 있는 실과는 중학교 전(全)학년과 고등학교 1학년에 존재하는 기술·가정과에서 연계되며 이 중 중학교 1, 3학

년 가정에서는 소비자교육을 다루는 단원이 거의 없다. 고등학교 2, 3학년 가정과 관련 교육의 경우 선택중심교과로서 가정과학 교과가 존재하는데, 이는 심화선택교과이므로 다수의 학교에서 선택하여 운영될 가능성이 높다고 볼 수 없다. 전 과목중 소비자교육을 가장 직접적으로 다루는 과목이 실과, 가정임에도 불구하고 이 같은 교육과정 구성으로 청소년의 소비자교육은 빈약할 수 밖에 없다. 게다가, 2010년부터 점차적으로 적용될 미래형 교육과정으로 고등학교 1학년의 기술·가정 과목이 공통필수에서 선택군으로 변경될 예정임에 따라 중등교육과정에서 소비자관련교육은 이제 중학교 2학년에서만 실시될 수도 있는 만큼 학교현장에서 소비자교육은 위기상황이라는 것을 인지하고 대책 마련이 이루어져야 할 것이다.

우리나라의 경우, 제7차 교육과정에서는 소비자교육과 관련해 상대적으로 위축되었다는 평가를 받고 있기는 하지만, 민간사회단체나 기업에서의 청소년 소비자 교육은 점차적으로 활성화되고 있다고 보는 조아미·윤철경(2005)의 언급에서 착안할 수 있듯이, 청소년의 소비자 교육의 해법을 학교 밖에서 이루어지는 다양한 교육현장에서 찾는 것도 한 가지 방법이라 볼 수 있겠다.

둘째, 초등학교 5, 6학년 실과에서 이루어지는 소비자교육에서는 '용돈 기입장 적기', '금융기관 이해하기', '생활 자원과 환경', '재활용품만들기'를 소주제로 하여 학습을 의도하고 있다. 학습자가 아동소비자로서 구매의사결정에서 스스로의 영향력이 증가하는 추세임에도 불구하고 소비교육의 주체가 적고, '용돈으로 물건사기'와 같이 이들이 실제 구매를 하고 소비를 하는 데에 요구되는 정보가 교과서에 수록되지 않은 점은 시대적 요구에 맞지 않는다. 현 교육과정을 통해서라면 소비자로서의 올바른 의식과 권리를 중학교 2학년에 가서야 학습할 수 있는 것인데, 이는 이미 주체적 소비자로서 가치관과 기능을 쌓고 있는 학습자의 발달적 흐름에 맞지 않는다. 아동소비자 자신의 자연스러운 구매경험을 통한 학습과 더불어 학교에서 이루어지는 학습에 의한 의도적 훈련 역시 병행되어야 할 것으로, 보다 보충된 양과 실제적인 내용으

로의 구성이 요구된다.

셋째, 아동소비자는 그 발달 특성상 위해에 관한 경각심과 예방지식이 부족하고 신체적 약점으로 안전사고가 많이 발생하는 데 비해, 초등학교 실과 교과서에서 다루어지는 안전교육은 전무한 실정이다. 물론, 실과 외의 교과서에서 안전교육이 다루어질 수 있다. 그러나 생명과 직결되는 안전교육이 특정교과로 존재하지 않는 상황에서 소비자교육을 담당하는 실과에 소비자안전교육이 포함되지 않은 점은 학교교육이 수행해야 할 우선과제를 누락한 것은 아닌지 살펴보아야 한다. 또한 이들의 안전사고 원인은 매우 다양하므로 제품을 생산하는 기업에서도 제품을 구입하고 사용하는 자가 성인이라도 아동이 그 제품을 만졌다가 상해를 입을 수 있다는 점에서 제품수칙과 책임에 더욱 주의를 기울여야 하겠다.

넷째, 청소년소비자의 인지발달에 따른 단계적 내용과 분량을 할애하지 못하였으며, 제시된 실례가 청소년소비자의 생활과 거리가 있다. 청소년에 해당하는 중·고등학생의 가정과 소비자교육은 현재 중학교 2학년과 고등학교 1학년에서만 공통필수로 존재하여 양적으로 부족하나, 이들을 놓고 분석해 볼 때 중학교 2학년 가정과 교과서에서 소비자안전교육 내용을 가장 많이 할애하고 있음을 알 수 있다. 분석 대상 교과서 모두 관련 사진과 사례를 실었으며 한국소비자원의 자료를 가장 많이 이용하였다. 그러나 이들 사례가 청소년을 대상으로 맞춰져 있기 보다는 성인의 사례가 제시된 것이 많아 학습자의 실생활과 결부되기 어려웠다. 교과서 내용이 정보 자체로 존재하기 보다는 실생활에 이용되는 것이 좋을 것이므로, 이를 위해 학습자의 실생활에 맞는 적절한 내용과 예시가 필요하다.

다섯째, 고등학교 1학년 가정과 교과는 소비자교육을 포괄하고 있으나 의·식·주·가족교육과 혼합된 형태로 존재하며 양적으로도 부족하다. 조사대상 교과서 모두 소비자안전교육에 관한 내용을 직접적으로 다루고 있지 않았다. 이는 고등학교 교육이 중학교 교육의 심화로서 보다 확산된 실제적 효과가 기

대된다는 점에서 적합한 구성이라 볼 수 없다. 이러한 점을 감안하여 보다 활용도 있는 교과서 내용으로의 보완과 양적 보충이 시급하다. 인터넷 세대인 요즘 청소년의 특성을 감안, 인터넷을 이용한 자기학습으로 소비자안전교육을 수행과제로 제시하는 것 또한 부족한 소비자교육을 보충하는 방법이 될 것이다.

여섯째, 아동·청소년소비자는 성인과 달리 그들만이 가지는 특성과 안전문제가 존재함에도 불구하고, 연령을 분류하지 않은 집계로 계량적 파악이 어려우며 안전이 침해당한 경우에도 성인의 도움 없이는 구제가 어렵다는 것을 짐작할 수 있다. 현대사회에서 이들 소비자가 주체적인 위치에 들어섰음에도 안전을 비롯한 각종 문제의 구제에 수동적 위치에 놓이게 되는 점에 변화가 없다는 점은 교육과 정책에 있어 한계 때문은 아닌 지 고찰해 보아야 할 것이다. 교과서분석결과, 이들 연령대 소비자가 쉽게 할 수 있는 소비자문제 구제 방안으로 일부 교과서에서 '소비자불만편지'가 제시된 것 외에는 내용이 불충분하였으므로, 교과서 내용상의 보완과 이들 소비자가 손쉽게 접근할 수 있는 프로그램의 정책 개발이 요구된다.

본 논문은 아동·청소년의 소비자안전교육을 주제로 이들 연령대의 안전문제를 파악하고, 실과 및 가정과 교과서를 통해 관련사항을 분석하는 것이었다. 기존에 있는 소비자위해실태 자료가 성인을 중심으로 또는 연령대를 구분하지 않고 파악된 자료가 대부분이어서 아동·청소년으로 자료를 구분하여 분석하기가 어려웠다. 특히 국내에서 청소년소비자안전교육에 관해서는 자료가 적었는데, 아동소비자안전에 관한 정보를 한국소비자원 관할 사이트인 '어린이안전넷(isafe.go.kr)'을 통해 다소 파악할 수 있었는데 비해, 청소년소비자의 안전에 관해서 찾아볼 수 있는 기관 사이트는 매우 제한적이었다.

아동·청소년의 피해사례 집계와 원인의 규명, 또 이들 연령대가 보다 용이하게 얻을 수 있는 소비자안전에 관한 정보의 구현이 이루어지기를 위 사항과 더불어 제언한다.

## 참 고 문 헌

- 서정희 (2004). *소비자교육의 과제*. 울산대학교 출판부.
- 김성숙 (1997). *소비자의 안전의식과 안전추구행동*. 서울대학교 박사학위 논문.
- 채정숙·김정숙·유두련·김정희·박명숙 (2008). *소비자주권시대의 소비자교육= Consumer education*. 도서출판 신정.
- 김시월 (2003). *생활속에서 배우는 소비자 교육*. 건국대학교 출판부.
- 배순영, 김선천, 이기현, 김현주 (2006). *소비자안전체감지수의 개발 및 산출에 관한 연구*. 한국소비자보호원.
- 백옥선 (2007). *아동의 안전성확보에 관한 제도적 연구*. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 임수연, 나영주 (2005). *인터넷쇼핑몰 이용에 따른 청소년의 쇼핑성향과 가격지각*. 한국의류산업학회지 7(6).
- 이승희 (2000). *청소년의 대중스타 이상화와 과소비성향과의 관계분석*. 동아대학교대학원 석사학위논문.
- 조아미, 윤철경 (2005). *청소년의 소비생활 실태와 문제, 그리고 시사점*. 여성가족생활연구, Vol.9.
- 이의선 (2006). *공산품 안전관리체제에 대한 연구: 국내의 현황분석 및 개선방안을 중심으로*. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 최은희 (2007). *소비자안전정책에 있어 사후규제가 사전규제에 미치는 영향: 리콜과 제조물책임을 중심으로*. 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 양희 (1992). *청소년 소비생활 문제에 관한 연구*. 서울대학교 대학원 석사논문.
- 이강현 (2005). *소비자안전과 리콜제도*. No.13.
- 이승신, 류미현 (1999). *소비자보호방안에 관한 소고(소비자문제 해결을 중심으로)*, 건국대학교 생활문화연구소 생활문화·예술논집 Journal of Human Environment and Art, Vol.22.

- 나순옥 (2005). 청소년소비자의 과소비성향에 영향을 미치는 변인연구: 사회 확대행변인을 중심으로. 인제대학교 대학원 석사학위논문.
- 나은경 (2008). 2001년, 2005년 국민건강영양조사를 이용한 청소년의 식품섭취 실태 소비자 피해구제 연보 및 사례집. 단국대학교 대학원 석사학위논문.
- 최완진 (1996). 소비자보호법의 현황과 과제. 경영법률, Vol.6.
- 김복희, 이윤나, 이행신, 장영애, 김초일 (2004). 주부의 취업여부에 따른 취학 전 아동, 어린이 및 청소년의 식품 및 영양소 섭취수준 비교; 2001년 국민건강영양조사. 대한지역사회영양학회지 초록. No.1. 412-413.
- 소비자 피해구제연보(2008). 한국소비자원.
- 어린이 안전사고 유형별 실태조사(2008). 한국소비자원.
- 허경옥 (2009). 대학강좌용 '제품안전개론' 개발. 지식경제부 기술표준원.
- 박형준 (2003). 제 7차 교육과정 사회과 교과서에 나타난 소비자 교육의 내용 분석, 시민교육연구. 35(1), 173-197.
- 배순영 (2006). 학교 소비자교육 활성화를 위한 교재개발. 한국소비자보호원 정책자료.
- 조아미 윤철경 (2005). 청소년의 소비생활 실태와 문제, 그리고 시사점. 여성가족생활연구. Vol.9
- 교육부 (1999). 초등학교 교육과정 해설: 수학, 과학, 실과.
- 교육부 (2001). 중등학교 교육과정 해설: 수학, 과학, 기술·가정.
- 이연숙 (2008). 가정과 교육의 이론과 실제. 신광출판사.
- 식품의약품안전청(2005). 식품관련 소비자불만(사고) 사례연구.
- 한국소비자보호원(2005). 영유아 위험물질 삼킴 안전사고 실태조사: 삼킴, 삼입, 흡입 안전사고. 한국소비자보호원.

## 부 록

### 국내 언론에 보도된 소비자위해 사례

<사례 1> 학교급식에서의 위해 사례

사건품목	학교급식		
피해 내용	집단 식중독		
발생일자	2006/06/15	보도일자 및 보도기관	2007/01/28 파이낸셜뉴스
발생지역	국내 수도권		
피해대상	중고교 학생	피해인원	2872명
해당 제조회사 또는 판매회사	CJ급식업체		
사건발생원인	CJ가 제공한 깻잎지 무침이 노로바이러스에 오염된 것으로 추정		
소비자 대응행동 내용	손해배상 청구소송 제기		
피해자 요구사항	1인당 100만원의 위자료 요구		
회사업체 사건처리 방법(처음 발생시)	CJ푸드시스템은 해당학교에 직원 파견, 문제과악에 나섰으나 이후 별다른 조치를 취하지 않음		
사건처리방법(나중에)	급식사업에서 손을 떼기로 함. 법원의 판결문이 송달되기도 전에 이번 소송에 참가한 학부모들을 개별적으로 만나 10만원짜리 상품권을 지급하며 이번 사건에 대해 더 이상 법적인 책임을 묻지 않기로 한다는 각서를 요구. 1인당 100만원의 위자료를 배상하라는 판결에 대한 항소여부에 대해서는 논의중		
구체적 사건 내용	<p>서울과 인천, 경기지역 중·고교 22곳에서 사상 최대의 급식 식중독 사고가 발생했다. 교육당국은 22일 이들 학교가 급식업체인 CJ푸드시스템의 인천 및 수원 물류센터에서 식자재를 납품받아 조리한 사실을 확인하고 이 업체에서 단체급식을 받는 서울, 인천, 경기 지역 68개 중·고교(학생 7만여명)에 급식을 중지시켰다. 또 강원도 원주의 1개 학교와 대전의 5개 학교에 대해서도 같은 조치를 내렸다. 현재까지 발생한 유사 식중독 환자는 서울 938명, 인천 500여명, 경기 용인 57명이다.</p> <p>서울시 교육청은 서울시내 14개 중·고교에서 메스꺼움과 구토, 설사 등의 증상을 보이는 환자가 집단 발생함에 따라 문제 업체가 급식을 하는 초·중·고교 40곳에 대해 급식을 중지시켰다.</p>		

<사례 2> 식용젤리의 위해 사례

사건품목	외제 미니컵젤리		
피해 내용	미니컵젤리먹던 어린이 젤 리가 기도를 막아 질식사		
발생일자	2004/09/23	보도일자 및 보도기관	2004/10/11 국민일보
발생지역	국내 수원시 및 부산시		
피해대상	8세 초등학생 6세 어린이	피해인원	4명
해당 제조회사 또는 판매회사	대만 종합 후르츠바이트		
사건발생원인	플라스틱 작은 컵(가로2.5 세로3cm)에 담긴 형태로 빨아 먹게 되어 있어 질식사 위험이 있음		
소비자 대응행동 내용	손해배상 청구소송 제기		
피해자 요구사항	국가와 젤리 수입업체를 상대로 2억 600여만원의 손해배상 요구		
회사업체 사건처리 방법(처음 발생시)	구체적으로 기사화된 내용없음		
사건처리방법(나중에)	1억 7600여만원을 국가와 젤리수입업체가 연대하여 배상		
구체적 사건 내용	외제 미니젤리를 먹던 초등학생이 젤리가 기도를 막는 바람에 숨지는 사고가 발생하자 유족측이 식품의약품안전청을 상대로 소송을 준비하는 등 크게 반발하고 있다. 11일 경기도 수원중부경찰서에 따르면 지난달 23일 오후 2시 10분께 수원시 팔달구 우만동 A분식점에서 초등학교 1학년생 김모(8)양이 분식점 여주인(36)이 준 대만산 미니컵 젤리를 먹다 젤 리가 목에 걸려 질식했다. 김양은 곧바로 병원으로 옮겨졌으나 17일동안 뇌사상태로 있다 10일밤 숨졌다. 문제의 젤리는 플라스틱 작은 컵(가로 2.5 세로3cm)에 담긴 형태로 판매되고 있으며 김양의 경우처럼 기도를 막을 위험이 있는 것으로 알려졌다. 김양의 부모는 사고 위험이 큰 젤리 제품이 시중에 유통되도록 방치한 책임을 물어 식품의약품안전청을 상대로 소송을 제기할 방침인 것으로 전해졌다.		

<사례 3> 김밥집 식중독 위해 사례

사건품목	김밥집 김밥 식중독		
피해 내용	식중독		
발생일자	2008/04/07	보도일자 및 보도기관	2008/04/08 경향신문
발생지역	국내 충북 음성군		
피해대상	학생 및 주민	피해인원	120여명
해당 제조회사 또는 판매회사	음성군 대소면 김밥집		
사건발생원인	식중독을 일으킬 수 있는 프로테우스미라빌리스균 검출		
회사업체 사건처리 방법(처음 발생시)	음성군 보건소 역학조사		
사건처리방법(나중에)	영업정지		
구체적 사건 내용	충북 음성의 한 김밥집에서 김밥을 사다 먹은 학생 등 주민 100여명이 식중독 증세를 보여 이 중 20여명이 병원에 입원, 치료를 받고 있다. 이 김밥집은 지난 1일부터 6일까지 세일에 들어가 김밥 한줄에 500원씩 팔았으며 5~6일 사이에 김밥을 사다 먹은 사람들만 식중독 증세를 보이고 있다. 이에 따라 보건당국은 김밥 위생에 문제가 있는 것으로 보고 환자들을 대상으로 역학조사를 벌이는 한편 가검물을 채취해 정밀조사에 들어갔다. 문제의 이 김밥집은 7일부터 문을 닫고 영업을 하지 않고 있다.		

<사례 4> 장난감 위해 사례

사건품목	수입 중국산 구슬 장난감		
피해 내용	구슬을 삼키고 혼수상태		
발생일자	2007/	보도일자 및 보도기관	2007/11/09 연합뉴스 보도
발생지역	호주, 미국에서 발생.		
피해대상	어린이초등학교 4학년 여아	피해인원	5명
해당 제조회사 또는 판매회사	중국제품으로 국내로는 (주)영실업에서 수입		
사건발생원인	구슬에 코팅된 화학재료가 신중유해성분 인체내 부작용일으킴		
소비자 대응행동 내용	한국소비자원에 소비자 분쟁 조정 의뢰		
회사업체 사건처리 방법(처음 발생시)	영실업은 소비자 보호차원에서 전량 무상교환 등 자발적 리콜을 실시기로 발표		
사건처리방법(나 중예)	국내 기술표준원 협조. 중국산 장난감에 대한 시장감시를 강화하고 장난감에 사용되는 안전검사 기준 강화		
구체적 사건내용	중국산 구슬 장난감 '쥬쥬워터비즈'에 대해 '리콜실시'가 발표됐다. 산업 자원부 기술표준원에 따르면, 호주와 미국은 8일 중국산 구슬 장난감에 들어있는 구슬을 삼킨 어린이 5명이 혼수상태에 빠진 사건이 발생하여 이들 제품에 대해 판매금지 및 해당제품 공급사에 리콜조치를 명령했다. 사고원인은 구슬에 코팅된 화학재료가 인체내에서 신중마약성분인 'GBH(홍분제 일종)'로 변형되어 부작용을 일으킨 것으로 알려졌다. 이번 에 리콜조치된 제품은 호주에서 '빈디즈(Bindeez)', 미국 '아쿠아닷츠 (Aqua Dots)'의 상품명으로 판매되었다. 이에 대해 기술표준원이 국내 유통여부를 조사한 결과, 이들 제품은 영실업에서 수입, '쥬쥬워터비즈'라 는 상품명으로 약50,000여개가 판매된 것으로 확인되었다. 아직까지 해 당제품과 관련하여 피해사례는 확인되지 않고 있으나, 영실업은 소비자 보호차원에서 전량 무상교환 등 자발적 리콜을 실시하기로 발표하였다.		

<사례 5> 롤러스케이트 위해 사례

사건품목	인라인 롤러스케이트		
피해 내용	우측 슬관절 타박 및 요추부 염좌, 3주간의 재활치료가 필요		
발생일자	2003/05/11	보도일자 및 보도기관	200303/18 한국소비자원
발생지역	국내		
피해대상	초등학교 4학년 여아	피해인원	1명
해당 제조회사 또는 판매회사	중국 SENHAI (주)○○코퍼레이션		
사건발생원인	보호장구 미착용, 제품의 브레이크 부분하자		
소비자 대응행동 내용	한국소비자원에 소비자 분쟁 조정 의뢰		
피해자 요구사항	치료비, 수업료 손실부분, 위자료로 589,200원 요구		
회사업체 사건처리 방법(처음 발생시)	배상거부 (고객관리차원에서 기 지급한 치료비에 대해서는 보상하겠다고 함)		
사건처리방법(나중예)	한국소비자원의 조정결정에 따라 청구인에게 44,600원을 지급		
구체적 사건내용	<p>청구인은 2002.5.경 김스클럽 강남점에서 피청구인이 수입한 인라인 롤러 스케이트를 58,000원에 구입하여 청구인의 자녀(초등학교 4학년)가 타던 중 2003.5.11 브레이크 부분이 벗겨지면서 바퀴쪽으로 꺾이는 바람에 착지 시 앞으로 쏠리면서 넘어져 우측 슬관절 타박 및 요추부 염좌로 3주간 포괄적 재활치료를 요하는 상해가 발생하여 현재까지의 치료비와 향후 치료비, 그동안 치료로 인하여 다니지 못하였던 학원비 등 비용손상분 589,200원 및 인라인 롤러스케이트 수리나 교환을 요구하였으나 피청구인은 보호 장구를 착용하지 않은 상태에서 사고가 발생하였다는 사유로 거부함. 전문가의 자문에 의하면 사고의 원인은 청구인 자녀가 타던 중 실수로 인하여 넘어졌으나 안전을 위한 필수품인 보호 장구를 사요하지 않아 슬관절과 요추부를 다쳐 재활치료가 필요한 것으로 추정되므로 치료비 및 학원비 등 보상금을 요구하는 것은 받아들이기 어렵다 할 것임.</p>		

<사례 6> 세탁기 위해 사례

사건품목	세탁기		
피해 내용	세탁기에 들어간 아동 질식사		
발생일자	2010/02/18	보도일자 및 보도기관	2010/02/19 아시아경제
발생지역	국내 대전		
피해대상	7세 남아	피해인원	1명
해당 제조회사 또는 판매회사	LG		
사건발생원인	아동이 세탁기 안에 들어갔다 나오지 못하고 장시간 방치됨		
사건처리방법(나중에)	회사측에서 사고모델 세탁기의 자발적 리콜 및 어린이 안전사고 예방을 위한 캠페인 강화, 안전캡 배포 등의 재발방지 대책 시행		
구체적 사건 내용	<p>남자 어린이가 드럼세탁기 안에서 숨지는 사고가 또 발생했다. 19일 경찰에 따르면 지난 18일 오후 7시57분께 대전시 유성구 송강동 한 아파트에 사는 A(7)군이 드럼세탁기 안에 들어갔다 빠져나오지 못하고 숨진 채 발견됐다. 숨져 있는 A군을 발견한 형(11)이 경찰에 신고했다. 맞벌이를 하는 부모는 모두 집을 비운 상태였다. 신고를 받고 출동한 응급대원들은 A군의 온 몸이 마비된 상태였고 심폐소생술 등 응급조치를 취한 후 병원으로 이송했지만 끝내 숨졌다고 전했다.</p> <p>A군은 드럼세탁기 속에 자주 들어가 놀았던 것으로 전해졌다.</p> <p>이와 관련 해당 전자회사 측은 지속적으로 안전 캠페인을 벌이고 있지만 초기 출시된 구형 드럼 세탁기의 경우 유럽은 물론 국내에서 만든 제품이 동일한 위험성을 지니고 있다며 주의를 당부했다.</p> <p>회사 관계자는 "2008년 이후 출시된 모델은 모두 안에서 문을 열 수 있도록 안전성을 가미했다"며 "안전 캠페인도 꾸준히 하고 있다"고 전했다.</p>		