독서지도안 챌린지 이벤트

청소년을 위한 행동 경제학

-보통의 10대가 보다 나은 선택을 위해 꼭 알아야 할, '세상 물정의 경제학'

한진수 지음 / 해냄 에듀, 2021

지도안 만든 이 : 공존의 가치 연구소 김태리

☑ 책 소개

경제학의 아버지로 불리는 애덤 스미스가 등장한 이후 자유주의 경제학자들이 전제하는 인간은 합리적이고 이기적이며 매우 정확한 계산을 하는 존재였습니다. 그래서 인간은 어떤 상황에서도 정확하게 계산한 뒤 유리한 방향으로 정교하게 움직인다고 보았지요. 이 정확한 인간들이 모인 곳에 시장이 형성되고 여기에 가격이라는 신의 선물이 첨가되면 자본주의는 완벽하게 합리적으로 돌아갑니다. 그렇기에 합리적 인간이 참여하는 시장 또한 완벽하다는 결론이 도출됩니다. 때문에 주류 경제학자들은 이 완벽하고 위대한 시장에 정부가 절대 가입하지 말아야 한다고 일관되게 주장하고 있지요. 그러나 조금 더 생각해보면 이 세상에 아인슈타인처럼 생각하고 IBM 컴퓨터처럼 뛰어난 기억용량을 가지고 있으며 간디와 같은 의지력을 발휘할 수 있는 사람이 얼마나 될지 의문을 품지 않을 수 없게 됩니다.

보통의 인간들은 일상생활 속에서
"내가 그때 왜 그랬을까?"
우리는 왜 합리적이지 못한 이유로 지갑을 열고 뒤늦은 후회를 반복하는 걸까? 하는 뒤늦은 후회를 반복하곤 합니다.
좋아하는 아이돌이 모델인 광고를 보면, 팬심때문에 그 물건의 필요 유무도 살피지 않고, 덜컥 구매부터 하거나, 당첨확률이 0.00002%라는 사실을 알면서도 왠지 이번주 1등의 주인공은 나일지도 모른다는 희망주문을 걸며 매주 로또 판매점을 찾기도 하지요. 그뿐이 아닙니다. TV채널을 돌리다 홈쇼핑채널에서 "ㅇㅇ사이즈 매진입니다. ㅇㅇ사이즈도 이제 얼마 남지 않았습니다."라는 쇼호스트의 말이 들리면 왠지 모를 조바심으로 서둘러 전화기 버튼을 누르기도 하지요. 행동경제학은 경제학과 심리학이 접목된 학문입니다. 그런 점에서 '보통의 인간'인 우리가 저지르는 비합리적 행동을 이해하는 데 행동 경제학은 필수적인 지식입니다.

해냄의 청소년책 시리즈 열여덟 번째 책인 이 책에서 경제교육전문가인 저자 한진수 교수는 비합리적 선택을 반복하고 있는 보통의 사람들, 특히 청소년들을 향해 "현명하게 판단하고 후회 없이 선택하려면 행동경제학을 알아야 한다."고 강조합니다. 이 책은 익숙한 사례는 통해 무심코 행하고 있는 스스로의 소비습관을 돌아보며 청소년들이 주체적 소비자로 행동하고 후회 없는 선택을 하기 위해서는 무엇을 알아야 하는지, 어떻게 합리적인 의사결정을 해야 하는지를 청소년의 눈높이에 맞게 상세하게 설명해주는 책입니다.

총 5장으로 구성된 이 책은 1장에서 행동경제학의 발생 배경을 '인간의 비합리적 선택'에 주목하여 그 빈틈을 설명해 나가는 행동 경제학의 등장 과정이 매우 흥미롭게 전개됩니다. 2장에서는 빠르되 위험한 사고 휴리스틱에 대해, 3장은 불확실한 상황에 직면했을 때의 인간 선택을 설명하는 전망이론 정보의 내

용보다 형식에 큰 영향을 받는 인간의 특성을 설명해주는 프레이밍 효과에 대해, 마지막 5장은 확신과 정보에 관련된 인간의 편향을 다룹니다. 특히 교실에서 하는 경제학 토론과 교실에서 하는 경제학 실험은 자연스럽게 이해가 쉽지 않은 경제학 개념들의 이해를 돕도록 구성되어 있어, 체험을 통해 청소년 독자들이 스스로 경제학적 사고방식으로 세상을 바라보는 법을 저절로 알 수 있는 기회를 제공해주고 있습니다.

1차시부터 4차시까지 <청소년을 위한 행동경제학 에세이> 활동지를 직접 채워가면서 소비당하지 않는 주체적 소비자로서의 첫걸음을 내디뎌 보시기 바랍니다.

대상 : 초등 5,6학년 ~ 중학생이상

☑ 활동 목표

1. 행동 경제학의 이론을 바탕으로 일상생활속 자신의 선택과 결정의 습관을 돌아볼 수 있다.
2. 경제학적 사고방식으로 세상을 바라보는 법을 생각해볼 수 있다.
3. 소비당하지 않는 주체적소비자로서의 생활을 계획하고 다짐할 수 있다.

☑ 독서 과정별 활동 개요

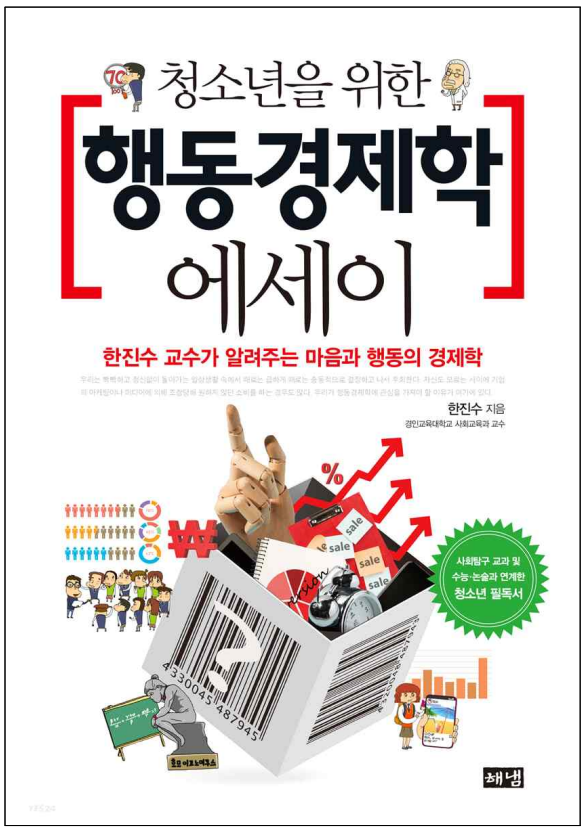
독서 과정	활동 내용
독서 전	1. 표지와 제목 보며, 스키마 불러 오기 2. 나는 합리적 소비자이다'. : 가치 수직선, 5점 척도 check check 나의 소비성향'
독서 중	1. 메타인지 전략 사용하며, 책 읽기 - 읽기 방법과 분량 정하기 - 행동 경제학의 주요 용어와 개념에 밑줄그으며 읽기 2. 포스트잇에 질문을 적으며 본문 내용 읽기 3. 문해력 키우기 : 행동경제학의 핵심 용어 개념 정리
독서 후	1. 사고 확장하기
	2. 내 삶에 적용하기
	3. 토의 & 논술
	4. 창의 융합 활동

1차시. 나는 어떤 소비자? : 소비하는가 vs 소비당하는가

☑ 독서 전, 스키마 불러오기

스키마란>
마음속에 체계적으로 저장된 과거 지식의 구조, 새로운 내용 이해와 학습의 기초. 새로운 내용을 접할 때, 그 내용을 이해하는 데 도움이 되는 과거 지식과 관련짓기

- 표지와 제목을 보면서 떠오르는 것들을 이야기해봅시다.



이미지 출처 : 예스24(http://www.yes24.com/Product/Goods/104843526)

- '나는 합리적인 소비자이다.' : 5점 척도 check check(포스트잇 활용)

매우 그렇지 않다	그렇지 않다.	그저 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

CHECK CHECK! 나의 소비성향 테스트

소비를 하고 나서 후회해본 경험이 있나요? 주로 어떤 경우였는지 이야기해봅시다.

↳ 상품 구매를 결정할 때까지 어떤 정보나 조건을 따져보면서 최종결정을 하는 편인가요?

- 해당하는 곳에 ☑표 : ☐초등학생 ☐중학생 ☐고등학생 / ☐남자 ☐여자

나의 소비습관 수준	예 (2점)	가끔 (1점)	아니요 (0점)
1. 시간이나 돈이 없어도 쇼핑하고 싶은 충동을 느낀다.			
2. 휴대 전화요금이 많이 나와 부모님께 혼나기도 한다.			
3. 예상하지 못한 돈이 생기면 저축하기보다는 써 버린다.			
4. 기분이 나쁠 때는 물건을 사면서 스트레스를 푼다.			
5. 지출 습관이 걱정되지만 여전히 쇼핑을 하며 돈을 쓴다.			
6. 생각하지 않고 기분에 따라 구매한 다음 후회를 한다.			
7. 용돈을 얼마나 받는지, 어디에 썼는지 기억나지 않는다.			
8. 친구에게 돈을 빌려서 사고 싶은 상품을 사기도 한다.			
9. 입은 옷, 소유한 상품에 따라 친구를 판단한다.			
10. 광고를 보면 물건을 사야겠다는 강한 충동이 생긴다.			
합계			

출처 : 지학사 기술가정교과서 3-2. 2단원 청소년의 소비생활 https://viewpds.jihak.co.kr/tsoldb.pdf

- 20점~13점: 의지만으로는 구매 욕구를 조절하기 어려운 유형 ➡ 앗! 위험해요. 지갑에는 쓸 돈만 넣어 다니세요.
- 12점~7점: 꼭 필요하지는 않지만 재미로 물건을 구매하는 유형 ➡ 저런! 과소비의 가능성이 보이네요
- 6점~0점: 소비유혹에 잘 넘어가지 않는 유형 ➡ 멋지네요. 자신의 소비 욕구를 잘 조절하고 있어요.

소감 한마디 + 다짐

CHECK CHECK! 나의 소비성향 테스트

- 해당하는 곳에 ☑표 : □초등학생 □중학생 □고등학생 / □남자 □여자

나의 소비습관 수준	매우 그렇다	그렇다	아니다	매우 아니다
1. 꼭 어떤 상품을 살 계획이 없더라도 매장을 둘러보는 것을 좋아한다.				
2. 딱히 재미있는 일이 없을 때 쇼핑을 하러 가면 기분이 좋아진다.				
3. 기분이 나쁠때는 물건을 사면서 스트레스를 푼다.				
4. 나는 새로운 유행을 알기 위해서는 쇼핑만큼 좋은 게 없다.				
5. 상품을 진짜 사지 않더라도 쇼핑을 하는 행위 자체가 즐겁다.				
6. 갖고 싶은 물건이 있는데 용돈이 부족하다면, 돈을 빌려서라도 일단 사고 본다.				
소계				
7. 친구들이 많이 가진 유행상품을 따라 사 본 경험이 있다.				
8. 유명브랜드 물건을 살 때 구매를 결정하는 가장 큰 기준은 친구들이다.				
9. 친한 친구들이 입는 옷차림과 비슷한 디자인이나 브랜드를 입으려고 노력한다.				
10. 평소 TV에 나오는 연예인들이 어떤 옷을 입는지 눈여겨본다.				
11. 어떤 일을 할 때 다른 사람들이 내 행동을 어떻게 생각할지 신경이 쓰인다.				
12. 또래 친구들 사이에 요즘 어떤 브랜드가 유행하는지 관심이 있다.				
소계				
13. 옷이나 가방, 신발을 살 때 브랜드에 신경을 많이 쓴다.				
14. 가격이 다소 비싸더라도 유명브랜드 제품을 산다.				
15. 입은 옷, 소유한 상품에 따라 사람을 판단한다.				
16. 고가의 유명브랜드 제품은 상표나 심벌마크가 잘 보이는 위치에 있는 게 좋다.				
소계				
17. 다른 물건을 보고 상점에 갔어도, 좋아하는 취미활동과 관련된 물건이 눈에 띄면, 계획에 없더라도 일단 사고 본다.				
18. '품절 임박'이라는 문구에 마음이 흔들려 구매 버튼을 눌렀다.				
19. '오늘까지만 이 가격'이라는 광고를 보면 물건을 사야겠다는 강한 충동을 느낀다.				
20. 저렴한 가격으로 팔고 있다는 생각이 들면 당장 필요하지 않더라도 일단 산다.				
소계				

1~6문항 : 쾌락적 소비 /7~12문항 : 모방 소비 / 13~16문항 : 과시소비 / 17~20 : 충동 소비

어떤 소비성향 항목의 합계가 가장 큰가요? 결과를 보니 어떤 생각이 드나요?

자, 이제 여러분의 소비성향을 파악했으니, 책 속으로 한 걸음 더 들어가 볼까요?

☑ 독서 중, 메타인지 전략 사용하기

메타인지 = 초인지, 상위인지
학습자 자신이 지금 생각하거나 행동하고 있는 모습을 스스로 관찰, 감시하고 통제하는 것. 예를 들어 책 읽는 데 필요한 시간 가늠하기, 이해력을 높이기 위해 효과적인 독서전략 고민하기, 읽고 있는 내용을 이해하고 있는지 점검하고 정리하기

● 내용 이해하기

- 경제학에서 말하는 '합리성' 혹은 '합리적 선택'이란 어떤 의미인가요?
  (주어진 목표를 추구하기 위해 최선의 수단이나 방법을 사용하는 일)

- 행동경제학이 대두된 배경을 설명해봅시다.
(전통경제학이 말하는 호모이코노미쿠스는 현실에 존재 불가능한 가상의 존재이다. 인간행동의 이면에는 항상 감정, 애착, 기쁨, 분노, 슬픔, 불안, 공경, 이타심등 여러 가지 요인이 작동해 결정하고 선택하는 과정에도 개입되기 때문에 인간의 경제적 선택을 보다 현실적인 측면에서 이해하고 분석하기 위해서는 호모이코노미쿠스가 아니라, 심리가 중요하게 영향을 미치는 호모사피엔스를 조명해야만 가능하다. 따라서 행동경제학은 심리나 감정의 영향을 적극 고려하여 인간의 행동에 영향을 미치는 심리를 파헤치고 그로 인한 영향을 분석해야 할 필요성이 제기되면서 등장했다.)

- 호모이코노미쿠스와 호모사피엔스의 특징을 비교해봅시다.

호모이코노미쿠스	호모사피엔스
선택이나 결정이 철저하게 합리적이고 이기적인 존재. 심리는 하트(heart), 심장활동의 산물 전통경제학에서 정의하는 인간 알고리즘(문제를 해결하기 위해 일정한 절차를 정해놓고 풀어나가는 방법)	선택이나 결정에 심리의 영향을 중요하게 받는 존재. 심리는 뇌가 활동한 결과, 뇌의 작용에 의한 마인드(mind) 행동경제학이 정의하는 인간, 즉 휴먼(human) 휴리스틱(직감에 따라 빠르고 단순하게)

- 저자는 행동 경제학을 알아야 하는 이유를 다음과 같이 설명하고 있습니다. 49쪽의 내용을 바탕으로 빈칸에 들어갈 적당한 말을 아래에서 찾아 적으면서 내용을 정리해봅시다.

전통경제학은 사람이 경제 이론과 다르게 행동하는 현상을 이상 현상(anomaly), 즉 예외적 현상으로 치부하고 호모 이코노미쿠스를 전제로 한 경제이론을 고수해왔다.
그러나 행동경제학은 이상현상을 이코노미쿠스의 '이상한'행동으로 보지 않고 그러한 행동을 유발하는 현실 속 보통 사람의 심리를 파고든다. 그러한 행동에도 일정한 규칙과 보편적 패턴이 있음을 보여줌으로써 인간의 선택과 행동을 더 정교하게 분석할 수 있도록 해 준다.
사람이 논리적으로 불합리하고 자신에게 이익이 되지 않는 판단을 반복하는 이유가 무엇인지를 파악한다. 이러한 시도를 통해 행동경제학은 전통경제학에 새로운 시각과 접근법을 더해주고 있다.
행동경제학을 통해 우리는 사람이 비합리적으로 선택하는 이유를 이해하고 분석할 수 있다. (중략) 자신의 쇼핑 습관에 어떤 심리가 작용했는지를 인지하고 기업의 전략을 간파한다면 자신의 소중한 돈을 쉽게 빼앗기지 않는 합리성을 유지할 수 있다.

<보기> 행동, 전략, 이익, 새로운 시각, 이상 현상, 일정한 규칙, 선택, 접근법, 보편적 패턴, 심리, 불합리, 비합리적, 인지

- 휴리스틱의 개념을 자신이 이해한 대로 적고, 장단점을 분석해봅시다.

휴리스틱이란? 노력을 줄이려는 본능 때문에 다양한 변수를 종합적, 논리적으로 고려해 합리적 의사결정을 하는 대신에 자신의 상식과 경험에 바탕으로 두고 단순하게 생각해서 직감에 따라 빠르게, 어림짐작으로 적당한 만족을 추구해 의사결정을 하는 경향	
휴리스틱의 장점	휴리스틱의 단점
대체로 만족스러운 결과 커다란 노력을 들이지 않고 답을 얻을 수 있음 적당한 만족을 추구하는 원리와 부합 신속하고 직관적인 의사결정	옳지 않은 해답을 제공해 줄 확률이 높음 비합리적인 선택으로 이어지거나 최선의 판단과 거리가 먼 결과를 낳을 확률이 높음

- '휴리스틱'이 강하게 작용하는 사람들이 보이는 소비패턴은 어떠할까요?
(충동구매를 한다. 자신의 소득이나 상환능력을 면밀하게 따지지 않는다. 자신의 상식과 경험에 바탕을 두고 단순하게 생각해서 직감에 따라 빠르게 결정한다.
어떻게든 해결할 수 있을 것이라는 막연한 기대감으로 지름신을 영접한다. 물건을 구매할 때 다양한 변수를 종합적, 논리적으로 고려하지 않는다. 가격비교를 귀찮아하거나 적당한 선에서 끝낸다.. 일단 지르고 나중에 후회하는 일을 반복한다. 등.)

- 인간 뇌의 두가지 차별화된 사고 방식을 비교해봅시다.

시스템 1(자동시스템)		시스템 2(숙고 시스템)	
특징	치명적 결함	특징	치명적 결함
- 빠름 - 직관 - 통제 불가능 - 노력 불필요 - 무의식 - 인지적 능력과 무관 - 일상적 일이나 의사결정 - 실수할 가능성 있음	- 직관에 의존해서 빠르게 생각해 행동하기 때문에 특정상황에서 오류나 실수를 초래하는 경향이 있음. - 개인차원을 벗어나 사회적 문제로까지 비화할 수 있음.(예:IMF때 빌린 달러를 3년만에 모두 상환하자 정부가 경제위기에서 완전히 벗어났다고 자랑스럽게 발표한 후유증이 지금도 우리 경제에 타격을 주고 있음.	- 느림 - 이성 - 통제 가능 - 노력 필요 - 의식 - 인지적 능력과 유관 - 복잡한 일이나 의사결정 - 신뢰할 만함	- 자아고갈(인지고갈)현상이 나타남: 시스템2가 활성화되어 에너지 소모가 높아지면, 결국 피로를 느끼게 되고, 주변 상황을 인지하는 능력이 현저히 떨어져 정작 중요한 일을 해결하지 못할 때가 많음. (피곤하고 정신적으로 소모상태에 있을 때는 중요한 결정을 피하는 것이 바람직함) - 매우 게으른 통제자

- 상품 구매 결정을 할 때, 어떤 정보를 누구에게서 얻는가에 따라 그 정보의 가치가 달라집니다. 각각의정보출처를 의존해서 구매결정을 할 때의 이로운 점과 유의할 점을 비교해봅시다.

정보출처	이로운 점	유의할 점
- 친구나 가족의 의견 - 인터넷쇼핑몰 구매 후기	- 여러 곳에서 다양한 정보를 쉽게 얻을 수 있음. - 정보 비용이 적음.	- 주관적 판단에 의한 것이므로 정보가 잘못된 경우일 수 가능성이 높아 실제 구매결정에 별 도움이 되지 않을 수 있음. - 소비자 스스로 시간과 노력을 투자해야만 얻을 수 있음
- tv, 인터넷 등의 광고 - 판매원의 설명, 상품 안내서	- 이용 가능한 많은 정보가 존재함. - 적은 노력으로 이용이 가능함	- 상품의 결함이나 단점에 대한 정보는 거의 없고, 제조사가 판매수익을 높이려는 목적으로 장점에 대한 정보만 과장되게 제공하는 경우가 많음 - 소비자가 스스로 선별하여 받아들여야 함.
- 정부 및 공공기관의 표준규격표시 - 소비자 단체 및 연구기관에서 시험, 검사 등을 통하여 제공하는 정보	- 신뢰할 만한 정보임. - 사실에 근거한 가장 정확한 정보임 - 소비자가 정보탐색노력여부에 따라 실제 소비생활에 도움이 되는 정보를 쉽게 얻을 수 있음.	- 정보 이용시 높은 비용이 발생할 수 있음. - 새로운 정보를 빠르게 구하기 어렵고 직접 찾아보기가 쉽지 않음.

- 영화나 드라마의 PPL은 기업과 소비자에게 어떤 긍정적 영향과 부정적 영향을 줄까요?

소비 : 요즘 유행하는 상품이나 브랜드의 종류와 사용 방법 등 다양한 정보를 얻을 수 있다.

기업 : 소비자를 세뇌시켜 자사 상품이나 브랜드를 소비자의 기억 맨 앞자리에 배치하는 효과로 이어져 궁극적으로 매출을 높이는 데 기여할 수 있다.

● 문해력키우기

- 꼭 기억하고 싶은 행동경제학 핵심이론의 개념을 정리해봅시다.

☑ 독서 후

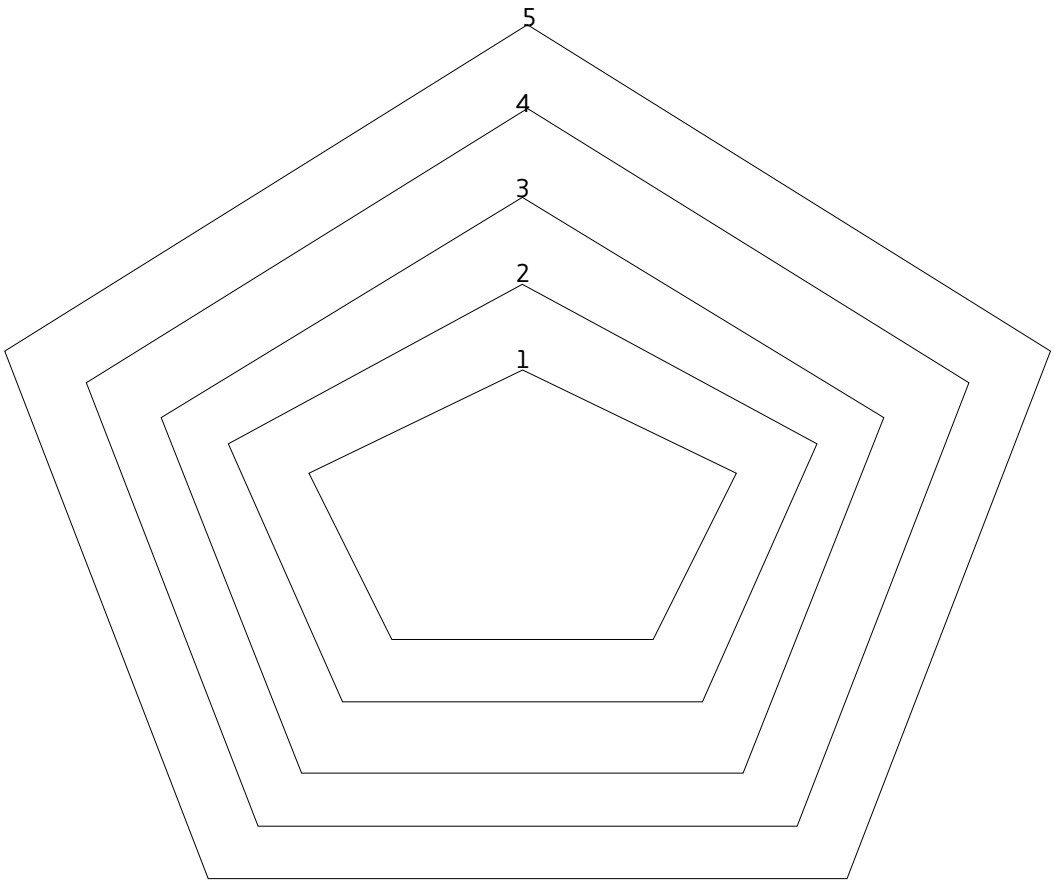
● 사고 확장하기

- 온라인에서 상품과 서비스를 사고파는 이커머스 기업들은 소비자의 구매를 유도하기 위해 갖가지 장치를 마련해 놓고 소비자의 선택을 부추깁니다. 행동경제학에서 말하는 넛지마케팅의 영향력을 보여주는 마케팅방식이지요. 그러나 판매하는 제품의 장점을 부각시키는 수준을 넘어, 당장 구매하지 않으면 손해라고 부추기거나, 정도가 심한 경우 소비자로 하여금 충동 소비와 같은 비합리적 소비를 하도록 교묘하게 설계된 다크 패턴양상까지 나타나고 있어 소비자들의 세심한 주의가 요구되고 있습니다. '다크패턴'이란 소비자의 구매 결정을 왜곡하는 '눈속임 설계'로 멤버십 가입을 조건으로 일정기간 무료 체험 기간을 제공한 후, 기간이 지났을 때 자동으로 연장결제가 이루어지도록 하거나, 청약철회 또는 해지경로를 어렵게 만들어 손해를 발생시키기도 하고 다른 물건과의 가격비교를 어렵게 만들어 편향된 정보로 결정을 내리게 하는 방식으로 설계되어있습니다.



이미지 출처
https://eiec.kdi.re.kr/material/pageoneView.do?idx=1634

↳ 다크패턴에 의한 피해를 입지 않기 위해 필요한 소비역량에는 어떤 것들이 있는지 오각형의 각 꼭지점에 적어보고, 각각의 역량이 어느 정도 크기(정도)가 필요하다고 생각하는지 점으로 표시한 후, 각각의 점들을 이어 준 후, 모둠원들과 공유해봅시다.



● 내 삶에 적용하기

- 다음은 교육콘텐츠 전문회사 스쿨잼에서 10대 초,중학생 14명과 용돈과 관련해 나눈 대화를 기사화 한 것입니다. 기사를 읽고 다음 물음에 대해 생각해 봅시다.

청소년기의 용돈은 청소년에게도, 부모님에게도 큰 관심사다. 청소년들은 자신이 구매하고 싶은 것들이 생기기 시작하면서 자신만의 자금이 필요하다고 느낀다. 부모님도 아이의 경제 교육을 위해 용돈을 줘야 하는지 고민이 되기 시작하고 다른 친구들은 얼마를 받는지, 우리 아이에게는 얼마를 줘야 할지 어떻게 용돈 관리법을 가르쳐야 할지도 부모님의 큰 고민과 숙제가 된다. (중략)

용돈을 받는 학생들에게 한 달 용돈 금액에 대해 물어봤더니 초등학생 고학년은 용돈으로 월평균 2만 3천 원을 받는다고 한다. 인터뷰에 응답한 초등학생의 월 용돈 중 가장 적은 금액은 1만 원이었고 가장 큰 금액은 4만 원이었다. 중학생은 초등학생보다는 용돈 금액이 올라서 월평균 약 4만 7천 원을 받는다고 한다. 응답한 중학생의 월 용돈 중 가장 적은 금액은 5천 원이었고 가장 큰 금액은 9만 원이었다.

(중략 및 아래 내용 편집)

저축, 저금 여부를 물어보니 저축한다는 답변이 더 많았다. 비정기적인 저축까지 포함하면 인터뷰한 10대 초·중학생들 모두가 본인만의 방법으로 저축하고 있었다. 저축 방법은 각양각색으로 처음 용돈을 받을 때 바로 저축하기도 하고, 매달 용돈을 받고 남은 금액 모두를 저축하기도 한다. 비슷한 방법으로 거스름돈 등으로 수중에 동전이 생기는 경우 그 동전들을 모두 저금통에 저축한다는 답변도 있었다. 일정 금액이 모이면 계좌에 입금을 한다던가, 어떤 목적에 의해 저축을 하는 등 비정기적으로 저축을 하는 학생들도 있었다. 10대 초·중학생들은 나름의 저축을 하고 있었는데, 그 목적으로는 추후 목돈이 필요할 때를 대비해서라고 한다.
소비 기록을 작성하고 있냐는 질문에는 용돈 기입장을 쓴다는 답변이 43%, 쓰지 않는다는 답변이 57%였다. 용돈 기입장을 쓰는 경우는 용돈이 들어오고 나가는 흐름을 파악하기 위해 소비 기록을 작성한다고 밝혔다. 소비 습관과 경제 교육을 위해 부모님 등 어른이 용돈 기입장을 검사하는 경우도 있었다. 용돈 기입장을 쓰지 않는 학생들은 자체적으로 용돈을 관리한다고 한다. 용돈 기입장을 쓰다가 말다가 해서, 써도 다시 보거나 활용하지 않아서 쓰지 않게 되었다고 이야기했다.

용돈 관리가 청소년의 경제 교육에 도움이 될까라는 질문에는 인터뷰에 응한 10대 초·중학생들 대부분이 동의했다. 용돈을 받고 관리하는 것 자체가 경제 교육의 일환이고, 경제 관념과 개념을 기를 수 있다고 말했다. 어렸을 때부터 본인의 돈을 아끼고 관리하는 법을 배우면서 돈의 가치를 깨달을 수 있고, 어른이 되어 월급을 받으면 사용처를 생각하고 금액을 정하여 생활하는 데에 도움이 된다고 생각하는 것이다.
용돈이 경제 교육으로 이어지려면 용돈을 받고 사용하는 청소년들의 태도가 중요하다는 의견도 있었다. 용돈을 어떻게 쓸지 계획하고 올바르게 사용하면 경제관념을 기를 수 있는 배움의 기회가 될 수 있지만, 계획 없는 소비가 계속된다면 오히려 수중의 돈을 금방 다 써버리는 나쁜 습관을 키우게 될 수도 있다고 이야기했다. (이하 내용 생략)

스쿨잼 김주현 naverschool@naver.com

↳ 여러분의 상황에 적용해볼까요? 용돈을 받고 있는지, 용돈을 받는 주기와 금액은 어떠한지, 주로 어디에 사용하고, 사용 내역을 기록하고 있는지 여러분의 생활을 돌아봅시다.

용돈을 받는가?	용돈 받는 주기/금액	주로 어디에 사용하나?	용돈기입장을 쓰는가?
평가 -> ☆☆☆☆☆ 이유 ->	평가 -> ☆☆☆☆☆ 이유 ->	평가-> ☆☆☆☆☆ 이유 ->	평가 -> ☆☆☆☆☆ 이유 ->

- 다음은 NH농협은행전북본부의 김성미차장이 기고한 청소년 금융.경제 교육 관련 전북일보 기사(2019. 08. 13)입니다. 글쓴이의 주장을 담은 문단별 중심 문장에는 밑줄을 그으면서, 핵심 단어에는 동그라미를 하면서 글을 읽어 봅시다.

청소년 시기부터 금융·경제 교육을 해야 한다

출처 : https://www.jjan.kr/article/20190813685288

최근 점차 세계 경제가 복잡화되고 이로 인해 개인이 경험하는 경제 및 금융 상황 역시 복잡화·다양화되면서 경제 및 금융교육의 중요성이 강조되고 있다. 따라서 금융·경제교육은 꿈을 이루고 노후에도 행복하게 살아가게 하는 삶의 지혜 그 자체다.

현재 우리나라의 금융·경제교육 실태는 자녀들에게 경제와 금융에 대해 관심을 갖고 지도하는 것이 우선이지만, 스탠더드앤드푸어스와 세계적인 여론 조사 기관 갤럽 등이 공동으로 실시한 '전 세계 금융 지식 조사'에서 우리나라는 조사 대상 148국 중 77위로 우리나라 성인들의 금융 지식과 이해도가 다른 나라에 비해 비교적 낮게 조사 되었다. 이러다 보니 자녀들에게 제대로 된 금융과 경제 교육을 하기 어렵다. 더구나 학교에서조차 금융 관련 내용은 적은 비중으로 다루는 만큼 금융·경제교육은 거의 이루어지지 않고 있다고 봐도 무방하다.

이에 따라 바람직한 금융·경제교육은 취학 전, 초등학교, 중학교, 고등학교 등 4단계로 나누어 적용해야 한다.

먼저 취학 전 자녀에 대한 적용 방법이다. 하루라도 빨리 경제 마인드를 갖춰 나가는 것이 중요한 시기이니 좋은 일을 하거나 칭찬받을 때마다 칭찬 스티커를 붙여준다. 스티커가 쌓이면 용돈을 주자. 돈은 거저 생기는 것이 아니라 노력의 대가임을 깨닫게 해주는 데 주안점을 두면 된다. 적은 돈을 한 푼 두 푼 모으면 더 좋은 것을 소유할 수 있다는 돈의 가치에 대한 배움과 동기 유발이 자연스럽게 일어나도록 습관화하는 것만도 큰 성과라 할 수 있다.

다음은 초등학생 시기다. 저학년 때는 아이 이름으로 된 통장을 개설해주는 것이 필요하다. 용돈을 아껴 근검, 절약하는 습관을 길러줄 수 있다. 매번 은행에 가서 저금을 하기에는 시간적 어려움이 많으니, 간이 저금통에 수시로 용돈을 모은 후 한 달이나 두 달 주기로 집 근처 은행에 가서 예치한다. 금융기관과 친숙해지는 것은 물론 목돈 마련의 중요성을 깨달을 수 있다.

중학생은 초등학생 때보다 수입이 급격히 증가하는 시기다. 용돈 기입장을 꾸준히 작성하게 하면 선택과 기회비용, 절제와 인내, 계획적인 소비 습관을 기르는 데 큰 도움이 된다.

고등학생 시기에는 금융 관련 기관을 직접 방문해 금융 시스템을 체계적이고 심도 있게 이해하도록 해야 한다. 한국은행과 금융감독원 금융교육센터, 한국거래소, 전국투자자교육협의회에서는 사전에 신청한 학생들에게 다양한 금융 및 경제 활동을 경험하게 한다. 또한 NH농협은행 청소년금융교육센터에는 은행직업체험, 금융사기 예방교육, 신비한 금고체험을 할 수 있다.

금융·경제교육 통해 자립심 키워야 한다. 과거와 같이 자녀의 성공이 부모의 성공으로 이어지던 시절은 사라지고 있다. 더 이상 자녀가 부모를 책임져주는 시대가 아니다. 자칫하다가는 성인이 된 자녀를 한평생 책임져야 하는 안타까운 상황에 처할 수도 있다. 이제는 입시 위주의 국·영·수 교육에서 탈피 해 금융·경제 마인드를 통해 4차 산업이라는 불확실성의 시대를 바로 헤쳐 나갈 능력과 자립심을 키워주는 것이 중요하다. 물고기를 잡아주는 것이 아닌 물고기 잡는 방법을 일깨워주는 것이 이상적인 교육인 것처럼 자녀들에게 물질적 유산보다는 스스로 부를 형성하여 바르게 사용하는 지혜를 물려주는 것이 오늘날 부모들의 책임이라고 본다.

NH농협은행전북본부 김성미 차장

- 글쓴이가 주장한 것처럼, 당장 다음 학기부터 모든 초 중 고등학생들을 대상으로 경제를 가르친다면, 학교에서 배우는 경제가 실제 일상생활에 얼마나 도움이 된다고 생각하시나요? 해당하는 곳에 ☑표를 한 후, 이유도 말해봅시다.

☐ 별로 도움이 되지 않을 것이다.
☐ 전혀 도움이 되지 않을 것이다.
☐ 해도 그만 안 해도 그만이다.
☐ 약간 도움이 될 것이다.
☐ 매우 도움이 될 것이다.
왜냐하면,

- 학교에서 경제를 가르친다면, 어떤 분야의 경제 교육이 필요하다고 생각하시나요?
☐ 전통 경제학 기초 이론
☐ 행동 경제학 이론과 실습
☐ 실생활에 필요한 금융 지식
☐ 경제 관련 직업 진로 교육
☐ 경제 윤리 및 가치관 교육
왜냐하면,

● 토의/토론 & 논술

- 우리나라의 복권 판매점 앞에 가면 '__등 당첨자 나온 판매점'이라는 현수막 광고를 흔히 볼 수 있습니다. 자기 가게에서 복권을 사면 당신도 거액 당첨금의 주인공이 될 수 있을 것이라는 막연한 기대심리를 부추기는 내용입니다. 실제로 매주 거액의 로또 당첨자 이야기가 방송에 보도되고 나면 로또를 사는 사람들이 급증한다고 합니다. 여러분은 복권 판매에 대해 어떻게 생각하시나요?

  ↳ 복권 판매를 금지해야 한다. (그렇다 / 그렇지 않다) 왜냐하면,

서론 (주제배경, 용어정의)	
본론 (주장 + 이유, 근거)	
결론	

● 창의 융합 활동

지금까지 우리는 우리가 가진 소비 습관은 어떠한지 돌아보면서, 마케팅이나 미디어에 의해 조정당해 원하지도 않던 소비를 당하지 않는, 똑똑하고도 합리적인 소비자가 되기 위해서라도 행동경제학에 관심을 가져야 하는 이유에 대해서도 생각해보았습니다. 자 이제부터 합리적이고 주체적인 소비자로 거듭날 준비가 되셨나요? 실패하지 않는 나만의 소비전략을 세워봅시다.

