

정책연구 10-18

# 다문화가정 소비피해 실태와 소비생활 안정에 관한 연구

황 정 선



한국소비자원  
Korea Consumer Agency



정책연구 10-18

# 다문화가정 소비피해 실태와 소비생활 안정에 관한 연구

황 정 선



## 머 리 말

최근 우리 사회는 다문화 사회로 전환되고 있다. 국내 체류 외국인 수는 최근 3년 만에 두 배 이상, 연평균 28.5%의 엄청난 속도로 증가하고 있다. 인구대비 외국인주민 비율이 5%를 넘는 지자체 숫자가 급등 추세를 보이고 있고, 특히 농촌지역의 국제결혼 비중은 40%를 넘나들고 있어 다문화가정의 급증 추세를 방증하고 있다.

국내 거주 외국인들이 폭발적으로 급증하면서 우리 사회의 다문화 가정 문제는 심각한 사회문제로 대두되고 있다. 전체 결혼이민자 가구 중 소득이 최저생계비 이하인 가구가 52.9%로 절반이 넘고, 기초생활보장 수급 가구는 13.7%를 나타내고 있다. 특히, 결혼이민자들은 언어소통 곤란과 자국과의 소비생활 환경 및 소비자문제 해결방식 등 차이로 인해 소비생활 불편이 가중되고 있는 실정이다.

정부는 다문화가정 구성원들이 안정적인 생활을 영위하고, 이들의 삶의 질 향상과 사회통합을 지원하기 위해 다문화가족지원법을 제정한 바 있다. 동 법을 근거로 다문화가정에게 필요한 생활정보 제공과 교육지원, 아동의 보육 및 교육 지원, 다국어 서비스들을 제공하고 있으며, 전국 주요 도시에 다문화가족지원센터를 설립하여, 다문화가정과 관련한 다양한 서비스를 제공하고 있다.

다문화가정의 생활 안정을 위해 중앙부처, 지자체, 시민단체 등 역시 나름대로 최선의 노력을 다하고 있지만, 아직은 그 효과가 충분히 발휘되지 못하고 있는 실정이다. 특히, 거주 외국인을 순혈주의와 단일민족이라는 민족정체성 이데올로기에서 벗어나 개방된 마음으로

진정한 우리 이웃으로 받아들여야 함에도 아직은 그러한 인식이 정착되지 못하고 있는 것 또한 우리들 현실이다.

이러한 상황에서 다문화사회의 건전한 발전을 위해서는 다문화가정을 비롯한 이주 외국인 생활의 안정과 내국인의 다문화 사회 이해 증진이 절실히 요구되고 있다. 이에 따른 교육, 문화, 경제, 지역정책을 통합한 적극적인 정책이 필요한 시점인 것이다. 다문화인력 양성, 다문화 가정의 기초생활 안정, 다문화 사회 이행을 위한 기반 구축 마련, 상시적인 다문화 정책 조정 필요성이 요구되고 있다.

이에 본 연구는 다문화가정 결혼이민자를 중심으로 그들의 소비생활 피해실태를 다양한 방법론을 통해 살펴보고, 다문화가정 생활안정화를 위한 방안을 제시했다는 점에서 매우 시의적절한 과제 수행으로 생각된다. 최근 다문화가정 관련 연구가 그 폭이나 깊이에서 매우 다양하게 이루어지고 있지만, 소비생활 관련한 다문화가정 연구는 아직은 초보적 단계에 머물러 있어 관련 연구 발전에 상당한 기여가 될 것으로 예상된다. 어려운 여건 속에서도 연구를 수행해 준 연구자의 노고를 격려하며, 연구과정에서 도움을 준 관계자 여러분에게도 감사의 뜻을 전합니다. 아무쪼록 본 보고서에 제시된 정책방안들이 다문화가정 생활 안정화 정책에 널리 활용되기를 희망합니다.

2010. 12.

한국소비자원

원장 金 映伸

## 국문요약

2009년말 현재 국내 체류 외국인 수는 115만명에 이르고, 2009년 국제결혼 건수는 전체 결혼건수의 10.8%를 나타냈으며, 특히 농림어업 종사 남성과 외국 여성과의 혼인 비중은 40%를 넘어서고 있어 농촌지역을 중심으로 다문화가정이 급증하고 있다.

하지만, 전체 결혼이민자 가구 중 소득이 최저생계비 이하인 가구는 52.9%로 절반이 넘고, 기초생활보장 수급 가구는 13.7%를 나타내 이들이 새로운 빈곤계층으로 대거 편입되면서 심각한 사회문제가 되고 있다. 특히, 결혼이민자들은 자국과 우리나라와의 소비생활 환경 및 소비자문제 해결방식 등 차이와 언어소통 곤란 등으로 소비생활 불편이 가중되고 있다.

이에 본 연구는 기 연구된 조사연구 자료 등을 중심으로 다문화가정 전반에 대한 소비생활 실태와 정책지원 현황을 살펴보는 한편, 주요국의 다문화 정책지원 현황을 살펴보았다. 특히, 다문화가정의 전반적인 소비생활 실태와 문제점을 파악하고, 그 개선책을 제시하기 위해 다문화가정의 여성 결혼이민자 대상의 설문조사를 시행하였다.

설문조사는 전국을 7대 거점(수도권, 충북, 충남, 전북, 전남, 경북, 경남)으로 구분하여 지역내 다문화가족지원센터 등을 중심으로 각 거점별로 75명 내외의 표본을 할당하여 실시되었다. 본 조사의 최종 유효표본수는 507명이고, 표본오차는 95% 신뢰수준하에  $\pm 4.35\%$ p이다.

결혼이민자들의 소비생활 계층의식은 상류층 9.9%, 중류층 66.3%, 하류층 22.8%를 나타내 전체적으로 77.2%의 중류층 이상의 계층의식

을 나타냈다. 이는 일반 소비자들의 72.8%에 비해 4.4%p가 높은 중류층 인식이다. 결혼이민자들이 평가하는 다문화가정의 1년 전과 비교한 현재의 가정경제 상황은 ‘좋아졌다’가 31.3%, ‘별 차이없다’ 37.2%, ‘나빠졌다’는 9.7%로 나타났으며, 결혼이민자들이 기대하는 향후 1년 후의 다문화가정의 경제상황은 ‘좋아질 것이다’가 47.1%, ‘별 차이없을 것이다’ 20.9%, ‘나빠질 것이다’는 5.4%로 나타났다.

결혼이민자들은 현재의 소비생활 전반에 대해 만족이 38.4%, 중립이 41.7%, 불만이 19.9%를 나타내 현재의 소비생활 전반에 대해 대체로 만족을 느끼고 있으며, 소비생활에 대해 결혼이민자들이 느끼는 불만족 이유는 ‘경제력이 뒷받침되지 못함’이 전체의 57.6%로 단연 1순위를 나타냈다. 현재 소비생활에서 경제적 부담이 가장 큰 비용 항목은 식생활비가 55.0%로 가장 높게 나타났으며, 교육비가 32.5%, 보건의료비 21.1%, 의류구입비 20.3%, 주거비 19.1% 순으로 나타났다. 다문화가정에서의 가정내 생활비 관리의 주체는 남편이 55.3%로 단연 1순위로 나타났으며, 본인이 가정내 생활비를 관리하는 것은 전체의 19.8%로 나타났다.

결혼이민자가 한국에 오기 전 한국문화 인지도는 전체의 19.8%만이 알고 있었지만, 결혼이민자의 46.2%는 한국에 온 후에 호감도가 높아진 것으로 나타났다. 결혼이민자들이 한국에 살게 된 이유는 ‘배우자가 마음에 들어서’가 45.3%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘경제적으로 나은 곳에서 살기 위해’가 30.2%, ‘본국 가족에 대한 경제적 지원’ 20.4%의 순으로 나타났다. 결혼이민자들이 한국에서 생활하면서 겪게 되는 많은 어려움 중에서 가장 큰 어려움은 ‘말이 통하지 않음’이 48.1%로 1순위를 나타냈으며, 그 다음으로 ‘자녀 교육 문제’가 45.7%, ‘문화적 이질감’ 39.7%의 순으로 나타났다.

결혼이민자들의 생각하는 현재의 결혼생활은 만족이 51.1%, 보통 32.0%, 불만이 10.0%를 나타내 전체적으로 만족이 불만에 비해 5배나 높게 나타났다. 결혼이민자들이 생활하면서 어려운 일을 당한 경우, 대응하는 방식은 ‘참는다’와 ‘같은 국가 출신의 결혼이민자와 상의한다’가 각각 34.0%와 32.0%로 대부분을 차지했다.

한국생활 적응행동에 있어서 결혼이민자의 57.2%는 한국음악과 영화를 좋아하고, 55.0%는 한국음식을 즐겨 먹으며, 54.2%는 한국 사람들을 좋아하고, 51.3%는 한국어를 늘 사용하고 있지만 35.4%는 한국어를 사용할 때 긴장감을 느끼고 있다. 52.4%는 자신이 태어난 나라의 문화유산을 자랑스럽게 생각하고, 35.7%는 나는 한국인이 아니고 내가 태어난 국가 국민이라고 생각하고 있다. 하지만, 38.6%는 한국식 이름을 갖고 싶어 하고, 33.2%는 내가 생각하고 행동하는 방법은 한국 방식이라고 생각하며, 내가 지키는 공휴일은 내가 태어난 나라의 휴일이라는데 51.0%가 반대하고 17.8%만이 동의하고 있다. 28.0%는 자신이 차별받고 있다고 느끼고 36.5%는 태어난 나라에 두고 온 가족들에게 죄책감을 느끼고 있는 것으로 나타났다.

결혼이민자들이 상품 구입시 가장 많이 참고하는 정보는 주변의 사용경험 및 추천이 44.1%로 단연 1순위를 나타냈으며, 자신의 경험이 31.0%, ‘별 정보없이 구입’은 20.7%를 나타냈다. 결혼이민자들이 일상 생활용품을 구입할 때, 구입장소를 선택하는 기준은 ‘가격 저렴’이 57.0%로 단연 1순위로 나타났으며, ‘집과 가까움’이 40.5%, 품질 21.1%, 상품다양성 15.9%, 교환/환불/AS 13.4% 등의 순으로 나타났다. 최근 1년 이내에 결혼이민자들의 특수거래를 통한 구매 경험은 인터넷쇼핑몰이 43.7%로 가장 높게 나타났으며, TV홈쇼핑은 37.0%, 방문판매 23.4%로 나타났다.

결혼이민자들이 물품이나 서비스를 구입하는 과정에서 불만 또는 피해를 당한 경험은 32.1%로 나타났으나, 절반 이상인 53.5%가 그냥 포기하고, 8.2%만이 적극적으로 해결한 것으로 나타났다. 구입 상품에 대한 불만·피해가 발생했음에도 이를 그냥 포기한 이유는 ‘해결되기 힘들 것으로 생각해서’가 32.9%로 가장 높게 나타났다.

소득을 늘리는 것과 자유시간을 늘리는 것에 대해서는 소득, 미래생활 대비와 현재생활 충실에서는 미래 대응을 선택했다. 우리나라 저변의 생활 안전에 대해서는 82.4%가 안전하다고 느끼고 있고, 안전 및 건강 위협요인으로는 농약 오염이 50.3%로 단연 1순위를 나타냈다. 현재 살고 있는 지역의 생활 환경 전반에 대해서는 만족 55.3%, 불만 11.7%로 나타났다.

결혼이민자들이 느끼는 광고에 대한 생활가치 인식은 광고에 대한 관심이 높고 광고를 보면 강한 구매 충동을 느끼고 있지만 광고는 재미보다는 정보제공이 중요하다고 생각하고, 광고내용 및 광고를 많이 하는 제품의 신뢰도와 광고에 대한 흥미에 대해서는 중립적 태도를 보이고 있다.

결혼이민자들이 느끼는 생활가치 인식을 요약하면 높은 물질중심 성향을 나타내고 있지만, 돈 많은 사람들을 존경하거나 좋은 인상을 위한 고급제품 사용에 대해 강한 거부감을 보이고 있다. 현재 자신의 경제상황에 대해 상당한 불안감을 나타내 꼭 필요한 물건을 살 때도 돈쓰기를 망설이고 물건을 산 후에 후회가 많거나, 하고 싶은 일이나 갖고 싶은 제품을 참지 못하는 충동적 구매 성향에 대해 상당한 자제감을 보이고 있다. 현재 자신이 하는 일에 만족을 나타내고 스스로 일에 대한 집중력이 높다고 생각하고 있으며 규칙이나 지시에 순종하는 태도를 보이고 있다.

본 연구에서는 이상의 분석결과를 토대로 향후 다문화가정 소비생활 안정화를 위한 다음과 같은 정책대안을 제시했다.

첫째, 다문화 공생 관점의 실질적인 다문화사회 구현을 위해 결혼이민자를 실질적인 정책수요자로 하는 통합적인 다문화정책 추진이 요구된다.

둘째, 다문화가정의 소비생활 문제해결을 위한 정책 지원의 기본 방향은 ‘취약계층의 보호’가 아니라 ‘대한민국 소비자로서의 기본권익 보장’으로 전환 되어야 한다.

셋째, 다문화가정의 정책적 요구가 무엇인지를 사전에 파악하고, 정책당국, 시민사회, 학계, 다문화가정 구성원들이 참여하는 민관협력네트워크를 구축, 관련 정책을 효과적으로 추진할 필요가 있다.

넷째, 교육수요자 입장 또는 상황을 고려한 맞춤형 교육이 이루어져야 하고, 다문화가정의 소비생활 니즈에 근거한 다양한 소비생활 콘텐츠 지원이 필요하다.



## 차 례

머 리 말 .....	1
국문요약 .....	3
제1장 서 론 .....	17
1. 연구의 배경 및 목적 .....	19
2. 연구의 방법 및 구성 .....	22
3. 연구의 한계점 .....	23
제2장 다문화사회에 관한 이론적 고찰 .....	25
1. 다문화 관련 개념 및 의의 .....	27
2. 다문화사회의 통합모형 .....	30
3. 국내 다문화사회의 배경과 현황 .....	34
4. 다문화가정이 한국 사회에 미치는 영향 .....	37
제3장 다문화가정 현황과 실태 .....	41
1. 다문화가정의 현황 .....	43
2. 결혼이민자들의 상담내용 .....	49
3. 2009년 전국 다문화사회 실태조사 결과 .....	51
4. 결혼이민자의 소비생활 애로요인 분석 .....	58
가. 결혼이민자의 소비생활 문제 인식 .....	58
나. 다문화가정의 소비생활 애로점 .....	61
다. 다문화가정 자녀들의 교육 문제 .....	62
라. 농촌 결혼이민자들의 취약한 소비자 안전 문제 .....	63
마. 결혼이민자 소비생활 피해구제의 어려움 .....	64

<b>제4장 다문화가정의 법·정책 지원 현황</b> .....	65
1. 정부의 다문화가정 지원정책 현황 .....	67
2. 다문화가정 관련법령 .....	76
가. 다문화가족지원법 .....	78
나. 재한외국인처우기본법 .....	80
다. 결혼중개업의 관리에 관한 법률 .....	82
라. 거주외국인 지원 조례 .....	83
3. 다문화가정 관련부처 활동현황 .....	84
가. 국무총리실 .....	84
나. 여성가족부 .....	88
다. 지방자치단체 .....	92
4. 다문화가정 지원기관 .....	96
가. 건강가정지원센터 .....	96
나. 다문화가족사업지원단 (다문화가족지원센터) .....	97
다. 이주여성긴급지원센터(여성가족부) .....	99
라. 한국외국인근로자지원센터 .....	100
마. 한국이주여성인권센터(서울이주여성쉼터) .....	102
바. 기타 민간단체 .....	103
<b>제5장 주요국의 다문화정책 현황</b> .....	105
1. 일 본 .....	107
2. 호 주 .....	115
3. 미 국 .....	124
4. 캐나다 .....	126
5. 대 만 .....	129
6. 영 국 .....	134

7. 프랑스 .....	137
8. 독일 .....	138
<b>제6장 다문화가정 소비생활 의식 및 행동 .....</b>	<b>141</b>
1. 조사의 개요 .....	143
2. 현재 소비생활 전반에 대한 의식 및 행동 .....	146
가. 소비생활 계층귀속 의식 .....	146
나. 소비생활의 현재 평가 및 미래 기대 .....	150
다. 소비생활 만족도 및 불만족 요인 .....	151
라. 경제적 부담이 큰 비용 항목 .....	155
마. 가정내 생활비 관리 실태 .....	161
바. 향후 노후생활 대비 인식 .....	166
3. 한국생활 적응 의식 및 행동 .....	169
가. 한국에 오기 전 한국문화 인지도 .....	169
나. 한국에 살게 된 이유 .....	172
다. 한국생활 적응 어려움 .....	177
라. 한국 호감도 변화 .....	181
마. 현재 결혼생활 만족도 .....	183
바. 어려운 일 발생시 대응행동 .....	186
사. 한국생활 적응 인식 .....	189
4. 구매 및 불만·피해 대응 행동 .....	195
가. 상품 구입시 고려하는 정보원 .....	195
나. 생활용품 구입시 매장 선택요인 .....	199
다. 특수거래 구입경험 및 만족도 .....	203
라. 인터넷서비스 이용실태 .....	206
마. 정보통신기기 사용 인식 .....	208

바. 불만·피해 경험 및 이유 .....	212
사. 불만·피해 대응행동 .....	215
아. 소비생활 교육이수 경험 및 실생활 도움정도	217
5. 소비생활 가치 평가 .....	223
가. 소득과 자유시간 상대선호도 .....	223
나. 미래생활과 현재생활 상대선호도 .....	226
다. 소비생활 권익제고 노력 .....	229
라. 소비생활 안전성 평가 .....	232
마. 지역의 생활환경 전반 만족도 .....	238
바. 생활가치 인식 .....	240
6. 조사결과와 요약 .....	248
가. 현재 소비생활 전반에 대한 의식 및 행동 .....	248
나. 한국생활 적응 의식 및 행동 .....	250
다. 구매 및 불만·피해 대응 행동 .....	253
라. 소비생활 가치 평가 .....	255
<b>제7장 다문화가정 소비생활 안정화 방안 .....</b>	<b>259</b>
1. 동반자 입장에서의 다문화정책의 추진 .....	261
2. 기본권익 보장 중심으로 정책 전환 .....	263
3. 생활안정화를 위한 협력네트워크 구축 .....	266
4. 수요자 중심의 맞춤형 교육지원 .....	268
5. 다문화가정 소비생활 콘텐츠 지원 .....	271
6. 생활문제 해결을 위한 사업자 역할 제고 .....	274
<b>참고문헌 .....</b>	<b>277</b>
<b>Executive Summary .....</b>	<b>283</b>
<b>부록: 다문화가정 소비생활 의식조사 설문지 .....</b>	<b>289</b>

## 표 목 차

<표 4-1> 한국의 다문화정책 .....	67
<표 4-2> 주요부처별 소관정책 현황 .....	69
<표 4-3> 중앙정부의 주요 다문화가정 지원정책 .....	70
<표 4-4> 지방자치단체의 여성결혼이민자 대상 주요 지원서비스 ...	71
<표 4-5> 부처별 다문화 관련 정책추진 근거법규 .....	77
<표 4-6> 다문화가족지원센터의 주요 사업내용 .....	98
<표 5-1> 일본의 다문화공생 관련 정부간 역할 .....	108
<표 5-2> 일본 정부의 주요 정책 및 담당부서 .....	110
<표 5-3> 호주 정부의 이민자 통합 정책 .....	117
<표 5-4> 호주 정부의 다문화 정책 수단과 서비스 .....	120
<표 6-1> 응답자 특성 .....	145
<표 6-2> 결혼이민자와 일반소비자간 계층귀속의식 차이 ..	147
<표 6-3> 결혼이민자들의 소비생활 계층귀속의식 차이 분석 ....	148
<표 6-4> 현재 소비생활의 전반적 만족도에 대한 특성 차이 분석	154
<표 6-5> 소비생활 비용 지출 부담에 대한 특성 차이 분석	159
<표 6-6> 가정내 소비생활 지출에 관한 관리 주체 .....	162
<표 6-7> 가정내 생활비 관리 주체에 대한 특성 차이 분석	164
<표 6-8> 향후 노후생활 대비 인식에 대한 특성 차이 분석	168
<표 6-9> 한국 오기 전 한국문화 인지도에 대한 특성 차이 분석 ·	171
<표 6-10> 한국에 살게 된 이유에 대한 특성 차이 분석 ....	175
<표 6-11> 한국생활 적응 어려움에 대한 특성 차이 분석 ..	180
<표 6-12> 한국에 온 후 호감도 변화에 대한 특성 차이 분석 ..	182

<표 6-13> 현재 결혼생활 만족도에 대한 특성 차이 분석 ..... 185

<표 6-14> 생활 어려움 발생시 대응방식에 대한 특성 차이 분석 188

<표 6-15> 한국생활 적응에 대한 요인분석 결과 ..... 192

<표 6-16> 한국생활 적응 행동요인에 대한 특성 차이 분석 194

<표 6-17> 상품 구입시 주된 참고 정보에 대한 특성 차이 분석 .. 198

<표 6-18> 생활용품 구입시 매장 선택요인에 대한 특성 차이 분석 201

<표 6-19> 특수거래 구입경험에 대한 특성 차이 분석 ..... 205

<표 6-20> 정보통신 기기 사용인식에 대한 특성 차이 분석 210

<표 6-21> 물품/서비스 구입시 불만·피해경험에 대한 특성 차이 분석 213

<표 6-22> 소비생활 관련 교육 이수경험에 대한 특성 차이 분석 .. 220

<표 6-23> 소득과 자유시간 상대선호도에 대한 특성 차이 분석 · 225

<표 6-24> 미래생활과 현재생활 상대선호도에 대한 특성 차이 분석 .. 228

<표 6-25> 소비생활 권익제고 노력에 대한 특성 차이 분석 231

<표 6-26> 소비생활 안전성 평가에 대한 특성 차이 분석 ..... 233

<표 6-27> 소비자 안전·건강 위협요인에 대한 특성 차이 분석 .. 236

<표 6-28> 지역의 생활환경 전반만족도에 대한 특성 차이 분석 · 239

<표 6-29> 생활가치 인식에 대한 요인분석 결과 ..... 245

<표 6-30> 생활가치 인식에 대한 특성 차이 분석 ..... 247

## 그림 목 차

<그림 3-1> 국내 외국인주민 분포 현황 .....	43
<그림 3-2> 국적별 외국인주민 증가현황 ('08년 대비) .....	44
<그림 3-3> 시도별 외국인주민 분포현황 .....	45
<그림 3-4> 최근 10년간 국제결혼 건수 및 비중 추이 .....	46
<그림 3-5> 농림어업 종사자의 도농간 국제결혼 비중 차이 .....	47
<그림 3-6> 여성 결혼이민자들의 상담내용 유형 .....	50
<그림 6-1> 소비생활 계층귀속의식 .....	146
<그림 6-2> 소비생활의 현재 평가 및 미래 기대 .....	150
<그림 6-3> 현재 소비생활에 대한 전반적인 만족도 .....	152
<그림 6-4> 소비생활 불만족 이유 .....	155
<그림 6-5> 현재 소비생활에서 경제적 부담이 큰 비용 항목 ...	156
<그림 6-6> 가정내 생활비 관리 주체 .....	161
<그림 6-7> 향후 노후생활 대비 인식 .....	166
<그림 6-8> 한국에 오기 전 한국문화 인지도 .....	170
<그림 6-9> 한국에 살게 된 이유 .....	173
<그림 6-10> 한국생활 적응 어려움 .....	177
<그림 6-11> 한국에 온 후 호감도 변화 .....	181
<그림 6-12> 현재 결혼생활 만족도 .....	183
<그림 6-13> 생활 어려움 발생시 대응방식 .....	186
<그림 6-14> 한국생활 적응 인식 .....	190
<그림 6-15> 상품 구입시 주로 참고하는 정보원 .....	196
<그림 6-16> 생활용품 구입시 매장 선택요인 .....	200

<그림 6-17> 특수거래 구입경험 및 만족도 .....	203
<그림 6-18> 인터넷서비스 이용실태 .....	207
<그림 6-19> 정보통신기기 사용 인식 .....	209
<그림 6-20> 물품 및 서비스 구입시 불만·피해 경험 .....	212
<그림 6-21> 구입 상품의 불만·피해 이유 .....	214
<그림 6-22> 구입 상품의 불만·피해에 대한 대응행동 .....	215
<그림 6-23> 불만·피해의 포기 이유 .....	216
<그림 6-24> 소비생활 교육 이수 경험 .....	218
<그림 6-25> 소비생활 교육의 실생활 도움 정도 .....	221
<그림 6-26> 소득과 자유시간 상대선호도 .....	223
<그림 6-27> 미래생활과 현재생활 상대선호도 .....	226
<그림 6-28> 소비생활에서의 스스로의 권익제고 노력 .....	229
<그림 6-29> 소비생활에서의 전반적인 안전성 평가 .....	232
<그림 6-30> 소비자 안전 및 건강 위협 요인 .....	235
<그림 6-31> 지역의 생활환경 전반 만족도 .....	238
<그림 6-32> 광고에 대한 가치 인식 .....	241
<그림 6-33> 소비생활 가치 인식 .....	242

## 제1장 서론

1. 연구의 배경 및 목적
2. 연구의 방법 및 구성
3. 연구의 한계점



## 1. 연구의 배경 및 목적

행정안전부 자료에 따르면 2009년 12월말 현재 국내에 거주하는 외국인 주민은 국적 취득자와 불법 체류자를 포함하여 113만 9,283명으로 국내 전체인구 49,773,145명의 2.3%를 차지하고 있다. 외국인 주민 수는 '06년 536,627명에서 '07년 722,686명, '08년 891,341명 등으로 늘어나 불과 3년 만에 두 배 이상, 연평균 28.5%의 엄청난 속도로 증가하고 있다. 인구대비 외국인주민 비율이 5%를 넘는 지자체 숫자 역시 급등 추세를 보이고 있다. 영등포구는 10.9%, 금천구는 9.1%, 구로구 8.0%, 중구 7.8%, 용산구 6.9%, 포천시 6.6%, 안산시 6.1%, 영암군 8.9%, 음성군 6.2%, 진천군 5.6% 등을 나타냈다.

국제결혼건수는 2000년 11,605건으로 전체 결혼건수 대비 3.5%를 나타냈으나 2004년에는 34,640건으로 11.2%로 높아졌으며, 2005년에는 42,356건 13.5%로 정점을 찍은 뒤 2007년 37,560건 10.9%, 2009년에는 33,300건으로 10.8%를 나타내 이제는 국제결혼이 우리 사회의 보편적 문화로 자리잡고 있다. 특히, 읍면부에서의 농림어업종사 남성과 외국 여성과의 혼인 비중은 2006년 46.2%, 2007년 44.5%, 2008년 41.1%, 2009년 38.7%를 나타내 농촌지역의 국제결혼 비중이 급증하면서 다문화가정 역시 급증하고 있음을 보여주고 있다.(통계청, 2010)

하지만, 급증하는 다문화가정들이 한국사회의 새로운 빈곤계층으로 대거 편입되고 있다는 점에서 심각한 사회문제로 대두되고 있다. 전체 결혼 이민자 가구 중 소득이 최저생계비 이하인 가구는 52.9%로 절반을 넘고 있고, 기초생활보장 수급가구는 13.7%로 나타났으며, 여성 결혼이민자 취업률은 한국 여성 취업률 53%에 훨씬 미치지 못

하는 34%에 불과한 실정이다. 2005년 이혼시 숙려제도를 도입한 이후에 총 이혼건수는 해마다 감소하고 있지만 국제결혼의 이혼 건수 역시 급증 추세에 있다. 한국인 남편과 외국인 처의 이혼 증가율은 무려 44.5%를 기록하고 있다.(정상호, 2009)

통계청 자료에 따르면 2009년말 현재 여성 결혼이민자는 12만 5천명 정도로 추정되고, 이들에게서 태어난 다문화가정 자녀는 6만명에 육박하고 있다. 하지만, 이들 다문화가정의 보육시설 이용률은 17%로 일반가정의 1/3 수준에 불과하고, 경제적 이유 때문에 끼니를 거른 경험이 있는 가구가 15.5%에 육박한 것으로 조사되고 있다. 특히, 다문화가정 자녀의 학교 중도 탈락률은 초등생은 10%로 일반학생의 0.06%에 비해 166배, 중학생은 20%로 일반학생의 0.09%의 222배를 기록하고 있다. 이는 물론 다문화가정의 경제능력 부족, 불안한 일자리 등으로 인해 자녀의 언어습득, 학습능력 및 또래문화 경험 등 양육여건이 취약한데 기인한다.

2009년 이주여성긴급지원센터가 운영하는 콜센터에는 총 43,454건(중복체크)의 불만사례가 접수되고 있는데, 이는 2008년의 19,916건에 비해 2.18배 급증한 것이다. 상담 내용별로는 생활문제가 21.7%, 법률상담이 19.8%, 부부갈등 19.5%, 체류상담 13.5%, 가정 폭력 9.7%, 가족 갈등 6.8% 등으로 나타나고 있어, 다문화가정의 여성 결혼이민자들의 생활이 순탄하지 않음을 보여주고 있다. 특히, 주목할 점은 생활문제가 21.7%로 단연 1순위의 중요성을 나타내고 있다는 것인데, 다문화가정을 이끌어가는 여성 결혼이민자들 입장에서 소비생활 문제 해결에 대한 상당한 니즈를 갖고 있다는 점이다.

이러한 다문화가정 문제 해결을 위해 정부는 세계화와 다문화 추세를 반영하여 일련의 적극적인 조치를 추진하고 있다. 2003년 고용

허가제를 도입했고, 2004년 국적법을 개정했다. 2007년 재한외국인처우기본법을 제정했으며 2008년 다문화가족지원법을 제정하고, 법무부 ‘출입국관리국’을 ‘출입국·외국인정책본부’로 확대개편한 바 있다. 현재 국제결혼 및 다문화가정에 대한 총괄 계획수립 및 부처간 조정 업무는 국무총리 산하 외국인정책위원회가 담당하고 있다. 하지만, 외국인정책위원회는 단순한 심의 및 자문기구로서 실질적 권한이 없어 그 중요성이 증대되고 있는 다문화가정 문제에 대응할 수 있는 기능과 역할 수행에 한계를 노출하고 있다. 더욱이, 다문화가정 정책은 무려 12개 관련 부처에서 각 부처별 소관 과제를 분담 시행하고 있어 정책의 혼선과 비효율을 발생하고 있다. 조정 기관 부재에 따라 중앙부처 차원 및 지자체 단위에서 일부 사업들이 중복 시행되어 정책의 비효율을 초래하고 있는 실정이다. 대부분 지자체 사업들이 전통혼례식, 말하기대회, 장기자랑 등 일회용 이벤트 프로그램이 다수이고 그나마 단편적으로 집행되고 있는 실정이다.

특히, 다문화가정의 여성 결혼이민자들은 자국과 우리나라와의 소비생활 환경 및 소비자문제 해결방식 등 차이와 언어소통 곤란 등으로 인해 소비생활 불편이 가중되고 있음에도 이를 개선하기 위한 정책 지원은 매우 미흡한 실정이다. 정부 입장에서는 부처별로 다양한 다문화가정 지원정책을 수립·집행하고 있지만 정작 다문화가정의 소비생활의 질 향상과 직결된 소비자문제 관련 정책 지원은 중앙정부와 지방정부를 막론하고 상당한 한계를 노출하고 있는 실정이다. 성공적인 다문화가정의 소비생활 정책 개발 및 집행을 위해서는 주요 선진국 사례에서 볼 수 있듯이 정부뿐만 아니라 시민사회와 학계, 다양한 다문화가정 구성원들이 참여하는 민관협력 거버넌스 체계를 필요로 한다. 이러한 다문화가정의 소비생활 문제 해결을 위해서는

세계화 및 다문화 추세를 반영한 다문화가정의 소비생활의 질 향상을 위한 실효성있는 대책 마련이 요구된다.

이에 본 연구는 기 연구된 조사연구 자료 등을 중심으로 다문화가정 전반에 대한 소비생활 실태와 정책지원 현황을 살펴보는 한편, 주요국의 다문화 정책지원 현황을 살펴보고, 다문화가정의 여성 결혼이민자 대상의 설문조사를 통해 다문화가정의 전반적인 소비생활 실태와 문제점을 파악하고자 한다. 이를 통해 향후 다문화가정의 소비생활 질 향상을 위한 보다 실효성있는 정책대안을 마련하는 한편 관련 기초자료를 생산, 제공함을 목적으로 한다.

## 2. 연구의 방법 및 구성

본 연구는 기본적으로 기존의 문헌과 자료를 고찰하는 문헌고찰 방법 및 다문화가정 결혼이민자를 대상으로 기 이루어졌던 다양한 실태조사와 기초자료 및 내용의 분석을 통해 이루어졌다. 문헌연구는 다문화 및 다문화가정의 개념, 국내외 다문화가정에 대한 선행연구, 국내외 다문화가정에 대한 법·제도의 검토, 다문화가정 관련 실태조사 등을 통한 기존문헌 고찰을 포함하였다. 설문조사는 2010년 7월 15일~8월 15일 기간중에 결혼이민자 507명을 대상으로 실시되었다. 조사방법은 다문화가족지원센터에 근무하는 방문지도사와 지역 소비자단체의 전문조사원들을 활용하였다. 결혼이민자들이 자기 기재식으로 조사하였다.

본 연구는 총 7개 장으로 구성되었다. 제1장은 서론으로 연구의 배경 및 목적, 연구의 방법 및 구성을 서술하였으며, 제2장은 다문화가정

에 관한 이론적 배경 및 관련 선행연구 내용을 살펴보고, 제3장은 다문화가정 현황과 기 설문조사 및 실태조사 결과를 중심으로 다문화 가정 소비생활 전반의 문제점이 무엇인지를 살펴보고, 제4장은 다문화가정 법·제도적 현황 및 정부, 지자체 등을 중심으로 다문화가정 정책지원 현황에 대해 살펴보고, 제5장은 주요국의 다문화정책에 관해 우리나라의 다문화정책과의 비교 분석을 시도하였다. 제6장은 다문화가정 결혼이민자를 대상으로 시행된 설문조사 결과를 중심으로 다문화가정 결혼이민자 특성을 분석하고 다문화가정의 소비생활 실태와 문제점을 파악하는 한편, 그 문제의 해결점 모색을 시도하였다. 제7장은 본 연구의 결론으로 앞서의 분석결과를 바탕으로 다문화가정 결혼이민자들의 소비생활 합리화 및 생활안정을 위한 정책방안을 제시하였다.

### 3. 연구의 한계점

본 연구는 다문화가정 소비실태 및 생활안정 방안 마련에 초점을 두고 다문화가정의 소비생활 전반의 문제점을 진단하고, 이에 대한 정책방안을 도출하는데 있다. 하지만 본 연구는 다문화가정 가족구성원 특히, 한국인 배우자에 대한 설문조사를 시행하지 못해 다문화가정 전체를 포괄적으로 분석하지 못하고 결혼이민자를 중심으로 한 다문화가정의 소비실태 문제점 진단 및 이에 대한 정책방안 도출에 한정되었음을 밝히고자 한다.

다문화가정 소비실태 파악을 위한 설문조사 부분에서는 표집과정에서 확률표본추출을 하지 못하고 전국을 7대 거점으로 분류하고 각 거점을 중심으로 할당에 의한 편의적 표본추출방식을 사용할 수밖에

없었고, 동 조사에 사용된 유효표본수가 507명에 불과해 우리나라 전체의 다문화가정 결혼이민자 특성을 신뢰성있게 대표하지 못하는 연구의 한계점을 노출하고 있다.

이에 본 연구에서는 표집 및 조사과정에서의 한계점을 최대한 보완하기 위해 선행 설문조사 결과를 요약, 제시하였으며, 통계적 분석 방식에서 기술적 통계방법과 함께 다변량 분석 통계방법을 사용하여, 해당 설문문항 각각의 기술적 통계치를 나타내는 것보다 결혼이민자 개인 특성과의 관련성 분석에 보다 중점을 두었다.

## 제 2 장 다문화사회에 관한 이론적 고찰

1. 다문화 관련 개념 및 의의
2. 다문화사회의 통합모형
3. 국내 다문화사회의 배경과 현황
4. 다문화가정이 한국 사회에 미치는 영향



## 1. 다문화 관련 개념 및 의의

국내 거주 외국인 인구는 2009년 말 현재 114만명으로 국내 전체 거주 인구의 2.3%를 차지할 정도로 급격한 증가세를 보이고 있다. 국제결혼을 통한 다문화사회로의 급격한 이행은 매우 빠른 속도로 진행되고 있는데 2004년 이후 국제결혼 비중은 전체 결혼건수의 11% 내외를 차지하는 등 우리사회에서 다문화 가정은 급격한 증가 추세를 나타내고 있다.

세계 주요국들은 다문화사회가 보편화되면서 미국과 영국을 비롯한 유럽 국가들의 경우에 문화적 정체성 문제로 인해 여러 가지 갈등이 이미 표면화되고 있다. 호주와 프랑스의 경우, 이민 2세들에 의한 인종갈등이 표출되면서 국가·사회적 불화의 불씨로 남아 있으며, 이러한 다문화사회가 직면한 위기는 전지구적으로 산재되어 있는 실정이다. 우리나라 역시 그러한 위기에서 자유로울 수 없는 상황이다. 국내 거주 외국인들이 폭발적으로 급증하면서 우리 사회의 다문화가정 문제가 심각한 사회문제로 대두되고 있기 때문이다. 특히, 거주 외국인을 순혈주의와 단일민족이라는 민족정체성 이데올로기에서 벗어나 개방된 마음으로 진정한 우리 이웃으로 받아들여야 함에도 아직은 그러한 인식이 정착되지 못하고 있다. 다문화 정책 추진에 있어서도 다문화사회에 적합한 방향으로 사회의 전반적인 지향을 재구성하기 보다는 우리사회의 기존체제를 유지하는 선에서 이주민의 적응 내지 동화를 촉진하는데 주력하고 있는 것으로 평가되고 있다.(유용식·손호중, 2009)

다문화란 다양한 형태로 정의되고 있다. ‘동일한 혈통과 문화를 추구하던 단일문화에 또 다른 문화들이 통합되어 여러 문화가 공존하

는 형태'를 의미하기도 하고,(우중현, 2008) '여러 문화라는 뜻으로 언어, 문화, 관습, 종교, 인종, 계층, 직업 등의 차이에서 비롯되어 발생하는 다양한 문화'를 의미하기도 한다.(한국농촌경제연구원, 2008) 다문화란 한 사회 내의 다양한 문화의 존재를 뜻하는 것이나 문화의 규정방법, 다문화의 주체, 다문화와 정치적 지향성과의 관련여부 등에 따라 다른 해석이 가능하다. 협의의 다문화는 여성 결혼이민자 증가에 따라 변화해 가는 한국의 문화적 지형을 의미하며, 중범위적 다문화는 결혼이민자 외에도 외국인노동자, 탈북자, 화교 등 외부에서 유입된 소수자들의 인종적·민족적 정체성과 문화적 다양성에 대한 인식을 의미한다. 광의의 다문화는 한 국가사회에 존재하는 다양한 소수자 세력(소외계층, 소수인종, 동성애자 등)이 표출하는 다양한 문화적 특성을 의미한다.(한국여성정책연구원·한국정책개발원, 2009) 이상과 같이 다문화에 대한 다양한 형태의 정의가 존재하지만, 이상을 종합해 보면 다문화란 기존의 단일문화에 대비되는 개념으로서 동일한 혈통과 문화를 추구하던 단일문화에 다른 문화들이 통합되어 여러 문화가 공존하는 상태를 의미한다.

다문화사회란 다민족사회 또는 다인종사회 등으로 불려지기도 하는데, 이 역시 다양한 견해로 정의되고 있다. 다문화사회란 '여러 단일 문화가 모여 공존하며, 서로 영향을 주면서 그 나름의 문화를 유지, 발전하고 있는 사회'(류정아, 2009), '한 국가 내에 다양한 인종과 민족 출신이 함께 이루어져 상호간에 다른 인종과 민족 때문에 받는 사회적 차별없이 시민 또는 국민으로서 기본적으로 갖게 되는 권리를 향유하는 사회'(김혜순, 2007), '구성원 상호간에 인종이나 민족의 다양성을 인정하고 그들이 속해있는 국가의 이익이나 시민으로서의 권리와 책임을 다하는 사회구조' 등으로 정의되고 있다. 다문화사회

란 단순히 여러 다양한 인종이 혼합된 사회의 한 형태만을 의미하는 것이 아니다. 진정한 다문화사회는 이질적인 만남으로 인해 야기된 갈등 속에서 서로에 대한 타자성을 인식하고 자신이 확장되는 경험으로의 역동적 변화가 일어나 도달되는 사회를 의미한다.(한국지방행정연구원, 2008)

이상의 다문화 및 다문화사회 등 정의를 중심으로 다문화가정의 의미를 살펴보면, 광의로는 자국 내에 거주하는 모든 외국인 가족을 포함하는 개념이며 협의로는 가족 중 한 명이 국적을 취득해 구성된 가정을 의미한다. 즉, 다문화가정이란 다른 민족 또는 다른 문화적 배경을 가진 사람들이 포함된 가정을 통칭하는 개념이다. 국제결혼 등을 통해서 서로 다른 인종의 상대를 만나 결합한 가정으로 한국인과 외국인이 결혼하여 구성된 가정을 의미한다.(한국농촌경제연구원, 2008) 다문화가족지원법에서는 다문화가정을 다문화가족으로 표현하고 있는데, 이는 결혼이민자(혹은 귀화자)와 출생시부터 대한민국 국적을 취득한 한국인으로 이루어진 가족으로 정의하고 있다. 이러한 관점에서 다문화가정은 다음과 같이 분류될 수 있다. 첫째, 한국인 남자와 외국인 여자 또는 한국인 여자와 외국인 남자처럼 국제결혼을 하여 가정을 이룬 경우, 둘째, 외국인 근로자가 한국에서 결혼하거나, 본국에서 결혼하여 형성된 가족이 국내에 이주한 외국인 근로자 가족, 셋째, 북한에서 태어나서 한국에 입국하거나 한국에서 한국인 또는 외국인을 만나 결혼한 새터민 가족 등을 의미한다.(정하성 외, 2007)

다문화가족이 처음 정부문서에 등장하게 된 것은 한 NGO단체의 제안에 따른 것이다. 2003년 가정문화운동단체인 하이패밀리는 혼혈아라는 표현이 인권을 침해한다는 내용의 진정서를 국가인권위원회

에 제출했고, 호칭을 다문화가족 2세로 변경할 것을 요청한 것이 계기가 되었다. 2005년부터 여성 결혼이민자들이 정부의 관심대상으로 부상되기 시작했고 그 이후 정부에서 국제결혼가족과 다문화가족이란 말을 사용하기 시작했다. 2006년 이후 다문화가족이라는 용어가 정부에 의해 적극적으로 차용되면서 국가의 개입을 정당화하게 되었다. 하지만, 이전에 NGO 등에서 사용해 오던 다문화가족이라는 용어는 여성 결혼이민자뿐 아니라 한국에 온 외국 이주자들간의 사실혼을 통해 만들어낸 가족, 새터민을 포괄하는 넓은 의미였으나, 2008년 제정된 다문화가족지원법에서는 다문화가족의 범위를 합법적 결혼이주자로 한정하고 있다.(김현미, 2008)

## 2. 다문화사회의 통합모형

다문화주의란 한 국가 또는 사회 안에서 몇 가지의 문화가 공존하는 것을 의미한다. 즉, 한 사회 내의 다양한 인종, 민족 집단 중에서 소수집단이 차별받거나 배제되지 않도록 다양성을 인정하고 옹호하는 것이다. 모든 문화는 동등하게 평가받아야 하고, 그 어떤 문화도 다른 것보다 우월 할 수 없다는 신념을 바탕으로 한다.(한국농촌경제연구원, 2008) 다문화주의는 1970년대 이후 서구 선진국에서 주로 국민통합이나 사회통합의 목적을 가지고 사용되어 온 개념이다. 역사적으로 다문화주의가 주창되기 전에는 서구 국가들에 의해 인종정책의 일환으로 채택되었던 동화주의(강한문화가 약한문화를 흡수하는 문화주의)나 문화상대주의(각 사회가 갖고 있는 문화는 고유한 가치를 갖고 있기 때문에 문화간의 상하관계를 인정하지 않는 문화주의)에 대

한 대안으로 다문화주의가 소개되었다.(한국지방행정연구원, 2008)

다문화주의에 대한 사전적 정의(Wikipedia)는 학교, 기업, 이웃, 도시 또는 국가와 같은 조직적 수준에서 인종의 다양성과 운용상의 이유를 위하여 하나의 특정장소의 인구학적 구성에 적용되는 다양한 인종문화의 수용을 의미한다. 넓은 의미에서의 다문화주의는 현대 사회가 평등한 문화적·정치적 지위를 가진 상이한 문화집단을 끌어안을 수 있어야 한다는 믿음을 나타내고 있다.

다문화사회에 대한 이론은 동화이론, 용광로론, 샐러드보울론 및 비빔밥문화론 등이 있다. 첫째, 동화이론은 이민자들이 접촉·경쟁·화해·동화의 네 과정을 경험하면서 주류사회에 동화하며 정착하는 것으로 파악하고, 모든 이민자들이 주류사회에 동화하게 되면 모든 인종문제가 해결될 수 있다고 보는 이론이다. 전통적 동화이론이란 하위문화 혹은 소수문화를 포기하고 새로운 사회의 지배문화를 채택, 습득하는 것을 말한다. 동화이론이 전제하는 것은 지배문화의 우월성으로, 문화 사이의 우열관계에 따라 우월한 문화가 그렇지 못한 문화를 흡수 합병한다고 보는 견해이다.

둘째, 용광로론(melting pot theory)은 동화이론의 한 부류로 인종들 간 융합을 강조하는 이론이다. 용광로론이란 이미 기존에 존재하는 다수집단 또는 사회의 주류들이 만들어둔 기준에 알맞은 형태로 후기 이주민 또는 이주문화가 녹아드는 동화를 의미한다. 소수집단인 이민자들은 다수 집단이라는 커다란 주류사회 속으로 녹아서 용해된다고 보는 견해이다. 용광로론에서 주장하는 ‘융합’은 주로 서유럽으로부터 온 백인이민의 사이에서는 어느 정도 성과가 있었지만, 유색인종 사이에서는 성공하지 못했을 뿐만 아니라 인종차별, 고립 등은 오히려 더욱 심각해졌다는 비판을 받고 있다.

셋째, 샐러드보울론(salad bowl theory)은 문화다원주의 이론으로서 이민자들은 각자 고유 언어와 문화 그리고 정체성을 유지하면서 기존 사회에 기여 할 수 있다고 보는 견해이다. 샐러드보울에 담긴 샐러드가 각각 고유의 모습을 유지하면서 섞으면 맛있는 샐러드가 되는 것과 마찬가지로, 여러 인종, 여러 민족이 각자의 특성을 유지하면서 사회에 기여할 수 있으며, 각 인종과 민족은 상호 이익 추구하고 협조를 통해 조화를 이루면서 다원사회를 형성할 수 있다는데 근거한다.

넷째, 비빔밥문화론인데, 이는 우리나라의 비빔밥문화가 다문화가정과 융합을 가져올 수 있다고 보는 견해이다. 비빔밥은 샐러드보울과는 스타일과 먹는 방법이 다른데, 비빔밥이 샐러드보울보다 완전한 혼합과 융합을 가져올 수 있다는 것이다. 여기서 어떠한 재료로 맛있는 비빔밥을 만들어 나갈 것인가가 관건인데, 결국 다문화사회 속에서는 다문화가정과 공존할 수 있는 비빔밥문화를 정착시키는 것이 중요하다는 관점이다.(한국농촌경제연구원, 2008)

한편, 이민자 유입국의 이민자 통합정책 유형은 차별배제모형, 동화모형, 다문화주의모형으로 구분할 수도 있다. 차별배제모형은 유입국 사회가 이민자를 3D직종의 노동시장과 같은 특정 경제적 영역에만 받아들이고, 복지혜택, 국적, 시민권, 선거권, 피선거권 등과 같은 사회 정치적 영역에는 차별을 두어 절대 받아들이지 않는 것을 의미한다. 유입국에서는 국가가 원치 않는 이민자 정착을 원천적으로 차단하려고 하고 있고, 특정한 이주민에 대해서는 자국 국민에 준하는 공식적 권한을 인정하지만, 그 외의 이주민은 일시적 체류자격만 부여한 채 사회통합 범위에서 배제하고 각종 권한도 인정하지 않는 것으로 독일이 대표적인 국가이다.

동화모형은 이민자가 출신국의 언어, 문화, 사회적 특성을 완전히

포기해 주류사회의 성원들과 차이가 없게 되는 것을 목표로 한다. 유입국 사회는 자국 사회의 성원이 되길 원하는 이민자에게 ‘문화적 동화’라는 대가를 치르는 조건으로 ‘국민’으로 합류하는 것을 허용하는 것이다. 다양한 나라 출신의 이민자는 주류사회가 다수를 차지하고 있는 용광로에 섞여져 결국은 그 출신국의 고유성을 잃고 단일한 성격의 국민으로 용해된다고 보는 것이다. 동화모형은 후기 이주민 또는 이주문화가 이미 형성된 기존의 사회기준에 알맞은 형태로 녹아드는 동화를 의미한다. 이주민들은 새로운 사회나 국가에 자신들이 잘 융해되어 훌륭한 사회의 구성원이 되었음을 기존의 다수집단에게 증명을 해야만 그 사회 또는 국가에 무사히 안착할 수 있다. 대표국은 속지주의(자국의 영토 안에서 태어나는 모든 사람들에게 자동으로 국적을 부여)를 채택하는 미국, 캐나다, 프랑스 등이 이 모형에 속한다.

다문화주의모형은 이민자가 그들만의 문화를 지켜가는 것을 인정하고 장려하며, 정책 목표를 소수민족의 주류사회로의 동화가 아닌 공존(symbiosis)에 두는 것이다. 다양한 문화나 가치, 다양한 민족 집단과 그들의 개별적인 언어와 습관들을 그대로 한 나라 속에 공존시키는 다문화주의 접근에 따른 정책으로 인해 타 문화, 타 언어, 이교도 집단의 정체성을 인정함으로써 사회의 분열과 갈등을 예방할 수 있다는 것이다.(김유경외, 2008)

현재 우리나라는 사회 외부 요인에 의해 타인종, 타민족, 타문화가 유입되는 형태로 각국 또는 개인의 이해관계에 따라 국제교류가 이루어지고 단기적 장기적으로 외국에 거주함으로써 자연스럽게 다른 문화와의 접촉이 활발해지고 다른 인종과 문화의 인정과 공존을 바탕으로 한 다문화사회를 이루고 있다. 현재 한국의 다문화 정책은

다문화 사회에 적합한 방향으로 사회통합 정책을 마련하고, 새로운 국가의 정체성을 구축해 가는 과정에 있다. 비빔밥문화론 또는 다문화주의모형에 입각하여 과거에 강조해 온 순혈주의와 단일민족이라는 민족정체성 이데올로기에서 벗어나 개방된 마음으로 거주외국인을 진정한 우리 이웃으로 받아들이려 하고 있다, 하지만 이주민들의 주류사회에서의 동화가 아닌 공존이 되어야 함에도 이주민의 적응 내지 동화를 촉진하는데 머무르고 있는 것으로 평가되고 있다.

### 3. 국내 다문화사회의 배경과 현황

2009년 12월말 현재 우리나라에 체류하고 있는 외국인 수는 115만 명에 이르고 있는데, 이는 3년전인 2006년의 54만명에 비해 두 배 이상 급증한 것이다. 우리나라는 결혼이민자의 증가, 외국 인력의 급증 등 체류 외국인이 급증하면서 다문화 현상이 일상화되었다. 우리 사회가 다문화로 전환된 배경에는 국내 경제 규모의 확대와 개방화, 국제 교류의 증가, 저출산·고령화 사회로의 급속한 진입 등 대내외 환경요인에 기인한 바 크다.(현대경제연구원, 2009)

국내의 외국 유학생은 2009년 12월말 현재 8만 1천명에 달하고 있는데, 이는 2003년의 9,700명과 비교하여 거의 8배 이상 증가했다. 2004년 8월 고용허가제 시행 이후 외국인 고용자수는 급증하여, 2004년 7,000명에 불과했던 외국인 고용자수는 2006년 255,314명, 2007년 259,805명, 2008년 437,727명으로 급속히 증가하였고, 2009년 12월말 현재 외국 노동인력은 558,538명에 달해 이주 근로자 집단을 형성하게 되었다.

그럼에도 2006년의 주요국 외국 근로자 비율을 살펴보면 미국, 영국이 각각 15.2%, 5.4%를 보이고 있는 반면 한국은 0.8%에 불과한 실정이다. IMD의 세계경쟁력보고서에 따르면 한국의 외국 문화 개방도는 2009년 57개 대상국 중 56위로 최하위 수준을 면치 못하고 있다. 아직은 저조한 수준의 다문화 여건을 보이고 있음을 의미한다. 한국선진화재단에 따르면 다문화공생사회와 세계문화표준창출을 합한 문화적 측면의 선진화 정도가 OECD, 비OECD 40개국 중 25위로 낮은 수준에 머물러있다.(한반도선진화재단, 2009)

국제결혼의 급증으로 결혼이민자가 증가하고, 이에 따른 자녀수의 증가로 인해 다문화가정이 보편화되고 있다. 2008년의 결혼이민자수는 102,713명이었는데, 2009년은 125,087명으로 21.8%가 증가했다. 이처럼 국제결혼이 급증한 이유는 수요측면에서 찾아볼 수 있는데 인구학적 현상과 사회경제적 환경으로 구분하여 진단할 수 있다. 인구학적 요인으로는 인구구조의 불균형과 인구분포의 불균형으로 요약되는데, 인구구조의 불균형은 결혼적령기 인구의 성구조 불균형을 의미한다. 하지만 현재 증가하는 국제결혼의 대상자들이 30~40대들이고, 이들이 태어날 무렵인 60~70년대에는 태아성감별이 실시되기 이전이기 때문에 단순히 출생성비의 불균형이 최근의 국제결혼을 급증하게 한 원인으로 설명하기 어렵다. 반면 이 시기에는 농촌에서 도시로의 인구 이동이 많았는데 특히 남성보다 여성의 이동이 많아 남녀간 불균형을 이루는 계기를 만들었다. 남성에 비해 많은 여성의 이농현상이 오랜 기간 축적되면서 농촌에 남아 있는 젊은 인구의 성구조는 남자가 여자보다 많아지는 비대칭형으로 변화해 왔으며, 이는 실제 결혼 적령기에서 미혼 남녀 간의 극심한 불균형으로 나타났다.(보건사회연구원, 2009)

사회경제적으로는 여성의 고학력화, 경제활동참여 증가, 가치관 변화 등에 따라 여성의 결혼 연기 및 포기 현상이 급격히 증가하고, 결혼 연령이 높아지는 추세를 나타내고 있다. 이는 농촌지역의 저학력 남성들이 비자발적으로 결혼할 상대자를 찾지 못하게 되는 원인이 되었다. 여성들의 결혼 기피는 사회적 경제적 지위가 열악한 남성들로 하여금 국외에서 신부들을 찾을 수밖에 없게 만드는 상황으로 이어지게 되었다. 이러한 국제결혼에 대한 수요는 농촌 미혼남성만이 아니라 이혼 남성들이 외국인 여성들을 선호하는 것으로 나타나 외국인 여성과의 재혼율이 증가하고 있다.(강성혜, 2010)

하지만, 문화적 차이에 따른 갈등과 저소득 등 경제적 어려움의 가중으로 국제결혼 이혼은 2009년은 11,692건으로 전년대비 3.9% 증가로 매우 둔화되었지만, 2007년은 41.3%, 2008년은 29.8%를 나타내 매우 높은 증가세를 나타내고 있다. 특히, 부부간의 연령차에 의한 세대차이로 오는 갈등이 심각한 수준인데 통계청의 2009년 혼인통계 결과에 따르면 한국인 배우자와 여성 결혼이민자간 평균 혼인 연령차는 11.1세인데<sup>1)</sup> 이는 한국인 부부의 혼인연령차 2.9세보다 8.2세 많은 것이다. 금번 설문조사에서도 배우자와의 연령차가 15세 이상인 경우가 전체 응답자의 30.9%로 나타났으며, 최고 28세의 연령차가 있는 것으로 조사되었다.

다문화사회의 건전한 발전을 위해서는 다문화가족을 비롯한 이주 외국인 생활의 안정과 내국인의 다문화 사회 이해 증진이 절실히 요구되고 있다. 이에 따른 교육, 문화, 경제, 지역정책을 통합한 적극적인 정책이 필요한 시점이다. 다문화인력 양성, 다문화 가정의 기초생

1) 금번 연구의 ‘다문화가정 소비생활 의식조사’에서의 결혼이민자와 한국인 배우자간 혼인연령차는 평균 11.25년, 표준편차 6.63년으로 나타남

활 안정, 다문화 사회 이행을 위한 기반 구축 마련, 상시적인 다문화 정책 조정 필요성이 요구되고 있다.

#### 4. 다문화가정이 한국 사회에 미치는 영향

다문화가정은 한국 사회에 다양한 영향을 미치고 있다. 정책부문에서는 다문화가정에 대한 이해, 정부정책에 대한 의견, 사회적 갈등에 대한 의견 등이 영향을 미치고, 정치, 교육, 국제적 지위, 저출산 문제 해결, 이민정책, 의료문제 개선 등에도 상당한 영향을 미치고 있다. 경제부문에서는 한국의 일자리, 가정경제, 관광산업, 근로환경 개선, 의식주 서비스 등에서, 사회부문에서는 사회적 거리감, 가치관, 사회의 인식변화, 언어, 종교, 고령사회 문제해결 등에 영향을 미치고 있다. 문화부문에서는 결혼문화, 전통문화, 선거문화, 타문화에 대한 이해, 문화적 교류, 한류 등에 상당한 영향을 미치고 있다.(김갑석, 2009)

다문화사회는 우리 사회 전반에 긍정적 효과와 부정적 효과를 제공하는데, 다문화사회의 긍정적 효과로는 경제적 측면과 사회문화적 측면에서 살펴볼 수 있다. 먼저, 경제적 측면에서 인력수급의 불일치 해소와 경제규모 확대를 들 수 있다. 이민을 통해 노동공급이 증가하면 국내산업의 인력난을 해소하고 자본수익률을 높여 국내총생산이 증가한다. Robert Barro 등의 연구에 따르면 미국의 경우 순이민율이 1%p 증가할 때 경제성장률이 0.1% 증가한다. 해외 노동인력이 유입되면 새로운 일자리가 창출되고 경제규모가 확대될 수 있다. 1997년 이후 10년간 영국에서 창출된 200만개의 신규고용 중 150만개를

외국인 노동자가 창출했다. 이민을 통한 인구증가는 조세기반을 확대하고 내수를 촉진하여 경제의 충격을 완화하는 역할을 수행할 수 있기 때문이다.

사회문화적 효과로는 사회 전반의 다양성과 창의성을 제고할 수 있다. 개인의 창의성은 첨단 하이테크 산업 발전에 필수적인데 이는 다양성을 인정하는 사회문화적 분위기에서 보다 긍정적인 성과를 만들어 낼 수 있다. 주류사회에 적극적으로 통합되기를 희망하는 이주민이 증가할수록 사회의 다양성과 개방성이 증진되기 때문이다. 외국인과 타문화에 개방적인 사회는 융성하고 폐쇄적인 사회는 쇠락한다는 것이 역사적 교훈이다.(삼성경제연구소, 2010)

반면, 다문화사회의 부정적 효과는 경제적 비용면에서 저소득층 취업경쟁 심화와 공공지출 부담 증가를 들 수 있다. 저소득층, 비숙련 노동자인 신규 이주민이 자국의 저소득층과 일자리 경쟁을 벌일 수 있고 이주민에게 복지혜택을 부여하면 공공재정에 부담을 줄 수 있기 때문에 이를 거부하려는 움직임이 반이주민 정서로 발전될 수도 있다. 이민으로 국가내 인종분포가 다양해지면 교육 등 경제성장에 필수적인 공공재 공급에 대한 합의 도출이 어려워 성장이 둔화될 수도 있다.

다문화사회는 규범충돌로 사회불안을 초래하고 문화적 갈등을 야기할 수도 있다. 다양한 인종의 유입에 따른 언어, 문화, 종교적 갈등으로 사회통합 비용이 증가하고 종교, 문화의 차이를 사회질서와 생활규범을 위협하는 존재로 인식할 수 있다. 또한 이민자 빈곤화로 사회적 범죄가 증가하여 사회적 분열을 가속화할 수 있다. 교육 및 취업기회 제한 등으로 이민 2세대의 사회적 상향이동이 제약되면서 실업률과 범죄율이 증가할 수 있다. 민족, 문화, 종교의 차이를

인정하지 않는 동화주의정책이 사회분열을 심화시킬 수 있다.

미래지향적인 다문화사회를 만들어내기 위해서는 이상에서 제시한 다문화 진전의 편익을 극대화하는 동시에 이문화와의 공존이 초래할 미래의 비용을 최소화할 필요가 있다. 이주 초반기에는 노동력 공급 등의 편익이 두드러지나 이민자가 늘면서 비용이 편익을 앞지르는 시점이 발생하기 때문에 이민의 편익을 높이고 비용을 관리하는 장기적 시각하에서의 다문화정책 추진이 필요하다.(삼성경제연구소, 2010)



## 제 3 장 다문화가정 현황과 실태

1. 다문화가정의 현황
2. 결혼이민자들의 상담내용
3. 2009년 전국 다문화사회 실태조사 결과
4. 결혼이민자의 소비생활 애로요인 분석

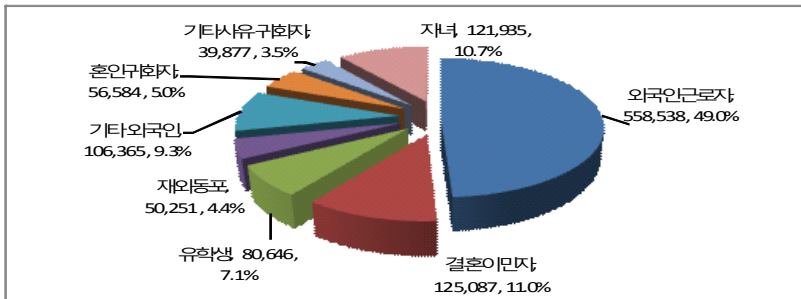


## 1. 다문화가정의 현황<sup>2)</sup>

행정안전부의 2009년 지방자치단체 외국인주민 현황 조사결과에 따르면 국내 거주 외국인은 '06년 첫 조사 이후 매년 증가해 처음으로 100만명을 초과했다. 2009년 12월말 현재 대한민국 거주 외국인주민은 1,139,283명으로 주민등록인구 49,773,145명의 2.3%를 차지하고 있으며, '08년 891,341명보다 247,942명 27.8% 증가했다. '06년 536,527명에서 '07년 722,686명으로 34.7% 늘어났으며, '08년은 891,341명으로 23.3% 증가했다. 3년간 국내 거주 외국인 주민수는 연평균 무려 28.5% 급증했다.

<그림 3-1> 국내 외국인주민 분포 현황

(단위 : 명)



자료 : 행정안전부

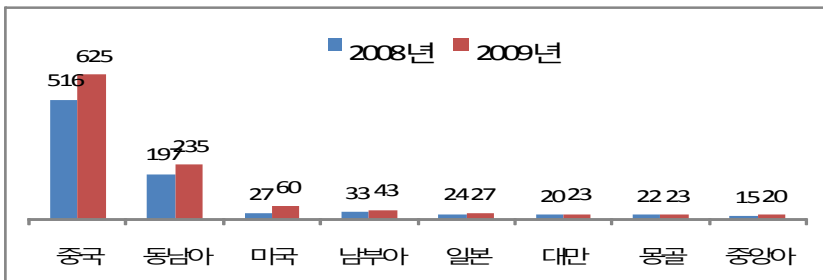
국내 거주 외국인주민들의 구성은 외국인근로자가 49.0%로 가장 높은 비중을 나타냈으며 결혼이민자는 11.0%, 혼인귀화자는 5.0%, 외국

2) 다문화가정의 현황은 행정안전부 자치행정과의 “2009년 지방자치단체 외국인 주민 현황조사 결과”(2009.7) 자료를 중심으로 하되 주요 수치는 2009년 12월말 기준으로 수정하여 기술

인 주민 자녀는 10.7%를 차지하고 있다. 결혼이민자 125,087명의 국적은 중국(조선족 포함)이 52.8%, 동남아 33.9%, 일본 4.1%, 몽골 1.8%, 중앙아시아 1.5% 등이며, 중국과 동남아시아 국적자가 대부분이다. 성별로는 여성이 87.3% 109,211명으로 대다수를 차지했다. 외국인 주민 자녀는 총 121,935명인데, 이들 자녀의 부모 출신 국적은 중국이 50.2%, 동남아시아 36.5%, 일본 4.7%, 몽골 1.5%, 중앙아시아 1.3% 순으로 대부분 중국과 동남아시아로 나타났다. 성별로는 남성이 61,734명 50.6%로 여성과 비슷했다. 결혼이민자 자녀는 2008년말 현재 58,007명으로 나타났다. 만 6세 미만이 33,140명 57.1%이고 7세~12세 18,691명 32.2%, 13세~15세 3,672명 6.3%, 16세~18세가 2,504명 4.3%를 차지했다. 향후 15년 후에는 다문화 후계세대의 사회활동이 본격화 될 전망이다.

<그림 3-2> 국적별 외국인주민 증가현황 ('08년 대비)

(단위 : 천명)



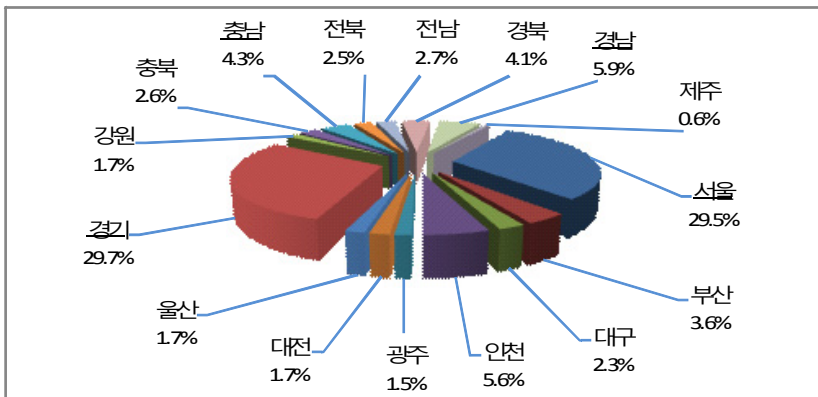
자료 : 행정안전부

국적별로는 중국(조선족 포함)이 624,994명으로 전체 외국인주민의 56.5%를 차지했으며, 동남아시아 21.2%, 미국 5.4%, 남부아시아 3.9%,

일본 2.4%, 대만·몽골 2.1%, 중앙아시아 1.8%를 차지했다. 중국 국적자 중 조선족은 443,836명으로 전체 외국인주민의 40.1%이며, '08년 대비 17.3% 증가했다. '08년 대비 미국은 119% 대폭 증가했으며, 중앙아시아 33.4%, 남부아시아 31.7%, 중국 21.2%, 동남아시아 19.1%가 증가했다.

시도별 외국인 주민 분포에 있어서는 수도권(서울·경기·인천) 지역에 65.1%가 거주하고 있으며, 특히 서울이 334,910명 30.3%로 가장 많이 거주하고, 경기 29.3%, 경남 5.8%, 인천 5.6%, 전남은 2.7%를 차지하고 있다. 인구대비 외국인주민 비율이 5%를 넘는 지자체 숫자 역시 급등 추세를 보이고 있는데, 영등포구는 10.9%로 외국인주민 비율이 가장 높은 것으로 나타났으며, 금천구는 9.1%, 구로구 8.0%, 중구 7.8%, 용산구 6.9%, 포천시 6.6%, 안산시 6.1%, 영암군 8.9%, 음성군 6.2%, 진천군 5.6% 등을 나타냈다.

〈그림 3-3〉 시도별 외국인주민 분포현황

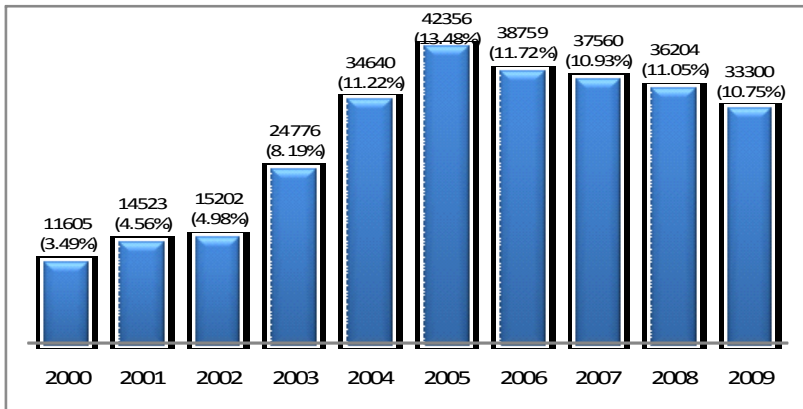


자료 : 행정안전부

국내 거주 외국인 주민이 급증하면서 국제결혼 역시 급증 현상을 나타내고 있다. 2000년 11,605건으로 전체 결혼건수 대비 3.49%에 불과했던 국제결혼은 2005년 42,356건 전체 결혼건수 대비 13.48%로 정점을 찍은 뒤 2006년 38,759건 11.72%, 2007년 37,560건 10.93%, 2008년 36,204건 11.05%, 2009년 33,300건 10.75%로 매년 감소 추세를 보이고 있으나 여전히 전체 결혼건수 대비 11% 내외의 높은 국제결혼 비율을 나타내고 있다. 이는 다문화가정이 급증하면서 우리 사회의 보편적 문화로 자리잡고 있음을 의미하는 결과이다.

〈그림 3-4〉 최근 10년간 국제결혼 건수 및 비중 추이

(단위 : 건, %)



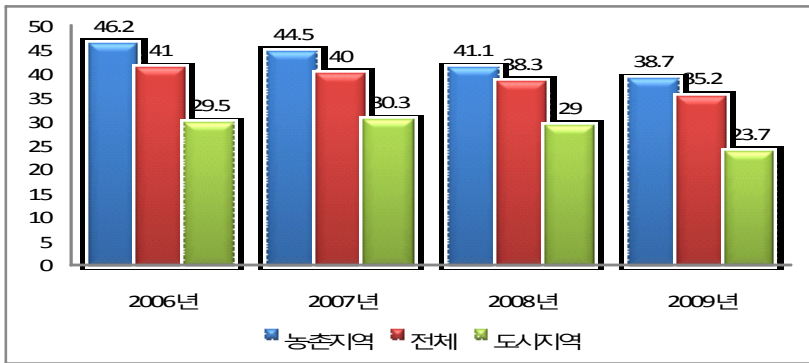
자료 : 통계청 2009년 혼인통계결과

한편, 이러한 국제결혼 급증 추세에 따른 다문화가정 증가는 농림어업에 종사하는 농촌지역에서 보다 빠른 속도로 증가하고 있다. 농림어업에 종사하는 한국 남자의 외국여자와의 국제결혼 구성비는 전체 국제결혼에 비해 월등히 높게 나타나고 있을 뿐만 아니라 지역적

으로는 농촌지역(읍면부)의 농림어업 종사자들의 국제결혼 비율이 도시지역(동부)에 비해 보다 높게 나타나고 있다. 농림어업 종사자들의 국제결혼 비중은 2005년 35.9%, 2006년 41.0%, 2007년 40.0%, 2008년 38.3%, 2009년 35.2%로 전체 국제결혼 비중에 비해 월등히 높게 나타나고 있다. 이 중에서도 농촌지역(읍면부)의 국제결혼 비중은 도시지역(동부)에 비해 보다 높게 나타나고 있다. 즉, 농촌지역의 농림어업 종사자들의 국제결혼 비중은 2006년 46.2%, 2007년 44.5%, 2008년 41.1%, 2009년 38.7%를 나타내고 있는데 반해 도시지역 농림어업 종사자들의 국제결혼 비중은 2006년 29.5%, 2007년 30.3%, 2008년 29.0%, 2009년 23.7%를 나타내 훨씬 낮은 국제결혼 비중을 보여주고 있다.

〈그림 3-5〉 농림어업 종사자의 도농간 국제결혼 비중 차이

(단위 : %)



자료 : 통계청 2009년 혼인통계결과

농촌의 다문화가정은 1990년대부터 지자체를 중심으로 '농촌총각 장가보내기 운동'이 적극적으로 추진되면서 시작되었다. 특히, 1990년

대말 국제결혼 알선업이 허가제에서 신고제로 전환됨에 따라 대상국가가 중국에서 필리핀, 베트남, 캄보디아 등으로 확대되면서 농촌지역의 다문화가정이 급증했다. 2009년 말 현재 우리나라 전체 혼인에서 한국 남성과 외국 여성간 결혼은 25,142건 8.1% 수준인데, 남성 농림어업 종사자와 외국 여성과의 혼인은 1,987건으로 남성 농림어업 종사자 결혼 5,640건의 35.2% 수준을 나타내고 있다.

국제결혼을 통한 다문화가정이 증가하게 된 사회적 배경은 몇 가지로 요약될 수 있다.(문성윤, 2009) 첫째로, 우리 사회 전반에서 뿌리 깊게 지속되고 있는 남아선호 사상의 심화에서 찾을 수 있다. 이는 한 때 남녀 성비를 116대 100의 왜곡을 초래했으며, 결과적으로 결혼하지 못하는 남성 숫자를 크게 증가시키는 원인을 제공했다. 둘째로, 결혼을 기피하는 여성들의 증가에 들 수 있다. 과거의 가부장 중심의 사회 체제가 급속히 개방화되면서 우리 사회 전반의 양성평등이 정착되고, 여성 스스로 결혼보다는 자신의 능력을 인정받고 자아실현을 선호하는 현상이 증가하고 있다는 점이다. 이러한 여성들의 인식 변화는 결혼보다 직장을 우선하게 하고, 자연스럽게 결혼 적령기를 넘기게 되는 경우를 크게 증가시켜 여성 결혼이민자와의 국제결혼을 증가시키는 원인을 제공하게 되었다. 셋째로, 정보화·세계화에 따라 국제결혼에 대한 인식과 가치관 변화가 이루어지고 있다는 점이다. 외국인과의 국제결혼에 대해 거부하는 혈통주의에 기반한 보수적 사고와 가치관이 개방사회의 틀 속에서 점차 퇴보하고, 국제결혼과 다문화에 대한 인식이 점진적으로 긍정적인 개선이 이루어지고 있다. 넷째로, 한국 여성들이 결혼을 통해 기대하는 경제 수준과 문화 여건이 상당 수준 높아짐에 따라 이를 충족하기 어려운 남성층, 예를 들면 농촌지역의 농림어업 종사자 등이 증가하고 있다

는 점이다. 특히, 경제적으로 실업이 증가하고 양극화가 심화되면서 결혼에 대한 기대수준이 높은 내국인 여성에 비해 제3세계 여성과 결혼하여 가정을 이루고자 하는 남성층이 증가하는 추세에 있다. 마지막으로, 저임금 외국인 노동자 고용정책이 확대되고 있는데서 찾을 수 있다. 외국인의 한국이주가 쉬워졌고 이들 여성 결혼이민자들이 한국인과 결혼하여 코리안 드림을 이루어 빈곤에서 벗어나려는 경향이 증가하고 있다는 점이다.

## 2. 결혼이민자들의 상담내용<sup>3)</sup>

여성가족부는 한국 사회에 이주해 살고 있는 결혼이민자들의 인권 보호와 지원을 목적으로 산하에 이주여성긴급지원센터를 개설·운영하고 있다. 동 센터의 2009년 총 상담건수는 43,454건으로 2008년의 19,916건에 비해 2.18배 증가했다.

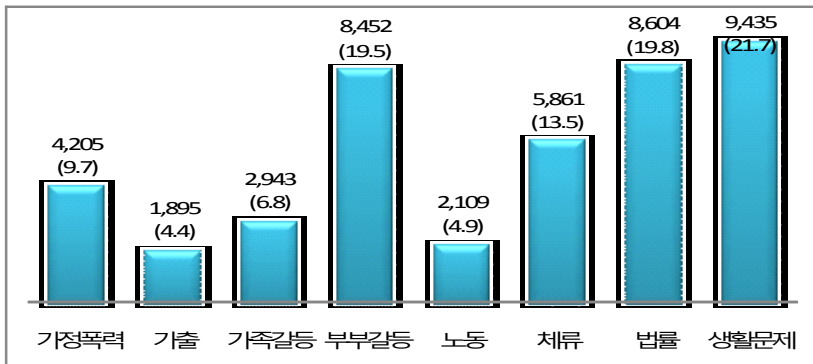
여성 결혼이민자들이 한국 사회에 이주해 살면서 이주여성긴급지원센터에 상담을 요청한 내용을 살펴보면 1위는 9,435건으로 전체의 21.7%를 차지한 생활문제로 나타났다. 그 다음으로는 법률이 8,604건 19.8%, 부부갈등 8,452건 19.5%, 체류 5,861건 13.5%, 가정폭력 4,205건 9.7%, 가족갈등 2,943건 등의 순으로 나타났다. 여기서 주목할 것은 이주여성긴급지원센터는 인권 보호 및 지원을 목적으로 활동하고 있음에도 여성 결혼이민자들 입장에서 1순위의 상담이 생활문제 전반에 관한 것이라는 점이다. 이는 다문화가정의 여성 결혼이민자들

3) 동 내용은 이주여성긴급지원센터에서 발표한 2009년도 상담실적보고서의 내용을 중심으로 발췌·인용하여 기술

입장에서 생활문제 해결이 무엇보다도 절실하다는 점을 시사하는 것이며, 이들의 생활문제 해결과 관련하여 전문적인 상담 지원 기관이 적절히 운영되지 못하고 있음을 의미하는 결과이다.

<그림 3-6> 여성 결혼이민자들의 상담내용 유형

(단위 : 건,%)



주 : 복수응답 (총 상담건수 43,454건)

자료: 이주여성긴급지원센터 2009년도 상담실적보고

한편, 동 센터에서는 여성 결혼이민자들에 대한 인권침해 사례를 지적하고 있다. 이를 요약해 보면, ① 결혼과정에서 광고를 통한 여성 상품화 현상으로 인한 비인격적인 대우, ② 배우자 선택권 박탈, ③ 남편들의 외도와 남편다는 편견과 무시로 인한 인격무시, 언어폭력, ⑤ 매매혼이라는 낙인과 돈을 좇아 결혼한 사람이라는 편견, ⑥ 언젠가 ‘도망’갈 사람이라는 편견과 감시, ⑦ 언어소통이 안되고 한국사회의 이해부족으로 인해 사회적 무능력자라는 편견, ⑧ 단순 노동직 이외에 취업 기회 적음, ⑨ 남편의 낮은 사회적 지위로 인한 차별과 무력감, ⑩ 경제권 착취로 인한 소외감, ⑪ 자녀들이 혼혈인

으로 무시당하고 차별당하는 상황, ⑫ 문화차이와 정체성 박탈로 인한 우울증 등을 겪고 있는 것으로 나타났다.(강혜성, 2010)

### 3. 2009년 전국 다문화사회 실태조사 결과<sup>4)</sup>

본 연구에서는 다문화가정 관련하여 수없이 많은 설문조사가 이루어졌지만, 전반적인 다문화가정 생활실태와 관련하여 통계적 타당성과 신뢰성이 높은 결과에 대해 그 조사결과를 요약 정리하여 제시하였다. 그 중 하나의 설문조사가 2009년 보건사회연구원에서 시행하고 2010년에 발표한 2009년 전국 다문화사회 실태조사 결과인데, 이는 다문화가족지원법에 따라 우리나라 전체 결혼이민자의 55.9%를 직접 설문조사한 것으로 조사결과는 우리나라 다문화가족에 대한 현황 파악 및 금번 연구 과제의 문제점 및 정책방안 도출에 상당한 시사점을 제공하고 있다.

#### 1) 출신국 및 성비

중국 조선족이 30.4%로 가장 많았고 다음은 중국(한족 등 기타민족)이 27.3%, 베트남 19.5%, 필리핀 6.6%, 일본 4.1%, 캄보디아 2.0% 순으로 나타났다. 여성 100명 당 남성 수는 9.6명이었으며 수도권 지역의 여성 대비 남성 수(성비)가 상대적으로 높았다. 지역별 성비는 서울시 20.6, 경기도 12.0, 인천 11.1, 그 외 지역 1.3~7.7로 나타났다.

4) 「2009년 전국 다문화사회 실태조사 연구」는 한국보건사회연구원이 행안부와 협조해, 총 15만 4천명의 조사대상자 명단을 확보해 현장조사를 실시, 현지에서 살고 있는 결혼이민자 13만 1천여명중 7만 3천여명을 대상으로(55.9%) 설문지 조사를 시행한 결과를 요약발췌한 것임

## 2) 연령

결혼이민자는 여성은 20대 이하가, 남성은 40대 전후가 많았으며, 여성은 24세 이하가 21.1%, 25~29세가 20.2%, 남성은 40대가 30.5%, 35~39세가 20.9%를 나타냈다. 배우자와의 평균연령차이도 성별, 국적에 따라 다른 양상을 보였는데, 여성 결혼이민자 평균은 33.3세로 한국인 남편의 43.2세간 평균연령 차이는 약 10세로 나타났다. 캄보디아는 17.5세, 베트남은 17.0세의 연령 차이를 보였다. 반면, 남성 결혼이민자는 평균 41.6세로 한국인 부인의 40.3세와 의 평균연령 차이는 1.3세로 나타났다.

## 3) 거주지역

서울, 인천, 경기 등 수도권이 51.9%로 가장 높게 나타났으며, 영남 22.1%, 호남 12.2%, 충청 10.9%의 순으로 나타났는데, 이는 한국인의 지역별 인구분포와 매우 유사하게 나타났다. 동 지역 이상의 도시지역 거주자가 72.1%로 나타났으며 농촌에 거주하는 여성 비율이 남성 비율보다 높게 나타났다.

## 4) 입국시기 및 거주기간

2000년대 입국자가 81.1%를 차지했으며, 특히, 2005년도 이후 입국한 결혼이민자가 54.1%, 2000~2004년 입국자는 27.0%를 나타냈다. 평균 거주기간은 5.3년이며, 여성 5.1년, 남성 7.1년이었다. 결혼이민자 출신국별로 한국 거주기간에 차이를 나타냈는데, 중국 조선족, 필리핀, 태국, 북미호주서유럽 출신은 5년~10년 거주가 가장 많은 것으로 조사되었다.

### 5) 교육수준

남성의 교육수준이 여성보다 다소 높게 나타났는데, 여성은 중학교 이하 36.1%, 고등학교 42.3%, 대학 이상 20.6%인 반면, 남성은 중학교 이하 24.3%, 고등학교 34.5%, 대학 이상 40.1%로 나타났다. 출신 국별로 학력에 큰 차이를 보였는데, 대졸이상 학력 소지자가 높은 국가는 북미호주서유럽이 93.9%, 몽골 61.3%, 일본 60.5%, 필리핀 57.5% 등으로 나타났는데, 중학교 이하 학력 소지자가 많은 국가는 캄보디아 66.4%, 베트남 61.8%, 중국(한족 등) 36.8%, 중국 조선족 34.8% 등으로 나타났다. 초등학교 이하의 학력소지자 여성 결혼이민자 중 51.0%가 고등학교 이상의 학력을 가진 한국인 남편과 결혼해 부부간 교육수준 격차가 매우 심한 것으로 나타났다.

### 6) 국적취득

결혼이민자의 한국국적 취득률은 31.1%로 여성의 31.8%, 남성의 23.9%가 국적을 취득한 것으로 나타났다. 고등학교 학력 소지자의 36.1%, 중국 조선족의 56.8%가 국적을 취득한 것으로 나타나 국적취득률이 가장 높게 나타났으며, 연령이 높을수록 국적취득률이 높게 나타났다.

### 7) 한국어 능력

결혼이민자 본인이 생각하는 주관적인 한국어 말하기와 읽기는 ‘(매우) 잘한다’가 각각 37.3%, 38.0%였고 ‘(매우) 서툴다’는 각각 24.1%, 24.2%를 나타냈다. 반면 한국어 쓰기는 ‘(매우) 잘한다’가 33.0%, ‘(매우) 서툴다’가 31.6%로 말하기 및 읽기보다는 상대적으로 낮은 한국어 능력을 나타냈다. 태국, 베트남, 북미호주서유럽 출신자가 전반

적으로 ‘(매우) 서툴다’의 비율이 높게 나타났으며, 특히 캄보디아와 태국은 ‘쓰기’가 매우 서투른 것으로 나타났다.

#### 8) 주거소유 및 거주환경

다문화가족의 집 소유형태는 본인 배우자가 소유한 경우가 33.0%, 전세월세가 42.2%, 배우자 부모가 소유한 경우가 19.5%로 전반적인 소유율이 전체 한국가구의 자가비율 55.6%(2005년 인구주택총조사)에 비해 낮게 나타났다. 거주환경은 ‘(매우)양호함’이 39.1%, ‘보통’이 42.6%, ‘(매우)열악함’이 18.3%를 나타냈으며, 거주환경이 (매우)열악한 비율은 출신국별로 중국 조선족 21.5%, 태국 21.2%, 필리핀 19.9%, 중국 한족 등 18.6%, 캄보디아 18.1% 순으로 높게 나타났으며, 지역별로는 서울 27.0%, 부산 22.8%, 대전 20.7% 등으로 대도시가 보다 높게 나타났다.

#### 9) 경제상태

월평균 가구소득은 100~200만원 미만이 38.4%로 가장 많았고, 100만원 미만도 21.3%인 반면 500만원 이상의 고소득층은 2.1%에 불과한 것으로 나타났다. 이는 2009년 한국복지패널의 전체 월 평균 가구소득이 332만 2천원임을 감안하면 매우 낮은 가구소득임을 의미한다. 월평균 가구소득 100만원 미만인 저소득층은 출신국별로는 필리핀이 28.7%로 가장 높았고, 중국 조선족 24.7%, 캄보디아 23.7%, 베트남 22.5%, 태국 21.1% 순으로 나타났다.

#### 10) 현재 삶 만족도

여성 결혼이민자의 57.0%가 현재 삶에 만족하는 것으로 나타난 반

면 한국생활에 대한 불만은 6.7%에 불과한 것으로 매우 높은 만족수준을 나타냈다. 국적별로는 북미호주서유럽, 캄보디아, 태국, 베트남 등의 만족도가 높았고, 불만은 일본이 가장 높게 나타났다.

#### 11) 취업상태

여성 결혼이민자의 37%가 취업 중에 있었으며, 주당 평균 43.2시간 근무하고, 월평균 근로소득은 109만원으로 나타났다. 일하면서 느끼는 어려움은 언어소통 21.6%, 외국출신에 대한 편견과 차별 12.0%, 고된 일 10.9%, 긴 노동시간 10.5%, 낮은 임금 10.2%, 자녀양육 8.3%의 순으로 나타났다.

#### 12) 현 배우자를 만난 경로

결혼중개업체가 25.1%로 가장 많았고, 다음은 가족 친척의 소개 23.3%, 친구 동료의 소개 23.1%였으며, 스스로 배우자를 만난 경우는 18.2%, 종교기관을 통해서 만난 경우 6.4% 등으로 나타났다. 중국 조선족은 가족 친척의 소개가 39.0%, 한족은 친구 동료의 소개가 31.5%로 가장 많은 것으로 나타났다. 반면 베트남과 캄보디아는 결혼중개업체를 통한 경우가 각각 66.4%와 84.1%로 가장 많은 것으로 나타났다. 종교기관을 통해 만난 경우는 일본이 69.5%, 필리핀 31.2%, 태국 25.0%의 순으로 나타났으며, 북미호주서유럽 등은 본인 스스로 배우자를 만난 경우가 57.5%로 가장 많았다.

#### 13) 가족관계 만족도

결혼이민자의 가족관계 만족도는 전체 한국인의 가족관계 만족도보다 높은 수준을 나타냈다. 각 가족관계별로 (매우)만족하는 비율이

배우자 74.8%, 자녀 88.1%, 배우자의 부모관계 64.8%, 배우자의 형제  
 자매관계 60.1%를 나타냈다. 이는 한국인이 각 가족관계에서 (배우)  
 만족하는 비율인 배우자 65.7%, 자녀 72.7%, 배우자의 부모 52.4%,  
 배우자의 형제자매 43.8%에 비해 보다 높은 수준을 나타낸 것이  
 다.(2008년 사회통계조사)

#### 14) 건강상태 및 의료기관 이용

본인이 매우 건강 또는 건강하다고 인식하는 결혼이민자의 주관적  
 건강인지율은 52.9%로 양호한 주관적 건강상태를 보였는데, 이는 한  
 국인의 주관적 건강인지율 51.5%와 거의 같은 수준이다.(2008년 사회  
 통계조사) 과거 1년간 앓을 때 주로 이용한 의료기관은 병·의원이  
 73.3%로 가장 높고 다음은 약국 13.0%, 한의원 5.9%, 보건소 4.6% 등  
 의 순으로 나타났다. 의료기관을 이용하면서 가장 힘든 점은 의사소  
 통이 38.7%로 가장 많았고, 의료비에 대한 부담도 26.4%로 큰 것으  
 로 나타났다.

#### 15) 차별경험

차별대우 경험은 농촌보다는 도시에서, 연령과 학력이 높을수록  
 더 많은 것으로 나타났다. 여성 결혼이민자의 34.8%가 한국생활에서  
 외국인이라는 이유로 차별대우를 받은 경험이 있었으며, 이는 2006  
 년 조사의 29%에 비해 차별경험 더 많아진 것이다. 중국 조선족과  
 선진국 출신이 차별받은 경험 또는 인식이 가장 높은 것으로 나타난  
 반면, 동남아 여성들의 차별경험은 2006년 조사와 비교할 때 크게  
 개선된 것으로 나타났다. 필리핀은 2006년 46%에서 2009년 29.1%로  
 낮아졌으며, 베트남은 2006년 40%에서 2009년 25%로 낮아졌다.

#### 16) 한국생활에서 힘든 점

한국생활에서 가장 힘든 점으로 여성 결혼이민자의 경우에 언어문제 (22.5%), 경제문제 (21.1%), 자녀문제 (14.2%) 순으로 나타났는데, 이는 2006년 조사할 때는 ‘외로움’이 주요 어려움이었는데 이러한 사회적 소외감은 2009년 조사에서 눈에 띄게 감소한 것으로 나타났다. 2006년 여성 결혼이민자의 가장 힘든 점은 외로움 23.3%, 문화차이 14.6%, 자녀문제 13.8%, 경제문제 12.1%, 언어문제 11.5%의 순으로 나타났었다. 2006년, 2009년 조사 모두에서 중국 조선족은 ‘경제적인 어려움’을 가장 크게 느끼고 있는 것으로 나타났으며, 일본 여성들은 다른 집단에 비해 ‘자녀문제’의 어려움을 더 심각하게 느끼는 것으로 나타났다.

#### 17) 다문화가족의 경제적 어려움

지난 1년간 경제적 어려움 때문에 사회보험료 미납, 전기수도세 체납, 생활비를 위한 금전차용, 병원치료 중단·포기 등을 1가지 이상 경험한 다문화가족은 30%로 나타났다. 사회보험료 미납경험률은 16.1%, 전기수도세 체납경험률은 5.3%, 생활비를 위한 금전차용 경험률은 25.7%, 병원치료 중단 포기 경험률은 10.6%로 나타났다.

#### 18) 사회보험 및 공공부조 실태

건강보험 가입률은 82.7%를 나타낸 반면, 국민연금은 14.2%, 고용보험 8.9%, 산재보험 7.8%를 나타내 건강보험 가입률은 상당히 높았으나 그 외의 사회보험 가입은 저조한 것으로 나타났다. 이는 한국 국적 또는 영주권 취득 여부와 직장의 안정성 여부 등에 영향을 받고 있는 것을 의미하며, 국민기초생활보장지원 수혜율은 8.3%, 의료

보호 지원수혜율은 7.7%로 나타났다.

#### 19) 복지서비스 수혜율

한국어교육이 50.6%로 가장 높게 나타났으며, 한국사회 적응교육이 37.5%, 한국사회 적응교육이 37.5%, 자녀양육 학습지원이 29.7%, 가족상담 및 교육 28.1%의 순으로 나타났다. 특히 한국어교육 서비스 수혜율은 50.6%로 '06년 조사의 21.8%에 비해 크게 증가한 것으로 나타났다.

## 4. 결혼이민자의 소비생활 애로요인 분석<sup>5)</sup>

### 가. 결혼이민자의 소비생활 문제 인식<sup>6)</sup>

#### 1) 소비생활 교육 필요성 인식

여성 결혼이민자들은 세계 경제위기로 국가경제가 어려운 상황에서 가정의 행복을 위해서는 올바른 소비생활이 필요함을 매우 절실히 느끼고 있다. 특히 물가는 하늘 높은 줄 모르고 올라만 가고 수입은 줄고 있기 때문에 한 가정의 며느리로서 아내로서 엄마로서 매우 힘든 입장이다. 현명하고 낭비되는 일이 없도록 돈을 사용하고 싶지만 마음처럼 잘 안되는 것이 소비이기 때문에 다문화가정에 대한 실효성있는 소비자교육이 무엇보다 시급하다.

5) 동 내용은 필자가 2009년 11월, 대한주부클럽중앙회 전북지부에서 발표한 “다문화 가정 소비자문제 개선방안”의 주요내용을 요약발췌한 것임

6) 사)대한주부클럽중앙회 전남지회의 제7회 소비자제안회의(2009.9.15)에서 결혼이민자인 하미노 미호씨가 발표한 “이주여성 소비자교육 필요하다” 내용을 요약정리한 것임

## 2) 소비생활 선택의 어려움

여성 결혼이민자들은 사고 싶은 물건을 어디에 가서 사야할지, 그곳에 가서는 어떤 상품을 골라야 할지 알아야 구입할 수 있는데, 관련 소비생활 정보가 극히 부족한 실정이어서 상품 선택의 어려움을 겪고 있다. 특히 낯선 한국에서 대화도 안되고 지리도 모르기 때문에 좋은 상품 선택의 어려움이 있어 남편이 데려다 주는 곳에 가서 필요한 것을 사거나 어머니가 사다 주신 물건이 좋은 것인지 안 좋은 것인지도 모르고 사용하는 실정이다.

## 3) 가정경제에서의 소외현상 심화 및 의사소통 어려움

많은 여성 결혼이민자들은 남편의 월급 또는 가게 수입이 얼마인지, 어디에 어떻게 쓰이는지 아내와 남편이 함께 결정하는 게 당연한데 그런 당연한 결정에서 완전히 소외되고 있다고 느끼고 있다. 다문화가정 주부 대부분은 경제권을 가지고 있지도 못할 뿐 아니라 올바른 소비생활에 대한 지식도 부족한 실정에서 의사소통 어려움이 소비생활 불편을 가중시키고 있다. 물건을 살 때, 의사소통 어려움으로 품질, 유통기한 등 내용 비교는 커녕 경제적 여건 때문에 무조건 가격이 싸고 양이 많은 것을 구입하는 경향이 높다. 교환, A/S를 받아야 할 때도 혼자서 처리하지 못하는 것이 현실이다. 물건을 살 때 이것을 사가면 어머니가 뭐라고 하시지 않으려나? 이 상품은 괜찮은 건가? 남편이 잘못 샀다고 화내면 어떡하지? 등 걱정이 많은 소비생활 어려움을 겪고 있다.

#### 4) 교육 참여자 입장을 고려한 실효성있는 소비생활 교육 필요

최근 다문화가정에 대한 소비생활 교육은 그 필요성은 절실한데 교육참여자인 결혼이민자 입장을 고려한 교육 콘텐츠, 교육 방식 등에 많은 문제점을 노출하고 있다. 결혼이민자 대상의 소비생활 교육이 실질적인 효과를 보기 위해서는 결혼이민자 교육도 중요하지만 가족의 남편, 어머니 등과 함께 교육하는 것이 필요하다. 소비생활 교육은 매일의 일상과 밀착된 것이기 때문에 충분히 이해되도록 하고 관심을 가질 수 있는 내용 중심으로 전개될 필요가 있다. 소비자 교육은 전문용어가 특히 많은 교육이므로 교육자 입장이 아닌 다문화가정 주부들의 수준에 맞는 내용과 용어를 선택하여야 하고 다양하고 이해하기 쉬운 교육 자료를 제공하여야 하며, 단계별 교육, 강의와 병행한 실제 실습을 통한 교육이 절실히 요구된다.

#### 5) 다문화가정을 배려한 사업자 스스로의 대응 필요

모든 기업들이 올바른 생각을 가지고 믿을 수 있는 물건만을 만들어 판매한다면 걱정이 없지만, 결혼이민자 입장에서는 정신 바짝 차리지 않으면 속고 사는 경우가 많다. 결혼이민자들에게 약관 또는 주의사항 등은 읽을 수 없는 그림일 뿐이고, 소비생활 관련 제도들도 너무나 이해하기 힘들어서 실제로 이용할 수가 없는 실정이다. 결혼이민자 입장에서는 교육도 교육이지만 현실에서 접하게 되는 설명서 등에 이해하기 쉬운 용어와 번역본을 제공해 결혼이민자들을 배려할 필요가 있다.

## 나. 다문화가정의 소비생활 애로점<sup>7)</sup>

### 1) 언어적 의사소통 어려움

여성 결혼이민자들 입장에서 언어적 의사소통 문제는 부부간 갈등을 증폭시키며 모든 사회생활을 제한하는 악영향을 초래하고 있다. 언어적 의사소통 어려움은 자녀양육과 교육의 개입 여지를 줄이고 본인의 사회활동과 정서활동에도 악영향을 미쳐 대인관계, 자녀양육, 취업 등 생활 전반에 어려움을 가중시키는 요인이 되고 있다.

### 2) 문화와 가치관 차이로 인한 어려움

부부 상호간에 각자 자신의 모국에 대한 전통과 관습, 문화와 가치관의 차이로 인해 이를 극복하는데 많은 시간을 필요로 한다. 부부간에 상대방 문화에 대한 이해도가 낮음으로 인해 결혼생활과 자녀교육, 부모 형제와의 관계 등에 있어 상호간의 갈등을 심화시키는 반면 그 해소에 상당한 어려움을 느끼고 있다. 부부간 문화적 차이와 갈등은 가정폭력과 이혼 등 파국으로 연결될 가능성이 있기 때문에 이러한 문제들을 사전예방하기 위한 충분한 관련 정보제공과 함께 인권보호와 상담, 교육, 통역 등 서비스가 필요한 실정이다.

### 3) 경제적 빈곤문제

다문화가정은 일용직이나 농업 종사자 등 비정규직 취업 특성으로 인해 경제적 어려움을 겪는 가정이 많고 이에 따라 주택 문제 등의 어려움을 겪고 있다. 특히, 여성 결혼이민자들이 결혼정보업체를 통

7) 동 내용은 순천시 다문화가족지원센터장인 문성윤의 “다문화 가족의 소비자 교육”, 사)대한주부클럽연합회 전남지회 제7회 소비자제안회의 내용을 발췌하여 정리한 것임

해 한국 남성을 소개받을 때 이들의 연령, 직업, 소득, 가정환경 등을 정확히 전달받지 못하고 상당부분 부풀려서 왜곡되어 전달받아 속아서 결혼하는 경우가 있다.

#### 4) 자녀교육과 양육 어려움

다문화가정의 여성은 문화와 언어적 장벽으로 인해 내국인에 비해 업무 숙련도나 자녀교육 지원에 큰 어려움을 겪고 있다.

### 다. 다문화가정 자녀들의 교육 문제

2008년 농촌 신부의 38.5%가 여성 결혼이민자들인데, 이런 추세가 지속된다면 2020년에는 농촌 초등학교에서의 다문화가정 자녀 학생수가 50% 이상을 차지할 전망이다. 다문화가정 아동은 국제결혼 가정의 자녀, 외국인근로자의 자녀, 그리고 새터민의 자녀 등 크게 세 집단으로 구분된다. 다문화가정 자녀들은 생업에 바쁜 부모, 특히 한국말이 서툰 어머니로부터 정확하고 충분한 언어습득 기회를 갖지 못한데서 학습 부적응 및 정서적인 문제 등을 노출하고 있다. 이러한 문제들은 대부분 엄마의 한국사회 부적응과 부모의 육아에 대한 문화차이 문제로부터 시작된다. 어눌한 말투는 유치원과 학교에서 왕따 당하기 십상이고 또래들과 어울리지 못하면서 학습부진으로 이어져 결국 학업 포기 사례가 빈발하고 있다.

여성 결혼이민자 대부분은 한국어 및 한국문화 습득의 기회를 갖기도 전에 출산을 하거나 가정의 대소사를 책임져야 하는 문제점을 노출하고 있고, 한국어를 자유자재로 구사할 수 있기까지는 상당 기간이 소요되기 때문에 자녀들의 언어교육은 생각할 수도 없는 실정

이다. 언어장벽으로 인해 문화 차이를 서로 이해하게 하는 매개체가 없어져 일상생활에서 커다란 난관에 봉착하기도 한다.

다문화가정에서 태어난 2세들이 5만 8천명을 넘어섰고, 2만 4천여 명은 이미 초중고 학령기에 들어선 상황이다. 하지만 꿈을 키워가야 할 아이들이 한글을 제대로 말하고 쓰지 못하고, 학습부진과 집단 따돌림 등으로 교육현장에서 소외되는 심각한 위기에 직면하고 있다. 이들에 대한 학교교육이 중요한 것은 사교육 기회가 적고 그렇다고 부모들이 가정에서 아이들의 학습을 도와줄 형편도 되지 못하기 때문이다. 다문화가정 2세들은 국어능력이 떨어져 타 교과목의 학습에도 지장을 초래해 심각한 학습부진을 겪고 있다. 주변 한국 아동들의 편견과 몰이해 속에서 소외되기 쉽고 이로 인한 갈등과 부적응은 중고교로 갈수록 중도탈락률을 높이고 있다. 다문화가정 자녀들의 학교 중도탈락률은 초등생은 10%로 일반학생의 0.06%에 비해 166배, 중학생은 20%로 일반학생의 0.09%의 222배에 이르고 있다.(정상호, 2009)

## 라. 농촌 결혼이민자들의 취약한 소비자 안전 문제<sup>8)</sup>

여성 결혼이민자들은 언어소통 곤란과 문화적 차이로 인해 소비생활에서 정보를 제공받기 어렵고 정보부족은 안전한 소비생활에 있어서 문제를 야기한다. 각종 공산품 및 생활용품 등의 안전마크를 식별하지 못하거나 가전제품 등의 사용설명서나 주의사항을 알지 못해서 발생하는 위해에 취약하다. 식료품의 경우는 더 심각한데, 우유

8) 동 내용은 유춘자, “결혼이주여성 현 실태 및 소비자 교육의 필요성”, 사)대한주부클럽연합회 전남지회 제7회소비자제안회의(2009.9.15) 내용을 정리한 것임

및 유제품 등의 식료품 구입시에 유통기한에 대한 이해와 확인이 어려워 식중독 등의 위해에 노출될 수 있다.

특히, 농촌지역 여성 결혼이민자의 절반 이상이 농사일에 관여하고 있는 현실을 감안할 때 빈번하게 발생하는 농기계 및 농약관련 안전사고에 노출되고 있다. 더구나 언어소통 문제까지 더하여 복잡한 농기계 조작이나 농약 보관 등에 대해 더욱 철저한 안전 교육과 정보제공을 필요로 한다. 각종 생활필수품과 육아과정에서 필요한 다양한 육아용품 사용법 및 정보들이 잘못 전달됨으로서 일어날 수 있는 각종 위해문제에도 취약한 실정이다.

#### 마. 결혼이민자 소비생활 피해구제의 어려움<sup>9)</sup>

여성 결혼이민자 대부분은 소비생활 피해 구제 관련 정보를 쉽게 제공받을 수 없고, 물품/서비스 등에 대한 피해가 발생했을 때 이를 어떻게 해야 할지 모르는 어려움이 상존하고 있다. 다문화가정 소비자들은 소비자 권익에 대한 인식 부족 등으로 발생한 피해를 그대로 감수하거나 포기하는 경우가 다반사가 되고 있고, 사업자와의 상호 의사소통 어려움으로 시장에서 갖는 상대적 지위가 열등하여 직접적이고 충분한 교섭력을 갖기 어려운 실정이다. 더욱이 의사소통의 어려움으로 제품의 품질, 기능, 안전성 등에 대한 문구 이해가 어렵고 자세한 설명 또는 관련 정보가 부족하다. 특히, 외국인이란 이유로 바가지요금, 질 낮은 상품 권유, 상품구입 강요, 무시 등 일부 사업자들의 잘못된 상거래 관행 및 태도의 시정이 필요하다.

9) 동 내용은 황미화, “다문화가정 소비자제안회의”, 사)대한주부클럽중앙회전남지회 제7회소비자제안회의(2009.9.15) 내용을 정리한 것임

## 제 4 장 다문화가정의 법·정책 지원 현황

1. 정부의 다문화가정 지원정책 현황
2. 다문화가정 관련법령
3. 다문화가정 관련부처 활동현황
4. 다문화가정 지원기관



## 1. 정부의 다문화가정 지원정책 현황

우리나라의 다문화정책 추진 필요성은 외국인 인권존중 및 사회통합 요구 차원에서 이루어지고 있다. 소수자의 삶의 질 향상 및 인권 구현을 통한 사회통합 실현이라는 정책비전하에 시행되고 있는데, 그 대상을 크게 3원화하여 추진하고 있다. 즉, 한국인과 외국인 부부와 그들의 자녀를 중심으로 한 결혼이민자 가족에 대한 사회통합지원 방안이 있고, 국내 혼혈인과 외국인 및 국외 혼혈인을 대상으로 하는 혼혈인 및 이주자 지원방안이 있다. 또한 합법체류 외국인을 대상으로 하는 재한외국인처우기본법이 있다.

〈표 4-1〉 한국의 다문화정책

정책필요성	외국인 인권 존중 및 사회통합의 요구		
주요정책	결혼이민자가족의 사회통합지원방안	혼혈인 및 이주자 지원방안	재한외국인처우 기본법
정책대상	-한국인·외국인 부부와 그들의 자녀	-국내혼혈인·외국인 -국외혼혈인	-합법체류외국인
주요정책 과제	-탈법적인 결혼중개 방지, 당사자 보호 -안정적인 체류지원 및 정착지원 -아동의 학교생활 적응지원 -안정적인 생활환경 조성 -사회적 인식개선, 업무 책임자 인식개선	-법제도적 기반구축 및 사회적 인식개선 -국내 혼혈인에 대한 생활 안정 대책 -국외 혼혈인 국적 취득 지원 및 국가 이미지 제고 -국내 외국인 아동 모성보호 우선보장	-국가·지자체 책무 -외국인 정책수립 및 추진체계 -외국인정책위원회 -재한외국인 처우, 더불어 살아가는 환경조성 -외국인전담직원/종합안내센터
정책목표	아시아 선도 다문화 인권국가 구현	사회통합을 통한 경쟁력 강화	다문화포용으로 인권 보장정책수립체계수립
정책비전	소수자의 삶의 질 향상 및 인권구현을 통한 사회통합 실현		

자료 : 김선영, 한국과 독일의 다문화 비교, 한국정책연구 제9권 제1호, 2009)

우리나라의 다문화정책은 2006년 4월을 기준으로 정책기조의 변화를 꾀하였다. 국민우선의 원칙에서 인권보장을 고려하는 방향으로 변모했으며 정책적 관점에서도 일회성 외국인력 수급 관점에서 더불어 사는 이웃으로, 한국사회의 다문화정책에 대한 지향에 있어서도 단일민족 및 순혈주의에서 다문화와 다양성을 존중하는 것으로 전환되었다. 외국인 처우와 관련해서도 통제와 관리 중심에서 상호 이해와 존중 중심으로 변화되었고, 추진체계는 개별부처 추진체계에서 여러 부처가 협조하는 총괄 추진체계로 전환되었다.

여성 결혼이민자를 위한 사회통합대책은 2006년 4월 발표되었는데, 이는 체류불안 문제 해결에 초점을 맞춘 2005. 8월의 1차 대책과 생활안정대책에 중점을 둔 2005. 11월의 2차 대책 이후 결혼이민자의 사회통합 지원을 골자로 다문화정책에 대한 정책기조 변화를 모색하였다. 2005. 8. 1차 대책은 체류불안문제 해결이 중심 과제였는데, 안정적 체류지원, 생활정보 제공, 한국어와 한국문화 이해교육, 가족관계 증진 및 가정폭력피해자 지원, 기초생활보장, 취업 교육과 훈련, 일자리 연계지원 등이 그 핵심 골자였다. 2005. 11. 2차대책은 생활안정대책으로서 결혼이민자 가족의 사회적응 지원체계 구축, 자녀양육 지원 등이 포함되었다. 2006. 4. 결혼이민자를 위한 사회통합대책은 결혼이민자에 대한 차별과 복지 사각지대 해소를 통한 사회통합과 열린 다문화사회 실현에 주안점을 두고, 관련부처 전체가 통합과정 전체를 포괄하도록 했다.

결혼이주여성 증가에 따른 다문화정책 기조의 변화는 한국사회에서 ‘다문화’에 대한 논의가 활발해지고 다문화관련 정책들이 수립되는 계기를 마련하였다. 정부는 다문화정책과 관련하여 2006년 ‘혼혈인 및 이주자 사회 통합지원 방안’과 ‘결혼이민자 사회통합안’을 채

택하였으며, 2007년 5월에는 ‘재한외국인처우기본법’을, 2008. 3월에는 ‘다문화가족지원법’을 각각 제정했다. 이들 법률은 우리나라 다문화정책 수행의 법적 기반이 되고 있다. 2008년에 수립된 『제1차 외국인정책기본계획(2009-2012)』은 그동안 소관부처별로 개별적으로 추진해 온 정책들을 중장기적 관점에서 종합적·체계적으로 추진하고자 했다. 외국인정책의 기본방향은 개방을 통해 국가경쟁력을 강화하고, 외국인의 인권을 존중해 성숙한 다문화사회로의 발전을 꾀하며, 법과 원칙에 따라 체류질서를 확립하겠다는 것이다.

〈표 4-2〉 주요부처별 소관정책 현황

부처	정책영역	정책대상	정책초점
법무부	출입국·국적·이민	입국 외국인·일반국민	외국인정책 총괄 이주민 사회통합, 체류질서
문화체육관광부	문화·체육·예술·관광	이주민·일반국민	다문화에 대한 인식제고 이주민 문화·언어적 적응지원
교육과학기술부	제도권교육·인적자원개발	이주민·자녀	다문화가족 자녀 교육지원 학습능력 향상 환경조성
노동부	고용	외국인노동자	외국인노동자 고용허가 사회적 적응
행정안전부	지방행정	이주민	이주민 지역 정착지원
여성가족부	가족복지·여성인권	다문화가족 결혼이주여성	다문화가족의 복지증진 이주여성의 인권증진·사회적응
농림수산식품부	농업인교육	이주여성농업인	이주여성농업인 맞춤형 영농교육

자료 : 국회입법조사처, 다문화정책의 추진실태와 개선방안, 2010

중앙정부 차원에서 외국인정책의 소관부처로는 법무부, 지식경제부, 외교부, 노동부, 교육과학기술부, 행정안전부, 문화체육관광부, 국토해양부, 보건복지가족부<sup>10)</sup>, 농림수산식품부, 경찰청, 해양경찰청,

중소기업청, 식품의약품안전청 등이 있다. 2008년 정부조직 개편에 따라 다문화가정 지원에 대한 업무는 보건복지가족부가 총괄하도록 하고, 관련부처는 각 부처 특성에 따라 다문화가정 관련 정책을 수행하도록 했다. 중앙정부 차원의 다문화가정 지원사업을 총괄하고 있는 보건복지가족부는 다문화가정의 생애주기에 따라 수요에 부응하는 맞춤형 서비스를 제공하고 있고, 농림수산식품부는 이주여성농업인 지원을 특화하여 지역의 여성농업인을 활용, 1:1 맞춤형 영농정착을 지원하고 있다.(신재근, 2009)

〈표 4-3〉 중앙정부의 주요 다문화가정 지원정책

부처	주요 내용
보건복지부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 생애주기별 맞춤형 서비스('08.9 다문화가족지원법 시행)</li> <li>- 다문화가족지원센터 운영(100개소)</li> <li>- 다문화가족 관련 조사연구 및 실태조사</li> <li>- 결혼중개업 관리에 관한 사항</li> <li>- 결혼중개업 관리에 관한 사항</li> <li>- 다문화가족 사회복지정책</li> </ul>
농림수산 식품부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- '이주여성농업인 기초영농교육' 시범사업('08)</li> <li>- '이주여성농업인 육성 지원사업' 도입('09)</li> <li>- 농업연수원의 농촌여성결혼이민자 가족 교육과정 운영</li> </ul>
문화체육 관광부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 이민자 문화활동 지원(다문화 청년캠프, 다문화축제 등)</li> <li>- 다문화 사회 이해증진 홍보(다큐멘터리, 공익광고 제작 등)</li> </ul>
여성가족부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 여성결혼이민자에 대한 가정폭력 보호체계 강화</li> </ul>
법무부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인신매매 성격의 국제결혼 방지</li> <li>- 결혼이민자 영주자격 신청요건 완화</li> <li>- 결혼이민자의 이혼별거시에도 자녀접견을 위한 국내체류 허가</li> </ul>
교육과학 기술부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 다문화가정 자녀 교육지원계획 수립('07.6)</li> </ul>
노동부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 외국인 근로자 지원센터 운영(한글교육, 취업상담 등)</li> <li>- 다문화가정 초청 정보화 교육</li> </ul>

자료 : 농림수산식품부, 「농촌다문화후계세대 육성방안에 관한 연구」, 2009, 재인용

10) 보건복지가족부는 2010년 4월 정부조직 개편에 따라 가족 관련 업무를 여성부에 이관하여 보건복지부로, 여성부는 여성가족부로 개편됨

지방자치단체는 중앙의 지원정책계획과 세부지침을 따르면서 각 지자체의 특성과 상황에 따라 다양한 정책을 시행하고 있다. 지방자치단체의 지원정책은 한국문화의 이해와 생활적응 지원에 중점을 두고 있다. 사회생활 연결망 형성 지원, 여성복지 증진, 취업 기술교육 및 일자리 알선, 문화교류 등의 사업은 소수의 지자체에서 실시중에 있다.

〈표 4-4〉 지방자치단체의 여성결혼이민자 대상 주요 지원서비스

구 분	주요 내용
한국생활적응 및 문화이해	- 한글·한국어 교육 - 한국요리강습 - 전통문화체험(전통악기, 전통놀이, 전통혼례, 농악 등)
가족관계 및 사회적 연결망 형성지원	- 가족상담 및 가족관계교육(고부관계교육, 가족캠프 등) - 부부관계 교육 - 멘토링(여성단체와의 결연, 친정부모 맺기) - 이주여성모임 지원
여성복지증진	- 임신, 출산, 건강 교육 - 산후도우미, 가사도우미 파견 - 심리치료 - 일반상담 및 법률상담
취업기술교육 및 일자리 알선	- 취업기술교육 - 취업알선(방과후 영어교사, 이주여성대상 한국어교사 등)
농업·농촌교육	- 농업기술 등 농업관련 교육
일반교육	- 컴퓨터 교육 - 교양취미교육(공예, 염색, 원예 등) - 자녀대상교육(언어교육 등)
문화교류	- 풍물전시교류, 요리교류
기 타	- 긴급생계지원, 단합대회, 폭력피해자쉼터, 실태조사 등

자료 : 이은경, 「결혼이민 여성농업인의 전환학습에 관한 현상학적 연구」, 서울대학교 박사학위논문, 2009, 재인용

광역자치단체의 다문화정책 주무부서는 여성가족 관련 부서가 중심이 되고, 거주 외국인 집단 특성에 따라 광역시와 수도권의 경우는 국제협력부서와 경제/노동관련 부서가, 도의 경우는 농업관련 부서가 다문화 관련 업무를 담당한다. 기초자치단체는 기본적으로 자치행정, 사회복지, 주민지원 부서에서 다문화 업무를 담당한다. 그 외에는 지역 특성에 따라 보건소, 여성정책, 농업 관련 부서에서 다문화 관련 업무를 담당하고 있다.

지방정부는 중앙에서 수립된 정책의 실질적 집행이 이루어지기 때문에 다문화사회의 이주민 통합과정에 있어 지방정부 역할은 그 중요성이 더욱 강조되고 있다.(권승, 2009) 지방정부는 지방 분권화에 따라 정책의 세부 사안에 대한 계획과 그에 따른 예산 편성 및 집행의 권한을 행사하고 있다. 지방정부 입장에서는 개별 지역사회가 바로 이주민 관련 문제가 직접적으로 발생하는 현장이고, 그 문제의 해결 또한 개별 지역사회의 책임으로 귀착되기 때문에 지방정부의 역할이 중요하다. 지방정부는 이주민 유입에 따른 사회통합을 위해 외국인 밀집지역을 중심으로 거주 외국인 지원서비스를 증대시키고 있으며, 대부분 지자체에서 「거주외국인지원조례」를 제정, 거주 외국인 지원을 위한 법적 토대를 마련하고 있다.

지방자치단체에서 제공하는 이주민들을 위한 지원서비스는 주로 여성 결혼이민자 중심으로 실행하고 있다. 서비스 영역별로는 한국 생활과 문화에 대한 적응력을 증진하기 위한 프로그램으로 한국어 교육, 한국요리강습, 전통문화체험, 생활예절교육, 문화유적 탐방 등이 제공되고 있으며, 가족관계 증진 프로그램도 시행중에 있다. 그 외에도 외부와의 사회적 관계형성을 위한 사업을 포함하여 취업을 위한 기술교육과 일자리 알선사업, 장기자랑이나 야유회와 같은 위

안행사 등을 시행하고 있다. 하지만, 지방자치단체에서 제공하는 결혼이주 여성을 위한 지원 서비스는 양적으로는 확대를 가져왔으나 프로그램 내용이 획일적, 천편일률적이며, 한국사회와 문화로의 적응만을 도모하는 동화주의적 사회통합서비스에 치중하고 있다. 정부가 궁극적으로 지향하는 다문화사회를 구현하는 것과는 다소간 거리감이 느껴지는 지원 서비스들로 구성되어 있다.

이주 노동자를 포함한 거주 외국인 지원사업의 내용 역시 결혼이주여성의 지원서비스와 대동소이한 실정이다. 외국인 지원센터 등을 운영하면서 각종 상담과 무료서비스 및 필요한 정보를 제공하고 있으나 한국어 교육과 한국문화체험, 거주 외국인을 위한 전통문화공연 등 대부분이 지역사회 적응프로그램에 국한하여 실시되고 있다. 내국인과 거주 외국인이 함께하는 화합의 장을 마련한다는 명목하에 이주민 문화축제나 이주민 체육대회 등 다양한 위로차원의 이벤트성 행사를 개최하고 있다. 결국, 거의 모든 거주외국인 지원서비스가 결혼이민자 서비스와 마찬가지로 전시성 내지 이벤트성 행사 성격에 머물러 있고 한국사회로의 동화를 목적으로 한 온정주의적 성격을 벗어나지 못하고 있다.

이상의 다문화가정에 대한 지원정책은 중앙정부 및 지방자치단체의 상당한 노력에도 불구하고 다음과 같은 문제점이 지적되고 있다. 첫째로, 중앙정부의 지원정책은 각 부처 지원내용이 획일적이고 수요자 위주의 통합적이고 효과적인 지원대책이 미흡하다는 점이다. 대부분의 사업들이 강의 중심의 교육분야에 편중되어 결혼이민자 스스로 주체가 되는 활동을 지원하는 사업은 크게 부족한 실정이다. 둘째로, 정부의 지원사업이 대부분 시군단위로 시행되어 읍·면 중심의 농촌지역 여성결혼이민자들의 접근성이 매우 취약한 실정이다.

셋째로, 정부 부처간 및 공공-민간 간의 역할분담 및 협력체계가 미흡한 점도 지적되고 있다. 유사한 교육이 중복적으로 이루어지는 문제점을 노출하고, 실적 경쟁으로 수요자 입장을 배려한 유기적인 업무협조가 이루어지지 않고 있다. 넷째로, 농촌의 다문화가정 증가에 따른 농업 및 농촌의 특수성을 고려한 실질적인 지원대책이 미비한 실정이다. 다문화가정 후계세대를 농촌사회 일원으로 정착시키기 위한 사회적응, 농업농촌 정착, 전문 농업인력 육성 등을 위한 중장기 프로그램이 부재하다. 결혼이민자의 직업능력개발 및 지역특성을 반영한 농산업 창업 지원 등 방안 등이 극히 미흡한 실정이다. 마지막으로 다문화가정 지원서비스의 수혜 가정이 일부에 그치는 경향이 있다. 교통편 미비, 관련 정보 부족, 가족들의 이해 부족 등으로 결혼이민자들이 여러 가지 사회서비스를 지원받지 못하는 사례가 빈발하고 있다.(신재근, 2009)

다문화가족 지원 사업이 2011년도에는 ‘서민희망 예산’의 3대 핵심과제의 하나로 추진될 전망이다. 정부는 2010년 9월 16일 「제71차 국민경제대책회의」에서 2011년도 예산안 중 ‘서민희망 예산’의 3대 핵심과제로 ‘보육’, ‘전문계 고등학생 지원’과 함께 ‘다문화가족의 정착과 자립지원’을 선정하였다.

다문화가족 자녀 양육 및 언어발달을 지원하기 위해 소득수준에 관계없이 다문화가족에 보육료 전액을 지원하고, 다문화가족 자녀에 대한 언어발달을 위한 다문화 언어지도사를 현행 100명에서 200명으로 확대한다. 엄마(아빠)나라 언어습득 지원을 위한 이중언어강사를 양성(신규, 100명)하고, 동반·중도입국 청소년들의 초기적응 프로그램 운영을 지원(신규, 10개 지역)하기로 했다.

결혼이민자에 대한 정보제공, 언어교육 등 조기정착 지원을 위해

다국어 포털 ‘다누리’를 통한 온라인 다국어지원을 현행 4개 국어에서 8개 국어로 확대하고, 결혼이민자의 한국어교육 및 양육정보 제공을 위한 방문교육 서비스(한국어, 양육정보 등) 강화를 위해 방문교육지도사를 현행 2,240명에서 3,200명으로 확대하기로 했다.

결혼이민자 직업교육 및 취업지원을 활성화하기 위해 직업능력개발계좌제를 전액지원하고 재정지원을 통한 일자리사업을 우선 제공하기로 했다. 결혼이민자의 지역기업 일자리를 발굴하고 취업을 지원하기 위해 월 50만원을 지원하기로 했다. 다문화가족에 대한 사회적 이해를 높이기 위해 내국인·다문화가족이 함께하는 다문화동아리 활동 및 어울림 생활체육 지원을 확대하고 결혼이민자를 ‘다문화강사’로 양성하여, 학교 및 문화시설 등에 파견하기로 했다. 이와 함께 공중과 TV, 지하철 등 다양한 매체를 활용한 대국민 인식개선을 위한 홍보를 강화하기로 했다.

여성가족부는 현행의 다문화가족지원정책이 결혼이민자의 초기 사회적응과 다문화가족의 영유아 자녀 위주로 추진되어 온 경향이 있었지만, 다문화가족의 사회경제적 자립과 자녀의 역량 개발 등 보다 미래지향적 관점의 정책으로 전환을 추진하고 있다.<sup>11)</sup>

이상의 중앙정부 및 지방정부의 다문화가정을 위한 다양한 프로그램 시행에도 불구하고, 이러한 다문화 정책 지원에서는 소비자피해의 사전적 예방 및 사후적 구제 차원의 소비자문제 해결 관련 내용은 매우 미흡한 실정이다.(배순영, 2008)

공정위의 소비자정책기본계획(’09~’11)에 취약계층 역량강화의 일환으로 결혼이민자, 새터민 등에 대한 맞춤형 소비자교육을 포함하

11) 본 내용은 여성가족부 홈페이지([www.mogef.go.kr](http://www.mogef.go.kr)) 정책속보(2010.9.17)를 통해 발표한 내용을 발췌·요약한 것임

고 있고, 중앙정부, 지방자치단체, 소비자단체 등에서 지역의 다문화 가족지원센터와 연계하여 다문화소비자 역량강화를 목적으로 소비자 교육을 시행하고 있다. 정부는 재정 지원, 소비자단체는 교재 개발, 다문화가족지원센터의 장소 협조 등 역할분담 방식에 의한 다문화소비자교육을 시행하고 있다. 주된 교육주제는 소비자권리와 책임, 시장경제의 이해, 금융기관 이용사항, 물품구매방법 등 다문화소비자 피해구제와 합리적 소비생활 등에 중점을 두고 있다. 하지만 이들 교육은 내국인 대상의 국내 소비자교육의 기본 틀과 같고, 다만 다문화소비자의 언어적·경제적 상황에 따라 교육수준과 내용이 수정된 형태로 시행되고 있다. 일부 지역은 소비자단체를 중심으로 외국인 이동 소비자상담서비스를 제공하고 있으며, 이는 외국인대상 프로그램과 연계해 일정기간 집중 제공하고 있다. 하지만 다국어 강의 지원이 충분하지 못하고, 결혼이민자들이 출신국가, 거주기간, 교육받기를 원하는 교육내용 등에서 상당한 차이를 보이고 있음에도 이들에 대한 충분한 수요조사 없이 강의를 진행하고 있다. 이는 체계적이고 차별화된 맞춤형 강의를 하지 못해 교육효과가 제한적이며, 관련 교재 개발 및 강사매뉴얼 등의 선행조건이 미충족되어 효과적인 실효성있는 교육의 한계를 노출하고 있다.

## 2. 다문화가정 관련법령

정부는 다문화정책과 관련하여 2006년 ‘혼혈인 및 이주자 사회 통합지원 방안’과 ‘결혼이민자 사회통합안’을 채택하였으며, 우리나라 다문화정책 수행의 법적 기반이 되고 있는 ‘재한외국인처우기본법’과

‘다문화가족지원법’을 제정했다. 이를 기반으로 제1차 외국인정책기본계획을 마련하기도 했다. 하지만 소관부처별로는 다문화관련 정책 추진과 관련하여 다양한 근거법규를 가지고 있다. 금번 연구에서는 다문화가정과 직접 관련을 맺고 있는 다문화가족지원법, 재한외국인처우기본법, 결혼중개업의 관리에 관한 법률, 거주외국인 지원조례 등에 대해 살펴보기로 한다.

<표 4-5> 부처별 다문화 관련 정책추진 근거법규

부처	근거법	조항	주요내용
법무부	국적법	전조항	대한민국국민이 되는 요건을 정함
	출입국관리법	전조항	외국인 체류관리, 난민 인정절차 등을 규정
	재한외국인처우 기본법	제10조	제한 외국인등의 인권 옹호
		제11조	제한 외국인의 사회적응 지원
		제12조	결혼이민자 및 그 자녀의 처우
		제14조	난민의 처우
		제18조	다문화에 대한 이해 증진
	제19조	세계인의 날	
법교육지원법	제9조3항	사회 법교육의 지원	
문화체육 관광부	문화예술진흥법	제3조	시책과 권장
		제5조	문화예술 공간의 설치권장
		제12조	문화강좌 설치
		제13조	학교 등의 문화예술 진흥
		제30조	위원회의 직무
문화체육 관광부	재한외국인처우 기본법	제3조	국가 및 지방자치단체의 책무
		제11조	제한외국인의 사회적응 지원
		제12조	결혼이민자 및 그 자녀의 처우
		제18조	다문화에 대한 이해 증진

<표 계속>

부처	근거법	조항	주요내용
문화체육 관광부	외국인근로자고용법	제24조	외국인근로자 관련 단체 등에 대한 지원
	국어기본법	제4조1항	국가와 지방자치단체의 책무
		제19조1항	국어의 보급 등
		제22조1항	국어능력의 향상을 위한 정책 등
	도서관법	제43조	도서관의 책무
		제44조	지식정보격차 해소의 지원
박물관 및 미술관진흥법	제4조	사업	
	제10조	설립과 운영	
교육과학 기술부	다문화가족지원법	제10보	아동보육 교육
노동부	외국인근로자고용법	전조항	외국인근로자의 체계적 도입 및 관리
행정 안전부	제한외국인처우기본법	제3조	국가 및 지방자치단체의 책무
	다문화가족지원법	제3조	국가 및 지방자치단체의 책무
여성 가족부	다문화가족지원법	전조항	다문화가족의 삶의 질 향상 및 사회통합
	결혼중개업관리법	전조항	건전한 결혼문화 형성
	가정폭력방지 및 피해자보호법	제4조	국가등의 책무
		제4조의6	긴급전화센터의 설치 운영 등
	여성발전기본법	제21조의2	여성인적자원의 개발
		제30조	기금의 용도
시행령32조		기금의 용도	
경력단절여성등의 경제활동촉진법	제8조	일자리창출지원	

자료 : 국회입법조사처, 「다문화정책의 추진실태와 개선방안」, 2010.

## 가. 다문화가족지원법

다문화가족지원법은 결혼이민자와 가족구성원의 사회적응을 지원하기 위해 2008년 3월 21일에 제정되어 2008년 9월 22일부터 시행되

고 있다. 동 법률에 따라 다문화가족에게 필요한 생활정보 제공과 교육지원, 아동의 보육 및 교육 지원, 다국어 서비스가 제공되고 있으며, 결혼이민자가족지원센터의 명칭이 다문화가족지원센터로 변경되었다. 다문화가족지원센터는 2010년 5월말 현재 171개소가 운영되고 있다.

다문화가족지원법은 다문화가족 구성원이 안정적인 가족생활을 영위 할 수 있도록 함으로써 이들의 삶의 질 향상과 사회통합에 이바지함을 목적으로 한다. 다문화가족지원법의 주요 내용은 ① 결혼이민자 등이 한국사회에서 생활하는 데 필요한 생활정보 제공 및 한국어·사회적응·직업·가족교육 등 교육 지원, ② 가족상담, 부부교육, 부모교육, 가족생활교육 실시 및 문화의 차이 등을 고려한 언어통역, 법률상담, 행정지원 등의 전문적인 서비스 제공, ③ 가정폭력 피해자 보호·지원, 산전·산후 건강관리, 아동의 보육 및 교육지원 등 언어와 문화적 차이를 고려한 서비스 지원, ④ 다문화가족지원센터 지정의 법적 근거 마련, ⑤ 다문화가족 현황 파악 및 다문화가족 지원정책 수립을 위한 실태 조사 실시 등이다.

이 법에 따르면, 국가와 지방자치단체는 다문화가족 구성원이 안정적인 가족생활을 영위할 수 있도록 필요한 제도와 여건을 조성하고 이를 위한 시책을 수립 시행하여야 한다. 여성가족부장관은 다문화가족의 현황 및 실태를 파악하고 다문화가족 지원을 위한 정책수립에 활용하기 위하여 3년마다 다문화가족에 대한 실태조사를 실시하고 그 결과를 공표하여야한다. 국가와 지방자치단체는 다문화가족에 대한 사회적 차별 및 편견을 예방하고 사회구성원이 문화적 다양성을 인정하고 존중할 수 있도록 다문화 이해교육과 홍보 등 필요한 조치를 하여야 한다.

하지만 현행 다문화가족지원법은 보호대상을 결혼이민자 가족과 귀화 허가를 받은 가족 등으로 한정하고 있어, 다문화를 구성하는 개개인의 권리나 가치의 보호가 강조되지 못하는 문제점을 드러내고 있다. 현행 다문화가족지원법은 당초 외국인의 인권을 존중해 다문화사회로의 발전을 꾀한다는 입법취지와 반해, 가족을 구성하는 다양한 출생, 문화나 민족의 상이성 등 다양성을 인정하는 다문화주의가 강조되기 보다는 한국사회의 동화를 전제로 한 적응을 강조하고 있다는 점에서 한계를 노출하고 있다. 다문화가족지원법은 다문화가족 구성원의 조기정착과 사회통합을 그 목적으로 하며 사회구성원으로서의 역할을 다할 수 있는 기회제공을 규정하고 있지만, 실제로는 우리 국민이 주체의 입장에서 사회통합을 리드하는 동화주의 시각하에 있다고 할 수 있다.(조상균외, 2007)

동법은 다문화가족의 형태 중 ‘한국 국민이 반드시 포함된 다문화가족’만을 지원대상으로 하고 있고, 다문화가족의 또 다른 형태인 유학생 부부나 외국인근로자 부부 등과 같은 ‘외국인만으로 이루어져 있지만 국내에 거주할 목적으로 존재하는 다문화 가족’은 보호를 받지 못하는 문제가 발생하게 된다. 또한 국적법의 속인주의 원칙상 이들에게 태어난 아이도 마찬가지로 보호대상에서 제외될 수 밖에 없다.(조상균외, 2007)

#### 나. 재한외국인처우기본법

재한외국인 처우기본법의 입법 배경은 대내적으로, 최근 국내 체류 외국인의 지속적인 증가와 함께 체류 외국인의 유형도 결혼이민자, 외국인근로자, 난민 등으로 다양해져 이들에 대한 적절한 처우와

우리 사회에 적응하도록 하는 문제가 시급한 정책과제로 대두되었기 때문이다. 특히, 그동안 각 부처가 개별적 단편적으로 외국인 관련 정책을 추진함에 따라 정책의 충돌, 중복, 부재 현상이 발생하여 종합 적거시적 시각에서 외국인정책을 수립하기 위한 관련 입법의 필요성이 대두되었다.

동법은 2007년 5월 17일 제정되어 2007년 7월 18일부터 시행되고 있으며, 동법의 목적은 재한외국인에 대한 처우 등에 관한 기본적인 사항을 정함으로써 재한외국인이 대한민국 사회에 적응하여 개인의 능력을 충분히 발휘할 수 있도록 하고, 대한민국 국민과 재한외국인이 서로를 이해하고 존중하는 사회 환경을 만들어 대한민국의 발전과 사회통합에 이바지하는 것이다. 이 법에 따르면, 법무부장관은 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여 5년 마다 외국인정책에 관한 기본계획을 수립하고, 이를 외국인정책위원회의 심의를 거쳐 확정해야 한다. 국가 및 지방자치단체는 재한외국인 및 그의 자녀에 대한 불합리한 차별을 방지하고 인권을 보호하기 위하여 교육 홍보 및 그 밖에 필요한 조치를 하기 위하여 노력해야 한다.

동법은 그동안 결혼이주자 등 장기체류를 목적으로 국내에 들어온 외국인들에게 단순히 규제와 통제의 대상으로 여기던 틀에서 벗어나 처음으로 그들을 보호의 대상으로 하는 기본법을 제정하였다는 점에서 나름의 의미를 부여할 수 있다. 하지만 재한외국인의 기본적 인권을 보호하기 위한 다문화주의와 공생에 대한 시각이 결여되어 다양한 문제점을 내포하고 있으며, ‘외국인정책위원회’의 구성에 있어서도 지방자치단체의 참여가 배제되어 있고, 지원기간을 대한민국 국적을 취득한 날부터 3년이 경과한 날까지로 설정하여 지나치게 기간이 짧다는 문제가 있다.(조상균, 2007)

#### 다. 결혼중개업의 관리에 관한 법률

2008년 6월 16일부터 결혼중개업의 관리에 관한 법률이 시행되면서 국제결혼중개업이 자유업에서 등록제로 전환되었고, 국제결혼중개업자는 일정 기준을 갖춘 뒤 해당 광역시·도에 등록해야 영업을 할 수 있게 되었다.

이 법에 따르면, 국제결혼중개업자는 등록 전에 여성가족부가 지정한 기관에서 윤리의식 등 4시간의 교육을 받고, 손해배상책임 보장을 위한 보증보험 등에 가입하게 되어 있다. 의무사항을 위반할 경우에는 영업정지 등의 행정처분과 과태료 부과, 형사처벌 등을 받게 되고, 거짓과장광고나 국가, 성별 등을 차별하는 내용의 광고도 금지되어 있다. 결혼중개계약 시 이용자에게 모국어로 된 번역본을 제공하고, 결혼 여부 판단에 중요한 신상정보를 확보하여 이해할 수 있는 언어로 제공할 것을 의무화하여 결혼 중개업체의 허위 및 거짓 정보 제공 등으로 인한 피해에서 국제결혼 당사자를 보호하기 위한 법적 근거를 마련하였다.

그렇지만 결혼중개업의 관리에 관한 법률은 중개업자의 직업교육이 4시간에 불과해 형식적이며, 거짓정보 제공이나 허위과장광고 등을 했을 때 영업정지 1개월로 처벌기준이 너무 낮으며, 이때 피해를 입은 경우에도 피해자가 직접 이를 증명해야 할 뿐만 아니라, 등록요건이 간단해서 등록이 취소된 경우에도 제3자를 내세워 손쉽게 다시 영업을 할 수 있다는 한계점을 노출하고 있다.

## 라. 거주외국인 지원 조례

행정자치부는 2006년 10월 31일 지방정부가 거주외국인에 대한 지원을 지속적이고 안정적으로 수행하고 외국인에 대한 지자체 및 지역주민의 관심을 높이기 위해 해당 지역에 거주하는 외국인을 주민으로 대우할 수 있는 ‘거주외국인 지원 표준조례안’을 마련하였다.

거주외국인 지원 표준조례안의 내용은 먼저 제1조에서 “거주하는 외국인들의 지역사회적응과 생활편의 향상을 도모하고 자립생활에 필요한 행정적 지원방안을 마련함으로써 지역사회의 일원으로 정착할 수 있도록 하는 것을 목적”으로 하고 있다. 제3조는 법령이나 다른 조례 등에서 제한하고 있지 않는 지방정부의 재산, 공공시설, 행정 혜택 등에서 거주 외국인을 주민과 동등하게 대우할 수 있도록 하고 있다.

제6조는 거주외국인에 대한 지원범위에 대하여 한국어 및 기초생활 교육, 고층생활법률취업상담, 생활편의 제공, 응급 구호체계 확립, 문화체육행사 개최 등을 지원할 수 있도록 하고 있고, 그 밖에 지방정부별로 거주외국인 및 외국인 가정에 대한 지원, 외국인의 지역사회 적응 프로그램의 운영, 다문화 존중의 지역공동체 형성 사업 등에 관하여 자문기능을 수행할 수 있는 자문위원회를 구성하도록 하고 있다. 외국인 지원 단체에 대한 지원 근거규정을 마련하고, ‘세계인의 날’이나 ‘다문화 주간’ 등을 정해 지역사회 발전에 기여한 외국인을 표창할 수 있도록 하고 있다.(조상균외, 2007)

### 3. 다문화가정 관련부처 활동현황

#### 가. 국무총리실

국무총리실은 다문화 관련하여 외국인력정책위원회와 다문화가족정책위원회 등 2개의 소관 위원회를 두고 있다. 외국인력정책위원회는 외국인근로자의 고용관리 및 보호를 위해 2003년 출범한 심의 의결기구이다. 외국인근로자의 고용 등에 관한 법률 제4조 및 시행령 제4조에 근거하고 있다. 동 위원회의 주요 업무는 외국인근로자 관련 기본계획 수립, 외국인근로자 도입업종 및 규모 등에 관한 사항, 외국인 송출국가의 지정 및 해지 등의 심의·의결이다.

다문화가족정책위원회는 다문화가족지원정책, 기본계획 등에 대한 심의 및 조정이 필요함에 따라 2009년 출범한 심의 의결기구이다. 다문화가족정책위원회 규정(2009.9.11, 국무총리훈령 제540호)에 의해 설치되었으며, 다문화가족지원 정책, 제도, 추진계획, 평가 등을 심의하고 있다. 당연직 위원으로는 기획재정부, 교육과학기술부, 외교부, 법무부, 행정안전부, 문화관광체육부, 농식품부, 보건복지부, 노동부, 여성가족부 및 국무총리실장 등 총11명으로 구성되었다. 위촉직은 학계 5명, 시민단체·현장 2명, 언론계 1명 등 총8명이다.

국무총리실의 추진정책으로는 2010.3월 발표한 국격제고 80개 추진과제 2-3에 조화로운 다문화사회 구현을 명시하여 다문화가정 지원 정책을 포함하고 있다. 동 정책의 추진목표는 ‘세계인이 살고 싶어하는 글로벌 코리아 실현’으로 경제규모에 걸맞는 국가품격 제고를 목표로 하고 있다. 외국인에 대한 차별 해소, 외국인 인권보호를 위한 제도적 장치 마련, 인식개선을 통한 사회통합 실현, 외국인이

살기 좋은 사회적 환경조성, 정착에 필요한 적극적인 지원 등을 통한 국가품격 제고를 추진하고 있다.

추진전략으로는 다국어 서비스 제공 인프라를 구축하고, 한국생활을 위한 주요 정보, 행정서비스를 다국어로 제공하며, 외국인을 위한 선진 행정시스템 도입을 추진하고 있다. 선진 국적제도, 출입국 서비스 제공 등으로 국가경쟁력을 강화하고 한국 이미지 제고에 기여할 계획이다. 다문화가족 자녀를 글로벌 인력으로 성장하는 것을 지원하고, 다문화가족의 자녀들이 부모의 출신국과 한국을 잇는 가교 역할을 하는 민간 외교관의 역할을 할 수 있도록 성장을 지원하고 있다. 다문화를 포용하는 사회적 분위기를 조성하여 일반 국민의 외국인, 다문화에 대한 인식개선 사업을 확대하고 있다.

이에 대한 세부추진과제로는 법무부는 ‘개방과 조화의 외국인정책’을 추진하고 있다. 다양화·정주화 현상을 보이고 있는 체류외국인의 지속적 증가로 120만 명이 다문화사회에 진입함에 따라, 개방적이고 조화로운 외국인정책을 통해 문화의 다양성을 포용, 국가 경쟁력 강화는 물론 국적 제고의 계기로 승화시킬 것을 목적으로 한다. 외국인 수용자의 급증에 따라 외국인의 문화, 습성 등을 고려한 전문적 처우를 실시함으로써 따뜻한 법치실현 및 국제적 위상을 제고하고자 한다. 외국인 수용자는 매년 증가 추세를 나타내, 2005년 대비 270% 증가를 나타내고 있다.

주요 추진내용으로는 국제추세에 부응하는 선진 국적제도 구현(복수국적 규제 완화, 국적이탈 및 상실제도 개선 등), 국가경쟁력 제고와 사회통합을 추진하고 있고, 결혼이민자 등에 대한 사회적응 지원 강화, 영주권 제도 도입 등 사회통합 지원과 외국인 법적 지위 향상을 도모하고 있다. 빠르고 편리한 온라인 사증추천·심사 시스템을

(HuNet Korea) 구축으로 국제공조·협력을 강화하고, 세계 일류의 출입국서비스를 유지하고 있다. 국민과 재한외국인이 함께 어울리는 자리를 마련, 세계문화에 대한 이해 증진 및 이를 포용하는 사회분위기를 조성하고 있다.

노동부는 외국인노동자 보호 및 지원강화를 추진하고 있다. 국내 체류 외국인근로자가 증가하고 있으나, 이들에 대한 고용·체류지원 및 귀국지원이 매우 부족한 실정이다. 임금체불, 폭행 등 인권침해나 산업재해를 경험한 자를 중심으로 우리나라에 대한 부정적 이미지가 형성되거나 불법체류 하는 경우에 외국인근로자에 대한 보호 및 지원을 강화하는 것을 목적으로 한다.

주요 내용으로는 체류중인 외국인근로자를 대상으로 고용·체류지원을 강화하여, 재직자 5천명을 대상으로 기능향상 교육을 실시하고, 사업장변경자가 사업장에 안정적으로 적응할 수 있도록 한국 사업장 문화 등에 대한 교육을 실시(15천명)하고 있다. 국가별 문화행사 개최를 지원하고, 지역순회서비스를 제공하며, 귀국예정 외국인근로자에 대한 “귀국지원 프로그램”을 실시하고 있다.

여성가족부는 ‘다문화가족의 안정적 정착 지원’을 목표로 관련 정책을 추진하고 있다. 우리 사회가 다문화사회로 급속하게 전환되면서 외국인이 1만명 이상인 시군구도 32개로 크게 증가했다. 외국인 노동자, 결혼이민자 등의 증가, 외국인의 권익보호 및 한국생활 조기 정착을 위해 각국 언어별 전용 민원창구를 개설하고, 결혼이민자의 정보접근성 확대를 위해 다양한 콘텐츠와 지역 밀착형 정보제공, 웹사이트 다국어 제공 등을 확대하고 있다. 결혼이민자의 조기적응 및 안정적 생활지원을 위해 '09년 100개소였던 다문화가족지원센터를 '10년 171개소로 확대하고 이를 통해 한국어교육, 다문화이해교육,

정보제공 등 종합서비스를 제공하고 있다.

한국사회에 먼저 정착한 결혼이민자중 210명을 선발해 새로 입국한 이민자에게 출신국 언어로 상담, 통역, 번역 등을 지원하고, 다문화가족 자녀의 건강한 성장을 지원하기 위해 아동양육지도사가 직접 집으로 방문하여 부모에게 자녀양육에 대한 정보제공과 상담 서비스를 제공하고 있다. 다문화 자녀의 언어발달정도를 진단하고 연령에 비해 발달이 늦은 경우에는 언어발달 촉진교육을 실시하고 있으며, 다문화언어지도사를 보육시설에 파견하거나 센터내 교육과정을 개설하고 있다. 엄마나라 말 배우기 교실 등을 통해 다문화감수성을 가진 이중언어자로 성장할 수 있도록 이중언어교실 52개소를 개설·운영하고 있다.

교육과학기술부는 다문화가정 자녀교육을 지원하고 있다. 결혼이민자 증가 등으로 다문화가정 자녀의 취학이 증가하면서 이들의 특성에 맞는 교육 지원 필요성이 급증하고 있다. 초·중·고교에 재학중인 다문화가정 학생은 '06년 9,389명, '07년 14,654명, '08년 20,180명, '09년 26,015명으로 증가했다.

교사, 일반학생, 학부모 등의 다문화가정에 대한 인식 개선에 힘쓰는 한편, 다문화가정 학생 및 학부모에 대한 맞춤형 교육을 지원하고 있다. 다수의 다문화가정 학생이 다니고 있는 학교를 다문화교육 거점학교로 지정하여 한국어교육·교과 학습 및 학부모 상담 등 지원하고 있는데, '09년 46개교에서 '10년 50개교로 확대되었다. 대학생·퇴직교원 등을 다문화가정 학생·학부모의 멘토로 활용하고, 학교의 다문화 이해를 위한 교육을 지원하고 있다. 다문화가정 학부모를 활용한 다문화 체험활동 등을 확대하여, 고학력 다문화가정 학부모를 선발, 6개월간 집중교육한 후에 이중언어 교수요원으로 양성하

고 있다. 다문화교육 거점학교 등에서 학생의 한국어·외국어 교육, 학부모 상담·통역 등을 지원하고 있다.

## 나. 여성가족부

가족업무가 개편되기 이전에 여성부는 이주여성 인권업무를, 보건복지가족부는 다문화가정 업무를 담당하면서 각각의 영역이 나뉘어 있었다. 하지만 가족업무가 기존 보건복지가족부(현 보건복지부)에서 여성부(현 여성가족부)로 통합·이관되면서(2010.3.19) 이주여성 인권 문제가 다문화가정 정책속에 포함될 수도 있다는 우려가 제기되고 있다. 청소년 업무는 문화관광부에서 독립된 청소년위원회를 거쳐 보건복지가족부에서 다시 여성가족부로 이관되어 정책의 일관성 문제가 제기되고 있다.

여성가족부는 중앙부처 및 지방자치단체의 다문화가족지원정책을 총괄하고, 다문화가족 관련 중장기 전망·분석 및 대책을 수립하며, 다문화가족 관련 조사·연구 및 법령의 관리·운영, 다문화가족지원센터의 운영 지원, 결혼이민자 전문인력 양성 등 경제·사회적 자립 지원, 결혼중개업 관리에 관한 법령의 관리·운영 등 다문화정책 전반의 수립 및 시행을 담당하고 있다.

여성가족부는 다문화가족 결혼이민자들에 대해 입국전 결혼준비기, 입국초 가족관계 형성기, 자녀양육 및 정착기, 역량 강화기, 다문화역량 강화 등 생애주기별 맞춤형 서비스를 시행하고 있다.

### 1) 1단계 : 입국 전 결혼준비기

결혼이민자들의 국제결혼 과정에서의 인권을 보호하고 관련 교육 프로그램을 마련하여 한국사회 적응을 지원하기 위함이다. 이를 위해 정부는 '08년 국제결혼중개업 등록제를 시행하는 한편, 결혼중개업 표준약관을 제정하고, 중개업자들의 신상정보 사전제공 의무화를 추진하고 있다. 이와 함께 결혼중개업자에 대한 전문지식 및 윤리의식 향상교육을 실시하고, 결혼중개업제도, 인권보호, 소비자보호, 상담실무 등 교육을 지원하고 있다. 필리핀, 베트남, 캄보디아, 몽골 등 4개국 현지에 사전교육 프로그램을 운영하고 콜센터를 설치하여 입국 전 현지 오리엔테이션 프로그램 시행을 검토하고 있다. 한국인 예비배우자 결혼준비교육을 실시하고 있다.

### 2) 2단계 : 입국초 가족관계 형성기

결혼이민자의 조기적응 및 안정적 생활을 지원하고 있다. 한국어교육, 문화이해교육, 가족통합교육, 상담 등 종합 서비스를 제공하고, 다국어판 생활·정책정보매거진(Rainbow+, 연4회, 8개언어, 회당 7만부), 한국생활 가이드북, 소비자 정보안내 책자 발간·배포, 다문화가족 포털 '다누리' 운영을 통해 한국생활 관련 정보를 제공하고 있다. 한국어가 유창한 결혼이민자(210명, 12개 언어) 중심으로 다문화가족지원센터에서 의사소통 지원을 위한 통·번역 서비스를 제공하고 있다.

다양한 매체를 통한 한국어교육을 실시하고 있다. 언어별·수준별로 세분화된 교육프로그램을 실시 중에 있다. 전국 171개 다문화가족지원센터에서 초1, 2반, 중1, 2반, 고급교육 등 5개 반을 운영하고,

다문화가족지원센터에서 ‘찾아가는 서비스’의 일환인 방문교육을 실시하고 있다. '09년의 경우에 한글교육지도사 1,264명이 9,200가정을 지원한 바 있다. 한국디지털대학교와 '08. 1월 협약을 체결하여 온라인교육을 시행중에 있으며, 방송매체를 활용한 한국어교육을 실시중에 있다.

위기개입 및 가족통합교육을 실시하고 있다. 가정폭력 피해 상담·보호를 위해 이주여성 긴급전화 및 전용컴퓨터를 운영중에 있고, 법률구조기관 등 관련기관간 연계를 강화하고 있다. 이주여성긴급전화 「1366 센터」를 개설하여 6개 언어 24시간 지원하고 있으며, 컴퓨터 5개소를 운영중에 있다. 다문화가족지원센터 및 방문교육지도사의 남편교육·상담기능을 강화하여 가족통합교육을 시행중에 있다. 결혼이민자, 배우자, 시부모, 부부관계, 부모자녀 등 가족관계 증진을 위한 가족통합교육을 추진하고 있다.

### 3) 3단계 : 자녀양육 및 정착기

다문화가족 자녀의 양육 및 교육을 지원하고 있다. 부모의 자녀양육 능력 향상을 위해 아동양육 가정방문지도를 실시하고, 다문화가족 자녀에 대한 언어발달을 지원하고 있다. 언어발달 진단, 100여명의 언어발달지도사를 통한 교육 프로그램을 제공하고, 센터 내 다문화 언어교실 개설 및 보육시설 파견서비스를 제공하고 있다. 보육시설에서 사회정서증진 프로그램 등 다문화 프로그램을 실시하고, 다문화가족 자녀에 대한 이중언어 역량을 개발하는 한편, 어릴 때부터 이중언어 사용을 통해 글로벌 인재 육성을 지원하고 있다.

#### 4) 4단계 : 역량 강화기

결혼이민자의 경제·사회적 자립을 지원하고 있다. 결혼이민자에 대한 정보화 교육 등 직업교육 및 훈련을 실시하고, 통번역 요원 및 다문화강사 등 결혼이민자 적합 직종을 개발하여, 다문화강사를 양성해 지역내 보육시설 및 초등학교 등에서의 활동과 연계하여 지원하고 있다. 특히, 원어민 외국어강사를 양성해 지역교육청과 연계하여 보조강사로 활동할 수 있도록 하고, 통·번역사 등 이민자적합 직종을 개발하고 있다.

#### 5) 전단계 : 다문화역량 강화

국민 저변의 다문화역량 강화를 위해 다문화에 대한 대국민 인식을 개선하기 위해 홍보를 강화하고 있다. 이를 위해 다문화가족 모니터단, 다문화가족 포털사이트 '다누리' 등을 운영하고, 다문화 인식개선을 위한 콘텐츠 개발 및 보급에 나서고 있다.

다문화가족지원법 제4조에 따라 다문화가족 실태조사를 실시하고, 전국규모의 다문화가족 실태를 조사·분석해 정책수립에 필요한 기초통계자료를 확보하고 맞춤형 서비스를 개발하고 있다. 다문화가족 지원법시행규칙 제2조 제3항에 따라 주요 조사항목은 성별, 연령, 학력, 취업상태 등 가족구성원의 일반특성에 관한 사항, 소득, 지출, 자산 등 가족의 경제상태에 관한 사항, 자녀양육, 가족부양 등 가족행태 및 가족관계에 관한 사항, 의식주, 소비, 여가, 정보 이용 등 생활양식에 관한 사항, 가족갈등 등 가족문제에 관한 사항, 다문화가족 지원 관련 교육·상담 등 서비스 수요에 관한 사항, 그 밖에 다문화가족의 현황 및 실태과악에 필요한 사항 등이다.

## 다. 지방자치단체

### 1) 서울시

서울시는 여성가족정책관실 산하에 6개소의 다문화가족지원센터를 지원하고 있으며, 이들 센터를 통해 지역인프라, 관련단체간 네트워크 구축, 다문화가족 사회통합을 지원하고 있다.

서울시는 산하에 건강가정지원센터를 두고 있는데, 동 센터는 건강하고 행복한 가족, 지속가능한 사회를 비전으로 자치구센터의 사업역량 및 인프라 구축 강화 및 가족친화적인 사회·문화 조성을 목표로 다양한 다문화가족 관련 사업을 수행하고 있다. 특히 가족사업팀은 문화·다문화 프로그램 개발, 다문화 생활코디네이터 지원 사업, 지역사회 가족연대망인 이웃사촌브릿지 사업을 추진하고 있다.

서울 한울타리 플랜은 건강한 다문화가정 준비를 위해 예비 배우자에 대해 국제결혼 준비학교를 개설·운영하고 있으며, 생활정착 지원을 위해 결혼이민여성 출산지원을 위한 각국별 출산문화 DVD보급 및 산모도우미 지원을 위한 리빙맘을 운영하고, 통·번역 자원봉사단 운영, 한국어 특화반 운영, 다문화가족 아이돌보미 지원, 자녀학습지원을 위한 방과후 교실인 Happy Mate 운영, 생활정보지 발행, 경제사회적 역량강화 등을 위한 사업을 추진하고 있다.

다문화가정의 경제사회적 역량강화를 위해 문화유적지 순례 프로그램 실시, 결혼이민여성 취업·창업 사업인 무지개 잡(job)자!, 다문화가족 상담지원 강화(다문화 한울타리상담센터 운영, 다문화가족지원센터 전문상담원 배치), 다문화가정 건강관리지원(정신클리닉 운영 등), 이주여성 자활지원시설 등을 운영하고 있다. 서울시민과 함께하

는 다문화가정 사업으로는 서울시 다문화정책협의회(위원회) 운영, 다문화가정과 함께하는 ‘무지개 포럼단’ 운영, 시민인식 개선사업 실시(어린이집 종사자 다문화이해교육 실시(보육담당관), 공무원 다문화교육과정 운영(인재개발원)), 다문화 한올타리 문화공연단 운영, 결혼이민자를 위한 ‘wise’단 운영을 하고 있다.

서울 이웃사촌 브릿지 사업은 서울시 건강가정지원센터 및 자치구 건강가정지원센터를 통해 해당 지역 이웃들간에 서로를 지지하고 격려하는 사업을 추진하고, 정서, 가사, 활동, 지역 정보제공, 경제 지원 등 사업을 추진하고 있다.

## 2) 경기도

경기도의 다문화 관련 정책은 가정여성정책국에서 다문화지원정책을 담당하고 있다. 정착 초기단계에서는 다양한 형식의 한국어 교육을 시행하고 있다. 한국어교실을 통한 집합교육을 실시하고 있는데, 한국어 교육(연간 120시간 이상, 수준별 분반), 생활문화체험(요리교실, 대중교통·은행·관공서 이용, 생활예절 등), 교육중 자녀 놀이방(육아) 운영(아이돌보미 파견), 한국어능력시험 응시(교육인원의 20% 이상 응시) 등을 지원하고 있다. 한글교육지도사가 다문화가정을 직접 방문하여 다문화가정의 상황에 맞는 한국어교육 서비스, 5개월 동안 1주당 2회 방문하여 1회당 2시간 이상 서비스를 시행하고 있다. '08. 9.24 한국디지털대학교와 협약을 체결하여 7개 언어로 인터넷 교육을 지원하고 교육사이트(<http://ecamp.kdu.edu/>)에 접속하여 가입하면 누구나 가능하도록 하고 있다. 결혼이민자의 한국어 교육시 필요한 교재를 구입하여 무료로 공급하고 있고, 한국어 교재 3종(첫

걸음, 초급, 중급)을 연초에 구입하여 시군에 배부하고 있다. 결혼이민자 다국어소식지 「Happy Family」를 발간하여 다문화가족에게 생활·법률정보, 관공서 이용 등 실제생활에 필요한 정보를 제공하여 국내생활 안정을 지원하고 있다. 국제결혼 희망자들에 대한 사전교육으로 다문화 사회와 양성평등, 관계와 소통, 국제결혼 관련 법률, 사례발표, 세계화와 국제결혼, 국제결혼의 준비와 비전 등을 교육하고 있다.

정착 적응단계에서는 아동양육지도사가 다문화가정을 직접 방문하여 자녀의 발달 특성과 가정환경에 부합하는 맞춤형 찾아가는 서비스를 제공하고, 5개월 동안 1주당 2회 방문(1회당 2시간 이상 서비스), 지도사 1명당 차수당 4가정을 지원하고 있다. 통·번역 전문인력을 양성하여 의사소통이 어려운 결혼이민자의 통·번역 서비스를 제공(안산, 고양, 남양주, 의정부)하고 있고, 한국어가 가능한 결혼이민자에게 적합직종에 대한 취업교육 지원 및 일자리를 연계하여 자립기반을 강화하고 있다. 결혼이민자 국내적응 교육을 위해 가족 갈등 예방 프로그램, 문화체험, 자조모임(3회), 결혼이민자에게 필요한 국내정착 정보를 제공하고 있다. 다문화가족 생활문화체험을 위해 농산물 수확체험, 전통음식체험, 천연염색 등을 시행하고 있으며, 도자기체험, 민속체험, 이민자 나라별 민속공연 등 문화체험교육을 시행하고 있다.

도약단계에서는 다문화가족지원센터 운영 지원을 통해 다문화가족을 위한 가족교육·상담·문화프로그램 등 서비스 제공을 통해 결혼이민자의 한국사회 조기적응 및 다문화가족의 안정적인 가족생활을 지원하고 있다. 여성결혼이민자 보호시설 운영지원을 통해 이주여성들을 위한 전용쉼터를 운영하여 피해자 보호 및 피해여성들의 안정과

자존감을 고양시켜 한국사회 적응을 지원하고 있다. 다문화가족지원 네트워크를 구축하여 교육청, 다문화가족지원센터, 대학교, 가족여성연구원 등 관련 기관간 정기적 회의를 개최하고 지원사업에 대한 정보 공유로 다문화지원사업을 효율적으로 추진하고 있다.

언어소통을 위해 집합교육, 방문교육 및 인터넷 온라인 교육 등 다양한 형식의 한국어 교육을 시행하고, 의사소통이 어려운 결혼이민자에게 통·번역 서비스를 제공하고 있다. 한국사회 적응을 위해 국내생활 적응을 위한 생활정보을 5개국 언어로 제공하고, 남편에 대한 아내나라 문화이해 및 부부 대상 교육을 시행하는 한편 여성결혼이민자에게 유아영어강사, 다문화강사, 영어독서 지도사, 한식조리사 등 맞춤형 취업 교육을 시행하고 있다. 지역주민과 결혼이민자간 멘토·멘티 관계를 형성, 한국문화 이해에 도움을 주고 있다.

자녀양육 및 교육을 지원하기 위해 다문화가족 자녀의 보육을 지원하고 있으며 다문화가정 자녀들을 대상으로 응진 썩크빅 ‘한글깨치기’ 방문학습지 교재를 통한 한글교육을 지원하고 있다. 초등학교 및 미취학 아동 대상 결혼이민자 등을 대상으로 출신국 언어교육과 한글교육을 병합한 이중교육을 시행하고 다문화가정 자녀 언어발달 지원을 위해 언어발달 진단 및 어휘, 구문 대화 의사소통 등 사회성 증진 교육을 시행하고 있다. 인프라 구축을 위해 다문화가족지원센터 운영을 10개소에서 24개소로 확대하고 한국어, 사회적응, 가족교육, 상담, 자녀지원 등 통합서비스를 제공하고 있다. 가정폭력으로부터 긴급 보호가 필요한 이주민 여성 보호를 위해 여성결혼이민자 보호시설을 2개소 운영하고, 전국 최초로 글로벌 다문화센터를 건립하여 다문화체험관, 전시장 등 다문화가족 종합 복지시설로 운영하고 있다. 다문화에 대한 인식개선을 위해 다문화 담당 공무원에 대한

다문화 이해 교육을 시행하고 다문화가족 한마당을 통해 한국어 말하기대회, 다문화공연, 정보제공 등을 시행하고 초등학교 학부모 대상 다문화 인식교육을 시행하고 있다.

#### 4. 다문화가정 지원기관

##### 가. 건강가정지원센터

건강가정지원센터는 건강가정기본법에 따라 가족정책의 전달체계로서 정부의 가족정책 추진방향에 부응하여 건강가정사업을 실시하도록 설립되었다. 국가 및 지자체는 가정문제의 예방, 상담 및 치료, 건강가정 유지를 위한 프로그램의 개발, 가족문화운동의 전개, 가정 관련 정보 및 자료 제공을 위하여 중앙, 시도 및 시군구에 건강가정지원센터의 설치 및 운영을 의무화하고 있다. 보호를 필요로 하는 가족뿐 아니라 모든 가족구성원을 위한 서비스제공 및 평등하고 민주적인 가족관계를 지향, 가족 전체를 고려한 통합적 서비스, 가족문제 예방, 돌봄 및 가족기능강화를 위한 포괄적 서비스, 그리고 건강가정 서비스의 전문화를 위한 유관기관과의 긴밀한 네트워크를 형성하고 있다.

건강가족지원센터에서는 가족상담, 가족생활교육, 가족친화적 문화 조성, 정보제공 및 지역사회 네트워크 사업을 동일하게 추진하고 있다. 한부모가족, 조손가족, 다문화가족, 맞벌이가족, 군인가족, 재소자 가족, 이혼전후 가족 등 다양한 가족지원을 위한 상담, 교육 및 문화의 맞춤형 통합서비스와 아이돌보미 지원, 장애아가족 휴식지원 등 가

족돌봄 지원서비스를 시행하고 있다. 2010년 6월말 현재 130개소의 건강가정지원센터가 운영중에 있다.

#### 나. 다문화가족사업지원단 (다문화가족지원센터)

다문화가족사업지원단은 여성가족부 산하기관으로 복권기금 등을 재원으로 운영되고 있다. 동 지원단은 다문화가족지원사업의 연구 및 정책제안, 다문화가족지원센터 관리 및 지원, 결혼이민자 방문교육사업 관리 및 지원, 영농기술교육사업 관리 및 지원, 자녀 언어발달사업 관리 및 지원, 통·번역사업, 다문화가족 종합 정보매거진인 ‘레인보우+’를 발간하고 있다.

동대문, 청주, 구미, 울산남구, 익산 등 전국 5개의 거점센터를 통해 지원단협력사업, 분기별간담회를 개최하고, 거점별 특화사업, 다문화가족지원사업 모델을 개발하고 있다. 지역센터에서는 기본사업으로 한국어교육, 다문화사회이해교육, 가족교육, 가족상담, 다문화가족 취업 및 창업교육 등을, 기타사업으로 통·번역 자조모임, 다문화가족지원봉사단, 다문화인식 개선, 지역사회 협력네트워크 강화, 홍보 및 정보제공, 종사자역량 강화 등 사업을 시행하고 있다. 다문화가족 방문교육사업으로는 한국어교육, 아동양육지원, 임신출산지도 등을, 이외 추가사업으로 영농기술교육사업, 자녀 언어발달 지원사업, 통·번역서비스, 육아정보나눔터, 이민자 사회통합교육 등을 시행하고 있다.

다문화가족지원사업단은 산하에 국비지원의 다문화가족지원센터를 운영하고 있다. 2010년 5월말 현재 171개소를 운영하고 있으며, 이중 125개소는 통·번역서비스를 지원하고 있다. 다문화가족지원센터는 다

문화가족의 안정적인 정착과 가족생활을 지원하기 위해 한국어·문화 교육, 가족교육·상담, 자녀지원, 직업교육 및 다문화인식개선 등 다양한 프로그램을 통합적으로 제공 및 연계하는 원스톱 서비스 기관이다.

주요 사업으로는 방문교육사업을 시행하고 있다. 경제적 어려움 및 지리적 접근성의 문제로 집합교육에 참석하기 어려운 결혼이민자 및 그 가족을 대상으로 전문지도사를 양성, 가정으로 파견하고 있다. 한국어지도사 혹은 아동양육지도사가 대상가정을 주2회 2시간씩 방문교육을 시행하고 있다.

〈표 4-6〉 다문화가족지원센터의 주요 사업내용

사업명	사업내용(목적, 대상, 내용 등)
다문화가족 한국어교육	다문화가족의 언어소통 어려움으로 한국생활 조기정착 어려움을 해소하기 위하여 한국어교육 지도사를 파견하여 전문 상담을 통한 맞춤형 서비스 지원
다문화가족 아동양육지원	12세 미만의 아동을 양육하는 결혼이민자에게 아동양육 전반에 걸친 교육 및 상담서비스를 통해 아동양육 능력제고를 통한 가족통합 지원
임신·출산 지도서비스	출산을 앞둔 결혼이민자에게 산전준비 및 산후 아동양육에 필요한 단기간의 출산 전후 서비스 제공

결혼이민자를 통·번역 전문인력으로 채용하여 의사소통이 어려운 결혼이민자들에게 통·번역서비스를 제공하고 있다, 이를 통해 가족 생활 및 국가간 문화차이 등 입국초기 상담, 결혼이민자 정착지원 및 국적·체류 관련 정보제공 및 사업 안내, 임신·출산·양육 등 생활정보 안내·상담 및 교육과정 통역, 가족간 의사소통 지원 및 위기 대응을 위한 통역 파견 등을 시행하고 있다. 유치원·초등학교 등의

알림장 번역, 학교 상담시 통역 파견, 행정·사법기관·병원 진료 등에 필요한 통역 파견, 기타 위기상황 발생시 및 전화·이메일 통·번역 업무를 시행하고 있다. 통·번역서비스 이용방법은 해당 다문화가족지원센터에 방문하거나, 전화·이메일 신청도 가능하다.

다문화 가족 자녀의 언어발달을 지원하고 있다. 다문화가족의 자녀에 대한 체계적이고 전문적인 언어발달지원을 통해 이들이 건강한 사회 구성원, 나아가 글로벌 인재로 성장할 수 있도록 지원하기 위함이다. 이를 위해 다문화가족 자녀 언어발달 전문인력인 다문화언어지도사를 다문화가족지원센터로 파견하여, 관련 서비스를 제공하고 있다. 이들을 중심으로 센터내방 자녀에 대한 자체 프로그램을 운영하고, 센터 인근 보육시설로 파견하여, 보육시설 원아인 다문화가족 자녀에 대한 언어교육을 실시 중에 있다. '10.4월 현재 전국 91개 센터에서 99명이 활동 중에 있다.

이중언어교실을 운영중에 있다. 이는 결혼이민자의 주요 출신국 언어수업을 통해 초등 및 미취학 아동들이 다문화 감수성을 지닌 글로벌인재로 성장하도록 지원하기 위함이다. 유치원~초등학교 재학생(1개반 당 10명 내외) 및 부모를 대상으로 베트남어, 중국어, 몽골어 등 이중언어교실을 운영하고 있다.

#### 다. 이주여성긴급지원센터(여성가족부)

여성가족부는 이주여성긴급지원센터를 개설·운영중에 있다. 한국 사회에 이주해 살고 있는 외국인 이주여성들이 가정폭력, 성폭력, 성매매 등 여성폭력 피해에 대해 언제라도 핫라인(1577-1366)을 통해 자국어로 상담과 통역을 받을 수 있도록 함으로써 이들의 인권을 보

호하고 지원하고자 하는 목적으로 설립되었다.

이주여성의 전문지도력을 개발하고 이주여성들에게 자긍심을 높여 주며, 이주여성 고용창출의 모델이 되도록 하고자 개설되었다. 폭력 피해 이주여성을 위해 8개 국어로 된 초기 상담 서비스를 제공하고, 한국사회 정착을 위한 생활 법률 정보 안내, 긴급지원서비스 연계활동, 홍보활동 및 이주여성문제에 대한 인식개선운동 실시, 상담 통계 관리 등을 하고 있다.

여성부가 운영하고, 상담전문가, 변호사 등 전문가들의 자문위원들로 구성되어 있다. 4개의 지역센터를 통해 현장상담 및 통역지원 서비스를 제공하고, 여성 복지시설·기관, 병원·보건소, 경찰서·파출소·검찰청, 대한법률구조공단과 대한변호사협회 등 관련 기관과의 네트워크를 통한 협력지원 체계를 마련하고 있다. 재원은 복권기금으로 운영되고 있다.

## 라. 한국외국인근로자지원센터

한국외국인근로자지원센터는 노동부가 재정을 지원하고, 한국산업인력관리공단에서 관리하는 (사)지구촌사랑나눔의 산하기관이다.

외국인근로자들에게 꼭 필요한 교육을 실시하고, 한국전통문화를 알리며 그들이 겪는 어려운 문제들을 상담하고, 나아가 최소한의 복지시설을 통해 외국인노동자들에게 만족과 행복을 가져다 줄 목적으로 설립되었다.

한국은 1988년 서울올림픽 이후 지속적인 경제성장으로 국내 노동자들의 권리의식과 소득중대가 향상되면서 소위 3D업종을 기피하는 현상이 심화되면서 90년대 이후 외국인노동자들의 입국이 급증했다.

법무부 자료에 따르면 국내 체류 중인 외국인 노동자들의 수는 76만 명에 달하고 있다. 한국에서 일하고 있는 외국인노동자들은 언어소통의 어려움과 제도, 문화의 차이 등으로 인해 많은 곤란을 겪고 있으며, 특히 3D 업종의 열악한 작업환경과 임금체불, 폭행, 산업재해, 각종 사고, 질병 등에 노출되어 있고, 차별 등의 인권유린을 당하고 있다.(사)지구촌사랑나눔의 산하기관인 ‘한국외국인근로자지원센터’는 이러한 현실이해의 바탕위에 설립되었다. 2004년 노동부의 외국인력 도입 사후정책으로 설립된 이래 노동부의 재정 지원을 받고 있으며 한국산업인력공단에서 관리하는 (사)지구촌사랑나눔의 산하기관이다.

본 센터에서는 외국인근로자들에게 꼭 필요한 교육을 실시하고, 한국전통문화를 알리며 그들이 겪는 어려운 문제들을 상담하고, 나아가 최소한의 복지시설을 통해 외국인노동자들에게 만족과 행복을 가져다 주는 것을 목적으로 하며, 그 결과 국가이미지 실추를 막아 내며 더 나아가 적극적으로 국가 이미지 향상을 통한 국익과 국가 이미지를 드높이는 일에 기여하고자 한다.

‘한국외국인근로자지원센터’는 이러한 이념하에 외국인노동자들의 인권신장과 복지향상을 위해 외국인 이주노동자들이 한국에서 생활 하면서 임금체불, 산업재해, 사고, 폭행, 사기, 사망, 사업장이동, 비자연장, 강제적립금, 여권압류 등 산업현장에서 일어 날 수 있는 인권침해 상담과 이주노동자들이 한국에서 적응할 수 있는 생활 상담을 지원하고 있다. 4인의 상담가와 몽골, 베트남, 중국, 인도네시아, 태국, 필리핀, 스리랑카, 우즈베키스탄, CIS, 파키스탄 등 다수의 현지어 지원가로 근무하고 있어 언어소통에 어려움 없이 원활한 상담이 가능하다. 본국을 떠나 한국에서 근무하고 있는 또는 일자리를 구하려는 이주 외국인 근로자들이 겪게되는 여러 가지 문제들과 어

려움들을 나누고 상담을 통해 해소하며, 한국사회에 잘 적응할 수 있도록 돕기 위하여 상담업무를 하고 있다.

외국인근로자들과 국제결혼이민자들의 즐거운 한국생활을 위해 교육을 통한 적극 지원을 하고 있다. 수준별 학습을 진행하고 한국어 능력시험 대비반을 갖춘 한국어교육, 외국인근로자들을 위한 귀환프로그램의 일환인 PC정비반과 영어, 태국어 등 외국어진행반을 갖춘 컴퓨터교육, 태권도교육, 비정기로 진행되는 특별교육이 있다. 수업은 1년에 두 번(1학기, 2학기)으로 나뉘어 진행된다.

#### 마. 한국이주여성인권센터(서울이주여성쉼터)

한국이주여성인권센터는 한국에 거주하고 있는 이주여성의 인권과 복지를 위해서 활동하고 있는 비영리민간단체이다. 설립 목적은 외국인이주여성의 인권보호와 권익신장, 모성보호와 육아지원을 통한 이주여성과 자녀들의 생명존중, 성인 지적 관점에서 이주여성을 위한 교육과 문화활동을 통한 한국사회의 적응지원, 국경을 넘는 연대를 통하여 더불어 살아가는 공동체를 만듦으로서 평등하고 평화로운 지구촌 사회를 실현하고자 하는 것에 두고 있다.

활동 목표는 이주여성 권익증진, 이주여성 한국생활적응능력 향상, 이주여성의 지도력 개발을 통한 자조그룹육성, 성/인종차별, 민족/국적의 차별을 넘는 다민족공생사회로의 시민인식전환, 자매애와 연대를 통한 아시아의 평화 공존에 두고 있다. 주요 활동내용은 상담, 교육·문화, 정책·연구, 모성보호 활동 등이 있다. 상담활동은 전화 및 면접으로 이루어지는데, 국제결혼 이주여성을 위한 가정폭력 상담과 법률지원, 이주여성노동자를 위한 성폭력상담, 부부상담 및 가족상

담, 가족갈등예방과 해소를 위한 상담과 교육, 개인 심리치료 및 정서지원을 위한 프로그램을 운영하고 있다. 교육·문화활동은 의사소통과 한국사회 적응을 위한 한국어교육, 한국사회적응을 위한 생활문화교육과 체험, 정보화시민으로서의 소양을 위한 정보화교육, 이주여성지도력개발을 위한 열린 교육 프로그램, 다문화사회를 열어가는 자원 활동가 교육, 성폭력/가정폭력 예방교육, 이주여성 문화활동 프로그램의 지원과 확산 등이 있다.

정책·연구활동은 이주여성 권익향상과 제도개선을 위한 정례 심포지엄 개최, 아시아이주여성 국제회의 개최와 연대활동, 국민인식개선과 제도개선을 위한 캠페인 실시, 이주여성과 관련한 정부정책 모니터링활동, 이주여성 관련 정책 연구 활동 등이 있으며 이를 위해 정책연구팀을 운영하고 있다.

모성보호활동은 이주여성의 건강권과 신생아 보호를 위한 활동, 임출산부 건강관리와 산후도움, 신생아 돌보기와 양육지원, 무료 한방 진료활동 등이 있다.

이 외에 출판·홍보 활동과 공동체 지원 활동을 하고 있는데, 공동체 지원 활동은 서울, 충북, 부산, 전남, 전북, 대구지부 등을 중심으로 운영되고 있으며, 부설기관인 서울이주여성쉼터(가정폭력 피해 이주여성 숙식 및 각종 지원)를 운영하고 있다.

## 바. 기타 민간단체

이상 제시된 단체 등외에도 지자체, 대학, 민간단체 등이 설립·운영하는 수많은 단체가 운영되고 있다.

중앙다문화교육센터는 서울대학교 교육종합연구원 산하 다문화교

육관련 연구수행기관이고, 외국인이주·노동운동협의회는 전국 39개 상담지원단체를 통하여 외국인이주노동자의 인권보호, 제도개혁 교육, 네트워크 등의 활동을 전개하고 있다.

한국다문화센터는 불교계 다문화가정지원 단체로서 다문화가정 자녀 대학생멘토링사업, 장학사업, 어린이합창단운영, 건강체험사업, 각종 문화사업 등을 진행하고 있다.

푸른시민연대는 산하에 이주노동자센터를 두고 있는데, 동 센터에서는 외국인노동자의 인권침해와 노동문제 등 상담과 지원, 한국어 교육 진행, 공동체문화 조성을 목적으로 운영되고 있다.

(사)지구촌사랑나눔은 외국인노동자의 집, 중국동포의 집 등을 운영하고, 5개의 지역상담소를 설치하여 상담활동을 벌이고 있으며 외국인노동자병원을 설립하여 구로고대병원과 연계하여 진료활동을 수행하고 있다.

한국외국인근로자센터는 15개국 언어로 상담을 지원하고, 각종 교육, 진료, 문화행사 등을 진행하고 있다. 8개국어로 진행되는 인터넷 방송인 MNTV를 운영하고 있다.

어울림은 이주여성과 다문화가족 지원단체로 어울림학교, 배우자 문화 바로알기 프로그램, 자녀를 위한 일요학교, 한국사회 의식개선 활동 등을 진행하고 있다.

다문화지구촌센터는 국내 26개 지역센터와 해외 28개국 42개 지역센터로 운영되는 이주민과 결혼이민자 정착지원단체이다.

## 제 5 장 주요국의 다문화정책 현황

1. 일 본
2. 호 주
3. 미 국
4. 캐나 다
5. 대 만
6. 영 국
7. 프 랑 스
8. 독 일



## 1. 일 본

일본은 중앙부처의 다문화 관련 정책의 근거가 되는 법률은 존재하지 않는다. 일본의 다문화 정책 즉, 외국인 시책은 중앙정부보다 지방자치단체 수준에서 활발하게 전개되어 왔다. 일본에서는 중앙정부는 주요정책을 제안하고 재정을 지원하며, 지방자치단체가 실제 사업을 추진하고 있다.

우리나라는 다문화가족, 다문화가정, 다문화정책 등의 용어를 사용하고 정책대상은 ‘결혼이주자’ 또는 ‘재한외국인’ 등에 국한하는데 반하여, 일본은 ‘다문화공생’(多文化共生)이라는 용어를 채택하고 있다. 다문화공생이란 일본에서 서로 다른 인종들이 지역사회에서 함께 살아가는 방법을 나타내는 용어이다. 일본에서도 다문화, 다문화사회라는 용어를 사용하고 있으나 ‘다문화가족’이라는 용어는 사용하지 않고 있다. 우리나라의 ‘다문화가족’이라는 용어의 사용은 정책의 중심이 가족에 국한되고 있어 오히려 가족을 지나치게 강조하는 문제가 있다. 다문화와 오히려 상반되는 가부장적 가족제도를 고착시킬 수 있다는 우려도 제기된다.(국회입법조사처, 2010)

‘공생’이란 용어는 생태학에서 유래했으며, ‘다문화공생’이란 표현은 1993년 한 일간지가 처음 사용했다. 이는 한신대지진이 일어났을 때 외국인을 지원했던 단체가 전신이 되어 만들어진 ‘다문화공생센터’가 계기가 되어 확산되었다. 1990년대 후반부터 2000년대를 넘어 오면서 다문화공생은 외국인 거주 비율이 높은 지자체로 급속히 확대되었고, ‘다문화공생’은 일본판 ‘다문화주의’를 집약하는 간판용어로 정착되었다. 일본에서 다문화주의가 하나의 구체적인 정책 의제로 대두된 배경은 지역사회 현장에서 활동하는 시민단체와 지방정부

등 여러 주체가 주도적인 역할을 했다. 급속히 전개되는 다문화, 다민족화 추세 속에서도 적극적 대응책 마련을 회피해 오던 중앙정부가 2005년 다문화공생사회 건설을 위한 시책 마련을 주요 정책과제로 채택되었다.

2005년 6월에 총무성은 ‘다문화 공생 추진에 관한 연구회’를 설치하였고, 이 연구회의 정책보고서를 바탕으로 2006년 3월 ‘지역에서의 다문화공생추진플랜에 관하여’라는 보고서를 제출했으며, 2007년 3월에는 후속 보고서를 제안한 바 있다. ‘지역사회의 다문화공생’은 ‘국적과 민족을 달리하는 사람들이 상호간의 문화적 차이를 인정하고 대등한 관계를 구축하면서 지역사회의 구성원으로서 함께 살아가는 것’이라고 정의했다.

<표 5-1> 일본의 다문화공생 관련 정부간 역할

구분	현	시군구	국제교류협회
기본 역할	-시구읍면 경계를 넘어 광역 과제로 대응	-지역 실정 감안, 외국인 주민을 직접 지원	-지자체와 NPO 등과의 중개를 실시
세부 역할	-지침이나 계획의 책정 -도현 전체사회자원조사 (인재,NPO,교재 등) -광역통역자 파견 시스템 구축과 운용 -대학 등과 제휴를 통해 인재 개발 -시구읍면 정보 공유화의 구조 만들기 등	-지침이나 계획의 책정 -외국인 주민 상담업무 -지역주민 교류기회제공 -학교,NPO 등 제휴촉진 -지역 관계단체의 네트 워크화 도모	-지자체, NPO 등과 제휴 모델 만들기 -다언어 정보 수집과 유통의 구조 작성 -일본어 교실이나 모어 교실 등 개최 -외국인 주민에 관한 정보의 수집과 발신 -통역자, 번역인재 발굴

출처: 일본 총무성(2006) 재인용

일본에서 다문화공생정책이 대두하게 된 현실적 배경은 정주 외국인의 수가 급속히 증가한데 있다. 1990년대까지만 해도 조선인이 대다수였으나 최근 중국, 남미 일본계 외국인이 급속하게 증가하고 있다. 일본의 다문화공생추진플랜의 정책 핵심은 외국인이 지역사회에서 일상적인 생활을 영위하는 데 불편함이 없게 하는 것이다. 하지만, 외국인의 사회적 지위나 인권문제, 제도적 권리문제 등에 는 별로 주목하지 않고 있다. 다문화공생 정책은 뚜렷한 이념을 제시하거나 제도적 변화를 피하기 보다는 지역사회에서 외국인 주민이나 일본인 주민들이 실제 겪는 생활상의 문제를 해결하면서 자발적으로 공존의 질서를 형성해가도록 하는 데 초점이 맞춰져 있다.

각 지방자치단체에서는 국제교류원 등 전문인력을 배치하는 한편 의료 통역, 재해통역 등 각 분야별 통역을 양성하는 사업도 추진하고 있다. 또한 어학교육, 문화교육, 통역서비스 분야의 자원봉사를 활성화하여 일반인들의 관심과 참여를 높이고 있다. 일본은 결혼이민자들의 사회복지 수혜 대상을 한정시키고, 대상에 따라 우선순위를 두어 수혜 대상의 조건이나 자격을 부여하고 있다. 그 우선순위는 첫째, 귀화 등의 과정을 통해 일본국적을 취득한 사람이고, 둘째, 영주자 및 정주자, 출입국관리법에 근거한 정규 입국자 순이다. 그렇지만 출입국관리법에 위반되는 비정규입국자 또는 불법체류자는 수혜대상에서 제외하고 있다.

일본국적을 취득한 사람이나 영주자 및 정주자, 정규입국자가 받을 수 있는 복지내용은 사회보험, 생활보장, 사회복지서비스이다. 사회보험으로는 건강보험법 혹은 국민건강보험법, 후생연금보험법, 국민연금법, 고용보험법, 산재보험법, 개호보험법의 적용을 받는다. 생활보호 혹은 공공부조에 관한 생활보호법은 외국인을 그 적용대상에서 제외

시켰으나, 이를 무보호 상태로 방치하는 것은 인도적으로 허용이 되지 않는다는 이유로 행정조치를 통해 이 법을 외국인에게도 준용하여 적용함으로써 사실상의 보호를 하고 있다.(농촌경제연구원, 2008)

<표 5-2> 일본 정부의 주요 정책 및 담당부서

주요시책	관련부처
외국인 주민에 대한 상담체제 정비	
<ul style="list-style-type: none"> <li>●외국인 종합 상담 창구 설치(히로섬국제센터)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 거주자격, 사회보험, 노무, 생활 등 상담 전문 어드바이저 배치</li> </ul> </li> </ul>	총무 히로섬 국제센터
<ul style="list-style-type: none"> <li>●다문화 공생 연락회의 설치                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 외국인 주민의 문제해결을 위한 종합적 수평적인 조직</li> <li>- 외국인 상담창구에 관계자 연락 회의를 설치해 정보 공유와 연대 도모(현·시급 기관, 기업·대학)</li> </ul> </li> </ul>	총무 히로섬 국제센터
<ul style="list-style-type: none"> <li>●외국인 주민 지원을 위한 세미나의 개최                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 외국인 시책 관련 선진 사례를 소개·연구하는 세미나 실시</li> <li>- 대상자: 마을의 창구 직원, 자원봉사자 등</li> </ul> </li> </ul>	총무 히로섬 국제센터
다국적 언어에 의한 의료정보 제공	
<ul style="list-style-type: none"> <li>●구급 의료정보 네트워크 운영: 지역 의료정보를 포괄적으로 제공하고 있는 구급 의료정보 네트워크 구축                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영어표기에 의한 정보 제공</li> <li>- 외국어를 할 수 있는 의료기관의 정보 제공</li> <li>- 히로시마현 보건 대책협의회: '외국인을 위한 구급 의료 핸드북 (영어·중국어·한글·포르투갈어)'제작, 외국적 주민 의료정보 제공</li> </ul> </li> </ul>	복지보건
외국인 노동자의 삶의 질 개선	
<ul style="list-style-type: none"> <li>●외국인 노동자의 일하기 쉬운 환경정비 촉진 및 소득향상 검토                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 노동환경 정비를 위해 법령준수 등의 홍보활동 촉진</li> <li>- 구조개혁특구 제도를 활용, 외국인 체류기간 연장 등의 제인</li> </ul> </li> </ul>	노동부

<표 계속>

주요시책	관련부처
유학생 지원	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•유학생 지원 추진: 지역내 외국인 유학생 생활이나 일본 이해가 깊어지기 위한 활동 지원 및 지역주민과의 교류추진               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 장학금 지급, 지역내 문화 시설 등 우대, 유학생 원페어 교류</li> </ul> </li> </ul>	히로섬 국제센터
<ul style="list-style-type: none"> <li>•일본어일본문화 연수 실시: 지역내 대학 유학생이나 현내 외국인 연수생 등 대상의 일본어·일본문화 연수 실시               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본어 고등연수, 기업 등 외국인 연수생에 대한 일본어 연수 등</li> </ul> </li> </ul>	히로섬 국제센터
외국인 현민에 대한 사회 환경의 정비	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•외국인 학교 지원: 외국인 학교의 운영비 일부를 조성</li> </ul>	현민생활
<ul style="list-style-type: none"> <li>•중국 귀국자 지원: 일본어학습 지원, 상담 및 교류사업 실시</li> </ul>	보건복지
<ul style="list-style-type: none"> <li>•외국인 지역주민에 대한 일본어 학습 지원(재계)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본어를 모국어로 하지 않는 현민에 대한 일본어학습 자원봉사자를 대상으로 ‘일본어 자원봉사 강습회’를 개최</li> </ul> </li> </ul>	히로섬 국제센터

출처: [http://www.pref.hirishima.jp/soumu/kokuki/p2010/pdf/kokusai\\_plan2010\\_14.pdf](http://www.pref.hirishima.jp/soumu/kokuki/p2010/pdf/kokusai_plan2010_14.pdf) 재인용

일본의 외국인 등록자는 2006년 기준 전체인구의 1.63%에 불과하지만 우리나라와 같이 ‘동질성 신화’를 지배 이념으로 유지해 온 사회에서 이러한 수치는 커다란 사회변화의 물결로 인식되고 있다. 일본 역시 우리나라와 마찬가지로 1980년대 농촌 남성의 결혼 문제가 심각해지면서 외국인 여성 이주가 본격화된 이래 2006년말 현재 일본인 남성과 결혼한 외국인 여성은 연간 3만여 명으로 일본인 여성과 결혼한 외국인 남성 8,000명의 4배에 이르고 있다.

일본의 외국인 증가현상은 1985년 이후 급속한 엔고를 배경으로 노동자들이 대거 일본으로 유입되면서 시작되었다. 이러한 현상은 일본 내의 노동수요에 따른 결과이다. 1990년에는 외국인 노동자들을 합법적으로 체류할 수 있도록 “출입국관리법”을 개정하여 외국인

의 증가를 가져왔다. 특히, “출입국관리법” 개정에서 일본계에게는 특별대우를 부여하여 3세까지 취업활동에 제한을 두지 않았다. 따라서 일본계 노동자들의 유입이 급속도로 증가하였다. 특히 남미 지역의 일본계 노동자들의 정주화 현상이 나타났다.

외국인의 정주현상은 세계화와 자본과 노동의 국제간 이동이 자유로워지면서 본격화되었다. 특히, 1990년대 이후부터 지방자치단체는 타국의 지방자치단체와 국제교류와 국제협력을 증대하면서 일본 내에 거주하는 외국인 수가 꾸준히 증가하게 되었다. 일본의 국적법이 부계혈통주의에서 부모양계주의로 변화되면서 결혼 등으로 일본국적 취득이 자유로워진 것도 외국인 수 증가의 중요한 원인이 되었다. 그 중에서도 농촌총각들의 외국인과의 결혼 증가가 큰 역할을 하였다.(한국지방행정연구원, 2008)

일본 내의 외국인 수의 증가와 이들의 정주화현상이 나타나면서 외국인문제가 사회이슈로 등장하게 되었다. 이들의 인권이나 노동조건 등과 같은 문제부터 이들에 대한 건강보험 및 복지 그리고 이들의 자녀들의 교육문제까지 광범위한 차원에서 대책이 요구되었다. 일본의 전통적인 외국인정책은 이민족의 존재를 인정하지 않는 것이었다. 일본민족의 단일성을 고수하고 외국인의 일본인으로서의 동화에 주력하였다. 일본 내에서 이민족의 자체적인 공동체 형성을 경계하였고 따라서 일본의 외국인정책은 배타적이고 소극적이었다고 할 수 있다. 점차 외국인 노동자의 증가로 그들의 인권보호를 위한 최소한의 조치를 취하였지만 그럼에도 일본인과 동등한 권리를 외국인에게 부여하는 것에는 소극적이었다.

1980년대 후반에 개정된 출입국관리법을 통해 외국인에 대한 법적인 관리에만 관심을 두었지 그들의 노동환경이나 생활보호 등에는

여전히 소홀하였다. 현재 일본 중앙정부 차원에서의 이민정책은 점차 현실화되고 있는 외국인 수의 증가와 정주화 그리고 그들의 다양한 사회적 수요에 대한 대응차원에서 간담회나 연구회의 보고서를 작성하는 수준에 머물러 있다.

2005년에는 중앙정부 차원에서 ‘다문화 공생추진에 관한 연구회’를 설치하여 보다 체계적인 외국인지원정책을 추진하고자 연구보고서를 발간하여 지방자치단체에 배포하기도 하였다. 그러나 일본 내의 외국인지원은 중앙정부 보다는 지방자치단체에 의해서 주도적으로 이루어지고 있다. 즉, 중앙정부차원에서 외국인지원의 문제 인식과 대응의 필요성은 제기되고 있으나 구체적인 정책이 제시되지 않고 있다. 또한 대부분이 외국인의 관리차원에서 논의되고 있을 뿐 그들과의 공생이나 다문화주의 필요성과 정책화 의지는 약한 것으로 보인다. 즉, 정부차원에서의 외국인문제는 현재 문제의 중요성을 확인하는 수준에서 벗어나지 못하고 있다.

지방자치단체의 외국인지원정책은 우선 지역사회의 외국인들이 현지인들과의 의사소통을 통한 사회적응력을 높이는데 치중하고 있다. 외국인 거주자의 생활적응 과정에서의 애로사항을 수시로 점검하고 상담을 통해 그들의 문제점을 사전에 예방하는 역할을 수행한다. 행정 서비스를 제공할 때에도 다양한 언어로 된 문서와 홍보물을 제공하여 보다 많은 외국인거주자의 관심과 참여를 유도하기도 한다. 또한 지역사회에 다문화공생에 대한 홍보를 강화하여 지역의 기업이나 다른 사회단체들의 참여를 유도하고 이들 간에 외국인거주자 지원을 위한 사회네트워크를 형성하기도 한다.(한국지방자치단체국제화재단, 2008)

지방자치단체 수준에서의 외국인거주자에 대한 지원시책은 주로 정주외국인이 많은 지역을 중심으로 활발히 진행되고 있다. 예를 들면,

외국인 특히 재일한국과 조선인이 많이 거주하는 가나가와현 가와사키시에서는 ‘외국인시민대표자회의’ 등을 통하여 ‘외국인 시민과 함께 살아가는 지역사회 만들기’ 운동을 전개하기도 한다.(조현미, 2008)

구체적으로 가와사키시에서는 외국인 거주자들에게 시의 행정서비스를 평등하게 제공하며 각종 정보와 상담창구를 개설하여 문제 해결을 위한 창구를 마련하고 있다. 외국인거주자들이 자기들 고유의 문화를 존중하는 가운데 일본문화와 공생할 수 있는 다문화공생교육도 함께 실시하고 있다. 외국인에게는 각종 연금제도를 소개하고 이들의 보건·의료·복지서비스를 제공한다. 또한 외국인들의 사회참여를 독려하고 있다. 이들은 외국인위원으로 시정에 참가할 수도 있다. 또한 외국인을 시공무원으로 채용하기도 하며 시 공무원들에게 다문화공생에 대한 의식교육도 병행하고 있다.(한국지방자치단체 국제화재단, 2008)

일본 중앙정부의 외국인 정책은 외국인의 출입국에 관한 정책(출입국정책)과 재주외국인의 유입에 관한 정책(사회통합정책)으로 구분된다. 외국인의 출입국에 관한 행정은 국가소관이나, 일단 입국한 외국인을 지역사회에 받아들이고 행정서비스를 제공하는 역할을 담당하는 것은 주로 지방자치단체이기 때문에 다문화공생 시책의 담당자로서 지방자치단체가 가지는 역할이 크다.(한국여성정책연구원, 2009)

일본의 다문화 소비자보호는 다문화공생센터를 중심으로 다문화공생정책이 이루어지기 때문에 국민생활센터나 지방소비생활센터 등에서 다문화 소비자와 관련된 특별한 프로그램은 운영되지 않고 있다. 다만 일본의 경우 지역단위의 생활지원프로그램에서 각 지역의 행정시스템과 통합을 이루어 필요한 서비스를 지원하고 있다. 가나가와현의 주민뉴스레터는 외국시민을 위한 다언어 정보가 제공되고 있는

데, 여기에는 쓰레기 분리방법, 외국인을 위한 임대주택정보, 소비생활 팜플렛, 주택임대시 매뉴얼 등 소비생활 관련 정보가 총 13개 언어로 제공되고 있다.(배순영, 2008)

## 2. 호 주<sup>12)</sup>

호주는 다문화주의적 현실에 적응하여 다문화주의의 정착을 위한 다양한 노력을 진행하고 있다. 연방차원에서는 다문화주의에 관한 법률이 제정되지 않고 있지만, 주정부 차원에서 공동체위원회가 설치되었고, 다문화주의 원칙에 관한 법률과 민족차별금지법 등이 제정되었다. 호주의 이민정책과 난민정책 등 다문화정책을 총괄하는 부서는 연방정부의 이민·시민권부(Department of Immigration and Citizenship)이다.

호주의 다문화 정책을 대상 집단에 따라 나누어 보면, 이민정책, 원주민 정책, 난민 정책으로 구분할 수 있고, 입국에서부터 정착 지원까지의 일련의 과정을 통해 볼 때는 이민정책, 정착지원 정책 및 다문화 공공정책으로 구분할 수 있다. 이 중에서 가장 핵심적인 것이 이민 정책이다. 호주의 이민 정책에서 중요한 시민권 부여의 조건은 기초적인 영어실력에 대한 요구와 시민권 부여에 따른 책임과 권리에 대한 숙지이다. 호주의 다문화 정책은 연방정부 차원의 정책과 제도 및 수단들이 있고 주정부 차원의 정책과 제도 및 수단들이 있

12) 호주 다문화정책 관련 내용은 국회입법조사처의 「다문화정책의 추진실태와 개선 방안」(2010), 한국여성정책연구원의 「다민족·다문화사회 진전에 있어서의 사회갈등 양상과 극복과정」(2007), 배순영, 「다문화사회 소비자정책 과제와 방향」, 한국소비자원, 2008 등 내용을 주로 참고

다. 그 밖에 시민사회와 비정부기구들에 의한 다문화 지원 서비스 기구들이 있다.

호주의 이민정책과 난민 정책을 총괄하고 있는 연방 정부부처는 이민시민권부이다. 호주는 헌법에 의거하여 연방 정부에게 모든 인종의 주민들과 이민자들을 위해 법을 제정할 권한을 부여하고 있다. 호주의 이민시민권부와 같이 이민 정책을 독립적인 연방정부 부처에서 수행하고 있는 국가는 세계적으로 드물다. 호주 정부는 이민관련 통계가 가장 정확하고 상세하게 조사되어 관리되고 있는 것으로도 유명하다. 이러한 이유로 호주 정부는 정부주도의 통제 정책을 지속적으로 추진할 수 있었으며 이민이 필요한 부분을 정밀히 계산하여 매년 이민자와 난민 수용자의 수를 정한다. 불법 체류자는 철저히 통제하여 가장 성공적인 통제 정책을 실시하는 나라로 평가된다. 이는 이민시민권부 이외에 조사 연구기관으로서 호주 다문화연구소와 이민·다문화·인구연구국과 같은 연구소가 전문적인 조사연구를 수행하도록 하였기 때문이다. 호주는 이러한 기초 통계 조사자료를 토대로 이민연구 분야에서 많은 성과를 올리고 있다.

또한 국영방송인 ABC와 특별방송인 SBS는 모두 연방정부의 권한으로 다문화주의를 지탱하고 있는 호주의 특별한 제도적 장치들이다. 연방정부는 주 정부 차원에서 이민정책을 수행하도록 하기 위하여 각 주정부에 소수민족문제위원회를 설치하고 있으며 현재 이 위원회는 지역사회관계위원회(Community Relations Commission, CRC)로 명칭이 바뀌었다.

한편, 정부 이민정책 자문기구로서 호주 소수민족문제위원회와 호주 인구·이민위원회, 국가인구위원회, 정착자문위원회 등이 있다. 이들 자문기구들도 내각이 바뀔 때마다 명칭이 바뀌고 통폐합을 거치

기도 하지만 이러한 정부 자문기구들은 이민정책에 관한 주요 보고서를 작성하고 조사연구 및 자문활동을 통해 국가의제로서 다문화주의 정책을 입안하고 평가하며, 정책제안을 하는 기능을 수행한다.

〈표 5-3〉 호주 정부의 이민자 통합 정책

구 분	주요 정책 과 사 업
연 방 정 책	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 이민시민권부</li> <li>- 이민-다문화에 관한 장관급위원회</li> <li>- 국가행동계획(NAP)</li> <li>- 지역사회관계위원회(CRC)</li> <li>- 화합을 이루는 삶(Living in Harmony)</li> <li>- 공동체 지원 프로그램</li> <li>- 파트너십 프로그램</li> <li>- 화합의 날</li> </ul>
주 정 부 정 책 (NSW 사례)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소수민족공동체위원회</li> <li>- 지역사회정착서비스</li> <li>- 고령자와 장애인 가족 및 지역사회 보호</li> <li>- 언어서비스</li> <li>- 교육(ESL, 다문화이해, 난민지원, 통·번역서비스)</li> <li>- 보건</li> <li>- 고용서비스(공공기관의 다인종고용정책)</li> <li>- 언론과 정보서비스(MediaLink, CommuniLink)</li> </ul>

자료 : 국회입법조사처, 「다문화정책의 추진실태와 개선방안」, 2010

1989년 호주 정부는 ‘다문화 호주를 위한 국가아젠다’를 발표하였다. 1999년에 호주 다문화주의에 대한 새로운 국가 아젠다가 나오면서 2000년에는 아젠다 실천을 위해 ‘다문화 호주위원회’가 설치되었다. 2003년에는 ‘다문화 호주 : 다양성 안에서의 통합’으로 발전되어 2006년까지의 전략적 방향을 제시하였다. 호주 이민부 자료에 의하면 호주 다문화주의 정책의 기존 원칙과 내용은 다음과 같다.

- 모두의 의무(responsibilities of all): 모든 호주인들은 호주의 사회 원칙과 사회구조를 지탱하고 자유와 평등, 다양성을 보장하는 시민적 의무(civic duty)를 지닌다.
- 모든 이에 대한 존중(respect for each person): 법에 의해 모든 호주인들은 자신의 문화를 표현할 권리를 지닐 뿐 아니라 다른 사람들의 권리와 문화를 상호 존중할 의무를 지닌다.
- 모든 이에 대한 공정성(fairness for each person): 모든 호주인은 기회와 처우에 있어서 평등하며, 사회적 평등(social equality)은 모든 호주인들이 인종, 종교, 문화, 언어, 지역, 성과 출생지에 의해 차별받지 않고 사회 경제적 삶을 영위할 수 있도록 한다.
- 모두를 위한 이익(benefits for all): 모든 호주인들은 인구 집단의 다양성에 따른 중요한 문화, 사회경제적 분배금의 수혜자이며 생산적인 다양성(productive diversity)의 수혜자이다. 다양성은 모든 호주인들에게 적용된다.

이러한 원칙을 실천하기 위해 호주 정부는 ‘Diversity Australia’ 웹 사이트를 통해 정부 내 다양한 부처들과의 파트너십을 촉진하고 정보제공과 교육을 강화하고 있다. 또한 ‘다양성 관리 전략’을 통해 민간 부문에서 생산성과 성과를 향상시키고 서로 다른 문화를 지닌 개인이나 집단들 간의 조화로운 관계를 촉진시키기 위한 프로그램을 개발하여 보급하고 있다. 호주 정부는 이민시민권부, 다문화 호주위원회와 다양성 관리, 커뮤니티 연락관 등과 같은 정부 부서를 강화하고 국가적으로 화합을 이루는 삶 프로젝트와 같은 구체적 교육 사업을 통해 인종차별과 편견을 해소하고 다문화 사회를 건설하기 위한 다양한 노력을 지속하고 있다.

1996년에 하워드 수상은 인종 관용에 관한 정책선언(a statement on

racial tolerance)을 의회에 제출하였으며 연방 의회는 여야 모두 만장일치로 이를 의결하였다. 이 선언은 다음과 같은 5가지 원칙을 천명하고 있다.

- 모든 호주인은 인종과 얼굴색, 신념과 출신지역과 관계없이 동등하게 존중되고 대우받으며 동등한 권리를 향유할 권리가 있으며,
- 인종과 얼굴색, 신념과 출신지역에 근거하여 전혀 차별받지 않는 이민정책을 지속하고,
- 사회·경제적으로 심각한 어려움에 처한 에보리진과 토레스해협 도서 주민들을 치유한다는 맥락에서 이들과의 화해 과정을 지속하며,
- 국가와 민주제도와 가치에 대한 모두의 헌신을 통해 단합하여 호주를 문화적으로 다양하고, 관용적이며, 개방적인 사회로 지속시키며,
- 우리 모두가 원하는 사회와 결코 양립할 수 없는 어떤 형태의 인종적 불관용과도 단절한다.

호주 정부는 다문화 정책의 실행에서 지방정부의 역할을 특히 강조한다. 지방정부의 참여를 이끌어내기 위해 다양한 문화 간의 화합과 통합을 이끌어 가는 도시를 선정하여 다문화 프로그램에 대한 재정적 지원을 확대하고 있다. 1973년 이후 호주 정부는 다문화주의를 모든 연방정부와 주정부의 공공정책에 반영하는 법제화 작업을 추진하였으며, 특히 1991년에는 특별방송서비스(SBS, Special Broadcasting Service)법이 제정되어, 특별방송서비스공사가 창립되었으며 68개의 라디오와 60개의 TV 다언어 방송을 실시함으로써 다양한 문화와 민족 언어집단에 대한 지원을 강화하기도 하였다. 현재 호주에는 약 200여개의 언어가 사용되고 있으며, 호주의 SBS는 호주의 다문화, 다

민족 융합 정책을 가장 잘 보여주는 대표적 사례로 알려지고 있다.

<표 5-4> 호주 정부의 다문화 정책 수단과 서비스

구 분	주 요 정 책 과 수 단
이민정책	<ul style="list-style-type: none"> <li>●이민정책 : 가족이민, 특수자격이민, 인도주의 이민, 기술이민</li> <li>●이민서비스 : 커뮤니티정착서비스, 이민자원센터, 이민서비스기구, 정착지원프로그램, 정책데이터베이스, 이민신청지원서비스, 호주문화적응프로그램</li> </ul>
노동정책	<ul style="list-style-type: none"> <li>●기술이민 : 이민수요직종리스트, 지역스폰서이민, 독립기술이민, 주정부지정기술독립이민, 사업비자, 사업주비자, 임시투자이민, 기술독립지역투자, 은퇴투자비자, 자격검증온라인시스템</li> <li>●임시노동이민정책 : 워킹홀리데이비자, 임시사업비자</li> </ul>
교육정책	<ul style="list-style-type: none"> <li>●다문화교육지원, 국제학생비자, 유학생영어집중코스, 유학생교육서비스법, 성인다문화교육서비스</li> </ul>
언어정책	<ul style="list-style-type: none"> <li>●성인이민자영어프로그램, 전화통역서비스, 문서번역서비스, 언어다양성, 다양성촉진정책</li> </ul>
언론정책	<ul style="list-style-type: none"> <li>●다문화언론정책, 지역방송시행법, 인종차별철폐규약, 방송서비스법, 특별방송서비스, 호주방송회사법, 호주 커뮤니케이션-미디어위원회</li> </ul>
시민권정책	<ul style="list-style-type: none"> <li>●호주시민권법 반테러주의 시민권취득시험</li> </ul>
차별금지	<ul style="list-style-type: none"> <li>●인종차별금지법(1975), 인권 및 기회평등법(1986) 인권 및 기회평등위원회 인종혐오금지법(1995)</li> </ul>
보건의료	<ul style="list-style-type: none"> <li>●의료보험, 노인간호법</li> </ul>
복지정책	<ul style="list-style-type: none"> <li>●실업대책, 노인연금, 장애연금, Centerlink</li> </ul>

자료 : 한국여성정책연구원, 「다민족·다문화사회 진전에 있어서의 사회갈등 양상과 극복과정」, 2007

호주는 다문화주의를 상징적으로 기념하고 다문화 시민의식을 고취시키고자 1999년부터 매년 3월 21일을 ‘화합의 날’(harmony day)로 지정하여 다양한 행사를 벌이고 있다. 모든 학교, 기업체, 자원봉사

단체들이 각 지방에서 다양한 행사에 참여하고 있는데, 2002년에는 대표적인 시민사회 단체들이 이 날을 기념하여 모든 호주인들의 관용과 시민적 의무를 강조하기도 하였다. 또한 호주 정부는 2001년부터 매년 9월 17일을 시민권의 날(Australian Citizenship Day)로 정하여 기념하고 있다. 이 날에는 각 주마다 새로 시민권을 획득한 사람들(New Australian)과 기존의 시민권자들이 모여 특별한 기념행사를 갖고 있다.

호주 이민시민권국은 이민자들의 정착을 돕기 위해 다양한 예산 지원을 하고 있는데, 정착 지원은 다양한 이민자 지원 단체들에 대한 예산 지원을 통해 이루어지고 있다. 이민자들에게는 통·번역 서비스를 통해 100여개 언어 서비스를 하고 있으며 ‘성인 이민자 영어 프로그램’을 통해 매년 수만 명의 이민자들에게 영어 교육을 강화하고 있다.

호주 이민 시민권부(DIAC)의 최근 자료에 의하면 호주에서 시민권 제도가 도입된 1949년부터 현재까지 4백만 명 이상이 호주 시민권을 취득하였으며, 호주 전체 인구의 약 95%가 시민권자로 구성되어 있다. 현재 약 90만 명의 영주권자가 호주 시민권을 받기 위해 대기 중이며 지난 1년(2005-6년)동안 175개국으로부터 온 103,350명이 시민권을 취득하였다. 새로 시민권을 획득 한 자들의 이전 국적을 살펴 보면 영국(21.4%), 뉴질랜드(7.4%), 인도(7.2%), 중국(7.1%), 남아프리카공화국(4.9%), 필리핀(3.6%), 수단(2.7%), 이라크(2.1%), 베트남(2%), 말레이시아(1.9%), 기타(39.6%) 이다.

호주는 소비자정책 분야에 있어서 다민족·다문화 소수자를 위한 정보제공에 주력하고 있다. 2002~2003년에는 뉴사우스웨일즈주, 퀸즈랜드주 등에서 이민자가족을 위한 다국어 소비자정보제공, 소비자

상담, 미디어 지원 등을 시행했으며, 외국인을 위한 소비자피해구제 등을 종합적으로 추진한 바 있다. 이러한 경험을 바탕으로 2005년에는 연방정부차원의 장기계획을 수립했다. 호주 소비자정책의 최고협의기구인 소비자업무장관협의회(MCCA) 산하 소비자행정실무위원회(SCOCA)에서 2004년부터 추진하고 있다. 2005년 9월에는 국가 소비자정책 아젠다 중 하나로 ‘국가원주민소비자 5개년 전략’을 채택했다.

호주의 국가 차원 정책의 주요 목표는 첫째로, 소비자보호 법률의 소비자 권리와 의무에 따라 원주민 및 소수자 소비자들의 지식향상과 각종 소비자보호 프로그램을 체계적으로 수행하는 것이다. 둘째, 교육 및 상담활동을 통해 원주민 및 소수자 소비자들이 겪는 소비자피해를 줄이고 원주민 소비자들의 거래활동을 개선하는 것이다. 셋째, 원주민 및 소수자 소비자들에 대한 효과적인 포용정책과 역량 개선을 위한 소비자보호기관, 외국인 관련 정책기관, 기업 및 기타 정부기관 사이의 원활한 협력을 추진하는 것이다.

이러한 정책목표를 달성하기 위한 주요 정책 영역은 크게 8가지로 세분되어 있다. ① 소비자 기관에서의 원주민 및 소수자 고용, ② 소수자 소비자들의 이익 및 관심을 옹호, ③ 주택 및 임차문제, ④ 재무관리 및 금융, ⑤ 자동차와 보트, ⑥ 거래관행, ⑦ 예술산업, ⑧ 소비자 소비자에 대한 관련 기관 협력 등이다. 이러한 소비자정책을 주도하는 주된 정책 추진기관은 북부 호주지역 법무부이며, 서부 호주지역의 소비자 및 취업자 보호기구도 주된 활동을 수행하고 있으며 연방정부차원의 다양한 부서 및 기관이 연합하여 공동협력하여 활동하고 있다. 정책 자문을 위해 ‘국립 원주민소비자 전략그룹’을 자문기구로 구성하여 관련 정책을 모니터하고 경험을 공유하고 있으며, 소수자 전략 웹사이트(<http://www.nics.org.au>)를 만들어 관련 정책

을 홍보하고 관련 정책 추진기관의 자료를 탑재하여 포털로서 활용하고 있다.

한편, 호주의 뉴사우스웨일즈주는 소수민족을 위한 Think Smart 프로그램을 운영하고 있는데, 본 정책의 주요 목표는 소수민족 언론과의 파트너십을 통해 정부서비스 활용을 효과적으로 확산하고, 이를 통해 소수민족 소비자들의 소비자권익 및 역량을 증진하는데 있다. 뉴사우스웨일즈주가 이러한 정책을 추진한 배경에는 다문화 소비자의 상당수가 임대차 규정 등과 관련한 소비자 권리 확보 및 공정거래청의 제반 서비스를 제대로 이해 또는 활용하지 못하고 있으며, 이러한 문제 해결을 위해 정부 주도로 진행해 온 일반 홍보물이나 단일 채널 인쇄물로는 상당한 한계를 노출할 수 밖에 없었기 때문이다. 홍보 소외계층인 소수민족 취약그룹을 대상으로 소수민족 단체 및 언론을 지원함으로써 보다 직접적이고 효과적인 홍보를 추진하려는데 초점을 맞추고 있다.

본 정책의 주요 영역은 임대차 분쟁, 환불 및 교환, 용자, 건축 계약 등 상거래에서의 전반적인 소비자권리 교육, 공정거래부의 역할 및 서비스 활용방안 등에 있다. 소수민족 언론매체와 대표단체 중 홍보협력 파트너를 선정하여 재정지원(04년 10개 파트너 선정, 05년 4개 파트너 추가)을 지속적으로 하고 있다. 파트너 선정기준은 비영어권 소비자와 비영어권 임대차로 양분하고 그 밑에 각각 커뮤니티 홍보/인식, 연락, 중개자 등으로 구분하고 있다. 각 영역별로 커뮤니티 보조금 항목이 추가되며 커뮤니티 활동에 따라 5천~2만불을 1회성 지급형태로 지원하고 있다.

### 3. 미 국<sup>13)</sup>

미국은 이민 및 국적 취득에 관하여 미국법령집 「U.S Code」 Title 8과 미국연방규정집 「Code of Federal Regulations」에 규정되어 있다. 이민정책과 시행은 국가 전체에 관한 사항이므로 주법이 이민법제에 미치는 영향은 미미하고 연방법으로써 규율되고 있다. 미국 이민법은 이주민뿐만 아니라 단기 방문 및 유학부터 외국인의 노동허가와 정착에 관한 문제까지 포괄적으로 다루고 있다.

관련기구로는 연방행정부의 국토안전부, 국무부, 법무부, 노동부, 보건복지부 등 이민절차와 관련된 5개의 주요 행정기관이 있고, 2009년 현재 대부분의 이민 관련 업무는 국토안전부에서 이루어지고 있다. 미국은 9.11테러 사건 이후 위험국가의 국민이 미국으로 입국하는 것을 제한하기 위하여 비자 발급을 제한하고, 외국인이 미국 입국 목적에만 국한하여 생활할 수 있도록 미국국민과 동일하게 부여되던 각종의 사회보장제도를 폐지하였다. 오바마 행정부는 1천 200만명의 불법체류자들을 구제하여 합법화하는 이민법 개혁안을 본격 추진할 방침이다.

미국의 다문화 정책의 주된 경향은 이민자들이 미국 사회의 지배적 가치관을 받아들일 것을 강조하는 동화주의였으나, 점점 문화적 다양성을 인정하는 방향으로 변화하고 있다. 미국은 불법체류자의 자녀교육과 모성보호에 한하여 사회복지 프로그램을 제한적으로 제공하고 있다. 이러한 점은 한국사회의 다문화 정책에 있어서 불법체류자

13) 미국의 다문화정책 내용은 국회입법조사처에서 2010 발행한 「다문화정책의 추진 실태와 개선방안」 및 배순영, 「다문화사회 소비자정책 과제와 방향」, 한국소비자원, 2008 등을 주로 참고하여 발췌·정리함

가정의 자녀와 모성보호에 관한 일정한 정책적 시사점을 주고 있다.

미국의 다문화사회 관련한 소비자보호 관련 정책은 연방거래위원회(FTC)에서 주도하고 있는데, 새로운 시장의 등장과 시장 변화로부터 야기되는 소비자보호 이슈들을 설명하고 이에 적용하기 위한 원칙들을 개발하기 위해 5개년 단위의 계획을 수립하고 있다. 동 계획은 교육을 통한 소비자피해예방의 한 분야로 히스패닉계 소비자에 대한 교육 및 집행력 강화를 포함하고 있다. 이러한 정책배경에는 2004년 미국연방거래위원회가 미국 내 2,500만 성인(성인인구의 11.2%)대상의 소비자사기 실태를 조사한 결과, 히스패닉, 아프리카계, 미국계 인디언 등 특정 소수민족들이 상대적으로 더 많은 사기 피해를 경험하고 있었기 때문이다. 사기에 취약한 히스패닉 소비자들에 대한 피해 예방을 위해 법 집행력 강화와 함께 소비자교육을 강화하는 계획을 수립, 이를 시행하고 있다.

동 정책목표는 히스패닉 소비자에게 불리한 소비자사기 피해내용을 널리 홍보하고 관련 소비자교육 시행을 통해 이들의 사기기만 피해를 일반 소비자수준으로 줄이는 것이다. 연방거래위원회는 이를 위해 21개 주요 사기사례 내용을 발표하고 소비자 피해예방 정책수단의 하나로 사기 피해예방을 위한 히스패닉 봉사 이니셔티브를 시행했다. 라디오와 웹사이트를 통해 200개가 넘는 라틴 아메리칸계 지역에 캠페인 활동을 확산했으며, 스페인어로 된 20만부의 출판물을 배포하고, 홈페이지 조회수가 50만명 이상을 기록했다.

법집행 관련 지역 순회 워크숍을 개최해 최근 등장한 지역문제를 파악해 보고 해결방법을 논의함으로써 소비자단체와 정부와의 대화를 촉진하고, 피해발생 정보를 지역사회가 공유하며, 지역사회의 적극적인 협조를 통해 사기 관련 소비자교육이 시작되었다. 지역별 위

크샵이 열릴 때는 지역의 대학을 참여시켜 소비자교육에서의 협력을 도모하고, 특히 문제가 된 대표적인 29가지 사기 사례에 대한 예방에 주력했다.

미국의 뉴욕주는 영어를 못하는 환자가 병원을 방문할 경우, 환자를 위한 통역은 물론 처방전에 대한 번역서비스를 의무화하고 있다. 이는 의사소통이 원활치 못해 발생할 수 있는 의료과실 가능성에 대한 예방조치이다. 영어로 환자의 상태를 설명하기 어려운 사람들을 대상으로 병원측에 통·번역 언어서비스를 요구할 수 있는 권리를 부여하고 있다.

#### 4. 캐나다<sup>14)</sup>

캐나다는 1971년에 세계에서 가장 먼저 다문화주의를 국가에서 공식적으로 채택한 나라이다. 캐나다는 건국 당시부터 영국계와 프랑스계로 나누어지는 다민족국가였기 때문에 국가통합을 위해서 다문화정책이 절실히 필요했다. 캐나다에서는 다문화주의를 국시로 표방한 1971년 이후, 캐나다 내에 존재하는 여러 문화의 공존을 인정하고, 소수민족문화를 장려하는 정책을 지속적으로 시행해오고 있다.

1982년 수정 헌법의 ‘기본권과 자유에 관한 헌장’ 제27조에 다문화주의를 명시하는 규정을 두고 있다. 캐나다의 다문화주의 정책은 헌법으로 보장되고, 다양성(diversity)과 다문화주의(multiculturalism)를 기본이념으로 삼고 있다. 2001년 세계인종차별철폐회의(World Conference

14) 캐나다 다문화정책 관련 내용은 국회입법조사처의 「다문화정책의 추진실태와 개선방안」(2010) 내용과 한국농촌경제연구원의 「농촌의 다문화가정 실태와 정책방향」(2008)의 내용을 주로 참고

against Racism, UN) 이후로 다문화주의의 핵심가치인 인정(recognition)과 차별철폐를 위해 지역적, 국가적, 국제적 차원에서 다양한 정책 프로그램을 운영하고 있다. 그 결과, 다문화주의는 캐나다의 정치, 경제, 사회, 문화, 교육 등의 기초 정책으로 자리매김하고 있다.

캐나다의 ‘다문화주의법’(The Canadian Multiculturalism Act)은 1988년 7월 22일에 정식으로 공포되었는데, 문화적·인종적 다양성을 수용하고 캐나다의 모든 구성원의 자유를 존중하며 그들의 문화적 유산을 증진시켜야 한다는 인식 확산을 목적으로 하고 있다. 캐나다에서 다문화주의를 주관하는 정부기관은 문화유산부(Canadian Heritage)이다. 캐나다 정부는 다문화정책을 문화유산부장관이 관련부서의 장관과 협의하에 집행한다. 캐나다 문화유산부가 다문화주의법의 주무부서로서의 공식적인 법적지위를 획득한 것은 1995년 제정된 「문화유산부법」에 의한 것이다. 캐나다는 문화유산부 주도아래 20여개의 산하단체와 25개의 지역본부를 통해 조직적이며 체계적인 다문화주의 정책을 펼치고 있다.

문화유산부가 다문화주의법에 근거하여 가장 중점을 두고 있는 영역은 문화간의 상호이해증진, 인종차별 해소, 시민참여, 캐나다 각 기관에서의 다양성 반영 등 네 가지이다. 「다문화주의법」 제3조 제2항은 캐나다 정부와 관련기관들이 「다문화주의법」 시행을 위한 구체적인 조치를 취하도록 요구하고 있고, 그에 따른 대표적 조치로서 연방정부기관에서의 균등한 기회 보장, 능력개발, 다양성에 대한 존중과 이해의 향상, 정책실현을 위한 연구와 데이터 수집, 언어능력제고 등을 시행하고 있다.

캐나다의 다문화주의 프로그램은 연방정부, 지방정부, NGO, 지역 소수인종 공동체, 학교, 종교단체, 국제기구 등이 함께 참여하고 있

다. 캐나다 정부에서 지향하는 이민자 정책은 일방적 동화가 아닌 다양성을 바탕으로 한 통합이라고 할 수 있다. 이민자들이 캐나다로 들어오면 ‘다문화주의법’에 따라 이들을 돕는 프로그램이 진행되는 데, 언어교육프로그램, 이민자 정책과 적응 프로그램, 기존의 가정과 연결하여 이민자들의 적응을 돕는 프로그램 등이 있다.

캐나다 문화유산부의 주요 정책프로그램으로는 반인종주의에 대한 캐나다 행동계획, 다문화주의법 시행에 관한 연차보고서, 아시아 문화유산의 달, 흑인역사의 달, 캐나다 다문화주의의 날, 캐나다 인종관계 재단 등이 있다.

반인종주의 캐나다 행동계획(A Canada for All: Canada's Action Plan against Racism)은 기회의 균등을 넘어 결과의 균등을 추구한다. 이것은 단순히 인종주의를 철폐하는 것이 아니라 모든 캐나다인들의 빈부격차를 해소하도록 돕는 것이다. 캐나다 다문화주의법 시행에 관한 연차보고서(Annual Report on the Operation of the Canadian Multiculturalism Act)는 매년 작성되는데 다문화주의 정책의 수행 정도를 평가한다. 아시아 문화유산의 달(Asian Heritage Month)을 지정하여 영화상영, 연극과 춤 공연, 전시회, 요리강좌, 어학교육, 시낭송 등 행사를 진행한다. 흑인역사의 달(Black History Month) 프로그램은 1995년부터 매해 흑인들의 역사와 문화를 소개하고 배움으로써 이들의 캐나다 사회에의 기여에 대하여 살펴본다. 캐나다 다문화주의의 날(Canadian Multiculturalism Day)은 매년 6월 27일에 캐나다인들이 다문화주의를 통해서 어떻게 캐나다가 미래사회에 발전할 수 있는가를 배울 수 있도록 하는 프로그램이다. 캐나다 인종관계 재단(Canadian Race Relations Foundation)은 캐나다 다문화정책을 지원하기 위한 민간 재정조성 프로그램이다. 이것은 정부와 민간이 공동으로

재정을 조성하여 관련 조직이나 단체를 지원하는 프로그램이다.

캐나다인들은 캐나다가 세계 최초로 다문화주의 정책을 표방하고 그 이념을 구현하기 위해 노력해 왔다는 것에 대해 대단한 자부심을 가지고 있다. 캐나다 정부는 다문화주의 이념을 정립하고 구체적인 실천방안을 모색하는 일에 있어서 세계적인 주도력을 유지하기 위해 대학과 연구소 등에 막대한 연구비를 지원하고 있다.

캐나다는 기본적으로 이민자 국가이기 때문에 다양성에 대한 존중이 오랫동안 학습되어 있는 사회이다. 따라서 캐나다인들은 서로 간에 다름을 인정하지 않으면 곧 차별이라고 생각하는 경향이 있다. 캐나다 정부는 이민자들이나 소수인종에 대한 편견을 제거하기 위해서 청소년교육에도 많은 투자를 하여 다양한 교육을 실시하고 있다. 캐나다 정부에서는 피부색과 언어와 같은 피상적인 차이가 차별로 이어지지 않도록 미래를 생각한 정책적 투자를 실시하고 있다.

## 5. 대 만

대만에 거주하는 외국인의 수가 증가하기 시작한 것은 1980년대 후반 이후이다. 대만의 경제적 발전과 동남아시아와의 교류가 확대되면서 이주노동자 등이 증가하게 되고 국제결혼을 통한 이민자의 수가 증가했다. 대만의 인구유입 유형은 크게 결혼이민자, 외국인노동자로 구분할 수 있다. 결혼 이민자는 다시 대륙출신과 대륙 이외의 기타 국가 출신으로 구분되고, 외국인노동자는 전문지식과 기술을 가진 고급인력과 일반노동자로 구분된다. 대만은 인구밀도가 매우 높기 때문에 외부로부터의 인구유입에 대해서 아주 신중한 입장

이다. 1990년대 후반부터 경제발전 속도가 저하되면서 국내의 실업 문제가 점차 심각해졌고, 이로 인해 외국인노동자에 대해서도 매우 엄격하게 규제했었다. 이 때문에 대만에서 이민 또는 장기거주를 허용하는 대상은 결혼이민자와 전문지식과 기술을 가진 소수의 고급인력으로 제한되었으며, 결혼이민자가 신이민정책의 주요 정책대상이 되었다.

대만에서는 정치·사회적 원인으로 인해 신이민정책의 추진이 매우 늦어 1999년 이후에야 본격적인 신이민정책이 추진되었다. 이에 따라 정책의 신속하고 효율적인 추진이 요구되었으며, 대만 중앙정부는 신속하게 신이민정책의 법적 근거 마련과 계획수립을 주도했다. 2007년 이민서를 설립하고, 신이민정책을 전담하도록 함으로써 효율적인 신이민정책의 추진을 가능하게 했다. 중앙정부는 외국인 배우자의 지원을 위한 법적 근거를 마련하고 체계적인 지원정책 수립을 담당하고 있으며, 지방정부는 지역 실정에 맞게 집행계획의 수립과 구체적인 정책집행을 담당하면서 중앙정부와 지방정부의 역할 분담이 효율적으로 이루어지고 있다.

1990년대 중반 이후 결혼이민자의 수가 급증하면서 대만정부에서는 결혼이민자에 대한 정책을 추진했다. 1999년 12월에 “결혼이민자의 생활적응 지도실시 계획”을 발표하고, 2003년에 이를 수정·실시했다. 2003년 6월에는 행정원에 “결혼 이민자에 대한 보호 및 지도조치 업무담당표”를 설치하는 등 관련부서의 자원과 서비스 기체의 통합을 시도했다. 1999년 ‘이민법’의 제정과 2007년 ‘이민서’가 설립되면서 결혼이민자에 대한 규제를 완화했고, 2009년 1월에는 대륙배우자에 대한 국적취득과 취업에 있어서 차별적 규제를 대폭 완화했다. 이에 따라 대만의 신이민정책은 결혼이민자의 대만사회에 대한 동화

를 강조하던 입장에서 결혼이민자를 포용하고 다양한 문화를 존중하는 방향으로 전환되고 있다. 인구유입에 대한 대만정부의 정책은 일부 차별이 있고, 배제적인 성격을 나타내고는 있지만 결혼이민자를 대상으로 하는 신이민정책을 중심으로 살펴보면 대만 정부의 정책적 입장은 동화주의에서 다문화주의로 전환되는 특징을 보이고 있다.(한국여성정책연구원, 2009)

대만의 결혼이민자 정책에 의하면 일단 이들에 대한 국적부여는 갈수록 조건이 강화되고 있다. 하지만, 이들 결혼이민자들에 대한 취업권은 완전히 보장되는 방향으로 정책이 추진되고 있다. 결혼이민자에 대한 사회보험(건강·재해보험 포함)이 보장되고 체류증이 발급되지 못한 경우에도 기초적인 의료서비스가 제공되고 있다.

대만은 사회공적부조의 자격에서 결혼이민자가 불이익을 받지 않도록 하고 있다. 예를 들면, 대만인 남편이 저소득 가구인 경우에도 사회부조의 혜택을 받을 수 있다. 또한 결혼이민자가 체류증을 받지 않은 경우와 다른 특수한 상황에서도 긴급생활부조를 받도록 하고 있다. 결혼이민자가 가정 내 폭력에 시달리거나 신변안전에 위협을 호소할 경우에는 지방정부가 이에 대한 서비스를 제공하도록 중앙정부로부터 지원금을 지급하고 있다.

저개발국으로부터 유입된 결혼이민자에 대한 사회복지서비스가 제공되고 있다. 특히, 결혼이민자들이 대만에서의 생활에 적응하도록 다양한 서비스를 지원하고 있으며 취업에 필요한 기술교육과 언어교육 및 사회교육 등과 같은 다양한 교육의 기회를 제공하고 있다. 그러나 정부의 노력에도 불구하고 결혼이민자들의 생활기회 및 기본권에는 여전히 제약이 따르고 있다. 대만의 결혼이민자들에게는 복지와 교육을 받을 수 있는 권리가 과거에 비해 강화되고 있지만 여전

히 참정권 및 언론과 집회의 자유와 같은 정치적 및 시민적 권리는 제약되고, 결혼이민자들이 자신들의 고유한 문화를 발전시키거나 선택할 수 있는 권리도 제약받고 있다. 다양한 복지혜택이 주어지고 있지만 아직 이들에 대한 차별이 여전히 존재하고 있다.

대만의 결혼이민자를 포함한 이민정책에 있어서 법·제도적인 문제는 대부분 조례나 규칙 등과 같은 하위 법규에 의존하고 있어 법적 근거가 명확하지 않아 정책의 집행이 지속적이고 체계적으로 이루어지지 못하고 있다. 결국, 대만은 다문화주의 정책의 필요성을 인정하고 이의 통합운영을 위한 법·제도적 정비는 물론 사회복지의 확대를 추진하는 등 많은 노력을 경주하고 있으나 여전히 국민들의 편견과 언론과 공무원들의 차별 등이 존재하고 있어 다른 문화의 공존과 다양성을 인정하는 다문화주의로의 진입에는 성공하지 못하고 있다. 또한 정부의 결혼이민자 정책에 당사자인 결혼이민자들의 참여가 부진함으로써 정책의 효과가 반감되고 있다.(한국지방행정연구원, 2008)

한편, 대만 출신의 팡준지는 “타이완의 다문화갈등, 공교육이 해법이다”라는 인천문화재단의 플랫폼 19권에 게재한 글에서 대만의 여성 결혼이민자와 그들 자녀들이 갖는 다문화 갈등에 대한 구체적인 문제점을 지적하고 있는데, 이하에서는 이를 요약해서 제시하고자 한다.

일반적으로 외국인신부와 결혼한 대만인 배우자들은 교육의 정도가 낮고, 연령이 높다. 게다가 공업, 농업, 어업에 종사하는 사람들로, 대다수가 시골에 거주하고 있다. 외국인신부들 역시 빈곤한 시골 출신들로 교육의 정도가 낮고, 나이가 어리다. 애정을 기초로 하지 않은 채 먼 곳으로 시집온 여성은 의지할 만한 사람도 없고, 언어도

통하지 않은 상황에서 새로운 환경, 문화에 직면하고, 새로운 인간 관계, 생활습관에 적응해야만 한다. 심지어 아이를 기르고 교육해야 한다. 생각해 봐야 할 것은 외국인신부가 갖는 문제와 그 자녀들의 양육과 교육에서 나타나는 문제들이다.

먼저 외국인신부들이 갖는 문제에는 다음과 같은 것들이 있다. 첫째, 외국인신부 대다수가 빈곤한 가정 출신으로 그 혼인의 형태가 매매식의 ‘상품화 혼인’ 방식이다. 이러한 결혼 방식은 부부 간의 애정이 결핍되어 가정이 안정적이지 않다. 둘째, 남편에 비해 부인의 연령이 낮아 세대차이가 발생하고, 이는 가정불화의 원인이 될 수 있다. 셋째, 외국인신부는 교육의 정도가 낮기 때문에 육아와 보건 관련 지식이 부족해, 출산에 대처할 만한 능력이 부족하다. 넷째, 대륙신부를 제외한 외국인신부는 의사소통이 쉽지 않기 때문에, 사회 활동을 잘 할 수가 없어 점점 폐쇄적인 인간형이 되기 쉽다. 다섯째, 의사소통이 불가능하고 풍습의 차이로 인해 고부갈등이 일어날 수 있다. 여섯째, 새로운 환경에 적응하기 힘들어, 사회의 일원이 되지 못하게 되는 경우가 있다.

외국인신부의 자녀들이 갖는 문제는 다음과 같다. 첫째, 외국인신부가 교육정도가 낮기 때문에, 자녀의 양육과 교육 관련 지식이 부족해, 그 자녀의 건강과 성장에 영향을 미칠 수 있다. 둘째, 동남아에서 온 외국인신부는 자신이 언어생활에 곤란함을 겪고 있으며, 대만의 교육체계를 잘 모른다. 게다가 남편들도 사회·경제적으로 지위가 낮은 계급에 속하기 때문에 아이들의 가정교육 혹은 방과후 교육이 상대적으로 잘 이루어지지 못한다. 일반적으로 ‘우량아를 낳아 보육’한다는 관념과 관련 지식이 부족해 자녀의 건강과 성장에 영향을 미치기 쉽다. 셋째, 정부와 학교가 외국인신부의 자녀 교육에 집중할

자원이 부족하다. 예를 들면, 정부는 외국인신부를 도울 전담인원과 그 자녀들의 학습을 도와줄 전업교사를 배양할 수 없다. 학교도 부모 중 한 명 이상이 외국인인 가정과의 소통을 통해 가정교육과 학교교육이 조화를 이루게 할 방법이나 계획이 없다. 넷째, 어렸을 때부터 엄마가 사용하는 언어의 영향으로, 외국인신부의 자녀들은 특이한 어투를 사용한다. 이는 동급생들에게 놀림의 대상이 되기도 하고 멸시의 대상이 되기도 한다. 다섯째, 일부 외국인신부의 자녀는 자신감이 결핍되고, 자아를 긍정적으로 보지를 못하거나 자신을 경시한다. 자신감 결핍으로 인하여, 스스로를 열등하다고 느끼며, 소외감을 갖는다. 때문에 인간관계가 종종 원만하지 못하다. 외국인신부의 자녀는 학습능력이 떨어지는 경우가 있다. 이러한 현상은 초등학교 1, 2학년 때 나타나는데 심하게는 ‘취학 전 아동의 학습 단계’에 있을 때도 있다.(광준지, 2010)

## 6. 영 국

영국에 거주하는 이민자 수는 전체 인구의 약 8%인 480만명 정도이다. 이들 대부분은 인도, 파키스탄, 방글라데시 등 영연방 소속의 국가 출신이며 기타 중국인과 아프리카 흑인 등이 있다. 이들 외국인들은 2차 세계대전 이후에 영국의 부족한 노동력을 채우기 위해 외국이주 노동자들이 대거 유입되면서 시작되었다. 유럽인 중에서 유입하려고 했으나 결과적으로는 서인도제도와 인도대륙으로부터의 유입이 많았다. 영국이 외국이민자가 증가하게 된 이유는 과거 대영제국으로서의 영광을 유지하고 국제사회에서의 영향력을 유지하기

위하여 신영연방국민의 대규모 이주를 허용하였기 때문이었다. 결과적으로 인도와 파키스탄 등으로부터의 이주가 증가하였고 이들은 피부색도 다르고 종교와 문화도 달랐다.(한국지방행정연구원, 2008)

그러나 1962년 영연방이민법이 제정된 이후에는 외국인 이민자 수가 줄어들고 있다. 영국의 이민정책은 1960년대 초까지는 자유방임에 기초하고 있었다. 따라서 신영연방국가 출신의 영국이주를 묵인하는 정책을 유지하였다. 그러나 1960년대 이후에는 영연방이주민법을 통해 이주를 통제하는 정책을 펼쳐 결과적으로 이민자 수가 급감하게 되었다. 1950년대 이후에 꾸준히 늘어난 이민자들에 대한 정책은 영연방의 본국으로서 영국의 포용성을 훼손시키지 않으면서 영국의 정체성을 유지시키는 것이었다. 그것이 문화적 다양성을 인정하는 다문화주의 정책의 근간이었다.

영국의 다문화주의는 문화적 다양성과 기회의 평등 개념을 결합한 형태로서 개인들은 동등한 정치적·사회적·경제적 권리들을 가지고, 종교와 가족 관련 문제들에 있어서도 개인적 권리들을 보장받을 수 있었다. 다문화주의 정책의 기본 원칙은 차별을 방지하고 기회의 평등을 보장하며 다문화인종 사이 또는 주류 사회와 소수인종 사회의 우호적 관계유지에 초점을 두고 있다.(한국지방행정연구원, 2008)

최근에는 다문화주의 정책으로의 전환을 추진하고 있다. 그것은 영국문화로의 동화를 유도하는 것이 아닌 다양성을 인정하면서 동시에 영국의 가치들을 공유할 것을 유도하는 통합정책이었다. 통합정책의 핵심은 영국시민으로서 권리와 의무를 가지고 민주주의에 대한 신뢰, 법의 지배, 관용, 동등한 대우, 국가와 역사적 유산에 대한 존경 등 영국의 가치들을 공유하는 것을 포함한다. 이러한 이민정책의 변화는 최근의 이슬람 주민 2세, 3세에 의한 자살테러사건이 계기가

되었다. 과거의 자유방임이나 다문화주의 정책에 대한 재검토 내지 비판을 수용하여 대안으로 제시되고 있다.

그러나 새로운 통합정책이 자칫 동화주의로 이해될 수도 있다. 그럼에도 불구하고 영국의 다문화주의정책은 일련의 법적·제도적 정책을 통해 차별적 요소의 제거와 인종관계의 개선을 위한 노력을 계속해 왔다. 영국에서의 다문화주의정책은 중앙정부 차원에서 보다는 지역적 그리고 지방 정부 차원에서 이루어지고 있다. 지역적으로는 자발적인 단체인 ‘인종평등위원회’가 다문화주의의 확산을 위해 역할을 하고 있다. 1970년대까지 지역 내에서 이민자를 관리했던 기구는 ‘공동체관계위원회’였다. 그러다가 1980년대 들어오면서 이민자 문제가 지방정부의 업무로 전환되었다. 특히, 이들 이민자들이 사회적 약자이며 소수자로서 정당의 주요 지지기반(특히 노동당)이 됨으로써 지방선거에서 이들의 지지를 얻기 위하여 지방정부가 이들을 위한 정책에 적극적인 자세를 취하였다.

영국의 식민지 통치방식이 자치를 인정하는 간접통치방식이어서 영국 내의 다인종·다문화를 관리하는 방식도 지역차원에서의 자율적 관리방식을 택하고 있다. 다문화주의정책의 기본적인 방향이 중앙정부에 의해서 정해지면 지방정부는 그것을 집행하는 역할을 수행한다. 즉, 영국에서의 다문화주의는 중앙정부 차원에서의 획일적인 방식이 아니라 지역과 지방정부의 자율과 책임에 의해서 이루어지고 있다. 특히, 영국에서의 외국인 집단정주가 특정지역에서 주로 이루어지기 때문에 지역적 차원에서의 정책이 더 적합하였다. 즉, 지방정부가 교육, 주택, 사회복지서비스를 담당하기 때문에 이민자가 집단적으로 정주하는 지역의 지방정부가 이들의 통합문제를 책임지는 것이 더 효율적이다.(정희라, 2007)

## 7. 프랑스

프랑스는 이주와 관련된 주제로 1945년에 처음으로 법령을 공포하였고, 이 후 1974년, 2003년, 2006년에 제·개정과정을 거쳤다. 프랑스는 2006년에 「이민 및 사회통합법」이라는 새로운 이민법안을 통과시켰다. 관련기구로는 2007년 사르코지 후보가 대통령에 당선되면서 4개 부서에 분산되어 있었던 다문화정책을 ‘이민·사회통합·국가정책성·연대개발부’로 단일화하였다.

2006년에 제정된 「이민 및 사회통합법」은 시민교육과 언어교육의 참여를 전제로 한다. 최소한 10년 이상 프랑스에서 살았던 이주자들에 대해 자동적으로 국적을 부여하였던 자동적인 합법화 법안은 폐지되었다. 프랑스인과 외국인간의 국제결혼이 이루어질 경우에, 위장결혼을 막기 위해 결혼 이 후 최소 3년간의 대기기간(기존에는 2년)과 충분한 언어능력을 입증해야만 10년 기간의 장기체류허가를 받을 수 있게 하는 등 그 조건이 강화되었다.

하지만, 「이민 및 사회통합법」은 프랑스의 경제나 명예에 도움이 되는 재능이나 능력을 가지고 있는 이민이나 취업목적의 이민, 석사 학위 소지 이상의 외국인 학생이나 연수생에 대해서는 제한을 완화하고 있다. 다문화정책의 모델로도 평가받고 있는 프랑스의 숙련 기술을 갖춘 자의 ‘선택적 이민’은 한국사회에 불법체류 노동자 체류 및 거주문제에 관한 정책적 시사점을 주고 있다.

## 8. 독일

강한 단일민족의식을 견지하고 있던 독일은 비교적 최근까지도 외국인의 국내 입국을 산업현장의 필요에 따른 노동력 제공자의 관점에서 바라보고, 여기에 기반을 두고 정책을 입안하고 시행해 왔다. 1990년대 후반까지 독일의 외국인 및 이민정책은 국내의 외국인 수를 줄이는 데 암묵적인 목적이 있었다. 독일이 현재 시행하고 있는 통합정책은 다문화주의가 지향하는 ‘다원적 통합’과는 거리가 있다. 독일의 국적법과 이민법이 수단으로 삼는 정책은 통합의 다원성보다는 주류문화로의 편입을 촉진하는데 중점을 두고 있다.(한국농촌경제연구원, 2008)

독일의 국적법에 따르면, 시민권자와 결혼한 배우자에게 결혼과 동시에 자동적으로 시민권을 부여하지 않고 있다. 결혼 후 2년이 경과하고, 혼인 이후 합법적으로 3년 정주라는 조건을 충족시켜야만 시민권을 받을 수 있는 권리가 주어진다.

독일의 외국인 가족복지정책은 노동과 취업을 목적으로 이주한 노동자 가족을 위해 협소하게 시작되었지만, 사회안전망을 통해 복지주의적 원칙에 토대를 둔 시민권적 패러다임으로 방향이 전환되기 시작했다. 독일의 외국인 가족복지정책은 빈곤으로 인한 가족 해체 예방을 위해 외국인가족의 빈곤예방조치를 시행하여 가족의 자조력을 강화하여 국가보조에 대한 의존성을 낮추려 하고 있다.

교육과 양육을 위한 지원에 있어서는 외국인 가족을 위한 특화된 지원정책은 없지만 독일국민과 동일한 양육지원 제공을 적용하고 있다. 즉 직장일과 가족생활을 병행하기 위해 부모들은 총 3년간의 육아휴직을 활용할 수 있는데 부부가 동시에 사용할 수 있으며, 3년

중 1년은 아동이 8세가 될 때까지 유보해서 사용할 수 있다.

교육정책은 독일의 사회통합 관점의 필수적인 정책이다. 독일 연방정부는 외국인에 대한 언어정책을 강조하면서 외국인이 독일어 능력을 습득하도록 제도적 장치를 강화했다. 2005년에 발효된 새로운 독일이민법 제43조와 제45조에 의하면 독일에 거주하고 있는 외국인의 사회통합을 촉구하고 있으며, 통합과정은 독일의 역사, 문화, 법제도 등을 알리도록 규정하고 있다.

연방정부는 외국인을 위한 직업교육 프로그램을 강화하고 있으며, 주정부는 외국인 직업교육과 고용정책을 추진하는 하급기관으로서 통합적인 정보망 구축에 노력하고 있다. 외국인의 정치참여는 유럽연합 회원국 시민인 경우를 제외하고 법률적으로 많은 제약을 받고 있다. 그러나 일부 주정부와 지방자치 단체에서는 외국인위원회를 통하여 외국인들의 정치적 의사표현을 할 수 있도록 하고 있다.(김선영, 2009)



## 제 6 장 다문화가정 소비생활 의식 및 행동

1. 조사의 개요
2. 현재 소비생활 전반에 대한 의식 및 행동
3. 한국생활 적응 의식 및 행동
4. 구매 및 불만·피해 대응 행동
5. 소비생활 가치 평가
6. 조사결과의 요약



## 1. 조사의 개요

우리나라에서 총 결혼건수에서 차지하는 국제결혼 비중은 1997년 3.2%에서 2009년 10.8%로 급증하고 일부 지자체의 국제결혼 비중은 40%에 육박하면서 여성 결혼이민자의 다문화가정은 급속 확산되는 추세를 보이고 있다. 하지만 다문화가정이 한국사회의 소비생활 취약계층에 대거 편입되면서 심각한 사회문제 노출과 함께 다양한 소비생활 문제 및 피해 역시 증가 추세를 보이고 있다. 이에 정부는 다문화가정 문제 해결을 위해 다양한 지원정책을 수립, 집행에 나서고 있지만 가시적인 성과를 나타내지 못하고, 특히 소비생활 질 향상 및 피해 해결 관련 지원정책 개발 및 집행은 매우 미흡한 실정에 있다. 금번 조사는 다문화가정 전반의 소비생활 실태를 여성 결혼이민자를 중심으로 그 현황과 실태, 의식 및 행동 등을 파악하기 위한 것으로 이를 통해 다문화가정 소비생활의 문제점 및 개선방안의 기초자료를 추출하기 위해 시행되었다.

동 조사 대상은 다문화가정의 여성 결혼이민자로 한정했으며, 조사지역은 전국을 7대 거점(수도권, 충북, 충남, 전북, 전남, 경북, 경남)으로 구분하여 지역내 다문화가족센터 등을 중심으로, 각 거점별로 75개 내외의 표본을 임의적으로 할당하여 조사가 이루어졌으며 본 조사의 최종 유효표본수는 507명이다. 동 조사의 표본오차는 95% 신뢰수준하에서  $\pm 4.35\%p$ 이다. 설문조사는 2010년 7월 15일부터 8월 15일까지 한달간 진행되었으며, 조사방법은 다문화가족지원센터에 근무하는 방문지도사와 지역 소비자단체의 전문조사원들을 활용하여 조사가 이루어졌다. 본 연구의 자료분석 방법은 빈도분석, 교차분석에 의한  $\chi^2$ 분석, 분산분석 및 요인분석 등이 사용되었으며, 자료

처리의 통계적 분석은 SPSS 18.0을 이용하였다.

본 조사의 응답자 특성을 살펴 보면, 국적취득유무에 있어서는 취득자가 27.8%, 미취득자가 72.2%를 나타냈는데, 이는 한국보건사회연구원 2009년 다문화사회 실태조사의 국적취득율 31.1%에 매우 근접한 특성을 나타내고 있다. 여성 결혼이민자들의 혼인기간은 평균 4.75년으로 조사됐으며, 기간 구분별로는 3년이상~5년미만이 전체의 50.5%로 가장 높게 나타났으며, 2년 이하가 17.6%, 6~8년이 14.9%, 9년 이상이 17.1%를 나타냈다.

연령은 25~29세가 31.0%, 30~34세가 21.3%, 25세 미만 19.9%, 40세 이상 15.7%, 35~39세 12.1% 등으로 나타나 전체적으로 20대 이하가 50.9%를 나타냈다. 배우자와의 연령차는 평균 11.25년으로 나타났는데, 이는 한국보건사회연구원 조사의 9.9년과 비교해 매우 근접한 결과를 보여주고 있다. 구간별로는 10~14세가 33.1%로 가장 많은 것으로 조사되었으며, 15세~19세 18.8%, 5~9세 18.2%, 5세 미만 17.8% 등으로 나타났다. 학력은 고졸이 46.1%로 가장 높게 나타났으며, 중졸 이하가 26.2%, 대졸 20.2%, 대학원졸 7.4% 등으로 나타나 대졸이상이 전체 응답자의 27.6%를 차지했다.

소득별로는 100~200만원이 34.9%로 가장 높게 나타났으며, 200~300만원이 24.3%, 100만원 미만 12.6%, 300만원 미상 10.8%로 나타나 전체의 47.5%가 200만원 미만의 월평균 가구소득을 나타냈다. 세대 구성별로는 자녀를 두고 있는 2세대 가구가 47.3%, 부부가구 25.5%, 부부+자녀+부모의 3세대 가구가 20.4%, 부모를 모시고 있는 2세대 가구가 6.7%로 나타나 전체 가구의 72.8%가 핵가족 세대구성을 보여주고 있다. 주부취업 여부에 있어서는 직업을 갖고 있는 주부가 25.8%, 직업이 없는 전업주부가 74.2%를 나타냈다.

이상의 응답자 특성을 고려할 때 금번 조사 표본은 국내 다문화가정의 모집단 특성을 어느 정도 반영하고 있다고 판단된다.

〈표 6-1〉 응답자 특성

특성 구분		표본수(명)	구성비(%)
국적취득유무	취 득	137	27.8
	미 취득	355	72.2
혼인기간	2년 이하	78	17.6
	3~5년	224	50.5
	6~8년	66	14.9
	9년 이상	76	17.1
연 령	25세 미만	100	19.9
	25~29세	156	31.0
	30~34세	107	21.3
	35~39세	61	12.1
	40세 이상	79	15.7
배우자와의 연령차	5세 미만	87	17.8
	5~9세	89	18.2
	10~14세	162	33.1
	15~19세	92	18.8
	20세 이상	59	12.1
학 령	중졸이하	127	26.2
	고 졸	223	46.1
	대 졸	98	20.2
	대학원졸	36	7.4
소 득	100만원 미만	62	12.6
	100~200만원	172	34.9
	200~300만원	120	24.3
	300만원 이상	53	10.8
	잘 모르겠다	86	17.4
세대구성	부부가구	125	25.5
	부부+자녀가구	232	47.3
	부부+자녀+부모	100	20.4
	부부+부모가구	33	6.7
주부취업여부	취업주부	107	25.8
	전업주부	308	74.2

주 : n=507, 무응답 제외

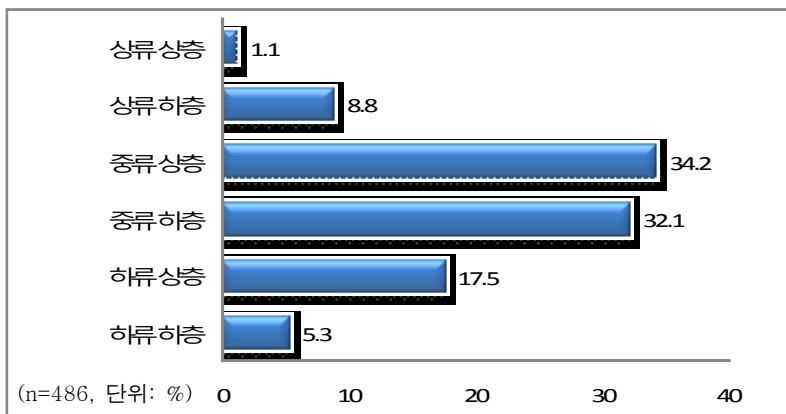
본 장은 다문화가정의 결혼이민자를 대상으로 그들의 생활 전반에 관한 의식 및 행동을 분석하였다. 분석의 핵심 내용은 다문화가정 결혼이민자 입장에서 현재 소비생활 전반을 평가해 보고, 한국생활 적응 관련한 인식 및 행동, 물품 및 서비스의 구매 행동 및 피해 실태, 소비생활 가치인식 등을 살펴보았다.

## 2. 현재 소비생활 전반에 대한 의식 및 행동

### 가. 소비생활 계층귀속 의식

소비생활 계층귀속이란 소비자 자신의 소비수준이 사회 전체적으로 어느 범위에 속할 것인가를 주관적으로 평가한 것을 의미한다. 본 연구에서는 결혼이민자들이 생각하는 자신들의 소비생활 계층귀속의식을 최상층부터 최하층까지 6점 척도로 평가하였다.

〈그림 6-1〉 소비생활 계층귀속의식



결혼이민자들이 생각하는 자신들의 소비생활 계층은 상류층이 9.9%, 중류층이 66.3%, 하류층이 22.8%를 나타내 전체적으로 77.2%가 중산층 이상의 계층귀속 의식을 나타냈다. 이는 우리원이 2007년 국민소비행태 및 의식구조조사에서의 우리나라 일반 소비자들이 느끼는 소비생활 계층귀속과 비교해 볼 때 중산층 이상 인식이 매우 높게 나타남을 볼 수 있다. 2007년의 일반 소비자들의 소비생활 계층귀속은 상류층이 1.9%, 중류층 71.0%, 하류층 27.1%로 나타난 바 있다. 즉, 결혼이민자들의 소비생활 계층귀속 의식은 비교시점이 2007년이지만 상류층은 8.1%p가 높은 반면 하류층은 4.3%p가 낮아 전체적인 중류층 이상 인식이 4.4%p가 더 높게 나타났다.

〈표 6-2〉 결혼이민자와 일반소비자간 계층귀속의식 차이

구 분	결혼이민자(A)	일반소비자(B)1	차이(A-B)
상 류 층	9.9	1.8	8.1
중 류 층	66.3	71.0	-4.7
하 류 층	22.8	27.1	4.3

주1 : 한국소비자원, 국민소비행태 및 의식구조조사, 2007.12.

특히, 금번 조사대상 다문화가정의 월평균소득은 전체의 86.8%가 300만원 미만을 나타내 통계청이 발표한 2010년 2/4분기 2인 이상 가구의 월평균소득 355만원에 비해 매우 낮은 가구소득을 기록하고 있다는 점을 고려한다면, 금번 조사결과는 결혼이민자들 스스로 현재의 자신들의 소비생활수준을 일반 소비자들에 비해 매우 높게 인식하고 있음을 의미한다. 이는 자신들의 소비생활 계층귀속 의식의 비교준거가 우리나라 일반 국민들이 아니라 자신들이 살아왔던 모국에서의 소비생활 경험과의 차이를 비교한 것이라 판단된다.

〈표 6-3〉 결혼이민자들의 소비생활 계층귀속의식 차이 분석

구 분		표본수(명)	평균값(점)	F	p
전 체		486	3.30		
국적	취 득	132	3.34	0.227	0.634
	미취득	341	3.29		
혼인 기간	2년 이하	77	3.48	2.360	0.071
	3년~5년	216	3.19		
	6년~8년	63	3.54		
	9년 이상	75	3.31		
연령 차이	5세 미만	86	3.50	1.777	0.132
	5세~9세	87	3.31		
	10세~14세	154	3.40		
	15세~19세	88	3.17		
	20세 이상	53	3.09		
학력	중졸이하	121	3.07	5.903	0.001
	고 졸	213	3.24		
	대 졸	95	3.63		
	대학원졸	35	3.57		
소득	100만원 미만	61	3.03	3.373	0.010
	100~200만원	165	3.23		
	200~300만원	116	3.54		
	300만원 이상	52	3.48		
	잘 모른다	78	3.14		
세대 구성	부부	121	3.29	0.158	0.925
	2세대(자녀)	223	3.32		
	3세대	97	3.28		
	2세대(부모)	28	3.43		
취업 여부	취업주부	107	3.50	3.880	0.050
	전업주부	291	3.25		

이는 소비생활 계층귀속 의식 개념이 객관적인 절대 관점이 아닌 주관적인 상대 관점에서 이루어졌기 때문인 것으로 판단된다.

한편, 이러한 계층귀속 의식은 전체적으로 6점 만점에 3.30점을 나타내 이론적 평균점인 3.50점에는 다소 미치지 못하지만 대체로 평균적인 중류의식을 나타내고 있으며, 결혼이민자의 개인 특성에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 보여주고 있다. 즉, 혼인기간, 학력, 소득 및 취업여부 등 개인 특성 차이에 따라 계층귀속 의식에서 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다.

결혼이민자의 혼인기간에 따라 인식하는 계층귀속 의식에서도 유의미한 차이를 보여주고 있는데, 혼인 기간이 2년 이하 집단이 3.48점, 6년~8년 집단이 3.54점으로 상대적으로 높게 나타났다, 이는 결혼 초기의 소비생활에 대한 높은 기대감과 결혼 6년~8년 기간에서의 결혼생활 안정감이 반영되어 당해 혼인기간 구간에서 상대적으로 높은 계층귀속 의식을 보여준 것으로 판단된다.

학력별 계층귀속 의식은 중졸이하 집단이 3.07점, 고졸 3.24점, 대졸 3.63점, 대학원졸 3.57점을 나타내 대체로 학력수준이 높을수록 더 높은 계층귀속 의식을 나타냈으며, 소득별로는 100만원 미만 집단이 3.03점, 100만원대 집단 3.23점, 200만원대 3.54점, 300만원 이상 3.48점으로 나타나 소득수준이 높을수록 계층귀속 의식이 더 높게 나타났다. 소득별로는 가구 소득을 잘 모르는 집단의 계층귀속 의식은 3.14점으로 상대적으로 낮게 나타나고 있는데, 이는 가구의 소득수준에 상관없이 가구의 소득을 알고 있는 것이 모르고 있는 것에 비해 보다 안정적인 계층귀속을 나타낼 수 있음을 의미한다.

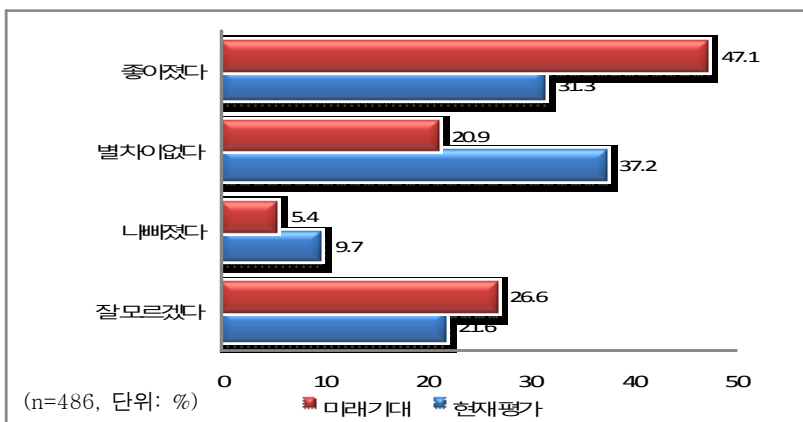
취업여부에 있어서는 취업주부의 계층귀속 의식이 3.50점으로 전업주부의 3.25점에 비해 높게 나타나고 있는데, 이는 취업해서 스스

로의 소득이 있는 이민자들이 그렇지 않은 이민자들에 비해 현재의 자신의 소비생활 수준을 더 높게 인식하고 있음을 의미한다.

#### 나. 소비생활의 현재 평가 및 미래 기대

결혼이민자들이 평가하는 다문화가정의 1년전과 비교한 현재의 소비생활 상황은 ‘좋아졌다’가 31.3%, ‘별 차이없다’ 37.2%, ‘나빠졌다’는 9.7%로 나타났다. ‘잘 모르겠다’는 21.6%로 나타났다. 이는 ‘나빠졌다’는 전체의 9.7%에 불과한 반면 ‘별 차이없다’ 이상이 전체의 68.5%를 나타내고 특히 ‘좋아졌다’가 31.3%를 나타내 결혼이민자들이 생각하는 1년전과 비교한 현재의 소비생활 상황은 매우 고무적인 것으로 판단된다. 하지만, 전체 응답자의 21.6%가 ‘잘 모르겠다’고 응답해 결혼이민자 스스로 가정경제의 주체가 아닌 객체로서의 역할에 머물러 있음을 시사하는 결과로 판단된다.

<그림 6-2> 소비생활의 현재 평가 및 미래 기대



결혼이민자들이 기대하는 향후 1년후의 다문화가정의 소비생활은 ‘좋아질 것이다’가 47.1%, ‘별 차이없을 것이다’ 20.9%, ‘나빠질 것이다’는 5.4%로 나타났다. ‘잘 모르겠다’는 26.6%로 나타났다. 이는 결혼이민자들이 생각하는 향후 소비생활 상황이 ‘나빠질 것이다’는 불과 5.4%인데 반해 ‘좋아질 것이다’는 47.1%를 나타내 거의 절반에 가까운 결혼이민자들이 향후 소비생활 상황에 대해 높은 기대감을 갖고 있음을 의미한다.

특히, 1년전과 비교한 ‘좋아졌다’가 31.3%를 나타낸데 반해 향후 1년후의 ‘좋아질 것이다’는 47.1%로 월등히 높아진 반면, 향후 1년후의 ‘나빠질 것이다’는 5.4%인데 반해 1년전과 비교한 ‘나빠졌다’는 9.4%를 나타내 결혼이민자들이 생각하는 소비생활 상황의 현재 평가가 긍정적이지만 미래 기대는 이보다 더 긍정적임을 시사하는 분석 결과로 판단된다.

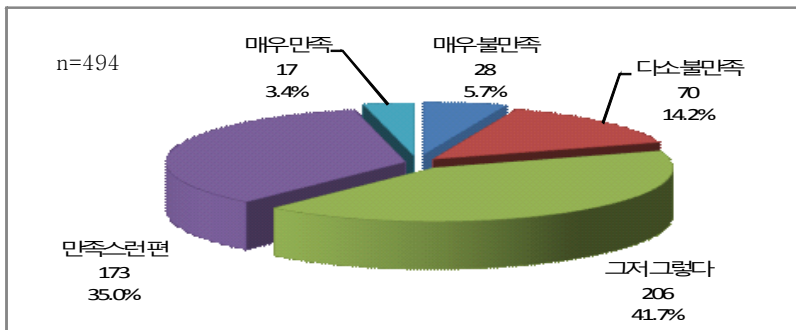
하지만, 결혼이민자들이 자신의 소비생활에 대한 현재 평가 및 미래 기대에 대한 긍정 인식과는 별개로 ‘잘 모르겠다’는 응답이 현재 평가에서 21.6%, 미래 기대에서 26.6%를 나타내 적지 않은 결혼이민자들이 가정경제의 주체로서 자리매김하기 보다는 객체로서 역할하고 매우 수동적인 입장에서 생활하고 있음을 나타낸다. 이는 결혼이민자들이 다문화가정을 이끌어가는 실질적인 주체로서 이들의 소비생활 역량을 높이는 방안 마련이 시급함을 의미한다.

#### 다. 소비생활 만족도 및 불만족 요인

‘현재의 소비생활에 전반적으로 어느 정도 만족하고 계십니까?’란 질문에 대해 결혼이민자들은 ‘매우 만족’이 3.4%, ‘만족스런 편’이

35.0%로 전체의 38.4%가 만족을 나타내고 있다. 반면 ‘매우 불만족’은 5.7%, ‘다소 불만족’은 14.2%를 나타내 전체 응답자의 19.9%만이 자신들의 소비생활에 불만을 나타내고 있다. 전체 응답자의 41.7%는 ‘그저 그렇다’라고 응답해 만족도 불만도 아닌 중립적 의견을 나타내고 있다. 이는 현재의 소비생활 전반에 대해 불만족스럽게 느끼는 결혼이민자들은 소수인 반면 대다수 결혼이민자들은 현재의 소비생활 전반에 대해 중립 이상의 만족을 느끼고 있음을 의미한다. 결국, 결혼이민자들은 전체적으로 현재의 소비생활 전반에 대해 상당한 호감을 갖고 대응하고 있음을 보여주는 결과이다.

〈그림 6-3〉 현재 소비생활에 대한 전반적인 만족도



한편, 5점 척도로 환산한 결혼이민자들의 현재 소비생활 전반에 대한 만족도는 3.16점을 나타내 이론적 평균점 3.00점을 근소하게 상회한 수준을 보여주고 있다. 이러한 소비생활 전반 만족도는 응답자들의 개인 특성에 따라 집단별로 상당한 차이를 나타내고 있다. 특히, 배우자와의 연령차이, 소득, 세대 구성 등 차이에 따라 통계적으로 유의미한 소비생활 만족도 차이를 나타냈다.

먼저, 배우자와의 연령차이에 있어서는 배우자와의 나이차가 5세 미만인 응답자는 3.33점으로 가장 높은 만족도를 나타낸 반면, 5세~9세 3.23점, 10세~14세 3.16점, 15~19세 3.18점을 나타냈으며 20세 이상은 2.87점으로 이론적 평균점 이하의 가장 낮은 만족도를 나타냈다. 이는 결혼이민자와 배우자간 나이차가 소비생활 전반 만족도에 영향력을 행사하고 있음을 의미하는 것으로 나이차가 적으면 적을수록 결혼이민자들의 소비생활 전반 만족도는 더 높다는 분석결과를 보여주고 있다.

가구의 월평균소득 또한 소비생활 전반 만족도와 유의미한 관련성을 나타내고 있는데, 100만원 미만 집단은 2.87점으로 이론적 평균점 이하의 가장 낮은 만족도를 나타낸 반면 100만원대는 3.09점, 200만원대 3.30점, 300만원 이상 3.57점을 나타내 소득수준이 높을수록 더 높은 소비생활 전반 만족도를 나타냈다. 월평균소득을 모르는 집단의 경우는 3.06점으로 이론적 평균점 이상의 만족도를 나타냈지만 상대적으로 낮은 수준의 만족도를 나타냈다.

세대구성에 있어서는 부부가구의 소비생활 만족도가 3.34점으로 가장 높게 나타난 반면, 부부+자녀+부모의 3세대 가구는 3.04점으로 가장 낮은 소비생활 전반 만족도를 나타냈다. 이와 같이 부부가구 비해 3세대 가구의 소비생활 만족도가 낮은 것은 결혼이민자 입장에서 부부와 단 둘이 사는 것에 비해 부모를 모시고 자녀들을 돌보는 것에 대한 상당한 부담감이 작용한 것으로 판단된다.

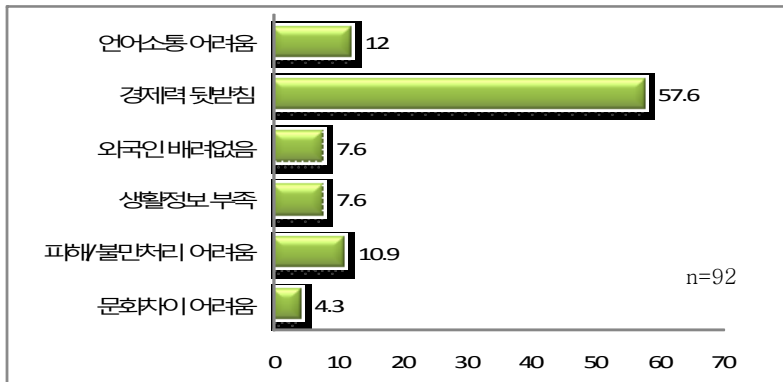
이상의 분석결과를 종합해 보면 결혼이민자들은 전체적으로 현재의 소비생활 전반에 대해 만족감을 나타내고 있으며, 특히 배우자와의 연령차가 적을수록, 소득이 높을수록, 세대구성에 있어서 3세대가 구 보다는 부부가구가 더 높은 소비생활 전반 만족도를 나타냈다.

〈표 6-4〉 현재 소비생활의 전반적 만족도에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수(명)	평균값(점)	F	p
전 체		494	3.16		
국적	취 득	136	3.09	1.390	0.239
	미취득	344	3.20		
혼인 기간	2년 이하	77	3.26	1.771	0.152
	3년~5년	218	3.21		
	6년~8년	65	3.20		
	9년 이상	75	2.96		
연령 차이	5세 미만	87	3.33	2.607	0.035
	5세~9세	88	3.28		
	10세~14세	159	3.16		
	15세~19세	88	3.18		
	20세 이상	54	2.87		
학력	중졸이하	123	3.15	1.003	0.391
	고 졸	220	3.13		
	대 졸	94	3.21		
	대학원졸	35	3.40		
소득	100만원 미만	61	2.87	5.653	0.000
	100~200만원	167	3.09		
	200~300만원	119	3.30		
	300만원 이상	53	3.57		
	잘 모른다	81	3.06		
세대 구성	부부	123	3.34	2.243	0.083
	2세대(자녀)	226	3.15		
	3세대	98	3.04		
	2세대(부모)	30	3.10		
취업 여부	취업주부	107	3.21	0.213	0.645
	전업주부	296	3.16		

한편, 이상의 현재 소비생활 전반 만족에 있어서 결혼이민자들이 느끼는 불만족 이유는 ‘경제력이 뒷받침되지 못함’이 전체의 57.6%를 차지해 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘언어소통 어려움’ 12.0%, ‘피해 및 불만처리 어려움’ 10.9%, ‘외국인 배려가 없음’ 및 ‘생활정보의 부족’이 각각 7.6%, ‘문화차이 어려움’이 4.3% 등으로 나타났다. 이는 결혼이민자 입장에서 현재의 소비생활 불만족 원인이 언어소통, 피해처리, 외국인 배려, 생활정보, 문화차이 등 다양하게 존재하지만 본질적으로 자신들이 원하는 소비생활을 할 수 있는 경제력에 기인하고 있음을 보여주고 있다.

〈그림 6-4〉 소비생활 불만족 이유



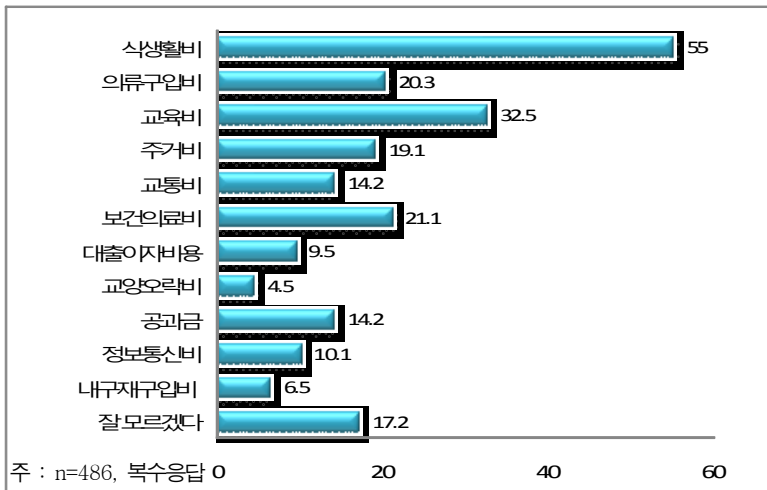
#### 라. 경제적 부담이 큰 비용 항목

다문화가정의 결혼이민자 입장에서 현재 소비생활에서 가장 경제적 부담이 큰 비용 항목은 식생활비가 55.0%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 교육비가 32.5%, 보건의료비 21.1%, 의류구입비 20.3%,

주거비 19.1% 순으로 나타났다. 교통비와 공과금은 각각 14.2%를 나타냈으며 정보통신비 10.1%, 대출이자비용은 9.5%를 나타냈다. 내구재 구입비와 교양오락비는 6.5%와 4.5%로 상대적으로 비교적 낮은 비용 지출 부담감을 나타냈으며, ‘잘 모르겠다’는 17.2%로 나타났다.

다문화가정에서 경제적 부담이 큰 비용항목들은 식생활비, 의류구입비 및 주거비 등 의식주 비용과 교육비, 보건의료비와 같은 필수적 비용 지출 부담이 특히 높게 나타나고 있다. 반면 교양오락비, 내구재구입비, 정보통신비와 같은 선택적 비용 지출의 부담은 상대적으로 낮게 나타나고 있다. 이는 다문화가정의 취약한 경제력을 보여주는 분석결과인데, 조사대상 다문화가정 대부분이 선택적 비용 지출 보다는 의식주, 교육, 의료 등 필수적 비용 지출에 보다 많은 경제적 부담을 느끼고 있기 때문이다.

〈그림 6-5〉 현재 소비생활에서 경제적 부담이 큰 비용 항목



이러한 다문화가정에서의 비용 항목별 지출 부담은 결혼이민자의 개인 특성에 따라 상당한 차이를 보여주고 있는데, 본 연구에서는 응답자들의 경제적 부담이 큰 10개 비용항목에 대해 결혼이민자 개인 특성 차이에 따른 경제적 부담 인식 차이를 살펴보았다.

먼저, 국적취득 유무에 따라서는 교육비와 공과금 지출 부담 차이를 나타냈는데, 교육비 지출에 있어서는 국적 취득자는 47.1%, 국적 미취득자는 27.5%로 나타나 국적 취득자들의 부담이 월등히 높게 나타났다. 공과금 지출에 있어서도 국적 취득자는 23.5%의 부담감을 나타낸 반면 국적 미취득자는 10.5%를 나타내 국적 취득자들의 이들 비용에 대한 지출 부담이 월등히 높게 나타났다.

혼인기간에 따라서도 지출 비용항목에 따른 경제적 부담 차이를 보여주고 있는데, 교육비 지출에 있어서 2년 이하는 14.5%인데 반해 3년~5년은 29.7%, 6년~8년 47.7%, 9년 이상 57.3%로 나타나 혼인기간이 길수록 더 많은 경제적 부담감을 나타내고 있다. 이는 혼인기간이 길수록 자녀들이 상급학교로 진학하고 이에 따른 교육비 지출이 증가하는 점에 기인한 것으로 판단된다. 공과금 지출 부담 역시 대체로 혼인기간이 길수록 더 많은 경제적 부담감을 느끼고 있는 것으로 나타났는데, 2년 이하는 7.9%, 3년~5년 11.9%, 6년~8년 23.1%, 9년 이상 22.7%를 나타내고 있다.

배우자와의 연령차이에 있어서는 의류구입비, 교육비, 교통비, 공과금 비용 지출 부담에 있어서 유의미한 차이를 나타냈는데, 의류구입비 지출 부담은 15~19세 차이가 28.1%로 상대적으로 가장 많게 나타났으며, 교육비와 공과금 지출 부담은 배우자와의 연령차이가 적으면 적을수록 더 많은 경제적 부담을 나타냈다. 교육비 지출 부담은 5세 미만 차이는 40.7%, 5세~9세 40.9%, 10세~14세 31.4%, 15

세~19세 23.6%, 20세 이상 24.6%를 나타냈으며, 공과금 지출 부담은 5세 미만 차이는 22.1%, 5세~9세 17.1%, 10세~14세 14.1%, 15세~19세 9.0%, 20세 이상 5.3%를 나타냈다. 교통비 지출 부담에서는 5세 미만 차이가 27.9%로 가장 많은 부담감을 나타낸 반면 10세~14세 차이가 7.7%로 가장 낮은 경제적 부담감을 나타냈다.

소득별로는 의류구입비, 교육비, 주거비, 보건의료비, 공과금 및 정보통신비 지출 부담 등에서 유의미한 집단 차이를 나타냈다. 의류구입비는 300만원 이상 집단이 35.9%로 가장 많은 부담감을 나타낸 반면 200만원대 집단은 11.2%로 가장 적은 부담감을 나타냈다. 교육비는 200만원대 소득 집단이 45.7%로 가장 많은 경제적 부담감을 나타냈으며, 주거비는 100만원대 및 300만원 이상 집단에서 가장 많은 경제적 부담감을 나타냈다. 보건의료비는 100만원 미만 31.0%, 100만원대 23.7%, 200만원대 23.3%, 300만원 이상 11.3%를 나타내 소득수준이 낮을수록 더 많은 경제적 부담을 나타냈다. 공과금은 100만원대 집단이 20.1%, 정보통신비는 200만원대 집단이 17.2%로 상대적으로 가장 많은 경제적 부담감을 나타냈다.

세대구성별로는 교육비는 자녀를 둔 2세대 가구가 44.5%로 가장 많은 경제적 부담을 나타냈으며, 정보통신비는 부부가구가 18.2%로 상대적으로 가장 많은 경제적 부담을 나타냈다.

취업여부에 있어서는 교육비와 주거비 지출에 대한 경제적 부담감에서 차이를 나타내고 있는데, 취업주부들이 전업주부들에 비해 이들 비용에 대한 더 많은 경제적 부담감을 나타냈다.

한편, 소비생활 비용의 지출 부담에 대해 ‘잘 모르겠다’는 인식은 결혼이민자의 개인 특성에 따라 상당한 차이를 보여주고 있는데, 국적취득 유무, 혼인기간, 배우자와의 연령차이, 소득, 세대구성 및 취

〈표 6-5〉 소비생활 비용 지출 부담에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수 (명)	식생활비	의류 구입비	교육비	주거비	교통비
전 체		486	55.0	20.3	32.5	19.1	14.2
국적	취 득	136	59.6	18.4	47.1	19.9	12.5
	미취득	342	52.9	20.8	27.5	18.7	15.2
	F		1.728	0.342	17.389***	0.082	0.575
혼인 기간	2년 이하	76	61.8	29.0	14.5	13.2	18.4
	3년~5년	219	53.9	21.9	29.7	21.5	11.9
	6년~8년	65	56.9	16.9	47.7	20.0	12.3
	9년 이상	75	53.3	14.7	57.3	20.0	18.7
	F		0.552	1.818	13.775***	0.831	1.163
연령 차이	5세 미만	86	58.1	20.9	40.7	25.6	27.9
	5세~9세	88	60.2	11.4	40.9	19.3	15.9
	10세~14세	156	55.1	22.4	31.4	18.6	7.7
	15세~19세	89	52.8	28.1	23.6	14.6	13.5
	20세 이상	57	47.4	15.8	24.6	12.3	12.3
	F		0.702	2.226*	2.630**	1.316	4.828***
학력	중졸이하	122	58.2	21.3	27.9	17.2	9.8
	고 졸	218	50.0	21.6	31.7	20.6	14.2
	대 졸	96	56.3	16.7	33.3	19.8	18.8
	대학원졸	36	61.6	16.7	47.2	16.7	19.4
	F		1.061	0.453	1.622	0.255	1.428
소득	100만원 미만	58	53.5	15.5	36.2	20.7	8.6
	100~200만원	169	59.2	20.7	29.6	24.3	14.8
	200~300만원	116	50.9	11.2	45.7	17.2	17.2
	300만원 이상	53	47.2	35.9	32.1	24.5	13.2
	잘 모른다	84	57.1	26.2	16.7	71	14.3
	F		0.873	4.204***	5.130***	3.049**	0.601
세대 구성	부부	121	57.0	22.3	14.1	20.7	19.0
	2세대(자녀)	227	56.4	17.6	44.5	19.8	11.9
	3세대	97	51.6	23.7	35.1	14.4	12.4
	2세대(부모)	33	51.5	21.2	12.1	18.2	18.2
	F		0.330	0.672	14.470***	0.547	1.325
취업 여부	취업주부	107	49.5	16.8	42.1	24.3	9.4
	전업주부	297	57.2	22.2	27.3	14.1	14.5
	F		1.888	1.391	8.132***	5.853**	1.817

주 : 0.05<p<0.1 \*, 0.01<p<0.05 \*\*, p<0.01 \*\*\*

구 분	표본수 (명)	보건 의료비	대출 이자	공과금	정보 통신비	잘 모르겠다	
전 체	486	21.1	9.5	14.2	10.1	17.2	
국적	취 득	136	19.9	8.8	23.5	9.6	9.6
	미취득	342	22.2	10.2	10.5	9.1	20.2
	F		0.322	0.218	13.817***	0.028	7.811***
혼인 기간	2년 이하	76	22.4	6.6	7.9	13.2	23.7
	3년~5년	219	17.4	9.6	11.9	10.1	18.7
	6년~8년	65	20.0	10.8	23.1	4.6	3.1
	9년 이상	75	22.7	16.0	22.7	9.3	8.0
	F		0.507	1.298	3.946**	1.1001	5.694***
연령 차이	5세 미만	86	15.1	14.0	22.1	7.0	10.5
	5세~9세	88	28.4	12.5	17.1	11.4	12.5
	10세~14세	156	20.5	9.0	14.1	11.5	18.0
	15세~19세	89	20.2	6.7	9.0	11.2	21.4
	20세 이상	57	17.5	7.0	5.3	7.0	28.1
	F		1.300	0.982	2.728**	0.537	2.487**
학력	중졸이하	122	20.5	9.8	11.5	8.2	19.7
	고 졸	218	24.3	9.6	16.5	12.8	20.2
	대 졸	96	21.9	11.5	11.5	6.3	12.5
	대학원졸	36	8.3	8.3	16.7	5.6	8.3
	F		1.596	0.124	0.822	1.591	1.745
소득	100만원 미만	58	31.0	6.9	13.8	8.6	10.3
	100~200만원	169	23.7	11.2	20.1	11.2	13.6
	200~300만원	116	23.3	11.2	11.2	17.2	14.7
	300만원 이상	53	11.3	9.4	15.1	3.8	22.6
	잘 모른다	84	15.5	7.1	6.0	3.6	28.6
	F		2.221*	0.470	2.646**	3.318**	3.244**
세대 구성	부부	121	19.0	7.4	10.7	18.2	19.8
	2세대(자녀)	227	21.2	12.3	18.1	7.1	12.8
	3세대	97	18.6	9.3	13.4	9.3	15.5
	2세대(부모)	33	33.3	0.0	6.1	9.1	36.4
	F		1.224	2.046	1.910	3.630**	4.286***
취업 여부	취업주부	107	18.7	10.3	16.8	9.4	12.2
	전업주부	297	21.9	8.4	12.8	11.1	19.9
	F		0.481	0.335	1.066	0.257	3.207*

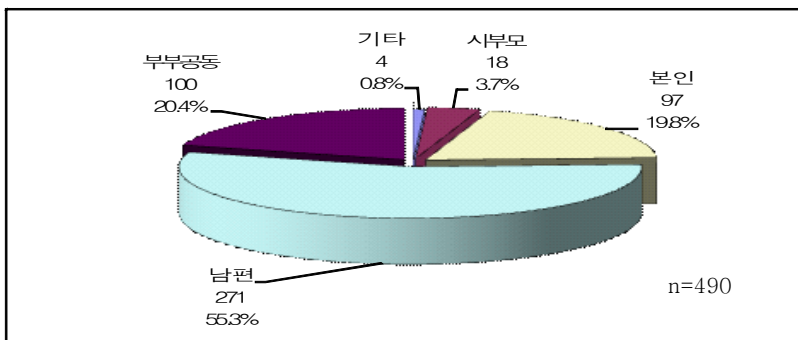
주 : 0.05<p≤0.1 \*, 0.01<p≤0.05 \*\*, p≤0.01 \*\*\*

업여부 등 특성에 따라 통계적으로 유의적인 차이를 나타내고 있다. 소비생활 비용 지출 부담에 대한 ‘잘 모르겠다’는 인식은 국적취득자 보다는 미취득자들이, 혼인기간이 짧을수록, 배우자와의 연령차가 많을수록, 소득수준이 높을수록, 세대구성별로는 부모를 모시고 있는 2세대 가구에서, 이민자의 취업여부에 있어서는 취업주부보다는 전업주부들이 보다 높게 나타났다.

#### 마. 가정내 생활비 관리 실태

다문화가정에서의 가정내 생활비 관리의 주체는 남편이 55.3%로 단연 1순위로 나타났으며, 부부공동이 20.4%, 본인이 가정내 생활비를 관리하는 것은 전체의 19.8%로 나타났다. 이는 결혼이민자 입장에서 한국문화를 충분히 이해할 시간적 여유도 없이 결혼이 이루어지고 한국내 소비생활 전반에 대한 이해 부족과 상당한 의사소통 어려움이 존재하는 상황에서 가정경제에서의 소외현상이 심화되고 있음을 의미한다.

〈그림 6-6〉 가정내 생활비 관리 주체



결혼이민자들은 남편의 월급이 얼마인지 조차도 모르는 여성이 태반이고, 가게 수입이 얼마인지, 어디에 어떻게 쓰이는지 아내와 남편이 함께 결정하는 게 당연한데 그런 당연한 결정에서 완전히 소외되고 있다고 한다. 다문화가정 주부 대부분은 경제권을 가지고 있지도 못할 뿐 아니라 올바른 소비생활에 대한 지식도 부족한 실정에서 물건을 살 때 이것을 사가면 시어머니가 뭐라고 하시지는 않을까? 이 상품은 괜찮은 건가? 남편이 잘못 샀다고 화내면 어떡하지? 등 많은 걱정을 한다고 한다.(하마노 미호꼬, 2009)

〈표 6-6〉 가정내 소비생활 지출에 관한 관리 주체

	내가 혼자	내가 많이	가족과 함께	가족이 많이	가족이 알아서	합 계
생활비 (식료품 등 일상 생활용품)	113 (23.0)	79 (16.1)	201 (40.9)	43 (8.8)	55 (11.2)	491 (100.0)
개인용돈 (의류, 군것질 등)	161 (33.6)	100 (20.9)	130 (27.1)	45 (9.4)	43 (9.0)	479 (100.0)
내구재구입 (TV, 냉장고 등 비싼 제품)	29 (6.1)	22 (4.7)	288 (60.9)	62 (13.1)	72 (15.2)	473 (100.0)
자녀 양육비 및 교육비	53 (13.2)	26 (6.5)	220 (54.9)	41 (10.2)	61 (15.2)	401 (100.0)

주 : 각각의 셀 안에 있는 숫자는 사례수를, ( )안의 숫자는 구성비(%)를 의미

한편, 가정내 비용항목별 지출 관리의 주체는 식료품 등 일상 생활용품 등 생활비 지출의 경우는 ‘가족과 함께’가 40.9%로 가장 높게 나타났으며, 자신이 혼자 결정하는 것은 23.0%로 나타났다. 의류 구입 및 군것질 등 개인용돈 지출에 있어서는 자신 혼자 지출이 33.6%로 가장 높게 나타났지만, TV, 냉장고 등 비싼 내구재구입시

이민자 자신의 결정은 단지 6.1%에 불과했으며 ‘가족과 함께’가 60.9%를 차지했다. 자녀 양육비와 교육비 지출에 있어서는 ‘가족과 함께’가 54.9%, 자신 혼자 결정이 13.2%로 나타났다.

이상의 가정내 생활비 관리주체가 누구냐 하는 것은 결혼이민자의 개인 특성에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 보여주고 있는데, 먼저 국적취득 여부에 따라서는 가정내 생활비를 남편이 관리하는 것은 국적취득자는 40.5%인데 미취득자는 61.5%를 나타낸 반면 자신이 관리하는 비율은 국적취득자는 34.4%인데 미취득자는 14.7%를 나타내고 있다. 이는 국적 미취득자들이 취득자들에 비해 가정경제 소외 정도가 심화되어 있음을 보여주는 결과로 판단된다.

혼인기간별로는 남편의 생활비 관리는 2년 이하 64.5%, 3년~5년 62.3%, 6년~8년 41.3%, 9년 이상 37.8%를 나타내 혼인기간이 짧을수록 더 높게 나타난 반면 이민자 자신의 생활비 관리는 2년 이하 11.8%, 3년~5년 15.1%, 6년~8년 31.7%, 9년 이상 40.5%를 나타내 혼인기간이 길수록 더 높게 나타났다. 이는 혼인기간이 길수록 가정내 생활비 관리에서의 소외현상이 현저히 줄어들고 있음을 의미한다.

배우자와의 연령차이에 있어서 남편의 생활비 관리는 5세 미만 41.9%, 5세~9세 44.8%, 10세~14세 58.4%, 16세~19세 67.4%, 20세 이상 73.2%를 나타내 배우자와의 연령차가 클수록 생활비 관리에서의 남편 영향력이 보다 높게 나타났다. 반면 이민자 자신의 생활비 관리는 5세 미만 30.2%, 5세~9세 35.6%, 10세~14세 16.2%, 15세~19세 9.3%, 20세 이상 3.6% 등으로 나타나 배우자와의 연령차가 적을수록 이민자 자신의 영향력이 보다 높게 나타났다. 이는 이민자 입장에서 남편과의 연령차가 클수록 남편에 대한 종속 정도가 높아지고, 생활비 관리에서의 소외현상이 보다 심화되고 있음을 의미한다.

<표 6-7> 가정내 생활비 관리 주체에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수 (명)	부부 공동	남 편	본 인	시부모	$\chi^2$	p
전 체		486	20.8	55.7	20.1	3.4		
국적	취 득	131	23.7	40.5	34.4	1.5	28.400	0.000
	미취득	341	19.6	61.6	14.7	4.1		
혼인 기간	2년 이하	76	19.7	64.5	11.8	3.9	35.818	0.000
	3년~5년	212	18.9	62.3	15.1	3.8		
	6년~8년	63	22.2	41.3	31.7	4.8		
	9년 이상	74	21.6	37.8	40.5	-		
연령 차이	5세 미만	86	20.9	41.9	30.2	7.0	55.607	0.000
	5세~9세	87	19.5	44.8	35.6	-		
	10세~14세	154	22.1	58.4	16.2	3.2		
	15세~19세	86	22.1	67.4	9.3	1.2		
학력	중졸이하	116	13.8	65.5	15.5	5.2	15.651	0.075
	고 졸	219	20.5	54.8	21.0	3.7		
	대 졸	94	27.7	43.6	26.6	2.1		
	대학원졸	35	25.7	54.3	20.0	-		
소득	100만원 미만	60	16.7	50.0	30.0	3.3	26.200	0.010
	100~200만원	166	25.9	53.0	17.5	3.6		
	200~300만원	115	17.4	49.6	28.7	4.3		
	300만원 이상	52	23.1	55.8	19.2	1.9		
	잘 모른다	80	13.8	73.8	7.5	5.0		
세대 구성	부부	120	23.3	59.2	15.8	1.7	46.860	0.000
	2세대(자녀)	222	23.0	50.5	26.6	-		
	3세대	97	16.5	58.8	13.4	11.3		
	2세대(부모)	32	12.5	71.9	6.3	9.4		
취업 여부	취업주부	104	19.2	45.2	33.7	1.9	20.050	0.000
	전업주부	292	18.2	63.4	14.4	4.1		

주 : 관리주체 490명중 기타 4명을 제외한 486명만을 분석

학력별로는 이민자의 학력수준이 낮을수록 남편의 생활비 관리 영향력이 보다 높게 나타난 반면 학력수준이 높을수록 자신의 생활비 관리 영향력이 보다 높게 나타났다. 즉, 남편의 생활비 관리는 중졸 이하 65.5%, 고졸 54.8%, 대졸 43.6%를 나타내 학력수준이 낮을수록 높게 나타난 반면, 자신의 생활비 관리는 중졸이하 15.5%, 고졸 21.0%, 대졸 26.6%를 나타내 학력수준이 높을수록 높게 나타났다.

소득별로는 남편의 생활비 관리는 300만원 이상 집단이 55.8%로 가장 높게 나타났으며, 소득수준을 잘 모르는 집단은 73.8%를 나타내 남편에 의한 경제적 소외현상이 가장 높게 나타났다. 본인에 의한 생활비 관리는 100만원 미만 계층이 30.0%로 가장 높게 나타났으며, 소득수준을 잘 모르는 집단은 7.5%로 가장 낮게 나타났다.

세대구성별로는 남편의 생활비 관리는 부모를 모시고 있는 2세대 가구가 71.9%로 가장 높게 나타났으며, 자녀를 둔 2세대 가구는 50.5%로 가장 낮게 나타났다. 반면 본인의 생활비 관리는 정반대로 자녀를 둔 2세대 가구가 26.6%로 가장 높게 나타난 반면 부모를 모시고 있는 2세대 가구가 6.3%로 가장 낮게 나타났다.

결혼이민자의 취업여부에 있어서는 남편의 생활비 관리는 전업주부가 63.4%, 취업주부 45.2%를 나타낸 반면 자신의 생활비 관리는 전업주부가 14.4%, 취업주부가 33.7%를 나타내 취업주부가 전업주부에 비해 가정경제 소외정도가 현저히 낮은 것으로 나타났다.

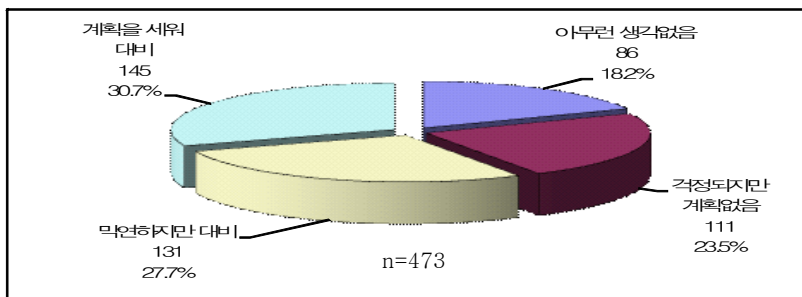
이상의 분석결과를 종합해 보면 다문화가정의 생활비 관리 주체는 전체적으로 남편이 주도하고 결혼이민자들의 역할은 그 소외정도가 매우 높은 것으로 나타났다. 하지만 결혼이민자들의 가정경제 주체적 역할 정도는 국적취득에 있어서는 미취득자 보다는 취득자가, 혼인기간이 길면 길수록, 배우자와의 연령차가 적을수록, 학력수준이

높거나 소득수준이 100만원 미만으로 적은 경우에 생활비 관리에서 보다 주체적으로 역할하는 것으로 나타났다. 아울러, 세대구성에 있어서는 자녀를 둔 2세대 가구에서의 결혼이민자 역할이 보다 높게 나타났으며, 취업주부가 전업주부에 비해 보다 주체적으로 가정내 생활비를 관리하는 것으로 나타났다.

### 바. 향후 노후생활 대비 인식

다문화가정 결혼이민자들이 생각하는 향후 노후생활을 위한 대비는 ‘계획을 세워 대비하고 있다’는 30.7%로 나타났으며, ‘막연하지만 대비하고 있다’가 27.7%, ‘걱정되지만 아무런 계획이 없다’가 23.5%, ‘아무런 생각이 없다’가 18.2%로 나타났다. 즉, 다문화가정의 41.7%는 노후생활 대비가 전혀 없는 실정이고, 실제 계획을 세워 향후 노후생활을 대비하는 것도 30.7%에 지나지 않고 있다.

〈그림 6-7〉 향후 노후생활 대비 인식



이는 다문화가정 결혼이민자 입장에서 향후의 노후생활에 대한 계획을 세우고 이를 대비할 만한 충분한 여유가 없음을 의미한다. 향

후 다문화가정의 안정적인 노후생활은 반드시 실현되어야 할 과제란 점을 감안할 때, 결혼이민자 스스로 향후 노후생활 대비 필요성을 깊이 인식하고, 이를 위해 무엇을 어떻게 해야 하는 지에 대한 충분한 정보제공 및 홍보가 이루어져야 함을 보여주고 있다.

한편, 이러한 결혼이민자들이 생각하는 향후 노후생활 대비 인식은 개인 특성에 따라 상당한 차이를 보여주고 있는데, 먼저, 국적취득 유무에 있어서는 취득자는 ‘막연하지만 대비하고 있다’가 39.6%로 미취득자의 23.1%에 비해 월등히 높게 나타난 반면, ‘아무런 생각이 없다’는 취득자가 8.2%에 불과한데 미취득자는 21.9%를 나타내 전체적으로 국적 취득자들이 미취득자들에 비해 향후 노후생활에 대해 보다 충실히 대비하고 있음을 보여주고 있다.

혼인기간별로는 대체로 혼인기간이 길수록 향후 노후생활에 대해 계획을 세워 대비하거나 막연하지만 대비하고 있는 비율이 보다 높게 나타났으며 혼인기간이 짧을수록 ‘아무런 생각없다’가 보다 높게 나타났다. 즉, 막연한 대비의 경우에 2년 이하는 22.2%인데 반해 3년~5년은 25.8%, 6년~8년은 34.4%, 9년 이상은 37.8%를 나타내 혼인기간이 길수록 더 높게 나타났으나, ‘아무런 생각없다’는 2년 이하는 25.0%, 3년~5년은 21.1%, 6년~8년 6.6%, 9년 이상 9.5%로 대체로 혼인기간이 짧을수록 더 높게 나타났다. 이는 결혼 초기보다는 결혼생활이 지속되고 안정되면서 향후 노후생활에 대한 대비 인식 역시 보다 높아지고 있음을 의미하는 결과로 판단된다.

배우자와의 연령차에 있어서는 5세~9세의 경우 ‘걱정은 되지만 계획이 없다’가 33.3%, 10세~14세는 ‘막연하지만 대비’가 33.6%로 가장 높게 나타났다. 15세~19세의 경우는 ‘계획을 세워 대비’가 40.2%로 가장 높게 났지만, 20세 이상은 ‘아무런 생각없다’가 27.5%로 가장

<표 6-8> 향후 노후생활 대비 인식에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수 (명)	계획 대비	막연한 대비	계획 없음	생각 없음	$\chi^2$	p
전 체		473	30.7	27.7	23.5	18.2		
국적	취 득	134	29.1	39.6	23.1	8.2	19.250	0.000
	미취득	324	31.5	23.1	23.5	21.9		
혼인 기간	2년 이하	72	29.2	22.2	23.6	25.0	21.240	0.012
	3년~5년	213	33.3	25.8	19.7	21.1		
	6년~8년	61	39.3	34.4	19.7	6.6		
	9년 이상	74	23.0	37.8	29.7	9.5		
연령 차이	5세 미만	83	32.5	28.9	22.9	15.7	21.978	0.038
	5세~9세	87	27.6	29.9	33.3	9.2		
	10세~14세	149	28.2	33.6	17.4	20.8		
	15세~19세	87	40.2	23.0	18.4	18.4		
	20세 이상	51	25.5	19.6	27.5	27.5		
학력	중졸이하	116	36.2	20.7	20.7	22.4	11.253	0.259
	고 졸	205	28.8	27.8	26.3	17.1		
	대 졸	97	32.0	28.9	20.6	18.6		
	대학원졸	35	25.7	42.9	22.9	8.6		
소득	100만원 미만	59	33.9	30.5	25.4	10.2	38.765	0.000
	100~200만원	161	29.2	26.1	28.6	16.1		
	200~300만원	109	37.6	30.3	20.2	11.9		
	300만원 이상	51	33.3	39.2	17.6	9.8		
	잘 모른다	80	22.5	18.8	20.0	38.8		
세대 구성	부부	118	36.4	25.4	22.9	15.3	14.663	0.101
	2세대(자녀)	222	31.5	30.2	23.4	14.9		
	3세대	94	21.3	23.4	27.7	27.7		
	2세대(부모)	27	22.2	37.0	18.5	22.2		
취업 여부	취업주부	104	35.6	32.7	20.2	11.5	5.684	0.128
	전업주부	285	29.1	27.4	22.5	21.1		

높게 나타났다. 이러한 분석결과를 배우자와의 연령차가 클수록 결혼이민자 입장에서 향후 노령생활에 대한 대비에 보다 높은 관심을 갖고 있는 것으로 해석된다.

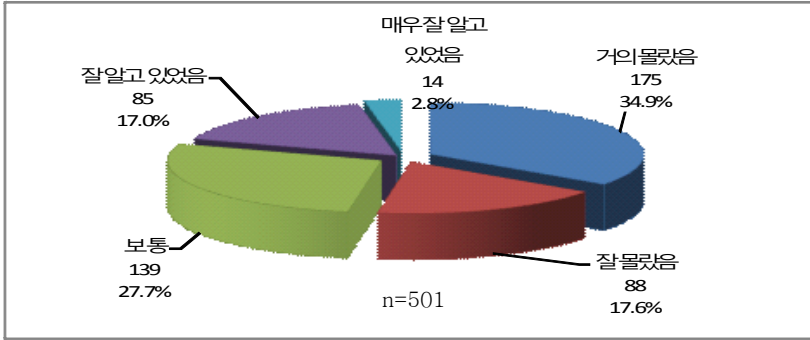
소득별로는 200만원대 집단은 ‘계획세워 대비’가 37.6%, 300만원 이상 집단은 ‘막연하지만 대비’가 39.2%로 상대적으로 높은 노후생활 대비의식을 나타낸 반면 ‘걱정은 되지만 계획없음’ 또는 ‘아무런 생각없다’는 대체로 소득수준이 낮을수록 더 높게 나타났다. 특히 가구의 월평균소득을 모르고 있는 집단의 경우에 ‘아무런 생각없다’가 38.8%를 나타내 가장 높게 나타났다. 이는 가구의 소득수준과 향후 노후생활 대비 인식과의 높은 관련성을 나타내는 결과이며, 가구소득을 잘 모르는 상황에서 향후 노후생활에 대한 대비는 상당한 한계가 있음을 보여주는 결과로 해석된다.

### 3. 한국생활 적응 의식 및 행동

#### 가. 한국에 오기 전 한국문화 인지도

결혼이민자 응답자들이 한국에 오기 전 한국문화에 대한 인지도는 ‘거의 몰랐다’가 34.9%를 나타냈으며, ‘비교적 몰랐다’ 17.6%를 나타내 전체적으로 52.5%의 응답자들이 한국에 오기 전에는 한국문화를 알지 못한 것으로 나타났다. 반면, ‘매우 잘 알고 있었다’는 전체의 2.8%에 불과하고 ‘어느 정도 알고 있었다’는 17.0%로 나타나 전체적으로 19.8%의 결혼이민자만이 한국에 오기 전 한국문화를 알고 있었던 것으로 나타났다.

<그림 6-8> 한국에 오기 전 한국문화 인지도



이는 상당수 결혼이민자들이 한국에 오기 전에 한국문화를 어느 정도 인지하고, 한국에 온 후에 다소간의 한국문화를 경험한 후에 결혼을 하여 한국사회에 적응하는 것이 아니라 거의 한국문화에 무지한 상황에서 결혼이 이루어지고 있음을 시사하는 결과로서 다문화가정의 결혼이민자들이 한국사회 적응이 단기간에 이루어질 수 없는 구조적 문제점을 지적하는 결과로 판단된다.

한편, 한국에 오기 전 한국문화 인지도를 5점 척도로 환산하면 2.35점을 나타내 이론적 평균점 3.00에 비해 매우 낮게 나타나고 있다. 이러한 한국에 오기 전 한국문화 인지도는 혼인기간, 배우자와의 연령차, 학력 및 소득 등 응답자 개인 특성에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 보여주고 있다.

혼인기간별로는 2년 이하의 결혼이민자들이 2.77점으로 이론적 평균점 이하를 나타내고는 있지만 상대적으로 가장 높은 인지도를 나타내고 있다. 이는 최근 결혼하는 결혼이민자들이 과거에 결혼한 이민자들에 비해 한국에 오기 전 한국문화 전반에 대해 어느 정도 알

고 입국하고 있음을 보여주는 결과로 판단되지만, 아직도 이론적 평균점 이하를 나타내 한국문화 인지도가 미흡한 것을 의미한다.

〈표 6-9〉 한국 오기 전 한국문화 인지도에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수(명)	평균값(점)	F	p
전 체		501	2.35		
국적	취 득	136	2.39	0.099	0.753
	미취득	350	2.35		
혼인 기간	2년 이하	78	2.77	4.345	0.005
	3년~5년	220	2.21		
	6년~8년	65	2.46		
	9년 이상	75	2.33		
연령 차이	5세 미만	86	2.55	4.715	0.001
	5세~9세	89	2.58		
	10세~14세	159	2.48		
	15세~19세	91	2.09		
	20세 이상	58	1.95		
학력	중졸이하	125	2.14	2.481	0.060
	고 졸	223	2.38		
	대 졸	95	2.39		
	대학원졸	36	2.72		
소득	100만원 미만	62	2.42	5.081	0.001
	100~200만원	169	2.37		
	200~300만원	119	2.37		
	300만원 이상	52	2.81		
	잘 모른다	85	1.91		
세대 구성	부부	123	2.51	0.890	0.446
	2세대(자녀)	230	2.35		
	3세대	98	2.31		
	2세대(부모)	33	2.21		
취업 여부	취업주부	107	2.50	2.336	0.127
	전업주부	305	2.29		

배우자와의 연령차이에 있어서 5세 미만 집단의 한국에 오기 전 한국문화 인지도는 2.55점인데, 5세~9세 2.58점, 10세~14세 2.48점, 15세~19세 2.09점, 20세 이상은 1.95점을 나타내 배우자와 연령차가 클수록 결혼이민자들이 한국에 오기 전 한국문화 인지도가 보다 낮게 나타났다. 이는 연령차가 클수록 특히, 15세 이상 연령차가 있는 경우, 한국에 오기 전 한국문화 인지도가 2.09점 이하로 매우 낮게 나타나 한국에 입국하기 전에 한국문화에 거의 무지한 상태에서 혼인이 이루어지고 있는 것으로 해석된다.

한국에 오기 전 한국문화 인지도를 학력에 따라 살펴 보면, 중졸 이하는 2.14점으로 가장 낮게 나타났으며, 고졸 2.38점, 대졸 2.39점, 대학원졸 2.72점을 나타내 학력수준이 낮을수록 한국에 오기 전 한국문화 인지도가 보다 낮은 것으로 나타났다.

소득별로는 300만원 이상 집단이 2.81점의 인지도를 나타내 이론적 평균점 이하이지만 상대적으로 가장 높게 나타났으며, 가구의 소득을 모르는 집단은 1.91점으로 가장 낮은 인지도를 나타냈다.

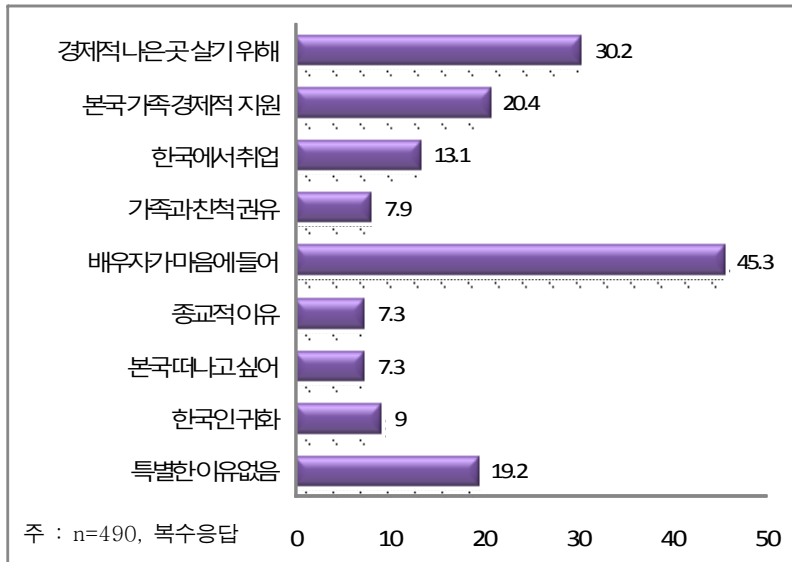
## 나. 한국에 살게 된 이유

결혼이민자들이 한국에 살게 된 이유는 ‘배우자가 마음에 들어서’가 45.3%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘경제적으로 나은 곳에서 살기 위해’가 30.2%, ‘본국 가족에 대한 경제적 지원’ 20.4%의 순으로 나타났다. ‘한국에서 취업하기 위해’는 13.1%, ‘한국인으로 귀화하려고’ 9.0%, ‘가족과 친척의 권유’ 7.9%, ‘종교적 이유’ 7.3%, ‘무조건 본국을 떠나고 싶어서’ 7.3% 등으로 나타났다. ‘특별한 이유는

없다'는 19.2%를 나타냈다.

이러한 분석결과는 결혼이민자들이 한국에 살게 된 가장 큰 이유가 '배우자가 마음에 들어서'로 나타나고 있지만, 실질적인 핵심 이유는 경제적 측면이 가장 부각되고 있다. 즉, '경제적으로 나은 곳에서 살기 위해', '본국 가족에 대한 경제적 지원', '한국에서 취업하기 위해' 등 경제적 이유들을 합하면 63.7%나 되기 때문이다. 결국 결혼이민자들이 한국에 살게 된 가장 큰 이유는 '배우자가 마음에 들어서'이지만, 경제적으로 잘 살고 싶은 욕구가 밑바탕을 이루고 이를 이루기 위해 한국에서의 취업 등을 고려하며, 이를 통해 본국 가족에 대한 경제적 지원을 소망하는 것으로 설명될 수 있다.

〈그림 6-9〉 한국에 살게 된 이유



한편, 한국에 살게 된 이유 상위 5개 요인에 대해 결혼이민자 개인 특성과의 관련성을 분석했다. 먼저, 국적취득 유무에 있어서는 국적 취득자들이 ‘경제적으로 나은 곳에서 살기 위해’와 ‘한국에서의 취업’ 등 이유가 각각 35.9%와 18.3%를 나타내는데 반해 미취득자들은 각각 이보다 낮은 27.3%와 10.8%를 나타내고 있다. 이는 한국에서 살게 된 이유가 국적취득자들의 경우, 미취득자들에 비해 경제적 측면이 보다 강조되고 있음을 의미한다.

혼인기간별로는 2년 이하는 ‘배우자가 마음에 들어서’가 60.5%로 가장 높게 나타났으나 ‘경제적으로 나은 곳에서 살기 위해’와 ‘본국 가족에 경제적 지원을 위해’ 등은 혼인기간 별로 유사한 추세를 보여주고 있다. 즉, 3년~5년에서 가장 높아진 이후 5년을 넘어서면서 6년을 경계로 하락하는 추세를 보이고 있다.

배우자와의 연령차에 있어서는 연령차가 많을수록 ‘본국 가족에 대한 경제적 지원을 위해’ 한국에 살게 되었다는 이유가 보다 높아 높아지고 있다. 즉, 5세 미만은 8.1%를 나타냈으나, 5세~9세 10.5%, 10세~14세 23.4%, 15세~19세 31.0%, 20세 이상 34.5%를 나타내 배우자와의 연령차가 많을수록 ‘본국 가족에 대한 경제적 지원’ 욕구가 더 높아지는 것으로 나타났다. 반면 ‘특별한 이유 없음’은 15세를 경계로 그 미만 집단들이 그 이상 집단들에 비해 더 높게 나타났다.

학력에 따른 한국에서 살게 된 이유에 있어서는 학력수준이 낮을수록 ‘경제적으로 나은 곳에서 살기 위해’가 보다 부각된 반면 학력수준이 높을수록 ‘배우자가 마음에 들어서’가 보다 높게 나타났다. 즉, ‘경제적으로 나은 곳에서 살기 위해’는 중졸이하 40.3%, 고졸 31.4%, 대졸 19.2%, 대학원졸 20.0%를 나타내 대체로 학력수준이 낮아질수록 더 높게 나타났다.

〈표 6-10〉 한국에 살게 된 이유에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수 (명)	특별한 이유없음	경제적 나은 곳	본국가족 경제지원	한국에서 취업	배우자 마음들어
전 체		490	19.2	30.2	20.4	13.1	45.3
국적	취 득	131	20.6	35.9	19.1	18.3	44.3
	미취득	344	18.9	27.3	20.6	10.8	46.8
	F		0.178	3.334*	0.142	4.880**	0.243
혼인 기간	2년 이하	76	18.4	22.4	15.8	17.1	60.5
	3년~5년	216	19.9	37.5	25.0	11.6	40.7
	6년~8년	64	21.9	29.7	21.9	12.5	39.1
	9년 이상	73	15.1	23.3	11.0	11.0	41.1
	F		0.397	3.017**	2.646**	0.593	3.463**
연령 차이	5세 미만	87	18.4	23.0	8.1	12.6	51.7
	5세~9세	86	23.3	26.7	10.5	10.5	53.5
	10세~14세	154	24.7	29.9	23.4	9.7	42.9
	15세~19세	87	11.5	35.6	31.0	20.7	42.5
	20세 이상	58	6.9	39.7	34.5	19.0	39.7
	F		3.336**	1.581	7.011***	1.988	1.266
학력	중졸이하	119	19.3	40.3	31.9	14.3	31.9
	고 졸	220	16.4	31.4	16.4	12.7	48.2
	대 졸	94	22.3	19.2	18.1	12.8	52.1
	대학원졸	35	20.0	20.0	14.3	8.5	57.1
	F		0.558	4.445***	4.424***	0.263	4.436***
소득	100만원 미만	60	13.3	38.3	15.0	13.3	48.3
	100~200만원	166	18.7	29.5	14.5	15.1	44.6
	200~300만원	115	20.0	34.8	18.3	11.3	46.1
	300만원 이상	52	19.2	13.5	21.2	9.6	59.6
	잘 모른다	84	22.6	31.0	39.3	11.9	34.5
	F		0.508	2.515*	6.074***	0.382	2.147
세대 구성	부부	119	18.5	28.6	10.1	14.3	60.5
	2세대(자녀)	223	20.6	33.2	23.8	10.3	39.5
	3세대	99	18.2	28.3	23.2	16.2	42.4
	2세대(부모)	32	15.6	21.9	28.1	18.8	40.6
	F		0.219	0.769	3.713**	1.125	5.039***
취업 여부	취업주부	105	18.1	33.3	14.3	13.3	45.7
	전업주부	296	17.9	27.4	24.3	14.2	42.2
	F		0.002	1.341	4.628**	0.047	0.382

주 : 0.05<p≤0.1 \*, 0.01<p≤0.05 \*\*, p≤0.01 \*\*\*

반면, ‘배우자가 마음에 들어서’는 중졸이하 31.9%, 고졸 48.2%, 대졸 52.1%, 대학원졸 57.1%를 나타내 학력수준이 높을수록 보다 높게 나타났다. ‘본국 가족에 대한 경제적 지원’은 중졸이하 집단이 31.9%로 가장 높게 나타났다. 이는 학력수준이 낮을수록 경제적 이유를 중시하지만 학력수준이 높을수록 배우자를 더 중시함을 의미한다.

소득별로는 ‘경제적으로 나은 곳에서 살기 위해’의 경우 300만원 이상 집단이 13.5%로 가장 낮게 나타났으나 100만원 미만 계층은 38.3%로 가장 높게 나타났다. ‘본국 가족에 대한 경제적 지원’ 이유는 대체로 소득수준이 높을수록 높게 나타났으나, 가구 소득을 잘 알지 못하는 집단이 39.3%로 가장 높게 나타나고 있다. 이는 결혼이민자 입장에서 한국에 살게 된 이유와 현실에 대한 상당한 괴리를 보여주는 분석결과로 판단된다. 즉, 결혼이민자가 한국에 살려는 이유가 경제적으로 나은 곳에서 살고 싶은 욕구 때문이었는데, 현실은 소득수준이 낮을수록 이러한 욕구가 높아지고 특히, 100만원 미만 가구는 38.3%로 가장 높게 나타나고 있기 때문이다. 본국 가족에 경제적 지원을 하기 위해 한국에 살게 된 경우에 있어서도 가구소득을 잘 모르는 경우가 39.3%로 가장 높게 나타나 현실과의 높은 괴리를 보여주고 있다.

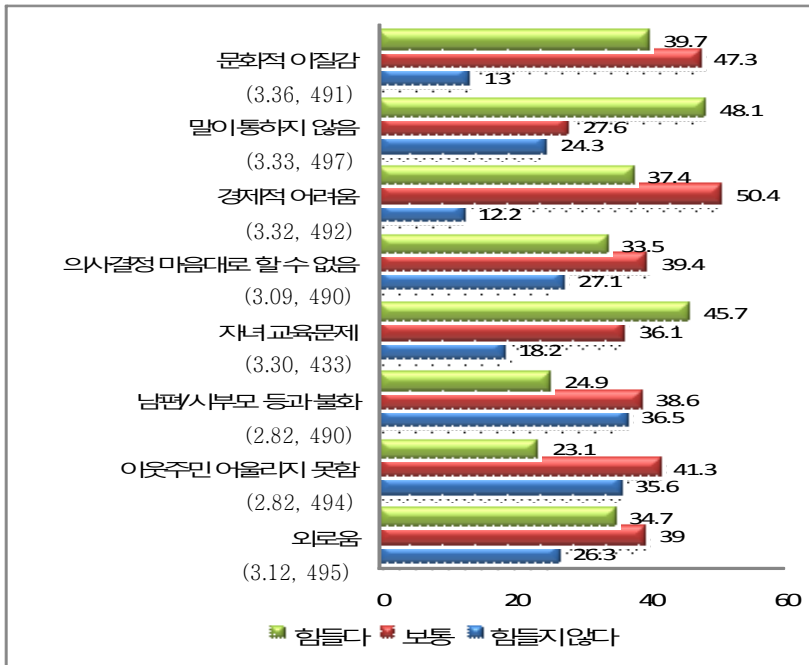
세대구성별로는 ‘본국 가족에 대한 경제적 지원’이 부모를 모시고 있는 2세대 가구가 28.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘배우자가 마음에 들어서’는 부부가구가 60.5%로 가장 높게 나타났다.

취업여부에 있어서는 ‘본국 가족에 대한 경제적 지원’의 경우에 전업주부는 24.3%를 나타낸데 반해 취업주부는 14.3%를 나타내 취업주부에 비해 전업주부들이 본국 가족에 대한 경제적 지원을 이유로 한국에 살게 되었음을 의미한다.

#### 다. 한국생활 적응 어려움

결혼이민자들이 한국에서 생활하면서 겪게 되는 많은 어려움 중에서 가장 큰 어려움은 ‘말이 통하지 않음’이 48.1%로 1순위를 나타냈으며, 그 다음으로 ‘자녀 교육문제’가 45.7%, ‘문화적 이질감’ 39.7%, ‘경제적 어려움’이 37.4%, ‘외로움’ 34.7%, ‘의사결정을 마음대로 할 수 없음’이 33.5%의 순으로 나타났다. ‘남편/시부모 등과의 불화’ 및 ‘이웃주민들과 잘 어울리지 못함’은 각각 24.9%와 23.1%를 나타내 상대적으로 낮은 적응 어려움을 나타냈다.

〈그림 6-10〉 한국생활 적응 어려움



주 : ( )안의 숫자는 앞은 5점척도 평균점수를, 뒤는 사례수를 의미

이는 결혼이민자들 입장에서 한국생활 적응에 가장 큰 어려움이 소통의 문제와 경제적 문제로 귀결됨을 의미한다. 즉, 결혼이민자들이 생각하는 한국생활 적응 어려움 중에서 경제적 문제를 제외한 다양한 문제들인 자녀교육, 문화적 차이에 의한 이질감 등은 결국 의사소통이 원활치 못하데서 비롯된 문제이다. 자녀교육의 문제와 문화적 차이에 의한 이질감 문제 등은 의사소통이 원활하게 되면 훨씬 더 쉽게 해결될 수 있기 때문이다. 하지만 경제적 문제는 의사소통이 원활하게 되는 것만으로 해결될 수 없다. 특히, 가정내 의사결정에서 자신이 소외되고 있다는 느낌은 경제적 어려움 이상으로 한국생활 적응에 상당한 장애요인으로 작용하고 있음을 보여주고 있다.

한편, 한국생활 적응 관련 8개 요인 중 어려움이 큰 상위 5개 요인에 대해 응답자 특성 파악을 위한 분산분석을 시도하였다.

국적취득 유무에 따라서는 국적 취득자들은 미취득자들에 비해 자녀교육과 경제적 문제 등을 한국생활 적응에서 보다 어렵게 인식한 반면, 미취득자들은 상대적으로 언어소통 문제를 보다 심각하게 인식하는 것으로 나타났다.

혼인기간별로는 문화적 이질감과 언어소통으로 인한 한국생활 적응 어려움은 혼인기간이 짧을수록 더 크게 나타났다. 즉 언어소통의 경우에 2년 이하는 3.58점, 3년~5년 3.41점, 6년~8년 3.06점, 9년 이상은 2.76점을 나타냈으며, 문화적 이질감 문제는 2년 이하는 3.54점, 3년~5년 3.43점, 6년~8년 3.29점, 9년 이상 3.05점을 나타내고 있다. 이는 언어소통이나 문화적 이질감과 같은 한국생활 적응 문제는 시간이 지남에 따라 해소될 수 있음을 의미한다. 외로움의 경우는 대략 3년~5년 기간 동안 3.24점으로 가장 높게 나타나지만, 이 역시 5년을 넘어서면서 완전히 적응되는 모습을 보여주고 있다.

배우자와의 연령차에 있어서는 배우자와의 연령차가 크면 클수록 언어소통, 문화적 이질감, 외로움 등에서 보다 더 적응이 어려운 것으로 나타났다. 문화적 이질감의 경우에 5세 미만은 2.99점인데 반해 5세~9세는 3.37점, 10~14세 3.43점, 15세~19세 3.47점, 20세 이상 3.50점으로 보다 높게 나타났으며, 이러한 추세는 언어소통과 외로움에서도 유사하게 나타났다. 이는 배우자와의 연령차가 결혼이민자들의 한국생활 적응에 상당한 영향요인으로 작용하고 있음을 의미한다.

학력별로는 문화적 이질감에 의한 적응 어려움은 중졸이하 집단이 3.52점으로 가장 높게 나타났으며, 외로움은 대졸 집단이 2.93점으로 가장 낮게 나타났다.

소득별로는 소득수준이 낮을수록, 문화적 이질감, 언어소통, 경제적 어려움, 자녀교육 등 문제에 대한 적응 어려움이 더 높게 나타났다. 즉, 언어소통 어려움은 100만원 미만은 3.48점, 100만원대 3.46점, 200만원대 3.05점, 300만원 이상 2.81점을 나타냈으며, 자녀교육은 100만원 미만 3.65점, 100만원대 3.40점, 200만원대 3.25점, 300만원 이상 2.88점으로 나타났다.

세대구성별로는 언어소통이나 경제적 어려움의 경우는 부모를 모시고 사는 2세대 가구의 어려움이 각각 3.78점과 3.56점으로 가장 높게 나타난 반면, 언어소통은 자녀를 둔 2세대 가구가 3.19점으로 가장 낮게 나타났으며 경제적 어려움은 부부가구가 3.11점으로 가장 낮은 적응 어려움을 나타냈다.

취업여부별로는 언어소통의 경우는 전업주부가 3.49점을 나타낸데 반해 취업주부는 2.99점으로 이론적 평균점 이하를 나타냈으며, 외로움 역시 전업주부는 3.24점을 나타낸데 반해 취업주부는 3.00점을 나타내 상대적으로 낮은 적응 어려움을 나타냈다.

〈표 6-11〉 한국생활 적응 어려움에 대한 특성 차이 분석

구 분	표본수 (명)	문화적 이질감	언어소통	경제적 어려움	자녀교육	외로움	
전 체	491	3.36	3.33	3.32	3.30	3.12	
국적	취 득	134	3.28	3.14	3.50	3.52	3.17
	미취득	343	3.38	3.37	3.26	3.19	3.08
	F		1.478	4.066**	7.075***	9.083***	0.586
혼인 기간	2년 이하	76	3.54	3.58	3.28	3.19	3.03
	3년~5년	213	3.43	3.41	3.30	3.39	3.24
	6년~8년	65	3.29	3.06	3.25	3.30	2.98
	9년 이상	75	3.05	2.76	3.53	3.46	2.89
	F		4.788***	9.009***	1.661	0.951	2.493*
연령 차이	5세 미만	82	2.99	2.98	3.30	3.03	2.92
	5세~9세	89	3.37	3.00	3.28	3.37	2.87
	10세~14세	158	3.43	3.35	3.29	3.26	3.08
	15세~19세	89	3.47	3.67	3.31	3.39	3.37
	20세 이상	56	3.50	3.65	3.44	3.50	3.55
	F		4.886***	7.103***	0.374	1.901	5.576***
학력	중졸이하	123	3.52	3.50	3.43	3.35	3.31
	고 졸	214	3.31	3.33	3.36	3.33	3.12
	대 졸	96	3.22	3.11	3.16	3.14	2.93
	대학원졸	35	3.37	3.34	3.40	3.26	3.22
	F		2.406*	1.993	1.945	0.742	2.322*
소득	100만원 미만	59	3.56	3.48	3.57	3.65	3.05
	100~200만원	167	3.37	3.46	3.55	3.40	3.18
	200~300만원	116	3.25	3.05	3.08	3.25	3.08
	300만원 이상	52	3.04	2.81	2.94	3.07	2.88
	잘 모른다	84	3.50	3.61	3.25	3.04	3.25
	F		3.522***	6.653***	9.789***	3.519***	1.149
세대 구성	부부	119	3.37	3.33	3.11	2.77	3.19
	2세대(자녀)	226	3.27	3.19	3.33	3.41	3.03
	3세대	97	3.41	3.47	3.40	3.43	3.09
	2세대(부모)	33	3.52	3.78	3.56	3.26	3.39
	F		1.258	3.293**	3.393**	8.857***	1.416
취업 여부	취업주부	103	3.22	2.99	3.33	3.41	3.00
	전업주부	301	3.42	3.49	3.33	3.25	3.24
	F		3.935**	14.768***	0.002	1.554	3.727*

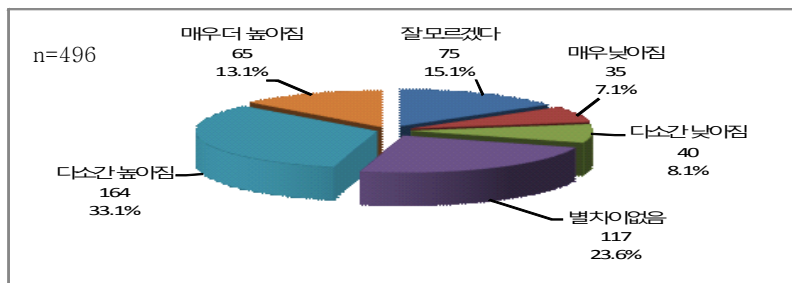
주 : 0.05<p≤0.1 \*, 0.01<p≤0.05 \*\*, p≤0.01 \*\*\*

## 라. 한국 호감도 변화

결혼이민자들이 한국에 온 후에 한국에 대한 호감도 변화는 ‘다소 간 높아졌다’가 33.1%, ‘매우 높아졌다’가 13.1%를 나타내 전체적으로 46.2%가 한국에 온 후에 호감도가 높아졌다고 응답했다. 반면에 ‘다소간 낮아졌다’는 8.1%을 나타냈으며, ‘매우 낮아졌다’는 7.1%를 나타내 전체적으로 15.2%의 결혼이민자들은 한 온 후에 호감도가 낮아졌다고 응답했다. ‘잘 모르겠다’는 전체의 15.1%로 나타났다.

이는 결혼이민자들이 한국에 들어오기 전과 비교해 호감도가 높아진 것이 46.2%인데 반해 호감도가 낮아진 것은 15.2%로 나타나 전체적으로 호감도 상승이 하락에 비해 거의 3배 이상 높게 나타나고 있다. 이는 결혼이민자 입장에서 한국에 오기 전에 생각했던 한국에 대한 호감도가 한국에 온 후에 자신들이 기대했던 것 보다 훨씬 긍정적으로 전환되고 있음을 의미하는 결과이다.

〈그림 6-11〉 한국에 온 후 호감도 변화



한편 한국에 온 이후의 호감도 변화를 5점 척도로 환산하면 3.44 점으로 비교적 높은 호감도 변화를 나타내고 있는데, 이는 배우자와

의 연령 차이 및 세대구성 특성에 따라 유의미한 호감도 변화 차이를 보여주고 있다.

〈표 6-12〉 한국에 온 후 호감도 변화에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수(명)	평균값(점)	F	p
전 체		421	3.44		
국적	취 득	114	3.46	0.057	0.811
	미취득	300	3.43		
혼인 기간	2년 이하	67	3.51	1.122	0.340
	3년~5년	177	3.37		
	6년~8년	59	3.46		
	9년 이상	68	3.65		
연령 차이	5세 미만	81	3.67	2.694	0.031
	5세~9세	76	3.46		
	10세~14세	130	3.28		
	15세~19세	71	3.59		
	20세 이상	49	3.16		
학력	중졸이하	102	3.34	0.505	0.679
	고 졸	188	3.45		
	대 졸	85	3.42		
	대학원졸	29	3.62		
소득	100만원 미만	56	3.52	0.686	0.602
	100~200만원	150	3.36		
	200~300만원	101	3.54		
	300만원 이상	45	3.38		
	잘 모른다	58	3.57		
세대 구성	부부	109	3.61	2.345	0.072
	2세대(자녀)	195	3.48		
	3세대	78	3.23		
	2세대(부모)	28	3.18		
취업 여부	취업주부	100	3.47	0.180	0.671
	전업주부	248	3.42		

주 : 평균값은 ‘잘 모르겠다’ 응답자를 제외하여 5점 척도를 단순 평균한 값을 의미

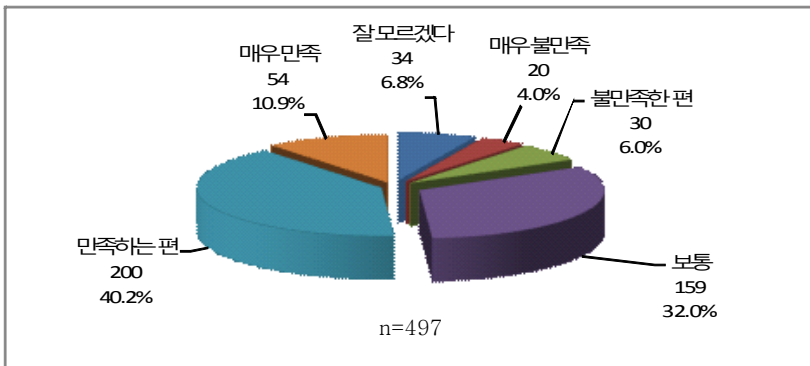
배우자와의 연령차이별로는 전체적으로 5세 미만 차이가 3.67점으로 가장 높은 호감도 변화를 나타낸 반면 20세 이상 나이차는 3.16점으로 가장 낮게 나타났다. 이는 배우자와의 나이차가 호감도 변화에 의미있게 작용하고 있는 것으로 나이차가 20세 이상인 경우에 긍정적 차원의 호감도 변화는 거의 없는 것으로 나타났다.

세대구성별로는 부부가구의 경우에 3.61점으로 상대적으로 가장 높은 한국에 대한 호감도 변화를 나타냈으나, 부모를 모시고 있는 2세대 가구의 호감도 변화는 3.18점으로 상대적으로 가장 낮은 호감도 변화를 나타냈다.

#### 마. 현재 결혼생활 만족도

결혼이민자들이 생각하는 현재의 결혼생활에 대한 만족도는 ‘만족하는 편’이 40.2%, ‘매우 만족’이 10.9%로 나타나 전체적으로 51.1%가 현재의 결혼생활에 만족하고 있는 것으로 나타났다.

〈그림 6-12〉 현재 결혼생활 만족도



반면 ‘불만족하는 편’은 6.0%, ‘매우 불만족’이 4.0%로 전체적으로 10.0%의 응답자들은 현재의 결혼생활에 대해 불만족하고 있는 것으로 나타났다. ‘보통’은 32.0%로 나타났으며 ‘잘 모르겠다’는 6.8%로 나타났다. 이는 현재의 결혼생활에 대해 51.1%가 만족하고 있다고 응답한 반면 10.0%만이 불만족하고 있다고 응답하고 있어 전체적으로 현재 결혼생활 만족자들이 불만자들에 비해 5배나 많은 것으로 결혼이민자들이 생각하는 결혼생활은 상당 수준 긍정적인 것을 의미한다.

한편, 결혼이민자들이 느끼는 현재의 결혼생활 만족도를 5점 척도로 환산하면 3.51점으로 상당히 높은 만족 수준을 보여주고 있는데, 이는 응답자 개인 특성에 따라 결혼생활 만족도에 차이를 나타내고 있다. 혼인기간별로는 2년 이하가 3.75점으로 가장 높은 결혼생활 만족도를 나타내고 있는데 이는 신혼초의 결혼이민자들의 기대가 반영된 결과로 판단된다. 3년~5년은 3.40점으로 상대적으로 가장 낮은 만족도를 나타내고 있다. 하지만, 6년을 경계로 혼인기간이 길수록 결혼생활 만족도가 보다 높아지는 추세를 보여주고 있다.

배우자와의 연령차에 있어서는 연령차이가 많으면 많을수록 결혼생활 만족도는 낮아지는 것으로 나타났다. 즉, 5세 미만의 결혼생활 만족도는 3.79점인데, 5세~9세는 3.62점, 10세~14세 3.47점, 15~19세 3.38점, 20세 이상 3.19점을 나타내 배우자와의 나이차가 클수록 결혼생활 만족도는 보다 낮아지는 것으로 나타났다.

학력별 및 소득별 현재의 결혼생활 만족도에 있어서는 학력수준 및 소득수준이 높을수록 현재의 결혼생활 만족도 역시 보다 높아지는 것으로 나타났다. 즉, 학력별로는 중졸이하 3.35점, 고졸 3.52점, 대졸 3.67점, 대학원졸 3.53점으로 나타나 학력수준이 높아질수록 현

〈표 6-13〉 현재 결혼생활 만족도에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수(명)	평균값(점)	F	p
전 체		463	3.51		
국적	취 득	128	3.48	0.293	0.589
	미취득	322	3.54		
혼인 기간	2년 이하	71	3.75	2.668	0.047
	3년~5년	200	3.40		
	6년~8년	63	3.46		
	9년 이상	73	3.56		
연령 차이	5세 미만	86	3.79	4.492	0.001
	5세~9세	84	3.62		
	10세~14세	144	3.47		
	15세~19세	85	3.38		
	20세 이상	52	3.19		
학력	중졸이하	115	3.35	2.078	0.102
	고 졸	204	3.52		
	대 졸	92	3.67		
	대학원졸	32	3.53		
소득	100만원 미만	59	3.13	6.804	0.000
	100~200만원	161	3.51		
	200~300만원	113	3.72		
	300만원 이상	50	3.86		
	잘 모른다	69	3.33		
세대 구성	부부	114	3.77	4.589	0.004
	2세대(자녀)	209	3.49		
	3세대	93	3.31		
	2세대(부모)	31	3.45		
취업 여부	취업주부	103	3.50	0.093	0.760
	전업주부	279	3.53		

주 : 평균값은 '잘 모르겠다' 응답자를 제외하여 5점 척도를 단순 평균한 값을 의미

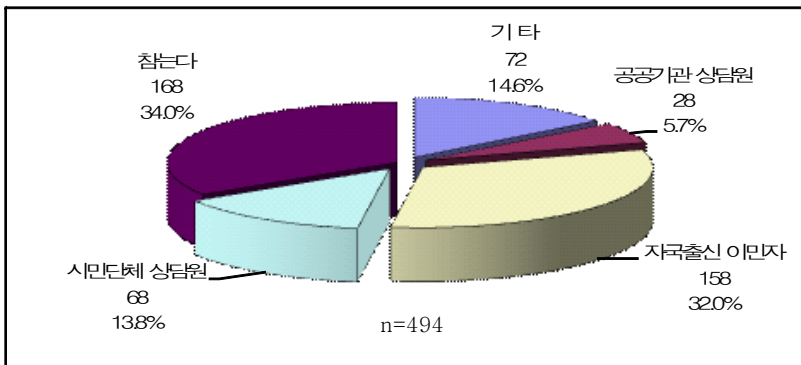
재의 결혼생활 만족도가 보다 높아지는 것으로 나타났으며, 소득별로는 100만원 미만 3.13점, 100만원대 3.51점, 200만원대 3.72점, 300만원 이상 3.86점을 나타내 소득수준이 높을수록 현재의 결혼생활 만족도가 보다 높아지는 것으로 나타났다.

세대구성별로는 부부가구의 현재 결혼생활 만족도가 3.77점으로 가장 높게 나타난 반면 3세대 가구의 만족도는 3.31점으로 상대적으로 가장 낮게 나타났다.

#### 바. 어려운 일 발생시 대응행동

결혼이민자들이 생활하면서 어려운 일을 당한 경우, 대응하는 방식은 ‘참는다’와 ‘같은 국가 출신의 결혼이민자와 상의한다’가 각각 34.0%와 32.0%로 대부분을 차지하고 ‘근처 시민/종교 단체 상담원과 상의’가 13.8%, 지역내 자치단체/읍면동사무소 상담원과 상의’가 5.7%로 나타났다. 이들 이외 방법으로는 14.6%로 나타났다.

<그림 6-13> 생활 어려움 발생시 대응방식



이는 결혼이민자들이 생활하면서 어려운 일을 당한 경우에 그 대응방식은 크게 3가지로 구분되고 있음을 보여주는데, 생활의 어려움이 발생된 경우에 ‘그냥 참는 것’, ‘같은 국가 출신의 결혼이민자와 상의하는 것’, ‘시민/종교단체나 공공기관 상담원과 상담하는 것’ 등으로 구분되고 있음을 의미한다.

한편, 생활 어려움 발생시 그 대응방식은 결혼이민자 개인 특성에 따라 상당한 차이를 보여주고 있는데, 국적취득 유무별로는 국적취득자는 미취득자들에 비해 시민/종교 단체 상담원과의 상의가 보다 높게 나타난 반면 미취득자들은 자국 출신의 결혼이민자와의 상의를 통한 문제해결 방식을 보다 선호하는 것으로 나타났다.

혼인기간별 생활 어려움 대응방식에 있어서 결혼이민자들은 혼인기간이 길면 길수록 시민/종교 단체 상담원과의 상의를 통한 대응을 보다 선호되는 것으로 나타났다. 즉, 혼인기간이 2년 이하인 경우는 11.3%였으나, 6~8년은 22.7%, 9년 이상은 29.3%를 나타냈다. 반면, 혼인기간이 짧을수록, 자국 출신의 결혼이민자와의 상의를 통한 대응이 더 높게 나타났는데, 특히 3년~5년 집단이 36.1%로 상대적으로 가장 높게 나타났다.

학력별로는 학력수준이 낮을수록 생활 어려움 발생시 그냥 참는 비율이 보다 더 높게 나타난 반면 학력수준이 높을수록 시민/종교단체 상담원과의 상의를 통한 대응방식을 보다 선호하는 것으로 나타났다. 즉, ‘참는다’는 중졸이하 43.0%, 고졸 33.9%, 대졸 23.5%, 대학원졸 31.4%를 나타내 대체로 학력수준이 낮을수록 더 높게 나타난 반면, 시민단체 상담원 상의를 통한 대응은 중졸이하 9.1%, 고졸 12.8%, 대졸 18.4%, 대학원졸 22.9%로 나타나 학력수준이 높을수록 더 높게 나타났다.

<표 6-14> 생활 어려움 발생시 대응방식에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수 (명)	참는다	시민단체 상담원	자국출신 이민자	공공기관 상담원	기 타	χ <sup>2</sup>
전 체		494	34.0	13.8	32.0	5.7	14.6	
국적	취 득	135	35.6	19.3	22.2	7.4	15.6	9.578**
	미취득	345	33.3	12.2	34.8	4.9	14.8	
혼인 기간	2년 이하	76	30.3	11.8	28.9	6.6	22.4	34.663 ***
	3년~5년	216	38.4	7.4	36.1	4.2	13.9	
	6년~8년	66	30.3	22.7	28.8	6.1	12.1	
	9년 이상	75	29.3	29.3	21.3	8.0	12.0	
연령 차이	5세 미만	86	27.9	25.6	26.7	5.8	14.0	19.959
	5세~9세	86	29.1	11.6	33.7	9.3	16.3	
	10세~14세	158	36.7	10.8	30.4	5.7	16.5	
	15세~19세	90	37.8	11.1	33.3	3.3	14.4	
	20세 이상	57	36.8	12.3	38.6	3.5	8.8	
학력	중졸이하	121	43.0	9.1	32.2	4.1	11.6	22.210 **
	고 졸	218	33.9	12.8	33.0	7.8	12.4	
	대 졸	98	23.5	18.4	31.6	6.1	20.4	
	대학원졸	35	31.4	22.9	22.9	-	22.9	
소득	100만원 미만	62	30.6	19.4	17.7	16.1	16.1	30.833 **
	100~200만원	168	33.3	12.5	34.5	6.0	13.7	
	200~300만원	117	41.0	9.4	29.9	4.3	15.4	
	300만원 이상	52	26.9	15.4	32.7	1.9	23.1	
	잘 모른다	84	34.5	15.5	38.1	2.4	9.5	
세대 구성	부부	121	28.9	14.0	32.2	7.4	17.4	12.347
	2세대(자녀)	226	35.0	15.9	30.1	5.3	13.7	
	3세대	97	34.0	10.3	37.1	3.1	15.5	
	2세대(부모)	33	42.4	6.1	33.3	12.1	6.1	
취업 여부	취업주부	106	41.5	16.0	21.7	5.7	15.1	8.749*
	전업주부	298	33.9	12.8	36.6	3.0	13.8	

주 : 0.05<p≤0.1 \*, 0.01<p≤0.05 \*\*, p≤0.01 \*\*\*

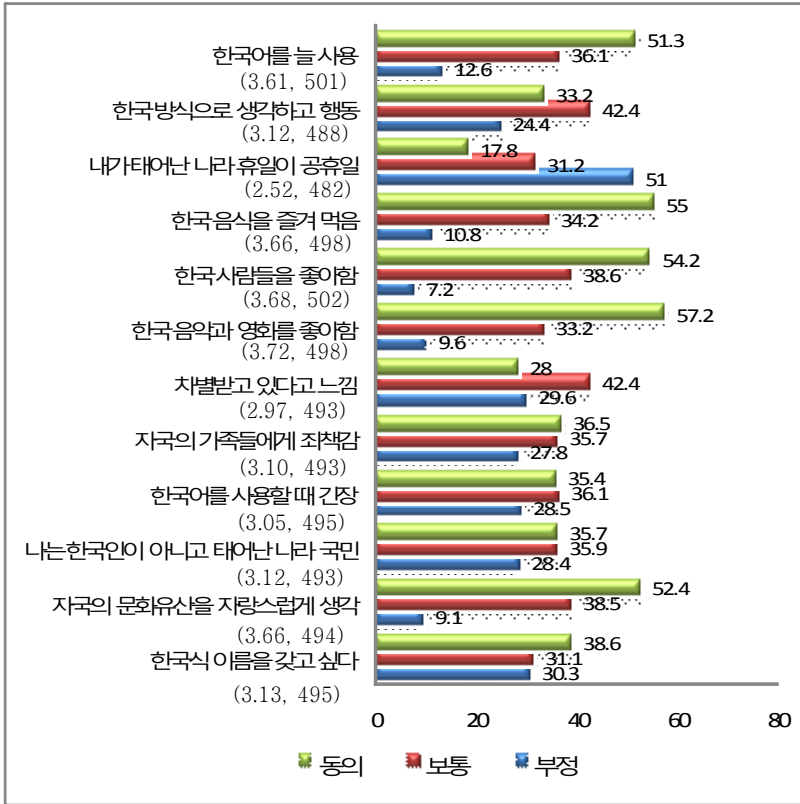
소득별로는 ‘참는다’는 200만원대 집단이 41.0%로 가장 높게 나타난 반면 300만원 이상 집단은 26.9%를 나타내 가장 낮게 나타났으며, 시민단체 상담원 상의를 통한 대응 및 공공기관 상담원 상의를 통한 대응은 100만원 미만 집단이 각각 19.4%와 16.1%를 나타내 상대적으로 가장 높게 나타났다. 자국 출신 결혼이민자와 상의를 통한 대응은 100만원대 집단이 34.5%로 가장 높게 나타났다.

취업여부별로는 취업주부들은 전업주부들에 비해 ‘참는다’, ‘시민/종교단체 상담원 상의를 통한 대응’이 각각 41.5%와 16.0%를 나타내 상대적으로 더 높게 나타난 반면 전업주부는 자국 출신의 결혼이민자와의 상의를 통한 대응이 36.6%로 보다 높게 나타났다.

#### 사. 한국생활 적응 인식

결혼이민자들의 한국생활 전반에 대한 적응 인식에 있어서 결혼이민자의 57.2%는 한국음악과 영화를 좋아하고, 55.0%는 한국음식을 즐겨 먹으며, 54.2%는 한국 사람들을 좋아하고, 51.3%는 한국어를 늘 사용하고 있지만 35.4%는 한국어를 사용할 때 긴장감을 느끼는 것으로 나타났다. 52.4%는 자신이 태어난 나라의 문화유산을 자랑스럽게 생각하고, 35.7%는 나는 한국인이 아니고 내가 태어난 국가 국민이라고 생각하고 있다. 하지만, 38.6%는 한국식 이름을 갖고 싶어하고, 33.2%는 내가 생각하고 행동하는 방법은 한국 방식이라고 생각하며, 내가 지키는 공휴일은 내가 태어난 나라의 휴일이라는데 51.0%가 반대하고 17.8%만이 동의하고 있다. 결혼이민자의 28.0%는 자신이 차별받고 있다고 느끼고, 36.5%는 태어난 나라에 두고 온 가족들에게 죄책감을 느끼고 있는 것으로 나타났다.

<그림 6-14> 한국생활 적응 인식



주 : ( )안의 숫자는 앞의 5점척도 평균점수를, 뒤는 사례수를 의미

이상의 분석결과를 요약하면, 대부분의 결혼이민자들은 한국문화 전반에 대해 상당한 존중감과 호감을 갖고 있고, 자신이 태어난 나라에 대한 문화유산 등에 대한 자긍심 또한 매우 높지만, 태어난 나라에 두고 온 가족들에게 죄책감을 느끼고 있고, 일부 결혼이민자들은 스스로 차별받고 있다고 느끼고 있다.

한편, 한국생활 적응 관련한 12개 변수에 대한 결혼이민자 개인 특성별 인식 차이를 분석하기 위해 이들 변수들을 요인분석을 통해 3개의 통합변수로 전환하였다. 당초 12개 변수를 사용하여 요인분석을 시도하였지만 요인을 구성한 개별변수의 공분산값이 0.4 이하를 나타냈거나, 요인 구성의 논리성이 미흡한 2개 변수를 제외한 10개 변수가 요인을 구성하였다. 금번 연구의 요인분석은 측정도구의 다차원 검정을 위해 주대각성분추출법 및 직각회전법을 이용했으며, 최종적으로 3개 요인을 도출하여, 제1요인은 한국문화 존중감, 제2요인은 차별인식/죄책감, 제3요인은 모국 자긍심으로 명명했다.

제1요인은 ‘한국 음악과 영화를 좋아한다’(요인적재치=0.783)를 대표변수로 5개의 핵심 변수로 요인을 구성했다. 동 요인은 한국 음악과 영화를 좋아하고, 한국음식을 즐겨 먹으며, 한국 사람을 좋아하고 한국어를 늘 사용하고 있으며, ‘내가 생각하고 행동하는 방법은 한국 방식이다’ 등의 특성을 나타내 요인 명칭을 ‘한국문화 존중감’으로 명명했다.

제2요인은 ‘태어난 나라에 두고 온 가족들에게 죄책감을 느낀다’(요인적재치=0.760)를 대표변수로 3개의 핵심 변수로 요인을 구성했다. 동 요인은 태어난 나라에 두고 온 가족들에게 죄책감을 느끼고 자신은 차별을 받고 있다고 느끼며 한국어를 사용할 때 긴장되는 특성을 나타내고 있다. 이에 요인 명칭을 ‘차별인식/죄책감’으로 명명했다.

제3요인은 ‘내가 태어난 나라의 문화유산을 자랑스럽게 생각한다’(요인적재치=0.809)를 대표변수로 2개의 변수로 요인을 구성했다. 동 요인은 ‘자신이 태어난 나라의 문화유산을 자랑스럽게 생각하고 자신은 한국인이 아니고 자신이 태어난 나라 국민이다’는 특성을 나타내고 있는데 요인 명칭을 ‘모국 자긍심’으로 명명했다.

〈표 6-15〉 한국생활 적응에 대한 요인분석 결과

구 분	1요인	2요인	3요인	공분산
	한국문화 존중감	차별인식/ 죄책감	모국 자긍심	
한국어를 늘 사용하고 있다	0.690	-0.236	-0.045	0.533
생각하고 행동하는 방법은 한국방식이다	0.743	-0.084	-0.182	0.593
한국 음식을 즐겨 먹는다	0.712	-0.065	-0.001	0.511
한국 사람들을 좋아한다	0.760	-0.038	0.146	0.601
한국 음악과 영화를 좋아한다	0.783	0.121	0.052	0.630
나는 차별을 받고 있다고 느낀다	-0.109	0.714	-0.008	0.521
두고 온 가족들에게 죄책감을 느낀다	0.052	0.760	0.034	0.581
나는 한국어를 사용할 때 긴장된다	-0.109	0.749	0.101	0.583
나는 내가 태어난 나라 국민이다	-0.253	0.155	0.760	0.666
태어난 나라의 문화유산이 자랑스럽다	0.235	-0.031	0.809	0.711
Eigenvalue	2.871 (28.7%)	1.755 (17.6%)	1.303 (13.0%)	59.3%

이상에서의 3개 요인을 중심으로 결혼이민자 개인 특성에 따른 한국생활 적응 행동요인과의 관련성을 살펴보았다. 먼저 국적취득 유무에 있어서는 한국문화 존중감에서 유의미한 차이를 나타냈는데, 국적취득자의 한국문화 존중감은 -0.209인데 반해 미취득자는 0.075를 나타내 미취득자의 한국문화 존중감이 보다 높게 나타났다.

혼인기간별로는 한국문화 존중감은 2년 이하가 0.043, 3년~5년이 0.062, 6년~8년 -0.361, 9년 이상 -0.259를 나타내 혼인기간 6년을 경계로 혼인기간이 짧은 집단이 긴 집단에 비해 더 높은 한국문화 존

중감을 보여주고 있다. 이는 신혼 초기부터 5년 이하까지는 생경한 한국문화에 대한 기대와 적응이 존중감을 높이지만, 어느 정도 한국 생활에 적응이 되면서 상대적으로 평균이하로 낮아진 것을 의미한다. 반면, 차별인식/죄책감은 결혼생활 5년을 경계로 6년 이상이 되면서 자신에 대한 차별감과 고국 가족들에 대한 죄책감이 더 높게 나타나고 있다. 모국 자긍심의 경우는 혼인기간 2년 미만에서 상대적으로 가장 낮게 나타나고 있다.

배우자와의 연령차는 한국생활 적응 행동에 있어서 한국문화 존중감과 차별인식/죄책감 등에 유의미한 관련성을 맺고 있다. 한국문화 존중감은 10세 차이를 경계로 그 이하 집단의 한국문화 존중감은 평균 이하로 나타난 반면 10세 이상 집단의 한국문화 존중감은 평균 이상을 나타내고 있다. 반면 차별인식/죄책감은 배우자와의 연령차가 적을수록 보다 더 높게 나타나고 있다. 즉, 5세 미만은 0.341을, 5세~9세는 0.199, 10세~14세 0.039, 15세~19세는 0.292, 20세 이상은 -0.392를 나타내 배우자와의 나이차가 적을수록 차별인식 및 죄책감을 보다 많이 느끼고 있는 것으로 나타났다.

학력별 한국생활 적응 행동에 있어서는 한국문화 존중감은 학력수준이 낮을수록 더 높게 나타나고 있다. 즉, 중졸이하의 한국문화 존중감은 0.212로 가장 높게 나타났는데 반해 고졸은 -0.040, 대졸은 -0.116, 대학원졸은 -0.303을 나타내 학력수준이 높을수록 한국문화 존중감이 오히려 낮아지고 있음을 보여주고 있다. 반면 차별인식/죄책감은 대졸 집단이 0.221로 가장 높게 나타났으나 대학원졸 집단은 -0.238로 가장 낮게 나타났다. 모국 자긍심에 있어서는 대학원졸 집단이 0.320으로 가장 높게 나타난 반면 대졸 집단은 -0.238로 가장 낮게 나타났다.

〈표 6-16〉 한국생활 적응 행동요인에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수 (명)	한국문화 존중감	차별인식/ 죄책감	모국 자긍심
전 체		507	0.000	0.000	0.000
국적	취 득	127	-0.209	0.111	0.012
	미취득	327	0.075	-0.013	0.004
	F		7.450***	1.416	0.007
혼인 기간	2년 이하	69	0.043	-0.117	-0.237
	3년~5년	207	0.061	-0.166	0.096
	6년~8년	58	-0.361	0.158	0.028
	9년 이상	73	-0.259	0.410	0.044
	F		4.172***	7.359***	2.122*
연령 차이	5세 미만	81	-0.424	0.341	0.006
	5세~9세	79	-0.131	0.199	-0.138
	10세~14세	147	0.232	0.039	0.015
	15세~19세	86	0.046	-0.292	0.045
	20세 이상	56	0.123	-0.392	-0.016
	F		6.625***	7.826***	0.422
학력	중졸이하	118	0.212	-0.114	0.113
	고 졸	206	-0.040	0.012	0.016
	대 졸	91	-0.116	0.221	-0.238
	대학원졸	32	-0.303	-0.238	0.320
	F		3.296**	2.655**	3.282**
소득	100만원 미만	57	0.078	-0.073	-0.032
	100~200만원	159	-0.060	-0.060	-0.076
	200~300만원	108	-0.185	0.107	0.123
	300만원 이상	49	-0.096	0.394	-0.061
	잘 모른다	83	0.253	-0.223	-0.037
	F		2.682**	3.559***	0.710
세대 구성	부부	114	0.005	-0.021	-0.197
	2세대(자녀)	216	-0.113	0.010	0.052
	3세대	89	0.162	0.085	0.070
	2세대(부모)	32	0.124	-0.147	0.123
	F		1.848	0.463	1.986
취업 여부	취업주부	101	-0.184	0.087	-0.081
	전업주부	286	0.093	-0.104	-0.031
	F		5.824**	2.860*	0.189

주 : 0.05<p≤0.1 \*, 0.01<p≤0.05 \*\*, p≤0.01 \*\*\*, 분석사례수는 결측치를 제외

소득별로는 한국문화 존중감은 100만원 미만 집단이 0.078로 평균 이상을 나타낸 가운데 가구 소득을 잘 모르는 집단이 0.253으로 가장 높은 한국문화 존중감을 나타냈다. 반면 차별인식/죄책감은 소득 수준이 높을수록 더 높게 나타났다. 즉, 100만원 미만은 -0.073, 100만원대 -0.060, 200만원대 0.107, 300만원대 0.221 등으로 나타나 소득 수준이 높을수록 차별인식 및 죄책감이 보다 높게 나타났다.

세대구성별로는 한국문화 존중감은 3세대 가구가 0.162로 가장 높게 나타났으며 자녀를 둔 2세대 가구는 -0.113으로 상대적으로 가장 낮게 나타났다. 차별인식 및 죄책감에 있어서는 3세대 가구가 0.085로 가장 높게 나타난 반면 부모를 모시고 있는 2세대 가구가 -0.147로 가장 낮게 나타났다.

취업여부에 있어서는 한국문화 존중감은 상대적으로 전업주부가 취업주부에 비해 더 높게 나타났으며, 차별인식 및 죄책감은 취업주부가 전업주부에 비해 더 높게 나타났다.

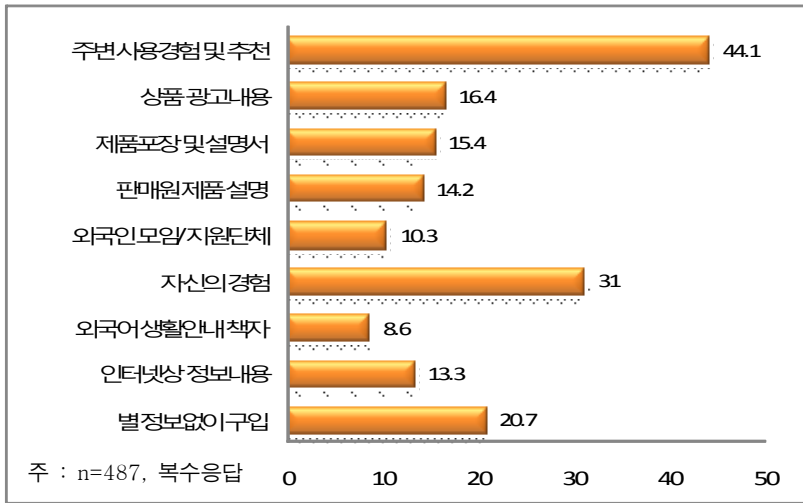
#### 4. 구매 및 불만·피해 대응 행동

##### 가. 상품 구입시 고려하는 정보원

결혼이민자들이 상품을 구입할 때 가장 많이 참고하는 상품정보는 주변의 사용경험 및 추천이 44.1%로 단연 1순위를 나타냈으며, 자신의 경험이 31.0%, ‘별 정보없이 구입’은 20.7%를 나타냈다. 그 다음으로는 상품 광고내용이 16.4%, 제품포장 및 설명서는 15.4%, 판매원 제품설명은 14.2%, 인터넷상 정보내용 13.3%의 순으로 나타났다. 반

면 외국인 모임 및 지원단체는 10.3%, 외국어 생활안내책자는 8.6%를 나타내 상대적으로 낮은 정보 활용을 나타냈다.

<그림 6-15> 상품 구입시 주로 참고하는 정보원



이는 결혼이민자들이 상품을 구입할 때 주로 주변의 사용경험 및 추천, 자신의 경험 등에 의존하여 상품을 구입하고 있으며, 결혼이민자 5명 중 1명은 아무런 정보없이 상품을 구입하고 있음을 의미한다. 이는 대부분의 결혼이민자들이 상품에 대한 공식적인 정보 보다는 비공식적인 정보에 의존하여 상품을 구입하고 있으며, 결혼이민자들의 의사소통 어려움을 감안하여 외국어 생활안내책자가 보급되고 외국인 모임 및 지원단체 등 활동이 이루어지고 있으나 이러한 정보나 활동들이 결혼이민자들의 상품 구입과 관련해서는 의미있는 도움을 주지 못하고 있음을 의미한다.

실제 결혼 이민자 입장에서의 상품 선택은 상당한 어려움이 존재한다. 결혼 이민자인 하마노 미호꼬씨에 따르면 “사고 싶은 물건을 어디 가서 사야할지, 그곳에 가서는 어떤 상품을 골라야 할지를 알아야 구입할텐데 잘 모르고 있다. 낯선 한국에서 대화도 안되고 지리도 모르고 좋은 상품 고르는 것도 어려움이 있다. 남편이 데려다 주는 곳에 가서 그냥 필요한 것을 사거나 어머니가 사다 주신 물건이 좋은 것인지 안 좋은 것인지도 모르고 사용하고 있다”고 한다.(하마노 미호꼬, 2009)

한편, 결혼이민자 입장에서 상품 구입시 주된 참고 정보와 관련하여 상위 5대 참고 정보에 대해 응답자 개인 특성에 따른 참고 정보 활용도 차이를 분석하였다. 배우자와의 연령차별로는 연령차가 적을수록 상품 구입시 자신의 경험에 의존하는데 반해 연령차가 많을수록 정보없이 구입하는 경향이 높게 나타났다. 즉, 자신의 경험 의존율은 5세 미만이 44.2%, 5세~9세 31.0%, 10세~14세 29.9%, 15세~19세는 26.7%, 20세 이상 26.8%를 나타내 연령차가 적을수록 더 높게 나타났다. 반면, 정보없이 상품 구입은 5세 미만이 8.1%, 5세~9세 19.1%, 10세~14세 24.7%, 15세~19세 20.0%, 20세 이상 30.4%를 나타내 연령차가 많을수록 더 높게 나타났다.

학력별로는 주변의 사용경험 및 추천만이 유의미한 차이를 나타냈는데, 고졸 집단이 49.8%로 가장 높게 나타난 반면 대졸 집단은 36.8%로 상대적으로 가장 낮게 나타났다.

소득별로는 100만원 미만 집단을 제외하면 소득수준이 낮을수록 자신의 경험에 의존하는 것으로 나타났다. 정보없이 상품을 구입하는 것은 100만원 미만 집단이 23.0%로 보다 높게 나타났지만 가구 소득을 잘 모르는 집단은 31.0%로 가장 높게 나타났다.

<표 6-17> 상품 구입시 주된 참고 정보에 대한 특성 차이 분석

구 분	표본수 (명)	주변추천	상품광고 내용	제품포장 설명서	자신의 경험	정보없이 구입	
전 체	487	44.1	16.4	15.4	31.0	20.7	
국적	취 득	132	43.9	17.4	15.2	32.6	17.4
	미취득	343	43.4	16.6	16.0	30.0	21.6
	F		0.010	0.044	0.056	0.289	1.008
혼인 기간	2년 이하	73	43.8	11.0	19.2	27.4	17.8
	3년~5년	215	43.7	18.6	13.5	34.0	22.8
	6년~8년	66	36.4	10.6	21.2	33.3	16.7
	9년 이상	73	54.8	19.2	13.7	34.3	15.1
	F		1.660	1.468	1.064	0.389	0.944
연령 차이	5세 미만	86	48.8	17.4	16.3	44.2	8.1
	5세~9세	84	42.9	17.9	21.4	31.0	19.1
	10세~14세	154	42.9	17.5	16.9	29.9	24.7
	15세~19세	90	48.9	14.4	10.0	26.7	20.0
	20세 이상	56	37.5	14.3	10.7	26.8	30.4
	F		0.679	0.187	1.393	2.046*	3.360***
학력	중졸이하	120	38.3	19.2	9.2	34.2	27.5
	고 졸	215	49.8	14.0	17.7	31.6	19.1
	대 졸	95	36.8	17.9	19.0	30.5	16.8
	대학원졸	36	47.2	16.7	19.4	27.8	13.9
	F		2.210*	0.587	1.866	0.216	1.888
소득	100만원 미만	61	29.5	9.8	16.4	27.9	23.0
	100~200만원	166	48.8	16.3	13.9	40.4	16.3
	200~300만원	114	43.0	21.9	16.7	30.7	20.2
	300만원 이상	50	50.0	22.0	14.0	28.0	12.0
	잘 모른다	84	45.2	11.9	17.9	15.5	31.0
	F		1.893	1.693	0.232	4.314***	2.524**
세대 구성	부부	119	37.0	21.9	20.2	29.4	14.3
	2세대(자녀)	222	45.5	14.9	15.8	32.0	22.5
	3세대	97	47.4	13.4	10.3	32.0	19.6
	2세대(부모)	32	46.9	15.6	12.5	21.9	28.1
	F		1.048	1.203	1.401	0.500	1.533
취업 여부	취업주부	104	38.5	25.0	18.3	34.6	9.6
	전업주부	293	46.8	13.7	13.0	30.0	27.3
	F		2.139	7.225***	1.752	0.748	14.117***

주 : 0.05<p≤0.1 \*, 0.01<p≤0.05 \*\*, p≤0.01 \*\*\*

취업여부별로는 취업주부들은 상품 광고내용 의존율이 높게 나타난 반면 전업주부들은 정보없이 상품구입이 보다 높게 나타났다. 즉, 상품 광고내용을 참고한 상품구입은 취업주부가 25.0%, 전업주부 13.7%를 나타내 취업주부가 높게 나타난 반면, 정보없이 상품구입에 있어서는 취업주부는 9.6%, 전업주부는 27.3%를 나타내 전업주부가 월등히 높게 나타났다.

#### 나. 생활용품 구입시 매장 선택요인

결혼이민자들이 일상 생활용품을 구입할 때, 구입장소를 선택하는 기준은 ‘가격 저렴’이 57.0%로 단연 1순위로 나타났으며, ‘집과 가까움’이 40.5%, 품질 21.1%, 상품다양성 15.9%, 교환/환불/AS 13.4% 등의 순으로 나타났다. 반면 판매원 친절은 8.3%, 배달서비스 7.9%, 매장분위기는 4.5%를 나타내 이들 요인들은 결혼이민자 입장에서 상대적으로 낮은 매장 선택요인이 되고 있음을 보여주고 있다.

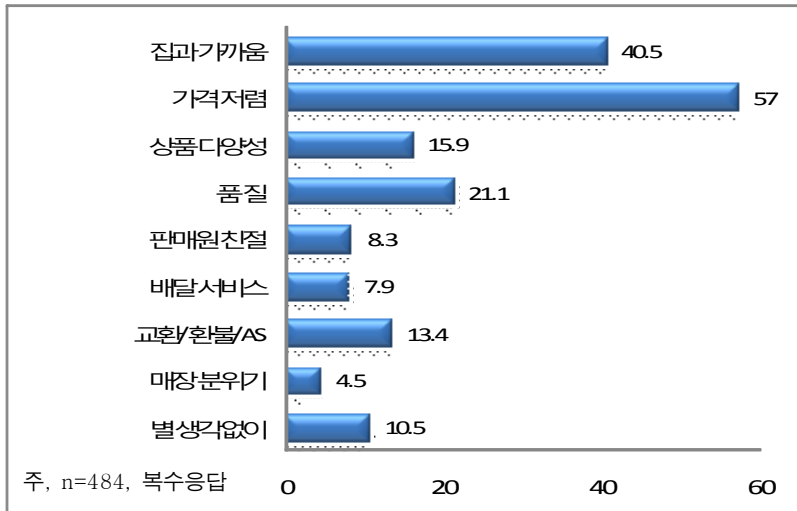
이는 결혼이민자들이 일상적인 생활용품을 구입할 때 품질이나 상품 다양성 보다는 가격과 매장 접근성을 중시하여 매장을 선택하고, 상대적으로 판매원 친절, 배달 서비스, 매장 분위기 등 상품과 직접 관련이 없는 부가 서비스 요인들은 매장 선택에 의미있는 영향력을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

한편, 결혼이민자들이 일상 생활용품 구입시 매장 선택에 영향을 미치는 요인 중 상위 5개 요인에 대해 응답자 개인 특성에 따른 매장 선택 차이를 분석하였다. 국적취득 유무별로는 매장을 선택할 때 교환/환불 요인 중시 경향은 국적 미취득자에 비해 취득자들이 보다 높게 나타났다, 즉, 국적 취득자는 19.5%인데, 미취득자는 11.7%로 나

타나 국적 취득자들이 교환/환불을 보다 중시하는 것으로 나타났다.

혼인기간별로는 2년 이하 집단의 경우 매장 선택시 가격 중시 경향은 38.4%를 나타내 전체 평균 57.0%에 비해 훨씬 낮은 수준을 나타낸 반면 교환/환불 중시 경향은 21.9%를 나타내 가장 높게 나타났다. 매장 선택시 교환/환불 중시 경향은 2년 이하 집단을 제외하면 혼인기간이 길수록 이를 보다 중시하는 것으로 나타났다.

〈그림 6-16〉 생활용품 구입시 매장 선택요인



배우자와의 연령차에 따른 매장 선택요인은 전체적으로 배우자와의 연령차가 크면 클수록 집과 가까움, 즉 매장 접근성을 보다 중시하는 것으로 나타났다. 반면, 배우자와의 연령차가 적을수록 매장 선택시 품질을 보다 선호하는 것으로 나타났다.

〈표 6-18〉 생활용품 구입시 매장 선택요인에 대한 특성 차이 분석

구 분	표본수 (명)	집과 가까움	가격 저렴	상품 다양성	품 질	교환/환불 AS	
전 체	487	40.5	57.0	15.9	21.1	13.4	
국적	취 득	128	42.2	53.9	19.5	17.2	19.5
	미취득	343	39.4	58.0	15.2	22.5	11.7
	F		0.309	0.641	1.300	1.553	4.882**
혼인 기간	2년 이하	73	30.1	38.4	16.4	24.7	21.9
	3년~5년	213	42.7	60.6	15.5	18.3	8.9
	6년~8년	63	42.9	60.3	25.4	20.6	17.5
	9년 이상	74	36.5	60.8	16.2	27.0	20.3
	F		1.395	4.130***	1.158	1.029	3.753**
연령 차이	5세 미만	84	39.3	60.7	11.9	39.3	14.3
	5세~9세	87	27.6	52.9	24.1	26.4	17.2
	10세~14세	151	40.4	55.0	15.2	16.6	15.9
	15세~19세	89	49.4	52.8	16.9	14.6	7.9
	20세 이상	57	50.9	71.9	7.0	10.5	7.0
	F		2.922**	1.796	2.269*	6.773***	1.598
학력	중졸이하	119	44.5	62.2	15.1	11.8	10.1
	고 졸	215	39.5	56.3	14.4	24.2	12.6
	대 졸	95	41.1	50.5	15.8	26.3	20.0
	대학원졸	33	30.3	57.6	18.2	27.3	15.2
	F		0.772	0.984	0.118	3.207**	1.609
소득	100만원 미만	59	39.0	67.8	15.3	11.9	8.5
	100~200만원	163	44.8	55.2	15.3	23.9	16.0
	200~300만원	119	34.5	59.7	16.0	25.2	19.3
	300만원 이상	51	33.3	39.2	15.7	29.4	13.7
	잘 모른다	80	47.5	61.3	16.3	12.5	2.5
	F		1.453	2.666**	0.012	2.669**	3.567***
세대 구성	부부	121	38.0	44.6	15.7	23.1	12.4
	2세대(자녀)	221	38.0	58.8	16.3	26.2	13.1
	3세대	96	45.8	62.5	20.8	11.5	15.6
	2세대(부모)	30	50.0	80.0	3.3	13.3	16.7
	F		1.043	5.307***	1.734	3.388**	0.252
취업 여부	취업주부	103	34.0	50.5	21.4	24.3	15.5
	전업주부	292	44.5	60.3	14.0	19.9	11.3
	F		3.491*	2.997*	3.050*	0.889	1.253

주 : 0.05<p≤0.1 \*, 0.01<p≤0.05 \*\*, p≤0.01 \*\*\*

즉, 집과 가까움 중시 경향은 5세~9세 27.6%, 10세~14세 40.4%, 15~19세 49.4%, 20세 이상 50.9%를 나타내 연령차가 많을수록 높게 나타났으나, 품질 중시 경향은 5세 미만 39.3%, 5세~9세 26.4%, 10세~14세 16.6%, 15세~19세 14.6%, 20세 이상 10.5%를 나타내 연령차가 적을수록 더 높게 나타났다. 매장 선택시 상품다양성 중시 경향은 5세~9세가 24.1%로 가장 높게 나타났다.

학력별로는 학력수준이 높을수록 매장 선택시 품질을 보다 중시하는 것으로 나타났는데, 중졸이하 집단의 품질 중시 경향은 11.8%를 나타냈지만, 고졸은 24.2%, 대졸 26.3%, 대학원졸 27.3%를 나타내 학력수준이 높을수록 더 높게 나타났다.

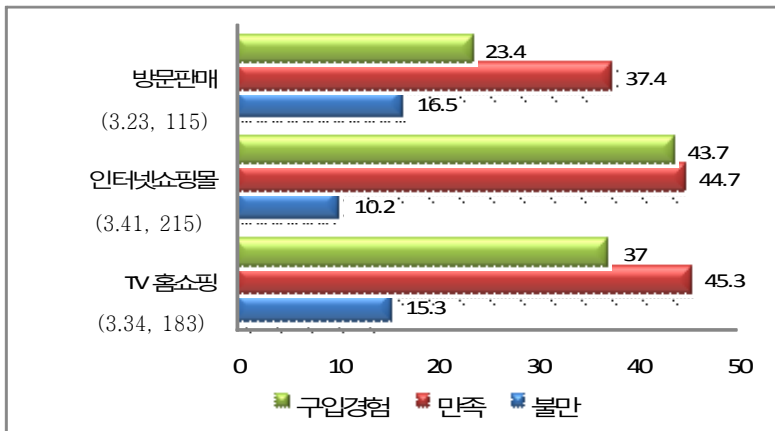
소득별로는 매장 선택시 가격 중시 정도는 대체로 소득수준이 낮을수록 더 높게 나타난 반면, 품질 중시 정도는 소득수준이 높을수록 더 높게 나타났다. 즉, 가격 중시 정도는 100만원 미만 집단은 67.8%, 100만원대 55.2%, 200만원대 59.7%, 300만원 이상 39.2%를 나타내 소득수준이 낮을수록 높게 나타난 반면, 품질 중시 정도는 100만원 미만은 11.9%, 100만원대 23.9%, 200만원대 25.2%, 300만원대 29.4%를 나타내 소득수준이 높을수록 더 높게 나타났다. 교환/환불 중시 경향은 대체로 소득수준이 높을수록 더 높게 나타났는데 특히 200만원대 계층이 19.3%로 가장 높게 나타났다.

세대구성별로는 가격 저렴 중시 경향은 부모를 모시고 있는 2세대 가구가 80.0%로 가장 높게 나타났으나 부부가구는 44.6%로 상대적으로 가장 낮게 나타났으며, 품질 중시 경향에 있어서는 자녀를 둔 2세대 가구가 25.2%로 가장 높게 나타났으며 3세대 가구는 11.5%로 가장 낮게 나타났다.

#### 다. 특수거래 구입경험 및 만족도

최근 1년 이내에 결혼이민자들의 특수거래를 통한 구매 경험은 인터넷쇼핑몰이 43.7%로 가장 높게 나타났으며, TV홈쇼핑은 37.0%, 방문판매 23.4%로 나타났다. 이는 다문화가정 결혼이민자들 사이에서도 특수거래가 보편적으로 이루어지고 있음을 의미하며, 특히 개별 소비자 입장에서 거래 접근성이 좋고, 거래 절차나 대금 결제 조건 역시 손쉬운 인터넷쇼핑몰과 TV홈쇼핑 등을 통한 상품 구입 경험이 방문판매에 비해 월등히 높은 것으로 나타났다.

〈그림 6-17〉 특수거래 구입경험 및 만족도



주 : ( )안의 숫자는 앞은 5점척도하의 만족도를, 뒤는 구입경험 사례수를 의미

이러한 특수거래를 통한 상품 구입의 만족도에 있어서는 인터넷쇼핑몰은 만족이 44.7%인데 반해, 불만이 10.2%를 나타내 만족이 월등히 높게 나타났다. TV홈쇼핑의 경우도 만족이 45.3%, 불만이 15.3%

로 역시 만족이 불만보다 훨씬 더 높게 나타났다. 방문판매의 경우는 만족이 37.4%, 불만이 16.5%로 만족이 불만을 훨씬 상회하고 있지만 인터넷쇼핑몰이나 TV홈쇼핑의 만족도에 비해서는 다소 낮게 나타나고 있다. 이는 결혼이민자들의 특수거래 이용이 상당히 보편화되어 있지만, 거래유형별로는 만족도와 구입경험간에 정의 상관성을 나타내 만족도가 높아지면 이에 비례해서 구입경험 또한 높아지는 것을 의미한다.

한편, 결혼이민자들의 특수거래 구입경험이 응답자 개인 특성에 따라 차이가 있는지를 분산분석을 통해 검증했는데, 국적취득 유무에 있어서는 3개 거래유형 모두에서 국적 취득자들의 구입경험이 미취득자에 비해 보다 높게 나타났으며, 특히 방문판매와 TV홈쇼핑 등의 구입경험은 통계적으로 유의미한 경험차이를 나타냈다.

혼인기간별 인터넷쇼핑몰 구입경험에 있어서 2년 이하 40.5%, 3년~5년 40.3%, 6년~8년 48.4%, 9년 이상 58.1%를 나타내 혼인기간이 길수록 인터넷쇼핑몰 구입경험이 보다 높게 나타났다.

배우자와의 연령차에 있어서는 인터넷쇼핑몰과 TV홈쇼핑 구입경험은 연령차가 적을수록 더 높게 나타났다. 즉, 인터넷쇼핑몰 구입경험은 5세 미만 57.5%, 5세~9세 58.1%, 10세~14세 48.4%, 15세~19세 23.9%, 20세 이상 24.6%를 나타냈으며, TV홈쇼핑 구입경험은 5세 미만 45.4%, 5세~9세 44.8%, 10세~14세 42.3%, 15세~19세 23.9%, 20세 이상 22.8%를 나타냈다.

학력별로는 3개 거래유형 모두가 학력수준이 높을수록 구입경험이 높게 나타났다. 방문판매 구입경험은 중졸이하 22.6%, 고졸 18.4%, 대졸 27.7%, 대학원졸 42.4%를 나타냈으며, 인터넷쇼핑몰 구입경험은 중졸이하 33.1%, 고졸 30.4%, 대졸 67.7%, 대학원졸 45.5%를 나타내

〈표 6-19〉 특수거래 구입경험에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수 (명)	방문판매	인터넷 쇼핑몰	TV홈쇼핑
전 체		495	23.4	43.7	37.0
국적	취 득	136	31.6	50.0	43.8
	미취득	341	20.8	42.1	35.2
	F		6.287**	2.460	3.110*
혼인 기간	2년 이하	75	28.0	40.5	44.7
	3년~5년	219	22.8	40.3	34.6
	6년~8년	64	29.7	48.4	37.9
	9년 이상	74	23.0	58.1	44.6
	F		0.604	2.697**	1.290
연령 차이	5세 미만	86	23.3	57.5	45.4
	5세~9세	86	24.4	58.1	44.8
	10세~14세	153	28.1	48.4	42.3
	15세~19세	92	22.8	23.9	23.9
	20세 이상	57	15.8	24.6	22.8
	F		0.902	10.313***	4.707***
학력	중졸이하	124	22.6	33.1	32.0
	고 졸	217	18.4	39.4	35.8
	대 졸	94	27.7	67.7	43.2
	대학원졸	33	42.4	45.5	52.9
	F		3.627**	10.536***	2.228*
소득	100만원 미만	62	33.9	43.6	46.8
	100~200만원	163	16.6	40.6	30.3
	200~300만원	118	24.6	54.2	47.9
	300만원 이상	51	27.5	50.0	44.2
	잘 모른다	85	18.8	28.2	18.8
	F		2.424**	3.836***	6.549***
세대 구성	부부	118	22.9	39.0	31.1
	2세대(자녀)	227	25.6	50.0	41.1
	3세대	97	21.7	43.3	39.8
	2세대(부모)	32	15.6	18.8	28.1
	F		0.613	4.362***	1.581
취업 여부	취업주부	103	33.0	57.3	44.2
	전업주부	299	20.7	40.7	36.1
	F		6.419**	8.697***	2.172

주 : 0.05<p≤0.1 \* , 0.01<p≤0.05 \*\* , p≤0.01 \*\*\*

45.5%를 나타내 대체로 학력수준이 높을수록 더 높은 구입경험을 나타냈다. TV홈쇼핑의 구입경험은 중졸이하 32.0%, 고졸 35.8%, 대졸 43.2%, 대학원졸 52.9%를 나타내 학력수준이 높을수록 더 높은 구입경험을 나타냈다.

소득별로는 방문판매 구입경험에 있어서는 100만원 미만 집단이 33.9%로 가장 높게 나타났지만, 이를 제외하면 대체로 소득수준이 높을수록 더 높은 방문판매 구입경험을 나타냈다. 인터넷쇼핑몰 구입경험은 200만원을 경계로 그 미만 계층에 비해 그 이상 계층이 더 많은 것으로 나타났으며 TV홈쇼핑은 200만원대 집단이 47.9%로 가장 높은 구입경험을 나타냈다.

세대구성별로는 인터넷쇼핑몰 구입경험에 있어서 자녀를 둔 2세대 가구가 50.0%로 가장 높은 구입경험을 나타낸 반면 부모를 모시고 있는 2세대 가구가 18.8%로 가장 낮은 구입경험을 나타냈다.

취업여부별로는 방문판매 및 인터넷쇼핑몰 구입경험에 있어서 취업주부 집단이 각각 33.0%와 57.3%를 나타내 전업주부 집단의 각각 20.7%와 40.7%에 비해 보다 많은 구입경험을 나타냈다.

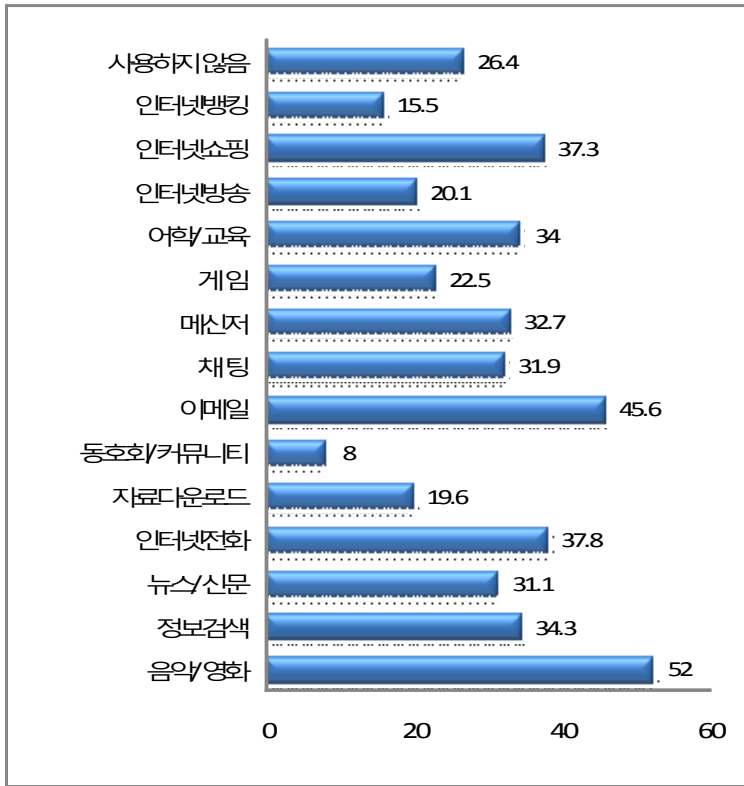
## 라. 인터넷서비스 이용실태

금번 연구의 전체 응답자 507명 중 평소에 인터넷을 이용하지 않는 결혼이민자는 26.4%, 134명으로 나타났다. 인터넷을 평소에 이용하고 있는 373명의 응답자들이 가장 많이 사용하는 인터넷 서비스는 음악/영화가 52.0%로 1순위를 나타냈다.

그 다음으로 이메일 45.7%, 인터넷전화 37.8%, 인터넷쇼핑 37.3%, 정보검색 34.3%, 어학/교육 34.0%, 메신저 32.7%, 채팅 31.9%, 뉴스/신

문 32.1% 등의 순으로 나타났다. 게임은 22.5%, 인터넷방송 20.1%, 인터넷뱅킹은 15.5%를 나타냈지만, 상대적으로 그 이용 정도가 낮게 나타났으며, 동호회/커뮤니티는 8.0%로 가장 낮은 서비스 이용 정도를 나타냈다.

〈그림 6-18〉 인터넷서비스 이용실태



주 : ‘사용하지 않음’은 전체응답자 507명이 분석 대상이나, 그 이외 인터넷서비스 항목별 이용 구성비는 전체응답자 507명 중 이용자 373명을 대상 (복수응답)

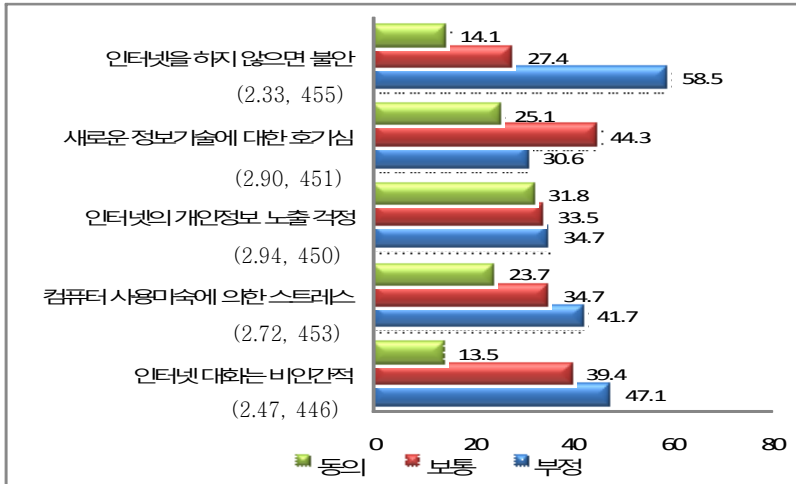
이와 같이 다문화가정 결혼이민자의 73.6%가 인터넷을 이용하고 있다는 분석결과는 인터넷 이용이 매우 보편화되어 있음을 의미한다. 하지만, 인터넷서비스 항목별로는 전체적으로 특정 서비스 이용에 편중되지 않고 비교적 다양한 서비스를 이용하고 있으나 아직은 서비스 항목별 이용률이 낮은 문제점을 노출하고 있다.

#### 마. 정보통신기기 사용 인식

결혼이민자들이 인터넷 등 정보통신기기 등을 사용하면서 느끼는 인식은 ‘인터넷을 하루도 하지 않으면 불안하다’에 대해 긍정은 14.1%에 불과하고 58.5%가 이를 부정하고 있으며, ‘새로운 정보기술이나 제품에 대해 호기심이 많다’는 25.1%가 이에 동의하고 있지만 30.6%는 이를 부정하고 있다. ‘인터넷을 이용할 때 개인정보 노출이 걱정된다’는 의견에 대해서는 31.8%가 이에 동의하고 34.7%는 이를 부정하는 것으로 나타났다. ‘컴퓨터 사용이 능숙하지 않아 스트레스를 받는다’는 23.7%가 이에 동의했지만 41.7%는 이를 부정하고 있으며, ‘인터넷으로 대화하는 것은 인간적이지 않다’는 13.5%만이 이에 동의한 반면 47.1%가 이를 부정하는 것으로 나타났다.

이상과 같이 제시된 5개의 정보통신기기 사용 관련 인식 모두에 대해 응답자들은 부정적 인식을 보여주고 있는데, 이러한 결혼이민자들의 정보통신기기 사용 인식을 종합해 보면, 새로운 정보기술이나 제품에 대한 호기심은 낮으며 컴퓨터 사용이 능숙하지 않더라도 이로 인한 스트레스는 그다지 받지 않는다. 인터넷을 하지 않는 것에 불안감을 느끼지 않으며 인터넷의 개인정보 노출을 걱정하지 않고 인터넷으로 대화하는 것을 비인간적이라고 생각하지 않는다.

〈그림 6-19〉 정보통신기기 사용 인식



주 : ( )안의 숫자는 앞은 5점척도 평균점수를, 뒤는 사례수를 의미

한편, 정보통신기기 사용인식은 결혼이민자 개인 특성에 따라 상당한 차이를 보여주고 있는데, 국적취득 유무에 따라서는 인터넷 이용시 개인정보 노출 걱정은 국적 취득자는 3.20점으로 이에 동의하는 입장을 보이고 있지만, 국적 미취득자는 2.86점으로 부정적 입장을 나타내고 있다. 컴퓨터 사용이 숙련되지 못한 것에 대한 스트레스는 취득자가 2.88점, 미취득자는 2.67점을 나타내 미취득자들이 컴퓨터 사용미숙에 의한 스트레스를 덜 받고 있는 것으로 나타났다.

혼인기간별 인터넷 이용시 개인정보가 노출되면 어떻게 할지에 대한 걱정은 혼인기간이 길면 길수록 더 높게 나타났다. 즉, 2년 이하는 2.77점, 3년~5년 2.84점, 6년~8년 3.32점, 9년 이상 3.26점을 나타내 혼인기간 6년을 경계로 그 이상은 동의, 그 미만은 부정하는 입장을 나타냈다.

<표 6-20> 정보통신 기기 사용인식에 대한 특성 차이 분석

구 분	표본수 (명)	미사용 불안	정보기술 호기심	개인정보 노출	미숙 스트레스	인터넷 비인간성	
전 체	455	2.33	2.90	2.94	2.72	2.47	
국적	취 득	128	2.26	2.80	3.20	2.88	2.60
	미취득	316	2.36	2.97	2.86	2.67	2.43
	F		0.837	2.543	6.569**	3.214*	2.243
혼인 기간	2년 이하	70	2.46	2.83	2.77	2.67	2.36
	3년~5년	193	2.37	2.99	2.84	2.74	2.58
	6년~8년	59	2.32	3.00	3.32	2.77	2.71
	9년 이상	74	2.12	2.85	3.26	2.83	2.36
	F		1.304	0.610	4.131***	0.260	2.043
연령 차이	5세 미만	78	2.33	3.12	3.18	2.65	2.28
	5세~9세	82	2.27	3.12	3.15	2.77	2.41
	10세~14세	142	2.33	2.78	2.86	2.69	2.50
	15세~19세	83	2.45	2.79	2.95	2.94	2.68
	20세 이상	52	2.15	2.81	2.40	2.54	2.40
	F		0.613	2.473**	3.840***	1.214	1.668
학력	중졸이하	105	1.96	2.61	2.61	2.68	2.37
	고 졸	203	2.35	2.88	2.96	2.75	2.49
	대 졸	91	2.59	3.18	3.18	2.67	2.35
	대학원졸	35	2.63	3.21	3.11	2.51	3.00
	F		6.696***	5.902***	3.809***	0.477	3.809***
소득	100만원 미만	58	2.10	2.78	2.86	2.91	2.81
	100~200만원	157	2.34	2.81	2.90	2.80	2.51
	200~300만원	113	2.30	3.04	3.08	2.68	2.33
	300만원 이상	47	2.53	3.10	2.98	2.57	2.51
	잘 모른다	68	2.34	2.82	2.87	2.46	2.30
	F		1.015	1.539	0.509	1.807	2.662**
세대 구성	부부	110	2.53	3.08	3.00	2.77	2.45
	2세대(자녀)	210	2.27	2.92	3.13	2.79	2.55
	3세대	90	2.17	2.76	2.56	2.53	2.24
	2세대(부모)	29	2.52	2.76	2.72	2.80	2.59
	F		2.292*	1.737	4.705***	1.176	2.059
취업 여부	취업주부	98	2.45	2.96	3.05	2.72	2.58
	전업주부	273	2.29	2.89	2.83	2.71	2.42
	F		1.398	0.291	2.198	0.009	1.591

주 : 0.05<p≤0.1 \*, 0.01<p≤0.05 \*\*, p≤0.01 \*\*\*

배우자와의 연령차에 있어서는 새로운 정보기술 호기심과 개인정보 노출 걱정 등에 있어서 연령차가 크면 클수록 보다 부정적인 인식을 나타냈다. 특히 10세 연령차를 경계로 그 미만은 부정적 입장인데 반해 그 이상은 이에 동의하는 입장을 보였다. 개인정보 노출 걱정의 경우에 5세 미만은 3.18점, 5세~9세 3.15점, 10세~14세 2.86점, 15세~19세 2.95점, 20세 이상 2.40점을 나타내 연령차가 클수록 부정적 인식이 보다 높게 나타나고 있다.

학력별로는 인터넷 미사용에 대한 불안감, 새로운 정보기술 호기심, 개인정보 노출 걱정 등에 있어서 학력수준이 낮을수록 부정적 인식이 보다 높게 나타나고 있다. 인터넷 미사용 불안감의 경우는 중졸이하는 1.96점, 고졸 2.35점, 대졸 2.59점, 대학원졸 2.63점을 나타냈으며, 새로운 정보기술 호기심은 중졸이하 2.61점, 고졸 2.88점, 대졸 3.18점, 대학원졸 3.21점 등을 나타내 학력수준이 낮을수록 부정적 인식이 보다 높게 나타났다. 인터넷 대화의 비인간성에 있어서는 대학원졸이 3.00점으로 상대적으로 가장 높은 긍정 인식을 나타냈다.

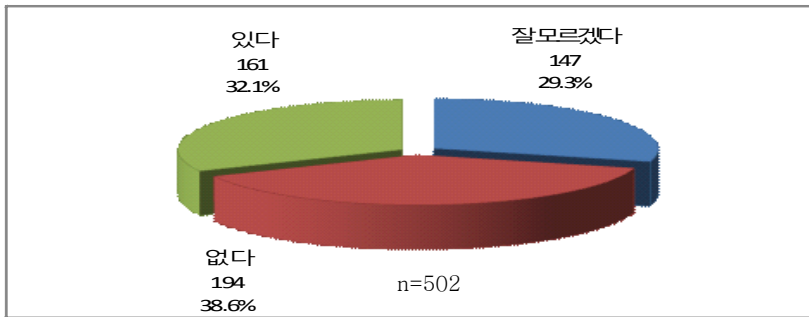
소득별로는 인터넷 대화의 비인간성에 대해 300만원 이상 집단이 2.30점으로 가장 높은 부정 인식을 나타낸 반면 100만원 미만 집단은 2.81점으로 상대적으로 가장 낮은 부정 인식을 나타냈다.

세대구성별로는 컴퓨터 미사용 불안감에 있어서는 3세대 가구가 2.17점으로 가장 부정적 인식을 나타낸 반면 부부가구와 부모를 모시고 있는 2세대 가구는 각각 2.53점과 2.52점으로 상대적으로 낮은 부정 인식을 나타냈다. 개인정보 노출 걱정에 있어서는 자녀를 둔 2세대 가구는 3.13점으로 가장 높은 긍정 인식을 나타낸 반면 3세대 가구는 2.56점으로 가장 높은 부정 인식을 나타냈다.

## 바. 불만·피해 경험 및 이유

결혼이민자들이 물품이나 서비스를 구입하는 과정에서 불만 또는 피해를 당한 경험은 ‘있다’가 32.1%, ‘없다’ 38.6%, ‘잘 모르겠다’ 29.3%로 나타났다. 전체적인 불만·피해 경험은 32.1%이지만, ‘잘 모르겠다’를 제외한 불만·피해 경험은 45.4%를 나타내 결혼이민자들의 소비생활 불만·피해가 빈번히 발생하고 있음을 시사하고 있다.

〈그림 6-20〉 물품 및 서비스 구입시 불만·피해 경험



한편, 물품이나 서비스를 구입하는 과정에서 불만 또는 피해를 당한 경험은 응답자 특성에 따라 제시된 7개 변수 모두가 통계적으로 유의미한 불만·피해 경험 차이를 나타내지 못했다. 이는 결혼이민자의 물품이나 서비스를 구입하는 과정에서의 불만·피해가 응답자 특성 차이에 상관없이 발생하고 있음을 의미한다.

물품이나 서비스를 구입하는 과정에서의 구체적인 불만·피해 이유는 ‘제품이 광고내용과 달라서’가 34.2%, ‘품질이 너무 떨어져서’ 33.5%, ‘바가지 요금’ 30.4%의 순으로 나타났다. 그 다음으로 ‘반품

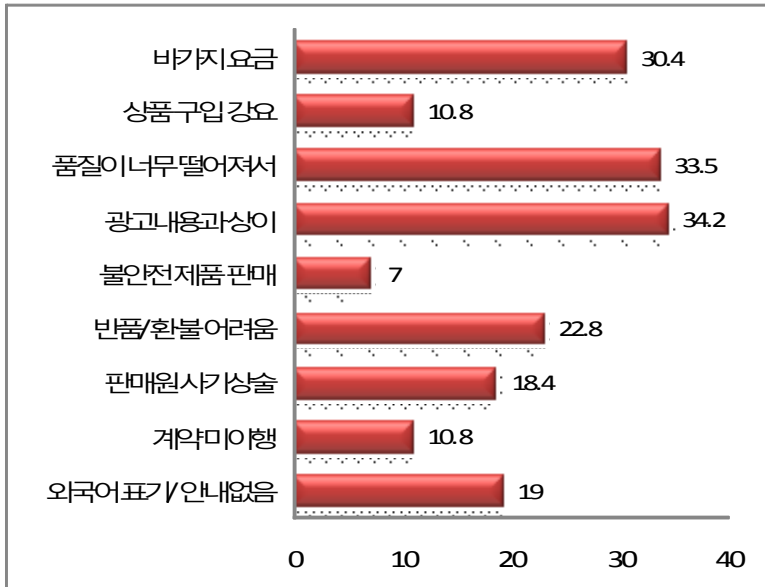
〈표 6-21〉 물품/서비스 구입시 불만·피해경험에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수(명)	평균값(점)	F	p
전 체		355	45.4		
국적	취 득	108	47.2	0.306	0.581
	미취득	243	44.0		
혼인 기간	2년 이하	57	40.4	0.282	0.838
	3년~5년	143	47.6		
	6년~8년	51	45.1		
	9년 이상	64	45.3		
연령 차이	5세 미만	75	37.3	1.899	0.110
	5세~9세	68	51.5		
	10세~14세	114	51.8		
	15세~19세	57	35.1		
	20세 이상	32	50.0		
학력	중졸이하	80	42.5	0.279	0.840
	고 졸	159	42.8		
	대 졸	76	48.7		
	대학원졸	27	44.4		
소득	100만원 미만	46	52.2	1.238	0.294
	100~200만원	132	41.7		
	200~300만원	88	52.3		
	300만원 이상	38	39.5		
	잘 모른다	43	37.2		
세대 구성	부부	90	42.2	0.826	0.480
	2세대(자녀)	165	47.9		
	3세대	70	37.1		
	2세대(부모)	24	45.8		
취업 여부	취업주부	86	46.5	0.278	0.599
	전업주부	204	43.1		

주 : 전체 평균값은 '잘 모르겠다'를 제외한 355명만을 대상으로 하여 산출

및 환불 어려움'이 22.8%, '외국어 표기나 안내가 없음'이 19.0%, '판매원 사기상술'이 18.4%를 나타냈다. '상품구입 강요'와 '계약한대로 이행하지 않음'은 각각 10.8%를 나타냈으며, '안전하지 않은 제품 판매'는 7.0%를 나타냈다.

〈그림 6-21〉 구입 상품의 불만·피해 이유



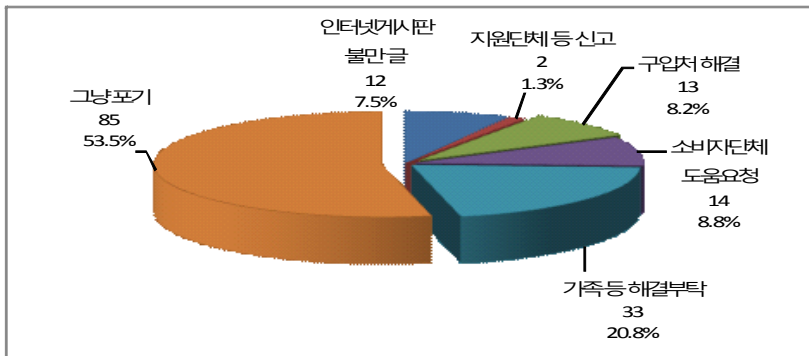
주 : 불만피해경험자 161명 중 무응답자 3명 제외 158명 대상 (복수응답)

이는 다문화가정 결혼이민자 입장에서 구입상품 불만·피해 이유를 요약하면, 광고내용과 다르거나 품질이 낮은 제품의 문제, 바가지 요금이나 판매원 사기상술 문제, 반품 및 환불 어려움과 이를 사전에 방 또는 사후구제를 용이하게 하는 외국어 표기나 안내가 없는 문제 등으로 귀결되고 있음을 의미한다.

## 사. 불만·피해 대응행동

구입한 상품의 불만·피해에 대한 결혼이민자들의 대응방식은 ‘한번 구입한 것이므로 그냥 포기했다’가 53.5%로 단연 1순위를 나타냈으며 ‘가족, 친구 등에게 해결을 부탁’이 20.8%로 그 다음을 차지했다. ‘소비자단체 등에 도움 요청’은 8.8%를 나타냈으며, ‘구입처에 끝까지 따져 해결’이 8.2%, ‘인터넷게시판에 불만 글 게시’가 7.5%를 나타냈다. ‘외국인 지원단체나 행정관청 등 신고’ 등은 1.3%에 불과한 것으로 나타났다.

〈그림 6-22〉 구입 상품의 불만·피해에 대한 대응행동



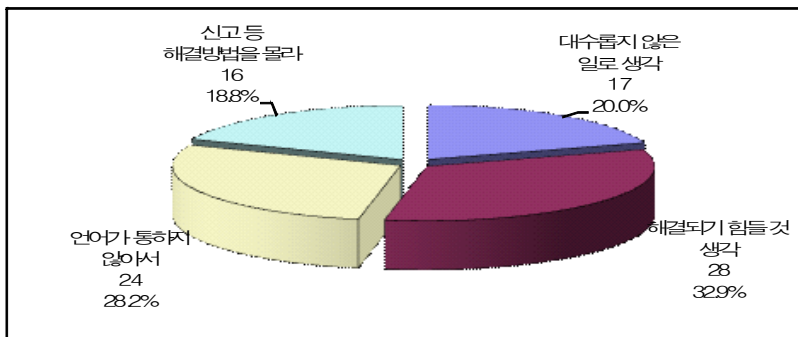
주 : 불만·피해경험자 161명 중 무응답자 2명 제외 159명 대상

이는 결혼이민자들이 구입 상품 불만 또는 피해가 발생한 경우에 응답자의 절반 이상인 53.5%가 그냥 포기하고, 구입처에 끝까지 따져 적극적으로 해결하는 것은 8.2%에 불과한 것으로 나타났다. 불만·피해 해결에 있어서 소비자단체나 관련기관에 도움을 요청하거나 외국인지원단체나 행정기관 등에 신고하기 보다는 가족, 친구 등에 해결을 부탁하는 것이 보다 높게 나타나고 있다.

한편, 구입 상품에 대한 불만·피해가 발생했음에도 이를 그냥 포기한 이유는 ‘해결되기 힘들 것으로 생각해서’가 32.9%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘언어가 통하지 않아서’가 28.2%, ‘대수롭지 않은 일로 생각해서’가 20.2%, ‘신고 등 해결방법을 몰라서’가 18.8%를 나타냈다.

이를 요약하면 결혼이민자들이 불만·피해가 발생했음에도 그냥 포기할 수밖에 없었던 이유는 언어가 통하지 않아 불만·피해에 대해 사업자와 직접적으로 대응하는데 한계가 있고 신고 등 피해를 해결하는 방법이나 절차를 알지 못하는 것이 근본적인 문제로 지적된다. 이러한 배경하에서 시도해 보지도 않고 막연하게 해결되기 힘들 것 이란 예단을 갖거나, 대수롭지 않은 사소한 문제로 생각하는 것에 기인하는 것으로 판단된다.

<그림 6-23> 불만·피해의 포기 이유



주 : 한번 구입한 것이므로 그냥 포기했다고 응답한 85명 대상

한편, 결혼이민자 소비생활 피해가 발생했음에도 그 해결이 어려운 이유에 대한 실무자 의견에 따르면, “자신이 결혼이민자라 혹시

차별받지 않을까 하는 두려움, 소비생활 피해를 구제받기 위한 정보를 쉽게 제공받을 수 없는 어려움, 물품/서비스 등에 대한 불만이나 피해가 발생했을 때 어떻게 해야 할지 모르는 어려움 등이 상존하는데 기인하며, 이로 인해 다문화가정 소비자들의 소비자 권익에 대한 인식 부족 등으로 발생된 피해를 그대로 감수하거나 포기하는 경우가 다반사가 되고 있다. 다문화가정 소비자들은 사업자와의 상호 의사소통 어려움 등으로 시장에서 갖는 상대적 지위가 열등하여 직접적이고 충분한 교섭력을 갖기 어렵고, 결혼이민자 입장에서 제품의 품질, 기능, 안전성 등에 대한 문구의 이해가 어려움에도 자세한 설명 등이 부족한 점 등이 피해 해결을 보다 어렵게 하고 있다. 특히, 외국인이란 이유로 바가지요금이나 질 낮은 상품을 권유하고, 상품 구입을 강요하거나 무시하는 등 일부 사업자들의 잘못된 상거래 관행 및 태도 등이 이들의 소비생활 피해를 증가시키는 원인을 제공하고 있다.”(황미화, 2009)

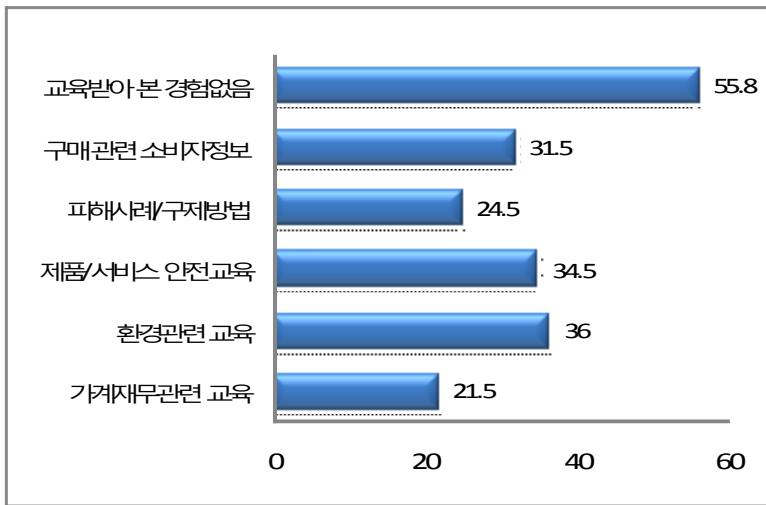
#### 아. 소비생활 교육이수 경험 및 실생활 도움정도

결혼이민자 중 소비생활 관련 교육을 받아 본 응답자는 전체의 44.2%로 나타났다. 소비생활 교육 이수 경험자들이 받은 교육 분야는 쓰레기 재활용 등 환경 관련 교육이 36.0%, 제품 및 서비스 이용 안전교육이 34.5%, 물건 구매 관련 소비자정보 교육 31.5% 순으로 나타났다. 소비자피해 사례 및 구제방법 교육은 24.5%, 가계부작성과 재테크 등 가계재무관련 교육은 21.5%로 나타났다.

이는 합리적인 소비생활 역량을 높이는 것이 결혼이민자들의 한국 생활 적응에 필수적인 요인임에도 이를 위한 생활교육 기회가 충분

히 제공되지 못함을 의미한다. 결혼이민자 중심의 소비생활 가치와 지식, 특히 실생활 문제의 대응방법 등에 관한 교육과 정보제공이 지속적으로 이루어져야 함에도 그렇게 되지 못함을 의미한다.

〈그림 6-24〉 소비생활 교육 이수 경험



주 : ‘교육을 받아 본 경험이 없음’은 전체응답자 507명 중 무응답자를 제외한 452명이 분석 대상이나, 그 이외 항목별 교육 경험은 경험자 200명을 대상 (복수응답)

결혼이민자 입장에서 생각하는 소비생활 교육 필요성은 매우 절박한 실정이다. 결혼이민자인 하마노 미호씨에 따르면 “세계 경제위기로 국가경제가 어려운 상황속에 가정의 행복을 위해, 더 나아가 나라 경제를 살리기 위해서라도 올바른 소비생활이 더욱 필요하다”고 주장한다. “남편의 일감은 줄고 취업현장에서도 소외되고 있는 실정에서, 물가는 하늘 높은 줄 모르고 올라만 가고 수입은 줄고 있기 때문에 한 가정의 며느리로서 아내로서 엄마로서 매우 힘든 입장

이다. 이런 상황에서 현명하고 낭비되는 일이 없도록 돈을 사용하고 싶지만 마음처럼 잘 안되는 것이 소비이기 때문에 다문화가정 소비생활 교육이 무엇보다 절실하고 반드시 필요하다”고 주장하고 있다. (하마노 미호꼬, 2009)

한편, 결혼이민자들의 소비생활 교육 이수경험은 국적취득 유무, 학력 및 소득 등 응답자 특성에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 보여주고 있다. 국적취득자의 소비생활 교육 이수경험은 54.3%인데 반해 미취득자는 41.1%를 나타내 국적 취득자의 이수경험이 미취득자에 비해 보다 높게 나타나고 있다.

학력별로는 대졸을 경계로 소비생활 교육 이수경험에 상당한 차이를 보여주고 있는데 고졸 이하 집단의 이수경험은 중졸이하 42.5%, 고졸 37.6%로 나타나고 있다. 반면 대졸은 56.2%, 대학원졸은 54.6%를 나타내 대졸 이상 학력 집단의 소비생활 교육 이수 경험은 보다 높게 나타나고 있다.

소득별로는 300만원 이상 집단이 66.7%의 소비생활 교육이수 경험을 나타내 상대적으로 가장 높게 나타났다. 반면 100만원대 및 200만원대 집단들은 각각 39.2%와 35.9%로 상대적으로 낮은 교육이수 경험을 나타냈으며, 100만원 미만 집단은 50.9%로 전체 평균 44.2%보다 더 높게 나타났다.

소비생활 교육이 실생활에 얼마나 도움이 되었는지에 대해 ‘매우 도움이 되었다’가 21.1%, ‘어느 정도 도움이 되었다’가 36.8%를 나타내 전체적으로 57.9%가 긍정적으로 평가했다. 반면 ‘전혀 도움이 되지 못했다’는 2.6%, ‘별로 도움이 되지 못했다’는 4.7%를 나타내 전체적으로 7.3%만이 부정적으로 인식하는 것으로 나타났다.

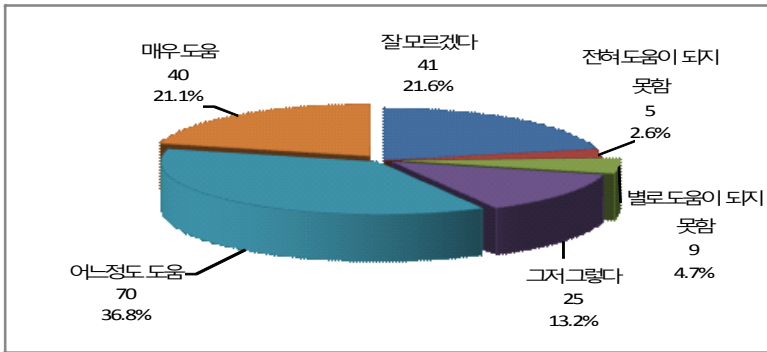
〈표 6-22〉 소비생활 관련 교육 이수경험에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수(명)	평균값(점)	F	p
전 체		443	44.2		
국적	취 득	127	54.3	6.435	0.012
	미취득	316	41.1		
혼인 기간	2년 이하	71	52.1	1.238	0.296
	3년~5년	191	39.3		
	6년~8년	63	46.0		
	9년 이상	70	44.3		
연령 차이	5세 미만	76	32.9	1.807	0.126
	5세~9세	80	52.5		
	10세~14세	147	46.3		
	15세~19세	86	46.5		
	20세 이상	49	38.8		
학력	중졸이하	113	42.5	3.473	0.016
	고 졸	197	37.6		
	대 졸	89	56.2		
	대학원졸	33	54.6		
소득	100만원 미만	59	50.9	3.953	0.004
	100~200만원	153	39.2		
	200~300만원	106	35.9		
	300만원 이상	48	66.7		
	잘 모른다	74	43.2		
세대 구성	부부	110	48.2	0.407	0.748
	2세대(자녀)	201	43.3		
	3세대	95	41.1		
	2세대(부모)	30	46.7		
취업 여부	취업주부	96	47.9	1.131	0.288
	전업주부	276	41.7		

주 : 분석 사례수는 전체 대상자 507명 중 무응답자 64명을 제외한 443명만을 대상

이는 현행의 소비생활 교육이 결혼이민자들의 실생활에 실제적인 도움을 주고 있음을 의미하는 것인데, 향후 결혼이민자들의 한국생활 적응을 지원하고 합리적인 소비생활을 하는데 실질적인 도움을 줄 수 있는 콘텐츠 및 강의기법 개발을 통해 지속적이고 체계적인 소비생활 교육이 확산될 필요성을 시사하고 있다.

〈그림 6-25〉 소비생활 교육의 실생활 도움 정도



주 : 전체응답자 507명 중 소비생활 교육 경험자 200명을 대상

하지만, 현행 소비생활 교육에 대한 결혼이민자 당사자 입장에서의 향후 방향성에 대한 문제점을 지적하고 있다. 즉, 다문화가정의 소비자교육은 그 필요성에 비해 교육참여자 현실에 적합한 교육 콘텐츠가 부족하고, 실효성있는 교육을 위해서는 결혼이민자 대상의 소비자 교육도 중요하지만 가족의 남편, 어머니 등과 함께 교육하는 것도 필요한데 그렇게 하지 못하고 있다는 주장이다. 소비생활 교육은 매일의 일상과 밀착된 내용이기 때문에 매우 필요한 교육인데, 이를 위해 교육 내용을 알기 쉽게 이해 시켜야하고 관심을 가질 수 있는 내용으로 전개될 필요가 있음을 제안하고 있다. 특히 소비자교

육은 전문용어가 많은 교육이므로 교육자 입장이 아닌 다문화가정 주부들의 수준에 맞는 내용과 용어를 선택하고, 다양하고 쉬운 교육 자료 및 단계별 교육, 강의와 병행한 실제 실습을 통한 교육 필요성을 주장하고 있다.(하마노 미호꼬, 2009)

한편, 최근 시행되고 있는 다문화가정 소비생활 교육의 문제와 그 개선방안이 실무자 입장에서 제시되고 있다.

첫째, 강의내용 의사소통을 위한 원어민 보조강사 양성이 시급하다는 점이다. 현재 결혼이민자 대상 소비생활 교육은 그 대상 국가가 최소 3개국에서 6개국으로 다양화되어 운영되고 있다. 이런 상황에서 한국어로 강의를 진행할 수밖에 없기 때문에 효과적인 강의내용 전달을 위해서는 원어민 보조강사의 도움이 필수적이다.

둘째, 수강자의 출신국, 거주기간 등을 고려한 맞춤형 교육 필요성이다. 소비생활 교육의 실질적인 효과를 높이기 위해서는 결혼이민자들의 출신국, 경제수준, 거주기간, 가게운영의 참여도 등을 고려한 수준별 맞춤형 교육이 이루어져야 한다. 이를 위해 현재의 결혼이민자지원센터나 복지관 중심의 교육을 통합하여 광역지자체 중심의 소비자교육지원 네트워크를 구축할 필요가 있다. 이를 통해 국가별, 거주기간별, 소비생활 내용별로 세분화한 수준별 맞춤형 교육이 지원되어 교육의 실질적 효과를 높일 수 있다.

셋째, 일회성이 아닌 지속적이고 체계적인 교육 필요성이다. 다문화가정의 소비생활 문제를 사전 예방하고 효과적인 사후 피해구제를 지원하기 위해서는 일회성 교육이 아닌 지속적이며 체계적인 반복 교육이 요구되고, 교육과 정보제공 통합을 통해 실효성있는 교육을 지원할 필요가 있다.

넷째, 다국어로 된 소비생활 문제해결 가이드북을 발간하고, 다양

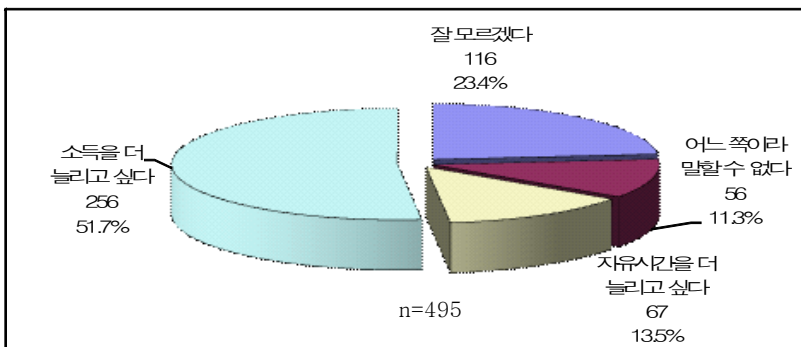
한 교재개발 필요성이다. 다문화가정 소비생활 문제 해결을 위한 다국어로 제작된 가이드북을 발간·배포하는 한편, 다양한 교육 교재 및 강의용 PPT 자료를 제작하여 이를 통합적으로 지원할 필요가 있다. 특히 교육의 실효성을 높이기 위한 다양한 교수방법 및 관련 교육 콘텐츠의 개발 및 이를 공유하는 국가 차원의 교육네트워크 구축을 필요로 한다.(안혜임, 2009)

## 5. 소비생활 가치 평가

### 가. 소득과 자유시간 상대선호도

소득을 늘리는 것과 자유시간을 늘리는 것에 대한 결혼이민자들의 상대적인 선호도는 ‘소득을 더 늘리고 싶다’가 51.7%, ‘자유시간을 더 늘리고 싶다’가 13.5%로 나타났다. ‘어느 쪽이라 말할 수 없다’는 11.3%를 나타냈으며 ‘잘 모르겠다’는 23.4%로 나타났다.

〈그림 6-26〉 소득과 자유시간 상대선호도



이는 다문화가정 결혼이민자 입장에서 소득을 늘리는 것이 자유시간을 늘리는 것보다 4배 정도 더 높게 나타나 거의 절대적으로 소득을 늘리는데 더 많은 관심을 갖고 있음을 의미한다.

한편, 응답자들의 개인 특성 차이에 따른 소득을 늘리는 것과 자유시간을 늘리는 것에 대한 상대적인 선호도 차이는 먼저, 혼인기간 별로는 혼인기간이 길수록 소득을 늘리는 것에, 혼인기간이 짧을수록 자유시간을 보다 선호하는 것으로 나타났다. 소득을 늘리는 것은 2년 미만 51.3%, 3년~5년 52.8%, 5년~8년 56.1%, 8년 이상 63.9%를 나타내 혼인기간이 길수록 보다 높게 나타났으며, 자유시간을 늘리는 것은 2년 이하 21.8%, 3년~5년 10.6%, 6년~8년 16.7%, 9년 이상 5.6%를 나타내 대체로 혼인기간이 짧을수록 더 높게 나타났다.

배우자와의 연령차에 있어서는 연령차가 적을수록 ‘어느 쪽이라고 말할 수 없다’가 더 높게 나타난 반면 ‘잘 모르겠다’는 연령차가 많을수록 더 높게 나타났다. ‘어느 쪽이라고 말할 수 없다’는 5세 미만이 15.5%, 5세~9세 15.9%, 10세~14세 8.9%, 15세~19세 8.7%, 20세 이상 7.1%를 나타내 연령차가 적을수록 더 높게 나타났다. ‘잘 모르겠다’는 5세 미만이 10.7%, 5세~9세 11.4%, 10세~14세 29.9%, 15세~19세 29.3%, 20세 이상 32.1%를 나타내 연령차가 적을수록 보다 높게 나타났다.

학력별로는 대졸 집단을 경계로 소득과 자유시간의 상대 선호도에 차이를 나타내고 있는데, 소득 선호는 고졸 이하 집단에서 더 높게 나타난 반면 자유시간 선호는 대졸 이상 집단에서 더 높게 나타났다. 이는 고학력 집단은 상대적으로 자유시간을, 저학력 집단은 소득에 보다 많은 관심을 갖고 있음을 의미하는 결과이다. ‘잘 모르겠다’는 중졸이하 집단이 23.7%로 가장 높게 나타났다.

〈표 6-23〉 소득과 자유시간 상대선호도에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수 (명)	소득 선호	자유시간 선호	어느쪽도 아님	잘 모르겠다	$\chi$	p
전 체		495	51.7	13.5	11.3	23.4		
국적	취 득	132	52.3	16.7	13.6	17.4	4.120	0.249
	미취득	348	51.4	12.9	10.6	25.0		
혼인 기간	2년 이하	78	51.3	21.8	11.5	15.4	22.425	0.008
	3년~5년	218	52.8	10.6	9.6	27.1		
	6년~8년	66	56.1	16.7	9.1	18.2		
	9년 이상	72	63.9	5.6	18.1	12.5		
연령 차이	5세 미만	84	54.8	19.0	15.5	10.7	26.796	0.008
	5세~9세	88	60.2	12.5	15.9	11.4		
	10세~14세	157	49.0	12.1	8.9	29.9		
	15세~19세	92	50.0	12.0	8.7	29.3		
학력	중졸이하	120	55.0	14.2	2.5	28.3	29.262	0.001
	고 졸	221	56.6	8.1	15.8	18.5		
	대 졸	96	43.8	20.8	12.5	22.9		
	대학원졸	36	44.4	22.2	16.7	16.7		
소득	100만원 미만	59	55.9	8.5	11.9	23.7	32.055	0.001
	100~200만원	168	53.0	17.3	11.9	17.9		
	200~300만원	118	55.1	13.6	13.6	17.8		
	300만원 이상	51	51.0	13.7	17.6	17.6		
	잘 모른다	86	39.5	11.6	4.7	44.2		
세대 구성	부부	122	49.2	17.2	15.6	18.0	16.646	0.055
	2세대(자녀)	225	55.6	11.6	11.1	21.8		
	3세대	99	53.5	11.1	9.1	26.3		
	2세대(부모)	32	31.3	21.9	6.3	40.6		
취업 여부	취업주부	105	61.9	13.3	13.3	11.4	12.417	0.006
	전업주부	300	48.3	12.0	11.3	28.3		

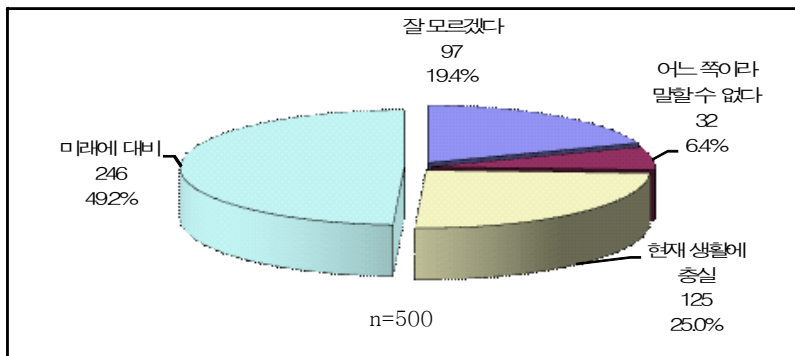
소득별로는 100만원 미만 집단의 소득 선호가 55.9%로 가장 높게 나타났으며 ‘어느 쪽이라 말할 수 없다’는 300만원 이상이 17.6%로 가장 높게 나타났다. ‘잘 모르겠다’는 100만원 미만 집단이 23.7%로 가장 높게 나타났다.

세대구성별로는 소득 선호는 자녀를 둔 2세대 가구가 55.6%로 가장 높게 나타난 반면 부모를 모시고 있는 2세대 가구는 31.3%로 가장 낮게 나타났다. 자유시간 선호는 부모를 모시고 있는 2세대 가구가 21.9%로 가장 높게 나타났으며 ‘어느 쪽이라 말할 수 없다’는 부부가구가 15.6%, ‘잘 모르겠다’는 부모를 모시고 있는 2세대 가구가 40.6%로 가장 높게 나타났다.

취업여부에 있어서는 취업주부의 소득 선호는 61.9%, 전업주부는 48.3%를 나타내 취업주부의 소득 선호가 보다 높게 나타났으며 ‘잘 모르겠다’는 전업주부가 28.3%로 보다 높게 나타났다.

#### 나. 미래생활과 현재생활 상대선호도

<그림 6-27> 미래생활과 현재생활 상대선호도



미래생활에 대비하는 것과 현재생활에 충실하는 것에 대한 상대적인 선호도는 ‘지금 힘들더라도 미래에 대비한다’가 49.2%, ‘현재의 매일 생활에 충실한다’가 25.0%를 나타냈다. ‘어느 쪽이라 말할 수 없다’는 6.4%, ‘잘 모르겠다’는 19.4%를 나타냈다. 이는 결혼이민자 입장에서 현재의 매일 생활에 충실하는 것보다 지금 힘들더라도 미래에 대비하는 것을 2배 정도 보다 선호하고 있음을 의미한다.

한편, 응답자들의 개인 특성 차이에 따른 미래에 대비하는 것과 현재 생활을 충실히 하는 것에 대한 상대적인 선호도 차이에 있어서 국적취득 유무별로는 취득자는 미래에 대비하는 것이 58.8%를 나타내 미취득자의 45.6%에 비해 보다 높게 나타났으며, ‘잘 모르겠다’는 미취득자가 22.1%를 나타내 취득자의 11.0%에 비해 더 높게 나타났다.

혼인기간별로는 혼인기간이 길수록 미래 대비를, 혼인기간이 짧을수록 현재에 충실하는 것을 보다 선호하는 것으로 나타났다. ‘어느 쪽이라 말할 수 없다’는 9년 이상이 17.6%로 가장 높게 나타났으며 ‘잘 모르겠다’는 대체로 혼인기간이 짧을수록 더 높게 나타났다.

배우자와의 연령차에 있어서는 미래에 대비하는 것은 5세 미만이 60.5%로 가장 높게 나타난 반면 20세 이상은 29.8%로 가장 낮게 나타났다. ‘잘 모르겠다’는 5세 미만은 7.0%, 5세~9세 13.6%, 10세~14세 20.8%, 15세~19세 26.1%, 20세 이상 29.8%를 나타내 연령차가 많을수록 더 높게 나타났다.

학력별로는 미래생활 선호는 중졸이하 45.5%, 고졸 48.2%, 대졸 55.7%, 대학원졸 55.6%를 나타내 학력수준이 높을수록 보다 높게 나타났다. ‘어느 쪽이라 할 수 없다’는 고졸 집단이 10.8%로 가장 높게 나타났다. ‘잘 모르겠다’는 중졸이하 집단이 28.5%로 가장 높게 나타났다.

〈표 6-24〉 미래생활과 현재생활 상대선호도에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수 (명)	미래대비	현재충실	어느쪽도 아님	잘 모르겠다	$\chi$	p
전 체		500	49.2	25.0	6.4	19.4		
국적	취 득	136	58.8	23.5	6.6	11.0	9.974	0.019
	미취득	349	45.6	25.8	6.6	22.1		
혼인 기간	2년 이하	78	39.7	35.9	5.1	19.2	30.045	0.000
	3년~5년	222	50.5	23.0	5.9	20.7		
	6년~8년	66	62.1	19.7	1.5	16.7		
	9년 이상	74	50.0	25.7	17.6	6.8		
연령 차이	5세 미만	86	60.5	23.3	9.3	7.0	35.124	0.000
	5세~9세	88	46.6	34.1	5.7	13.6		
	10세~14세	149	49.1	27.0	3.1	20.8		
	15세~19세	87	55.4	13.0	5.4	26.1		
	20세 이상	51	29.8	33.3	7.0	29.8		
학력	중졸이하	123	45.5	23.6	2.4	28.5	24.467	0.004
	고 졸	222	48.2	25.7	10.8	15.3		
	대 졸	97	55.7	29.9	3.1	11.3		
	대학원졸	36	55.6	19.4	5.6	19.4		
소득	100만원 미만	61	52.5	24.6	6.6	16.4	50.496	0.000
	100~200만원	170	54.7	28.2	5.9	11.2		
	200~300만원	118	48.3	28.8	7.6	15.3		
	300만원 이상	52	51.9	25.0	9.6	13.5		
	잘 모른다	86	37.2	12.8	4.7	45.3		
세대 구성	부부	124	51.6	25.0	4.0	19.4	7.431	0.592
	2세대(자녀)	229	50.2	26.6	7.4	15.7		
	3세대	99	47.5	21.2	7.1	24.2		
	2세대(부모)	32	40.6	31.3	3.1	25.0		
취업 여부	취업주부	106	58.5	23.6	8.5	9.4	11.513	0.009
	전업주부	303	45.9	25.7	5.3	23.1		

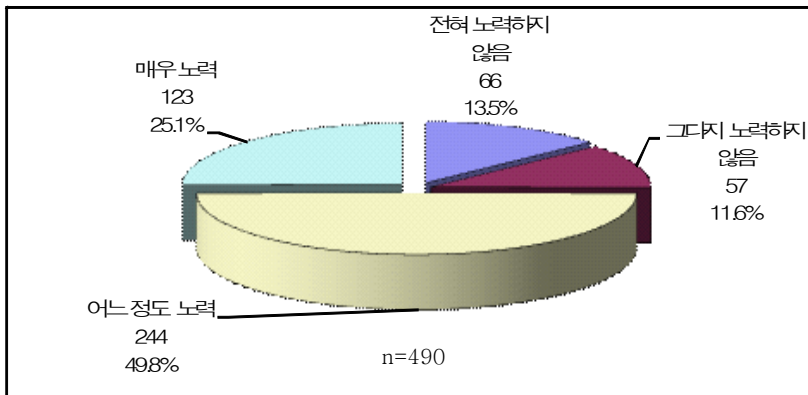
소득별로는 가구 소득을 알지 못하는 집단의 미래 대비는 37.2%로 가장 낮게 나타났으며, ‘어느 쪽이라 할 수 없다’는 300만원 이상 집단이 9.6%로 가장 높게 나타났다. ‘잘 모르겠다’는 가구 소득을 알지 못하는 집단이 45.3%로 가장 높게 나타났다.

취업여부별로는 미래생활 대비에 있어서는 취업주부가 58.5%로 전업주부의 45.9%에 비해 더 높게 나타난 반면 ‘잘 모르겠다’는 전업주부가 23.1%로 취업주부의 23.1%에 비해 더 높게 나타났다.

#### 다. 소비생활 권익제고 노력

소비생활을 하면서 스스로의 권익을 위한 노력은 ‘매우 노력한다’가 25.1%, ‘어느정도 노력한다’가 49.8%로 전체적으로 74.9%의 응답자들이 스스로의 권익제고 노력을 긍정적으로 평가했다.

〈그림 6-28〉 소비생활에서의 스스로의 권익제고 노력



반면 ‘전혀 노력하지 않는다’가 13.5%, ‘그다지 노력하지 않는다’는 11.6%를 나타내 25.1%만이 자신의 권익제고 노력을 부정적으로 평가했다. 이는 결혼이민자 스스로 소비생활에서의 자신의 권익제고 노력을 매우 긍정적으로 평가하고 있음을 의미한다.

한편, 소비생활에서의 스스로의 권익제고 노력에 대한 평가 인식을 4점 척도로 환산하면 2.87점을 나타내 이론적 평균점 2.50점을 훨씬 상회하고 있다. 이러한 자신의 권익제고 노력에 대한 평가 인식은 국적취득 유무별로는 취득자는 3.07점, 미취득자는 2.78점을 나타내 취득자들이 미취득자들에 비해 자신의 권익제고 노력을 보다 긍정적으로 평가하고 있다.

배우자와의 연령차에 있어서는 5세 미만은 3.09점, 5세~9세 2.96점, 10세~14세 2.84점, 15세~19세 2.87점, 20세 이상 2.57점을 나타내 연령차가 적을수록 결혼이민자 자신이 권익을 높이려는 노력을 보다 더 긍정적으로 평가했다.

소득별로는 자신의 권익제고 노력에 대한 평가 인식에 있어서 100만원 미만 집단이 3.12점으로 가장 높게 나타난 반면 가구 소득을 모르는 집단은 2.32점으로 가장 낮게 나타났다.

세대구성별로는 부부가구와 자녀를 둔 2세대 가구의 자신의 권익제고 노력에 대한 평가 인식이 각각 2.96점과 2.93점으로 상대적으로 더 높게 나타난 반면 3세대 가구와 부모를 모시고 있는 2세대 가구는 각각 2.67점과 2.68점으로 보다 낮게 나타났다.

취업여부별로는 취업주부는 3.08점, 전업주부는 2.78점으로 전업주부에 비해 취업주부가 자신의 권익제고 노력에 대해 보다 높게 평가하는 것으로 나타났다.

〈표 6-25〉 소비생활 권익제고 노력에 대한 특성 차이 분석

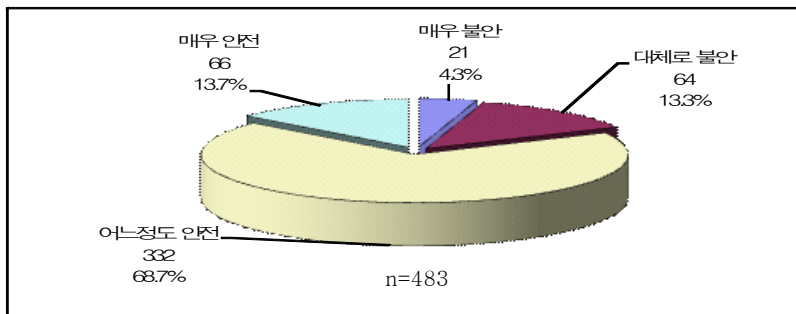
구 분		표본수(명)	평균값(점)	F	p
전 체		490	2.87		
국적	취 득	136	3.07	8.838	0.003
	미취득	339	2.78		
혼인 기간	2년 이하	76	2.75	1.559	0.199
	3년~5년	214	2.84		
	6년~8년	66	3.05		
	9년 이상	74	2.97		
연령 차이	5세 미만	85	3.09	2.950	0.020
	5세~9세	89	2.96		
	10세~14세	158	2.84		
	15세~19세	84	2.87		
	20세 이상	58	2.57		
학력	중졸이하	122	2.79	1.306	0.272
	고 졸	215	2.88		
	대 졸	96	2.95		
	대학원졸	36	3.11		
소득	100만원 미만	60	3.12	9.578	0.000
	100~200만원	168	2.94		
	200~300만원	116	2.97		
	300만원 이상	51	2.98		
	잘 모른다	82	2.32		
세대 구성	부부	121	2.96	2.554	0.055
	2세대(자녀)	226	2.93		
	3세대	97	2.67		
	2세대(부모)	31	2.68		
취업 여부	취업주부	106	3.08	7.899	0.005
	전업주부	296	2.78		

## 라. 소비생활 안전성 평가

결혼이민자들이 생각하는 현재 우리나라/사회의 각종 소비생활 상품·서비스에 대한 안전성 정도는 ‘매우 안전’이 13.7%, ‘어느 정도 안전’이 68.7%를 나타내 전체적으로 82.4%가 안전하다고 생각하고 있다. 반면 ‘매우 불안’이 4.3%, ‘대체로 불안’이 13.3%로 전체적으로 17.6%의 응답자는 불안하다고 생각하고 있다.

이는 현재의 소비생활 전반에 대해 불안하다고 생각하는 결혼이민자에 비해 안전하다고 생각하는 비율이 거의 6배 이상 높게 나타난 것으로서, 결혼이민자 입장에서 체감하는 우리사회 전반의 소비생활 환경은 매우 안전하게 인식하고 있음을 의미한다.

〈그림 6-29〉 소비생활에서의 전반적인 안전성 평가



한편, 소비생활에서의 전반적인 안전성 평가 인식을 4점 척도로 환산하면 2.92점으로 이론적 평균점인 2.50점을 훨씬 상회하고 있어 결혼이민자들은 우리나라/사회의 소비생활 전반을 매우 안전하게 인식하고 있음을 의미한다.

〈표 6-26〉 소비생활 안전성 평가에 대한 특성 차이 분석

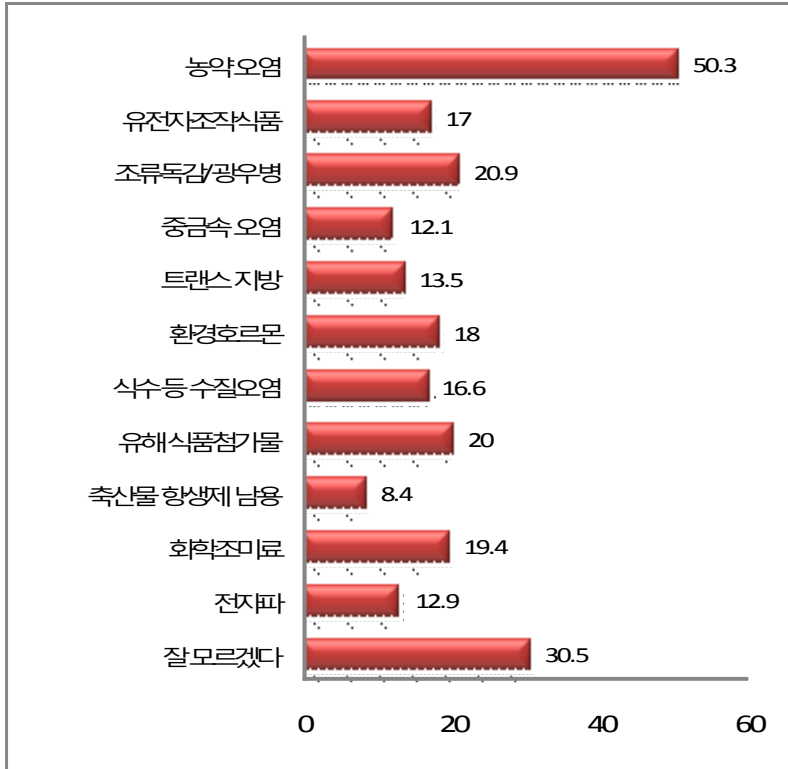
구 분		표본수(명)	평균값(점)	F	p
전 체		483	2.92		
국적	취 득	134	2.95	0.468	0.494
	미취득	336	2.90		
혼인 기간	2년 이하	71	2.94	1.798	0.147
	3년~5년	214	2.93		
	6년~8년	64	3.02		
연령 차이	9년 이상	74	2.77	0.541	0.706
	5세 미만	84	2.96		
	5세~9세	86	2.93		
	10세~14세	156	2.90		
	15세~19세	87	2.98		
학력	20세 이상	52	2.83	1.283	0.279
	중졸이하	119	2.98		
	고 졸	215	2.85		
	대 졸	95	2.91		
소득	대학원졸	34	3.00	1.571	0.181
	100만원 미만	62	2.87		
	100~200만원	165	2.95		
	200~300만원	118	2.96		
	300만원 이상	48	3.02		
세대 구성	잘 모른다	79	2.77	0.296	0.828
	부부	120	2.95		
	2세대(자녀)	220	2.90		
	3세대	98	2.97		
취업 여부	2세대(부모)	28	2.89	1.957	0.163
	취업주부	105	3.01		
	전업주부	289	2.91		

하지만 결혼이민자의 개인 특성에 따른 소비생활에서의 전반적인 평가인식은 제시된 7개 변수 모두가 통계적으로 유의미한 안전성 인식 차이를 나타내지 못했다. 이는 결혼이민자들이 생각하는 우리 사회 전반의 소비생활 안전에 대한 인식이 결혼이민자 개인 특성에 상관없이 안전하다는 공감대를 이루고 있음을 의미한다.

이상의 분석결과와는 별도로 결혼이민자들이 생각하는 소비자 안전 및 건강을 위협하는 위해요인들은 농약 오염이 50.3%로 단연 1순위의 불안 요인으로 지적되었다. 그 다음으로 조류독감/광우병이 20.9%, 유해 식품첨가물이 20.0%, 화학조미료 19.4%의 순으로 위해 불안감을 체감하는 것으로 나타났다. 화학호르몬에 대한 위해 불안감은 18.0%, 유전자조작식품 17.0%, 식수 등 수질오염 16.6%, 트랜스 지방 13.5%, 전자파 12.9%, 중금속 오염은 12.1%의 위해 불안감을 나타냈다. 축산/활어의 항생제 남용에 대한 불안감은 8.4%로 가장 낮게 나타났으며 ‘잘 모르겠다’는 30.5%를 나타냈다.

이는 결혼이민자들 입장에서 위해 불안감이 상대적으로 높은 요인들의 공통점은 일상의 식생활과 직접적인 관련이 있는 위해요인들이란 점이다. 즉, 농약오염, 조류독감/광우병, 유해 식품첨가물, 화학조미료 등에 의한 위해 불안감이 상대적으로 보다 높게 나타났다. 반면 최근 일반 소비자들 입장에서 위해 불안감이 높아지고 있는 신종의 위해 요인들에 대해서는 위해 불안 체감 정도가 상대적으로 낮게 나타났다. 즉, 환경호르몬, 유전자조작식품, 트랜스 지방, 전자파, 축산/활어의 항생제 남용 등 최근 새롭게 등장한 소비자 안전 및 건강 위협요인들에 대해서는 위해 불안감이 상대적으로 낮게 나타났다. 특히, 전체 응답자의 30.5%는 소비자 안전 및 건강 위협 요인에 대해 잘 모르고 있는 것으로 나타났다.

〈그림 6-30〉 소비자 안전 및 건강 위협 요인



주 : n=489명, (복수응답)

이러한 분석결과는 결혼이민자들이 우리사회의 소비생활 전반을 안전한 것으로 평가하고 있지만 개별적인 가족의 안전 및 건강 위해 요인에 대해서는 상당한 인식 부족을 드러내고 있다. 특히, 새롭게 대두되고 있는 소비생활 전반의 위해 관련 정보가 충분히 제공되지 못해 결혼이민자 스스로 소비자 안전 및 건강 위협에 대한 대응이 적절히 이루어지지 못하고 있음을 시사하는 결과이다.

<표 6-27> 소비자 안전·건강 위협요인에 대한 특성 차이 분석

구분	표본수 (명)	농약오염	조류독감 광우병	유해 식품첨가물	화학 조미료	잘 모르겠다	
전체	489	50.3	20.9	20.0	19.4	30.5	
국적	취득	132	61.4	22.7	22.0	15.9	24.2
	미취득	343	46.1	20.4	22.7	21.6	31.8
	F		9.058***	0.307	0.848	1.912	2.597
혼인 기간	2년 이하	73	53.4	17.8	19.2	21.9	24.7
	3년~5년	216	52.3	22.7	19.4	19.9	33.8
	6년~8년	65	49.2	26.2	26.2	20.0	21.5
	9년 이상	74	55.4	20.3	17.6	16.2	25.7
	F		0.184	0.527	0.622	0.266	1.752
연령 차이	5세 미만	84	59.5	28.6	23.8	23.8	17.9
	5세~9세	88	52.3	17.1	23.9	23.9	22.7
	10세~14세	156	47.4	26.9	21.2	19.2	28.2
	15세~19세	89	51.7	14.6	14.6	16.9	37.1
	20세 이상	55	38.2	10.9	7.3	12.7	58.2
	F		1.708	3.178**	2.267*	1.005	8.185***
학력	중졸이하	119	51.3	23.5	15.1	15.1	36.1
	고졸	218	50.9	17.9	22.0	21.6	29.4
	대졸	95	45.3	17.9	24.2	22.1	26.3
	대학원졸	35	60.0	28.6	11.4	20.0	25.7
	F		0.780	1.126	1.669	0.786	1.023
소득	100만원 미만	60	63.3	20.0	16.7	18.3	28.3
	100~200만원	163	57.7	16.0	24.5	19.6	26.4
	200~300만원	118	48.3	29.7	19.5	24.6	23.7
	300만원 이상	50	54.0	24.0	24.0	14.0	20.0
	잘 모른다	85	29.4	16.5	12.9	17.7	54.1
	F		5.950***	2.334*	1.412	0.770	7.661***
세대 구성	부부	117	49.6	23.1	23.9	27.4	28.2
	2세대(자녀)	226	54.4	20.4	21.2	17.7	27.4
	3세대	99	48.5	23.2	15.2	19.2	35.4
	2세대(부모)	30	40.0	10.0	13.3	6.7	40.0
	F		0.951	0.947	1.203	2.737**	1.219
취업 여부	취업주부	105	54.3	21.9	21.9	23.8	25.7
	전업주부	295	48.1	22.4	18.3	17.3	34.9
	F		1.169	0.010	0.643	2.141	2.996*

주 : 0.05<p≤0.1 \*, 0.01<p≤0.05 \*\*, p≤0.01 \*\*\*

한편, 결혼이민자 입장에서 소비자 안전 및 건강 위협 요인 중 위해 불안감이 높은 5개 요인에 대해 응답자 개인 특성에 따라 차이가 있는지를 분석하였다.

국적취득 유무별로는 농약 오염에 대한 위해불안감에 있어서 취득자는 61.4%, 미취득자는 46.1%를 나타내 국적 미취득자에 비해 취득자들의 농약 오염에 대한 위해불안감이 보다 높게 나타났다.

배우자와의 연령차에 있어서는 조류독감 및 광우병에 대한 위해불안감은 5세 미만이 28.6%로 가장 높게 나타난 반면 20세 이상은 10.9%로 가장 낮게 나타났다. 유해 식품첨가물에 대한 생각은 5세 미만 23.8%, 5세~9세 23.9%, 10세~14세 21.2%, 15세~19세 14.6%, 20세 이상은 7.3%를 나타내 연령차가 적을수록 더 높은 위해불안감을 나타냈다. 위해 요인에 대한 ‘잘 모르겠다’는 생각은 5세 미만이 17.9%, 5세~9세 22.7%, 10세~14세 28.2%, 15세~19세 37.1%, 20세 이상은 58.2%를 나타내 연령차가 많을수록 더 높게 나타났다.

소득별로는 농약오염에 대한 위해불안감은 100만원 미만 집단이 63.3%로 가장 높게 나타났으며, 조류독감 및 광우병에 대한 위해불안감은 200만원대 소득 집단이 29.7%로 가장 높게 나타났다. 위해요인에 대한 ‘잘 모르겠다’는 생각은 소득수준이 낮을수록 더 높게 나타났으며, 가구 소득을 알지 못하는 집단은 54.1%를 나타내 가장 높게 나타났다.

세대구성별로는 화학조미료에 대한 위해불안감에 있어서 부부가구가 27.4%로 가장 높은 위해불안감을 나타낸 반면 부모를 모시고 있는 2세대 가구는 6.7%로 가장 낮은 위해불안감을 나타냈다.

취업여부별로는 위해 요인에 대해 ‘잘 모르겠다’는 인식에 있어서 취업주부는 25.7%, 전업주부는 34.9%를 나타내 전업주부들이 취업주

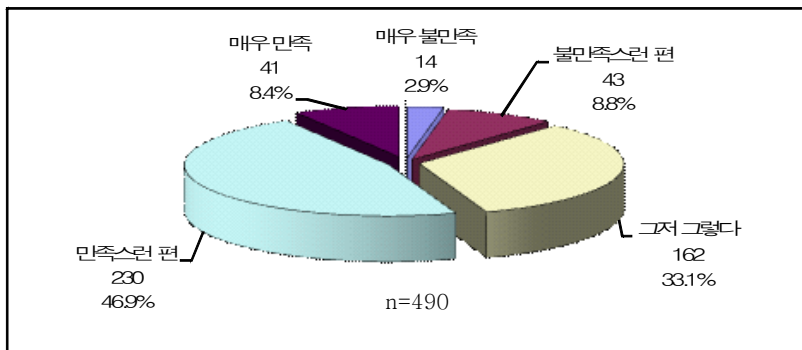
부에 비해 보다 높게 나타났다. 이는 전업주부들이 취업주부들에 비해 안전 및 건강 불안 요인에 대한 정보를 충분히 제공받지 못하고 있음을 의미한다.

#### 마. 지역의 생활환경 전반 만족도

현재 살고 있는 지역의 생활환경 전반에 대한 결혼이민자들의 생각은 ‘매우 만족’이 8.4%, ‘만족스러운 편’이 46.9%를 나타내 전체적으로 55.3%는 만족하고 있는 것으로 나타났다. 반면 ‘매우 불만족’이 2.9%, ‘불만족스런 편’이 8.8%로 전체적으로 11.7%는 자신이 살고 있는 생활환경 전반에 대해 불만족하고 있는 것으로 나타났다. ‘그저 그렇다’는 33.1%를 나타냈다.

이는 결혼이민자들이 자신이 살고 있는 지역의 생활환경에 대해 매우 긍정적으로 생각하고 있음을 의미한다. 전체적으로 만족 인식이 55.3%로 불만 인식의 11.7%에 비해 무려 5배 정도 높게 나타나고 있기 때문이다.

<그림 6-31> 지역의 생활환경 전반 만족도



〈표 6-28〉 지역의 생활환경 전반만족도에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수(명)	평균값(점)	F	p
전 체		490	3.49		
국적	취 득	131	3.52	0.235	0.628
	미취득	345	3.48		
혼인 기간	2년 이하	76	3.59	0.649	0.584
	3년~5년	217	3.48		
	6년~8년	64	3.53		
	9년 이상	75	3.40		
연령 차이	5세 미만	86	3.65	2.094	0.081
	5세~9세	87	3.67		
	10세~14세	156	3.40		
	15세~19세	90	3.46		
	20세 이상	56	3.43		
학력	중졸이하	122	3.43	3.186	0.024
	고 졸	216	3.42		
	대 졸	97	3.56		
	대학원졸	35	3.89		
소득	100만원 미만	61	3.46	0.435	0.783
	100~200만원	165	3.50		
	200~300만원	118	3.52		
	300만원 이상	50	3.58		
	잘 모른다	84	3.39		
세대 구성	부부	123	3.61	2.609	0.051
	2세대(자녀)	223	3.49		
	3세대	97	3.31		
	2세대(부모)	30	3.67		
취업 여부	취업주부	106	3.54	0.572	0.450
	전업주부	297	3.46		

한편, 결혼이민자들이 생각하는 자신이 살고 있는 지역의 생활환경 만족도를 5점 척도로 환산하면 3.49점을 나타내 상당 수준의 긍정적인 태도를 보여주고 있다. 이러한 지역 생활환경 만족도는 결혼이민자들의 개인 특성에 따라 유의미한 차이를 나타내고 있다.

배우자와의 연령차에 따라서는 10세 연령차를 경계로 그 미만 집단은 전체 평균 3.49점 이상의 만족도를 나타낸 반면 그 이상 집단은 전체 평균 이하의 만족도를 나타냈다. 이는 배우자와의 연령차가 적은 집단들이 연령차가 많은 집단에 비해 자신이 살고 있는 생활환경에 대해 보다 긍정적으로 인식하고 있음을 의미한다.

학력별 지역의 생활환경 만족도는 중졸이하 3.43점, 고졸 3.42점, 대졸 3.56점, 대학원졸 3.89점을 나타내 학력수준이 높을수록 지역의 생활환경에 대해 보다 긍정적으로 인식하고 있음을 보여주고 있다.

세대구성별로는 부모를 모시고 있는 2세대 가구의 지역의 생활환경 만족도가 3.67점으로 가장 높게 나타난 반면 3세대 가구는 3.31점을 나타내 상대적으로 가장 낮은 생활환경 만족도를 나타냈다.

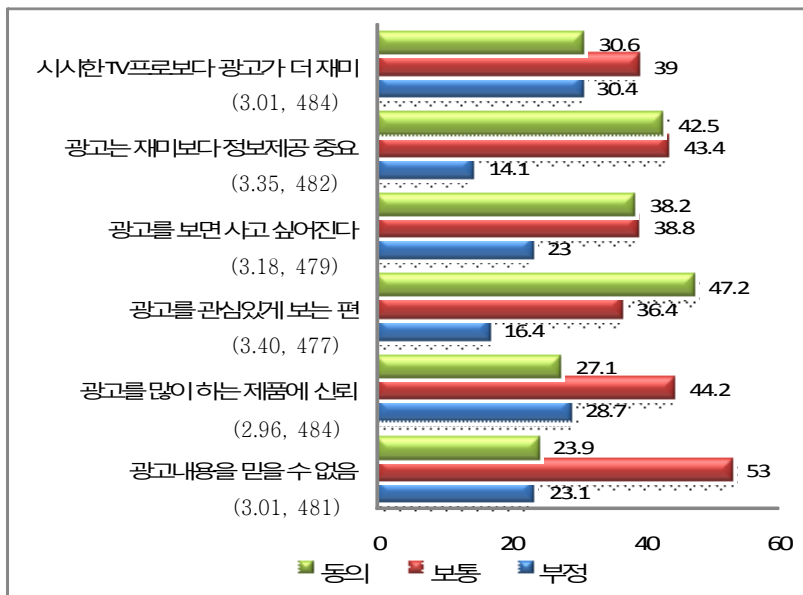
## 바. 생활가치 인식

본 연구에서의 생활가치 인식은 결혼이민자들이 광고 및 소비생활 전반에 대해 어떻게 생각하고 있는지를 분석했다.

먼저 광고에 대한 생각은 ‘필요한 제품 광고는 관심있게 보는 편’(긍정 47.2%, 부정 15.4%)이고, ‘광고는 재미 보다는 정보제공이 더 중요하다’(긍정 42.5%, 부정 14.1%)고 느끼고 있지만, ‘시시한 TV프로그보다 광고가 더 재미있다’(긍정 30.6%, 30.4%)에 대해서는 찬반이 대립하고 있다. ‘광고를 보면 제품을 사고 싶어진다’(긍정 38.2%, 부정

23.0%)에 공감하지만, ‘광고를 많이 하는 제품에 신뢰가 간다’(긍정 27.1%, 부정 28.7%) 또는 ‘광고 내용을 믿을 수가 없다’(긍정 23.9%, 부정 23.1%) 등의 견해에 대해서는 찬반이 엇갈리고 있다.

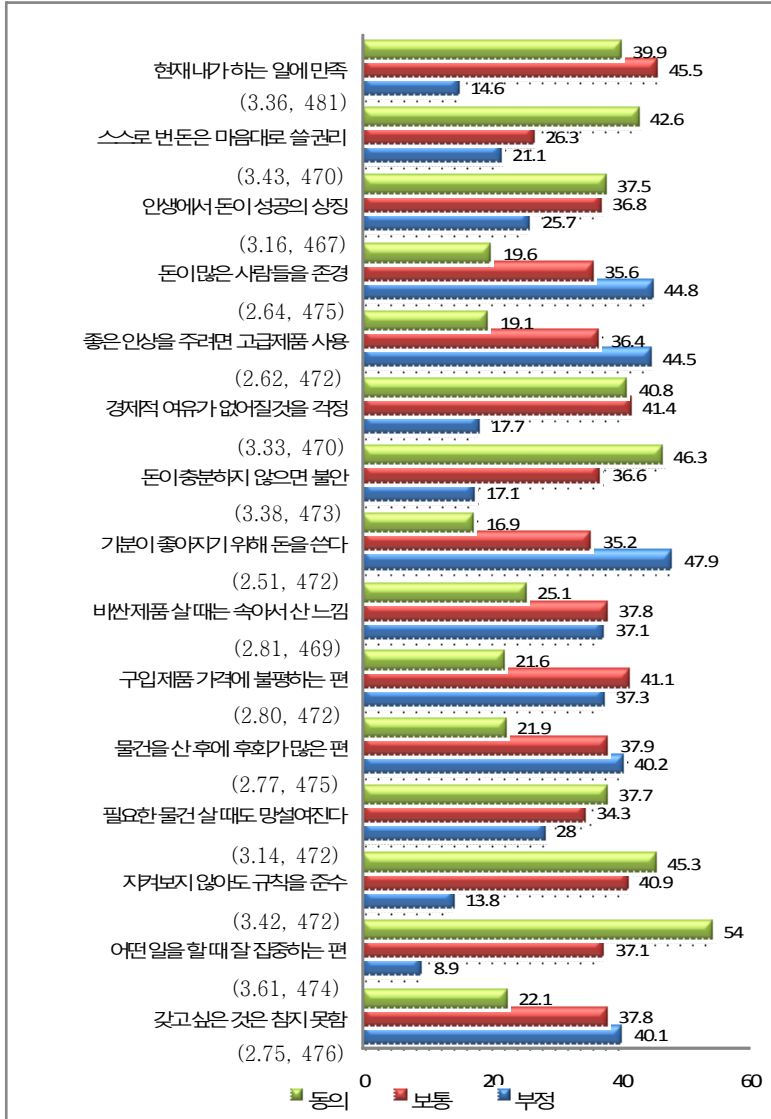
<그림 6-32> 광고에 대한 가치 인식



주 : ( )안의 숫자는 앞은 5점척도 평균점수를, 뒤는 사례수를 의미

이러한 결혼이민자들의 광고에 대한 인식을 요약하면 광고에 대한 관심이 높고 광고를 보면 강한 구매 충동을 느끼고 있지만 광고는 재미보다는 정보제공이 중요하다고 생각하고, 광고내용 및 광고를 많이 하는 제품의 신뢰도와 광고에 대한 흥미에 대해서는 중립적 태도를 보이고 있다는 점이다.

<그림 6-33> 소비생활 가치 인식



주 : ( )안의 숫자는 앞의 5점척도 평균점수를, 뒤는 사례수를 의미

다음으로, 소비생활 전반에 대한 결혼이민자들의 가치 인식을 살펴보면 ‘스스로 번 돈은 마음대로 쓸 권리가 있다’(긍정 42.6%, 부정 21.1%)고 느끼고 ‘인생에서 돈이 성공의 상징이다’(긍정 37.5%, 부정 25.7%)에 대해 공감을 나타내 물질중심형 가치인식을 나타내고 있다. 하지만, ‘돈이 많은 사람을 존경한다’(긍정 19.6%, 부정 44.8%) 또는 ‘좋은 인상을 주려면 고급 제품을 사용해야 한다’(긍정 19.1%, 부정 44.5%)는 견해에 대해 강한 거부감을 나타내고 있다.

‘돈이 충분하지 않으면 불안해진다’(긍정 46.3%, 부정 17.1%), ‘경제적으로 여유가 없어질까 걱정이다’(긍정 40.8%, 부정 17.7%) 등에 상당한 공감을 나타내 현 경제상황에 대한 높은 불안감을 반영하고 있지만, ‘기분이 좋아지기 위해 돈을 쓴다’(긍정 16.9%, 부정 47.9%)는 생각에 상당한 거부감을 나타내고 ‘꼭 필요한 물건을 살 때도 돈 쓰기가 망설여진다’(긍정 37.7%, 부정 28.0%)는데 공감을 느끼고 있다. ‘물건을 산 후에 후회가 많은 편이다’(긍정 21.9%, 부정 40.2%), ‘하고 싶은 일이나 갖고 싶은 제품은 참지 못한다’(긍정 22.1%, 부정 40.1%) 등에 거부감을 나타내고 ‘비싼 제품을 살 때는 속아서 산 것 같은 느낌이다’ 또는 ‘내가 산 제품의 가격에 대해 불평을 하는 편이다’ 등에서도 반대 의견이 높게 나타나고 있다.

‘현재 내가 하는 일에 만족하고 있다’(긍정 39.9%, 부정 14.6%)에 공감을 느끼고 있으며, ‘누가 지켜보지 않아도 규칙이나 지시를 잘 따른다’(긍정 45.3%, 부정 13.8%)에 대해 공감하고, ‘어떤 일을 할 때 잘 집중하는 편이다’(긍정 54.0%, 부정 8.9%)라는 생각에 전체적으로 가장 높은 공감을 나타내고 있다.

이상의 결혼이민자들의 생활가치 인식을 요약하면 높은 물질중심 성향을 나타내고 있지만, 돈 많은 사람들을 존경하거나 좋은 인상을

위한 고급제품 사용에 대해 강한 거부감을 보이고 있다. 현재 자신의 경제상황에 대해 상당한 불안감을 나타내 꼭 필요한 물건을 살 때도 돈쓰기를 망설이고 물건을 산 후에 후회가 많거나 하고 싶은 일이나 갖고 싶은 제품을 참지 못하는 충동적 구매 성향에 대해 상당한 자제감을 보이고 있다. 현재 자신이 하는 일에 만족을 나타내고 스스로 일에 대한 집중력이 높다고 생각하고 있으며 규칙이나 지시에 순종하는 태도를 보이고 있다.

한편, 광고 및 소비생활 전반에 대한 가치 인식과 관련하여 결혼이민자 개인 특성에 따른 인식 차이를 분석하기 위해 요인분석을 시행하고, 그 결과 4개의 요인을 도출했다. 당초 21개 변수를 사용하여 요인분석을 시도하였지만 요인을 구성한 개별변수의 공분산값이 0.4 이하를 나타냈거나, 요인 구성의 논리성이 미흡한 8개 변수를 제외한 13개 변수가 최종적인 요인 도출에 사용되었다. 금번 연구의 요인분석은 측정도구의 다차원 검정을 위해 주대각성분추출법 및 직각회전법을 이용했으며, 최종적으로 4개 요인을 도출하여, 제1요인은 물질중심형, 제2요인은 광고신뢰형, 제3요인은 충동불안형, 제4요인은 자족모범형으로 명명했다.

제1요인은 ‘나는 돈이 많은 사람들을 존경한다’(요인적재치=0.794)를 대표변수로 3개의 변수로 요인을 구성했다. 동 요인은 ‘인생에서 돈이 성공의 상징이라 생각하고, 돈이 많은 사람들을 존경하며 좋은 인상을 주려면 고급제품을 사용해야 한다’는 가치 인식을 나타내 요인 명칭을 ‘물질중심형’으로 명명했다.

제2요인은 ‘필요한 제품 광고는 관심있게 보는 편이다’(요인적재치=0.767)를 대표변수로 3개의 변수로 요인을 구성했다. 동 요인은 필요한 제품 광고는 관심있게 보는 편이고 광고를 보면 제품을 사고

싶은 충동을 느끼며 광고를 많이 하는 제품에 신뢰감을 나타내고 있다. 이에 요인 명칭을 ‘광고신뢰형’으로 명명했다.

〈표 6-29〉 생활가치 인식에 대한 요인분석 결과

구 분	1요인	2요인	3요인	4요인	공분산
	물질 중심형	광고 신뢰형	충동 불안형	자족 모범형	
인생에서 돈이 성공의 상징이라 생각	0.638	-0.009	0.181	0.209	0.483
나는 돈이 많은 사람들을 존경한다	0.794	0.171	0.132	0.021	0.678
좋은 인상을 주려면 고급제품을 사용	0.733	0.145	0.159	-0.255	0.649
광고를 보면 제품을 사고 싶어진다	0.256	0.762	0.121	-0.020	0.661
필요한 제품 광고는 관심있게 보는 편	0.017	0.767	-0.064	0.125	0.608
광고를 많이 하는 제품에 신뢰가 간다	0.016	0.749	0.118	0.086	0.583
경제적으로 여유가 없어질 것이 걱정이다	0.030	0.148	0.646	0.278	0.518
돈이 충분하지 않으면 불안해진다	0.257	0.044	0.615	0.297	0.534
내가 산 제품가격에 대해 불평하는 편이다	0.219	0.017	0.625	-0.135	0.457
물건을 산 후에 후회가 많은 편이다	0.043	0.009	0.702	-0.259	0.562
현재 내가 하는 일에 만족하고 있다	0.342	-0.141	-0.222	0.504	0.440
누가 보지 않아도 규칙/지시를 잘 따른다	-0.014	0.115	0.102	0.757	0.596
어떤 일을 할 때 잘 집중하는 편이다	-0.084	0.164	0.013	0.773	0.632
Eigenvalue	1.882 (14.5%)	1.865 (14.3%)	1.847 (14.2%)	1.808 (13.9%)	56.9%

제3요인은 ‘물건을 산 후에 후회가 많은 편이다’(요인적재치=0.702)를 대표변수로 4개의 변수로 요인을 구성했다. 동 요인은 경제적인

로 여유가 없어질 것을 걱정하고 돈이 충분하지 않으면 불안감을 느끼며 물건을 산 후에 후회가 많은 편이며 내가 산 제품가격에 대해 불평하는 행동을 보이고 있다. 이에 ‘충동불안형’으로 명명했다.

제4요인은 ‘어떤 일을 할 때 집중하는 편이다’(요인적재치=0.773)를 대표변수로 3개의 변수로 요인을 구성했다. 동 요인은 현재 자신이 하는 일에 만족을 나타내고, 어떤 일을 할 때 잘 집중하는 편이며 누가 지켜보지 않아도 규칙/지시를 잘 따르는 행동을 나타내고 있다. 이에 요인 명칭을 ‘자족모범형’으로 명명했다.

이상에서 추출한 4개 요인을 중심으로 결혼이민자 개인 특성에 따른 생활가치 인식 차이를 살펴보았다. 먼저 국적취득 유무에 있어서는 광고신뢰형에서 유의미한 차이를 나타냈는데, 국적취득자의 광고신뢰감은 0.282인데 반해 미취득자는 -0.092를 나타내 국적취득자들의 광고에 대한 신뢰 정도가 보다 높게 나타났다.

혼인기간별로는 물질중심형과 광고신뢰형 가치 인식에서 유의미한 차이를 나타냈는데, 물질중심형은 9년 이상이 0.278로서 가장 높게 나타난 반면 5년~8년이 -0.221로서 가장 낮게 나타났다. 광고신뢰형에 있어서는 2년 이하 -0.144, 3년~5년 -0.181, 6년~8년 0.288, 9년 이상 0.405를 나타내 대체로 혼인기간이 길수록 더 높은 광고신뢰감을 나타냈다.

배우자와의 연령차에 있어서는 자족모범형만이 유의미한 가치인식 차이를 나타냈는데, 10세 연령차를 기준으로 그 미만 집단들은 평균 이하의 자족모범 성향을 나타낸 반면 그 이상 집단들은 평균 이상을 나타내 배우자와의 연령차가 10년 이상인 경우에 상대적으로 일에 대한 만족감, 집중력, 규칙이나 지시에 대한 순응정도가 높은 자족모범 성향이 보다 높게 나타남을 의미한다.

〈표 6-30〉 생활가치 인식에 대한 특성 차이 분석

구 분		표본수 (명)	물질 중심형	광고 신뢰형	중동 불안형	가족 모범형
전 체		507	0.000	0.000	0.000	0.000
국적	취 득	120	-0.001	0.282	0.006	0.037
	미취득	296	0.005	-0.092	-0.006	-0.009
	F		0.002	12.439***	0.012	0.185
혼인 기간	2년 이하	65	-0.129	-0.144	-0.169	-0.085
	3년~5년	178	-0.033	-0.181	-0.012	0.062
	6년~8년	60	-0.221	0.288	-0.038	-0.114
	9년 이상	70	0.278	0.405	0.179	-0.165
	F		3.173**	8.322***	1.407	1.224
연령 차이	5세 미만	74	0.142	0.067	0.099	-0.327
	5세~9세	75	0.007	0.015	0.090	-0.291
	10세~14세	134	-0.091	0.042	0.023	0.161
	15세~19세	75	-0.093	-0.146	-0.153	0.125
	20세 이상	50	0.100	-0.021	-0.177	0.176
	F		0.920	0.535	1.177	5.362***
학력	중졸이하	105	0.082	-0.130	0.001	0.031
	고 졸	180	0.053	0.007	0.019	-0.070
	대 졸	86	-0.031	0.005	0.101	-0.049
	대학원졸	35	-0.237	-0.330	-0.342	0.014
	F		1.057	1.855	1.695	0.268
소득	100만원 미만	54	-0.116	0.280	-0.320	0.159
	100~200만원	146	-0.122	0.092	-0.001	-0.002
	200~300만원	107	0.118	-0.026	0.105	-0.189
	300만원 이상	43	0.064	-0.123	0.236	-0.054
	잘 모른다	63	0.164	-0.272	0.025	0.093
	F		1.563	2.750**	2.311*	1.442
세대 구성	부부	103	0.092	-0.104	-0.088	-0.062
	2세대(자녀)	198	-0.098	0.107	0.067	-0.062
	3세대	82	0.137	-0.052	-0.029	0.048
	2세대(부모)	28	-0.166	-0.127	-0.156	0.455
	F		1.672	1.368	0.799	2.406*
취업 여부	취업주부	90	-0.167	-0.030	-0.014	-0.281
	전업주부	253	0.071	-0.028	-0.105	0.076
	F		3.651*	0.000	0.569	8.377***

주 : 0.05<p≤0.1 \*, 0.01<p≤0.05 \*\*, p≤0.01 \*\*\* , 분석사레수는 결측치를 제외

소득별로는 소득수준이 낮을수록 광고신뢰형 가치인식이, 소득수준이 높을수록 충동불안형 가치인식이 더 높게 나타났다. 즉, 광고신뢰형은 100만원 미만 0.280, 100만원대 0.092, 200만원대 -0.026, 300만원 이상 -0.123을 나타내 소득수준이 낮을수록 보다 높게 나타났다. 반면 충동불안형 가치인식은 100만원 미만 -0.320, 100만원대 -0.001, 200만원대 0.105, 300만원 이상 0.236을 나타내 소득수준이 높을수록 보다 높게 나타났다.

세대구성별로는 가족모범형 가치인식에 있어서 유의미한 차이를 나타내고 있는데, 부모를 모시고 있는 2세대 가구가 0.455로서 가장 높은 가족모범형 가치인식을 나타낸 반면 부부가구와 자녀를 둔 2세대 가구는 각각 0.062를 나타내 상대적으로 가장 낮은 가족모범형 가치인식을 나타냈다.

취업여부별로는 물질중심형 및 가족모범형 가치인식 등에서 유의미한 인식차이를 나타냈는데 물질중심형 및 가족모범형에서 취업주부는 각각 -0.167, -0.281을 나타낸 반면 전업주부들은 각각 0.071과 0.076을 나타내 전업주부들이 취업주부들에 비해 물질중심적이며 가족모범적 가치 인식이 더 높게 나타났다.

## 6. 조사결과의 요약

### 가. 현재 소비생활 전반에 대한 의식 및 행동

결혼이민자들의 소비생활 계층의식은 상류층 9.9%, 중류층 66.3%, 하류층 22.8%를 나타내 전체적으로 77.2%의 중류층 이상의 계층의식을 나타냈다. 이는 일반 소비자들의 72.8%에 비해 4.4%p가 높은 중

류층 인식이다. 이러한 소비생활 계층귀속 의식은 학력 및 소득수준이 높을수록 더 높게 나타났으며, 취업주부들이 전업주부들에 비해 더 높게 나타났다.

결혼이민자들이 평가하는 다문화가정의 1년 전과 비교한 현재의 가정경제 상황은 ‘좋아졌다’가 31.3%, ‘별 차이없다’ 37.2%, ‘나빠졌다’는 9.7%로 나타났으며, 결혼이민자들이 기대하는 향후 1년 후의 다문화가정의 경제상황은 ‘좋아질 것이다’가 47.1%, ‘별 차이없을 것이다’ 20.9%, ‘나빠질 것이다’는 5.4%로 나타났다. 이는 결혼이민자들이 1년 전과 비교한 현재의 가정경제 상황을 매우 긍정적으로 평가하고 있을 뿐만 아니라, 향후 1년 후의 가정경제 상황에 대해서도 현재 평가 이상으로 낙관적인 기대를 갖고 있음을 의미한다.

결혼이민자들은 현재의 소비생활 전반에 대해 만족이 38.4%, 중립이 41.7%, 불만이 19.9%를 나타냈다. 이는 결혼이민자들이 현재의 소비생활 전반에 대해 중립 이상의 만족을 느끼고 있는 것으로 상당한 호감을 갖고 대응하고 있음을 의미한다. 이러한 소비생활 만족도는 배우자와의 연령차가 적을수록, 소득이 높을수록, 세대구성에 있어서 3세대가구 보다는 부부가구가 더 높게 나타났다.

한편, 배우자와의 연령차에 따른 소비생활 만족도는 5세 미만이 3.33점, 5세~9세 3.23점, 10세~14세 3.16점, 15~19세 3.18, 20세 이상 2.87점을 나타내 연령차가 많을수록 보다 낮게 나타났다. 이는 부부간 연령차가 크면 클수록 세대간 갈등을 유발할 수 있고, 이것이 소비생활 만족도에 부정적인 영향력을 미치고 있음을 의미한다.

소비생활에 대해 결혼이민자들이 느끼는 불만족 이유는 ‘경제력이 뒷받침되지 못함’이 전체의 57.6%로 단연 1순위를 나타냈으며, ‘언어 소통 어려움’ 12.0%, ‘피해 및 불만처리 어려움’ 10.9%, ‘외국인 배려

가 없음' 및 '생활정보의 부족'이 각각 7.6%, '문화차이 어려움'이 4.3%를 나타냈다,

현재 소비생활에서 경제적 부담이 가장 큰 비용 항목은 식생활비가 55.0%로 가장 높게 나타났으며, 교육비가 32.5%, 보건의료비 21.1%, 의류구입비 20.3%, 주거비 19.1% 순으로 나타났다. 이는 조사 대상 다문화가정의 취약한 경제력을 반영하는 결과로서 선택적 비용 지출 보다는 '먹고 사는 문제'인 의식주 관련 또는 교육, 의료 등 필수적 비용 지출에 보다 많은 부담을 갖고 있음을 의미한다.

다문화가정에서의 가정내 생활비 관리의 주체는 남편이 55.3%로 단연 1순위로 나타났으며, 부부공동이 20.4%, 본인이 가정내 생활비를 관리하는 것은 전체의 19.8%로 나타났다. 이는 결혼이민자 입장에서 한국내 소비생활 전반에 대한 이해 부족과 의사소통 어려움 등으로 가정경제에서의 소외현상이 심화되고 있음을 의미한다.

다문화가정 결혼이민자들의 41.7%는 노후생활 대비가 전혀 없는 실정이고, 실제 계획을 세워 향후 노후생활을 대비하는 것도 30.7%에 지나지 않고 있다. 이는 다문화가정 결혼이민자 입장에서 향후의 노후생활에 대한 계획을 세우고 이를 대비할 만한 충분한 여유가 없이 생활하고 있음을 의미한다.

#### 나. 한국생활 적응 의식 및 행동

결혼이민자가 한국에 오기 전 한국문화 인지도는 전체의 19.8%만이 알고 있었고, 52.5%는 알지 못했던 것으로 나타났다. 이는 상당수 결혼이민자들이 결혼을 위해 한국에 오기 전에 한국문화에 대해 잘 알지 못하고 있음을 의미한다. 특히, 한국에 들어오기 전 한국문화

인지도는 배우자와의 연령차가 클수록, 학력수준이 낮을수록 보다 낮게 나타났다.

결혼이민자들이 한국에 살게 된 이유는 ‘배우자가 마음에 들어서’가 45.3%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘경제적으로 나은 곳에서 살기 위해’가 30.2%, ‘본국 가족에 대한 경제적 지원’ 20.4%의 순으로 나타났다. 결혼이민자들이 한국에 살게 된 가장 큰 이유가 ‘배우자가 마음에 들어서’로 나타나고 있지만, 실질적인 핵심 이유는 경제적 측면이 보다 부각되고 있다. 즉, ‘경제적으로 나은 곳에서 살기 위해’, ‘본국 가족에 대한 경제적 지원’, ‘한국에서 취업하기 위해’ 등 경제적 이유들을 합하면 63.7%나 되기 때문이다.

결혼이민자들이 한국에서 생활하면서 겪게 되는 많은 어려움 중에서 가장 큰 어려움은 ‘말이 통하지 않음’이 48.1%로 1순위를 나타냈으며, 그 다음으로 ‘자녀 교육문제’가 45.7%, ‘문화적 이질감’ 39.7%의 순으로 나타났다. 이는 결혼이민자들 입장에서 한국생활을 적응하는데 가장 큰 어려움이 소통의 문제로 귀결됨을 의미한다. 의사소통이 원활하게 되면 상대적으로 자녀교육의 문제와 문화적 차이에 의한 이질감 극복이 훨씬 더 용이할 수 있기 때문이다.

혼인기간별로는 문화적 이질감과 언어소통으로 인한 한국생활 적응 어려움은 혼인기간이 짧을수록 더 크게 나타났으며, 배우자와의 연령차가 크면 클수록 언어소통, 문화적 이질감, 외로움 등에서 보다 더 적응이 어려운 것으로 나타났다. 배우자와의 연령차가 큰 것이 세대간의 갈등을 유발할 수 있어 한국생활 적응을 보다 어렵게 하고 있음을 의미하는 결과이다.

결혼이민자의 46.2%는 한국에 온 후에 호감도가 높아졌다고 응답한 반면 15.2%는 호감도가 낮아진 것으로 나타났다. 이는 결혼이민

자 입장에서 한국에 오기 전에 생각했던 한국에 대한 호감도가 한국에 온 후에 자신들이 기대했던 것 보다 훨씬 긍정적으로 전환되고 있음을 의미하는 결과이다.

결혼이민자들의 생각하는 현재의 결혼생활은 만족이 51.1%, 보통 32.0%, 불만이 10.0%를 나타내 전체적으로 만족이 불만에 비해 5배나 높게 나타났다. 이는 대부분 결혼이민자들이 자신의 현재 결혼생활에 대해 만족하고 있음을 의미한다. 이러한 결혼생활 만족도는 배우자와의 연령차가 크면 클수록 보다 낮게 나타났으며, 학력 및 소득수준이 높을수록 더 높게 나타났다.

결혼이민자들이 생활하면서 어려운 일을 당한 경우, 대응하는 방식은 ‘참는다’와 ‘같은 국가 출신의 결혼이민자와 상의한다’가 각각 34.0%와 32.0%로 대부분을 차지했다. 그 다음으로는 ‘근처 시민/종교단체 상담원과 상의’가 13.8%, 지역내 자치단체/읍면동사무소 상담원과 상의’가 5.7%로 나타났다.

한국생활 적응행동에 있어서 결혼이민자의 57.2%는 한국음악과 영화를 좋아하고, 55.0%는 한국음식을 즐겨 먹으며, 54.2%는 한국 사람들을 좋아하고, 51.3%는 한국어를 늘 사용하고 있지만 35.4%는 한국어를 사용할 때 긴장감을 느끼고 있다. 52.4%는 자신이 태어난 나라의 문화유산을 자랑스럽게 생각하고, 35.7%는 나는 한국인이 아니고 내가 태어난 국가 국민이라고 생각하고 있다. 하지만, 38.6%는 한국식 이름을 갖고 싶어 하고, 33.2%는 내가 생각하고 행동하는 방법은 한국 방식이라고 생각하며, 내가 지키는 공휴일은 내가 태어난 나라의 휴일이라는데 51.0%가 반대하고 17.8%만이 동의하고 있다. 28.0%는 자신이 차별받고 있다고 느끼고 36.5%는 태어난 나라에 두고 온 가족들에게 죄책감을 느끼고 있는 것으로 나타났다.

이는 대부분의 결혼이민자들이 한국문화 전반에 대해 상당한 존중감과 호감을 갖고 있고, 자신이 태어난 나라에 대한 문화유산 등에 대한 자긍심 또한 매우 높지만, 태어난 나라에 두고 온 가족들에게 죄책감을 느끼고 있고, 일부 결혼이민자들은 스스로 차별받고 있다고 느끼고 있는 것으로 요약될 수 있다.

#### 다. 구매 및 불만·피해 대응 행동

결혼이민자들이 상품 구입시 가장 많이 참고하는 정보는 주변의 사용경험 및 추천이 44.1%로 단연 1순위를 나타냈으며, 자신의 경험이 31.0%, ‘별 정보없이 구입’은 20.7%를 나타냈다. 이는 결혼이민자들이 상품을 구입할 때 주로 주변의 사용경험 및 추천, 자신의 경험 등 비공식적인 정보에 의존하여 상품을 구입하고, 5명 중 1명은 아무런 정보없이 상품을 구입하고 있음을 의미한다.

결혼이민자들이 일상 생활용품을 구입할 때, 구입장소를 선택하는 기준은 ‘가격 저렴’이 57.0%로 단연 1순위로 나타났으며, ‘집과 가까움’이 40.5%, 품질 21.1%, 상품다양성 15.9%, 교환/환불/AS 13.4% 등의 순으로 나타났다. 이는 결혼이민자들이 일상적인 생활용품을 구입할 때 품질이나 상품 다양성 보다는 가격과 매장 접근성을 중시하여 매장을 선택하고 있음을 의미한다.

최근 1년 이내에 결혼이민자들의 특수거래를 통한 구매 경험은 인터넷쇼핑몰이 43.7%로 가장 높게 나타났으며, TV홈쇼핑은 37.0%, 방문판매 23.4%로 나타났다. 이는 결혼이민자들 사이에서도 특수거래가 보편적으로 이루어지고 있음을 의미하며, 특히 거래 접근성이 좋고, 거래 절차 등이 손쉬운 인터넷쇼핑몰과 TV홈쇼핑 등을 통한 상

품 구입이 방문판매에 비해 월등히 높은 것으로 나타났다.

이러한 특수거래를 통한 상품 구입 만족은 인터넷쇼핑몰, TV홈쇼핑, 방문판매 등이 각각 44.7%, 45.3%, 37.4%를 나타내는데 반해 이들 특수거래 각각에 대한 불만은 10.2%, 15.3%, 16.5%를 나타내 불만에 비해 만족이 월등히 높게 나타났다.

결혼이민자의 73.6%가 평소 인터넷을 사용하고 있는 것으로 나타났다으며, 주로 많이 사용하는 인터넷서비스는 음악/영화가 52.0%, 이메일 45.7%, 인터넷전화 37.8%, 인터넷쇼핑 37.3% 등의 순으로 나타났다. 이는 다문화가정 결혼이민자들에게 인터넷 이용이 매우 보편화되어 있음을 의미한다.

인터넷 등 정보통신기기 등을 사용하면서 느끼는 결혼이민자들의 인식은 새로운 정보기술이나 제품에 대한 호기심은 높지 않으며 컴퓨터 사용이 능숙하지 않더라도 이로 인한 스트레스는 별로 받고 있지 않다. 인터넷을 하지 않는 것 또는 인터넷의 개인정보 노출에 대한 불안감은 그다지 없으며 인터넷으로 대화하는 것을 비인간적이라고 생각하지도 않는 특성을 보여주고 있다.

결혼이민자들이 물품이나 서비스를 구입하는 과정에서 불만 또는 피해를 당한 경험은 ‘있다’가 32.1%, ‘없다’ 38.6%, ‘잘 모르겠다’ 29.3%로 나타났다. 전체적인 불만·피해 경험은 32.1%이지만, ‘잘 모르겠다’를 제외한 불만·피해 경험은 45.4%를 나타내 결혼이민자들의 소비생활 불만·피해가 빈번히 발생하고 있음을 시사하고 있다.

물품이나 서비스를 구입하는 과정에서의 구체적인 불만·피해 이유는 ‘제품이 광고내용과 달라서’가 34.2%, ‘품질이 너무 떨어져서’ 33.5%, ‘바가지 요금’ 30.4%의 순으로 나타났다. 이를 요약해 보면, 광고내용과 다르거나 품질이 낮은 제품의 문제, 바가지 요금이나 판

매원 사기상술 문제, 반품 및 환불 어려움과 이를 사전예방 또는 사후구제를 용이하게 하는 외국어 표기나 안내가 없는 문제 등으로 귀결되고 있음을 의미한다.

구입한 상품의 불만·피해에 대한 결혼이민자들의 대응방식은 응답자의 절반 이상인 53.5%가 그냥 포기하고, 구입처에 끝까지 따져 적극적으로 해결하는 것은 8.2%에 불과한 것으로 나타났다. 구입 상품에 대한 불만·피해가 발생했음에도 이를 그냥 포기한 이유는 ‘해결되기 힘들 것으로 생각해서’가 32.9%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘언어가 통하지 않아서’가 28.2%로 나타났다.

결혼이민자 중 소비생활 교육을 받아 본 경험은 전체의 44.2%로 나타났으며, 이들이 받은 교육 분야는 쓰레기 재활용 등 환경 관련 교육이 36.0%, 제품 및 서비스 이용 안전교육이 34.5%, 물건 구매 관련 소비자정보 교육 31.5% 순으로 나타났다. 이 중 전체의 57.9%는 소비생활 교육이 실생활에 도움이 되었다고 응답했다.

## 라. 소비생활 가치 평가

소득을 늘리는 것과 자유시간을 늘리는 것에 대한 결혼이민자들의 상대적인 선호도는 ‘소득을 더 늘리고 싶다’가 51.7%, ‘자유시간을 더 늘리고 싶다’가 13.5%로 나타났다. 이는 결혼이민자 입장에서 소득을 늘리는 것이 자유시간을 늘리는 것보다 4배 정도 더 높게 나타나 거의 절대적으로 소득을 늘리는데 더 많은 관심을 갖고 있음을 의미한다.

미래생활에 대비하는 것과 현재생활에 충실하는 것에 대한 상대적인 선호도는 ‘지금 힘들더라도 미래에 대비한다’가 49.2%, ‘현재의

매일 생활에 충실한다'가 25.0%를 나타냈다. 이는 결혼이민자 입장에서 현재의 매일 생활에 충실하는 것보다 지금 힘들더라도 미래에 대비하는 것을 2배 정도 보다 선호하고 있음을 의미한다.

소비생활을 하면서 스스로의 권익을 위한 노력은 74.9%가 긍정적으로 평가하는 것으로 나타났다. 이는 배우자와의 연령차가 적을수록, 전업주부보다는 취업주부가 자신의 권익제고 노력을 보다 높게 평가하는 것으로 나타났다.

결혼이민자들이 생각하는 현재 우리나라/사회의 각종 소비생활 상품·서비스에 대한 안전성 정도는 전체적으로 82.4%가 안전하다고 느끼고 있는 것으로 나타났다. 이는 결혼이민자 입장에서 체감하는 우리사회 전반의 소비생활 환경은 매우 안전하게 인식되고 있음을 의미한다.

한편, 결혼이민자들이 생각하는 소비자 안전 및 건강을 위협하는 위해요인들은 농약 오염이 50.3%로 단연 1순위의 불안 요인으로 지적되었으며, 조류독감/광우병이 20.9%, 유해 식품첨가물이 20.0%, 화학조미료 19.4%의 순으로 위해 불안감을 체감하는 것으로 나타났으며, '잘 모르겠다'는 30.5%로 상대적으로 매우 높게 나타났다. 이는 결혼이민자들 입장에서 위해 불안감이 상대적으로 높은 요인들의 공통점은 일상의 식생활과 직접적인 관련이 있는 위해요인들이란 점이다. 즉, 농약오염, 조류독감/광우병, 유해 식품첨가물, 화학조미료 등에 의한 위해 불안감이 상대적으로 보다 높게 나타났다.

현재 살고 있는 지역의 생활환경 전반에 대한 결혼이민자들의 생각은 55.3%가 만족하고 있는 반면 11.7%만이 불만족하고 있는 것으로 나타났다. 이는 결혼이민자들이 자신이 살고 있는 지역의 생활환경을 매우 긍정적으로 인식하고 있음을 의미한다.

결혼이민자들이 느끼는 광고에 대한 생활가치 인식은 광고에 대한 관심이 높고 광고를 보면 강한 구매 충동을 느끼고 있지만 광고는 재미보다는 정보제공이 중요하다고 생각하고, 광고내용 및 광고를 많이 하는 제품의 신뢰도와 광고에 대한 흥미에 대해서는 중립적 태도를 보이고 있다는 점이다.

결혼이민자들이 느끼는 생활가치 인식을 요약하면 높은 물질중심 성향을 나타내고 있지만, 돈 많은 사람들을 존경하거나 좋은 인상을 위한 고급제품 사용에 대해 강한 거부감을 보이고 있다. 현재 자신의 경제상황에 대해 상당한 불안감을 나타내 꼭 필요한 물건을 살 때도 돈쓰기를 망설이고 물건을 산 후에 후회가 많거나, 하고 싶은 일이나 갖고 싶은 제품을 참지 못하는 충동적 구매 성향에 대해 상당한 자제감을 보이고 있다. 현재 자신이 하는 일에 만족을 나타내고 스스로 일에 대한 집중력이 높다고 생각하고 있으며 규칙이나 지시에 순종하는 태도를 보이고 있다.



## 제7장 다문화가정 소비생활 안정화 방안

1. 동반자 입장에서의 다문화정책의 추진
2. 기본권익 보장 중심으로 정책 전환
3. 생활안정화를 위한 협력네트워크 구축
4. 수요자 중심의 맞춤형 교육지원
5. 다문화가정 소비생활 콘텐츠 지원
6. 생활문제 해결을 위한 사업자 역할 제고



## 1. 동반자 입장에서의 다문화정책의 추진

우리나라의 다문화정책은 2006년 4월을 기준으로 단일민족 및 순혈주의에서 다문화와 다양성을 존중하는 것으로 정책기조를 전환하였다. 결혼이민자를 위한 사회통합대책은 결혼이민자에 대한 차별과 복지 사각지대 해소를 통한 사회통합과 열린 다문화사회 실현에 주안점을 두고, 관련부처 전체가 통합과정 전체를 포괄하도록 했다. 이주민에 대한 차별과 배제를 제거하고 서로의 문화를 상호존중하여 공생을 추구하는 다문화주의에 입각한 정책을 추진하였다.

하지만, 현행 다문화정책은 표면적으로는 다문화주의에 입각한 사회통합정책이 추진되고 있으나, 실질적으로는 다문화사회에 포함되는 구성원에 대한 개념적인 합의점을 찾지 못해 정책 수립의 한계를 드러내고 있다. 다문화적 관용성에 대한 사회적 공감대가 형성되지 못하고 다문화가정을 동반자가 아닌 지원의 대상으로 접근하려는 정부정책 인식이 문제로 지적되고 있다. 현재 우리사회에서 다문화가정 지원을 위해 제공되는 정책이나 프로그램은 동화주의 사상에 기반한 전시성, 일회성 프로그램이 주류를 이루고 있다. 사실상 이러한 정책이나 프로그램의 제공은 사회통합적인 다문화사회를 구현하기에는 너무나도 거리가 먼 것으로 평가받고 있다.

다문화주의는 동화주의나 온정주의와는 배치되는 개념임에도 중앙정부는 사회통합적인 정책적 방향을 잡지 못하고 사회적 약자에 대한 정책적 배려 차원에서 임기응변식으로 대응하고 있다. 각 행정부처가 개별사안에 대한 프로그램을 경쟁적으로 양산하고 있어 사업의 중복성이 문제점으로 지적되고, 부처간 상호협력체계가 이루어지지 못해 비용의 낭비와 사업의 효율성이 낮아질 뿐만 아니라 전시성 사

업으로 전락하는 문제점을 노출하고 있다.

지방자치단체 차원의 결혼이민자 정책 역시 인도주의적 입장에 기반을 둔 시혜적 차원에 머물러 있고, 장기적·지속적이지 못하고 단기적·산발적으로 온정주의에 입각한 정책 서비스가 이루어지고 있다. 대다수 사업들이 중앙정부와 중복되고, 지방자치단체별로도 특색의 차이가 없을 뿐만 아니라 일회성이나 전시형 사업이 주를 이루고 있는 실정이다.

금번 조사결과에 따르면 결혼이민자들은 한국문화 전반에 대해 상당한 존중감과 호감을 갖고 있고, 자신이 태어난 나라의 문화유산 대해서도 높은 자긍심을 갖고 있지만 일부 결혼이민자들은 스스로 차별받고 있다고 느끼고 있고 생활하면서 어려운 일을 당해도 ‘참는다’가 34.0%로 가장 일반적인 대응방식으로 나타났으며 결혼이민자들의 39.7%는 한국생활에서 겪게 되는 많은 어려움 중에서 ‘문화적 이질감’을 꼽고 있다.

이러한 조사결과는 다문화정책이 다문화 공생 관점보다는 동화주의적 적응을 강조하고 있음을 시사하는 것이다. 결혼이민자들 입장에서는 출신국에 대한 높은 자긍심과 함께 한국문화 전반에 대한 상당한 존중감과 호감을 느끼고 상호존중하는 공생의 관점을 갖고 있지만, 이주민들이 느끼는 현장 인식은 문화적 이질감, 차별, 합리적 대응보다는 포기 등이 강조되고 있기 때문이다.

이러한 상황속에서 다문화 공생 관점의 실질적인 다문화사회 구현을 위해서는 결혼이민자를 실질적인 정책수요자로 하는 통합적인 다문화정책 수립이 요구되고, 지역사회통합을 위한 결혼이민자와 지역주민의 공생을 위한 정책이 마련되어야 한다. 결혼이민자를 위한 종합적인 통합·관리 지원시스템 구축과 함께 결혼이민자를 정책수요자

로 하는 통합적인 행정서비스 마련이 시급한 실정이다.

다문화사회 실현을 위해서는 종합적이고 체계적인 정책시스템을 마련하는 것도 물론 중요하지만, 무엇보다도 서로 다른 가치와 문화적 다양성에 대한 열린 태도와 사회의 다양성을 인정하고 수용하는 시민의식의 전환이 절실한 상황이다. 사회통합적인 다문화사회 실현은 결혼이민자의 한국사회에 대한 이해와 적응만으로는 한계가 있으며 한국사회 전반의 외국문화에 대한 이해와 수용, 존중이 동반될 때만이 가능하기 때문이다. 이러한 타문화를 존중하고 배려할 수 있는 다문화주의적 사고가 뿌리를 내리기 위해서는 정부 차원에서 다차원적인 홍보를 지속적으로 시행하고, 시민사회 전반에 대해 체계적인 다문화교육을 시행하여야 한다. 이를 통해 시민사회 전반의 다문화 정책에 대한 이해 부족 문제를 시정해 나가야 할 것이다.

## 2. 기본권익 보장 중심으로 정책 전환

현행 소비자기본법은 소비자권익 증진을 통한 소비생활 향상을 목적으로 제정되었으며, 국가 및 지방자치단체로 하여금 소비자 기본권리가 실현되도록 관계법령을 제정할 것과 필요한 시책을 수립·실시할 것을 책무로 규정하고 있다. 여성 결혼이민자를 포함한 다문화가정 구성원 모두는 대한민국 국민으로서 소비자기본법상 기본권익을 향유할 수 있는 권리를 보장받고 있다.

금번 조사에 따르면 결혼이민자의 74.9%가 스스로의 권익을 위해 노력하고 있다고 응답하고 있다. 하지만, 결혼이민자의 32.1%가 소비생활 과정에서 불만 또는 피해를 당한 경험이 있음에도 불과 8.2%만

이 이를 적극적으로 해결한 반면, 이들 중 53.5%는 아무런 대응도 하지 못하고 그냥 포기한 것으로 나타났다. 결혼이민자들이 상품구입시 주로 참고하는 정보에 있어서도 정보없이 구입하는 것이 20.7%이고, 주변의 사용경험 및 추천이 44.1%, 자신의 경험이 31.0% 등으로 나타났다. 이는 결혼이민자들이 우리 사회 전반에 대한 이해가 극히 부족하고, 의사소통에 제한이 있는 상황임에도 이들이 도움을 받을만한 신뢰성있는 정보제공 지원이 이루어지지 못하고 있음을 의미하는 것으로, 결혼이민자들의 소비생활 전반에 상당한 정보격차가 존재하고 있음을 시사하는 결과이다.

이는 결혼이민자 입장에서 자신들의 합리적인 소비생활을 위해 스스로의 권익을 보장받기 위해 노력하고 있지만 상품 구입에서 피해를 당해도 적절한 보상방법을 알지 못하거나, 보상방법을 알고 있어도 말이 통하지 않는 의사소통 문제 또는 문화적 이질감 등에 의해 자신의 권리를 포기하고 있음을 의미한다. 아울러, 한국 사회 전반의 문화적 이해 부족에 의한 심각한 정보격차가 존재함에도 적절한 시장 정보를 충분히 제공받지 못해 합리적인 소비생활을 영위하는데 상당한 장애를 느끼고 있음을 의미한다.

하지만 우리나라 소비자정책 주무부서인 공정거래위원회의 소비자정책기본계획에 따르면 다문화 관련 소비자정책은 ‘소비자역량강화·취약계층 대상 소비자교육’ 분야에 한정되고 있는 실정이다. 다문화가정 등 결혼이민자들의 소비생활 문제는 시장에서의 역량의 문제에서 비롯되기 보다는 문화적·언어적 소통의 문제에 기인하고, 이는 결혼이민자들이 필요로 하는 관련 정보의 제공을 통해 시정될 수 있을 것으로 판단된다. 금번 조사에서도 한국에 오기 전에 한국문화를 알고 있었다고 응답한 결혼이민자는 19.8%에 불과해 대다수 결혼이

민자들이 한국의 소비생활 문화나 시장 관행에 매우 낮은 인지도를 나타내고 있지만 결혼이민자 전반적인 학력수준은 대졸이상이 27.6%, 고졸이상이 73.8%를 나타내 이들의 시장에서의 소비생활 역량은 충분할 것으로 판단되기 때문이다.

이에 다문화가정에 대한 소비자정책 방향은 소비자기본법에 규정된 소비생활 주체로서 이에 합당한 8대 소비자 기본권리를 어떻게 보장해 주느냐에 귀결되고, 이를 기반으로 정부의 책무 관점에서 다문화가정 지원정책을 개발하고 집행할 필요가 있다. 이러한 관점에서 향후 다문화가정의 소비생활 문제해결을 위한 정책 지원의 기본 방향은 ‘취약계층의 보호’가 아니라 ‘대한민국 소비자로서의 기본권의 보장’으로 전환되어야 한다.

정부의 다문화정책은 시민적 권리 측면에서 주류사회의 시민 또는 소수집단의 구성원으로 인간이면 누구나 문화적 정체성을 보유하고 그것을 표현할 권리, 사회정의와 평등한 기회를 향유할 권리, 모든 국민들의 경제적 잠재력과 능력을 온전히 활용할 권리 등을 보장하고 있다. 다문화정책은 시민적 의무에서 모든 국민들에게 국가에의 우선적인 헌신 의무, 한국사회의 기본적인 구조와 원칙의 수용 의무, 각자 자신의 문화와 사상을 표현하기 위한 모든 사람들의 권리 수용 의무 등을 요구하고 있다.

이러한 관점에서 향후 다문화가정 소비자정책은 정책수요자 입장에서의 권리와 의무를 통한 문화적 정체성을 확보하도록 하고 취약계층으로서가 아니라 대한민국 국민으로서 소비자기본법에 규정된 소비자 8대 기본권리 보장을 위해 다문화가정 스스로 자신들의 소비생활 문제를 인식하도록 하고, 이를 해결할 수 있는 정보격차 등 문제를 해소할 수 있는 방안 강구에 역점을 두어야 할 것이다.

### 3. 생활안정화를 위한 협력네트워크 구축

현재 국제결혼 및 다문화가정에 대한 총괄 계획 수립 및 부처간 조정업무는 국무총리 산하 외국인정책위원회가 담당하고 있다. 하지만, 외국인정책위원회는 단순한 심의 및 자문기구로서 실질적 권한이 부재하며 나날이 그 중요성이 증대하고 있는 외국인과 다문화가정의 문제에 대응할 수 있는 기능과 역할 수행에 한계를 노출하고 있다. 특히, 현재 다문화가정 정책은 무려 12개 관련 부처에서 담당 과제를 개발, 경쟁적으로 관련 사업을 시행하고 있어 정책의 혼선과 비효율 발생이 심각한 상황이다.

효율적이고 체계적인 조정 기관이 부재함에 따라 중앙부처 차원 및 지자체 단위에서 일부 사업들이 중복 시행되어 정책의 비효율을 초래하고 있다. 지자체 사업들은 전통혼례식, 말하기대회, 장기자랑 등 일회용 이벤트 프로그램이 다수이고 그나마 단편적으로 집행되고 있다. 중앙정부의 지원정책은 각 부처 지원내용이 획일적이고 대부분의 사업들이 교육분야에 강의 중심으로 편중되어 있어 결혼이민자 스스로 주체가 되는 활동을 지원하는 수요자 위주의 통합적이고 효과적인 지원 사업이 크게 부족한 실정이다. 정부의 지원사업이 대부분 시군단위로 시행되어 읍·면 중심의 농촌지역 여성결혼이민자들의 접근성이 매우 취약하고, 특히 정부 부처간 및 공공-민간 간의 역할분담 및 협력체계가 미흡하다. 유사한 교육이 중복적으로 이루어지는 문제점을 노출하고, 실적 경쟁으로 수요자 입장을 배려한 유기적인 업무협조가 극히 미흡한 실정이다. 특히, 정책수요자 니즈를 최대한 고려한 사업개발 및 집행보다는 정책공급자의 서비스 제공 입장을 우선하고, 그것마저도 수많은 관련 기관들이 중복 시행하고 있

어 정책 효과를 떨어뜨리고 있다.

금번 조사에 따르면 결혼이민자들은 한국 생활에서 겪게 되는 많은 어려움 중에서도 의사소통, 자녀교육, 문화적 이질성 극복 등을 힘들게 생각하고 있지만, 전반적 맥락하에서의 가장 시급한 문제는 경제적 어려움 문제로 판단된다. 금번 조사에서의 결혼이민자들은 전체 응답자의 57.5%가 200만원 미만의 월평균소득을 나타내 현재의 다문화가정 전반의 취약한 경제상황을 보여주고 있음에도 소비생활 계층귀속에 있어서 중류층 인식이 매우 높고, 현재의 소비생활 평가와 미래의 소비생활 기대, 소비생활 전반에 대해 평균 이상의 만족도를 나타내고 있다. 즉, 결혼이민자들의 소비생활 계층의식은 중류층 이상이 77.2%를 나타내 실질적인 소득수준이 다문화가정에 비해 월등히 높은 일반 소비자들의 72.8%를 상회하고, 과거 1년 전과 비교한 현재의 소비생활 상황을 매우 긍정적으로 평가하고 있을 뿐만 아니라 향후 1년 후의 소비생활 상황에 대해서도 현재의 평가 이상으로 낙관적인 기대를 갖고 있다.

결혼이민자들은 소비생활 전반에 대해 평균 이상의 만족도를 나타내고 있지만, 소비생활에 불만족을 느끼는 이유는 ‘경제력이 뒷받침되지 못함’으로 나타났으며, 소비생활에서 경제적으로 부담감이 큰 지출 항목은 식생활비 지출로 대표되는 ‘먹고 사는 문제’로 나타났다. 결혼이민자들이 한국에 오게 된 이유에 있어서도 ‘경제적으로 나은 곳에서 살기위해’가 30.2%, ‘본국 가족에 대한 경제적 지원’이 20.4% 등으로 경제적 이유가 두드러졌다. 생활가치인식에 있어서도 높은 물질중심 성향을 나타냈으며 소득과 자유시간의 상대적 평가에 있어서도 소득을 늘리는데 월등히 높은 관심을 보이고 있다.

하지만, 대다수 정부 기관들의 다문화정책에서는 다문화가정의 경

제적 어려움을 해결하고 소비생활의 질 향상이라는 생산적이며 실천적인 정책 개발 및 시행은 극히 미흡하게 추진되고 있다. 정책수요자 입장에서 그 효과가 미미한 강의 중심의 교육으로 채워지고 있는 실정이다. 이러한 상황하에서 정책수요자인 결혼이민자 중심의 실효성있는 다문화정책의 수립과 추진을 위해서는 우선은 현재 다문화가정의 실질적인 정책적 요구가 무엇인지를 사전적으로 파악할 필요가 있고, 그 정책적 요구의 우선순위에 입각하여 관련 정책 수립 및 추진의 방향성을 명확히 하여야 한다. 이러한 정책 기반하에서 정책당국 뿐만 아니라 시민사회와 학계, 다양한 다문화가정 구성원들이 참여하는 민관협력네트워크를 구축, 관련 정책을 효과적으로 추진할 필요가 있다.

#### 4. 수요자 중심의 맞춤형 교육지원

중앙 부처나 지방자치단체들은 다문화정책 추진을 위해 각자의 다양한 교육프로그램을 운영하고 있다, 여성가족부는 결혼이민자들에 대해 입국전 결혼준비기, 입국초 가족관계 형성기, 자녀양육 및 정착기, 역량 강화기, 다문화역량 강화 등 생애주기별 맞춤형 교육서비스를 시행하고, 법무부는 다문화가정 법교육과 외국인사회 통합지원 및 사회통합프로그램 이수제를 운영하고 있다. 문화체육관광부는 이주민 문화적응 관련 교육프로그램을 시행하고, 교육과학기술부는 다문화가정 자녀 교육 지원사업을 실시 중이며, 노동부는 외국인근로자 지원 교육 프로그램을 시행중에 있다. 행정안전부는 외국인주민의 사회적응 및 자립을 지원하기 위한 교육을 시행중에 있으며, 공

정거래위원회는 다문화가정 소비생활 교육프로그램을 개발하여 관련 소비자교육을 시행 중에 있다.

하지만, 다문화정책 정부부처들은 소관 정책 시행을 위한 교육프로그램을 독자적으로 운영·추진하기 때문에 부처간 또는 중앙정부와 지방자치단체간 역할분담이 불명확하고 상호 연계가 미흡하다. 교육프로그램 내용이 중복되어 투입되는 인력이나 예산 대비 효과적인 교육 사업추진이 어려운 실정이며, 특히, 교육수요자 입장 또는 상황을 고려한 맞춤형 교육이 되지 못하고 있다.

금번 조사에 따르면 결혼이민자 중 소비생활 교육을 받아 본 경험은 전체의 44.2%로 나타났으며, 이들이 받은 교육 분야는 쓰레기 재활용 등 환경 관련 교육이 36.0%, 제품 및 서비스 이용 안전교육이 34.5%, 물건 구매 관련 소비자정보 교육이 31.5%로 나타났다. 이 중 57.9%는 소비자교육이 실생활에 도움이 되었다고 응답하고 있다. 하지만, 전체적인 결혼이민자들의 교육이수 경험이 낮고 그 마저도 교육수요자를 고려한 실생활의 맞춤형 교육내용이 되지 못하는 문제점을 노출하고 있다. 결혼이민자 입장에서는 현명하고 낭비되는 일이 없도록 금전을 관리하고 싶지만 마음처럼 잘 안되는 것이 소비란 점을 감안할 때, 소비생활 교육은 무엇보다 절실하고 반드시 필요함에도 양적·질적 차원 모두를 충족하지 못하고 있다.

결혼이민자 입장에서의 실효성있는 소비생활 교육을 시행하기 위해서는 우선 교육수요자 입장에서 교육받기를 원하는 실생활 내용이 무엇인지를 사전조사를 통해 명확히 하고, 이를 근거로 국내 거주기간, 경제수준, 가게운영의 참여도 등을 고려하여 수준별 표준교재를 다국어로 개발·보급할 필요가 있다. 소비생활 강사들은 기개발된 표준 교재를 기반으로 오프라인 관련 강의를 할 수 있도록 하고, 공정

거래위원회와 한국소비자원, 지자체, 다문화가족지원센터 등의 홈페이지에 다국어로 제작된 다양한 온라인 소비생활 교육 자료를 게재하여 여성 결혼이민자들의 생활 역량을 높여나가야 한다.

현행의 다문화가정 결혼이민자 대상 교육은 한 강의실에서 그 대상 국가가 최소 3개국~6개국으로 다양화되어 있고, 국내 거주기간, 수강자들의 국내 소비생활 적응 및 이해 정도, 경제수준, 가게운영의 참여도 등에 상당한 차이가 있음에도 한국인 강사가 국내 소비자교육과 별반 차별화되지 못한 내용을 중심으로 교육을 시행하고 있어 결혼이민자 입장에서 실생활에 도움이 되는 실효성있는 교육이 되지 못하는 문제점을 노출하고 있다.

이를 개선하기 위해서는 오프라인상에서의 결혼이민자 대상 소비생활교육은 원어민 강사양성 교육과 일반 결혼이민자 교육으로 양분하여 원어민 강사양성 교육은 표준교재에 기반한 한국인 전문강사를 통한 교육을 시행하고, 일반 결혼이민자 교육은 양성된 원어민 강사를 중심으로 동일 국가 출신의 결혼이민자들을 대상으로 교육 수요자들의 상황과 수준에 맞춰 교육하도록 하여야 한다. 이를 통해 교육 과정에서의 의사소통 문제를 근원적으로 차단하고 수준별·상황별 교육을 통해 교육 효과를 제고할 수 있다. 이는 현재 결혼이민자들의 소비생활 문제가 그들이 갖고 있는 지식 역량의 문제에서 비롯되기 보다는 언어소통 및 이해의 문제이고, 정보격차의 문제에서 비롯되기 때문이다.

특히, 정보화된 지식기반사회에서 결혼이민자를 대상으로 한 오프라인 교육은 공간과 인원, 시간 등의 제약으로 투입된 비용 대비 실효성 있는 교육 효과를 나타내기 어렵기 때문에 국가 차원의 결혼이민자 중심의 다문화가정을 위한 온라인교육시스템 구축을 필요로 한

다. 이를 통해 다양한 소비생활 정보를 실시간으로 제공하여 보다 실효성있는 소비생활 질 향상을 도모하고 다문화가정의 소비생활 문제를 쌍방향으로 해결할 수 있는 단초를 마련할 수 있다. 이와 함께, 다문화가정의 소비생활 문제를 사전 예방하고 효과적인 사후 피해구제 지원을 위해 다국어로 제작된 소비생활 문제 해결 가이드북을 발간·배포할 필요가 있다.

## 5. 다문화가정 소비생활 콘텐츠 지원

여성 결혼이민자는 다문화가정의 중심에서 가정 경제를 이끌어가는 소비 주체로서 소비자기본법상 소비자주권 지위를 보장받아야 하고 당연히 교육 및 정보를 제공받을 권리를 갖고 있다. 이에 국가는 결혼이민자에 대한 시민적 권리 및 소비자 주권을 보장하여 정보격차 해소와 생활역량 제고를 지원하여야 할 책무가 있다.

금번 조사에 따르면, 결혼이민자의 17.4%는 가구의 월평균소득이 얼마인지를 모르고 있고, 19.8%만이 가정내 생활비를 주체적으로 지출하고 있는 것으로 나타났다. 이는 결혼이민자들이 가정내 경제권을 가지고 있지 못함을 입증하는 결과로서 남편의 월급이 얼마인지, 가계수입이 얼마인지 모르고 있고, 가정내 생활비가 어디에 어떻게 쓰이는지 아내와 남편이 상의해서 함께 결정하는 것이 당연한데도 그런 당연한 결정에서 소외되고 있음을 의미한다. 다문화가정 주부 대부분이 가정내 경제권을 가지고 있지 못하고 올바른 소비생활에 대한 지식 또는 정보도 부족해 가정경제를 안정적·주도적으로 이끌어가는데 상당한 걸림돌이 되고 있음을 보여주고 있다.

이에 정부는 다문화가정의 안정적인 생활을 지원하기 위해 다문화 가정 소비생활 실태를 조사하고, 다문화가정 전반의 문제점과 소비생활 니즈를 파악하여 다문화가정의 생활안정에 필요한 다양한 소비생활 콘텐츠를 개발, 이를 보급함으로써 결혼이민자들의 소비생활 정보격차를 완화하고, 시장내 경제활동에서의 생활역량을 높여 나가야 한다. 특히, 소비생활에서의 안전 및 거래 분야에서의 사전적인 피해예방과 사후적인 피해구제에 실질적인 도움이 될 수 있는 다양한 소비생활 가이드북을 다국어로 제작, 배포함으로써 결혼이민자들의 스스로의 권익 제고를 이끌어낼 필요가 있다.

건강관리를 위한 의료서비스와 관련하여 통·번역서비스 등을 지원할 필요가 있다. 병원 이용시 완벽한 의사소통이 어려워 의사의 진료, 약물의 처방, 투약 또는 질병관리에 어려움을 당하지 않도록 출신국 통역서비스가 지원되어야 하고, 특히, 영유아 자녀들에 대한 의료서비스나 기기 구입시 적절한 통·번역 서비스가 지원될 필요가 있다. 아울러 자국의 민간요법이나 잘못된 의학상식 등으로 질병에 적절히 대응하지 못하는 사례가 발생하지 않도록 관련 정보의 지속적인 제공이 요구되고, 약물의 오남용, 불법 다단계 판매, 허위과장의 건강식품 등에 대한 관련 정보제공이 필요하다.

통계청 자료에 따르면 전체 농림어업종사자 중 외국인 여성과의 국제결혼 비율은 농촌지역(읍면부)의 경우에 2008년 41.1%, 2009년 38.7%로 매우 높게 나타나고 있는데, 농촌에 살고 있는 결혼이민자들은 언어소통 어려움과 문화적 차이로 인해 소비생활 정보를 제공받기도 이해하기도 어려운 입장에 놓여 있다. 이로 인해 복잡한 농기계 조작이나 농약 취급 등에서 안전사고에 노출될 위험이 높고, 각종 공산품 및 생활용품, 가전제품 등의 사용설명서나 주의사항 등

중요 표시사항 등을 이해하지 못해 위해에 취약한 실정이다. 우유 및 유제품 등 식료품 구입시에는 유통기한에 대한 이해와 확인이 어려워 식중독 등 위해에 노출될 위험이 높고, 특히, 육아과정에서 육아용품 사용법 및 정보들이 잘못 전달됨으로서 각종의 위해 발생 가능성을 높이고 있다. 이들 소비생활 문제들을 사전에 예방하고 사후적으로 적절히 대응하기 위해서는 결혼이민자들 입장에서의 소비생활 콘텐츠를 개발하여 문제 대응 및 해결 정보를 지속적으로 제공할 필요가 있다.

금번 조사에 따르면 결혼이민자들은 미래생활에 대비하는 것과 현재생활에 충실하는 것에 대한 상대적 선호도에서 ‘지금 힘들더라도 미래에 대비한다’가 49.2%, ‘현재의 매일 생활에 충실한다’가 25.0%를 나타내 미래생활 대비를 보다 중시하는 것으로 나타나고 있다. 다문화가정의 생활안정을 위해서는 결혼이민자들의 미래생활 중시인식을 감안하여 다양한 금융상품 활용 및 가정내 재무관리 방법 등에 관한 지속적인 정보제공이 요구된다. 즉, 은행의 예금상품, 보험상품, 장기주택마련저축 등 금융정보, 소득을 관리하는 기술과 은행의 금융상품 이용방법, 위험으로부터 보호받을 수 있는 각종 보험제도와 상품에 관한 정보, 주택을 마련하기 위한 저축, 주택의 청약 및 분양 방법 등에 대한 정보 제공이 필요하다.

다문화가정의 결혼이민자들을 대상으로 한 소비자 피해구제 지원 네트워크가 구축될 필요가 있다. 소비자가 잘못된 구매 또는 상품하자 등에 의한 피해를 당하지 않도록 하고 피해발생시 해당 피해를 해결할 수 있는 대응 역량을 지원할 필요가 있다. 특히, 출신국가별 자조집단 동아리 활성화를 통해 이들 조직이 소비자피해구제 일선 접점으로 활용될 수 있도록 네트워크를 구축할 필요가 있다. 단단계

판매, 방문판매자들의 불법 또는 부적절한 상행위, 보이스 피싱 등에 대한 정보제공 및 그 대응책 교육 또한 시급한 실정이다.

## 6. 생활문제 해결을 위한 사업자 역할 제고

금번 조사에 따르면, 결혼이민자들의 32.1%가 물품이나 서비스를 구매하는 과정에서 불만 또는 피해를 경험한 적이 있으며, 불만·피해 내용은 ‘제품이 광고내용과 달라서’가 34.2%, ‘품질이 너무 떨어져서’ 33.5%, ‘바가지 요금’ 30.4%로 나타났다. 이는 결혼이민자들 입장에서 실제 소비생활에서 사업자로 부티의 상당한 부담거래 압력에 노출되어 있음을 의미한다. 특히, 의사소통의 문제와 문화적 차이, 국내 상거래 관행에 관한 전반적인 정보부족 등으로 사업자들의 부담한 거래에 적절히 대응하지 못하고 있다.

이러한 다문화가정 소비생활 문제 해결을 위해 사업자들 스스로의 참여가 요구되고 있다. 다문화가정 결혼이민자 대상의 일상적인 소비활동이 이루어지는 쇼핑공간에서의 건전한 상행위, 소비자불만 해결 및 피해구제 등에서 사업자 스스로의 적극적인 협조 및 노력을 필요로 한다. 최근 고객만족경영 또는 고객관계경영이 기업경영의 근간이 되고 있는 상황에서 사업자들은 다문화가정 고객에 대한 책무 또는 사회적 책임을 이행해야 하는 것이다. 사업자 스스로 다문화가정의 사전적인 피해 예방을 위해 맞춤형 또는 시의적절한 정보를 제공하고, 사후적인 피해 발생시 이에 적극적으로 대응하여 고객 만족을 높일 필요가 있는 것이다.

특히, 다문화가정의 이용 빈도가 높은 제품들을 중심으로 다국적

언어로 기술된 제품 표시 및 주의사항 등을 제공하고, 다문화가정의 불만·피해 발생 가능성이 높은 소비생활 문제 등에 관해 이를 해결하기 위한 다국적 언어로 표기된 가이드북을 발행, 다문화가정 소비자들 스스로의 소비생활 문제 해결 역량을 높일 필요가 있다.



## &lt; 참고문헌 &gt;

- 강란혜, 『다문화가정의 실태와 사회정책방안 연구』, 총신대논총, 2007.
- 강성혜, 『국제결혼이주여성의 인권과 정책』, 한국양성평등교육진흥원, 다문화사회 국제결혼 사전교육 전문가들을 위한 교육자료, 2010. 2.25.
- 구건서, “다문화주의의 이론적체계”, 현상과인식, 90호, 한국지방행정연구원, 2003.
- 권 승, “다문화사회 구현을 위한 지방정부의 과제: 담당공무원의 인식분석을 기반으로”, 사회복지정책 Vol. 36, No. 1, 2009. 3.
- 김갑석, “다문화 가정이 한국사회에 미치는 영향에 관한 연구”, 인문사회과학연구 제22집, pp.218-256, 2009.
- 김갑성, 『한국내 다문화 가정의 다문화가정 아동 교육 실태 조사 연구』, 서울 교육대학교 교육대학원 석사 학위 논문, 2006.
- 김범수, “일본의 다문화공생지원제도에 관한 연구”, 민족연구 31권, 한국민족연구원, pp. 86-112, 2007.
- \_\_\_\_\_, 『다문화 사회복지론』, 양서원, 평택대학교 다문화가족센터, 2007.
- 김복래, “프랑스, 영국, 미국의 다문화주의에 대한 비교고찰: 삼국의 이민통합정책을 중심으로”, 유럽연구, 제27권 1호 (1009년 봄) pp.207-236.
- 김선영, “한국과 독일의 다문화 비교”, 한국정책연구 제9권 제1호, pp 175-194, 2009.6..
- 김승권 외, 『2009 전국 다문화사회 실태조사 연구』, 한국보건사회연구원, 2010.
- 김유경 외, 『다문화시대를 대비한 복지정책 방안연구; 다문화가족을 중심으로』, 한국보건사회연구원, 2008.

- 김재련, “국제결혼을 통한 이주여성의 지위”, 가족법연구 제22권, 1호, 2008.
- 김현미, “이주자와 다문화주의”, 현대사회와 문화 제26호, pp. 57-78, 2008.
- 김현주, 『국내 거주 외국인 소비생활실태』, 한국소비자원, 2006.12.
- 김혜련, “이혼 급증하는 다문화가정”, weekly chosun 2047호, 2009.3.16
- 류정아, 『다문화지표 개발연구』, 한국문화관광연구원, 2009.
- 문경희, “국제결혼 이주여성을 계기로 살펴보는 다문화주의와 한국의 다문화 현상”, 2006.
- 나달숙, “다문화교육과 법령의 현황 및 개선방안 연구”, 단국대학교 법학연구소 법학논총 제33권 제2호, 371-397, 2009.
- 문성운, “다문화가족의 소비자 교육”, 사)대한주부클럽연합회 전남지회 제7회 소비자제안회의, 2009. 9. 15.
- 박대식·최경은, 『농촌다문화가정 현황과 지원방안』, 농촌경제연구원, 2009.
- 박병현, “다문화사회 이행을 어떻게 볼 것인가?”, 내일신문, 2010. 5. 19.
- 박성혁·곽한영, “다문화교육정책 국제비교를 통한 우리나라 다문화교육 정책의 방향모색”, 시민교육연구 제41권 2호(2009.6), pp. 97-127.
- 박종보, 조용만, 『다문화가족지원법 마련을 위한 연구』, 여성가족부, 2006.
- 배순영, 『다문화사회 소비자정책 과제와 방향』, 한국소비자원 정책연구 08- 19, 2008.12.
- 서보건, “다문화가족 통합을 위한 법제연구”, 공법학연구 제11권 1호, pp. 77-105, 2008.
- 설동훈 외, 『다문화가족의 성장기 전망 및 대책 연구: 다문화가족의 장래인구추계 및 사회·경제적 효과분석을 중심으로』, 보건복지가족부 연구용역보고서, 2009.
- 신재근, 『농촌 다문화가정 현황과 지원방안』, 농협경제연구소 2009 NHERI 리포트 제51호, 2009.5.8.

- 안혜임, “다문화가정 소비자교육의 실효성 확보 방안”, 사)대한주부클럽연합회 전남지회 제7회 소비자제안회의, 2009.9.15.
- 오경석, 『어떤 다문화주의인가?: 다문화사회 논의에 관한 비판적 조망』, 한울아카데미, 2007.
- 우중현, 『다문화 사회 도래에 따른 국민의식 제고방안』, 출입국·외국인정책본부, 2008.
- 유용식·손호중, “다문화 사회 대응정책 우선순위에 관한 연구”, 사회복지정책 Vol 36. No 2, 2009.9, pp447~470.
- 유춘자, “결혼이주여성 현 실태 및 소비자 교육의 필요성”, 사)대한주부클럽연합회 전남지회 제7회 소비자제안회의, 2009.9.15.
- 이석형, “다문화가정의 실태와 문제점에 관한 연구”, 신학과 목회 제 30집, 2008.
- 이영주, “다문화가정 자녀의 자아정체성에 영향을 주는 요인에 관한 연구”, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문, 2006.
- 이은경, 『결혼이민 여성농업인의 전환학습에 관한 현상학적 연구』, 서울대학교 박사학위논문, 2009.
- 이애련, “한국다문화가족의 실태와 개선을 위한 정책방향”, 한국여성교양학회지 제17집.
- 이태주·권숙인, 『다민족·다문화사회 진전에 있어서의 사회 갈등 양상과 극복과정』, 경제·인문사회연구회 협동연구총서 07-19-06, 2007.12.
- 이혜경, “혼인이주와 혼인이주 가정의 문제와 대응”, 한국인구학 제28권 제1호(2005년) pp. 73~106.
- 장미혜, 『다문화 사회를 향한 전망과 정책적 대응』, 심포지엄 자료집, 여성정책연구원, 2008.
- 정하성 외, 『다문화 청소년 이해론』, 양서원, 2007.

- 조상균·이승우·전진희, “다문화가정 지원 법제의 현황과 과제”, 민주주의와 인권 제8권 1호, pp. 147-174, 2007.
- 조현미, “다문화시대의 지자체의 역할과 과제”, 한국지방자치학회 춘계학술대회 자료집, 2008.
- 전형배, “다문화가족지원법의 현황과 과제”, 법률신문 3743호, 2009.5.7
- 정상호, “다문화가정 정책의 근본전환을 위한 3대 제안”, 인터넷신문 프레시안, 2009.9.8.
- 정희라, “영국의 자유방임식 다문화주의”, 이화사연구 제35집, 2007
- 팡준지, “타이완의 다문화갈등, 공교육이 해법이다”, 플랫폼 19권, 인천문화재단, pp. 100-104, 2010.1.
- 하미노 미호꼬, “이주여성 소비자교육 필요하다”, 사)대한주부클럽중앙회 전남지회 제7회 소비자제안회의, 2009.9.15.
- 한승준외, 『아시아국가의 다문화사회 형성과정과 정책추진체계 연구』, 한국여성정책연구원·한국정책학회, 경제·인문사회연구회 협동연구총서 09-28-05, 2009.
- 황미화, “다문화가정 소비자제안회의”, 사)대한주부클럽중앙회전남지회 제7회소비자제안회의, 2009.9.15.
- 황정미 외, 『한국사회의 다민족 다문화 지향성에 대한 조사연구』, 2007.
- 황정선, “다문화가정 소비자문제 개선방안”, 대한주부클럽중앙회 전북지부, 2009.11.8.
- 국무총리실, 『국격제고추진과제』, 2010.
- 국회입법조사처, 『다문화정책의 추진실태와 개선방안』, 2010.
- 녹색소비자연대, “다문화가정의 소비실태”, 2009.4. 보도자료.
- 농림수산식품부, 『농촌다문화 후계세대 육성방안에 관한 연구』, 2009.

- 보건복지가족부, 『결혼중개업법 해설 리플렛』, 2008.
- 삼성경제연구소, 『다문화사회 정착과 이민정책』, CEO Information, 2010. 5, 제756호.
- 아름다운재단 공익변호사그룹 공감, 『이주노동자 지원활동을 위한 법률매뉴얼』, 2007.
- 유네스코 아시아·태평양 국제이해교육원, 『다문화사회의 이해』, 동녘, 2008.
- 통계청, 『2009년 혼인통계 결과』, 2010.
- \_\_\_\_\_, 『2009년 이혼통계 결과』, 2010.
- 한국농촌경제연구원, 『농촌의 다문화가정 실태와 정책방향』, 2008.
- 한국보건사회연구원, 『국제결혼 이주여성의 결혼·출산 행태와 정책 방향』, 2008.
- 한국소비자원, 『국제결혼중개업 관리 효율화 방안 마련 및 다문화 가족의 안전확보를 위한 소비실태 연구』, 보건복지가족부 용역사업, 2009.9.
- 한국여성정책연구원, 『다문화사회를 향한 전망과 정책적 대응』, 세미나자료, 2008.10.2.
- 한국지방자치단체국제화재단, 『지방의 국제화 포럼』, 2008
- 한국지방행정연구원, 『지방자치단체의 결혼이민자 지원정책 개선방안』, 2008
- 한반도선진화재단, 『선진화지수2009; 대한민국선진화 어디까지 왔나』, 한반도선진화재단 창립3주년 기념자료집, 2009
- 행정자치부, 『2009년 지방자치단체 외국인 주민 현황조사 결과』, 2009.
- 현대경제연구원, 『국내다문화 현상의 특징과 시사점』, 경제논평 09-44 (통권 373호), 2009.11.6.
- 호남대학교 다문화교육센터, 『창조적 다문화 시민사회 조성방안』, 아시아문화중심도시추진단 연구용역사업, 2008.6.



## **Executive Summary**

### **A Study on the Current Consumption Damage Status of Multicultural Families and Measures to Stabilize their Consumption Life**

**Chung-Sun Hwang**

As of the end of 2009, the number of foreigners residing in Korea amounted to 115,000, and the number of international marriage accounted for 10.8% out of all marriages that occurred in 2009. In particular, the proportion of marriage between Korean men working in agriculture, forestry or fishery industry and foreign women exceeded 40%, which demonstrates the rapid increase in the number of multicultural families especially in the rural areas.

However, among those marriage immigrant families, the proportion of those living on less than minimum cost of living was 52.9%, while those who were the beneficiary of the payment under the Basic Livelihood Protection Program accounted for 13.7%. And as many of these people are added up to the poor class, it is becoming a serious social problem. In particular, more and more marriage immigrants seem to suffer inconveniences with their consumption life due to the differences in consumption environment, the way of settling consumer problems, and language between their native countries and Korea.

Under these circumstances, this study has examined the current

consumption status of multicultural families and policy support for them based on the existing research documents, and also reviewed other countries' policy support for multicultural families. In particular, the study has focused on finding out the overall consumption life status and problems of multicultural families in the nation and conducted a survey for female spouses in multicultural families in a way to suggest some improvement measures.

For the survey, total 507 marriage immigrants were selected as a valid sample based on the information from multicultural family support centers in seven base regions, which are Seoul Metropolitan Area, North Chungchong Province, South Chungchong Province, North Jeonla Province, South Jeonla Province, North Kyungsang Province and South Kyungsang Province, and the sampling error was  $\pm 4.35$  % point at the 95% of confidence level.

Among the surveyed, 77.2% said that they regard themselves as middle class. When asked how they think about their current economic status compared to a year before, 31.3% said it is "better" now, while 9.7% said it is "worse." For the expectations about their economic status one year later, 47.1% said it will get "better," while 5.4% said it will get "worse," which reveals their positive prospect toward the future economic status in their family.

In terms of their satisfaction toward the overall consumption life, 38.4% of the marriage immigrants said they are satisfied, while

19.9% said they are not satisfied. And the biggest reason they are not satisfied with their consumption life was “poor economic status,” which was answered by 57.6% of the respondents. For the question about which consumption item gives them the biggest economic burden, 55.0% said it is food, while 32.5% said it is education cost. And about who is managing the living cost, 55.3% of the surveyed foreign wives said it is their “husband” while 19.8% said “themselves.”

In addition, while only 19.8% of the survey participants said they had known about Korean culture before they came to Korea, 46.2% said that they like Korea more after they moved to the nation and 51.1% said they are satisfied with their current marriage life. The biggest difficulties they have encountered in Korea turned out to be “language difference” (48.1%), “education for their children”(45.7%), and “cultural difference”(39.7%).

Overall, many of the marriage immigrants seem to have fairly high level of respect and favor toward the Korean culture, and at the same time, have strong pride for the cultural heritage of their native countries. However, they also said they feel guilty about the fact that they left their family members at home. Some of the respondents said they feel discriminated in Korea against native citizens.

When they buy products, the information they refer to the most was experience and recommendation of other consumers who had used the product, and 57.0% of the surveyed said they consider “low price” as the most important factor when they select where

to buy. Among the respondents, 32.1% said they had experienced dissatisfaction or damages in the process of buying products. However, 53.5% of them seemed to have given up finding relief measures, and only 8.2% actively tried to solve the problem.

If they were given a chance to choose between income rise and leisure time increase, most of the respondents said they prefer more income, and between preparation for the future and enjoying the current life, they selected the former. For the question about the safety status in Korean society, 82.4% of the survey respondents said they feel safe about their living environment, and about the biggest risk factor that threatens their safety and health, 50.3% quoted “pesticide pollution” as the number one risk factor. When asked how they think about the overall living environment in their region, 55.3% said they are satisfied while 11.7% said they don’t like it.

Based on the above analysis results, this study has suggested the following policy measures for stabilizing the future consumption life of multicultural families residing in Korea.

First, it is important to promote comprehensive multicultural policies targeting the marriage immigrants, in order to embody the “true” multicultural society from the perspective of multicultural symbiosis.

Second, the basic direction for the policy support to solve consumption-related problems of multicultural families should focus on the “guarantee of their basic rights as consumers in Korea”

rather than on the “protection of the socially vulnerable.”

Third, it is essential to find out policy requirements for multicultural families in advance, and to establish a private-public cooperation network among the government authorities, civil society, academic circle, and members of multicultural families in order to implement relevant policies in a more efficient way.

Fourth, it is necessary to provide customized education for children of multicultural families considering the position or situation of educatees, and to support various contents for consumption life based on the consumption needs of multicultural families.



## 부 록

| 다문화가정 소비생활 의식조사 설문지



통계법 제33조(비밀의 보호)에 의거 본 조사에서 개인의 비밀에 속하는 사항은 엄격히 보호됩니다.

CODE ID 

## 다문화가정 소비생활 의식조사

안녕하십니까?

한국소비자원은 국민들이 소비생활을 하면서 겪는 불편이나 피해를 방지하고 제반 문제점들을 조사·연구하여 국민생활의 향상을 도모하기 위해 소비자 기본법에 의해 설립된 공정거래위원회 산하의 공공기관입니다.

금번 조사는 결혼이주여성을 중심으로 한 다문화가정의 소비생활 실태 및 의식에 관한 것으로 향후 다문화가정의 소비생활 문제 개선과 관련하여 정부의 소비자정책 수립의 기초자료를 마련하고자 실시되고 있습니다.

본 조사는 통계법 제33조에 따라 통계목적 이외에는 사용할 수 없음을 알려드리며, 아무쪼록 솔직하게 있는 그대로 응답해 주시길 기대합니다. 대단히 감사합니다.

2010년 7월



한국소비자원 (<http://www.kca.go.kr>)

서울특별시 서초구 연곡동 300-4

정책연구실 정책개발팀

☎(02)3460-3000(대표)/3298(직통)

응답자 성명	응답자 연락처
면접원 성명	면접 일시 <input type="text"/> 월 <input type="text"/> 일 <input type="text"/> 시 <input type="text"/> 분

- 본 조사 대상자는 결혼이주여성, 즉, 한국인 남성 배우자를 두고 있는 외국인 여성입니다.
- 응답 요령은 면접원이 해당 설문 내용에 대해 읽어주고, 조사대상자는 해당 내용을 충분히 이해한 상황에서 해당 문항 보기에 적절히 표시해 주시면 됩니다.
- 두 가지 이상을 선택하는 문항 이외에는 응답시 한 가지만을 선택해 주시고, 응답하기 어려운 질문에 대해서는 첫 번째 떠오르는 생각을 적어주시면 됩니다.

A. 다음은 현재의 소비생활 전반에 관한 내용입니다.

1. 귀하의 소비생활 수준은 1년전과 비교해 볼 때 어떻다고 생각하십니까?  
① 좋아졌다    ② 별 차이 없다    ③ 나빠졌다    ④ 잘 모르겠다
2. 앞으로 1년 후 귀하의 소비생활 사정은 어떻게 되리라고 생각하십니까?  
① 좋아질 것이다    ② 별 차이 없을 것이다  
③ 나빠질 것이다    ④ 잘 모르겠다
3. 현재 귀하의 소비생활 수준은 대략 어디에 속한다고 생각하십니까?  
① 최상층    ② 상하층    ③ 중상층  
④ 중하층    ⑤ 하상층    ⑥ 최하층
4. 현재의 소비생활에 전반적으로 어느 정도 만족하고 계십니까?  
① 매우 만족스럽다    ② 만족스러운 편이다    ③ 그저 그렇다  
④ 다소 불만족스럽다    ⑤ 매우 불만족스럽다
5. 만약 현재의 전반적인 소비생활에 불만족스러운 요인이 있다면 무엇입니까?  
① 언어소통 어려움    ② 경제력이 뒷받침되지 못함  
③ 외국인 배려가 없음    ④ 생활정보의 부족  
⑤ 피해 및 불만처리 어려움    ⑥ 문화차이 어려움
6. 현재 소비생활에서 경제적 부담이 큰 비용은 다음 중 무엇입니까? (3개만 선택)  
① 식생활비    ② 의류구입비    ③ 교육비(과외포함)  
④ 주거비(집세/수리비)    ⑤ 교통비(자가용운영비 포함)  
⑥ 보건의료비(건강관련)    ⑦ 대출이자비용    ⑧ 교양오락비(여가/레저)  
⑨ 공과금(관리비/수도광열비)    ⑩ 정보통신비  
⑪ 내구재구입비(가전/가구)    ⑫ 잘 모르겠다

7. 귀택의 **생활비 관리**는 주로 누가 하고 있습니까?

- ① 부부 공동    ② 남편    ③ 본인    ④ 시부모    ⑤ 기타 (            )

8. 다음 소비생활의 지출 및 관리는 주로 누가 하고 있습니까?

	내가 혼자	내가 많이	가족과 함께 결정	가족이 많이	가족이 알아서
생활비 (식료품 등 일상 생활용품)	①	②	③	④	⑤
나의 개인용돈 (의류, 군것질 등)	①	②	③	④	⑤
내구재구입 (TV, 냉장고 등 비싼 제품)	①	②	③	④	⑤
자녀 양육비 및 교육비	①	②	③	④	⑤

9. 향후 귀하의 노후 생활을 위한 대비는 어떻게 하시고 계십니까?

- ① 계획을 세워 대비하고 있다            ② 막연하지만 대비하고 있다  
 ③ 걱정은 되지만 아무런 계획이 없다    ④ 아무런 생각이 없다

B. 다음은 한국생활 적응에 관련된 내용입니다.

1. 한국에 오시기 전 한국문화에 대해 얼마나 알고 있었습니까?

- ① 매우 잘 알고 있었다.    ② 비교적 잘 알고 있었다.  
 ③ 보통이었다.    ④ 비교적 모르고 있었다.    ⑤ 거의 모르고 있었다.

2. 한국에 살게 된 이유로 현재의 자신 입장과 가장 일치하는 것은 무엇입니까? (둘만 선택)

- ① 특별한 이유는 없다            ② 경제적으로 나은 곳에서 살기 위해  
 ③ 본국 가족에 대한 경제적 지원을 위해    ④ 한국에서 취업하기 위해  
 ⑤ 가족과 친척들의 권유로    ⑥ 배우자가 마음에 들어서  
 ⑦ 종교적인 이유로            ⑧ 무조건 본국을 떠나고 싶어서  
 ⑨ 한국인으로 귀화하려고



7. 다음은 한국에서 살면서 본인이 생각하는 것과 일치하는 곳에 체크하여 주십시오.

	매우 그렇다	다소 그렇다	보통	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
① 한국어를 늘 사용하고 있다					
② 내가 생각하고 행동하는 방법은 한국 방식이다					
③ 내가 지키는 공휴일은 내가 태어난 나라의 휴일이다					
④ 한국 음식을 즐겨 먹는다					
⑤ 한국 사람들을 좋아한다					
⑥ 한국 음악과 영화를 좋아한다					
⑦ 나는 차별을 받고 있다고 느낀다					
⑧ 태어난 나라에 두고 온 가족들에게 죄책감을 느낀다					
⑨ 나는 한국어를 사용할 때 긴장된다					
⑩ 나는 한국인이 아니고 내가 태어난 나라 국민이다					
⑪ 내가 태어난 나라의 문화유산을 자랑스럽게 생각한다					
⑫ 한국식의 이름(성은 빼고)을 갖고 싶다					

C. 다음은 물품 구매 전반에 대한 내용입니다.

1. 상품을 구입할 때 가장 많이 참고하는 상품 정보는 다음 중 무엇입니까?

(2개만 선택)

- |                  |              |
|------------------|--------------|
| ① 주변의 사용경험 및 추천  | ② 상품의 광고내용   |
| ③ 제품포장 및 설명서     | ④ 판매원의 제품 설명 |
| ⑤ 외국인 모임 및 지원단체  | ⑥ 자신의 경험     |
| ⑦ 외국어로 된 생활안내 책자 | ⑧ 인터넷상 정보내용  |
| ⑨ 별 정보없이 구입      |              |

2. 일상 생활용품을 구입하실 때, 구입 장소는 대체로 어떤 기준으로 선택 하십니까? (2개만 선택)

- ① 집과 가까움      ② 가격 저렴      ③ 상품 다양성
- ④ 품질              ⑤ 판매원 친절      ⑥ 배달 서비스
- ⑦ 교환, 환불, A/S      ⑧ 매장 분위기      ⑨ 별 생각없이 습관적으로

3. 최근 1년 이내에 다음과 같은 판매 형태의 구입 경험 및 만족도에 표시 하여 주십시오.

	경험유무		만족 수준				
	있다	없다	매우만족	다소만족	보통	다소불만	매우불만
① 방문판매							
④ 인터넷쇼핑몰							
⑤ TV 홈쇼핑							

4. 평소에 인터넷을 이용하신다면 이용하는 서비스를 모두 골라 표시해 주십시오.

- ① 사용하지 않음      ② 인터넷뱅킹      ③ 인터넷쇼핑      ④ 인터넷방송
- ⑤ 어학/교육      ⑥ 게임      ⑦ 메신저      ⑧ 채팅      ⑨ 이메일
- ⑩ 동호회/커뮤니티      ⑪ 자료다운로드      ⑫ 인터넷전화
- ⑬ 뉴스/신문      ⑭ 정보검색      ⑮ 음악/영화

5. 다음은 인터넷 등 정보통신 기기 사용과 관련된 내용입니다. 일치하는 곳에 체크해 주십시오.

	매우 그렇다	다소 그렇다	보통	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
① 인터넷을 하루도 하지 않으면 불안하다					
② 새로운 정보기술이나 제품에 대해 호기심이 많다					
③ 인터넷을 이용할 때 개인정보 노출이 걱정된다					
④ 컴퓨터 사용이 능숙하지 않아 스트레스를 받는다					
⑤ 인터넷으로 대화하는 것은 인간적이지 않다					

6. 물품이나 서비스를 구입하는 과정에서 불만 또는 피해를 당한 경험이 있으십니까?
- ① 있다      ② 없다      ③ 잘 모르겠다
7. 불만 또는 피해를 경험하셨다면, 구체적으로 어떤 이유 때문이었습니까?  
(해당사항 모두체크)
- ① 바가지 요금    ② 상품 구입 강요    ③ 품질이 너무 떨어져서  
④ 제품이 광고내용과 달라서      ⑤ 안전하지 않은 제품 판매  
⑥ 반품/환불이 어려워서      ⑦ 판매원 사기상술  
⑧ 계약한대로 이행하지 않음      ⑨ 외국어 표기나 안내가 없음
8. 구입한 상품에 대해 **불만 또는 피해에 대해 주로** 어떻게 대처하셨습니까?
- ① 한번 구입한 것이므로 그냥 포기했다  
② 가족·친구·이웃 등에게 해결을 부탁했다  
③ 소비자단체나 관련기관에 도움을 요청했다  
④ 구입처에 끝까지 따져 해결했다  
⑤ 외국인지원 단체나 행정관청 등에 신고했다  
⑥ 인터넷게시판에 불만 글을 올려 놓았다
9. 불만 또는 피해를 그냥 포기하신 이유는 무엇입니까?
- ① 신고 등 해결 방법을 몰라서    ② 언어가 통하지 않아서  
③ 해결이 되기 힘들 것으로 생각해서    ④ 대수롭지 않은 일로 생각해서
10. 다음과 같은 소비생활 관련 교육을 받아보신 경험이 있으십니까? (**모두 표시**)
- ① 교육을 받아 본 경험이 없음    ② 물건 구매 관련 소비자정보  
③ 소비자피해 사례 및 구제 방법    ④ 제품 및 서비스 이용 안전교육  
⑤ 환경관련 교육(쓰레기 재활용 등)  
⑥ 가계재무관련 교육(가계부작성, 재테크 등)

11. 소비생활 교육은 실 생활에 얼마나 도움이 되었다고 생각하십니까?
- ① 매우 도움이 되었다    ② 어느정도 도움이 되었다    ③ 그저 그렇다
  - ④ 별로 도움이 되지 못했다    ⑤ 전혀 도움이 되지 못했다
  - ⑥ 잘 모르겠다

12. 다음은 광고와 관련된 내용입니다. 본인의 생각과 일치하는 곳에 체크해 주십시오.

	매우 그렇다	다소 그렇다	보통	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
① 시시한 TV프로 보다는 광고가 더 재미있다					
② 광고는 재미 보다는 정보 제공이 더 중요하다					
③ 광고를 보면 제품을 사고 싶어진다					
④ 필요한 제품 광고는 관심있게 보는 편이다					
⑤ 광고를 많이 하는 제품에 신뢰가 간다					
⑥ 광고 내용을 믿을 수가 없다					

D. 다음은 소비생활 가치와 관련된 내용입니다.

1. **소득(수입)을 늘리는 것과 자유시간을 늘리는 것** 중 어떤 것을 보다 원하십니까?
- ① 소득(수입)을 더 늘리고 싶다    ② 자유시간을 더 늘리고 싶다
  - ③ 어느 쪽이라고 말할 수 없다    ④ 잘 모르겠다
2. **미래 생활에 대비하는 것과 현재 생활에 충실하는 것** 중 어느 것을 더 중시하십니까?
- ① 지금 힘들더라도 미래에 대비한다    ② 현재의 매일 생활에 충실한다
  - ③ 어느 쪽이라고도 할 수 없다    ④ 잘 모르겠다

3. 소비생활을 하시면서 스스로의 권익을 위해 얼마나 노력한다고 생각하십니까?
- ① 매우 노력한다                      ② 어느 정도 노력한다  
 ③ 그다지 노력하지 않는다            ④ 전혀 노력하지 않는다
4. 현재 살고 계신 지역의 생활환경 전반에 대해 얼마나 만족하고 계십니까?
- ① 매우 만족스럽다            ② 만족스러운 편이다            ③ 그저 그렇다  
 ④ 불만족스러운 편이다            ⑤ 매우 불만족스럽다
5. 현재 우리나라/사회가 각종 소비생활 상품·서비스로부터 얼마나 안전하다고 생각하십니까?
- ① 매우 안전하다                      ② 어느 정도 안전하다  
 ③ 대체로 불안전하다            ④ 매우 불안전하다
6. 다음은 소비자 안전 및 건강을 위협하는 위해 요인들입니다. 다음 중 자신 또는 가족들의 안전 또는 건강을 위해 특히 불안을 느끼는 요인은 어떤 것입니까? (3개를 선택)
- ① 농약 오염    ② 유전자조작식품(GMO식품)    ③ 조류독감/광우병  
 ④ 중금속 오염    ⑤ 트랜스 지방    ⑥ 환경호르몬(내분비장애물질)  
 ⑦ 식수 등 수질오염    ⑧ 유해 식품첨가물    ⑨ 축산/활어의 항생제 남용  
 ⑩ 화학조미료    ⑪ 전자파    ⑫ 잘 모르겠다.

7. 다음의 **생활 가치**에 대해 자신의 생각과 일치하는 곳에 V해 주십시오.

	매우 그렇다	어느 정도 그렇다	보통	대체로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
① 현재 내가 하는 일에 만족하고 있다					
② 스스로 번 돈은 마음대로 쓸 권리가 있다					
③ 인생에서 돈이 성공의 상징이라 생각한다					
④ 나는 돈이 많은 사람들을 존경한다					
⑤ 좋은 인상을 주려면 고급 제품을 사용해야 한다					
⑥ 경제적으로 여유가 없어질까봐 걱정이다					
⑦ 돈이 충분하지 않으면 불안해진다					
⑧ 나는 기분이 좋아지기 위해 돈을 쓴다					
⑨ 비싼 제품을 살 때는 속아서 산 것 같은 느낌이다					
⑩ 내가 산 제품의 가격에 대해 불평을 하는 편이다					
⑪ 물건을 산 후에 후회가 많은 편이다					
⑫ 꼭 필요한 물건을 살 때도 돈쓰기가 망설여진다					
⑬ 누가 지켜보지 않아도 규칙이나 지시를 잘 따른다					
⑭ 어떤 일을 할 때 잘 집중하는 편이다					
⑮ 하고 싶은 일이나, 갖고 싶은 제품은 참지 못한다					

E. 다음은 귀하의 인적사항과 관련된 내용입니다.

- 현재 한국국적을 취득하였습니까?      ① 예              ② 아니요
- 결혼 전 국적은 어느 나라입니까?  
 ① 중국(한족)    ② 중국(조선족)    ③ 일본    ④ 베트남    ⑤ 필리핀  
 ⑥ 캄보디아    ⑦ 카자흐스탄    ⑧ 러시아    ⑨ 파키스탄    ⑩ 인도  
 ⑪ 이란    ⑫ 인도네시아    ⑬ 네팔    ⑭ 우즈베키스탄    ⑮ 기타(    )
- 한국에 거주한지는 얼마나 되었습니까? (    년    개월)
- 결혼한지는 얼마나 되었습니까? (    년    개월)

5. 현재 본인의 만 **연령**은? (       ) 세
6. 배우자의 나이는 몇 세입니까? (       ) 세
7. 본인의 최종 **학력**은?  
 ① 중졸이하    ② 고졸(중퇴포함)    ③ 대졸(중퇴포함)    ④ 대학원졸
8. 귀댁(가족 모두 포함)의 **한달 평균 소득**은 대략 얼마입니까?  
 ① 100만원 미만    ② 100~200만원 미만    ③ 200~300만원 미만  
 ④ 300~400만원 미만    ⑤ 400~500만원 미만    ⑥ 500~600만원 미만  
 ⑦ 600만원 이상    ⑧ 잘 모른다
9. 함께 살고 있는 **가족 구성원의 몇 명**입니까?    가족수 총 (       )명  
 자녀수 (       )명
10. 가구의 **세대구성**은?  
 ① 부부만    ② 부부+자녀    ③ 부부+자녀+부모  
 ④ 부부+자녀+부모+남편의 형제자매    ⑤ 부부+자녀+남편의 형제자매  
 ⑥ 부부+부모    ⑦ 부부+부모+남편의 형제자매
11. 본인의 직업은 다음 중 어디에 해당합니까?  
 ① part-time job (파출부/영업직/보험설계사 등)  
 ② 전업직장인 (full-time job : 가게운영 포함)  
 ③ housewife (주부: 가사전념)    ④ 학생    ⑤ 기타
12. 남편은 집에서 주로 어떤 언어를 사용하십니까?  
 ① 한국어만 사용    ② 한국어를 주로 사용  
 ③ 한국어와 자신 모국어를 비슷하게 사용  
 ④ 자신의 모국어를 주로 사용    ⑤ 자신의 모국어만 사용

♥ 응답해 주셔서 대단히 감사합니다 ♥



---

정책연구 10-18

---

**다문화가정 소비피해 실태와  
소비생활 안정에 관한 연구**

---

인 쇄 / 2010년 12월 28일

발 행 / 2010년 12월 31일

발행인 / 한국소비자원 원장 김영신

인쇄인 / 에덴복지재단 ☎ 2271-3130

---

발 행 / 한국소비자원

☎ 137 - 700

서울특별시 서초구 양재대로 108

전 화 / 3460-3000

등 록 / 제3-348호(1991년 5월 17일)

---

값 12,000원

---

본 연구의 내용은 연구자 개인의 견해이며  
본원의 공식 견해가 아닙니다.