

IOPE



주부교실

3 * 4

2014
제 448호

점·점·점· 좋아지는 피부 바이오 에센스라면 가능해요

아이오펜 바이오 에센스

쉴수록 더 매끄럽고 투명한 피부를 만드는 바이오의 효과

한 병 다 쓰면 바꾸고 싶은 에센스-

하지만 바이오 에센스는 아이오펜만의 혁신적인 바이오 리독스™ 성분이
피부를 지속적으로 변화시키니까, 몇 병을 써도 다음 병이 기대됩니다.

피부 필수 항산화 효소를 100% 동일하게 재현한 바이오 리독스™

바이오 리독스™는 피부 생명 활동에 꼭 필요한 티오레독신을 아이오펜만의
독자적 기술로 재현한 혁신적 바이오 성분입니다.

• 3일 후 제품 사용 만족도

83%

조사기관 : (주) Ipsos / 조사대상 : 성인여성 100명 대상
조사기간 : 2014. 3. 20 ~ 3. 28 (9점 척도 중 상위 4점을 긍정 응답률로 계산)



바이오 리독스™
93.7%



사단법인 전국주부교실중앙회
NATIONAL COUNCIL OF HOMEMAKERS' CLASSES

7년 연속 세계 판매 1위 일등제습의 힘이란 이런 것!

따져볼수록 완벽한 휘센의 기술 그대로
LG 휘센 제습기가 전 세계를 습기 없이
쾌적하게 만들고 있습니다

속 시원하게
짜!



★★★★★
LG 제습기
7년연속 세계판매 1위
Euromonitor International Limited, 2007-2013년 소매 판매된 제습기
• 휘센의 기술로 만든 국내산 LG 컴프레서 • 국내 최초 인버터 제습기

LG 휘센 제습기



본회는 주부의 사회성을 개발하고,
봉사정신을 함양함으로써
가정과 지역사회의 복지향상에
기여하며, 민주시민으로서의
주부에게 부여된 사명과 역할을 체득
실천함에 있어
주부중심, 지역중심의 조직 및 활동전개로
새 주부상을 정립해 나간다.

발행일 2014. 4. 10
등록일 1972. 8. 31
등록번호 라-1616호
발행 사단법인전국주부교실중앙회
발행인 주경순
편집인 임경애
담당 원혜진
주소 서울특별시 중구 퇴계로45길 7
전화 2265-3627, 3628, 0637
2266-5870, 2273-6300, 2485
팩스 2279-9341
홈페이지 <http://www.nchc.or.kr>
인쇄 (주)헤럴드미디어
대표 박행환

비매품

주부교실

3*4

2014
제 448호

생각해봅시다	4	성형수술 권하는 사회 '나는 진정 누구인가?' 이나영
실태조사	6	수입 소형 주방 가전제품, 유럽보다 국내 판매 가격 비싸
세계물의날 특집	8	「물과 하천문화」
소비자정보	11	미사용 '카드 포인트' 찾아내자
	12	'영양표시' 확인은 필수!
	13	세탁기의 충고 '무조건 세탁은 안돼요'
소비자경보	14	'해외직접구매' 이용시 주의사항
소비자상담	16	소비자의 소리 김영란
수필	18	꽃구경 김미수
알아봅시다	20	소비자분쟁해결기준, 이렇게 바뀌었어요!
	22	경제용어를 알면 '소비성향' 이 보인다
식품이야기	24	맛과 영양 듬뿍! 봄채소 베스트 4
주부교실게시판	26	〈전국지도자대회〉 및 〈주부힐링캠프〉 개최
지부소식	27	전국 16개 시·도 지부 및 232개 시·군·구 지회 소식



성형수술 권하는 사회 ‘나는 진정 누구인가?’

이 나 영 / 중앙대 사회학과 교수

여성들 두세 명이 앉아서 나누는 대화 속에 가장 두드러지는 주제 중 하나는 미(美)와 관련된 것일 것이다. 실제 지금 이 글을 읽는 독자들 중 한 번이라도 성형수술, 다이어트, 피부 관리를 고민하거나 실행해 보지 않은 사람이 있을까?

이제 몸은 20-30대 한창 젊은 나이의 여성은 물론, 갱년기에 접어든 여성들조차 꾸준히 가꾸고 관리해야 할 대상이 되었다. 건강에 대한 관심이 여느 때보다 높아진 지금, 몸은 아이러니하게도 내적 건강보다는 겉으로 보이는 미적 대상의 핵심이 되었다. 이 글은 대한민국에서 부는 성형열풍이 가지는 의미와 배경에 대해 진지하게 고민해 보려는 의도에서 출발한다.

우선 몸의 사회적 의미부터 알아보자. 몸은 전통적으로 정신을 담는 그릇, 또는 자아가 근거하고 있는 생물학적 토대로 인식되어 왔다. 따라서 많은 사람들은 타고난 몸의 능력과 한계가 개인을 규정하고, 사회적·정치적·경제적 관계를 만든다고 믿어 왔다. 이러한 논리에 따라 인간들 사이에 발생하는 불평등(여성/남성, 흑인/백인 등)은 생물학적인 몸의 결정력에 의해 주어진 것이므로 당연한 것으로 정당화되어 왔다. 사회적 불평등이 타고난 몸에 기반한다면 어떻게 평등

한 사회를 추구할 수 있을 것인가? 이러한 논리는 여성들에게도 딜레마를 안겨 주었다. 시민적, 정치적, 사회적 권리를 얻으려는 여성들의 시도와 여성을 생물학적으로 열등한 존재로 확인하려는 사회적 통념과 이론이 상충하게 된 것이다. 여성들은 인간의 기준이라 여겨지는 남성들과 동등하다(같다)는 논리로 성 평등을 추구해 왔지만 ‘생물학적 다름’의 표식은 늘 여성들을 괴롭혀 왔던 것이다.

반면, 최근의 많은 학자들은 몸이 사회에 의해 형성되고 구속되며 창출된다는 견해를 발전시키면서 몸을 순전히 생물학적 현상으로만 볼 수 없다고 주장한다. 예를 들어, 미(美)에 대한 관념은 물론 날씬함에 부여되는 가치는 사회·문화·역사적으로 다르며 이는 사회 속에 살아가는 인간들의 사고와 실천에 의해 끊임없이 재구성되는 것이라는 점이다.

특히 여성주의자들은 여성의 몸이 가부장적인 사회관계를 구성하는 기초가 되며 지배/종속관계를 지속시키거나 재생산하는 도구가 되어왔다고 주장해 왔다. 이러한 논리는 여성들의 낮은 사회적 지위가 몸에 대한 남성들의 통제와 연관된다는 측면을 보여주는데 일리가 있으나, 왜 오늘날 그토록 많은 여성들이 성형수술과 다이어트에 몰두하는지 설명하는데

한계가 있다.

따라서 최근에는 몸이 계급이 되고 자본화되는 사회에 대한 비판이 덧붙여지게 되었다. 예를 들면, 사람들의 걸음걸이, 말씨, 차림새, 외모 등은 타고난 것이 아니라 어려서부터 학습되어 고도로 숙련되고 사회적으로 차별화된 완성물로 표현된다. 몸은 그 발달과정 속에서 개인이 속한 사회계급을 드러내는 명백한 흔적을 지니게 된다. 문제는 고도로 발달된 자본주의 사회에서는 그렇게 계발된 몸이 단순히 문화적 취향을 드러내는 것뿐만 아니라 실제 교환 가능한 자본으로 전환된다는 사실이다. 다양한 자원들을 축적하는 데 필수적인 권력과 지위, 남과 구별되는 상징을 몸이 체현하고 있다고 믿게 되면 사람들은 사회 속에서 가치를 인정받을 수 있는 방식으로 스스로 몸을 계발하게 된다.

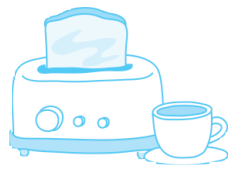
특정한 몸의 형태에 부여된 상징가치에 상당한 불평등이 존재하는 현대 자본주의 사회에서 몸은 이제 세대 간에 전승되는 자연적인 것이 아니라, 시간과 돈을 투자해 끊임없이 계발해야 할 대상이 되었다. 이를 통해 개인은 다른 계층으로 이동하기도 하고 유지하기도 한다. 이제 사람들은 계층에 따라 몸을 구분 짓기 시작했으며, 다른 몸의 형태를 만들어내기도 한다.

뚱뚱한 것은 게으른 것이 되고, 아름다운 외모는 ‘착한 것’이 되며, 날씬한 몸과 광채 나는 피부는 부의 상징이 된다. 물론 이러한 현상을 부추기는 데는 이윤을 획득하고자 하는 미용 산업과 시청률만을 고려하는 미디어의 왜곡된 재현방식을 빼놓을 수 없을 것이다. 이에 따라 아름다움은 이제 끊임없이 돈과 에너지를 쏟아 추구해야 할 강박과 괴로움의 원천이 되어 버렸다.

그렇다면 성형외과, 피부과, 화장품 가게를 전전하게 된 여성들의 딜레마는 없는 것일까? 예쁘기만 하면 모든 것이 용서되고 사회적 지위도 보장되는 것인가? 높은 계급을 상징하는 것으로 믿어지는 ‘아름다운 여성의 몸’은 사실 지나치게 여성스럽고 나약하다. 분명 교환가치를 지니나 결과적으로 남성 자산의 일부에 속할 뿐이며 인간으로서 사회에서 요구되는 능력과 거리가 먼 경우가 많다. 여전히 우리사회에서 성공은 진취적 사고, 도전 정신, 창의력, 학식과 인품, 이를 실현할 수 있는 체력과 연관된다. 날씬한 몸매와 아름다운 외모에만 신경을 쓰는 사람을 누가 사회를 이끌어가는 지도자의 필수적 자질을 지닌 사람이라 여기겠는가. 많은 사람들은 아름다움이 주는 ‘기분 좋은’ 효과를 인지하면서도 일시적이며 장식적이어서 영구한 자질이 아니라고 믿는다.

자, 이제 선택은 분명해졌다. 아름다운 외모는 분명 자본주의사회에서 득이 되는 점이 많다. 사회에서 요구되는 이상적인 여성상을 스스로 만들어 간다는 데서 오는 개인적 쾌감 또한 무시하기 어렵다. 그럼에도 외모 가꾸기에만 골몰하여 진정한 자아를 계발하는데 소홀하다면 여성은 영원히 누군가의 장식물, 부속물이 되고자 하는 허망한 욕망에 매달릴 수밖에 없다는 사실을 명심하자.

나는 누군가의 시선에 의해 재단되고 평생 속박된 채 스스로가 누군지조차 잃어버리면서 살 것인가? 만약 내가 욕망하는 여성상이 결코 도달할 수 없는 기준이라면 어떻게 할 것인가? 단 하나의 ‘여성의 몸’만 인정받고 추구해야 할 것이 아니라, 다양한 여성들의 몸이 존중받으며, 행복하게 스스로의 삶을 가꾸고 살아갈 수 있는 세상을 꿈꾸자. ☀



수입 소형 주방 가전제품, 유럽보다 국내 판매 가격 비싸

미국·유럽과의 자유무역협정(FTA) 체결로 수입 제품의 가격 인하효과를 기대하고 있지만, 실제로 일부 업체가 소비자 가격을 내리지 않아 문제가 되었다.
이에 본회에서는 지난해 국내와 네덜란드, 프랑스, 독일 4개국 백화점, 전문판매점, 온라인 쇼핑몰 등 총 113곳을 대상으로 필립스, 테팔, 브라운 등 10대 글로벌 주방가전제품 브랜드의 믹서, 전기주전자, 전기그릴 등 수입 주방 가전 제품을 대상으로 가격 조사, 전국에 거주하고 있는 20세 이상 여성 2,000명을 대상으로 이용 실태조사를 각각 실시해 FTA 가격 인하효과를 비롯해 소비자에게 정확한 가격 정보 등을 제공하고자 했다.

◆ 일부 수입 소형 주방 가전품 국내 가격, 유럽보다 비싸

대한민국, 네덜란드, 독일, 프랑스 4개국의 비교 가능한 4개 제품(표 참조)의 국내외 가격비교를 해본 결과, 토스터기(드롱기 CT02003)는 39.8% 비싼 것으로 조사됐다.

구체적으로 네덜란드 평균가와 국내 평균가 24개 품목을 비교해 보면 20개 제품의 국내 평균가가 더 비쌌으며, 토스터기(캔우드TTM021)가 최고

58.3% 가격 차이를 보였다. 국내 평균가와 프랑스 평균가를 비교해보면 비교 가능한 품목은 19개 품목으로 중 15개 제품이 프랑스 평균가보다 국내 평균가가 더 비쌌으며, 특히 토스터기(캔우드TTM021)는 66.6%로 가격차이가 가장 많았다. 국내 평균가와 독일 평균가를 비교해 보면 비교 가능한 품목은 17개 품목으로 독일 평균가보다 국내 평균가가 비싼 제품은 13개였고, 에어프라이어(필립스HD9220)는 50.2% 가격 차이가 났다.

〈국내외 가격 비교〉

품목	브랜드명	모델명	수입원	제조국	네덜란드	독일	프랑스	국내평균	국외평균	국내와의 가격차(원)	차이율 (%)
토스터기	드롱기	CT02003	씨에스이, 렘테크	중국	95,562	97,647	102,914	138,000	98,707	39,293	39.8
전기주전자	캔우드	SJM029	그룹세브코리아, 아이피씨	중국	80,970	90,259	86,830	108,500	86,020	22,480	26.1
믹서기	필립스	HR2096	필립스전자	중국, 폴란드	139,110	130,890	143,509	170,774	137,836	32,938	23.9
전기주전자	테팔	BI8125	프랑스	중국	45,705	75,198	65,217	69,600	62,040	7,560	12.2

◆ 백화점, 전문판매점, 대형마트 순으로 가격 비싸

국내의 백화점, 대형마트, 전문판매점간 업체별 비교를 해보면 최고가는 백화점이 41건으로 가장 많았고, 전문판매점 17건, 대형마트 4건순이었고, 최저가는 대형마트가 39건, 전문판매점이 17건, 백화점이 7건순으로 많았으며, 백화점을 100으로 보았을 때 전문판매점 98.7, 대형마트 93.1로 나타나 백화점>전문판매점>대형마트순으로 가격이 비쌌다.

동일제품에 대한 업체별 가격 비교 결과, 최고가에 비해 최저가는 전기주전자(필립스 HD4622) 37.6% 차이가 났으며, 핸드블랜더(캔우드 HB714) 37.5%, 믹서기(필립스 HR 1861) 33.5%, 믹서기(필립스 HR2100) 33.3% 순으로 나타났다.

◆ 응답자 89.1% '수입 주방 가전품 구입한 적 있다'

수입 소형 주방가전 주방용품 구입해 본 경험에 대해서는 경험이 있다는 응답자는 89.1%로 조사응답자의 대다수가 경험이 있는 것으로 나타났으며, 가장 많은 응답자 33.3%가 '주변의 사용경험 및 추천'을 받아 구입한 것으로 조사됐다.

제품 구입시 고려 사항으로는 '성능' 29.5%로 가장 많았고, '브랜드' 19.5%, '가격' 18.2%, '사용의 편리성' 13.0% 순이었으며, 구입 장소로는 백화점이 37.3%로 가장 높았고, 대형마트전문판매점, 인터넷 순으로 응답했다.

◆ 제품 '성능·내구성' 만족도에 비해 '가격' 만족도 상대적으로 낮아

수입 소형 주방가전·주방용품의 표시사항 확인

정도에 대해 응답자 85.2%가 '가격'이라고 답했고, 재질, 제품명 및 모델명, 제조국, 사용방법 및 주의사항 순으로 확인하는 것으로 조사됐다.

한편, 관련 수입 제품에 대한 만족도에 대해 '성능'에 대한 만족도는 65.5%, '내구성'에 대한 만족도는 64.3%였으나 '가격'에 대한 만족도는 29.5%로 상당히 낮은 편이었다.

한미-FTA, 한유럽-FTA가 수입 소형 주방가전 제품 가격에 주는 영향에 대해선 응답자의 32%만이 영향을 주었다고 응답한 것으로 나타났다.

◆ 결론

이번 조사 결과, 수입 소형 주방가전제품의 가격이 대체로 해외보다 국내가 높았으며, 국내 유통업체별 비교에선 백화점, 전문판매점, 대형마트 순으로 판매 가격이 비싼 것으로 조사됐다.

해당 수입제품을 이용하는 소비자 만족도에 대해 '제품의 성능 및 내구성'에서는 대체로 만족하고 있었지만, 제품 가격에 대해서는 10명 중 3명꼴로만 만족한다고 답해 판매 가격에 대한 소비자 만족도가 매우 낮았다.

한편, 미국·유럽과의 자유무역협정(FTA)이 수입 소형 주방 가전제품의 가격인하에 끼친 영향이 미미하고, 일부 품목은 오히려 인상돼 해당 제품의 수입원이 대체로 독점적인 데다 고가 정책을 써 관세인하 효과가 반영되지 않는 것으로 분석됐다.

따라서, 정부는 독과점 해소와 가격정보 공개 등을 통해 수입품의 가격을 안정시켜야 하며 소비자는 제품별 가격비교를 통해 합리적인 소비 선택을 해야 할 것이다. ☒

〈최애연/ 본회 소비자국장〉

세계 물의 날 기념 『물과 하천문화』

본회에서는 한국수자원학회, 한국하천협회와 함께 3월 17일 우리은행 본점 4층 회의실에서 <세계물의 날>을 기념하여 물의 소중함과 환경보존 의식을 높이기 위해 “물과 하천문화 특별강연회”를 개최했다. 다음은 강연 내용의 일부를 요약한 것이다.



물, 미래를 위한 준비

차기욱(K-water 미래조사처장)

건강한 물은 어떤 물인가? 안전하고 깨끗하면서 몸에 이로운 미네랄 성분이 균형 있게 들어있는 물을 말한다. 세계보건기구(WHO)는 미네랄이 알맞게 들어있는 건강한 물을 성인기준으로 하루 2L이상 마실 것을 권고하고 있다. 대다수 우리국민의 일일 섭취량은 이에 미치지 못하여, 만성적인 탈수에 시

달리는 것으로 보고되고 있다.

2007년 브리티시 메디컬 저널은 “20세기 들어 인간의 평균 수명이 약 35년(40~75세) 늘어났다”고 분석하고, 이 중 30년 정도는 상수도 발전에 따른 깨끗한 물 덕분인 것으로 평가하고 있다. 수돗물은 이처럼 인간의 건강과 수명연장에 기여했고, 또 기여하고 있다. 그런데도 근거 없는 막연한 불안감 때문에 수돗물이 외면당하는 현실은 실로 안타까운 일이 아닐 수 없다.

실제와 과학에 근거한 올바른 이해를 바탕으로 마음 놓고 수돗물을 마시고 사용함으로써, 건강과 경제 두 마리 토끼를 모두 잡아야 한다.

기후변화에 따른 집중호우와 이상기문을 비롯한 물 재해의 증가 그리고 아직까지도 모든 국민이 고루 양질의 물의 혜택을 누리지 못하는 현실은 매우 중대하고 시급한 현안이다.

따라서 반복되는 대규모 재해에 대응하기 위하여 기존 댐의 활용방안 개선과 양질의 물 확보를 통한 “인체에 건강한 물공급”을 위해서는 우선적으로 취수원이 깨끗해야하기 때문에 하천건천화 방지와 생태계 복원사업 등의 추진이 필요하다.

물로 더 행복한 세상을 만들기 위해서는 수자원의 활용성과 형평성을 더욱 높이고, 언제 어디서나 건강한 수돗물의 혜택을 마음껏 누릴 수 있는 새로운 시스템을 구축해야 한다.

첨단 정보통신기술(ICT)을 활용해 도심지역에서 “취수에서 수도꼭지까지” 실시간 물관리를 위한 스마트 워터 그리그(SWG) 시스템 구축과 수량·수질 등을 종합적으로 고려한 유역관점의 ‘통합수자원관리(IWRM)’가 반드시 이루어져야 한다.

아울러, 그 간의 물 관리시스템이 하드웨어에서 소프트웨어 분야로 무게 중심을 옮겨 왔다고 하면, 앞으로는 다양한 물 관련 자료를 국민과 공유하고 개방하는 빅데이터 생태계 구축에 힘써야 한다. Data가 경제적 자산이자 가치창출의 원천이 되는 시대이기 때문이다.

국내외의 모든 물 문제를 우리가 중심이 되어 해결한다는 적극적인 자세가 필요하다. 그래야만 미래 글로벌 물 관리 체계를 선도할 수 있다. 세계 물 시장 본격 진출, 나아가 북한의 물 관련 재해대응 체

계 개선을 위해 체계적인 준비가 필요하다.

오는 2015년 4.12~17일까지 우리나라 대구·경북일원에서 열리는 제7차 세계 물 포럼(7th World Water Forum)은 물 강국 도약을 위한 절호의 기회다.

200여 나라, 3만여 명의 정부 관계자, 물 전문가, 국제기구, 물 전문가가 참여하는 만큼, 미래 지향적 물 관리 해법 마련 등 중추적 역할을 수행해야 한다.

청계천 역사산책 - 서울 도심의 중심부를 관통하여 흐르는 청계천!

김현준(한국건설기술연구원 수자원환경연구본부장)

청계천의 원래 이름은 개천(開川)이다. 인왕산과 북악산, 남산을 발원지로 하여 도성안의 한 복판에서 만나, 서에서 동으로 흐르는 연장 10.92km, 유역면적 50.96km²의 하천이다. 서울(한양)이 조선의 도읍지로 결정된 이후 자연하천을 개조하면서 개천(하천을 새로이 만들었다는 의미)이라 부르게 되었고 일제강점기를 거치면서 청계천(淸溪川)으로 개명되어 오늘에 이르고 있다.

청계천은 여러 차례 확장되고 보수되어 왔다. 태종 이후 수차례에 걸친 준설(준천) 사업은 구한말 고종 30년(1893)까지 이어져 왔으며, 2~3년에 한번 꼴로 시행되었고 때로는 대규모의 국가적 사업으로 수행되기도 하였다. 영조 36년의 대공사 이후로는 광통교와 수표교의 교각에 경진지평(庚辰地坪)이라는 글귀를 새겨 넣었는데, 하천에 토사가 쌓여 이 글자가 안 보이게 되면 모래를 파내는 준천공사의 기준으로 활용하는 지혜로움을 보이기도 하였다.

공사의 계획과 과정을 준천사실에 상세히 남겨

놓았고 조선왕조실록, 일성록, 승정원일기 등에도 관련 내용이 자세히 기록되어 있는 것으로 보아 준천사업은 당시에 많은 관심을 기울인 국가적 사업이었던 것을 짐작할 수 있다.

청계천은 도심의 오수와 홍수를 배제하는 역할 뿐만 아니라 서민들의 삶과도 밀접하게 엮여 있다. 비온 뒤에는 아낙들의 빨래터와 아이들의 물놀이장이었으며, 수표교를 건너는 연인들의 수많은 애환이 새겨져 있기도 한다. 오간수문이 다섯 개의 수문으로 된 연유가 있으며, 이도 모자라 이간수문을 만들어야 했던, 자연재해를 극복하려 했던 선조들의 고민과 노력이 녹아 있다.

조선 600년과 혼란의 근대를 거쳐, 개발의 논리에 묻혔던 청계천이 햇빛과 생명이 함께 할 수 있는 하천의 모습을 찾게 되었지만 자연스러움을 살리지 못한 아쉬움이 적지 않다. 이를 슬기롭게 해결해야 하는 것은 후손들을 위한 우리들의 몫인 것이다.

하천과 구곡문화

전영권(대구가톨릭대학교 지리교육학과 교수)

우리나라가 가지는 세계적인 자산으로 문화적 자원을 뽑는 데 주저할 사람은 별로 없을 것이다. 대표적인 예로 하회마을(안동)·양동마을(경주) 등과 같은 조선시대 전통마을과 신라 천년의 고도 경주 역사도시 그리고 성리학의 전통적 사상과 체계를 독창적으로 계승·발전시켜 온 조선시대의 서원과 구곡문화 등이다. 이것은 가장 한국적인 것이 세계적인 가치로 인정받을 수 있다는 사실을 단적으로 보여주는 경우라 하겠다.

구곡문화는 남송대 주희가 살았던 복건성(福建

省) 무이산(武夷山)의 무이구곡(武夷九曲)에서 유래한다. 무이구곡은 무이계곡의 수려한 자연경관을 표현한 것이지만 실제로는 자연경관과 연관하여 성리학의 학문적 발달 단계를 나타낸 것이라 할 수 있다.

무이구곡은 성리학의 발원지로 고려 말경 우리나라로 전래되었다. 당대 최고의 성리학자로 존경받는 이황과 이이의 구곡문화인 ‘도산십이곡’과 ‘고산구곡가’는 구곡문화의 대표로 분류된다.

이처럼 중국에서 시작된 구곡문화가 우리나라에서는 17세기에 들어서 선비 자신의 독자적 구곡문화로 계승·발전해 나가게 된다.

본 강의는 ‘하천과 인류문화’의 한 분야로 조선시대의 유학자들이 설정·경영해 온 구곡문화에 관해 지형경관과 관련하여 성리학의 학문적 발달 단계를 알아보고자 하는 것이다. 특히 속리산의 화양구곡(華陽九曲)은 성리학 발전단계를 지형경관의 관점에서 가장 모식적으로 설정한 것으로 구곡의 해석에 있어 중요한 의미를 지닌다고 볼 수 있다.

또한 흰 빛의 화강암 기반암 하상으로 이루어진 화양계곡 일대에는 다양하고도 수려한 화강암 지형이 곳곳에 발달하고 있어 보는 이로 하여금 즐거움을 더해준다. 화강암 지형의 야외 박물관이라 불릴 정도로 수려한 경관들이 도처에 발달하는 화양계곡에는 성리학적 관점에서 중요하게 인식되는 화양구곡이 위치하고 있어 화양계곡에 발달하는 지형경관의 백미로 꼽힌다.

특히 서인의 영수 우암 송시열이 경영했던 화양구곡은 당시 사대모화사상이라는 시대상과 맞물려 수많은 스토리를 간직하고 있어 하천을 바라보는 현대인에게는 다양하고도 풍부한 문화적 볼거리를 제공해줄 것이다. 📍



미사용 ‘카드 포인트’ 찾아내자

소비자들이 카드 이용 중 적립된 포인트를 제대로 이용하지 않아 소멸되는 경우가 많다고 한다. 다양한 혜택을 받을 수 있는 포인트가 없어진다면 무척이나 아까울 것이다. 소멸된 포인트 및 해지된 카드의 잔존 포인트 사용방법을 알아보자.

포인트는 적립월로부터 60개월 지나면 소멸돼요!

포인트는 카드사가 제공하는 부가서비스의 일종으로 카드사는 회원과의 포인트 약정 등을 통해 포인트의 적립·사용·소멸 등 포인트 제도에 관한 내용을 정하여 운영하고 있다.

◆대부분의 카드사는 상사 채권의 소멸시효를 준용하여 적립시점으로부터 60개월을 소멸시효로 운영하고 있다.

따라서 적립월로부터 60개월이 경과한 포인트는 선입선출 방식으로 실효 처리되고, 실효 처리된 포인트는 복원할 수 없다.

◆카드를 해지한 경우라도 적립된 포인트는 카드사가 정하는 일정기간(일반적으로 적립월로부터 60개월) 동안 유지되므로 동 기간 동안 포인트를 사용할 수 있다.

◆카드사는 포인트의 소멸시기가 도래한 경우, 소멸 예정 포인트·소멸시기 등 포인트 소멸과 관련된 내용을 2개월 전에 이용대금명세서 등을 통해 안내하고 있다.

◆잔여 포인트 금액 및 소멸예정일 등 포인트 이용과 관련한 사항을 각 카드사 홈페이지 및 고객센터

터에서 확인이 가능하며, 여신금융협회에서 운영 중인 카드 포인트 통합조회시스템(<http://www.vardpont.or.kr>)을 통해 여러 카드사의 포인트를 한 번에 조회할 수 있다.

소비자 유의사항

◆카드사가 포인트 소멸 2개월 전 이용대금명세서 등을 통하여 포인트 소멸액 및 시기 등을 안내하고 있으므로 동 내용을 확인하여 포인트로 카드대금을 결제하거나 포인트를 각종 기부처에 기부하거나, 일정 금액 이상의 포인트는 선불카드(키프트카드)로 수령하는 등 본인이 유용하게 사용하여야 한다.

◆카드해지·탈퇴 시에는 미사용 포인트가 있는지 여부를 확인하여 사용하고, 이후에도 포인트는 일정기간 동안 유지되어 사용할 수 있으므로 관련 포인트 잔액 및 사용방법은 해당 카드사에 문의한다.

◆주소·전화번호 등 개인정보가 변경된 경우에는 카드사의 제도 변경·포인트 적립 및 소멸 등 각종 혜택에 대한 고지 및 안내를 받을 수 없으므로 반드시 변경된 개인정보를 카드사에 신고하여야 한다.

〈내용출처: 금융감독원〉

‘영양표시’ 확인은 필수!

건강에 대한 소비자 욕구와 관심이 높아지고 있으므로, 건강과 밀접한 관련이 있는 식품의 영양성분 표시는 중요하다. 영양표시만 꼼꼼히 확인해도 건강한 식생활에 도움이 될 수 있다고 하니 이번 기회에 영양표시에 대해 알아보자.

‘영양표시’는 식품에 어떠한 영양소가 얼마나 들어있는지를 제품 겉면 즉, 식품의 열량, 나트륨 등 영양정보를 식품포장에 표시하는 것이다. 소비자에게 제품이 가지고 있는 영양성분과 함량을 정확하게 알려줌으로써, 소비자가 자신의 건강에 적합한 제품을 선택하도록 활용할 수 있다.

◆ 자신이 먹는 식품의 양을 쉽게 계산할 수 있도록 ‘1회 제공량’과 ‘총 제공량’을 확인한다

‘총 제공량’은 한포장의 전체 중량을 말하는 것으로, 제품 크기에 따라 ‘1회 제공량’과 같을 수 있고, 여러 개의 ‘1회 제공량’이 모여 ‘총 제공량’을 구성할 수도 있다.

특히, 1회 제공량을 기준으로 영양성분이 표시되어 있으므로, 총 제공량은 얼마만큼인지, 자신은 몇 회의 제공량을 먹는지 확인하는 것이 중요하다.

◆ 체중 관리를 위하여 열량 표시를 확인한다

‘1회 제공량당’ 열량에 자신이 섭취한 ‘1회 제공량’ 횟수를 곱하여 총 섭취 열량을 알 수 있다.

◆ 하루에 필요한 영양소 대비 어느 정도를 섭취하는지를 알 수 있도록 ‘%영양소기준치’를 확인한다

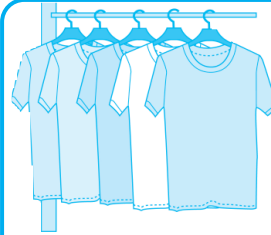
‘%영양소기준치’도 ‘1회 제공량’을 기준으로 표시되어 있으므로, 열량의 경우와 같은 방식으로 계산하면 된다.

비만, 과체중이 걱정되는 경우 열량과 당함량을, 혈압이 걱정되는 경우 나트륨 함량과 ‘%영양소기준치’를, 심혈관질환이나 걱정되는 경우 트랜스지방함량과 포화지방·콜레스테롤의 ‘%영양소기준치’를 확인한다.

영양 성분	
1회 제공량 2봉 (80g)	
총 2회 제공량 4봉 (160g)	
1회 제공량 당 함량	%영양소 기준치
열량	285kcal
탄수화물	46g 14%
당류	23g
단백질	5g 9%
지방	9g 18%
포화지방	3g 20%
트랜스지방	2g
콜레스테롤	80mg 27%
나트륨	150mg 8%
칼슘	140mg 20%
철	2mg 17%
비타민C	2mg 2%

<영양표시 읽은 요령>

1. ‘1회 제공량’과 ‘총 제공량’을 보세요.
2. 내가 섭취한 총 열량은?
3. ‘%영양소기준치’를 확인하세요.



세탁기의 충고 “무조건 세탁은 안돼요”

본회가 운영하고 있는 <의류심의분쟁조정센터>에 심의 접수된 건수 중 세탁사고로 인한 소비자 분쟁이 줄어들지 않고 있다. 품질 하자, 세탁 과실 등으로 제조업체와 세탁업자의 책임도 있지만, 소비자 부주의로 인한 경우도 많다. 평소 세탁 전 주의 사항 등 의류별 세탁요령을 미리 알아두는 지혜가 필요하다.

요즘 아웃도어는 산에서만 입지 않는다. 일상복으로도 캐주얼하게 가볍게 출근복으로도 전방위 활약을 펼친다. 아우도어 의류와 캐주얼 의류의 경계선이 모호해질 정도이다.

◆ 등산복, 스키복 등 기능성 의류의 경우 실용성이 탁월하긴 하나 착용 후 세탁이 문제가 되는데 가급적 세탁을 자주 안 하는 게 좋다.

방수가 생명인 기능성 의류를 드라이하면 표면의 방수막이 손상되기 때문이다.

외출 후 오염 물은 부분만 물수건 등으로 가볍게 닦아 주는 게 좋다. 이 때 산행 후 에어장치 등으로 의류 등에 묻어 있는 미세 먼지, 흙먼지 등을 털어 준 후 닦아 주는 것이 좋다. 등산화 신발도 오물질 등을 털어 취급해야 우레탄 소재의 부식, 가수분해가 방지된다.

굳이 물세탁을 하고 싶을 때 표백성이 함유되지 않는 세제를 사용해야 하므로 세제 선택 시 각별한 주의가 요망된다. 이는 강한 세제 성분 등에서도 코팅 표면이 손상될 수 있기 때문이다.

◆ 여름철 많이 입는 쿨맥스 소재 의류는 원형 보존성이 뛰어나고 탈색 염려가 거의 없으므로 세탁기를 이용해 세탁해도 되지만, 겨울철에 주로 입는 고어텍스 소재 의류는 얇은 막을 제품 표면에 발라 놓은 형태이기 때문에 세탁 때 힘을 주거나 비틀고, 강한 세탁을 하면 안 된다. 세탁에 자신이 없으면 세탁 전문점 등에 의뢰하여 관리가 요망된다.

◆ 잠깐! 드라이클리닝 하지 마세요

다운점퍼, 모피류	깃털 모피의 털 유지분이 씻겨 나가 바스러지면 보온성이 떨어진다
스키복	드라이 용제가 방수막을 손상시킨다
등산복	고어텍스 소재의 경우 특수 처리된 표면이 손상돼 방수, 투습, 방풍 기능이 떨어진다
무스탕, 스웨이드	자주 드라이하면 가죽표면이 염색도 빠지고 지방이 빠져 원형 보존이 어려우므로 전문점 등에 의뢰하여 도색처리 등의 번거로움이 있다.

<정희중/ 본회 의류심의분쟁조정센터 실장>



‘해외직접구매’ 이용시 주의사항

비싼 수입제품을 국내보다 저렴한 가격에 구입할 수 있고 국내에서 구입하기 어려운 제품을 해외에서 직접 구매할 수 있다는 장점 때문에 해외직접구매가 인기를 끌고 있지만, 관련 소비자 불만·피해도 지속적으로 증가하고 있다. 소비자 주의사항 등을 알아보자.

‘해외직접구매’란?

소비자가 해외 인터넷쇼핑몰이나 구매대행 사이트를 통하여 해외제품을 구매한 후 한국으로 배송 받는 거래형태를 의미하며, ‘해외직구’라고도 한다. 이 같은 해외직구는 크게 3가지 형태로 구분된다.

‘해외 직접배송’ 소비자가 중간 유통업체를 거치지 않고 해외 인터넷쇼핑몰에서 직접 제품을 구매하고 이를 국내로 직접 전달받는 형태

‘해외 배송대행’ 해외직구 시 국내로 직접 배송받기 어려운 제품을 해외배송대행지를 거쳐 다시 국내 주소로 배송 받는 형태

‘해외 구매대행’ 해외직접구매의 구매절차, 언어 등에 어려움을 느끼는 소비자가 구매대행 사이트를 이용하여 해외제품을 구매하고 배송 받는 형태

소비자 주의사항

1. 해외 직접구매가 가능한 품목인지 확인한다
국내 수입이 금지된 특정 성분이 포함된 제품 등 통관이 불가능한 제품의 경우, 수수료만 발생하고 물건을 받지 못하게 되므로, 사전에 금지품목 및 제품성분을 확인하는 등의 주의가 필요하다.

〈해외직구 유형별 장·단점〉

	장점	단점
해외 직접 배송	가격이 가장 저렴함 (수수료 등이 절감됨)	피해발생 시 해결 어려움 (국내법 적용 어려움)
해외 배송대행	국내로 바로 배송되지 않는 제품도 구입 가능함	제품 종류, 배송대행지, 배송대행업체별로 배송비 책정 기준 다름
해외 구매대행	복잡한 해외직구를 비교적 편리하게 이용 (피해발생 시 구제 가능)	반품 수수료, 조건이 업체별로 다름 (과다한 반품 수수료 주의)

예 닭, 소고기, 돼지 등 동물의 일부분이 들어간 성분, 불법적 약품 등

2. 구매결정 전, 국내사용가능 여부 등 해외제품의 특성을 정확히 파악한다

예 국내 전압, 주파수 등 규격 및 사이즈 확인

3. 제품의 수입통관 조건 및 그에 따라 발생하는 관세 기준을 따져본다

현행 관세청(www.customs.go.kr)의 관세 부가기준에 따르면 목록통관 대상제품은 물품가액이 미화 200달러 이하이면 면세대상이며, 일반통관 제품의 경우 한화 15만원 이하일 경우 면세 대상이 된다.

4. 지속정인 A/S가 필요한 고가품은 더욱 신중히 구입한다

5. ‘구매대행업체’ 이용할 때...

■ 해외배송 등을 이유로 주문취소, 반품, 환불이 되지 않는다고 안내하는 경우가 많이 있으나, 구매대행은 국내법이 적용되므로 일반 온라인몰과 동일하게 제품을 배송 받은 날로부터 7일 이내에 청약철회 등을 할 수 있다.

■ 홈페이지에 게재된 교환 및 반품·환불규정을 꼼꼼히 확인하고, ‘인터넷 쇼핑몰 사업자 신고’ 여부, 에스크로제 또는 소비자피해보상보험 가입 여부를 확인해 가급적 신용카드 할부

결제를 이용한다.

■ ‘특별통관대상업체(관세청이 지정한 요건을 충족시 선정)’를 이용하면 해외제품을 구매시 안전하고 저렴하게 구매하는데 도움이 된다.

6. ‘배송대행업체’ 이용할 때...

■ 배송대행업체를 이용할 경우 구매할 물품에 적합한 배송대행지를 선택하는 것이 중요하다.

■ 동일 국가 내일지라도 지역에 따라 관세 기준이 다르다. 따라서 구매할 제품의 특성에 맞게 부피, 무게, 서비스 등의 책정여부를 꼼꼼히 따려본 후 업체를 선택한다.

■ 배송대행업체를 통한 거래 시에는 운송 중 사고로 인한 제품 누락, 파손 또는 분실 등과 관련하여 분쟁이 발생할 경우를 대비하여 보상 등 배송조건을 확인하고 신뢰가 확인된 업체를 이용한다.

7. ‘해외 직접배송’ 이용할 때...

■ 가급적 안정된 해외유명인터넷 쇼핑몰을 이용하여 구매하고, 해외 유명 브랜드 제품을 지나치게 낮은 가격으로 판매는 해외 온라인쇼핑몰 이용은 자제한다.

■ 피해보상제도 및 교환/환불 조건이 국내와 다르므로 사전 확인하고 구매한다.

〈자료제공: 한국소비자원〉

소비자의 소리

신문광고 보고 구입한 시력교정 안경 취소 안 돼

상담 70대 어르신이 신문광고를 보고 시력교정 안경을 주문하고 신용카드 10개월 할부 결제를 했다. 신문광고에는 일주일 체험 후에 반품이 가능하다고 되어 있었다.

택배기사로부터 주문 물품 배송연락이 왔을 때 소비자 변심으로 수취거부를 하고 곧바로 해당 업체에 반품신청을 했다.

판매 담당자로부터 전화상으로 시력교정 안경을 사용해 본 후에 반품하라는 권유를 받았지만, 반품 의사를 거듭 밝혔다. 이후 취소가 안됐고 물품대금이 카드결제된 것을 알게 되어 소비자가 상담을 요청했다.

처리 어르신이 배송일자에 주문 취소 의사를 밝혔으나 취소 처리가 안 되어 신용카드 대금이 결제된 건으로, 본회에서는 판매 업체에 소비자가 물품 수령 전 반품 의사를 밝혔으므로 해당 물품에 대해 취소해 줄 것을 요구했다.

이에 해당 업체에서 소비자 요구대로 물품 취소 해주기로 하고, 이미 결제된 1회분 카드 대금은 신

용카드사에서 다음 결제일에 결제 계좌로 입금해주는 것으로 환불처리 되었다.

홈쇼핑에서 구입한 전자제품 포장 개봉해서 반품 거부돼

상담 소비자는 홈쇼핑에서 로봇 전자레인지를 구매했다. 배송된 물품을 개봉해보니 방송에서 본 것과 달리 크기와 색상이 마음에 들지 않아 다음날 홈쇼핑측에 반품요청을 했으나 포장 박스를 개봉했다는 이유로 반품이 불가능하다고 했다.

내용물을 확인하기 위해 박스를 개봉했고, 제품 포장용 비닐을 개봉하지도 않은 상태인데도 반품을 거절하는 것은 부당하다고 생각되어 소비자가 상담을 요청했다.

처리 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률에 의하면 소비자가 단순히 물품의 내용물을 확인하기 위해 포장을 개봉한 경우에는 청약철회가 제한되지 않으므로 반품이 가능하고, 시간 경과에 의하여 재판매가 곤란할 정도로 재화 등의 가치가 현저히 감소할 경우에는 철회가 불가하다.

홈쇼핑측에 상품 확인을 위한 겉포장을 개봉했고 내용물 포장을 개봉하지 않았는데도 불구하고, 박스를 개봉했다는 이유만으로 반품을 거부하는 것에 대한 부당함을 알려 소비자에게 반품해 줄 것을 요청해 환불 처리되었다.

인터넷 영화 사이트, 소비자 모르게 매월 정액 요금 결제돼

상담 소비자는 1년 전쯤 인터넷 이용 중 팝업창에 영화사이트 무료회원 가입 광고를 보고 접속해서 회원가입을 했다.

가입 당시 유료회원 언급은 있었으나, 본인에게 해당이 없다고 생각했고 최근 휴대폰 소액결제 문자를 받은 적이 있으나 확인하지 않았다.

이후 휴대폰 요금 청구내역을 확인하던 중 11개월 동안 해당 영화 사이트 정액요금이 결제된 사실을 알게 되어, 이미 결제된 요금에 대해 환불이 가능한지 상담 요청했다.

처리 인터넷 정보이용의 경우 해당 사이트 약관 내용을 소비자가 알기 쉽게 고지해야 하며, 유료로 전환할 때에는 소비자에게 관련 내용을 알려주어야 한다.

해당업체에 확인 요청한 결과, 소비자가 회원 가입하여 1회 다운받은 기록이 있으며 이후 이용기록은 없으나 회원탈퇴가 안 된 상황이었다.

소비자가 무료회원 가입 후에 유료회원으로 전환되는 내용을 알지 못했고, 이후 해당 사이트를 이용하지 않았으며 유료 전환 시 소비자에게 통지가 없

었음을 들어 해당 업체측에 환불을 요청해 1개월의 이용료를 제외한 나머지 10개월의 결제금액에 대해 환불 처리해 주기로 했다.

인터넷 통신업체, 소비자 계좌에서 임의로 인출해

상담 소비자는 KT 인터넷을 6년 동안 사용하면서 자동이체로 결제를 해왔지만, KT회선이 설치 불가한 지역으로 이사를 가게 되어 해지를 요청했다.

해지 이후에 이용요금이 이체된 사실을 알고 해당 업체에 문의하니 전산오류로 인해 인출된 것이라고 하여 환불 요청을 했지만 입금 처리가 되지 않았다.

이후 여러 차례 환불 처리를 요청했으나 입금되지 않아 업체에 항의하니 12년 전 소비자 명의의 휴대폰 이용 요금이 미납되어 인출된 요금과 상계 처리한다고 하여 상담을 요청했다.

처리 소비자는 사전 설명도 없이 본인 계좌에서 인출한 것이 부당하다는 입장이었고, 해당 업체에 확인한 결과 소비자의 경우 4년 이상 서비스를 이용하여 위약금 청구대상이 아니므로 전산오류 청구임을 확인했다.

그러나 본인의 동의 없이 자동이체 인출계좌에서 12년 전 미납 금액 명목으로 임의로 인출하는 것은 부당함을 통보하여, 임의로 인출된 금액을 소비자에게 환불해 주는 것으로 처리했다. ☎

〈김영란/ 본회 소비자상담 실장〉

꽃구경

김 미 수 / 소설가

벚꽃이 피었다. 꽃망울이 하얗게 부풀어 올랐다. 꽃가지가 늘어진 길을 온종일 걸었다. 걷는 동안 유난히 꽃을 좋아하던 어머니가 떠올랐다. 어머니는 늘 마당에 온갖 꽃을 심었다. 산에 다녀올 때면 꽃나무를 가득 안고 내려왔다. 생신 때도 꽃 선물 받는 것을 가장 좋아했다.

어머니는 꽃을 좋아해서 벚꽃이 만개할 때를 기다렸다가 나를 낳은 것일까. 내 음력 생일은 매년 날짜가 바뀌는데 벚꽃이 개화하는 시기와는 겹나도록 똑같아서 나는 그런 엉뚱한 생각도 했다.

나는 생일 때마다 벚꽃 구경을 다녔다. 그때마다 내 옆에는 친한 친구나 애인이나 남편이 동행하고 있었다. 하지만 한 번도 어머니와 함께 벚꽃 구경을 한 기억이 없다. 그토록 꽃을 좋아하는 어머니에게 벚꽃 구경을 같이 가자고 말해본 기억도 없다. 그 사실을 깨닫자 대단한 발견이라도 한 듯 나는 놀랐다.

그러자 문득 가족과 헤어져 살던 어린 시절이 떠올랐다. 그때는 어머니와 함께 살 수만 있다면 더 이상 바랄 것이 없을 정도로 가족이 어울려서 함께 사는 것이 소원이었다.

내가 8살 겨울에 아버지는 부도를 냈다. 부모님은 언니 둘만 데리고 야반도주해 버렸다. 두 오빠와 나는 할머니를 따라 낯선 방에 숨었다. 빗쟁이들을 피해 도망치느라 교과서가 든 가방마저 챙겨오지 못했다.

겨울방학 내내 오빠들과 나는 그 작은 방에서 화투를 치면서 시간을 보냈다. 청단이니 홍단이니 떠들면서 민화투를 쳤다. 할머니는 낮이면 먹을 것을 구하러 나갔다가 밤늦게 들어왔다. 그 긴 시간을 보내기 위해 내내 화투를 쳤다. 할머니가 새벽이 되어도 돌아오지 않으면 아침이 될 때까지 화투를 쳤다. 화투가 시작되어 한 판이 끝날 때까지 시간이 툭툭 잘려나갔다.

줄지에 부모님과 언니들이 사라지고 줄지에 가난뱅이가 되어 내팽개쳐진 우리는 화투에 중독되어갔다. 밥을 먹은 기억도 없는데 배가 고프지 않았고 밤이 깊어져도 졸리지가 않았다. 할머니가 외출에서 돌아 올 때쯤이면 비로소 쓰러져서 잠이 들었다. 할머니가 깨우면 일어나서 밥을 먹었고 할머니가 외출을 하면 우리는 또 화투를 쳤다.

동네 아이들은 우리를 고아라고 놀렸다. 집 앞에 있는 동산에 나가서 놀기도 어려울 만큼 놀렸다. 우리는 동네 아이들 틈에 끼어들 수 없었다. 예전에 살던 곳이나 부모님에 대한 이야기나 지금의 처지에 대해서도 입을 다물어야 했다. 비밀을 지키지 않으면 도망친 부모님이 잡혀간다고 했다. 수갑을 차고 감옥에 끌려가는 부모님을 떠올리면서 우리는 할머니의 엄포에 하얗게 질려있었다. 얼마 지나지 않아서 우리가 사는 방을 알아낸 빗쟁이가 들이닥쳐서 할머니와

한바탕 싸움을 벌였다. 할머니는 그 빗쟁이들과 마주 칠까봐 더 자주 집을 비웠고 우리는 더 긴 시간 동안 방 안에서 꼼짝도 하지 않고 화투를 쳐야했다.

가끔 엄마가 새벽에 몰래 와서 내 손목을 잡고 울었다. 나는 울지도 품에 안기지도 않았다. 거짓말처럼 졸리기만 했다. 아이들이 놀리던 대로 고아는 아니구나. 조금 안도했을 뿐이다. 엄마에게 손목이 잡힌 채로 잠이 들었다가 깨어나면 엄마는 다시 사라지고 없었다.

화투를 치는 것이 지겨워지면 오빠들은 내 손을 잡았다. 나는 커다란 가방처럼 질질 끌려서 이 동네 저 동네로 돌아다녔다. 그러는 동안 어두워졌다. 오빠들은 하루 종일 나를 끌고 다니면서 엄마나 아버지 혹은 언니들이 있는지 눈여겨보라고 수없이 일렀다.

다시 가족이 합해서 살기까지는 꼬박 3년이 걸렸다. 흩어졌던 가족이 만난 날을 나는 생생히 기억하고 있다. 얼마나 좋았던지 그날 밤은 모여앉아 이야기를 나누며 꼬박 밤을 새웠다. 그러나 그 다음날부터 부모님은 빚을 갚기 위해 장사에 매달리고 언니 오빠들은 학교생활에 바빴다. 모여 살게 되었지만 식사를 함께 할 시간도 없었다. 그러니 가족들이 걱정하고 함께 꽃구경을 간 적도 없었던 것이다.

이제는 모두 모여서 벚꽃 구경을 갈 만큼 여유가 생겼다. 하지만 부모님은 이미 돌아가시고 이 세상에 없다.

꽃구경을 마치고 나는 집에 돌아왔다. 웬지 지친 기분이 들었다. 거실에 드러누워서 티비를 켰다. 가족 대항 노래자랑을 하는 프로가 눈길을 끌었다. 어린 6남매와 부모까지 모두 8명의 가족이 나와서 노래를 불렀다. 경쾌한 리듬과 재밌는 가사가 귀에 쏙 들어왔다. 울동을 섞어가며 흥겨운 분위기를 만들어내고 있었다. 그 모습이 보기 좋아서 나는 웃고 있었는데

데 볼에서 따뜻한 눈물이 흘러내렸다. 그들 가족을 보는 동안 어린 시절 모여 살던 훈훈했던 내 가족의 모습을 언뜻 보았던 것이다.

나는 티비를 끄고 내 방으로 들어왔다. 잠이 오지 않았다. 노트를 펴고 몇 자 적어보았다.

섬진강 주변에 벚꽃이 등처럼 빛난다. 차를 타고 벚꽃이 늘어진 길을 구경한다. 뒷자리에 앉은 어머니는 벚꽃을 보면서 연신 탄성을 지른다.

“참 좋은 때다! 너무 아름다워!”

차에서 내린 어머니와 함께 걷는다. 밤이 되어 불빛이 꽃핀 나무를 밝혀놓았다. 그 꽃나무 아래로 어머니는 밤이 되어도 걷는다. 내 손을 꼭 잡은 채 어머니는 숙소에 들어가지 않고 아치 모양의 터널을 이룬 꽃나무 아래를 걸어 다닌다. 강물소리와 흘날리는 벚꽃과 만개한 꽃 터널 아래를 수없이 배회한다. 가끔 꽃나무를 올려다보는 어머니의 얼굴 위로 꽃잎이 가볍게 내려앉는다. 나도 어머니처럼 꽃잎을 얼굴에 받아본다. 온 천지에 꽃비가 내리는 저녁이다.

그렇게 노트에 한 문단을 쓰고 깊은 숨을 내쉰다. 소설의 한 장면처럼 어머니와 내가 함께 꽃구경을 다닌 것처럼 쓰고 나자 가슴이 먹먹하다. 이렇게라도 어머니와 함께 꽃구경을 하는 장면을 가지고 싶은 밤이다. 

작가 소개



성신여자대학교 국어국문학과 졸업, 2010년 동아일보 신춘문예 단편소설 〈미로〉등단, 2013년 제1회 직지문학상 장편소설 〈소설직지〉대상 수상.

소비자분쟁해결기준, 이렇게 바뀌었어요!

공정거래위원회가 평소 소비자와 사업자간 문제가 되어 왔던 해외여행, 통신결합상품 등 44개 품목에 대한 피해배상과 품질보증기준을 개선·보완한 '소비자분쟁해결기준'을 3월 21일부터 시행했다. 개정된 내용의 일부를 알아보자.

◆ 해외여행

소비자가 해외여행계약을 취소하면 무조건 여행요금의 10% 이상의 위약금을 부담해야 하는데, 여행개시일로부터 상당한 기간을 두고 계약을 취소하는 경우까지 위약금을 부담하게 하는 것은 불합리함.

개정 여행개시 30일 전까지는 소비자가 위약금을 부담하지 않고 계약을 취소할 수 있도록 개선함.

◆ 산후조리원

산후조리원 이용 증가와 더불어 부주의 또는 감염으로 산모나 신생아에게 신체상 피해가 발생하고 있지만, 이에 배상기준이 없음.

개정 사업자가 치료비, 경비 등 손해를 배상(무과실 제외)하도록 기준을 마련함.

◆ 통신결합상품

특정상품에만 사업자의 책임으로 인해 문제가 발생한 경우에 소비자가 통신결합상품(초고속인터넷, 이동전화기, 집전화, TV 등의 서비스가 세트

구성된 상품) 전체의 계약을 해지하려면 문제가 발생하지 않은 다른 상품에 위약금을 부담하게 되어 있어 계약 해지가 곤란하고 다른 통신결합상품을 이용할 수 없게 됨.

개정 통신결합상품 전체에 위약금 없이 계약을 해지(단, 이동통신계약은 제외)할 수 있도록 개선함.

◆ 결혼중개

소비자가 계약을 해지할 수 있는 사업자의 귀책사유로 상대방의 결혼정보, 학력 등에 대해 허위의 정보를 제공한 경우만 예시되어 있어 분쟁발생 시 사업자가 귀책사유를 좁게 해석하려는 경향이 존재함.

개정 사업자의 귀책사유로 3개월 동안 한 차례도 상대방을 소개시켜 주지 않은 경우, 소비자가 계약서상 기재한 우선 희망조건(종교, 직업 등 객관적인 내용에 한정)에 부합하지 않은 상대방을 소개한 경우를 추가함.

◆ 보안시설(보안묘, 보안당, 보안탑)

보안시설 이용이 늘면서 이용계약 해지에 따른 분쟁이 많이 발생하고 있지만 이에 분쟁해결기준이 없음.

개정 소비자가 보안 후 이용계약을 중도에 해지하는 경우 사업자는 총 사용료에서 이용기간별 환급률(예: 보안 후 6개월 이내는 총 사용료의 75%, 1년 이내는 총 사용료의 70%)에 해당하는 금액을 환급하도록 하는 내용의 분쟁해결기준을 마련함.

◆ 모바일·인터넷콘텐츠, 온라인게임서비스

모바일·인터넷콘텐츠, 온라인게임서비스의 이용이 늘면서 소비자의 동의 없이 무료이용기간이 경과한 후 유료로 전환하거나 대금 자동결제 시 결제사실을 사전에 소비자에게 알리지 않고 이용요금을 받아가는 사례들이 발생함에 따라 소비자 피해가 많아짐.

개정 사업자가 소비자에게 청구한 금액을 환급하도록 하여 소비자가 억울하게 당한 금전적 피해를 보상받을 수 있도록 함.

◆ 자동차

자동차 도장면의 관통부식은 차량구입 후 3년 이상 지나야 나타나고 있어 현행 자동차 품질보증기간(차체 및 일반부품 2년·4만km)을 적용하면 도장면 관통부식과 관련된 소비자 피해구제가 어려움.

개정 자동차 외판(후드, 도어, 필러, 휠더, 트렁크리드, 도어사이드실, 루프) 관통부식의 품질보증

기간을 5년으로 설정함.

◆ TV, 스마트폰

TV, 스마트폰을 수리하는 과정에서 리퍼부품이 사용되고 있지만 리퍼부품의 품질에 소비자의 불신이 불식되지 않은 상황에서 품질보증 기간이 충분하지 않아 소비자의 우려가 큼.

개정 리퍼부품을 사용하여 수리하는 경우 수리시점부터 1년간 품질보증을 하도록 품질보증기간을 확장함.

◆ 세탁(청바지)

세탁업에 있어 바지의 내용연수를 하복(3년), 춘추복·동복(4년)으로만 나누어 규정하고 있어 사계절 착용하는 청바지에 어느 계절의 내용연수를 정할 것인가 불분명함.

개정 청바지의 내용연수를 계절과 무관하게 4년(단, 원단을 샌드가공, 스톤워싱 등을 통해 인위적으로 외형을 가공한 청바지는 3년)으로 규정함으로써 세탁과 관련한 분쟁조정 시 혼란의 발생을 방지함.

〈자료제공: 공정거래위원회〉



경제용어를 알면 ‘소비성향’이 보인다

일반적으로 소비자가 물건을 구입하는 소비행위를 할 때 자기 나름의 가치기준을 갖고 있지만, 유행이나 업체 마케팅 등 소비 심리를 자극하는 주변 요소들 때문에 과소비를 하는 경우가 있다. 소비 심리를 자극하는 몇 가지 경제원리가 적용되는데, 이번 기회에 본인의 소비행위가 다음의 경제 원리에 영향을 받을 것은 아닌지 판단해보자.

◆ 남들 사는 건 ‘다 사’ 밴드웨건효과

“이 상품 주문폭주하고 있습니다. 매진임박이니 서둘러 주세요.”

TV 홈쇼핑 방송에서 쇼 호스트들이 자주 하는 말이다. 많은 사람들이 사는 물건이라고 하면 필요 여부에 상관없이 따라 사는 소비심리를 이용하는 것이다. 이처럼 다수의 소비자나 유행을 따라 상품을 구입하는 현상을 ‘밴드웨건효과(Bandwagon Effect)’라 한다.

이 용어는 미국 경제학자 하비 라이벤스타인이 네트워크효과 가운데 하나로 언급하면서 알려졌다. 서부개척시대에 밴드왜건(악대마차)이 요란한 음악과 함께 금광이 발견됐다고 선전하면 무작정 따라가던 사람들을 빗댄 말이다. 우리말로 ‘편승효과’라고 한다.

연예인이 입고 나온 옷이 불티나게 팔리고 주거나 부동산 가격이 폭등하는 것은 이 효과로 설명된다.

◆ 남들 사는 건 ‘안 사’ 스놉효과

남들이 많이 사는 것은 구입하기 싫어하는 소비 심리를 나타내는 용어도 있다.

‘스놉효과(Snob Effect)’라고 불리는 이것은 특이하고 비싼 제품을 구입함으로써 자신을 남과 차별화 시키려는 심리에서 나왔다.



다른 사람들이 구입하기 어려운 상품을 구입해 과시하고 싶어 하는 속물(Snob)근성에서 비롯된 소비행태라는 뜻에서 생겨났다. 자신을 남과 다르게 구분 짓고 싶어 하는 심리라는 뜻에서 ‘백로효과’라 불리기도 한다.

최근에는 과시적인 소비현상이기라기 보다는 구매자의 기호를 드러내는 경향이 크다는 주장이 나오기도 한다. 꼭 비싼 제품이 아니더라도 한정판 디자인 제품, 희귀본 책이나 음반 등을 구입하는 사람들도 이 현상으로 설명되기 때문이다.

◆ ‘과시하고 싶어’ 베블런 효과

한 골동품 가게에 오랫동안 팔리지 않은 상품이 있었는데 어느 날 직원이 실수로 가격표에 0을 하나 더 붙였더니 하루도 되지 않아 팔렸다는 일화가 있다.

요즘 같은 불황에도 고가 제품 판매량이 꾸준히 늘고 있는 것은 이와 무관하지 않다. 이처럼 가격이 오르는데도 그 제품 수요는 줄어들지 않는 현상을 ‘베블런 효과(Veblen Effect)’라고 한다.

미국의 경제학자 베블런이 자신의 저서《유한계급론》에서 처음 사용했다. 그는 이 책에서 돈이 많은 것이 곧 ‘성공’이라고 생각하는 황금만능주의 사회를 비판하면서 이 때문에 과시적 소비가 일어난다고 지적했다.

이 효과는 남을 지나치게 의식하거나 허영심이 많은 소비자일수록 크게 나타난다. 이런 점을 이용해 고가 정책으로 소비심리를 자극하는 것이 ‘귀족 마케팅’ 혹은 ‘VIP 마케팅’이다.

◆ ‘세트가 필요해’ 디드로 효과



A씨는 반값 세일이란 말에 충동적으로 넥타이를 하나 구입했다. 그런데 막상 사고 보니 맞춰 입을 옷이 변변치 않았다. 결국 셔츠와 양복까지 구입해 넥타이 값의 몇 배를 지출했다. 이처럼 처음 구매한 물건보다 그것과 연관된 것들을 사느라 더 많은 돈을 쓰는 경우가 많다.

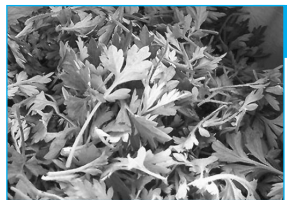
이런 현상을 ‘디드로 효과(Diderot Effect)’라 한다. 18세기 프랑스 철학자 디드로가 선물로 받은 가운을 서재에 두었는데, 그 가운 때문에 주변 물건들이 너무 낡고 초라하게 느껴져 책상과 의자, 시계 등을 교체했다는 일화에서 유래됐다.

이처럼 디드로 효과는 소비자가 하나의 상품을 구입한 후 그것과 연관된 것들을 연속해서 사게 되는 현상을 말한다. ‘디드로 통일성(conformity)’이라고도 불리는 이것은 기능적으로 연관된 제품보다는 심리적으로 동질성을 느끼는 제품들을 연속적으로 구매하는 행동 성향이다. 패션용품 등 남들에게 직접 노출되는 제품, 가치가 높다고 생각되는 제품일수록 이 효과가 강하게 나타난다. ☑

〈내용출처: 산업통상자원부〉

맛과 영양 듬뿍! 봄채소 베스트 4

꽃들이 만개하는 완연한 봄. 웬지 입맛이 없고 기력이 떨어진다면 피로회복에 도움을 주는 건강식품이 생각난다. 우리 생활 속에서 쉽게 구할 수 있는 제철 봄채소로 입맛도 살리고 건강도 지켜보자.



신비한 약효를 지닌 쑥

우리 속담에 '7년 된 병을 3년 묵은 쑥을 먹고 고쳤다'란 말이 있다. 쑥은 예부터 한방이나 민간에서 약재로 널리 쓰였는데, 실제로 쑥은 당근, 마늘과 함께 성인병 예방 3대 식물로 꼽힐 만큼 그 영양성분이 풍부하다.

쑥은 혈액 순환을 좋게 하고 피를 맑게 해줄 뿐 아니라, 몸을 따뜻하게 하는 성질이 있어 여성들에게 더욱 좋다. 특히 생리통, 부인병 등으로 고생하는 여성들에게 탁월한 효과를 보인다.

쑥은 피를 멈추게 하는 지혈 작용도 가지고 있어, 예부터 민간에서 코피가 멎지 않으면 쑥을 비벼 콧구멍을 막거나 상처에 붙이기도 했다. 각종 비타민이 풍부해 면역력을 강화할 뿐 아니라, 식이섬유가 풍부해 변비를 예방하고 혈중 콜레스테롤을 낮춰 주기도 한다.

쑥은 5월 단오에 채취해 말린 것이 그 약효가 가장 좋다. 어린 쑥을 그늘에 바짝 말린 후, 끓는 물에 마른 쑥 몇 잎을 띄어 우려낸 후 쑥 잎을 건져내고 마시면 풍부한 맛을 느낄 수 있다. 쑥은 성질이 따뜻해 몸에 열이 많은 체질은 피하는 것이 좋다고 하니, 주의해야 한다.



인삼만큼 좋은 부추

봄 부추는 인삼이나 녹용과도 바꾸지 않는다는 말이 있다. 일년에 열 번 이상도 수확이 가능한 부추지만, 제철인 봄에 나오는 부추는 뛰어난 보양식품이 된다는 의미에서 이런 말이 나왔다고 한다.

원산지인 중국에서 재배되고 한국과 일본으로 전파된 부추는 예로부터 그 효능과 맛을 인정받아왔다. <동의보감>이나 <본초강목>과 같은 우리의 고전에서도 부추에 대한 기록을 찾을 수 있다.

<동의보감>에서는 '성질이 따뜻하고 매운 맛이 있으며, 독이 없다. 위장에 좋고 기력이 약한 사람에게는 기력을 보해준다'고 되어있으며, <본초강목>에는 '신장과 비뇨·생식기를 돕고 정신을 안정시킨다'고 부추의 효능을 소개했다.

부추는 매운 맛을 내는 성분인 황화아릴이 들어있는데, 비타민 B1과 함께 섭취하면 알리티아민이라는 피로회복 물질을 생성한다. 육류, 특히 돼지고기와 함께 섭취하면 더 좋은 이유가 여기서 비롯된 것이다. 몸을 따뜻하게 하는 성분이 있어 몸이 차가운 사람, 그 중에서도 여성에게는 더 좋은 식품이다.

단, 매운 맛이 있기 때문에 위장병이 있는 분이나,

몸을 덥히는 성질이 있는 만큼 몸에 열이 많은 사람, 알레르기가 있는 사람은 지나친 섭취를 피하도록 한다.



스트레스를 달래는 달래

달래의 알싸한 맛 속에는 갖가지 영양소가 가득 들어있다. 달래에는 비타민A, 비타민 B1과 B2, 비타민 C 등의 별별 비타민이 모두 들어있다. 피부가 까칠하거나 잇몸이 붓는 등 피로한 몸에 도움을 준다.

또한 달래는 혈액순환을 촉진시켜 자양강장 음식으로도 잘 알려져 있어 기력이 쇠한 사람에게 추천할 만하다. 달래에 많이 함유된 칼슘은 빈혈과 동맥경화 예방에 좋고, 칼륨은 몸속의 나트륨을 몸 밖으로 배출시키는 기능을 해 성인병을 예방한다.

평소에 음식을 짜게 먹는 사람들이 먹으면 좋고, 이는 스트레스를 받을 때 분비되는 호르몬을 조절해줘 스트레스를 다스리는 데도 효과적이다.

한방에서는 달래의 줄기는 약재로 쓰기도 했다. 예부터 달래의 줄기와 수염뿌리를 말려 소주에 넣고 밀봉해 두세 달쯤 지나 약술로도 먹었다고 하는데, 달래 약술은 신경안정과 정력증진에 좋다고 한다.

달래는 실제로 재배 작물이 아닌 들판, 야산 등에서 자라는 야생채소였다. 최근 판매를 목적으로 하우스에서 재배를 하지만, 들에서 나는 달래가 하우스 달래에 비해 향이 강하고 식감이 더 좋다.

맛 좋은 달래를 고르려면 뿌리가 굵을수록 맛이 좋지만 클수록 매운맛이 너무 강해 안 좋다고 하니, 적당한 크기를 고르는 게 좋다.



물을 머금은 향채, 미나리

우리나라 사람들은 예부터 미나리를 즐겨 먹었다.

고려 때는 '근저'라 하여 종묘 제상에 올릴 정도로 귀한 식품이었다고 한다. 이렇게 역사도 깊은 미나리는 그 종류도 다양하다.

요즘 재배 채소로 가꾸는 논·밭 미나리는 개량된 것으로 연하고 줄기도 길지만, 향은 좀 덜한 편이다. 자연산인 돌미나리는 향이 강하나 맛이 짭고 질긴 편이다. 사실 돌미나리는 개울가, 논두렁 등 습한 들판에서 주로 서식해 거머리 등의 벌레가 붙어 있을 수 있어 구매할 때 주의하는 게 좋으며 가능하면 익혀 먹도록 한다.

짙은 음주로 속이 쓰린 사람들에게 좋다. 미나리에는 간 해독 효과가 있어, 음주 후 두통과 구토를 멎게 하는 데 효과적이다. 미나리는 주독을 제거할 뿐 아니라, 중금속을 정화하는 작용도 한다. 요즘같이 미세먼지, 황사가 잔뜩 낄 날에 섭취하면 더 좋다.

또한 미나리는 음식과 함께 흡수된 중금속을 몸 밖으로 내보내 줘 혈액을 정화해준다. 그뿐 아니라 단백질, 철분, 무기질 등이 풍부해 고혈압 예방에도 탁월하다. 이와 함께 풍부한 섬유질은 장운동을 촉진해 변비에도 효과적일 뿐 아니라, 칼로리가 낮아 다이어트에도 도움을 준다.

단, 씹살한 맛을 내는 미나리의 방향 성분은 소화기를 자극할 수도 있어, 특히 소화기가 약한 어린이나 어르신은 생으로 먹기보다 익혀 먹는 것이 좋다.

<내용출처: 농림축산식품부>

주부교실게시판

▣ 전국주부교실지도자대회

해마다 본회의 지도자들이 지도력 향상과 회원 간 화합과 결속을 다지기 위해 개최하는 전국지도자대회를 “나눔과 봉사로 복지사회 실현에 앞장서는 전국주부교실지도자대회”라는 주제로 다음과 같이 개최합니다.

- 일 시 : 2014년 4월 25일(금) 13:00
- 장 소 : 더케이서울호텔(서울교육문화회관) 3층 거문고홀
- 접수방법 : 전국의 16개 시도지부 및 산하 232개 시·군·구 지회 회장 및 임원
- 문 의 : (02)2265-3627~8, 0637

▣ 의류 및 세탁물 피해 상담 및 구제

본회 소비자정보센터에서는 소비자와 업체간 의류 및 세탁물 관련 분쟁해결을 위해 <의류심의분쟁조정센터>를 운영하고 있습니다. 관련 문제 발생시 다음의 내용을 참조해 소비자 피해 상담을 받을 수 있습니다.

- 접수시간 : 매주 화요일 9:30~17:30까지
- 접수방법 : 직접 접수 또는 쿼서비스 이용(지방에 한해 택배 가능)
- 접수문의 : (02) 2266-5870, 2273-6300, 2485
- 홈페이지 : www.nchc.or.kr

▣ 주부힐링캠프

행복한 가정에는 건강한 주부가 있어야 하지만, 최근 시대가 변화면서 일과 육아 등으로 주부 역할에 대한 부담이 늘어나기만 합니다. 이에 본회에서는 주부들의 지친 몸과 마음을 치유할 수 있는 <주부 힐링 캠프> 프로그램을 다음과 같이 마련했습니다.

- 일 시 : 2014년 5월 12일~13일(1박 2일)
- 장 소 : 철새마을 두루미펜션(강원도 철원군 소재)
- 문 의 : (02)2265-3627~8, 0637

▣ 제22기 주부대학원 개강

주부들의 평생교육을 위해 운영하고 있는 주부대학의 프로그램을 더욱 전문화한 ‘제22기 주부대학원’이 다음과 같이 개강합니다.

- 개강일 : 2014년 5월 13일(화) 10:30
- 장 소 : 본회 3층 강당

▣ 중랑여성인력개발센터 수강생 모집

본회가 여성적합직종개발 및 훈련으로 다양한 취업 기회를 제공하고 잠재된 직업 적성 능력을 개발하고 향상시키기 위해 운영하고 있는 여성인력개발센터(중랑구 소재)에서는 다양한 프로그램을 마련해 매달 수강생을 모집하고 있습니다.

- 홈페이지 : www.jungang.seoulwomen.or.kr
- 문 의 : (02)3409-1948~9

지부소식

전국 16개 시·도 지부 232개 시·군·구 지회

서울특별시지부



■ 월례회의 및 5주년 기념식

은평구지회(회장 이상옥) 지난 3월 5일 본회 3층 강당에서 주경순 중앙회 회장과 회원 30여명이 참석한 가운데 은평지회 5주년 기념 모임 및 월례회의를 갖고 지회 활성화 방안을 논의했다.

부산광역시지부



■ 농산물명예감시원 교육 및 원산지표시 홍보 캠페인

시지부(회장 김기묘)에서는 지난 3월 10일과 12일 기장읍면사무소와 시지부 강의실에서 각각 농산물명예감시원 활동을 하고 있는 회원 62명을 대상으로 관련 교육을 2회 실시했고, 3월 13일 농산물 명예감시원 회원 35명이 기장군 일광면 철암리 식당가 주변 일대에서 원산지표시 홍보 캠페인을 전개했다.

대구광역시지부



■ 물 사랑 및 식품 표시사항 홍보 캠페인

시지부(회장 손기순) 회원 20명은 동대구역 앞에서 수자원공사와 함께 수도물의 중요성과 유용성 홍보를 위한 물 사랑 캠페인, 27일 회원 13명이 대구 백화점 앞에서 안전한 식생활을 위한 ‘식품 표시사항 바로 알기’ 홍보 캠페인을 각각 전개했다.

인천광역시지부

■ 월례회의 및 농산물 명예감시원 교육

시지부(회장 이순애)에서는 3월 7일 지부 사무실에서 지회장 및 임원들이 참석한 가운데 월례회의를 가졌고, 18일 교원단체총연합회 교육장에서 회원 90명을 대상으로 농산물 명예감시원 교육을 실시했다.

광주광역시지부



■ 농산물 명예감시원 역량강화 교육

시지부(회장 박영희)에서는 3월 19일 여성발전센터 3층 대강당에서 회원 40여명을 대상으로 농산물 명예감시원 역량강화 교육을 실시했다.



■ 물의 날 기념 교육 및 캠페인

3월 21일 여협회관 4층 강당에서 회원 85명을 대상으로 임상희 수자원공사 전남지역본부 지업협력팀장을 강사로 초빙해 세계물의 날 기념 교육을 실시했고, 이후 회원 20여명이 서구청 일대에서 '맑고 깨끗한 수돗물을 함께 나누자'는 슬로건을 내걸고 물 절약·물 사랑 캠페인을 전개했다.

대전광역시지부



■ 세계 물의 날 기념 토론회

시지부(회장 송병희)에서는 3월 21일 충청하나은행 본점 10층 강당에서 세계 물의 날을 기념하며 '신재생에너지의 개발현황 및 미래상'이란 주제로 토론회를 개최했다.

이날 토론회는 한밭대학교 방기웅 교수의 사회로 진행됐으며, k-water 안인수 소장이 주제발제를 맡았다. 차기욱 k-water 처장, 유병로 한밭대학교 교수, 박해숙 대전보건대 교수, 이경호 대전환경운동연합 정책국장, 구자욱 대호건설 대표이사가 지정토론자로 참석해 다변화된 용수 수요에 걸맞은 합리적인 수자원 이용방안 등을 모색했다.

■ 학부모 자녀교육 특강

3월 27일 대전광역시 교육청 강당에서 초중고 학부모 350여명을 대상으로 이지한 대전광역시 부교감이 '자녀교육 어떻게 해야 하나'라는 주제 강연을 통해 자녀교육을 위한 부모 역할의 중요성을 강조했다.



울산광역시지부



■ 생태자전거교실 및 한글교실 운영

시지부(회장 박보봉)에서는 고유가 시대 에너지절약 및 저탄소 녹색 생활 실천 참여를 이끌기 위해 매주 월요일~금요일 동천체육센터와 울산대공원동문에서 생태자전거교실을 오전, 오후반으로 운영했고, 매주 월요일과 수요일 시지부 교육장에서 어르신 15분에게 한글 교육을 실시했다.

경기도지부



■ 금연 활성화를 위한 업무 협약식

도지부(회장 박명자)에서는 3월 14일 국민건강보험공단 경인지역본부에서 <금연 활성화를 위한 업무 협약식>을 갖고 상호 협력을 통해 흡연의 위험성을 알리고 지속적인 금연 캠페인을 추진키로 했다.

■ 물사랑 캠페인 및 농산물명예감시원 교육

지난 3월 17일 회원 10명이 한국수자원공사와 수원역 직원들 총 50여명과 함께 수원역 광장에서 세계 물의 날 기념 물사랑 캠페인을 전개했고, 19일 경기도여성비전센터 강당에서 농산물명예감시원으로 활동할 회원 130여명을 대상으로 명예감시원으로서의 주요 활동 및 역할 등에 대해 교육했다.



■ 이동 소비자상담실 운영

남양주시지회(회장 박순자)에서는 3월 18일, 20일, 21일 화도 신한아파트, 진접 주공아파트 별내면 청학리 아파트에서, 오산시지회(회장 장춘화)에서는 3월 25일 대원동 대림아파트 관리사무소 앞에서 가전제품 및 자동차 3사 관계자들이 함께 주민들을 대상으로 무상 점검 및 수리 서비스 제공과 다양한 소비자 상담으로 소비자 피해 구제에 앞장섰다.

■ 봉사활동

수원시지회(회장 최규숙) 회원 80명은 지난 3월 5일 수원역에서 '가금류 소비촉진 캠페인'을 전개해 시에 대한 정확한 정보 제공을 통해 소비자들의 막연한 먹거리 불안 심리 해소에 앞장 섰다.

안양시지회(회장 이영옥) 회원 10명은 3월 3일 호계 노인복지관, 11일 동안 노인복지관을 각각 방문해 중식 조리 및 설거지 봉사활동, 매주 목요일 만안구 장애인 복지센터 도우미 활동을 전개했다.

용인시지회(회장 장복희) 농산물명예감시원으로 활동하고 있는 회원 12명은 3월 20일~22일 양지면 일대 식당, 마트, 재래시장에서 원산지표시 홍보 캠페인을 전개했다.

이천시지회(회장 유영숙) 회원 17명은 3월 5일 중원구 상대원 2동 복지관에서 어르신을 위한 중식 배식 및 청소 봉사활동을 전개했고, 회원 12명은 3월 13일 독거노인 25분을 모시고 미란다 온천을 방문해 목욕 봉사와 함께 말벗이 되어 드렸다.

파주시지회(회장 김순자) 회원 10명은 3월 10일 파주시 클린데이 행사에 참여해 봉일천 주변 청소에 동참했고, 회원 11명은 3월 21일 파주시 노인복지회관을 방문해 중식제공 및 설거지 봉사활동을 전개했다.

평택시지회(회장 박계숙) 회원 5명은 3월 13일 지역 내 차상위 가정을 대상으로 쌀, 고기 등을 전달하며 위로 격려했고, 18일 회원 17명은 보건복지센터 4층에서 어르신과 장애인을 대상으로 무료급식 제공 봉사활동에 참여했다.

강원도지부

■ 봉사활동

양구군지회(회장 최경지) 회원 11명은 3월 24일 노인 요양시설인 '안나의 집'을 방문해 어르신들에게 식사를 대접하며 말벗이 되어 드렸다.

정선군지회(회장 윤계화) 회원 8명은 매주 목요일 정선군종합복지관에서 군내 거주하고 계신 노인들을 위한 무료급식 봉사활동을 실시했다.

평창군지회(회장 김작은) 회원 3명은 3월 5일 화재 피해를 입어 복구에 어려움을 겪고 있는 주민(마순자)에게 성금을 전달하며 위로 격려했다.

홍천군지회(회장 이영표) 회원 8명은 3월 1일 홍천종합운동장에서 열린 '3·1절 기념 군민 건강달리기 대회'에 참여해 무료 생수 지원 봉사활동을 전개했다.

횡성군지회(회장 홍근표) 회원 4명은 매주 수요일 횡성종합사회복지관을 방문해 거동이 불편하신 어르신을 위한 목욕 봉사활동을 실시했다.

충청북도지부

■ 원산지표시 캠페인

진천군지회(회장 최경옥) 농산물 명예감시원으로 활동하고 있는 회원 5명은 3월 5일, 10일, 20일, 25일 진천재래시장에서 원산지표시 홍보 캠페인을 전개해 상인들에게 원산지표시용 풋말 사용에 대한 설명 및 관련 홍보전단을 배부하며 원산지표시 조기정착에 앞장섰다.

충청남도지부



■ 어린이 경제교육 및 어르신 소비자교육

도지부(회장 조춘자)에서는 3월 7일 탄천 어린이집에서 미래 경제 주역이 될 원생 39명을 대상으로 용돈기입하기 등 경제 교육을 실시했고, 11일 공주시 노인대학에서 어르신 109명을 대상으로 사례 중심으로 소비자피해 예방 요령을 교육했다.

■ 결혼이민자여성을 위한 디지털 교육

3월 21일 백제 새마을금고 대강당에서 다문화 결혼이민여성 20명을 대상으로 통신위원회 반경식 팀장을 강사로 초빙해 기본적인 인터넷활용 등 정보화 교육을 비롯해 디지털 TV전환 소비자 교육을 실시했다.

전라북도지부



■ 건강한 수돗물 대토론회

도지부(회장 강정자)에서는 지난 3월 17일 한국수자원공사 전북지역 본부 강당에서 세계물의 날을 맞아 '안전한 물에서 건강한 물로'라는 주제로 <건강한 수돗물 대토론회>를 개최했다.

유규선 전주대학교 교수, 임재림 K-water 상하수도연구소 수석연구원, 김윤자 도지부 부회장의 주제발표에 이어 송주훈 전북도보건환경연구원 연구사, 김용연 K-water 수질분석센터 실장 등이 패널로 참석해 수돗물의 국민인식 현황 및 수돗물 음용율을 높이기 위한 바람직한 해결방안을 모색하고자 했다.

■ 봉사활동 및 감시단 활동

군산시지회(회장 박희순) 회원 5명은 3월 3일~5일 인근 학교주변 분식점, 문방구 등에서 어린이기호 식품 감시활동을 실시했고, 24일에는 신영시장, 나운시장 등 재래시장 일대에서 농산물품질관리원 직원들과 함께 원산지표시 감시 및 홍보활동을 전개했다.

김제시지회(회장 문순희) 회원 12명은 3월 7일 노인, 장애복지시설인 '평강의 집'을 방문해 거동이 불편한 어르신을 위한 목욕 봉사 및 간식 등을 대접하며 말벗이 되어 드렸다.

정읍시지회(회장 유예순) 회원 4명은 3월 19일~20일 어린이 보호구역 내 분식점, 문방구 등에서 어린이 기호식품 감시원 활동, 11일, 13일, 18일에는 축산물 취급업소를 대상으로 위생점검 활동을 실시했다.

고창군지회(회장 오정애) 회원 12명은 3월 19일 고창천변 강 살리기 환경보호 행사에 쓰레기 줍기 등 강 살리기 운동에 동참했다.

전라남도지부



음식문화개선 실천 다짐대회

도지부(회장 이승자)에서는 지난 3월 20일 화순군 하니움 문화스포츠 센터에서 음식문화개선을 위한 교육 및 정보전시회를 개최했고, 참여한 회원 모두가 결의를 다지며 음식문화개선 확립에 앞장서기로 했다.



농산물 원산지표시 홍보 캠페인

나주시지회(회장 이복실)에서는 3월 14일 나주목사골시장, 강진군지회(회장 김명희)는 3월 19일 강진읍오일시장, 고흥군지회(회장 조양덕)는 3월 29일 고흥재래시장에서, 담양군지회(회장 이영희)에서는 3월 7일 담양오일시장에서 각각 농산물 부정유통 방지를 위한 원산지표시 홍보 캠페인을 전개했다.

경상북도지부

시·군 지회장회의

도지부(회장 이인호)에서는 3월 18일 23개 시·군 지회 회장들이 참석한 가운데 1/4분기 지회장 회의를 가져 신임 지회장 임명을 비롯해 전국지도자대회 참석 등 행사 추진 계획을 논의했다.

자연정화활동 및 봉사활동

구미시지회(회장 남현숙) 회원 11명은 노인복지회관을 방문해 어르신들을 위한 중식 제공 및 청소 봉사활동을 전개했다.

경주시지회(회장 박추자) 회원 17명은 3월 20일 칠평천 둔치 일대에서, 김천시지회(회장 정태순) 회원 6명은 3월 21일 장안교 일대에서 각각 세계물의 날을 기념하며 환경정화활동을 전개했다.

상주시지회(회장 박정자) 회원 14명은 3월 20일 상주시 종합자원봉사센터에서 '리마인드 봉사교육'을 받고 봉사에 대한 마음가짐 및 역할 제고의 시간을 가졌다.

포항시지회(회장 남순례) 회원 30명은 매주 월요일마다 학산 사회복지관을 방문해 장애인, 거동이 불편한 노인세대를 위한 도시락을 조리해 전달 및 세척 봉사활동을 실시했다.

고령군지회(회장 설미선) 회원 5명은 3월 21일 대창양로원을 방문해 거동이 불편하신 어르신을 위한 목욕봉사를 실시했다.

군위군지회(회장 이경명) 회원 12명은 군위시장 일대에서 6월 지방선거를 앞두고 공명선거 홍보 캠페인을 전개했다.

봉화군지회(회장 권영순) 회원 6명은 3월 12일 노인복지센터를 방문해 거동이 불편한 어르신을 위한 목욕봉사를 실시했고, 3월 18일과 21일 노인복지관을 방문해 준공식 준비를 위한 도우미 활동을 전개했다.

영양군지회(회장 최계숙) 회원 4명은 매주 목요일 군내 거주하고 계신 독거노인 댁을 방문해 정성껏 준비한 반찬을 전하며 노년의 쓸쓸함을 위로해 드렸다.



예천군지회(회장 권춘선) 회원 5명은 3월 19일과 26일 성당 나눔의 집에서 독거노인을 위한 반찬 조리 및 도시락 배달 봉사를 실시했다.

울진군지회(회장 주윤옥) 회원 7명은 3월 27일 정림 1리 마을회관에서 열린 '사랑의 밥차' 활동에 참여해 어르신들에게 정성껏 준비한 식사를 대접했다.

경상남도지부

경남지도자 한마음대회

도지부(회장 김점숙)에서는 4월 2일 창원마산 실내체육관에서 시·군지회 임원 및 회원, 내외귀빈 500여명이 한 자리에 모여 "행복한 세상을 만들어 가는 여성"이란 주제로 <경남지도자 한마음대회>를 개최해 개회식과 함께 결의문 채택, 서명운동 등으로 회원 모두가 화목한 가정의 주체로서 행복한 세상 만들기에 앞장서기로 했다.



깨끗한 하천 만들기 캠페인

도지부에서는 지난 3월 11일 한국수자원공사 경남부산지역본부 직원과 주민 총 100여명과 함께 의창구 본포취수장 인근에서 하천 주변 부유물 등 각종 쓰레기를 제거하는 '깨끗한 하천 만들기' 캠페인을 전개했다.



봉사활동 및 캠페인

김해시지회(회장 김경희) 회원 15명은 구산동 노인복지관을 방문해 중식제공 도우미 활동을 실시했고, 13일, 18일, 25일 가야대사거리, 경운중학교와 영운중학교 앞에서 각각 학교폭력예방 캠페인을 전개했다.

마산시지회(회장 이수련) 회원 50명은 매주 목요일 노인요양병원시설 '춘추원'을 방문해 어르신을 위한 국악교실 운영 및 중식제공 도우미 활동을 전개했다.

제주특별자치도지부

장바구니 물가조사

도지부(회장 강순희)에서는 매주 화요일 중대형 매장 및 재래시장 14개 업소를 대상으로 기초 생활용품 85개 품목에 대한 가격조사를 실시해 도청 홈페이지에 주간 물가동향을 올리며 소비자들에게 올바른 구매 선택에 도움을 주고 있다.



소비자교육 및 감시원 활동

3월 20일 서귀포시 대정노인대학을 방문해 어르신 47명을 대상으로 노인 소비자 피해 예방을 위한 교육을 실시했고, 27일 농산물품질관리원 명예감시원으로 활동하고 있는 회원 10명이 오일시장에서 원산지표시 감시활동을 실시했다.

중앙회 소식

한국수자원공사와 상호협력을 위한 MOU 체결

본회는 4월 9일 중앙회 사무실에서 한국수자원공사와의 '상호 협력을 위한 양해각서(MOU)'를 체결했다.

본회 주경순 회장과 한국수자원공사 최계운 사장은 이날 MOU를 계기로 상호 협력을 통해 건강한 수돗물 공급을 위한 공감대 확산 및 수돗물 인식 개선의 실질적인 성과를 거두기로 했다.



동정

▶ <인사이동> 지난 3월 3일부터 중앙회 이문성 총무처장이 사직함에 따라 신임 이광선 총무처장이 함께 일하게 되었으며, 회계를 담당했던 윤명숙 국장이 부서 변경으로 교육국장으로 일하게 됐습니다.

▶ <주소변경> 울산광역시지부가 사무실을 이전해 주소가 <울산광역시 남구 월평로 22 축협 4층>으로 변경되었습니다.



수려한

태양빛을 지우고 생기를 바르다

수려한 비책 자단 선 쿨링 쿠션 파운데이션

SUN
선&쿨링

SPF50+, PA+++의 강력한 자외선 차단효과와 시원한 청량감을 동시에 느낄 수 있습니다

62%
생기 특득

62%의 스카인디서닝 성분과 인삼, 맥문동, 오미자, 구기자, 산수유 등 한방 성분이 생기 부여 및 맑은 안색을 선사합니다

COVER
밀착 커버

태양도 잡티도 빈틈없이 잡아주는 완벽한 커버력으로 결점 없는 광채 피부를 연출해 줍니다



수려한
뿌리깊은 효능 한방

"전국 대형마트, 보떼(LG화장품 전문점)에서 구입하실 수 있습니다"

화사하고 생기있는 스카인케어 효과
태양도 잡티도 잡아주는 빈틈없는 커버력