

학습자가 실생활에 도움이 된다고 인지한 소비자
교육 내용과 방법 관한 연구
- 인문계와 실업계 고등학교의 비교 -

박 명 숙

동국대학교 경주캠퍼스 가정교육과

The Effective Teaching Method & Content of Consumer Education
Perceived by High/Vocational School Students in Daily Life.

Park, Myung-Sook

Associate Professor, Dept of Home Economics Education, Dongguk Univ. in Kyongju

Abstract

The purpose of this study is to determine the effective teaching method & content of consumer education perceived by high/vocational school students in daily life.

The questionnaires were distributed to the 179 high school students.

The data were analyzed by using descriptive statistics, t-test and one-way ANOVA with scheffe test.

As the results of this study were followed:

1. The content of consumer education was organized into four areas: choice making, financial management, buymanship, consumer citizenship.

All areas of the content were perceived more effective in daily life by vocational school students. Especially choice making and buymanship were perceived more effective than the other areas.

2. The effective teaching method were affected by the kind of school and grade.

1) The lecture and the practical teaching were more effective methods perceived by vocational students.

2) The discussion · group teaching was more effective perceived by 3rd grade, but the lecture and the practical teaching perceived by 1st grade.

I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

소비자교육은 미시적으로는 경제사회에서 다양한 소비자역할을 수행 할 수 있는 소비자능력을 양성하여 합리적이고 건전한 소비자시민으로서의 자질을 갖추게하고, 거시적 차원에서는 합리적인 선택을 통하여 자본주의 시장체제가 제기능을 다하도록 하는 역할을 한다(이기춘외, 1995). 그러나 현재 우리나라의 소비자 교육현황은 이러한 교육적 욕구에 적절하게 대응하고 있지는 못하다.

그 이유중의 하나는 소비자 교육내용의 광범위성을 들 수 있다. 소비자 교육은 생활전반에 걸친 내용을 다루어야하는 광범위성 때문에 교육내용을 체계적으로 분류하는데 어려움이 있고(이득연·송순영, 1992), 그 결과 교육내용의 일관성 결여로 교육의 효과를 높이는 데 어렵다.

다음은 교사의 재교육 결여로 인한 교육의 문제점을 들 수 있다. 소비자 교육은 변화하는 시장환경에 맞춰 교육이 이뤄져야하며 이를 위해서는 교사의 재교육이 필수적이거나 이 부분이 미흡한 실정이고 이는 학습시간에 그대로 반영되므로써 교육의 효과를 높이는 데 문제점을 만들어 낸다고 볼 수 있다.

다음은 교수방법에 있어서의 문제점을 들 수 있다. 소비자 교육은 설명중심의 이론 교육과 이를 실제에 적용할 수 있는 사례중심의 교육이 적절하게 균형을 이루어야만 교육의 효과를 높일 수 있으나 실제 교육현장에서는 입시위주의 교육동으로 인하여 형식적인 암기나 지식습득 위주의 교수방법을 벗어나지 못하고 있다(박명숙, 1995). 이러한 이유로 지금까지 교수방법에 관한 연구는 주로 기존의 설명위주의 교수방법을 탈피한 대안적 교수방법 개발에 대한 연구가 많이 수행되어 문제해결 중심의 교수방법, 토론 중심의 교수방법등이 상대적으로 학습효과가 높다는 것을 검증한 바 있다(이수희·윤인경, 1994; 박명희 외, 1995; 이수희, 1997; 김경숙·박미금, 1998).

그러나 '효과적인 교수방법'의 본래 의미는 '주어진 학습내용을 설명하는데 가장 적합한 교수방법'을 뜻하므로 학교특성(실업계, 인문계), 학년, 학습

내용이 무엇인가에 따라 상대적으로 효과적인 교수방법은 달라져야 할 것이다.

이에 본 연구는 소비자 교육내용 중 학습자가 소비생활에 도움이 된다고 인지하는 학습영역은 어떤 분야이며, 학습내용별 효과적인 교수방법은 무엇인지를 조사하으로서 학습자 입장에서 요구하는 소비자 교육내용과 이에 적합한 교수 방법을 제시하는데 연구의 목적이 있다.

본 연구는 인문계와 실업계 여자고등학교를 연구 대상으로 선정하였다. 고등학교 가정과목은 의사결정, 재정관리, 합리적 구매, 소비자 시민성등 소비자 교육내용이 비교적 고르게 포함된 교과목이나, (박명희 외, 1996) 이 시기는 대학입시 때문에 인문계와 실업계 고등학교가 비입시 교과목인 가정과목에 대한 수업의 비중을 달리하는 바 학교유형과 학년에 따라 학습효과가 다를 것으로 기대되기 때문에 학교특성에 따른 차이를 비교하고자 한다.

본 논문의 연구문제는 다음과 같다.

<연구문제 1> 학교유형과 학년에 따라 소비자 교육 학습내용이 실생활에 도움이 된다고 인지하는 정도는 차이를 보이는가?

<연구문제 2> 학교유형과 학년에 따라 교수방법의 효과는 차이를 보이는가?

II. 이론적 배경

1. 학교 소비자 교육내용

교육과정을 계획할 때 논리적으로 생각해야 할 부분은 우선 어떤 내용을 가르칠 것인가? 그러한 내용을 어떤 순서로 그리고 어떤 방법으로 가르쳐야 하는가? 어떻게 전달해야 가장 효과적인가? 이런 내용과 방법은 학생들에게 실제로 어떤 도움이 되는가? 등이다. 소비자교육 또한 소비자 교육 목표의 범위내에서 학습자의 발달 단계에 따른 내용단계와 지도방법 단계가 요구되므로(정용선 외, 1998), 학습 대상에 따라 그에 적합한 교육내용과 교수방법 선정 그리고 그 효과에 대한 평가는 교육에 있어서 무엇보다도 중요하다.

학교 교육에서의 소비자 교육은 무엇을 가르쳐야 하는가?

Herrmann(1982)은 '소비자 교육 내용에 관한 역사적 발전-고등학교 교과서 분석-'이라는 연구에

서 고등학교 교과서의 소비자 교육내용을 의사결정 영역, 재정관리 영역, 합리적 구매 영역, 소비자 시민성 영역으로 분류하였다. Bannister와 Monsma (1982)는 소비자 교육의 개념 분류에서 의사결정 영역, 자원관리 영역, 소비자 시민성 영역으로 분류 하므로서 시장과의 상호작용에서의 소비자행동 자체의 교육을 강조하고 있다.

반면에 일본의 가정학자 鶴田敦子등(1991)은 소비자 교육의 내용을 가정생활에 관한 내용, 사회환경에 관한 내용, 소비자 권리·책임·보호에 관한 내용, 그리고 의사결정에 관한 내용으로 구분하였다. 武藤八恵子등(1992: 19-23)은 소비자교육의 목표를 생활에 관한 가치관의 근간을 형성하는 것이라고 하고 소비자교육에 포함되어야 할 학습내용으로 소비생활(가정생활) 영역, 소비자 권리와 책임 영역, 의사결정 영역을 제시하므로서 Herrmann이나 Bannister등 보다는 주변환경과의 상호작용을 소비자 교육내용에 포함하므로서 보다 넓은 영역에서의 소비자 교육을 강조하고 있다.

우리나라의 경우 박재선(1984)은 소비자교육 프로그램의 체계화를 위한 연구에서 소비자 교육 내용을 컨슈머리즘 영역, 사회적 영역, 가정생활 영역으로 분류하였다. 성영애(1988)는 소비자교육 주제에 대한 요구조사에서 소비자 기관과 보호, 가계경제 계획 및 실행 방법등 실용적인 주제가 순위가 높았으며 일반구매지식이나 경제이론등 비교적 이론적 주제에 대한 요구도는 낮은 것으로 나타났다. 박명희등(1996)이 8종 점입정 고등학교 교과서의 소비자 교육내용을 분석한 결과에 의하면 분야별로 '의사결정'과 '재정관리' 영역이 '합리적 구매'나 '소비자 시민성' 영역 보다는 내용이 많은 것으로 나타났다. 전체적으로는 소비자 교육에 대한 내용이 8개의 교과서 중 15%에서 23%(평균 16%)까지 밖에 할애되어 있지 못하는 것으로 나타나 구조적으로 내용의 심화보다는 개념 소개정도로 간략히 다룰 수 밖에 없는 실정임을 설명해 주었다.

이상의 내용을 살펴본 결과 학자마다 소비자 교육에서 다루어야 할 교육내용이 조금씩 상이하긴 해도 일관되어 있음을 알 수 있다. 이는 소비자시장 자체가 특정 지역이나 나라에 국한되지 않고 점차 세계화 시장(global market)으로 정착이 가능해짐에 따라 소비자 교육의 내용도 그 범주에서 크게 벗어나지 않기 때문일 것으로 사료된다. 그러나 앞

으로 시장환경은 변화 속도가 더욱 빠를 것으로 예상되며 변화하는 시장에서의 소비자 능력을 키워주기 위해서는 학교에서의 소비자 교육내용도 신속하게 대처해야할 것으로 보인다.

본 연구에서는 학교 소비자 교육내용이 실생활에 도움이 되는 정도를 알아보기 위해 소비자 교육 내용을 교과서 중심으로 분류한 Herrmann의 연구를 참조로 하여 의사결정 영역, 재정관리 영역, 합리적 구매 영역, 소비자 시민성 영역으로 구분하여 조사하고자 한다.

2. 학교소비자교육의 교수방법

학습내용이 선정된 후에는 이를 어떤 순서로 어떻게 가르칠 것인가?의 문제가 대두된다. 소비자교육은 학습을 통해 생활과제를 이해하고 이를 실제 생활에 적용 할 수 있도록 하는데 있다. 따라서 이를 달성하기에 적합한 교수방법의 도입은 무엇보다도 중요하다.

이기춘등은(1995: 280-283) 학교 소비자 교육에 효율적으로 이용할 수 있는 교수방법을 강의법이나 문답법같은 고전적 교수방법, 그룹이나 역할 놀이같은 사회성 및 인성발달을 위한 교수방법, 견학과 같은 현장경험을 통한 교수방법, 시청각 매체 등을 활용한 공학적 교수방법, 그리고 학습자 자신의 특성을 최대한 수용하기 위한 개별화 교수방법을 들고 있다.

이득연(1995)은 소비자교육에서 활용할 수 있는 교수방법을 매체활용방법, 실물활용방법, 조사기법 활용방법, 사회적 상호작용방법, 자기발견적 교수방법, 교실외 활용방법등 6가지 범주로 구분하였으며 이들 방법은 서로 중복하여 사용가능하다고 보았다.

武藤八恵子등(1992)은 교수방법을 소비자 교육 내용에 따라 제시하였다. 현상파악과정에 적절한 교수방법으로는 사례제시나 시장조사 등을, 의사결정과정의 교수방법으로는 강의·설명식 교수 방법을, 의사결정과정의 교수방법으로는 시뮬레이션 등을, 과제 발전과정의 교수방법으로는 학교수업과 가정(家庭)과의 제휴방안 등을 제시하고 있다.

이렇게 제시된 일련의 교수방법등은 실제 학교 현장에서 적용해 보고 이에 대한 효과의 검증과정이 필요하다고 본다. 그러나 지금까지 소비자교육 효과의 평가에 관한 연구는 대부분이 수업 전과 후

즉 사전검사(pre-test)와 사후검사(post-test)를 비교하고 고찰하는 형태로(정용선의, 1998: 235) 평가방법에 있어서 다양화가 요구된다. 즉 소비자교육의 효과를 측정할 때 충분히 고려해야 할 사항 중 하나는 교수방법에 따라 '효과있음'과 '효과없음'의 연구결과를 단순비교하여 결론을 내릴 것이 아니라 측정방법을 여러 가지로 다양화하여 종합적으로 판단해야 한다는 것이다(정용선 외, 1998: 238).

이에 본 연구는 예비조사를 통해 중등학교에서 소비자 교육시 사용되는 교수방법인 그룹 학습법, 설명위주의 학습법, 실기 위주의 학습법을 선정한 후, 학습자의 입장에서 효과적인 교수방법이 무엇 인지를 평가한 인지도를 알아보하고자 한다.

III. 연구방법 및 절차

1. 측정도구 구성

학습내용이 소비생활에 도움이 되는 정도를 알아보기 위해 고등학교 가정 교과서의 소비자 교육에 관한 학습내용을 Herrman의 분류를 기준으로 의사결정 영역, 재정관리 영역, 합리적 구매 영역, 소비자 시민성 영역으로 구분한 후, 선행연구(성영애, 1988; 이연숙, 1994)를 기초로 의사결정에 관한 영역 5문항, 재정관리에 관한 영역 7문항, 합리적 구매에 관한 영역 6문항, 소비자 시민성에 관한 영역 7문항으로 구성하였다. 각 문항은 5점 Likert 척도로 학습내용이 실생활에 “전혀 도움이 되지 않는다”부터 “아주 도움이 된다”까지 1점에서 5점으로 구성되어 있다. 따라서 점수가 높을수록 학습내용이 실생활에 도움이 된다고 인지하고 있음을 뜻한다. 척도의 타당성 검증을 위해서는 관련 분야의 전공교수와 대학원생(박사과정)에 의해 내용타당도를 검증하였고, 신뢰도 검증은 척도의 내적 일치도 여부를 파악하기 위해 cronbach's α 값을 이용하였다. α 값은 의사결정 영역이 .68, 재정관리 영역 .84, 합리적 구매 영역 .70, 소비자 시민성 영역 .85로 나타났다.

또한 효과적인 교수방법을 알아보기 위해서 예비 조사를 통해 학습현장에서 소비자 교육시 사용되는 교수방법 11개 항목을 구성한 후, 유사한 교수방법끼리 묶어서 그룹학습법 5문항, 설명위주의 학습법

4문항, 실기위주의 학습법 2문항을 구성하였다. 각 항목은 1점 교수방법이 “전혀 도움이 되지 않는다”부터 5점 “아주 도움이 된다”까지 5점 Likert 척도로 구성하였다. 따라서 점수가 높을수록 교수방법이 수업내용을 이해하는데 도움이 된다고 학생들이 인식하는 것을 뜻한다. 신뢰도 검증 결과 cronbach's α 값은 각각 .74, .70, .76이었다.

2. 조사대상 및 자료수집

조사를 위해 '98년 2월 50명을 대상으로 예비조사하였고, 예비조사 결과를 근거로 척도를 수정 보완한 후 '98년 4월 2일~5일 까지 본 조사를 실시하였다. 조사대상자는 의도적 표집방법을 사용하여 경주시에 있는 인문계 고등학교와 실업계 고등학교 1, 2, 3학년을 대상으로, 200부를 배부하여 전부 회수하였으나 응답이 부실하다고 판단된 자료 21부를 제외한 179부가 분석자료로 이용되었다. 자료 분석은 SPSS Win을 이용하였다.

조사대상자의 소비자 교육 학습 상황은 인문계 고등학교의 경우 가정과목이 주당 2시간씩 배정되어 있고 그 중 소비자 교육은 1, 2학년 '가정관리와 소비생활' 단원 시간에 이루어 졌는데, 이는 가정과목의 전체 교육내용중 약 6%(총 387쪽 중 64쪽)에 해당하는 교육내용이다. 반면 실업계 고등학교의 경우는 주당 1시간씩 가정과목이 배정되어 있으며 2, 3학년 '가정 자원과 소비생활'단원에서 소비자 교육이 이루어지며 전체 교육내용의(가정교과서의) 약 8%(총 369쪽 중 44쪽)에 해당한다. 이와 같이 학교유형별로 수업의 비중을 달리하는 바 결과에 있어서 차이가 있을 것으로 기대된다.

조사대상자의 일반적 성격은 <표 1>과 같다.

(표 1) 조사대상자의 일반적 성격 (%)

구분		빈도	구분	빈도	
학년	1학년	34(19.0)	학교 유형	인문계	104(58.1)
	2학년	50(27.9)		실업계	75 (41.9)
	학년	94(53.1)			
	계	179(100.0)	계	179(100.0)	

IV. 결과 및 해석

1. 학습내용이 소비생활에 도움이 된다고 인지한 정도

가정교과서의 소비자 교육 내용이 실제 생활에 도움이 된다고 인지하는 정도를 학습 영역별로 살펴본 결과 전체적으로는 '의사결정'과 '합리적 구매 영역'이 '재정관리'와 '소비자 시민성 영역'보다 높은 것으로 나타났다(<표 2>).

<표 2> 학습내용이 소비생활에 도움이 된다고 인지한 정도

학습 영역	평균 ¹⁾	표준편차
의사결정	3.11	0.69
재정관리	2.67	0.79
합리적 구매	2.98	0.70
소비자 시민성	2.65	0.78

이를 학교유형과 학년에 따른 차이가 있는지를 보기 위해 t-검증과 일원분산분석 그리고 집단간의 차이를 알아보기 위한 scheffe 검증을 실시하였다.

첫째, 학교유형에 따라 학습내용이 소비생활에 도움이 된다고 인지하는 정도는 차이가 있는가를 분석한 결과, 의사결정 영역, 재정관리 영역, 합리적 구매 영역, 소비자 시민성 영역등 모든 소비자 교육 영역에서 실업계 고등학교 학생들이 인문계 고등학교 학생들 보다 학습내용이 소비생활에 도움이 된다고 인지하는 것으로 나타났다(<표 3>). 인문계 고등학교가 실업계 고등학교에 비해서 소비자 교육이 실생활에 도움이 된다고 인지하는 정도가 낮은 것은 인문계와 실업계 고등학교의 학습 상황이 구조적으로나 내용적으로 다르기 때문에 나타난 결과라고 생각된다. 구조적으로는 인문계/실업계 고등학교의 교육시간(주당 1시간/2시간), 교육시기(1, 2학년/2, 3학년), 학습량(가정교과목의 6%/8%) 등이 전반적으로 실업계 고등학교가 상대적으로 좋은 학습상황이며, 내용적으로는 인문계 고등학교의 경우 입시위주의 교육등으로 이 분야의 교육이

제대로 수행되지 않았기 때문일 것으로 여겨진다. 그러나 고등학교 시절이 끝나면 곧바로 사회생활(대학생활)이 시작되고, 이에 따라 성인소비자 역할이 부여되는 바 고등학교에서 교육이 제대로 수행되지 않았을 경우 '불안정한 성인 소비자'로서의 역할을 수행할 확률이 높다고 생각된다. 따라서 이를 보강할 수 있는 새로운 방안이 모색되어야 할 것이다.

<표 3> 학교유형에 따른 소비자교육 학습내용의 실생활 도움 정도

학습영역	학교유형	평균	표준편차	t값
의사결정	인문계	2.90	0.67	-5.20***
	실업계	3.41	0.60	
재정관리	인문계	2.43	0.80	-5.09***
	실업계	3.00	0.65	
합리적 구매	인문계	2.78	0.72	-5.09***
	실업계	3.26	0.56	
소비자 시민성	인문계	2.40	0.72	-5.63***
	실업계	3.01	0.73	

*** p<.001

학습내용별로 생활에 도움이 된다고 인지하는 정도는 인문계 고등학교인 경우는 의사결정/합리적 구매/재정관리/소비자 시민성 순으로 나타났고, 실업계 고등학교 학생들은 의사결정/합리적 구매/소비자 시민성/재정관리 순으로 나타났다. 두학교 모두 의사결정과 합리적 구매와 관련된 학습내용이 다른 영역에 비해 실생활에 도움이 된다고 인지하는 것으로 나타났다. 다만 재정관리와 소비자 시민성 영역에서는 인문계 고등학교는 재정관리 영역이, 실업계 고등학교는 소비자 시민성 영역이 도움이 된다고 인지하고 있었다.

이러한 결과는 '의사결정'이나 '합리적 구매' 영역의 교육 활성화를 통한 실생활과의 연계성을 강화시키는 반면 '재정관리'나 '소비자 시민성' 분야의 학습효과를 높이기 위해서는 교육내용이나 교수방법의 변화를 꾀할 필요가 있음을 제시해준다. 더욱이 소비의 개념이 개인적 차원에서 사회적 차원으로

1) 평균값은 학습영역별로 평균값의 비교를 위해서 각 영역별 문항 수로 나눈 값이며 이는 이하의 모든 평균값에 적용됨.

로 확대되면서 자신이 행동이 타인에게 미치는 영향까지 고려하는 소비자 시민성 교육은 가치관 형성기인 청소년기의 교육에서 더욱 강조되어야 할 것으로 생각한다. 학년별로 학습내용이 소비생활에 도움이 된다고 인지하는 정도는 학습내용의 전영역에서 1학년, 3학년, 2학년 순으로 나타났다. 집단간 차이를 보기위해 scheffe 검증 결과 의사결정과 합리적 구매 영역에서는 2학년과 3학년, 2학년과 1학년이 집단간 차이를 보이고 있고, 재정관리 영역에서는 2학년과 1학년만이 차이를 보였으며, 소비자 시민성 영역에서는 2학년과 1학년, 3학년과 1학년이 집단간 차이를 보여주었다(〈표 4〉).

〈표 4〉 학년에 따른 학습내용의 실생활 도움 정도

학습영역	학 년	평 균	F값	scheffe검증
의사결정	a. 1학년	3.41	9.11***	b.c b.a
	b. 2학년	2.81		
	c. 3학년	3.16		
재정관리	a. 1학년	2.99	5.36*	b.a
	b. 2학년	2.43		
	c. 3학년	2.69		
합리적 구매	a. 1학년	3.20	7.93***	b.c b.a
	b. 2학년	2.67		
	c. 3학년	3.07		
소비자 시민성	a. 1학년	3.03	6.41**	b.a c.a
	b. 2학년	2.43		
	c. 3학년	2.64		

* p<.05 ** p<.01 *** p<.001

2. 학교유형과 학년에 따른 교수방법의 효과

학교유형과 학년에 따른 교수방법의 효과를 알아보기 위해 우선 전체적으로 학습자가 인지한 교수방법의 효과를 살펴보았다(〈표 5〉). 그 결과 실기 위주 학습법이 가장 학습효과가 높다고 인지하고 있었고, 다음은 그룹학습법, 설명 위주 학습법 순으로 효과가 있다고 생각하는 것으로 나타났다. 이는 소비자 교육을 위해서는 교사의 설명식 강의 보다는 학습자의 참여학습이 교육의 효과가 있음을 입증하는 것이다.

〈표 5〉 학습자가 인지한 교수방법의 효과

교 수 방 법	평 균	표준편차
그룹 학습법	3.54	0.98
설명 위주 학습법	2.85	0.69
실기 위주 학습법	3.76	0.76

학교유형에 따라 교수방법의 효과가 차이가 있는지를 알아보기 위해 t-검증을 실시하였다. 설명위주 학습법과 실기위주 학습법만이 통계적으로 유의한 차이를 보였는데 두 방법 모두 인문계 학생들 보다는 실업계고등학교 학생들이 학습 효과가 더 있다고 인식하는 것으로 나타났다(〈표 6〉).

〈표 6〉 교유형에 따른 교수방법의 효과

교수방법	학교유형	평 균	표준편차	t값
그룹 학습법	인문계	3.44	1.01	-1.71
	실업계	3.69	0.93	
설명위주 학습법	인문계	2.73	0.69	-2.61**
	실업계	3.00	0.67	
실기위주 학습법	인문계	3.60	0.81	-3.57***
	실업계	3.99	0.64	

** p<.01 *** p<.001

〈표 7〉 학년에 따른 교수방법의 효과

학습영역	학 년	평 균	F값	scheffe검증
그룹학습법	a. 1학년	3.55	8.04***	b.c
	b. 2학년	3.11		
	c. 3학년	3.71		
설명위주의 학습법	a. 1학년	3.00	6.34**	b.c b.a
	b. 2학년	2.58		
	c. 3학년	2.95		
실기위주의 학습법	a. 1학년	3.96	7.20***	b.c b.a
	b. 2학년	3.45		
	c. 3학년	3.88		

** p<.01 *** p<.001

학년에 따라 교수방법의 효과가 차이를 보이는지를 알아보기 위해서는 일원 분산 분석과 scheffe 검증을 실시하였다. 분석 결과 토론위주의 그룹학습법은 3학년이 가장 효과가 있는 것으로 나타난 반면, 설명위주의 학습법과 실기위주의 학습법은 1학년이 효과가 있는 것으로 나타났다. 이는 저학년의 경우는 설명과 실기를 통한 기본 지식 습득이 학습에 효과가 있으나 고학년의 경우는 기본 지식을 바탕으로 한 토론 방법이. 학습효과가 있음을 말해준다. 따라서 교육의 효과를 높이기 위해서는 참여·토론 방법이 학습효과가 높다는 일반적 사실을 학습에 적용시킬 것이 아니라 학년과 학교 유형에 따른 차별적인 교수 방법을 사용해야만 할 것이다. 그러나 현재 중등학교에서의 가정과 교사는 가정학의 전영역을 가르쳐야하는 등 모든 교사들이 영역별로 효과적인 교수 방법을 개발하기에는 제약조건이 많다. 따라서 학교나 학회 차원에서 소비자 교육 분야의 전공자들이 이 분야의 교수법을 개발한 후 이를 자료화하여 보급시키는 것이 요구된다고 하겠다.

V. 결론 및 제언

소비자 교육의 궁극적 목표가 개인으로 하여금 가치관을 명백히 하고 목표를 확인하며 결과와 관련해서 대체안을 신중히 고려하게 함으로서 현명한 의사결정을 하도록 돕기 위한 교육이라고 할 때 이를 위한 교육내용과 이에 적합한 교수방법을 결정하는 일은 목표달성을 위해 우선적으로 고려해야 할 사항이다.

그러나 효과적인 교육내용과 교수방법이란 학습자에 따라 그 효과가 다를 것으로 예상되므로 학교 특성이나 학년에 따른 차별성이 요구된다.

이에 본 연구는 경주시에 있는 인문계와 실업계 여자 고등학교 학생 179명을 대상으로 학교유형과 학년에 따라 학교에서의 소비자 교육 내용과 학습방법이 소비생활에 도움을 주는 정도가 차이를 보이는지의 여부와, 교육내용에 따른 적합한 교수 방법은 무엇인지를 알아보았다.

분석결과 학습내용이 소비생활에 도움이 된다고 인지하는 정도는 학습내용의 전 영역에서 실업계 고등학교 학생들이 인문계 고등학교 학생들 보다 높은 것으로 나타났으며, 내용면에서는 '의사결정'

이나 '합리적 구매' 영역이 '재정관리'나 '소비자시민성' 영역 보다 실제 생활에 도움이 되는 것으로 나타났다. 학년별로 학습내용이 도움이 된다고 인지하는 정도는 1학년, 3학년, 2학년 순이었다.

둘째, 학교유형에 따른 교수방법의 효과를 분석한 결과 인문계 고등학교에 비해 실업계 고등학교 학생들이 설명위주와 실기위주의 학습법 모두에서 학습효과가 높은 것으로 나타났다.

학년별 교수방법의 효과는 토론위주의 학습법은 3학년이, 설명위주와 실기위주 학습법은 1학년이 효과가 있는 것으로 나타났다. 이는 고등학교의 경우 저학년은 기본지식 습득이 우선 요구되는바 설명위주의 학습법이 효과가 있는 반면, 고학년의 경우는 이러한 기본지식을 바탕으로 한 토론위주의 학습법의 교육효과가 있다고 볼 수 있다.

이상의 결과를 종합해 볼 때 학교 교육에서의 소비자 교육 효과를 높이기 위해서는 학교특성과 학년에 따라 차별적 교육내용과 교육방법이 필요하다는 것이다. 이에 대해서는 두가지 측면의 제안이 가능하다. 하나는 '의사결정'이나 '합리적 구매' 영역이 다른 영역 보다 실제 생활에 도움이 된다고 인지하고 있으므로 이 분야의 교육내용을 강화함으로써 소비자 교육과 실제생활과의 연계성을 강화시키는 방안을 제안할 수 있고, 또 다른 측면으로는 이 분야 외의 교육내용(재정관리나 소비자 시민성 영역)에 대해서는 실제생활에 도움이 될 수 있도록 교과서 내용의 수정이 요구된다.

다른 하나는 교수방법에 있어서 설명위주의 학습법 보다는 참여·토론 학습이 효과가 높다는 일반적 사실을 적용하기 보다는 학년별, 학습내용에 따른 차별적 학습법을 적용시켜야 할 것이다.

그러나 본 연구는 학습자가 인지한 효과적 교육내용과 방법을 측정했기 때문에 연구결과에서 제시한 효과적인 방법과 객관적인 소비자 능력과는 차이가 있을 수 있다는 것이다. 따라서 후속 연구로는 학습후 소비자 능력을 측정할 수 있는 객관적 척도를 구성한 후, 학습자가 인지하고 있는 소비자 능력과의 비교 연구가 요구된다. 그리고 소비자 교육이 실생활에 도움이 된다고 인지하는 정도는 관련과목에서 습득한 지식에 의해서도 영향을 받을 수 있으나 실제 측정시에는 이러한 요인의 통제가 불가능하다. 따라서 연구 결과를 가정 교과목에 의한 소비자 교육의 효과라고만 말하기는 어려운

점이 있다.

또한 소비자 행동은 거시적 시장환경뿐만 아니라 지역적 시장환경에 따라서도 달라질 수 있는데 본 연구는 특정 지역만을 대상으로 연구했으므로 지역에 따른 차이점을 고려하지 못했다는 제한점도 있다.

참 고 문 헌

- 김경숙·박미금(1998), 중학교 학생의 가정과 과 활용도와 관련변수에 관한 연구, 한국가정과 교육학회지, 10(1), 95-106.
- 박명숙(1995), 중등학교 소비자교육 내용분석 및 교수방법개발에 관한 연구-문제해결 중심 학습모형개발을 중심으로-, 동국논집 14집, 281-302.
- 박명희(1995), 학교소비자 교육 어떻게 발전시킬 것인가?, 한국소비자보호원, 학교소비자교육 발전방안 모색을 위한 정책 세미나 자료.
- 박명희·허형·박명숙(1996), 가정과 교육에 있어서 소비자 교육의 교수·학습방법에 관한 개발 연구, 한국교원 대학교 교과교육 공동연구소.
- 성영애(1988), 소비자교육내용을 중심으로 한 소비자 교육에 대한 요구분석, 서울대학교 석사학위 논문.
- 이기춘·최은숙 외(1995), 소비자학의 이해, 학현사.
- 이득연·송순영(1992), 소비자 교육의 교육내용 모형 개발 연구-사회교육을 중심으로-, 한국소비자보호원.
- 이득연(1995), 학교 소비자 교육의 교수·학습 방법, 한국소비자 보호원.
- 이수희(1997), 소비자 능력향상을 위한 고등학교 가정과 소비자교육 수업 모형 개발 연구, 한국가정과 교육학회지, 9(1), 111-131.
- 이숙희·윤인경(1994), 가정과 소비자 교육의 개념학습 모형 적용 연구, 한국 가정과 교육학회지, 6(2), 161-174.
- 이연숙(1994), 중·고등학교 학생의 가정관리 교육 내용에 대한 학습 요구도와 관련변수에 관한 연구, 6(2), 1-12.
- 윤인경(1989), 고등학교 가정과 교육의 국제비교 연구 -교육과정을 중심으로- 한국가정과 교육학회지, 1(1), 33-42.
- 정용선·김병숙 외3인 옮김(1998), 소비자 교육론, 도서출판 하우.
- 武藤八惠子 外 2人(1992), 消費者教育을 導入하기 위한 家庭科의 授業, 家政教育社.
- 鶴田敦子 外 2人(1991), 家庭科의 授業, 家政教育社.
- Bannister R., C. Monsma(1982), Classification of Concepts in Consumer Education, South-Western Publishing Co. OH.
- Herrmann, R.O.(1982), The Historical Development of the Content of Consumer Education: An Examination of Selected High School Texts, 1938~1978, The Journal of Consumer Affairs, V.16, No.2, 195-223.