

환경문제에 대한 소비자태도-행동강화를 위한 소비자정보요구를 기초로 한 소비자 환경교육 프로그램 개발*

A Study on the Development of Environment Education Program based on Consumer
Information Needs by Pro-environmental Consumer Attitude and Behavior*

진주국제대학교 가정복지학부
전임강사 심미영

Dept. of Family Welfare, Jinju International Univ.
Full - time Instructor : Sim, Mi-Young

◀ 목 차 ▶

| | |
|------------|----------------------|
| I. 서론 | V. 결론 |
| II. 이론적 배경 | VI. 소비자 환경교육프로그램 개발안 |
| III. 연구방법 | 참고문헌 |
| IV. 결과분석 | |

< Abstract >

The purpose of this study is to develop an environmental education program for environmentally friendly consumer behaviors by analyzing factors influencing the attitude-behavior relationship, and examining consumer information needs about environmental problems.

Environmental information demanded by consumers could be classified into five main areas; 'use and disposal of environmentally friendly resources', 'purchase of environmentally friendly goods', 'environmental problems and consumer sovereignty', 'environmental laws and regulations' and 'environmental values and consumer's civil consciousness'.

Based on the study results, an environmental education program for consumers was developed which consisted of two main parts, basis and practice. The former aimed to strengthen consumer consciousness about environmental problems and the latter, to make regular environmentally friendly consumer behaviors. The two parts were correlated. Thus strengthening environment-related consumer consciousness by learning

Corresponding Author: Sim, Mi-Young, Dept. of Family Welfare, Jinju International University, San-270, Sangmoon, Munsan, Jinju, Gyeongnam, 660-759, Korea Tel: 82-55-751-8264 Fax: 82-55-751-8264 E-mail: sim312@hanafos.com

* 본 연구는 2002년도 한국학술진흥재단 연구비지원에 의해 이루어졌음(KRF-2002-037-C0031)

the part of basis could promote of environmentally friendly consumer behaviors.

주제어(Key Words): 환경문제(environmental problems), 환경친화적 소비자태도 (environmentally friendly consumer attitudes), 환경친화적 소비자행동(environmentally friendly consumer behaviors), 환경교육(environmental education), 소비자정보요구 (consumer information needs)

I. 서론

오늘날 물질주의 가치에 기반을 둔 대량 소비사회에서 인간은 무한한 욕구 충족을 위해 무분별한 생산과 소비를 지속해 왔으며, 그 과정에서 한정된 자원과 에너지가 감소하고 공해 등의 환경문제들이 유발되고 있다.

환경문제의 해결을 위해 1972년 스톡홀름의 'UN 환경선언' 및 '리우 환경회의' 등을 계기로 지구 환경문제를 해결하기 위한 다각적인 노력들이 환경보호 및 생태계 보존과 환경오염 및 공해방지 등의 차원에서 이루어져 왔다. 특히, 국제 소비자연맹(IOCU)이 1980년 아시아 태평양지역 협의회에서 소비자권리로서 '쾌적한 환경을 누릴 권리'를 제시함으로써 환경문제를 소비자문제로 인식하기에 이르렀다. 우리 나라의 경우도 환경의식이 높아지면서 2001년 제4차 개정된 소비자보호법에서 환경에 대한 소비자의 권리와 역할이 명시되고 환경친화적 소비와 관련된 국가 및 사업자의 의무가 규정되었다(김기욱, 2001).

최근 소비자문제는 상품 및 서비스의 구매와 소비과정에서 발생하는 문제에서 사회적 공동소비의 문제 및 자연적 생활을 파괴하는데서 발생하는 문제로 확대되고 있다. 따라서 환경문제는 소비자문제라고 볼 수 있다. 이처럼 환경문제가 소비자문제의 중요한 쟁점으로 부각되는 것은 인간 중심적인 가치관과 물질적 욕망을 충족시키기 위한 활동이 환경오염을 유발시키기 때문이다. 그리고 소비자는 환경문제에 대하여 이중적인 성격을 갖는다. 즉, 소비자는 환경문제의 직접적인 피해자인 동시에 환경문제의 유발자라는 것이다. 따라서 환경문제의 해결을 위해서는 정부의 환경정책에 의한 규제와 기업의 윤리성 및 책임에 의한 환경보전 노력도 중요하지

만 소비자가 일상생활 중 자원을 구매·사용·처분하는 과정에서 환경적으로 책임 있는 행동을 하는 것은 더욱 중요하다.

특히, 본 연구는 사회적 설득에 초점을 둔 것으로 소비자의 환경의식을 강화하고 환경교육과 정보제공 활동을 통하여 소비생활 태도 및 행동을 변화시킴으로써 환경문제를 해결하는 것이다. 이러한 사회적 설득은 지속 가능한 소비에 대한 가치관과 소비생활 방식을 증진시키고, 환경파괴 행위와 습관을 변화시키는데 초점을 두기 때문에 중요하다고 볼 수 있다.

사회 설득기능으로서 환경교육은 소비생활 태도의 변화를 수반한 지속 가능한 행동을 유발한다는 측면에서 환경친화적 소비자태도와 행동을 강화시키는 교육이어야 할 것이다. 지속적인 환경친화적 행동을 위해서는 태도의 형성이 중요하며, 환경친화적 태도형성을 위한 수단으로 환경교육이 수행되어야 한다.

따라서 본 연구는 환경교육에서 다루어져야 할 내용으로 환경친화적 소비자태도와 행동을 강화시켜야 함을 인식하고, 환경친화적 태도와 행동을 강화시키는 소비자 환경교육 프로그램을 개발하는데 그 목적이 있다.

이를 위한 구체적인 연구목적은 첫째, 환경친화적 소비자태도-행동관계를 유형화하여 태도-행동강화요인이 무엇인가를 밝혀낸다. 둘째, 환경문제에 대한 소비자정보는 어떠한 요인으로 구성되며, 그 요구수준은 어느 정도인지를 파악한다. 셋째, 환경친화적 소비자태도-행동 관계유형에 따른 소비자정보요구의 차이를 분석하고 이를 체계화하여 환경친화적 소비자태도-행동을 강화하는 환경교육 프로그램을 개발하는 것이다.

II. 이론적 배경

1. 우리나라 소비자 환경교육의 현황

우리나라는 1970년대 중반이후 환경오염문제가 점차 심각해지고, 국민들의 의식수준이 높아지면서 환경보전을 위한 여러 가지 노력이 가시화되기 시작하여, 환경교육이 시발되었으며, 1990년대부터 본격적으로 들어섰다고 볼 수 있다.

지속가능한 소비양식을 구축하기 위한 환경교육은 소비생활 교육의 측면에서 접근되어야 한다(최석진 외, 2002). 이를 위한 환경교육은 민간단체를 중심으로 한 사회교육의 측면에서 접근하여 왔다. 환경교육을 통하여 환경 그 자체뿐만 아니라 환경을 구성하는 여러 요소들간의 관련성과 상호의존성에 대한 지식과 환경을 이용할 때 환경에 영향을 미치는 행동을 할 때 올바른 태도를 갖도록 하는 것이다(이상협, 2002).

그러므로 환경교육의 목적은 첫째, 자연환경과 인간이 포함된 사회·문화·환경간의 상호관련성을 이해할 수 있는 시민과 환경문제를 인지하고 이러한 문제를 줄이기 위해 어떤 대안이 있는지를 알아볼 수 있는 능력을 가진 시민을 길러내고자 하는 것이다. 둘째, 환경과 그에 관련된 문제점에 대하여 자각하고 관심을 가지며, 현존하는 문제들에 대한 해결과 새로운 문제점의 예방을 위하여 개인적으로나 집단적으로 일할 지식·기술·태도·동기 그리고 책임질 시민들을 개발하는 것이다(김창희, 1998).

2000년 현재 사회환경교육에 참여하는 민간환경단체 중 등록단체는 약 400개, 비등록 단체는 약 500개로 추산되고 있으며, 민간환경교육의 주체는 기존의 민간단체에서 사회환경교육을 수행하는 것으로 새마을운동 중앙회, 경제정의 실천시민연합회, YMCA, YWCA, Scoute, 대한어머니회 등이 있다. 환경보전활동을 목적으로 설립·운영되는 단체는 환경과 공해연구회, 환경운동연합, 배달녹색, 그린웨이 등이 있으며, 환경교육과 전문 연구기능을 가진 단체로 사단법인 한국환경교육학회, 환경행정학회 등이 있다. 그리고 환경보전활동을 위한 지역적

인 소규모의 자생적 단체, 환경부 등의 자원으로 설립된 환경보전협회와 민간환경운동을 지원하는 재단법인 한국환경민간단체진흥회 등의 단체가 있다(박태윤 외, 2002).

이들에 의한 사회환경교육은 환경에 관한 국민 홍보 및 캠페인, 문예작품 및 학술논문·수기 등의 공모, 여론형성 계층과의 대화 기회확대, 환경강좌와 생태기행, 환경오염·훼손에 관한 고발, 환경의 날 행사 등을 비롯하여 환경보전에 관한 학술연구와 정보수집 및 네트워크 형성 등 전문적 기능도 수행하고 있으나 소비생활의 측면에서 환경교육은 그 내용이 체계화되어 있지는 못한 실정이다.

또한 소비생활의 측면에서 환경교육을 다룬 연구에서(노채영 외 2인, 1991; 최남숙, 1993; 유두련, 1996; 심미영, 1999; 이상협, 2003) 환경교육경험은 환경친화적 행동을 유도하는 중요한 변수로 검증되어 환경교육의 중요성을 강조하고 있으나 환경교육의 방향성이나 환경교육이 다루어야 될 내용에 대해서는 구체적인 연구가 이루어지고 있지 않은 실정이다.

환경교육이 환경의식과 환경지식을 매개로 환경친화적 행동에 어떻게 영향을 미치는가를 분석함으로써 환경교육의 중요성을 설명한 이상협(2003)의 연구에서 이후 다루어야 될 환경교육과 관련된 연구로 환경교육에 어떠한 내용이 포함되어야 할지에 대한 점검과 프로그램이 개발되어야 함을 제시하였다. 생활폐기물 감량을 위한 자원재활용에 관한 연구를 한 최남숙(2001)에서 환경교육의 내용으로 환경문제에 대한 인식, 환경보전에 대한 의무, 환경문제 해결에 대한 동기 등을 강조하는 것은 물론 구체적인 방법지도가 병행되어야 한다고 함으로써 소비자환경교육의 중요성과 방향성을 제시하였다. 그러나 환경친화적인 소비패턴이 요구되는 오늘날의 현실을 고려해 볼 때, 소비자에 대한 환경교육은 미흡한 실정으로 소비자 환경교육에 대한 체계적인 교육과정과 환경교육 프로그램에 대한 연구가 이루어져야 할 시점이라 생각된다.

2. 환경친화적 소비자태도-행동 강화를 위한 환경교육 프로그램 개발의 필요성

오늘날 환경문제에 대한 심각성은 높아지고 있으나, 실질적으로 환경문제에 대처하기 어려운 점은 기술개발과 경제발전을 통하여 사회의 복지를 증진시키려는 목적과 이로 인한 자연 및 인문환경에 미치는 나쁜 영향을 최소화하려는 목적이 상반되고 있기 때문이다(황만익, 1991). 1992년 브라질에서 개최된 환경과 개발에 관한 '리우회의'에서 '환경적으로 지속 가능한 개발(Sustainable Development)'을 달성하기 위한 주요전략의 하나로서 환경교육을 포함시키고 있으며, 환경교육은 환경문제의 예방과 해결을 위한 여러 가지 방안들 중 가장 중요한 방안의 하나로 강화되기 시작하였다.

현실적으로 직면한 환경문제를 지속 가능한 개발의 개념에 입각하여 인간과 환경 관계의 새로운 개념에 대한 인식을 국민 모두가 가져야 하며, 이는 환경교육을 통하여 환경에 대한 개인의 생활양식은 물론 기업의 환경의식이나 정부의 의사결정 과정에서 반영되어야 할 것이다(김귀곤, 1992). 따라서 환경교육은 환경문제를 해결하는 유일한 접근방법은 아니지만 교육을 통하여 현재의 기성세대와 자라나는 세대에게 환경에 대한 올바른 인식을 갖게 함으로써 현재의 환경문제 해결은 물론 미래에 더욱 심각해질 환경문제를 미연에 방지하는데 기여하게 된다(한국교육개발원, 1991).

오늘날 소비자의 개념은 개인적 소비생활 과정을 다루는 '개인으로서 소비자', 사회적 공동소비 영역에 해당하는 '사회인으로서 소비자', 소비생활을 위해 자연환경을 소비하는 '자연인으로서의 소비자'로 그 개념이 확대되어 사용되며(김영신, 2000), 생존유지를 위해 필요한 자연적 생활환경을 파괴하는 데서 야기되는 문제영역인 환경문제 역시 소비자문제의 차원에서 다루어져야 할 것이다(유두련, 1998). 뿐만 아니라 소비생활 즉, 제품의 구매·사용·처분 과정과 관련된 소비자행동은 환경오염과 밀접한 관련이 있으므로 환경문제의 해결방안인 환경교육 역시 환경친화적 소비자행동을 위한 소비자교육의 차

원에서 다루어져야 할 것이다.

환경친화적 소비자행동이란 자신의 사적 소비 즉, 제품의 구매·사용·처분과정에서 초래할 수 있는 공적인 결과에 염두를 두고, 사회변화를 야기할 수 있도록 자신의 구매력을 조절하며, 제품선택시 자원의 회소성과 환경문제를 의식하는 행동이다(Roberts, 1991). 이러한 환경친화적 소비자행동은 환경문제와 관련된 소비자들의 구매결정과 행동을 말하며, 개인적 욕구를 만족시키고자 하는 바램뿐만 아니라 일반적으로 사회복지에 대한 관심에 의해서도 동기화 되는 것이라 하겠다. 환경친화적 소비자행동은 개인적 욕구의 만족을 넘어 개인적으로 거의 관심을 보여주지 않는 구매행동 뿐만 아니라 일반적인 사회 및 환경에까지 범위가 확대된다고 볼 수 있다(심미영, 1999).

특히, 환경적으로 바람직한 소비자행동은 환경친화적 가치관과 태도의 내면화를 통해 이루어지므로 환경문제의 해결을 위해서는 환경에 대한 태도의 변화를 통하여 행동을 변화시켜야 한다(심미영, 1999). 즉, 태도는 환경과의 상호작용에서 학습되며, 비교적 장시간 지속되고 행동으로 연결되는 마지막 단계로 미래의 행동을 예측하는데 도움이 되기 때문에 환경문제 해결을 위한 바람직한 태도형성과 이를 통한 행동의 강화는 장기적인 차원에서 환경문제를 해결하는데 도움을 줄 수 있을 것이다. 따라서 장기적 차원에서의 환경친화적 소비자행동을 위해서는 환경문제에 대한 바람직한 태도형성과 이를 통한 소비자태도-행동을 강화하는 요인을 찾아내어 환경교육 프로그램에 반영하여야 할 것이다.

지금까지 우리나라의 환경교육의 중요성은 인식되고 있으나 운영상태에 있어서는 체계적이지 못한 실정이다. 더구나 현재의 환경교육은 경제발전을 위한 생산력 증가를 위한 기술교육 중심으로 이루어지고 있는 실정으로 환경문제의 심각한 원인이 제품의 구매·사용·처분 등의 소비생활문제에서 비롯된다고 볼 때 소비자 환경문제의 해결을 위한 환경교육은 시급하다고 볼 수 있다.

그러나 소비자교육의 차원에서 환경교육의 중요성은 인식하지만 소비생활과 관련된 환경문제를 접근할 수 있는 환경교육 프로그램은 거의 찾아볼

수 없는 실정으로 소비자에 대한 환경친화적 소비자태도-행동을 강화하기 위한 환경교육 프로그램의 개발은 장기적인 환경문제를 해결할 수 있는 중요한 과제이다.

3. 환경친화적 소비자태도-행동 강화요인

1) 환경문제에 대한 소비자태도-행동의 일치성

소비자행동에 영향을 미치는 변인이 무엇인지에 대해서는 아직까지 일치된 견해가 없다. 특히, 태도-행동관계(attitude-behavior relationship) 분야에 대한 연구는 소홀히 다루어져 왔는데, 이에 대한 면밀한 검토가 이루어지기 시작한 것은 최근의 일이다.

태도와 행동에 관한 연구를 고찰해 보면 두 가지 상반된 입장을 취하고 있다. 하나는 태도의 변화를 행동변화의 선행요인으로 파악한 태도-행동의 일치성 지지론자(Weigel, Weigel, 1978; Herberlein, Balck, 1981; 서정희, 1986; 이승신·이혜임·류미현, 1993; 송영우, 1994) 등의 입장이며, 다른 하나는 태도와 행동은 불일치한 관계에 있으며 태도는 행동과는 무관하다고 주장하는 불일치성 지지론자(Scott, Willis, 1994; Dunlap, 1994; 민현선, 1998)의 입장이다.

이와 같이 태도에 의해 행동의 설명 및 예측이 가능한가에 대한 논쟁은 사회심리학에서 흔히 태도-행동 일치성논쟁(attitude-behavior consistency controversy)으로 일컬어지고 있다. 그러나 최근에는 태도-행동 간의 직접적인 관계를 입증하고자 시도 하였던 종전의 연구방향으로부터 태도-행동 불일치성 요인에 대한 규명과 태도-행동 일치성을 높이기 위한 연구로 전환되고 있다.

이러한 환경문제에 대한 태도-행동의 일치성을 높여 줄 수 있는 조절변인을 찾고자 시도한 연구로 Fazio(1990), Guagnano, Stern, Dietz(1995), Schahn, Holzer(1990), Berger, Cobin(1992), 현금회(1990), 류형정(1995) 등의 연구를 들 수 있다.

Fazio(1990)의 연구에서는 행동에 대한 기회가 태도-행동 관계에 영향을 미치는 변인으로 나타났으며, Guagnano 외(1995)의 연구에서는 재활용행동의 불편함을 줄이기 위한 조건을 부여할 경우에는 환

경문제에 대한 소비자의 태도-행동관계가 강화됨이 밝혀졌다.

또한 Schahn 외(1990)는 지식변인과 성별을 환경적 태도와 행동의 조절변인으로 제시하여 일반 소비자와 환경보호단체 구성원에 대하여 효과를 분석한 결과에서 추상적인 지식은 일반 소비자와 환경보호단체 구성원 모두에게 무의미한 변인이지만 구체적 지식은 일반 소비자집단에서 조절변인으로 나타났다. 또한 성별의 경우 환경보호단체 구성원들 집단이 아닌 일반 소비자집단에서 조절변인의 역할을 하는 것으로 나타났다.

Berger 외(1992)의 연구결과에 의하면 지각된 소비자효과성과 FIO(faith in others : 정부와 과학 다음 세대에 대한 신념)는 환경친화적 소비자태도와 행동을 조절하는 변인으로 나타났다. 즉, 지각된 소비자효과성이 높은 집단에서 그리고 환경문제에 대한 FIO수준이 높은 집단에서 규제행위를 지지하는 태도와 행동의 일치성이 높게 나타나 조절변인의 역할을 하였다.

현금회(1986)의 연구는 사회적 영향력을 조절변인으로 설정하여 환경인식 행동과 환경보존태도간의 관계를 분석하였다. 그 결과 사회적 영향력을 많이 받는 소비자 집단인 환경단체에 속한 소비자와 환경문제에 대한 관심이 높은 소비자가 태도-행동의 일치성이 높았다. 즉, 사회활동이나 조직활동을 통해서 혹은 정부나 공공단체에서 제공하는 교육이나 정보 등의 사회적 영향력은 환경문제에 대한 태도와 행동의 일치성을 높여 주는 변인으로 나타났다.

류형정(1995)은 중요한 특정 행동에 대하여 환경에 대한 태도적 관심의 영향력을 증가시키거나 억제시키는 변인을 조절변인으로 정의하고 지각된 소비자효과성(PCE), 타인의식, 지식(추상적 지식, 구체적 지식)을 태도와 행동 관계를 조절하는 조절변인으로 설정하고 검증하였다. 그 결과 지각된 소비자효과성(PCE)은 태도-행동 관계의 조절변인으로써 상당한 설명력을 가지고 있었다. 반면에 개인의 타인의식성은 조절변인이라기 보다 독립변인으로서 타인의식성이 클수록 환경의식적 행동을 덜 하는 것으로 나타났다. 그 외의 변인들은 독립변인으로서 별다른

효과를 가지지 못하는 것으로 나타났다.

환경문제에 대한 소비자태도-행동 일치성 정도와 그 영향요인을 분석한 심미영(1999)의 연구결과 소비자태도와 행동의 일치성은 매우 높은 것으로 나타났다. 일치성에 영향을 미치는 요인으로 사회적 이타주의, 지각된 소비자효과성, 환경의식, 환경교육 경험, 환경규제정책에 대한 신념으로 나타났다.

이와 같은 환경친화적 소비자태도에 관한 연구는 태도 그 자체와 태도변용의 원리를 이해함으로써 환경문제에 대한 소비자행동을 설명하고, 예측할 수 있으며, 나아가 행동을 통제하는 것도 가능하기 때문에 중요하다.

2) 환경친화적 소비자태도와 행동의 영향요인

(1) 환경의식

환경의식은 일상생활 중 자원의 구매·사용·폐기의 생활관리의 과정에서 환경문제를 야기시키는 행동을 배제하고 생태적인 생활양식을 선택하며 또한 자발적으로 풍요로운 삶을 희생하며 절약하는 생활을 실천하며 인류의 지속적인 번영을 꾀하려는 생각(최남숙, 1984)으로, 환경친화적 소비자행동의 수행을 위해 선행되어야 할 전제조건이라 할 수 있다. 환경의식과 소비자행동과의 관련성 검증에서 많은 연구들이 정적인 영향요인으로 밝혀져(최남숙, 1988; 민현선, 이기춘, 1996; 유두련, 정경옥, 심미영, 1996; 심미영, 1999; 최남숙, 2001; 이상협, 2003), 환경의식이 높을수록 환경친화적 소비자행동은 높다고 볼 수 있다.

(2) 생태주의 가치

생태주의 가치란 인간중심적 기존의 가치관 보다 자연과 환경을 우위에 두는 가치관과 의식을 의미하는 것으로(엄하정, 1993; 노남숙, 1994; 최남숙, 1994; 이연호, 박미석, 1997) 인간과 환경과의 상호의존 관계에 대한 인식을 의미한다. 이러한 생태주의 가치는 사회책임에 대한 대리척도로 사용되어 왔으며(Van Liere, Dunlap, 1980, 1981), 환경친화적 소비자행동의 중요한 예측인자임이 발견되었다(Lepisto, 1974; Antil, 1984). 또한 Hogan,

Paoulucci(1979), Roberts(1991), 엄하정(1993), 노남숙(1994), 최남숙(1994), 이연호 외(1997), 김대희(1997), 심미영(1999)의 연구에서도 환경에 대한 생태주의 가치가 높을수록 환경문제를 인식한 소비자행동의 수행은 높게 나타났다.

(3) 사회적 이타주의 가치

사회적 이타주의(social altruism)는 자기 개인 보다 다른 인간존재와 집단, 사회에 대하여 포괄적으로 인식하고 다른 인간존재의 복지에 대해 관심을 가지는 성향이다. 정주원(1992)과 안길상 외(1993)의 연구에서는 사회적 이타주의를 남을 돕고 싶다는지 사회적 공헌과 같은 의사화적 행동(personal behavior)으로 정의하였다.

사회적 이타주의와 관련된 연구로 Vining, Ebreo(1990)는 재활용행동의 경험을 중심으로 재활용하지 않는 사람들의 특성을 분석한 결과 비재활용 집단은 개인적 편의성의 문제에 더 많은 관심을 나타내고 재활용에 대한 재정적 자극들과 더 관련된 것으로 나타났으나 이타적 동기에서는 차이가 없는 것으로 나타났다. 반면에, Belch(1982), Hopper, Nielson(1991), 안길상, 정영숙, 이기주, 이동섭(1993), 이승인(1993), 노남숙(1994), 심미영(1999) 등의 연구에서 사회적 이타주의는 환경친화적 소비자행동과 정적인 관련성이 검증되었다.

(4) 편의주의 가치

편의주의 가치는 생활의 편리함을 추구하며 시간과 노력을 들여서 어떤 일을 하는 것을 귀찮아하며 중요하지 않다고 생각하는 성향을 의미하는 것(엄하정, 1993)으로, 현대인의 경우 생활의 편리함을 주는 간편한 음식, 기성품, 1회용품의 소비가 환경에 위해 한 영향 미침을 인식하지만 시간과 노력을 줄여주는 편리하다는 이유로 그 사용량이 급증하고 있는 실정이다. 편의주의 가치는 환경과 관련된 행동에서 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(엄하정, 1993; 유두련, 2002).

(5) 환경규제정책에 대한 지지도

환경규제정책은 환경보호를 위하여 특정한 환경

오염행위에 대한 규제정책의 일종으로 환경을 오염시키는 기업을 규제함으로써 다수 국민의 건강을 보호하려는 것을 목표로 하는 보호적 규제정책의 대표적인 예이다.

민현선 외(1996)의 연구결과에 의하면 소비자들의 환경규제에 대한 지지도는 상당히 높은 것으로 나타나 소비자들은 환경보전을 위해 각종 규제방안이 필요한 것으로 인식하였다. 유사한 결과로 Ellen, Winer, Cobb-Walgen(1996)의 연구결과는 정부규제에 있어서 지각된 효과성이 높은 집단 사이에 의미 있는 차이를 나타내어서 높은 환경문제에 대한 관심을 가지고 소비자의 지각된 효과성이 높은 집단이 정부규제에 대한 필요성을 높게 지각하는 것으로 나타났다. 안길상 외(1993), 심미영(1999)의 연구에서도 환경규제와 환경친화적 소비자행동 사이의 정적인 관련성이 검증되었다.

4. 환경문제에 대한 소비자정보요구

환경과 관련된 소비자문제에서 지식과 정보의 제공은 환경친화적 소비자태도와 행동의 수행수준을 높여 줄 수 있다. 실증적 연구를 통해 검증된 결과를 살펴보면, Schnelle et al(1980)과 유두련(2002)의 연구에서 정보접촉빈도가 높고, 지식수준이 높을 경우 소비자의 환경친화적 행동수준도 높게 나타났다. 박광희(1998)의 연구결과에서도 환경보존 정보접촉 정도가 환경적으로 바람직한 태도를 형성하는데 도움을 주는 것으로 나타나 환경문제에 대하여 소비자들이 요구하는 정보를 제공한다면 환경교육은 더욱 효과적일 것이다.

소비자정보요구란 소비자들이 구매선택과정에서 상품들의 품질, 성능에 대해 불확실성을 느끼거나 자신이 알고 있는 정보만으로 비교·판단 할 수 없다고 느낄 때, 보다 바람직한 선택을 위하여 이와 관련된 정보를 필요로 하는 것을 의미한다(박명희, 1996). 소비자는 이상적인 상태와 실제적 상태 사이의 괴리를 지각할 때 그러한 괴리를 해소기 위해 소비자정보를 요구하게 된다.

환경문제에 대한 소비자정보요구란 이러한 기존

의 소비자정보요구와 그 맥락을 같이 하는 것으로 소비자가 환경문제에 대해 현재 보유하고 있는 정보만으로는 부족함을 느껴 보다 유용한 정보를 얻기 위한 또 하나의 대안으로써 소비자측면에서 환경문제를 예방하고 대처하기 위해 필요한 소비자정보를 요구하는 것이라 정의 할 수 있다.

이러한 환경문제에 대한 소비자정보는 공공재적 특성을 가지고 있기 때문에 시장을 통하여서는 충분히 공급될 수 없으며, 무임승차의 문제가 야기된다. 즉, 모든 소비자가 소비자정보를 필요로 하지만 개개의 소비자는 모두 다른 누군가가 고려한 소비자 정보만 제공하여 주기를 원할 뿐 그 스스로는 이를 위한 시간과 비용을 들이려 않으려는 성향을 나타내게 되는 것이다(이은희, 서정희, 1992). 이것은 소비자들의 의사결정의 낭비를 가져오고 동시에 시장경제 운용에 있어 비능률성을 초래하게 된다. 이러한 낭비, 불만족, 비능률을 줄이기 위해서는 소비자가 필요로 하는 정보 즉, 정보요구를 파악하여 제시하는 것이 중요하다(정영균, 1998).

따라서 환경문제에 대하여 소비자가 얼마나 정보를 요구하고 있으며, 필요로 하는 정보가 무엇인가 하는 소비자의 필요, 요구의 이해가 중요하며, 이는 소비자가 가진 정보문제를 해결하고 소비자 정보환경을 개선하는데 중요한 자료가 될 수 있다.

III. 연구방법

1. 연구문제

- 1) 환경친화적 소비자태도-행동은 어떻게 유형화 되는가?
- 2) 환경친화적 소비자태도-행동 관계에 영향을 미치는 요인은 무엇인가?
- 3) 환경문제에 대한 소비자정보는 어떠한 요인으로 구성되며, 그 정보요구 수준은 어느 정도인가?
- 4) 환경친화적 소비자태도-행동 관계에 따라 소비자정보요구는 차이가 있는가?

2. 변인의 조작적 정의와 측정방법

본 연구를 위한 측정도구는 설문지로서 연구에 사용한 변인의 정의는 <표 1>과 같고, 변인의 측정 방법은 다음과 같다.

1) 환경친화적 소비자태도와 행동

환경친화적 소비자행동에 관한 문항은 Antil (1978), Roberts(1991), 서정희(1986), 유두련 외 (1996), 심미영(1999) 등의 연구를 중심으로 19문항을 구성하여 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점의 likert 척도로 구성하여 각 문항별 점수를 합산하여 사용하였다. Cronbach's α 계수는 .84로 나타났다.

환경친화적 소비자태도는 Fishbein, Ajzen (1975)(1975)의 태도모델¹⁾에 따라 신념은 '적극 반대' 1점에서 '적극 찬성' 5점의 likert 척도로, 평가는 '매우 중요하지 않음' 1점에서 '매우 중요함' 5점의 likert 척도로 구성하여, 개별항목의 신념과 평가의 점수를 곱한 후 합산하여 태도점수를 측정하

였다. Cronbach's α 계수는 .92로 나타났다.

2) 환경문제에 대한 소비자정보요구

환경문제에 대한 소비자 정보요구에 관한 선행연구들이 이루어지지 않은 관계로 기존의 환경친화적 소비자행동과 관련된 연구(최남숙, 1994; 민현선, 1996; 박운아, 1997; 심미영, 1999)들을 분류하고, 소비자들에게 요구되는 정보내용을 면접조사를 통해 37개의 문항을 도출하였으며, '전혀 필요하지 않다' 1점에서 '매우 필요하다' 5점의 likert 척도로 구성하여 문항을 완성하였다. Cronbach's α 계수는 .97로 나타났다. 또한 소비자지식은 이들 문항들에 대한 소비자들이 알고 있는 주관적인 인지정도로 '전혀 모르고 있다' 1점에서 '매우 잘 알고 있다' 5점의 likert 척도로 구성하였다. Cronbach's α 계수는 .94로 나타났다.

$$1) A_{act} = \sum_{i=1}^n b_i c_i$$

A_{act} : 대상에 대한 태도, b_i : 속성 i 에 대한 소비자의 신념강도, c_i : 속성 i 에 대한 소비자의 평가, n : 고려되는 중요한 속성의 수

<표 1> 변인의 정의

| 변인 | 변인의 정의 |
|-------------------|--|
| 환경의식 | 환경에 대하여 소비자 개인이 책임의식을 가지고 환경에 미치는 영향을 고려하여 합리적인 제품의 구매와 소비의 의미를 인식함으로써 자신의 요구충족 뿐만 아니라 사회의 복지를 고려하는 소비자의 의식 |
| 생태적 가치 | 경제발전과 성장, 인간중심적인 기존의 가치관 보다 자연과 환경을 우위에 두는 가치 |
| 사회적 이타주의 가치 | 자기 개인보다는 타인과 집단, 사회에 대하여 포괄적으로 인식하고, 타인의 복지에 대해 관심을 가지는 개념 |
| 편의주의 가치 | 생활의 편리함을 추구하며 시간과 노력을 들여서 어떤일을 하는 것을 귀찮아하며 중요하지 않다고 생각하는 성향 |
| 환경규제정책에 대한 지지도 | 환경규제정책에 대한 지지도는 환경보호를 위해 현재 시행되고 있거나 앞으로 시행될 수 있는 규제 대안들에 대한 소비자의 지지도 |
| 환경친화적 소비자 태도 | 제품을 구매·사용·처분 시에 환경 및 사회에 미치는 영향에 대하여 지속적으로 가지고 있는 신념과 평가로서 긍정적인 심리적 경향 |
| 환경친화적 소비자행동 | 자신의 사적 소비 즉, 제품의 구매·사용·처분과정에서 초래할 수 있는 공적인 결과를 염두에 두고, 사회변화를 야기할 수 있도록 자신의 구매력을 조절하며, 제품선택 시에 자원의 최소성과 환경문제를 의식하는 행동 |
| 환경문제에 대한 소비자정보 요구 | 소비자가 현재 보유하고 있는 환경문제에 대한 정보만으로는 부족함을 느껴 보다 유용한 정보를 얻기 위한 또 하나의 대안으로써 소비자측면에서 환경문제를 예방하고 대처하기 위해 필요한 소비자 정보에 대한 요구 |

3) 환경의식

환경의식은 유두련, 심미영(1998)의 연구를 참고로 7문항으로 구성하였으며, '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점의 likert 척도로 구성하며, 각 문항별 점수를 합산하여 사용하였으며, Cronbach's α 계수는 .80으로 나타났다.

4) 생태적 가치

생태적 가치는 Dunlap 외(1980)에 의해 개발된 NEP(new environmental paradigm)의 척도를 변안·수정하여 총 12문항으로 구성하여 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점의 likert척도로 각 문항별 점수를 합산하여 사용하였다. Cronbach's α 는 .65로 나타났다.

5) 사회적 이타주의 가치

사회적 이타주의가치는 Roberts(1991)의 연구에서 이용한 사회적 이타주의 척도를 이용하여 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점의 likert척도의 5문항으로 구성하여 각 문항별 점수를 합산하여 사용하였다. Cronbach's α 는 .74로 나타났다.

6) 편의주의 가치

편의주의 가치는 엄하정(1993)의 연구에서 사용한 문항을 중심으로 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점의 likert척도의 5문항으로 구성하여 각 문항별 점수를 합산하여 사용하였다. Cronbach's α 계수는 .77로 나타났다.

7) 환경규제정책에 대한 지지도

환경규제정책에 대한 지지도는 민현선 외(1996)의 연구에서 사용한 15문항의 척도를 이용하여 '적극 찬성한다' 5점에서 '적극 반대한다' 1점의 likert 척도로 구성하여 각 하위영역별 문항을 합산하였다. Cronbach's α 계수는 .86으로 나타났다.

3. 조사대상 및 자료분석 방법

조사대상은 부산시에 거주하고 있는 일상적으로

제품의 소비활동 즉, 제품을 구매·사용·처분활동을 수행하는 주부를 대상으로 하였다.

설문조사는 2003년 4월 1일부터 4월 20일 까지 면접원을 통한 직접방문에 의한 자기기입방법에 의하여 이루어졌다. 총 550부의 설문지를 배포하여 525부의 설문지를 회수하였다. 이 중 부실기재되거나 신뢰성이 떨어지는 설문지를 제외한 506부의 설문지가 분석에 이용되었다.

수집된 자료는 SPSS WIN 10.0 program을 이용하여 빈도, 백분율, 평균 및 표준편차를 산출하였다. 또한 연구문제의 분석을 위하여 요인분석(factor analysis), 군집분석(cluster analysis), 로짓회귀분석(logit regression analysis) 및 t-test를 실시하였다.

IV. 결과분석

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 분석하기 위하여 빈도 및 백분율을 산출하였으며, 그 결과는 <표 2>와 같다.

2. 환경친화적 소비자태도-행동 강화요인

환경친화적 소비자태도-행동의 강화요인을 분석하기 위하여 태도와 행동의 Median값으로 부터 각각 30%를 제외한 후 Ward 방식을 사용하여 제곱유클리디안 거리방법(Squared Euclidean Distance)에 의한 군집분석을 통하여 태도-행동 관계유형으로 분류하였으며, 군집분석 결과 3개의 군으로 분류되었다(표 3참조). 분류된 군집들에 대한 태도와 행동의 특성을 파악하기 위하여 일원변량분석과 사후검정으로 Duncan 검증을 실시한 결과, 군집 2는 태도와 행동이 모두 높게 나타났으며, 군집 1은 태도와 행동이 중간적인 특성을 나타내었으며, 군집 3은 태도와 행동이 둘 다 낮은 집단으로 나타나 환경친화적 소비자태도와 행동의 방향은 일관되게 나타났다. 따라서 환경친화적 소비자태도와 행동이 모두 높은 군집 2를 긍정적 일치집단으로 환경친화적 소비자

〈표 2〉 조사대상자의 일반적 특성

| | 집 단 | | N | % | | 집 단 | | N | % |
|-----|--------|--|-----|-------|-----|-----------|--|-----|-------|
| | | | | | | | | | |
| 연 령 | 20대 | | 62 | 12.4 | 직 업 | 전문·관리직 | | 55 | 11.4 |
| | 30대 | | 115 | 23.0 | | 판매·서비스직 | | 111 | 23.1 |
| | 40대 | | 247 | 49.4 | | 주부 | | 315 | 65.5 |
| | 50대 이상 | | 76 | 15.2 | | 계 | | 481 | 100.0 |
| | 계 | | 500 | 100.0 | | | | | |
| 학 령 | 고졸 | | 211 | 42.1 | 소 득 | 200만원 미만 | | 168 | 33.5 |
| | 전문대졸 | | 113 | 22.6 | | 200~300만원 | | 216 | 43.1 |
| | 대졸이상 | | 177 | 35.3 | | 300만원 이상 | | 117 | 23.4 |
| | 계 | | 501 | 100.0 | | 계 | | 501 | 100.0 |
| | | | | | | | | | |

* 전체 빈도의 차이는 missing value에 의한 차이임

〈표 3〉 환경친화적 소비자태도-행동관계 유형분류

| 변인 | 군집 | 군집1 | D | 군집2 | D | 군집3 | D | F-value |
|----------|----|-------|---|-------|---|-------|---|------------|
| 환경친화적 태도 | | 68.58 | b | 84.26 | a | 51.74 | c | 307.438*** |
| 환경친화적 행동 | | 76.67 | b | 83.67 | a | 59.81 | c | 460.706*** |
| N | | 105 | | 53 | | 117 | | |
| % | | 38.2% | | 19.3% | | 42.5% | | |

***p<.001, D: Duncan의 Multiple Range Test

태도와 행동이 모두 낮은 군집 3을 부정적 일치집단으로 규정하였다.

분석결과, 태도와 행동이 모두 높은 긍정적 일치 집단은 19.3%였으며, 태도와 행동이 모두 낮은 부정적 일치집단은 42.5%로 나타났다. 따라서 환경친화적 소비자태도-행동을 강화하는 요인을 분석하기 위하여 중간적 성향을 나타내는 집단을 제외한 후 태도와 행동이 일치하는 긍정적 일치집단과 부정적 불일치 집단을 구별할 수 있는 변인을 분석하기 위하여 stepwise 방식에 의한 로짓회귀분석을 하였으며, 통계적으로 유의한 변인을 환경친화적 소비자태도-행동의 강화요인으로 규정하였다. 분석결과는 〈표 4〉와 같다.

분석결과 환경의식, 사회적 이타주의, 환경문제에 대한 소비자지식이 환경친화적 소비자태도-행동 관계에 영향요인을 미치는 것으로 나타났으며, 이러한 변인들에 의한 모델의 적합도는 유의한 것으로 나타났다. 분류 정확률은 88.5%로 나타났다. 분석결

〈표 4〉 환경친화적 태도-행동관계의 영향요인분석

| 변 인 | B | Wald | P |
|----------------|--|--------|---------|
| 환경의식 | 2.980 | 14.425 | .000* |
| 사회적 이타주의 | 2.512 | 7.763 | .005*** |
| 환경문제에 대한 소비자지식 | 2.911 | 15.019 | .000*** |
| 상수 | -31.743 | 30.361 | .000*** |
| 모형계수 | Block $\chi^2=103.545$ df=3 p=.000 Model $\chi^2=103.545$ df=3 p=.000 | | |
| 분류정확률 | 88.5% | | |

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

과에서 환경의식, 사회적 이타주의, 환경문제에 대한 소비자지식은 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 태도-행동이 모두 낮은 부정적 일치 집단에 비해 태도-행동이 모두 높은 긍정적 일치집단에서 높게 나타나 이들 변인이 환경친화적 소비자태도-행동을 강화하는 요인임을 알 수 있다.

이러한 분석결과는 환경친화적 소비자태도와 행동은 일치성이 높으므로 환경문제에 대한 태도의 강화를 통해 행동을 유발할 수 있으므로, 장기적으로 태도와 행동의 일치성에 영향을 미치는 환경의식 및 사회적 이타주의를 포함하는 환경에 대한 가치교육과 실질적으로 환경친화적 행동에 유용한 지식들을 토대로 환경교육을 구성함으로써 환경친화적 소비자태도-행동을 강화할 수 있을 것이다.

3. 환경문제에 대한 소비자정보 내용의 구성

환경문제에 대하여 소비자들이 요구하는 정보내용을 구성하기 위하여 소비자정보 요구 문항을 중심으로 eigen-value 1.0이상으로 varimax 회전방식에 의한 요인분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 5>와 같다.

총 37개의 문항을 요인분석(factor analysis)을 실시한 후 요인부하치 4.0 이하로 나타난 5개 문항을 제외한 후 요인분석을 재실시한 결과 5개의 요인으로 분류되었으며, 이들 요인에 의한 설명력은 62.38%로 나타났다.

요인 1은 소비자들의 소비 이후의 자원의 처분행위와 관련된 분리수거, 재활용방법, 쓰레기 처리법 및 환경오염 감소를 위한 에너지 및 자원의 절약과 관련된 문항으로 구성되어 '환경친화적 자원의 사용과 처분'으로 명명하였다.

요인 2는 환경보존을 위한 재생상품, 천연무공해 상품, 1회용품자제, 에너지절약형 상품 및 중고상품에 대한 정보들로 구성되어 '환경친화적 상품구매'로 명명하였다.

요인 3은 소비의 측면에서 본 환경문제의 발생배경과 소비자환경문제, 환경오염과 그 예방법, 환경에 대한 소비자권리와 책임, 환경보전을 위한 생활태도, 환경교육의 필요성 등으로 구성되어 '환경문제와 소비자주권'으로 명명하였다.

요인 4는 소비자의 환경문제와 관련된 제도, 환경보호 관련법 및 환경문제에 대한 소비자 및 기업의 규제와 사회적 책임에 관련된 문항으로 구성되어 '환경규제에 대한 제도'로 명명하였다.

요인 5는 소비자의 환경과 관련된 가치 및 시민

의식 함양을 위한 시민단체의 역할과 소비자시민으로서의 역할과 책임에 관련된 문항으로 구성되어 '환경가치와 소비자시민의식' 강화로 명명하였다.

환경문제에 대하여 소비자의 정보요구수준을 파악하기 위하여, 평균 및 표준편차를 산출하였으며, 분석결과, '환경친화적 자원의 사용과 처분' 영역(M=4.05)이 가장 높게 나타났으며, 다음이 '환경친화적 구매' 영역(M=3.98), '환경문제와 소비자주권'(M=3.93), '환경규제에 대한 제도'(M=3.85), '환경가치와 소비자 시민의식강화'(M=3.73)영역의 순으로 나타나, '환경친화적 자원의 사용과 처분' 영역과 '환경친화적 구매'영역이 다른 영역 보다 높게 나타났다. 이러한 결과는 이 두 영역이 다른 영역보다 실생활에 밀접한 영역이기 때문에 높게 나타난 것으로 보여진다.

세부 영역별로 살펴보면, '환경친화적 자원의 사용과 처분' 영역에서는 분리수거요령, 쓰레기 줄이는 법, 재활용쓰레기 처리법(재활용, 재생방법), 일반생활쓰레기처리법, 환경오염 감소를 위한 자원절약방법, 제품의 장기적 사용방법, 에너지 절약을 위한 가전제품의 효율적 사용, 에너지 절약방법 등에 대한 정보요구가 높은 것으로 나타났고, '환경친화적 구매' 영역에서는 천연무공해 제품, 에너지 절약형 상품, 재생상품에 대한 정보요구가 높게 나타났고, '환경문제와 소비자주권' 영역에서는 소비자 환경교육의 필요성 및 환경오염과 그 예방법에 대한 정보요구가 높게 나타났으며, '환경규제에 대한 제도' 영역에서는 쓰레기종량제도에 대한 정보요구가 높은 것으로 나타났다.

이러한 결과와는 달리 '환경가치와 시민의식 강화' 영역은 비교적 다른 요인에 비해 정보요구가 낮은 것으로 나타났다.

4. 환경친화적 소비자태도-행동 관계에 따른 소비자정보요구의 차이분석

환경친화적 소비자태도-행동을 강화하기 위한 정보내용을 구성하기 위하여 요인분석에 사용된 변인을 중심으로 환경친화적 소비자태도-행동 수준이

〈표 5〉 환경문제에 대한 소비자정보요구의 요인분석

| 요인명 | 문항내용 | factor 1 | factor 2 | factor 3 | factor 4 | factor 5 | M | S.D | M(SD) |
|-----------------------|--|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------|-----|---------------|
| 환경 친화적 자원의 사용과 처분 | · 분리수거요령 | .749 | .251 | .151 | .220 | 3.493E-02 | 4.13 | .70 | 4.05 (.55) |
| | · 재활용쓰레기 처분방법 (재활용, 재생방법) | .735 | .208 | .268 | .155 | 1.207E-02 | 4.06 | .70 | |
| | · 쓰레기 줄이는 방법 | .713 | .260 | .150 | .193 | 6.454E-02 | 4.13 | .71 | |
| | · 일반 생활쓰레기 처리법 | .661 | .202 | .231 | .177 | .192 | 4.04 | .73 | |
| | · 제품의 장기적 사용방법 | .623 | .329 | .114 | .180 | .222 | 3.98 | .74 | |
| | · 대형 생활쓰레기 처리법 | .609 | .244 | .180 | .153 | .227 | 4.02 | .66 | |
| | · 에너지 절약방법 | .580 | .349 | .257 | .165 | .218 | 4.03 | .71 | |
| | · 환경오염감소를 위한 자원절약방법 | .574 | .249 | .174 | .255 | .281 | 4.00 | .71 | |
| | · 에너지절약을 위한 가전제품의 효율적 사용 | .545 | .396 | .173 | .173 | .231 | 4.01 | .69 | |
| 환경 친화적 상품구매 | · 환경보존과 재생상품 | .285 | .755 | .139 | .187 | .100 | 4.00 | .72 | 3.98 (.58) |
| | · 환경보존을 위한 리필제품 | .326 | .733 | .135 | .204 | 6.506E-02 | 3.99 | .73 | |
| | · 환경보존을 위한 천연무공해 제품 | .277 | .697 | .266 | .178 | .109 | 4.05 | .72 | |
| | · 1회용품 자제를 통한 환경보호 | .353 | .649 | .172 | 8.945E-02 | .136 | 4.01 | .76 | |
| | · 환경보존을 위한 에너지 절약형 상품 | .373 | .627 | .207 | .211 | .163 | 3.99 | .65 | |
| | · 중고상품에 대한 정보 (재활용시장, 벼룩시장) | .354 | .540 | 2.609E-02 | .118 | .280 | 3.82 | .72 | |
| 환경 문제와 소비자 주권 | · 환경에 대한 소비자권리와 책임 | .124 | .282 | .732 | .200 | .117 | 3.75 | .66 | 3.93 (.55) |
| | · 환경보존을 위한 소비자생활태도 | .254 | .149 | .725 | .221 | 9.011E-02 | 3.87 | .67 | |
| | · 소비자 환경교육의 필요성 | .198 | .186 | .687 | .318 | .215 | 4.02 | .70 | |
| | · 환경오염과 그 예방 방법 | .231 | .204 | .680 | .233 | .189 | 3.95 | .70 | |
| | · 소비의 측면에서 본 자원고갈과 환경파괴 | .256 | .114 | .648 | 7.686E-02 | .391 | 3.95 | .71 | |
| | · 환경문제의 발생배경과 소비자 환경문제 | .274 | 1.191E-02 | .587 | 8.139E-02 | .442 | 4.03 | .73 | |
| 환경 규제에 대한 제도 | · 환경표지제도(환경마크상품, 재활용표시마크, 에너지 소비효율 등급) | .111 | .369 | .202 | .607 | .392 | 3.87 | .75 | 3.85 (.56) |
| | · 환경문제에 대한 소비자규제와 소비자의 사회적 책임 | .345 | 1.929E-02 | .264 | .588 | .333 | 3.67 | .74 | |
| | · 폐기물 예치금제도와 소비자보증금제도 | .368 | .234 | .115 | .555 | .168 | 4.02 | .72 | |
| | · 환경문제에 대한 기업규제와 기업의 사회적 책임 | 8.972E-02 | .372 | .177 | .538 | .407 | 3.87 | .75 | |
| | · 환경보호 관련법 | -1.304E-02 | .401 | .174 | .523 | .397 | 3.83 | .73 | |
| | · 쓰레기 종량제도 | .399 | .206 | .280 | .453 | 6.841E-02 | 3.86 | .75 | |
| 환경 가치와 소비자 시민의식 강화 | · 사회적 이타주의 가치 | .152 | 9.726E-02 | .175 | .160 | .783 | 3.62 | .67 | 3.73 (.52) |
| | · 생태주의 가치 | .259 | .119 | .292 | .242 | .697 | 3.71 | .68 | |
| | · 환경파괴와 물질주의 및 편의주의 가치 | .178 | .114 | .262 | .314 | .577 | 3.69 | .72 | |
| | · 시민환경운동과 환경단체 및 소비자단체의 역할 | .269 | .394 | .326 | .146 | .430 | 3.82 | .65 | |
| | · 소비자시민으로서의 역할과 책임 | .376 | .358 | .315 | .118 | .422 | 3.79 | .66 | |
| | · eigen-value | 16.091 | 2.296 | 1.681 | 1.335 | 1.052 | | | |
| · 누적 분산 | 44.698 | 51.075 | 55.744 | 59.453 | 62.375 | | | | |
| · cronbach's α | .92 | .90 | .89 | .85 | .84 | | | | |

높은 긍정적 일치집단과 환경친화적 태도-행동 수준이 낮은 부정적 일치집단간의 t-test를 실시하였으

며, 그 결과는 <표 6>과 같다.

분석결과, 모든 영역 즉, 환경가치와 소비자 시민

<표 6> 환경친화적 소비자태도-행동 관계에 따른 소비자정보요구

| 영역 | 문항 | 긍정적 일치집단 | | 부정적 일치집단 | | t-value | |
|----------------------|----------------------------|----------|------|----------|------|---------|-----|
| | | M | S.D | M | S.D | | |
| 환경가치와 소비자시민 의식 강화 | · 사회적 이타주의 가치 | 3.39 | .66 | 4.11 | .67 | 6.62 | *** |
| | · 생태주의 가치 | 3.47 | .67 | 4.15 | .60 | 6.32 | *** |
| | · 환경파괴와 물질주의 및 편익주의 가치 | 3.51 | .74 | 4.11 | .64 | 5.13 | *** |
| | · 시민환경운동과 환경단체 및 소비자단체의 역할 | 3.72 | .58 | 4.36 | .59 | 6.59 | *** |
| | · 소비자시민으로서의 역할과 책임 | 3.61 | .63 | 4.30 | .61 | 6.74 | *** |
| | 소 계 | 3.53 | .50 | 4.20 | .49 | 8.08 | *** |
| 환경문제와 소비자주권 | · 환경에 대한 소비자권리와 책임 | 3.78 | .64 | 4.42 | .63 | 6.00 | *** |
| | · 환경보전을 위한 소비자생활태도 | 3.76 | .65 | 4.38 | .53 | 6.04 | *** |
| | · 소비자 환경교육의 필요성 | 3.79 | .71 | 4.62 | .49 | 7.82 | *** |
| | · 환경오염과 그 예방 방법 | 3.81 | .64 | 4.47 | .54 | 6.50 | *** |
| | · 소비의 측면에서 본 자원고갈과 환경파괴 | 3.74 | .61 | 4.38 | .60 | 6.42 | *** |
| | · 환경문제의 발생배경과 소비자환경문제 | 3.56 | .64 | 4.19 | .56 | 6.24 | *** |
| 소 계 | 3.73 | .50 | 4.40 | .43 | 8.35 | *** | |
| 환경규제에 대한 제도 및 사회적 책임 | · 환경표지제도 | 3.66 | .70 | 4.30 | .75 | 5.39 | *** |
| | · 환경문제에 대한 소비자규제와 사회적 책임 | 3.71 | .66 | 4.15 | .69 | 3.94 | *** |
| | · 폐기물 예치금제도와 소비자보증금제도 | 3.53 | .69 | 4.08 | .76 | 4.66 | *** |
| | · 환경문제에 대한 기업규제와 사회적 책임 | 3.66 | .71 | 4.30 | .70 | 5.46 | *** |
| | · 환경보호 관련법 | 3.69 | .70 | 4.17 | .70 | 4.12 | *** |
| | · 쓰레기 종량제도 | 3.91 | .72 | 4.45 | .67 | 4.68 | *** |
| 소 계 | 3.69 | .47 | 4.24 | .57 | 6.46 | *** | |
| 환경 친화적 상품구매 | · 환경보존과 재생상품 | 3.84 | .74 | 4.57 | .54 | 6.42 | *** |
| | · 환경보존을 위한 리필제품 | 3.85 | .71 | 4.57 | .50 | 6.63 | *** |
| | · 환경보존을 위한 천연무공해제품 | 3.84 | .67 | 4.58 | .53 | 7.16 | *** |
| | · 1회용품 자제를 통한 환경보호 | 3.89 | .61 | 4.48 | .58 | 5.90 | *** |
| | · 환경보존을 위한 에너지 절약형상품 | 3.92 | .70 | 4.57 | .54 | 5.96 | *** |
| | · 중고상품에 대한 정보 | 3.63 | .71 | 4.32 | .73 | 5.79 | *** |
| 소 계 | 3.82 | .47 | 4.51 | .52 | 8.10 | *** | |
| 환경친화적 자원의 사용과 처분 | · 분리수거요령 | 4.01 | .69 | 4.53 | .54 | 4.86 | *** |
| | · 재활용쓰레기 처분방법 (재활용, 재생방법) | 3.95 | .73 | 4.40 | .66 | 3.81 | *** |
| | · 쓰레기 줄이는 방법 | 3.99 | .75 | 4.51 | .61 | 4.42 | *** |
| | · 일반 생활쓰레기 처리법 | 3.91 | .68 | 4.52 | .70 | 5.35 | *** |
| | · 제품의 장기적 사용방법 | 3.87 | .65 | 4.40 | .66 | 4.85 | *** |
| | · 대형 생활쓰레기 처리법 | 3.80 | .75 | 4.36 | .74 | 4.51 | *** |
| | · 에너지 절약방법 | 3.79 | .71 | 4.53 | .58 | 6.57 | *** |
| | · 환경오염 감소를 위한 자원절약방법 | 3.85 | .74 | 4.47 | .58 | 5.46 | *** |
| | · 에너지절약을 위한 가전제품의 효율적 사용 | 3.81 | .68 | 4.47 | .54 | 6.21 | *** |
| | 소 계 | 3.88 | .52 | 4.47 | .50 | 6.81 | *** |

*** p<.001

의식강화, 환경문제와 소비자주권, 환경규제에 대한 제도 및 사회적 책임, 환경친화적 상품구매, 및 환경친화적 자원의 사용과 처분영역에서 환경친화적 소비자태도-행동의 긍정적 일치집단과 부정적 일치집단의 환경문제에 대한 정보요구의 차이를 분석한 결과, $p < .001$ 수준에서 차이가 있는 것으로 나타나 긍정적 일치집단보다 환경친화적 소비자태도-행동이 모두 낮은 부정적 일치집단에서 환경문제에 대한 정보요구는 높게 나타났다.

또한 하위영역에 분류된 정보내용들에 대한 t-test 분석결과, 모든 항목에서 긍정적 일치집단에 비해 부정적 일치집단의 정보요구도가 높게 나타나 소비자에 대한 환경교육의 내용에 이러한 정보내용들을 토대로 한 소비자지식을 제공한다면 환경문제에 대한 바람직한 태도형성과 이를 통한 환경친화적 소비자행동의 수행을 높여 줄 것으로 기대할 수 있을 것이다.

V. 결 론

본 연구는 환경친화적 소비자태도-행동관계를 유형화하여 태도-행동 강화요인이 무엇인가를 밝혀내고, 환경문제에 대한 소비자정보는 어떠한 요인으로 구성되며 그 요구수준을 파악하고, 환경친화적 소비자태도-행동 관계유형에 따른 소비자정보 요구의 차이를 분석하여 이를 체계화함으로써 환경친화적 소비자태도-행동을 강화하는 환경교육 프로그램을 개발하는 것이다.

본 연구의 결과를 통해 결론을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 환경친화적 소비자태도와 행동은 일치성이 높은 것으로 나타났으며, 이 중 태도와 행동이 모두 높은 긍정적 일치집단은 19.3%였으며, 태도와 행동이 모두 낮은 부정적 일치집단은 42.5%로 나타났다. 이러한 결과를 통해서 볼 때, 소비자 환경문제에 있어 태도-행동의 일치성을 높여줄 수 있는 변인은 태도-행동관계를 강화시켜 주는 변인으로 볼 수 있다. 이러한 변인의 분석결과, 환경의식, 사회적 이타

주의, 환경문제에 대한 소비자지식이 높은 경우 태도와 행동의 일치성이 높은 것으로 나타났다. 따라서 환경문제에 대한 소비자태도의 형성과 이를 통한 장기적인 환경친화적 소비자행동을 유발하기 위한 환경교육은 환경의식을 강화하고 환경문제에 대한 전문적 지식을 제공함으로써 환경문제를 예방하고 해결할 수 있어야 할 것이다. 특히, 자기 개인보다는 사회에 대하여 포괄적으로 인식하고, 타인의 복지에 관심을 가지는 개념인 사회적 이타주의의 성향을 길러줌으로써 환경문제의 해결에 적극적으로 개입할 수 있도록 환경교육의 방향성을 설정해야 할 것이다.

둘째, 환경친화적 소비자 환경교육 프로그램을 개발하기 위한 선행작업으로 소비자의 환경문제에 대한 정보내용을 구성하기 위해 요인분석을 실시한 결과, 환경친화적 자원의 사용과 처분, 환경친화적 상품구매, 환경문제와 소비자주권, 환경규제에 대한 제도, 환경가치와 소비자 시민의식 강화영역으로 분류되었다. 정보요구 수준을 분석한 결과, 환경친화적 자원의 사용과 처분' 영역과 '환경친화적 구매' 영역에서 정보요구가 높게 나타났다. 이는 소비자의 소비생활과 밀접한 영역이므로 이에 대한 요구가 높고, 전반적으로 다른 세 영역들의 정보요구가 높게 나타난 결과를 고려하여 환경문제에 대해 의식과 실천성을 높일 수 있도록 체계적인 소비자 환경교육 프로그램을 개발하는 것이 필요하다.

셋째, 환경교육을 통하여 환경친화적 소비자태도-행동을 강화할 수 있는 교육내용을 구성하기 위해 긍정적 일치집단과 부정적 일치집단에 대한 소비자 정보요구의 차이를 분석한 결과 태도와 행동이 모두 높은 긍정적 일치집단에 비해 태도와 행동이 모두 낮은 부정적 일치집단의 경우 환경친화적 정보 제공 영역 즉, 환경가치와 시민의식 강화, 환경문제와 소비자주권, 환경규제 및 사회적 책임, 환경친화적 상품구매, 환경친화적 자원의 사용과 처분 영역에서 정보요구가 더 높은 것으로 나타났으며, 이들 영역의 모든 하위 문항에서도 같은 결과를 초래하였으므로 환경친화적 소비자태도-행동 관계를 강화할 수 있는 검증된 정보내용을 토대로 환경교육 프

로그램을 개발하여야 할 것이다.

이상의 연구결과를 통해서 추론해 볼 때, 환경친화적 소비자태도-행동을 강화요인에 특히, 환경의식과 사회적 이타주의 가치, 소비자지식이 영향을 미쳤다. 따라서 이러한 연구결과를 토대로 소비자의 환경친화적 태도-행동 강화를 통해 지속적인 행동을 유발할 수 있는 환경의식 및 사회적 이타주의 가치를 강화하기 위한 지식과 실생활에서 요구되는 소비생활 즉, 제품의 구매·사용·처분과정에서 소비자 환경문제를 해결하기 위해 요구되는 환경문제에 대한 소비자지식을 제공할 수 있는 실천적 부분으로 이루어져야 할 것이다.

또한 소비자 환경교육을 위한 정보내용구성을 위한 요인분석결과 '환경문제와 소비자주권', '환경가치와 시민의식강화', '환경규제제도와 사회적 책임'은 소비자환경문제에서 소비자 의식강화를 위한 기초영역으로 볼 수 있으며, '환경친화적 상품구매'와 '환경친화적 자원의 사용과 처분' 영역은 실질적으로 소비생활과 직결되는 영역으로 실천적 영역으로 다룰 수 있을 것이다. 이를 토대로 검증된 긍정적 일치집단과 부정적 일치집단간의 차이분석을 통해 도출된 정보내용들이 환경교육에서 다루어져야 할 것으로 본다.

VI. 소비자 환경교육프로그램 개발안

지금까지의 연구결과와 결론을 종합하고 체계화하여 환경친화적 소비자태도-행동 강화를 위한 환경교육프로그램의 개발안을 제시하고자 한다.

소비자측면의 환경문제 해결을 위해서는 환경친화적 소비자행동을 위한 환경교육이 이루어져야 하며, 환경부에서 제시한 환경교육의 기본 원칙인 '사전예방의 원칙', '공동책임의 원칙', '오염자부담의 원칙'에 입각하여 본 연구의 소비자 환경교육 프로그램은 두 가지 방향성에 기초하여 제시하면 다음과 같다.

첫째는 기초영역으로서 소비자의 환경을 보전하기 위해 필요한 사회적 이타주의를 포함한 환경가

치 및 환경의식을 고취하기 위한 영역으로 '환경문제에 대한 소비자의식 강화영역'이다. 이 영역은 요인분석 결과에서 '환경문제와 소비자주권', '환경가치와 시민의식강화', '환경규제제도와 사회적 책임'의 3가지 영역으로 구성할 수 있다. 기초영역에 포함되는 정보내용은 긍정적 일치집단과 부정적 일치집단의 정보요구의 차이분석을 통해 검증된 문항들을 토대로 소비자교육 내용을 구성하며, 이러한 기초영역에 의거한 소비자 환경교육은 환경문제에 대한 소비자의식을 강화할 수 있으며, 이를 통해 환경친화적 소비자태도의 형성과 환경친화적 소비자행동에 영향을 줄 수 있을 것이다. 이것은 장기적으로 소비자측면에서의 환경문제를 해결할 수 있을 것이다.

둘째는 실천영역으로서 자원의 구매, 사용, 처분과정인 실제 소비생활에서 요구되는 소비자문제를 해결하기 위한 영역으로 '환경친화적 소비자행동의 생활화영역'이다. 요인분석결과에서는 사용과 처분과정이 하나의 영역으로 제공되었지만 실제적인 환경교육에서는 현재 소비의 영역으로 인식되는 3가지 영역으로 구분하는 것이 더 구체적일 수 있으므로 '환경친화적 구매', '환경친화적 사용', '환경친화적 사용' 영역의 세 가지 하위영역으로 구성하였으며, 실천영역에 포함되는 정보내용 역시 긍정적 일치집단과 부정적 일치집단의 정보요구의 차이분석을 통해 검증된 문항들을 토대로 소비자 교육내용을 구성하였다. 이러한 실천적 영역은 단기적 교육으로 교육의 효과를 가져 올 수도 있지만 단기적 정보나 교육의 효과는 지속적이지 못하므로 장기적인 관점에서 환경친화적 소비자행동을 유발하기 위해서는 기초영역의 학습을 통한 환경문제에 대한 소비자의식 강화가 전체되어야하므로 기초영역과 실천영역은 상호연계 되어야 할 것이다.

본 연구의 환경친화적 소비자 행동을 위한 환경교육 프로그램에서는 기초영역과 실천영역의 두 가지 방향에 초점을 두었으며, 환경문제에 대한 소비자정보요구 분석에 기초한 소비자 환경교육 프로그램의 기본 안은 <표 7>과 같이 제시할 수 있다.

〈표 7〉 소비자 환경교육 프로그램 개발안

| 기초영역 : 환경문제에 대한 소비자의식 강화 | | | |
|--------------------------|-------------------|---|--|
| 기초 영역 | 환경문제와 소비자주권 | 소비자와 환경문제 | <ul style="list-style-type: none"> · 소비자문제 발생배경 · 자원고갈 · 환경오염 |
| | | 환경문제에 대한 주권의식 강화 | <ul style="list-style-type: none"> · 환경문제에 대한 소비자권리와 책임 · 소비자 환경교육의 필요성 |
| | | 소비자 환경문제예방 | <ul style="list-style-type: none"> · 환경오염 예방방법 · 환경보전을 위한 소비생활태도 |
| | 환경가치와 시민의식 강화 | 환경가치 | <ul style="list-style-type: none"> · 사회적 이타주의 가치 · 생태주의 가치 · 환경오염과 물질 및 편의주의 가치 |
| | | 시민의식 강화 | <ul style="list-style-type: none"> · 소비자 환경운동 · 소비자단체와 시민단체의 역할과 책임 |
| | 환경규제제도와 사회적 책임 | 환경규제정책과 법 | <ul style="list-style-type: none"> · 환경표지제도 · 폐기물 및 소비자보증금제도 · 쓰레기 종량제도 · 환경보호관련법 |
| 환경문제에 대한 사회적 책임 | | <ul style="list-style-type: none"> · 환경문제에 대한 소비자의 사회적 책임 · 환경문제에 대한 기업의 사회적 책임 | |
| 실천영역 : 환경친화적 소비자행동의 생활화 | | | |
| 실천 영역 | 환경친화적 소비자행동 | 환경친화적 구매 | <ul style="list-style-type: none"> · 재생상품 · 리필제품 · 천연무공해상품 · 1회용품자제 · 중고상품활용(벼룩, 재활용시장) |
| | | 환경친화적 사용 | <ul style="list-style-type: none"> · 제품의 장기적 사용 · 자원의 절약방법 · 에너지절약 · 가전제품의 효율적 사용 |
| | | 환경친화적 처분 | <ul style="list-style-type: none"> · 분리수거요령 · 쓰레기재활용 및 재생법 · 쓰레기 줄이는 방법 · 일반 생활쓰레기 처리법 · 대형 생활쓰레기 처리법 |

■ 참고문헌

- 김기곤(1992). 국가환경선언과 환경교육. 환경교육, 3.
- 김기옥, 허경옥, 정순희, 김혜선(2001). 소비자와 시장 경제. 시그마프레스.
- 김대희(1997). 환경친화적 가치관에 따른 환경교육의 발전방향에 관한 연구. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 김영신, 김인숙, 이승신, 이희숙, 최병록(2000). 소비자법과 정책. 교문사.
- 김창희(1998). 환경문제와 정치사회화. 김재영의 편저. 환경정치와 환경정책. 서울: 삼우사.
- 노남숙(1994). 환경관리지식 인지도와 환경관리행동. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 노영래, 김시월(2002). 소비자의 환경의식, 재활용행동에 관한 연구. 대한가정학회지, 40(1).

- 류형정(1995). 소비자의 환경의식적 태도와 행동의 일관성분석. 경북대학교 대학원 석사학위논문.
- 민현선, 이기춘(1996). 환경의식적 소비자행동과 환경규제방안에 대한 지지도. *대한가정학회지*, 34(4).
- 민현선(1998). 환경친화적 소비행동에 대한 태도와 소비행동. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 박명희(1996). 소비자의사결정론(제2판). 학현사.
- 박태윤, 정완호, 최석진, 최돈형, 이동엽, 노경임(2002). 환경교육학개론. 교육과학사.
- 박화순, 서영숙(1998). 소비자의 환경의식과 의생활 행동과의 관련성. *대한가정학회지*, 36(10).
- 서정희(1986). 환경문제 측면에서 본 소비자행동에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 심미영(1999). 환경문제에 대한 사회책임적 소비자 태도와 행동의 일치성 및 영향요인. 대구가톨릭대학교 박사학위논문.
- 안길상, 정영숙, 이기주, 이동섭(1993). 생활쓰레기 분리배출 및 재활용에 적극적인 소비자의 특성에 관한 연구. *한국소비자학회, 학술발표논문집*.
- 엄하정(1993). 환경오염 감소와 관련된 주부의 관리 행동. *한국가정관리학회지*, 11(2).
- 유두련(2000). 재활용행동 집단별 소비자특성과 영향요인에 관한 연구. *대한가정학회지*, 40(6).
- 유두련, 심미영(1998). 환경문제에 대한 사회책임적 소비자태도와 행동의 일관성에 관한 연구. *한국가정관리학회지*, 16(3).
- 유두련, 심미영, 정경옥(1996). 환경교육이 환경의식적 소비자행동에 미치는 영향에 관한 연구. *한국가정관리학회지*, 14(4).
- 이상협(2003). 환경친화적 가정자원 관리행동과 환경의식, 환경지식, 환경교육. *한국가정관리학회지*, 21(1).
- 이승인(1993). 사회지향적 소비자의 특성분석. 경북대학교 대학원 석사학위논문.
- 이승신, 이혜임, 류미현(1993). 환경보존을 위한 소비자의 능력. *한국소비자학회, 학술 발표논문집*.
- 이연호, 박미석(1997). 생태학적 관점에서 본 주부의 생활폐기물 재활용행동에 관한 인과적 분석. *대한가정학회지*, 35(1).
- 이은희, 서정희(1992). 상품별 소비자정보요구에 관한 연구. *소비생활연구*, 9.
- 정영금(1998). 소비자정보 프로그램개발을 위한 소비자정보요구 -부천시를 중심으로. *대한가정학회*, 36(6).
- 정주원(1993). 소비자처분행동 유형과 영향변인에 관한 연구. 동국대학교 대학원 석사학위논문.
- 최남숙(1990). 에너지절약광고가 에너지절약의식과 행동에 미치는 영향에 관한 연구. *한국가정관리학회지*, 8(2).
- 최남숙(1994). 서울시 주부들의 환경교육과 환경보전행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 최석진(2002). 21세기 한국의 환경교육. 교육과학사.
- 한국교육개발원(1991). 제6차 교육과정 개발에 대비한 학교환경교육 강화방안 연구.
- 현금희(1990). 환경문제에 대한 태도와 행동의 일치성에 관한 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 황만익(1991). 환경문제와 환경교육. 한국의 환경교육 (한국환경교육학회편). 교육과학사.
- Antil, J.H. (1978). The Construction and Validation of An Instrument to Measure Socially Responsible Consumption Behavior : A Study of the Socially Responsible Consumer. The Pennsylvania State University, PH.D.
- Belch, M.A. (1982). The Segmentation Strategy for the 1980's : Profiling the Socially Concerned Market through Life Style Analysis. *Journal of Academy of Marketing Science*, Fall.
- Berger. I.E and Corbin. R.M. (1992). Perceived Consumer Effectiveness and Faith in Other as Moderators of Environmentally Responsible Behaviors. *Journal of Public Policy & Marketing*, 11(2).
- Dunlap R.E, and K.D Van Liere (1980). The New Environmental Paradigm. *Journal of*

- Environmental Education*, 9(4).
- Dunlap, R.E. (1994). Public Opinion in the 1980's: Clear Consensus. *Ambiguous Commitment, Environment*, 33.
- Ellen. P.S. Winer, J.L. and Cobb-Walgen (1991). The Role of Perceived Consumer Effectiveness in Motivating Environmentally Consciously Behavior. *Journal of Public Policy & Marketing*, 10(2).
- Fazio, R.E. (1990). Multiple process by which Attitude Guide Behavior : The MODE Model as an Integrate Framwork. *Advances in Experimental Social Psychology*, 23.
- Fishbein and I. Ajzen (1975). Belief, Attitude, Intention and Behavior An Introduction to Theory and Research, Reading Massachusetts : Addison-Wesley Publishing Company.
- Guagnano, G.A., Stern, P.C. and Dietz, T.C. (1995). Influences on Attitude - Behavior Relationships : A Natural Experiment with Curbside Recycling. *Environment and Behavior*, 27(5).
- Herberlin, T.A. and J.S. Black (1981). Cognitive Consistency and Environment Action. *Environment and Behavior*, 13.
- Hogan, M. Janice and Paolucci, Beatrice (1978). Energy Conservation : Family Values, Household Practices and Contextual Variables. *Home Economics Research Journal*, 7(4).
- Hopper, J.R. and Nielson, J.M. (1991). Recycling as Altruistic Behavior : Normative and Behavior Strategies to Expand Participation in a Community Recycling Program. *Environment and Behavior*, 23(2).
- Lepisto, L.R. (1974). An Empirical Study of the Effect on Environmental Product Attributes, Convenience, and Price on Product Preference and Socially Responsible Consumer Behavior. The Pennsylvania State Univ., Ph.D.
- Roberts, J. A. (1991). Development of Profile of the Socially Responsible Consumer for the 1990s and its Marketing Management and Public Policy Implication. The University of Nebraska-Lincoln, PH.D.
- Scott, D. and Willits, F.K. (1994). Environmental Attitude and Behavior : A Pennsylvania Survey. *Environment and Behavior*, 26(2).
- Schahn, J. and E. Holzer. (1990). Studies of Individual Environmental Concern: The Role of Knowledge, Gender and Background Variables. *Environment and Behavior*, 22(6).
- Van Liere. K.D and R.E. Dunlap (1980). The Social Base of Environmental Concern :A Review of Hypotheses Explanation and Practical Evidence. *Public Opinion Quarterly*, 44.
- Van Liere, and R.E. Dunlap (1981). Environmental Concern: Does It Make a Difference How It's Measured. *Environment and Behavior*, 13(1).
- Vining, J. and A. Ebreo (1990). What make a Recycle? : A Comparison of Recycler and Non-recycler. *Environment and Behavior*, 22.
- Weigel, R.H. and J. Weigel (1978). Environmental Concern :The Development of a Measure. *Environment and Behavior*, 10.

(2004년 2월 18일 접수, 2004년 6월 2일 채택)