

교사의 면대면 수업과 사이버 가정 학습의 학습 효과 비교

- 중학교 기술·가정 교과의 '청소년과 소비 생활' 단원을 중심으로 -

이혜란*·이연숙**

고려대학교 교육대학원*·고려대학교 사범대학 가정교육과**

Comparison of Learning Effect between Cyber Home Study and Teacher's Lecture in Class

- Focusing on the Unit of 'Consumer Life for Youth' in Middle School
Technology·Home Economics Subject -

Lee Hye Ran* · Lee Yon Suk**

*Home Economics Education, Graduate School of Education, Korea University**

*Dept. of Home Economics Education, Korea University***

Abstract

The purposes of this study are to develop cyber home study program on consumer life for youth in middle school students and to compare the learning effect of this program with that of teacher's off-line lecture in class. The contents of the middle school Home Economics·Technology textbooks was analyzed. Based on this analysis 4 cyber home study lesson plans on youth's consumer life were developed. The topics of lesson plan were as 'youth and consumer behavior', 'utilizing consumer information', 'effective consumer choice', 'resolving consumer problems'. The cyber home study were composed of 5 steps which were 'guiding' → 'learning activities' → 'evaluation' → 'further study' → 'summery'. The second grade middle school students as an experimental group participated in cyber home study through on-line class. The control group of students who had same condition with the experimental group were taught by home economics teacher using traditional instructional methods in off-line class. After the experiment, the changes in consumer's attitudes and knowledge of both groups were analyzed using Analysis of Covariance. The significant improvements of consumer's attitudes and knowledge were found in both the experimental and control groups of students. However, the consumer's attitudes and knowledge

1) 교신저자: Lee Yon Suk, 서울 성북구 안암동 5가 고려대학교 사범대학 가정교육과
Tel: 011-9005-2354 Fax: 3290-5351 E-mail: yonsuk@korea.ac.kr

of the students who were taught by the teacher in off-line class improved more than those of the students who studied using cyber home study program in on-line class. Thus, the following conclusion is made that the cyber home study could be one of the useful learning methods to aid traditional off-line teaching in class.

Key Words: 면대면 수업(teacher's lecture in class), 사이버 가정 학습(cyber home study), 소비자 태도와 지식(consumer's attitudes and knowledge)

I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

지식 정보화 사회로 이행됨에 따라 교육 분야에서는 급속히 증가하는 정보를 분석하고 비판하는 능력 뿐 아니라, 정보를 이용하여 변화하는 사회 현상을 예측할 수 있는 능력을 갖춘 인적 자원을 길러내는 것이 요구되고 있다. 이러한 현실에서 인터넷과 IT공학을 기반으로 한 e-러닝은 현대 교육방법의 새로운 패러다임을 제시할 수 있는 구체적이고 효과적인 수단으로 주목받고 있다(박성희·주영주·봉미미, 2007). e-러닝은 사-공간을 초월한 교육체제로써 정보통신 기술을 활용하여 언제, 어디서, 누구나 접근할 수 있는데, 초·중등 교육에서의 e-러닝 학습체제란 정보통신 기술을 활용하여 학교-가정-지역 사회를 유기적으로 연계하고, 교수-학습의 질을 활용하여 학생들의 인성, 창의성 및 자기 주도적 학습 능력을 신장시키는 학습 체제를 말한다(교육인적자원부, 2004).

최근 학교 교육 현장에서도 e-러닝을 이용한 다양한 수업 방법이 제시되어 정보화 교육과 관련된 새로운 방법이 제시되고 있는데 사이버 가정학습 또한 이 방법 중의 하나이다. 사이버 가정학습은 온라인상에서 사-공간 제약 없이 학습자 스스로 자신의 수준에 맞추어 자율적으로 학습하는 e-러닝의 한 유형으로 교육의 장을 확장시키고 사-공간적 제약에서 벗어나 교육 수요자의 요구를 언제 어디서나 충족시켜 줄 뿐만 아니라, 학생으로 하여금 자신의 수준과 역량에 맞는 자율학습이 가능하게 함으로써 기존 교수학습 방법의 한계를 극복하고 학습자들의 자기 주도적

학습 능력을 향상시키며, 새로운 학습 문화를 창조하는데 기여할 것으로 기대되고 있다(권성호, 2006).

반면에 대부분의 멀티미디어 콘텐츠가 오프라인 상의 콘텐츠를 디지털 하여 제공하는 수준으로 저작권 문제로 학습자의 요구를 만족시키지 못하는 상황이고(최명숙, 2005), 사이버 학습 환경의 차이로 인한 불필요한 시간 소요, 교사와의 상호 작용 관계 부족으로 불안정한 감정 상태가 될 수 있다(유영만, 2001)는 사이버의 운영 관리의 한계도 제시되고 있다. 그리고 현재 대부분의 사이버 수업은 교과학습의 보조 수단으로서의 교육용 사이트 운영이나 또는 사회적 성격으로서의 온라인 교육이 실시되고 있다.

e-러닝의 한 유형인 사이버 가정학습은 2004년부터 구축 계획을 수립하여 체계적으로 시범 운영 되어 2005년에 사이버 가정학습이 전국에 확대되었으며, 서비스 대상이 초등학교 4학년부터 고등학교 1학년이 되면서 활성화 된 것은 2006년이다. 이에 따라 사이버 가정학습의 만족도에 관한 연구(노진덕, 2001), e-러닝 사이버 가정학습의 실태 및 효과에 대한 연구(임채현, 2005; 권성호, 2006), 사이버 가정학습 운영상의 문제점 연구(최선혜, 2007)등이 이루어지고 있는데 학교의 정식 수업 과정의 일부분으로 청소년을 대상으로 사이버 학습을 통해 가정과 수업을 실시하거나 이러한 사이버학습과 교사의 면대면(off-line) 학습 방법과의 교육 효과를 비교한 연구가 거의 발견되지 않고 있다.

이에 따라 본 연구에서는 사이버 공간과 친숙한 청소년인 중학교 2학년을 대상으로 기술가정교과의 '청소년과 소비생활' 단원에 초점을 맞추어 사이버 가정학습을 실시하고, 사이버 가정 학습과 교사의 면대면 수업의 교육적 효과를 비교해 보고자 시도되었다. 이러한 연구는 사이버

가정학습의 교육효과를 실증적으로 파악 할 수 있어 추후 가정과 수업의 사이버 가정학습 현장 적용을 위한 기초 자료를 제공하게 될 것이다.

2. 연구내용

- 1) 중학교 2학년 기술가정 교과와 ‘청소년과 소비생활’ 단원의 수업을 위한 사이버 가정학습 교수-학습 과정안을 개발한다.
- 2) 교사의 면대면 수업과 사이버 가정 학습을 활용하여 중학교 2학년을 대상으로 ‘청소년과 소비생활’ 단원의 수업을 실시한 후 그 효과를 학생들의 소비자 태도 및 소비 생활에 대한 지식 향상의 측면에서 비교한다.
- 3) 사이버 가정학습에 대한 만족도를 분석한다.

II. 이론적 배경

1. e-러닝과 사이버 가정 학습

1) e-러닝의 개념 및 특성

e-러닝이란 ‘electronic learning’의 약자로 전기적 신호를 매개로 강의를 제공하는 원격 교육방법을 가리킨다. e-러닝 산업발전법 제 2조(정의)에는 ‘e-러닝이란 전자적 수단, 정보통신 및 전파 방송 기술을 활용하여 이루어지는 학습’이라고 규정되어 있으며, 산업자원부(2003)에서는 ‘e-러닝은 인터넷을 기반으로 상호작용을 극대화함으로써 분산형의 열린 학습공간을 추구하는 교육 형태의 하나이며 급격히 확산되는 이비즈니스의 한 유형이라고 볼 수 있다.’고 정의하고 있다. 교육정보화를 추진하고 있는 교육인적

자원부에서는 ‘정보통신 기술을 활용하여 교수 학습의 질을 높이고 학생들의 자기 주도적 학습 능력을 신장시키며 학교와 가정 지역사회를 유기적으로 연계하여 학습 문화 공동체가 활성화 될 수 있도록 지원하는 체제’라고 하였다.

기본적으로 e-러닝은 전자적인 매체를 기반으로 하는 모든 학습에 적용 가능한 용어이다. 즉 통신망을 통한 분산형 학습 뿐 아니라 독립된 형태의 CD매체를 통한 학습을 의미하기도 한다. 그러나 점차 모든 전자 매체는 통신망을 통해 연계되고 분산되는 추세이므로 이를 과거의 온라인 교육, 사이버 교육, 웹 기반 교육과 유사한 의미로 사용하는 데는 큰 무리가 없을 것이다(콘텐츠미디어, 2003; Brain, Ginger과 Sbastian, 2000; 김상현, 2006 재인용).

2) 사이버 가정 학습의 개념 및 특성

e-러닝의 한 유형인 사이버 가정학습은 ‘인터넷을 통해 맞춤형, 수준별 자율학습 콘텐츠를 제공하여 학생들이 가정에서 스스로 학습할 수 있는 환경을 제공하고, 사이버 학습을 통해 조직적인 학습관리를 지원하는 학습자 중심의 교육서비스이다(이금옥, 2007).

사이버 가정학습의 특성에는 인터넷에 제공되는 정보나 교수 내용뿐만 아니라 다양한 학습 활동까지 포함, 시공간적 제약을 극복하는 융통성 있고 쌍방향 상호작용이 가능한 학습 환경 제공, 학습자 중심의 새로운 교육 패러다임 실현을 가능하게 하는 원격교육의 한 형태, 학습이 용이하고 적시적인 통합 등으로 네트워크를 기반으로 한 지식경영이라는 데 있다. 좀 더 구체적으로 살펴본다면 다음과 같은 특성이 있다(박치동, 2004).

첫째, 시공을 초월한 교육이다. 가상공간을 기반으로 학습이 이루어지기에 학습자는 원하는 시간과 장소에 스스로 학습을 선택하여 할 수 있다. 따라서 현 교육이 지니고 있는 시공간적 제약을 극복 할 수 있는 학습 시스템이다.

둘째, 교수자 중심이 아닌 학습자 중심의 학습 실현이 가능하다. 학습자의 선택에 의해 학습이 이루어지므로 자율적이며 학습자 중심의 학습이 가능하다. 학습자는 스스로의 학습 상황을 점검하고 자신의 학습을 관리함으로써

자기 주도적 학습 능력을 배양하고 창의적 학습 태도를 기를 수 있다. 이 때 사이버 교사는 조력자이면서 상담자로서 역할을 충실히 할 수 있다.

셋째, 오프라인 못지않게 상호작용 학습을 활발히 전개할 수 있다. 사이버 가정학습은 면대면 관계를 기반으로 하고 있지는 않다. 그러나 사이버 공간을 통해 교사와 학생간의 상호 작용이 활발하게 이루어질 수 있으며 교사-학생-가정으로 연계되는 활발한 커뮤니케이션이 가능하다.

넷째, 최상의 교육 서비스를 차별 없이 받을 수 있다. 사이버 가정학습은 학습자들이 평소에 접해 보지 못했던 양질의 학습 콘텐츠와 전문가, 교수자와 접촉할 수 있도록 지원해 준다. 따라서 사이버 가정학습을 통해 저소득층, 도서 벽지의 학생들이 같은 혜택을 받을 수 있다.

다섯째, 수준별 맞춤형 교수 학습이 가능하다. 학습자는 사이버 교육과정에 의해 가정에서 보충, 심화 자율학습을 하면서 사이버 교사의 지도를 받을 수 있도록 하여 학생들은 자신의 실력에 맞는 수준별 학습이 가능해 학생들의 학업 성취에 도움을 받을 수 있다. 사이버 교사는 각 학습자들의 전도와 성취수준을 개별적으로 파악할 수 있으며 이에 따라 학력을 진단, 진학, 진로 상담을 할 수 있다.

3) 사이버 가정 학습의 선행 연구

e-러닝의 한 유형인 사이버 가정학습은 2004년부터 구축 계획을 수립하여 체계적으로 시범 운영 되어 2005년에 사이버 가정학습이 전국에 확대되었으며, 서비스 대상이 초등학교 4학년부터 고등학교 1학년이 되면서 활성화 된 것은 2006년이다. 따라서 시범적인 연구 결과를 제시하는 연구가 대부분이다. 이에 사이버 가정학습과 관련한 e-러닝과 사이버 교육에 관한 선행연구를 살펴보고자 한다.

사이버 가정학습의 만족도에 관한 연구를 살펴보면 노진덕(2001)은 사이버 학습 환경에서 학습 내용, 학습 테스트, 학습 평가가 교육만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 시스템의 신뢰성과 접속의 용이성, 속도가 교육 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

사이버 가정학습 효과성 분석 연구에 의하면 사이버 가

정학습은 학습자들의 학업 성취 향상, 저소득층 사교육비 경감에 기여하고 학교 수업 보충에 도움이 되었고, 자신감이 향상되고, 학습 흥미도 증가와 같은 부수적인 교육 효과가 있다고 분석하면서 사이버 가정학습 체제의 개선 및 발전을 위해 콘텐츠 중심의 자율학습에서 벗어나 새로운 교수학습 운영 모델을 개발할 것을 제시하였다(권성호, 2006).

e-러닝 사이버 가정학습의 실태 및 효과에 대한 연구(임채현, 2005)에서는 연구자의 근무학교 학생들을 대상으로 하여 사이버 가정학습에 대해 분석한 결과 활용도 및 만족도는 낮았으나, 인지도와 학업 성취도는 다소 높다는 결과를 얻었다. 연구자가 운영했던 중2 수학과목 수강생 30명을 대상으로 학업성취도에 대한 분석을 한 결과 학업 성취도에 효과가 있는 것으로 판단하고 있다. 그러나 이 연구는 설문지 집단의 크기에 제한이 있고 연구자가 직접 운영한 사이버 학급의 소수의 학생들만을 대상으로 하여 다소 객관성이 떨어진다는 제한점이 있다.

한편 사이버 가정학습 운영상의 문제점 연구(최선훈, 2007)에서는 사이버 가정학습 콘텐츠의 오류 발생 시 신속한 수정이 이루어지지 않아 학생들의 학습 의욕을 떨어뜨리고 학습자의 욕구를 만족시키지 못하고 있는 실정이며, 학급 편성, 학습 내용, 학습 평가가 모두 동일하게 이루어지므로 맞춤형 수준별, 자율학습 및 자기 주도적 학습을 하는데 어려움이 있는 것으로 나타났다.

임정훈(1999)은 아직도 적지 않은 사람들이 인터넷을 활용한 교육이 학습자들에게 기존의 다른 교수-학습 매체들을 활용한 교육과는 전혀 다른 경험을 제공할 수 있다는 점에 대해 그리 진지하지 않게 생각하고 있으며, 기존의 면대면 교육에서의 내용이나 교수-학습 방법들을 사이버 교육에 그대로 적용하는 경우가 많다고 하였다. 또한 이명근(1999)은 사이버 교육에 관한 대부분의 연구들이 주제를 막론하고 궁극적인 관심이 기존의 교육 방식과 비교한 효과성 즉, 학습자의 학업 성취도로 모아져 새로운 학습 환경에서 학습 과정에 대한 고려 없이 기존 교육방식과 효과성을 단순 비교하는 것은 학습의 진상을 규명하기 어렵다고 하였다. 이와 비슷한 의견으로 임정훈·정인성(1998)은 사이버학습에 생소한 학습자는 새로운 학습 방식에 대해 심리적으로 위축이 되며, 이는 학업 성취도

를 저하시킬 수 있다고 하였다.

그런데 사이버 가정학습을 기술가정교과 중 가정부분에 적용한 연구는 발견되지 않고 있다. 따라서 본 연구에서는 새로운 학습 환경으로서 제공되고 있는 사이버 가정 학습을 기술가정교과의 가정부분 수업에 적용해서 이의 학습효과를 교사의 면대면 수업과 비교하고자 한다.

2. 청소년 소비자 교육

1) 청소년 소비자의 개념과 특성

청소년 소비자는 소비자 발달 단계에서 보면 아동 소비자와 성인 소비자의 중간에 위치하며, 그들과는 구별되는 생활양식과 소비 특성을 갖는 소비자이다(이기춘, 1985). 청소년 소비자의 범위를 어떻게 보느냐는 학자들마다 견해가 완전히 일치하지는 않는다. 청소년 소비자를 10대 소비자와 동일한 개념으로 보는 견해도 있고, 13~18세의 연령층으로 정신적·육체적으로 미숙한 상태의 인간 성장 단계라고 보는 학자들도 있는데, 우리나라에서는 중고등 학생을 청소년 소비자로 구분하는 것이 일반적이다(홍미형, 2003). 본 연구에서는 중고등학생을 청소년 소비자로 보고자 한다.

청소년 소비자가 소비 집단으로 갖는 중요성은 다음과 같다(문성애, 1991).

첫째, 청소년 소비자가 형성하는 시장이 많은 재화시장에서 큰 비중을 차지하므로 이들의 소비 지출이 전체 경제에 상당한 영향력을 행사한다.

둘째, 가계의 구매 의사 결정에 참여도가 커짐으로써 가계 구매 행동에도 작-간접적으로 영향을 미친다.

셋째, 아동기와 청소년기의 소비와 관련된 경험은 성인 소비 행동의 유형을 결정한다.

80년대 이후에 태어난 오늘날의 청소년들은 과거 의식주의 해결에만 의존하던 부모 세대와는 달리 비교적 풍부한 물질적 지원을 받고 자란 세대이다. 오늘날 가치관과 가족 구조의 변화, 가정의 경제력 향상 등으로 청소년들이 대규모 소비재 시장을 구성하여 기업으로 하여금 영향

력 있는 소비자 집단으로 대두되었고, 아동기와 청소년기의 소비와 관련된 경험들이 성인이 될 때까지 지속되어 성인 소비 유형을 결정한다는 점(김숙희, 1996)에서 청소년 소비자의 소비 행동 특성은 중요한 의미를 갖는다.

청소년 소비자의 소비 행동 특성으로 동조 소비를 들 수 있다(용진희, 2008). 청소년들은 자신에게 어울리는 제품보다 또래 집단에서 많이 구매하는 제품을 선호하게 되고 특정 브랜드의 선택이 집단의 규범으로 인식되기 까지 한다. 다음에는 청소년 소비자의 소비 행동 특성으로 과시 소비 현상을 들 수 있다. 청소년 소비자의 과시 소비는 여러 가지 형태로 표현될 수 있지만 우리나라 청소년 소비자의 경우 가장 대표적인 과시 소비 형태는 브랜드 제품의 선호와 구매, 외제품의 선호와 구매로 표현된다. 대중 매체의 영향으로 브랜드를 중시하고, 옷을 입는 스타일에 있어서도 브랜드를 잘 드러내는 방식으로 옷을 입을 정도로 상표에 민감하며, 그 밖에도 외국 상표를 선호하는 성향을 보이고 있는 것으로 나타났다(권미화, 2000). 마지막으로 충동소비를 청소년 소비자의 소비 행동 특성으로 들 수 있다. 최근에 급속히 발달하고 있는 기업의 마케팅, 광고, 판촉기법과 일반화된 셀프서비스 판매, 신용카드의 보편화, 경제 수준 상승, 소비자의 충동구매를 자극하고 있는 환경에서 아직까지 가치관이 확실하게 정립되지 못하고 합리적인 판단을 내리기 어려운 청소년들은 충동구매욕구를 억제하기 어렵다. 청소년 소비자의 충동구매는 연령이 어릴수록, 남학생보다 여학생이, 부모직업이 화이트칼라일수록, 용돈을 많이 받을수록, 제품 구매 시 친구 영향을 많이 받을수록, 구매 시 부모와 상호작용이 적을수록, 물질주의 성향이 높을수록, 자기 통제력이 낮을수록 높다(이기춘, 2000). 또한 생활수준이 낮거나 용돈 내역을 기록하지 않은 학생, 용돈 지출 계획을 세우지 않은 학생에게서 충동적 욕구에 의한 물품 구매율이 높은 것으로 나타났다(이재기, 2004).

청소년 소비자는 성인 소비자보다 충동적이고 비합리적인 소비나 행동을 더 많이 하는 것으로 결론지을 수 있다. 그러나 청소년기는 개인의 가치관이 정립되는 시기이고, 성인 소비자의 행동 유형을 결정하는 시기이므로 이 시기에 소비자로서의 올바른 가치관 정립과 태도 형성을 위한

소비자 교육은 이들의 소비 행동을 수정 가능하게 할 수 있다. 따라서 이들을 대상으로 한 소비자로서의 역할을 효율적으로 할 수 있도록 소비자 능력을 개발시켜주는 소비자 교육이 무엇보다도 중요하다고 보겠다.

2) 학교 소비자교육과 사이버 가정학습을 통한 소비자교육

청소년 소비자 교육은 미래의 소비 주체인 청소년이 올바른 소비 가치관을 형성하기 위한 것이라는 점에서 매우 중요하다. 그러므로 미래의 현명한 소비자 육성을 위해서는 청소년 소비자 의식과 태도를 체계적으로 분석하고 이를 바탕으로 한 소비자 교육이 필요하다.

일반적으로 청소년 소비자 교육은 학교를 통해서 실시 되는데, 학교에서는 교육 목표가 수립되고 교육 내용이 설정이 되어서 피교육자의 수준에 따라 단계적이고 체계적인 교육이 이루어질 수 있기 때문이다(서정희, 1991). 소비자 역할 행동은 인간이 태어나서 죽을 때까지 계속되는 연속적인 과정이기 때문에 인간의 발달 단계와 소비자 교육을 연결시켜 볼 때 가정 소비자 교육은 아동기에, 학교 소비자 교육은 청소년기에, 사회 소비자 교육은 성인기에 초점이 맞춰지는데, 가정에서의 소비자 교육이나 사회에서의 소비자 교육은 이미 교육기능의 상당부분이 제도 교육에 위임되어 있는 가운데 그 역할을 충분히 못하고 있다. 이에 반해 학교 교육은 가치 형성 과정으로서 그 중요성을 갖고 있는 만큼, 학교 소비자 교육은 소비자 교육의 근간이라고 할 수 있는 합리적이고 바람직한 가치관 형성, 특히 소비생활의 가치관 형성을 가장 효과적으로 교육할 수 있다(김희진, 2006).

따라서 우리나라 청소년들은 주로 학교를 통해 소비자 교육을 받고 있으며, 청소년들의 소비자 의식 및 태도는 대체로 적극적이거나 보다 더 합리적인 소비자 행동을 도출해내기 위해서는 소비자의 의식을 높이기 위한 효과적인 소비자교육이 요청된다.

배순영(2001)은 시·공간을 초월한 사이버 환경에서 시장 환경의 변화에 대처할 수 있는 변화된 내용을 학습자에게 알리는 소비자 교육이 요구되는 시점에서 온라인을

통해 제공되는 정보를 대체로 학습자가 능동적으로 자기 주도적인 탐색과정을 거쳐 학습할 수 있는 온라인 소비자 교육도 앞으로의 소비자 교육에 있어서 큰 변화를 가져올 수 있다고 하였다.

이렇게 청소년들이 소비자 교육을 주로 학교를 통해서 받고 있고, 사이버 환경을 활용한 소비자 교육의 필요성이 제기되고 있지만, 학교의 정식 수업 과정의 일부분으로 사이버 가정 학습을 적용해서 소비자 교육을 실시한 사례나 연구는 거의 발견되지 않아 사이버 가정학습이 학교에서의 소비자 교육에 어떻게 접목 될 수 있고, 실제 어떤 교육적 효과가 있는지 파악하기가 어려운 실정이다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구 설계

본 연구의 설계는 [그림 1] 과 같다.



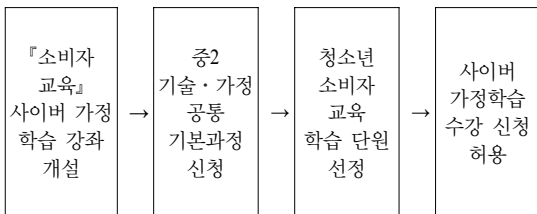
[그림 1] 연구설계

2. 사이버 가정 학습과 면대면 강의 수업의 운영 방법

1) 사이버 가정 학습의 운영

(1) 사이버 가정 학습 개설 절차

청소년 소비자 교육 내용과 관련 있는 학습 단위 총 4 차시를 선정하고 학생들의 수강 신청을 허용할 수 있도록 하였다(그림 2) 참고).



[그림 2] 사이버 가정 학습 개설 절차

(2) 사이버 가정 학습『소비자 교육』강좌 수강 신청 방법

사이버 가정학습 다높이(<http://danopy.kerinet.re.kr>)에 접속한다.

다음에는 회원 가입을 한 다음 『소비자 교육』강좌에 수강 신청을 한다. 마지막으로 담임교사가 수강 신청을 허용하면 <학습하기>·<중2 기술·가정 공통 기본과정 학습>을 선택하여 해당 학습실로 입장한다.

(3) 사이버 가정 학습의 주제 및 학습 진행순서

실험 집단을 위한 사이버 가정 학습의 단원은 기술가정 교과과의 중학교 2학년 『자원 관리와 환경』 단원의 「청소년과 소비생활」에 해당되며 총 4 차시로 구성되었다. 1차시 주제는 ‘청소년과 소비행동’, 2차시 주제는 ‘소비자 정보의 활용’, 3차시 주제는 ‘합리적인 소비생활 학습’, 4차시 주제는 ‘소비자 문제의 발생과 해결방법’ 이다. 매 차시마다 학습은 학습안내 → 학습활동 → 평가하기 → 분기 →

정리하기의 순서로 진행되었다.

(4) 비교 집단을 위한 면대면 강의 수업

비교 집단을 위한 면대면 강의 수업 주제는 실험집단을 위한 사이버 가정학습 주제와 동일하나 학습은 도입 → 전개 → 정리 → 심화 → 평가 → 차시예고의 순서로 진행하였다.

3. 수업 효과 분석 방법

1) 연구대상 및 자료수집 방법

경기도 내에 소재하고 있는 중학교의 2학년 남·여 혼합반 학생을 대상으로 100명(남: 56명, 여 44명)을 무작위로 선정하여 비교집단 50명, 실험집단 50명을 표본으로 이용하였다. 적용 대상을 2학년으로 한 것은 교육과정에 따른 사이버 가정학습을 통한 수업 효과를 분석하고자 한 것이므로 2학년 기술가정 단원에 자원의 관리와 환경 단원이 포함된 것을 감안하여 중학교 2학년 학생을 대상으로 하였다. 실험 집단과 비교집단의 사전 검사는 2007년 12월 2일에 사후 검사는 2007년 12월 16일 연구자가 실시하였다. 사전 검사와 사후 검사는 동일한 문항이었고 소요시간은 30분으로 하였다. 실험집단과 비교집단의 수업은 2007년 12월 8일부터 2007년 12월 15일까지 총 4차시를 실시하였다. 실험 집단은 사이버 가정학습 『소비자 교육』강좌를 신청하여 온라인상에서 학습하도록 하였으며, 비교집단은 연구자가 설명식 강의 법으로 교실에서 수업을 하였다.

2) 측정 도구

사전 검사와 사후 검사 도구는 소비자로서의 태도, 소비자 교육에 대한 지식을 측정하는 도구로 구성되어 있다.

소비자 태도 척도는 청소년의 소비 행동, 용돈 관리, 소비자 정보의 활용, 구매 의사 결정, 소비자의 권리 실천, 소비자 문제 해결 등에 대한 태도의 하위 영역으로 구성되어 있다. 응답의 형태는 5점 리커트 척도로 27문항을 연구자가 개

〈표 1〉 측정 도구의 구성

영역	하위영역	문항수	문항번호	Cronbach α 값
소비자 태도	청소년의 소비 행동 태도	6	1번~6번	0.690
	용돈 관리 태도	3	7번~9번	0.563
	소비자 정보의 활용 태도	5	10번~14번	0.726
	구매의사 결정 태도	6	15번~20번	0.698
	소비자의 권리 실천 태도	5	21번~25번	0.550
	소비자 문제 해결 태도	2	26번~27번	0.739
소비자 교육에 대한 지식	소비자 교육에 관한 인지적 영역	8	28번~35번	.
총 문항 수		35		
사이버 가정학습 만족도	사이버 가정학습 만족도	7	1번~7번	0.667

발하였다.

사이버 가정학습에 대한 학생들의 만족 정도를 조사하기 위한 질문지는 정미영(2007)이 개발한 ‘사이버 가정학습에 대한 학습자 태도 검사’와 이금옥(2007)이 개발한 ‘사이버 가정학습 만족도 요인 분석 검사’를 참고로 수정하고 재구성하여 5점 리커트 척도로 총 7문항을 개발하였다.

성취점수의 변화량을 검증하기 위하여 대응표본 t-검증을 실시하였다. 분석에 이용된 통계 패키지는 SPSS For Windows 13.0이다.

IV. 결과 및 해석

3) 자료 분석

분석에 적용된 통계 방법은 다음과 같다. 설문 문항의 내적 일치도를 측정하기 위하여 신뢰도 분석을, 실험집단과 비교집단의 학업성취 점수의 사전 동질성 검증을 위하여 독립표본 t-검증을, 실험집단과 비교집단의 수업효과의 차이를 검증하기 위하여 공변량분석(ANCOV-A)을, 학업

1. 사이버 가정학습 청소년 소비자 교육 교수-학습 과정안

1) 학습 주제 선정 및 학습 목표 설정

〈표 2〉 교수-학습 과정안 학습 주제와 학습 목표

차시	학습 단원	학습 주제	학습 목표
1차시	청소년과 소비행동	나의 소비습관은 어떠한가?	1. 청소년 소비자의 특성을 설명할 수 있다. 2. 청소년 소비자의 소비 행동과 문제점을 설명할 수 있다. 3. 합리적인 용돈 관리를 할 수 있다.
2차시	소비자 정보의 활용	소비자 정보를 유용하게 활용하는 방법은 무엇일까?	1. 소비자 정보의 원천과 종류를 설명할 수 있다. 2. 소비자 정보를 활용할 수 있다.
3차시	합리적인 소비생활	구매의사결정과정에 따라 합리적인 구매를 할 수 있을까?	1. 합리적인 구매 계획을 세울 수 있다. 2. 구매 의사 결정의 단계를 설명할 수 있다.
4차시	소비자 문제의 발생과 해결방법	나는 현명하게 소비자의 권리를 주장할 수 있을까?	1. 소비자의 7대 권리를 말할 수 있다. 2. 소비자문제의 발생 원인을 설명할 수 있다. 3. 소비자 문제의 해결 방법을 실천할 수 있다.

사이버 가정학습에서 청소년 소비자 교육 수업은 총 4차시로 구성되어있으며 사이버 가정학습 단원과 관련하여 학습 주제를 선정하였다. 학습 주제 선정은 교과서의 소단원 정도의 수준으로 선정하여 제시하였으며, 학습 목표는 사이버 가정학습의 학습 목표를 그대로 설정하였다. 학습 주제와 학습 목표는 다음 <표 2>와 같다.

2) 청소년 소비자 교육 사이버 가정학습 구성 및 절차

사이버 가정학습에서 ‘청소년과 소비 생활’은 총 4차시 수업으로 구성되는데 수업 구성은 [그림 3]과 같다.



[그림 3] 청소년 소비자 교육 사이버 가정학습 구성도

(1) 학습안내

학습 안내는 학습자에게 동기 유발을 유도하는 단계로 학습 목표를 안내하는 학습의 도입 단계라고 말할 수 있다. 플래시 MX 프로그램을 이용한 애니메이션 자료를 통하여 학습자가 학습 활동에 들어가기 전에 자신의 소비 생활 경험과 비교하면서 흥미와 관심도를 높이기 위한 단계이다. 학습 안내의 애니메이션 내용은 본시 학습 활동 내용과 관련하여 중학생의 실제 생활에서 발생할 수 있는

학습 문제를 중심으로 구성되어 있다.

(2) 학습활동

학습 목표에 도달하기 위한 본격적인 학습을 하는 사이버 공간이다. 학습 내용을 순차적으로 제시하되 학습자가 화면을 조정하여 학습하도록 되어있다. 대부분이 이미지 자료를 활용하여 학습을 진행하며 학습 활동 화면마다 효과음을 설정하였다. 학습활동의 콘텐츠 자료는 면대면 수업의 학습 자료와 일치하는 것이며, 학습 활동을 이수하면 <완료>, 학습 활동을 이수하지 않으면 <학습중>이 표시된다. 학습 중간에 쉬어갈 경우에는 다시 로그인하면 학습 활동을 중단한 부분부터 학습 활동을 시작할 수 있다.

(3) 평가하기

학습 목표에 부합되는 학습 내용을 평가하는 단계이다. 사이버 학습을 통해 학습한 내용을 중심으로 한 강좌마다 10문항이 개발되어 있다. 학습자는 평가 후에 정답을 확인할 수 있고, 자신의 평가 결과를 온라인상으로 제출하고 교사는 학생의 평가 점수를 확인할 수 있다.



(4) 분기

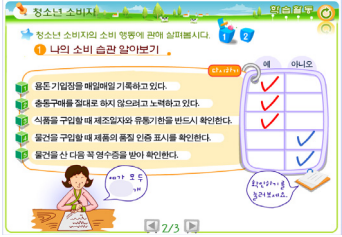
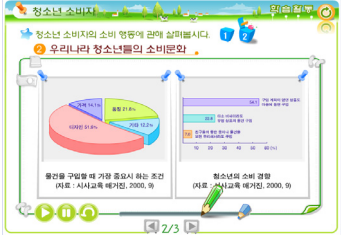

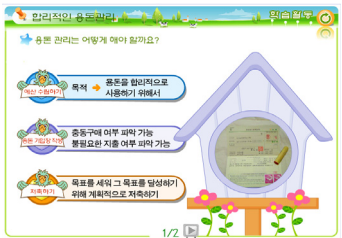
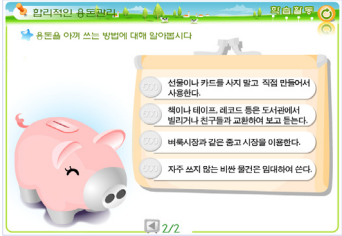
학습 활동과 관련된 『심화 학습』과 『보충학습』으로 구성되어 있다. 학습 활동에서 미처 학습하지 못한 학습 내용을 수준별 심화 학습을 통해 학습자에게 제공한다.

(5) 정리하기



학습 목표에 도달한 학습 내용을 간단하게 정리하여 제시하는 단계이다. 학습 내용을 출력하여 자율적으로 학습에 응용할 수 있으며 학습내용을 정리하면서 매 강좌의 학습수강을 마치게 된다.




3) 사이버 가정학습 교수-학습 과정안 예시(제1차시 안)

대영역	자원 관리와 환경	중영역	청소년과 소비생활	차시	1/4
실천적학습 흐름도	전시 학습주제	⇒	본시 학습 주제	⇒	차시 학습 주제
			나의 소비습관은 어떠할까?		구매의사결정과정에 따라 합리적인 구매를 할 수 있을까?
학습 목표	1. 청소년 소비자의 특성을 설명할 수 있다. 2. 청소년 소비자의 소비 행동과 문제점을 설명할 수 있다. 3. 합리적인 용돈 관리를 할 수 있다.				
교수 학습 매체	사이버 가정학습 학습 단위 < 청소년과 소비 행동 >		수업 유형	사이버 가정학습	
학습 단계	사이버 가정 학습				
	학습 화면 구성			학습 내용	
학습안내				여: 왜 시무룩하니? 남: 새로 산 음악 앨범의 음질 상태가 좋지 않아서... 여: 그럼 바꿔야지 남: 그런데 상점 주인이 포장을 뜯어서 바꿔주지 않는대 여: 이런 상황에서는 어떻게 해야 할까	
				<학습목표> 1. 청소년의 소비자의 특성을 설명할 수 있다. 2. 청소년 소비자의 소비 행동과 문제점을 설명할 수 있다. 3. 합리적인 용돈 관리를 할 수 있다.	
학습활동				<청소년 소비자의 특성> 1. 청소년 소비자 - 위치 : 아동소비자와 성인소비자의 중간에 위치 - 보통 중고등학생을 청소년소비자로 구분	
				2. 청소년 소비자의 특성 ① 청소년소비자는 부모로부터 독립된 소비행동을 하게 된다. ② 또래집단의 영향을 많이 받는다. ③ 성인소비자가 되기 위한 준비과정이다. ④ 가치관의 혼란으로 소비행동 혼란이 나타난다.	

<p>학습활동</p>	 <p><청소년 소비자의 소비행동></p> <p>1. 나의 소비 습관 알아보기</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 용돈기입장을 매일매일 기록하고 있다. ② 충동구매를 절대로 하지 않으려고 노력하고 있다. ③ 식품을 구입할 때 제조일자과 유통기한을 반드시 확인한다. ④ 물건을 구입할 때 제품의 품질 인증 표시를 확인한다. ⑤ 물건을 산 다음 꼭 영수증을 받아 확인한다. 	<p><청소년 소비자의 소비행동></p> <p>1. 나의 소비 습관 알아보기</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 용돈기입장을 매일매일 기록하고 있다. ② 충동구매를 절대로 하지 않으려고 노력하고 있다. ③ 식품을 구입할 때 제조일자과 유통기한을 반드시 확인한다. ④ 물건을 구입할 때 제품의 품질 인증 표시를 확인한다. ⑤ 물건을 산 다음 꼭 영수증을 받아 확인한다.
<p>학습활동</p>	 <p>2. 우리나라 청소년들의 소비문화</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 우리나라 청소년은 물건을 구입할 때 품질이나 가격보다 스타일과 디자인을 중시하는 감각적인 소비 형태를 보이고 있음. ② 상품을 평가하는 기준이 품질이 아니라 ‘좋아한다’, ‘싫어한다’ 라는 주관적인 기준에 의해 이루어지는 경향이 있음. 	<p>2. 우리나라 청소년들의 소비문화</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 우리나라 청소년은 물건을 구입할 때 품질이나 가격보다 스타일과 디자인을 중시하는 감각적인 소비 형태를 보이고 있음. ② 상품을 평가하는 기준이 품질이 아니라 ‘좋아한다’, ‘싫어한다’ 라는 주관적인 기준에 의해 이루어지는 경향이 있음.
<p>학습활동</p>	 <p><청소년의 소비행동의 문제점></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 모방소비 : 다른 특수집단이나 또래 집단의 소비행동을 그대로 따라하는 행동 2. 충동소비 : 자신의 재정적, 사회적, 심리적 결과와 관계없이 충동적으로 제품을 구입하는 행동 3. 과시소비 : 다른 사람에게 부를 과시할 수 있는 제품이나 서비스를 구매하고 사용하는 행동 	<p><청소년의 소비행동의 문제점></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 모방소비 : 다른 특수집단이나 또래 집단의 소비행동을 그대로 따라하는 행동 2. 충동소비 : 자신의 재정적, 사회적, 심리적 결과와 관계없이 충동적으로 제품을 구입하는 행동 3. 과시소비 : 다른 사람에게 부를 과시할 수 있는 제품이나 서비스를 구매하고 사용하는 행동
<p>학습활동</p>	 <p><용돈 관리는 어떻게 해야 할까요?></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 예산 수립하기 : 용돈을 합리적으로 사용하기 위해서 2. 용돈 기입장 작성 : 용돈기입장을 사용하면 혹시 필요하지 않은 것을 충동적으로 사지는 않았는지 불필요한 지출은 없었는지 파악할 수 있음 3. 저축하기 : 목표를 세워 그 목표를 달성하기 위해 계획적으로 저축할 수 있음 	<p><용돈 관리는 어떻게 해야 할까요?></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 예산 수립하기 : 용돈을 합리적으로 사용하기 위해서 2. 용돈 기입장 작성 : 용돈기입장을 사용하면 혹시 필요하지 않은 것을 충동적으로 사지는 않았는지 불필요한 지출은 없었는지 파악할 수 있음 3. 저축하기 : 목표를 세워 그 목표를 달성하기 위해 계획적으로 저축할 수 있음
<p>학습활동</p>	 <p><용돈 아껴 쓰는 방법></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 선물이나 카드를 사지 말고 직접 만들어서 사용한다. 2. 책이나 테이프, 레코드 등은 도서관에서 빌리거나 친구들과 교환하여 보고 듣는다. 3. 베품시장과 같은 중고 시장을 이용한다. 4. 자주 쓰지 않는 비싼 물건은 임대하여 쓴다. 	<p><용돈 아껴 쓰는 방법></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 선물이나 카드를 사지 말고 직접 만들어서 사용한다. 2. 책이나 테이프, 레코드 등은 도서관에서 빌리거나 친구들과 교환하여 보고 듣는다. 3. 베품시장과 같은 중고 시장을 이용한다. 4. 자주 쓰지 않는 비싼 물건은 임대하여 쓴다.

		<p><정답></p>
<p>평가하기</p>	<p>1. 다음 빈칸에 알맞은 말을 <u>크자</u>로 써 넣으세요.</p> <p><input type="text"/>란 소비 생활을 하는 모든 사람을 말한다. 즉, 생산자나 판매자의 반대 개념으로, 사업자가 제공하는 상품이나 서비스를 구매하고 이용하는 모든 사람을 말한다.</p>	<p>1. 소비자</p>
	<p>2. 다음 중 청소년 소비자의 특성이라고 볼 수 없는 것을 찾아보세요.</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 성인 소비자가 되기 위한 준비과정으로서의 소비생활을 하게 된다. ② 또래 집단의 영향을 많이 받는 소비 생활을 하게 된다. ③ 청소년기의 자아식이나 지적 능력 발달로 합리적인 소비 생활을 하게 된다. ④ 가치관의 혼란으로 소비 행동의 혼란이 일어나게 된다. ⑤ 부모로부터 독립된 소비 생활을 하게 된다. 	<p>2. ③</p>
	<p>3. 다음에서 설명하는 것을 보기에서 찾아라 놓으세요.</p> <p>① 모방소비 ② 충동소비 ③ 과시소비</p> <p>④ 점포를 방문하기 전까지 구매의도가 없는 상태에서 발생한 구매 행동 ⑤ 상품의 질이나 가치를 따지기보다는 광고, 유행 등에 의하여 구매하는 행동</p>	<p>3. 충동소비</p>
	<p>4. 다음 각 청소년 소비자의 문제점과 그에 대한 설명을 올바르게 연결시키세요.</p> <p>모방소비 다른 사람에게 부를 과시할 수 있는 제품 구매하고 사용하는 행동</p> <p>충동소비 다른 특수 집단이나 또래 집단의 소비 행동을 그대로 따라하는 행동</p> <p>과시소비 충동적으로 제품을 구입하는 행동</p>	<p>4.</p> <p>모방소비 다른 사람에게 부를 과시할 수 있는 제품 구매하고 사용하는 행동</p> <p>충동소비 다른 특수 집단이나 또래 집단의 소비 행동을 그대로 따라하는 행동</p> <p>과시소비 충동적으로 제품을 구입하는 행동</p>
	<p>5. 다음 중 청소년의 올바른 소비 습관이라고 볼 수 없는 것을 찾아 보세요.</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 상품을 구매하기 전에 구매 계획을 세워 소비 목적을 분명히 한다. ② 만족할 만한 상품을 고르기 위해 소비자 정보를 적극적으로 활용한다. ③ 제품의 가격과 품질과의 관계를 고려하여 효율적인 선택을 한다. ④ 개인의 생활 여건과 편리성을 따져 외제 물건을 마구 구입한다. ⑤ 사은품, 경품, 증정품에 현혹되지 말아야 하며, 과대광고에 속지 않아야 한다. 	<p>5. ⑤</p>
	<p>6. 다음 중 청소년 소비자에 대한 설명으로 옳지 않은 것을 찾아보세요.</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 청소년 소비자는 부모로부터 독립하고자 하는 과도기적 특성을 가지고 있다. ② 청소년기에는 또래 집단의 영향을 많이 받으며 유행에 민감한 소비를 하게 된다. ③ 청소년기에 형성된 소비 습관은 성인이 되면서 주변상황에 따라 쉽게 바뀐다. ④ 청소년 소비자는 성인 소비자보다 충동적인 소비 행동을 할 가능성이 크다. ⑤ 아동 소비자와 성인 소비자의 중간에 위치하며 독특한 소비 특성을 갖는다. 	<p>6. ③</p>

평가하기	<p>7. 다음 중 과시 소비의 문제점이라고 볼 수 없는 것을 찾아보세요.</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 과시 소비는 토레 집단들에게 영향을 주고 합리적인 소비 생활을 방해하는 요인이다. ② 청소년들의 과시 소비행동은 정보 탐색 과정을 거치지 않아 비 합리적이다. ③ 과시 소비는 상품의 가치를 고려하지 않는 소비이므로 감각적인 소비에 빠지기 쉽다. ④ 청소년 소비자의 과시 성향은 청소년의 비행을 더욱 심화시키는 원인이 된다. ⑤ 청소년들에게서 볼 수 있는 과시 소비 행동은 토레 집단의 모방 기준을 제공한다. 	7. ⑤
	<p>8. 다음의 보기 안에서 소비의 주제를 모두 묶은 것을 찾아보세요.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p>① 개인 ② 가게 ③ 단체</p> </div> <ol style="list-style-type: none"> ① ㉠㉡ ② ㉠㉢ ③ ㉡㉢ ④ ㉠㉢ ⑤ ㉠ 	8. ①
	<p>9. 합리적인 용돈 관리 방법을 보기에서 모두 찾아 정답 칸에 글자도 필요해요.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p>① 예산 수립하기 ② 과소비하기 ③ 저축하기</p> <p>④ 용돈 기입장 작성하기 ⑤ 중동구매하기</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p>① ② ③</p> </div>	9. 예산 수립하기, 저축하기, 용돈 기입장 작성하기
	<p>10. 용돈을 바르게 아껴 쓴 사람을 찾아보세요.</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 선물이나 카드는 반드시 사서 선물한다. ② 왜냐나 태아프는 무조건 전문점에서 구입하여 보거나 듣는다. ③ 비싼시장의 물건은 품질이 떨어지므로 구입하지 않는다. ④ 비싼 옷은 무슨 일이 있어도 반드시 구입한다. ⑤ 자주 쓰지 않는 비싼 물건은 임대하여 쓴다. 	10. ⑤
심화 학습	 <p style="text-align: center;"><소비자 보호법></p> <ul style="list-style-type: none"> - 소비자의 기본 권익을 보호하기 위하여 국가, 지방자치 단체 및 사업자의 의무와 소비자 및 소비자 단체의 역할을 규정 - 소비자 보호 시책의 종합적 추진을 위한 기본적 사항을 규정 한 법률 	
분기 보충 학습	 <p style="text-align: center;"><소비의 주체와 소비자의 책임></p> <ul style="list-style-type: none"> - 소비의 주체: 개인, 가게, 단체 - 소비자의 책임 <ol style="list-style-type: none"> ① 비판의식을 가지고 문제점을 지적할 책임 ② 사회적 관심을 가질 책임 ③ 행동으로 옮길 책임 ④ 자연환경을 보호할 책임 ⑤ 단결해야 할 책임 	

정리하기		<p style="text-align: center;"><청소년 소비자의 특성></p> <ul style="list-style-type: none"> - 청소년 소비자는 부모로부터 독립된 소비행동을 하게 된다. - 또래 집단의 영향을 많이 받는다 - 성인소비자가 되기 위한 준비 과정이다. - 가치관의 혼란으로 소비 행동 혼란이 나타난다.
		<p style="text-align: center;"><청소년 소비자의 문제점></p> <ul style="list-style-type: none"> - 모방소비 : 다른 특수집단이나 또래 집단의 소비행동을 그대로 따라하는 행동 - 충동소비 : 자신의 재정적, 사회적, 심리적 결과와 관계없이 충동적으로 제품을 구입하는 행동 - 과시소비 : 다른 사람에게 부를 과시할 수 있는 제품이나 서비스를 구매하고 사용하는 행동
		<p style="text-align: center;"><용돈 관리></p> <ul style="list-style-type: none"> - 예산 수립하기 - 용돈을 합리적으로 사용하기 위해서는 용돈기입장을 작성하여 예산수립을 하는 것이 좋다. - 목표를 세워 그 목표를 달성하기 위해 계획적으로 저축할 수 있다.

2. 사이버 가정 학습과 교사의 면대면 강의식 수업이 중학생의 소비자 태도 및 소비자 교육 지식에 미치는 영향

사이버 가정 학습과 교사의 면대면 강의식 수업이 소비자 태도와 지식에 미치는 효과를 검증하기 위하여 실험집단과 통제집단의 사전검사를 통제후 공변량 분석(ANCOVA)을 실시하였다(표 3 참조). 공변량 분석 결과, 전체 소비자 태도에서 수업의 효과가 유의미하게 나타났다. 실험집단보다 비교집단의 평균이 높게 나타났는데 이는 교사의 면대면 수업이 사이버 가정 학습보다 중학생의 소비자 태도를 향상시키는데 효과적이라고 해석할 수 있다.

그러나 본 연구와는 달리, 수학 교과를 대상으로 한 연구들(김진양, 2006; 정미영, 2007; 김진숙, 2007)에서는 사이버 가정학습이 자기 주도적 학습 능력, 학업 성취도 능력 등을 향상시키는데 효과가 있다는 결과를 보여 본 연구와는 다른 결과가 나타나고 있다. 이러한 차이가 교과의 특성에 의한 것인지 아니면 운영방법 등 다른 요인에 기

인한 것인지는 추후 연구를 통해 규명되어야 한다고 본다.

다음 소비자 태도의 하위 영역별로 수업효과를 살펴보면 구매의사 결정에 대한 태도, 소비자 권리 실천 태도, 소비자 문제 해결 태도에서 수업의 효과가 유의미하게 나타났다.

구매 의사 결정 태도에 미치는 영향을 살펴보면, 실험집단의 사전-사후검사의 평균은 3.15에서 3.17로, 통제집단의 사전-사후검사의 평균은 3.39에서 3.60으로 향상된 것으로 나타나 교사의 면대면 수업의 효과가 사이버 가정 학습의 효과보다 크다고 볼 수 있다.

소비자 권리 실천 태도에 미치는 영향을 살펴보면, 실험집단의 사전-사후검사의 평균은 2.78에서 2.94로, 통제집단의 사전-사후검사의 평균은 2.77에서 3.36으로 향상된 것으로 나타나 교사의 면대면 수업의 효과가 사이버 가정 학습의 효과보다 긍정적이었다고 볼 수 있다.

소비자 문제 해결 태도에 미치는 영향을 살펴보면, 실험집단의 사전-사후검사의 평균은 2.80에서 2.76으로 낮아진 반면 통제 집단의 사전-사후검사의 소비자 문제 해결

태도 점수 평균은 3.02에서 3.47로 향상된 것으로 나타나 교사의 면대면 수업의 효과가 사이버 가정 학습의 효과보다 크다고 볼 수 있다.

마지막으로 소비자 교육의 지식에 미치는 영향을 살펴 보면, 공변량 분석결과 수업의 효과가 유의미하게 나타났다. 실험집단의 사전-사후검사의 소비자 교육 지식 점수 평균은 3.62에서 4.26으로, 통제 집단의 사전-사후검사의 평균은 3.48에서 5.94로 향상된 것으로 나타나, 교사의 면

대면 수업을 받은 학생들이 사이버 가정 학습을 한 학생에 비하여 소비자교육과 관련된 지식의 증가가 더 크다고 볼 수 있다.

공변량 분석 결과를 보면 전체 소비자태도, 3개의 소비자태도 하위영역과 소비자교육에 대한 지식에서 수업효과가 유의미하게 나타나고 있는 것으로 나타났다. 그러나 공변량 분석에서는 사전검사를 통제한 후 수업효과가 유의미한지는 파악할 수 있어도 면대면 수업과 사이버 가정

〈표 3〉 소비자 태도와 소비자 교육 지식에 대한 공변량 분석 결과

집단별 결과 소비자 태도	집단	사전/사후검사	평균	표준 편차	F값 (공변량분석 주효과)	p값
전체 소비자 태도	실험집단	사전검사	2.95	1.61	12.926	0.001***
		사후검사	3.02	0.41		
	비교집단	사전검사	2.93	1.18		
		사후검사	3.25	0.40		
소비 행동 태도	실험집단	사전검사	3.62	0.57	2.198	0.141
		사후검사	3.57	0.71		
	비교집단	사전검사	3.42	0.51		
		사후검사	3.47	0.59		
용돈 관리 태도	실험집단	사전검사	1.91	0.68	0.192	0.662
		사후검사	2.13	0.71		
	비교집단	사전검사	1.76	0.60		
		사후검사	2.11	0.89		
소비자 정보 활용 태도	실험집단	사전검사	2.75	0.73	1.558	0.215
		사후검사	2.89	0.71		
	비교집단	사전검사	2.75	0.80		
		사후검사	3.04	0.80		
구매 의사 결정 태도	실험집단	사전검사	3.15	0.59	5.770	0.018*
		사후검사	3.17	0.62		
	비교집단	사전검사	3.39	0.77		
		사후검사	3.60	0.82		
소비자 권리 실천 태도	실험집단	사전검사	2.78	0.59	11.526	0.001***
		사후검사	2.94	0.68		
	비교집단	사전검사	2.77	0.67		
		사후검사	3.36	0.62		
소비자 문제 해결 태도	실험집단	사전검사	2.80	0.79	14.656	0.000***
		사후검사	2.76	0.84		
	비교집단	사전검사	3.02	0.94		
		사후검사	3.47	0.90		
소비자 교육 지식	실험집단	사전검사	3.62	1.18	7.541	0.008**
		사후검사	4.26	1.87		
	비교집단	사전검사	3.48	1.61		
		사후검사	5.94	1.88		

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

학습 각 수업 방식의 고유한 학습 효과를 나타내주는 통계치가 제시되지 않기 때문에 이를 분석하기 위하여 집단별 사전사후 검사에 대한 대응표본 t 검정을 실시하였다. 대응표본 t검증 분석 결과가 <표 4>에 나타나 있는데, 전체 소비자 태도에서 통제집단의 학습효과는 사전에 비해 사후 점수가 높아지는 유의미한 차이를 나타낸 반면 실험 집단의 학습효과는 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 즉 오프라인상의 교사의 면대면 수업과 비교해서 온라인상의

사이버 가정 학습의 학습효과가 낮은 것은 물론 사이버 가정 학습의 경우는 학습을 했음에도 불구하고 소비자 태도는 유의미하게 향상되지 않음을 알 수 있다.

다음에는 소비자 태도의 하위 영역에 따른 각 수업 방식의 고유한 학습효과를 살펴보겠다. 소비 행동에 대한 태도, 소비자 정보 활용태도, 구매 의사 결정 태도, 소비자 권리 실천 태도, 소비자 문제 해결 태도에서 통제집단의 학습효과는 유의미한 차이를 나타낸 반면 실험집단의

<표 4> 소비자 태도와 소비자 교육 지식에 대한 대응표본 t 검증 결과

집단별 결과 소비자 태도	집단	사전/사후검사	평균	표준 편차	F값 (공변량분석 주효과)	p값
전체 소비자 태도	실험집단	사전검사	2.95	1.61	-1.591	0.118
		사후검사	3.02	0.41		
	비교집단	사전검사	2.93	1.18		
		사후검사	3.25	0.40		
소비 행동 태도	실험집단	사전검사	3.62	0.57	0.522	0.604
		사후검사	3.57	0.71		
	비교집단	사전검사	3.42	0.51		
		사후검사	3.47	0.59		
용돈 관리 태도	실험집단	사전검사	1.91	0.68	-2.497	0.016*
		사후검사	2.13	0.71		
	비교집단	사전검사	1.76	0.60		
		사후검사	2.11	0.89		
소비자 정보 활용 태도	실험집단	사전검사	2.75	0.73	-1.551	0.127
		사후검사	2.89	0.71		
	비교집단	사전검사	2.75	0.80		
		사후검사	3.04	0.80		
구매 의사 결정 태도	실험집단	사전검사	3.15	0.59	-0.205	0.839
		사후검사	3.17	0.62		
	비교집단	사전검사	3.39	0.77		
		사후검사	3.60	0.82		
소비자 권리 실천 태도	실험집단	사전검사	2.78	0.59	-1.797	0.078
		사후검사	2.94	0.68		
	비교집단	사전검사	2.77	0.67		
		사후검사	3.36	0.62		
소비자 문제 해결 태도	실험집단	사전검사	2.80	0.79	0.321	0.749
		사후검사	2.76	0.84		
	비교집단	사전검사	3.02	0.94		
		사후검사	3.47	0.90		
소비자 교육 지식	실험집단	사전검사	3.62	1.18	-3.274	0.001**
		사후검사	4.26	1.87		
	비교집단	사전검사	3.48	1.61		
		사후검사	5.94	1.88		

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

학습 효과는 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 즉 이들 소비자 태도 하위 영역은 교사의 면대면 강의 수업을 통하여 긍정적인 태도가 형성되나 사이버 가정 학습을 통해서 긍정적인 태도 변화를 유도하기는 어렵다고 해석할 수 있다. 그러나 용돈 관리 태도에서는 통계집단과 실험집단 모두 용돈 관리 태도가 유의미하게 향상되었다. 즉 교사의 면대면 수업이든 사이버 가정 학습이든 수업 방법에 상관없이 학생들의 용돈 관리 태도는 수업 후 향상되었다고 볼 수 있다.

또한 소비자 교육에 대한 지식의 경우는 용돈관리 태도와 유사한 경향을 보이고 있는데, 수업 방법에 상관없이 학생들의 소비자 교육에 관한 지식은 수업 후 유의미하게 향상되었지만 오프라인상의 교사의 면대면 수업이 온라인상의 사이버 가정 학습보다 학생들이 소비자 지식을 습득하는 측면에서는 좀 더 효과적인 방법이라고 할 수 있다.

2) 사이버 가정 학습에 대한 만족도

사이버 가정 학습을 받은 실험집단 학생을 대상으로 사이버 가정 학습에 대한 만족도를 조사하였다. <표 5>에서 보듯이, 전체적으로 학생들의 만족도는 3.15로 ‘보통이다’보다 약간 높은 것으로 나왔고 ‘학습량이 적당하다’(M=3.34), ‘나의 수준에 잘 맞는다’(M=3.32), ‘학습한 내용이 이해하기 쉽다’(M=3.26) 항목 등이 상대적으로 만족도가 높은 항목인데 비해 ‘학습 실력이 향상되는 것 같

다’(M=3.06), ‘앞으로 계속해서 사이버 가정 학습을 이용하고 싶다’(M=2.74)는 항목은 만족도가 상대적으로 낮게 나왔다. 향후 사이버 가정 학습에 대한 학생들의 반응은 2.74점으로 중간 수준인 3점 이하로 나타나 다소 부정적인 결과를 보인다고 볼 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 시·공간을 초월한 교육체제로써 교육방법의 새로운 패러다임으로 주목받고 있는 사이버 가정 학습을 활용한 청소년 소비자 교육 수업의 효과를 알아보기 위해 시도되었다.

청소년 소비자 교육의 교수·학습 과정안은 현행 7차 교육과정의 중학교 2학년 기술·가정 교과와 대단원 ‘자원관리와 환경’에서 중단원 ‘청소년과 소비 생활’에 기초를 두어 학교에서 학습하게 되는 학교 소비자 교육 내용에 맞게 구성되었다. 사이버 가정 학습을 진행하기 위하여 ‘소비자 교육’이라는 강좌를 연구자가 개설하고, 『중학교 2학년 기술·가정』에 해당하는 강좌에서 청소년 소비자 교육과 관련된 ‘청소년과 소비 행동’, ‘소비자 정보의 활용’, ‘합리적인 소비생활’, ‘소비자 문제의 발생과 해결’의 4차시를 강좌를 선정하였다. 사이버 가정 학습 강좌는 학습 안내 → 학습활동 → 평가하기 → 분기 → 정리하기의 5

<표 5> 사이버 가정 학습에 대한 만족도

설문 문항	평균	표준편차	순위
1. 학습내용에 흥미가 있다.	3.26	1.16	3
2. 나의 수준에 잘 맞는다.	3.32	1.04	2
3. 실력향상에 도움이 된다.	3.16	1.13	5
4. 학습량이 적당하다.	3.34	1.06	1
5. 학습한 내용을 이해하기 쉽다.	3.18	1.12	4
6. 학습 실력이 향상되는 것 같다.	3.06	1.11	7
7. 앞으로 계속해서 사이버 가정 학습을 이용하고 싶다.	2.74	1.19	8
전체	3.15	0.91	6

단계로 구성되어 있으며, 매체의 화면 구성은 애니메이션과 동영상상을 통하여 제시되었다.

사이버 가정 학습을 활용한 청소년 소비자 교육이 소비자로서의 태도 및 소비자 교육에 대한 지식에 어떠한 영향을 미치는가를 검증하기 위하여 연구자가 재직하고 있는 경기도 내의 S중학교 학생을 실험집단과 비교 집단으로 나누었다. 실험집단은 온라인상의 사이버 가정 학습 4차시 수업을 이수하도록 하였는데, 사이버 가정 학습은 학습자들에게 융통성 있는 학습을 가능하게 하는 환경이므로 접속 빈도나 접속 시간은 제한하지 않았다. 같은 기간 동안 통제집단은 오프라인상에서 교사의 면대면 수업을 하였는데 사이버 가정 학습과 동일한 학습 진행을 하였다. 오프라인상에서의 교사의 면대면 수업과 온라인상에서의 사이버 가정 학습을 실시한 후 수업 효과를 알아보기 위한 검증은 공변량 분석을 하였다. 그리고 각 학습 방법만의 고유한 학습 효과를 알아보기 위해 집단별 사전사후 검사에 대한 짝 t 검정을 실시하였다.

이상의 절차를 거쳐 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다.

첫째, 사전검사를 공변인으로 통제한 상태에서 공변량 분석을 한 결과 전체 소비자태도, 구매의사 결정 태도, 소비자 권리 실천 태도, 소비자 문제 해결 태도에서 유의미한 수업 효과가 나타났다. 그리고 각 학습 방법만의 고유한 학습 효과를 알아보기 위해 집단별 사전사후 검사에 대한 짝 t 검정을 실시한 결과 오프라인상의 교사의 면대면 수업은 전체 소비자태도, 소비행동 태도, 용돈관리 태도, 소비자 정보 활용 태도, 구매의사 결정 태도, 소비자 권리 실천 태도, 소비자 문제 해결 태도를 유의미하게 향상시켰지만, 사이버 가정 학습의 경우는 학습을 했음에도 불구하고 용돈 관리 태도를 제외한 소비자 태도를 유의미하게 향상시키지 못한 것으로 나타났다. 학생들의 실제 소비생활에서 실천적이며 체험적인 행동의 기반이 되는 소비생활 태도부분을 향상시키기 위해서는 학생과의 직접적이고 즉각적인 상호 작용과 피드백을 통한 오프라인상의 면대면 수업을 1차적으로 하면서 이를 강화하고 보완하기 위한 방법으로 추가적인 사이버 가정 학습을 실시한다면 보다 효과적인 학습의 효과를 나타낼 수 있으리라 기대한다. 왜냐하면 사이버 가정 학습이 교사의 면대면

수업과 비교하여 상대적으로 소비자 태도점수를 향상시키는 않았다 할지라도 사이버 가정 학습 이후 일부 소비자태도 점수가 향상된 결과를 나타내었기 때문에 두 가지 학습 방법의 결합은 미약하게나마 추가적인 태도 향상 결과를 가지고 올 수 있으리라 사료된다.

둘째, 사전검사를 공변인으로 통제한 상태에서 공변량 분석을 한 결과 소비자 교육에 관한 지식에서 유의미한 수업효과를 나타내고 있었다. 그리고 각 학습 방법만의 고유한 학습 효과를 알아보기 위해 집단별 사전사후 검사에 대한 대응 표본 t 검정을 실시한 결과 오프라인상의 교사의 면대면 수업과 온라인상의 사이버 가정 학습 모두 소비자 교육 지식 점수가 유의미하게 향상되었지만 교사의 면대면 수업이 사이버 가정 학습보다 학생들의 소비자 교육 지식을 습득하는 측면에서는 좀 더 효과적인 방법이라고 할 수 있다. 오프라인상의 면대면 수업은 1차시 당 45분을 기준으로 일주일동안 총 4차시 수업이 이루어졌고, 온라인상의 사이버 가정학습을 한 실험집단은 일주일 동안 접속 빈도나 접속 시간은 제한 없이 학습하도록 하였다. 하지만 아직 중학교 학생들은 자기 통제력이나 자기 조절력이 대부분 부족하여 규제나 제약이 없는 자유로운 사이버 환경에서 학습 시간 내내 학습에 집중할 수 있는 능력들이 부족한 듯하다. 그러므로 사이버 가정 학습의 다양한 콘텐츠를 경험하여 학생들의 흥미가 자극되기는 했지만 소비자 지식에서 면대면 강의식 수업에 비해 향상된 학습효과를 가져오지는 못하였다. 온라인상에서의 사이버 가정 학습이 청소년 소비자의 지식을 향상시키기 위해서는 교사의 면대면 수업이 병행되어야 하며, 본 연구자가 추론하고 있는 학생들의 자기 통제력이나 자기 조절력 부족에서 오는 사이버 가정 학습의 비효율적 요인 이외에 다른 요인을 규명할 수 심층적인 연구를 하여 이를 보완 할 수 있는 방안을 마련하는 것이 필요하다고 본다. 그러므로 사이버 가정 학습으로 모든 수업을 실시하는 것보다 교사의 면대면 수업을 보완하는 방법으로 실시한다면 학생들의 소비자 지식 습득의 측면에서 효과적이라고 할 수 있다.

셋째, 사이버 가정 학습에 대한 만족도는 학습량과 학

습 내용에 대한 만족도는 높았으나 학습 실력의 향상면에서는 만족도가 낮아 차후 사이버 학습의 이용에 낮은 만족도를 나타냈다. 사이버 가정 학습은 면대면 수업과 비교하여 다양한 콘텐츠를 통한 시각적인 호기심을 자극한다. 오프라인상의 면대면 수업에서의 교사의 의도적인 반복 학습 유도는 학생들에게 높은 성취 결과를 이끌어내다고 할 수 있다. 그러나 온라인상의 사이버 가정 학습에서는 학습의 반복을 학습자가 유도해야 하므로 자발적인 학습 참여가 필요하며, 수업 시간의 통제가 불가능하므로 자기 조절력 및 조작의 미비, 부적절한 컴퓨터 환경에 학습자 스스로가 대처할 수 밖에 없다. 이러한 결과는 사이버 가정학습의 다양하고 변화 있는 학습 내용의 흐름은 호기심을 유발하지만, 학습 능력 향상에는 많은 도움을 받지 못한다는 것을 알 수 있다.

따라서 본 연구 결과를 볼 때 모든 수업을 사이버 가정 학습으로 대체하는 것은 학습의 효과 측면에서 볼 때 아직까지는 비효율적이라고 볼 수 있으므로 교사의 면대면 수업을 보조할 수 있는 역할을 할 수 있도록 교수 설계를 하여 총 학습효과를 향상시킬 수 있도록 하는 것이 바람직하다고 할 수 있다.

이러한 본 연구의 결과를 기초로 하여 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, e-러닝을 활용한 사이버 학습의 적절한 적용 방법을 모색해야 할 것이다. 본 연구에서는 태도 수준에서 사이버 학습의 수업 효과가 긍정적으로 나타나지 않았다. 하지만 사이버 학습은 현대 교육의 새로운 패러다임을 제시할 수 있는 수단이 되는 만큼 면대면 수업과 같이 즉각적인 피드백과 상호 작용이 가능하고 교사와 학생과의 충분한 인간적인 관계의 장이 마련될 수 있는 사이버 화상 수업 모형 형태의 개발도 의미 있는 연구가 될 것이다.

둘째, 본 연구에는 사이버 환경에 익숙한 청소년들의 사이버 학습의 내용과 학습량에는 만족도가 높게 나온 반면 실력 향상에 도움이 되는 학업 성취 만족도는 높지 않게 나왔다. 따라서 학습자의 지식 측면에서 향상된 학업 성취 효과를 볼 수 있는 사이버 학습 운영의 보완이 필요하다고 본다.

셋째, 본 연구에서는 1주일에 집중해서 총4차시 수업을 실시하였는데 이는 주1회씩 4주에 걸쳐 총4차시 수업을 실시한 것과는 학습 효과에 차이가 있으리라 예상된다. 따라서 차후 연구에서는 시간 간격을 좀 더 길게 하여 수업을 실시하여 학습효과를 분석할 필요가 있다.

참고문헌

- 교육인적자원부(2004. 5). **새로운 교육혁신 e-learning 학습 체계 구축(안)**.
- 권미화(2000). **청소년소비자의 소비가치와 소비행동의 합리성**. 서울대학교 박사학위논문.
- 권성호(2006). **2005년도 사이버가정학습 효과성 분석 연구**. 한국교육학술정보원.
- 김상현(2006). **이러닝 특성과 사용자의 전반적 만족 및 재이용 의향과의 관계**. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 김숙희(1996). **청소년 소비자의 소비 행태 및 소비자 기능**. 건국대학교 석사학위 논문.
- 김진숙(2007). **사이버가정학습의 학습만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구**. 성균관대학교 석사학위논문.
- 김진양(2006). **사이버 가정학습 사례 분석을 통한 자기주도적 학습 참여도 활성화에 관한 연구**. 중부대학교 석사학위논문.
- 김희진(2007). **청소년의 가정과 학교 소비자 교육 경험과 현황**. 성신여자대학교 석사학위논문.
- 노진덕(2001). **사이버 교육의 학생만족도에 영향을 미치는 교수·학습 및 행정변인에 관한 연구**. 광운대학교 대학원 박사학위논문.
- 문성애(1991). **청소년 소비자 문제의 경험 및 관련 변수**. 충남대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 박성희·주영주·봉미미(2007). **사이버가정학습의 효과성 인식과 만족도 연구**. **교육공학연구** 23(3), 59-87.
- 박치동(2004). **사이버 가정학습 서비스 흐름: 사이버가정학습 운영모델**. 광주광역시교육청.
- 배순영(2001). **온라인 소비자교육 체계 구축방안 연구: 아동, 청소년 소비자교육을 중심으로**. 한국소비자보호원 연구보고서.

산업자원부(2003). **e-러닝 백서**.

서정희(1991). **소비자 주권에 관한 연구**. 서울대학교 대학원 박사학위논문.

용진희(2008). **청소년 과시소비성향에 관한 연구**. 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문.

유영만(2001). 학습개체 개념에 비추어 본 지식경영과 e-Learning의 통합 가능성과 한계. **교육공학연구** 17(2), 53-89.

이금옥(2007). **사이버가정학습 학습자 만족도 요인 분석**. 전주교육대학교 교육대학원 석사학위논문.

이기춘(1985). **소비자 교육의 이론과 실제**. 서울: 교문사.

이기춘(2000). **소비자 교육의 이론과 실제**. 서울: 교문사.

이명근(1999). 사이버학습자의 학습적응과정 분석. **교육공학연구** 15(3), 83-98.

이재기(2004). **청소년 소비자의 소비행태 및 경제교육 방안에 관한 연구**. 동의대학교 대학원 박사학위논문.

임정훈 · 정인성(1998). 웹 기반 가상수업의 상호작용과정에서 발생하는 학습자의 인지적 · 심리적 변화 사례연구. **교육공학연구** 14(3), 331-357.

임정훈(1999). 웹 기반 가상수업에서 온라인 토론 촉진을 위한 설계전략 탐색. **교육학 연구**, 37(2), 249-270

임채현(2005). **e-learning 사이버가정학습의 실태 및 효과에 대한 연구**. 창원대학교 교육대학원 석사학위논문

정미영(2007). **사이버가정학습을 통한 수학과 자기주도적 학습 능력 향상에 관한 연구**. 한국교원대학교 석사학위논문.

최명숙(2005). **e-러닝과 학교 교육**. 대구광역시 교육청.

최선혜(2007). **사이버 가정학습 운영상의 문제점 연구**. 경북대학교 교육대학원 석사학위논문.

콘텐츠미디어(2003). **e-러닝 지도 실무**.

홍미형(2003). **중학교 소비자교육의 문제점과 개선방안 연구: 「기술·가정」 교과를 중심으로**. 고신대학교 석사학위논문.

Brain, Ginger & Sbastian(2000). e-Learning: the Engine of knowledge ecoomy, in Morgan Keegan's, LA-HALL press.

<국문요약>

본 연구는 청소년 소비자교육을 위한 사이버 가정 학습 교수-학습 과정안을 개발하여 사이버 가정학습을 실시 한 후 이의 학습효과를 교사의 면대면 수업과 비교하기 위하여 시도 되었다.

이에 청소년 소비자 교육의 교수-학습 과정안은 현행 7차 교육과정의 중학교 2학년 기술가정 교과와 대안원 ‘자원 관리와 환경’에서 중단원 ‘청소년과 소비 생활’에 기초를 두어 학교에서 학습하게 되는 학교 소비자 교육 내용에 맞게 구성되었다. 사이버 가정 학습을 진행하기 위하여 ‘소비자 교육’ 이라는 강좌를 연구자가 개설하고, 『중학교 2학년 기술·가정』에 해당하는 강좌에서 청소년 소비자 교육과 관련된 ‘청소년과 소비 행동’, ‘소비자 정보의 활용’, ‘합리적인 소비생활’, ‘소비자 문제의 발생과 해결’의 4차시 강좌를 선정하였다. 사이버 가정학습 학습 강좌는 학습안내→학습활동→평가하기→분기→정리하기 의 5단계로 구성되어 있으며, 매체의 화면 구성은 애니메이션과 동영상을 통하여 제시되었다.

학습 효과를 비교하기 위해 중학교 2학년 남녀 학생을 100명을 대상으로 실험집단에게는 사이버 가정 학습을 이수하도록 하고, 통제 집단에게는 오프라인 상의 교사의 면대면 수업을 실시한 후 공변량 분석과 대응표본 t 검증을 하였는데, 전체 소비자 태도와 일부를 제외한 소비자태도 하위 영역과 소비자 교육에 관한 지식 에서 유의미한 수업 효과를 보였고, 각 학습 방법만의 고유한 학습 효과 또한 전체 소비자 태도와 일부를 제외한 소비자태도 하위 영역에서 유의미한 영향을 미쳤다. 교사의 면대면 강의식 수업이 사이버 가정 학습보다 소비자태도와 지식을 향상 시키는데 보다 효율적으로 나타나 사이버 가정 학습은 교사의 면대면 수업을 보조할 수 있는 역할을 할 수 있도록 교수 설계를 하는 것이 바람직하다고 할 수 있다.

■ 논문접수일자: 2009년 4월 6일, 논문심사일자: 2009년 4월 7일, 게재확정일자: 2009년 6월 20일