

평생교육에 대한 공유기대가치 연구

김철호

청주대학교 광고홍보학과

Shared Value Expectation on Lifelong Education

Chul-Ho Kim

Department of Ad & PR, Cheongju University

요약 본 연구의 목적은 평생교육에 대한 이용자의 공유기대가치 구성 요소를 융복합적 측면에서 접근, 정량적으로 확인하는데 있다. 선행연구 검토와 심층인터뷰 및 설문조사 실시 등, 2차 자료 수집과 1차 자료 수집, 그리고 정량적·정성적 방법론을 동시에 실시한 결과, 평생교육에 대한 이용자의 공유기대가치 구성요소는, 10개 관점, 27개 구성개념, 81개 측정 항목으로 정리되었다. 확인적 요인분석 결과, 잠재적 측정모형은 적합한 것으로 확인되었고, 구성요인에 대한 개념타당성, 수렴타당성, 내적일관성 및 구성 개념 간의 판별타당성 등도 적절한 것으로 나타났다. 연구결과로 정리된, 평생교육에 대한 이용자의 공유기대가치 구성요소는 융복합적 측면을 바탕으로 평생교육에 대한 이용자의 다양한 기대가치를 보여주는 바, 본 연구는 이론의 학제적 구축 측면에서, 다양한 분야로부터 평생교육에 대한 이용자의 공유 기대가치를 체계적으로 파악하는데 기여할 것으로 판단되며, 전략적 측면에서, 평생교육의 기획·관리·운영에서 이용자 욕구의 범주화 된 파악과 이에 상응하는 프로그램의 기획·개발에 기여할 것으로 판단되며, 관리적 측면에서, 평생교육 이용자의 공유기대가치에 대한 효과의 정량적 파악에 현실적인 도움을 줄 것으로 판단된다.

주제어 : 평생교육, 기대가치, 공유가치, 공유기대가치, 융복합적 분석, 학제적 분석

Abstract The purpose of this study is to confirm the components of users' shared value expectation(SVE) on lifelong education through convergent approaches. After reviewing primary data and collecting secondary data with quantitative and qualitative research methodologies, the components of users' SVE on lifelong education were categorized into 10 perspectives, 27 measured variables, and 81 questions. After conducting a confirmatory factor analysis, the latent measurement model was confirmed as reasonable. Internal reliability, construct-convergent-discriminant validity were also confirmed as reasonable. In a viewpoint that builds interdisciplinary theory, this research may help grasp users' SVE on lifelong education with interdisciplinary approaches. In a strategic viewpoint, this study may contribute to both understanding categorized users' value expectation and planning/executing suitable programs that can meet the expectations. In a managerial viewpoint, this result may help measure the effectiveness of SVE on lifelong education quantitatively.

Key Words : Lifelong Education, Value Expectation, Shared Value, Shared Value Expectation, Convergent Analysis, Interdisciplinary Analysis

Received 12 October 2015, Revised 14 November 2015
Accepted 20 December 2015
Corresponding Author: Kim, Chulho(Cheongju University)
Email: philosea@cju.ac.kr

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ISSN: 1738-1916

1. 서론

현대 사회에서의 평생교육은, 시간과 공간을 초월한 교육의 본질적 목적과 역할, 고령화 사회에서의 장기적 인 삶의 수준 향상, 자아의 조화로운 활성화, 환경의 변화에 따른 적응력의 지속적 환기 및 사회의 바람직한 관계 유지 필요성 등과 통합적으로 관계되어 개인과 사회, 그리고 자의적 생활 환경과 국가/조직 시스템에 의한 규범적 생활 환경 모두에서 의미하는 바가 적지 않다. 선행 연구에서는 평생교육이 학습자 개인의 실용적 필요성[1], 지역 공동체 활성화[2], 대인관계의 확대[3] 측면에서 중요함을 제시하고 있는데, 이러한 연구들은 평생교육이 개인, 사회, 공동체 조직 모두에게 의미가 있으며, 관련 주체 모두의 지속적인 관심과 참여가 필요한 개념임을 환기시키고 있다. 하지만 평생교육이 인간의 활동과 관련된 다양한 분야에서의 욕구와 필요성을 지속적으로 반영하여 이를 프로그램으로 기획, 개발, 운영하고 있음을 고려해볼 때, 학제적 측면에서 평생교육을 통해 이용자들이 궁극적으로 공유하고자 하는 기대가치가 무엇인지에 대한 연구와 관리적·실용적 측면에서 이들 공유기대 가치를 어떻게 측정하여 실무에 효율적으로 적용할 것인가에 대한 연구는 미비한 실정이다.

공유기대가치(Shared Value Expectation)는 특정 사회·조직의 가치 제고 및 질적·양적 확대를 위해, 관련된 활동의 주체들이 상호작용을 통해 공유하는 기대가치를 의미한다. 여기서의 호혜적 상호작용은, 상호 간 혜택의 교환과 공유의 가능성이 전제가 되는 자발적인 상호작용을 의미하며, 행동의 주체는, 정보 이용자, 소비자, 학습자 등 상호작용을 통해 자신이 원하는 가치의 획득과 경험을 기대하는 행동의 주체를 의미한다. 사실, 기대가치(Value Expectation)가 소비자 스스로 다양한 마케팅 커뮤니케이션 활동에 참여토록 이끄는 강한 동인(動因)[4]으로 기능하고 있음에도 불구하고, 학제적·실용적 측면에서의 기대가치(Value Expectation) 연구는 많지 않은 실정이고, 나아가 소비자, 학습자, 정보수용자로서의 상호작용 주체의 인지적 공유와 가치 확장의 전제가 되는 공유기대가치에 대한 연구는 아직 활성화 되지 않은 실정이다.

이에 따라 본 연구는 평생교육에 대한 이용자의 공유기대가치 구성 요소를 학제적으로 접근하고 정량적으로

유목화 하여, 향후 평생교육 프로그램의 기획, 개발, 운영, 관리 및 사후 평가에 현실적인 도움이 되고자 하는 목적 하에 수행되었다.

2. 이론적 배경

2.1 평생교육

평생교육은 인간의 생애 주기에 걸쳐, 시간과 공간의 개념을 초월하여, 학습자의 목적과 사회의 요구, 시대적 필요성 등을 고려하여 진행되는, 모든 형태의 교육을 의미한다. 경제 성장에 따른 생활의 질 향상과 여가 시간의 확대, 의학의 발전에 따른 기대 수명의 연장 및 고령화 사회에로의 진입, 하이테크와 네트워크 기반 미디어의 발전에 따른 사회와의 바람직한 관계유지 필요성 등은, 행동의 주체이자 삶의 주체인 개인으로 하여금 자아의 조화로운 활성화와 존재감의 확인, 취미 활동과 관심 분야의 학습을 통한 개인의 유보된 욕망 충족, 소속감의 확인과 탈 고립을 위한 자발적 재사회화 등에 관심을 갖게 하는데[5], 이러한 관심은 평생학습사회의 도래[6]와 더불어 생애 주기 전반에 걸친 평생교육의 중요성을 지속적으로 환기시키고 있다. 사실, 평생교육이 개인, 사회, 환경의 필요성에 의해 다양화 되고 있는 바, 평생교육의 범위는 인간의 인지적 사고와 이에 기반 한 활동이 적용되는 모든 분야에서 존재하는데, 이러한 관점은 평생교육의 기획, 운영, 관리가 다양한 관점과 학제적 측면에서 진행되어야 함을 함축한다. <Table 1>은 평생교육의 필요성에 대한 학제적 배경을 선행연구[5]를 참조하여 정리한 것이다.

<Table 1> Interdisciplinary Perspectives on Considering the Importance of Lifelong Education¹⁾

| Perspective | Explanation |
|-------------|--|
| Education | -The actualization of the unification and switching between the vertical education system and the parallel education system centering on houses, schools, and society due to the change of human development levels. |

1) 김철호. 2014. 평생교육 참여동기가 통제된 열등의식 해소, 유보된 욕망 충족, 자발적 재사회화에 미치는 영향. 디지털융복합연구. 12(11). pp.517~518.에서 수정 인용.

| | |
|-------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> -The realistic symbiosis between the traditional school system with an education program focusing on time and place and a practicality-based education program deviating from time and place. -The basing of the justification and perspective of necessity of education itself. |
| Economy | <ul style="list-style-type: none"> -The increase in time and disposable income due to the development of the economy. -The increase of appropriateness and the expansion of lifelong education's supply and demand in both quantitative and qualitative aspects. |
| Society | <ul style="list-style-type: none"> -Increasing the need of Voluntary Resocialization -Continual arousal of the need of adaptability related with social changes |
| Welfare | <ul style="list-style-type: none"> -The increase of life expectancy due to the increase of medical technique. -The stabilization of an aging society. -The spreading of desire and level of consciousness due to the systemization of advanced and universal welfare. |
| Culture | <ul style="list-style-type: none"> -The expansion of trade among different cultures due to the universalization of the global environment. -The generalization of multicultural families. -The increase of desire of cultural sharing based on diversity. |
| Marketing | <ul style="list-style-type: none"> -Targeting consumers who have increased available time due to the settling of a 5 working day per week system. -The continuous productification of services and ideas. -The increase of the program's strategic development due to the systemization of lifelong education in the perspective of administrative management. |
| Consumer Behavior | <ul style="list-style-type: none"> -The increase of desire for hobbies in all generations. -The generalization of preparation for a second life after retirement. -The routinization, generalization and spreading of the desire for a better life. |
| Psychology | <ul style="list-style-type: none"> -The vitalization of reserved desire of elderly consumers. -The desire to rest and break away from a tense competition-based life and work. -The desire for confirming self-realization and self-existence. -The desire to release the previously controlled sense of inferiority. |
| Communication | <ul style="list-style-type: none"> -The increase of new communication methods applying new communication tools. -The continuous activation of a communication environment focusing on mutual interaction. |
| Media Industry | <ul style="list-style-type: none"> -The continuous appearance of up-to-date media and its increasing familiarization. -The continuous marketing and commercialization of new media. -The increase of reorganization and unification among media industries. |
| Technology | <ul style="list-style-type: none"> -The omnipresence of a cyber world that overcomes the limits of time and space. -The generalization of a social structure based on high technology. |

그 동안 평생교육에서 학습자의 태도와 관련된 연구는, 평생교육 참여 동기와 평생교육에 대한 만족이 대표적으로 진행되어 왔다. 평생교육 참여 동기 연구는, 동기의 유형 중심 연구와 동기의 인지 주체 중심 연구로 대별할 수 있는데, 동기의 유형 중심 연구는, 평생교육 동기를 활동지향형, 목적지향형, 학습지향형으로 접근한 연구 [25] 이후, 교육 참여 동기 척도(REPS: Reason for Educational Participation Scale)[7], 외재적 수단적 동기와 내재적 본질적 동기[8], 내재적 동기와 외재적 동기[9], 소비자 가치 지향행동 중심의 외면적 동기(실용적, 오락적, 관계적)와 학습자의 자아활동 중심의 내면적 동기(자아실현, 자아존재, 자아참여)[5], 관계적, 목표지향적, 실용적, 오락적 동기[10] 등의 연구가 진행되어 왔다. 동기의 인지 주체 중심 연구는, 노인 세대의 동기 연구[11,12], 여성 학습자의 동기 연구[13], 대학부설 평생교육원 이용자의 동기 연구[10,14,15], 유통업체 문화센터 이용자의 동기 연구[5] 등이 진행되어 왔다.

한편, 평생교육에 대한 만족 연구는, 독립변인으로서 만족의 영향과 종속변인으로서의 만족에 미치는 영향으로 구분할 수 있는데, 독립변인으로서 만족의 영향에 대한 연구는, 만족이 긍정적 학습 성과를 유도하고[16], 평생교육 학습자의 긍정적 권유 의도와 지속 수강 의도에 영향을 미치고 있음[10]을 제시하고 있다. 종속변인으로서의 만족에 미치는 영향에 대한 연구는, 학습자 욕구 충족에 기반 한 프로그램의 개발이 필요하고[11], 평생교육 기관의 서비스가 학습자의 만족에 긍정적인 영향을 미치고[17], 학습 참여 동기가 교육에 대한 만족을 유도하고 [18], 동기가 학습자의 만족도와 행복감을 제고하고[19], 관계적, 목표지향적, 실용적, 오락적 동기가 평생교육 학습자의 만족에 긍정적 영향을 미치고 있음[10]을 제시한다.

비록 변인들 간의 중복된 부분이 존재하지만, 이러한 연구 결과는, 학습자 개인의 내면적 요인으로서의 동기 뿐만 아니라, 평생학습 기관의 특성, 지원, 및 서비스 등 다양한 변인들이 평생교육 학습자의 만족에 영향을 미치고 있으며 여기에 만족의 개념이 다차원적으로 구성되는 바, 평생교육에 대한 학습자의 만족을 이해하기 위해서는, 만족에 영향을 미치는, 다양한 분야로부터의 변인들을 학제적 측면에서 살펴보아야 함을 함축적으로 보여준다.

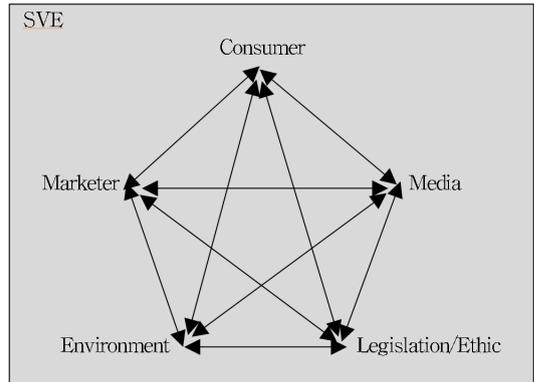
2.2 공유기대가치

공유기대가치(Shared Value Expectation)는 경영전략 및 기획·관리 분야에서 파생된 공유가치(Shared Value)와, 마케팅 커뮤니케이션 및 소비자 심리 분야에서 주목 받고 있는 기대가치(Value Expectation)를 학제적으로 융합/통합한 개념이다. 이는 기대가치(Value Expectation)가 커뮤니케이션 행동의 주체로 하여금 다양한 마케팅 커뮤니케이션 활동에 참여토록 유도·자극하는 동인(動因)으로 기능[5,20,21]는 것처럼, 공유기대가치가 소비자, 마케터, 환경·생태, 법·윤리 등 사회의 제반 활동 주체들 간의 상호 교차적인 기대가치의 공유 필요성을 전제로 하고 이렇게 공유된 기대가치는 각각의 활동 주체로 하여금 다양한 사회 활동에 자발적으로 참여하여 관계를 유지하며 본연의 목표와 연계된 공유 가치의 질적·양적 확대에 기여하도록 유도·자극하는 동인(動因)이 될 수 있다는 시각에 따른 것이다. [Fig. 1]은 소비자와 관련된 주요 활동 주체 간의 공유기대가치를 개념화 한 것이다. 이는 기대가치가 공유되는 환경에서, 소비자, 마케터, 미디어, 환경·생태, 그리고 법·윤리 간의 호혜적 상호작용을 보여준다.

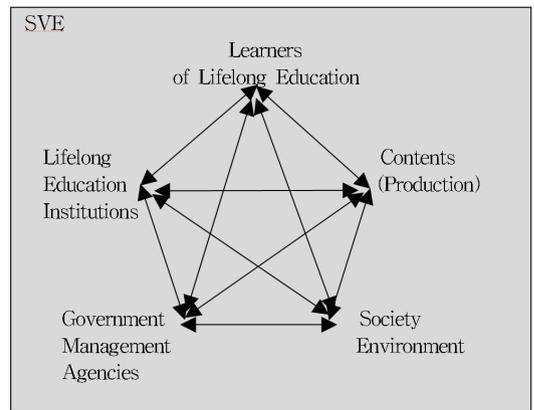
선행연구에서는 공유가치의 창출이, 경제적·사회적 가치의 총량 확대와 관련되고, 사회적 발전과 연계한 효율성, 시장 확대, 차별화에 기여[22]하고, 소비자가 인식하는 기업의 이미지에 영향[23]을 미치고 있음을 제시한다. 이는 공유가치가 관련 주체의 활동과 관련된 미시적·거시적 관점에서의 가치들의 궁극적 확대를 지향하고, 사회와 상호작용을 통한 효율적이면서도 호혜적인 성장을 지지하고 있음을 의미한다.

이렇게 볼 때, 커뮤니케이션과 소비자 심리 등 사회과학 분야에 접목된 개념으로서의 공유기대가치(Shared Value Expectation)는 특정 사회·조직의 가치 정립 및 이의 질적·양적 확대를 위해, 관련된 활동의 주체들이 상호작용을 통해 공유하는 기대가치를 의미하고, 평생교육에서의 공유기대가치는 교육과 전략 경영, 마케팅, 커뮤니케이션, 소비자 행동 등이 학제적으로 융합된 개념으로서, 평생교육의 관련 주체들이 평생교육의 가치 정립 및 이의 질적·양적 확대를 위해 상호 교차적으로 공유하는 기대가치를 의미한다. 이에 따라, 평생교육에서의 공유기대가치는, 평생교육과 관련된 개별 주체들이, 평생교육에의 자발적 참여를 통해, 각자의 목적과 연계된 가치를 찾

고, 이를 질적·양적으로 확대할 수 있도록 이끄는, 동인(動因)으로 기능한다. [Fig. 2]는 평생교육 이용자를 둘러싼 주요 활동 주체 간의 공유기대가치를 개념화 한 것이다. 이는 기대가치가 공유되는 환경에서, 평생교육 이용자, 평생교육기관, 콘텐츠 개발사, 국가 관리기관, 그리고 사회·환경 간의 호혜적 상호작용을 보여준다.



[Fig. 1] Shared Value Expectation(SVE) among Agents related with Consumers



[Fig. 2] Shared Value Expectation(SVE) among Agents related with Lifelong Education

3. 연구방법

3.1 조사의 개요

본 연구의 목적이 평생교육에 대한 이용자의 공유기대가치 구성 요소를 학제적 측면에서 접근, 정량적으로

확인하는데 있는 바, 조사와 그 결과에 대한 통계 분석이 적용되었다. 조사 지역과 장소는 서울에 소재한 대학부설 평생교육원과 유통업체 부설 문화센터를 선정하였고, 평생교육 프로그램은 별도의 제한 없이 해당 평생교육원과 문화센터가 제공하는 프로그램을 대상으로 하였다.

조사 대상은 선행연구[5,10]를 참조, 대학부설 평생교육원 또는 유통업체 부설 문화센터에서, 지난 1년 동안, 1개월 이상 수강한 4050세대 300명을 무작위로 선정하였다. 4050세대를 대상으로 선정한 이유는, 45세 이상 학습자의 학습 성도가 상대적으로 더 높고[24], 4050세대가 평생교육의 주요 학습 대상으로서 경제력을 갖추고 미래를 준비하는 세대[5]라는 선행연구를 참조한 것이고, 1개월 이상의 수강자를 대상으로 선정한 이유는, 1개월 이상 수강을 했다면 이들이 이미 수강의 목적과 동기를 사전에 충분히 검토하고 학습에 참여하였을 것으로 판단한 선행연구[5]에 따른 것이다. <Table 2>는 조사 참여자의 인구통계학적 분포를 정리한 것이다.

<Table 2> Demographic Data for Respondents

| Institute | Gender | Age | Number | % |
|---------------------------------------|--------|-----|--------|------|
| LE Center at Colleges | Male | 40 | 40 | 12.5 |
| | | 50 | 40 | 12.5 |
| | Female | 40 | 40 | 12.5 |
| | | 50 | 40 | 12.5 |
| LE Center at Distribution Enterprises | Male | 40 | 40 | 12.5 |
| | | 50 | 40 | 12.5 |
| | Female | 40 | 40 | 12.5 |
| | | 50 | 40 | 12.5 |
| Total | | | 320 | 100 |

3.2 조사과정 및 내용

평생교육에 대한 공유기대가치의 측정은 본 연구가 탐색적 성격을 띠고 있는 만큼 선행연구가 많지 않은 바, 기대가치 측정과 관련된 선행연구[4,21]의 조사 방법을 그대로 적용하여 진행하였다. 이에 따라, 먼저 2차 자료(Secondary Data) 조사로서의 선행연구의 확인 및 정리가 실시되었는데, 평생교육의 목적, 효과, 장점 등이 학습자의 공통된 혜택 중심으로 검토되었다. 이어서 1차 자료 조사로서는 정성적 조사로서 심층 인터뷰(In-Depth Interview)가, 정량적 조사로서는 사전설문조사(Pre-Test)가 실시되었다. 정성적 조사로서의 심층 인터뷰는, 40대 남녀 각각 3명, 50대 남녀 각각 3명 등 총 12명을 대상으로, 이들이 평생교육을 통해 타인과 공유하기를 원하는

것이 무엇인지에 대해, 형식에 제한을 두지 않은 편안한 대화로 진행되었다. 정량적 조사로서의 사전 설문조사는, 대학부설 평생교육원 또는 유통업체 부설 문화센터를 1개월 이상 이용한 경험이 있는 40대 남녀 각각 5명, 50대 남녀 각각 5명 등 총 20명을 대상으로 실시되었다. 조사자는 평생교육을 통해 타인과 공유하기를 원하는 것이 무엇인지를 설문으로 묻고, 응답자는 형식의 제한 없이 2-3개 이내의 단어로 평소의 생각을 적도록 안내되었다.

다음 단계에서는 2차 자료와 1차 자료를 통해 추출된 키워드를 활용한 설문지(Questionnaire)의 체계화와, 이를 바탕으로 한 본 조사(Main Survey)가 실시되었다. 할당 표집에 의해, 대학부설 평생교육원에, 그리고 이와 별도로 유통업체 부설 문화센터에 1개월 이상 수강 경험이 있는, 4050세대 남녀, 각각 40명씩 총 320명이 본 조사에 할당되었고, 설문에서의 불성실한 응답은 할당 집단 별 추가 표집을 실시하여, 총 320개의 유효 응답이 최종 분석에 사용되었다. 데이터의 분석을 위한 통계 프로그램으로는 SPSS 21과 AMOS 21이 사용되었다. 요인 간 범주화의 적합도를 확인하기 위해 탐색적 요인분석이 실시되었고, 직각회전을 통해 Eigen Value값이 1 이상인 요인들이 추출되었다.

분석 결과, 1개 구성 개념(경제성)의 2개 측정 항목을 제외한 측정 항목들의 요인 적재량은 모두 0.6 이상으로 나타났고, 각 구성 요인 별 Cronbach 계수는 모두 0.7 이상으로 나타나 평생교육에 대한 이용자의 공유기대가치 구성 요소는, 81개 측정 항목과, 이를 유목화 한 10개의 관점의 27개 구성 개념으로 최종 정리되었다. <Table 3>은 평생교육 공유기대가치 구성 요소에 대한 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석 결과를 정리한 것이다.

이어서, 확인적 요인분석을 통해 측정모델의 적합도, 개념타당성, 수렴타당성, 판별타당성 등이 검토되었고, 그 결과, 잠재적 측정모델은 적합한 것으로 확인되었다 ($\chi^2=3438.071$, $df=2808$, $p=0.00$, $NFI=0.855$, $RFI=0.832$, $IFI=0.970$, $TLI=0.964$, $CFI=0.969$, $RMSEA=0.027$). 구체적으로, 측정 항목에 대한 표준화 적재치, 개념신뢰도, 분산추출지수 등을 확인한 결과, 개념신뢰도는 0.8 이상, 분산추출지수는 0.7 이상을 보여, 개념타당성과 수렴타당성, 그리고 내적일관성 역시 적합한 것으로 나타났고, 각 요인들 간의 상관계수 확인을 통해 판별타당성을 분석한 결과, 판별타당성도 적합한 것으로 나타났다. <Table 4>

<Table 3> Exploratory Factor Analysis on the Measured Variables for Shared Value Expectation about Lifelong Education

| Construct | Item | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|------------------------|--------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Teaching | tea2 | 0.86 | | | | | | | | | | | | |
| | tea3 | 0.85 | | | | | | | | | | | | |
| | tea1 | 0.84 | | | | | | | | | | | | |
| Consideration | con2 | | 0.92 | | | | | | | | | | | |
| | con3 | | 0.91 | | | | | | | | | | | |
| | con1 | | 0.91 | | | | | | | | | | | |
| Qualitative Fullness | qf3 | | | 0.93 | | | | | | | | | | |
| | qf1 | | | 0.92 | | | | | | | | | | |
| | qf2 | | | 0.91 | | | | | | | | | | |
| Subjective Control | sc2 | | | | 0.93 | | | | | | | | | |
| | sc3 | | | | 0.92 | | | | | | | | | |
| | sc1 | | | | 0.92 | | | | | | | | | |
| Magnanimity | ma1 | | | | | 0.94 | | | | | | | | |
| | ma3 | | | | | 0.94 | | | | | | | | |
| | ma2 | | | | | 0.94 | | | | | | | | |
| Convenience | cv3 | | | | | | 0.92 | | | | | | | |
| | cv1 | | | | | | 0.91 | | | | | | | |
| | cv2 | | | | | | 0.91 | | | | | | | |
| Norm·Ethicality | eth1 | | | | | | | 0.93 | | | | | | |
| | eht2 | | | | | | | 0.92 | | | | | | |
| | eht3 | | | | | | | 0.92 | | | | | | |
| Reliability | rel1 | | | | | | | | 0.94 | | | | | |
| | rel3 | | | | | | | | 0.93 | | | | | |
| | rel2 | | | | | | | | 0.92 | | | | | |
| Quantitative Diversity | qd2 | | | | | | | | | 0.93 | | | | |
| | qd1 | | | | | | | | | 0.92 | | | | |
| | qd3 | | | | | | | | | 0.92 | | | | |
| Reciprocity | rec1 | | | | | | | | | | 0.92 | | | |
| | rec2 | | | | | | | | | | 0.92 | | | |
| | rec3 | | | | | | | | | | 0.91 | | | |
| Ubiquity | ubi3 | | | | | | | | | | | 0.88 | | |
| | ubi2 | | | | | | | | | | | 0.88 | | |
| | ubi1 | | | | | | | | | | | 0.87 | | |
| Social Participation | sp1 | | | | | | | | | | | | 0.93 | |
| | sp3 | | | | | | | | | | | | 0.91 | |
| | sp2 | | | | | | | | | | | | 0.90 | |
| Legislation | law2 | | | | | | | | | | | | | 0.90 |
| | law1 | | | | | | | | | | | | | 0.90 |
| | law3 | | | | | | | | | | | | | 0.89 |
| | Eigen Value | 7.57 | 5.59 | 4.62 | 4.47 | 3.58 | 3.47 | 3.25 | 3.15 | 2.88 | 2.81 | 2.79 | 2.55 | 2.35 |
| | Cumm. % | 9.12 | 15.9 | 21.4 | 26.8 | 31.1 | 35.3 | 39.2 | 43.0 | 46.5 | 49.9 | 53.2 | 56.3 | 59.2 |
| | Cronbach's α | 0.97 | 0.95 | 0.96 | 0.96 | 0.96 | 0.96 | 0.95 | 0.96 | 0.95 | 0.94 | 0.96 | 0.94 | 0.93 |

| Construct | Item | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
|------------------------------|--------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Network | net1 | 0.88 | | | | | | | | | | | | | |
| | net2 | 0.88 | | | | | | | | | | | | | |
| | net3 | 0.88 | | | | | | | | | | | | | |
| Unity | uni1 | | 0.87 | | | | | | | | | | | | |
| | uni2 | | 0.85 | | | | | | | | | | | | |
| | uni3 | | 0.83 | | | | | | | | | | | | |
| Maintaining Minimal Distance | md3 | | | 0.90 | | | | | | | | | | | |
| | md1 | | | 0.90 | | | | | | | | | | | |
| | md2 | | | 0.89 | | | | | | | | | | | |
| Out of Isolation | iso2 | | | | 0.87 | | | | | | | | | | |
| | iso3 | | | | 0.84 | | | | | | | | | | |
| | iso1 | | | | 0.84 | | | | | | | | | | |
| Flaunty Superiority | fla1 | | | | | 0.84 | | | | | | | | | |
| | fla2 | | | | | 0.84 | | | | | | | | | |
| | fla3 | | | | | 0.81 | | | | | | | | | |
| Learning | stu1 | | | | | | 0.84 | | | | | | | | |
| | stu2 | | | | | | 0.84 | | | | | | | | |
| | stu3 | | | | | | 0.81 | | | | | | | | |
| Informative | inf1 | | | | | | | 0.89 | | | | | | | |
| | inf3 | | | | | | | 0.84 | | | | | | | |
| | inf2 | | | | | | | 0.81 | | | | | | | |
| Experience | exp3 | | | | | | | | 0.89 | | | | | | |
| | exp2 | | | | | | | | 0.88 | | | | | | |
| | exp1 | | | | | | | | 0.85 | | | | | | |
| Applicable | app3 | | | | | | | | | 0.82 | | | | | |
| | app2 | | | | | | | | | 0.82 | | | | | |
| | app1 | | | | | | | | | 0.81 | | | | | |
| Existence | exi3 | | | | | | | | | | 0.81 | | | | |
| | exi1 | | | | | | | | | | 0.78 | | | | |
| | exi2 | | | | | | | | | | 0.74 | | | | |
| Entertaining | ent3 | | | | | | | | | | | 0.82 | | | |
| | ent2 | | | | | | | | | | | 0.79 | | | |
| | ent1 | | | | | | | | | | | 0.76 | | | |
| Retained Self-Realization | rsr3 | | | | | | | | | | | | 0.85 | | |
| | rsr1 | | | | | | | | | | | | 0.82 | | |
| | rsr2 | | | | | | | | | | | | 0.74 | | |
| Continuity | con1 | | | | | | | | | | | | | 0.75 | |
| | con3 | | | | | | | | | | | | | 0.74 | |
| | con2 | | | | | | | | | | | | | 0.69 | |
| Attractiveness | att3 | | | | | | | | | | | | | | 0.83 |
| | att1 | | | | | | | | | | | | | | 0.76 |
| | att2 | | | | | | | | | | | | | | 0.66 |
| | Eigen Value | 2.19 | 2.04 | 1.92 | 1.82 | 1.66 | 1.62 | 1.46 | 1.45 | 1.41 | 1.25 | 1.15 | 1.05 | 1.02 | 1.01 |
| | Cumm. % | 61.8 | 64.2 | 66.5 | 68.7 | 70.7 | 72.7 | 74.4 | 76.2 | 77.9 | 79.4 | 80.8 | 82.0 | 83.3 | 84.5 |
| | Cronbach's α | 0.91 | 0.92 | 0.91 | 0.87 | 0.84 | 0.89 | 0.87 | 0.87 | 0.82 | 0.82 | 0.78 | 0.81 | 0.73 | 0.70 |

는 평생교육 공유기대가치 측정 항목에 대한 확인적 요인분석 결과를 정리한 것이고, <Table 5>는 평생교육 공유기대가치 구성 개념에 대한 판별타당성 분석 결과를 정리한 것이다. 여기서의 대각선은 분산추출지수, 대각선 위는 상관계수, 대각선 아래는 상관계수의 제곱값이다.

<Table 4> Result of the Confirmatory Factor Analysis on the Latent Variables

| Construct | MV | SRW | SE | CR | AVE |
|-------------|------|-------|-------|-------|-------|
| Informative | inf1 | 0.819 | 0.132 | 0.939 | 0.837 |
| | inf2 | 0.859 | 0.116 | | |
| | inf3 | 0.806 | 0.152 | | |
| Learning | stu1 | 0.849 | 0.141 | 0.940 | 0.838 |
| | stu2 | 0.851 | 0.138 | | |

| | | | | | |
|------------------------------|------|-------|-------|-------|-------|
| | stu3 | 0.849 | 0.139 | | |
| Teaching | tea1 | 0.955 | 0.056 | 0.980 | 0.943 |
| | tea2 | 0.958 | 0.052 | | |
| | tea3 | 0.948 | 0.058 | | |
| Applicable | app1 | 0.802 | 0.202 | 0.901 | 0.751 |
| | app2 | 0.766 | 0.198 | | |
| | app3 | 0.767 | 0.202 | | |
| Entertaining | ent1 | 0.730 | 0.211 | 0.881 | 0.711 |
| | ent2 | 0.748 | 0.238 | | |
| | ent3 | 0.735 | 0.214 | | |
| Attractiveness | att1 | 0.693 | 0.115 | 0.911 | 0.773 |
| | att2 | 0.685 | 0.139 | | |
| | att3 | 0.618 | 0.136 | | |
| Experience | exp1 | 0.782 | 0.108 | 0.950 | 0.863 |
| | exp2 | 0.802 | 0.110 | | |
| | exp3 | 0.898 | 0.108 | | |
| Retained Self-Realization | rsr1 | 0.747 | 0.109 | 0.943 | 0.847 |
| | rsr2 | 0.783 | 0.103 | | |
| | rsr3 | 0.753 | 0.103 | | |
| Existence | exi1 | 0.821 | 0.165 | 0.915 | 0.782 |
| | exi2 | 0.765 | 0.169 | | |
| | exi3 | 0.753 | 0.176 | | |
| Social Participation | sp1 | 0.936 | 0.080 | 0.967 | 0.906 |
| | sp2 | 0.918 | 0.082 | | |
| | sp3 | 0.885 | 0.098 | | |
| Flaunty Superiority | fla1 | 0.792 | 0.100 | 0.948 | 0.858 |
| | fla2 | 0.854 | 0.098 | | |
| | fla3 | 0.756 | 0.120 | | |
| Network | net1 | 0.859 | 0.095 | 0.961 | 0.893 |
| | net2 | 0.922 | 0.082 | | |
| | net3 | 0.839 | 0.099 | | |
| Out of Isolation | iso1 | 0.807 | 0.083 | 0.960 | 0.890 |
| | iso2 | 0.839 | 0.089 | | |
| | iso3 | 0.844 | 0.084 | | |
| Unity | uni1 | 0.887 | 0.060 | 0.975 | 0.929 |
| | uni2 | 0.892 | 0.060 | | |
| | uni3 | 0.886 | 0.062 | | |
| Maintaining Minimal Distance | mdl | 0.887 | 0.098 | 0.959 | 0.885 |
| | md2 | 0.855 | 0.099 | | |
| | md3 | 0.873 | 0.098 | | |
| Qualitative Fullness | qf1 | 0.943 | 0.049 | 0.981 | 0.945 |
| | qf2 | 0.935 | 0.054 | | |
| | qf3 | 0.950 | 0.051 | | |
| Quantitative Diversity | qd1 | 0.935 | 0.054 | 0.979 | 0.940 |
| | qd2 | 0.933 | 0.054 | | |
| | qd3 | 0.930 | 0.058 | | |
| Continuity | con1 | 0.714 | 0.190 | 0.884 | 0.718 |
| | con2 | 0.689 | 0.184 | | |
| | con3 | 0.650 | 0.179 | | |
| Subjective Control | sc1 | 0.945 | 0.063 | 0.976 | 0.933 |
| | sc2 | 0.943 | 0.064 | | |
| | sc3 | 0.949 | 0.067 | | |
| Reciprocalty | rec1 | 0.926 | 0.084 | 0.968 | 0.909 |
| | rec2 | 0.909 | 0.088 | | |
| | rec3 | 0.929 | 0.084 | | |
| Reliability | rel1 | 0.951 | 0.050 | 0.979 | 0.939 |
| | rel2 | 0.924 | 0.060 | | |
| | rel3 | 0.934 | 0.060 | | |

| | | | | | |
|-----------------|------|-------|-------|-------|-------|
| Magnanimity | ma1 | 0.957 | 0.053 | 0.979 | 0.940 |
| | ma2 | 0.935 | 0.061 | | |
| | ma3 | 0.946 | 0.058 | | |
| Consideration | con1 | 0.926 | 0.067 | 0.974 | 0.926 |
| | con2 | 0.937 | 0.065 | | |
| | con3 | 0.920 | 0.073 | | |
| Legislation | law1 | 0.906 | 0.069 | 0.971 | 0.918 |
| | law2 | 0.897 | 0.070 | | |
| | law3 | 0.889 | 0.078 | | |
| Norm-Ethicality | eth1 | 0.928 | 0.064 | 0.976 | 0.932 |
| | eth2 | 0.936 | 0.060 | | |
| | eth3 | 0.931 | 0.065 | | |
| Convenience | cv1 | 0.939 | 0.057 | 0.979 | 0.939 |
| | cv2 | 0.933 | 0.059 | | |
| | cv3 | 0.943 | 0.055 | | |
| Ubiquity | ubi1 | 0.943 | 0.053 | 0.979 | 0.940 |
| | ubi2 | 0.930 | 0.060 | | |
| | ubi3 | 0.947 | 0.055 | | |

4. 결과 및 논의

본 연구는, 생애 전반에 걸친 삶의 품격과 가치 향상을 위한 필수적인 과정으로 주목 받고 있는 평생교육에 대해, 이용자가 공유하고자 하는 기대가치가 어떻게 구성되는지에 대한 학제적 접근과 정량적 확인을 목적으로 수행되었다. 공유기대가치(Shared Value Expectation)는, 커뮤니케이션과 소비자 행동 분야에서 주목 받고 있는, 행동의 동인(動因)으로서의 기대가치(Value Expectation)와 기업 전략 및 경영 관리 분야에서 추출된 공유가치의 개념을 학제적인 관점에서 융합한 것이다.

1차 자료 수집을 위한 선행 연구 확인, 2차 자료 수집을 위한 정성적 조사와 정량적 조사를 거쳐, 이를 바탕으로 체계화 된 설문으로 본 조사를 실시한 결과, 평생교육에 대한 이용자의 공유기대가치 구성 요소는 10개 관점, 27개 구성개념, 81개의 측정항목으로 범주화 되었다. 구체적으로, 실용적 관점(정보성, 학습성, 교수성, 적용성 공감기대가치), 감성적 관점(오락성, 매력성, 경험성 공감기대가치), 자아 확인적 관점(유보된 자아 실현성, 존재성, 사회 참여성, 우월적 과시성 공감기대가치), 콘텐츠 관점(질적 충실성, 양적 다양성, 지속성 공감기대가치), 시스템 관점(편리성, 편재성 공감기대가치), 윤리·법제적 관점(법제성, 규범·윤리성 공감기대가치), 상호작용성 관점(주관적 통제성, 호혜성, 신뢰성 공감기대가치), 사회 통합적 관점(포용성, 배려성 공감기대가치), 소속감 관점(일체성, 최소거리 유지성 공감기대가치), 관계적 관점

(Table 5) Result of the Discriminant Validity Analysis on the Latent Variables

| | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | | |
| 1.Informative | 0.84 | 0.06 | -0.02 | 0.22 | 0.05 | 0.49 | 0.03 | 0.16 | -0.01 | 0.01 | 0.07 | 0.33 | | |
| 2.Learning | 0.00 | 0.84 | 0.17 | 0.26 | 0.17 | 0.03 | 0.10 | 0.06 | 0.34 | 0.14 | -0.15 | 0.10 | | |
| 3.Teaching | 0.00 | 0.03 | 0.94 | 0.15 | 0.13 | 0.13 | 0.03 | 0.07 | 0.09 | 0.12 | 0.02 | -0.08 | | |
| 4.Applicable | 0.05 | 0.07 | 0.02 | 0.75 | 0.18 | 0.01 | 0.21 | 0.40 | 0.18 | 0.12 | -0.12 | -0.02 | | |
| 5.Entertaining | 0.00 | 0.03 | 0.02 | 0.03 | 0.71 | -0.11 | 0.19 | 0.10 | 0.36 | 0.26 | -0.04 | 0.06 | | |
| 6.Attractiveness | 0.24 | 0.00 | 0.02 | 0.00 | 0.01 | 0.77 | -0.01 | 0.07 | -0.04 | 0.04 | 0.22 | 0.20 | | |
| 7.Experience | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.04 | 0.04 | 0.00 | 0.86 | -0.04 | 0.17 | 0.12 | -0.18 | 0.02 | | |
| 8.Retained Self-Realization | 0.03 | 0.00 | 0.01 | 0.16 | 0.01 | 0.01 | 0.00 | 0.85 | 0.18 | 0.09 | -0.11 | 0.01 | | |
| 9.Existence | 0.00 | 0.12 | 0.01 | 0.03 | 0.13 | 0.00 | 0.03 | 0.03 | 0.78 | 0.18 | -0.08 | 0.06 | | |
| 10.Social Participation | 0.00 | 0.02 | 0.01 | 0.01 | 0.07 | 0.00 | 0.01 | 0.01 | 0.03 | 0.91 | -0.14 | -0.04 | | |
| 11.Flauty Superiority | 0.01 | 0.02 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.05 | 0.03 | 0.01 | 0.01 | 0.02 | 0.86 | 0.17 | | |
| 12.Network | 0.11 | 0.01 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.04 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.03 | 0.89 | | |
| 13.Out of Isolation | 0.00 | 0.00 | 0.03 | 0.02 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.04 | 0.08 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | |
| 14.Unity | 0.01 | 0.02 | 0.04 | 0.06 | 0.04 | 0.00 | 0.00 | 0.08 | 0.06 | 0.06 | 0.05 | 0.03 | | |
| 15.Maintaining M. D. | 0.01 | 0.02 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.01 | 0.03 | | |
| 16.Qualitative Fullness | 0.00 | 0.01 | 0.07 | 0.02 | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.05 | 0.01 | 0.02 | 0.00 | | |
| 17.Quantitative Diversity | 0.02 | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.02 | 0.01 | 0.02 | | |
| 18.Continuity | 0.01 | 0.13 | 0.04 | 0.05 | 0.04 | 0.00 | 0.01 | 0.01 | 0.17 | 0.07 | 0.02 | 0.00 | | |
| 19.Subjective Control | 0.01 | 0.18 | 0.00 | 0.04 | 0.03 | 0.00 | 0.01 | 0.02 | 0.07 | 0.02 | 0.00 | 0.02 | | |
| 20.Reciprocity | 0.00 | 0.13 | 0.00 | 0.03 | 0.02 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.02 | 0.01 | 0.01 | 0.00 | | |
| 21.Reliability | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.01 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.04 | 0.02 | 0.03 | 0.00 | | |
| 22.Magnanimity | 0.00 | 0.01 | 0.02 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.03 | 0.01 | 0.00 | 0.02 | 0.00 | | |
| 23.Consideration | 0.00 | 0.01 | 0.07 | 0.03 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.03 | 0.01 | 0.00 | 0.02 | | |
| 24.Legislation | 0.02 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.03 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.03 | 0.02 | | |
| 25.Norm-Ethicality | 0.00 | 0.01 | 0.01 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.06 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | | |
| 26.Convenience | 0.00 | 0.00 | 0.02 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.02 | 0.00 | 0.00 | | |
| 27.Ubiquity | 0.00 | 0.00 | 0.13 | 0.00 | 0.03 | 0.00 | 0.02 | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.01 | | |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 0.02 | -0.07 | 0.12 | 0.00 | 0.15 | -0.07 | 0.11 | 0.06 | 0.02 | 0.06 | 0.00 | -0.13 | -0.05 | 0.04 | 0.02 |
| 0.06 | 0.14 | -0.14 | -0.11 | 0.05 | 0.35 | 0.42 | 0.36 | 0.09 | 0.09 | 0.09 | 0.00 | 0.07 | -0.01 | 0.07 |
| -0.16 | 0.20 | -0.07 | -0.27 | -0.05 | 0.20 | 0.06 | 0.02 | 0.04 | 0.13 | 0.26 | 0.02 | 0.08 | 0.14 | -0.36 |
| 0.15 | 0.25 | -0.03 | -0.13 | 0.08 | 0.21 | 0.20 | 0.19 | 0.09 | -0.02 | 0.16 | 0.05 | -0.04 | 0.03 | 0.03 |
| 0.07 | 0.20 | -0.04 | 0.05 | 0.02 | 0.19 | 0.17 | 0.15 | 0.12 | 0.06 | 0.08 | -0.19 | 0.10 | -0.05 | 0.17 |
| -0.08 | -0.07 | -0.03 | 0.02 | -0.02 | 0.02 | 0.05 | -0.03 | 0.06 | -0.05 | 0.06 | 0.02 | 0.02 | 0.05 | -0.02 |
| -0.01 | 0.01 | 0.01 | -0.11 | 0.08 | 0.07 | 0.09 | 0.07 | 0.04 | -0.05 | 0.05 | 0.03 | 0.02 | -0.03 | 0.13 |
| 0.19 | 0.28 | -0.02 | -0.01 | 0.01 | 0.11 | 0.15 | 0.05 | -0.04 | 0.16 | 0.03 | 0.01 | -0.24 | 0.09 | 0.06 |
| 0.28 | 0.24 | -0.11 | 0.23 | 0.00 | 0.41 | 0.26 | 0.15 | 0.19 | 0.11 | 0.16 | -0.05 | -0.04 | 0.02 | 0.05 |
| -0.01 | 0.24 | 0.01 | -0.12 | 0.14 | 0.26 | 0.14 | 0.08 | 0.13 | 0.06 | 0.08 | -0.06 | -0.11 | 0.15 | -0.08 |
| -0.01 | -0.22 | -0.10 | 0.14 | 0.08 | -0.14 | -0.07 | -0.11 | -0.18 | -0.15 | 0.05 | -0.16 | 0.03 | 0.04 | 0.01 |
| -0.03 | -0.16 | 0.18 | 0.03 | 0.13 | 0.06 | 0.13 | 0.02 | -0.03 | 0.02 | 0.13 | -0.15 | 0.02 | -0.02 | 0.11 |
| 0.89 | 0.11 | 0.06 | 0.15 | 0.19 | 0.13 | 0.12 | 0.07 | 0.05 | -0.06 | 0.12 | -0.02 | -0.03 | -0.08 | 0.13 |
| 0.01 | 0.93 | -0.13 | -0.30 | -0.07 | 0.28 | 0.13 | 0.18 | 0.26 | 0.11 | 0.09 | -0.06 | -0.04 | 0.28 | -0.27 |
| 0.00 | 0.02 | 0.89 | -0.05 | -0.03 | -0.03 | 0.10 | -0.07 | 0.06 | -0.02 | 0.09 | -0.08 | 0.06 | 0.13 | -0.02 |
| 0.02 | 0.09 | 0.00 | 0.95 | 0.02 | -0.05 | -0.08 | 0.01 | -0.08 | 0.06 | 0.00 | 0.02 | 0.01 | -0.10 | 0.19 |
| 0.03 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.94 | 0.12 | 0.12 | 0.05 | -0.07 | 0.06 | -0.14 | -0.11 | -0.18 | 0.01 | 0.11 |
| 0.02 | 0.08 | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.72 | 0.22 | 0.18 | 0.20 | 0.12 | 0.15 | 0.12 | -0.03 | 0.17 | -0.12 |
| 0.01 | 0.02 | 0.01 | 0.01 | 0.02 | 0.05 | 0.93 | 0.00 | 0.07 | 0.01 | 0.10 | -0.12 | 0.05 | 0.00 | -0.01 |
| 0.00 | 0.03 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.03 | 0.00 | 0.91 | 0.15 | -0.09 | 0.04 | -0.03 | 0.03 | 0.05 | 0.15 |
| 0.00 | 0.07 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.04 | 0.00 | 0.02 | 0.94 | -0.17 | 0.06 | -0.07 | 0.10 | 0.05 | -0.09 |
| 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.02 | 0.00 | 0.01 | 0.03 | 0.94 | -0.16 | 0.00 | -0.14 | 0.14 | -0.10 |
| 0.01 | 0.01 | 0.01 | 0.00 | 0.02 | 0.02 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.02 | 0.93 | -0.06 | 0.15 | 0.09 | -0.14 |
| 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.01 | 0.01 | 0.01 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.92 | -0.22 | -0.22 | 0.23 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.03 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.02 | 0.02 | 0.05 | 0.93 | -0.21 | -0.10 |
| 0.01 | 0.08 | 0.02 | 0.01 | 0.00 | 0.03 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.02 | 0.01 | 0.05 | 0.04 | 0.94 | -0.38 |
| 0.02 | 0.07 | 0.00 | 0.04 | 0.01 | 0.01 | 0.00 | 0.02 | 0.01 | 0.01 | 0.02 | 0.05 | 0.01 | 0.14 | 0.94 |

(네트워크성, 탈 고립성 공감기대가치)로 정리되었다.

결과로 나타난 실용적 관점의 공유기대가치들은, 평생교육의 이용자가 평생교육의 혜택을 이성적인 측면에서 기대하는 가치이다. 여기서 정보성은 평생교육을 통해 이용자 스스로가 필요로 하는 정보의 습득을 기대하는 가치이며, 학습성은 이용자가 학습자 입장에서 기대하는 가치를, 교수성은 이용자가 교수자에게 기대하는 가치를 의미한다. 적용성은 평생교육 이용자가 교육의 실무적인 활용성을 기대하고 있음을 제시한다.

감성적 관점의 공유기대가치들은, 평생교육의 이용자가 정서적 측면에서 평생교육의 혜택을 기대하는 가치이다. 즉, 평생교육을 통해 오락과 즐거움의 경험을 기대하고, 프로그램이 정서적인 기대를 충족시킬 만큼 매력적 이기를 기대하고 있음을 제시한다.

자아 확인적 관점의 공유기대가치들은, 평생교육의 이용자가 평생교육을 통해 자아의 확인을 기대하는 가치이다. 이와 같은 기대가치는 평생교육 이용자가, 교육을 통해 그 동안 유보해 왔던 욕망을 실현하고, 자기의 존재를 확인하고, 사회 활동에 자발적으로 참여하여, 경쟁사회에서 뒤처지지 않은 자신의 우월성을 과시하고픈 욕망을 갖고 있음을 보여준다.

관계적 관점의 공유기대가치들은, 평생교육의 이용자가 평생교육을 통해 타인과의 공존을 기대하는 가치이다. 이는 현대사회가 다양한 관계 중심으로 네트워크화 되어 있는 바, 현대인이 고립을 지양하고 함께 공존하기를 기대하는 가치를 갖고 있으며, 이를 평생교육을 통해 해소할 수 있기를 기대하고 있음을 내포한다.

소속감 관점의 공유기대가치들은, 평생교육의 이용자가 평생교육을 통해 소속감의 고취를 기대하는 가치이다. 여기서의 일체감은 적극적인 소속감의 기대를 의미하고, 최소거리 유지성은 소극적인 소속감의 기대를 의미한다.

콘텐츠 관점의 공유기대가치들은, 평생교육의 이용자가 평생교육 콘텐츠에 대해 기대하는 가치이다. 즉, 평생교육 이용자들이, 평생교육의 관련 프로그램들이 내용면에서 질적으로 우수하고, 양적으로 다양하게 구성되어 있으며, 프로그램들이 일회성이 아닌 지속성을 갖고 운영되기를 기대하고 있음을 보여준다.

상호작용성 관점의 공유기대가치들은, 평생교육이 상호작용성에 기반을 두기를 기대하는 가치이다. 이에 따라 이 관점은, 평생교육이 이용자의 주관적 의지에 의해

이루어지고, 관련 주체들 간의 상호 혜택이 있어야 하고, 신뢰성에 기반을 두어야 함을 함축하고 있다.

사회 통합적 관점의 공유기대가치들은, 평생교육이 사회 통합에 기여하기를 기대하는 가치이다. 즉 평생교육이 사회의 다양한 계층을 아우를 수 있는 포용성을 갖고, 사회적 약자의 바람직한 사회화를 돕도록 배려하기를 기대하고 있음을 보여준다.

윤리·법제적 관점의 공유기대가치들은, 평생교육의 이용자가, 평생교육이 윤리적이어야 하고 법에 의해 보호되어야 함을 기대하는 가치이다. 이는 평생교육이 해당 사회 구성원의 전 생애에 걸친 바람직한 사회화를 돕고자 하는 바, 해당 사회의 보편적 가치관과 관습에 어긋나지 않기를, 그리고 이러한 운영이 법에 의해 관리되고 보호받기를 기대하고 있음을 의미한다.

시스템 관점의 공유기대가치들은, 평생교육의 이용자가 평생교육의 시스템과 시설에 대하여 기대하는 가치이다. 즉, 평생교육의 시설이 편리해야 하고, 이용자가 언제 어디서나 이용할 수 있도록 시스템화 되어 있기를 기대하고 있음을 보여준다.

이러한 결과들은 평생교육의 범위가, 삶의 주체인 인간의 인지적 사고(思考) 및 주체적·관계적 활동과 관련된 모든 분야에 해당되는 바, 평생교육에 대한 접근이 커뮤니케이션, 교육, 심리, 마케팅, 사회학, 문화 등을 아우르는 학제적 측면에서 이루어져야 함을 보여준다. 아울러, 평생교육에 대한 관심과 필요성이 향후 사회 전반에 걸쳐 더욱 더 세분화 되고 활성화 되어 갈 것으로 예상되는 바, 평생교육의 기획 단계에서부터 평생교육 이용자가 평생교육을 통해 공유하기를 기대하는 가치가 무엇인지에 대한 파악과, 이렇게 파악한 기대가치의 실질적 프로그램 및, 적절한 효과 측정을 통한 운영과 관리의 효율성 제고 등에 대한 인식의 환기 필요성을 제시하고 있다.

한편, 평생교육에 대한 이용자의 공유기대가치 구성요소에서 제외된 경제성의 경우, 응답자인 4050 세대가 비교적 경제적으로 안정적이면서, 미래를 위한 자기개발에 적극적인 세대로 인지되는 바, 측정 항목으로 사용된 '투자 대비 효율성'과 '저비용 대비 큰 효과' 기대 문항이 상대적으로 이들 세대에 적합하지 않았던 것으로 판단된다. 하지만, 평생교육이 현실적으로 비용의 투자를 전제로 하고 있음을 고려할 때, 기대가치로서의 '경제성'에 대한 다양한 연령층 대상의 후속 연구도 필요하다고 판단된다.

아울러, 평생교육 기관의 목적과 특성에 따라 상이한 기대가치가 공존할 수 있는 바, 다양한 평생교육 기관을 대상으로 한 연구 또한 후속 연구에서 반드시 고려되어야 할 것으로 판단된다.

REFERENCES

- [1] R. W. Boshier, Psychometric properties of the alternative form of the education participation scale, *Adult Education Quarterly*, Vol.41, No.3, pp.150-167. 1991.
- [2] Hyuk-Jin Oh, A Study on the Meaning and Nature of Local Community Lifelong Education, *Journal of Lifelong Education*, Vol.12, No.1, pp.53-80. 2006.
- [3] Hye Yeab Yoo & Youngwha Kee, A study on the Lifelong Education Program Participation of older adults, *The Journal of Lifelong Education and HRD*, Vol.5, No.1, pp.55-74, 2009.
- [4] Chulho Kim, Study on the Components of Information Users' Value Expectation about Infographics, *A Journal of Brand Design Association of Korea*. Vol.35, pp.227-238. 2015
- [5] Chulho Kim, The Effect of Participating Motives for Lifelong Education on the Releasing of Controlled Inferiority, the Gratification of Retained Desire, and Voluntary Resocialization, *Journal of Digital Convergence*, Vol.12, No.11, pp.515-530. 2014.
- [6] Yang, Heung-Kweun & An, Kwan-Su, A Study on Enhancement of the Lifelong Learning Function at Seoul Museum of History, *Seoul Studies*. Vol.7, No.3, pp.191-213, 2006.
- [7] P. Burgess, Reasons for adult participation in group educational activities, *Adult Education*, Vol.22, No.1, pp.3-29, 1971.
- [8] Don-Min Choi, Hee-Su Lee, & Yeo-Kak Yun, A Study of Needs Assessment on Lifelong Learning, *Korea Educational Development Institute*, 1999.
- [9] Philippe Carré, *De la motivation à la formation*, Paris: L'Harmattan, 2001.
- [10] Chulho Kim, The Effect that Participating Motives and Involvement about Lifelong Education have on the Learners' Satisfaction, Continuous Intention to Take Courses, and Recommendation Intention, *The Journal of The Korea Contents Association*, Vol.15, No.6, pp.575-588, 2015.
- [11] Young-Ok Sim, As the life-long education which prepares the becoming older in age society senior art education activation plan: Seoul senior welfare in center, *Journal of Education Development*, Vol.21, No.2, pp.171-196, 2005.
- [12] Myeong-Soo Jeon & Sun-Hee Song, Effects that the Type of Participation Motivation of Lifelong Education for the Elderly Influences in the Satisfaction of Education and Life-changing, *The Journal of The Korea Contents Association*, Vol.12, No.8, pp.438-448, 2012.
- [13] Na-Young Kim & Jung-Eun Kang, Relations among Motivation to participate, Organizational Support, Satisfaction and Learning Outcomes of Female Adult Learners in Lifelong Education, *The Journal of The Korea Contents Association*, Vol.11, No.12, pp.958-968, 2011.
- [14] Kisoo Jung, An Analysis of Satisfaction Factors of Study Based on Educational Service Quality and Adult Student's Motivation of Learning, *The Journal of Lifelong Education and HRD*, Vol.7, No.2, pp.1-22, 2011.
- [15] Young-Hee Lim, Ju-Yung An, In-Tak Kwon, Structural Relationships of Adult Learners' Participative Motivation, Program Satisfaction, and their Happiness at University Based Lifelong Education Centers, *Journal of Korea HRD Research*, Vol.7, No.1, pp.45-66, 2012.
- [16] Byoung-Ho Jun, A Study on the Factors affecting the Satisfaction and Performance of Information Education in College, *Journal of The Korean Association of Information Education*, Vol.14, No.4, pp.477-488, 2010.
- [17] J. E. Hoyt and S. L. Howell, "Beyond customer satisfaction: Reexamining customer loyalty to evaluate continuing education programs," *The*

Journal of Continuing Higher Education, Vol.59, pp.21-33, 2011.

- [18] Jong-Sik Kim & Wang-Kyu Lim, An Impact on the Relationship among Elderly's Motivation to Participate in Lifelong Education, Educational Satisfaction and Life Satisfaction, The Journal of The Korea Contents Association, Vol.14, No.5, pp.179-189, 2014.
- [19] In-Tak Kwon, The Effect of Adult Learners' Participative Motivation on their Program Satisfaction and Happiness according to University Continuing Education Programs, The Journal of Educational Research, Vol.11, No.3, pp.139-164, 2013.
- [20] Chulho Kim, Scales on Value Expectation to The Olympics and The Sense of Belonging to a Community as Motivators for Building Local Brands' Identities, A Journal of Brand Design Association of Korea, Vol.11, No.2, pp.149-160, 2013.
- [21] Chulho Kim, An Exploratory Study on Measuring Value Expectation As a Motivator to Use Digital Signage, Journal of Korea Design Knowledge, Vol.28, pp.79-90, 2013.
- [22] M. E. Porter, & M. R. Kramer, Creating shared value, Harvard business review, Vol.89, No.1/2, pp.62-77, 2011.
- [23] Eun Jung Kwon, Won Hyun Ahn, & Cheeyong Kim, A Study on Corporate Cultural-Art Supporting and Consumer Response Based on Creating Shared Value, Journal of Korea Multimedia Society, Vol.16, No.3, pp.388-398, 2013.
- [24] Hee-Jeong Lee, The Effects of Learning Outcome by Lifelong Education Participation on Adult Learners in University Continuing Education Institutions, Journal of Educational Research, Vol.19, No.2, pp.67-108, 2011.
- [25] Houle, C. O. The Inquiring Mind, Madison, WI: University of Wisconsin Press, 1961.

김 철 호(Kim, Chul Ho)



- 2004년 12월 : University of Southern Mississippi, Mass Communication 전공 (인문학 박사)
- 2007년 3월 ~ 현재 : 청주대학교 광고홍보학과 부교수
- 관심 분야 : 융합적 광고, 상호작용적 미디어, 공유기대가치, e-Learning
- E-Mail : philosea@cju.ac.kr