

Keller의 ARCS 동기모델을 적용한 비즈니스문화 수업과정 설계 및 효과에 대한 연구

김부자
서울기독교대학교 국제경영정보학과

A Study on the Application and the Effect of Business Culture Class Using Keller's ARCS Motivational Model

Bu-Ja Kim
Dept. of Global Business & Information, Seoul Christian University

요 약 본 연구의 목적은 ARCS 모델을 적용하여 비즈니스문화 수업을 설계하고 그렇게 설계된 수업이 문화에 대한 관심과 지식 그리고 문화 인식 및 태도에 미치는 효과를 조사하는 것이었다. 이를 위해 주의집중, 관련성, 자신감, 만족감을 유발시켜 비즈니스문화 학습에 대한 동기를 높일 수 있는 여러 전략들을 사용하여 비즈니스문화 수업을 설계하였다. ARCS 모델 적용의 효과를 알아보기 위해 전통적 강의식 수업으로 이루어진 2016년 비즈니스문화 수업 수강자 대상의 비교집단과 ARCS 모델에 의해 설계된 수업이 이루어진 2017년 비즈니스문화 수업 수강자 대상의 실험집단에 대해 사전-사후 설문조사를 실시하였다. 조사 결과에 따르면 두 집단 모두 문화 지식 향상에는 효과가 있었던 것으로 나타났다. 그러나 문화에 대한 관심, 다른 문화를 가진 사람들에 대한 이해, 문화 창출에 대한 의욕, 문화 중요성에 대한 인식, 문화 교육의 필요성에 대한 인식을 높이는 데 있어서는 ARCS 모델 적용 수업은 효과가 있는 것으로 나타났지만 전통적 강의식 수업은 효과가 있는 것으로 볼 수 없었다.

주제어 : ARCS 모델, 비즈니스문화, 문화에 대한 관심, 문화 지식, 문화 인식, 문화에 대한 태도

Abstract The purpose of this study was to apply Keller's ARCS motivational model to the business culture lessons and to examine the effects on cultural knowledge, interest, awareness and attitude of university students. To accomplish this purpose, the teaching-learning method applying ARCS model for business culture was designed, aiming to improve all elements of learning motivation such as attention, relevance, confidence and satisfaction. The experiment was conducted with two groups as follows; one experimental group that received instruction using ARCS model and the other comparison group that received traditional lecture instruction. Both the instruction using the ARCS model and the traditional lecture instruction was effective in increasing knowledge of culture. The instruction using the ARCS model was verified to improve interest in culture, understanding of others from other cultures, motivation to create culture, perception of importance of culture, and perception of necessity of culture education. But the traditional lecture instruction did not show statistically meaningful effects on cultural interest, awareness and attitude.

Key Words : ARCS Model, Business Culture, Culture Knowledge, Cultural Interest, Cultural Awareness, Cultural Attitude

*This research was supported by the Seoul Christian University Research Grant, 2017.

*Corresponding Author : Bu-Ja Kim(kbj9512@scu.ac.kr)

Received January 2, 2018

Revised January 30, 2018

Accepted February 20, 2018

Published February 28, 2018

1. 서론

1.1 연구의 필요성

세계화로 다른 문화의 다양한 사람들과 빈번한 접촉이 이루어지면서 국제적으로 또 사회·경제적으로 문화가 중요한 이슈가 되었다. 글로벌 기업은 현지국의 문화에 동화하는 현지화에 성공해야 진정한 세계화를 달성할 수 있기 때문에 Glocalization이라는 신조어가 등장하였다. Glocalization은 세계화를 뜻하는 Globalization에 지역화 또는 현지화를 뜻하는 Localization이 합쳐진 합성어로서 21세기 기업들의 생존전략으로 인정되고 있다. 세계화를 추구하면서 동시에 현지국의 문화를 존중하여 세계화와 현지화를 동시에 이룸으로써 비즈니스의 시너지 효과를 극대화 하겠다는 글로벌 기업의 전략이 Glocalization이다.

Glocalization 시대를 맞아 기업의 경영과 발전 나아가 국가의 경쟁력 향상을 위해서는 우리나라 젊은이들이 글로벌 문화에 대한 올바른 이해를 바탕으로 글로벌 커뮤니케이션 능력을 향상시켜야 한다. 특히 경영학을 전공하는 대학생들의 경우 글로벌 비즈니스문화에 대한 교육이 반드시 필요하다. 그러나 한 국가나 사회의 문화에 대한 지식을 학생들에게 일방적으로 전수하는 교육으로는 문화에 대한 관심과 인식 그리고 태도를 개선시키는 데 진정한 효과가 있을지 의심스럽다.

인류학적인 관점에서 본다면 문화란 특정한 삶의 방식의 표현이기 때문에 문화를 단순히 이해하는 것이 아니라 삶에 실제로 적용할 수 있는 능력을 키워주는 진정한 문화학습이 필요한데 이를 위해서는 학습자들의 학습동기를 고려해야 한다. 따라서 학습자들이 문화학습에 적극적으로 참여하게 유도할 수 있도록 문화에 대한 흥미와 학습욕구를 북돋우는 학습동기가 반영된 문화교육이 요구된다.

학습동기와 관련해서는 Keller(1983)[1]의 ARCS 모델이 가장 체계적이고 적용이 쉬운 동기유발 모형으로 인정받고 있으며 학습동기를 유발, 유지시키는 4가지 주요 조건으로 주의집중(Attention), 관련성(Relevance), 자신감(C Confidence), 만족감(Satisfaction)을 제시하였다. ARCS 모델은 이미 여러 교과에서 그 효과를 입증 받았지만 문화교육을 대상으로 연구된 논문은 아직 찾지 못했다. 따라서 본 연구의 목적은 문화교육에 ARCS 모델을 적용할 경우 문화에 대한 관심과 지식 그리고 문화 인

식 및 태도에 있어 긍정적 효과가 나타나는지 조사하는 것이다.

1.2 연구 내용 및 방법

본 연구에서는 앞으로 비즈니스 분야에서 활동할 대학생들이 글로벌 비즈니스문화를 단순히 이해하는 것에 그치지 않고 다양한 문화를 통해 세계를 보는 눈을 키우고 사고의 깊이를 심화시켜 문화 적용 능력까지 키울 수 있는 비즈니스문화 교육을 위해, Keller의 ARCS 동기모델을 적용하여 비즈니스문화 수업을 설계하고 이 수업설계의 학습 효과를 검증해 보았다.

이를 위해 첫째, 문헌연구를 통하여 ARCS 모델의 특징과 선행연구를 살펴보고 둘째, ARCS 모델이 적용된 비즈니스문화 수업을 설계하여 직접 사례연구를 실시하였고 셋째, ARCS 모델에 바탕을 두고 설계된 수업과 학습동기를 중하게 고려하지 않은 전통적인 강의식 수업이 문화에 대한 관심과 지식 그리고 문화 인식 및 태도에 미치는 효과를 비교검증 하였다.

2. 이론적 배경

2.1 학습동기

일반적으로 동기는 행동을 유발하고 방향을 제시하며 행동을 유지시키는 내적 상태라고 정의되며(Glynn, Aultman & Owens, 2005[2]), 동기와 학습은 불가분의 관계에 있다(Wlodkowski, 2008[3]).

Keller는 1970년대 후반부터 동기에 대한 연구를 시작하여 동기란 어떤 경험이나 목적을 추구할 것인지 회피할 것인지를 결정짓는 요인이면서 선택된 방향에 대한 노력의 정도에 영향을 미치는 것으로 정의하였다(Keller, 2010[4]). Keller는 학습동기에 대한 심리학적 연구를 바탕으로 한 개인이 어떤 과제를 해결하려는 노력, 실제로 행하는 수행, 그 수행의 결과에 영향을 미치는 개인의 특성변인과 환경변인 등이 학습자의 동기수준을 결정짓는다고 보았다(Keller, 2010[4]).

2.2 Keller의 ARCS 동기모델

Keller(1983)[1]는 학습동기의 다양한 요인들을 연구하여 대표적인 학습동기 모델로 인정되고 있는 ARCS 모델을 개발하였다. Keller(1983)[1]는 주의집중(Attention),

관련성(Relevance), 자신감(Confidence), 만족감(Satisfaction) 이 네 가지 요인의 상호작용에 의해 학습 동기가 유발된다고 보았으며, 이들 네 가지 요인의 앞글자를 따서 ARCS 모델로 이름을 붙였다. Table 1에서 보는 것처럼, ARCS 모델의 네 가지 요인은 각각 세 가지 하위요소로 세분화된다.

Table 1. ARCS Model of Motivational Design

ARCS Categories	ARCS Subcategories	Concepts & Process Questions
Attention	Perceptual arousal	What can I do to capture their interest?
	Inquiry arousal	How can I stimulate an attitude of inquiry?
	Variability	How can I use a variety of tactics to maintain their attention?
Relevance	Goal orientation	How can I best meet my learner's needs
	Motive matching	How and when can I provide my learners with appropriate choices, responsibilities, and influences?
	Familiarity	How can I tie the instruction to the learners' experiences?
Confidence	Learning requirements	How can I assist in building a positive expectation for success?
	Success opportunities	How will the learning experience support or enhance the students' beliefs in their competence?
	Personal control	How will the learners clearly know their success is based upon their efforts and abilities?
Satisfaction	Intrinsic reinforcement	How can I provide meaningful opportunities for learners to use their newly acquired knowledge/skill?
	Extrinsic rewards	What will provide reinforcement to the learners' successes?
	Equity	How can I assist the students in anchoring a positive feeling about their accomplishments?

학습을 유도하기 위해 가장 첫 번째로 요구되는 동기 요소는 학습자들의 흥미를 유발시켜 지속시키기 위한 '주의집중'이다. Keller(1983)[1]는 학습자의 주의집중을 끌고 유지하기 위해서는 지적적, 탐구적 각성을 환기시키고 변화를 추구하는 전략이 필요하다고 하였다. 일단 흥미가 유발되어 주의집중이 되었다고 해도 학습내용의 필요성이나 가치를 느끼지 못한다면 학습동기는 사라지게 된다. 따라서 두 번째 요구되는 동기요소는 '관련성'이다. 일단 주의집중이 되면 학습내용이 학습자의 흥미, 목적, 경험 등과 연결되어 있다는 것을 학습자가 인식하게 함으로써 학습의 필요성 및 학습내용의 가치를 느끼게

해야 한다(Keller, 1983[1]). 학습자가 학습에 재미와 필요를 느낄 뿐만 아니라 성공의 기회가 있다는 것을 인식해야 동기유발 및 유지가 이루어지기 때문에 세 번째 동기요소는 '자신감'이다. Keller(1983)[1]에 의하면 학습자에게 도전 기회를 부여하여 자신의 노력으로 도전에 성공할 수 있다는 자신감을 심어주는 것이 학습동기 유발에 꼭 필요하다. 네 번째 요구되는 동기요소는 자신의 학습경험과 성취에 대해 긍정적 느낌을 가질 수 있는 '만족감'이다. 학습한 것을 실제로 적용해 볼 수 있는 기회는 내적인 만족감을 유발시키고 칭찬, 점수 등과 같은 외적인 보상도 만족감을 유발시킨다. 학습자가 자신의 성공에 대한 인정이 공정했다고 생각하고 학습결과가 자신의 기대와 일치하여 학습자가 결과에 만족한다면 학습동기는 계속 유지될 수 있다(Keller, 1983[1]).

2.3 선행연구

Table 2에서 보듯이, ARCS 모델을 적용한 선행연구들은 초등학생부터 대학생에 이르기까지 다양한 연령층의 학습자를 대상으로 여러 교과목에서 연구가 이루어졌고 ARCS 모델을 적용한 수업은 학습동기와 학습태도 향상에 효과가 있다는 공통된 연구결과를 보여주었다.

Table 2. Precedent Studies on ARCS Model

Learners	Research	Classes applying ARCS model	Research result
elementary school students	Kim, So-Hyun (2015)[5]	art appreciation class	effective in elevating learning motivation and academic achievement
	Kim, Jin-Su (2006)[6]	science class	positive effect on scientific attitude, self-efficacy and learning achievement
	Kim, Hyo-Yoen (2005)[7]	mathematic class	improving learning motivation and having no effect on academic achievement
	Oh, Jeong-Ok (2005)[8]	social class	effective in improving learning motivation and learning attitude
middle school students	Kang, Ji-Min (2017)[9]	character education class	effective in cultivating character
	Jin, Ok-In (2002)[10]	mathematic class	effective in improving learning motivation
	Song, Gye-Nam (2015)[11]	technology education class	effective in improving motivation and academic achievement
high school students	Ku, Hyeo-Sun (2012)[12]	mathematic class	showing more positive response in confidence, will power, curiosity, reflection and mathematical value

	Lee, Ji-Seon (2013)[13]	biology class	having positive effects on academic achievement and learning motivation
	Kim, Yae-Jin (2015)[14]	advertising design class	increasing attention, relevance, self-confidence, and satisfaction
university students	Lee, Joung-Hwa (2008)[15]	dance class	effective in improving self-regulated learning, learning motivation and course interest
	Joe, Jae-Oke (2014)[16]	general English class	effective in improving learning motivation

3. ARCS 모델을 활용한 비즈니스문화 수업 설계

3.1 연구 교과목

본 연구 교과목인 ‘비즈니스문화’는 세계화로 인해 사회·경제적으로 중요한 이슈가 된 문화를 전반적으로 이해하고 비즈니스와 문화의 상관성을 학습하는 것을 목적으로 한다. 본 교과목의 교재는 *Global Business Etiquette: A Guide to International Communication and Customs*[17]였으며, 15주 수업의 주제 및 내용은 Table 3과 같았다. 2016년과 2017년 수업 내용은 동일하였으며 유일한 차이는 마지막 수업 시간에 팀별로 발표하는 과제의 내용만 달랐다. 2016년 수업에서는 관심 있는 기업을 선택하여 그 기업의 문화를 조사하여 발표하였고, 2017년 수업에서는 학교문화창출 프로젝트 결과를 발표하였다. 2016년과 2017년 수업 둘 다 연구자가 담당 교수였다.

Table 3. Weekly Course Content

Weeek	Topic
1	Definition, components, and types of culture
2	High and low-context culture Individualism and collectivism
3	East and west culture
4	Korean and American culture
5	Nonverbal communication 1
6	Nonverbal communication 2
7	Midterm examination
8	Food and fashion culture
9	Management and cultural diversity
10	Color marketing, Cult-duct
11	Glocalization
12	Culture marketing
13	Culturenomics
14	Presentation of corporate culture survey results (2016 school year) Presentation of school culture creation project results (2017 school year)
15	Final examination

3.2 ARCS 모델을 활용한 동기유발 전략

2016년 수업에서는 교재 중심으로 전통적인 강의식 수업을 진행하였지만, 2017년 수업에서는 ARCS 모델에 근거하여 Table 4에서 제시된 바와 같은 동기유발 전략들이 한 학기 동안 적절히 활용되는 수업과정을 설계하였다.

Table 4. Motivational Tactics Used in Business Culture Classes

ARCS Categories	ARCS Subcategories	Main Supporting Tactics
Attention	Perceptual arousal	using audio-visual materials such as PPT and visual media
	Inquiry arousal	search task execution, culture creation project execution, question-and-answer class, opinion writing
	Variability	a variety of class activities
Relevance	Goal orientation	watching broadcasts and videos on culture related to real life
	Motive matching	group activities including self-study and cooperative learning, counseling outside of class, professor's participating in group activities
	Familiarity	providing concrete examples of culture through broadcasting
Confidence	Learning requirements	explaining the requirements for success and the evaluative criteria
	Success opportunities	various evaluation items including exam, presentation, task, project, question-and-answer, group activity, etc.
	Personal control	providing feedback that attributes success to personal effort
Satisfaction	Intrinsic reinforcement	autonomous decision of search topics, creative project execution
	Extrinsic rewards	giving basic scores, giving incentive scores, verbal praise
	Equity	presenting evaluation items and points in the syllabus, examination based on contents of class, giving opportunities to check exam and task results

Table 4의 동기유발 전략들이 어떻게 활용되어 수업이 진행되었는지 구체적으로 설명하면 다음과 같다. 동기유발 요인인 주의집중을 위한 지각적 각성 전략을 위해서는 시청각 자료 활용을 주요 기술로 사용하였다. 학습자의 흥미를 끌면서 주의를 획득하여 수업내용을 효과적으로 전달하기 위해 판서, 사진, PPT, 영상매체 등 수업내용에 따라 적절한 매체를 사용하여 시각적 각성을 유발하고자 하였다. 판서를 할 때는 칠판의 공간별 시선 집중도를 고려하여 판서하고 꼭 필요한 말만 판서했으며

판서의 글씨가 강의실 제일 뒤에 앉은 학생까지 잘 보이도록 하였다. 강조하고 싶은 중요한 말에는 더욱 더 시선을 집중하기 위해 칼라 보드마커를 사용하였다. 교재의 많은 내용 중 핵심내용은 ppt로 만들어 제공하였다. ppt 자료는 글씨에 색깔을 사용하여 강조하였으며, 복잡한 내용은 표, 그래프, 그림 등을 활용하여 한 눈에 잘 보이도록 제시하였다. 수업 내용과 연관된 뉴스 정보를 시청각 매체를 이용하여 제공하고 관련 방송 프로그램 및 동영상, 사진 등을 제공하여 주의집중을 유발하고자 하였다. 청각적 각성을 위해 교수자의 강의 목소리는 경쾌하며 에너지가 넘치게 하였으며 목소리 크기 및 말의 속도 등에 변화를 주었다.

주의집중을 위한 탐구적 각성 전략을 위해서는 과제 및 프로젝트 부과, 방송 프로그램 시청 후 의견 피력, 문답식 수업 등의 전술을 활용하였다. 팀을 구성하게 하고 팀별로 하나의 주제를 선택하게 해서 집중 조사 및 탐구를 하여 수업시간에 발표를 하는 과제를 부여하여 학습자의 탐구하는 태도를 유발시키고자 하였다. 창의성 및 탐구성 함양을 위해 본 연구가 이루어진 대학의 비전과 관련하여 학교문화를 창출하기 위한 기획안을 만드는 프로젝트를 한 학기 동안 팀별로 수행하게 하고 그 결과를 마지막 수업시간에 발표하게 하였다. 수업 내용과 연관된 방송 프로그램을 시청한 후 심층적 사고를 요하는 질문을 학습자에게 주고 그에 대한 자신의 생각을 써서 제출하게 함으로써 도전적 사고 활동을 촉발해서 학습자의 학습동기를 지속시키고자 하였다. 매시간 수업 마무리 무렵에는 학습한 내용에 대해 문답식 수업을 진행하여 배운 내용을 바탕으로 사고력을 신장하고 탐구의욕이 유발되게 하였다.

주의집중을 위한 변화성 전략을 위해서는 다양한 수업활동 전술을 사용하여 학생들의 흥미를 유지시키고자 하였다. 교재를 사용한 설명, ppt 자료 및 사진을 활용한 설명, 방송 프로그램 및 동영상 시청, 영화보기, 방송 프로그램 시청 후 자기생각 쓰기, 책 읽고 독후감 쓰기, 문답활동, 그룹활동 및 발표, 창의적 프로젝트 수행, 시험 등 다양한 수업활동을 진행하여 학습자들이 집중하게 만들었다. 그룹활동도 개인 자율학습, 그룹 구성원간의 협력활동 뿐만 아니라 교수자가 각 그룹활동에 한 번 이상 참여하여 교수와 학생의 상호소통 활동도 이루어지게 함으로써 변화를 통해 그룹활동의 흥미가 지속되게 하였다.

동기유발 요인인 관련성을 위한 목적지향성 전략을 위해서는 방송 및 동영상 시청 전술을 사용하여 문화에 대한 수업의 유용성에 초점을 맞추어 학습자가 왜 문화를 공부해야 하고 자신의 삶의 어떤 측면에서 문화 영향력이 크게 작용하는지를 인식하게 하여 학습동기를 유발시키고자 하였다. 일상생활, 직장생활 그리고 비즈니스사회에서 문화의 중요성을 느끼게 하는 방송 프로그램 및 동영상을 시청하게 하여 학습한 내용의 실제 생활 연계 및 활용을 강조하였다.

관련성을 위한 동기부합성 전략을 위해서는 그룹활동, 상담 등의 전술을 사용하여 학습자 개인의 동기와 가치에 민감하게 반응함으로써 학습자의 학습동기를 좀 더 유발시키고자 하였다. 개인의 존재에 대해 인정받는다 고 느낄 때 학습자는 좀 더 동기가 유발될 수 있기 때문에 우선적으로 수업시간에 시선을 마주치면서 학생 개인의 이름을 기억하여 불러주었다. 수업 중간 휴식시간에는 학생 개인과 사적인 대화를 나누며 개인에 대해 관심이 있음을 느끼게 했다. 또 수업 외 상담시간을 설정하여 개인상담이 가능하게 하였고 상담시간을 통해 학생 개인이 느끼는 어려움과 과제 및 프로젝트에 대한 조언을 줌으로써 학생 개인이 교수자를 격려자로 인식하게 노력하였다. 학생들은 그룹활동을 통해 주제탐색 과제와 학교문화창출 프로젝트를 수행해야 했는데 그룹에서 개별적으로 부여되는 과업을 책임지고 완수해야 하는 과정에서 책임감을 느끼고 그룹 구성원끼리 협력하여 그룹과제 및 프로젝트를 수행하면서 한 사람 한 사람의 소중함을 느낄 수도 있었다. 특히 교수자가 그룹활동에 함께 참여하는 기회를 만들어 개인의 성과에 대해 칭찬하며 긍정적 피드백을 줌으로써 학생 개인이 그룹활동에 기여한 자신의 공에 대해 인정받겠다고 인식하게 하여 학습동기를 좀 더 유발시키고자 하였다.

관련성을 위한 친밀성 전략을 위해서는 구체적 실례를 제공하는 전술을 활용하였다. 수업에서 다루는 문화 내용에 친밀감을 느껴 학습동기가 유발되도록 하기 위해 방송 프로그램 및 동영상을 통해 문화 관련 구체적 실례를 제공함으로써 한 사회의 인간이 만들어낸 생활양식과 그에 따른 산물들은 모두 문화라는 것을 인식하게 하였다.

동기유발 요인인 자신감을 위한 학습요건 전략을 위해서는 본 교과목에서 좋은 성적을 받을 수 있는 성공에 대한 긍정적 기대감을 주어 학습동기를 유발하기 위해 수업활동에서 요구되는 사항을 명시적으로 제공하는 전

술을 사용하였다. 강의계획서에 평가항목과 평가준거를 정확하고 자세하게 제시하고 수업 첫 시간에 충분한 설명을 함으로써 좋은 성적 즉 학습 성공에 대한 긍정적 기대감을 확립시키고자 하였다.

자신감을 위한 성공기회 전략을 위해서는 학습 성공 기회를 늘려서 자신의 역량에 대한 긍정적 신념을 증가 시킴으로써 학습동기를 유발하기 위해 평가항목을 다양하게 하는 전술을 사용하였다. 시험, 과제, 프로젝트, 발표, 그룹활동, 방송 프로그램 시청 후 의견 쓰기, 책 읽고 독후감 쓰기, 영화 보고 감상문 쓰기, 문답활동 등 다양한 수업활동을 평가항목으로 정하고 각 수업활동에 대한 평가기준을 명확하게 알려줌으로써 성공 기회를 확대하였다.

자신감을 위한 개인적 통제 전략을 위해서는 학습 성공이 학습자 자신의 노력과 능력에 의한 결과라는 것을 학습자가 인식하여 학습동기가 좀 더 유발되도록 하기 위해 긍정적 피드백을 제공하는 전술을 사용하였다. 시험 후 채점 확인을 위해 수업시간에 시험지를 배부하였는데 점수와 더불어 칭찬과 격려를 담은 간단한 피드백을 시험지에 써서 주었다. 과제에도 긍정적 피드백을 써서 돌려주었다. 발표와 문답 수업에서도 발표와 답변 내용에 대해 긍정적 코멘트를 해주었다. 그룹활동에도 교수자가 한 번 이상 참여하여 학습자 개개인에 대해서 또 그룹 전체에 대해서 긍정적 피드백을 주었다.

동기유발 요인인 만족감을 위한 내재적 강화 전략을 위해서는 자율성과 창의성이 수반되는 과제 및 프로젝트 수행 전술을 사용하였다. 학습자의 학습동기가 지속적으로 유지되도록 하기 위한 학교문화창출 프로젝트는 문화 관련 창의적 아이디어가 요구되는 프로젝트로서 프로젝트를 진행하며 자신의 작은 아이디어로 학교문화를 만들어간다는 내재적 즐거움을 느끼면서 동시에 자신에 대한 긍정적 인식을 강화할 수 있게 했다. 또 그룹활동이 이루어지는 주제탐색에서도 각 그룹이 탐색할 주제를 자율적으로 선택하게 하여 흥미를 느끼는 주제에 대한 탐색을 함으로써 학습동기가 좀 더 유발되게 하였다.

만족감을 위한 외재적 강화 전략을 위해서는 학습 성공에 대한 보상으로 학습동기가 유지되도록 하기 위해 긍정적 피드백, 언어적 칭찬, 보너스점수 부여 등의 전술을 활용하였다. 시험, 과제, 발표 등 수업활동에서 긍정적 피드백과 더불어 칭찬할 사항이 있을 경우 전체 학생들 앞에서 언어적 칭찬을 해주었다. 그룹활동의 경우 동료 평가를 하여 그룹활동에 가장 많은 기여를 한 학습자에

게는 보너스점수를 부여하였다.

만족감을 위한 공정성 전략을 위해서는 평가에서 공정한 처리가 이루어진다는 것을 학생들이 강하게 인식하여 학습동기가 지속되도록 하는 전술을 사용하였다. 강의계획서에 제시된 평가항목의 평가기준에 따라 일관성 있는 평가를 하였고 시험 및 과제에 대해 점수와 피드백을 써서 나누어주고 확인하게 하였다. 확인 후 궁금한 점이 있을 때는 질문을 할 수 있는 기회를 주어서 정확하고 공정한 평가가 이루어진다는 것을 인식하게 하였다. 시험의 경우 학습한 내용만을 대상으로 시험문제를 출제하여 시험에 대한 학습자의 기대와 일치하게 하였다.

4. ARCS 모델을 적용한 비즈니스문화 수업의 효과

4.1 연구 설계

ARCS 모델에 의거한 비즈니스문화 수업을 설계하여 2017년 비즈니스문화 수업에 적용한 후 효과를 검증하기 위해 전통적 강의식 수업이 이루어진 2016년 비즈니스문화 수업과 비교하였다. 선행연구를 통해 ARCS 모델을 적용한 수업은 학습동기와 학습태도 향상에 효과가 있다는 여러 연구결과를 확인하였으므로, 비즈니스문화 수업에서도 ARCS 모델 적용 수업이 전통적 강의식 수업보다 문화에 대한 관심과 지식 그리고 문화 인식 및 태도에 있어 좀 더 긍정적 효과를 미칠 것이라는 연구 가설을 세웠다. 연구 절차는 연구대상인 실험집단과 비교집단에 대한 사전조사, 수업진행, 사후조사의 과정으로 이루어졌고 구체적인 연구 설계는 Fig. 1과 같다.

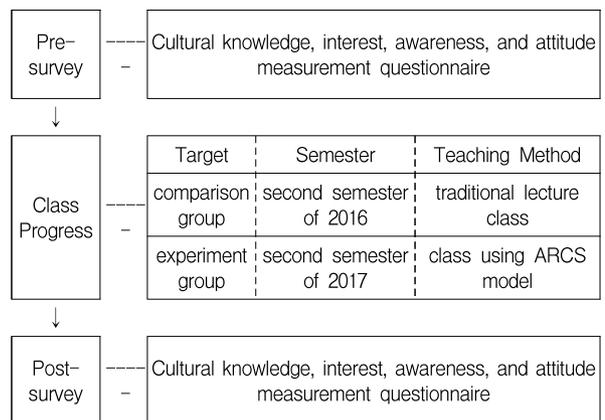


Fig. 1. Research Design

2017년 비즈니스문화 수업 수강자인 실험집단과 2016년 비즈니스문화 수업 수강자인 비교집단 대상으로 수업 첫 시간에 문화에 대한 관심과 지식 그리고 문화 인식 및 태도와 관련하여 사전 설문조사를 실시하였다. 사전조사 후 비교집단은 강의식 수업을 통해 수업을 진행하였고 실험집단은 ARCS 모델을 적용한 수업설계를 통해 수업을 진행하였다. 한 학기 동안 수업을 진행한 후 비교집단과 실험집단은 마지막 수업 시간에 사전조사에서 사용하였던 동일한 설문지를 사용하여 수업을 통해 문화에 대한 관심과 지식 그리고 문화 인식 및 태도에 변화가 있는지 사후조사를 실시하였다. 그리고 두 집단의 조사 결과를 비교하여 전통적인 강의식 수업보다 ARCS 수업모델이 문화에 대한 관심과 지식 그리고 문화 인식 및 태도 증진에 좀 더 효과가 있는지 검증해 보았다.

4.2 연구 대상

본 연구의 대상은 연구자가 재직하고 있는 대학의 국제경영정보학과 전공 선택과목인 ‘비즈니스문화’ 수업을 수강한 2학년 40명 학생들이었다. 실험집단은 2017년 2학기에 ARCS 모델이 적용된 수업설계에 의해 수업이 이루어진 비즈니스문화 수업을 수강한 22명이었고, 비교집단은 2016년 2학기에 전통적인 강의식 수업이 이루어진 비즈니스문화 수업을 수강한 18명이었다. 사전, 사후 설문조사에 모두 참석한 학생들은 2017년 20명, 2016년 17명이었으며 남녀 비율은 22대 15로 여학생 비율이 남학생 비율보다 좀 높았다.

4.3 연구 도구

본 연구에서 문화에 대한 관심과 지식 그리고 문화 인식 및 태도 측정을 위한 도구로 설문항목을 활용하였고 6개 항목으로 이루어졌다. 6개 항목은 문화에 대한 관심 정도, 문화에 대한 지식 정도, 문화 차이에 따른 다른 사람들에 대한 이해 정도, 비즈니스 성공을 위한 문화 중요성에 대한 인식 정도, 비즈니스문화 교육의 필요성에 대한 인식 정도, 문화 창출 의욕 정도를 측정하는 항목으로 이루어졌다. 각 항목은 5점 척도를 사용하였고 설문항목 구성은 구체적으로 Table 5와 같다.

Table 5. Survey Items

Item	Rating Scales				
	very high	high	moderate	low	very low
Rate your interest level in culture					
Rate your knowledge level of culture					
Rate your level of understanding people from other cultures					
Rate your level of motivation to create culture					
Item	Rating Scales				
	very important	some what important	neither important nor unimportant	some what unimportant	unimportant
How important do you think culture is for business success?					
Item	Rating Scales				
	very necessary	some what necessary	neither necessary nor unnecessary	some what unnecessary	unnecessary
How necessary do you think business culture education is for business administration students?					

4.4 조사결과 및 분석

사전조사와 사후조사의 자료는 SPSS 프로그램을 이용하여 처리하였으며 모든 분석의 통계적 유의수준은 $p < 0.01$ 로 설정하였다.

4.4.1 사전조사 결과

‘비즈니스문화’ 수업을 시작하기 전 비교집단과 실험집단의 동질성을 확인하기 위해 사전 설문조사를 실시하였고 사전조사 결과에 대해 독립표본 t-검증 (independent two-sample t-test)을 실시한 결과는 Table 6과 같다.

Table 6. Results of T-Tests for Pre-Survey

Item	Group	N	Mean	Standard Derivation	F	P-value
interest in culture	comparison	17	2.64	0.60	1.065	0.309
	experiment	20	2.85	0.58		
knowledge of culture	comparison	17	2.17	0.52	0.387	0.538
	experiment	20	2.30	0.65		
understanding of others from other cultures	comparison	17	2.29	0.58	0.036	0.850
	experiment	20	2.25	0.78		
motivation to create culture	comparison	17	1.29	0.58	0.071	0.791
	experiment	20	1.35	0.67		
importance of culture	comparison	17	2.29	0.68	0.001	0.977
	experiment	20	2.30	0.57		
necessity of culture education	comparison	17	2.41	0.61	0.036	0.851
	experiment	20	2.45	0.60		

Table 6에서 보듯이, 독립표본 t검증으로 동질성을 검증한 결과 6개 항목 모두에서 두 집단의 사전조사의 차이는 통계상 유의하지 않았다. 따라서 비즈니스문화 수업을 실시하기 전 비교집단과 실험집단은 문화에 대한 관심과 지식 그리고 문화 인식 및 태도에 있어 차이가 없는 동질집단이라 할 수 있다.

4.4.2 사전-사후조사 결과

비즈니스문화 수업이 문화에 대한 관심과 지식 그리고 문화 인식 및 태도에 미친 효과를 조사하기 위하여 사전조사와 사후조사를 비교하였다. 사전조사와 사후조사간에 대응표본 t-검정(paired samples t-test)을 실행하였는데 그 결과는 Table 7-8과 같다.

Table 7. Results of T-Tests for Difference between Pre and Post Survey in Comparison Group

Item	Survey	Mean	Standard Derivation	F	P-value
interest in culture	pre-survey	2.64	0.60	2.741	0.108
	post-survey	3.05	0.82		
knowledge of culture	pre-survey	2.17	0.52	77.333	0.000
	post-survey	3.88	0.60		
understanding of others from other cultures	pre-survey	2.29	0.58	2.526	0.122
	post-survey	2.64	0.70		
motivation to create culture	pre-survey	1.29	0.58	1.504	0.229
	post-survey	1.58	0.79		
importance of culture	pre-survey	2.29	0.68	2.703	0.110
	post-survey	2.70	0.77		
necessity of culture education	pre-survey	2.41	0.61	1.255	0.271
	post-survey	2.64	0.60		

Table 8. Results of T-Tests for Difference between Pre and Post Survey in Experiment Group

Item	Survey	Mean	Standard Derivation	F	P-value
interest in culture	pre-survey	2.85	0.58	57.600	0.000
	post-survey	4.05	0.39		
knowledge of culture	pre-survey	2.30	0.65	102.004	0.000
	post-survey	4.15	0.48		
understanding of others from other cultures	pre-survey	2.25	0.78	65.840	0.000
	post-survey	4.05	0.60		
motivation to create culture	pre-survey	1.35	0.67	93.985	0.000
	post-survey	3.15	0.48		
importance of culture	pre-survey	2.30	0.57	81.067	0.000
	post-survey	3.90	0.55		
necessity of culture education	pre-survey	2.45	0.60	114.655	0.000
	post-survey	4.20	0.41		

Table 7에서 보면 비교집단의 경우 문화에 대한 지식 항목에서만 사전조사와 사후조사의 두 평균 차이가 통계상 유의적 차이가 있었고 나머지 다른 모든 항목들에서는 통계상 유의적 차이가 없었다. 즉 비즈니스문화 수업 후 비즈니스문화 지식의 정도만 긍정적 유의적 변화가 있었고 문화에 대한 관심, 인식, 태도와 관련해서는 유의적 변화가 없는 것으로 나타났다. 실험집단의 경우 Table 8에서 보듯이 모든 항목에서 사전조사와 사후조사의 두 평균 차이가 통계상 유의적 차이를 나타냈다. 즉 비즈니스문화 수업 후 문화에 대한 지식, 문화에 대한 관심, 문화 차이에 따른 다른 사람의 이해, 비즈니스 성공을 위한 문화 중요성에 대한 인식, 비즈니스문화 교육의 필요성, 문화 창출 의욕 모두에서 긍정적인 유의적 변화가 있는 것으로 드러났다.

4.4.3 사후조사 결과

비교집단과 실험집단의 사후조사의 차이를 알아보기 위하여 사후조사 결과에 대해 독립표본 t-검증을 실시하였고 그 결과는 Table 9와 같다.

Table 9를 보면 문화에 대한 지식 항목에서만 두 집단의 평균 차이가 통계적으로 유의하지 않았고 다른 모든 항목들에서는 두 평균 차이가 통계상 유의적 차이가 있었다. 즉 사전조사에서는 두 집단이 차이가 없는 동질적 집단이었지만, 두 집단이 강의식 수업과 ARCS 모델 적용 수업을 받은 후 실시된 사후조사에서는 문화에 대한 지식에 있어서만 동질성을 나타냈고 문화에 대한 관심, 문화 차이에 따른 다른 사람의 이해, 비즈니스 성공을 위

한 문화 중요성에 대한 인식, 비즈니스문화 교육의 필요성, 문화 창출 의욕 모두에서 집단간 유의적 차이를 보여 두 집단이 이질적 집단이 되었음을 보여주었다.

Table 9. Results of T-Tests for Post-Survey

Item	Group	N	Mean	Standard Derivation	F	P-value
interest in culture	comparison	17	3.05	0.82	22.746	0.000
	experiment	20	4.05	0.39		
knowledge of culture	comparison	17	3.88	0.60	2.234	0.144
	experiment	20	4.15	0.48		
understanding of others from other cultures	comparison	17	2.64	0.70	42.679	0.000
	experiment	20	4.05	0.60		
motivation to create culture	comparison	17	1.58	0.79	53.483	0.000
	experiment	20	3.15	0.48		
importance of culture	comparison	17	2.70	0.77	29.917	0.000
	experiment	20	3.90	0.55		
necessity of culture education	comparison	17	2.64	0.60	85.400	0.000
	experiment	20	4.20	0.41		

5. 결론

본 연구에서는 여러 교과목에서 학습동기 향상 효과가 입증된 ARCS 동기모델을 ‘비즈니스문화’ 수업에 적용시켜 수업을 설계하였다. 학습자의 학습동기를 유발하고 유지시키는 4가지 주요 조건인 주의집중, 관련성, 자신감, 만족감을 높이기 위해 다양한 전략과 기술을 사용하였다. 시청각 자료 활용, 탐색 과제와 창의적 프로젝트 수행 등 다양한 수업활동을 통해 학습에 주의집중을 유발시켰다. 방송시청, 그룹활동, 상담 등을 통해서 학습자의 흥미나 요구를 학습내용과 관련시키게 하였다. 평가항목을 다양하게 하고 평가기준을 명확히 명시하며 긍정적 피드백을 주어 학습자 스스로 성공적 학습결과를 가져올 수 있다는 자신감을 갖게 하였다. 그리고 인센티브 점수 부여, 언어적 칭찬, 시험 및 과제에 대한 공정성 확보 등을 통해 학습 결과에 만족하도록 이끌었다.

이렇게 ARCS 동기모델을 적용하여 설계된 비즈니스문화 수업이 문화에 대한 관심과 지식 그리고 문화 인식 및 태도에 있어 전통적 강의식 수업보다 긍정적 효과를 미치는지 알아보기 위해 2016년과 2017년 비즈니스문화 수업을 비교 검증하였다. 전통적 강의식 수업이 이루어진 2016년 수업 수강자 대상의 비교집단과 ARCS 모델이 적용된 수업이 이루어진 2017년 수업 수강자 대상의 실

험집단에 대해 사전, 사후 설문조사를 실시하였다. 그 결과, 전통적 강의식 수업과 ARCS 모델 적용 수업 둘 다 문화 지식 향상에는 효과가 있는 것으로 학생들이 인식하고 있었다. 그러나 전통적 강의식 수업은 문화 지식 향상 외에 문화에 대한 관심, 인식, 태도와 관련해서는 확실한 긍정적 효과를 보이지 않았다. 이에 반해, ARCS 모델 적용 수업은 문화 지식 향상 뿐만 아니라 문화에 대한 관심, 다른 문화를 가진 사람들에 대한 이해, 문화 창출에 대한 의욕, 문화 중요성에 대한 인식, 문화 교육의 필요성에 대한 인식에 있어 수업 전후 통계상 유의적 차이를 보이는 확실한 향상 효과를 나타냈다. 결론적으로, ARCS 동기모델을 적용하여 설계된 비즈니스문화 수업은 문화에 대한 관심과 지식 그리고 문화 인식 및 태도에 있어 통계상 유의적인 긍정 효과를 미친다는 것을 확인할 수 있었다.

본 연구는 ARCS 모델이 적용된 문화 수업은 단순한 문화 지식 습득에 그치지 않고 문화에 대한 근본적 인식과 긍정적 태도를 유발시키는 데 효과적이라는 것을 보여준 것에 의의가 있다. 현재는 문화적 가치 등 소프트 파워가 기업과 국가의 경쟁력의 원천이 되는 시대로 경영과 접목된 문화 가치를 창출할 수 있는 창의적 인재가 요구된다. 따라서 문화 이해를 넘어 문화적 소양 및 문화 기획 능력을 키우는 진정한 의미의 문화교육이 필요하고 이를 위해서는 전통적 강의식 수업이 아닌 ARCS 모델을 활용한 문화수업이 필요함을 본 연구는 시사해준다.

그러나 본 연구는 서울의 한 특정 대학 2학년 학생들을 대상으로 하였고 조사 대상자 수가 37명으로 적었기 때문에 이 연구 결과를 일반화하는 데 제한점이 있다. ARCS 모델을 적용한 수업의 효과 검증은 이미 많이 이루어졌지만 대학교의 전공 교과목을 대상으로 한 연구는 많지 않으므로 대학교 교과목 대상의 연구가 좀 더 적극적으로 이루어질 필요가 있다. 특히 문화 관련 수업에서는 현장중심적이고 실질적인 관점에서 문화기획 능력을 갖추어서 문화를 통한 지역 재생 및 활성화에 기여할 수 있도록 문화 수업에서 활용할 수 있는 다양한 동기유발 전략 및 기술에 대한 연구가 요구된다.

REFERENCES

- [1] Keller, J. M.(1983). Motivational design of instruction. In C. M. Reigeluth(Ed.), *Instructional design theories and*

- models: An overview of their current status.* Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- [2] Glynn, S. M., Aultman, L. P. & Owens, A. M. (2005). Motivation to learn in general education programs. *The Journal of General Education*, 54(2), 150-170.
- [3] Wlodkowski, R. J. (2009). *Enhancing adult motivation to learn.* San Francisco: Jossey-Bass.
- [4] Keller, J. M. (2010). *Motivational design for learning and performance: The ARCS model approach.* Springer Science & Business Media.
- [5] S. H. Kim. (2015). *A study on the Korean painting areas of art textbooks in middle school.* Master thesis. Kyonggi University. Suwon.
- [6] J. S. Kim. (2006). *The effect on the scientific attitude, self-efficacy and learning achievement in science class through ARCS strategy.* Master thesis. Busan National University of Education, Busan.
- [7] H. Y. Kim. (2005). *The effects of ARCS learning strategy on the learning motivation, the flow and the academic achievement of student in mathematic class.* Master thesis. Korea University. Seoul.
- [8] J. O. Oh. (2005). *The effects of ARCS strategies on learning motivation and learning attitudes in the instruction of social studies.* Master thesis. Busan National University of Education. Pusan.
- [9] J. M. Kang. (2017). *Development of technology-home economics teaching-learning plans using ARCS strategies to improve character for middle school students: Focusing on the chapter 'understanding families'.* Master thesis. Chonnam National University. Daejeon.
- [10] O. I. Jin. (2002). *A study on the effect of message of the motivation solving the mathematical problems and learning attitudes based on the ARCS model.* Master thesis. Yonsei University. Seoul.
- [11] G. N. Song. (2015). *The effects of using ARCS model in the unit of 'principles of mechanical movement' on the learning motivation and academic achievement.* Master thesis. Korea National University of Education. Cheongju.
- [12] H. S. Ku. (2012). *The effect of mathematical class utilizing the ARCS motivation strategy on mathematical inclination and learning achievement.* Master thesis. Kyunghee University. Seoul.
- [13] J. S. Lee. (2013). *The effects of 4E&E learning cycle considering ARCS motivation in high school biology class.* Master thesis. Kongju National University. Kongju.
- [14] Y. J. Kim. (2015). *Applying the theory of Keller's ARCS motivation to advertising design education plan.* Master thesis. Sookmyung Women's University. Seoul.
- [15] J. H. Lee. (2008). *Effects of ARCS model-based instruction on self-regulated learning, learning motivation, and course interest in university elective dance.* Doctoral dissertation. Hanyang University. Seoul.
- [16] J. O. Joe. (2014). A study on ARCS model's application for the development of learning motivation of college general English education. *Korean Journal of General Education*, 8(6), 111-141.
- [17] Jeanette S., Martin, & Lillian H. Chaney. (2006). *Global business etiquette: A guide to international communication and customs.* Praeger Publishers.

김 부 자(Kim, Bu Ja)

[정회원]



- 1982년 2월 : 이화여자대학교 영어영문학과 (문학사)
- 1990년 2월 : 이화여자대학교 영어영문학과 (영어학박사)
- 2002년 3월 ~ 현재 : 서울기독대학교 국제경영정보학과 교수
- 관심분야 : 영어교육, 융복합교육시스템
- E-Mail : kbj9512@scu.ac.kr