



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

기술·가정 교과 ‘청소년의 소비생활’ 단원의
내용별 만족도에 관한 연구
-중학교 2학년 학생을 대상으로-

제주대학교 교육대학원

가정교육전공

이 가 인

2017년 8월

기술·가정 교과 ‘청소년의 소비생활’ 단원의
내용별 만족도에 관한 연구
-중학교 2학년 학생을 대상으로-

지도교수 김 정 숙

이 가 인

이 논문을 교육학 석사학위 논문으로 제출함.

2017년 6월

이가인의 교육학 석사학위 논문을 인준함.

심사위원장 (印)

위 원 (印)

위 원 (印)

제주대학교 교육대학원

2017년 6월

목 차

국문초록	iv
I. 서론	1
II. 이론적 배경	3
1. 소비자교육과 학교소비자교육의 의의	3
1) 소비자교육의 의의	3
2) 학교소비자교육의 의의	5
2. 2009개정과 2015 기술·가정 교육과정의 가정생활 영역	7
1) 성격과 목표	7
2) 내용 체계	9
3) ‘소비생활’ 영역의 내용 체계 및 성취기준	12
3. 수업 만족도	14
1) 수업 만족도의 의의	14
2) 수업 만족도의 영향요인	16
III. 연구방법 및 절차	18
1. 연구문제	18
2. 측정도구	19

3. 조사대상 및 자료수집	21
4. 분석방법	22
IV. 분석결과 및 해석	23
1. 조사대상자의 인구사회학적 특성	23
2. ‘청소년의 소비생활’ 단원의 교수·학습법	25
3. ‘청소년의 소비생활’ 단원의 교육내용 요구도	26
4. ‘청소년의 소비생활’ 단원의 교과내용 지식수준	28
5. ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도	30
1) ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도	30
2) ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도 차이	31
V. 결론 및 제언	43
참고문헌	46
Abstract	52
부 록	55
1. 인구사회학적 특성, 소비단원 인식도, 교과내용 지식수준에 따른 소비행동	56
2. 소비행동 척도 빈도 및 평균	57
3. 설문지	58

표 목차

<표 1> 2009개정과 2015 기술·가정 교육과정의 가정생활 영역의 성격과 목표	8
<표 2> 2009개정과 2015 기술·가정 교육과정의 가정생활 영역	10
<표 3> 2015 기술·가정 교육과정의 가정생활 영역	11
<표 4> 2009 개정과 2015 기술·가정 교육과정의 ‘청소년의 소비생활’ 단위 비교	13
<표 5> 교과내용 지식수준 척도와 정답	20
<표 6> ‘청소년의 소비생활’ 단위 만족도 신뢰도	21
<표 7> 조사대상자의 인구사회학적 특성	24
<표 8> ‘청소년의 소비생활’ 단원의 교수·학습법	25
<표 9> ‘청소년의 소비생활’ 단위 교육내용 요구도	27
<표 10> 교과내용 지식 측정 점수 분포	28
<표 11> 교과내용 지식 측정 문항별 정답 빈도	29
<표 12> ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도	30
<표 13> 인구사회학적 특성과 교과내용 지식수준에 따른 ‘청소년의 소비문화’ 만족도	33
<표 14> 인구사회학적 특성과 교과내용 지식수준에 따른 ‘구매의사결정’ 만족도	35
<표 15> 인구사회학적 특성과 교과내용 지식수준에 따른 ‘소비자문제 해결’ 만족도	37
<표 16> 인구사회학적 특성과 교과내용 지식수준에 따른 ‘소비자권리와 책임’ 만족도	39
<표 17> 인구사회학적 특성과 교과내용 지식수준에 따른 ‘소비자정보’ 만족도	42

<국문초록>

기술·가정 교과 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도에 관한 연구

-중학교 2학년 학생을 대상으로-

이 가 인

제주대학교 교육대학원 가정교육전공

지도교수 김정숙

이 연구의 목적은 중학교 2학년 학생들을 대상으로 중학교 기술·가정 교과 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도와 만족도의 영향요인에 대해 분석하는 것이다. 이러한 연구결과는 기술·가정교사에게 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 활성화에 필요한 기초자료를 제공하게 될 것이다.

연구 목적을 위해 2017년 3월 21일부터 4월 8일까지 기술·가정 교과서의 ‘청소년의 소비생활’ 단원을 1학년에 학습한 2학년 중학생 578명을 대상으로 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 교수·학습법과 교육내용 요구도, 교과내용 지식, 내용별 만족도를 측정하였다.

자료 분석은 SPSS Window 18.0 Program을 활용하였으며, 기술통계분석, t-test, ANOVA, Scheffe의 다중범위 검증이 이용되었다.

연구의 주요 분석 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 학생들은 ‘청소년의 소비생활’ 단원을 강의식 수업, 협동학습, 토의수업의 순으로 받고 있었다. 이에 비해 학생들이 선호하는 교수·학습법은 스마트 수업, 현장견학, 강의식 수업 등의 순으로 높게 나타났다.

둘째, ‘청소년의 소비생활’ 단원의 요구도가 높은 교육내용은 소비자권리, 소비자정보, 자금관리법, 소비자책임, 친환경 소비문화 등의 순으로 나타났다.

셋째, ‘청소년의 소비생활’ 단원 관련 교과내용 지식은 ‘소비자권리와 책임’에 관한 정답자가 가장 많았으며, ‘청소년의 소비문화’에 관한 정답자가 가장 적었다.

넷째, 남학생이 여학생보다 ‘청소년의 소비생활’ 단원 내용을 더 선호하고, 이해하기 쉽다고 생각하며, 흥미 있어 하고, 내용에도 만족하는 것으로 나타났다.

다섯째, 소비자문제를 경험한 학생이 경험하지 않은 학생보다 ‘구매의사결정’, ‘소비자문제 해결’, ‘소비자권리와 책임’, ‘소비자 정보’내용을 더 선호하는 것으로 나타났다.

여섯째, ‘기술·가정 교과 성적’은 ‘청소년의 소비생활’ 단원 내용의 ‘난이도’에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

일곱째, ‘교과내용 지식수준’이 ‘상’인 집단이 ‘하’인 집단보다 ‘청소년의 소비문화’내용을 이해하기 쉽다고 생각하고, ‘소비자권리와 책임’의 내용 만족도가 높았으며, ‘소비자 정보’내용의 교수·학습법 만족도에 더 만족하는 것으로 나타났다.

이상의 결과를 바탕으로 다음과 같은 제언을 하고자한다.

첫째, ‘청소년의 소비생활’ 단원에 맞는 다양한 경험의 기회를 제공하는 수업 방법이 요구되며, 이는 학생들의 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 만족도를 높일 수 있을 것으로 기대된다.

둘째, 교사들은 학생들의 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 교육내용 요구도를 인지하고 사용하는 교과서에 제시되지 않은 내용을 영 교육과정으로 포함시킴으로서 학생들의 소비자교육환경을 풍부하게 만들 수 있을 것이다.

셋째, 연구 결과를 토대로 학생 특성에 맞는 교사의 ‘청소년의 소비생활’ 단원 지도가 필요할 것이다.

주제어: 기술·가정 교과, ‘청소년의 소비생활’ 단원, 교육내용 만족도, 교육내용 요구도, 교과내용지식

I. 서론

현대사회의 복잡하고 다양한 소비생활에서 문제를 해결하는데 도움을 주기 위해 미래 사회의 소비생활 환경을 적극적으로 조성해 나가는 소비자교육이 필요하며, 자기 주도적인 학습을 통해 소비자의 능력을 향상시키고, 바람직한 소비를 실현시키는 소비자교육의 중요성이 점점 부각되고 있다(이기춘·김정은, 2012).

소비자교육은 일반적으로 가정, 학교, 사회 소비자교육으로 실시할 수 있다. 청소년기의 소비자교육은 가정, 학교, 사회 소비자교육이 서로 연관성을 갖고 실시되어야 가장 효과적이라고 볼 수 있지만, 가정 소비자교육은 목표 지향적이고 체계적인 소비자교육이 결여될 위험성이 있으며, 사회소비자교육은 상당히 단편적인 교육이 이루어져 지속적인 교육 실시의 어려움이 있다. 따라서 가정, 학교 사회 소비자 교육 중 가장 체계적이고, 지속적으로 소비자교육을 실시할 수 있는 것은 학교라고 볼 수 있다(이승신·김민경·조정자, 2003)

최근 소비자문제가 다양해지면서 소비자의 자주적인 역량이 그 어느 때보다 중요해지는 가운데 학교 현장에서의 소비자교육이 더욱 중요하게 여겨지고 있다(한국소비자원, 2017). 그러나 현실적으로 소비자교육에 대한 인식이 부족하여 체계적인 소비자교육이 실시되지 못하고 있는 실정이다. 소비자교육의 결여로 나타나는 올바르지 않은 소비태도나 가치관은 청소년기의 문제로 그치지 않고 평생의 습관으로 남아 성인기의 소비행동 유형을 결정하기 때문에 학교에서 이루어지는 소비생활단원에 대한 분석을 토대로 한 학교소비자교육이 이루어져야 할 것이다(김희진, 2007).

체계적인 소비자교육을 위한 학교소비자교육은 주로 도덕 교과와 사회 교과 및 기술·가정 교과에서 이루어지고 있다. 이 중, 학교소비자교육을 위한 중심적인 교과는 기술·가정 교과이다. 기술·가정 교과는 도덕 및 사회교과에 비해 ‘소비생활’ 영역의 상세요소를 양적으로 제일 많이 다루고 있고, 내용적으로도

청소년들의 의·식·주생활 전반에 걸친 소비생활과 관련된 구체적인 실천을 이

끌 수 있도록 제시되었기 때문이다. 이처럼 기술·가정 교과와 ‘소비생활’ 영역은 청소년 소비자가 실제생활에서 교과 내용을 적용할 수 있도록 소비생활에 대한 구체적인 교육 내용을 다루고 있다는 강점을 지니며 교과 특성상 의·식·주생활을 포함한 전반적인 ‘소비생활’ 영역을 다루고 있으므로, ‘소비생활’ 영역 교육에 있어서 중심적인 역할을 할 수 있을 것이다(이정운, 2015).

이러한 기술·가정 교과와 ‘청소년의 소비생활’ 단원을 학생들에게 효율적으로 가르치기 위해서는 학생들의 수업 만족도와 만족도에 영향을 미치는 요인을 분석할 필요가 있다. 수업만족도를 분석하는 것은 학교교육과 교육정책을 판단할 수 있고(김양분 외, 2007), 학생들의 수업 만족도가 높아지면 교과에 대한 ‘내적 동기’가 높아져 긍정적인 학습 효과를 나타내기 때문이다(신하진, 2005). 또한, 수업만족도를 조사하는 것은 교과의 교육활동에 대한 문제점을 분석하여 이를 해결할 수 있는 방법을 모색하게 함으로써 교육적 효과를 극대화 할 수 있기 때문에 중요하다(이동호, 2006). 이러한 수업만족도와 더불어 학생들의 교과인식 및 요구도와 같은 수업만족도의 영향요인을 파악하는 것은 교과에 적합한 교육내용을 결정하고 다양한 교수·학습법을 이용할 수 있는 계기를 마련해 주어, 학생들의 교과 흥미 및 수업만족도를 높일 수 있기 때문에 중요하다(김수연, 2006). 이처럼 효율적인 학습을 위해 수업의 만족도 및 영향요인을 연구하는 것은 의미 있는 것이다. 따라서, 이 연구는 기술·가정 교과와 내용별 만족도 및 영향요인을 분석하기 위해 만족도를 ‘선호도, 난이도, 흥미도, 필요도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도’의 하위요인으로 두어 성별, 소비자문제 경험, 기술·가정 교과 성적, 교과내용 지식수준에 따라 어떠한 차이가 있는지의 자료를 제공하고자 한다.

이러한 기술·가정 교과 만족도에 관한 연구는 의·식생활을 위주로 연구되어왔으며(강미향, 2005; 김수연, 2006; 이동호, 2006; 김성실, 2016;), 소비생활인 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도 연구는 없는 실정이다. 이에 연구자는 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도를 연구함으로써, 학생들의 올바른 소비태도나 가치관을 형성할 수 있도록 돕는 기술·가정교사들에게 단원의 활성화에 필요한 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 소비자교육과 학교소비자교육의 의의

1) 소비자교육의 의의

소비자교육에 대한 정의는 경제사회의 변화에 따른 시대적 요구에 따라 변화되어 왔다. 1920~30년대에는 구매기능 내용을 강조한 소비자교육을 했지만, 1960~70년대에는 가치관, 의사결정능력과 같은 보다 넓은 개념으로 확대되었으며, 1968년 국제소비자기구대회에서 처음으로 소비자교육에 대한 정의가 논의되었다(박정인, 2009). 이후 1980~90년대에는 광범위한 환경과 상호작용 관계를 포함하는 내용으로 변화되었다(이기춘, 1999). 2000년 이후에는 정보화시대에 발맞추어 소비자주권의식에 입각한 책임 있는 소비를 강조하고 있다.

이와 같이 소비자교육은 사회, 경제, 정치적인 생활환경의 변화에 대한 소비자의 요청에 의해 존재하기 때문에 여러 학자, 기관에 의해 다양하게 정의되어 왔다.

소비자교육이라는 용어는 미국의 Harap에 의해 처음 사용되었다. 그는 소비자교육을 유아에서부터 고령자에 이르는 모든 소비자가 인간답고 풍요롭게 생활하는 능력을 갖게 하는 것이라고 보았으며(안선영, 2013), 미국의 가정학자들은 소비자자원관리에 필요한 지식과 기술을 얻는 과정으로 보며, 소비자의사결정에 영향을 미치는 요소에 영향을 주는 행동양식을 얻기 위한 과정이라고 정의내리고 있다(이승신·김민경·조정자, 2003). 또한, 미국 소비자 교육 위원회(U.S Office of Education)는 소비자교육을 소비자 개인의 가치관, 시장 대체안의 인식 및 경제적, 사회적, 생태적인 면을 고려하여 소비자가 합리적이고 현명한 의사결정을 할 수 있도록 이해, 태도, 기능을 전달함으로써 시장 참여 또는 공적, 사적 자원의 사용을 포함한 상황에 대해 준비시키는 노력이라 정의내리고 있었다(박정인, 2009).

우리나라 학자들의 소비자교육에 관한 정의를 살펴보자면, 이기춘(1999)은 소비자교육을 경제적 효용을 높이는 관점에서 벗어나, 소비자가 개인적·사회적 존재로서 자아실현을 해 나가기 위한 소비 생활 방법을 추구하고, 새로운 소비문화를 형성하는데 필요한 교과내용 지식수준, 소비자 태도, 소비자 기능을 개발할 수 있도록 도와주는 것이라고 정의하였다. 김영신(2000)은 소비자 교육을 소비자에게 소비가치, 경제윤리 등을 부여하여 올바른 소비자의식을 갖게 하며, 이러한 소비자 의식에 기초하여 합리적 구매활동을 할 수 있는 능력을 향상시키는 교육 활동이라 정의하였으며, 김혜선 외(2002)는 소비자교육을 소비자가 소비자로서 역할을 수행하는데 필요한 소비자지식, 소비자가 지녀야 하는 태도, 소비자기능, 참여행동 등 소비생활과 합리적인 의사결정을 위한 소비자능력을 개발하는 도구라고 정의하였다. 이승신·류미현·황은애(2004)는 소비자교육을 현대의 복잡한 소비환경 변화에 적절하게 대처하여 소비자 스스로를 보호하고 아울러 합리적인 소비자의 역할 수행을 위한 소비자능력을 향상, 발전시키는 것이라고 정의내렸으며, 마지막으로 한국소비자원(2010)은 소비자교육을 소비자역할을 효과적, 효율적으로 수행하기 위해 필요한 교과내용 지식수준, 태도, 기능을 개발시켜 주는 것이라고 정의내리며, 특히 21세기 소비자교육은 디지털경제시대에 걸 맞는 소비자상의 양성을 목표로 한다고 하였다.

이처럼 소비자교육에 대한 개념 정의는 다양하게 이루어지고 있다. 내용을 종합해보면, 소비자교육은 과거의 물건 구매만을 하는 소비자가 아닌 현재 정보화 사회의 요구에 따른 책임 있는 소비를 하는 소비자가 될 수 있도록 교과내용 지식수준, 기능, 태도를 습득하게끔 도와 좀 더 성장하고 성숙된 소비자의 모습으로 거듭날 수 있도록 이끄는 과정이라고 할 수 있다.

2) 학교소비자교육의 의의

소비자교육은 교육의 주체와 장이 어딘가에 따라 가정 소비자 교육, 학교 소비자 교육, 사회 소비자교육으로 구분할 수 있다. 장기적으로 자립능력을 키워주는 것으로 볼 때, 소비자교육은 가정, 학교, 사회에서 공동으로 실시되어야 하지만 가장 체계적인 것은 학교에서 실시하는 소비자교육이다(이기춘, 1999). 가정에서 이루어지는 소비자교육은 목적 지향적이며 체계적인 교육이 되지 않을 위험이 크고, 사회에서 이루어지는 소비자교육은 교육의 지속성의 유지가 힘들고 단편적인 정보 제공에 그칠 가능성이 있기 때문이다. 이에 비해 학교소비자교육은 교육목표가 수립되고 교육내용이 설정되어서 피교육자의 수준에 따른 교육이 단계적이고 체계적으로 이루어질 수 있기 때문에 소비자교육은 학교교육을 통해 가장 효과적으로 이루어질 수 있다(이승신·김민경·조정자, 2003).

학교소비자교육의 구체적 의의는 다음과 같다(이득연·송순영, 1992).

첫째, 학교교육의 기본적인 목표를 달성하는데 기여할 수 있다. 학교교육의 기본적인 목표는 주체적인 인간의 형성을 도모하는 것이다. 즉, 학교교육을 통해 기본적인 생활습관을 익히고 스스로 사회적 규칙을 지키는 태도와 의사결정능력을 기르는 것이다. 이에 소비자교육은 현대사회의 구조를 인식하고 다양한 상품과 광고, 서비스 속에서 바람직하게 판단하고 대응하는 능력을 개발하여 개인의 생활의 질을 높이고자 한다. 또한 소비자의 합리적 선택을 통하여 자본주의 시장경제 체제가 제 기능을 하는 역할을 한다. 따라서 소비자교육은 학교교육의 목표를 충실히 달성하기 때문에 학교교육에서 배우는 생활교육의 중심으로서 제자리를 차지하여야 할 것이다.

둘째, 소비자교육 차원에서 중요하다. 학교소비자교육 이외의 가정에서의 소비자 교육이나 사회에서의 소비자교육은 제 역할을 못하고 있거나 제 역할을 한다 하더라도 주관적인 편견의 주입이 흐를 가능성, 교육의 지속성을 확보하지 못할 가능성 등을 지니고 있다. 이에 비해 학교소비자교육은 체계성과 단계성을 지니고 있기 때문에 가장 효율적으로 이루어질 수 있다.

셋째, 경제사회 환경의 변화에 적응해야 할 필요성이다. 최근 경제 사회가 정

보화, 고령화, 신용 사회화 등으로 변함에 따라 소비자문제들도 물건에서 서비스로, 안전 문제에서 계약 문제로 등과 같이 사회적이고 공공적인 이해 중심으로 변화되고 있다.

넷째, 청소년의 바람직한 가치형성 과정에서 중요성을 지닌다. 학교교육은 가치형성 과정으로서 중요성을 지니고 있는 만큼 학교소비자교육을 통해 합리적이고 바람직한 소비생활의 가치관 형성을 가장 효과적으로 교육할 수 있다(이기춘, 1999).

학교소비자교육의 교육목표는 소비생활을 영위하는데 필요한 기초적인 지식, 태도, 기능을 교육시킴으로서 합리적인 소비생활을 주체적으로 영위할 수 있도록 하는 것이다. 이러한 학교소비자교육의 교육목표를 달성하기 위해서는 학교 급별로 세부적 내용 항목을 설정한다. 중학교 소비자교육에서는 학생들의 인지발달 성숙과 제한적인 독립적 생활 주체로의 성장을 고려하여 내용 항목을 지식, 기능, 태도 측면으로 설정하고 있다. 지식 측면에서는 추상화된 외부 소비생활 환경과 관련된 구체적 사실에 대한 이해에 중점을 두어야 하며, 기능 측면에는 추상화된 구체적 지식에 대한 이해를 바탕으로 제한된 독립적인 소비생활을 영위하는데 필요한 기본적인 행동기능을 숙달하도록 한다. 태도 측면에서는 사고 및 행동에서 독립성을 갖고 자신의 행위 가치를 사회적 수준에서 반성하고 제한된 수준에서 사회적 합의 가치를 실현할 수 있는 행위 동기화가 이루어질 수 있도록 해야한다(채정숙 외, 2008).

이러한 학교소비자교육의 목표를 달성하기 위한 추진방법으로는 독립된 교과목으로 실시하는 방법, 특정한 교과목을 중심으로 실시하는 방법, 여러 관련 교과목에서 실시하는 방법, 학교 차원에서 전체적으로 실시하는 방법 등이 있다. 현재 우리나라의 학교 소비자교육은 특정한 교과목이 아닌 여러 관련 교과목에 일부분으로 분산되어 실시하고 있다(채정숙 외, 2008). 중학교 소비자교육을 하고 있는 교과목 중 기술·가정 교과는 일상생활의 실천적이고 항구적인 문제를 다루는 교과이기 때문에, 실생활에서 이루어지는 올바른 소비문화를 형성시키는 소비자교육이 이루어지기 적합한 교과이다.

따라서 연구자는 ‘학교소비자교육’을 ‘학생들이 기술·가정 교과와 청소년의 소비생활단원을 통해 소비생활을 영위하는데 필요한 기초적인 지식, 태도, 기능을 교육시킴으로서 합리적인 소비생활을 주체적으로 영위할 수 있도록 하는 것’으로 정의하였다.

2. 2009 개정과 2015 기술·가정 교육과정의 가정생활 영역

1) 성격과 목표

2009 개정과 2015 기술·가정 교육과정의 가정생활 영역의 성격과 목표는 <표 1>과 같다.

<표1>에 의하면, 2009 개정 기술·가정 교육과정의 가정생활 영역의 성격은 학습자가 가정생활을 통하여 접하는 다양한 경험을 통하여 당면한 생활문제를 해결하는 능력과 태도를 갖추게 함으로써 자립적인 삶과 건강한 가정생활을 영위할 수 있는 역량을 길러주는 것이다. 여기서의 역량은 가정생활 영역의 핵심역량으로 자기관리 능력, 실천적 문제해결능력, 창의력, 진로개발능력, 대인관계능력, 의사소통능력 등으로 제시하였다. 이에 비해, 2015 기술·가정 교육과정의 성격은 학습자가 생활 속에서 직면하는 문제를 해결하는 과정을 통해 자립적인 삶의 의미를 깨달아 자기주도적으로 삶을 영위할 수 있도록 하는 것이고, 교과역량은 실천적문제해결능력, 생활자립능력, 관계형성능력으로 제시하였다. 여기서의 교과역량은 2009 개정 기술·가정의 교육과정에서 제시하는 핵심역량과는 다른 것으로, 2015 교육과정 총론에서 제시하는 ‘창의융합형 인재’를 양성하기 위한 핵심역량을 말한다. 이러한 핵심역량에는 자기관리 역량, 지식정보처리 역량, 창의적 사고 역량, 심미적 감성 역량, 의사소통 역량, 공동체 역량이며, 이를 달성하기 위해 교과별로 제시한 역량이 ‘교과역량’이다. 2015 교육과정(교육부, 2015)에 의하면 학생들이 교과별로 제시된 ‘교과역량’을 성취함으로써 ‘창의융합형 인재’가 될 수 있을 것이라고 해석하고 있다.

<표 1> 2009 개정과 2015 기술·가정 교육과정의 가정생활 영역의 성격과 목표

구분	2009 개정 기술·가정 교육과정	2015 기술·가정 교육과정
성격	학습자가 가정생활을 통하여 접하는 다양한 경험을 통하여 당면한 생활 문제를 해결하는 능력과 태도를 갖추게 함으로써 자립적인 삶과 건강한 가정생활을 영위할 수 있는 역량을 길러주는 것	학습자가 생활 속에서 직면하는 문제를 해결하는 과정을 통해 자립적인 삶의 의미를 깨달아 자기주도적으로 삶을 영위할 수 있도록 하는 것
역량	핵심역량: 자기관리능력, 실천적문제 해결능력, 창의력, 진로개발능력, 대인관계능력, 의사소통능력 등	교과역량: 실천적문제해결능력, 생활자립능력, 관계형성능력
총괄 목표	‘가정생활’에 대한 지식, 능력, 가치 판단력을 함양하여 건강한 개인 및 가정생활을 영위해 현재와 미래 생활을 주도해 나갈 수 있는 역량과 태도를 기른다.	가정생활에 대한 지식, 능력, 가치 판단을 함양하여 실천적문제해결을 통해 자립적인 삶을 영위한다.
세부 목표	나와 가족을 이해하고 가정생활에 필요한 기초 생활 능력을 함양하여 가정생활에서 직면하는 문제를 해결하고 건강한 개인 및 가족 구성원으로서 자신의 삶을 주도해 나갈 수 있는 역량과 태도를 기른다.	가. 자신의 발달과 가족 관계에 대한 이해를 바탕으로 긍정적 자아정체감을 형성하고 배려와 돌봄을 실천함으로써 행복한 삶을 위한 관계형성능력과 실천적문제해결능력을 기른다. 나. 가정생활과 관련된 실천적문제를 이해하고 노작활동과 체험, 비판적 사고와 반성적 행동을 통해 개인과 가족의 안전하고 건강한 삶을 위한 실천적문제해결능력과 생활자립능력을 기른다. 다. 공동체와 환경을 고려한 생활 자원의 관리와 미래를 준비하는 생애 설계를 통해 자신의 균형 있고 조화로운 삶을 위한 관계형성능력과 생활자립능력을 기른다.

출처 : 교육과학기술부(2011). 실과(기술·가정)교육과정. 교육과학기술부 고시 제2011-361호 [별책 10] p.1-5
 교육부(2015). 실과(기술·가정)/정보과 교육과정. 교육부 고시 제 2015-74호 [별책 10] p.3-5

2) 내용 체계

2009 개정과 2015 기술·가정 교육과정의 가정생활 영역의 내용 체계는 <표 2> 및 <표 3>과 같다.

<표 2>에 의하면, 2009 개정 교육과정의 가정생활 영역은 대단원명과 중단원명으로 나누어 제시하고 있다. 초등학교 실과인 경우에는 대단원명을 ‘나와 가정생활, 나의 균형잡힌 식생활, 나의 자립적인 의생활, 쾌적한 주거와 생활 자원관리, 건강한 식생활의 실천, 창의적인 의생활의 실천’으로 나누어 이에 상응하는 중단원명을 제시하였고, 이와 같이 중학교 기술·가정인 경우에는 대단원명을 ‘청소년의 이해, 청소년의 생활, 청소년의 자기관리, 가족의 이해’로 나누어 이에 상응하는 중단원명을 제시하였다.

이에 비해, <표 3>에 따른 2015 교육과정의 가정생활 영역은 인간발달과 가족, 가정생활과 안전, 자원 관리와 자립의 3영역으로 나누어져 있다. 인간발달과 가족의 영역의 핵심개념은 발달과 관계이고, 가정생활과 안전 영역의 핵심개념은 생활문화와 안전, 자원관리와 자립영역에는 관리와 생애설계의 핵심개념으로 제시되고 있다. 핵심개념에 따른 일반화된 지식이 제시되어 있고, 내용 요소는 학교별로 나누어 각 영역 및 핵심개념에 맞게 제시되어 있다. 기능은 기술·가정 교육과정 전체의 공통부분으로 탐색하기, 계획하기, 실천하기, 조작하기, 활용하기, 적용하기, 종합하기, 평가하기, 제안하기, 설계하기, 제작하기, 실행하기, 판단하기, 조사하기, 추론하기로 제시되어 있다.

즉, 2009 개정 교육과정에서는 내용 체계를 단원별로 구분하고 있으나, 2015 교육과정에서는 영역으로 구분하고 이에 맞는 핵심개념, 일반화된 지식, 내용요소, 기능을 제시하고 있음을 알 수 있다.

<표 2> 2009 개정 기술·가정 교육과정의 가정생활 영역

실과(5~6학년)	기술·가정(중학교1~3학년)
<ul style="list-style-type: none"> -나와 가정생활 <ul style="list-style-type: none"> ·나의 성장과 가족 ·가정일과 가족원의 역할 -나의 균형 잡힌 식생활 <ul style="list-style-type: none"> ·나의 영양과 식사 ·건강 간식 만들기 -나의 자립적인 의생활 <ul style="list-style-type: none"> ·건강하고 안전한 옷차림 ·스스로 하는 옷 관리 -쾌적한 주거와 생활 자원관리 <ul style="list-style-type: none"> ·주거 공간과 생활 자원 관리 ·용돈과 시간관리 -건강한 식생활의 실천 <ul style="list-style-type: none"> ·건강하고 안전한 식사 ·음식만들기와 식사예절 -창의적인 의생활의 실천 <ul style="list-style-type: none"> ·생활 속 형겅 용품 만들기 ·환경과 나눔의 생활 용품 만들기 	<ul style="list-style-type: none"> -청소년의 이해 <ul style="list-style-type: none"> ·청소년의 발달 ·청소년의 성과 친구관계 -청소년의 생활 <ul style="list-style-type: none"> ·건강한 식생활과 식사구성 ·옷차림과 자기표현 ·주거와 거주환경 -청소년의 자기관리 <ul style="list-style-type: none"> ·청소년의 시간·스트레스 ·청소년의 소비생활 ·청소년의 복지서비스 -가족의 이해 <ul style="list-style-type: none"> ·변화하는 가족과 건강가정 ·가족 관계와 의사소통

출처 : 교육과학기술부(2011). 실과(기술·가정)교육과정. 교육과학기술부 고시 제2011-361호 [별책 10] p.5-6

<표 3> 2015 기술·가정 교육과정의 가정생활 영역

영역	핵심 개념	일반화된 지식	내용 요소		기능
			초등학교(5~6학년)	중학교(1~3학년)	
인간 발달과 가족	발달	자신의 발달특징에 대한 이해와 자아정체감 형성은 건강하고 자주적인 삶을 영위할 수 있게 한다.	·아동기 발달의 특징 ·아동기 성의 발달	·청소년기 발달의 특징 ·청소년기의 성과 친구 관계	·탐색 ·계획 ·실천
	관계	가족의 중요성에 대한 이해와 바람직한 의사소통으로 가족의 건강함을 유지시킨다.	·나와 가족의 관계 ·가족의 요구 살피기와 돌봄	·변화하는 가족과 건강 가정 ·가족 관계 ·가족의 의사소통과 갈등관리	
가정생활과 안전	생활 문화	의식주 생활 수행의 실천 역량을 갖추어 창의적인 가정생활 문화를 형성한다.	·균형 잡힌 식생활 ·식재료의 특성과 음식의 맛 ·옷 입기와 의생활 예절 ·생활 소품 만들기	·청소년기의 영양과 식행동 ·식사의 계획과 선택 ·옷차림과 의복 마련 ·주생활 문화와 주거 공간 활용	·조작 ·활용 ·적용 ·종합
	안전	개인과 가족의 안전한 삶을 위협하는 요소를 예방·대치할 수 있는 능력과 태도로 가정생활의 건강함과 질을 향상시킨다.	·안전한 옷차림 ·생활 안전사고의 예방 ·안전한 식품 선택과 조리	·청소년기 생활문제와 예방 ·성폭력과 가정폭력 예방 ·식품의 선택과 안전한 조리 ·주거 환경과 안전	·평가 ·제안 ·설계 ·제작 ·실행
자원관리와 자립	관리	제한된 생활 자원을 목적과 요구에 맞게 합리적으로 활용할 수 있도록 하는 관리는 지속가능한 삶을 위한 필요한 생활 역량이다.	·시간·용돈 관리 ·옷의 정리와 보관 ·정리정돈과 재활용	·청소년의 자기관리 ·의복관리와 재활용 · 청소년기의 소비생활	·판단 ·조사 ·추론
	생애 설계	전 생애의 설계는 자신의 삶을 자립적으로 준비하고 의미있게 확장시키는 일이다.	·가정생활과 일 ·가정일의 분담과 실천	·저출산·고령사회와 일·가정 양립 ·생애 설계와 진로 탐색	

출처 :교육부(2015). 실과(기술·가정)/정보과 교육과정. 교육부 고시 제 2015-74호 [별책 10] p.5-7

3) ‘소비생활’ 영역의 내용 체계 및 성취기준

2009 개정과 2015 기술·가정 교육과정의 가정생활 영역의 ‘소비생활’ 영역을 내용체계 및 성취기준별로 비교해보면 <표 4>와 같다.

<표 4>에 따르면, 2009 개정 교육과정의 가정생활 영역에서 ‘소비생활’ 영역의 내용체계는 초등학교 실과교과 대단원 ‘쾌적한 주거와 생활 자원관리’에서 중단원 ‘용돈과 시간관리’로 다루어지고 있으며, 중학교 기술·가정교과에서는 대단원인 ‘청소년의 자기관리’에서 중단원 ‘청소년의 소비생활’로 이루어지고 있다. 이에 비해, 2015 교육과정 가정생활 영역에서는 자원관리와 자립의 영역에서 관리를 핵심개념으로 다루며 초등학교 실과교과에서는 ‘시간·용돈 관리’에서, 중학교 기술·가정교과에서는 ‘청소년기의 소비생활’로 이루어지고 있다.

‘소비생활’ 영역의 성취기준은 다음과 같다. 2009 개정 교육과정에서는 ‘소비생활’영역의 성취기준을 실과교과에서는 ‘생활자원의 의미, 생활자원 관리, 효율적인 시간관리, 합리적인 용돈관리, 현명한 소비자로서의 능력과 태도’로 제시하였으며, 기술·가정교과에서는 ‘청소년기의 소비 특성 및 소비 환경을 이해, 소비생활 관련 문제 평가 및 해결, 건강한 소비생활 실천’으로 제시하였다. 이에 비해 2015 교육과정에서는 ‘소비생활’ 영역의 성취기준을 실과교과에서는 ‘용돈 관리의 필요성, 합리적인 소비생활 방법’으로 제시하였으며, 기술·가정교과에서는 ‘청소년기 소비 성향 및 소비환경 이해, 구매의사결정을 통한 합리적 소비생활 실천, 소비자권리와 역할 이해, 소비생활 문제의 해결방안 탐색, 책임 있는 소비생활 실천’으로 나누며, 성취기준에 부응하는 학습요소를 단어로 추출하여 제시하고 있다.

결과적으로, 2015 교육과정에서의 ‘소비생활’영역은 기존 2009 개정 교육과정의 ‘소비생활’영역과 지칭하는 명칭이 ‘청소년기의 소비생활’로 비슷하나, 성취기준과 학습요소가 더욱 자세히 기술되어 있어 교사들에게 어떤 요소를 가르칠 것 인지를 명확하게 제시해주어 더욱 효과적인 교수·학습이 될 것으로 기대된다.

<표 4> 2009 개정과 2015 기술·가정 교육과정의 ‘청소년 소비생활’ 단위 비교

교육과정	구분	내 용	
		실과(초등학교 5~6학년)	기술·가정(중학교 1~3학년)
2009 개정 기술· 가정 교육 과정	대단원	쾌적한 주거와 생활 자원관리	청소년의 자기관리
	중단원	용돈과 시간관리	청소년의 소비생활
	성취 기준	생활자원의 의미와 관리의 중요성을 알아 효율적인 시간관리, 합리적인 용돈관리를 통하여 현명한 소비자로서의 능력과 태도를 기를 수 있다.	청소년기의 소비 특성 및 소비 환경을 이해하고, 자신의 소비 생활과 관련한 문제를 평가하여 해결할 수 있으며, 이러한 과정을 통하여 건강한 소비생활을 실천할 수 있다.
2015 기술· 가정 교육 과정	영역	자원관리와 자립	
	핵심 개념	관리	
	내용 요소	-시간·용돈 관리 -옷의 정리와 보관 -정리정돈과 재활용	-청소년의 자기 관리 -의복 관리와 재활용 -청소년기의 소비생활
	성취 기준	-용돈 관리의 필요성을 알고 자신의 필요와 욕구를 고려한 합리적인 소비생활 방법을 탐색하여 실생활에 적용한다.	-청소년기 소비 성향과 소비 환경을 이해하고, 구매 의사 결정 과정을 통해 합리적인 소비생활을 실천한다. -소비자 권리와 역할을 이해하고, 소비생활에서 발생하는 문제 상황을 중심으로 해결 방안을 탐색하고 책임 있는 소비생활을 실천한다.
	학습 요소	용돈 관리, 합리적 소비생활	청소년기 소비 성향과 소비 환경, 구매의사결정과정, 합리적인 소비생활, 소비자 권리와 역할, 소비자문제 해결

출처 : 교육과학기술부(2011). 실과(기술·가정) 교육과정. 교육과학기술부 고시 제 2011-361호 [별책 10] p6,13
 교육부(2015). 실과(기술·가정)/정보과 교육과정. 교육부 고시 제 2015-74호 [별책 10] p3-6,20

3. 수업 만족도

1) 수업만족도의 의미

수업만족도는 교육의 발전과 평가하는 기준에서 중요한 위치를 가지고 있다. 수업을 받는 학생의 만족도가 높다는 것은 학교교육과 교육정책이 잘 이루어지고 있다고 할 수 있으며, 수업만족도가 낮다는 것은 학교교육과 교육정책의 질이 낮은 것으로 판단 할 수 있기 때문에, 이는 전반적인 학교 교육 정책과 현상을 파악할 수 있게 도와 교육발전에 도움을 줄 수 있기 때문이다(김양분 외, 2007).

신하진(2005)에 따르면 학생들이 높은 수업만족도를 갖게 되면, 학생의 ‘내적 동기’를 일으키게 되어 학습의 효과를 극대화 할 수 있다고 하였다. 이처럼 학생들의 수업만족도를 확인하고 이해하는 것은 학생들에게 학습에 대한 동기부여를 자극하여 긍정적인 학습효과를 기대할 수 있기 때문에 중요하다.

수업만족도의 개념을 먼저 살펴보면, ‘수업’이란 ‘정해진 목표에 도달하기 위하여 학습자의 내·외적 환경을 조작해가는 몇 가지 변인들의 상호작용’이라 할 수 있다. 이에 김홍선(2003)은 수업만족이란 학생의 욕구와 기대에 최대한 부응한 결과 수업에 대한 지속적인 학습이 이루어지고 아울러 학생의 수업에 대한 신뢰감이 연속되는 상태를 가르킨다고 하였으며, 장영문(2004)은 수업만족이란 학생이 수업에 참여해 가는 과정에서 내·외적인 욕구가 충족되면서 그 수업에 대한 관심과 열의, 긍정적인 감정 태도를 갖는 만족감이며 이것은 학생마다 다르게 나타날 수 있다고 하였다.

이러한 수업만족도를 살펴본 선행논문들을 살펴보면 다음과 같다.

김수연(2006)은 학년별 학생들의 인식 및 수업만족도, 요구도 등을 파악하여 이에 기술가정 교과와 적합한 교육내용을 결정하고, 다양한 수업방법을 사용하여 학생들의 교과 흥미를 높여 수업만족도를 높일 수 있도록 여러 교수학습모형을 개발해야한다고 하였으며, 안소연(2014)도 학생의 수업참여도, 학생들이 느끼는 수업에 대한 흥미도, 학생들이 생각하는 수업에 대한 중요도, 학생들이 생각하는 수업의 필요도, 수업의 난이도가 수업만족도에 영향을 미친다고 하였다.

이 외에도 다양한 요인들이 수업만족도와 관련 있다는 것을 알 수 있었다. 정옥자(2008)은 학생들의 일반적 사항이 수업만족도에 영향을 미친다는 결론을 나타냈으며, 이러한 학생들의 일반적 사항을 고려한 교사들의 수업활동이 전개되어, 학생들의 수업만족도를 높여야 한다고 하였다. 강미향(2005)은 수업만족도를 달성하기 위해서는 몇 가지 변인들이 상호작용해야하며, 기술·가정 수업 만족도에 영향을 미치는 요인에는 다양한 교수·학습법이 이루어졌는지, 교과내용이 실생활에 도움이 되었는지 등을 수업만족도의 결정요인으로 볼 수 있다고 하였다.

임진아(2010)는 교과내용 만족도와 선호도, 흥미도가 교과목표를 달성하는데 영향을 미친다고 하였으며, 안소연(2014)은 이 외에도 학생의 수업참여도, 학생들이 생각하는 수업에 대한 중요도, 학생들이 생각하는 수업의 필요도, 수업의 난이도 등이 수업만족도에 영향을 미친다고 하였다.

김선희(2012)는 교사의 수업방식과 수업에 대한 학생의 관여도는 학습 성취도 및 수업 만족도를 높일 수 있는 변수라고 하였다. 이는 무엇을 가르칠 것인가 보다 어떻게 가르칠 것인가에 더 관심을 갖고, 잘 가르치는 방법에 대해 연구하고 배워야 함이 수업만족도를 높일 수 있는 방안이라고 나타낸 이지선(2013)의 연구와 상이한 결론이었다.

또한, 이동호(2006) 및 이환우(2008)는 학생들이 실제로 생각하는 학습 만족도를 연구 및 조사하여 기술·가정 교과목의 교육활동에 대한 문제점을 분석하고 교육적 효과를 극대화 할 수 있는 기술·가정 교육 프로그램의 개발을 위한 기초자료를 제시하였다.

이와 같은 선행연구를 기초로 이 연구에서는 ‘수업만족도’를 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 목표에 도달하기 위한 하위요인들의 상호작용 정도’로 정의하며, 하위요인을 선호도, 난이도, 흥미도, 필요도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도로 정의하여 조사하였다.

선호도는 ‘학생들이 청소년 소비생활단원을 좋아하는 정도’로 정의하였으며, 흥미도는 ‘학생들이 청소년의 소비생활단원에 갖게 되는 호의적이고 수용적인 관심의 정도’, 필요도는 ‘학생들이 청소년의 소비생활단원을 자신의 생활에 필요

하다고 생각하는 정도'로 정의하였다. 특히, 난이도는 '학생들이 청소년의 소비생활 단원을 쉽게 인지하는 정도'로 정의함으로써, 난이도의 점수가 높을수록 학생들이 '청소년의 소비생활' 단원을 쉽게 이해한 것으로 해석하였다. 교수·학습법 만족도는 '학생들이 청소년의 소비생활 단원을 배운 교수·학습법에 만족하는 정도', 교육내용 만족도는 '학생들이 청소년의 소비생활 단원의 내용에 만족하는 정도'로 정의하였다.

2) 수업만족도의 영향요인

수업만족도는 학생들 개개인의 독특한 특성에 따라 영향을 받는다(안소연,2014). 이러한 수업만족도에 영향을 미치는 요인을 선행연구를 기초로 성별, 수업관련 경험, 교과 성적, 교과내용 지식수준의 변인으로 구분하여 알아보고자 한다.

(1) 성별

김수연(2006), 이수원(2008), 이동호(2006), 김성실(2016), 강미향(2005) 등의 선행논문에 의하면 학생들의 성별에 따른 수업만족도에는 유의미한 차이가 있었다. 특정 성별이 모든 연구에서 수업만족도가 높게 나타나지 않았으며, 연구 대상 수업의 특성에 따라 성별에 따른 수업만족도가 상이하게 나타났다.

(2) 수업관련 경험

학교생활은 가정생활, 사회생활과 종적·횡적인 관계에 있다. 학생들은 학교생활(수업, 행사 등)에서 가정 혹은 사회생활에서 나타난 욕구를 합리적으로 해결할 때 만족감을 느낀다(교육학대사전, 1965). 따라서, 학교에서는 가정 혹은 사회생활에서 나타나는 실천적문제를 해결할 수 있는 수업이 이루어져야 할 것이다. 그러나 수업관련 경험과 수업만족도에 관한 선행논문이 부족한 실정이다. 이에 이 연구에서는 수업관련 경험을 '소비자문제 경험'으로 정의하였다.

(3) 교과 성적

Bloom은 학생들이 학교에서 실패한 경험이 누적되면 학업에 대한 불안감이나 좌절감으로 학교에 대한 흥미를 상실하게 된다고 하였다. 또한 교과 성적이 높은 학생들이 낮은 학생들보다 학교에 대한 감정이나 태도, 동기가 긍정적이기 때문에 교우관계가 원만하며 교과 성적도 향상된다고 하였다(방주현, 2009).

김용자(2005)는 교과 성적이 상위권인 학생들은 교과 성적에 대한 관심과 노력을 기울이고 있어 수업만족도가 높게 나타난다고 하였고, 박경희(2008)의 연구에도 교과 성적이 상위일수록 수업만족도가 높게 나타났다. 그러나, 박광순(2017)의 연구에서는 교과 성적에 따른 수업만족도가 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이 연구에서는 교과 성적을 ‘기술·가정 교과의 성적’으로 정의하였다.

(4) 교과내용 지식수준

교과교육에서 학습자에게 가르치고자 하는 것을 ‘교과 내용’이라고 할 때, ‘내용’은 특정 교과 시간에 가르치는 ‘모든 것’을 의미할 수 있지만, 본 연구에서 주목하는 것은 기술·가정교과에서 가르치는 ‘내용지식’이다. 교과교육에서 지식을 이해하도록 가르치는 것은 학습자에게 교과와 관련된 현상 혹은 사물을 쉽게 이해할 수 있는 능력을 지닐 수 있게 함으로 중요하다. 심하연(2009)는 수업내용 인식정도가 높을수록 수업만족도가 높게 나타난다고 하였다. 이 연구에서는 수업내용 인식정도를 기술·가정 교과서의 ‘청소년의 소비생활’ 단원 내용의 지식수준으로 측정하였다.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

이 연구는 중학교 기술·가정 교과 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도에 대해 분석하고자 하며, 연구문제는 다음과 같다

<연구문제 1> ‘청소년의 소비생활’ 단원의 교수·학습법, 교육내용 요구도, 교과내용 지식의 실태는 어떠한가?

<연구문제 2> 성별, 소비자문제 경험, 기술·가정 교과성적, 교과내용지식 수준에 따라 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도는 차이가 있는가?

2. 측정도구

1) 인구사회학적 특성

인구사회학적 특성은 성별, 기술·가정 교과와 성적, 가정의 한 달 평균 소득, 부모연령, 부모교육수준, 부모직업 등 총 6문항을 선다형 및 서술형으로 구성하였다.

2) 교수·학습법

‘청소년의 소비생활’ 단원을 받은 교수·학습법과 선호하는 교수·학습법을 측정하기 위해 강미향(2005), 박아미(2016), 임진아(2010)의 연구를 기초로 교수·학습법을 역할극, 협동학습, 토의활동, 실험과 실습, 강의식, 통합수업, 스마트 수업, 현장 견학 학습 등 8가지의 방법으로 분류하여 측정하였다.

3) 교육내용 요구도

‘청소년의 소비생활’ 단원의 학습내용 요구도 측정도구는 심하연(2009)의 연구와 중학교 기술·가정① 교과서 5종(교문사, 2013; 천재교육, 2013; 원교재사, 2013; 미래엔, 2013; 금성출판사, 2013)의 청소년 소비생활 단원의 내용을 기초로 소비자권리와 책임, 소비자정보, 소비자문제, 구매의사결정 등과 관련하여 17개의 내용요소로 구성하였다. 5점 Likert척도로 ‘전혀 필요하지 않다(1점)’에서 ‘매우 필요하다(5점)’로 평가하였으며, 문항의 점수가 높을수록 요구도가 높다는 것을 의미한다.

4) 교과내용 지식수준

교과내용 지식수준 측정도구는 박지연(2007), 심하연(2009)의 연구와 중학교 기술·가정① 교과서 5종(교문사, 2013; 천재교육, 2013; 원교재사, 2013; 미래엔, 2013; 금성출판사, 2013)의 ‘청소년의 소비생활’ 단원 내용을 기초로 구성하였다. 내용은 <표 5>와 같다.

문항은 청소년의 소비문화, 구매의사결정, 소비자문제, 소비자권리와 책임, 소비자정보와 관련하여 10개의 문항을 진위형(O,X)으로 구성하였으며, 100점 만점으로 측정하였다.

<표 5> 교과내용 지식수준 척도와 정답

문 항		정답
1	구매의사결정단계 중에서 구매하고자 하는 물건의 상표, 가격 등을 조사하는 것은 ‘대안평가’단계이다.	X
2	소비자정보 중 개인적 원천은 주관적이고 전문성이 부족하다.	O
3	소비자문제가 원만하게 해결되지 않았을 때 가장 마지막 방법은 ‘소송’이다.	O
4	소비자정보 중 신뢰할 만한 정보는 사업자가 제공하는 상업적 원천 정보이다.	X
5	자신이 좋아하는 연예인이 착용한 옷을 구매하는 행동은 과시소비이다.	X
6	구매의사결정단계 중에서 구매 시기, 지급 방법 등을 고려하는 것은 ‘구매’단계이다.	O
7	안전할 권리는 소비자가 인체에 해가 없는 상품과 서비스를 구매할 권리이다.	O
8	녹색소비는 가격이나 품질뿐만 아니라 환경에 미치는 영향을 고려하는 소비이다.	O
9	충동소비는 상품을 지나치게 많이 구매하는 행동이다.	X
10	내용증명은 발신인이 언제 어떤 내용을 발송하였다는 사실을 우체국이 증명해주는 제도이다.	O

5) ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도

‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도 측정도구는 안선영(2013), 김수연(2007), 김성실(2016), 박아미(2016), 강미향(2005)의 연구와 중학교 기술·가정① 교과서 5종(교문사, 2013; 천재교육, 2013; 원교재사, 2013; 미래엔, 2013; 금성출판사, 2013)의 ‘청소년의 소비생활’ 단원을 기초로 청소년의 소비문화, 구매의사결정, 소비자문제 해결, 소비자권리와 책임, 소비자정보 5개 내용으로 분류하였다. 만족도 문항은 5개의 내용별로 각 6문항씩 총 30문항으로 구성하였으며, ‘전혀 그렇지 않다(1점)’에서 ‘매우 그렇다(5점)’의 5점 Likert척도로 측정하였다. ‘청소년의 소비생활’ 단원 만족도의 신뢰도는 <표 6>과 같다

<표 6> ‘청소년의 소비생활’ 단위 만족도의 신뢰도

변 수	<i>Cronbach' α</i>
선호도	.921
난이도	.898
흥미도	.922
필요도	.921
교수·학습법 만족도	.929
내용 만족도	.928

3. 조사대상 및 자료수집

이 연구는 기술·가정 교과서의 ‘청소년의 소비생활’ 단원을 1학년에 학습한 2학년 중학생을 대상으로 하였다. 조사도구의 적절성과 신뢰성 여부를 파악하기 위하여 2017년 3월 13일부터 14일까지 30명을 대상으로 예비조사를 실시하였고, 예비조사 결과를 기초로 부적절한 문항을 수정, 보완하여 설문지를 재 작성한 후 2017년 3월 21일부터 4월 8일까지 본 조사를 실시하였다. 본 조사는 남녀공학 중학교 2곳, 여자중학교 2곳, 남자중학교 1곳을 대상으로 실시하였다. 설문지는 총 720부를 배부하여 679부를 회수하였고, 이 중 답이 누락되었거나 부실 기재된 101부를 제외한 총 578부(남 261명, 여 371명)를 최종 분석 자료로 사용하였다.

4. 분석방법

수집된 자료는 SPSS 18.0 프로그램을 통해 분석하였으며, 사용된 분석 방법은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 인구사회학적 특성과 교육내용 요구도, 교과내용 지식수준, ‘청소년의 소비생활’ 단원 내용별 만족도는 기술통계분석을 이용해 빈도와 백분율을 분석하였다.

둘째, 척도의 신뢰도는 내적 일관성법으로 검증했으며 *Cronbach' α* 계수를 사용하였다.

셋째, 성별, 소비자문제 경험, 기술·가정 교과 성적, 교과내용 지식수준에 따른 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도 정도를 분석하기 위해 t-test, 일원 배치분산분석을 실시하였으며, 하위집단 간의 차이는 Scheffe의 다중범위 검증으로 분석하였다.

IV. 분석결과 및 해석

1. 조사대상자의 인구사회학적 특성

조사대상자의 인구사회학적 특성은 <표 7>과 같다.

성별은 여학생이 54.8%, 남학생이 45.2%로 여학생의 비율이 높았다. 기술·가정 교과 성적은 B가 37.4%로 가장 많았고, 그 다음으로는 A가 31.3%, C가 22.5%, D가 6.3%, E가 2.5%순이었다. 소비자문제 경험은 소비자문제를 경험하지 않은 학생이 76.1%, 경험한 학생이 23.9%로 전체의 2/3 학생들이 소비자문제를 경험하지 않은 것으로 나타났다.

부직업은 전문·사무·경영관리직이 49.9%로 가장 많았고, 그 다음으로는 판매서비스·자영업이 26.5%, 기능숙련공·일반작업직이 16.4%, 자유직·무직이 2.8% 순이었다. 모직업도 전문·사무·경영관리직이 46.3%로 가장 많았고, 판매서비스·자영업이 31.6%, 자유직·무직이 18.7%, 기능숙련공·일반작업직이 3.2%로 나타났다. 부연령은 45세~48세가 42.5%로 가장 많았고, 49세 이상이 33.6%, 44세 이하가 23.9%로 나타났다. 모연령은 44세 이하가 46.5%로 가장 많았고, 45세~48세가 38.6%, 49세 이상이 14.9%로 나타났다. 부 교육수준은 대학교 졸업 이상이 69.5%로 많았고, 고등학교 졸업 이하는 30.5%인 것으로 나타났다. 모 교육수준은 대학교 졸업 이상이 73.1%로 많았고, 고등학교 졸업이하가 26.9%로 나타났다. 부 모 소득은 300만원 이상 400만원 미만이 39.1%로 가장 많았고, 500만원 이상이 28.9%, 400만원 이상 500만원 미만이 19.1%, 300만원 미만이 12.8%로 나타났다.

<표 7> 조사대상자의 인구사회학적 특성

변수	구분	N (%)	변수	구분	N (%)
성별	남자	261(45.2)	기술· 가정 교과 성적	A	178(31.3)
	여자	317(54.8)		B	213(37.4)
소비자 문제 경험	유	138(23.9)		C	128(22.5)
	무	440(76.1)		D	36(6.3)
				E	14(2.5)
계		578(100.0)	계		569(100.0)
부 직업	전문·사무직·경영관리직	135(49.9)	모 직업	전문·사무직·경영관리직	114(46.3)
	판매서비스·자영업	66(26.5)		판매서비스·자영업	78(31.6)
	기능숙련공·일반직업직	41(16.4)		기능숙련공·일반직업직	8(3.2)
	자유직·무직	7(2.8)		자유직·무직	46(18.7)
계		249(100.0)	계		246(100.0)
부 연령	44세 이하	54(23.9)	모 연령	44세 이하	106(46.5)
	45세~48세이하	96(42.5)		45세~48세이하	88(38.6)
	49세 이상	76(33.6)		49세 이상	34(14.9)
계		226(100.0)	계		228(100.0)
부 교육	고등학교 졸업 이하	68(30.5)	모 교육	고등학교 졸업 이하	58(26.9)
	대학교 졸업 이상	155(69.5)		대학교 졸업 이상	158(73.1)
계		223(100.0)	계		216(100.0)

※ 무응답으로 빈도수의 차이가 있음

2. ‘청소년의 소비생활’ 단원의 교수·학습법

‘청소년의 소비생활’ 단원을 학습한 교수·학습법과 선호하는 교수·학습법을 분석하기 위해 빈도와 백분율을 분석한 결과는 <표 8>과 같다.

‘청소년의 소비생활’ 단원의 교수학습법은 강의식 수업이 68.7%로 가장 많았고, 그다음으로는 협동학습이 24.2%, 토의수업이 7.1%이었다. 이에 비해 학생들이 선호하는 교수·학습법은 스마트 수업이 25.5%로 가장 많았으며, 그다음으로는 현장견학, 강의식 수업, 협동학습, 실험실습, 역할극, 토의수업, 통합수업 순으로 높게 나타났다.

‘청소년의 소비생활’ 단원은 강의식 수업, 협동학습, 토의법으로 이루어지고 있었지만, 이와 달리 학생들이 선호하는 교수·학습법은 스마트 수업, 현장견학과 같은 학생중심 교수·학습법이었다. 이러한 학생중심 교수·학습법은 학생들이 학습매력과 상호작용을 할 수 있게 돕는 교수·학습법으로서, 실생활에서 이루어지는 소비생활을 다루는 ‘청소년의 소비생활’ 단원을 학습하기 적합하기 때문에 교수·학습법 변화가 요구되는 것으로 나타났다.

<표 8> ‘청소년의 소비생활’ 단원의 교수·학습법(중복응답)

변 수	학습한 교수·학습법		선호하는 교수·학습법	
	빈도	백분율	빈도	백분율
스마트 수업	-	-	173	25.5
현장 견학	-	-	163	24.0
강의식 수업	425	68.7	107	15.8
협동학습	150	24.2	89	13.1
실험·실습	-	-	80	11.8
역할극	-	-	34	5.0
토의법	44	7.1	24	3.5
통합수업	-	-	9	1.3
계	619	100	679	100

3. ‘청소년 소비생활’ 단원의 교육내용 요구도

‘청소년의 소비생활’ 단원에 대한 학생들의 교육내용 요구도를 분석하기 위해 빈도와 백분율을 분석한 결과는 <표 9>에 나타난 바와 같다.

‘청소년 소비생활’ 단원의 교육내용 요구도의 전체 평균은 4.06으로 전체적으로 높게 나타났으며, 요구도를 살펴보면 소비자권리, 소비자정보, 자금관리법, 소비자책임, 친환경 소비문화, 소비자역할·윤리적소비, 구매의사결정과정, 소비자문제 해결방법, 소비자문제, 소비자피해구제제도, 소비자정보 원천, 대금지불방법, 소비생활 관련 직업, 청소년 소비문화, 구매유형, 광고 순으로 높게 나타났으며, 광고, 구매유형, 청소년 소비문화, 소비생활 관련 직업, 대금지불방법, 소비자정보 원천, 소비자피해구제제도, 소비자문제, 소비자문제 해결방법, 구매의사결정과정, 소비자역할·윤리적소비, 친환경 소비문화, 소비자책임, 자금관리법, 소비자정보, 소비자권리 순으로 낮게 나타났다.

결과적으로, 전체 학생의 73.9%가 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 17가지 교육내용에 전체적으로 ‘필요하다(4점)’ 이상으로 답하여 요구도가 전반적으로 높게 나타났다. 특히, ‘소비자권리’내용의 요구도가 전체 학생의 80.6%가 ‘필요하다(4점)’ 이상으로 나타나 가장 요구도가 높았고, ‘광고’내용의 요구도는 전체 학생의 39.0%가 ‘보통이다(3점)’이하로 나타나 가장 요구도가 낮은 것으로 나타났다.

따라서, 교사들은 위와 같은 학생들의 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 교육내용 요구도를 알고 사용하는 교과서에 제시되지 않은 내용을 영 교육과정으로 포함 시킴으로서 학생들의 소비자교육환경을 풍부하게 만들 수 있을 것이다.

<표 9> '청소년의 소비생활' 단위 교육내용 요구도

내 용	매우필요하다	필요하다	보통이다	필요하지 않다	전혀 필요하지 않다	M(SD)
소비자권리	256(44.3)	210(36.3)	101(17.5)	11(1.9)	-	4.23(.80)
소비자정보	225(38.9)	240(41.5)	105(18.2)	7(1.2)	1(0.2)	4.18(.78)
자금 관리법	251(43.4)	201(34.8)	110(19.0)	15(2.6)	1(0.2)	4.19(.84)
소비자책임	227(39.3)	220(38.1)	121(20.9)	9(1.6)	1(0.2)	4.15(.81)
친환경 소비문화	230(39.8)	217(37.5)	114(19.7)	14(2.4)	3(0.5)	4.14(.85)
소비자역할	217(37.5)	227(39.3)	123(21.3)	9(1.6)	2(0.3)	4.12(.82)
윤리적 소비	207(35.8)	236(40.8)	121(20.9)	13(2.2)	1(0.2)	4.10(.82)
구매의사결정과정	210(36.3)	229(39.6)	124(21.5)	8(1.4)	7(1.2)	4.08(.89)
소비자문제 해결방법	219(37.9)	219(37.9)	129(22.3)	9(1.6)	2(0.3)	4.11(.83)
소비자문제	201(34.8)	232(40.1)	136(23.5)	9(1.6)	-	4.08(.80)
소비자피해구제제도	221(38.2)	210(36.3)	134(23.2)	11(1.9)	2(0.3)	4.10(.84)
소비자정보 원천	195(33.7)	230(39.8)	133(23.0)	19(3.3)	1(0.2)	4.04(.85)
대금 지불방법	177(30.6)	221(38.2)	151(26.1)	27(4.7)	2(0.3)	3.94(.89)
소비생활 관련 직업	181(31.3)	215(37.2)	147(25.4)	27(4.7)	8(1.4)	3.92(.94)
청소년 소비문화	191(33)	200(34.6)	152(26.3)	24(4.2)	11(1.9)	3.93(.96)
구매유형	167(28.9)	222(38.4)	170(29.4)	16(2.8)	3(0.5)	3.92(.86)
광고	151(26.1)	202(34.9)	186(32.2)	34(5.9)	5(0.9)	3.80(.93)

1) 빈도(백분율)

4. ‘청소년의 소비생활’ 단원의 교과내용 지식수준

‘청소년의 소비생활’ 단원의 교과내용 지식수준 분포와 문항별 정답률을 분석하기 위해 빈도와 백분율을 분석한 결과는 <표 10> 및 <표 11>와 같다.

<표 10>에 의하면 60점 미만의 점수를 받은 학생은 32.5%, 60점 이상에서 80점 미만의 점수를 받은 학생은 42.7%, 80점 이상에서 100점 미만의 점수를 받은 학생은 24.7%로 나타났으며, 평균 점수는 62.4점으로 나타났다.

<표 11>의 교과내용 지식 측정 문항별 정답 빈도를 살펴보면 소비자권리와 책임에 관한 8번과 7번 문항의 정답자가 87.7%, 87%로 가장 많았으며 다음으로 소비자문제 해결에 관한 3번 문항이 84.3%로 정답자가 많았다. 반면, 청소년의 소비문화에 관한 9번 문항의 정답자가 31%로 가장 적었으며, 구매의사결정과정과정에 관한 정답자도 43.3%로 낮게 나타났다.

이상의 결과에 의하면, 학생들이 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용을 배웠음에도 불구하고 교과내용 지식의 평균이 62.4점인 것은 다소 낮은 지식수준에 그쳤다는 것을 알 수 있었다. 또한, 문항별 정답 빈도에 의하면 학생들은 소비자권리와 책임, 소비자문제 해결 등에 대한 지식은 높았으나 청소년 소비자 문화와 구매의사결정과정과정에 대한 지식은 낮은 것을 알 수 있다.

<표 10> 교과내용 지식 측정 점수 분포

점수	빈도	백분율
80점 이상 ~ 100점 미만	143	24.7
60점 이상 ~ 80점 미만	247	42.7
60점 미만	188	32.5
평균	62.4점	

<표 11> 교과내용 지식 측정 문항별 정답 빈도

	문 항	정답	오답	계
1	녹색소비는 가격이나 품질뿐만 아니라 환경에 미치는 영향을 고려하는 소비이다.	507 (87.7)	71 (12.3)	578 (100)
2	안전할 권리는 소비자가 인체에 해가 없는 상품과 서비스를 구매할 권리이다.	503 (87)	75 (13)	578 (100)
3	소비자문제가 원만하게 해결되지 않았을 때 가장 마지막 방법은 ‘소송’이다.	487 (84.3)	91 (15.7)	578 (100)
4	내용증명은 발신인이 언제, 어떤 내용을 발송하였다는 사실을 우체국이 증명해주는 제도이다.	401 (69.4)	177 (30.6)	578 (100)
5	소비자정보 중 개인적 원천은 주관적이고 전문성이 부족하다.	391 (67.6)	187 (32.4)	578 (100)
6	구매의사결정 단계 중에서 구매하고자 하는 물건의 상표, 가격 등을 조사하는 것은 “대안평가”단계이다.	298 (51.6)	280 (48.4)	578 (100)
7	소비자정보 중 신뢰할 만한 정보는 사업자가 제공하는 상업적 원천 정보이다.	296 (51.2)	282 (48.8)	578 (100)
8	자신이 좋아하는 연예인이 착용한 옷을 구매하는 행동은 과시소비이다.	296 (51.2)	282 (48.8)	578 (100)
9	구매의사결정 단계 중에서 구매 시기, 지급 방법 등을 고려하는 것은 “구매”단계이다.	250 (43.3)	328 (56.7)	578 (100)
10	충동소비는 상품을 지나치게 많이 구매하는 행동이다.	179 (31)	399 (69)	578 (100)

1) 빈도(백분율)

5. ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도

1) ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도

‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도 실태를 분석하기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 결과는 <표 12>과 같다.

<표 12>에 의하면, ‘청소년의 소비생활’ 단원 내용별 전체 만족도는 평균 3.81로 나타났다. 선호도는 ‘청소년 소비자 문화 및 소비자문제 해결’이 3.68로 가장 높게 나타났으며 ‘구매의사결정’이 3.65로 가장 낮게 나타났다. 난이도는 ‘청소년 소비자 문화’가 3.86로 가장 높게 나타났으며, ‘소비자문제 해결’이 3.74로 가장 낮게 나타났다. 흥미도는 ‘청소년 소비자 문화’가 3.74로 가장 높게 나타났으며, ‘소비자권리와 책임’이 3.67로 가장 낮게 나타났다. 필요도는 ‘청소년 소비자 문화’가 3.96로 가장 높게 나타났으며, ‘소비자정보’가 3.84로 가장 낮게 나타났다. 교수·학습법 만족도는 ‘구매의사결정’이 3.94로 가장 높게 나타났고, ‘소비자권리와 책임’이 3.86으로 가장 낮게 나타났다. 교육내용 만족도는 ‘청소년의 소비문화’가 3.91로 가장 높게 나타났고, ‘소비자정보’가 3.83으로 가장 낮게 나타났다.

< 표 12 > ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도

만족도	청소년의 소비문화	구매의사 결정	소비자문제 해결	소비자 권리와책임	소비자 정보	전체
선호도	3.68(.84)	3.65(.88)	3.68(.93)	3.66(.90)	3.67(.90)	3.67(.78)
난이도	3.86(.85)	3.78(.86)	3.74(.85)	3.75(.84)	3.75(.88)	3.78(.72)
흥미도	3.74(.86)	3.73(.89)	3.72(.89)	3.67(.91)	3.71(.89)	3.72(.77)
필요도	3.96(.85)	3.91(.87)	3.93(.84)	3.87(.89)	3.84(.90)	3.90(.75)
교수 학습법 만족도	3.98(.79)	3.94(.82)	3.92(.81)	3.86(.85)	3.89(.87)	3.92(.73)
내용 만족도	3.91(.81)	3.85(.83)	3.86(.85)	3.84(.87)	3.83(.88)	3.86(.75)
계	3.86(.83)	3.81(.86)	3.81(.86)	3.78(.88)	3.78(.89)	3.81(.75)

1) 평균(표준편차)

2) ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도 차이

인구사회학적 특성과 교과내용 지식수준에 따른 ‘청소년의 소비생활’ 단원 내용별 만족도 차이를 분석하기 위해 t-test와 분산분석, 하위 집단 간의 차이는 Scheffe의 다중범위검증으로 분석하였다. ‘청소년의 소비생활’ 단원 내용별 차이 분석은 다음과 같다.

(1) 청소년의 소비문화

인구사회학적 특성과 교과내용 지식수준에 따른 ‘청소년의 소비문화’내용 만족도를 분석한 결과는 <표 13>에 나타난 바와 같다.

<표 13>에 의하면, ‘청소년의 소비문화’내용의 선호도는 성별에 따라 유의미한 차이가 있었으며, 난이도는 성별과 기술·가정 교과 성적 및 교과내용 지식수준, 흥미도는 성별 및 소비자문제 경험에 따라 유의미한 차이가 있었다. 필요도는 성별과 기술·가정 교과 성적, 내용만족도는 성별과 소비자문제 경험에 따라 유의미한 차이가 있었다.

성별은 ‘청소년의 소비문화’내용의 선호도, 난이도, 흥미도, 필요도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 모두 남학생이 여학생보다 점수가 높은 것으로 나타나 남학생이 여학생 보다 ‘청소년의 소비문화’내용을 더 선호하고, 이해하기 쉽다고 생각하며, 흥미 있어 하고, 필요하다고 느끼고 있었으며, 교수·학습법과 교육내용에도 더 만족하고 있는 것으로 나타났다.

소비자문제 경험은 ‘청소년의 소비문화’내용의 흥미도와 내용만족도에 영향을 미쳤으나 선호도, 난이도, 필요도, 교수·학습법 만족도에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 소비자문제를 경험한 집단이 경험하지 않은 집단보다 ‘청소년의 소비문화’내용을 흥미롭게 생각하며 내용에도 만족을 하고 있는 것으로 나타났다.

기술·가정 교과 성적은 ‘청소년의 소비문화’내용의 난이도, 필요도에 영향을

미치는 것으로 나타났지만, 선호도, 흥미도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 난이도와 필요도의 경우에는 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단과 ‘중’ 및 ‘하’인 집단 사이에서 유의미한 차이가 있었으며, 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단이 ‘중’ 및 ‘하’인 집단보다 ‘청소년의 소비문화’내용을 이해하기 쉽다고 생각하고 필요도가 높은 것으로 나타났다.

교과내용 지식수준은 ‘청소년의 소비문화’내용의 난이도에 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 선호도, 흥미도, 필요도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 난이도의 경우에는 교과내용 지식수준이 ‘상’인 집단과 ‘하’인 집단 사이에서 유의미한 차이가 있었으며, 교과내용 지식수준이 ‘상’인 집단이 ‘하’인 집단보다 ‘청소년의 소비문화’내용을 이해하기 쉽고 생각하는 것으로 나타났다.

이상의 내용에 따르면, 남학생이 여학생보다 ‘청소년의 소비문화’ 만족도가 높은 것으로 나타났고, 소비자문제를 경험한 집단이 경험하지 않은 집단보다 ‘청소년의 소비문화’에 더 흥미를 가지고 내용에도 만족하는 것으로 나타나 ‘청소년의 소비생활’ 단원 관련 사전 경험이 ‘청소년의 소비문화’의 흥미도에 영향을 미치며 내용에도 만족하는 것으로 나타났다. 또한, 기술·가정 성적과 교과내용 지식수준에 따라 난이도가 유의미한 차이를 보였다. 기술·가정 성적과 교과내용 지식수준이 ‘상’인 집단이 ‘하’인 집단보다 ‘청소년의 소비문화’내용을 이해하기 쉽다고 생각하는 것으로 나타나 학생들의 기술·가정 교과 관련 성적이 높을수록 ‘청소년의 소비문화’의 내용을 이해하기 쉽다고 생각하는 것을 알 수 있었다.

<표 13> 인구사회학적 특성 및 교과내용 지식수준에 따른 ‘청소년의 소비문화’ 만족도

변 수		선호도		난이도		흥미도		필요도		교수 학습법 만족도		내용 만족도		전체	
		M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S
성별	남	3.79		3.94		3.87		4.08		4.07		4.06		3.97	
	여	3.59		3.79		3.62		3.87		3.91		3.79		3.76	
	t	2.90**		2.10*		3.52***		2.94**		2.55*		4.06***		3.50***	
소비자 문제 경험	유	3.78		3.91		3.88		4.06		4.05		4.05		3.96	
	무	3.65		3.84		3.69		3.93		3.96		3.86		3.82	
	t	1.61		.87		2.21*		1.50		1.19		2.37*		1.89	
기술·가정 교과 성적	상	3.74		4.08 a		3.84		4.15 a		4.08		3.98		3.98 a	
	중	3.69		3.81 b		3.75		3.91 b		3.93		3.88		3.83 ab	
	하	3.63		3.70 b		3.62		3.86 b		3.94		3.87		3.77 b	
	F	0.63		9.59***		2.93		6.02***		1.99		0.94		3.92*	
교과 내용 지식 수준	상	3.61		4.01 a		3.78		4.03		4.08		3.97		3.92	
	중	3.68		3.85 ab		3.71		3.95		3.93		3.91		3.84	
	하	3.74		3.76 b		3.74		3.93		3.97		3.87		3.84	
	F	1.07		3.51*		0.25		0.70		1.80		0.59		0.62	

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

2) S는 Scheffe의 다중범위검증이며, 다른 문자는 집단 간 유의한 차이가 있음

3) 상·중·하 집단은 평균 ± 표준편차를 기준으로 구분하였음

(2) 구매의사결정

인구사회학적 특성과 교과내용 지식수준에 따른 ‘구매의사결정’내용의 만족도를 분석한 결과는 <표 14>에 나타난 바와 같다.

<표 14>에 의하면, ‘구매의사결정’내용의 선호도는 성별, 소비자문제 경험에 따라 유의미한 차이가 있었으며, 난이도는 성별과 기술·가정 교과 성적에 따라 유의미한 차이가 있었다. 흥미도와 필요도는 성별과 소비자문제 경험 및 기술·가정 교과 성적에 따라 유의미한 차이가 있었으며, 교수·학습법만족도와 내용만족도는 성별과 기술·가정 교과 성적에 따라 유의미한 차이가 있었다.

성별은 ‘구매의사결정’내용의 선호도, 난이도, 흥미도, 필요도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도에 영향을 미쳤다. 모두 남학생이 여학생 보다 점수가 높은 것으로 나타나 남학생이 여학생보다 ‘구매의사결정’내용을 더 선호하고, 이해하기 쉽다고 생각하며, 흥미 있어 하고, 필요하다고 느끼고 있었으며, 교수·학습법과 교육내용에도 더 만족하고 있는 것으로 나타났다.

소비자문제 경험은 ‘구매의사결정’내용의 선호도, 흥미도, 필요도에 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 난이도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 소비자문제를 경험한 집단이 경험하지 않은 집단보다 ‘구매의사결정’내용을 더 선호하고, 흥미롭게 생각하며 필요하다고 생각하는 것으로 나타났다.

기술·가정 교과 성적은 ‘구매의사결정’내용의 난이도, 흥미도, 필요도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도에 영향을 미쳤지만, 선호도에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 난이도, 필요도, 교수·학습법 만족도의 경우에는 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단과 ‘중’ 및 ‘하’인 집단 사이에서 유의미한 차이가 나타나, 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단이 ‘중’ 및 ‘하’인 집단보다 ‘구매의사결정’내용을 이해하기 쉽다고 생각하고 흥미도, 필요도, 교수·학습법, 내용만족도가 높은 것으로 나타났다. 흥미도의 경우에는 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단과 ‘하’인 집단 사이에서 유의미한 차이가 나타나 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단이 ‘하’인 학생들보다 ‘구매의사결정’내용의 흥미도가 높은 것으로 나타났다.

이상의 내용에 따르면, 남학생이 여학생보다 ‘구매의사결정’ 만족도가 높은 것으로 나타났고, 소비자문제를 경험한 집단이 경험하지 않은 집단보다 ‘구매의사결정’내용을 더 선호하고, 흥미를 느꼈으며, 필요하다고 생각하는 것으로 나타나 ‘구매의사결정’이 소비생활에 직접적으로 사용되는 결정법인 만큼 소비자문제를 직접 경험해본 집단일수록 ‘구매의사결정’내용의 선호도, 흥미도, 필요도가 높게 나타난 것으로 사료된다. 기술·가정 교과 성적에 따라서는 성적이 ‘상’인 학생이 ‘구매의사결정’내용을 이해하기 쉽다고 생각하며, 흥미 있어 하고, 필요하다고 느끼고, 교수·학습법이나 내용에도 만족한다고 느끼고 있었다.

<표 14> 인구사회학적 특성 및 교과내용 지식수준에 따른 ‘구매의사결정’ 만족도

변 수		선호도		난이도		흥미도		필요도		교수 학습법 만족도		내용 만족도		전체	
		M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S
성별	남	3.78		3.89		3.91		4.01		4.02		3.97		3.93	
	여	3.54		3.70		3.59		3.83		3.86		3.75		3.71	
	t	3.21**		2.64**		4.36***		2.42*		2.32*		3.21**		3.49*	
소비자 문제 경험	유	3.83		3.85		3.87		4.07		4.03		3.96		3.93	
	무	3.59		3.76		3.69		3.86		3.91		3.81		3.77	
	t	2.72**		1.04		2.07*		2.50*		1.52		1.87		2.25*	
기술·가정 교과 성적	상	3.76		4.00 a		3.89 a		4.08 a		4.10 a		3.99		3.97 a	
	중	3.62		3.70 b		3.69 ab		3.85 b		3.88 b		3.79		3.76 b	
	하	3.58		3.69 b		3.64 b		3.83 b		3.86 b		3.80		3.73 b	
	F	1.92		7.97***		4.21*		4.87**		4.84**		3.50*		5.72**	
교과 내용 지식 수준	상	3.64		3.91		3.74		3.93		4.04		3.93		3.86	
	중	3.64		3.75		3.70		3.93		3.95		3.85		3.81	
	하	3.66		3.72		3.77		3.87		3.84		3.78		3.77	
	F	0.05		2.17		0.26		0.29		2.49		1.31		0.60	

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

2) S는 Scheffe의 다중범위검증이며, 다른 문자는 집단 간 유의한 차이가 있음

3) 상·중·하 집단은 평균 ± 표준편차를 기준으로 구분하였음

(3) 소비자문제 해결

인구사회학적 특성과 교과내용 지식수준에 따른 ‘소비자문제 해결’내용의 만족도를 분석한 결과는 <표 15>에 나타난 바와 같다.

<표 15>에 의하면, ‘소비자문제 해결’내용의 선호도는 성별과 소비자문제 경험에 따라 유의미한 차이가 있었으며, 난이도와 흥미도는 성별과 기술·가정 교과 성적에 따라 유의미한 차이가 있었다. 필요도는 소비자문제 경험과 기술·가정 교과 성적에 따라, 교수·학습법 만족도는 기술·가정 교과성적에 따라 유의미한 차이가 있었다. 내용만족도는 성별과 기술·가정 교과성적에 따라 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

성별은 ‘소비자문제 해결’의 선호도, 난이도, 흥미도, 교육내용 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 필요도, 교수·학습법 만족도에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 남학생이 여학생보다 ‘소비자문제 해결’내용을 더 선호하고, 이해하기 쉽다고 생각하며, 흥미 있어 하고, 교육내용에 만족하는 것으로 나타났다.

소비자문제 경험은 ‘소비자문제 해결’내용의 선호도, 필요도에 영향을 미쳤으나, 난이도, 흥미도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 소비자문제를 경험한 집단이 경험하지 않은 집단보다 ‘소비자문제 해결’내용을 더 선호하고, 필요하다고 인지하는 것으로 나타났다.

기술·가정 교과 성적은 ‘소비자문제 해결’내용의 난이도, 흥미도, 필요도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도에 영향을 미쳤으나, 선호도에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 난이도, 흥미도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도의 경우 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단과 ‘하’인 집단 사이에서 유의미한 차이가 있었으며, 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단이 ‘하’인 집단보다 내용을 더 이해하기 쉽다고 생각하고, 흥미를 느끼며 교수·학습법과 교육내용에 만족하는 것으로 나타났다. 필요도의 경우 기술·가정 교과 성적이 ‘상’ 및 ‘중’인 집단과 ‘하’인 집단 사이에서 유의미한 차이가 있었으며, 기술·가정 교과 성적이 ‘상’ 및 ‘중’인 집단이 ‘하’인 집단보다 ‘소비자문제 해결’내용이 필요하다고 생각하는 것으

로 나타났다.

이상의 내용에 따르면, 남학생이 여학생보다 ‘소비자문제 해결’내용을 선호하고, 이해하기 쉽다고 생각하며, 흥미도와 내용 만족도가 높게 나타났다. 소비자문제 경험에 따라서는 소비자문제를 경험한 집단이 경험하지 않은 집단보다 ‘소비자문제 해결’내용을 더 선호하고 필요하다고 느끼는 것으로 나타났다. 이는 ‘소비자문제 해결’내용이 ‘소비자문제를 어떻게 해결하는가’에 중점인 내용이기 때문에, 소비자문제를 경험했던 집단이 이 내용의 중요성을 더욱 인지하며 선호도와 필요도가 높게 나타난 것으로 사료된다. 기술·가정 교과 성적은 ‘소비자문제 해결’내용의 난이도, 흥미도, 필요도, 교수·학습법 및 내용 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 15> 인구사회학적 특성 및 교과내용 지식수준에 따른 ‘소비자문제 해결’ 만족도

변 수		선호도		난이도		흥미도		필요도		교수·학습법 만족도		내용 만족도		전체	
		M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S
성별	남	3.87		3.92		3.93		3.99		4.02		4.01		3.96	
	여	3.52		3.60		3.55		3.88		3.83		3.74		3.69	
	t	4.53***		4.76***		5.25***		1.60		2.93		3.83***		4.46***	
소비자 문제 경험	유	3.87		3.84		3.83		4.07		4.03		3.97		3.93	
	무	3.62		3.71		3.69		3.89		3.88		3.83		3.77	
	t	2.82**		1.54		1.53		2.27*		1.90		1.70		2.28*	
기술· 가정 교과 성적	상	3.79		3.89 a		3.86 a		4.08 a		4.07 a		4.02 a		3.95 a	
	중	3.64		3.70 ab		3.71 ab		3.89 a		3.85 ab		3.85 ab		3.77 ab	
	하	3.61		3.65 b		3.61 b		3.84 b		3.86 b		3.75 b		3.72 b	
	F	1.98		3.92*		3.49*		4.26*		4.41*		4.63*		4.82**	
교과 내용 지식 수준	상	3.62		3.78		3.64		3.95		4.01		3.90		3.82	
	중	3.67		3.73		3.74		3.91		3.87		3.86		3.80	
	하	3.73		3.73		3.76		3.94		3.90		3.84		3.82	
	F	0.68		0.21		0.81		0.13		1.49		0.22		0.05	

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

2) S는 Scheffe의 다중범위검증이며, 다른 문자는 집단 간 유의한 차이가 있음

3) 상·중·하 집단은 평균 ± 표준편차를 기준으로 구분하였음

(4) 소비자권리와 책임

인구사회학적 특성과 교과내용 지식수준에 따른 ‘소비자권리와 책임’내용의 만족도를 분석한 결과는 <표 16>에 나타난 바와 같다.

<표 16>에 의하면, ‘소비자권리와 책임’내용의 선호도는 성별과 소비자문제 경험 및 기술·가정 교과 성적에 따라 유의미한 차이가 있었으며, 난이도와 흥미도 및 교수·학습법 만족도와 내용만족도는 성별과 기술·가정 교과 성적에 따라 유의미한 차이가 나타났다. 필요도는 성별에 따라 유의미한 차이가 나타났다.

성별은 ‘소비자권리와 책임’내용의 선호도, 난이도, 흥미도, 필요도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 모두 남학생이 여학생보다 점수가 높은 것으로 나타나 남학생이 여학생보다 ‘소비자권리와 책임’내용을 더 선호하고, 이해하기 쉽다고 생각하며, 흥미 있어 하고, 필요하다고 느끼고 있었으며, 교수·학습법과 교육내용에도 만족하고 있는 것으로 나타났다.

소비자문제 경험은 ‘소비자권리와 책임’내용의 선호도에 영향을 미쳤지만, 난이도, 흥미도, 필요도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉, 소비자문제를 경험한 집단이 경험하지 않은 집단보다 ‘소비자권리와 책임’내용을 더 선호하는 것으로 나타났다.

기술·가정 교과 성적은 ‘소비자권리와 책임’내용의 선호도, 난이도, 흥미도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도에 영향을 미쳤지만, 필요도에는 영향을 미치지 않았다. 선호도, 난이도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도의 경우 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단과 ‘하’인 집단 사이에서 유의미한 차이가 있었으며, 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단이 ‘하’인 집단보다 ‘소비자권리와 책임’내용을 더 선호하고, 이해하기 쉽다고 생각하며, 교수·학습법과 교육내용의 만족도가 높은 것으로 나타났다. 흥미도의 경우 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단과 ‘중’ 및 ‘하’인 집단 사이에서 유의미한 차이가 나타났으며, 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단이 ‘중’ 및 ‘하’인 집단보다 흥미도가 더 높았다.

교과내용 지식수준은 ‘소비자권리와 책임’의 내용 만족도에 영향을 미쳤지만, 선호도, 난이도, 흥미도, 필요도, 교수·학습법 만족도에는 영향을 미치지 않는 것

으로 나타났다. 내용 만족도는 내용 지식수준이 ‘상’인 집단과 ‘하’인 집단 사이에서 유의미한 차이가 있었으며, 내용 지식수준이 ‘상’인 집단이 ‘하’인 집단 보다 ‘소비자권리와 책임’의 내용 만족도가 높은 것으로 나타났다.

이상의 내용에 따르면, 남학생이 여학생보다 ‘소비자권리와 책임’ 만족도가 높은 것으로 나타났으며, 소비자문제를 경험한 집단이 경험하지 않은 집단보다 ‘소비자권리와 책임’내용을 더 선호하는 것으로 나타났다. 기술·가정 교과 성적은 ‘소비자권리와 책임’내용의 선호도, 난이도, 흥미도, 교수·학습법 및 내용 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 교과내용 지식수준은 ‘소비자권리와 책임’내용 만족도에만 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 16> 인구사회학적 특성 및 교과내용 지식수준에 따른 ‘소비자권리와 책임’ 만족도

변 수		선호도		난이도		흥미도		필요도		교수·학습법 만족도		내용 만족도		전체	
		M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S
성별	남	3.81		3.92		3.87		3.99		3.97		3.99		3.93	
	여	3.53		3.62		3.51		3.76		3.78		3.71		3.65	
	t	3.75***		4.46***		4.76***		3.03***		2.69**		3.87***		4.30***	
소비자 문제 경험	유	3.82		3.86		3.79		3.97		3.96		3.90		3.88	
	무	3.61		3.72		3.64		3.83		3.83		3.82		3.74	
	t	2.40*		1.73		1.70		1.60		1.62		.92		1.90	
기술· 가정 교과 성적	상	3.80	a	3.92	a	3.87	a	3.99		4.01	a	4.00	a	3.93	a
	중	3.61	ab	3.74	ab	3.61	b	3.84		3.82	ab	3.80	ab	3.74	b
	하	3.57	b	3.60	b	3.56	b	3.77		3.77	b	3.72	b	3.66	b
	F	3.55*		6.80**		5.87**		2.96		3.84*		5.00**		5.85**	
교과 내용 지식 수준	상	3.61		3.81		3.66		3.83		4.03		3.94	a	3.81	
	중	3.66		3.74		3.68		3.93		3.83		3.83	ab	3.78	
	하	3.70		3.73		3.68		3.81		3.78		3.77	b	3.75	
	F	0.44		0.44		0.04		1.07		3.82		1.70*		0.32	

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

2) S는 Scheffe의 다중범위검증이며, 다른 문자는 집단 간 유의한 차이가 있음

3) 상·중·하 집단은 평균 ± 표준편차를 기준으로 구분하였음

(5) 소비자정보

인구사회학적 특성과 교과내용 지식수준에 따른 ‘소비자정보’내용의 만족도를 분석한 결과는 <표 17>에 나타난 바와 같다.

<표 17>에 의하면, ‘소비자정보’내용 선호도는 성별과 소비자문제 경험에 따라 유의미한 차이가 있었으며, 난이도는 성별과 소비자문제 경험 및 기술·가정 교과 성적에 따라 유의미한 차이가 있었다. 흥미도는 성별과 기술·가정 교과 성적에 따라, 필요도는 기술·가정 교과 성적에 따라 유의미한 차이가 있었다. 교수·학습 만족도와 내용만족도는 성별과 기술·가정 교과 성적에 따라 유의미한 차이가 있었다.

성별은 ‘소비자정보’내용의 선호도, 난이도, 흥미도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도에 영향을 미쳤지만, 필요도에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 남학생이 여학생 보다 ‘소비자정보’내용을 더 선호하고, 이해하기 쉽다고 생각하며, 흥미 있어 하며, 교수·학습법과 교육내용에도 만족을 하고 있는 것으로 나타났다.

소비자문제 경험은 ‘소비자정보’내용의 선호도, 난이도에 영향을 미쳤지만, 흥미도, 필요도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 소비자문제를 경험한 집단이 경험하지 않은 집단보다 ‘소비자정보’내용을 더 선호하고 이해하기 쉽다고 생각하는 것으로 나타났다.

기술·가정 교과 성적은 ‘소비자정보’내용의 난이도, 흥미도, 필요도, 교수·학습법 만족도, 교육내용 만족도에 영향을 미쳤지만, 선호도에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 난이도, 필요도, 교수·학습법 만족도의 경우 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단과 ‘하’인 집단 사이에서 유의미한 차이가 있었으며, 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단이 ‘하’인 집단보다 ‘소비자정보’내용을 이해하기 쉽다고 생각하고, 필요도와 교수·학습법 만족도가 높은 것으로 나타났다. 흥미도의 경우 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단과 ‘중’ 및 ‘하’인 집단 사이에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타나, 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단이 ‘중’ 및 ‘하’인 집단보다 흥미도가 높았다. 교육내용 만족도의 경우 기술·가정 교과 성적이 ‘상’ 및

‘중’인 집단과 성적이 ‘하’인 집단 사이에 유의미한 차이가 있었으며, 기술·가정 교과 성적이 ‘상’ 및 ‘중’인 집단이 ‘하’인 집단보다 교육내용 만족도가 높게 나타났다.

교과내용 지식수준은 ‘소비자정보’내용의 교수·학습법 만족도에 영향을 미쳤지만, 선호도, 난이도, 흥미도, 필요도, 교육내용 만족도에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 교수·학습법 만족도의 경우 교과내용 지식수준이 ‘상’인 집단과 ‘하’인 집단 사이에서 유의미한 차이가 나타나, 교과내용 지식수준이 ‘상’인 집단이 ‘하’인 집단보다 ‘소비자정보’내용의 교수·학습법 만족도가 높은 것으로 나타났다.

이상의 내용에 따르면, 남학생이 여학생보다 ‘소비자정보’내용의 선호도, 난이도, 흥미도, 교수·학습법 및 내용 만족도가 높았으며, 소비자문제를 경험한 집단이 경험하지 않은 집단보다 ‘소비자정보’내용을 더 선호하고 이해하기 쉽다고 생각하는 것으로 나타났다. 기술·가정 교과 성적은 ‘소비자정보’내용의 난이도와 흥미도, 필요도, 교수·학습법 및 내용 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 교과내용 지식수준이 ‘상’인 집단이 ‘하’인 집단보다 ‘소비자정보’내용의 교수·학습법 만족도에 더 만족한 것으로 나타났다.

<표 17> 인구사회학적 특성 및 교과내용 지식수준에 따른 '소비자정보' 만족도

변 수		선호도		난이도		흥미도		필요도		교수·학습법 만족도		내용 만족도		전체	
		M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S
성별	남	3.84		3.90		3.85		3.91		3.99		3.98		3.91	
	여	3.53		3.62		3.59		3.79		3.81		3.71		3.68	
	t	4.17***		3.78***		3.57***		1.55		2.56*		3.81***		3.69***	
소비자 문제 경험	유	3.83		3.93		3.80		3.96		4.01		3.96		3.91	
	무	3.63		3.69		3.68		3.81		3.85		3.79		3.74	
	t	2.30*		2.73**		1.42		1.69		1.92		1.90		2.27*	
기술· 가정 교과 성적	상	3.78		3.92 a		3.87 a		4.02 a		4.04 a		4.00 a		3.93 a	
	중	3.62		3.73 ab		3.64 b		3.80 ab		3.83 ab		3.79 a		3.74 b	
	하	3.62		3.61 b		3.64 b		3.72 b		3.81 b		3.70 b		3.68 b	
	F	1.84		5.84**		4.21*		5.39**		3.92*		5.55**		5.48**	
교과 내용 지식 수준	상	3.62		3.83		3.72		3.91		4.05 a		3.92		3.84	
	중	3.67		3.74		3.70		3.87		3.87 ab		3.83		3.78	
	하	3.71		3.70		3.72		3.76		3.80 b		3.77		3.74	
	F	0.41		0.97		0.06		1.56		3.56*		1.09		0.69	

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

2) S는 Scheffe의 다중범위검증이며, 다른 문자는 집단 간 유의한 차이가 있음

3) 상·중·하 집단은 평균 ± 표준편차를 기준으로 구분하였음

V. 결론 및 제언

이 연구는 중학교 기술·가정 교과 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 만족도에 대해 분석함으로써 기술·가정교사들에게 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 활성화에 필요한 기초자료를 제공하고자 한다.

이 연구의 주요 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 학생들은 ‘청소년의 소비생활’ 단원을 강의식 수업, 협동학습, 토의수업의 순으로 받고 있었다. 이에 비해 학생들이 선호하는 교수·학습법은 스마트 수업, 현장견학, 강의식 수업, 협동학습, 실험실습, 역할극, 토의수업, 통합수업 순으로 높게 나타났다.

둘째, ‘청소년의 소비생활’ 단원의 요구도가 높은 교육내용은 소비자권리, 소비자정보, 자금관리법, 소비자책임, 친환경 소비문화, 소비자역할 및 윤리적소비, 구매의사결정과정, 소비자문제 해결방법, 소비자문제, 소비자피해구제제도, 소비자정보 원천, 대금지불방법, 소비생활 관련 직업, 청소년 소비문화, 구매유형, 광고 순으로 나타났다.

셋째, ‘청소년의 소비생활’ 단원 관련 교과내용 지식은 100점 만점 중 평균 62.4점으로 나타났다. ‘소비자권리와 책임’에 관한 정답자가 가장 많았으며, ‘청소년의 소비문화에 관한 정답자가 가장 적었다.

넷째, ‘성별’은 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용별 선호도, 난이도, 흥미도, 내용 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 남학생이 여학생보다 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 내용을 더 선호하고, 이해하기 쉽다고 생각하며, 흥미 있어 하고, 내용에도 만족하는 것으로 나타났다. 반면, 필요도에는 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

다섯째, 소비자문제를 경험한 학생이 경험하지 않은 학생보다 ‘구매의사결정’, ‘소비자문제 해결’, ‘소비자권리와 책임’, ‘소비자 정보’내용을 더 선호하는 것으로

나타났다. 반면, ‘청소년의 소비문화’내용의 선호도에는 영향을 미치지 않았다.

여섯째, ‘기술·가정 교과 성적’은 ‘청소년의 소비생활’ 단원 내용의 ‘난이도’에 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘청소년의 소비문화’ 및 ‘구매의사결정’내용에서는 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단이 ‘중’ 및 ‘하’인 집단보다 내용을 이해하기 쉽다고 생각하는 것으로 나타났으며, ‘소비자문제 해결’내용과 ‘소비자권리와 책임’ 및 ‘소비자정보’내용에서는 기술·가정 교과 성적이 ‘상’인 집단이 ‘하’인 집단보다 내용을 이해하기 쉽다고 생각하는 것으로 나타났다.

일곱째, ‘교과내용 지식수준’이 ‘상’인 집단이 ‘하’인 집단보다 ‘청소년의 소비문화’내용을 이해하기 쉽다고 생각하고, ‘소비자권리와 책임’의 내용 만족도가 높았으며, ‘소비자 정보’의 교수·학습법 만족도에 더 만족하는 것으로 나타났다.

이상의 연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 학생들이 받은 교수·학습법에 비해 선호되는 교수·학습법은 학생중심의 교수·학습법인 스마트 수업, 현장견학 등이다. 이를 토대로 ‘청소년의 소비생활’ 단원에 맞는 다양한 경험의 기회를 제공하는 학생중심의 교수·학습법으로 변화가 된다면, 학생들의 ‘청소년의 소비생활’ 단원의 만족도가 높아질 것으로 기대된다.

둘째, 교사는 학생들이 소비자권리, 소비자정보, 자금관리법 등의 순으로 높게 요구하는 것을 인지하고, 수업에서 사용하고 있는 교과서에 제시되지 않은 내용은 영 교육과정으로 포함시킴으로서 학생들의 소비자교육환경을 풍부하게 만들 수 있을 것이다.

셋째, 연구의 결과에 따르면 학생들의 일반적 특성인 성별, 소비자문제 경험, 기술·가정 교과 성적, 교과내용 지식수준에 따라 ‘청소년의 소비생활’ 단원 만족도가 다르게 나타났다. 따라서, 교사는 학생의 특성을 지각하고 있으며 이에 따른 ‘청소년의 소비생활’ 단원 지도가 필요할 것이다.

이 연구의 제한점은 다음과 같다.

첫째, 이 연구는 제주도 내 중학생 578명을 대상으로 조사하였으므로, 연구결과를 일반화하기 위해서는 전국의 중학생을 대상으로 조사 범위를 확대할 필요가 있다.

둘째, 이 연구는 중학교 1학년 시기에 ‘청소년 소비생활’ 단원을 배운 2학년 학생들을 대상으로 실시하였다. 따라서 ‘청소년의 소비생활’ 단원을 배운 이전과 직후 연구가 아니라는 점에서 시간의 영향이 연구결과에 미쳤을 것으로 예상되어, 후속연구는 소비생활 단원의 이전과 직후 연구를 할 필요가 있다.

참 고 문 헌

[국내 문헌]

- 강건욱(2004). 학교유형별 중학생 체육수업에 대한 인식도 및 만족도 분석.
국민대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 강미향(2005). 중학교 기술·가정교과 의생활 단원의 내용분석과 수업 만족도
조사. 중앙대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 곽현정(2003). 아동소비자의 소비자행동의 합리성에 관한 연구. 건국대학교
대학원 석사학위 논문.
- 교육과학기술부(2011). 실과(기술·가정) 교육과정. 교육과학기술부 고시 제 2011-361
호 [별책 10]
- 교육부(2015). 실과(기술·가정)/정보과 교육과정. 교육부 고시 제 2015-74호 [별책
10]
- 교육학사전편찬위원회(1965). 교육학사전 서울: 대한교육연합회.
- 김가경(2004). 제7차 교육과정 기술·가정 교과의 식생활 단원의 여중생의 중요도,
난이도에 대한 인식과 실천도. 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김경애(2003). 중, 고등학생의 제 7차 기술·가정교과의 내용에 대한 인식.
한국가정과교육학회지, 15(2) P.101-120.
- 김계순(1993). 제6차 중학교 가정과교육과정에 대한 남녀중학생의 학습요구도
분석. 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김기수 외 15인(2013), 기술·가정 ①, 원교재사
- 김기욱·허경옥·정순의·김혜선(1999). 소비자과 시장. 학지사
- 김선우(2009). 청소년이 인터넷 쇼핑에서 경험하는 소비자문제에 대한
대응행동과 관련변수. 고려대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 김선희(2012). 수업에 대한 학생의 관여도가 학습 만족도 및 성취도에 미치는
영향: 학생의 자기조절초점을 중심으로. 공주교육대학원 석사학위논문.

- 김성실(2016). 기술·가정교과 의생활 영역에 대한 인식, 만족도, 학습필요도 연구.
조선대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김수연(2006). 기술·가정교과 내 식생활 단원에 대한 중학생의 인식과 활용도,
수업만족도, 요구도에 관한 연구. 동국대학교 교육대학원 석사학위 논문
- 김양분, 류한구, 남궁지영, 김일혁, 전민경(2007). 학생용 및 학부모용 학교교육
만족도 조사 도구 개발. 교육평가연구.
20(3), p.1-27.
- 김영신(2002). 대학생소비자의 화폐에 대한 태도에 따른 강박적 구매행동.
소비문화연구, 4(3), 41-66.
- 김용자(2005). 중학교 학생들의 학교생활 만족도 분석. 관동대학교
교육대학원석사학위논문.
- 김일호(1993). 고등학생의 소비자행동에 관한 연구. 전북대학교 석사학위논문.
- 김재승(1998). 소비자의 문제경험과 불만족에 관한 연구. 경기대학교 경영대학원
석사학위논문.
- 김진아(2005). 중학교 기술·가정교과에 대한 학습자의 인식. 전북대학교
교육대학원 석사학위논문.
- 김진희·김행자·최정혜(2005). 고등학생의 기술·가정 교과에 대한 흥미도와
유용성. 한국가정과교육학회지, 16(3),43-61.
- 김혜선·김시월·김정훈·허경옥·정순희·배미경(2002). 소비자교육의 이해. 서울 : 시
그마프레스
- 김홍선(2003). 중·고등학생의 체육수업 만족도에 관한 연구. 한국교원대학교
교육대학원 석사학위논문
- 김희정(2001). 청소년 소비자의 생활양식과 합리적 소비행동에 관한 연구.
건국대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김희진(2007). 청소년의 가정과 학교소비자교육경험과 현황
- 박경희(2008). 중학생의 학교생활 만족도에 관한 연구. 관동대학"u 교육대학원
석사학위논문.

- 박광순(2017). 중학생들의 자기주도적 학습능력이 교육만족도에 미치는 영향 분석 : 자유학기제 참여 학생들을 중심으로. 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 박아미(2016). 중학교 기술·가정교과 의생활 단원의 교수학습에 대한 선호도 및 요구도 조사. 조선대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 박정인(2009). 청소년소비자교육 프로그램 내용 분석 : 소비자경제교육시범학교 사례를 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 박지연(2007). 청소년의 소비자능력 평가에 관한 연구. 인하대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 박철(1996). 청소년의 충동구매실태 및 관련요인에 관한 연구. 한국청소년연구, 25, 103-120.
- 방주현(2009). 중학생들의 학교생활에 대한 만족도 분석. 목포대학교 교육대학원석사학위논문.
- 서은숙(2008). 청소년의 소비자지식, 돈에 대한 태도 및 소비가치가 합리적 소비행동에 미치는 영향. 경북대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 성승현(2001). 전자상거래에서의 소비자문제와 소비자의 대응행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 송시은(2007). 청소년의 소비자의식과 합리적 소비행동. 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 신하진(2005). 고등학교 일반선택 과목 '음악과 생활'에 대한 학습자 만족도 조사. 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 심하연(2009). 중학교 소비자교육 효과 분석. 상명대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 안선영(2013). 고등학생의 소비자교육에 대한 관심도와 유용성 연구: 기술·가정교과 중심으로 ,건국대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 안소연(2014). 고등학교 학생들의 음악수업에 대한 인식에 근거한 만족도 조사 : 성남시 고등학교를 중심으로. 중앙대학교 교육대학원석사학위논문.

- 양윤정(2013). 소비자 피해 구제를 위한 소비자 상담 현황과 변화추이.
성신여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 유현정·임혜진·채신정(2008). 중·고등학생의 가정과 학교에서의 소비자교육 실태.
생활과학연구논총, Vol12 No.1.
- 윤명숙(2006). 제7차 중학교 기술·가정 교육과정에 대한 학습내용의 흥미도와
실생활 적용도.
- 이기춘(1985). 소비자능력 개발을 위한 소비자교육에 관한연구. 서울대학교
대학원 박사학위논문.
- 이기춘(1999). 소비자교육의 이론과 실제. 교문사.
- 이기춘·김정은(2012). 소비자교육의 이론과 실제. 교문사
- 이동호(2006). 중학교 기술·가정교과의 학습 만족도에 관한 연구. 울산대학교
교육대학원 석사학위논문.
- 이득연·송순영(1992). 소비자교육의 교육내용모형 개발 연구. 한국소비자보호원.
연구보고서 92-06.
- 이백련(1989). 청소년의 소비자 행동에 관한 연구. 동아대학교 교육대학원
석사학위논문.
- 이상봉 외 24인(2013), 기술·가정 ①, 교문사
- 이상혁 외 14인(2013), 기술·가정 ①, (주)미래엔
- 이수원(2008). 고등학생의 성별과 학년, 학교유형에 따른 체육수업의 목표인식,
참여, 평가에 대한 수용, 만족도 차이. 경상대하"u 교육대학원
석사학위논문.
- 이슬비(2011). 중학교 기술·가정 교과와 '청소년의 이해' 단원 내용에 대한 남녀
중학생의 흥미도와 유용성 인식.
- 이승신·김민경·조정자(2003). 7차 교육과정의 학교 소비자교육 내용 분석 : 중학
교 1,2학년 기술·가정을 중심으로. 대한가정학회지 제 41권
1호.
- 이승신·류미현·황은애(2004). 소비자교육과 정보, 서울 : 신정

- 이연숙(1993). 가정과 교육의 이론과 실제. 신광출판사
- 이정윤(2015). 중·고등학교 기술·가정 교과서와 타 교과 교과서의 '소비생활' 영역 중복 내용 분석. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 이지선(2013). 수업컨설팅 분석 도구 타당화 및 수업만족도 영향요인 분석. 건국대학교대학원 석사학위논문.
- 이춘식 외 10인(2013), 기술·가정 ①, 천재교육
- 이환우(2008). 고등학교 기술·가정 교과의 학습 만족도에 대한 연구. 울산대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 임수정(2003). 남자 중학생의 가정교과 인식 및 가정교과 영역별 요구도. 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 임수지(2011). 소비자 불만 지수 개발 및 활용을 통한 소비자유형화 연구. 숙명여자대학교 대학원 박사학위 논문.
- 임진아(2010). 중학교 기술·가정교과 '나와 가족이 이해'단원에 대한 중학생의 교과내용 만족도. 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 장영문(2004). 중학생의 체육수업 학급 유형에 따른 수업태도와 만족도에 관한 연구. 한국교원대학교대학원 석사학위논문.
- 정미정(2007). 청소년의 학교 소비자교육에 대한 인식과 소비자지식 및 소비형태. 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 정옥자(2008). 교사효능감과 교수효과성 및 학생의 수업만족도 간의 관계. 경남대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 정지연(2010). 여자 중·고등학생의 소비자의식 및 소비자교육에 따른 합리적 소비행동. 경희대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 정진화(1985). 청소년의 소비자지식과 소비자행동에 관한 기초연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 조강영 외 13인(2013), 기술·가정 ①, (주)금성출판사
- 조현주·최동숙(2002). 청소년의 구매행동과 관련 변인에 관한 연구. 한국가정과교육학회지, 14(1), 1-13.

- 채정숙·김정숙·유두련·김정희·박명숙(2008). 소비자주권시대의 소비자교육. 신정
- 최영미(2006). 중고생의 교사 기대지각, 학업적 자기효능감, 교과흥미 및
학업성취와의 관계연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 한혜숙(1992). 남녀 중학생의 가족영역 가정과 교육에 대한 필요도, 흥미도,
실생활 적용도의 연구. 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 허경옥(2001). 연령에 따른 소비자 집단별 소비자의식 및 정보탐색, 활용과
소비행동 분석. 소비자학연구, 12(4), 39-64.
- 홍은실(2006). 청소년의 재정적 태도와 소비행동 및 재정만족도.
한국가정관리학회지, 24(2), 73-92

[국의 문헌]

- Sandra L. Willet(1980), "Current and Future Purposes and Objectives of
Consumer Education", American Courilon Consumer Interests 26th,
p.179-181

[참고 사이트]

- 한국소비자원. www.kca.go.kr

<Abstract>

Study on Satisfaction of Content of ‘Consumer Life of
Teenagers’ Unit in Technology and Home Economics
Subjects

- Centered on 8th Grade Students -

Lee ga-in

Department of Home Economics Education

The Graduate School of Education, Jeju National University

Supervised by Prof : Dr. Kim Jeong-sook

The purpose of this study is to analyze the level of satisfaction with the content of the ‘Consumer Life of Teenagers’ unit taught in Technology and Home Economics subjects in middle schools and the factors that affect satisfaction levels. The result of this study will provide reference material for the promotion of the ‘Consumer Life of Teenage Consumers’ unit to technology and home economics teachers.

For the study, 578 8th grade students who had studied the ‘Consumer Life of Teenagers’ unit in Technology and Home Economics text books in their 7th grade were surveyed between March 21 to April 8, 2017 to measure their

satisfaction with teaching and learning methods, content requirements, and knowledge of the content in the 'Consumer Life of Teenagers' unit.

The data were analyzed with technical statistical analysis, t-test, ANOVA, and multi-range test by Scheffe using the SPSS Window 18.0 program. The result of this study can be summarized as follows.

First, the class on the 'Consumer Life of Teenagers' was conducted with the sequence of lecture, group learning, and discussion. However, students preferred smart learning, field trips, and lectures, in that order.

Second, the educational content that students place high importance on in the 'Consumer Life of Teenagers' unit were in this order: consumer rights; consumer information; money management techniques; consumer responsibility; and eco-friendly consumption culture.

Third, for the testing of student knowledge of the subjects taught in the 'Consumer Life of Teenagers' unit, the greatest number of students answered correctly on the 'consumer rights and responsibility' section while the fewest number of students were able to answer correctly on the 'consumption culture of teenagers' section.

Fourth, more male students than female students preferred the 'Consumer Life of Teenagers' section, thought it was easy to understand, had more interest, and were satisfied with the unit's contents.

Fifth, students who had experienced consumer problems preferred the 'purchase decision making', 'consumer problem solving', 'consumer rights and responsibilities', and 'consumer information' sections more than the students who had not experienced such problems.

Sixth, the student's grade in technology and home economics subjects affected the difficulty level of 'Consumer Life of Teenagers'.

Seventh, students who had a greater knowledge of other subjects thought

that 'Consumer Life of Teenagers' was easier to understand, were more satisfied with the 'consumer rights and responsibilities' section, and satisfied with the teaching and learning methods of 'consumer information' than the students who had less knowledge.

Based on the results of the study, we make the following suggestions.

First, a learning method that provides a variety of opportunities to experience 'Consumer Life of Teenagers' is needed since it is expected to increase the students' satisfaction with the unit.

Second, teachers can enhance the consumer educational environment for students by recognizing the requirements of subjects in the 'Consumer Life of Teenagers' unit, including content not presented in the textbook as the null curriculum.

Third, teachers will need to provide guidance on 'Consumer Life of Teenagers' specific to the student characteristics.

부 록

<부표 1> 인구사회학적 특성, 소비단원 인식도, 교과내용 지식수준에 따른 소비행동

변 수		소비행동		
		M(SD)	S	t/F
성별	남	3.72(.52)		.114
	여	3.72(.52)		
소비자문제 경험	유	3.80(.54)		2.23*
	무	3.69(.51)		
기술·가정 교과 성적	상	3.77(.54)		1.72
	중	3.67(.51)		
	하	3.72(.52)		
교과내용 지식수준	상	3.80(.51)		2.24
	중	3.69(.52)		
	하	3.69(.54)		
인식도	선호도	상	3.90(1.79) a	16.73***
		중	3.72(1.81) b	
		하	3.56(6.36) c	
	난이도	상	3.90(.58) a	22.21***
		중	3.72(.47) b	
		하	3.54(.46) c	
흥미도	상	3.87(.58) a	13.03***	
	중	3.72(.49) b		
	하	3.59(.48) c		
필요도	상	3.91(.57) a	24.25***	
	중	3.71(.45) b		
	하	3.56(.48) c		
교수학습법 만족도	상	3.92(.58) a	23.00***	
	중	3.69(.44) b		
	하	3.57(.49) b		
내용 만족도	상	3.92(.59) a	26.45***	
	중	3.71(.45) b		
	하	3.54(.47) c		

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

2) S는 Scheffe의 다중범위검증이며, 다른 문자는 집단 간 유의한 차이가 있음

3) 상·중·하 집단은 평균 ± 표준편차를 기준으로 구분하였음

<부표 2> 소비행동 척도 빈도 및 평균

소비행동 척도		매우 그렇다	대체로 그렇다	그저 그렇다	대체로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	M(SD)
1	사용하던 물건이 고장 나면 A/S센터에서 수리한다.	184 (31.8)	237 (41.0)	101 (17.5)	48 (8.5)	7 (1.2)	3.94 (.97)
2	물건을 구매하기 전에 꼭 필요한 것인지 검토한다.	207 (35.8)	233 (40.3)	115 (19.9)	22 (3.8)	1 (0.2)	4.08 (.85)
3	물건을 구입할 때 보통 두 세 곳에 들러 비교한다.	174 (30.1)	201 (34.8)	120 (20.8)	66 (11.4)	17 (2.9)	3.78 (1.1)
4	물건을 사기 전에 친구의 경험을 통해 정보를 수집한다.	185 (32.0)	218 (37.7)	120 (20.8)	41 (7.1)	14 (2.4)	3.90 (1.0)
5	쇼핑백이나 비닐봉지를 재 활용한다.	200 (34.6)	196 (33.9)	132 (22.8)	39 (6.7)	11 (1.9)	3.93 (1.0)
6	불량품을 구입했을 때, 교환 혹은 환불을 요구한다.	240 (41.5)	183 (31.7)	108 (18.7)	38 (6.6)	9 (1.6)	4.05 (1.0)
7	유명 상표의 옷이 아니면 사지 않는다.	49 (8.5)	65 (11.2)	145 (25.1)	164 (28.4)	155 (26.8)	3.54 (1.23)
8	인터넷 쇼핑몰에 환불 불가라고 되어있으면 불량품을 받아도 그냥 사용한다.	61 (10.6)	109 (18.9)	166 (28.7)	145 (25.1)	96 (16.6)	3.18 (1.22)
9	상품을 구입할 때 광고에 많이 의존한다.	48 (8.3)	72 (12.5)	188 (32.5)	166 (28.7)	104 (18.0)	3.36 (1.16)
10	꼭 필요하지 않아도 유행하는 스타일의 옷은 산다.	57 (9.9)	78 (13.5)	152 (26.3)	148 (25.6)	143 (24.7)	3.42 (1.27)
계							3.72 (1.08)

1) 빈도(백분율)

설 문 지

안녕하십니까?

본 설문지는 중학교 기술·가정교과 내 ‘청소년의 소비생활’단원에 대한 학생들의 인식을 조사하기 위한 것 입니다. 귀하의 솔직하고 성실한 응답이 연구 결과에 매우 중요한 영향을 미치오니, 빠짐없이 응답해 주실 것을 부탁드립니다. 응답하신 모든 정보는 익명으로 처리되며, 학문적 연구 이외의 목적으로는 활용하지 않을 것을 약속드립니다.

2017년 3월

제주대학교 교육대학원 가정교육전공
석사과정 : 이가인, 지도교수 : 김정숙

I. 가정생활 영역 중 다음내용에 대해 해당되는 곳에 √표 해주세요.

‘청소년 소비자’ 내용 (모방소비, 과시소비, 충동구매 등)	매우 그렇다	대체로 그렇다	그저 그렇다	대체로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
나는 ‘청소년 소비자’내용을 배우는 것을 좋아한다.					
‘청소년 소비자’ 내용은 이해하기 쉽다.					
‘청소년 소비자’ 내용은 흥미롭다.					
‘청소년 소비자’ 내용은 실생활에 도움이 된다.					
‘청소년 소비자’ 내용의 수업방식에 만족한다.					
교과 내 ‘청소년 소비자’ 내용은 만족스럽다.					
‘구매의사결정’ 내용 (구매 필요성 인식, 정보 탐색, 대안 평가 등)	매우 그렇다	대체로 그렇다	그저 그렇다	대체로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
나는 ‘구매의사결정’ 내용을 배우는 것을 좋아한다.					
‘구매의사결정’ 내용은 이해하기 쉽다.					
‘구매의사결정’ 내용은 흥미롭다.					
‘구매의사결정’ 내용은 실생활에 도움이 된다.					
‘구매의사결정’ 내용의 수업방식에 만족한다.					
교과 내 ‘구매의사결정’ 내용은 만족스럽다.					
‘소비자문제 해결’ 내용 (소비자문제 유형, 소비자문제 해결과정 등)	매우 그렇다	대체로 그렇다	그저 그렇다	대체로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
나는 ‘소비자문제 해결’ 내용을 배우는 것을 좋아한다.					
‘소비자문제 해결’ 내용은 이해하기 쉽다.					
‘소비자문제 해결’ 내용은 흥미롭다.					
‘소비자문제 해결’ 내용은 실생활에 도움이 된다.					
‘소비자문제 해결’ 내용의 수업방식에 만족한다.					
교과 내 ‘소비자문제 해결’ 내용은 만족스럽다.					
‘소비자권리와 책임’ 내용 (소비자권리, 소비자 책임, 녹색소비 등)	매우 그렇다	대체로 그렇다	그저 그렇다	대체로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
나는 ‘소비자권리와 책임’ 내용을 배우는 것을 좋아한다.					
‘소비자권리와 책임’ 내용은 이해하기 쉽다.					
‘소비자권리와 책임’ 내용은 흥미롭다.					
‘소비자권리와 책임’ 내용은 실생활에 도움이 된다.					
‘소비자권리와 책임’ 내용의 수업방식에 만족한다.					
교과 내 ‘소비자권리와 책임’ 내용은 만족스럽다.					
‘소비자 정보’ 내용 (소비자로부터의 정보, 기업으로부터의 정보 등)	매우 그렇다	대체로 그렇다	그저 그렇다	대체로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
나는 ‘소비자 정보’ 내용을 배우는 것을 좋아한다.					

‘소비자 정보’ 내용은 이해하기 쉽다.					
‘소비자 정보’ 내용은 흥미롭다.					
‘소비자 정보’ 내용은 실생활에 도움이 된다.					
‘소비자 정보’ 내용의 수업방식에 만족한다.					
교과 내 ‘소비자 정보’ 내용은 만족스럽다.					

II. 다음 내용을 읽고 맞으면 O, 틀리면 X를 해주세요.

문 항		O/X
1	구매의사결정 단계 중에서 구매하고자 하는 물건의 상표, 가격 등을 조사하는 것은 “대안 평가”단계이다.	
2	소비자정보 중 개인적 원천은 주관적이고 전문성이 부족하다.	
3	소비자문제가 원만하게 해결되지 않았을 때 가장 마지막 방법은 ‘소송’이다.	
4	소비자 정보 중 신뢰할 만한 정보는 사업자가 제공하는 상업적 원천 정보이다.	
5	자신이 좋아하는 연예인이 착용한 옷을 구매하는 행동은 과시소비이다.	
6	구매의사결정 단계 중에서 구매 시기, 지급 방법 등을 고려하는 것은 “구매”단계이다.	
7	안전할 권리는 소비자가 인체에 해가 없는 상품과 서비스를 구매할 권리이다.	
8	녹색소비는 가격이나 품질뿐만 아니라 환경에 미치는 영향을 고려하는 소비이다.	
9	충동소비는 상품을 지나치게 많이 구매하는 행동이다.	
10	내용증명은 발신인이 언제, 어떤 내용을 발송하였다는 사실을 우체국이 증명해주는 제도이다.	

III. 소비행동에 대한 질문입니다. 해당되는 곳에 √표 해주세요.

소비 행동 내용		매우 그렇다	대체로 그렇다	그저 그렇다	대체로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
1	사용하던 물건이 고장나면 A/S센터에서 수리한다.					
2	물건을 구매하기 전에 꼭 필요한 것인지 검토한다.					
3	물건을 구입할 때 보통 두 세 곳에 들러 비교한다.					
4	물건을 사기 전에 친구의 경험담을 통해 정보를 수집한다.					
5	쇼핑백이나 비닐봉지를 재활용한다.					
6	불량품을 구입했을 때, 교환 혹은 환불을 요구한다.					
7	유명 상표의 옷이 아니면 사지 않는다.					
8	인터넷 쇼핑물에 환불 불가라고 되어있으면 불량품을 받아도 그냥 사용한다.					
9	상품을 구입할 때 광고에 많이 의존한다.					
10	꼭 필요하지 않아도 유행하는 스타일의 옷은 산다.					

IV. 해당하는 수업방법에 모두 √표 해주세요.

1. ‘청소년의 소비생활’단원 내용을 어떤 방법으로 수업을 받았습니까?

- | | |
|---------------------------------|---------------------------|
| ① 역할극을 통한 수업 | ② 서로 협동하여 문제를 해결하는 수업 |
| ③ 토의활동을 통한 수업 | ④ 실험과 실습을 통한 수업 |
| ⑤ 설명 위주의 강의를 통한 수업 | ⑥ 다른 과목과 공통 내용을 함께 학습한 수업 |
| ⑦ 스마트 기기(스마트 패드, 핸드폰 등)를 활용한 수업 | ⑧ 현장 견학을 통한 수업 |

2. ‘청소년의 소비생활’단원 내용을 어떤 방법으로 수업을 받고 싶습니까?

- | | |
|---------------------------------|---------------------------|
| ① 역할극을 통한 수업 | ② 서로 협동하여 문제를 해결하는 수업 |
| ③ 토의활동을 통한 수업 | ④ 실험과 실습을 통한 수업 |
| ⑤ 설명 위주의 강의를 통한 수업 | ⑥ 다른 과목과 공통 내용을 함께 학습한 수업 |
| ⑦ 스마트 기기(스마트 패드, 핸드폰 등)를 활용한 수업 | ⑧ 현장 견학을 통한 수업 |

V. '청소년의 소비생활' 단원 관련 내용에 대하여 어떻게 생각하는지 √표 해주세요.

구분 항	학습 내용	매우 필요 하다	필요 하다	보통 이다	필요 하지 않다	전혀 필요 하지 않다
1	청소년 소비문화 특징 (모방소비, 과소비, 동조소비 등)					
2	구매의사결정과정 (구매 필요성 인식, 정보 탐색 등)					
3	구매유형 (전자상거래, 홈쇼핑 등)					
4	소비자 정보 (가격, 규격, 품질, 안전 등)					
5	소비자 정보 원천 (상업적 정보, 개인적 정보 등)					
6	대금 지불방법 (현금, 신용카드, 체크카드 등)					
7	광고 (광고의 특징, 종류 등)					
8	용돈 관리법 (저축 등)					
9	소비자 피해 구제 제도 (제조물책임법과 리콜제도 등)					
10	소비자 문제 (소비자 문제 개념, 유형 등)					
11	소비자 문제 해결 방법 (구매 장소에 요구, 한국소비자원 접수 등)					
12	소비자권리 (안전할 권리, 알 권리 등)					
13	소비자 책임 (행동할 책임, 문제를 비판할 책임 등)					
14	소비자 역할 (정보를 잘 활용하는 소비자 등)					
15	윤리적 소비 (기부활동, 공정무역 등)					
16	친환경 소비문화 (지속가능한 소비, 녹색 소비 등)					
17	소비생활 관련 직업의 종류 (소비자전문상담사 등)					

VI. 다음문항을 읽고 해당하는 곳에 √표 해주세요.

1. 소비자 문제를 직접 경험한 적이 있습니까? ① 예 →'2번'으로 ② 아니오 →'4번'으로

2. 어떤 유형의 문제를 겪었습니까?

- ① 피해문제(상품, 서비스로 다치거나 제품에 문제가 있는 상태)
- ② 불만문제(기대에 미치지 못한 상태)

3. 소비자 피해나 불만을 어떻게 해결하였습니까?

- ① 아무런 대처를 하지 않았다 →'3-1번'으로
- ② 지인들에게 피해, 불만을 이야기했다 ③ 문제의 상품을 이용하지 않았다
- ④ 기업(판매자)에 직접 항의했다 ⑤ 소비자 상담센터의 도움을 받았다
- ⑥ 인터넷에 의견을 게시했다 ⑦ 기타 () →'3-2번'으로

3-1. 문제가 발생했는데도 아무런 행동을 하지 않은 이유는 무엇입니까?

- ① 귀찮아서 ② 시간과 비용이 많이 들어서
- ③ 해결될 것 같지 않아서 ④ 비싼 것이 아니어서
- ⑤ 해결하는 방법을 몰라서 ⑥ 심각한 문제가 아니라고 생각해서
- ⑦ 기타 ()

3-2. 해결한 결과에 대해 어떻게 생각합니까?

- ① 매우 만족했다 ② 만족했다 ③ 보통이다 ④ 불만족했다 ⑤ 매우 불만족했다

4. 학생의 성별은? ① 남 ② 여
5. 학생의 평균 '기술·가정'교과 성적은?
 ① A ② B ③ C ④ D ⑤ E
6. 가정의 한 달 평균 소득은 어느 정도입니까?
 ① 100만원 미만 ② 100-200만원 미만 ③ 200-300만원 미만
 ④ 300-400만원 미만 ⑤ 400-500만원 미만 ⑥ 500만원 이상
7. 부모님의 연령은? ① 아버지 ()세 ② 어머니 ()세
8. 부모님의 교육수준은 어떻습니까?
 · 부 : ① 중졸 이하 ② 고졸 ③ 2년제 전문대 졸업 ④ 4년제 대학 졸업 ⑤ 대학원 이상
 · 모 : ① 중졸 이하 ② 고졸 ③ 2년제 전문대 졸업 ④ 4년제 대학 졸업 ⑤ 대학원 이상
9. 부모님의 직업은 무엇입니까?

직업	부	모
① 사무직 (회사원, 공무원, 은행원, 경리 등)		
② 전문직 (교수, 교사, 의사, 간호사, 법조인, 건축가, 회계사 등)		
③ 판매/서비스직 (판매사원, 상점주인 및 점원, 미용사, 보험설계사 등)		
④ 경영관리직 (5급 이상 공무원, 과장 이상의 회사원, 기업체 간부 등)		
⑤ 기능숙련공 (공장 근로자, 생산라인근무자, 선박·목공·운전 등)		
⑥ 자영업 (소규모 업소주인, 가족 종사자, 개인택시기사 등)		
⑦ 일반 작업직 (청소, 배달, 운반, 건물관리, 경비 등)		
⑧ 자유직 (예술가, 종교인 등)		
⑨ 농업, 어업(수산업) 축산업 등		
⑩ 주부 / 무직		
⑪ 기타 (아버지 : 어머니 :)		

끝까지 설문에 응해 주셔서 감사합니다.