

현장조사면접기법

■ 목 차 ■

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 제 1장 현장조사원의 직무 이해와 조사 준비 과정 | 1 |
| 1. 현장조사원의 역할 | 1 |
| 2. 현장조사원의 기본 소양 | 4 |
| 3. 현장조사원이 되기 위해 갖추어야 할 태도와 능력 | 5 |
| 4. 직무수행을 필요한 요건 | 9 |
| 5. 조사 준비 과정 | 14 |
| | |
| 제 2장 전체 조사 과정에 대한 이해 | 23 |
| 1. 조사 참여 인력의 역할 | 24 |
| 2. 조사 준비 과정 | 28 |
| 3. 현장에서의 자료 수집 | 32 |
| 4. 질문지 회수 및 검증 | 33 |
| 5. 조사원 평가 및 사후 미팅 | 35 |
| | |
| 제 3장 지피지기 심리학 | 37 |
| 1. 知彼(지피) - 응답자 심리의 이해 | 37 |
| 2. 知己(지기) - 좌절 상황에 대한 이해와 대처 | 57 |
| | |
| 제 4장 응답자 설득의 법칙 | 89 |
| 1. 상호성의 법칙 | 90 |
| 2. 일관성의 법칙 | 93 |
| 3. 사회적 증거의 법칙 | 99 |
| 4. 호감의 법칙 | 104 |
| 5. 권위의 법칙 | 106 |
| 6. 희귀성의 법칙 | 110 |
| | |
| 제 5장 면접 실무와 수행 | 113 |
| 1. 첫인상 - 조사 현장에서 살아남기 | 113 |
| 2. 조사 예절 및 태도 | 127 |

| | |
|---------------------------------|-----|
| 제 6장 현장 조사 절차 | 139 |
| 1. 조사 대상에 따른 준비 | 139 |
| 2. 응답자 찾아가기 | 147 |
| 3. 응답자에게 조사 협조 동의 얻기 | 151 |
| 4. 응답자 부재 시 대처법 | 163 |
| 5. 응답 기입 방법 | 165 |
| 6. 조사원의 안전 | 170 |
| 제 7장 현장조사요령 | 173 |
| 1. 표정과 시선 | 173 |
| 2. 대화의 요령 | 176 |
| 3. 응답의 확인 | 183 |
| 4. 캐어묻기(probing) | 189 |
| 5. 조사 마무리하기 | 192 |
| 제 8장 조사 부문별 거절 유형과 대응방안 | 195 |
| 1. 조사 불응 및 거절 유형 | 195 |
| 2. 조사 거절에 대한 일반적 대응방법 | 197 |
| 3. 가계조사부문 조사 거절 유형별 대응방안 | 211 |
| 4. 사업체조사부문 조사 거절 유형별 대응방안 | 220 |
| 5. 거절 회피 전략 5단계 | 229 |
| 부 록 | |
| 제 1장 통계와 통계조사 | 241 |
| 제 2장 자료수집 방법의 이해 | 255 |
| 제 3장 역할극을 통한 현장 미리 익히기 | 273 |

제 1장 현장조사원의 직무 이해와 조사 준비 과정

조사원은 통계 작성을 위해 필요한 통계조사에 참여해 응답자들로부터 자료를 수집해오는 역할을 합니다. 전쟁을 예를 들어 설명하면, 조사원들은 전장을 발로 뛰며 정보를 수집해오는 정찰대원과 같은 역할을 합니다. 전쟁에 있어서 정보 또는 첩보는 그 전쟁의 승패를 판가름하기도 하는 매우 중요한 역할을 합니다. 국가가 정책을 위해 통계 정보가 필요하다면 바로 그 정보를 현장에서 수집해오는 역할을 하는 사람들이 바로 조사원들이죠.

여기에서는 현장에서 발로 뛰며 자료를 수집해오는 조사원들의 역할과 그들이 갖추어야 할 요건들과 현장 조사를 위해 필요한 조사원들의 조사 준비과정과 현장 조사에 임하는 데 필요한 자세들을 한번 살펴보겠습니다.

1. 현장조사원의 역할

1) 단순한 면접만이 아닙니다.

(1) 통계 조사 과정에서 조사원은 없어서는 안 될 매우 중요한 역할을 합니다. 조사원은 단순히 응답자와의 면접을 통해 자료를 수집하는 일만을 수행하는 것이 아닙니다. 조사원들은 지역의 가구 단위들의 명부를 만들어서 그것으로부터 가구 단위의 표본(조사 목적에 적합하도록 선택된 조사 대상자 집단)을 추출할 수 있는 표본 추출과정을 도울 수도 있습니다. 많은 면접 조사에서는 표본을 뽑을 추출틀 안에 오래된 주소가 많이 있을 수 있습니다. 그래서 조사원의 중요한 역할 중의 하나는 조사 대상자를 찾아내는

일이 됩니다. 변화와 유동성이 많은 모집단(원래 조사의 대상이 될 수 있는 전체 집단)에서는 조사 대상자의 현주소를 확인하는 것이 매우 어려운 일이 되기도 하기 때문입니다. 예를 들어 서비스업 대상 조사인 경우, 전년에 확보된 서비스 사업체의 주소 리스트(표본 추출틀)에는 이미 폐업이나 전업한 사업체도 있을 수 있는 반면, 신규 창업한 사업체는 빠져 있을 것입니다. 따라서 본 조사를 시작하기 전에 모집단의 변화를 반영할 수 있도록 표본 추출틀을 갱신해야 할 필요가 있습니다. 이때 조사원은 본 조사 시작 전, 폐업 및 전업 등으로 누락된 사업체와 신규 창업 사업체를 확인하여 표본 추출틀을 갱신할 수 있는 정보를 수집하는 역할을 하기도 합니다.

2) 물론 가장 중요한 역할은 면접조사입니다.

조사원들의 가장 중요한 역할 중의 하나는 조사 대상자와 연락을 해서 그들이 조사에 참여하도록 설득하고 면접 과정을 통해 조사 자료를 수집하는 일이 될 것입니다. 가계 조사의 경우, 해당 가구의 가족의 협조를 얻고, 그런 다음에는 가족의 누가 조사 적격자인가를 결정하기 위해 간단한 적격심사 면접을 실시해야 할 수도 있습니다. 면접이 시작되면 조사원은 응답자에게 질문을 읽어주고 필요에 따라 질문의 의미를 해석해주거나 명백해 설명해주고, 응답이 애매하거나 명확하지 않을 때는 추가적인 탐색 질문들을 하여 응답을 받고 조사표에 기록합니다. 또한 조사원은 응답자, 가족, 또는 방문한 이웃들에 대해서는 직접 관측한 결과를 기록할 수도 있습니다.

3) 조사원은 조사기관의 중립적인 대리인입니다.

응답자들을 면접하는 하는 동안 조사원은 중립적인 조사 대리인 역할을 해야 합니다. 이런 중립적인 입장에서 조사 설계상에서 규정

된 원칙을 지키고 현장 투입 전 교육 받은 대로 표준화된 방법을 통해 응답자들에게 질문을 하고 응답을 받아야 합니다.

때로 조사원은 면접 상황이나 응답자의 특성에 따라서는 상호 의견을 주고받는 형태의 대화방식 면접도 구사할 수 있어야 합니다. 예를 들어 가구 조사를 실시하는데 면접 대상이 나이가 많은 노인이거나, 지적인 수준이 많이 낮은 응답자는 가구 조사표에 사용되는 용어를 이해하지 못하거나, 또는 질문하고 있는 내용을 제대로 파악하고 있지 못한 경우도 있을 수 있습니다. 이럴 때 조사원은 응답자가 이해할 수 있을 정도의 용어를 사용해 다시 설명을 해주거나, 추가적인 탐색 질문('probing'이라고 합니다)을 통해 응답자 스스로도 파악하고 있지 못한 조사 내용까지도 확인할 수도 있어야 합니다.

2. 현장조사원의 기본 소양

1) 지적 수준

통계조사에 참여하는 현장 면접 조사원들은 최소한의 고등 교육 수준을 이수한 사람이어야 하거나, 조사 프로젝트의 목적과 그 활용 가치를 충분히 이해할 수 있는 사람이어야 합니다. 또한 자신이 이해한 내용을 다른 사람에게 알기 쉽게 설명할 수 있는 정도의 지식과 지능을 지닌 사람이어야 합니다.

현장 조사 면접을 수행하기 위해 이수해야 할 최소한의 기본교육 7과 조사마다 매번 진행되는 개별 조사원 교육들을 소화해낼 수 있어야 하는 만큼, 현장 면접조사원들은 나름대로의 전문성을 갖출 수 있는 지적 소양을 지니고 있어야 합니다.

2) 조사원은 응답자에 대한 심리학자가 되어야 합니다.

조사원들은 직접 가구나, 사업체를 방문해 응답 대상자들을 찾아내고, 그 사람과 직접 면접을 실시해 필요한 자료를 빠짐없이 수집해야 하는 일을 수행합니다. 처음 만나는 사람에게 접근해서 그 사람으로부터 조사에 협조를 하겠다는 동의를 해주도록 설득해야 하며, 때로는 길고 지루할 수도 있는 조사 면접 과정을 응답자가 지루해 하지 않도록 적절히 주도해 나가야 합니다. 이러한 과정을 잘 수행하기 위해서는 조사원들은 사람들의 심리와 행동에 대한 기본적인 지식과 이해를 갖추고 있어야만 합니다. 어떻게 접근해서 어떤 말로 협조를 구해야 하는지, 처음 보는 사람에게 어떻게 하면 위협이나 불안감을 주지 않고 몇 초 이내의 짧은 시간에 좋은 인상을 심어줄 수 있을지에 대한 지식과 이해, 또는 상대방의 말이나 어투, 또는 표정과 몸짓이 의미하는 것이 무엇인지를 재빠르게 판단할 수 있는 능력과 요령, 자신이 전달하고자 하는 질문을 정확하게 말하고

이해시킬 수 있는 스피치 능력, 응답자가 질문이나 조사원의 말을 오해나 왜곡 없이 정확히 이해하고 있는지를 판단할 수 있는 능력, 응답자의 정확하지 않은 응답이나 불명료한 응답, 또는 애매모호한 응답을 추가 탐색 질문을 통해 명료화 시킬 수 있는 능력 등을 갖추어야 합니다. 요약하면 현장 면접 조사원들은 응답자들의 심리와 행동에 대해 정통한 심리학자가 되어야 한다는 말이 됩니다.

3. 현장조사원이 되기 위해 갖추어야 할 태도와 능력

1) 원칙을 지키려는 의지 및 기질

조사 자료 수집의 가장 중요한 원칙은 모든 자료 수집과정이 주어진 원칙을 지키는 한 사람의 조사원이 수행한 것처럼 동일해야 한다는 것입니다. 조사원의 성격이나 기질에 따라 똑같은 질문에 대한 응답이 달라진다면 그 조사 결과는 신뢰할 수 없게 됩니다. 따라서 조사원들이 갖추어야 하는 가장 중요한 점은 주어진 조사의 원칙을 반드시 지키려는 의지와 태도라고 볼 수 있습니다. 그러나 조사원들이 자료 수집을 위해 실제 발로 뛰어야 하는 조사현장은 조사를 관리하고 통제하는 조사관리자가 직접 관리하고 통제할 수 없는 곳이므로 조사관리자는 조사원들이 현장 투입 전 교육받은 대로 조사 원칙을 잘 지켜서 성실하게 조사를 수행해주길 기대하는 수밖에 없습니다. 따라서 조사원들은 자신들이 나라 살림과 정책의 기초가 되는 국가 통계 조사에 일익을 담당하고 있는 신념과 윤리의식으로 남들이 지켜보든 지켜보지 않던 교육받은 조사 원칙에 따라 성실히 조사를 수행해야 합니다. 남들 앞에서는 매우 정직하게 행동하는 사람도 감독하는 사람이 없는 곳에서는 나태해지기 쉬운 것은 인지상정입니다. 그러나 국가 통계의 가장 일차적인 품질은 조사 현장에서

조사원의 성실한 원칙 준수 여부가 가름한다 해도 지나치지 않은 말입니다. 따라서 조사원은 기본적으로 원칙을 지키려는 의지 및 기질이 강한 사람이라야 현장에서 올바르게 조사를 수행할 것입니다.

2) 자발성과 추진 능력

조사원들이 발로 뛰는 조사 현장은 처음 접하는 환경이나 낯선 사람들로 가득한 곳이 대부분입니다. 예측하지 못한 환경이나 돌발적인 상황, 교육받은 내용과는 다른 현실들과 수시로 부딪힐 수밖에 없는 것이 바로 조사현장입니다. 이런 경우, 모든 의사결정을 조사관리자나 조사지도원을 통해 묻고 확인할 수 없기 때문에 조사원들은 자신들이 부여 받은 재량권 내에서 자발적으로 모든 상황을 조사하기에 적합한 방향으로 이끌어 나갈 수 있어야 합니다. 이를 위해서 조사원은 자신이 맡은 조사 과정에 대한 자발적 주도권과 의지를 가지고 자신이 만들어 낼 수 있는 최선의 방향으로 조사 과정을 밀고 나갈 수 있는 추진 능력이 필요합니다. 사람들은 일반적으로 경험이 많지 않은 경우 예상치 못한 돌발 상황에 부딪히게 되면 당황하여 두려워하고 그 상황을 모면하고 회피하려 합니다. 그러나 한번 회피하게 되면 그 때문에 좌절을 하게 되고, 그 좌절은 바로 다음 시도에 대한 두려움으로 연결되어 일을 더욱 어렵게 만듭니다.

3) 자신감과 확신

조사 면접 대상자에게 접근하는 경우 그 사람들은 일반적으로 조사에 응해주지 않으려는 경향이 있습니다. 낯선 사람이라는 점과 무언가 도움을 요구할 것이라는 기대는 사람들로 하여금 일단 기피하려는 마음이 먼저 갖게 합니다. 그러나 조사대상자가 응답을 거절했다고 해서 조사원이 지레 응답을 받을 수 없는 대상이라고 바로 포기해서는 올바른 조사가 이루어질 수 없습니다. 조사원이라면 어떤

상황이든 설득과 조정을 통해 조사를 진행할 수 있는 환경과 분위기를 만들 수 있다는 자신감과 확신을 지녀야만 합니다. 범죄에 연루되어 접촉이 불가능하거나 사람 목숨이 위태로운 상황이 아니라면 조사가 가능하도록 상황을 만들어 가야 한다는 신념을 지녀야 합니다. 대상자가 업무 중이라면 업무를 마친 시간에 찾아간다든지, 출장 중이라면 출장에서 돌아왔을 때 혹은 전화 등으로 연락을 취하는 방법을 생각해봅니다(단, 해당 조사에서 허용된 범위 안에서만 전화조사를 실시하도록 하며, 대면면접조사를 해야 하는 경우 전화조사를 해서는 안 됩니다).

4) 유연한 상황 대처 능력

조사원은 현장에 투입되기 전에 기본적인 교육을 받게 되지만, 조사 현장에서는 다양한 환경에서 다양한 생각과 의견을 가진 각양각색의 사람들을 만나게 되므로, 낯선 환경에 너무 긴장하거나 과민반응을 보이게 되면 조사를 그르칠 수 있습니다. 교육과 경험을 통해 조사 대상자와 인간적인 유대감(rapport)을 형성해 가는 방법을 익히고, 다양한 상황에서 응답 협조를 구하고, 응답자들의 응답 거부에 적절히 대응하고 적응할 수 있는 유연한 자세를 길러야 합니다.

5) 자신의 일에 대한 자부심

최근 사회 조사의 필요성에 대한 인식이 높아지면서 다양한 기관들에서 수많은 조사들을 실시하는가 하면, 기업들도 시장조사의 필요성 때문에 다양한 시장조사들을 실시하면서 수많은 조사들이 범람하고 있습니다. 이처럼 많은 조사들로 인해 사람들은 조사 자체를 불신하거나 계속해서 찾아오는 조사원을 귀찮게 여기는 사람들이 많아진 것이 사실입니다. 조사원들은 현장에서 많은 사람들을 대상으로 조사를 하다 보면 응답자로부터 욕을 듣거나 인간적인 모욕을 당하는 등 견디기 힘든 상황에 부딪칠 때가 많습니다. 그때마다 감정적으로 반응하고 받아들이게 되면 스스로 심리적 상처를 입게 되고 심한 좌절감을 맛보게 되어 조사원으로서의 직무를 제대로 수행할 수 없습니다. 조사원은 바로 그런 경험조차도 조사원 직무의 하나로 받아들이고 그것을 극복하는 것이 전문가로서의 조사원의 능력이라는 생각과 함께 조사를 수행하는 것에 대한 자부심을 가지고 그 순간을 이겨내야 조사가 끝날 때까지 업무를 원활하게 수행할 수 있습니다.

4. 직무수행을 필요한 요건

앞에서도 말한 것처럼 조사원들은 조사 현장에서 조사기관 또는 조사관리자의 대리인 역할을 수행해야 합니다. 따라서 조사원들이 현장에서 직무를 수행하기 위해서 기본적으로 갖추어야 하는 요건들이 있습니다. 아주 기본적인면서도 직무 수행에 중요한 것이기 때문에 한번 살펴보도록 하겠습니다.

1) 기본 요건

(1) 또렷한 말투와 청량한 음성

조사원은 조사표에 적힌 질문들을 응답자에게 정확히 읽어 주어야 합니다. 그런데 조사원의 말투가 어눌하거나 발음이 알아듣기 힘들다면 응답자들은 혼란을 겪게 되며, 나중에는 짜증을 내게 되어 조사 면접을 제대로 완료하기 힘들게 됩니다. 따라서 조사원은 분명하고 또렷한 발음과 적절한 말의 속도 등을 유지할 수 있도록 해야 합니다.

대부분 사람들은 자신의 음성과 말투를 정확히 알고 있지 못합니다. 자신의 음성을 녹음기로 녹음을 해서 들어 보는 것도 자신의 음성과 말투를 평가하는 좋은 방법입니다. 실제 자신의 말을 녹음해서 들어 보면 다소 낮선 느낌이 들게 됩니다. 여러분들이 일상에서 말을 하면서 듣게 되는 여러분의 음성은 여러분의 신체의 울림과 함께 듣는 것입니다. 그런데 녹음을 해서 듣는 여러분 음성은 신체의 울림이 제거된 채 들리는 것이기 때문에 다소 낮설게 느껴집니다. 그래도 설문지를 소리 내어 읽는 것을 녹음해서 들어 보면 자신의 발음과 말투의 문제점을 쉽게 발견할 수 있습니다. 요즘에는 녹음이 되는 저렴한 가격의 소형 MP3들이 많이 나와 있어 이를 이용하면 도움이 될 수 있습니다.

(2) 응답자의 사투리를 알아들을 수 있는 능력

대부분의 경우 조사원들은 자신의 거주 지역에서 면접 조사를 실시하게 됩니다. 그러나 서울이나 수도권, 또는 광역시와 같은 대도시에는 여러 지역 출신들이 살고 있는 경우가 많습니다. 사투리로 인해 응답 내용을 오해하거나 알아듣지 못하는 일이 발생하지 않도록 기본적인 사투리를 알아들을 수 있어야 합니다.

(3) 응답자의 의견을 그대로 수용할 수 있는 포용성

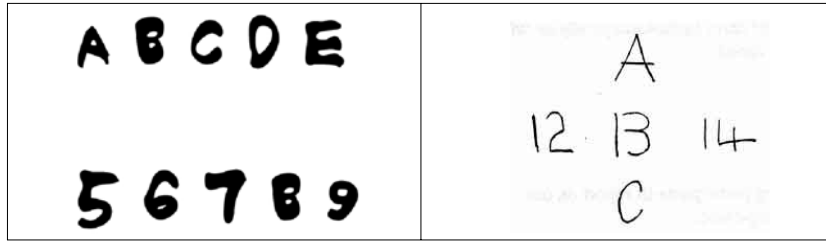
조사원도 조사 내용에 대해 나름대로의 신념이나 태도를 지닐 수 있습니다. 응답자가 자신과 다른 신념이나 태도를 보인다고 해서 자신의 신념이나 태도를 고집하면 조사 자체를 망칠 수 있습니다. 조사원은 항상 응답자의 말을 경청하는 자세와 응답자의 태도를 수용하는 듯한 태도를 지녀야 합니다. 조사원은 조사표 내용을 정확히 전달하고 그에 대한 응답자의 반응을 마치 비디오로 녹화하듯이 정확히 조사표에 반영시켜야만 합니다. 조사원이나 응답자 이외의 주변의 어떤 다른 사람들(함께 있는 가족이나 친구 등)의 의견이나 관점이 응답자의 응답을 오염시켜서는 안 됩니다.

(4) 상냥하고 명랑한 성격

조사원의 주된 업무가 낯선 사람들을 만나는 일인 만큼 조사원 스스로 밝고 명랑한 마음가짐을 지녀야만 합니다. 낯선 사람을 만나는 두려움이 아니라 새로운 사람을 만난다는 즐거움을 가지고 응답자들을 찾아 나서고 그들을 만나야 합니다. 조사원이 상황에 대한 생소함이나 두려움을 지니게 되면 그로 인해 위축된 조사원의 표정이나 말투, 그리고 몸의 자세에서까지 그런 부정적인 정서가 반영되어 나타납니다. 응답자 입장에서는 낯선 사람이 불안한 표정으로 쭈뼛거리며 다가서는 것으로 보일 것입니다. 조사원의 이런 거동은 응답자를 불안하게 하고 경계심을 갖도록 할 수 있습니다. 당연히 조사원이 다가와 조사에 대한 이야기를 꺼내기도 전에 응답자는 이미 조사원을 거부할 마음의 준비를 마친 상태가 되어 있을 것입니다. 그러나 조사원이 상냥하고 밝은 표정으로 응답자에게 당당히 접근하면 상대방은 경계심을 풀고 오히려 무슨 일인지 궁금해 할 것입니다.

(5) 깨끗한 필체

조사원은 응답자의 응답을 조사표에 받아 적기도 하고, 조사 과정에 대한 내용을 따로 기록하기도 해야 합니다. 조사원의 모든 기록은 바로 조사 통계에 활용될 1차 자료입니다. 조사표의 내용은 조사관리자나 검증원에 의해 일차 검증이 이루어지고, 이어서 자료부호화 또는 입력 작업이 이루어집니다. 즉 조사원들의 기록이 여러 사람들의 검토나 작업을 거쳐 컴퓨터에서 처리할 수 있는 자료 형식으로 컴퓨터에 입력이 됩니다. 따라서 조사원들의 기록은 남들이 쉽게 알아볼 수 있도록 깨끗한 필체로 정확히 기록되어야 합니다.



[그림 1] 혼동되는 글자 유형

때로 같은 모양의 글자라도 때로 다르게 읽힐 수 있음을 유념해야 합니다. 그림1의 왼쪽 그림은 '8'자로도 'B'자로 읽히는 필체, 오른쪽 그림은 'B'자로도 '13'으로 읽히는 숫자의 예입니다. 특히 숫자의 기록은 중요하므로 자신의 숫자 필체가 혼동을 일으키지 않는지를 확인하고 다른 사람이 읽기에 혼동이 되는 숫자에 대한 필체는 남들이 알아볼 수 있는 필체로 바꾸어 쓰는 습관을 들여야 합니다. 사람에 따라 '3'으로도 읽을 수 있고 '8'로도 읽을 수 있는 애매한 필체를 지닌 경우도 있으며, '7'과 '9', '5'와 '6'을 혼동할 수 있는 경우도 있습니다. 조사원은 자신의 필체를 확인하여 혼동을 줄 수 있는 글자의 필체를 바꾸어 훈련을 하는 것이 필요합니다.

2) 개별 면접조사원이 갖추어야 될 요건

(1) 단정한 용모와 깔끔한 차림

머리모양이나 옷차림, 화장이나 향수, 또는 표정 등은 응답자가 조사표에 응답하는데 방해되지 않을 정도여야 합니다. 너무 튀는 머리 손질이나 옷차림, 너무 진한 화장이나 향수 등은 응답자로 하여금 거부감을 갖게 할 수도 있고 실제 면접조사를 진행하는 동안 응답자의 주의를 분산시킬 수도 있습니다. 그렇다고 너무 캐주얼한 복장과 용모는 조사원이 갖추어야 할 최소한의 권위, 즉 국가 기관의 일을 수행하는 있는 사람으로서의 권위를 깎아 내릴 수 있습니다.

하지만 너무 말쑥한 정장은 사업체 조사와 같은 상황이 아닌 일반 가구 방문 조사와 같은 경우에는 여러 가지 불편한 점이 있을 수 있습니다. 가장 무난한 것은 여러 준비물들을 챙겨 이동하기에 불편하지 않을 정도의 준 정장 정도입니다. 단정한 용모와 깔끔한 차림 자체는 바로 조사원들이 말을 걸기 전의 첫 인상의 상당 부분을 결정하는 중요한 요소 중의 하나임을 명심해야 합니다.

(2) 건강한 신체와 건전한 정신

조사원은 일단 조사 프로젝트에 참여하게 되면, 정해진 교육을 받고 난 다음부터 정해진 기간 동안 매일 장시간 조사표와 선물, 기타 준비물 등을 들고 응답자를 찾아 다녀야만 합니다. 뿐만 아니라 조사를 거부하는 응답자들과 숨바꼭질을 하기도 해야 하고, 신경전을 벌이기도 해야 합니다. 따라서 조사원은 이러한 일들을 수월히 해낼 만한 기본적인 건강과 응답자와의 신경전을 견디고 이겨내기 위한 건강한 정신을 가져야만 합니다.

(3) 운전가능 여부

대부분의 조사에서는 운전 가능 여부가 문제될 것이 없지만, 때로 운전이 필요한 조사가 있을 수 있습니다. 예를 들어 대중교통이 들어가지 않거나, 하루에 한번 정도만을 운행하는 곳에 사는 응답자를 방문 조사해야 하는 경우 차량으로 이동할 수밖에 없을 수도 있습니다. 조사원이 운전이 가능하다면 그만큼 업무의 영역도 넓어진다고 볼 수 있을 것입니다.

(4) 어느 때건 조사에 참여할 수 있는 조건

조사는 정해진 시간 내에 집중적으로 이루어지기 때문에 다른 일을 하면서 동시에 진행하기에는 힘든 면이 있습니다. 또 응답자에 따라 낮 시간이 아니면 조사에 응할 수 없는 사람도 있는가 하면

저녁이나 밤 시간이 아니면 조사에 응할 수 없는 사람들도 있을 수 있습니다. 따라서 조사원들은 조사 기간 동안에는 하루 전체를 조사에 활용할 수 있는 조건을 조성해두는 것이 필요합니다. 필요에 따라서는 외지로 출장을 다닐 수도 있습니다. 모든 조사원들이 그런 것은 아니지만, 시간 활용 자유도가 높고, 활동의 자유도가 높으면 그만큼 참여할 수 있는 조사의 기회가 많아질 수 있습니다.

5. 조사 준비 과정

조사원은 현장에 투입될 때, 조사지도원 1명을 중심으로 하는 하나의 팀에 배속이 됩니다. 조사지도원은 조사관리자를 위해 다수의 조사원과의 원활한 의사소통을 위한 중간 단계 역할을 합니다. 조사지도원은 조사관리자의 지시를 현장의 조사원에게 전달하고 현장에서 있었던 일을 종합해서 관리자에게 보고를 하게 됩니다. 또한 조사원의 출·퇴근 시간 관리와 현장감독의 역할을 합니다. 즉 현장에 투입된 조사원들은 일차적으로 조사지도원의 책임과 감독 하에 자료수집 과정을 진행하게 되는 것입니다. 따라서 조사원들은 현장에서 일어나는 문제나 돌발 상황에 대해서 항상 조사지도원에게 보고하고 함께 의논하여 조사 업무를 수행하면 됩니다. 대체로 조사지도원들은 우수한 조사원이나 경험이 많은 조사원들 가운데 선발하기 때문에 조사 현장에 대한 많은 경험과 지식을 지니고 있으므로 문제가 발생하면 언제라도 조사지도원에게 보고하고 의논하여 문제를 해결하면 됩니다.

1) 조사 준비

현장에 투입된 조사원들은 조사에 따라 약간의 차이가 있지만 해당 조사에 필요한 물품들을 사전에 준비해가야 합니다. 여기에서는 이러한 준비물들을 간략히 검토해보도록 하겠습니다.

(1) 조사표 관련 준비물

조사표, 예비 조사표, 지침서, 조사대상자 명부, 별도의 응답 기록지, 비밀보호용 조사표 봉투, 조사표 포장박스 등을 준비한다.

□ 조사표

조사표란 다름 아닌 조사 설문지를 말합니다. 조사원이 응답자와 개별면접을 수행하기 위한 조사내용을 담은 것으로 조사원을 전투하는 군인으로 비유하자면, 조사표는 바로 조사원은 총이며 실탄인 셈입니다. 조사표는 당일 할당된 또는 목표한 응답자의 수보다 좀 더 여유 있게 준비(예비조사표)해두어야 면접 도중 발생하는 손·망실에 대비할 수 있습니다.

□ 지침서

해당 조사 수행 지침을 담아놓은 핸드북이나 핸드아웃 형태의 설명서라고 생각하시면 됩니다. 이 지침서는 현장 투입 전 조사원 교육에서 배포하여 교육 자료로 사용했던 것일 수도 있고, 교육 자료와는 별도로 휴대하기 편한 조그만 형태로 재편집된 것일 수도 있습니다. 여기에는 조사목적, 개요, 조사표에 사용된 용어 및 개념에 대한 정확한 정의와 그 용어가 지칭하는 범위에 대한 규정, 각 질문에 대한 올바른 조사표 기입 방법, 현장 조사 수행 시 유의사항, 응답자들이 할 수 있는 예상 질문에 대한 응대 요령, 조사 시 발생할 수 있는 상황에 대한 대처 요령, 기타 안전수칙 등이 담겨 있습니다. 그리고 조사관리자의 연락처와 조사지도원의 연락처를 기록할 수 있도록 되어 있어 조사 수행 과정 동안의 돌발 상황이나 문제 발생 시 즉각 연락해 도움을 받을 수 있게 되어 있습니다.

□ 조사 대상자 명부

조사 대상자가 확정이 된 경우, 방문 면접할 조사 대상자의 명단과 주소, 연락처가 담긴 목록입니다.

□ 별도의 응답 기록지

조사에 따라 본 조사표 이외에 별도의 응답을 따로 기록을 해야 할 필요가 있는 경우가 있습니다. 이때 사용되는 기록지를 말합니다.

□ 비밀보호용 조사표 봉투

면접을 통해 조사표에 응답이 기록되게 되면 그 조사표는 이제 통계법에 의해 철저히 정보 보호를 해야 할 책임이 조사원에게 주어지게 됩니다. 조사원들은 조사표의 손·망실 방지책임은 물론, 조사원과 조사지도원 이외의 어떤 사람도 기록된 조사표의 내용을 볼 수 없도록 하는 책임을 함께 져야 합니다. 따라서 조사가 완료된 조사표를 따로 보관할 수 있는 비밀 보호용 조사표 봉투를 준비해 철저히 보관하고 관리해주어야 합니다.

2) 조사용품

조사원증(케이스 및 줄 포함), 가방, 조사표 책받침, 문서파일, 필기구세트(적, 청, 흑 볼펜, 샤프심, 자, 지우개 등), 인사장(공문 등), 임명장, 서약서, 출근부, 스티커 및 메모지, 조사원 연락처, 홍보물(포스터 등), 조사협력에 대한 답례품 등을 준비한다.

□ 조사원증

조사원들은 조사를 진행하는 동안 반드시 조사기관에서 발급하는 조사원증을 패용해야 합니다. 조사원증은 조사명칭, 조사원의 이름과 사진, 조사기관장의 직인이 찍힌 목걸이 형태의 명찰로서 조사원의 전문성과 공적 기관의 권리 위임을 드러내주는 중요한 표식입니다. 조사원증 분실 시 이를 범죄에 악용할 소지가 있으므로 조사원들은 조사원증을 분실하지 않도록 항상 주의를 해야 합니다.

□ 인사장 또는 임명장과 같은 공문

때로 응답자들은 조사원증만으로는 조사원을 신뢰하지 못하고, 관련 공문을 요구할 수도 있습니다. 이런 때에 대비하여 필요한 관련 공문들을 함께 제시할 수 있도록 준비하기도 합니다.

□ 출근부

출근부는 조사지도원이 하나로 관리할 수도 있지만, 조사원들이 개별 출근부를 가지고 다니며 점검을 받을 수도 있습니다.

□ 답례품

대부분의 조사는 조사 대상자가 조사에 응해주는 것에 대한 답례로 선물을 제공합니다. 조사원들은 그날 필요한 만큼의(여분 포함) 지급된 답례품을 준비하여 조사에 응해주는 응답자들에게 반드시 감사의 표현과 함께 제공해야 합니다.

□ 기타 조사관련 용품들

준비물품들을 담아 가지고 다닐 수 있는 정도의 가방과 조사표 작성 시 받쳐 쓸 수 있는 조사표 책받침, 필기류(적, 청, 흑 볼펜, 샤프나 연필, 지우개, 자 등), 메모지나 스티커 등을 함께 준비하여 지니고 다녀야 합니다.

모든 도구는 전문성과 간편성을 지녀야 합니다. 메모지 하나라도 아무 종이나 찢어서 적는 것보다 깨끗한 메모 전용 용지를 사용하여 메모한다면 조사에 응하는 응답자가 조사원을 더욱 신뢰하게 될 것입니다. 협조공문이나 명찰 역시 조사원의 전문성을 부각시켜주는 중요한 역할을 합니다. 많은 답례품을 들고 다닌다면 검은 비닐봉지에 넣어 다니는 것보다 조사의 제목이 새겨 있거나 아니면 깨끗한 쇼핑백에 담아 다니는 것이 훨씬 보기에 좋습니다.

<표 1> 통계청 총조사별 조사표류 및 조사용품 비교

| 번호 | 목록 | 인구주택 총조사 (2000년) | 농·어업 총조사 (2001년) | 사업체기초 통계조사 및 도소매업· 서비스업 총조사 (2002년) |
|----|------------|------------------------|------------------------|--|
| 1 | 조사표 | 4종 | 7종 | 2종 |
| 2 | 가구(사업체) 명부 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | 조사지침서 | 0 | 0 | 0 |
| 4 | 조사표 기입요령 | 0 | X | 0 |
| 5 | 산업분류해설(지침) | 0 | X | 0 |
| 6 | 조사원증 | 0 | 0 | 0 |
| 7 | 임명장 | 0 | 0 | 0 |
| 8 | 출근부 | 0 | 0 | 0 |
| 9 | 안전수칙 | 0 | X | 조사지침서수록 |
| 10 | 조사지도수첩 | 0 | X | 지도지침서수록 |
| 11 | 스티커 | 0 | 0 | 0 |
| 12 | 인사장 | X | X | 0 |
| 13 | 비밀보호용 봉투 | 0 | X | 0 |
| 14 | 조사요원 휘장 | 0 | X | X |
| 15 | 문구케이스 | 0 | 0 | 0 |
| 16 | 샤프 | 0 | 0 | 0 |
| 17 | 샤프심 | X | X | 0 |
| 18 | 볼펜(흑) | 0 | 0 | 0 |

| | | | | |
|----|----------|---|---|---------|
| 19 | 지우개 | O | O | O |
| 20 | 자 | X | X | O |
| 21 | 조사표 받침대 | O | O | O |
| 22 | 조사원 가방 | O | O | 도큐먼트 파일 |
| 23 | 조사참여 답례품 | O | O | 전화카드 |

가방에 넣고 다니는 준비물들도 잘 정돈되어 필요할 때 척척 꺼내 사용할 수 있도록 해야 합니다. 조사원들은 항상 자신이 전문 조사원이라는 인상을 응답자에게 줄 수 있도록 노력해야 합니다. 아래에는 통계청 총조사별 준비 물품들을 비교한 도표입니다.

이처럼 준비를 하게 되면, 이제 조사 현장으로 나가게 됩니다.

3) 현장에 나가는 조사원의 자세

조사원의 가장 큰 과제는 조사 대상자를 설득하여 조사에 참여하게 하는 것입니다. 앞의 설득심리에서도 이야기한 것처럼, 조사원은 전문가다운(professional) 모습을 유지하는 것이 매우 중요합니다. 전문가다운 모습 가운데 가장 중요한 것은 바로 자신이 하는 일에 대한 ‘열성’입니다. 그리고 진심으로 통계의 유용함을 믿고 응답자를 비롯한 국민 모두를 위하는 일을 하고 있는 것에 대한 자부심을 보이는 것을 잊으면 안 됩니다. 뒤에 조사원들이 좋은 첫인상을 주기 위해, 그리고 그들과의 관계를 유지하기 위해 지켜야 할 조사에 절이나 자세들에 대한 내용을 다루겠지만 중요한 것은 전문가로서의 조사원의 모습을 잃어서는 안 된다는 것입니다. 응답자와 인간적인 유대감(rapport) 형성을 하다 보면 농담도 해야 하고 국가나 경제, 며느리나 시부모, 배우자나 자녀 등에 대한 불만에 공감도 해줘야 할 때도 있지만 이러한 상황에서도 경계를 늦추지 말고 조사원이 대화의 주도권을 잡아 조사에 대한 참여 협조의 방향으로 이끌어 가야만 합니다.

(1) 복장과 자세

□ 단정한 복장과 정돈된 모습

조사원들은 가능하면 단정한 준 정장 차림으로 잘 정돈된 모습을 유지해야 합니다. 가슴에는 자신의 신분을 밝히는 조사원 명찰을 항상 착용해서 자신이 전문 조사원임을 드러내 주는 것이 좋습니다. 그리고 여행가방보다 서류철에 조사표를 넣어 가지고 다니도록 하는 것이 좋습니다. 이것은 조사원이 판매자로 인식될 가능성을 줄여서 응답자에게 더 좋은 인상을 줄 수 있기 때문입니다. 그리고 조사를 진행하는 동안, 그리고 조사와 조사 중간이라도 명찰을 부착한 상태에서 사적인 업무를 보아서는 안 됩니다. 명찰을 패용한 상황에서는 자신이 전문가임을 드러내는 상황임을 잊어서는 안 됩니다.

□ 필요한 지식의 숙달

조사 자체에 관한 설명이나 통계법에 대한 안내 등 응답자가 궁금해 할 만한 정보들을 숙지하여 응답자가 질문해 오는 경우, 막힘 없이 그리고 조리 있게 전달하는 모습을 보여줘야 합니다.

□ 숙달된 조사 진행 능력

조사표의 질문을 모두 숙지하여 부드럽게 조사를 진행하는 모습을 보여주어야 합니다. 그리고 응답자에게 질문을 할 때에는 각 질문에 대한 충분한 설명으로 응답자가 응답하는데 어려움이 없도록 배려할 줄 알아야 합니다. 응답자가 보는 곳에서 응답을 기입할 때는 깨끗한 글씨체로 정확하게 기입하고 필요에 따라 메모 등을 기록하는 모습은 응답자에게 전문가다운 모습으로 비쳐질 것입니다. 또한 응답자의 말에 충분히 귀를 기울이고 그것을 조사에 반영하기 위해 최선을 다하는 모습과 조사를 마치고 인사하기 전에 빠진 항목이 없는지 처음부터 차분하게 검토하는 모습 등이 바로 전문가다운 모습입니다.

(2) 전문가다운 모습으로 비춰져야 하는 이유

4장에서 설명할 설득의 법칙에 따르면 사람들은 권위 있는 또는 권위 있어 보이는 사람들의 요청을 잘 승낙해주는 경향이 있습니다. 그리고 전문성은 곧 권위의 표현인 셈입니다. 따라서 조사원들이 전문가처럼 보이게 되면 다음과 같은 효과를 얻을 수 있습니다.

□ 조사에 대한 동의와 협조를 구하기 쉽습니다.

요즘처럼 개인의 사생활의 중요성이 크게 인식되는 때에 ‘공무’를 수행하고 있다는 인상으로 표본 대상을 찾아가거나 이웃에게 대상자에 대한 정보를 물을 때 주변인에게 협조를 얻기가 쉬워집니다. 특히, 경비실과 같이 보안을 통과해야 할 때는 조사원증으로 본인의 신분을 증명하면 통과하기가 수월해집니다.

□ 충실한 응답을 받아 낼 수 있습니다.

전문가다운 조사원의 준비된 모습을 통해 응답자들은 조사의 기획과 수행에 많은 정성을 들였다는 것을 느낄 수 있습니다. 이로써 조사의 신뢰성에 대한 믿음을 심어주게 되어 응답자로부터 더 열린 자세로 충실한 응답을 들을 수 있습니다.

□ 조사원 신변의 안전에 도움이 됩니다.

단정한 외모와 조사원의 신분을 명시해주는 명찰로 ‘공무’를 수행하고 있는 모습을 보여주고 공적인 신분을 드러냄으로써 신변의 안전을 어느 정도 보장받을 수 있습니다.

제 2장 전체 조사 과정에 대한 이해

연구를 주관하는 기관이나 단체에서 조사 설계와 질문지 작성이 완료되면 실제 자료를 수집하는 조사과정으로 들어가게 됩니다. 조사에서 발생하는 오차 중에서 표본을 설계하고 선정하는 과정에서 발생하는 ‘표본오차’(응답자 선정 계획이 잘못되었거나 조사원이 조사현장에서 기준에 맞지 않은 응답자를 선정하는 경우 발생하는 오차) 이외의 오차, 즉 ‘비표본오차’(조사표가 잘못 만들어져 응답자가 질문을 잘못 이해하거나, 또는 조사원의 면접 과정에 문제가 있어 발생하는 오차, 즉 표본 또는 응답자의 문제 이외의 이유로 발생하는 오차)는 주로 자료 수집 과정에서 일어나게 됩니다. 따라서 조사 과정이 얼마나 체계화되어 있고, 표준화가 되어 있느냐 하는 점이 정확한 조사 자료 획득에 중요한 관건이 됩니다. 즉 조사원이 누군가에 따라, 그리고 응답자가 누군가에 따라 다른 조사과정이 적용된다면, 조사원과 응답자에 따라 다른 성질의 조사 자료가 얻어지게 되고 조사의 객관성은 크게 손상을 받게 됩니다. 따라서 어떤 조사원이나 응답자, 심지어는 어떤 상황에도 동일하게 적용될 수 있는 조사 과정을 미리 만들어 두는 것이 조사의 객관성과 품질을 결정하는 중요한 관건이 된다는 것입니다. 그러나 조사과정의 체계화와 표준화는 조사 주관 기관이나 단체에서 하는 작업이고 조사원들의 경우에는 조사를 진행하기 전에 조사하고자 하는 내용에 대해 얼마나 잘 숙지하고 있는지, 그리고 조사 과정 중에는 얼마나 표준적

인 진행 절차에 따라 조사를 진행하느냐 하는 점이 조사 관리의 핵심적인 사항이 됩니다. 즉 조사원 자신이 따르는 조사 과정이 다른 조사원들과 다르지 않고, 응답자에 따라 달라지지 않도록 해야 합니다. 그러기 위해서는 조사원은 자신이 참여하는 조사 전체 과정에 대한 기본적인 이해를 하고 있어야 합니다. 그리고 자신의 현장 면접 과정이 지니는 중요성과 의미를 이해해야 합니다. 따라서 여기에서는 현장 조사 절차 전반과 이 과정에 참여하는 사람들과 그들의 역할에 대한 이해를 할 수 있는 내용을 다루도록 하겠습니다.

1. 조사 참여 인력의 역할

우선 조사 과정에는 각각 기능적으로 분담된 인력들이 참여하게 됩니다. 이들 인력들을 간단히 살펴보도록 하겠습니다.

1) 기획 및 조사 담당자

기획 및 조사 담당자는 해당 조사를 전체적으로 기획, 설계하고 질문지를 만들며, 수집된 자료를 분석하고 그 결과물을 만드는데 핵심적인 역할을 하는 사람입니다. 조사의 전 과정에서 기획 및 조사 담당자만큼 해당 조사의 목적에서부터 내용, 그리고 결과의 활용까지를 잘 아는 사람은 없습니다. 따라서 해당 조사와 관련해서 조사원들에게 조사의 목적과 내용을 교육시키고, 조사의 목적에 적절한 자료를 수집할 수 있도록 다른 인력들과 공조를 맞추는데 핵심적인 역할을 합니다. 그러나 통계청에

서 주관하는 대형조사들은 수많은 연구 및 관리 인력들이 동원되고, 이미 잘 짜여진 시스템에 따라 운영되므로 많은 기획 및 조사 담당자들이 이미 짜여진 자신들의 담당목적에 따른 역할을 수행하기도 합니다.

2) 조사지도원(Supervisor)

자료수집과정을 총괄하는 사람입니다. 이들은 실질적 현장조사의 조사원 및 자료를 책임지고 관리합니다. 조사에 따라서는 자료를 수집할 조사원을 선발하여 교육하며, 조사에 필요한 제반 준비 작업을 하고, 회수된 질문지를 검토하고, 자료처리를 할 수 있는 작업까지를 책임지고 수행합니다. 또한 자료 수집과정에 필요한 제반 관리업무를 수행합니다.

회수된 질문지는 현장에서 여러 기준을 적용해 검토를 합니다. 이러한 검토 과정에서 일차적으로 검토 기준에 맞지 않는 질문지는 추가 면접을 실시하게 하거나 너무 응답 내용이 충실치 않은 경우 폐기하게 됩니다.

3) 검증원

자료수집과정에서 조사원들이 표준적인 진행절차에 따라 정확히 자료를 수집했는지를 검증하는 작업이 조사과정에서는 필수적인 작업입니다. 따라서 조사지도원의 지시에 따라 회수된 자료에서 일부를 무작위로 뽑아, 응답자 선정과정의 적합성, 표준적인 진행절차에 따라 면접했는지의 여부 등에 초점을 맞추어 검증을 하게 됩니다.

이 검증 과정에서 조사에 따라 다르지만 한 조사원이 면접 조사를 실시하여 회수한 질문지 중 일정 비율 이상이

검증 결과 이상이 있는 것으로 밝혀지면 그 조사원이 회수해온 질문지 전체를 폐기 처분합니다. 예를 들어 어떤 조사의 경우에는 한 조사원이 회수해온 10개의 질문지 중 2개꼴로(20%) 문제가 있을 경우, 그 조사원이 회수해온 질문지 전체를 폐기 처분하고 그 조사원의 실적 자체를 무효 처리하기도 합니다.

4) 부호기입원(Coder)

회수된 질문지 중 개방형 설문(보기 중에서 고르는 형태의 설문이 아니라 응답자가 응답을 직접 기입하는 형태의 설문, 주관식 설문이라 하면 이해가 빠를 것입니다)의 경우 응답자들의 다양한 응답들을 적절하게 분류하여(범주화) 분류 번호를 부여하는(부호화) 작업이 필요하게 됩니다.

특히 산업분류 및 직업분류와 같이 통계적 기준이 되는 분류는 통계의 본질적 품질 수준과 밀접한 관련이 있으므로 매우 중요한 작업이라 할 수 있습니다. 따라서 관련 업무에 숙련된 사람이 분류를 기입해야 합니다. 또한 분류의 정확성을 기하기 위하여 여러 사람들의 토의와 검토를 거쳐 부호기입을 하게 됩니다. 일반적으로 담당연구원이 개방형 설문을 조사 목적에 맞추어 적절하게 범주화시키고, 이를 부호화시키는 작업을 하게 되지만, 통계청이나 전문적인 여론조사기관 같은 곳에서는 전문적인 부호기입원이 이를 담당하게 됩니다.

5) 입력원(Puncher)

개방형 설문을 포함하여 수집된 질문지의 내용을 컴퓨터

터로 전산처리를 할 수 있도록 부호화된 형태로 컴퓨터에 입력시키는 작업을 담당합니다. 입력시키는 과정에 자료를 잘못 입력시키면 추후 자료처리과정에서 오류가 발생할 수 있습니다. 따라서 입력된 자료에 대한 검토 작업이 필요하게 되는데(이를 자료를 정제한다고 합니다), 일반적으로는 전산처리원이 이 작업을 하지만 펀처들이 일차적인 검토 작업도 병행해서 하게 됩니다.

6) 조사원

조사 과정에서 현장에서 응답자를 만나 자료를 수집하는 핵심적인 역할은 조사원이 담당하게 됩니다. 조사원은 조사지도원의 관리 감독을 받으며 표준적인 조사 진행 절차에 따라 응답 대상자를 선정하고, 응답자에게 설문 내용을 질문하고, 그에 대한 응답을 기록합니다. 특히 개별적인 방문 면접의 경우는 방문 지점, 응답자 선정 및 면접 과정에 대한 기록을 해서, 면접이 완료된 질문지와 함께 조사지도원에 제출하게 됩니다.

조사원이야말로 전체 조사과정의 핵심이라고 할 수 있습니다. 조사 과정의 목표는 바로 정확한 자료 수집이며, 이 목표의 달성 여부는 바로 조사원의 정확한 역할 수행에 달려 있기 때문입니다. 조사관리자가 아무리 조사 계획을 잘 세우고, 모든 준비를 완벽히 했다 해도, 조사원들이 표준적인 절차를 따르지 않고 응답자를 선정하거나, 잘못된 설문 방법을 이용해 응답을 받아낸다면, 그래서 결과적으로 정확하지 않은 자료를 수집한다면, 조사 자체가 아무런 의미 없는 국가 예산의 낭비가 되고 맙니다. 뿐만 아니라, 잘못된 통계 자료에 기반한 정부 정책

및 시책은 국민과 국가에 그대로 손실을 입히게 된다는 점을 명심하고 조사원들은 정확한 자료 수집에 만전을 기해야만 합니다.

2. 조사 준비 과정

자료를 수집하는 과정에는 질문지 이외에도 많은 준비 과정이 필요하게 됩니다. 이들을 간단히 정리하면 다음과 같습니다.

1) 자료수집준비

우선은 조사원들이 조사를 하는데 필요한 질문지와 면접에 필요한 소도구(보기카드, 자극제시 재료, 응답자 답례품 등)들을 빠짐없이 준비해야 합니다. 또한 구체적으로 응답 대상자를 선정하는 지침서를 준비해야 합니다. 확률적 표본 추출의 경우, 응답자 선정 절차에 대한 명세서와 필요한 자료들을 준비해야 하며, 할당표본추출의 경우는 조사원별로 응답 대상자에 대한 할당표를 선정해야 합니다. 또한 조사원들이 기록해야 할 기록지 등을 준비해야 합니다. 또한 면접 매뉴얼들을 준비하고 제반 조사 관리에 필요한 서류들을 함께 준비해야 합니다.

2) 교육 및 진행 매뉴얼 작성

앞에서 언급했듯이 자료수집 과정에서는 다양한 오차(비표본오차)가 발생할 수 있습니다. 이러한 오차를 최소화하기 위해서는 무엇보다도 조사원들이 표준적인 절차에 따라 통일된 형태의 자료를 수집하는 과정이 반드시

필요합니다. 그러기 위해서는 조사원들은 조사의 목적과 설문 내용, 그리고 면접 절차에 대한 충분한 숙지와 질문지의 설문 하나 하나를 질문에 나와 있는 형태 그대로 지시에 따라 면접을 진행하는 것이 중요하며, 응답지에 그 내용을 정확히 기록하는 것도 역시 중요합니다. 그러나 무엇보다도 조사원 스스로 조사에 참여하는 의의를 자각하고, 성실하게 조사에 임하게 하기 위해서는 조사원들에 대한 동기화 교육이 필요하게 됩니다. 조사원들에 대한 교육은 아무리 강조해도 지나치지 않으며, 이에 대한 별도의 매뉴얼이나 지침서를 만들어 조사원들에게 교육을 하게 됩니다. 조사원들은 조사과정 동안 매뉴얼이나 지침서를 항상 지참을 하고 필요할 때 참고할 수 있도록 해야 하며, 필요한 교육은 항상 참여해서 조사과정 동안 조사원이 만들어 낼 수 있는 오차를 줄일 수 있도록 노력해야 합니다.

3) 조사원 모집

조사 관리에서 아무리 조사 설계와 준비가 잘 되어 있다고 하더라도, 해당조사에 적합한 조사원을 선발하는 것이 무엇보다도 중요합니다. 그러기 위해서 사전에 조사원에 대한 등록신청을 받고 신청한 조사원 지원자들 중에서 서류나 면접 심사를 통해 조사원을 선발하게 됩니다. 여러 차례의 조사 경력과 과거 면접 시행에 대한 평가 자료는 조사원 선발에 유용한 자료로 활용됩니다.

4) 조사원 교육

조사원 교육은 조사를 시작할 때마다 매번 실시합니다.

조사원 역시 참여하는 조사마다 실시되는 교육에 반드시 참석해야 합니다. 교육의 목적은 실제 면접이 진행될 때 필요한 충분한 정보를 제공하기 위한 것이기 때문입니다. 보통 조사지도원도 교육에 함께 참석을 하게 됩니다. 조사원들에게 알려 줘야 하는 정보는 두 가지 형태입니다. 하나는 조사에서 요구되는 표준화된 일반적 정보입니다. 다른 하나는 해당조사를 수행하는데 특별히 필요한 정보입니다, 조사원 교육은 반드시 숙달된 연구원, 혹은 조사지도원이 실시해야 합니다. 이러한 사람은 조사 진행과정에 대한 충분한 경험이 있는 사람들이고, 따라서 조사원들이 던질 수 있는 다양한 의문과 질문들에 답을 주게 됩니다. 궁극적으로 교육담당자의 책임은 조사원들에게 조사원의 역할과 그 중요성에 대한 의미를 심어 주는 것이며, 조사원들은 그 의미를 깨닫고 숙지해야 합니다. 조사원 교육에서는 대체적으로 다음과 같은 내용들을 다룹니다.

(1) 조사원의 태도

모든 조사원 교육에서 우선적으로 바람직한 조사원의 태도에 대해서 교육합니다.

(2) 조사 진행 절차

조사 대상 가구 및 응답자 선정 과정, 조사 진행 절차에 대한 상세한 교육이 이루어져야 합니다. 이상적인 것은 조사원들이 교본처럼 그대로 따라 해야만 하게끔 모든 조사 진행 절차의 세세한 부분까지 규정을 해놓는 것입니다. 이 경우에 조사원들은 철저히 그 규정을 따라 조사를 진행하도록 해야 합니다.

(3) 실사 관리 체계에 대한 설명

조사에서는 수집된 자료의 질적 수준을 높이기 위해 수집된 자료에 대한 체계적인 검증을 한다는 사실을 조사원에게 알려 주게 됩니다. 조사 현장에서 회수된 질문지에 대해 조사지도원이 실시하는 일차적인 검증을 거쳐 사무소로 전달된 설문지들을 전문 검증원들이 이차 정밀 검증을 실시하게 되며, 한 조사원에게서 정해진 비율 이상으로 잘못된 설문지가 나오게 되면 그 조사원이 회수한 모든 설문지를 폐기하기도 한다는 것을 설명해줍니다.

(4) 해당조사의 목적 및 설문 내용 소개

조사원들은 해당 조사의 목적 및 의의를 충분히 이해함으로써 보다 성실하게 면접에 임해야 되는 이유를 알게 됩니다. 또한 설문 내용 하나 하나에 대한 검토하고 숙지해야 합니다.

(5) 응답 거부자를 다루는 요령

바람직한 조사원과 그렇지 않은 조사원을 구분하는 준거 중의 하나는 까다로운 응답자나 단호하게 거절하는 응답자를 다루는 능력입니다. 응답 거부자에 대한 사례 교육과 응답 거절 시 지나치게 공격적이지 않으면서 점잖게 설득하는 방법에 대한 교육을 합니다.

(6) 역할부여연습(role playing)

실제 응답을 꺼려하는 응답자를 만난 경우라고 가정한 상황을 부여하여 면접하는 연습을 통해 현장 조사 상황에 대한 사전 경험을 해보게 합니다.

5) 연습면접

조사원에 대한 교육이 끝나면, 조사원들이 본 면접을 시작하기 전에 연습면접을 해보는 것이 필요합니다. 이는 두 가지 목적을 위해서입니다. 우선 조사원들이 직접 본 조사에 들어가기 전에 설문 상황을 연습하고 숙지하기 위한 과정으로 연습 면접이 필요합니다. 다른 하나는 연습 면접한 설문지를 조사지도원이 검토를 하면서, 조사원들이 잘못 이해하고 있는 점에 대해 지적하고 수정을 기하기 위해서입니다.

3. 현장에서의 자료 수집

1) 응답자 선정

접촉할 응답자 목록이 있는 조사가 아닌 경우, 조사원은 주어진 지침에 따라 조사에 적합한 응답자를 선정해야 합니다. 이때 응답자를 얼마나 잘 선정하는가 하는 것이 조사의 품질을 높이는 또 하나의 중요한 요인이 됩니다. 응답자를 선정할 때는 응답자를 선정하는 과정에 대해 규정한 체계적 절차를 따르는 것이 반드시 필요합니다.

2) 면접 시 자기소개

조사원이 응답 대상자에게 소개를 할 때는 소속 조사기관, 조사목적, 본인의 이름 등을 분명하게 이야기해서 응답자의 신뢰를 먼저 얻는 것이 중요합니다. 또한 응답한 내용을 통계적인 처리 이외의 다른 목적으로 사용

하는 일이 절대 없다는 것을 확실하게 이야기하여, 다른 의구심을 갖지 않도록 해야 합니다.

3) 면접기록

응답내용은 정확하게 빠짐없이 질문지에 기록해야 합니다. 특히 개방형 설문의 경우, 응답자의 응답 내용을 가능한 자세하게 또박또박 기록해야 합니다. 나중에 부호기입원이 해독 시에 충분히 이해할 수 있도록 기록하는 것이 중요합니다.

또한 개별 면접조사의 경우, 면접조사 지역에 대한 약도와 함께, 면접 대상 가구 및 응답 대상자 선정과정 등에 추후 검증이 가능하도록 정확하게 기입하는 것이 중요합니다.

면접이 끝난 질문지와 기록지는 정해진 기간(보통 1일) 마다 조사지도원에게 제출하여 질문지 검토를 받고 난 후 다음 질문지들을 배포 받아야 합니다.

4. 질문지 회수 및 검증

1) 질문지 회수

조사 관리 차원에서 보면 가능한 매일 설문지를 배포하고, 당일에 설문지를 회수하는 일일관리체계로 운영되는 것이 바람직합니다. 그래야 조사원들이 실수하거나 누락한 것들을 바로 바로 수정할 수 있기 때문입니다.

질문지를 회수하면서 조사지도원은 개별 질문지들을 꼼꼼하게 검토하면서, 설문의 누락이나 잘못된 설문, 의

심이 가는 질문지 등을 가려내어 조사원에게 보완하도록 하게 해야 합니다. 시간이 지나면 이런 작업이 매우 어려워지기 때문입니다.

2) 질문지 검증

조사지도원의 과제 가운데 하나가 회수된 조사결과를 검증하는 것입니다. 조사지도원은 면접하는 기간 동안 각각 회수된 질문지에 대해 검토하는 일과 더불어 회수된 질문지 중에서 일정한 비율만큼 검증해야 합니다. 대개의 경우 검증은 20~30% 정도의 질문지에 대해서 이루어집니다. 회수된 질문지의 검증은 실제로 면접이 이루어졌는가를 확인하고, 구체적으로 조사원이 기록한 응답이 실제로 응답자에 의해 이루어졌는가를 확인하는 과정이기 때문에 응답자와 재접촉 하는 과정에서 조사에 상당한 경험이 있는 전문 검증원이 이 작업을 하게 됩니다.

전화면접의 경우, 면접이 진행될 때 모니터링 시스템을 사용한다면 전화를 걸어 확인하는 검증과정을 반드시 거치지 않는 않지만, 특히 새로운 조사원이 면접을 한 경우와 조사가 시작되는 시점에서는 검증을 해보아야 합니다. 이처럼 세심한 검증이 이루어진다는 사실을 조사원들은 항상 유념하고 규정된 방식에 따라 착실히 면접을 수행해야 합니다.

3) 부호기입 및 입력

검증이 끝난 설문지는 개방형 질문 응답 범주화 기준에 따라 세심하게 분류하고 범주화시켜서 부호화합니다.

그래서 부호화까지 완료된 설문지는 전산처리를 할 수 있는 형태로 입력하여, 충분히 입력 오류를 검사한 후에 자료처리로 넘기게 됩니다.

5. 조사원 평가 및 사후 미팅

1) 조사원 평가

조사가 모두 완료되면, 조사지도원은 조사원 개개인의 면접 성과에 대한 평가지를 작성하여 보관 해둡니다. 이는 다음의 조사 때 조사원을 선발하고 운용하는 자료로 활용하게 됩니다. 따라서 조사원들을 가능하면 모든 조사 면접과정을 올바른 규정에 따라 실수 없이 진행하는데 유념해야 합니다.

2) 사후 프로젝트 미팅

조사가 완료된 후, 자료수집과정에서 겪은 어려움이나 개선점, 그리고 담당연구원이 미처 생각하지 못했던 여러 가지 오차 요인과 개선사항에 대해 담당 연구원, 조사지도원 조사원들이 모여 사후 미팅을 갖기도 합니다. 그래서 실제 자료수집 과정의 문제점 및 개선점에 대한 각자의 입장에서 논의를 하고, 담당 연구원은 이 내용들을 정리하여 차후 프로젝트 진행에 활용할 수 있게 됩니다.



제 3장 지피지기 심리학

예부터 지피지기(知彼知己), 즉 적을 알고 나를 알면, 백 번 싸워도 백 번을 지지 않는다 했습니다. 조사원들이 현장에 나가서 직접 응답자들과 마주치고 부딪히며 자료를 수집해야 할 때 두 가지를 반드시 이겨내야만 합니다. 하나는 바로 응답자의 거절이고 다른 하나는 바로 자신의 좌절과 두려움입니다. 따라서 조사원들은 조사 면접 요청 시, 응답자의 반응 유형에 대한 지식과 그에 대한 자신의 심리적 반응 유형에 대한 지식을 함께 지니고 있어야 합니다.

1. 知彼(지피) - 응답자 심리의 이해

응답자를 선정해 그 사람과 일단 만나서 조사에 대한 동의를 구하는 행위는 일종의 도움을 구하는 행위입니다. 즉, 응답자의 입장에서는 자신의 필요에 의해서 하는 일이 아니니 자신의 개인적인 필요나 의지와는 전혀 관계가 없는 일인 셈입니다. 그럼에도 불구하고 조사에 응해 주는 행위는 일차적으로는 타인에 대해 도움을 주는 이타적 행동인 셈입니다. 조사원의 입장에서는 바로 응답자로 하여금 이러한 이타적 행동을 하도록 설득해야 하는 것입니다. 따라서 조사 대상자는 어떤 조건에서 남을 돕는 이타적인 행동을 하게 되는지 그리고 남들로 하여금 도움을 주도록 설득하려 할 때는 어떻게 해야 하는지에 대해 알아보도록 하겠습니다.

1) 사람들은 언제 남에게 도움을 주는가?

누군가 도움이 필요한 사람에게 도움을 주는 행위를 심리학에서는 ‘도움 행동’ 또는 ‘이타적 행동’이라고 합니다. 인간은 세상에 태어나면서부터 다른 사람과의 관계 속에서 살게 됩니다. 그러므로 어려서부터 인간은 다른 사람들과 함께 세상을 살아가는 방법을 배우고 터득합니다. 예를 들면 장난감을 친구와 함께 갖고 놀기, 위험에 빠진 사람을 구하기, 개인적 이익을 위하여 경쟁하기보다 공동의 이익을 위하여 협동하기, 자신의 성취에 자만하기보다는 타인의 성취에 칭찬과 찬사를 보내는 것으로 돕기, 나누기, 협동, 이타심, 감정이입 등을 포함하며 이러한 행동들을 총칭하여 ‘친사회적 행동’이라고 합니다. 즉 친사회적 행동은 일반적으로 도움주기, 나누어 갖기와 같이 타인을 이롭게 하고 사람들 사이의 우호관계를 촉진시키거나 유지하는 긍정적인 사회적 행동을 의미합니다.

조사원들이 낯선 사람에게 다가가서 설문이 깨알처럼 박혀 있는 조사표를 내밀고 조사에 응해달라고 부탁을 하는 행위는 바로 그들에게 도움을 청하는 행위입니다. 사람들은 가정에서 또는 학교에서, 그리고 각종 대중 매체를 통해 도움을 필요로 하는 타인들에게 관대한 행동을 하는 것이 사회적으로 얼마나 중요한 가치를 지니는지에 대해서 교육을 받아 왔습니다. 따라서 도움을 줘야 할 때 도움을 주지 못하는 경우 사람들은 도덕적, 심리적 갈등을 겪게 됩니다. 사람에 따라, 상황에 따라, 기대되는 결과에 대한 예측에 따라, 그리고 도움을 요청하는 사람에 따라 그 갈등이 크거나 작을 뿐입니다. 도덕적, 심

리적 갈등이 크거나 또는 그럴 것 같을 경우 사람들은 도움 요청에 응하게 될 것입니다. 그렇지 않고 견딜 만한 갈등이라면 사람들은 도움 요청을 묵살할 가능성이 높습니다.

조사에 응해줄 것을 청하는 조사원과 응답자 간의 첫 대면에서 응답자가 보일 수 있는 반응은 동의, 거절, 무시입니다. 동의는 곧 도움 행동에 대한 약속이고, 거절은 말 그대로 도움을 주지 않겠다는 명시적인 표현입니다. 무시는 거절의 암묵적인 표현입니다. 다음의 예를 들어 보겠습니다.

매사추세츠 스탠드바 폭행사건

1983년 3월 6일 오후 9시 경 한 스탠드바로 한 여성이 혼자 들어와 술을 한잔 마시고 나가려는 순간 한 남자가 막아서고 다리를 걸어 넘어뜨리자 다른 두 남자가 함께 그녀를 붙잡고 옷을 찢고 때리며 성폭행을 시도했습니다. 그녀는 울고불고 소리치며 도움을 청했습니다만 아무도 그녀를 돕지 않았습니다. 그 술집에는 바텐더를 포함해 20대의 건장한 남성들이 대여섯이나 있었음에도 아무도 나서서 그녀를 돕지 않았습니다. 이 여성이 가까스로 도망을 나와 전화로 신고를 하고 혼자 병원으로 가서 치료를 받았습니다. 경찰은 그 술집을 폐쇄하고, 아무런 도움도 주지 않은 사람들을 체포했습니다.

키티 제노비즈 사건

1964년 어느 날 밤, 뉴욕의 한 아파트 앞에서 키티 제노비즈라는 여성이 흥기를 든 한 남자로부터 온 몸에 칼이 찔리는 공격을 받았습니다. 그녀는 비명을 지르며 30여분에 걸쳐 저항을 하며 공격을 받았습니다.

그때 주변의 집과 아파트에 38명의 주민들이 있었고, 그녀의 비명을 들었지만 아무도 도움을 주거나 심지어는 경찰에 전화조차 하지 않았습니다. 경찰에 연락이 들어 온 것은 그녀가 사망한지 이미 20여분이나 지난 뒤였습니다. 나중에 그 주민들에게 왜 연락을 하지 않았느냐고 물었더니 그들의 대답은 한결같이 '불필요하게 엮이고 싶지 않았다'는 것이었습니다.

티모시 디아키스 사건

1984년 1월 21일, 미국의 버지니아의 한 아파트에서 불이 났습니다. 소방서에서 소방차와 소방대원이 오기도 전에 불은 삼시간에 번져가고 있었습니다. 이때 11살 난 티모시 디아키스라는 소년은 바로 옆집의 문을 열고 뛰어 들어갔습니다. 티모시가 평소 할머니라고 부르며 따르던 83세의 사라 셔먼이라는 할머니를 구하기 위한 것이었습니다. 방안에 갇혀 있던 할머니를 밀고 끌며 겨우 비상구에 도달했을 때에야 소방대원이 도착했고 티모시는 바로 실신해버렸습니다. 할머니는 가벼운 치료만 받아도 될 정도였지만, 티모시는 심한 화상으로 수개월을 병원에서 치료를 받아야 했습니다. 문제는 티모시는 보험을 적용받을 수 없는 상황이었습니다. 이 사실이 알려지자 사람들은 모금운동을 통해 5만 달러를 모아 티모시를 치료 받게 하였습니다.

이 세 가지 사건은 물론 미국에서 있었던 사건으로 앞의 두 사건은 미국 사회에 심각한 충격을 주었고, 세 번째 티모시의 이야기는 미국을 감동시킨 사건이었습니다. 앞의 두 사건은 사람들이 도움이 필요한 타인의 요청을 얼마나 끝까지 무시할 수 있는가를 보여준 반면, 티모시의 이야기는 티모시가 위험에 빠진 할머니를 구하기 위해 자신의 안전까지 희생한 사례와 그런 티모시에게

사회가 관대한 도움으로 되돌려 준 따뜻한 이야기입니다. 우리 사회에서도 지하철에 떨어진 사람을 구하기 위해 뛰어 들어 자신의 다리를 희생당한 분이나, 일본에서 타인을 구하고 자신을 희생한 이수진 씨 등의 예를 보면, 사람들은 도움이 필요한 다른 사람들에게 도움을 줄 수 있는 준비가 되어 있는지도 모릅니다.

타인이 도움을 요청할 때 도울 것인지 말 것인지를 결정하게 하는 것은 크게 세 가지 요인입니다. 첫째는 그 사람이 그 일에 사회적 책임감을 얼마나 크게 느끼느냐 하는 점입니다. 둘째는 그 자신이 도움을 받은 경험이 있는 사람인가 아닌가 하는 점입니다. 셋째는 사회적 정의감을 지닌 사람인가 아닌가입니다. 즉, 사회적 책임감을 크게 지닌 사람, 도움을 받아 본 경험이 있는 사람, 사회적 정의감이 있는 사람이 다른 사람의 도움 요청에 잘 응해 줍니다. 또는 사회적 책임감과 정의감을 느끼게 하거나 그 스스로 도움을 줄 사람처럼 보이도록 상황을 만들게 되면 도움을 더 잘 받을 수 있습니다.

예를 들어, 조사에 응해줄 것을 요청하며 그 조사에 대한 응답이 국민 또는 시민의 사회적 책임으로 통계법이 정해 두었음을 상기시키거나(사회적 책임), 조사에 응하지 않는 사람이 많은 경우 잘못된 통계로 인해 국가의 정책이 잘못 수립될 수 있다거나(사회적 정의) 하는 이야기를 하는 것도 한 가지 방법입니다. 또, 조사 대상자에게 인정이 많으시게 생기셨다거나, 남들의 어려움을 그냥 지나치지 못할 것 같다고 말하는 것도 상대방으로 하여금 도움 요청을 거절할 수 없는 압박으로 작용할 수 있습니다.

다른 한편으로는 사람들이 너무 많고 혼잡한 상황이거나, 다른 일로 시간에 쫓기는 상황, 또는 다른 사람들과 함께 있는 상황에서는 조사 요청에 잘 응해주지 않을 수 있습니다(상황적 압박). 그렇다고 해서 반드시 해야 할 조사 대상자를 놓칠 수는 없습니다. 따라서 상대방이 처해진 상황에 대한 이해와 공감을 충분히 표현하고 가능한 시간 약속을 받아 두는 편이 좋습니다. 대체로 이런 상황적 압력 조건에서 받아 낸 약속은 그 약속을 한 사람에게 일종의 책임감을 갖게 하므로 조사에 성공할 확률이 높습니다. 그러나 반대로 무리를 해서 조사에 대한 동의를 받아 내려다 상대방의 반발을 살 경우 그 사람에 한 조사는 거의 힘들어지게 됩니다.

2) 응답자 설득과 응답자 심리

만일 조사 대상자를 찾아가서 조사에 응해줄 것을 요청했는데 바로 흔쾌히 응낙을 해주면 그것만큼 다행스러운 일은 없을 것입니다. 그러나 많은 경우, 거절을 하거나, 또는 무시를 하게 됩니다. 거절도 직접적이고 단호하게 하는 거절도 있지만,

- 지금은 바빠서 조사에 응할 수 없다든지 (상황적인 변명),
- 왜 내가 조사 대상자여야 하느냐 (선정방법에 대한 문제제기),
- 반드시 응답할 책임이 있는 것은 아니지 않느냐 (사회적 책임),
- 내가 이 조사에 응하거나 응하지 않는다고 크게 달라질 것도 없지 않느냐(책임의 경량화),

- 열심히 조사에 응해봤자 결과적으로는 나만 시간 손해(손익계산)

등의 이유를 드는 완곡한 거절들도 있습니다. 바로 이 시점이 바로 설득을 해야 하는 순간입니다. 바로 유능한 조사원의 능력이 발휘되는 바로 그 중요한 순간인 것입니다.

(1) 설득의 세 목표: 인지/태도/행동의 변화

설득은 상대방의 세 가지 측면의 변화를 목표로 합니다. 즉, 인지(지식과 신념), 태도(좋아하거나 싫어하거나), 행동의 변화가 바로 설득의 목적입니다. 대표적인 설득의 예가 TV 광고입니다. 광고는 첫째 기업이나 상품에 대한 사람들의 지식과 신념을 긍정적인 방향으로 바꾸는 것을 목표로 합니다. 긍정적인 정보나 지식을 제공하고, 그에 기초해 좋은 제품이라는 신념으로 변화키는 것이 목적입니다. 둘째는 기업이나 상품에 대한 감정과 태도를 좋은 방향으로 바꾸는 것을 목표로 합니다. 예를 들어 이미지 광고들이 바로 이런 것을 목표로 하는 광고입니다. 상표와 원하는 기분 좋은 정서나 감정을 연결시켜 그 상표를 보면 좋은 감정이 떠오르게 하거나 역으로 기분 좋은 감정이 떠오르면 그 상품이 연상되거나 하는 방식입니다. 그리고 설득의 최종 목적은 바로 행동의 변화입니다. 즉 그 상품을 사지 않던 사람으로 하여금 그 상품을 사도록 구매 행동을 일으키는 것입니다.

대통령 선거를 또 다른 예로 들어볼까요? 대통령 후보들은 처음에는 두 가지 측면에서 유권자들을 설득합니다. 즉 자신이 어떤 점에서 대통령으로 적합한지에 대한

정보들을 알려 주는 것입니다. 바로 유권자들의 인지적 변화를 일으키려는 것입니다. 둘째로는 유권자들이 자신에게 정서적인 호감을 갖도록 유도합니다. 즉 정서적 태도 변화를 일으키려는 것입니다. 그리고 마지막으로 투표 당일, 투표에 참여해서 자신에게 투표하도록 행동을 변화시키는 것을 목표로 유권자들을 설득하는 것입니다.

통계조사도 마찬가지입니다. 예를 들어 인구주택총조사와 같은 경우, 정부와 통계청은 사전에 각종 방송이나 언론을 이용해 왜 이런 총조사가 필요한지에 대한 올바른 정보와 지식을 국민들에게 심어 줍니다. 바로 인구주택총조사에 대한 인지적 변화를 목표로 하는 것입니다. 둘째로는 이것이 단순히 국민들을 귀찮게 하는 것만이 아니고 국민들 스스로를 위해 필요한 것이며, 이 조사가 사생활에 개입하는 기분 나쁜 일이 아니라는 것을 알려 이 조사에 대한 정서적 태도를 변화시키려 합니다. 그리고 최종적으로 조사원들이 방문했을 때 조사에 응답하는 행동을 하도록 설득을 하는 것입니다.

조사원들이 조사를 위해 가구를 개별 방문하거나 사업체를 방문했을 때, 조사에 응할 대상자가 어떤 측면에서 조사를 거부하고 있는지를 판단해야 합니다. 첫째 그 사람이 조사에 대해서 잘 모르고 있거나, 조사의 필요성을 인지하지 못하고 있다면, 그 사람에게 올바른 정보와 지식을 전해주어야 합니다. 둘째, 그 사람이 그 조사에 대해서 올바르게 알고는 있지만 좋지 않은 정서적 태도를 지니고 있다면 그러한 태도를 바꿀 수 있도록 노력해야 합니다. 결과적으로는 조사에 응하는 행동의 변화를 일으

키는 것은 바로 조사원의 역할이라고 봐야 할 것입니다.

(2) 설득에 영향을 주는 세 가지 요인

설득의 목표가 설득 대상의 인지/태도/행동의 변화를 목적으로 한다면, 그 목적 달성 여부에 영향을 주는 세 가지 요인은 바로 설득하는 사람이 어떤 사람인가 하는 점(설득자 요인), 둘째는 설득 내용의 성질, 셋째는 설득 상황입니다.

예를 들어 설득하는 사람이 전문가이고, 그 사람이 믿을만한 사람인데다 원래 좋아하는 사람이면 설득이 가장 잘 될 것입니다. 그리고 설득 내용이 원래 자신의 생각과 크게 다르지 않은 경우보다는 차이가 클 때 설득이 잘 될 것입니다. 그러나 그 차이가 너무 클 때는 사람들은 설득 내용 전체를 거부할 수도 있습니다. 만약 설득 내용 속에 위협적인 내용이 포함되어 있는 경우, 그리고 그 위협이 정말 공포를 유발할 정도인 경우 태도 변화가 쉽게 일어날 수 있습니다. 예를 들어 안전벨트를 착용하지 않았을 때의 위험에 대한 경고나, 음주 운전의 위험에 대한 경고와 단속과 적발, 그리고 처벌에 대한 정보는 운전자로 하여금 안전벨트를 착용하도록 만들고, 음주 운전을 자제하도록 행동의 변화를 일으킵니다. 또 설득 당하는 사람이 이전에 설득 내용에 대해서 이미 정보를 알고 있어서 마음속에 무장을 하고 있는 경우라면, 또는 반대 정보를 주장하는 사람이 있는 경우 설득은 힘들어집니다.

□ 설득하는 사람

누군가 자신을 설득하려는 경우, 예를 들어 컴퓨터를 사려고 전자상가에 갔을 때 한 가게의 점원이 자신에게

어떤 모델을 사도록 설득하는 상황이라면, 사람들은 그 사람이 말하는 내용 이전에 일단 그 사람의 첫인상을 판단합니다. 좋은 인상을 받아야만 그 사람의 말을 들을 준비를 합니다. 그리고 나서 그 사람이 정말 컴퓨터에 대한 전문적인 지식과 경험이 있는 사람인가를 판단하려 합니다. 전문적인 지식도 경험도 없는 사람이라면 그는 당신을 설득할 수 없을 것입니다. 그리고 그 사람이 정말 믿을 수 있는 사람인지를 판단합니다. 그 사람이 설사 전문적인 지식과 경험이 있는 사람이어도 당신이 보기에 그 사람이 물건을 팔기 위해 거짓말을 할 것 같다는 생각이 든다면, 그 사람은 당신을 설득할 수 없을 것입니다. 그리고 마지막으로 그 사람에게 당신이 호감을 느끼게 된다면 당신은 그 사람에게 설득 당하기 쉬울 것입니다.

여기서 조사원들이 얻을 수 있는 교훈은 다음의 세 가지입니다.

첫째 전문가로서의 면모를 지니라는 것입니다. 조사원이 어설픈 파트타이머로서 조사에 참여한 아마추어라는 느낌을 주게 된다면, 응답자들은 조사원이 어떤 말로 설득을 하려 해도 조사원의 설득에 귀를 기울이지 않을 것입니다. 전문가로서의 면모는 적절한 지식과 정보로 무장하고, 단정하고 깔끔한 복장과 외모, 자신감과 자부심으로 가득 찬 태도, 상대방에 대한 적절한 아량과 관용, 상대방이 알아듣기 쉬운 간결하고 명료한 어투와 발음 등으로 특징지어질 수 있습니다.

둘째 상대방에게 신뢰를 주어야 합니다. 조사원이 아무리 전문가인 것처럼 보여도 상대방이 조사 요청을 하는

조사원에게 인간적인 신뢰를 느끼지 못한다면 조사 대상자는 끝까지 ‘예’라는 응답을 해주지 않을 것입니다. 예를 들어, 조사원이 그저 능수능란한 화법으로 자신을 설득해서 자신의 성과만을 채우기 위해 자신을 설득하는 것으로 비춰진다면 조사 대상자는 조사원에 대한 불신을 지니게 될 것입니다.

셋째 상대방이 조사원에게 호감을 갖도록 해야 합니다. 호감을 결정하는 요소는 ‘첫인상을 좋게 만들기’에서 더 자세하게 다루겠지만, 무엇보다도 단정하고 깔끔한 외모와 복장, 적당히 자연스럽고 세련된 어투와 몸짓, 상대방을 존중하고 배려하는 자세 등입니다.

이상의 세 가지 교훈은 면접 조사의 동의를 얻는데 가장 중요한 조사원의 능력을 갖추기 위해 마음에 새겨뒀어야 할 것들이라고 볼 수 있습니다.

□ 설득 내용

우리는 집에서 TV를 켜 놓고 있는 동안 우리의 태도를 변화시키려는 수많은 광고들의 공세를 받고 있지만, 실제 우리의 태도를 변화시키는 데 성공하는 것은 정말 극소수에 불과합니다. 이는 듣고 싶지 않은 것에 대해서는 신경을 쓰지 않고 듣고 싶은 것만을 듣게 되는 선택적인 주의 능력 때문입니다. 예를 들어 영국의 BBC 라디오가 주파수를 변경하려고 6개월이라는 기간에 걸쳐 수없이 이 내용을 광고를 했지만, 정작 변경되는 주파수가 어떻게 되는지를 기억한 사람은 불과 소수였다는 연구 결과가 있습니다. 사람들은 수많은 정보의 홍수 속에서도 자신에게 관련되고 필요한 정보에만 민감한 관심을 갖는 편리하고 효율적인 심리적 특성을 지니고 있습니다. 아

래 ‘생각해보기’에서 소개한 칵테일파티 현상은 사람들이 특히 자기와 관련된 정보에 특히 민감함을 보여주고 있습니다.

칵테일파티 현상



위 그림은 칵테일파티 장면입니다. 우리 문화 속에서는 생소한 장면이지만 우리 문화 속에도 다양한 모임들이 있습니다. 비공식적이고 서로 주거나 받거나 하는 술자리들을 생각하면 됩니다. 이런 자리에서의 대화는 여기저기 앉은 자리대로 두 세 사람씩의 대화들이 이루어집니다. 웅성웅성하는 주변 소리 때문에 바로 옆 사람과의 대화도 세심히 귀를 기울이지 않으면 잘 들을 수 없습니다. 그러나 신기한 현상이 있습니다. 바로 옆 사람과의 대화도 이렇게 신경을 써야 들을 수 있는 상황에서 한 자리 건너편에서 어떤 사람이 소곤거리며 자신을 이름을 거명하고 쉼없이 말하는 경우 우리는 신기하게도 귀가 번쩍 하며 자신의 이름을 알아듣는 것입니다. 바로 옆 사람의 이야기도 잘 들리지 않는 상황에서 말입니다. 심리학자들은 이러한 현상을 칵테일파티 현상(cocktail party phenomena)이라고 부릅니다.

사람들은 누구나 남들이 자기에 대한 이야기를 할 때

매우 관심 있어 합니다. 우리는 대화를 하며 "나는..."이라는 말을 많이 듣기도 하며 많이 사용하기도 합니다. "나는..."이라는 말을 사용하는 사람은 대체로 말수가 많은 사람입니다. 그리고 목소리가 큰 사람입니다. 그러나 그 단어로 시작되는 말을 듣는 쪽은 말하는 사람의 열정에 비해 별 관심을 보이지 않습니다. 그러나 "당신은...", 또는 "너는..."이라는 단어로 시작되는 말은 그리 많이 듣지도 못하고 많이 사용하지도 않습니다. 일반적으로 "당신은...", 또는 "너는..."로 시작되는 말은 듣는 사람 입장에서는 대개 비난이나 칭찬과 같은 평가와 관련된 것들입니다. 따라서 이런 말에는 누구나 귀를 쫓긋 세우고 얼굴을 들이밀며 관심을 보입니다. 듣는 사람 입장에서 바로 "나"에 대한 평가와 관련된 정보이기 때문입니다.

그래서 설득의 기본 기술 중의 하나가 '나'의 목표(조사원으로서의 조사 협조 요청에 대한 동의겠지요?)와 관점에서 말을 시작하기 보다는 그 사람에 대한 이야기를 먼저 꺼내는 것입니다. 물론 칭찬이나 호감에 대한 표현이 그 내용이어야 합니다. 서로 인사를 나누고 대화를 시작하는 시점이 적절합니다. 예를 들어 "선생님, 참 호남처럼 보이시네요", "어머님은 참 정이 많으시겠어요" 등의 지나치지 않지만 긍정적인 인물 평은 상대로 하여금 즉각 부인하지 못하게 하면서도 기분이 나쁘지만은 않은 유보된 감정을 느끼게 합니다. 또는 "그런데 가만 보니 선생님 낮이 익은 것 같아요, 그런 말씀 많이 듣지 않나요?"와 같은 말은 약간 완곡하게 상대의 경계를 누그러뜨리는 표현이 되기도 합니다. 즉 상대는 서로 구면이 아니라는 사실을 알면서도 말하는 사람이 자신에게

친근감을 느끼고 있다는 느낌을 갖게 합니다. ‘낮이 익다’는 느낌의 표현은 친근한 느낌의 다른 형태이기 때문입니다. 대체로 낮익은 느낌이 드는 사람은 외모나 풍기는 인상에서 자신과 가까운 사람, 그 중에서도 좋은 관계를 유지했던 사람, 또는 자신과 유사한 느낌을 주는 사람이기 때문에 누군가 ‘아, 혹시 우리 어디서 보지 않았나요?’ 라는 말을 들으면 호기심과 함께 좋은 느낌도 같이 일어나는 것입니다.

그리고 누군가를 설득하려면, 그 사람과 관련된 내용, 그 사람이 관심을 지닐만한 내용을 가지고 설득을 해야 합니다. 즉 그 이야기를 듣는 사람 입장에서는 ‘내 문제’라고 느껴야 한다는 것입니다. 그리고 ‘내 문제’라고 생각을 하게 되면 그 문제에 대한 관심이 높아지게 되고 나름대로의 찬/반의 태도를 가져야 한다는 생각을 하게 됩니다. 또는 반대로 어떤 문제에 관심을 갖고 있는 사람이라면 이미 그 문제는 그 사람에게 ‘내 문제’인 셈입니다. 그리고 ‘내 문제’라면 나름대로의 찬성이든 반대든 어떤 태도를 지니고 있을 것입니다. 예를 들어 금연을 설득하는 광고에 관심을 갖는 사람이라면, 금연 주장에 찬성하는 사람이거나 또는 반대하는 입장을 지닌 사람일 것입니다. 또 사형제도 폐지에 대한 주장에 관심을 갖는 사람은 사형제도에 찬성하는 사람이거나 또는 반대하는 사람일 것입니다. 어느 정당의 대통령 후보의 선거 운동 연설을 듣고 있는 사람이라면 그 후보를 지지하는 사람이거나 지지하지 않는 사람일 것입니다. 이처럼, 설득 내용은 설득을 당하는 사람의 입장과 같거나 다를 것입니다.

설득은 입장이 같은 사람을 목표로 하는 것이 아니라 바로 입장이 다른 사람을 목표로 하는 것입니다. 이때의 입장 차이의 크기에 따라 설득 가능성도 달라집니다. 이때 중요한 것은 설득 내용이 갖고 있는 신뢰성입니다. 예를 들어 금연을 생각하지 않고 있던 사람에게 의사가 흡연으로 까맣게 찌들어 암으로 뒤덮인 폐의 사진을 가지고 흡연의 폐암 가능성을 주장하며 금연을 설득한다면, 그리고 만약 설득 당하는 사람이 흡연의 폐해에 대한 사전 지식이 없었다면, 설득이 이루어질 가능성이 높아집니다. 또한 이러한 설득은 두려움을 유발시킴으로써 기존의 흡연에 대한 태도를 부정적으로 변화시키고 금연을 생각하게 할 수 있습니다.

여기에서 조사원들이 생각할 수 있는 교훈은 다음과 같습니다.

첫째, 상대방이 조사에 대해 갖고 있는 부정적인 생각을 깨트릴 수 있는 사실 정보들을 준비하라는 것입니다. 둘째, 상대방이 조사에 응해주지 않았을 때 생길 수 있는 피해를 간접적으로는 국가의 피해를, 다음으로는 국민의 피해를, 그리고 은근히 통계법 상의 조사 응답의 의무 규정을 들어 상대방에게 조사 참여를 종용하는 것입니다.

첫째 교훈, 즉 조사에 대해 부정적인 생각을 깨트릴 수 있는 사실 정보들을 준비하는 것과 관련된 재미있는 심리학적 실험을 소개해보도록 하겠습니다. 호블랜드라는 심리학자에 의해 수행된 이 실험은 바로 설득과 관련된 긍정적인 정보와 부정적인 정보를 어떤 방식으로 제시하

는 것이 효과적인가 하는 것에 질문으로부터 시작된 실험입니다. 간단한 예를 들자면, 전자제품 매장에 들어 온 어떤 손님이 A 모델의 TV 앞에서 요모조모를 관심 있게 들여다보고 있다고 가정을 해보겠습니다. 이때 다가서는 점원이 해야 하는 말 두 가지를 생각해보기 바랍니다. (1)“이 모델 A가 화질과 디자인이 가장 훌륭합니다”, (2)“이 모델 A가 가격은 약간 비싼 편이지만 화질과 디자인이 가장 훌륭합니다”, (3)“이 모델 A가 화질과 디자인이 가장 훌륭합니다. 단지 가격이 조금 비싸 뿐입니다”. 세 가지 설득 중 어떤 쪽이 더 설득적일까요? 이번에는 손님이 모델 B에 관심을 가지고 있는데 점원은 모델 A를 팔아야 이득이라고 가정해보시기 바랍니다. 이때 점원은 모델 B에 관심을 가지고 있는 손님에게 모델 A를 팔아야 합니다. 이때 위의 세 가지 설득 중 어느 쪽이 더 효율적일까요?

(1)번 설득은 모델 A의 긍정적인 정보만을 제공한 것이고 (2)(3)번 설득은 긍정적 정보와 부정적 정보를 함께 제시하되, (2)번 설득은 부정적 정보를 먼저 제시하고 (3)번 설득은 긍정적 정보를 먼저 제시하고 부정적 정보를 나중에 제시하고 있습니다. 호블랜드 교수는 실험을 통해 소비자가 A모델에 관심을 지니고 있을 때 A 모델을 구매하도록 설득하는 데는 그 모델에 대한 긍정적인 정보만을 제시하는 (1)번 설득(단면제시에 의한 설득)이, 소비자가 B 모델에 대해 관심을 지니고 있고 A 모델에 관심이 없을 때 A 모델을 구매하게 하는 데는 A 모델의 부정적 정보를 먼저 제시하고 그 뒤에 긍정적인 정보를 제시하는 (2)번 설득(양면제시에 의한 설득)이 더 효과적

임을 밝혀냈습니다.

긍정적인 관심을 가지고 있는 사람에게 긍정적인 면만을 제시하는 단면제시에 의한 설득 효과는 사람들은 좋게 생각하는 어떤 대상에 대해서는 나쁜 정보 보다는 좋은 정보를 더 찾고 싶어 하는 경향 때문입니다. 이를 심리학에서는 '확증편향'이라고 합니다. 즉, 무엇인가에 긍정적인 판단을 일단 내리면 그 판단을 유지하고 싶어 하는 경향 때문에 그 판단을 확증시킬 수 있는 증거만을 접하고 싶어 하는 경향이 있다는 것입니다. 간단한 예로 '눈에 뭐가 씌웠다'는 말이 있는데, 이는 처음 보는 이성에게 호감을 느끼게 되면, 다른 사람들이 그 이성에 대한 좋고 나쁜 이야기를 해도, 나쁜 이야기는 무시하고 좋은 이야기만 새겨들으려는 경향을 표현하는 말인데, 바로 이러한 확증 편향 때문에 생기는 현상인 것입니다.

반대로 사람들이 무엇인가 부정적인 생각을 지니고 있을 경우에 긍정적인 정보만을 먼저 제시하는 것(단면제시) 보다는 부정적인 정보를 먼저 제시하고 긍정적인 정보는 나중에 제시하는 것(양면제시에 의한 설득)이 더 설득적인 이유는 다음과 같습니다. 예를 들어 A라는 사람에게 B라는 사람을 추천하려 하는 데 A가 이미 B에 대해서 좋지 않은 감정을 지니고 있다고 가정해보시기 바랍니다. 만약 당신이 A에게 B의 좋은 점만을 얘기하며 ("그 친구 능력 있는 친구야!") 설득하려 한다면(단면제시에 의한 설득) B는 자신이 가지고 있는 A에 대한 부정적인 정보("첫 인상이 나쁜 사람 같아")와 다른 정보로 인해 혼란을 느끼고 상대방이 자신을 설득하려 한다는 생각에 더욱 부정적인 생각("능력만 있으면 뭘 해? 인간

성이 좋아야지!!”)을 강화시키려 들게 됩니다. 반면 A에 대해 부정적 정보를 먼저 제시하면(“그 사람 첫 인상은 좀 험해 보이지”), 상대방이 자신이 지니고 있는 생각을 먼저 인정해준다는 느낌을 받게 되고, 설득자가 자신의 생각과 다르지 않다는 느낌을 갖게 하고, 결과적으로 설득자의 다른 판단 정보도 믿을 만 하다는 느낌을 갖게 만듭니다. 그래서 그 다음에 자신의 부정적인 생각(“첫 인상이 나쁜 사람 같아”)과는 다른 A에 대한 긍정적 정보(“그런데 그 사람 능력도 있고, 인상과 달리 사람 참 좋아”)를 받아들이는 데 부담을 덜 느끼게 되고, 그 후속 정보로부터 영향을 받아 설득될 가능성이 높아지게 되는 것입니다.

자신을 설득하려는 사람이 자신의 생각과 크게 다르지 않다는 생각이 그 사람의 다른 판단에 대해서도 신뢰할 수 있게 만든다는 점을 아는 것은 단순히 설득에만 유용한 것이 아닙니다. 남들로부터 인정받을 수 있는 대화 기법의 포인트이기도 하면서 다른 사람들과의 타협과 협상에서도 중요한 포인트입니다.

단면제시효과와 양면제시효과

상대방을 설득할 때, 자신이 설득 메시지를 어떻게 제시하는 것이 좋을까? 효과적인 설득을 위해 메시지를 제시하는 방법으로 양면제시와 단면제시라는 방식이 있습니다. 단면제시란 자신이 설득하려는 방향으로 긍정적인 정보만을 제시하면서 설득하는 것이고 양면제시란 부정적인 정보와 긍정적인 정보를 함께 제시하면서 설득하는 방법입니다.

양면제시의 좋은 예는 홈쇼핑 같은 곳에서 어떤 모델의 디지털카메라 판매를 위해 설명할 때 "가격은 조금 비싸지만 고화질의 선명도와 간편한 휴대성..." 와 같은 설명으로 설득하는 방식을 말합니다. 단면제시란 설득에 유리한 긍정적인 부분만을 제시하는 방법으로 "고화질의 선명도와 간편한 휴대성..." 처럼 정보를 제시하는 방법을 말합니다.

이러한 두 제시 방식을 연구한 호블랜드라는 심리학자에 따르면, 문제에 대한 본래의 태도가 설득 방향과 같았던 사람에게서는 단면제시가 효과적이고, 그 반대인 사람에게서는 양면제시가 효과적이었다고 합니다.

또 교육 수준이 높은 사람에게서는 양면제시가 낮은 사람에게서는 단면제시가 효과적이었다고 합니다.

조사원들이 조사 대상으로 하여금 조사 참여를 설득하는 장면은 주로 조사 참여를 거부하거나 유보하려는 상황임을 고려할 때, 교육수준이 낮은 사람에게서는 단면적인 방식으로 조사 참여의 긍정적인 효과를 설명하는 것이 좋겠지만, 대부분의 경우에는 "물론 이 조사에 참여하시려면 선생님의 귀중한 시간을 빼앗는 점도 있지만, 국가 살림과 국민들을 위한 시책에 도움이..."와 같은 양면제시 방법이 더 효과적일 수 있습니다.

□ 설득 대상자 요인

설득을 하려는 사람이 누구냐, 그리고 어떤 내용의 설득이냐도 중요하지만, 정작 설득 대상이 어떤 사람이나 하는 것도 실제 설득 여부에 중요한 요인입니다.

첫째는 설득되는 사람이 얼마나 설득 내용에 관련된 경험이 많은가 하는 점입니다. 만일 조사 대상자가 조사 참여 설득을 많이 경험해 본 사람이고 그때마다 매번 거절한 사람이라면 설득은 정말 힘들어지게 됩니다. 또, 공공연하게 ‘나는 절대 조사 같은 것은 참여 안 해’ 라고 말하고 다닌 사람들도 설득하기 힘든 것은 매 한가지입니다. 따라서 조사 대상자가 바로 거절할 것 같다는 판단이 서게 되면 가능하면, 조사 대상자가 명백한 거절보다는 유보적인 완곡한 표현을 사용하도록 유도해야 합니다.

둘째는 개인적 특성에 관련된 것으로 심리학적인 연구에 따르면, 교육 수준과 지능 수준이 낮은 사람들은 긍정적인 정보의 반복적인 제시를 통해 설득 가능성을 높일 수 있다고 합니다. 그러나 교육 수준과 지능 수준이 높고 자존심과 자부심이 높은 사람들은 일단 부정적인 태도를 갖게 되면 그것을 변화시키는데 그만큼 힘이 듭니다. 따라서 이런 사람들은 그들이 긍정적인 판단에 사용할 수 있는 정보들을 긍정적인 정보와 함께 부정적인 정보도 함께 들려주되, 부정적인 정보는 앞쪽에 조금만, 그리고 긍정적인 정보는 뒤쪽에 가능하면 많은 정보를 들려주는 양면제시에 의한 설득이 효과적입니다. 자존심과 자부심이 센 사람들은 자신의 거부 의사를 명백히 표현하지 않도록 주의를 해야만 합니다.

2. 知己(지기) - 좌절 상황에 대한 이해와 대처

낯선 응답자에게서 조사 협조를 받는 첫 시도에서 대부분의 응답자들이 거부 의사를 밝히거나 무관심을 보입니다. 조사원은 다시 설득을 시도하고, 다시 협조를 요청해보지만 여전히 요지부동인 응답자들도 많습니다. 어떤 응답자는 몇 날 몇 일을 거쳐 방문, 재방문을 반복해가며 설득을 해도 계속 불응하는가 하면, 때로 어떤 응답자는 인격적인 모욕에 가까운 언사와 행동을 서슴지 않는 경우도 있습니다. 이럴 때면 조사원은 심한 좌절감에 빠질 수 있습니다. 좌절감은 조사원을 위축시키고, 다른 응답자와 만남 자체에 대한 불안을 갖게 하고, 이러한 위축과 불안은 또 다른 설득의 실패로 이끌어 가는 악순환에 빠지게 만들고, 조사원은 자신의 직무에 대한 자신감을 잃는가 하면, 자신의 직무에 대한 회의를 느끼고 결국 포기하는 상황에 도달할 수도 있습니다. 이제 조사원들이 여러 가지 좌절 상황에 부딪혔을 때의 심리적 변화에 대해 알아봄으로써, 실제 좌절 상황에 부딪혔을 때, 자신의 심리적 변화를 객관적으로 관조하면서, 그 좌절 상황을 벗어날 수 있는 지기에 대한 통찰과 자기 통제 능력을 갖는데 도움이 되도록 하겠습니다.

1) 좌절의 위력

덴마크의 철학자 키에르케고르는 ‘절망은 죽음에 이르는 병’이라고 했습니다. 그는 지하층과 지상2층으로 된

집을 비유로 절망하는 사람은 지상 1층에 거주할 수 있음에도 구태여 지하층으로 내려가 절망의 그 비참함에 안주하려 하며, 그러다가 결국 죽음에까지 이른다고 했습니다. 물론 이 철학자가 말하는 ‘절망’은 삶에 대한 본질적 문제로서의 절망이지만, 우리가 일상에서 부딪히는 사소한 좌절들을 반복하여 경험함으로써 느끼는 그런 절망감 역시 크게 다르지 않습니다. 조사원 역시 반복되는 응답 거절에 부딪히게 되면 좌절감에 빠지기 쉽습니다.

(1) 도피와 회피

마틴 셀리그만이라는 심리학자는 개를 이용한 실험을 통해 반복되는 좌절이 어떤 무서운 결과를 초래하는지를 보여주었습니다. 그는 [그림 1]과 같은 개장을 만들어서 개를 집어넣었습니다.



[그림 2] 셀리그만의 개를 이용한 실험

[그림 1]을 보면 개장을 문이 달린 벽으로 나누어 놓은 것이 보일 것입니다. 셸리그만은 처음에 개 한 마리(이 개를 ‘해피’라고 부르기로 하겠습니다)를 왼쪽 방에 넣었습니다.

그런 다음 그 방 밑의 철선에 전기를 흘려 넣었습니다. 해피는 깜짝 놀라 몸부림을 치다가 문을 통해 오른쪽 방으로 피신을 했습니다. 그런 다음 얼마 뒤 다시 오른쪽 방 철선에 전기를 흘렸습니다. 해피는 또 깜짝 놀라며 왼쪽 방으로 도망을 갑니다. 이런 과정을 통해 개는 문을 통해 도망가는 것을 배웠습니다. 이것을 도피학습이라고 합니다. 또 다른 개, ‘메리’를 해피가 겪은 도피학습 과정을 거치게 한 뒤, 이번에는 전기를 흘려보내기 조금 전에 ‘삐’ 소리를 들려 줬습니다. 메리는 처음에는 ‘삐’ 소리가 의미하는 것을 알지 못해 전기가 흐르거나 나서야 도망을 갔지만, 몇 번 반복되자 곧 ‘삐’ 소리 뒤에 전기가 흐른다는 것을 알고 ‘삐’ 소리만 듣고 바로 옆방으로 도망가는 것을 학습했습니다. 이를 회피학습이라고 합니다. 도피는 고통을 당한 뒤에야 도망을 가는 것이고, 회피는 고통의 신호를 파악해서 고통을 당하기 전에 도망가는 것입니다.

(2) 학습된 무력감

이번에는 ‘헬프리스’라는 개입니다. 셸리그만은 헬프리스를 같은 방에 넣어 두고 도피학습 과정처럼 전기를 흐르게 했습니다. 그러나 옆방으로 통하는 문을 닫아 두었습니다. 헬프리스는 아무리 몸부림을 쳐봐도 전기 충격으로부터 도망을 갈 방법을 찾을 수가 없었습니다. 그리고 얼마간의 전기 충격 뒤 쉬는 틈이 있고, 그리고 얼마

뒤 다시 전기 충격을 주었습니다. 여전히 문은 닫힌 채였습니다. 이러 과정이 계속 반복되었습니다. 헬프리스는 어떻게 행동을 했을까요? 전기 충격이 올 때마다 계속 몸부림치며 도망갈 방법을 찾았을까요? 그렇지 않았습니다. 헬프리스는 얼마 뒤 몸부림치는 것을 그만 두었습니다. 전기가 흘러 고통이 엄습을 하면 헬프리스는 그대로 납작 엎드린 채 고통을 그대로 받아냈습니다. 때로 침을 질질 흘리며 오줌을 지리며 아무런 저항도 하지 못한 채 그 고통을 그대로 받았습니다.

헬프리스는 왜 더 이상 몸부림치지 않았을까요? 셸리 그만은 헬프리스가 자신의 어떠한 몸부림도 그 고통스러운 상황을 벗어나게 하는데 아무런 도움이 되지 않는다는 것(helplessness)을 배운 것이라고 말합니다. 그는 이것을 'learned helplessness'라고 불렀습니다. 'learned'는 '학습된'이라는 의미입니다. 그리고 'help'는 '도움'을 의미하고 'less'는 '없음'을 의미하며 'ness'는 명사를 만드는 접미사입니다. 따라서 helplessness는 '도움이 되지 않음'이라는 의미입니다. 무엇이 도움이 되지 않을까? 바로 자신의 노력, 고통스런 상황을 벗어나려는 모든 노력이 그 상황을 벗어나는데 아무런 도움이 되지 않는다는 것을 의미합니다. 이 개념 이름을 헬프리스(helpless)라고 부른 이유입니다. 심리학 교과서에서는 이를 '학습된 무력감'이라고 부릅니다.

(3) 무력감의 무서운 영향

무력감을 학습한 헬프리스는 이후 옆방으로 도망가는 통로를 열어 주었을 때조차 도망을 가지 않고 그대로 고통을 받았습니다. 그리고 전기를 흘려보내기 전에 '빠'

소리를 들려 주었지만 여전히 그 소리에 반응하지 않고 그대로 고통을 받았습니다. 나중에 셀리그만이 직접 헬프리스를 끌어서 강제로 문을 통과시켜 전기가 흐르지 않은 옆방으로 옮겨 주었습니다. 그리고 다시 전기를 흐르게 했습니다. 그러나 여전히 가만히 고통을 받았습니다. 셀리그만이 다시 강제로 끌어 옆방으로 옮겼습니다. 이러기를 여러 번 만에야 헬프리스는 겨우 전기 충격이 왔을 때 문을 통해 도망가는 도피를 학습할 수 있었습니다. 보통의 개들은 한 번에 학습할 수 있는 것을 헬프리스는 무력감을 학습한 뒤에는 도피 학습조차 시도하지 못한 것입니다.

갓 태어난 코끼리에게 가는 줄로 다리 하나를 묶어 둡니다. 아기 코끼리는 처음에는 이리 저리 가려고 이런저런 시도를 해보겠지만 나중에는 포기를 하게 될 것입니다. 다시 풀어 주었다가 또 가는 줄로 다시 묶습니다. 역시 나름대로 이동하려는 시도를 해보지만 역시 좌절하고 또 포기합니다. 이렇게 계속하면, 아기 코끼리가 커서 집채만 해져도 가는 줄만 묶어 두면 움직이려는 시도를 포기한다고 합니다. 이 코끼리 역시 어린 시절 ‘가는 줄’에 대한 무력감을 학습했기 때문입니다.

(4) 유태인 수용소와 학습된 무력감

2차 대전 동안 히틀러가 이끄는 나치는 수백만의 유태인들을 수용소에 가둬 두고 인간 이하의 취급을 하다 가스실로 보내 살해하는 만행을 저질렀습니다. 연합군이 전세를 뒤집을 수 있었던 노르망디 상륙 작전 이후, 연합군들은 유럽 곳곳에서 유태인 수용소를 발견할 수 있었습니다. 연합군들은 그 처참한 참상에 경악을 금치 못

했습니다. 연합군들은 또 다른 한 가지 현상에 아연해했습니다. 연합군들에 의해 죽음의 위협에서 해방된 유대인들은 환호와 환성을 지르며 기뻐할 줄 알았건만, 그들은 아무런 반응도 보이지 않았던 것입니다. 무표정하게 연합군들을 대했고 자신들이 해방되었다는 사실 자체를 쉽게 인식하지도 못했고 인식한 뒤에도 기쁜 표정을 짓거나 환호하지도 않았습니다. 수용소에 갇혀 있는 동안 그 유대인들은 바로 무력감을 학습했던 것입니다. ‘선들러리스트’라는 영화를 본 사람들은 수용소 속의 유대인들의 생존 여부가 자신들의 노력 여하에 관계없이 결정되는 장면들(예를 들어, 유대인 수용소장이 이층 자기 방에서 수용소 안을 돌아다니는 유대인들을 장난삼아 보이는 대로 사격해서 살해하는 장면)을 보았을 것입니다. 수용소 상황 속의 유대인들은 바로 헬프리스가 경험한 도망갈 통로가 전혀 없는 개장과 같은 것이었던 것입니다. 연합군에 의해 해방된 유대인들이 그 무력감에서 벗어나는 데는 또 다시 얼마간의 시간이 필요했다고 합니다.

(5) 무력감과 우울증

사람들은 반복해서 좌절을 경험하게 되면 무력감에 빠지게 됩니다. 셀리그만은 사람들이 처음 좌절 상황에 빠지면 그 상태를 벗어나려고 여러 가지 시도를 하지만, 매번 그 시도들이 거듭 실패하면 바로 위에서 설명한 것과 같은 무력감에 빠진다는 것입니다. 무력감에 빠진 사람들은 자신의 어떠한 노력도 고통스러운 상황을 개선시킬 수 없다는 생각을 하게 됩니다. 그래서 ‘무슨 짓을 해도 소용없어’라는 상황에 대한 무력감을 인식하게 됩니다. 그리고 나서는 ‘난 무얼 해도 안돼’라는 생각을 하

게 됩니다. 예를 들어 운전면허 시험을 계속 떨어졌다고 해봅시다. 나중에 ‘아, 나는 운전에는 소질이 없나보다’라고 생각하고 ‘내가 무슨 짓을 해도 운전면허는 못 딸 거야’라는 운전면허 획득에 대한 무력감을 느낍니다. 그러나 수십 번을 시도해도 안 되면 ‘난 무얼 해도 안돼’라는 생각을 할 수 있다는 것입니다. 즉, 단지 운전면허 획득에 실패한 것일 뿐인데, 자신의 인생 전반에 대한 무력감으로 확대된다는 것입니다. 그리고는 ‘내 인생에 무슨 희망이 있어?’라는 생각을 하게 됩니다. 나중에 셀리그만은 이런 생각을 ‘hopelessness’, 즉 ‘아무런 희망 없음’이라고 표현합니다. 그리고 이 상태가 바로 우울증 상태라는 것입니다.

하는 일마다 실패할 것 같은 무력감과 인생에 희망이 없다는 생각은 삶의 활력을 빼앗고, 사람들과 만나는 것을 두려워하게 하고, 말하는 것조차 쓸 데 없는 짓이라고 생각하게 하고 혼자만 자신 만의 좁은 공간으로 숨어들게 합니다. 그리고 극단적인 경우, 이 고통스러운 삶을 끝내는 방법은 죽음뿐이라는 생각으로 자살에 이르기도 합니다. 좌절과 절망의 반복이 죽음에 이르는 극단적인 예입니다.

2) 조사원들의 좌절

조사원들의 좌절은 무엇일까요? 당연히 응답자들의 조사 불응입니다. 반복된 설득에도 돌아서지 않는 응답자들은 조사원들을 좌절하고 절망하게 만듭니다. 조사원들이 만일 교육 기간 동안 상대방을 설득하기 위한 방법만을 교육을 받고 현장에 나가서 직접 좌절을 경험하고,

또 그 좌절이 반복되면 무력감에 빠지기 쉽습니다.

사례: 처음 조사구 방문 하던 날

토요일 오후면 다 만나겠지……. 첫 집, “안녕하세요. 통계청에서…….” 말을 채 끝내기도 전에 “우리 집 다음 주에 이사가요”, “깡!”. 두 번째 집, 일단 들어가는 데까지는 성공, 그러나 아무리 설득해도 막무가내 거절하며, 나가라고 호통, 세 번째 집, 아이들이 소란을 피우고 아주머니는 아이들과 전쟁을 치르느라 내가 설명하는 이야기는 듣지도 않고 뿔하니 나가 버린 신다. 이미 의욕을 잃었고, 천근만근 무거운 어깨와 착잡한 마음을 쓸어안고 어렵사리 네 번째 집의 문을 두드렸다. 이미 용기를 잃은 목소리로 조사에 대한 얘기도 꺼내기 전 전에 자기는 여기 살지 않으니 조사에 응할 수 없다며 문을 닫아 버렸다. 내가 직업을 잘못 선택한 건가? 내가 이 일을 계속할 수 있을까?

이제 더 이상 가구를 방문할 용기나 의욕도 상실해 버리고 내 자신에 대한 한심한 생각과 문전 박대의 설움에 나도 모
출처: 통계조사 현장체험수기 “마음이 통하는 이야기” 통계청, 통계등록이 나왔고 집에 가서 쉬고 싶은 생각뿐이었다.
청, 경기통계사무소 주저출항소 이수리 조사원 수기

여기 소개되는 사례 역시 처음 조사구 방문 당시의 좌절감을 잘 보여 주고 있습니다. 해마다 통계청이나 지방사무소에서 공모해서 출판하는 조사원들의 현장 체험 수기들을 읽어 보면, 하나같이 조사원들이 경험하는 응답자들의 불응으로 인한 절망 극복 수기들입니다. 이 수기들을 읽다 보면 정말 코끝이 찡할 만한 사연들이 많습니

다. 조사원들의 눈물어린 투철한 직업 정신을 읽을 수 있는 사례들입니다.

실패 경험으로 인한 심리적 충격은 그 실패 상황을 미리 예상 한 경우와 그렇지 못한 경우에 따라 큰 차이가 있습니다(실패상황에 대한 예측). 그리고 실패 상황에서 겪게 되는 좌절과 절망의 심리적 변화를 미리 알고 마음으로 준비된 경우와 그렇지 못한 경우에도 차이가 있습니다(좌절감에 대한 준비). 예측하지 못한 실패와 준비되지 않은 좌절은 상당히 큰 심리적 충격을 주게 됩니다. 또한 유사한 좌절감을 경험했지만 극복한 경험이 없는 경우 역시 심리적 충격을 가중시킵니다.

(1) 실패 상황에 대한 예측

예측치 못한 실패는 심한 좌절감과 스트레스를 주게 됩니다. 조사 현장에서 응답자에게 접근해 설득을 하는데 응답자가 전혀 예측할 수 없었던 방법으로 거절을 하는 경우, 예를 들어 뜻하지 않게 물을 끼얹는 경우(실제 체험 사례입니다)도 있고 또 어떤 응답자는 조사원증을 보자고 해서 뺏은 다음 동사무소에 가자며 우기면서 조사원증을 돌려주지 않는 경우도 있었습니다. 이러한 경우 예측하지 못한 돌발 상황에 조사원은 크게 당황하게 되고 심한 모멸감과 좌절을 경험하게 됩니다. 따라서 조사원은 통계청에서 발행하는 조사원들의 체험 사례나 수기 등을 수시로 읽어 보거나 동료 또는 선배들의 체험 사례들을 귀담아 듣고, 그런 때 어떻게 대처를 해야 하는지에 대한 사전 지식을 지니고 있어야 합니다.

(2) 좌절감에 대한 준비

실패 상황에 부딪혔을 때 사람들은 심한 정서적, 감정적 동요를 느끼게 됩니다. 설사 사전에 이러 저러한 조사 불응 상황이 있을 것이라는 것을 교육받았다 하더라도 현장에서 자신이 직접 당하게 되면, 자신이 생각하던 것과는 다르게 얼굴이 빨개지고 가슴이 심하게 뛰며 순간 머리 속이 하얗게 되는 듯 한 당혹감을 느끼게 되고, 다음 순간 한편으로는 분노가 다른 한편으로는 모멸감이 밀려오게 됩니다. 조사원은 이 순간 어떻게 대처해야 할 지에 대한 생각 자체가 떠오르지 않을 수도 있습니다. 자신이 알고 있던 기억들마저 순간적으로 꽉 막혀 벽에 부딪힌 듯 한 느낌을 갖게 됩니다. 따라서 조사원들은 단순히 여러 유형의 조사 불응 방법들과 대처 방법에 대한 지식만으로는 실제 상황에서 일어나는 정서적, 감정적 동요에 대처할 수는 없습니다. 그래서 교육 기간 동안 역할극 등을 통해 실제 실패 상황과 유사한 경험을 해보는 것이 필요합니다. 역할극을 잘 활용하면 그것이 연극임에도 불구하고 실제 상황에서 경험할 수 있는 좌절감과 유사한 감정을 느낄 수 있게 됩니다. 이러한 경험은 조사원들이 실제 현장에서 유사한 좌절 상황에 부딪힐 때 일종의 면역 효과를 지닙니다. 그리고 실제 상황으로부터 한 걸음 물러서서 그 상황과 자신을 객관적으로 관찰할 수 있게 해줍니다.

(3) 유사한 좌절감 극복 경험

예를 들어 처음 등산을 하는 사람이 설악산이나 지리산 같은 큰 산을 오른다고 생각해보시기 바랍니다. 산을 오르는 동안 다리도 아프고 숨도 차고 앞서 가는 사람들을 따라가기도 너무 벅합니다. 보통 등산에서 가장 힘든

지점을 팔부 능선이라고 합니다. 바로 ‘고지가 저긴 데…….’ 하는 지점입니다. 그런데 처음 올라가는 사람은 거기서 거의 숨이 턱까지 차오릅니다. 오르는 동안 계속 포기하고 다시 내려가고 싶은 마음이 굴뚝같습니다. 자, 여기에서 이 사람이 중간쯤 오르다 포기하고 도로 내려왔다고 해봅시다. 이 사람이 나중에 다시 설악산을 오르려 할 때 처음보다 더 쉽게 느껴질까요, 아니면 더 어렵게 느껴질까요?

답은 ‘두 배로 더 힘들게 느낀다’입니다. 이미 실패 경험이 있으니, 그 상황에 더 익숙해지지 않을까요? 그래서 더 마음을 편하게 먹을 수 있고, 산을 오르는 동안 경험하는 고통을 더 잘 참아내게 되지 않을까요? 그렇지 않습니다. 고통을 끝까지 견디지 못해 중간에 목표를 포기한 경험은 다시 시도하려 할 때, 자신이 극복하지 못했다는 기억, 그리고 목표를 달성하지도 못하면서 고통만 경험했다는 기억이 그 사람을 더욱 불안하게 만듭니다. 이러한 불안을 심리학에서는 **예기불안(anticipatory anxiety)**이라고 합니다. 예기불안은 어떤 일이 있기 전에 미리 부정적인 일의 가능성을 예측하고 불안해하는 것을 말합니다. 적절한 예기불안은 우리가 살아나가는 데에 꼭 필요합니다. 예를 들어 내일 중요한 시험을 칠 예정인데 아직 준비가 부족하다고 느낀다면 누구나 불안해지기 마련입니다. 이런 불안은 현실적 문제를 정확히 파악하고 적절한 긴장을 하게 함으로써 집중력을 높여주고 실수를 줄여 주는 역할을 합니다. 그러나 첫 등산에 실패한 사람의 예에서는 이미 실패한 경험, 극복하지 못한 경험으로 인해 동일한 실패를 경험할 것이라는 것을 미

리 예측하고, 그러한 예측이 실패에 대한 예기 불안을 일으키게 되고 두 번째 산을 오르는 동안의 고통을 더욱 고통스럽게 만듭니다. 이미 실패할 것이라고 생각하는 사람이 과연 끝까지 참아내고 정상에 오를 수 있을까요? 시합을 시작하기도 전에 질 것이라고 생각하는 권투선수가 과연 끝까지 싸워나갈 수 있을까요? 당연히 질 수밖에 없을 것입니다. 첫 등산에 실패한 사람은 두 번째 시도에서 정상을 오르는 것은 더욱 어렵게 됩니다. 또 포기를 한다면, 세 번째 시도는 다시 두 번째 시도 때의 어려움 보다 또 두 배가 힘들어진다고 보면 됩니다.

다양한 실패 상황에 대한 사전 지식도 중요하고, 그러한 상황들에서 일어날 수 있는 좌절로 인한 정서적, 감정적 동요를 역할극을 통해 간접 체험해보는 것도 중요합니다. 그러나 무엇보다 중요한 것은 그러한 실패 상황을 극복하는 경험을 해보는 것입니다. 이 역시 역할극을 통해 간접 체험을 할 수 있을 것입니다. 그리고 현장에 나갔을 때 돌발적인 상황에 부딪히게 되면, 어떻게든지 그 상황을 지혜롭게 대처하도록 노력해야 합니다. 설사 응답자가 불응 태도를 바꾸도록 설득해내지는 못한다 하더라도 조사원 자신이 스스로 상처받지 않을 정도로, 그리고 거칠게 불응하는 응답자 역시 자신의 지나친 태도를 누그러뜨릴 정도까지는 수습을 하도록 노력해야 합니다.

어떠한 거친 응답 불응에도 자신이 상처받지 않는 것 그것이 유능한 조사원의 첫 번째 과제이기도 합니다. 그렇지 못할 경우 응답자들이 무서워지게 되는 일종의 대인 기피증 유사한 두려움을 지니게 됩니다. 대인공포증을 가지고 있는 사람들은 예기불안의 정도가 매우 심한

사람들입니다. 이전에 불안했던 상황이 다시 올까봐 걱정을 많이 하며 현장 조사에 들어가기 전부터 매일매일 걱정하며 마르는 사람도 있습니다. 그러다 보면 결국 현장 조사를 잘 수행하기 어려워지고 아예 그 일 자체를 포기하기도 합니다.

3) 조사 불응으로 인한 좌절감으로부터의 해방

모든 조사원들이 매번 조사 불응으로 인한 조사 실패를 경험할 때마다 심한 좌절감으로 인해 고통을 받는다면 통계청에 조사원으로 장기근속을 할 사람은 아무도 없을 것입니다. 다들 나름대로의 실패와 좌절에 대응하는 방법을 개발해 사용하고 있다고 볼 수 있습니다. 이제 여기에서는 어떻게 하면 좌절감과 절망감을 극복하여 무력감에 빠지지 않을 수 있을지 하는 방법들을 함께 알아보도록 하겠습니다.

(1) 내가 왜 이 일을 하는지에 대해 답을 만들어 두자

누구나 자신이 하는 일에 대한 나름대로의 이유를 갖고 있기 마련입니다. 어떤 사람들은 정말 그저 먹고 살기 위해 어쩔 수 없이 일을 하는가 하면, 어떤 사람들은 사회적으로 인정을 받기 위해 일을 하기도 하며, 어떤 사람들은 자기의 이상을 실현하기 위해 일을 하기도 합니다.

조사원은 그 업무만을 놓고 생각하면 항상 발품을 팔아 돌아 다녀야 하며, 사람들을 만나 설득을 해야 하고, 그 과정에서 여러 가지 방식으로 불응하는 사람들과 심리전을 벌여야 하고, 솔한 실패로 인해 좌절감과 상처를 경험하기도 하는 육체적으로나 심리적으로 고된 직업일

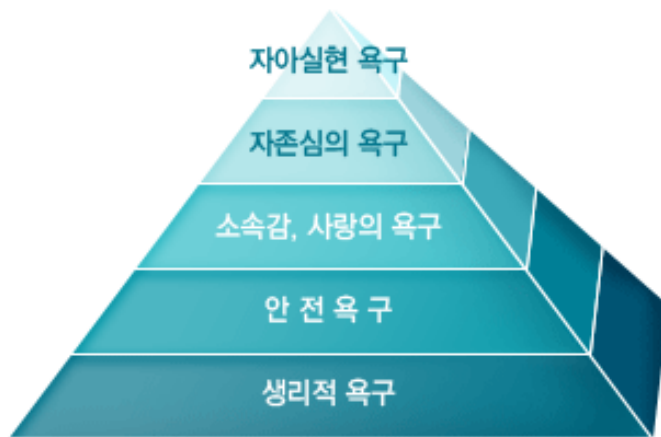
수 있습니다.

그런데 이처럼 힘든 일을 하면서, 자신이 고단한 이 일을 하는 정확한 개인적 이유를 갖고 있지 않다면, 좌절을 맛보거나 상처를 경험할 때 그것을 극복할 심리적 동기가 없어 쉽게 포기하게 만들 수 있습니다. 스스로 한번 생각해보시기 바랍니다. 처음 이 일을 시작하는 조사원이라면 내가 왜 이 일을 하려고 하는가, 반드시 이 일을 해야만 하는 이유는 무엇인가를 생각해보시고, 조사원으로 근무를 하고 계시는 분들은 내가 왜 이 일을 하고 있는가, 내가 힘들어도 이 일을 포기하지 않고 하는 이유는 무엇인가를 생각해보시기 바랍니다.

매슬로우(Maslow)라는 ‘자신의 삶을 의미 있고 값있게 만드는 개인적인 목표를 향해 자아실현을 하고자 하는 존재가 바로 인간’이라고 보았습니다. 그는 또한 인간을 완전한 만족 상태에 도달하지 못하는, 다시 말해, 늘 ‘부족함을 느끼는 동물(wanting animal)’로 묘사하면서, 하나의 개인적인 욕구가 만족되면 또 다른 것을 충족하고자 한다고 했습니다. 그는 이런 욕구들을 강도와 중요성에 따라 계층적으로 배열하고, 생리적 욕구, 안전 욕구, 애정과 소속의 욕구, 자존심의 욕구, 그리고 자아실현의 욕구로 분류했습니다. 그는 이러한 욕구가 사람들로 하여금 어떤 행동이나 일을 하게 하는 동기가 된다고 보았습니다.

그는 욕구를 위계적으로 배열하고, 낮은 단계에 있는 강한 욕구가 만족되어야만 개인은 더 높은 단계의 욕구를 의식하거나 동기가 부여된다고 가정했습니다. 즉 하위 단계의 욕구가 충족되어야만 그 다음 단계의 욕구가 발

생한다는 소위 ‘욕구단계설’을 주장했습니다. 예를 들어, 만약에 사람이 굶주리게 되면 더 높은 단계의 욕구들은 관심 밖으로 밀려나고, 단순히 음식만을 서둘러 찾게 된다고 했습니다. 기아나 갈증과 같은 생리적 욕구는 안전 욕구가 증대되기 전에 충족돼야 하며, 생리적 욕구와 안전 욕구가 어느 정도 만족된 뒤에야, 소속감과 사랑의 욕구가 나타나고 그에 대한 만족을 다시 원하게 된다고 했습니다. 그는 한 개인이 더 높은 단계에 올라갈수록 더 많은 개성, 인정, 심리적 건강을 가지게 된다고 보았습니다. 아래 그림은 그의 욕구위계를 표현하고 있습니다.



[그림 3] 매슬로우 욕구 - 계층이론의 도식

이러한 동기들을 하나씩 설명해보면 아래와 같습니다.

□ 생리적 욕구 (physiological needs)

인간의 가장 기본적인 욕구입니다. 인간은 생물학적 생명을 지닌 존재이기 때문에 생명을 유지하기 위해 필요

한 강하고 분명한 생물학적 생존의 욕구를 지닙니다. 쉽게 애기해서 굶어 죽거나 갈증으로 죽지 않기 위해 필요한 욕구인 셈입니다. 먹고 사는 일이 우선인 것처럼 가장 기본적인 욕구입니다. 장발장은 배고픔이라는 생리적 욕구 때문에 빵을 훔치게 된 것입니다. 직장은 바로 이러한 생리적 욕구를 충족시킬 재원을 만들기 위해 갖는 것이라고 볼 수도 있습니다.

□ 안전 욕구

개인의 환경 안에서 위험으로부터 안전을 추구하는 욕구입니다. 험상궂은 사람을 피하는 것이나, 길을 건널 때 두리번거리며 주변을 살피는 것은 바로 있을 수 있는 위험을 살피고 안전을 확보하려는 동기에서 나오는 것입니다.

□ 애정과 소속의 욕구

인간은 혼자서 살 수 없는 존재입니다. 즉 사회적인 존재인 것입니다. 사람들은 타인과의 관계에서 사랑하고, 사랑을 받고 싶어 합니다. 어떤 집단에 소속되고 싶어 하고 그 구성원으로 인정받고 싶어 합니다. 이러한 욕구가 남들에게 잘 보이려는 행동이나 남들의 눈 밖에 나지 않으려는 조심스런 행동, 누군가를 사랑하게 되는 등의 동기가 됩니다. 남들로부터 격리되어 혼자 있게 되면 사람들은 고독의 쓰라림, 사회의 추방, 소외감을 느끼게 되고, 친구나 친척, 배우자한테 소속 되고자 하는 욕구를 지니며, 한 집단 안에서 인식되기를 소망하게 되는 것입니다. 조사원도 가정이라는 사회적 울타리를 갖고 있고, 다른 한편으로는 직장이라는 사회적 조직에 소속되어 있

습니다. 조사원 업무를 수행하는 것도 바로 가정에서의 역할과 직장에서의 역할을 인정받고 싶은 동기에서 출발하는 것이라고도 볼 수 있습니다.

□ 자존심의 욕구

사랑받고 남을 사랑하려는 욕구, 어딘가 소속되고 싶은 욕구가 만족되면 다음으로 자기 존중의 욕구가 생기게 됩니다. 매슬로우는 이것을 두 가지로 분류했는데, 자기 존중과 다른 사람한테서 받는 존경이 바로 그것입니다. 자기 존중은 자신의 능력, 신뢰감, 개인의 힘, 적합성, 성취, 독립, 자유 등에 대한 추구를 의미합니다. 존경은 타인으로부터 얻을 수 있는 명성, 인식, 수용, 주목, 지위, 평판, 인식 등에 대한 추구를 의미합니다. 우리는 이 동기가 만족되었을 때 자신의 능력이 다른 중요한 사람들한테 인식되고 좋게 평가 받아, 자신이 가치 있는 사람이란 느낌을 경험하게 됩니다. 조사원들이 가장 충족시키기 힘든 욕구 중의 하나입니다. 여러 형태의 조사 불응을 당할 때마다 자존심의 욕구가 좌절됩니다.

□ 자기실현의 욕구

매슬로우는 마지막으로 지금까지의 욕구가 모두 충분히 만족되면, 마침내 자아실현에 대한 욕구가 생기게 된다고 말합니다. 매슬로우는 자기실현을 사람들이 성취할 수 있는 모든 것을 성취하려는 욕구라고 설명합니다. 이러한 가장 높은 단계에 도달한 사람은 자신의 재능과 능력, 잠재력을 충분히 발휘하기 위해 노력을 합니다. 자기실현은 자기증진을 위한 개인의 갈망이며, 스스로 잠재력을 실현하려는 욕망입니다.

간단히 말해서, 자아를 실현한다는 것은 자기가 원하는 종류의 사람이 되는 것, 즉 자신의 잠재력을 최고로 발휘하는 것입니다. 자기실현은 창조적이고 예술적인 노력으로만 이루어지는 것이 아닙니다. 부모, 학생 또는 선생 그리고 열심히 일하는 노동자들, 그리고 자신의 직무에 충실한 조사원들도 모두 최선을 다해 자신의 잠재력을 실현하고 있는지도 모릅니다.

매슬로우는 다만 이런 동기의 단계적 배열에 예외가 있을 수도 있다고 보았습니다. 예를 들어, 창조적인 사람들은 고된 시련과 사회적인 조소를 무릅쓰고 자신이 가진 특별한 자질을 표현하고 발전시키고자 합니다. 미완성 교향곡으로 유명한 작곡가 슈베르트가 좋은 예가 될 것입니다. 그는 생전에 아주 비극적인 삶을 살다 간 사람입니다. 한마디로 슈베르트만큼 살아있을 때 빛을 못 본 음악가도 없을 것입니다. '가곡의 왕'이라는 명칭으로 익숙한 슈베르트는 빈에서 태어나 31세라는 짧은 생애를 마친 불운한 천재 음악가였습니다. 모차르트가 35세의 짧은 생을 마감했지만, 슈베르트는 그보다 더 젊은 나이 31세의 나이에 죽었고 가난도 모차르트보다 더욱 심해서, 거의 굶어 죽다시피 한 그의 침상에는 겨우 몇 푼의 돈밖에 남아 있지 않았다고 합니다. 하지만 그 짧은 생애 동안에도 10개의 교향곡과 530곡의 독창곡, 81곡의 합창곡 등 1,000여곡 이상을 작곡해 내서 후세의 음악인들을 놀래게 만들었지만 생전에 제대로 출판되어 발표된 곡은 극히 드물었습니다. 하지만 그는 생리적 욕구도, 사회적 인정이나 제대로 된 존중에 대한 동기도 충족되지

않았지만 자신의 음악적 신념을 위해, 또는 음악을 통한 자기실현을 위해 죽을 때까지 매진을 한 사람입니다.

어떤 이들은 자신의 가치관과 신념, 이상이 너무 강해서 그것들을 위해 배고픔이나 갈증 심지어는 죽음까지도 무릅쓰습니다. 40일을 광야에서 금식기도하시고 종교적 신념으로 십자가에 못 박혀 죽으신 예수나 보리수나무 아래에서 수년간의 고행을 자초하신 부처가 바로 그러한 존재일 것입니다. 그러나 일반적으로는 욕구가 낮은 단계일수록 그 강도와 우선순위가 강해지는 경향이 있습니다. 즉 보통 사람에게는 생리적 욕구가 가장 강한 동기일 것입니다.

조사원 여러분은 어떤 동기에서 조사원 업무를 수행하고 있습니까? ‘먹고 살자고 하는 짓이지’라는 자조적인 대답은 스스로를 비참하게 만듭니다. 나름대로 분명하고 구체적인 이유를 생각해두고 좌절감이 들 때마다, 그래서 자신이 하는 일에 회의가 생길 때마다 스스로에게 ‘내가 힘들고 고통스러워도 이 일을 하는 이유는……’ 무엇이라고 다짐을 하며 스스로를 격려해야 합니다. 그것은 아주 구체적인 것이 좋습니다. 예를 들어 ‘우리 예쁜 딸’이나 ‘우리 든든한 아들’이 이유가 될 수도 있습니다. 구체적이고 바로 떠올리기 쉬운 것일수록 효과적입니다.

빅터 프랭클이라는 심리학자는 2차 세계대전 동안 유태인 수용소에서 살아남은 사람입니다. 그가 수용소 생활을 하면서 느낀 점 하나는 고통으로 인해 왜 살아야 하는지 이유를 잃어버린 사람들은 무력감에 빠져, 쉽사리 병들고 죽어 갔지만, 왜 살아야 하는지에 대한 이유를 분명하게 갖고 있는 사람들은 절대 무력감에 빠지지

도 않으며, 적극적인 삶의 자세를 유지하여 결국에는 끝까지 살아남는다는 것이었습니다. 조사원 여러분도 삶의 이유, 또는 자신이 힘들게 일하는 분명한 이유를 갖는 것, 그것이 좌절을 이겨내는 첫 번째 조건이 된다는 것을 유념해야 합니다.

매슬로우가 발견한 자기실현에 성공한 사람들의 특징

성공적인 조사원들이 지녀야 특성도 될 수 있어 여기에 소개합니다.

1. 현실 중심적이다.
2. 문제해결능력이 강하다
 - 어려움으로부터 도망가려하지 않는다. 오히려 어려움과 역경을 문제 해결을 위한 기회로 삼는다.
3. 수단과 목적을 구분한다.
 - 목적으로 수단을 정당화하지 않으며, 수단이 목적 자체가 될 수도 있다고 생각한다.
4. 자기만의 시간을 즐길 줄 안다.
5. 환경과 분위기에 크게 영향을 받지 않는다.
6. 사회적 압력에 굴하지 않는다.
7. 민주적인 가치를 존중한다.
 - 사람들의 다양성에 열린 마음과 자세를 갖는다.
8. 인간적이다.
9. 인간관계를 깊이 한다.
10. 공격적이지 않은 유머를 즐긴다.
11. 자신과 남을 있는 그대로 받아들인다.
12. 자연스러움과 간결함을 좋아한다.
13. 감성이 풍부하다.
 - 주위의 사물을 평범한 것일지라도 놀라움으로 볼 수 있다.
14. 창의적이다.
 - 뭔가 항상 새롭고 독특한 방법을 찾는다.

(2) 좌절의 감정을 이해하자.

조사 협조에 대한 응답자들의 거절은 단호한 거절의 말로 표현되기도 하지만, 단순한 무관심, 무대응으로 표현되기도 하고, 때로는 매몰찬 언사나 공격적인 말과 행

동으로 표현되기도 합니다. 그때 조사원은 어떻게든지 응답자를 설득하려 하지만 응답자가 반복해서 무관심이나 무응대, 또는 공격적인 언행으로 대응하면 조사원들은 좌절감에 빠질 수밖에 없습니다. 이때의 심리적 과정에 대한 이해는 실제 현장에서 좌절 상황에 빠졌을 때 자신의 심리적 상태를 이해하고 통제하는데 도움이 될 수 있습니다.

□ 정서/감정적 변화

좌절 상황에 빠지게 되면, 순간적으로 당혹감이 일어나게 됩니다. 이러한 당혹감은 처음에는 어떤 감정인지 스스로 파악할 수 없습니다. 일단 호흡이 가빠지고, 심장이 쿵쿵거리고, 얼굴이 뜨거워지는 등 신체적인 변화를 먼저 경험합니다. 잠시 뒤, 사람마다 상황마다 다를 수 있지만, 대체적으로 분노나 적개심, 또는 두려움, 또는 자신에 대한 모멸감이나 수치심 등으로 느껴집니다. 그런데 이것은 사람마다 당혹감으로 인해 발생한 신체적 변화에 대해서 자신이 이름붙이기 나름입니다. 왜냐하면, 당혹감 뒤에 나타나는 신체적 변화, 즉 가슴이 뛰고 얼굴이 붉어지는 것 등은 분노를 느낄 때나, 적개심이나 두려움, 또는 모멸감이나 수치심을 느낄 때도 같이 나타나는 신체적 변화입니다. 단지 자신이 그 느낌이 분노라고 생각하면 분노가 되고, 두려움이라고 생각하면 두려움이 되는 것입니다.

샤터와 싱어라는 심리학자들은 실험 참가자들에게 각성 효과를 일으켜 흥분되게 하는 약물을 주사한 후, 그 사람들을 두 집단으로 나누어, 한 집단은 주변 사람들이 기분 좋을 때 하는 행동을 하도록 지시받은 실험협조자

들이 있는 방에 들어가게 했고, 다른 한 집단은 화가 난 듯 행동하는 방으로 들어가게 했습니다. 그랬더니 화난 행동을 하는 사람들의 방에 들어간 사람들은 현재 얻어진 기분을 분노라고 말했고, 즐거운 듯 행동하는 사람들 방에 들어간 사람들은 자신의 갖게 된 기분을 행복이라 말했습니다. 동일한 신체 변화를 경험하면서도 말입니다. 이 실험이 말해주는 것은 여러분이 당혹감으로 유발된 신체적 흥분 상태를 주변 상황을 단서로 무엇이라 이름 붙이느냐에 따라 분노도, 두려움도, 모멸감도 될 수 있다는 말입니다. 또한 자주 분노를 느끼던 사람들은 분노라고 느낄 것이고, 분노보다는 부끄러움을 많이 타는 사람들은 부끄러움이라고 느낄 것이라는 것입니다.

따라서 여러분이 그 상황에서 느끼는 감정은 당혹감으로 인한 신체적 흥분 상태를 바로 여러분이 이름 짓기 나름이라는 것을 이해해야 합니다. 화가 치밀어 오르면 '아, 내가 이 상태를 분노로 해석했구나!' 하고, 또는 '내가 이 상태를 두려움 또는 모멸감으로 해석했구나!' 하고 생각하시면 됩니다. 그러면 여러분이 느낀 감정으로부터 한 걸음 뒤로 물러서며 차분해질 수 있습니다.

□ 인지적 변화

급격한 감정적 변화, 특히 분노는 바로 인지, 즉 생각하는 기능에 영향을 주게 됩니다. 그래서 순간적으로 생각하는 기능이 정지되거나 마비되는 것처럼 느끼게 됩니다. 머릿속이 하얗게 된다는 말이 그런 상태에 대한 적절한 표현일 것입니다. 첫째 상황에 대한 판단 능력이 급격히 저하됩니다. 둘째 기억 능력이 순간적으로 와해됩니다. 셋째 일의 진행과정에 대한 생각과 앞으로 해야

할 일에 대한 생각이 정지됩니다. 따라서 이러한 인지적 변화로부터 회복되기 위해서는 무엇보다도 증폭된 감정 상태를 먼저 추슬러야 합니다.

□ 회피-회피 갈등

이게 무슨 말일까 싶을 것입니다. 조사원은 응답자가 계속 응답을 심하게 거부하거나 무관심과 무응대로 반응하게 되면 ‘회피-회피 갈등’에 빠집니다. 이것을 설명하기 위해 먼저 ‘접근-접근 갈등’을 설명하겠습니다. 예를 들어 어떤 여성이 결혼 후 계속 직장을 유지하고도 싶고 자녀를 낳아 양육하고도 싶다고 해볼까요? 이때 이 여성은 직장 유지에도 끌리고 동시에 자녀 양육에도 끌립니다. 그러나 두 가지를 동시에 할 수는 없습니다. 이 때 이 여성은 둘 중 하나를 포기해야만 하는 상황입니다. 이때의 갈등을 접근-접근 갈등이라고 합니다. 반대로 ‘회피-회피 갈등’은 두 가지 일이 모두 하고 싶지 않은 일이지만, 어느 한쪽은 반드시 해야 하는 경우입니다. 예를 들어 밤늦게까지 시험공부를 하기도 싫고, 나쁜 성적을 받는 것도 싫습니다. 그렇지만 결국 둘 중 하나는 선택해야 하는 상황입니다. 이런 때의 갈등을 ‘회피-회피 갈등’이라고 합니다. 이 갈등 상황 속에서 어쨌든 한 가지는 선택해서 행동해야 하는데, 무엇을 선택하든 그로 인한 스트레스는 감수해야만 하는 상황입니다.

조사원이 거칠게 불응하거나 무시하는 응답자를 대면했을 때, 조사원은 그 응답자를 더 설득하고 싶지도 않고, 그렇다고 포기함으로써 조사를 망치고 싶지도 않습니다. 조사원은 더 설득을 하든지, 아니면 조사를 망치든지 둘 중 하나를 선택해야 합니다.

혹시 내가 회피적 성격이 아닐까?

회피적 성격은 대인관계에 대한 두려움을 극복하기 힘이 듭니다. 조사원들이 회피적 성격을 지니고 있다면 적응에 어려움이 있을 수 있습니다. 본인이 회피적 성격이라고 판단되면 자신의 사고방식의 변화를 통해 개선을 해야 할 것입니다. 아래 항목들에 자신이 얼마나 해당되는지를 한번 점검해보시기 바랍니다.

주의분산

고통스런 감정을 견딜 수 있는 인내력이 부족하기 때문에 이러한 감정을 일으킨 문제에 대해서 생각하기를 회피합니다.

변명과 합리화

소망을 실현하기 위해서 감수해야 하는 단기적인 부정적 감정들을 감당하는 것을 너무나 어려워합니다.

공상

스스로의 회피행동을 통해 현실에서 차단된 인정과 애정의 욕구를 공상을 통해 채우려 합니다.

정서적 회피

부정적인 감정을 견딜 수 있는 내성이 부족하게 때문에 회피라는 방법을 택합니다.

회피행동은 두려운 상황을 회피함으로써 불안이 감소되기 때문에 회피행동이 계속 유지되는 것입니다. 그러나 회피한 현실문제는 해결되지 않은 채 남아 있기 때문에 계속 또 다른 회피행동을 찾아야만 합니다. 그리고 그 때문에 스트레스와 좌절감에서 헤어 나올 수 없습니다. 직면하여 문제 해결책을 찾도록 노력해야 합니다.

목표에 접근하려는 욕망이나 회피하려는 욕망 모두, 그것에 가까이 갈수록 차츰 강해지는 성질이 있습니다. 예를 들어 피하고 싶은 응답자일수록 그 사람에게 가까이 가면 갈수록 도피하고 싶은 욕망은 더욱 강해집니다. 그리고 이러한 도피 욕망은 접근 욕망에 비해서 더욱 강합니다.

회피하고 싶은 응답자 앞에 가면 다음과 같은 생각들이 자동적으로 들게 됩니다. 이런 생각이 들면 자신이 강한 회피 욕망을 지니고 있음을 상기하고 보다 적극적인 태도와 자신감을 갖도록 노력해야 합니다.

내가 지금 형편없는 모습을 보이고 있구나.
얼마나 내 말이 재미없으면 하품을 할까.
이 사람은 벌써 내가 싫은 거야.
이 사람은 나를 더 만나면 만날수록 나를 좋아하지 않을 것이야.
이 사람을 설득하기 위해서는 나를 꾸며야만 해.
이 사람을 항상 기쁘게 해야 하는데…….
이 사람은 자기가 원하는 모든 것을 해 줄 때만 나를 좋게 대할 거야.

(3) 좌절로 인한 분노 다스리기

가능하면 분노를 느끼지 않는 것이 최선이겠지만, 분노 감정은 때로 불같이 강렬하고 반사적인 것이어서 의식적으로 쉽게 다스리는 것이 쉬운 일은 아닙니다. 그러나 다음과 같이 꾸준히 노력하면 분노와 공격 감정을 현명하게 극복할 수 있습니다.

□ 자신의 분노 감정을 자각하고 바라보십시오.

앞에서 이야기한 것처럼 분노 감정이 느껴지는 것은 자신의 생리적 흥분 상태(가슴이 뛰거나, 호흡이 거칠어지고, 얼굴이 붉어지는 등)에 대한 자신의 해석입니다. 화가 치밀어 오른다면 한번 분노 감정이 마음속에서 어떻게 타오르고 있는지를 느껴지는 대로 그대로 바라보십시오. 이때 분노가 사악하고 미숙한 감정이라고 생각하여 외면하거나 무시할 필요는 없습니다. 오히려 자신의 분노 감정에 대한 솔직한 자각과 관찰에 의해 분노 감정의 강도가 감소될 수 있습니다.

□ 내가 왜 분노하는가를 차분히 생각해 보십시오.

어떤 상황에서 응답자의 어떤 언행이 왜 나를 화나게 하는지를 살펴보십시오. 응답자의 말과 행동이 왜 나를 이토록 화나게 하는지, 그것이 무엇을 의미하길래 내가 화가 나는지를 생각해 보십시오. 그런 과정에서 분노의 감정이 누그러지기도 합니다.

□ 분노 이유에 대해 스스로 자문해보십시오.

응답자의 무시, 비난, 공격에 지나치게 예민하지는 않은가? 그 의미와 의도를 오해하거나 과장하고 있지는 않은가? 내가 그에게 거슬리는 행동을 하지는 않았는가? 응답자가 나를 인정하고 친절하게 대해야 한다는 지나친 기대를 가지고 있지는 않은가? 설혹 응답자의 행동이 나를 비난하는 것이 분명하다면 과연 그로 인해 나의 인간적 가치가 땅에 떨어지는가? 타인의 평가나 행동에 의해 나의 인간적 가치가 좌우 되는가? 나도 타인을 비난할 수 있듯이 타인도 나를 비난할 수 있는 것은 아닌가? 도

대체 이토록 화를 내야 할 이유가 무엇인가?

□ 분노 감정을 억누르기보다는 적절히 표현할 방법을 찾아보십시오.

분노 감정을 어떻게 표현하는 것이 현명한 것인지를 생각해 보십시오. 그를 공격해서 복수하는 것이 나에게 실질적으로 어떤 도움이 되는가? 오히려 그로부터 또 다른 반발을 유발하여 상황을 더 악화시키는 것은 아닌가? 나의 불쾌함을 정중히 전달하여 그가 그런 행동을 더 이상 반복하지 않도록 하는 것이 현명한 행동이 아닐까? 그렇다면 나의 불쾌함을 어떻게 표현할 것인가?

(4) 좌절 대처 방식 이해하기

좌절하거나 갈등에 빠질 때, 일반적으로 그것을 해결하기 위한 대처 방식으로 사용되는 세 가지가 있습니다. 즉, 직면, 타협, 모면(심리학에서는 '퇴각'이라는 말을 씁니다)입니다. 어떤 상황에 정면으로 맞서서 우리가 원하는 것을 얻기 위해 더 한층 노력을 하는 것이 직면입니다. 또 우리가 원하는 어떤 것을 포기할 수도 있고, 상대로 하여금 양보를 하게 할 수도 있습니다, 이것이 타협입니다. 그리고 그냥 실패 그 자체를 받아들이고 그 상황을 모면해버릴 수도 있습니다.

□ 직면

직면이란 긴장된 상황에 정면으로 맞서서 자신이 문제의 해결책을 반드시 찾을 수 있다고 자신하면서 그 문제에 정면으로 도전하고, 자신의 목표를 향해 단호히 밀고 나가는 것입니다. 직면해서 문제를 해결하기 위해서는

새로운 설득 기술을 학습하고, 다른 사람들의 도움을 구하거나 더 열심히 노력합니다.

직면은 때로 분노나 공격적인 태도를 포함하는 수도 있습니다. 응답자에게 불공평하게 대우를 받았더라도 격노해서 부딪히기 보다는 자제하여 표현한다면 더 효과적일 수 있습니다. 미국의 한 잡지의 기사를 예로 들어 보겠습니다. 그 기사 내용은 이렇습니다. 한 운전자가 건물 앞에서 허리가 심하게 휠 할머니 한 분이 길을 건너는 동안 차를 멈춰 서야만 했습니다. 그런데 뒤에 온 차가 경적을 심하게 울려 댔습니다. 그러자 앞 차 운전자가 시동을 끄고 열쇠를 빼어 들고 뒤차로 걸어가서, 뒤 차 운전자에게 열쇠를 건네주며 “자, 열쇠 여기 있소. 당신이 저 할머니를 치고 싶다는 말이군요. 나는 우리 할머니가 생각나서 도저히 그럴 수가 없소”라고 말했습니다. 이 기사는 성가시고 사소한, 그리고 짜증나는 일상의 문제를 즐겁고 효과적으로 자제해서 분노를 표현한 좋은 예에 해당합니다.

□ 타협

타협은 갈등이나 좌절에 직접적으로 대처하는 가장 흔하고 효과적인 방법 중의 하나입니다. 우리는 흔히 우리가 원하는 모든 것을 우리가 할 수 없으며 다른 사람들이 우리가 원하는 그대로 행동하리라고 기대할 수도 없다는 사실을 알고 있습니다. 그런 경우 우리는 우리가 원래 원했던 것보다 더 적은 것에 만족하기로 결정할 수도 있습니다. 조사 자체를 거부하는 응답자에게 최소한 재방문에 대한 승낙만으로 타협할 수도 있습니다. 타협은 상호간의 주고-받기 규칙에 대한 암시로 이루어질 수

있습니다. “좋습니다. 더 이상 조사에 협조해달라는 말은 하지 않겠습니다. 대신 다시 한 번 방문하는 것만 허락해주시지요. 물 한 잔만 대접받을 수 있으면 좋겠네요.” 정도의 암시가 적당할 수도 있습니다.

□ 모면(또는 퇴각)

어떤 환경에서는 좌절감에 대한 가장 효과적인 대처방법은 그 상황으로부터 벗어나는 일시적인 모면이 될 수도 있습니다. 그러나 모면은 직면과 타협의 모든 시도를 다해 본 이후의 최후의 방법이 되어야 합니다. 응답자가 너무 강력한 부정적인 태도를 지니고 있어 효과적으로 상황을 변화시킬 수 없고, 타협에 도달할 수 있는 어떤 방법도 없으며, 어떤 형태의 재시도도 오히려 더욱 강한 반발만을 일으킬 것이라는 판단이 서게 되면 어쩔 수 없지만 일단은 그 상황을 모면하는 것이 차선일 수 있습니다.

그러나 문제는 이러한 모면이 다른 유사한 모든 상황들에서 일어나게 되는 것입니다. 모면은 결과적으로 심리적 안도감을 주기 때문에 또 다른 극복 가능한 좌절 상황에 조차 회피행동을 할 가능성이 높아진다는 점을 이해해야 합니다. 모면은 최후의 하책일 뿐이라는 점을 충분히 유념해야 합니다.

(5) 반복된 좌절로 인한 스트레스 대처하기

캐나다의 심리학자인 한스 셀리는 사람들이 스트레스에 반응하는 과정을 다음 세 단계로 구분하고 이를 “일반 순응 증후군”이라고 불렀습니다.

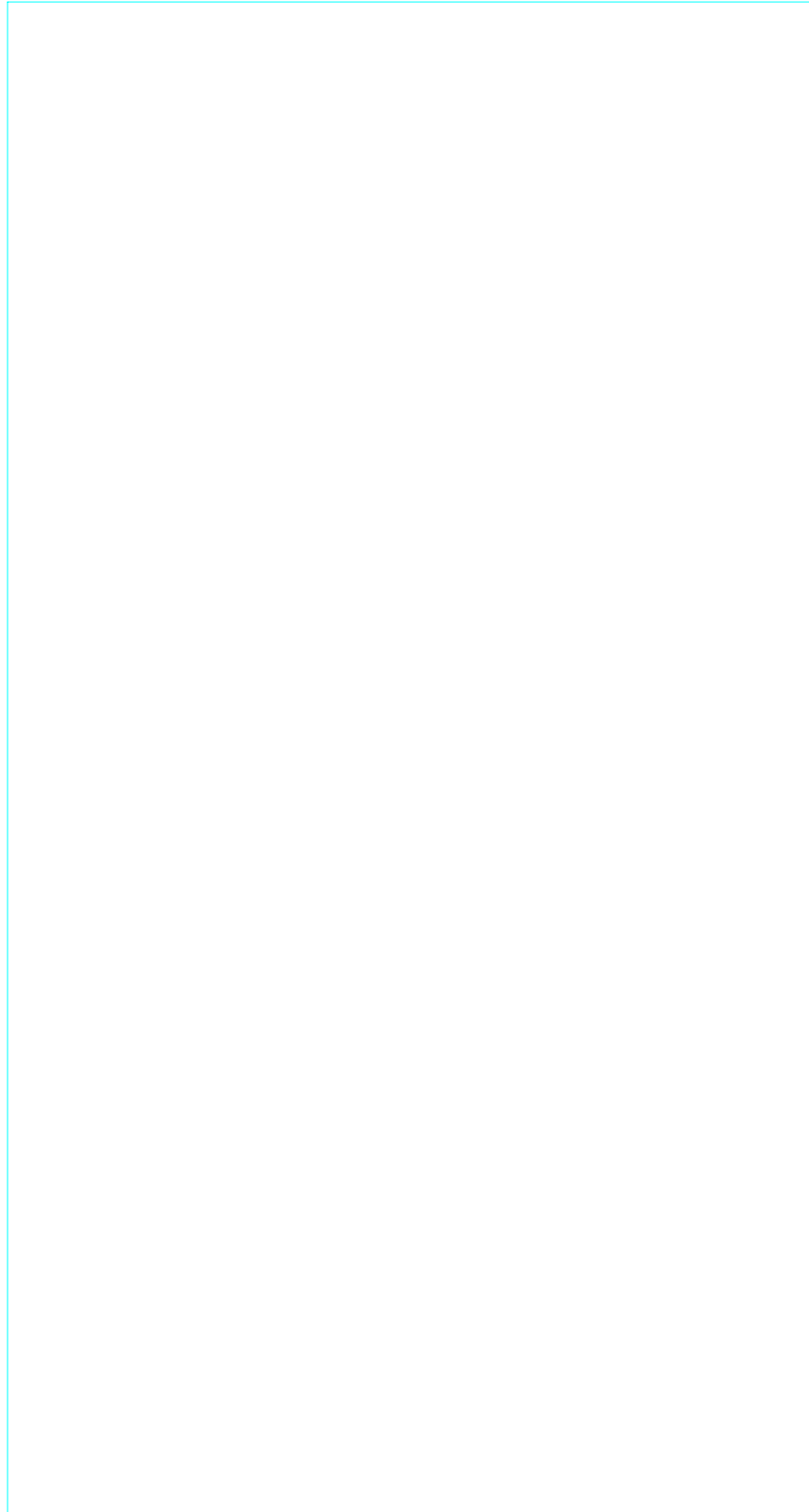
제1단계 비상경보 반응단계. 이 단계는 스트레스에 대

한 맨 처음의 반응입니다. 감정은 격앙되고, 좀 더 민감해지고 경계심이 높아집니다. 호흡과 심장 박동이 빨라지고. 근육이 긴장되고, 또 다른 생리적인 변화들이 일어납니다. 이러한 변화들은 우리에게 조심하라는 경고를 해주는 것입니다. 그런데 이러한 경고를 무시하면 다음 단계로 넘어갑니다.

제2단계 저항단계. 이 동안에는 심리적인 혼란이 증가하고, 이에 대항하여 싸우기 때문에 다른 정신과 신체의 증후나 다른 긴장의 신호들이 나타납니다. 이 단계에서 적절히 대처하기만 하면 심신은 정상으로 회복됩니다. 그러나 그렇지 못한 경우 마지막 단계로 넘어갑니다.

제3단계 소모단계. 스트레스를 통제하기 위해 필사적으로 적절치 못한 방식으로 대처하다 보면 이 단계에서는 신체적 정신적 자원이 모두 고갈되고 결과적으로 현실감을 상실하고 정서 장애나 기타 건강하지 못한 정신 상태, 즉 집중곤란, 신경과민 등의 현상이 나타나기 시작합니다. 더욱 스트레스가 심해지면 돌이킬 수 없는 신체적, 정신적 손상이 일어날 수도 있습니다.

따라서 조사원들은 조사 불응과 관련된 제반 상황들로부터 오는 좌절감을 단순한 직무의 일부로만 받아들여야지 그것을 자신 개인의 성격 문제나 자질 문제로 받아들여 그로 인한 스트레스를 누적시키는 일이 없도록 해야 합니다.



제 4장 응답자 설득의 법칙

현장에 투입된 조사원의 목적은 응답자를 설득하여 면접 조사를 완수하는 것입니다. 설득은 한자로 說得, 말솜 ‘설’에 얻을 ‘득’, 즉 말로 취할 것을 취한다는 뜻입니다. 손자 병법에서 최고의 전략은 ‘싸우지 않고 이기는 것(不戰而勝)’이라고 가르칩니다. 예를 들어 역사 속 서희의 담판 역시 싸우지 않고 적들을 물러나게 했으니, 싸우지 않고 말로 취할 것을 취한, 즉 설득의 좋은 사례라고 하겠습니다. ‘한마디의 말이 천 냥 빚을 갚는다’는 옛말도 있습니다. 사람과의 관계에서 말이 얼마나 중요한 역할을 하는지를 의미하는 말이기도 하고 따라서 사람들은 나름대로 말을 잘하는 방법을 배우려고 노력하기도 합니다. 그러나 설득은 단순히 말만의 문제가 아님을 바로 앞 장에서 살펴보기도 했습니다. 여기에서는 조사원이 응답자를 설득하기 위해서 필요한 설득의 법칙들을 살펴보기로 하겠습니다.

심리학자 로버트 치알디니는 유명한 자신의 저서에서 설득과 관련된 심리학적 연구들을 정리하여 설득을 잘하기 위한 6가지 법칙을 제시합니다. 그 여섯 가지 법칙은 다음과 같습니다.

- 상호성의 법칙: 상대방을 빚진 상태로 만들어라!
- 일관성의 법칙: 작은 승낙부터 얻어라!
- 사회적 증거의 법칙: 다른 사람의 예를 보여줘라!
- 호감의 법칙: 그 사람의 호감을 사라!
- 권위의 법칙: 전문성으로 승부하라!
- 희귀성의 법칙: ‘당신이 마지막’이라고 외쳐라!

1. 상호성의 법칙

1) 상대방을 빚진 상태로 만들어라!

사람들은 다른 사람이 자신에게 호의를 베풀면 그 사람이 베푼 만큼 그대로 갚아야 한다는 강박관념에 시달립니다. 세상만사에 공짜는 없고, 주는 게 있으면 받는 게 있고, 받는 게 있으면 주는 게 있어야 한다는 것이 세상 이치라고 생각하기 때문입니다. 상호성 원칙이란 더 쉽게 말하면 흔히 ‘Give & Take 원칙’이라고 이해하면 간단합니다.

예를 들어 화장품 회사에서 공짜 샘플을 제공하는 것도 바로 이러한 심리를 이용한 예라고 볼 수 있습니다. 즉, 공짜로 받는 것이기 때문에 사람들은 심리적 부담을 느껴 조그만 상품이라도 사게 될 것이라는 것이 계산된 논리입니다. 또 린과 맥콜이라는 심리학자는 레스토랑에서 웨이터가 손님들에게 사탕이나 껌 한 개를 얹어 계산서를 내밀면 팁이 늘어나는 것을 관찰하기도 했습니다. 즉 이 법칙은 정상적인 상태에서는 도저히 응낙할 것 같은 않을 일임에도 상대방을 일종의 빚진 상태로 만들어 놓으면 상대방으로부터 ‘그렇게 하시지요’ 하는 승낙을 받을 수 있음을 시사해주는 것입니다.

2) 호의를 먼저 베풀라!

또한 낯선 사람이라도 그 사람이 제공하는 호의를 사람들은 쉽게 거절하지 못합니다. 누군가 모르는 사람이 내게 베푸는 호의는 분명 달갑지 않은 일일 것입니다. 그러나 원치 않는 호의라 해서 쉽사리 거절할 수는 없습니

다. 상대방의 호의를 거절하는 것은 우리 사회의 기초질서를 위협하는 행위로 간주될 수 있기 때문입니다. 그러나 호의의 크기가 너무 크면 심리적 부담이 커지게 되어 어쩔 수 없이 거부하게 됩니다.

3) 낮은 사람에게서 받아들일 수 있는 작은 호의를 베풀라!

상호성의 법칙의 허점은 이 법칙이 사람들 사이의 공평한 주고받기를 촉진시키기 위해 형성된 것임에도 불구하고 때로는 불공평한 교환이 심화될 수도 있다는 점입니다. 즉 작은 선심을 베풀고 큰 보답을 요구하기도 하기 때문입니다. 흔히 ‘되로 주고 말로 받기’의 심리적 작전입니다. 조사원은 응답자와의 관계에서 도움을 요청해야 하는 입장에 서있으므로 어쩔 수 없이 이러한 심리적 작전을 사용할 수밖에 없습니다.

상호성 법칙의 또 다른 측면은 상대방이 양보하면 나도 양보해야 한다는 것입니다. 이는 사회적으로 수많은 개인들이 자신들의 욕구만을 주장할 경우 일어날 수 있는 갈등과 충돌을 방지하고 바람직한 방향으로 그 갈등을 해소해나기 위한 장치로 발전되어 온 원칙이라고 볼 수 있습니다. 즉 서로의 요구 사항이 충돌할 때 상대방이 양보하면 상호성의 원칙에 따라 우리는 보답이라는 심리적 부담을 느낄 수밖에 없습니다. 따라서 이런 유쾌하지 않은 느낌을 없애기 위해서 나도 양보를 선택할 수밖에 없게 되는 것입니다. 따라서 이러한 원칙을 이용한 설득 전략은 일종의 개구리 점프 전략입니다. 즉 더 높이 뛰기 위해서 일단 웅크리는 것입니다.

4) 먼저 무리한 요구를 하라, 거절하면 그때 원하는 작은 요구를 하라!

이는 상호성을 이용한 일보후퇴 이보전진 전략으로 처음에 무리한 요청을 먼저 하고, 그 요청에 대한 양보의 대가로 실제로 원하는 첫 요청보다는 부담이 적은 두 번째 요청을 하는 것입니다. 그렇게 되면 무리한 요구를 거절하게 되는데, 이때 ‘알겠습니다. 그러면 이거라도...’라고 하며 두 번째 요청을 한다는 것입니다. 이때 첫 번째 요구에 대한 거절을 수용하는 것이 상대방에게는 일종의 양보로 느껴지기 때문에 빛진 상태가 되는 것입니다. 아이들 중에서 생일 선물을 너무 큰 걸 요구하는 아이가 가끔 있습니다. 예를 들어 몇 십만 원짜리 게임기를 사달라는 것입니다. 당연히 엄마는 그 부탁을 들어줄 수 없습니다. 아이는 계속 조르고 엄마는 안 된다고 거절하기를 하루 이틀, 갑자기 아이가 게임기는 안 사줘도 되니 대신 2~3만 원짜리 게임 시디를 사달라고 합니다. 엄마는 아이가 한 발 물러선 것에 안도하며 게임 시디를 사줍니다. 그리고 다행이라고 생각합니다. 혹시 이 아이가 상호성의 법칙을 이용한 것은 아닐까요? 이러한 전략은 때로 첫 무리한 요구에 대해 상대방이 반감을 느끼거나 또는 위협을 느낄 수도 있는 위험이 있습니다. 따라서 적절한 상황과 상대에게 적용되어야 할 전략입니다.

마지막으로 응답자에게서 어떤 방식으로든 ‘예’라는 승낙을 얻게 되면 그 사람에게 그 승낙의 말에 대한 책임감을 상기시켜야 합니다. 무엇보다도 그 승낙이 강요가 아니라 자기 스스로 결정한 사항임을 인식시키는 것이

중요합니다. 사람들은 어떤 형태로든 자기 스스로 내린 자신의 결정에 대해서는 책임감으로 인해 그 약속을 충실하게 이행하려고 하기 때문입니다.

2. 일관성의 법칙

1) 작은 승낙부터 얻어라!

애인과의 결혼을 망설이던 여성이 애인의 프로포절을 받고 승낙을 하게 되면, 그 전까지 그 사람과의 결혼을 망설이게 하던 여러 이유들을 의도적으로 무시하려 하고 반대로 그 사람의 좋은 점만을 부각해서 생각하려 합니다. 사람들은 이처럼 일단 어떤 선택이나 결정을 하게 되면, 그러한 선택이나 결정과 일치되는 행동을 해야 한다는 심리적인 부담감을 느끼게 됩니다. 그리고 이러한 부담감은 그들로 하여금 그 스스로 내린 선택이나 결정을 정당화하는 방향으로 행동하게 만듭니다. 이는 사람들이 어떤 의사 결정을 한 후에는 쉽게 번복하지 않는 특성을 잘 설명합니다. 자신의 선택과 결정을 끝까지 유지하는 것이 더 많은 비용과 위험이 도사리고 있는 경우에도 쉽사리 번복할 수가 없는 것입니다. 사회심리학자들에 의하면 인간은 지금까지 행동해 온 것과 일관되게 혹은 일관되게 보이도록 행동하는 경향이 있기 때문이라고 설명합니다. 설득은 바로 이러한 사람들의 심리를 이용하기도 합니다.

그렇다면 사람들이 일관성을 유지하려는 이유는 무엇일까요? 사회심리학자들은 이를 ‘개입(Commitment)’과

‘현안 해결의 지름길’이라는 2가지로 설명합니다.

‘개입’이란 다른 아닌 ‘발 담그기’입니다. 친구들과 뜻하지 않게 해수욕장에 놀러 가본 경험들이 있을 것입니다. 어떤 짓곳은 친구들은 수영복도 없으면서 물속으로 첨벙 뛰어들어 수영을 하거나 물놀이를 하기도 합니다. 그러면 한 두 명이 따라서 물에 뛰어 듭니다. 그렇지만 또 한 두 명은 물에 들어가기를 꺼려합니다. ‘수영복도 없고 옷이 젖으면 다른 대책도 없고...’ 이런 신중한 생각을 하는 친구들입니다. 이때 다른 친구들이 달려와 강제로 물에 던져 넣기도 합니다. 또는 어떤 친구들은 와서 신발 벗고 발만 담가 보라고 권합니다. 그 정도야 그리 큰 요구가 아닙니다. 친구들의 성화에 신발 벗고 양말도 벗고 정말 발만 담글 심산으로 물가로 들어갑니다. 친구들은 ‘조금 더’를 외치고, 결국 한번 발을 담그는 것으로 끝나지 않고 친구들과 똑같이 물에 흠뻑 젖어 물놀이를 즐기게 됩니다. ‘개입’이란 어떤 일에 이처럼 발을 담그는 것입니다. 일단 발을 담그게 되면 점차 발을 담근 행위 자체의 일관성을 유지하는 방향으로 행동을 하려 합니다.

일관성을 유지하려는 두 번째 이유는 그렇게 하는 것이 ‘현안 해결의 지름길’이기 때문이다. 우리의 삶은 매우 복잡합니다. 특히 정보의 홍수 시대에 살면서 쏟아지는 정보 속에서 의사 결정 사항도 많아지고 부딪혀야 할 일도 늘어납니다. 이런 복잡한 환경에서 이미 결정한 일을 다시 번복하는 일은 정말 피곤한 일입니다. 다시 되돌리기 위해서는 수많은 정보를 다시 찾아 비교해야 하는 복잡한 과정을 다시 거쳐야 합니다. 일관성을 고수하

는 것은 복잡다단한 일상생활을 비교적 편리하고도 효율적으로 그리고 손쉽게 살아갈 수 있도록 돕고 있는 셈입니다. ‘현안 해결의 지름길’이라는 매력은 쉽게 포기하기 힘듭니다.

마케팅에는 **미끼 상품(loss leader)**이라는 것이 있습니다. 미끼상품은 일관성의 법칙이 소비자의 구매행동에 얼마나 영향을 미치는지를 잘 보여주는 사례입니다. 아침에 신문 사이에 끼워오는 전단지에는 늘 ‘오늘만 이 가격’, ‘특가세일’ 등의 수식어를 단 파격적인 가격의 상품이 가득 들어 있습니다. 이 정보를 접한 소비자는 가격이 싸다는 생각에 이를 구매하기 위해 매장에 들립니다. 미끼 상품은 한정적일 경우가 많기 때문에 매장에 들렸을 때 해당상품은 이미 모두 팔렸을 수도 있습니다. 그러나 소비자는 그 상품이 없다 하더라도 같은 종류의 다른 상품을 구매하게 됩니다. 비록 가격이 더 비싸더라도 말입니다. 이런 행동은 바로 사람들이 자신의 결정과 행동 간의 일관성을 유지하려는 경향 때문에 일어나는 일입니다. 즉, 일단 상품을 구매하려고 마음먹었기 때문에 대상물은 달라졌어도 여러 가지 본인의 행동을 정당화시킬 수 있는 이유를 찾으면서 구매 행동을 일관적으로 유지하는 것입니다.

이러한 심리적 경향을 설득에 이용하는 기법 중의 하나가 바로 ‘문전에 발 걸치기(foot-in-the-door)’라는 것이 있습니다. ‘단계적 요청법’이라고도 하는 이 기법은 작은 요구로부터 시작하여 결국 더 큰 승낙을 얻어내고자 하는 전략입니다. 일단 작은 요청에 동의하게 되면, 나중에 그보다 더 큰 요청에도 동의하게 될 가능성이 높아

질 뿐 아니라 처음의 요청과는 다른 성격이 다를 수도 있는 다양한 다른 요청에도 쉽게 승낙하게 되는 것입니다. 예를 들어 방문 판매원이 가정을 방문했을 때 사람들은 문만 뚫어 열고 보고 무슨 일인지를 묻게 됩니다. 그때 무엇을 팔려고 왔다는 것을 알게 되면 사람들은 바로 ‘안사요!’ 하고 문을 꽁 닫으려 합니다. 이때, 슬그머니 한 쪽 발은 문 안에 들여 놓고(foot in the door), ‘아, 알았습니다. 물건은 안 사셔도 좋습니다. 그런데 죄송하지만 물 한 잔만 부탁할 수 있을까요? 너무 목이 말라서...’라는 부탁을 합니다. 물론 거절하는 사람도 있겠지만 대부분은 목마른 사람의 물 한 잔의 요청조차 뿌리칠 만큼 매몰차지는 못한 탓에 ‘그 정도야…….’ 하는 생각으로 그 요청을 받아들입니다. 그러면 물을 가지러 간 사이에 가방을 잠시 풀어 정리하는 척 하며 물을 가져오면 천천히 마시며 다음 단계의 요청을 할 수 있습니다. 이것은 ‘물 한 잔’이라는 사소한 요청에 대한 수락이지만, 이러한 수락은 이미 그 사람에게 작지만 호의를 베푼 것이며, 그 사람에 대한 다음 행동은 이러한 호의의 방향에서 크게 어긋나지 않게 행동하려 한다는 것입니다. 이러한 일관성의 법칙을 이용한 ‘문전 발 걸치기’는 방문 면접 조사의 경우에 그대로 적용할 수 있는 기법이기도 합니다.

사회심리학에서는 사람들이 자신의 신념에 일관성이 깨질 때 ‘인지부조화’를 느낀다고 말합니다. 예를 들어 어떤 사람에 대해 좋은 인상을 지니고 있었는데 다른 사람들이 계속 그 사람의 안 좋은 점을 이야기하면, 기존의 자신의 ‘인지’와 다른 새 정보로 인해 갈등을 경험하

게 됩니다. 이러한 갈등을 인지부조화라고 합니다. 이때 자신의 기존 신념(좋은 인상)이 약하고 새 정보가 강력한 경우 기존 신념을 바꾸게 되고, 역으로 자신의 신념이 강하고 새 정보가 약한 경우 새 정보를 무시함으로써 인지부조화 상태를 해소하려 들게 됩니다. 생각상자 안에서 예를 들은 조사원의 끈덕진 협조 요청에 인지부조화가 일어난 응답자 역시, 두 가지 중의 하나를 선택하게 됩니다. 즉 응답 거부 태도를 바꾸어 협조를 하든지, 아니면 조사원을 나쁜 사람으로 규정하는 것입니다. 고집이 센 응답자를 설득하는 요점은 바로 그 사람이 조사원을 좋은 사람이라는 판단을 하도록 만드는 것입니다. ‘조사원이 좋은 사람’이라는 판단이 신념으로 바뀌게 되면, 아무리 고집이 센 사람이라도 더 이상 ‘응답 거부가 당연해’라는 판단을 유지할 수 없게 되기 때문입니다.

인지부조화 이론

심리학 이론 가운데 인지부조화(cognitive dissonance) 이론이라는 것이 있습니다. 사회 심리학자인 페스팅거교수가 제창한 이 이론은, 사람들이 태도나 신념, 그리고 행동 간에 일관성을 유지하려 든다고 봅니다. 이들이 일치하지 않으면 마음이 불편한 상태가 되는데 이를 인지부조화 상태라 하고 사람들은 어떤 방식으로든 그런 상태를 해소하려고 든다는 것이 이 이론의 핵심입니다.

담배가 몸에 해롭다는 사실을 알면서 담배를 계속 필 때가 좋은 예입니다. 이런 인지부조화 상황에서 흡연자는 우선 행동을 바꾸려 듭니다. 담배를 끊어보려고 애씁니다. 그런데 금연은 생각처럼 쉽지가 않습니다.

그러면 태도나 신념을 바꾸려 합니다. 담배라는 것이 그렇게 몸에 나쁘지 않을 것이라고 자신을 합리화 하는 것입니다.

예를 들어 담배를 내내 피우고도 장수한 사람을 떠올린다면, 금연으로 인한 스트레스가 건강에 더 해로울 것이라고 믿는 식입니다.

조사원이 조사 응답을 거부한 응답자에게 계속 접근해서 조사 협조 요청을 하는 경우 응답자는 처음에는 매우 짜증을 내며 불쾌해 합니다. '나를 귀찮게 하는(나쁜) 조사원의 요청은 거절하는 것이 당연해' 라는 처음 생각에는 인지부조화가 없습니다. 그러나 조사원이 성심성의를 다하는 모습을 반복해서 보게 되면 조사원이 나쁜 사람이라서가 아니라 업무 때문임을 이해하게 됩니다. 자꾸 보니 사람도 좋은 것 같습니다. 이때 응답자는 바로 인지부조화를 경험하게 됩니다. 즉, '사람 좋을 것 같은 조사원의 요청을 계속 거부하는 행위'에서 응답자는 인지부조화를 느끼게 되는 것입니다.

3. 사회적 증거의 법칙

1) 다른 사람의 예를 들어라!

조사 대상자에게 접근해서 조사에 응해줄 것을 요청하면 흔히 듣는 말 중에 하나가 ‘왜 내가?’ 또는 ‘왜, 나만?’이라는 말입니다. 사람들에게 어떤 요청을 하게 되면 그들은 그 요청 내용을 수락하는 것이 내가 바보라서가 아닐까? 또는 다른 사람들 같으면 승낙하지 않을 것을 나만 하는 것이 아닐까? 하는 등의 **불확실한 상황에 대한 의구심**을 갖게 되는 경우가 종종 있습니다. 여러분들 혹시, 어떤 강의나 모임 같은 곳에서 강사나 누군가의 이야기가 갑자기 재미있다는 생각에 큰 소리로 웃음을 터뜨리고 나서 주변에서 아무도 웃지 않아 당황하고 무안했던 적은 없었습니까? 사람들은 자신의 어떤 행동이 주변의 다른 사람들과는 전혀 다른 행동을 하지 않을까 하는 의구심을 갖습니다. 웃음에 대한 이야기 하나를 더해보면 코미디 프로그램의 목적은 무엇일까요? 당연히 시청자를 웃기는 일입니다. PD나 코미디 프로 출연자 모두 시청자에게 웃어 달라고 요청을 하고 있는 셈입니다. 그런데 혼자 TV를 보며 혼자 웃는 일이 어떨까요? 좀 멋적지 않습니까? 그래서 이런 프로그램에서는 가짜 웃음을 들려줍니다. 즉 다른 사람의 웃음소리가 바로 시청자가 함께 웃어도 좋다는 것을 보장해주는 사회적 증거로 작용하기 때문입니다.

조사 대상자에게 ‘방금 옆집에서 마치고 왔습니다’ 라든지, ‘젊은 분들이 이 조사에 오히려 흥미를 가지시고 협조를 잘 해주시네요’ 등의 말로 먼저 선수를 치는 경

우, 조사 대상자는 오히려 사회적 증거를 지원 받는 셈이 되어 ‘자기만’이라는 불안감을 해소할 수 있고 조사 요청에 동의할 확률도 높아지게 됩니다. 조사 대상자를 ‘자기만’ 요청을 받지 않았나 하는 불안한 상태에 놔두면 승낙을 받기 힘들다는 점을 명심해야 합니다.

사이비 종교가 사회적으로 문제가 되는 경우가 많은데, 이들의 행태를 가끔 방송을 통해 보면서 ‘저 사람들은 어떻게 저런 내용의 이야기에 현혹될 수 있을까’ 생각할 것입니다. 사이비 종교에 심취한 사람들은 그들끼리 모이고, 또 다른 사람들을 끌어 들여 확신시킴으로써 자신들의 확신을 더 강화하는 경향이 있습니다. 이러한 현상도 마찬가지로 같은 생각과 믿음에 대한 사회적 증거에 기대려는 심리적 경향으로 생각할 수 있습니다.

여러 사람들이 함께 있는 경우, ‘누가 나 좀 도와주지 않으시겠습니까’ 라는 말은 누구의 도움도 받을 수 없게 만듭니다. 이런 경우 그 자리에 있는 모든 사람들이 구경꾼으로 돌아서기 때문입니다. 구경꾼은 절대 직접 나서서 도와주지 않습니다. 멀리서 불구경하는 사람이 불끄는 것을 도와 줄 생각이 없는 것이나, 싸움 구경하는 사람이 나서서 말릴 생각이 없는 것과 마찬가지로 구경꾼은 ‘나 말고 다른 누가 나서겠지’라는 생각을 하게 됩니다. 이처럼 도움 요청에 대한 수락이 잘하는 것인지 아닌지가 불확실한 상황에서는 사람들은 다른 사람들의 행동을 관찰하며 사회적 증거를 찾기만 하기 때문입니다. 앞에서 살펴봤던 30여 분간 비명을 지르며 살해된 키티 제노비즈의 도움 요청에 아무런 도움을 주지 않았던 주민들이나 성폭력을 당하는 여성을 방관하기만 했던

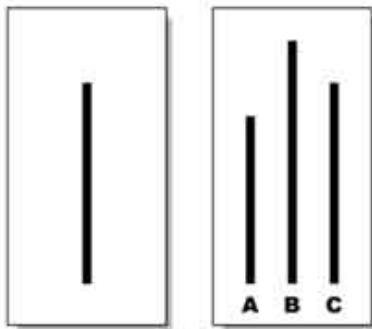
스탠드바의 남자들이나 그들은 단지 구경꾼만으로 존재했기 때문입니다. 필요한 교훈은 도움의 요청은 항상 한 사람을 구체적으로 지목하여야 한다는 점입니다.

사람들은 사회적 준거를 찾을 때, 특히 자신과 유사한 사람들의 행동을 관찰하려 하고, 그 사람들의 행동이 관찰될 때 가장 효과가 큼니다. 따라서 주부에게는 “이 동네의 많은 주부님들에게 부탁을 드렸는데 다들 흥미로워하시더군요.” 라는 등의 정보를 줬은 사람에게는 “젊은 분들이 오히려 더 적극적으로 이 조사에 응하시더군요.” 라는 등의 정보를 줌으로써 조사 대상자와 유사한 사회적 증거를 제시하는 것이 조사 요청에 대한 동의를 얻을 확률을 높여주게 됩니다. 사람들은 주변 사람들과 다르게 보이는 것을 두려워하는 경향을 지닙니다. 그리고 다른 사람들과 같은 행동을 하려는 경향이 있습니다. 이러한 현상을 동조현상이라 합니다. 이러한 동조현상은 인간에게서만 나타나는 것이 아니라 개미나 벌과 같이 집단 생활을 하는 곤충, 또는 원숭이나 사자 등에게서도 나타나는 아주 보편적인 행동 성향이라고 볼 수 있습니다. 집단내의 다른 구성원들과 다르게 보이거나 달리 행동하는 개체들은 다른 구성원들로부터 따돌림을 받거나 심한 경우 공격을 받게 됩니다. 결과적으로 이런 개체들은 집단으로부터 배척되거나 공격받아 생존할 수 없는 상황에 처하게 됩니다. 인간에게도 남과 달리 보이는 것, 남과 다르게 행동하는 것에 대한 두려움은 아주 보편적인 성향이어서 사람들은 일반적으로 남과 다르게 보이지 않으려 하고, 그래서 항상 주변을 관찰하며 다른 사람들의 행동을 주시하게 되는 것입니다.

생각상자 속의 애쉬 교수의 실험은 사회적 동조 압력이 사람들에게 얼마나 강하게 작용하는지를 보여주고 있습니다. 단순히 사회적 압력에 의해서 자신의 판단(왼쪽의 선분과 길이가 같은 선분은 C라는)과 다른 답(C가 아닌 A)을 하는 것 뿐만 아니라, 이러한 상황이 반복되는 경우, 판단의 번복 뿐만 아니라 나중에는 실제 왼쪽의 선분과 길이가 같은 것이 선분 A라는 신념까지 생긴다고 합니다. ‘남들 다 시키는 과외’ 나만 안 시키면 불안하고, ‘남들 다하는 주식 투자’, 나만 안 하면 왠지 나만 어디 모자란 것 같고, ‘남들 다하는 인터넷’, 나만 안 하면 뒤떨어지는 것 같고..... 이러한 심리의 바탕에 바로 사회적 동조 심리가 깔려 있는 것이라고 볼 수 있습니다.

사회적 동조

물리적 힘이나 권력의 압력으로 자신의 의지와 관계없는 선택을 하게 되는 것을 복종이라고 합니다. 그러나 때로 누구도 강제하지 않는데 남들 하는 대로 따라 하는 경우가 많습니다. 뜨거운 여름에 친구들과 음식점에 갔을 때 친구들이 모두 냉면을 시키면 자신은 다른 것을 먹고 싶은데도 어쩔 수 없이 냉면을 시키는 것과 유사한 경험을 한 적은 없나요? 또는 유행하는 옷이 처음에는 마음에 들지 않는 데도 다른 사람들과 다르게 보이는 것이 싫어 그 옷을 사게 되고 나중에는 맘이 편해지는 경험을 한 적은 없나요? 누구도 꼭 냉면을 시키라든지, 꼭 그 옷을 사라고 강제한 사람도 없는데 자신의 의지와 관계없이 남들의 선택에 편승하게 되는 현상을 심리학에서는 **동조현상**이라고 합니다.



솔로몬 애쉬라는 심리학 교수는 이러한 현상을 알아보기 위해 재미있는 실험을 궁리해냈습니다. 원편의 그림을 보시고 한번 맞춰 보시기 바랍니다. 오른쪽 A, B, C 세 개의 선

분 중, 왼쪽의 선분과 길이가 같은 선분을 맞추는 문제입니다. 정답이 C라는 것은 유치원생도 맞출 수 있는 아주 쉬운 문제입니다.

그러나 앞에서 대답하는 세 사람이 A가 정답이라고 말한다면 (물론 그 세 사람은 애쉬를 도와 일부러 거짓말을 한 것입니다)? 놀랍게도 실험에 참가한 열 명 중 세 명꼴로 앞의 세 사람을 따라 정답이 A라고 대답한 것입니다.

반복적으로 이런 말도 안 되는 상황에 노출시킨 결과 열 명 중 일곱 명꼴로 최소한 한번은 말도 안 되는 나머지 세 사람들의 답을 따라 말했다는 점입니다. 사람들은 이처럼 남들과 다르게 보이고 싶지 않아 하는 경향(동조경향)을 지닙니다.

이러한 동조경향은 바로 사회적 동물인 인간의 특성 중의 하나입니다. 집단은 유유상종의 원칙하에 이루어지고 유지됩니다. 누군가 너무 특이하게 튀는 경우 집단은 그를 경계하고 견제합니다. 그래서 남들 다 하는 것을 안 하거나 못 하면 불안해하는 것입니다. 조사원은 바로 이러한 응답자의 동조경향을 자극하면 조사 협조를 얻어내는데 도움이 될 수 있습니다.

4. 호감의 법칙

1) 그 사람의 호감을 사라!

재판 과정에서 피의자의 외모나 체격이 판결에 중요한 역할을 한다는 다수의 연구 결과는 참 거북스러운 느낌을 갖게 합니다. 여성 범죄 전문가의 한 사람은 경험 많은 법률 전문가들도 여성 피의자의 외모에 의해 간혹 속임을 당한다는 주장을 하기도 했습니다. 이러한 이야기를 들으면 우리는 세상이 불공정하다는 생각이 듭니다. 외모는 그 사람에 대한 다른 정보가 없을 때 그 사람에 대한 호감을 결정하는 가장 중요한 근거가 됩니다. 또는 그 사람에 대한 다른 정보가 있을 때조차 외모는 그 사람에 대한 판단의 가장 중요한 기준으로 작용합니다. 이

것이 사람들의 심리적 특성이라면, 조사원들은 이러한 점을 조사 대상자를 설득하는데 활용해야 합니다.

(1) 타파웨어 파티

미국에 ‘타파웨어’라는 회사에서 판촉 활동 중의 하나로 주부들로부터 응모를 받아 그들이 ‘타파웨어 파티’라는 것을 열 수 있도록 지원해주고, 그 파티에서 자사 제품을 판매하도록 했습니다. 그리고 총 매출금 중의 일부를 파티를 주재한 주부에게 돌려주었습니다. 그 파티에 참석한 많은 주부들이 물건을 구매했는데 이는 그 사람들이 낯선 사람에게서 물건을 구매하는 것이 아니라 파티에 초청을 받고 참가할 정도의 호감을 지닌 파티를 주최한 주부에게서 물건을 구매하는 것이 더 쉬웠기 때문입니다. 즉 아는 사람 특히 호감을 갖고 있는 사람의 구매 요청인 이유로 거절하기 어려웠던 것입니다.

(2) 자동차 판매왕의 비결

미국의 자동차 판매왕 지라드라는 사람은 매달 1만 3000명이 넘는 고객에게 ‘나는 당신을 좋아합니다’라고만 적힌 카드를 보냈다고 합니다. 매달 이런 카드를 받는 고객은 어떤 생각을 할까요? 단순히 ‘나는 당신을 좋아합니다’라는 메시지만으로 판매왕이 되었다라는 것은 사람들이 아주 낯선 사람보다는 그래도 한 달에 한 번 자기를 좋아한다는 메시지를 보내는 사람을 선택할 확률이 높았음을 시사합니다. 가격 조건이 정당하기만 하다면 지라드에게 구매 의사를 밝힌 사람은 결국 자동차를 그에게 구매하게 되는 것입니다.

호감을 얻기 위한 방법에 대해서는 첫인상과 관련된 부분에서 다시 다루겠지만, 좋은 첫인상은 외모와 차림새, 올바른 자세와 예절에도 있겠지만, 상대방을 칭찬하거나 띄워주는 말을 하는 것도 좋은 방법입니다. 예를 들어 “친절하실 것 같아요”, “자상하실 것 같아요” 등의 그 사람의 사람 대하는 태도에 대한 긍정적인 평가를 해주면 사람들은 일단 인사치레의 말인줄 알아도 기분이나쁘지 않으며, 일단 그 말을 분명하게 거절하지 않는 이상 암묵적인 수용의 형태가 되어서 다음 반응이 그 긍정적인 평가와 어긋나는 방향으로 가게 되기 힘들게 됩니다. 그리고 사람들은 자기를 칭찬해주거나 인정해주는 사람을 긍정적으로 바라보려는 경향이 있기 때문에 아주 좋아하게 되지는 않더라도 약간의 호감이라도 갖게 됩니다. 조금이라도 좋게 생각하는 마음이 들게 되면, 그 사람이 부탁의 아주 부담이 큰 것이 아니라면 승낙할 가능성이 그만큼 높아지는 것입니다.

따라서 조사원은 조사 대상자를 만났을 때, 그 사람의 친절, 상냥함, 너그러움, 자상함, 배려심 등에 대한 긍정적인 평가를 말로 표현해주는 것이 조사 승낙을 받는데 도움이 된다는 것을 유념해야 합니다. 요즘 유행하는 ‘칭찬은 고래도 춤을 추게 한다’는 말처럼 대부분의 사람들은 칭찬에 약하다는 사실을 명심해야 합니다.

5. 권위의 법칙

1) 전문성으로 승부하라!

설득에 영향을 주는 중요한 내용은 설득자, 설득내용,

그리고 설득 상황이라는 것은 앞에서 이야기했었습니다. 권위의 법칙은 바로 설득을 하는 사람이 갖는 권위의 정도가 설득 여부에 영향을 준다는 것입니다. 미국 보건성의 보고에 의하면 환자의 투약과정에서 매일 평균 12%의 실수가 발생하는데 이런 투약 사고의 공통점은 병원의 환자, 간호사, 약사, 그리고 인턴, 레지던트들이 담당 주치의의 처방전을 전혀 의심 없이 받아들이고 있다는 점입니다. 이것은 바로 담당 주치의의 권위를 무조건적으로 인정하기 때문에 주치의의 처방에 전혀 아무런 의심도 하지 않는다는 점입니다.

우리의 사회와 문화는 특히 권위에 대해서는 거의 무조건적으로 복종하는 것이 미덕처럼 여기고 있는 측면이 많습니다. 이러한 권위에 대한 복종은 거의 무의식적인 차원에서 자동적으로 이루어지고 있습니다. 이러한 권위는 두 가지 근원을 갖는데 하나는 권력이며 다른 하나는 전문성입니다. 권력은 과거의 전통적인 사회나 군대와 같은 계급 사회, 그리고 경제적 관계에 의한 기업 같은 사회에서의 권위의 근원이 됩니다. 다른 하나는 전문성입니다. 어느 한 쪽이 지식과 정보에서 우월한 위치에 있게 되면(전문가라면) 그 사람은 그렇지 못한 사람들에게 대해 권위를 지닐 수 있게 됩니다. 예를 들어 변호사나 판검사와 같은 법률가나 의사, 교수 등이 바로 그런 전문가로서의 권위를 갖게 되는 것입니다.

조사원들은 두 가지를 가지고 조사 대상자에게 전문가로 보여야 합니다. 하나는 통계청이라는 국가기관의 권위를 위임 받은 사람이라는 점입니다. 이는 조사원증이나 관련 공문 등으로 상징적으로 그 권위를 나타낼 수

있습니다. 이는 마치 의사는 흰 가운만으로 판검사는 법복만으로, 또는 종교인들은 그들 나름대로의 복장만으로 그들의 권위를 상징하고, 환자나 소송 당사자들, 신도들은 그 상징이 의미하는 권위에 거의 절대적인 복종을 하게 되는 것과 다르지 않습니다. 물론 요즘 세상에는 정부 공무원들에 대한 좋지 않은 인식이 사라지고 있지는 않지만 그래도 많은 사람들에게는 국가 공무원의 권위가 업무 수행에 도움이 됩니다.

다른 하나는 조사 면접에 대한 전문가로서의 권위입니다. 이는 적절한 지식과 기술, 그리고 그에 걸맞은 복장과 꾸밈새입니다. 사람들이 얼마나 권위에 무조건적으로 복종하는지는 아래에 생각상자에 소개된 심리학 실험을 참조해보시면 알 수 있습니다.

세상에서 가장 잔인한 실험

사람은 왜 불합리한 권위에 복종하는가? 1961년 예일대학 심리학과 교수 스탠리 밀그램은 사람들이 불합리한 권위 앞에 복종하는 이유가 궁금했습니다. 독일의 나치 장교들이 어떻게 히틀러의 명령을 받들어 1,200만 명의 사람들을 잔인하게 고문, 살해했는지 이해하고 싶어 했습니다. 밀그램은 사람들이 파괴적인 명령에 복종하는 이유가 성격이 아닌 상황 때문이라는 생각을 하게 됩니다.

불가피한 상황에 처하면 아무리 이성적인 사람도 도덕적 규칙을 무시하고 잔혹 행위를 할 수 있다는 것이었습니다.

이에 그는 심리학 역사상 가장 끔찍하고 위대한 실험을 계획했습니다. 사람이 어디까지 잔인해질 수 있는지를 알아보고자 한 이 실험은 실험 참가자 2인으로 구성되었습니다. 한 명은 선생, 다른 한 명은 학생이 되어 선생이 수수께끼를 내면 학생이 맞는 방식이었습니다. 만일 학생이 답을 틀리면 선생이 전기 충격을 가하도록 실험이 설계되었는데, 문제를 틀릴 때마다 전기 충격의 강도가 세졌습니다. 처음에는 15볼트, 30볼트, 45볼트…… 그렇게 450볼트까지 올라갔습니다. 선생이 된 피실험자는 고통을 호소하는 학생의 비명 소리를 들으면서도 전기 충격을 가했고, 나중에는 상대방이 죽음에 이를 지경이 되어도 멈추지 않았습니다. 고통스러운 것은 학생 역할의 참가자만이 아니었습니다. 선생 역할의 참가자도 상대방의 고통에 괴로워하면서 눈물을 철철 흘렸습니다. 그러나 전기 충격 기계는 작동되지 않는 가짜였습니다. 학생 역할을 맡은 사람도 돈을 받고 고용된 배우로서, 가짜 고통을 연기하고 심지어 죽은 것처럼 가장했던 것입니다.

과연 명령을 받은 사람들은 어느 정도까지 명령에 따랐을까요? 평범한 시민의 몇 퍼센트가 충격을 가하라는 실험자의 명령에 순종했을까요? 놀랍게도 명령에 충실히 이행한 사람은 실험 참가자의 65퍼센트나 되었다. 실험을 고안한 밀그램에게 조차 그것은 충격적인 수치였습니다. 사회 심리학자인 밀그램은 자신의 연구 결과를 상황의 차원, 즉 권위의 영향으로 해석했습니다. 이 실험은 사람들이 권위에 얼마나 무조건적으로 복종하는지를 잘 보여 주는 실험이라고 할 것입니다.

6. 희귀성의 법칙

1) ‘당신이 마지막’ 이라고 외쳐라!

어떤 품목이 희귀하거나 희귀해지고 중이라면 그 가치는 더욱 높아지며 또한 이전까지는 풍부하던 기회가 갑자기 줄어들고 사라지게 되면 사람들은 그러한 기회에 대해 애착을 느끼며 그 기회를 얻기 위해 애를 쓰게 됩니다. 예를 들어 여러분들이 백화점이나 대형 할인점 식품 코너를 가게 되면, ‘자, 이제 얼마 없습니다.’ 라는 구호를 듣거나 또는 ‘한정판매’ 코너가 있는 것을 볼 수 있습니다. 바로 품목의 희귀성 법칙을 이용해 사람들을 끌어 모으는 전략입니다. 다른 하나는 ‘이제 곧 끝납니다!’ 라거나 ‘앞으로 30분만 얼마의 가격에 모십니다!’라는 시간제한을 두는 안내를 들을 수도 있습니다. 순간 사람들이 바로 그 매장 앞으로 몰리는 현상을 보게 될 것입니다. 이것은 바로 기회의 희귀성 법칙을 이용한 상술인 셈입니다.

또는 가전제품 대리점에서 어떤 에어컨 모델에 관심을 가지고 점원에게 물어보면, 점원은 그 모델은 자신의 매장에서 품절이 되었고, 다른 매장에 남아 있는지를 알아 봐 줄 수 있다고 합니다. 그러면 그 손님은 알아 볼 것을 부탁하고 다른 매장에 있다는 대답을 들으면 가격에 관계없이 그 제품을 사게 될 확률이 높아집니다. 이에 역시 품목과 기회의 희귀성 법칙으로 설명할 수 있습니다.

통계의 중요성에 대한 인식이 높아지면서 국가기관은 물론 기업과 기타 단체들에서 수많은 통계조사를 실시하

고 있습니다. 따라서 조사 대상자들은 조사 요청 경험이 많아지고 그것이 귀찮은 일이라는 인식을 가질 수 있습니다. 따라서 조사원은 지금 요청하는 조사가 그렇게 자주 실시하는 조사가 아니라는 점, 그리고 이 조사에 모든 사람들이 참여할 기회가 있는 것은 아니라는 점을 역설적으로 설명해주는 것도 통계조사를 귀찮아하는 사람들을 설득할 수 있는 한 가지 방안입니다.



제 5장 면접 실무와 수행

현장에 나가서 응답자를 대면하고, 조사에 응해줄 것을 요청하면 사람마다 다양한 형태의 반응들을 보입니다. 경험이 많지 않은 조사원들은 그 다양한 반응들이 처음에는 단 두 가지로만 보입니다. 즉 긍정적인 반응인지 부정적인 반응인지로만 판단됩니다. 그리고 부정적인 반응이라고 생각되면 두려움이 먼저 일어날 것입니다. 그러나 경험이 많아지게 되면 부정적인 반응이라도 그 안에서 응답을 이끌어 낼 수 있는 단서들을 파악할 수 있게 됩니다. 이번 장에서는 면접 현장에서 응답자들이 보일 수 있는 특성들과 면접 장면에서 조사원이 지켜야 될 응답자에게 지켜야 될 예절이나 태도 등에 대해서 알아보겠습니다.

1. 첫인상 - 조사 현장에서 살아남기

조사 현장에서 조사를 수행할 때 가장 어려운 장면은 역시 첫 대면에 조사에 응해줄 것을 요구하고 동의를 받아내는 일일 것입니다. 조사원이 응답자를 선정해서 조사에 응답해주기를 요청하는 경우, 응답자로서는 조사원은 그저 낯선 사람일 뿐입니다. 더구나 조사에 대한 협조 요청은 낯선 사람의 급작스런 요청에 해당합니다. 낯선 사람도 거북한데다 무엇인가를 요청받는 것은 더욱 부담스러운 일이 될 수 있습니다. 또 현대 사회가 워낙

복잡하다 보니, 이 사람이 뭘 사라고 그러는 것은 아닌지, 또는 위험한 사람은 아닌지, 그리고 내가 이 사람을 믿어도 되는지, 또는 안전한 일인지 등의 판단이 내려지지 않을 수 있습니다. 응답 대상자에게 조사원은 항상 무언가를 요구하는 낯선 사람일 수 있습니다. 따라서 조사원들은 응답자들이 보일 수 있는 다양한 반응들에 대해 사전 지식을 가지고 대처해야 하며, 조사원 자신이 지켜야 할 기본 태도를 몸에 익혀야만 합니다.

1) 첫만남과 첫인상

현장 조사는 조사의 성질에 따라 개별 가구 방문 면접조사일 수도 있고, 사업체 방문 면접조사일 수도 있으며, 길거리에서 직접 헌팅을 하는 면접조사일 수도 있습니다. 개별 가구 방문 면접조사도 사전에 연락을 취해 응답 허가를 받은 경우도 있고, 그렇지 않고, 주소만으로 직접 방문하여 조사를 실시하는 경우도 있습니다. 어떤 경우이든 조사 대상자는 조사원의 방문이 그리 달가운 경우는 아닐 것입니다. 그 사람 입장에서는 조사원은 자신의 생활 영역이나 사업 영역에 뛰어든 낯선 사람일 것이기 때문입니다. 그러나 조사원은 응답자의 이러한 입장을 이해하고 면접 조사를 성공시켜야만 하는 것입니다. 이 과정에서 가장 중요한 것은 바로 응답자가 조사원에게 갖는 첫 인상입니다.

첫인상은 3초에서 5초 사이에 결정된다고 합니다. 물론 사람들의 눈길을 끄는 요소는 0.5초 만에 결정되기도 합니다. 첫인상은 무엇에 의해 결정될까요? 바로 ‘표정’에 의해서 결정됩니다.

내가 남인가? - 첫인상의 심리학1. 유유상종

첫인상의 중요성은 사회생활을 하는 사람이면 귀에 못이 박힐 만큼 들어서 알고 있는 사실입니다. 그만큼 사람에 대한 판단과 결정에서 처음 갖게 되는 그 사람에 대한 인상의 영향이 강력하다는 것을 의미합니다. 그렇다면 모든 사람들에게 첫인상의 효과가 이렇게 강하게 나타나는 것일까요?

첫인상의 첫 번째 심리적 기능은 바로 '나'와 같은 사람인가 '다른' 사람인가에 대한 판단 기능입니다. '나'와 많이 다르지 않은 사람은 쉽게 '우리'로 편입될 수 있는 사람이고 안전한 사람입니다. 그러나 '나'와 많이 다른 사람들은 그들이 '우리'가 될 수 있는지가 불확실합니다.

'다름'은 '낯섭'을 의미하며, '낯섭'은 '위험한 것'일 수 있다는 본능적인 생각을 하게 합니다. 그래서 사람들은 자기와 비슷한 정도의 사람들에게서 안전함과 편안함을 느낍니다. '유유상종(類類相從)'이라는 말이 옛말 그대로인 셈입니다. 서로 친한 사람들은 취향, 생활환경, 버릇, 습관뿐만 아니라 출신 학교, 지역, 종교적 신념 등이 비슷한 경우가 많습니다. 동류의식은 사람들을 서로 쉽게 좋아하게 만들기 때문입니다.

여기에는 누군가가 나와 유사한 행동을 한다면 '옳다'는 선입견을 갖게 되는 심리적인 효과도 있습니다. 심리학에서는 이를 유사성효과라고 합니다. '다름'이 '틀림'을 의미하는 것이 아니듯, '같음'이 '옳음'과 일대일로 연결되는 것이 아니지만 감정적으로는 그럴지 못합니다. 옳다는 감정은 기분 좋게 해주며 이런 감정은 사람에도 투영되게 됩니다. 또한 비슷한 취향의 사람들은 쉽게 예측할 수 있고 이런 예측가능성은 관계에 있어서 스트레스를 덜 유발하게 됩니다. 그러나 반대로 상대방이 자신과 전혀 다르다고 느끼는 경우에는 쉽게 반감을 느끼게 됩니다. 이를 심리학에서는 첫인상에 미치는 이러한 효과를 반감효과라고 합니다.

그래서 결혼을 할 때도 서로의 조건이 엇비슷한 사람들끼리 하려는 경향이 있습니다. 이러한 경향을 심리학에서는 ‘걸맞추기(Matching Principle)’ 라고 표현합니다. 여기에서의 결혼, 조사원이 조사 대상자에게 외모의 꾸밈이나 복장에서 다르게 느껴진다면? 당연히 조사 대상자는 조사원을 낮설어 하며 기피할 것입니다. 그래서 그에게 맞춰 걸맞추기를 할 수 있는 유연함을 지닐 수 있어야 합니다.

외모는 여러 가지 유전적인 복잡한 요인에 의해 결정되어 지지만 표정은 나의 마음먹기에 따라 만들어지며 이것이 첫인상을 형성하는데 가장 중요한 요인이 되는 것입니다.

전문가에 따르면 우리의 얼굴에는 80여 개의 근육이 있어 7,000가지 이상의 표정을 만들 수가 있다고 합니다. 이 80여 개의 근육 중 좋은 표정을 짓는데 사용되는 근육은 17개뿐이며 나쁜 표정을 짓는데 쓰이는 근육이 43개라고 합니다. 얼굴 표정을 결정짓는 대부분의 근육들은 눈썹과 입가에 있는데, 이들 근육들은 연습으로 부드러운 표정을 지을 수 있게 됩니다. 가장 중요한 근육은 입가의 근육인데 미소 짓는 입 꼬리가 살짝 올라가도록 표정 짓는 입매가 인상을 좌우합니다. 이것은 입가의 근육을 풀어주는 운동으로 훨씬 부드러워질 수 있는데 양손 끝으로 입 꼬리를 잡고 살짝 올려주는 연습도 좋다고 합니다. 그러나 표정을 좌우하는 데는 무엇보다도 마음이 가장 크게 작용합니다. 좋은 마음이 먼저 우러나 자연스럽게 좋은 표정이 지어진다면 더 할 수 없이 좋겠지만 그렇지 못한 상황에서라면 다소의 연출이 필요하기도

합니다. 그러나 사람들은 억지로 웃은 웃음을 잘 느낀다고 합니다. 그러니 항상 마음가짐을 밝게 갖는 것이 중요합니다. 눈과 입이 웃는 아름다운 미소와 표정을 가진 사람을 사람들은 좋아한다고 합니다. 그리고 함께 일하고 얘기하고 싶은 사람으로 기억합니다. 여기에는 어느 만큼의 자신감과 일에 대한 자부심, 그리고 상대에 대한 배려가 있어야만 여유로운 마음과 표정이 만들어집니다. 아래 그림을 보시면 같은 사람의 얼굴이라도 표정에 따라 얼마나 다르게 보이는지 알 수 있습니다.



[그림 4] 표정

2) 첫 만남에 좋은 첫인상을 주려면

4초면 상대방의 첫인상이 결정됩니다. 이처럼 짧은 시간에 조사 대상자는 조사원의 외모와 표정, 옷맵시, 다가서는 몸짓과 태도 등으로부터 조사원의 첫인상을 형성하게 됩니다. 조사원들은 매번 새로운 조사 대상자들을 만날 때마다 그 사람들이 자신에 대한 첫인상을 먼저 형성하고 나서 그 조사원을 어떻게 대할지를 결정합니다. 그리고 한번 첫인상이 형성되면, 좋은 나쁜든 그것을 되바꾸는 것은 매우 힘든 일이 됩니다. 따라서 좋은 첫인상을 주는 것 자체가 가장 중요한 면접 기술 중의 하나라고도 할 수 있을 것입니다. 일단 좋은 첫인상을 주게 되

면 그 다음은 그리 어렵지 않게 진행될 수 있기 때문입니다. 그러면 어떻게 행동하는 것이 좋은 첫인상을 만들어줄까요.

(1) 시간을 지켜라

‘사람은 자기를 기다리게 하는 사람의 결점을 계산한다’라는 프랑스 속담이 있습니다. 그만큼 약속된 시간의 준수가 중요함을 의미하는 것일 것입니다. 약속된 시간보다 늦게 나타나는 것은 때로 상대적으로 권력 우위의 표현으로도 느껴지기 때문에 시간 약속을 하고 개별 가구나, 개인 또는 사업체를 방문하는 경우 정확히 시간 약속을 지키는 것이 중요합니다. 부득이 해서 제 시간을 맞출 수 없는 경우라면, 약속 시간 전에 연락을 해서 늦어지는 경위와 얼마나 늦어질 것인지를 양해를 구해야 합니다. 약속 시간의 엄수는 바로 첫 만남 전의 신뢰성에 대한 중요한 단서가 되기 때문입니다.

(2) 꾸밈없는 자연스러움을 보여줘라

조사원이 너무 격식을 차리고, 스스로 어색해 하면 상대방도 불편해합니다. 이 경우 응답자는 조사원이 까다로운 사람이라거나, 또는 불편하게 하는 사람이라는 첫인상을 지닐 수가 있습니다. 응답자를 처음 대할 때는 차분하고도 침착하게, 그리고 자신감 있는 태도로 대해야 합니다. 조사원이 차분하고 자연스럽게 접근해야만 응답자는 별 다른 감정의 동요 없이, 또는 낯선 사람에 대한 두려움이나 불안을 갖지 않고 응답자를 대하게 될 것입니다. 처음 면접조사를 하는 초보 조사원들은 긴장이완 기법을 익혀두는 것도 도움이 될 것입니다.



긴장이완 기법

전반적인 긴장상태를 해소시키며, 또 갑자기 놀랐을 때 나타나는 신체적 긴장을 감소시키는데 도움이 되는 가장 좋은 운동은 소위 '점진적 근육 이완법(progressive muscle relaxation)'입니다. 이 방법은 매우 효과적인 긴장이완방법입니다. 이 기법은 신체 주요 근육의 긴장을 방출시키고 동시에 신체 증상에 대해 주의 집중을 할 수 있게 해 줍니다.

자, 1분간 당신의 몸을 가능한 최대(통증을 느끼지 않을 정도로) 긴장시켜 보십시오. 다리와 팔, 얼굴, 어깨, 등, 배 모든 신체 부위를 긴장시키십시오. 어떤 반응이 옵니까? 아마도 경련이나 떨림, 피로감, 신체 각 부위의 통증, 근육의 뻣뻣해짐. 힘이 빠짐. 마비되는 느낌 등 다양한 감각이 초래될 것입니다.

아래에서 지시하는 대로 따라 해보시기 바랍니다.

자, 눈을 감고 깊이 숨을 쉬어 봅시다. 복식호흡을 하면서 부드럽게 숨을 쉬십시오(약 10초). 이제부터 이완연습을 시작하겠습니다. 오른쪽 주먹을 꼭 쥐어서 근육을 긴장시켜봅시다.(약 7초 후, 혹은 속으로 일곱까지 수를 센 다음) 자, 오른손의 근육을 편안하게 이완시키고 근육을 긴장시켰을 때와 풀어주었을 때의 느낌을 비교해보십시오(약 10초 후, 혹은 속으로 열 가지 수를 센 다음). 이번에는 왼손입니다. 왼쪽 주먹을 꼭 쥐어서 긴장시켜 봅시다(약 7초 후). 자, 왼손을 편안하게 이완시키고 왼손근육을 이완시켰을 때와 풀어주었을 때의 느낌이 어떻게 다른지 비교해보십시오(약 10초 후).

이런 방식으로 오른팔, 왼팔, 다시 오른쪽 다리와 발, 왼쪽 다리와 발을 차례대로 해보면 신체 전반의 긴장이 완화되며 마음이 편안해지는 것을 느낄 수 있습니다. 이 방법은 일종의 정신 치료 요법으로서 평상시에도 갑자기 불안해지거나 마음이 떨리는 상황에서 마음 안정시켜 주는 효과가 있습니다.

(3) 단정하고 편안한 옷차림과 화장을 하라

심리학에서는 사람에게 호감을 느끼는 첫째 요소를 유사성을 꼽습니다. 속담에 ‘유유상종’이란 말도 같은 의미가 됩니다. 나와 너무 다른 옷차림과 생김새, 튀는 외모는 일반적으로 사람들에게 거부감을 주게 됩니다. 너무 화려한 색상의 옷차림이나 노출이 많은 옷차림, 너무 진한 화장 등이 그렇습니다. 조사 면접 상황은 자신이 독특하고 남다른 특성을 보여 줘야 하는 그런 상황이 아니라, 처음 만나는 조사 대상자를 설득해서 조사 응답에 대한 동의를 얻고 조사를 진행해야 하는 상황입니다.

조사의 성질에 따라 다르겠지만, 가장 무난한 복장은 단정한 옷차림과 외모일 것입니다. 만일 사업체 방문 조사라면 가능하면 정장 차림이 바람직하고, 개별 가구 방문 면접 조사일 때에는 주부들이 부담을 느끼지 않을 정도의 편안하고 단정한 옷차림이 좋을 것입니다. 머리 손질도 가능하면 단정하게 하는 것이 좋습니다. 중요한 것은 조사 대상자가 조사원을 자신의 공간에 부담 없이 들여 줄 수 있는가 하는 것입니다. 서로 엇비슷하다고 느껴야만 조사원을 큰 어려움 없이 받아 들여 줄 수 있을 것입니다.

(4) 웃는 얼굴로 다가서라

‘웃는 얼굴에 침 뱉으랴’는 우리 속담이나. "Smile and the world smiles too", 즉 ‘웃어라, 세상이 따라 웃을 것이다'는 서양의 격언이 말해주는 것처럼 미소와 웃음은 사람들의 심리적 무장을 해제시키는데 가장 효과적인 수단이 됩니다. 좋은 첫 인상을 만드는데 미소와 웃음만

큼 돈 안 드는 효과적인 방법은 없습니다. 따뜻하고 자신감이 배어 있는 미소는 상대방을 편안하게 만들어 줍니다.

환한 미소를 갖기 위한 연습

눈(eye). 눈은 마음의 상태를 그대로 반영합니다. 눈에 직접적으로 물리적인 연습을 적용할 수는 없으므로 심리적 자극을 주는 방식으로 연습합니다. 먼저 거울을 보면서 자신의 눈이 웃을 때와 웃지 않을 때가 어떻게 다른지 체크해 보고 의식적으로 눈의 변화를 시도해 보는 것입니다. 무엇보다 항상 자신의 눈이 웃고 있음을 느낄 수 있도록 늘 의식하면서 생활해야 합니다.

입(mouse). 눈이 미소의 시작이라면 입은 미소의 확장입니다. 입의 모양에 따라 가장 많은 근육이 움직이기 때문에 입가에 미소를 지을 때 미소가 가장 잘 드러납니다. 가장 이상적인 입모양은 윗입술과 아랫입술 사이에 윗니가 가지런히 놓인 상태입니다. 이때 양쪽 입 꼬리가 쳐지지 않은 상태를 유지한다면 더욱 좋습니다. 그런데 항상 이 모양을 유지하기란 불가능하기 때문에 모양 유지가 필요한 순간마다 '김치', '위스키'등을 발음하면 도움이 됩니다.

(5) 마음을 열고 당당하게 대하라

당신을 처음 보는 응답자는 당신의 표정 못지않게 당신의 몸짓이나 손짓 등에서 당신이 어떤 사람인지를 읽습니다. 응답자들은 당신의 말보다도 먼저 보게 되는 당신의 다가서는 태도와 몸짓에서 당신을 판단할 수도 있습니다. 이때 여러분의 몸짓과 손짓은 망설임과 주저를 드러내서는 안 됩니다. 적절한 자신감과 자기 확신을 보여

줘야 합니다. 깨끗하고 바른 자세로 다가서고, 미소 띤 표정으로, 정확히 눈을 맞추고, 살짝 상체를 굽혀 인사의 예를 갖춥니다. 이런 자세는 상대방에게 위협적이지도 않으면서 편안하게 당신을 대할 수 있게 해줄 것이며, 당신이 뭔가 어려운 부탁을 해서 자신을 괴롭히리라는 생각을 하지 못하게 할 것입니다.

대부분의 사람들은 처음 보는 사람에게 다가가서 무언가를 부탁하려 할 때 다소 불안한 기색이 되어 주저하고 머뭇거리는 모습을 보이게 됩니다. 가슴이 두근거리고, 호흡이 빨라지며, 얼굴도 붉어집니다. 손바닥에 땀이 배이기도 합니다. 어떤 사람은 머리를 긁적이기도 합니다. 이것은 모두 처음 현장에 나갔을 때 나타날 수 있는 자연스러운 현상입니다. 하지만 반복적인 현장 경험을 통해 이러한 주저하고 불안해하는 표정과 몸짓을 극복해야 하며 극복할 수 있습니다.

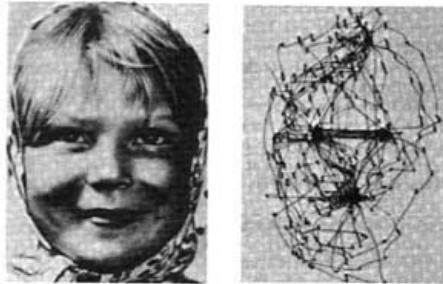
조사원은 스스로 당당해지기 위해서는 무엇보다도 자신이 참여하고 있는 조사에 대한 충분한 지식을 통해 응답자의 어떠한 돌발 질문에 자신 있게 응할 수 있는 자신감을 가져야 합니다. 조사원의 주저하는 태도와 말투는 조사 대상자를 더 방어적이게 할 수 있습니다. 자신이 현장 조사 전문가라는 자기 인식과 반드시 필요한 응답자를 설득해 중요한 자료를 확보하는 자기 역할 인식을 먼저 갖고 있어야 합니다.

시선과 응시

여러분들은 사람을 만나면 제일 먼저 어느 곳을 보게 됩니까? 당연히 눈입니다. 눈은 사람들의 '마음의 창'이라고도 합니다.

보통 사람들은 거짓말을 할 때는 상대방의 눈을 잘 보려 하지 않습니다. 마음속이 들여다보일까 해서 그렇습니다. 그만큼 눈은 그 사람에 마음에 대한 많은 정보를 주는 셈입니다. 권투 선수나 태권도 선수들도 상대방과 시합을 할 때 주먹이나 발을 보는 것이 아닙니다.

상대의 눈을 보고 상대의 공격 의도와 공격 방향을 예측하는 것입니다. 아래 그림은 사람 얼굴을 보여 줬을 때 시선이 어떻게 움직이는가를 보여주는 그림입니다. 가장 먼저 양쪽 눈을 집중적으로 들여다보고 나서 얼굴의 다른 부분으로 움직입니다.



눈은 첫인상을 결정하는 가장 중요한 부분이기도 합니다. 사람들은 처음 보는 사람의 눈을 쳐다보며 그 사람이 자신에게 적의를 갖고 있는지 아닌지를 판단합니다. 만약 자기에게 다가서는 사람은 매서운 눈초리로 자신을 쳐다보면 겁을 먹게 됩니다. 또는 자기에게 말을 건 사람이 자꾸 눈을 두리번거리면 불안해질 것입니다. 상대방을 차분하게 쳐다보고, 상대가 말을 하는 동안 그의 눈을 쳐다보며 말을 들어 주는 것, 이것이 바로 정중한 경청 태도입니다.

만일 상대방의 눈을 직접 보는 것이 쑥스러우면, 상대방의 눈썹이나 미간을 쳐다보는 것도 한 가지 방법입니다. 점차 그런 방법에 익숙해지면 처음 만나는 사람의 눈을 차분하게 바라보는 것도 가능해집니다. 상대방이 눈길을 피할 수도 있습니다. 이런 때는 억지로 눈을 맞추려 하지 않는 것이 좋습니다.

눈길을 마주치는 것은 매우 중요한 사회적 교환 행위입니다. 숙련된 조사원은 적절한 눈길과 눈빛만으로도 응답자의 많은 부분을 읽어 낼 수 있고, 그걸 통해 면접 상황을 적절히 조절해낼 수도 있습니다.

(6) 긍정적인 태도를 보여라

조사원의 태도는 곧 응답자의 마음에 전달됩니다. 당신이 접근하는 조사 대상자와의 면접을 성공적으로 끝낼 수 있다는 마음을 먹고 접근하는 것이 중요합니다. 처음부터 "잘 안될 수도 있어", "안되면 어떡하지?" 등의 부정적이고 회의적인 마음으로 접근하면, 상대방은 당신의 그런 부정적인 생각을 당신이 보여주는 태도에서 바로 읽어 낼 수 있습니다. 당신이 해낼 수 있다는 자신감과 긍정적인 태도를 가지고 처음부터 끝까지 응답자를 대할 때 응답자도 당신의 그런 긍정적인 태도에 영향을 받으며, 당신의 기대에 부응하고자 하는 무의식적인 노력을 해줄 마음을 갖습니다. 응답자를 대하는 동안 마음속으로 '할 수 있어!', 'I can do it!'을 외치시기 바랍니다. 당신에게 자기 최면을 걸어 줄 것입니다.

당신의 마음이 다른 사람을 바꾼다: 피그말리온 효과



그리스로마신화 중에 나오는 이야기입니다. 피그말리온이라는 못생긴 조각가가 있었습니다. 이 사람은 워낙 조각을 잘해서 그가 조각한 작품들은 너무도 생생하여 모두 살아 있는 듯 보였지만 모든 여성들로부터는 외면을 받는 처지였습니다. 그는 세상에서 가장 아름다운 여자를 생각하며 조각을 했습니다. 자신이 깎아 다듬은 조각에 불과했지만 피그말리온은 그

아름다움에 그만 자신의 조각을 사랑하게 됩니다. 그 간절한 사랑에 여신 아프로디테가 감동하여 그 조각에 생명을 불어 넣어 줌으로써 피그말리온은 그 간절한 소망을 이룹니다.

‘간절히 소망하면 이루어진다’는 말은 바로 이런 피그말리온 신화로부터 오지 않았을까요? 심리학에서는 바로 이러한 어떤 사람에 대한 간절한 바람이 그 사람을 변화시키는 이러한 효과를 ‘피그말리온효과’라고 합니다.

교실에서 교사가 어떤 한 학생에 대해서 유별난 믿음과 기대를 갖는 경우, 그 학생은 교사의 믿음과 기대에 부응하는 방향으로 성장해줍니다. 부모와 아이의 경우도 마찬가지입니다. 끝까지 믿어주고 믿는 마음을 그 대상에게 자꾸 표현하게 되면 그 대상은 거기에 영향을 받아 그렇게 변화됩니다.

조사원은 응답자에게 다가서는 그 순간부터 그 사람이 조사에 응해줄 것이며 조사를 완료해줄 사람이라는 강한 신념을 먼저 품으십시오. 그리고 자그만 소리로 자신에게 말하십시오. ‘그래 저 사람은 반드시 조사에 응해 줄 것이야!’ 그 신념은 당신에게 자신감을 갖게 해줄 것입니다.

그리고 그 사람이 반드시 조사에 응하게 해줄 방법만을 생각할 것입니다. 그리고 피그말리온의 영원처럼 그는 조사에 응해줄 것입니다.

(7) 처음부터 끝까지 정중한 자세와 경청하는 모습으로
대하라

처음 만난 사람에게 조사에 응해 줄 것을 부탁하는 일은 쉬운 일만은 아닙니다. 먼저 상대방이 불쾌하지 않도록 정중한 예절을 지키는 것이 중요합니다. 그리고 상대방이 하는 말은 중간에서 말을 가로채는 일이 없이 끝까지 예의를 갖춰 들어 주는 것이 중요합니다. 거절하는 말을 하다가도 그 말을 끝까지 주의 깊게 들어 주면 태도가 바뀌기도 합니다.

2. 조사 예절 및 태도

조사를 위한 면접은 조사원에게는 ‘일’이지만, 응답자에게는 강제로 규정된 일이 아닙니다. 조사원은 두 가지 측면에서 면접과정 동안 지켜야 할 예절과 태도를 따르고 지켜야 합니다. 첫째는 응답자에 대한 존중과 고마움 때문입니다. 그는 반드시 응답을 하지 않아도 될 상황에서 자신의 시간을 내어 조사에 응해 준 것입니다. 조사 후 사은품이나 선물을 주기도 하지만, 그것은 그가 내준 시간과 정성에 비해 항상 적은 것이거나 하찮은 것일 수 있습니다. 사은품이나 선물은 응분의 대가로 지불되는 것이라기보다는 조사 참여에 대한 고마움에 대한 성의 표시 수준이라고 생각해야 합니다. 둘째는 응답자가 처음부터 끝까지 조사에 성실히 참여하도록 하는 것이 수집된 자료의 품질을 높이는 가장 중요한 요소가 되기 때문입니다. 면접 조사를 진행하는 동안 조사원이 지켜야 할 예절 및 태도는 중립성, 공정성, 자연스러움, 일상 대

화를 나누는 분위기의 연출, 응답자를 편안하게 하는 친절, 항상 진지한 자세 유지 등이 될 수 있습니다.

1) 중립적인 태도

일단 조사에 참여하겠다는 의사를 밝힌 사람들은 은연중 조사원들이 어떤 정치적 사회적 태도를 지니고 있는지 궁금해 할 수도 있습니다. 또는 정부 기관에서 조사를 실시하는 경우, 정부 기관의 권위에 따르려는 태도를 보일 수도 있습니다. 말하자면 정부 기관이 원하거나 조사원이 원하는 응답이 있을 수 있다고 생각하고 그에 맞추어 응답하려는 경향을 보일 수도 있습니다. 그래서 질문을 읽어주거나, 선택지를 읽어 줄 때 조사원의 표정을 살필 수도 있습니다. 조사원은 이러한 응답자의 태도에 어떠한 눈치나 언질을 주어서는 안 됩니다. 조사원들이 마음에 명심해야 할 것은 응답자가 어떠한 외부 영향 없이 그 스스로의 판단만으로 응답을 하도록 해야 한다는 것입니다.

예를 들어 ‘정부의 ○○분야에 대한 지원이 충분하다고 생각하십니까?’라는 질문이 있다고 한다면, 어떤 사업체에서는 부정적인 방향의 응답을 회피하려 할 수도 있습니다. 이때 그 사업체의 응답자는 조사원을 떠보기 위한 질문을 던질 수도 있습니다. 이때, 조사원은 그러한 질문을 무시하거나, 아니면 조사 내용은 ‘통계적 처리 이외의 다른 용도는 없음’을 다시 한 번 주지시키는 정도가 좋습니다. 절대 조사원 개인의 생각이 태도를 밝혀서는 안 됩니다.

응답자 편향

심리학은 사람을 대상으로 하는 조사와 실험을 통해 지식을 만들어 갑니다. 그런데 사람들을 대상으로 실험이나 조사를 할 때 참가자는 그 내용과 목적을 모르게 해야 합니다. 왜냐하면 참가자가 연구 내용과 목적, 무엇을 알아보고자 하는 것인지를 알게 되면 무의식적으로 그에 부응하는 방향으로 반응하거나 응답을 하려는 경향이 나타나기 때문입니다. 이 때 나타나는 편향을 바로 ‘응답자(피험자)편향’이라고 합니다. 조사의 경우, 조사의 목적을 설명해주지만, 특정한 질문에 조사원의 태도나 감정이 섞이는 경우 응답자는 그것에 영향을 받게 될 것입니다. 따라서 조사원은 응답의 방향을 유도하는 단서를 절대 주어서는 안 됩니다.

2) 공정한 태도

축구 경기를 할 때 심판이 편파 판정을 하게 되면 관중들은 야유를 보냅니다. 심판이 할 일은 양 팀의 선수들이 경기의 규칙을 잘 지켜나가며 경기를 진행할 수 있도록 공정한 입장에서 경기를 진행시켜야 합니다. 조사 역시 마찬가지입니다. 예를 들어 선거와 관련된 여론조사에 조사원으로 참여한 사람이 자신이 좋아하는 정치인 쪽으로 좋은 응답이 나오도록 유도한다면, 그 조사 결과는 공정한 결과가 될 수 없을 것입니다. 조사에 참여한 조사원이 갖춰야 되는 공정한 태도는 다름 아닌, 어떠한 입장을 취하지 않는 것입니다. 예를 들어 ‘차기 대통령 후보로 적합하다고 생각하는 인물은 누구입니까?’라는 질문이 있다고 합시다. 조사원이 이 질문을 읽어 준 후 특정 인물에 대한 개인적 선호 때문에 후보 인물들의 이

름을 임의로 바꿔서 자신이 좋아하는 인물의 이름 앞에 불러준다면, 이는 공정한 조사원의 태도가 아닌 셈입니다. 또는 응답자가 ‘아무개’는 어떤 문제가 있잖아요? 라고 반문할 수도 있는데, 이때 조사원이 ‘그렇지요’, 또는 ‘그렇리가요?’ 라는 식의 대응을 하게 되면 이 역시 반응을 어느 한 방향으로 유도하는 결과를 일으키게 됩니다. 이때에는 그런 질문이나 언급에 대해서 직접적인 응대를 하지 않고, ‘그렇게 생각하세요?’ 라든지, 아니면 질문을 다시 한 번 읽어 주는 식으로 응대를 해야 합니다.

3) 자연스러운 분위기 연출

면접 조사 과정의 도입은 자연스런 대화를 시작하듯이 시작해야 합니다. 응답자의 동의를 구하고 나서 곧바로 설문지 펴 들고 ‘이제 시작!’ 하는 식으로 면접 조사를 시작하면 응답자들은 순간적으로 당혹감과 부담을 느끼게 됩니다. 따라서 조사원은 자기소개나, 면접 조사의 목적, 응답자 선정 방식에 대한 설명 등을 미리 외워 두었다가 자연스러운 어조와 억양으로, 일상적인 대화를 시작하듯이 알아듣기에 적당한 정도의 크기의 말소리로 설명을 해주어야 합니다. 이 과정에서 너무 딱딱한 진행으로 돌아서는 경우 응답자들이 면접 조사를 어렵게 생각하고 거부할 수도 있습니다.

다시 한 번 설명하지만, 면접 조사 과정은 자연스러운 대화의 형식으로 이끌어 가야 합니다. 일방적으로 교과서를 읽듯이, 또는 시험 문제를 읽어 주고 정답을 요구하듯이 면접 조사를 이끌어서는 조사원도 응답자도 쉽게 지루해지고 지치기 쉽습니다. 조사표에 쓰여진 대로 읽

어 주는 것을 원칙으로 하되, 말하는 속도나 억양 등은 일상적인 대화에서처럼 부드럽고 자연스럽게 진행을 해야 합니다. 때로 어떤 질문에 대해서는 쉽게 응답을 하지 못할 수도 있습니다. 이런 때는 잠시 생각할 시간을 준 뒤, ‘질문을 다시 한 번 읽어 드릴까요?’ 또는 ‘보기를 다시 읽어드릴까요?’ 등의 질문으로 응답자의 흠여지기 쉬운 주의를 다시 한 번 환기시켜 주는 것도 좋은 방법이 됩니다.

또 어떤 질문에서 특히 응답을 하지 못하는 경우, 또는 질문 자체가 민감한 내용일 경우 잠시 기다렸다가, ‘이 질문에 많은 분들이 생각을 많이 하시더군요’ 등과 같은 말을 하는 것도 좋습니다. 왜냐 하면 자신이 빨리 응답을 하지 못하는 것에 스스로 불안해하거나 초조해질 수도 있기 때문입니다. 그런 상황에서 다른 사람들도 이 문항에서 응답을 쉽게 하지 못하더라는 말을 듣게 되면 응답자는 안심하는 마음을 갖게 되고 부담을 덜 느낌으로써 응답하기 쉽게 됩니다.

또 주변에 다른 사람들이 있으면 자연스런 응답이 나오지 않을 수 있습니다. 따라서 가능하면 조사원은 응답자와 일대일로 대면할 수 있는 공간을 찾거나 연출하는 것도 필요합니다. 예를 들어 공원이나 의자가 있는 지하 휴게 공간 같은 곳이라면, 조금 한적하고 외진 공간을 찾되, 확 트여진 공간 쪽은 조사원이 바라보고, 응답자는 조사원만이 보이도록 마주보는 위치를 잡는 것이 좋습니다. 이렇게 하면 응답자는 주변의 소란스러움이나 오가는 사람들에게 주의를 덜 뺏기고 조사원과의 면접 조사에 좀 더 주의를 기울일 수 있기 때문입니다.

4) 응답자를 편안하게 하는 친절

"친절은 이 세상을 아름답게 한다. 모든 배반을 해결해주는 것도 친절의 힘이다. 친절, 그것은 사람들 사이에 얽힌 것을 풀어 주고, 어려운 일을 수월하게 해결해 주며, 암담한 마음에 기쁨을 안겨준다."

친절은 모든 사람들이 다른 사람들이 자신에게 해주기 바라는 덕목입니다. 앞의 인용에서처럼 친절은 낯선 사람들 간의 거리를 좁혀 주고, 그들 간의 유대를 보다 공고히 해주는 힘을 갖고 있습니다. 친절은 상대방으로 하여금 친절을 베푸는 사람이 안전할 뿐더러 필요하다면 자신에 도움을 줄 수도 있다는 느낌을 갖게 합니다. 이러한 친절의 힘에 대한 인식으로 인해 이미 친절이 보이지 않는 전략무기로서 개인으로부터 기업, 관공서에 이르기까지 그 중요성이 날로 부각되고 있습니다.

친절은 흔히 「상대의 입장에서 생각하는 마음」, 「상대를 배려하는 마음, 상대를 불편하게 하지 않는 행동」이라고 말합니다. 조사원들에게 필요한 태도가 바로 이런 점입니다. 조사원의 입장에서 응답자에게 접근하고, 또 면접을 진행하는 것이 아니라, 응답자의 입장을 배려해서 그가 불편함을 느끼지 않도록 접근하고, 응답자의 입장을 고려해서 응답자를 존중하는 마음으로 면접을 진행해야 합니다. 조사원은 응답자가 무엇이든 질문을 하면 언제든지 대답해줄 수 있을 것 같은 태도와 표정으로 응답자를 대하는 것이 좋습니다.

5) 응답자의 신체 언어를 읽어라

바디랭귀지(Body Language, 신체언어)

입으로 말하는 것 외에도 우리는 우리의 몸짓 또는 손짓으로도 우리의 생각을 표현하기도 합니다. 그러나 이야기를 하며 손짓을 너무 많이 사용하는 경우 이야기를 듣는 사람이 보기에는 다소 혼란스러울 수도 있고 경망스러워 보일 수도 있습니다. 특히 유교 문화가 은연중에 배어 있는 우리 문화 속에서 나이 드신 어른들과 이야기를 할 때 손짓을 너무 사용하는 경우 경망스럽게 보여 나이 드신 어른들은 눈살을 찌푸릴 수도 있습니다. 그러나 나이 드신 노인들이나 의사소통에 어려움을 겪는 장애인과 같은 특수한 경우 조사를 하는 과정에서 정확한 숫자나 모양 등과 같은 내용을 묻고 답하는 과정에서는 손가락을 들어 숫자를 확인하거나 모양을 손으로 그려서 확인하는 것도 나쁘지 않습니다.



바디 랭귀지, 즉 몸짓 언어는 때로 사람들의 정서적 상태를 은연중에 드러내기도 합니다. 예를 들어, 시계를 들여다보거나 자꾸 다른 곳을 보게 되는 것은 시간에 쫓기거나 다른 사람을 기다리는 초조함에 대한 신체 언어입니다.

이는 응답자에게서만 나타나는 것이 아닙니다. 조사를 수행하고 있는 조사원 역시 은연중에 응답자에게 이러한 몸짓 언어를 내보일 수도 있습니다. 그러면 응답자도 덩달아 불안해지고 초조해질 수 있습니다. 따라서 응답자에게 조사원의 속내 사정을 들키지 않도록 불필요한 몸짓이나 손짓은 자제하도록 스스로 훈련하는 것이 필요합니다.

찰리 채플린이 나오는 옛날 무성 영화를 볼 때, 말 한마디 듣지 못 하면서도 사람들은 배우들의 행동과 몸짓, 손짓, 표정만으로 무슨 일이 어떻게 진행되고 있는지, 심지어는 등장인물들의 섬세한 심리 상태까지도 읽어 낼 수 있습니다. "행위는 말보다 더 크게 말한다"라는 말이 뜻하는 것처럼 사람들은 자기가 이해하거나 의도하는 이상으로 비언어적 표현으로 생각보다 더 많은 것들을 표현할 수 있습니다. 사람들은 안면표정, 신체 자세, 목소리 억양, 그리고 신체적 거리를 통하여 말로 표현되기 전의 심리상태, 또는 말로 표현하기 힘든 정서나 감정의 상태를 표현합니다. 때로 입으로 말하는 내용은 의도적으로 꾸며진 것일 수 있지만, 자신도 모르게 나타나는 신체 언어들은 있는 그대로의 응답자의 심리상태를 보여주는 경우가 많습니다.

앞에서도 몸짓과 손짓 같은 신체 언어에 대해서 잠시 언급을 했지만 면접 조사를 진행하는 과정에서 응답자의 표정, 몸짓과 손짓과 같은 신체 언어를 재빨리 탐지하고,

이해하는 것이 중요합니다. 예를 들어, 면접이 오래 진행 되면, 응답자는 자세를 바꿔 앉거나, 몸을 비틀기도 하고, 음성의 톤이 갑자기 낮아지거나 높아지기도 합니다. 또는 주의가 산만해져서 쉬운 질문도 한 번에 듣고 이해하지 못하고 다시 되물기도 합니다. 이러한 신체 언어를 잘 읽고, 응답자가 말로 불만이나 짜증을 표현하기 전에 그에 대처해서 "좀 힘드시지요?, 지금까지 잘 협조해주셔서 이제 10분 이내로 끝낼 수 있을 것 같네요" 등의 말로 응답자의 부정적 심리상태를 완화시켜주는 것은 면접 조사를 훌륭히 끝내는 것에 많은 도움을 줄 것입니다.

따라서 조사원은 응답자의 신체적 언어를 재빨리 읽어 내는데 익숙해져야 합니다. 다행스러운 것은 일반적으로 우리들은 이러한 비언어적인 신체적 단서들을 통해 자신의 복잡하고 모순되는 정서적 메시지를 잘 드러낼 수 있으며, 그런 만큼 타인들의 신체언어도 잘 읽어 내는 능력을 지니고 있습니다.

로젠탈(Rosenthal)이라는 심리학자는 사람들의 신체언어 해석 능력에 대한 연구를 한 결과, 여자들이 남자들보다, 그리고 정신과 의사나 심리학자, 교사 등과 같은 양육적 직업을 가진 사람들이 더 민감한 신체언어 해석 능력을 갖고 있다는 것을 알게 되었습니다. 그리고 이러한 민감성은 나이가 많아질수록 높아지는 것으로 나타났습니다. 자, 그렇다면, 30~40대의 아이를 가진 주부 수준이라면 응답자의 눈짓 하나만으로도 그의 심리상태를 알아볼 수 있는 민감성을 지닌 가장 적합한 조사원인 셈입니다.

하지만 조사 면접 상황에서는 꼭 그럴지만은 않습니다.

일반적으로 면접조사 상황은 대부분 첫 대면이자 마지막 대면인 경우가 많습니다. 익숙한 일상적인 만남의 형태가 아니라는 뜻입니다. 따라서 낮설고 짧은 첫 만남에서 상대방의 비언어적 신호들을 찾아내고 그 신호들이 의미하는 상대방의 심리적 상태를 추측하고, 다음 반응을 예측해서 그에 대한 대응 전략을 세워 대처하는 것은 생각처럼 단순한 일이 아닙니다. 조사원은 부단한 훈련과 현장 상황에서의 실제 체험을 통해 자연스럽게 몸과 마음에 익혀지도록 노력해야 합니다.

얼굴표정으로 본 심리분석

- ◆ 눈이나 코, 턱 등의 얼굴의 일부분을 만진다. 자기의 허약함을 감추려는 의사 표시다. 가축이 병들었을 때는 자기의 몸을 핥는 버릇이 있듯이 인간도 나약해졌을 때는 자기의 얼굴을 만지는 버릇이 있다. 예를 들면, 미국의 닐슨 대통령이 워터게이트 사건에 휘말려 기자 회견을 할 때 턱을 받치거나 코를 쥐는 행동을 많이 보여 주었는데, 이것은 기자들의 질문 공세로부터 자신의 허약함을 감추기 위한 태도였다고 볼 수 있다.
- ◆ 맞장구를 치지 않고 가벼운 미소를 짓는다. 완곡한 거부나 난처함의 표시이다. 귀찮은 상대나 보기 싫은 손님을 내쫓는 데는 맞장구를 치지 않고 그저 가벼운 미소만 짓는 것이 상책이다. 이러한 미소는 상대를 혹독하게 거절하지도 않으면서 스스로 물러나게 하는 효과를 지닌다.
- ◆ 생면부지의 사람과 부딪쳤을 때 미소를 짓는다. 상대에 대해 적의가 없음을 나타낸다. 엘리베이터나 지하철 등에서 다른 사람과 부딪치면 그 사람을 향해 고개를 살짝 숙이면서 미소를 짓는다. 이것은 상대에 대해 악의나 공격적인 의사가 없다는 무언의 변명이다.

- ◆ 얼굴에 잠시 웃음을 지었다가 곧 웃음을 거둔다. 이런 사람은 지금 속으로 계산을 하고 있으므로 조심해야 한다. 상대방이 만면에 웃음을 짓다가 갑자기 싸늘한 표정을 보이면 만만치 않은 상대임을 간파해야 한다. 왜냐하면, 보통 사람이라면 웃고 나서도 그 여운이 잠시 동안은 표정에 남아 있기 때문이다.
- ◆ 갑자기 미소를 중단한다. 쓸데없는 행위에 대한 무언의 경고이다. 이야기 도중에 갑자기 상대의 얼굴에서 미소가 사라지면 이쪽의 말이 흥미가 없거나 뭔가 실수를 했다는 뜻이다. 또, 상대가 결례되는 장난을 걸어 올 때도 마찬가지로 미소를 중단하고 경어를 쓰면 눈치 빠른 상대라면 곧 알아차릴 것이다.
- ◆ 설득하기 위해 애쓰는데 상대의 얼굴에 표정이 없다. 부탁을 거부하거나, 난처한 입장이거나, 혹은 혐오감의 표시이다. 표정이 없다는 것은 어떤 감정을 얼굴에 나타내지 않는 것을 말한다. 따라서 단수 높은 거절인 셈이다. 다른 접근 방법을 찾아 봐야 한다.

입을 통해서 본 심리분석

- ◆ 말을 하면서 손으로 입을 가린다. 상대를 경계하면서 본심을 감추려는 행위이다. 즉, 말하는 기관인 입을 상대가 보지 못하도록 함으로써 자신을 은폐시키면서 방어 자세를 취하는 것이다.
- ◆ 손을 입에 대고 묵묵히 있다. 더 이상 상대와 대화하고 싶지 않다는 의사 표시이다. 입을 가리는 동작에는 숨긴다는 의미 외에 거절의 뜻도 있다. 큰소리로 계속 떠드는 상대에 대해 고개를 돌리면서 입을 가리는 동작은 '빨리 끝내라'는 무언의 신호이다.
- ◆ 말을 할 때 주먹을 갖다 대면서 자꾸 헛기침을 한다. 근심이 있다는 뜻이다. 불안이나 근심 때문에 목구멍에 점막이 생긴 경우이다. 설령 실제로 점막이 생기지 않더라도 자꾸 그런 기분이 들어 나타나는 버릇이다.

- ◆ 이야기를 듣는 동안 입술 양끝을 약간 뒤로 당긴다. 상대의 이야기를 경청하고 있다는 뜻이다. 입술의 움직임에는 여러 가지 의미가 있다. 강한 결의를 나타낼 때는 한일자로 꼭 다물고, 실패를 했을 때는 깨물며, 공격심이 생길 때는 삐죽거리게 된다. 또한 이야기를 듣는 동안 입술 양끝이 올라가는 것은 현재의 심리 상태가 부드럽다는 뜻이다.
- ◆ 설문지를 살펴보다가 입을 다물고 굳은 표정을 짓는다. 응답을 할까 말까 망설이는 행위이다. 바로 이때가 바로 승부의 시간이다. 그 사람은 지금 갈등을 하고 있다. 한 발 더 다가가서 설득하라.

제 6장 현장 조사 절차

현장에 투입되기 전 조사원은 무엇보다도 조사표에 대한 내용을 정확하게 숙지하고 있어야 합니다. 조사원 교육 동안은 물론 수시로 조사지침서를 확인하여 개별적으로 조사표를 정확하게 숙지해야 합니다. 그런 다음 현장에 투입되기 위해서는 1) 조사 대상에 따른 준비, 2) 응답자를 찾아 가는 과정, 3) 응답자에게 협조를 구하는 과정, 4) 응답자가 부재 시 대처 방법, 5) 면접 진행과 응답 기입 방법, 6) 조사원 안전 확보 요령 등을 알아둬야 합니다. 여기에서는 이러한 현장 조사 절차에 대해서 설명하도록 할 것입니다.

1. 조사 대상에 따른 준비

1) 사업체 조사

사업체 조사의 경우, 응답자는 그 사업체를 대표하는 대리인 역할을 하고 조사원은 통계청이나 기타 조사기관을 대표하는 대리인의 역할을 하게 됩니다. 그리고 가구 방문조사와 같은 사적 공간이 아니라 설사 방문하는 사업체가 작은 가게나 음식점이라 하더라도 사업장이라는 공적 공간에서 이루어지는 공적 성격이 강한 면접 조사가 됩니다. 따라서 조사원은 최소한 준 정장 이상의 복장을 하여 공적 대리인의 인상을 심어주는 것이 중요합니다. 한편 사업체 조사는 경제관련 조사이므로, 조사표

에 사용되는 용어와 그 뜻을 명확히 이해하고 있어야 합니다. 따라서 사업체 방문 조사원은 기본적인 경제 용어나 장부에 사용되는 용어, 그리고 그 용어들 간의 관계를 이해할 수 있는 정도의 경제적 상식을 갖추어야만 합니다. 왜냐하면 때로 작은 식당이나 서비스업 점포 같은 경우, 응답자가 조사표에 사용된 용어들을 이해하지 못할 수도 있기 때문입니다. 이때는 조사원이 정확한 지식을 가지고 응답자에게 그 내용을 설명해줄 수 있어야 하기 때문입니다.

2) 주부 대상 조사

통계청의 많은 가계 조사 대상은 주부가 일차적인 조사 대상이거나 또는 다른 가구원이 조사 대상이라 해도 가계 방문을 할 경우, 제일 먼저 만나게 되는 사람은 아무래도 주부가 제일 많습니다. 따라서 조사원은 주부들의 다양한 생활 패턴에 대한 사전 지식을 갖추고 있어야 합니다. 예를 들어 일반적인 주부들의 평일의 일과 시간대와 활동들을 잘 알고 있어야만 방문 시 만나지 못하고 돌아서는 확률을 줄일 수 있습니다. 또한 연령대에 따른 주부들의 민감한 관심사와 그에 따른 풍부한 화젯거리를 항상 준비하고 있어야 합니다.

신혼주부들인 경우, 최근 추세는 맞벌이 부부들이 많아 직장생활을 하는 신혼 주부들이 많고, 맞벌이를 하지 않는다 해도 전통적인 주부들과는 달리 나름대로의 외부 활동이 많아 낮에도 집에 없는 신혼 주부들이 많습니다. 만나야 할 응답자가 신혼 주부들인 경우 조사원은 사전에 활동 시간에 대한 정보를 이웃을 통해 알아 본 다음

접근해야 할 것입니다. 또 젊은 사람들의 특성 중의 하나인 개인주의적 성향이 강하고 프라이버시에 대한 의식이 강하다는 점을 인식해야만 합니다.

도시에 거주하는 중년의 주부들, 즉 30대에서 40대 주부들의 경우, 그들의 주관심사는 자녀 교육입니다. 그들의 일과는 아침은 남편의 출근과 아이들의 등교 준비를 하느라 부산하고 그제 끝나는 9시 이후 한두 시간은 특별한 일이 없는 한 휴식을 취합니다. 그리고 점심 이후에 볼 일을 보거나 집안일을 하고, 저녁 5시를 전후해서는 저녁 찬거리를 위해 장을 보는 시간입니다. 중년의 주부들을 대상으로 하는 조사의 경우, 조사원은 중년 주부들의 일과시간의 패턴을 이해하고 이를 활용해야 합니다. 그리고 그들의 관심사인 자녀 교육에 대한 정보와 금융 상품, 또는 보험 상품에 대한 정보, 기타 주부들의 재테크에 대한 정보를 많이 수집해서 이들과 만날 때 활용하면 많은 도움이 될 수 있습니다.

그리고 대부분의 가정에는 자녀의 사진이나 가족 사진이 있습니다. 이를 중심으로 이야기의 실마리를 풀어 나가는 것도 좋은 방법입니다. 예를 들어 자녀가 어리다면 키우는데 겪는 어려움에 대한 이야기로부터 시작하며, 초등학생 등의 경우에는 건강하거나 똑똑하게 생겼거나 등의 칭찬과 지지 등을 적극적으로 활용해야 합니다. 이를 통해 자연스럽게 첫 만남의 거부감이나 불편한, 심리적 거리 등을 해소시킬 수 있습니다.

3) 노인조사

고령화 사회가 되면서 노인 인구 비율이 꾸준히 늘고

있습니다. 노인 인구 비율의 증가는 통계 조사 대상에 포함되는 노인 비율도 함께 증가하는 것을 의미합니다. 고령화 사회 이전에는 노인들은 사회적 소수였으나 이제는 그렇지 않습니다. 노인 인구가 증가에 따른 국가 전체의 사회, 경제, 문화적 변화도 필연적으로 나타나기 때문에 국가를 경영해야 하는 정부는 올바른 정책과 시책을 마련하기 위해 노인들의 제반 사회, 경제, 문화적 실태에 대한 보다 더 정확한 통계를 필요로 하게 되었습니다. 결과적으로 통계 조사에 노인 응답자들이 많이 포함되게 되었고, 그만큼 노인 대상 자료 수집의 정확성이 더 요구되고 있습니다.

조사원은 노인들 중에는 거동이 불편하거나 잘 듣지 못하는 분들도 있어서 방문 시 반응이 느리거나 때로는 조사원의 방문을 알아차리지 못하는 경우도 있음을 유념해야 합니다. 따라서 좀 더 오래 기다려 보고, 한두번 더 불러 볼 필요가 있습니다. 또한 노인들은 그들 스스로의 노약함으로 인해 조심하고 신중한, 때로는 경계심을 강하게 드러내는 특성을 지니고 있습니다. 따라서 조사원들은 자신이 안전한 사람임을 먼저 인식시켜야 합니다. 조사원증을 보여주고 다른 목적이 없음과 자신은 안전한 사람임을 주지시켜야 합니다. 노인들에게는 조사원증을 보여주며 정부에서 조사를 하는 조사원들은 반드시 조사원증을 보여주게 되어 있음을 주지시켜 주는 것이 좋습니다. 이는 조사 협조에도 도움이 되지만, 노인들이 조사원을 사칭하는 범죄를 방지하기 위한 방법을 알려 주는 효과도 있기 때문입니다.

재택 노인들의 경우, 조사에 불응하는 가장 큰 이유는

자신이 무슨 도움이 되겠느냐는 것과 몸이 불편한 점, 말귀를 잘 알아들을 수 없다는 점 등입니다. 하지만 젊은 사람들이 흔히 하는 즉 시간이 없다는 핑계를 대지는 않습니다. 그리고 실제 재택 노인들은 조사에 응할 만한 충분한 시간이 있습니다. 따라서 노인 조사의 경우 조사원은 노인의 일반적 상황(적적함, 외로움, 몸이 불편함 등)에 대한 가벼운 질문과 그 응답에 대한 공감을 표시하고, 조사가 어렵지 않다는 점, 그리고 조사에 응해주시면 나라 살림과 젊은 사람들에게 큰 도움이 된다는 점, 사은품이 있는 경우에는 사은품을 드린다는 점을 강조해야 합니다.

노인들은 또한 일반인들과 다른 인지적, 정서적 특성을 지니고 있다고 봐야 합니다. 나이가 들면서 기억력이 저하되거나 이해 능력이 떨어져서, 한번 말해서는 그 말을 다 알아 듣지 못하는 경우가 많습니다.

많은 경우, 노인들은 정서적으로 외로움이나 노여움을 쉽게 타므로 조사원의 무심한 한 마디에도 쉽게 정서적으로 상처를 받을 수도 있고, 쉽게 노여워하는 특성으로 조사를 중간에 돌연 중단할 수도 있습니다. 따라서 노인들을 대상으로 하는 조사는 조사원 스스로가 노인들을 대함에 거리끼는 마음이 없어야 하며, 노인들의 생활이나, 질병, 심리에 대해 기본적인 이해가 있는 사람이어야 합니다. 예를 들어 생활이 어려운 독거노인들의 경우, 면접이 이루어지는 공간이 매우 협소하거나, 지저분하고 비위생적인 곳일 수도 있습니다. 조사원이 자신도 모르게 얼굴을 찡그리거나 눈살을 찌푸리거나 하면 노인께서는 매우 미안해하거나 마음의 상처를 받아 마음을 꼭 닫

아 버릴 수도 있습니다.

또한 노인들은 대개 한두 가지씩의 질환을 앓고 있는 경우가 많아 조사가 조금만 길어져도 쉬 피로를 느끼고 집중력이 분산될 수 있으므로 조사원들은 면접 중에도 노인들의 표정과 몸짓을 주의 깊게 관찰하여 그 변화를 읽을 수 있는 능력을 갖추어야만 합니다.

귀가 어두우신 노인의 경우에는 보청기가 있는 경우, 보청기를 사용하도록 권하고 조사원도 보청기 사용방법을 알아 두어 착용을 도울 수 있도록 합니다. 그리고 보청기가 없는 경우, 응답자가 조사원의 얼굴을 잘 볼 수 있도록 조사원은 빛을 바라보고 있어야 합니다. 즉 밝은 대낮인 경우에는 창문을 바라보고 앉아야 하며, 어두운 실내에서는 실내등을 바라보며 앉아야 합니다. 귀가 어두운 노인들은 조사원의 입모습, 그리고 표정과 몸짓으로 말을 알아들으려 하기 때문입니다.

질병이나 사고로 인한 후천적 언어 장애가 있는 경우, 즉 말하는 데 장애가 있는 경우 대체로 자신이 뜻하는 대로 말할 수 없는 답답함에 말을 빨리 하려다 더 말하기가 어려워집니다. 이런 경우, 조사원은 참을성 있게 말이 끝날 때까지 기다려 줘야 합니다. 그리고 천천히 말씀하셔도 된다는 것을 적절한 시점에서 가끔씩 말해주는 것을 잊지 말아야 합니다. 그리고 말을 다 듣고 난 다음에는 그 내용을 조사원이 반복해서 말해 주고 내용이 맞는지를 확인해야 합니다. 이때 ‘말씀해주신 내용을 제가 천천히 다시 말해 볼게요. 생각과 다르신 부분이 있으면 손을 가볍게 저어 주세요’ 라고 사전에 말해 두면 의사소통에 도움이 됩니다.

노인들은 특히 자식들에게 누가 될 만한 정보는 숨기려는 특성을 지니고 있음을 주지하고 있어야 합니다. 따라서 조사 내용 이외에 자식들의 안 좋은 점을 이야기하도록 하는 어떠한 말도 하지 않는 것이 노인 조사의 중요한 원칙 중의 하나임을 명심해야 합니다.

조사원은 노인들을 대함에 있어서 항상 따뜻하게 배려하는 마음과 혹시 사소하거나 작은 일이라도 도움을 드릴 수 있는 일이 없는가 하는 세심하게 보살피는 마음을 지녀야 합니다. 꼭 조사 업무 때문만이 아니라 노인들은 우리의 부모세대이면서 한편으로는 사회적 배려와 보살핌을 필요로 하는 사회의 약자이기 때문입니다. 사회적 약자에 대한 이러한 배려와 보살핌의 마음이야말로 직업적 책임감과 함께 전문가들만이 지닐 수 있는 사회적 책임감인 것입니다.

4) 청소년 조사

청소년기는 시기적으로 ‘질풍노도의 시대’ 또는 ‘반항의 시기’, 즉 사춘기를 거치는 과정입니다. 이 시기는 가치관이 성숙해가는 과정으로 정서적으로 불안정한 때이기도 합니다. 그리고 한국의 청소년들은 ‘공부’라는 막중한 부담에 억눌리고 있는 특성을 갖고 있기도 합니다. 우리나라의 청소년들은 가정, 학교, 학원이라는 세 공간을 중심으로 살아가고 있습니다. 그들은 ‘대학’이라는 어른들이 세워 놓은 깃발을 획득할 때까지 그들 시기의 다른 꿈과 희망을 일단 접어야만 합니다. 그들을 둘러싼 기성세대들은 그들과의 모든 이야기를 성적만을 통해서 이야기하려 합니다. ‘성적이 좋으면 모든 것이 다 좋고,

성적이 나쁘면 모든 게 다 나쁩니다.’ 이것이 우리 청소년들의 현실입니다. 따라서 청소년 조사를 수행해야 하는 경우, 조사원은 이들의 생활특성과 이들의 심리와 문화에 대한 기본적인 이해를 지니고 있어야 합니다.

청소년들과 대화를 하다 보면 그들의 말을 알아듣지 못하는 경우도 있을 수 있습니다. 그들만의 은어나 비속어를 사용하는 경우입니다. 이는 기성세대를 그들의 대화 속에 끼어주지 않고 싶은 심리에 기인합니다. 또 어떤 청소년들은 습관적으로 말끝마다 욕설을 붙이는 경우도 있을 수 있습니다. 그리고 어른으로서 보기에 아름답지 못한 습관적 행동들을 할 수도 있습니다. 조사원들은 청소년들에게 다가서거나 면접을 진행하는 동안 어른의 눈으로 그들의 언행을 지켜보고 판단하려 하지 말고, 그들의 눈높이에서 다가서고 대화를 하려는 태도를 지켜야 합니다. 청소년들은 쉽게 반항하기도 하지만, 서로 이해할 수 있는 공감대만 형성되면 스스로 그리고 적극적으로 자기를 개방하려는 특성도 함께 지니고 있습니다. 청소년들과의 면접 조사는 바로 그들의 반항을 피하고 그들과 공감대를 형성할 수 있는 방향으로 이야기를 전개해야 합니다.

조사원은 청소년들과의 면접 과정 속에서 나타나는 일종의 권력관계를 인식할 수 있어야 합니다. 우리 문화 속에서 청소년과 어른이 함께 있는 경우, 어른들이 윗사람이 되고 청소년은 아랫사람이 됩니다. 아랫사람은 윗사람에게 예의를 지켜야 하고, 윗사람의 의견을 존중해야 한다는 것이 우리 문화의 규범입니다. 청소년과의 면접 과정 중 조사원이 너무 권위적이거나 너무 윗사람

처럼 보이게 되면 일부 청소년들은 반항적인 태도를 보일 수도 있겠지만 많은 청소년들은 어른 또는 윗사람으로 느껴지는 조사원의 눈치를 살피게 됩니다. 결과적으로 자기의 솔직한 의견보다는 조사원의 태도나 조사원이 원하는 방향으로 맞추어 응답하려는 경향을 보일 수 있습니다. 이런 응답은 바로 조사의 품질을 떨어뜨립니다.

따라서 조사원은 청소년과의 면접과정에서는 청소년의 눈높이에서 그들에게 친숙한 분위기와 태도를 유도하여 자연스러운 대화 분위기를 만드는 것이 중요합니다. 다음으로는 대화 과정에서 공평성을 유지해야 합니다. 즉, 조사원이 주로 말하고 질문하고 응답 청소년은 짧은 대답만을 하는 경우, 예를 들어 조사원 혼자 장황하게 이야기 한 뒤 ‘이런 저런 게 아니겠어요?’, ‘그렇지요?’ 등의 말을 하는 것은 응답 청소년으로 하여금 ‘예’, ‘아니오’ 같은 단순 응답만을 강요하는 것이 됩니다. 이런 경우 응답 청소년은 대화의 일방성을 느끼게 되고 위축될 수 있습니다. 자연스런 상황 속에서 응답자와 조사원이 적절히 주고받는 대화 형식의 면접을 진행해야 합니다.

2. 응답자 찾아가기

조사를 하기 위해서는 먼저 응답자를 찾아 나서야 합니다. 응답자가 지정되어 이미 목록으로 제공된 경우와, 그렇지 않고 응답자 선택조건만 주어진 경우가 있을 수 있습니다. 전자의 경우는 비교적 쉽게 전화와 주소를 이용하여 찾아갈 수 있지만 후자의 경우에는 다소 복잡할

수 있습니다. 여기에서 설명하는 내용은 두 경우 모두에 해당되는 방법들을 설명하도록 하겠습니다.

1) 조사지역의 지도 찾기

조사원은 조사 지역의 지도를 제공받는 경우 지도를 읽는 방법을 숙지하고 이를 조사 기간 내내 소지해야만 합니다. 조사 지역의 지도를 제공받지 않은 경우, 해당 지역 지도를 구하거나, 아니면 인터넷의 지도 검색을 이용하여 그 지역의 지리적 정보를 확보해두어야 합니다. 낯선 지역인 경우, 다양한 축척으로 출력해서 사용하는 것이 도움이 됩니다. 인터넷 지도 검색은 ‘다음’이나 ‘야후’, ‘네이버’ 등의 포털 사이트에서 제공하고 있으므로 이를 이용하면 됩니다.



[그림 5] 인터넷 지도검색창

2) 공공기관에서 지역 정보 얻기

지역마다 읍, 면, 동사무소가 있고 우체국, 농협 등의 기관들이 있으니, 이들 기관에서 찾을 수 있는 지역에 대한 정보를 최대한 활용하는 것이 좋습니다. 조사 대상자의 주소가 번지로 표기가 되었다면, 근처의 우체국이나 우편 취급소를 찾아가 번지수로 정리된 지도를 참고하는 것도 좋고, 주변의 공인중개사사무실(복덕방)에 가서 도움을 청하는 것도 한 가지 방법입니다.

3) 지역단체 및 주민 대표의 협조 구하기

사례: 관리실의 도움

쉽지 않다는 것은 알고 있었지만 상상을 초월했다. 내가 맡은 조사지역은 울산 시내에서 벗어나고도 자가용으로 40-50분 정도 더 들어가는 교통이 불편한 곳이었다. ... 용기를 내어 자신 있게 초인종을 눌러봤지만 천차만별의 반응들에 하늘이 캄캄했다. 다짜고짜 말을 들어보지도 않고 밀어내며 문을 광 달아버리는 야속한 젊은 새댁, 집안에서 사람 소리는 나는데 대답은 없고 문도 열어주지 않는 사람 등등... 어떻게 할까? 우선 제과점에 가서 제일 맛있는 케이크를 하나 사 들고 관리실을 방문했다. 통계조사 목적을 설명 드리고는 협조 방송을 부탁했더니 흔쾌히 방송을 해주셨다. 방송 탓이었는지 문도 열어주지 않던 사람이 거실까지 들이며 나의 말을 잘 들어주시 작했기힘수기그래게이렇게 할아갈' 쉼구나'통해는 자신 사무소 울산출장소 박혜덕 조사원 수감함으로써 한 가구 한 가구 차근차근 해나가기로 했다.

특정 지역의 주민들을 대상으로 조사를 하고자 하는 경우에는 조사대상과 관련이 있는 여러 지역단체의 협력을 얻는 것이 좋습니다. 예를 들어 농민들의 보건의료 상태에 대해 조사할 경우 군청, 면사무소, 보건소, 보건지소, 보건진료서 등의 협조를 얻으면 보다 쉽게 목적을 달성할 수 있습니다. 한편 그 지역의 행정관서의 협조를 얻는 것도 중요하지만 그 지역의 이장, 마을 어른 등의 협조를 얻어 가구를 찾아가는 것도 좋습니다. 응답자를 쉽게 찾을 수 있을 뿐 아니라, 지역주민 대표의 도움을 받아 조사에 협조하도록 설득하기가 쉬워지는 이점이 있습니다.

4) 응답자의 시간을 고려한 사전 약속

사례: 식사시간에 찾아간 수모

11시가 넘은 시간, 나는 출장시간이었지만, 그 집의 때는 때늦은 아침식사 시간이었다. "아! 식사 시간이네예! 내가 영 시간을 잘못 맞춰 왔네." 라는 말에 그 아저씨 왈, "좋은 말로 그 날 인구조사 해줬으면 됐지. 통계청 자꾸 이리 사람 귀찮게 할라요? 학교 어디까지 나왔는지 뭐 할라고 묻노? 일자 무식자가 학교 어디까지 나왔냐고 물으면 어떤 XX놈이 말을 잘 해주나? 내가 그런 물음에 대답해줘야 할 의무가 있나?" 이후는 상상에 맡깁니다.

출처: 통계조사 현장체험수기 "함께 가야 할 길" 중 경남통계사무소 진주출장소 임미자 조사원 수기

조사원이 정해진 응답자를 찾아갈 때에는 사전에 약속을 해 두도록 해야 합니다. 그러나 약속을 하기가 힘든 경우에는 보통 선정된 조사대상자를 그냥 찾아가야 하는데, 그러한 경우 가능한 한 조사대상자가 집에 있을 시간, 또는 바쁘지 않을 시간을 고려해서 찾아가도록 해야 합니다.

일반적으로 응답자가 남자인 경우에는 낮 시간에는 일을 하는 게 보통이므로 일요일이나 휴일을 이용하든지 일과 후에 만나도록 하는 것이 좋으며 주부의 경우에는 언제나 조사가 가능하다고 생각하기 쉽지만 야간이나 식사시간을 피하는 것이 좋습니다.

3. 응답자에게 조사 협조 동의 얻기

응답자를 찾아내면 이제 가장 중요한 응답자의 조사 협조에 대한 동의를 얻어내는 일을 해내야만 합니다. 낯선 사람의 방문을 반겨 할 사람들은 그리 많지 않을 것입니다. 조사 협조를 방해하는 장애 요소로는

- 모르는 방문객에 대한 두려움,
- 정부 기관에 대한 부정적인 감정,
- 사생활 침해에 대한 오인과 그로 인한 불쾌감,
- 자기방어 욕구,
- 조사에 대한 위협감,
- 시간이나 정력 낭비라는 생각 등이

장애 요소로 작용해 조사를 거부하기도 합니다. 그러나 반대로 응답자는 다음과 같은 이유로 조사에 응하기도 합니다.

- 자신의 의견이나 식견을 표현하고 싶은 욕망,
- 사람들과 주고받는 교섭을 즐기는 심리,
- 지적인 자극이나 호기심의 충족,
- 조사원을 돕고 싶은 충동,
- 자신의 감정을 표출함으로써 정서적 긴장해소,
- 카타르시스의 경험,
- 자신이 응답자 노릇을 훌륭하게 치렀다는 만족감,
- 물질적 보상,
- 기타 눈에 띄이는 혜택의 기대감

등으로 인해 응답자는 조사에 협조하고자 하는 마음을 먹게 되기도 합니다. 조사원은 이런 점을 감안, 장애요소는 제거하고 촉진 요소를 촉발시켜 응답자의 협조를 최대한 끌어낼 수 있어야 합니다.

1) 응답자에게 조사원 자신을 소개하기

조사원이 첫 대면에서 응답자에게 조사에 대한 협조를 청할 때는 자신의 신분, 조사의 목적, 응답자의 선출 방식 등의 기본적 사실을 소개해야 합니다. 첫 대면 시 앞에서 설명한 전문가다운 열정과 자부심을 가지고 응답자를 대하고, 일차적으로는 간단명료하게 자기의 신분 소개와 조사 목적을 설명하고, 잠시 응답자의 반응을 지켜본 뒤, 응답자 선출 방식을 설명합니다. 대체로 앞의

두 가지를 설명하게 되면 응답자는 자연스럽게 ‘그런데 왜 나를?’ 이라는 질문이 생길 수 있기 때문입니다.

(1) 신분소개

조사원은 응답자를 만나게 되면 일단 공손히 인사를 합니다. 인사는 부드럽고 밝은 표정으로 해야 합니다.

인사

인사는 상대방에 대한 섬김의 자세, 환영의 표시, 신뢰와 친근감을 표현하는 행동 양식입니다. 많은 예절 가운데서도 상대방을 인정하고 존경하며 반가움을 나타내는 가장 기본이 표현 양식의 하나입니다.

각 문화권의 인사는 공통적으로 자신이 적이 아니라 안전한 사람이며 상대방을 공격하거나 위협할 의사가 없음을 보여주는 행위에서 출발했습니다. 예를 들어 악수는 서로 오른 쪽 맨손을 내밀어 무기를 찌 수 없는 상태를 상호 확인하는 것이며, 오른 손을 가슴에 붙이거나 얼굴 쪽으로 올려붙이는 경례 역시 같은 의미를 갖습니다. 중국에서 손을 두 손을 맞잡아 올리고 흔드는 행위나, 그 전에 소매를 탁탁 터는 행위는 소매 속에 무기를 숨기지 않았음과 손에 무기가 없음을 보여주는 행위입니다. 이런 인사는 서로 눈을 마주 보고 나누는 특성이 있습니다. 아직은 신뢰가 완전히 형성되지 않은 상태에서 나누는 행위이기 때문입니다.

한편으로 입을 맞추거나 볼을 비비거나, 코를 맞대고 비비는 인사, 포옹하는 인사는 상호 밀착하여 친밀함과 친근감을 보이는 인사입니다. 이런 인사는 서로 눈을 마주치지 않습니다. 기본적인 신뢰는 이미 갖추어진 관계에서 친밀감을 나누는 행위이기 때문입니다.

동양에서 흔히 하는 인사는 상대를 향해 고개를 숙이는 행위입니다. 이 인사는 상대방에 대한 존경과 섬김이라는 의미가 강합니다. 이때 중요한 것은

- 1)적절한 타이밍과 눈 맞춤,
- 2)눈으로는 반가움을 허리로는 정중함을 표현하는 것,
- 3)밝고 명랑한 표정을 유지하는 것,
- 4)상대에 맞는 적절한 인사말

등입니다.

인사를 할 때 시선은 존경심과 애정 어린 눈으로 응답자를 반듯이 바라봐야 합니다. 인사 전후로 응답자를 대할 때 고개는 반듯하게 들고 턱은 자연스럽게 당기는 것이 좋습니다. 그런 다음 조사원증을 보여주거나 필요한 경우 자신의 명함을 보여주며 자신이 어떤 사람인지를 밝혀야 합니다. 응답자를 처음 방문한 조사원은 응답자에게는 낯선 사람으로 응답자는 당연히 불안해 할 수 있습니다. 우선 조사원에 대한 응답자의 의심을 풀어주기 위해서 조사원은 자기가 어느 기관에서 나온 누구라는 것을 공손히 말해야 합니다.

특히 노인 응답자를 방문하는 경우 노인들은 그들 스스로의 노약함으로 인해 조심하고 신중한, 때로는 경계심을 강하게 드러내는 특성을 지니고 있습니다. 따라서 조사원들은 자신이 안전한 사람임을 먼저 인식시켜야 합니다. 조사원증을 보여주고 다른 목적이 없음과 자신은 안전한 사람임을 주지시켜야 합니다. 또한 노인들에게는 조사원증을 보여주며 정부에서 조사를 하는 조사원들은

반드시 조사원증을 보여주게 되어 있음을 주지시켜 주는 것이 좋습니다. 이는 조사 협조에도 도움이 되지만, 노인들이 조사원을 사칭하는 범죄를 방지하기 위한 방법을 알려 주는 효과도 있기 때문입니다.

(2) 조사의 목적 설명

왜 이 조사를 시행하며 왜 응답자의 의견이 필요한지 또 그 결과가 어떻게 활용되는지를 말해야 간략히 설명합니다. 목적을 설명할 때 너무 일반적인 이야기보다는 가급적 응답자 자신에게 어떤 의미가 있고 이익이 있는가를 설명하는 것이 좋습니다. 그런데 주의할 점은 이러한 설명이 후에 나올 조사표 안의 질문에 대한 어떤 암시를 주어서는 안 된다는 점에 유의해야 합니다.

(3) 응답자의 선출 방식 설명

응답자는 조사원이 신분을 밝히고 조사 방문 목적까지 듣게 되면 마음속에, ‘그런데 왜 내가?’ 또는 ‘왜 나만?’이라는 의문이 생기게 됩니다. 따라서 조사원은 응답자가 어떻게 선출되었는지를 쉬운 말로 설명해 주어야 합니다. 아울러 면접은 무기명으로 하며 개인적인 문제는 절대로 공개되지 않는다는 것을 강조할 필요가 있습니다. 그런데 아무리 익명이라고 해도 자기의 이름을 찾아서 왔다는 사실은 교육수준이 낮은 사람에게서는 얼른 납득시키기가 어려울 수 있습니다. 이것을 납득시키기 위해 “어떠한 말씀을 하셔도” 또는 “절대로 책임을 지지 않습니다” 등의 말을 되풀이해서 강조하면 오히려 더욱 경계하는 경우가 있습니다. 또 책임이란 단어가 더욱 부담감을 느끼게 할 수도 있습니다. 따라서 이런 응답자들

에게는 약간 시간이 걸리더라도 그들이 알아들을 수 있는 말로 찬찬히 설명하여 납득을 시켜야 합니다. 일반적으로 조사 협조에 대한 동의를 결정하는 가장 일반적인 시점이 바로 이 시점이라는 점을 명심해야 합니다.

2) 조사과정과 결과 활용에 대한 이해 증진

응답자들이 조사 협조를 거절하는 가장 큰 이유는 조사과정과 응답 결과가 자신에게 불리하게 작용할지 모른다는 오해입니다. 즉 자기의 개인적인 사정이나 의견이 공개되는 것을 두려워하거나 대답을 잘못하여 창피를 당할 것을 염려하거나 경찰서나 세무서 등 자신의 이해와 관련된 기관에서 어떤 조사를 하는 것이 아닌가하는 의심을 하기도 합니다. 이때 조사원은 이런 거절은 언제나 있을 수 있는 거절이고, 이러한 오해를 해소하는 과정이 항상 있는 과정을 생각하고 친절한 태도로 조사의 목적이나 방법, 그리고 개인적 응답 결과에 대한 법적 보호가 어떻게 이루어지는지를 차분히 다시 한 번 설명하도록 합니다.

응답자가 조사 협조에 대해서 거절을 하더라도 조사원은 불쾌한 태도를 보어서는 안 됩니다. 현장 방문 조사에서 조사원의 가장 중요한 역할이 바로 이러한 거절을 승낙으로 바꾸는 일이라고 생각하고 침착하고 친절한 태도로 다시 한 번 조사의 목적, 방법, 결과 처리 등에 대해 설명을 하는 것이 좋습니다. 그래도 거절할 때에는 더 이상 조사를 강요하지 않는 것이 좋습니다. 지나치게 조사를 강요할 경우 강제적으로 조사를 유도할 수도 없고 설령 수행한다 해도 그 결과로 얻어지는 자료의 정확

성이 의심스러워지기 때문입니다.

하지만 반드시 필요한 응답자일 경우가 있습니다. 이런 경우에는 이번 조사를 포기하는 대신 재방문을 허용해 줄 것을 요청합니다. 그때 가서 다시 거절해도 좋으니 재방문 약속을 해줄 것을 요청합니다. 너무 완고한 응답자가 아닌 이상 여기까지는 허용할 수 있습니다. 그 경우 다시 만날 약속 시간을 응답자에게 정하게 합니다. 여기에서 응답자로 하여금 약속 시간을 잡게 하는 것은 설득에 중요한 의미를 지니게 됩니다.

3) 응답자의 조사에 대한 심리적 부담 해소하기

응답자의 조사 협조 결정을 주저하게 하는 것은 정말 바빠서 시간이 없다든가 또 다른 피치 못할 개인적 사정이 있다든가 하는 등의 개인적 문제 이외에는 대부분 조사에 대한 심리적 의혹과 불신 때문입니다. 예를 들어 조사원이 믿을 수 있는 사람인지, 조사원이 말해준 조사 목적이 믿을 만한지, 다른 숨겨진 의도가 있는 것은 아닌지에 대한 의혹과 불신, 또 교육 수준이 낮은 응답자의 경우, 괜히 질문을 잘 이해하지 못하거나 엉뚱한 대답을 해서 창피나 당하지 않을까에 대한 두려움, 또 조사를 당하고 있다는 것 자체에 대한 피해의식 등이 이에 해당합니다. 조사원은 이러한 심리적 의혹을 해소해주기 위해, 이야기된 조사 목적 이외의 숨겨진 의도는 없다는 점, 그리고 조사를 위한 질문들이 쉽고 재미있다는 점, 질문에 대한 대답에는 맞거나 틀린 답이 없으며, 옳고 그른 대답도 없다는 점을 잘 설명해주어야 합니다. 그리고 반드시 비밀이 보장된다는 점을 확실하게 인식시켜

응답자가 자유롭게 자신의 의견과 정보를 말할 수 있도록 해야 합니다.

조사원은 조사 초기단계에서부터 조사의 중요성과 정당성을 인식하고, 조사에 대한 확신을 가지고 임해야 합니다. 조사원의 심리상태는 곧바로 응답자에게 반영되므로 조사원이 자신 없고 불안한 태도를 가지게 되면 그런 조사원의 심리적 상태가 응답자에게도 전달되어 조사 협조를 얻기가 힘들어 집니다. 반대로 조사원이 협력을 얻을 수 있으리라는 확신을 가지고 조사에 임하면 조사원의 긍정적인 심리적 상태가 전달되어 그만큼 더 좋은 품질의 응답을 얻을 수 있습니다.

4) 응답자가 바쁘다고 할 때

응답자가 바쁠 때는 조사를 할 수 없거나 조사한다고 해도 역효과가 나기 쉽습니다. 이때에는 정말 응답자가 바쁜지 아니면 조사를 피하기 위한 구실인지를 눈치 채야 합니다. 실제로 바쁘다고 판단되면 조사 가능한 시간을 약속해 놓는 것이 좋습니다. 그러나 단순한 핑계로 바쁘다고 하는 경우에는 조사로 인한 혜택이나 귀가 솔깃한 제안을 하여 응답자의 흥미를 돋궈주는 것이 필요합니다.

5) 응답자의 질문에 응대하기

응답자들은 아래와 같은 여러 가지 질문을 하거나, 조사를 거부하게 되는데 응답의 예시를 참고하여 적절히 응대하도록 합니다.

(1) 조사의 목적에 대한 질문

Q1 : 이 조사는 왜 합니까?

A1 : 이 조사는 지역 주민들의 전반적 생활수준과 의식을 파악하여 각종 정책수립의 기초자료로 활용하기 위한 것입니다. 따라서 지역주민들을 위한 정책을 정확하기 효과적으로 수립하기 위해서는 여러분 한 사람 한 사람의 기본정보가 정확히 조사되어야 올바른 정책을 만들 수 있는 것입니다.

(2) 반복조사 이유에 대한 질문

Q2 : 작년(과거)에 조사하여 답변했는데 왜 또 우리 집은 조사합니까?

A2 : 이 조사는 매년 조사하고 같은 조사항목(설문문항)에 대해 3년 주기로 반복 조사하고 있습니다. 과거년도의 조사결과와의 비교분석을 통해 과거부터 현재까지 지역주민의 의식 변화를 파악하는 조사이므로 조사 대상가구로 선정되면 과거년도와의 비교분석을 위해 매년 반복 조사하게 됩니다.

(3) '왜 나만' 에 대한 불만

Q3 : 안하면 안 되나요, 꼭 해야 하나요?

A3 : 안하시면 많은 예산을 들여 실시하는 조사결과가 정확하지 않게 되어 결국 정책수립을 위한 자료로 활용할 수 없게 되거나 잘못된 정책을 수립하여

그 결과로 인해 우리 모두가 피해를 입을 수 있습니다.

Q4 : 왜 나한테 물으러 왔지요?

A4 : ○○○에서 _____을 통해서 조사를 하라고 지시를 받았습니다. 선생님은 ○○○방법으로 조사대상으로 선정되었습니다.

Q5 : 왜 집안의 다른 사람(배우자/자녀 등)은 조사하지 않습니까?

A5 : 저희 조사는 전국 주요 시/도를 대표해야 하므로 그렇게 하기가 어렵습니다. 만약 저희가 사전 절차에 따르지 않으면, 남자나 연령이 낮은 사람들의 의견 중심으로 치우친 결과를 얻을 수밖에 없기 때문입니다.

(4) 완곡한 거절 표현들

Q6 : 바빠서 시간이 없는데

A6 : 지금 바쁘시면 시간 약속을 해 주십시오. 그때 다시 방문하겠습니다.

Q7 : 설문에 대해 대답할 만큼 충분히 알고 있지 못하는데요.

A7 : 설문 응답내용은 어렵지 않습니다. 단지 현재 생각하시는 대로만 응답해 주시면 됩니다. 앞서 조사하신 몇 분들도 같은 염려를 하셨지만, 별 어려움 없이 잘 마쳤습니다. 제가 몇 가지 설문을

읽어 드리면 금방 아실 것입니다.

Q8 : 흥미가 없어요.

A8 : 본 설문조사에서 모든 분들의 의견을 얻는 것이 무엇보다 중요합니다. 만약 그렇지 못하면 그 결과는 무용지물이 됩니다. 그러니 조금만 시간을 내셔서 응답해 주시면 감사하겠습니다.

(5) 정보의 유출 및 오용에 대한 불신

Q9 : 개인 신상에 대한 정보가 외부로 유출되는 것은 아닌가요?

A9 : 통계조사를 통해 수집된 자료는 오직 통계작성의 목적으로만 사용하도록 법으로 규정(통계법 제13조)하고 있으니 안심하시고 사실대로 조사에 응해 주시기 바랍니다. 만약 조사원이나 담당자가 조사내용을 누설하거나 타인이나 다른 기관에게 제공하는 경우에는 법(통계법 제14조, 제23조)에 따라 처벌받게 되니 안심하셔도 됩니다.

Q10 : 왜 우리 집에 몇 명이 살고 있는지 소득이 어느 정도인지 알고 싶어 합니까?

A10 : 각 가구별로 식구들의 수가 다르고 소득이 다른데요, 가구별로 어떻게 다른지 알아야 하기 때문입니다.

Q11 : 이름을 알려줘야 하나요?

A11 : 기입하기는 하지만 공개는 안 합니다. 다만 조사원이 실제로 조사를 했는지 확인하기 위해서

필요합니다.

(6) 조사 이외의 목적에 대한 의혹

Q12 : 조사하고 나서 물건 파는 것 아니에요?

A12 : 절대로 그렇지 않습니다. ○○○님의 의견만 들으면 됩니다. 오히려 저희 측에서 마련한 답례품을 드리고 있습니다.

Q13 : 외판원이세요?

A13 : 아닙니다. 저는 ○○○에 소속된 조사원으로 ○○○님의 의견만 들으면 됩니다.

Q14 : 내가 당신을 어떻게 믿을 수 있나요?

A14 : 제가 ○○○님께 저희 전화번호를 드릴 테니 나중에 다시 전화하셔서 확인하셔도 됩니다.(만약, 위와 같이 말해도 응답자가 미심쩍어 할 경우) 그러면, 제가 이 조사를 주관하고 있는 ○○○(기관명)이나 저희 감독관의 연락처를 가르쳐드릴 테니 직접 확인해 보십시오. 전화번호는 ○○○-○○○○○입니다.

Q15 : 조사란 엉터리야!

A15 : 그러면, 저희들이 무엇 하러 돈들이고 고생하면서 ○○○님의 의견을 들으러 왔겠어요. 하지만 조사에 응해주는 분들만을 대상으로 하고 ○○○님처럼 하고 싶지 않아 하신 분들은 조사에서 누락한다면 정말 엉터리가 될 것입니다.

Q16 : 비밀이 보장되나요?

A16 : 물론입니다. 조사가 다 끝난 후 완성된 응답은 이름 없이 전산으로 응답하신 내용만 입력하여, 통계적으로 이러한 의견이 가진 분이 몇 %라는 수치이외에 다른 용도로 사용되지 않습니다. 따라서 누가 어떤 응답을 했는지 알 수 없는 것은 물론이고 이러한 비밀 보장이 이루어지지 않게 되면 이 조사를 시행하는 기관 입장에서도 큰 문제가 되기 때문에 절대 비밀을 보장하고 있습니다.

4. 응답자 부재 시 대처법

조사마다 예산이나 조사일정 등에 따라 응답자 부재 시 대처요령이 달라집니다. 가계조사와 같이 반드시 응답자를 설득해야 하는 경우 재접촉 시도를 접촉될 때까지 하는 것으로 정할 수도 있고, 두어 번 시도해도 안 되면 해당 응답자를 포기하고 다음으로 대체하는 조사도 있을 수 있습니다. 일단 재접촉을 시도할 것이라면 다음을 참고해서 정하는 것이 좋습니다.

1) 전화 연락을 시도

응답자 부재는 대개 응답자의 전화번호가 없어서 사전에 전화연락이 불가능한 경우에 발생합니다. 사업체의 담당자나 가구의 응답자가 부재 중이면 주변인에게 전화번호를 구하여 방문시간대와 다른 시간대에 연락을 시도해봅니다. 휴대전화 번호를 알아낼 수 있다면 휴대전화 연락을 시도해 봅니다. 전화로 연락을 할 때는 반드시

소속기관과 조사원의 이름, 전화번호를 알게 된 경위 등을 밝혀 응답자가 거부감을 갖지 않도록 해야 합니다.

2) 다른 시간대에 방문

전화연락을 할 수 없거나 연락이 닿지 않을 때는, 방문 시간대를 달리해서 재방문을 시도합니다. 시간대는 주중과 주말, 그리고 오전, 오후, 저녁으로 구분하는 것이 좋습니다. 이 중 몇 번을 재방문할 것인지는 조사의 시간적, 금전적 사정에 따라 조사관리자가 별도로 정하여 지시하도록 합니다.

3) 메모 남기기

조사원은 조사명과 본인의 이름, 연락처 등을 적어 다음에 전화연락이나 재방문을 했을 때 응답자가 예상하고 대비할 수 있도록 편지나 쪽지를 남깁니다. 조사원의 이름과 연락처 등 신상정보를 제공함으로써 조사원에 대한 신뢰를 심어줄 수 있습니다.

거기에서 한걸음 더 나아가 짧은 메시지라도 남긴다면 조사원의 정성이 깃들어진 격이 되어서 재접촉을 시도했을 때 응답자는 조사원의 정성을 생각하게 되고 그에 대한 가벼운 심리적 부담을 느끼게 됩니다. 이러한 메모 효과는 강한 거절을 완화시키고, 망설임을 조사 협조로 이끄는 데 도움이 됩니다.

4) 다른 가족이나 이웃에게 좋은 인상 남기기

응답자가 외출하고 없을 경우에는 그 집의 다른 사람이나 이웃에게 자기소개를 하고 방문목적을 말한 다음 응답자가 집에 있는 시간을 알아두어야 합니다.

사례: 다른 가족이나 이웃에게 좋은 인상 주기

...밖에서 통계청 아가씨의 인기척이 들리면 그냥 빈 집인냥 불러도 잠자코 조용히 있었다. 그러면 통계청 아가씨는 몇 번을 더 불러보고는 현관밖에 꺼내져 있는 일계부만 뒤적거리다가 그냥 가버리곤 한다. ... 이러다 말겠지... 그러면 그럴수록 통계청 직원은 더 열심히, 다 자주 우리 집에 찾아왔다. 올해 어머니의 연세가 93세다.

한번은 밭에서 일을 하고 저녁때가 다 되어서 집에 돌아가는데 통계청 아가씨가 어머니와 동네 여기저기를 걷고 있는 게 아닌가. 그날 난 어머니의 환한 얼굴을 너무나 오랜만에 본 듯 했다. 난 통계청 아가씨에게 퇴근 시간이 지났는데 왜 아직까지 안가고 이러고 있냐고 물었더니 집에 혼자 계신 할머니를 두고 차마 갈 수가 없었다고 했다, 자신도 몇 해 전에 돌아가신 할머니 생각이 났다면서 눈시울이 빨개졌다... 갑자기 마음이 아렸다.

출처: 출처: 가구부문 응답자 수기공모 및 체험사례집(2005). 통계청충남통계사무소. 천안시 유연희 주부

그때 다른 가족이나 이웃에게 좋은 인상을 주도록 하여 차후 조사를 허락 받는데 도움이 되게 해야 합니다.

5. 응답 기입 방법

응답자와 면접 조사를 진행하게 되면, 조사원은 조사지침에 지시된 바를 잘 지켜서 조사표에 기입을 해야 합니다. 애써 응답자의 동의를 구해 마친 조사가 잘못된 기

입 방법으로 사용할 수 없게 된다면 이만 저만 낭패가 아니기 때문입니다.

1) 환산하여 단위에 맞게 표기하기

조사가 완료된 후 전산입력을 할 때는 통일된 단위로 되어 있어야 하므로, 조사원이 응답을 기입하는 단계에서 그 작업을 해주도록 합니다. 간혹 누락된 것이 있다면 조사관리자나 검증원이 보충하여 계산할 수 있지만, 조사원이 한 번에 처리할 수 있는 일을 이중 삼중으로 확인 작업을 하지 않아도 되도록 조사원 선에서 모두 정리하도록 하는 것이 좋습니다.

조사지침서에 첨부된 단위 환산 표 등을 참조하여 조사원이 일정한 기준으로 환산을 해서 기록해줘야 합니다. 예를 들어, 병을 앓은 기간, 대지 면적, 전세 금액, 수입 총액 등을 적을 때는 조사표에 제시된 단위에 맞게 조사원이 환산을 하여 적도록 합니다. 즉, 조사표에 m^2 로 적게 되어 있다면, 응답자가 ‘평수’로 응답했더라도 그것을 m^2 로 계산하여 적도록 합니다. 응답자와 마주 앉아 조사를 실시하는 그 자리에서 바로 환산하기 어려우면 일단 평수를 메모 해 둔 다음 조사표를 최종 점검하며 정리할 때 환산 값을 응답란에 적으면 됩니다.

2) 메모사항과 최종응답이 구분 가능하도록 응답란에 정확하게 기재한다.

응답자가 응답을 해줄 때 조사표에서 요구하는 응답을 단번에 정확하게 해주는 사람은 흔치 않습니다. 부수적인 이야기를 거쳐서 대답에 이를 때가 많은데, 이 때 부수적으로 얻은 정보는 그저 흘러들 것이 아니라 조사

와 관련된 내용이라면 메모를 해두는 것이 좋습니다.

응답이 요구하고 있는 응답양식에 걸맞지 않은 때에는 응답 기록란에 상대방의 말을 그대로 기록합니다. 응답자의 현장의 목소리를 질문에 관련된 새로운 발견, 질문의 개선, 조사결과의 해석에도 활용하기 위해서입니다.

3) 응답자의 표현을 최대한 살리되, 질문에 대한 타당한 응답 기입

조사원은 속기사가 아니기 때문에 상대방이 말한 그대로를 모두 문자화 할 수 없어서 대화의 중요한 내용이나 요점을 자신이 알고 있는 말로 간략화 하여 기록하는 경우가 있습니다. ‘최근 뉴스에서 당신이 관심을 가진 것은 무엇입니까?’라는 질문에 자유롭게 이야기 하도록 하고 조사원이 상대방의 풍부한 응답내용을 신문기사의 제목과 같이 한 단어로 집약하여 기록하는 경우가 있는데, 이러다 보면 편향된 의견만 응답에 반영될 수 있으므로 주의해야 합니다. 또한, 응답자가 질문의 뜻과 의도를 단번에 이해하고 거기에 타당한 응답을 하는 것이 쉽지 않습니다. 때문에 때로는 엉뚱한 응답을 했는데도 조사원이 그 응답을 그대로 받아 적어오는 경우가 있습니다. 동문서답 식으로 타당하지 않은 응답을 적어 오게 되면 응답자에게 재질문하거나 그 질문을 결측 처리(무효로 처리) 시켜야 하기 때문에 조사 전체에 큰 손실을 가져오게 됩니다. 조사원은 자기가 받아 적은 응답이 엉뚱한 응답은 아닌지 꼼꼼하게 다시 살펴보고, 잘못되었을 때는 그 자리에서 바로 ‘캐어묻기(probing)’를 통해 타당한 응답을 받아내도록 합니다(7장 4절 참조).

응답자가 조사표에 맞도록 응답을 구성해서 말해주면 이상적이지만, 그렇지 않은 경우가 대부분입니다. 이 경우 조사원이 그 자리에서 응답을 조사표의 틀에 맞도록 구성(format)해야 하는데, 이 때 조사원이 자의적으로 해석하거나 의미를 변질시킬 가능성이 있습니다. 조사원은 항상 이런 가능성을 염두에 두고 객관성을 스스로 평가해야 합니다. 다음으로 자신의 구성이 응답자의 응답을 조사표의 구성에 맞게 편집했다면 응답자의 의도가 그대로 반영되었는지 확인 절차를 거쳐야 합니다. 한편, 응답자가 조사표를 의식해서 그 양식에 맞게 스스로 응답을 구성했을 경우에는 조사의 틀에 얽매어 자신의 생각과 다른 응답을 하지는 않았는지 재확인해야 합니다. 확인을 위하여 상대방이 말한 단어를 그대로 “무엇 무엇이라는 말씀이시군요.”라고 반추하는 것은 괜찮지만, ‘저도 그렇게 생각합니다.’ 등 직접 이야기를 한다거나 태도를 보이는 것은 좋지 않습니다. 조사원이 자신의 태도를 응답자에게 표현하게 되면 응답자의 이후 반응이 영향을 받아 편향될 수 있습니다. 이는 응답자의 의견을 듣고 기술하는 역할을 충실히 수행해야 하는 조사원의 의무를 크게 벗어나는 행동입니다.

4) 녹음하기

조사의 필요 상 녹음을 해야 할 경우가 있습니다. 이처럼 녹음을 해야 할 때는 응답자의 양해를 사전에 구해야 합니다. 응답자의 신변에 대한 비밀 보장이나 녹음 내용으로 인한 불이익 등은 일체 없으며, 단순히 조사만을 위한 녹음이라는 것을 충분히 인식을 시켜야 합니다.

현장에서 반드시 녹음기 작동 테스트와 건전지 상태에 대한 점검을 마친 후에 본 인터뷰를 실시합니다. 기계 고장이나 건전지 방전으로 인해 어렵게 얻은 응답이 녹음되지 않는 불상사가 없도록 유의해야 합니다. 요즘엔 저가형 MP3 플레이어들이 많이 출시가 되는데, 2-3만원 수준이면 충분히 녹음이 가능한 MP3 플레이어를 구입할 수 있습니다. MP3 플레이어의 또 다른 장점은 녹음된 내용을 컴퓨터에 저장할 수 있고, 손쉽게 편집도 가능하고 인터넷을 통해 주고 받을 수 있다는 점입니다.

녹음을 할 때는 잡음이 들어가지 않도록 주변이 조용한 곳에서 인터뷰를 실시합니다. 자동차 소리, 기계 소리로 인해 응답자의 목소리가 들리지 않는다면 조사는 헛수고가 됩니다. 따라서 응답자의 목소리가 또렷하게 들리도록 녹음기나 마이크를 배치하도록 합니다. 녹음을 시작하기 전 조사원 자신은 물론 응답자의 핸드폰도 양해를 구해 꺼놓든지 아니면 매너모드(진동상태)로 전환시키도록 해야 합니다.

녹음을 시작하면서, “○월 ○일 몇 시 몇 분, ○○○님을 모시고 ○○○ 면접 녹음 조사를 실시합니다. 조사원은 ○○○입니다.”라는 면접일시, 대상자 정보, 조사원 이름 등을 먼저 녹음을 합니다. 이는 추후 녹음 내용을 확인할 때 필수적인 것이므로 매번 녹음마다 빠트리지 않고 녹음을 해야 합니다.

조사할 때 녹음기기를 조사원에게 휴대하도록 하는 것은 반드시 필요한 경우에만 한정됩니다. 조사 상대가 싫어할 뿐만 아니라 조사원에게 부담이 되기 때문입니다. 그런 점에서 소형 MP3 플레이어에도 녹음기능이 있고

휴대도 간편할 뿐더러 응답자에게도 심리적 부담을 적게 주는 장점이 있어 조사에 유익하게 활용할 수 있을 것입니다.

5) 응답자가 기입한 조사표를 회수할 때

조사표를 응답자가 있는 곳에 두고 응답이 기입된 조사표를 조사원이 방문해서 회수하는 조사에서는 조사표를 배부할 때에는 회수할 날짜를 정하고, 약속한 일시에 응답자를 방문합니다. 응답자나 가족이 부재중이면 메모를 우편함에 넣어두고 조사표가 회수될 때까지 적어도 세 번은 방문합니다. 조사표 회수 시에는 항목 기입누락과 착오사례가 없는지를 확인하고, 특히 다른 가구원이 대리 작성하는 사례가 없는지 확인합니다.

6. 조사원의 안전

조사원은 조사 담당 지역을 돌아다니며 다양한 사람들과 접촉하여 조사를 수행하게 되는데, 조사를 원활하고 정확하게 그리고 사고 없이 수행하기 위해서는 조사원이 조사의 취지, 내용을 충분히 숙지한 후 정해진 매뉴얼에 따라 조사를 실시해야 하며 조사활동 중에는 안전상의 주의를 충분히 기울이도록 합니다. 현장조사 시 발생할 수 있는 여러 가지 문제점 및 그에 대한 대처 방안은 다음과 같습니다.

1) 사전에 조사지역의 상황 파악

사전에 담당지역을 면밀히 살펴본 후 조사지역의 범위

및 지형, 가옥의 배치, 기르는 개의 유무, 교통량 등을 직접 확인합니다.

2) 당일의 예정 알리기

우리가 없도록 예정을 세우고 방문 장소나 예정을 조사관리자 및 가족에게 알리도록 합니다. 도중에 예정변경 시에도 수시로 조사관리자에게 알리도록 합니다.

3) 조사활동에 적합한 복장

복장은 조사활동에 편리하고 적합한 것으로 화려한 복장이나 과도한 화장은 피합니다. 때로는 안전을 위한 복장을 갖추어야 할 때가 있습니다. 예를 들어, 농촌에서 챙이 넓은 모자를 쓰거나 우산을 비롯한 막대기를 들고 다니면 가축들로부터 공격을 당하는 경우가 있으니 조심해야 합니다.

4) 이동 시의 주의

도로의 경계나 구덩이, 배수로, 계단을 오르내릴 때 등 가능한 위험물들에 대해서 항상 조심하고 우천 시나 야간의 경우는 미끄러지거나 하는 사고를 당하지 않도록 주의해야 합니다. 보행 시 서류를 보면서 걷는 것은 위험하므로 조심해야 합니다. 교통수단을 이용할 때에는 주위 차량이나 사람을 항상 조심하며, 교차로 등에서 특히 조심해야 합니다. 해질녘이나 야간에는 안전운전에 유의합니다.

5) 심야나 아침 일찍 조사하는 것은 가급적 피해야 합니다

심야나 아침 일찍 조사하는 것은 가급적이면 피합니다.

부득이하게 저녁에 조사를 해야 한다면 사람의 통행이 적은 어두운 길은 피하고 두 명이 동행하도록 하는 것이 좋습니다.

제 7장 현장조사요령

사례: 조사원의 어려움을 알 수 있게 하는 수기 내용 하나

통계청의 존재 여부도 제대로 알지 못하는 응답자들을 붙잡고 부처의 자비로운 마음을 빌어 그들이 가진 손가락 개수까지 알려 달라고 조르는 조사원과 "내가 왜? 뭐 땀에 내가?"를 반복하는 응답자들과의 밀고 당기는 끊임없는 줄다리기처럼 쉽게 극복되기 어려운 열악한 통계조사 현장의 현실은 저로 하여금 '과연 나에겐 이 길 밖에 없단 말인가?'를 수백 번 수천 번 더 되뇌곤 합니다.

출처: 통계조사 현장 체험기 **함께 가야 할 길** 중 전남통계사무소 해남출장소 김유진 조사원 수기

현장 조사에 나가게 되면 조사원은 응답자들과 치열한 심리전을 벌여야 합니다. 응답자는 가능하면 응답을 거절하고 싶어 하고 조사원은 어떻게 해서든지 응답자를 설득해서 조사에 참여하게 만들어야 합니다. 여기에서는 이러한 심리전의 승리를 위해 갖춰야 할 야전 지침이 될 내용들을 간략히 소개합니다.

1. 표정과 시선

앞에서도 표정과 시선의 중요성은 이미 설명하였지만, 첫 만남에서 가장 중요한 첫인상을 결정짓는 첫째가 바로 표정과 시선입니다. 부드럽고 상냥한 표정, 친절하 매너,

그렇지만 전문가로서의 품위가 느껴지는 당당한 시선이 무엇보다도 중요합니다.

1) 응답자와 시선을 마주치도록 노력합니다.

조사는 조사원과 응답자간의 대화라고 보면 됩니다. 따라서 조사원은 응답자에게 질문을 할 때, 그리고 응답자의 답변을 들을 때 항상 응답자를 바라봐야 합니다. 시선을 마주치는 것은 응답자의 이야기에 귀를 기울이고 있다는 것을 보여주는 것이며, 이러한 작은 관심과 배려가 응답자로 하여금 더 진지하게 조사에 응하도록 하는 효과가 있습니다.

가능하면 응답자가 하던 일을 멈추고 조사원과 마주보고 조사를 실시해야겠지만, 상황에 따라 응답자가 업무를 보는 도중에 조사가 이루어질 수도 있습니다.(예: 농사일, 아이돌보기, 공장에서 물건 포장하기 등). 마주보고 있지 않다고 긴장을 늦춰서는 안 되며, 오히려 최선을 다해 응답자의 이야기를 들어주고 있다는 것을 전달하기 위해 응답자의 답변을 받아 적으면서도 가능한 대로 자주, 진지하게 응답자를 바라보도록 합니다.

2) 위엄이 있으면서도 자연스럽게

조사원은 어느 정도의 여유를 가지고 위엄과 전문가로서의 연륜과 경륜이 있게 보여야 하며 조사를 시종하게 수행하고 있다는 것을 응답자가 느끼도록 해야 합니다. 그러나 너무 딱딱한 분위기를 조성해서는 안 되며 자유롭게 말할 수 있는 분위기를 만들어야 합니다. 아래의 실패 사례는 첫 대면에서 이러한 위엄과 경륜에 대한 느낌을 주지 못했기 때문에 발생한 좋은 실패 사례입니다.

실패 사례 연구 1.

“그만 오라니깐 왜 자꾸 귀찮게 해?” 대꾸할 틈도 주지 않고 다시 전화를 푹!~ 끊어 버렸다. 나를 놀리는 것도 아니고 선물을 사 들고 방문할 때는 그럴지 않다가 가게부 이야기만 나오면 이런 행동을 취하는 이 집이 너무 싫고 미웠지만 꼭 참고 오후 시간대에 다시 제과점 빵을 사 들고 방문했다. 마침 집에서 김칫거리를 손질하고 있던 주부는 나에게 의외의 말을 건넸다.

“업무를 한지 얼마나 되었냐고 하면서 내가 너무 손해 보었다고…….”

그래서 집안 사정도 원래 복잡하고 쓰기도 귀찮았는데 전 담당자에게는 거절하기는 힘이 들어서 그냥 참고 2년이라는 세월을 써왔는데 이번 기회에 그만 쓸러 한다고… 전 담당자가 했을 때는 경험과 연륜이 있어 보여서 차마 거절을 못했는데 나에게서는 부담 없이 거부표시를 해도 될 것 같은 느낌을 받은 것이다. 그때 나는 20대 이었기에 솔직히 외모에서 경험, 연륜, 카리스마는 아직 배어나올 수는 없었다. 성실하게 대하면 언젠가는 될 줄 알았는데 이 점을 역이용 하는 사람이 있다는 사실이 새삼 나를 우울하게 만들었다.

…………….

그때는 사무실 막내였던 내가 지금은 선배가 되었다. 그래서 후배님들에게 이런 말을 해주고 싶다.

1. 내가 아무리 업무 신규자라도 신규자 티를 내지 말자.
2. 상대방이 나를 귀찮게 보지 않도록 노하우를 빨리 습득해라.
3. 실전에 좀 약하더라도 강하고 당당하게 보여라.

3) 전자보조기기 사용 때문에 시선이나 표정이 흐트러지지 않도록

CAPi 나 PDA 등 전자 보조기기의 사용법은 사전에 충분히 익혀 응답자와 대면했을 때 화면만 들여다보지 않고 응답자와 눈을 마주치는 등 상대방을 충분히 배려하며 조사할 수 있도록 훈련을 합니다.

2. 대화의 요령

1) 조사와 조사원에 대한 흥미를 갖도록

응답자가 조사원에 대해 인간적인 흥미를 갖도록 해야 합니다. 단순히 조사원으로서만이 아닌 한 사람의 인간으로서 사귄 수 있고 친할 수 있다는 생각을 응답자가 갖게 될 때 더 호의적으로 응답할 것입니다. 따라서 조사원은 다정하고 이해심이 많은 사람으로 보여야 하며, 먼저 조사원 자신이 응답자를 단순히 하나의 응답자로서보다 한 인간으로서 대하는 진정한 관심을 표명하는 것이 좋습니다.

2) 응답자가 하는 말을 진지하게 들어주기

대화를 잘 하는 사람은 말을 잘 하는 사람이 아니라 잘 들어주는 사람이라고 합니다. 또한 타협과 설득을 잘 하는 사람도 말을 많이 하는 사람이 아니라 상대의 말을 잘 듣는 사람이라고 합니다. 조사 대상자에게 협조를 구하는 단계에서는 조사 대상자가 하고 싶은 말이 있다면 그것을 잘 들어 주는 것이 좋습니다. 아직 조사나 조사원에 대한 신뢰 및 인간적 유대감(rapport)이 형성되기 전이라면 더욱 그렇습니다.

‘Rapport’(‘래퍼’) 형성하기

래퍼는 프랑스어로는 ‘라포’라고 읽고, 그 뜻은 ‘다리를 놓다’라는 어원에서 온 말입니다. 원래 이 용어는 상담심리나 심리치료에서 사용되던 말로, 상담이나 심리치료가 진행되는 동안 내담자(상담을 받는 사람)와 상담자, 또는 치료를 받는 사람과 심리치료자 간에 만들어지는 신뢰관계 및 유대관계를 의미합니다. 즉 둘 사이에 신뢰와 유대감으로 심리적인 다리가 놓아져야 상담이나 심리치료가 성공할 수 있기 때문입니다. 상담자나 치료자는 무엇보다도 내담자 또는 환자가 그들을 신뢰할 수 있도록 해야 합니다.

그러나 상담이나 치료 현장이 아닌 일상적인 대인관계에서도 이러한 래퍼의 형성은 그 관계의 질과 지속성 여부에 중대한 영향을 주게 됩니다. 조사원의 중요한 능력 가운데 하나가 바로 응답자와 짧은 시간 내에 신뢰와 유대감을 바탕으로 하는 래퍼를 형성하는 능력입니다.

조사에 대한 불신, 응하고 싶지 않다는 의견 등 응답자의 입장을 충분히 얘기하도록 하여 대상자의 의견을 조사원이 진지하게 받아들이고 있다는 인상을 심어주는 것이 좋습니다. 응답자의 이야기를 다 들어준 후에야 조사를 해야 하는 이유와 이에 협조를 했을 때 거시적으로 어떤 효과가 있는지 등을 설명하여 협조를 얻도록 합니다. 아직 충분히 협조를 얻지 못한 상태에서 조사 대상자의 의견을 듣지 않고 밀어붙이듯 진행하면 오히려 역효과를 낼 수 있습니다.

상대의 말을 잘 듣는다는 것은 다음과 같은 내용을 포함합니다.

- 1) 적극적으로 듣는 것입니다. 건성건성 듣는 것이

아니라 마치 말하는 사람의 말이 매우 흥미롭다는
듯이 상대의 말에 깊은 관심을 보여주는 것입니다.

2) 말하는 사람의 입장에서 듣는 것입니다. ‘감정이입
적 듣기’라고 말합니다. 상대의 입장에서 그 사람의
신념과 태도, 정서적 상태를 공유하는 듯한 태도로
듣는 것을 의미합니다.

3) 진지한 태도로 듣는 것입니다. 그래서 상대가 말하
는 내용을 정확히 이해해야 합니다.

4) 마지막으로 상대가 그런 말을 하는 의도와 목적이
무엇인지를 파악하며 듣는 것입니다.

이런 태도로 응답자의 말을 들어 주게 되면, 상대는 조
사원의 관심과 공감을 느낄 수 있으며 이로 인해 조사원
에게 호감을 지니게 됩니다. 한편 조사원은 상대가 말하
는 내용을 정확히 파악하고 그 말 속에 담긴 의도와 목
적을 파악할 수 있으므로 적절한 대응으로 자신이 원하
는 방향으로 대화를 이끌어 나갈 수 있어 결과적으로 멋
진 타협과 설득을 이루어 낼 수 있게 되는 것입니다.

응답자의 말을 잘 들어 주는 것으로 얻을 수 있는 이
점들을 살펴보면 아래와 같습니다.

- 응답자가 쉽게 이야기를 할 수 있습니다.
- 부드럽고 즐거운 분위기를 조성할 수 있습니다.
- 많은 지식과 정보를 얻을 수 있습니다.
- 응답자의 생각이나 느낌을 이해하고 알 수 있습
니다.
- 응답자의 말이 옳거나 그름을 파악할 수 있는

능력이 생깁니다.

- 응답자로부터 필요한 도움과 협조를 받을 수 있습니다.

그리고 응답자가 말하는 동안 지켜야 할 점들을 간략히 나열하면 다음과 같습니다.

- 열린 마음으로 듣는다.
- 중언부언하는 말이라도 끝까지 들어 준다.
- 자랑을 하더라도 잘 들어 주고 더 치켜 세워 준다.
- 맞장구를 쳐 준다.
- 나의 가벼운 허점을 보여준다. 그러면 응답자는 안심한다.
- 재촉하지 않는다.
- 아는 이야기라 해도 아는 척 하지 않는다.
- 응답자가 말을 끝마칠 때까지 기다린다.

3) 긍정적이고 자신감 있는 태도를 유지하라

한편으로 조사원은 응답자의 말을 진지하게 경청을 하면서도 자신이 그 조사행위 자체, 그리고 한 인간으로서의 응답자에 대하여 긍정적인 자세를 가지고 있다는 것을 응답자로 하여금 느낄 수 있도록 하는 것이 중요합니다. 지나친 권장이나 일방적으로 응답을 유도하는 식의 격려는 물론 삼가야겠지만 자기가 하는 일에 대해 자신감을 가지고 응답자가 스스로의 구실을 자신 있게 할 수 있게끔 격려해 주는 기술이 필요합니다. 특히 응답자가

대답을 제대로 할 수 없도록 만드는 장애요인을 고려해보면 조사원의 자신감이 중요함을 알게 됩니다.

조사원이 자신 없는 태도로 응답자의 질문에 대해 어물거리고 불분명하면 응답자는 자기가 무엇을 해야 하고 어떤 대답을 해야 할지에 관해 혼란을 느끼게 되는데, 이런 경우가 있어서는 안 됩니다. 그리고 응답자가 무엇인가 당하고 있다는 느낌을 주어서는 곤란합니다. 응답자를 존경하는 태도가 결여 되었다거나 주의를 기울이지 않고 이미 말한 내용을 다시 묻는다거나 말을 자주 가로막거나 지루한 느낌을 준다든가 기록하는 일에 너무 열중해서 응답자의 이야기를 귀담아 듣지 않거나 흥미를 보여 주지 않는다든가 하는 사소한 것들이 응답자와의 상호작용을 방해할 수 있습니다.

4) 제3자 없이 응답자와 둘이서만 조사하기

조사원과 응답자 이외의 제3자인 가족, 친구, 이웃사람 앞에서 조사를 진행하는 것은 좋지 않습니다. 질문내용에 따라 달라지기는 하지만, 가족문제라든가 이웃사람들에 관한 내용, 사회규범 등에 관한 것이면 응답자는 그 사회에 통용되는 관습이나 규범에 준하는 응답만 하기가 쉽습니다. 따라서 조사원은 제3자의 존재를 원하지 않는 표정을 지으면서 “선생님만 보셨으면 하는데요?”라고 말하며 다른 사람을 멀리하는 것이 좋는데 이때 세심한 주의를 기울여야 합니다. 이런 말을 하는 것은 응답자가 조사에 응할 것을 승낙하였다는 확신이 선 경우라야 합니다.

면접 장소는 응답자가 안정된 심리상태를 가질 수 있

도록 조용한 곳이어야 하며 조사원과 응답자 이외의 다른 사람들이 주위에 있는 것은 피해야 합니다. 면접 시 어린이가 대화에 개입하는 경우나, 부부 두 사람이 동석하여 응답을 의논하거나 이웃사람들이 응답에 끼어드는 경우도 있습니다. 이러한 상황은 면접조사의 일대일 조건에서 벗어나는 것으로서 가능한 한 조정을 하지 않으면 안 됩니다. 조사원은 응답자와 주변사람에게 가서 응답자와 단독조사를 해야 하는 점에 대해 양해를 얻도록 합니다.

5) 응답자가 조사원에게 질문에 오는 경우

응답자가 조사원에게 거꾸로 질문해 오는 경우가 있습니다. 대체로 의견 조사의 경우에 많이 일어나는 상황으로 응답자가 자신의 태도를 명확히 알지 못하거나 또는 자신의 태도를 밝힘으로써 어떤 불이익이 있을까 염려하는 경우, 그리고 조사원의 눈치를 살피는 경우에 응답자는 조사원에게 던지시 ‘어떻게 생각하세요?’ 라고 묻는 수가 있습니다. 조사원은 이때 “저의 생각은 조사가 끝난 다음에 말씀 드리겠습니다”와 같은 말로써 질문을 피하도록 하는 것이 좋습니다. 왜냐하면 조사원의 말이 응답자의 응답에 영향을 미칠 수 있기 때문입니다.

6) 필요 이상으로 시간을 소요하지 않도록 신속하게 진행

일단 조사에 응해주기로 했다면, 가능한 신속하게, 하지만 심도 있고 정확하게 조사에 필요한 내용들을 응답자로부터 이끌어내는 것이 중요합니다. 여전히 응답자의 이야기에 귀를 기울여 들어야 하지만, 조사와 무관한 이야

기를 너무 길게 하지 않도록 조사원이 대화를 이끌어 가도록 해야 합니다.

그러나 재촉해서는 안 되며 응답자가 대답에 필요한 시간적 여유를 주는 것이 좋습니다. 일부 학자들은 응답자에게 처음 떠오르는 생각이 가장 진실 된 것이기 때문에 시간적 여유를 주면 거짓된 응답을 할 가능성이 많다고 지적하고 있습니다. 그러나 응답자가 너무 시간에 쫓기거나 다급함을 느낄 경우 자기의 의사를 충분히 전달할 수 없어 중요한 자료를 놓칠 수 있기 때문에 적절한 시간적 여유를 주는 것이 좋습니다.

7) 화제에서 벗어나거나 말이 길어질 경우

응답자가 말하고 있는 내용을 주제와 관련시켜 질문함으로써 그의 말이 주제에서 벗어났다는 것을 알게 해주고 이야기의 결과가 어떤 것이라는 것을 예측하는 질문으로써 이야기를 빨리 끝맺도록 합니다. 예를 들어 자신의 신세 한탄이 길어지는 경우, “아, 그러시군요. 그런데 아까 자녀분들의 소득에 대해 말씀하시던 중이셨지요?”라는 식으로 이야기의 방향을 주제로 돌린다든지, “그럼, 그 일로 할아버님께서 돌아가셨군요?” 같은 말로 응답자의 신세 한탄 스토리의 결말을 미리 지어 주는 것이 좋습니다.

8) 노인과 대화할 때는 알아들을 수 있도록 더욱 쉽게 말합니다.

노인과 대화할 때는 너무 깍듯한 존대가 오히려 대화를 방해할 수도 있습니다. 기력이 쇠약해진 농촌의 노인일수록 그런 경향을 보입니다. 노인복지시설에 일하는

직원들에 의하면, “할머니, 진지 잡수셨나요?”보다는 “할머니, 밥 먹었어요?” 정도로 하는 것이 노인들이 이해하기에 더 좋다고 합니다. 하지만 노인이라고 무조건 말을 낮춰서 대화해서는 안 됩니다. 나이가 드신 분이라도 지역, 교육 정도, 건강상태에 따라 각똥한 존댓말로 대하는 것이 더 나은 분들도 있기 때문입니다.

노인들을 대상으로 조사할 때에는 천천히 말하고 높은 음으로 말하지 않도록 합니다. 만약 경미한 청력장애가 있는 노인이라면 반드시 얼굴을 보고 말하며 비언어적 의사소통 방법(손짓, 몸짓 등)을 함께 병용합니다. 심한 청력 장애 시에는 보청기를 사용하도록 하고 조사원은 보청기 사용법에 대해 미리 교육받을 필요가 있습니다.

또 할아버지 혼자 사시거나 가족과 같이 살지만 방문했을 때 혼자 계시는 경우에는 세심한 주의가 필요합니다. 거동이 불편하신 분은 괜찮지만, 그렇지 않은 경우 여자 조사원은 신발을 벗고 방 안으로 들어가지 않는 것을 권합니다. 신을 신은 채 문에 걸쳐 앉아 대화를 나누는 것이 의외의 일에 대비할 수 있기 때문입니다.

3. 응답의 확인

응답자가 질문의 의미에 대하여 조사원에게 설명을 요청할 때나 응답의 의미를 확인할 때는 주의하지 않으면 안 됩니다.

1) 질문의 의미를 제대로 이해할 수 있게

응답자의 응답이 분명히 질문을 잘못 이해하거나 또는 의미전달이 안되었다고 판단될 때에는 일단 응답을 받아들인 후 “죄송합니다. 질문을 제가 잘못했는지 모르겠습니다. 질문을 다시 한 번 읽어 드리겠으니 잘 들어 보시고 대답해 주십시오.” 라고 말하고 질문을 천천히 다시 읽어 준 후 응답을 재요청합니다. 응답자가 “그게 무슨 말인가요?”라고 질문의 의미를 묻는다면 조사원 자의대로 설명하지 말고 지침서의 내용대로 설명해줍니다. 만약, 응답자가 몇 번이고 반복해 물어 응답이 곤란하면 “당신의 생각대로 대답해 주십시오!”라고 양해를 구합니다.

또 응답자가 모른다고 대답할 경우, 조사원은 응답자가 정말로 모르는 것인지 아니면 대답을 피하는 다른 이유가 있는 것인지를 주의 깊게 파악하여 필요하면 캐어묻기(probing)를 통해서 가능한 한 구체적이고 정확한 응답을 얻도록 노력해야 합니다.

면접 중 응답자의 대답이 먼저 말한 내용과 상반될 경우가 있을 수 있습니다. 예를 들어 사업체 조사의 경우, 앞에서 ‘제작/생산업체’라고 응답을 하고, 뒤쪽에서 유통매출에 응답을 하는 경우가 있을 수 있습니다. 이럴 경우 조사원은 어느 것이 진실한 의견인지 밝혀내야 할 필요가 있습니다. 이때 “제가 잘 못 적었는지 모르지만 제 서류에는 ……라고 적혀 있는 데요” 라고 말함으로써 응답자의 체면을 지켜 주면서 정확한 정보를 얻을 수 있도록 합니다.

2) 보기 중 어디에 해당하는지 확인

해당하는 보기 중 선택하게 되어 있을 때에는 응답자의 응답이 어디에 해당되는가가 확실치 않은 경우가 있습니다. 이때에는 응답선택지를 읽어 주고 “어디에 해당됩니까?”라고 상대방에게 선택하도록 하든지 선택지가 목록화된 별지나 보기카드(showcard)를 상대방에게 제시하여 “몇 번에 해당됩니까?”라고 물어 응답자가 선택하도록 합니다.

보기카드의 제시는 보기의 수가 많거나 하나하나의 선택지의 문구가 긴 경우에 특히 적합합니다. 응답선택지 리스트가 복수의 질문에 대하여 준비 되었을 때는 이것을 따로 묶은 별책의 형태로 만드는 것이 좋습니다. 보기카드는 질문의 진행에 따라 해당 페이지를 펼치고 상대방에게 그때그때 제시하는 것이 좋습니다. 별지를 응답자에게 넘겨주고 마음대로 후속질문용의 리스트를 사전에 보도록 하는 것은 좋지 않습니다.

3) 응답 방향 확인하기

질문 중에 “~에 대하여 찬성하십니까?, 반대하십니까?”라고 응답자의 의견에 대한 질문을 할 경우 응답자가 “찬성합니다!”, 또는 “반대합니다!” 라고 명쾌하게 응답하는 경우는 많지 않습니다. “응, 그럴 수도 있지”, “그렇게 좋은 느낌은 아니네.” 등 응답자는 여러 가지 생각을 포함하여 애매하게 대답할 때가 많습니다. 응답의 내용이 누가 듣더라도 ‘찬성’ 또는 ‘반대’인 경우 이외에는 상대방에게 선택지의 어디에 해당되는지 다시 물어보아야 합니다.

애매한 대답과 모호한 대답.

우리는 흔히 ‘애매모호’하다는 말을 사용합니다. 이 말은 ‘애매’라는 말과 ‘모호’라는 말이 결합된 말입니다. 그럼 ‘애매한 말’과 ‘모호한 말’은 같은 것일까요? ‘애매’라는 말은 둘 이상의 의미로 해석될 수 있음을 의미 합니다. 청문회에서 “당신 ○○○씨에게 돈 받았지요?” 라는 질문에 “네”, “아니오”가 아니라 “기억나지 않습니다”라는 대답은 긍정도 부정도 아닌, 또는 긍정도 부정도 될 수 있는 애매한 대답이 됩니다. ‘모호’라는 말은 어디까지 말하는 것인지 경계가 불분명함을 의미 합니다. “한 달에 식비로 지출하는 돈이 얼마나 되나요?” 라는 질문에 “많아요.” 라고만 대답하면 모호한 대답이 됩니다. ‘많다’라는 말만으로는 어느 정도 금액인지가 불분명하기 때문입니다.

애매한 대답과 모호한 대답은 때로 조사표 상의 설문지가 애매 또는 모호할 때, 또는 조사원의 질문 자체가 그러할 때 일어날 수도 있습니다. 조사원은 항상 자신의 말이 응답자에게 혼동을 줄 수 있는 애매모호한 말이 아닌지를 생각하며 말해야 하고, 또한 응답자의 답변이 애매하거나 모호하지 않은지를 판단해서 분명한 응답을 이끌어 내도록 해야 할 것입니다.

4) 응답자가 거짓말을 하는 경우

사람은 의식적으로나 무의식적으로 거짓말을 하게 될 때가 있으므로 조사원은 이러한 문제를 잘 고려하여 응답자로부터 정직한 답변을 얻도록 해야 합니다. 대화의 내용에 따라 거짓말을 할 가능성이 많거나 적을 수가 있으므로 이 점을 고려하여 신뢰성 있는 자료를 얻을 수 있도록 노력해야 됩니다.

거짓말 탐지 신호

거짓말 연구에 정통한 캘리포니아 대학 폴 에크만 교수의 연구에 따르면 사람은 평균적으로 약 8분에 1번, 하루에 200번 정도 거짓말을 한다고 합니다. 이것이 사실이라면 우리 모두는 대단한 거짓말쟁이인 셈입니다. 물론 이것은 '요즘 어때요?'하는 물음에 '괜찮아요' 라고 대답하는 식의 의례적인 인사부터 사실을 위장한 표정과 태도 등을 모두 포함했을 때의 결과입니다.

영국 W. 앤밀트 박사는 사람들이 거짓말할 때 나타나는 대표적인 네 가지 현상을 이야기합니다.

1. 과장된 웃음이나 얼굴 근육, 즉 부자연스런 얼굴 표정.
2. 거짓말 하는 순간 손이 얼굴이나 눈을 가리는 형상.
3. 눈을 오래 동안 감는 행동이나 눈의 깜박임이 많다.
4. 손을 가만히 있지 못하고 말과 다른 행동을 한다.

1번 행동은 거짓을 들키지 않기 위해서 무의식중에 나타나는 행동입니다. 2번과 3번은 빨리 거짓말 하는 상황에 벗어나고 싶어 하는 심리가 반영된 결과이며 4번은 거짓말을 하려면 말을 만들어 내야 하기 때문에 그 상황에 맞지 않는 행동이 자연스럽게 나오는 것입니다.

되도록 응답자가 거짓말을 해야겠다는 생각을 갖지 않도록 조사 분위기를 만들어야 할 것입니다. 대체로 조사에 응한 응답자는 악의로 거짓말을 하지는 않습니다. 응답자가 거짓말을 하는 것은 있는 그대로 이야기할 경우에 예측되는 불이익 때문입니다. 또는 조사원에게 자신의 의견이나 생각, 또는 처지에 대해 밝히는 것을 부끄럽게 생각하기 때문입니다. 사람들이 거짓말을 하는 이유 중

많은 부분은 이득을 얻기 위해서거나 처벌받는 것에 대한 두려움 때문입니다. 이득의 크기가 커질수록, 처벌의 강도가 강할수록 거짓말에 더욱 신경을 곤두세워야 하고 거짓말에 대한 반응은 더욱 커질 수밖에 없습니다.

따라서 여기서 명심해야 할 것은 조사원은 응답자가 거짓말을 하는지 안 하는지 어떻게 하면 알 수 있을까 하는 생각보다 어떻게 하면 응답자가 마음 놓고 이야기 할 수 있게 할까를 사전에 고민해야 한다는 것입니다. 조사가 진행되는 동안에는 응답자의 진술이 거짓인지 아닌지를 판단하는 데 매달릴 것이 아니라 응답자의 말이 과연 응답자 자신의 어떤 감정과 인지를 표출하고 있는가에 주의를 기울여야 합니다. 노인들에게 자식들에게 용돈을 받는지, 얼마나 받는지를 질문할 때, 노인들은 자식에게 누가 되는 말을 하고 싶지 않아서 거짓 진술을 할 수 있습니다. 조사원은 노인의 말이 거짓임을 밝히려 하지 말고 다른 질문을 통해 우회적으로 실제 상황을 추론할 수 있어야 합니다.

때로는 응답자의 잘못된 상황 판단으로부터 의도하지 않은 잘못된 진술이 나올 수도 있습니다. 왜냐하면 응답자는 자신이 판단한 상황에 따라 상이한 응답을 할 수도 있기 때문입니다. 이런 경우, 조사원은 주변 단서나 또는 응답자의 전체 진술에서 이러한 점을 파악할 수 있어야 합니다.

4. 캐어묻기(probing)

사례: 간접적인 캐어묻기

어느 날 가게부 회수를 위해 들렀던 직원은 아저씨! 전번에 왔을 땐 꽃병이 없었는데 TV 옆에 있네요?, 아저씨 머리가발하신 것 같은데 가게부에는 안 적혔네요. 재활용 쓰레기까지만 보여보며 스티로폼 포장용 용기에 부착된 가격표까지, 야채 다발 묶음 끈까지도 모두가 관심대상이었다. 약신 연륜의 노련함이란 이런 것이구나. 한 치의 가감도 없이 가게부에 추가로 삽입시키는 고집스런 직원의 모습에서 통계의 정확성을 밀려, 위류수 있었다.

출처: 통계청·한국통계신문·수기공모 및 체험사례집(2005).
통계청충남통계사무소, 대전 이인제 씨

캐어묻기(probing)는 응답자가 질문의 의도와 맞지 않는 엉뚱한 응답을 했을 경우나 응답자의 응답만으로는 부족하여 좀 더 자세한 응답이 필요할 때, 질문에 맞는 정확한 응답을 얻어내기 위하여 부가적인 질문을 하는 것입니다. 그러기 위해서는 우선 조사원 스스로가 질문을 정확하게 이해해야 하고, 어떠한 응답을 얻어야 하는지 질문의 의도를 알고 있어야 합니다.

조사를 하다 보면 한 질문에 대한 완전하고 충분한 대답을 얻는다는 것이 얼마나 힘든 것인가를 알 수 있을 것입니다. 어떤 사람들은 공포심이나 열등감으로 인하여 자기의 태도를 감추려 하는가 하면, 어떤 사람들은 자기의 생각을 말로 잘 나타내지 못하기 때문에 대답이 분명치

않거나 충분치 못할 때가 많습니다. 조사원은 이러한 경우 적절하고 충분한 답을 얻는 방법을 알아야 할 것입니다.

1) 간단한 찬성적 응답

판소리에 ‘추임새’라는 것이 있습니다. 소리꾼이 창을 하는 동안, 고수나 청중들이 ‘얼씨구’, ‘좋다’, ‘으이’, ‘그렇지’ 등과 같은 짤막한 감탄사로 소리꾼의 흥을 돋궈 주는 것을 ‘추임새’라고 합니다. 이 말이 되어 나온 ‘추어주다’라는 동사는 ‘정도 이상의 칭찬을 해주다’라는 뜻을 지녔습니다. 몇 시간 동안 혼자 소리를 하는 소리꾼의 흥과 기운을 추어 주려는 의도가 담긴 것입니다.

면접 동안에도 응답자가 얘기를 할 때 “예, 그럴것군요.”, “참 재미있군요” 등의 찬성적 어구를 창의 추임새처럼 자연스럽게 사용하면 응답자는 자신의 말에 조사원이 경청하고 있고 공감하고 있다고 느끼고 말을 계속할 힘을 얻게 됩니다.

2) 응답자의 대답을 되풀이하기

이것은 응답자가 자신의 대답을 밝히며 좀 더 자세히 말하도록 하는데 효과적입니다. 특히 대답이 너무 길고 분명치 않을 때는 조사원은 그 대답을 요약해 주어 응답자가 무엇을 말했는가를 알도록 함으로써 조사의 진행을 원만히 하여 정확한 대답을 얻을 수 가 있습니다. 그러나 여기서 주의해야 할 것은 조사원의 주관이나 편견을 개입시켜서는 안 된다는 것입니다.

3) 무언의 암시에 의한 자극

너무 간단한 대답을 할 때 조사원은 그 다음의 말을 기대하는 것 같은 표정으로 상대방을 응시함으로써 응답자가 대답을 더 계속할 수 있도록 자극할 수 있습니다. 고갯짓, 눈짓, 얼굴 표정 등으로 뭔가 더 하실 말씀이 있으신 것 같은데 그 내용을 들었으면 좋겠다는 표시를 합니다.

4) 명확한 대답의 요구

응답자의 응답이 모순되거나 모호하거나 일관성이 없는 경우에는 캐묻는 질문으로 명확한 대답을 얻어낼 필요가 있습니다. 예를 들면 “죄송하지만 지금 말씀하신 내용을 좀 더 자세히 말씀해 주시겠습니까?” 또는 “그러니까 그 사건이 언제 일어났지요?” 등의 질문을 할 수 있습니다.

5) 비지시적 질문을 사용

캐묻는 질문은 비지시적이어야 합니다. 즉, 질문에 대답의 방향을 지시하거나 암시하는 요서가 들어가서는 안 됩니다.

예를 들어, “그것에 대해 긍정적으로 생각하는 견해는 없나요?”라는 질문하는 것보다 “그것에 대해 선생님의 자세한 설명을 좀 더 듣고 싶습니다.”와 같이 비지시적으로 질문을 하는 것이 좋다. 더 구체적이고 명확한 대답을 얻기 위하여 다음과 같이 독립적 질문을 할 수가 있다.

- 그것은 무슨 뜻인가요?
- 그 문제에 대한 선생님의 생각을 좀 더 말씀해 주십시오.
- 제가 그것이 무엇을 의미하는 것인지 잘못 알아들었습니다.
- 그 원인이 무엇인 것 같습니까?

6) 적당한 곳으로 끝내야

때로 질문을 계속해서 캐묻게 되면 응답자가 일종의 불안을 느끼게 되어 응답자와의 유대를 손상시킬 염려가 있습니다. 캐어묻기를 잘못하면 응답자에게 불쾌감을 줄 수도 있으므로 응답자가 예민하게 반응하면 더 이상 캐어묻지 않거나, 다른 질문을 먼저 하고 응답자가 심리적으로 안정되었을 때 다시 그 질문으로 넘어가는 것이 좋습니다.

5. 조사 마무리하기

1) 조사표 검사

조사가 끝나면 바로 헤어지지 말고 그 자리에서 누락되거나 잘못 기입한 것은 없는지 면밀히 검토한 후 이상이 없으면 종료한다.

2) 조사 협력에 대한 감사

흔히, 조사가 끝나면 조사원은 마음이 이완되어 부주의한 상태에 빠지기 쉽지만 조사가 끝난 뒤에도 마찬가지로 중요하다는 것을 명심하고 뜻하지 않는 실수를 저지

르지 않도록 해야 합니다. 조사가 끝났다고 해서 친절한 태도를 잊어서는 안 됩니다. 응답자로 하여금 통계조사와 조사에 대한 호감을 지니도록 끝까지 좋은 기분으로 헤어져야 합니다. 응답자가 조사에 대한 어떤 질문이나 의심을 나타낸다면 헤어지기 전에 모두 해결하는 것이 좋습니다.

그리고 응답자의 협력으로 조사가 흥미 있고 가치 있는 경험이 되었다는 점과 응답자의 응답이 진행 중인 통계조사에 많은 도움이 될 것이라는 점을 말해주는 것도 좋습니다. 그 밖에 조사에 대한 어떤 의견이 있는지 물어본 후 조사에 응해준 것에 대해 사의를 표하도록 합니다.

3) 재조사에 대비

혹시 불명확한 점이 있거나 이상한 점이 있으면 다시 연락을 할 수도 있다는 것을 미리 말해 둡니다.

4) 자기기입식 조사표의 회수

응답이 기입된 조사표를 조사원이 방문해서 회수하는 조사에서는 조사표를 배부할 때에 회수할 날짜를 정하고, 약속한 일시에 응답자를 방문합니다. 방문 전 응답이 완료되었는지 확인하는 전화를 하는 것도 좋은데, 이를 통해 아직 응답을 미처 마무리하지 못한 응답자가 마무리할 수 있도록 유도할 수도 있고 조사원이 헛걸음하지 않을 수 있습니다.

자기기입식 조사표를 배부할 때에는 조사표와 함께 봉투도 배부하고 봉투에 밀봉해서 받은 조사표를 회수할

수도 있는데, 이 방법은 응답자의 익명성과 응답의 비밀
준수에 대해서 신뢰할 수 있게 하는 방법이기도 합니다.

제 8장 조사 부문별 거절 유형과 대응방안

조사 현장에서 가장 힘든 일은 바로 응답자의 조사 거절입니다. 응답자들이 조사를 거절하는 이유는 다양합니다. 그러나 무엇보다 힘든 것은 응답자들이 조사원과 만나주지 않는 것입니다. 응답자가 조사원을 피하고 만나주지 않으면 아무리 설득의 달인이라 해도 설득의 기술을 사용할 수 없게 되기 때문입니다. 여기에서는 응답자들의 조사 거절을 어떻게 대응해야 될지에 대해서 살펴 보겠습니다.

1. 조사 불응 및 거절 유형

응답자는 나름대로의 이유를 가지고 조사를 거절합니다. 그 이유에 따라 조사 거절을 그 이유에 따라 유형을 나누어 보면 다음과 같습니다.

- 지금 당장의 불편
- 조사에 응하지 못할 개인적 고충
- 조사에 대한 오해와 불신
- 조사기관 또는 정부기관에 대한 불신
- 조사원에 대한 불신

일반적인 거절은 지금 당장 시간을 뺏고, 너무 많은 질문들로 자신을 불편하게 할 것이라는 기대와 예측 때문입니다. 이러한 기대와 예측은 조사원의 조사 동의 요구를

거절하도록 만듭니다.

다음으로는 가계 조사에서 흔히 볼 수 있는 거절로 낯선 사람(조사원)을 집 안에 들이는 것에 대한 불편함입니다. 예를 들어 응답자가 심신이 미약한 사람일 수도 있고, 집안에 환자가 있을 수도 있으며, 수많은 좌절을 통해 마음속에 분노가 가득한 사람일 수도 있습니다. 또는 글을 읽을 수 없는 노인이거나 말을 잘 알아듣지 못하는 청력 장애가 있는 사람일 수도 있습니다. 이런 사람들은 일반적으로 다른 사람들이 자신의 곤란이나 어려운 상황을 알게 될까 두려워하는 마음을 갖고 있습니다.

셋째는 조사에 대한 오해입니다. 이런 조사를 통해 드러나는 자신의 신상 정보 및 경제 활동 정보 등으로 인해 정부의 다른 기관에서 자신을 추궁하거나 자신을 처벌할 수도 있다는 오해를 할 수도 있습니다. 특히 요즘 처럼 개인 정보의 악용으로 인해 피해 사실들이 많은 시기에는 더욱 그러한 의심이 많아질 수 있습니다.

넷째는 앞의 내용과 관련된 것이기도 하지만, 어떤 사람들은 정부에서 하는 일이라면 모두 부정적으로 바라보고 의심을 하기도 합니다. 예를 들어, FTA로 날카로워진 농어민들은 정부 기관을 곱게 보지 않을 수도 있습니다. 신용 불량이 되어 은행이나 금융기관 등으로부터 독촉을 받은 사람들은 누구든지 자신을 찾아와 꼬치꼬치 묻는 사람들을 기피할 수밖에 없습니다. 그리고 마지막으로 조사원 자체에 대한 불신과 의혹으로 조사에 동의해주지 않을 수 있습니다.

2. 조사 거절에 대한 일반적 대응방법

조사원은 응답자가 조사 협조 요청에 거절하는 것을 당연한 절차라고 생각하는 습관을 지니고 있어야 합니다. 현장 조사를 처음 나가는 조사원들은 처음에는 낯선 사람들에게 말을 거는 것 자체가 두려울 수 있습니다. 용기를 내어 말을 걸고 조사 협조를 요청하기는 했는데, 응답자가 매몰차게 거절하는 경우 크게 당황할 수밖에 없습니다. 따라서 조사원은 항상 응답자에게 조사 협조를 요청할 경우, 상대방이 거절할 것을 미리 예측하고 있어야 합니다. 그리고 그 거절의 이유가 무엇인지에 대한 판단을 하고 이에 대한 대비를 마음속에 해두어야 합니다.

사례: 낯선 사람의 방문(조사대상자 수기)

"안녕하세요. 통계청 직원인데, 이곳은 통계청에서 조사하는 표본 조사구이건데요..."라며 약간은 경계하는 내게 취업 및 실업 등 국가 고용정책의 기초 자료로 쓰이는 조사를 하는 지역이라며 기본적인 인구조사인 가족들의 실제 생일과 학력 및 직업 등을 물었다. 당시 가사로 쉬고 있는 내게 취업 자리를 알아보지 않았는지 구직의사는 없는지 등등 이것저것 질문을 하는데 기분이 그다지 유쾌하지는 않았다.

낯선 사람의 방문. 공적인 업무라 해도 이사 온 지 얼마 안 되는데 그동안 살면서 이런 조사가 없었는데, 의심스러운 마음까지 겹쳐 나도 모르게 얼굴은 짜증스러움으로 일그러졌고, 그 '기분 나쁜 느낌'이 통계청 직원에게 전달되었음이 틀림없었다..... 그런데 다음 번 방문에는 다른 직원과 함께 방문했다. 선물을 들고 같이 온 한 직

원이 웃으면서 "집이 깨끗하네요. 집을 수리하셨나 봐요. 이렇게 고치려면 얼마나 들어요.", "우리도 집을 수리해야 될 텐데..."하며 말을 건넸다. 그 이야기를 듣는 순간 지난번 느꼈던 거부감과 달리 달렸던 마음의 문이 서서히 열리는 듯한 느낌을 받았다.

출처: 가구부문 응답자 수기공모 및 체험사례집(2005). 통계청충남통계사무소. 천안시 이유신 주부

1) 지금 당장의 불편

응답자는 조사원이 조사 협조 요청을 하게 되면 일반적으로 지금 당장 시간을 뺏고, 너무 많은 질문들로 자신을 불편하게 할 것이라는 예측을 하게 됩니다. 이러한 예측이 협조 요청을 거절하도록 만듭니다. 가장 흔한 반응은 '시간이 없다' 또는 '바쁘다'는 것입니다. 응답자가 실제 시간이 없을 수도 있습니다. 그럴 경우에는 간단히 조사 목적과 협조 요청에 대한 설명을 하고, 가능한 시간 약속을 받아 두고 자신의 연락처가 담긴 명함이나 쪽지를 남겨 두는 것이 좋습니다. 시간 약속을 해주지 않을 경우, 대체적으로 한가한 시간대가 어떻게 되는지 정도만 알아두고 재방문을 하겠다는 의사 표시와 연락처를 남겨두고 재방문을 시도하는 것이 좋습니다.

그러나 정말 '시간이 없어서', '조사에 응해주지 못할 만큼 바빠서'가 아닌 경우, 즉 조사에 응하는 것 자체를 귀찮아하고 단지 그 자리를 회피하고 싶어서 거절하는 경우, 조사원은 자신의 모든 능력을 발휘해서 그 사람을 설득해야 합니다. 이런 응답자들이 귀찮아하는 이유 다음과 같습니다.

- 낯선 사람과 이야기하고 싶지 않다.
- 지루하고 재미없는 질문에 대답해야 한다.
- 긴 시간 나를 못 살게 굴 것이다.
- 나에게 아무런 이득도 없을 것이다.

사례: 조사원의 현장의 어려움을 알 수 있게 하는 수기 내용 하나

"이거 얼마예요?", "형광펜 있어요?", 이게 문방구식 인사인데... "안녕하세요?" 하는 건 나한테 부탁이 있다는 인사다. 내용인즉 <가계조사>니 <경제활동인구조사>하며 이것저것 설명하더니 가계부를 써 줄 것을 부탁했다.

"난 절대 못 써요. 시간도 없고 쓸 내용도 없고, 나는 제외시키고 다른 집을 선정해요" 최대한 냉정하게 말해야지 생각하면서 난 바쁘니까 어서 가라고 딱 잘라 거절했다.

그리고 다음에 또 오마하는 그 직원에게 "아니 10번을 와도 내 대답은 똑같으니 헛수고 하지 마시고 다른 집을 알아봐요."

이렇게 차갑게 대했으니 사명감도 줄지만 자존심 때문이라도 다시 안 올 것이라는 계산이 깔려 있었다.

출처: 가구부문 응답자 수기공모 및 체험 사례집(2005). 통계청충남통계사무소. 충남보령 김정숙 씨

(1) 낯선 사람들과 이야기하고 싶지 않다

따라서 이러한 이유들을 해소해줘야 합니다. 낯선 사람과 이야기하고 싶지 않은 것은 그 사람에 대한 정보가 없고, 따라서 이 사람이 나에게 득이 되어 줄 사람인지 해가 될 사람인지를 판단할 수 없기 때문입니다. 사람들은

이처럼 이해득실이 불확실한 상황에서는 경계하거나 부정적인 반응을 먼저 하게 됩니다. 따라서 조사원은 사람들에게 친근하고 자연스럽게 접근하는 훈련이 되어 있어야 합니다. 바로 첫 인상을 좋게 하는 훈련이 되어 있어야 합니다. 좋은 ‘첫인상’을 남기는 방법에 대해서 앞에서 공부한 내용을 다시 한 번 정리하면 다음과 같습니다.

- 시간 약속을 한 경우, 시간을 반드시 지켜라
- 웃는 표정을 잃지 마라
- 꾸밈없는 자연스러움을 유지하라
- 배려하는 눈길과 말투를 유지하라
- 긍정적이고 당당한 태도를 보여라

낮선 사람과의 시간 약속의 준수는 바로 그 사람에게 줄 수 있는 첫 신뢰의 증거이기 때문에 시간 약속은 반드시 지켜야만 합니다.

웃는 표정은 응답자로 하여금 낮선 사람에 대한 불안을 감소시켜 줍니다. 밝고 환한 표정과 미소, 그리고 웃음은 조사원 스스로가 긴장하고 있지 않다는 것, 그리고 응답자에게 위협이 되지 않을 것이라는 신호로 해석됩니다. 조사원이 응답자의 사소한 반응이나 어투에도 밝은 표정이나, 미소, 가벼운 웃음으로 반응을 하게 되면 마음이 모진 사람이 아닌 경우에는 함께 밝은 표정이나 미소로 답하게 되어 있습니다. 함께 불안과 긴장이 풀린다는 말입니다.

다음으로는 꾸밈없는 자연스러움을 유지하는 것입니다. 아무리 밝은 표정을 지으려 노력을 하고 미소를 지어도 그 표정과 미소가 자연스럽지 못하고 가식적으로 보이면 응답자는 더욱 경계를 하게 됩니다. 이것은 조사원이 응답자를 어떤 사람으로 인식하고 있느냐와 관련이 됩니다. 조사원이 응답자를 낯선 사람, 또는 타인으로 명확히 인식하고 있으며, 결국 딱딱하고 어색한 태도를 버릴 수 없게 됩니다. 조사원이 여자이고 응답자가 같은 연령대의 여성이면 마음속에 친한 친구 하나를 떠올려 보는 것도 한 방법입니다. 앞에 있는 응답자가 친한 친구라고 생각하고, 그 친구에게 조사 참여를 권유하는 것이라고 생각합니다. 친구니까 쉽게 거절할 수도 있고, 괜히 심통을 부릴 수도 있을 것입니다. 하지만 친구라고 생각하면 자연스럽게 받아들일 수 있고, 또 차분히 설득할 수도 있을 것입니다. 그리고 배려하는 눈길과 말투도 유지될 것입니다.

마지막으로 중요한 것은 긍정적이고 당당한 태도를 유지하는 것입니다. 조사원이 조사에 대한 자부심과 책임감을 지니고 있고, 마주하고 있는 응답자로부터 반드시 협조를 받아 조사를 마칠 수 있다는 자신감 역시 상대방을 설득하는 중요한 역할을 합니다. 이러한 긍정적인 생각과 책임감, 당당한 태도는 응답자로 하여금 조사원의 말과 행동에 대한 신뢰를 갖게 합니다. 그리고 점차 조사원의 설득을 받아들일 수 있도록 마음을 열어 주게 합니다.

조사원들이 마음에 새겨둬야 할 것은 응답자들은 끝내는 마음을 열게 된다는 것입니다. 단지 그 마음이 열리게 되는데 조사원들의 노력과 성심이 얼마나 잘 표현되느냐에 달려 있을 뿐입니다.

(2) 지루하고 재미없는 질문에 답해야 한다

응답자들은 조사라는 것이 자신의 의지나 흥미와는 관심이 없는 일이기 때문에 그것이 지루하고 재미없는 질의응답이 될 것이라는 선입견과 편견을 지니고 있을 것입니다. 따라서 조사원은 응답자가 조사에 흥미를 갖도록 유도해야 합니다. 사람들은 자신과 관련된 일에 흥미를 지닙니다. 그리고 구체적인 사례에 관심을 갖습니다. 따라서 조사원은 조사에 대해 설명을 할 때, 응답자와 어떤 관련이 있는지, 응답자가 자신의 지식과 경험 내에서 얼마나 쉽게 응답을 할 수 있는 것인지를 구체적인 사례를 들어 설명할 수 있도록 준비해야 합니다.

(3) 긴 시간 나를 못 살게 굴 것이다

응답자의 거절 이유 중 하나가 이 조사가 얼마나 시간이 걸릴 것인가 하는 것입니다. 조사원은 평균적인 조사 시간을 이야기를 해줘야 합니다. 예를 들어 ‘30분 정도 걸리는 조사입니다’ 라고 말을 해줍니다. 그러나 바로 이어서 ‘협조를 잘 해주시면, 어떤 분들은 20분정도에 마치시기도 합니다’라고 말을 해서 시간에 대한 부담을 재차 경감시킵니다. 그러나 시간에 대한 언급은 응답자가 ‘얼마나 걸리는데요?’라고 직접적으로 질문하지 않는 이상, 설득 과정의 가장 마지막에 이야기하는 것이 좋습니다. 왜냐하면 시간을 먼저 묻지 않는 사람들은 ‘귀찮음’이라는 이유만으로 거절하고 있는 사람이며 소극적인 회피를 하는 사람이기 때문입니다. 이런 응답자들은 일단 설득이 되면 시간은 그리 큰 문제가 되지 않을 수 있습니다. 그러나 설득 초기에 시간을 묻는 응답자는 적극적인 거절을 위해 거절의 이유를 찾는 사람입니다. 따라서

이 사람들에게는 처음부터 정확한 실제 시간보다는 조금 짧은 시간을 제시하는 편이 좋습니다. 그리고 그 정도의 시간은 내줄 수 있지 않느냐 하는 점에 초점을 맞춰 설득하는 것이 좋습니다. 이런 응답자는 여기에서 설득을 하지 못하면 더 이상의 설득의 기회를 주지 않기 때문입니다.

(4) 나에게 아무런 이득도 없을 것이다

‘이런 조사 하면 뭐합니까?’, ‘나하고 관련도 없는 조사!’라는 응답을 보이는 경우입니다. 이 경우, 응답자는 자신에게 돌아오는 것은 없고, 나만 시간을 뺏긴다는 계산을 하고 있는 것입니다. 이런 이해득실이 빠른 응답자로 판단되면, 답례품 이야기를 꺼내도 됩니다. ‘그냥 응답만 해달라기 죄송해서, 비싼 것은 아니지만...’ 하며, 답례품을 꺼내 보여도 됩니다. 물론 포장이 되어서 그 안에 무엇이 들어 있는지는 알 수 없을 것입니다. 이런 행동은 이해득실에 대한 계산이 빠른 응답자의 호기심을 발동시킬 수도 있습니다.

실패사례2. 조사를 다른 가족에게 미루기

맞벌이 부부와 아들, 며느리 이렇게 4식구가 사는 가구로 경계심이 심하였고 말 걸기조차 힘든 분위기의 가족이었다. 가구명부 작성 시에도 힘겹게 조사한 가구였다. 이 가구가 포함이 안 되었으면 하는 바람이 있었으나 어찌 내가 조사하고 싶은 가구만 조사할 수 있겠는가? 사무실에 있는 홍보자료들을 챙겨서 마음을 굳게 먹고 가구를 방문하였다.

통계청 조사가구 중 사연이 없는 가구가 몇이나 있겠는가? 갖가지 불응사유를 가지고 있으나 조사담당자들이 힘들게 설득하여 조사하는 것이 아닌가? 먼저 가구를 방문하였다. 며느리가 문을 열고 싸늘하게 본다. 반갑게 인사하고 조사에 대해 설명을 했다. 꼭 해야 하나요? 왜 해야만 하나요? 기운이 다 빠졌다. 그런데 본인을 모르겠다며 부모님이 일하시는 매점으로 찾아가라고 한다. 다음날 매점이 한가한 시간에 맞춰 방문하였다. 가구주가 매점에서 나오고 있었다. 잠시 면접을 했으나 바쁘니 매점 안에 있는 배우자와 아들에게 설명해달라고 하고 나를 피한다. 배우자에게 또 설명을 했다. 한참을 듣던 배우자가 신경질을 낸다.

아~~~ 물러서야 할 때이다. 인사를 정중히 드리고 돌아서는 데 뒤에서 들리는 소리 XX...XX..... 돌아 볼 용기가 안 난다. 못 들은 척 하고 얼른 자리를 피했다.

출처: 통계교육원 실패사례 연구 자료 중

분석: 흔히 조사 현장에서 발견할 수 있는 실패 사례입니다. 이 경우 가족들의 특성에도 문제가 있는 것은 맞지만, 중요한 것은 조사원이 가족들에게 책임감을 분산시켰다는 문제가 있습니다. 앞에서 책임감 분산으로 인한 폭력사건의 방관자가 되는 사건을 살펴봤었습니다. 이 사례에서 얻을 수 있는 교훈 역시, 책임감의 분산이 일어나면 도움이 일어나지 않는다는 것입니다.

이 경우 조사원은 가족 중의 한 사람만을 대상으로 정했어야 합니다. 이 사람도 가능하고 저 사람도 가능하다는 판단을 하게 한 것이 서로 관계가 좋지 않은 가족들 간에 서로 미루기를 조장한 셈입니다.

2) 조사에 응하기 곤란한 개인적 고충

개인적 고충은 응답자의 신상문제와 상황문제로 나누

어 볼 수 있습니다. 응답자의 신상문제는 예를 들어 오랫동안 실직 상태의 가장이나, 대학 졸업 후 장기간 취업을 하지 못한 젊은 사람들, 신용불량 상태로 오랫동안 경제적인 어려움을 겪고 있는 사람 등입니다. 이런 사람들은 조사에 응할 마음의 여유가 없기 때문에 조사에 쉽게 응해주지 않는 경향이 있습니다. 응답자의 상황문제는 흔히 가계조사나 경제관련 조사에서 많이 나타납니다.

사례: 시각 장애우의 협조

시각장애인 주부를 방문했다. 아주머니는 "그런 일은 성한 사람이나 할 수 있는 일인데, 우리 집은 빼주면 안되겠느냐?"고 하였다. 사실 그럴 것이다. 나는 잠시 주춤하였지만, "통계조사를 하기 좋은 곳만 골라서 조사하게 되면 아주머니처럼 사시는 분들은 모두 통계조사에서 빠지게 돼 정확한 통계를 작성할 수가 없습니다."라고 설명했다. 그랬더니 아주머니는 "한번 해 보겠다"며 흔쾌히 받아 주셨다. 그날부터 나는 날마다 그 집을 방문하여 가계부를 받아 적었다. 며칠을 방문하니 아주머니는 "점자를 아니까 매일매일 점자로 적어 놓았다가 매월 초에 읽어 줄 테니 한꺼번에 받아 적어가라"며 안쓰러운 마음으로 해주셨다. 마음에서 마음을 전하는 것인 것. 아주머니의 따뜻한 마음과 배려가 나에게서 그녀가 장애인이라는 타이틀을 지워 주었다. 소외된 계층의 삶이라 해서 배타적인 것이 아니라는 사실을 일깨워 주었던 것이다.

출처: 통계조사 현장체험수기 "마음으로 통하는 이야기" 중 부산지방통계청 사회조사과 박은정 조사원 수기

가계조사의 경우, 응답자가 질환이 있거나, 병원에 입원해 있는 경우, 집안에 경조사가 있는 경우, 심신이 미약한 노인들만 있는 경우, 경제적으로 너무 궁핍해서 다른 사람들의 방문을 꺼리는 경우, 맞벌이나 기타 사유로 집에 있을 때가 거의 없는 경우, 직장의 근무시간 때문에 집안에 있는 시간이 거의 없을 경우 등 수많은 사유가 있을 수 있습니다.

응답자의 신상문제인 경우 응답자들은 이미 좌절과 분노의 상태에 놓여 있을 수 있습니다. 이런 상태에서는 일차적으로 사람들을 만나기를 꺼려하는 대인기피 증상을 보이거나 사람들과의 대화에 무표정하고 무반응하거나, 작은 자극에도 쉽게 분노를 표출하는 성향을 보입니다.

사례: 우울증 주부와의 인연

우울증 주부 남편이 자살한 것, 가구 방문 시 아주 무섭게 칼을 들이대면서 나가라고 외칠 때도 있고 당장 먹고 사는데도 급급한 사람이 가게부는 무슨 소리며 "내 집에서 당장 나가요" 외마디에 놀라 더 이상 말도 못 꺼내고 뒤돌아 왔습니다. 그 이후 출장 나갈 때면 그 가구를 지나칠 때 아이들이 생각이 나서 애들 과자와 학용품을 조금이나마 준비하여 나의 마음을 전하였습니다. 한 두어 달이 지나자 아이들이 나의 마음을 알았는지 마음의 문을 열기 시작했습니다. 다행히 아이 엄마도 뒤늦게 마음의 문을 열어 주었습니다.

출처: 통계조사 현장체험수기 "마음으로 통하는 이야기" 중 대전충남지방통계청 사회조사과 노혜경 조사원 수기

조사원은 응답자에게 접근했을 때 응답자가 이러한 성향을 보이는 경우, 그 사람의 개인적 신상문제를 염두에 두고 매우 신중하게 접근을 해야 합니다. 사실 이런 응답자들에게 조사 협조를 받는 것은 쉬운 일은 아닙니다. 반드시 조사에 참여시킬 표본 대상이라면 조사원들은 좀 더 긴 설득시간을 염두에 두고 차분히 접근하여 설득을 해야 합니다. 이런 사람들은 대부분 사람들 간의 관계로부터 상처를 입은 경우가 많습니다. 그러니 낯선 조사원에게는 더욱 경계를 할 수 밖에 없습니다. 조사원은 응답자의 이런 경계심과 불안을 풀어주기 위해서는 친절하고 부드러운 첫 인상을 주도록 노력해야 합니다. 그리고 무엇보다도 진심으로 그를 배려하는 마음을 그 사람이 느낄 수 있도록 해줘야 합니다.

응답자의 상황문제 또한 해결하기 어려운 문제입니다. 반드시 조사를 해야 할 표본임에도 불구하고 응답자가 조사에 응하기 어려운 상황에 처해 있는 경우 조사원은 그 상황을 정확히 판단해야 할 필요가 있습니다. 예를 들어 심각한 질병 상태에 있는 사람의 경우, 무리하게 조사를 강행하게 되면, 본인은 물론 가족들의 심각한 저항에 부딪힐 수도 있고, 주변 사람들에게 통계청 및 관련 조사에 대한 혐오감을 심어줄 수도 있으므로 조사원은 조사관리자와의 상담을 통해 대상 표본을 더 설득할 것인지 아니면, 대체 표본을 찾을 것인지를 판단하고 결정해야 합니다.

응답자의 집안에 결혼이나 상과 같은 경조사가 있는 경우, 처음 찾아간 경우라면 혼주나 상주에게 가벼운 인사를 하고, ‘통계청에서 나온 아무개입니다. ‘조사차 나

왔다가 기쁜/슬픈 일을 치르시는 것을 보게 되었습니다. 축하 드립니다(조의를 포함합니다). 큰 일 치르시고 난 후 다시 찾아 뵙겠습니다.’ 라는 정도의 인사말과 함께 방명록에 이름을 남기고 차후에 다시 연락을 하고 방문을 하는 것이 좋습니다. 이처럼 인사와 방명록에 기록하는 것은 차후 연락과 방문 시 인사거리를 남겨둘 수 있어 도움이 됩니다.

응답자가 노인인 경우 조사원은 매우 세심한 주의가 필요합니다. 사람들은 나이가 들면서 기억력이 떨어지는 등 제반 인지능력이 떨어질 뿐만 아니라 정서적으로도 불안정해지고 쉬 노여워하게 되기 때문입니다. 노인가구 방문의 경우, 주거 상태, 위생이나 청결 상태가 아주 열악해서 타인의 방문 자체를 꺼리는 경우도 있습니다. 조사원은 절대 얼굴을 찡그리거나 열악한 주거 환경에 대해서 불편한 표정을 지어서는 안 됩니다. 노인가구 방문 시 과자나 사탕, 또는 화장지 등, 간단한 방문 선물 정도를 가져가는 것도 노인들과 이야기를 트는 좋은 단서가 될 수 있습니다. 또 노인가구 방문 시에는 그 분이 혹시 방치되어 있지는 않은지, 건강이나 위생에 있어 문제는 없는지를 세심하고 사려 깊게 살펴보고 알아 봐야 합니다. 때로 동사무소의 도움을 받을 수 있는데도 몰라서 도움을 받고 있지 못하다면 나서서 도움을 줄 수 있으면 더 좋습니다. 조사를 위한 목적으로 하는 노인가구 방문이라도 조사원은 조사 목적 이외에도 노인들에 대한 사회적 책임감을 가지고 노인들을 관찰하고 배려해야만 합니다.

조사를 가장 어렵게 만드는 상황은 응답자가 부재중인

경우입니다. 이 경우의 대처 방법에 대해서는 뒤에 따로 다루겠지만, 간략히 소개하면 방문의 흔적과 연락처, 추후 방문 계획에 대한 메모를 남기고, 즉 이웃이나 통장, 또는 경비원 등의 도움을 받아 자신의 방문을 알리고, 다른 연락 방법, 즉 핸드폰이나 다른 소재지 연락처를 수소문해서 연락을 취하고, 다른 연락처를 알 수 없을 때는 평일/휴일, 오전/오후/저녁 시간대를 나누어 번갈아 재방문을 해서 접촉할 방법을 찾아야만 합니다.

3) 조사에 대한 오해와 불신

우리나라 사람들은 정부기관 조사에 대해 두 가지 뿌리 깊은 불신을 지니고 있다고 봐야 합니다. 하나는 ‘정부기관’에 대한 불신입니다. 조선시대까지의 봉건적 역사 속에서나, 일제치하에서나, 현대의 독재의 역사 속에서 통치기관, 즉 정부기관의 ‘군림하는 권위’에 대한 불신과 반감이 아직도 남아 있는 것이 사실입니다. 또 다른 하나는 ‘조사’라는 말이 주는 거부감입니다. ‘조사’는 영어에서는 ‘서베이(survey)’라는 단어의 번역인 셈인데, 이 단어는 ‘훑어보다’ ‘개관하다’ 정도의 의미에서 오늘날에는 ‘통계조사’라는 의미로 사용됩니다. 하지만 우리말의 ‘조사’는 유행했던 개그 ‘조사하면 다 나와!’에서처럼, 사건의 형사 조사나, ‘세무조사’ 등과 같이 개인의 문제를 파헤치기 위한 조사의 어감으로 많이 사용되어 좋은 느낌으로 다가오지 않는다는 점입니다. 그런데다 통계청이라는 정부기관에서 하는 조사는 일반적인 느낌으로는 그리 유쾌하게 들리지 않는 사람들도 많이 있을 것입니다. 또 다른 측면은 기업들의 경제활동을 위한 시장조사가 많아져

서 일반인들이 수많은 조사에 노출되어 조사에 대한 피로감을 느끼고 있다는 점도 문제입니다.

따라서 조사원들은 조사에 대한 오해나 편견을 줄여주는 것이 중요한 역할 중의 하나입니다. 때로 신용불량 상태에 집안의 가계부조사를 설득해야 하는 경우 자신의 수입과 지출이 금융기관에 노출될까 두려워 조사에 응하지 않는 경우가 있으며, 사업체의 경우, 자신들의 매출과 지출에 대한 정보가 세무서에 노출될까 꺼려 조사에 응하지 않는 경우도 있습니다. 조사원은 통계법 상의 정보 보호에 대한 사항을 확실히 숙지를 하고 응답자에게 제대로 설명하고 오해를 풀어 줄 수 있어야 합니다.

4) 조사기관 또는 정부기관에 대한 불신

앞에서도 예를 들었듯이, FTA로 민감해진 농어민들의 경우 정부기관의 정책과 의사결정에 대한 불만도가 매우 높습니다. 또한 도시빈민들의 경우도 마찬가지로 자신들의 곤궁함을 정부의 정책과 시책에 대한 불만으로 돌리는 경향이 있습니다. 반대로 자영업자는 자영업자대로 월급을 받는 샐러리맨들은 그들대로 정부의 제반 정책에 대해 불만을 지닐 수 있는데, 이러한 불만과 불신이 정부기관의 조사에 대한 불신으로 연결되는 경우가 종종 있습니다.

조사원들은 조사 지침에 나온 대로 조사의 목적과 그 활용에 대한 정확히 설명하고 응답자를 설득해야 합니다. 예를 들어 통계 자료는 정부기관에서만 활용하는 것이 아니라 정부를 감시할 국회에서도 사용하며, 언론과 일반 시민들도 통계 자료를 통해서 정부기관의 정책과

행정을 감시할 수도 있으며, 통계자료에 기초해 정부의 문제점을 지적하고 제안을 할 수도 있다는 점을 잘 설명해줘야 합니다. 통계청의 조사 결과 획득된 조사 자료의 사용 주체가 정부만이 아니라, 온 국민이라는 사실을 주지시켜 설득을 하도록 해야 합니다.

5) 조사원에 대한 불신

사회가 복잡해지고 다양한 경제활동을 하는 사람들이 많아지면서 조사를 빙자한 마케팅이나 사기까지 기승을 부리고 있어 때로 응답자들이 '조사'라는 말만 들어도 의심과 불신의 눈길을 보내는 경우가 많이 있습니다. 가구 방문 조사의 경우 이러한 불신이 더 심한데, 특히 노인 가구 방문 시, 이러한 노인대상 사기 행각으로 인한 피해의식이 강해 조사원과의 만남 자체를 기피하는 사례들이 많습니다.

따라서 조사원은 응답자를 방문할 때는 조사원증을 항상 패찰 해야 하며, 필요할 경우, 통계청에서 발행한 조사 안내 책자와 공문 등을 응답자에게 함께 제시할 수 있도록 준비가 되어 있어야 합니다.

3. 가계조사부문 조사 거절 유형별 대응방안

[통계청인천지방사무소 "불응가구 설득 매뉴얼" 참조]

1) 소득계층에 따른 불응 유형과 대응방안

소득 수준에 따라 조사 불응 사유가 다릅니다. 상위계

층은 신분이나 소득이 노출되는 것을 염려하여 면접을 기피하는 성향이 있는 반면, 소득이 낮은 계층에서는, 가정 결손 상황, 정부 불신, 피해의식, 또는 신용불량자의 신분 노출에 대한 기피, 돈벌기에 바빠서 등의 이유로 면접을 거부하거나 면접에 응해도 원치 않는 항목에 대한 응답 거부가 많습니다. 이에 대한 대응 방법은 아래 표를 참조하시기 바랍니다.

<표 2> 소득계층에 따른 불응 유형과 대응방안

| 구분 | 불응사유 | 대응방법 | 비고 |
|-------|---|--|----|
| 상위 계층 | 신분노출, 소득노출 등을 염려하여 면접기피 | 통계법의 비밀보호를 설명하고 꾸준한 설득이 필요. 통장 또는 부녀회장의 협조를 얻어서 면접 시도 | |
| 하위 계층 | 가정결손, 피해의식, 정부불신, 신용불량자의 신분노출 기피, 돈벌기에 바빠서 등 면접거부, 응답거부 | 집주인이나 이웃집의 도움으로 면접 시도, 답례품도 있음을 알리고, 통계법의 비밀보호를 설명, 통계에서는 개개인의 | |

2) 주거 형태에 따른 불응 유형 및 대응방안

최근 도심이나 부도심, 또는 시골까지도 아파트들이 많이 들어서 있는 상황입니다. 고급 아파트는 요즘은 경비도 없이 첨단전자장비 설치로 단지 입구에서부터 접근이 어렵고, 서민아파트는 맞벌이 등으로 출타 중인 세대가 많아서 면접을 하기가 매우 어렵습니다. 단독주택이나 빌라는 아파트에 비해서 비교적 접근의 용이한 편이지만, 노인가구, 빈곤한 가정 사정 등으로 응답을 기피하여 적절한 면접이 이루어지지 못하는 경우가 있을 수 있습니다.

<표 3> 주거 형태에 따른 불응 유형 및 대응방안

| 구분 | 불응사유 | 대응방법 | 비고 |
|-------|--|--|----|
| 아파트 | 고급아파트는 첨단전자장비 설치로 단지입구에서부터 접근이 어렵고, 서민아파트는 맞벌이 등으로 출타중이어서 면접이 어려움 | 아파트관리사무실을 방문하여 조사취지 설명하고 협조 구함, 구내방송이나 아파트게시판을 활용하여 정부의 공적인 통계임을 강조, 최근에는 부녀회의 역할이 커져서 부녀회를 설득하는 것도 한 가지 방법, 관리사무소나 경비실에 홍보용 답례품을 제공하여 협조유도 필요 | |
| 단독 빌라 | 상대적으로 접근은 용이하하나 맞벌이가구로 빈집이 많던가, 노인가구, 빈곤한 가정사정 등으로 응답을 기피하거나 적정한 면담이 이루어지지 못하는 경우 있음 | 통장이나 부녀회장, 이웃집 등의 협조 필요, 야간에 방문하는 등 꾸준한 설득 필요 | |

3) 접근 시간대별 면접 곤란 유형

조사원의 입장에서는 오전이나 오후, 심지어는 저녁시간까지 면접에 활용을 해야 합니다. 그러나 오전시간은 사전에 약속이 되어 있지 않는 한 피하는 것이 좋습니다. 왜냐하면 야간근무, 주부아침잠, 가족이 출타한 시간을 이용한 여가 활용 등으로 면접 자체가 어렵거나 설사 면접에 응하더라도 달가워하지 않는 시간대이기 때문입니다. 주부들을 대상으로 하는 경우에는 오후 시간이 추천됩니다. 그러나 주부들이 저녁 준비를 위해 장보는 시

간대(오후5시 정도)는 만나기 힘들기 때문에 피해야 할 시간대입니다.

<표 4> 접근 시간대별 면접 곤란 유형

| 구분 | 불응사유 | 대응방법 | 비고 |
|----------|---|--|----|
| 오전 시간 | 야간근무, 주부아침잠, 가족이 출타한 시간을 이용한 여가활동 등으로 면접이 어렵거나, 면접이 가능하더라도 시간적으로 피해야 할 경우가 있음 | | |
| 오후 시간 | 만날 수 없으므로 저녁 시장 보는 시간은 피해야 함(5시 이후) | 방문전화를 하고 시간 약속을 철저히 지킴, 방문안내 스티커를 적극 활용, 필요하다면 편지를 통한 설득 | |
| 저녁 시간 | 직장에서 돌아온 가족들이 모이는 시간이므로 만날 수는 있으나 오붓한 시간을 방해하는 것 같은 느낌이 들며, 때론 주부들이 싫어할 때도 있음 | | |

4) 교육 수준에 따른 불응 유형과 대응방법

교육수준에 따라 조사에 불응하는 사유도 다릅니다. 대학원 이상의 고학력자들 또는 고급공무원, 의사, 판검사, 변호사 등은 통계에 대한 이해도 있고, 일반적으로는 협조도 잘 하는 편이지만, 때로 신분 노출이나 경제적 소득관계 노출을 꺼려서 조사를 거부하거나 일부 몰지각한 사람들은 조사원들을 알보는 듯한 태도로 조사를 거부

하는 경우도 있습니다. 반대로 무학력자이거나 또는 저학력자의 경우, 통계에 대한 이해 부족으로 응답을 거부하거나, 건축노무자, 행상 등을 하는 사람들은 면접이 어렵거나 정부에 대한 불만이 많아 조사 거부를 하는 경우가 있습니다. 고학력자에게는 정부의 공식 통계임을 강조하고 사회 지도층이 솔선수범해 줄 것을 강조해야 합니다. 무학력이나 저학력자의 경우, 그들의 어려움과 불만을 함께 들어주고 누구나 사는 것이 그리 쉽지 않음을 함께 토로하여 서로 공감대를 이룰 수 있어야 합니다. 오히려 한번 마음을 열면 협조를 잘 해주기도 하며, 답례품이 설득에 효과적이기도 합니다.

<표 5> 교육 수준에 따른 불응 유형과 대응방법

| 구분 | 불응사유 | 대응방법 | 비고 |
|----------------|---|---|----|
| 대학원 이상 고학력자 | 통계를 이해하고 협조도 양호하나 일부에서는 알보는 듯한 면접거부 등이 있음 (고급공무원, 의사, 판검사, 변호사 등) | 꾸준한 노력이 필요. 정부의 공적인 통계임을 강조, 사회지도층에서 솔선수범하여 줄 것을 강조 | |
| 무학 또는 저학력자 | 통계에 대한 이해 부족으로 응답거부하거나, 건축노무자, 행상 등 면접이 어렵거나 정부에 대한 불만이 많아서 불응하는 경우 | 요즘 생활하기가 어려움을 호소하는 등 공감대 형성이 필요함. 한번 마음을 열면 오히려 통계조사에 협조를 잘해 주기도 함. 설득용 답례품 활용 필요 | |

5) 연령별 불응 형태 및 대응방안

노인들의 경우, 경제적 어려움, 또는 저학력 등으로 인해 통계에 대한 이해가 부족하여 조사 협조에 거부하는 경우가 많으며, 때로 자녀들이 노인들을 대상으로 한 사기

등을 염려하여 아무에게나 자신의 신상정보를 노출시키면 안 된다고 설득하여 조사 면접을 거부하는 사례가 늘어나고 있습니다. 노인가구를 방문할 경우에는 앞에서도 설명하였듯이, 매우 세심한 주의가 필요합니다. 가능한 노인들의 마음을 열도록 노력하고 가구 내 젊은 사람들이 있는 경우, 젊은 사람과 면담을 통해 통계조사의 취지를 충분히 설명하여 협조를 구해야 합니다.

20~30대 젊은 사람들의 경우, 개인 사생활에 대한 강조와 기본적으로 정부 또는 공무원에 대한 불신이 팽배한 세대로서 조사에 쉽게 협조하지 않는 경향이 있습니다. 이들에게는 사생활 관련 정보를 통계처리 이외의 목적으로 사용할 수 없도록 통계법이 보호하고 있으며, 개인의 사생활 못지않게 정부 살림을 위한 국가 통계도 중요함을 강조하여 설명을 해줘야 합니다.

<표 6> 연령별 불응 형태 및 대응방안

| 구분 | 불응사유 | 대응방법 |
|-------|--|---|
| 노인층 | 통계에 대한 이해부족으로 인한 불응, 자녀들이 사기 등을 염려하여 응답해주면 안 된다고 하여 면접거부 또는 불응 | 노인들의 마음을 열도록 노력하며, 가구내 젊은 사람과 면접하여 통계조사의 취지를 설명하여 협조 구함 |
| 2~30대 | 개인 사생활을 지나치게 강조하는 세대로 정부 또는 공무원을 불신하여 불응 | 사생활 보호도 중요하며 정부의 통계도 사생활보호 못지않게 중요함을 설명, 안내문 등을 활용하여 설득 |

6) 조사 단계별 불응 형태 및 대응방안

조사가 진행되는 단계에 따라 불응의 형태가 다를 수

있습니다. 여기에서는 통계청에서 주관하는 조사들의 조사 수행 단계별 불응 유형과 대응방법을 정리해보았습니다.

<표 7> 조사 단계별 불응 형태 및 대응방안

| 구분 | 불응사유 | - 대응방법 |
|----------------|---------------------------|--|
| 가구 파악 단계 | - 무조건 불응 | - 홍보 팜플렛 활용 - 통반장 도움 필요 - 조사 필요성 설명 |
| 인구 조사 단계 | - 사생활을 알려 줄 수 없다고 불응 | - 홍보 팜플렛 활용 - 조사의 당위성 설명 |
| 경찰 조사 단계 | - 귀찮다고 불응 | - 홍보 팜플렛 활용 - 보조조사표 활용 - 적은 시간만 할애하면 된다고 강조 - 조사의 목적, 자료의 활용 설명 |
| 가계 조사 단계 | - 바빠서 가계부 쓸 시간이 없어서 불응 | - 홍보 팜플렛 활용 - 표본조사 설명 - 답례품 활용 |
| 사회 통계 등 | - 너무 귀찮게 한다고 불응 | - 조사 안내장 활용 - 조사 필요성 및 당위 성 설명 - 바쁜 경우 전화를 통 한 조사 가능 |

7) 불응 정도별 불응유형 및 대응방안

조사 협조 요청에 불응하는 강도에 따라 적대적인 불응, 무관심으로 인한 불응, 무관심 및 무시, 무지로 인한 불응 등으로 나누어 볼 수 있습니다.

<표 8> 불응 정도별 유형 및 대응방안

| 구분 | 불응사유 | - 대응방법 |
|-----------|------------------------|---|
| 적대적인 불응 | - 정부불신 - 타인의 응답도 방해 | - 유머로 분위기를 누그러뜨린다. - 설득 당했다고 느끼지 않도록 한다. - 논쟁을 피한다. |
| 무관심 / 무시 | - 면접기피 - 귀찮아서 불응 | - 귀가 솔깃한 제안을 한다. - 혜택이 있음을 설명한다. - 관심을 가지도록 유도한다. |
| 무지로 인한 불응 | - 노인층의 불응 - 부인들의 불응 | - 불응하는 이유가 단순하다. - 통계조사가 모두를 위함을 알려준다. - 개개인의 비밀사항은 조사하지 않는 것을 알려준다. - 질문에 성실히 응해준다. |

적대적인 불응은 조사에 대한 불신, 정부에 대한 불만, 또는 응답자의 개인 사정 등의 이유에서 나타납니다. 가능

하면 적대적인 불응 의사를 표현하기 전에 잘 설득을 하여 유보적인 태도를 보이도록 해야 합니다. 왜냐하면 사람들은 일단 자신의 강한 의사를 표현하고 난 다음에는 자신의 말을 되돌리지 않으려 하며 또한 자신의 말과 자신의 행동을 일치시키려는 경향을 보이기 때문입니다. 그러나 일단 응답자가 불응 의사를 강하게, 그리고 적대적인 말투로 표현한 경우 조사원이 조사 협조를 다시 요청하게 되면 응답자는 더욱 강한 적대감과 불쾌감을 보이게 됩니다. 이때에는 조사 협조 자체에 대한 직접적인 설득보다는 한발 물러서서 분위기를 부드럽게 만들어야 합니다. 지나치지 않은 적당한 유머는 이런 상황에 도움이 됩니다.

어떤 응답자들은 조사원의 이야기를 처음부터 듣지 않으려 하거나, 또는 듣는 동안 마는 동안 관심을 보이지 않거나, 조사원의 어떠한 말이나 행동에도 반응 보이지 않으므로써 조사원의 말 붙이기 자체를 무시하기도 합니다. 실제로 관심이 없어서일 수도 있고, 일부러 그럴 수도 있습니다. 실제로 관심이 없는 사람은 감정적인 동요도 없습니다. 따라서 이런 사람은 얼굴 표정에 변화가 없습니다. 얼굴 표정에 변화가 없이 관심을 보이지 않는다면 뭔가 솔깃한 제안을 해서 관심을 유도할 수 있습니다. 이런 경우 ‘아, 그런 것이었나?’ 라는 심적 반응으로 나타날 것입니다. 그러나 일부러 무관심한 척 하는 사람들은 얼굴이 굳어 있거나 미간에 힘이 들어가 있고, 행동이 부자연스럽습니다. 이런 경우, 억지로 설득을 시도하는 경우 곧바로 적대적 불응으로 연결될 수 있습니다. 혜택에 대한 이야기로 관심을 유도하는 것이 좋습니다.

4. 사업체조사부문 조사 거절 유형별 대응방안

[통계청인천지방사무소 "불응사업체 설득 매뉴얼" 참조]

사업체 조사는 최근 사회가 정보화 사회로 급진전하면서 각 사업체들의 자사 비밀보호와 정보누출 우려로 통계조사에 불응하는 사업체들이 증가하는 추세에 있습니다. 아래는 인천통계사무소에서 2007년 6월 작성한 최근 1년간 사업체 부문 조사 불응 사례의 유형별 비율입니다. 가장 대표적인 불응 사유는 1)경기침체에 따른 경영악화(35.3%), 2)치열한 경쟁에 따른 정보 유출 우려(20.6%), 3)정치 불신에 따른 정부 불만(17.6%), 4)사업체 응답자의 업무 과다(8.8%) 등으로 나타났습니다.

<표 9> 사업체 부문 조사 불응 사례의 유형별 비율

| 사유 | 비율(%) |
|----------------------|-------|
| ◎ 경기침체에 따른 경영악화 | 35.3 |
| ◎ 치열한 경쟁에 따른 정보유출 우려 | 20.6 |
| ◎ 정치 불신에 따른 정부불만 | 17.6 |
| ◎ 사업체 응답자의 업무과다 | 8.8 |
| ◎ 사업체 응답자 변경 시 거부 | 5.9 |
| ◎ 사업체 상급자의 응답거부 | 2.9 |
| ◎ 영세업자의 응답 거부 | 2.9 |
| ◎ 사업주 변경에 따른 인수인계 미비 | 2.9 |
| ◎ 통계 결과 발표 내용 불신 | 2.9 |

1) 경기침체에 따른 경영악화

국내 경기 둔화로 인한 업종 분할 및 설비 축소, 종업원 감축 매출 감소 등으로 경영이 악화되자 사업체 측에서 통계 자료 제출을 회피하는 사례가 발생하고 있습니다.

(1) 불응사례

조명기구를 생산하는 OO실업(주)는 중국산 저가제품이 국내시장을 잠식하면서 매출이 급감하였고 이에 따라 경영수지를 개선하고자 불법외국인 근로자를 고용하였습니다. 그러나 정부의 집중단속으로 조업활동에 지장이 초래 되면서 정부에 대한 불만이 고조되고 인력의 감축으로 사무인력이 부족해지면서 대표이사가 조사에 응답을 거부하였습니다.

(2) 설득사례

조사담당자의 지속적인 설득에도 계속 불응하였으며 팀장이 1차 지원 설득을 시도하였습니다. 그러나 계속 응답을 거부하여 2차로 조사과장이 다시 면담을 시도하였지만 면담거부로 설득을 못하여 3개월간 잠정치를 보고하면서 매월 방문하여 면담을 요구한 결과 대표이사과 조사과장의 면담이 이루어져 조사의 중요성과 조사되고 있는 품목의 대표성을 강조하고 조사응답 부담을 최소화를 위해 자계식 조사에서 타계식 조사로 조사방법을 전환하고 불필요한 질문을 줄여 응답부담을 최소화하도록 하였습니다. 또한 사업체의 업무 피크타임을 피하여 방문하는 등의 노력을 통하여 조사에 협조토록 설득을 완료하였습니다.

2) 정치 불신에 따른 정부불만

경기 침체와 정부 정책에 대한 불만으로 조사 협조 거부 사례가 발생하는 경우가 있습니다.

(1) 불응사례

기업활동실태조사 대상사업체인 OO세미테크(주)는 반도체소자 및 태양전지를 생산하는 1·업체로서 정부정책에 대한 불만이 팽배하여 통계자료 제공을 완곡하게 거부 하였습니다(회사 출입통제 및 응답자 면접 거부). 수차례에 걸친 면접요청과 업무 총괄자와 실사지도자가 설득지원을 하였지만 면접자체가 이루어지지 않아 설득을 실패하였고 전수업종인 관계로 조사 불가로 유고 처리를 할 수 밖에 없었습니다(설득 실패사례).

3) 치열한 경쟁에 따른 정보유출 우려

정보 유출을 우려해서 외부인의 출입을 철저히 통제해서 응답자를 면담하기 어려운 사례가 많이 있습니다.

(1) 불응사례

(주)O움은 핸드폰 부품인 케이스를 생산하는 사업체로 신제품 모델개발에 심혈을 기울이고 있어 외부인 출입이 제한되고 있으며, 특히 중국시장 진출과 코스닥에 상장 을 앞두고 매월 조사되는 자료에 대한 정보유출을 우려하여 조사응답에 불응하였습니다.

(2) 설득사례

응답자인 담당계장은 상사의 지시사항이기 때문에 어쩔 수 없다는 이유와 함께 조사에 응답을 계속 회피하여

조사담당자는 팀장을 대동하여 사업체를 방문하여 상사인 이OO 팀장과 면담을 시도하였습니다. 그러나 원천적으로 사무실 출입이 통제된 회사인지라 부재중이라는 답변만 듣고 면담을 하지 못하였고, 추후 전화로 지속적 면담을 시도한 끝에 통화를 하게 되어, 동 사업체의 중요성(가중치가 높은 사업체 임)을 강조하고 자료의 집계과정, 처리과정, 공표과정 등 통계에 대한 특성을 설명하고 조사에 대한 협조를 당부하여 설득완료 하였습니다(회사에 도움이 되는 통계자료를 제공 할 것을 약속 함).

4) 사업체 응답자의 업무과다

경기 부진과 경영 악화로 사업체 내부 구조 조정 등으로 직원 1인이 여러 가지 업무를 도맡아 수행하는 관계로 통계 응답에 대한 별도의 시간을 내기 어려운 애로사항으로 인해 자료 제공을 거부하는 사례가 발생하고 있습니다.

(1) 불응사례

서비스업동태조사 대상사업체인 (주) OO여객은 시외버스 운송업을 영위하는 업종 특성상 응답자의 잦은 외출과 과중한 업무(총무업무와 경리업무 병행)로 통계조사 자료 취함에 어려움이 발생하여 조사가 지연되고 비협조로 이어짐으로 인하여 조사담당자와 응답자간의 마찰로 조사거부 사태가 발생하였습니다.

(2) 설득사례

응답자와 유대관계 개선(식사 함께하기, 경조사 챙기기)을 위한 노력을 경주하고, 동 조사의 중요성을 상기

시켜 적극적인 협조를 당부하여 응답자로 하여금 잠정자료 제출이 발생하지 않도록 노력하기로 하였습니다.

(3) 유사사례

관리자와 사무보조자 2명이 근무하는 사업체에서 사무보조자가 통계조사에 응해주었으나, 인원감축으로 사무보조자 1명이 그만두고, 관리자가 생산관리와 사무 관리를 동시에 해야 하는 상황이 발생하면서 사업체까지 장소를 이전하여 응답자가 업무도 가중되었고, 사업체도 이전하였으니까 조사대상에서 제외해달라고 요청[전북통계사무소 경제조사과].

5) 사업체 응답자 변경 시 응답거부

통계조사에 대한 응답은 부수적인 업무로 취급되어 일정기간 담당하던 직원이 진급 및 인사이동 시에는 신규직원에게 업무가 전가되고, 신규직원은 인수인계가 제대로 이뤄지지 않고 업무파악이 되지 않아 해결능력이 부족하여 조사응답 불응 사례가 발생합니다.

(1) 불응사례

OO그린피아(주)는 제재목을 생산하는 종사자가 10인 이하인 소규모 업체로서 응답자가 퇴사한 이후 인수인계가 이뤄지지 않아 각재, 판재, 내장재, 테크재 등의 품목별 생산현황, 출하 현황에 대하여 구분하여 집계가 이뤄지지 않고, 신규 직원으로서 조사내용별로 집계하기가 어려워 조사 대상에서 제외 해줄 것을 요청하며 응답을 거부하는 사례가 발생하였습니다.

(2) 설득사례

광공업동태조사의 취지, 중요성, 표본업체가 지속적인 조사대상이 되어야하는 이유 등을 설명하고, 조사품목인 제재목에 대한 집계를 당부함과 함께 관리이사의 협조를 받아 품목별 집계에 대한 어려운 현실을 보완하여 조사 완료토록 하였습니다.

(3) 유사사례

기존 응답자는 오랜 조사기간을 통해 유대관계가 형성되어 조사가 잘 이루어지고 있었으나, 기존 응답자의 인사이동으로 인하여 응답자가 바뀌어 통계조사의 목적을 설명하고 응답을 요청하였으나, 그 동안 기존 직원이 응답해줬으면 됐지 본인이 또 계속 응답해야 하냐며 업무에 적응도 아직 안됐다며 응답 거부함[전북통계사무소 경제조사과].

6) 사업체 상급자에 의한 응답거부

통계 자료 요청 기관이 많아지면서 업무에 지장을 초래한다는 이유로 상급자가 조사 협조 요청을 거부하도록 지시함으로써 조사가 중단되는 사례도 있습니다.

(1) 불응사례

(주) OO오탁스는 스위치를 생산하는 업체로 응답자는 조사에 적극협조하고 있는 우수협조 사업체인데 월간조사 이외의 연간조사인 기업활동실태조사를 실시하던 중 상사인 상무이사가 이 사항을 목격하고 통계조사가 너무 많아 업무에 지장을 초래하니 향후 모든 통계조사에 대한 응답을 거부토록 응답자에게 지시 하는 일이 발생하였습니다.

(2) 설득사례

1차 담당팀장을 대동하여 설득을 시도하였으나 불응하였으며 2차로 경제조사과장이 전화로 면담을 신청하였으나 역시 거부하였습니다. 지속적으로 면담을 시도하여 조사에 중요성을 강조하며 협조를 당부하여 상무이사가 답변을 유보하고 대표이사와의 상의 후 응답여부를 결정하여 연락하기로 하여 당월 조사는 잠정보고 하였습니다. 차후 연락이 없어 재차 질의 한 결과 조사에 협조할 것을 약속하였고 응답자를 통하여 확정치 자료를 제출 받았으며 향후 유사중복 통계방지를 위한 적극적으로 노력할 것을 약속함으로써 문제를 해결한 사례가 있었습니다.

(3) 유사사례

일정 규모 이상인 사업체의 경우는 월간 경상조사 뿐만 아니라, 금년에 실시한 연간조사를 비롯한 다양한 통계조사의 중복 대상이 되면서 사업체 응답자의 업무 부담이 가중되어, 통계청에서 여러 가지 자료를 요청한다는 인식을 심어주어 경상조사까지 응답거부 사태가 발생함. 또한 응답자 입장에서는 개인 성과에도 들어가지 않는 통계조사를 바쁜 업무 중에 매월 한 번도 모자라서 수시로 응해야 하냐며 응답거부 사업체 발생[전북통계사무소 경제조사과].

7) 영세업자의 응답거부

통계에 대한 인식 부족 및 자료 제출로 인해 추가 세금이 부과될 수 있다는 오해로 응답을 기피하는 영세업자들이 종종 있습니다.

(1) 불응사례

서비스업동태조사 대상사업체인 O데이는 야간에만 운영하는 호프집으로 사업장 위치가 외진 곳에 있고, 사업장을 인수 후 영업실적이 저조하여 대표자가 조사응답을 거부 하는 사례가 발생했습니다.

(2) 설득사례

동료직원을 대동하여 퇴근 후 직원회식을 겸하여 호프를 마시면서 대표자와의 대화의 장을 마련하여 현재의 경기 상황과 조사목적을 설명하고 영업수입에 대한 비밀보장과 함께 지역 내의 경기흐름을 파악하는데 많은 도움이 될 수 있도록 적극적인 협조를 당부하여 설득한 결과 조사를 완료할 수 있었습니다.

8) 통계결과발표 내용 불신

통계에 대한 인식부족 및 정부 불신 풍조로 인해 정부에서 발표되는 모든 통계 내용을 거짓으로 인식한 결과 조사에 불응하는 사례도 발생합니다.

(1) 불응사례

인천 남동구에 소재한 싱크대 배수구를 생산하는 O스모(주)는 기업활동실태조사에 대한 응답을 거부하여 설득 지원을 하였으나 통계에 대한 인식부족과 대표자의 정부에 대한 불신으로 통계결과에 신뢰감 상실과 통계자료 요청기관 과다로 업무지장을 초래한다는 이유로 응답 거부하여 조사 설득에 실패한 사례가 있었습니다.

(2) 유사사례

통계청에 대한 인식 및 홍보부족으로 통계조사를 해주면 사업체 정보가 유출된다는 잘못된 인식으로 인해 사업체의 기밀이라 절대로 알려줄 수 없다고 하며, 조사목적 및 통계청에 대한 홍보를 하려고 해도 아예 들을 필요도 없다며 막무가내로 응답 거부함[전북통계사무소 경제조사과].

9) 사업주 변경에 따른 인수인계 미비

대부분의 회사가 사업주 및 응답자 변경 시에는 인계 인수가 전무하기 때문에 조사에 불응하는 사례가 초래되기도 합니다.

(1) 불응사례

서비스업동태조사 업체인 OO 스파렉스는 대표자가 변경 되었는데 대표자에게 통계조사 대상사업체임을 사전에 보고되지 않은 상태에서 응답자가 자료제공을 한 사실을 인지하고 평상시 조사에 대한 인식이 좋지 않은 상태여서 응답자에게 당장 조사에 응답을 중지토록 지시하는 사례가 발생했습니다.

(2) 설득사례

수차례에 걸쳐 면접을 요청해도 사업주는 바쁘다는 관계로 면접을 할 수가 없었으며 지속적인 연락을 통하여 사업주가 임시휴무일에는 사무실에 상주한다는 정보를 입수하게 되어 팀장 및 경제조사과장을 대동하여 사업체를 방문, 사업주를 면담하여 장시간에 걸친 설득 노력에 사업주의 통계에 대한 인식이 변화로 조사 협조를 받아 낸 사례입니다.

5. 거절 회피 전략 5단계

조사원이 응답자의 거절에 직면했을 때 조사원이 마음 속에 새겨두어야 할 다섯 단계는 다음과 같습니다.

- 관계의 유지
- 적극적인 청취
- 거절의 요점 파악
- 대답을 생각하기
- 대답하기

그리고 필요하다면 각 단계를 계속 반복해서 밟아 가며 응답자를 설득합니다.

이제 각 단계별 세부 지침을 알아보도록 하겠습니다.

1) 1단계. 관계의 유지

(1) 어떤 경우에도 ‘No!’ 라는 대답을 받아들이지 말라
‘조사에 협조해주시겠습니까?’라는 요청에 ‘아니요, 싫어요.’ 라고 단번에 거절을 한다고 하더라도 그 거절 의사를 직접 받아들이지 말라는 말입니다. ‘제가 설명이 부족했나 봅니다.’ 라는 식으로 말하며 다시 설득을 시도해야 합니다. 응답자는 조사에 응하기 싫은 경우, 매몰차게 몇 번 거절을 하면 조사자가 쉽게 포기하겠지 하는 생각을 지니고 강하게 거절 의사를 밝히는 경우가 종종 있습니다. 조사원은 응답자에게 쉽게 물러 설 사람이 아니라 나름대로의 강한 인상을 주는 것이 필요합니다.

(2) 거절을 받아들일 듯 한 신호를 절대 주지 말라

응답자는 일단 불응 의사를 밝힌 이상 끝까지 자신의 불응 태도를 관철시키려고 할 것입니다. 이는 일단 어떤 태도를 밝히면 그 태도를 끝까지 일관시키려는 심리적 경향 때문입니다. 따라서 일단 불응 의사를 밝힌 응답자는 조사원의 이런 저런 설득에 ‘무관심’으로 대응하거나 반대되는 의견이나 불만을 토로하며 끝까지 불응 의사를 고집할 것입니다. 그런데 이 과정에서 조사원이 조금이라도 힘든 표정, 망설이는 듯 한 표정이나 어투를 보이면 이러한 행동은 응답자의 불응 의사를 더욱 확고하게 만들어 줍니다. 공부를 하고 놀라는 어머니의 말에 놓고 공부하겠다고 억지를 부리는 아이를 한번 생각해보기 바랍니다. 이 경우의 아이는 어떻게든 자기 뜻을 관철시키려고 온갖 꾀를 다 부립니다. 이때 아이가 눈치를 보는 것이 엄마의 행동입니다. 엄마가 조금이라도 약한 모습을 보이면 아이는 더욱 더 강하게 고집을 부리게 될 것입니다. 이 과정에서 엄마가 이길 수 있는 방법은 끝까지 양보하지 않을 듯 한 태도입니다. 아이는 자신의 고집으로 어쩔 수 없다고 느끼게 되면 엄마의 말대로 하든지, 아니면 엄마가 받아들일 수 있는 다른 타협안을 내어 놓을 것입니다. 조사에 불응하겠다는 응답자에게도 마찬가지입니다. 물론 아이 엄마처럼 응답자에게 강경한 입장을 보일 수는 없지만, 응답자의 불응 의사를 그대로 수용할 수는 없다는 의지를 여러 가지 말과 행동으로 완곡하게 표현하게 되면 불응 의사를 밝힌 응답자라 해도 다른 타협안을 내어 놓든지, 아니면, ‘왜 내가 이걸 해야 되는가’ 등의 논쟁을 벌이려고 들 것입니다. 논쟁을 벌이려 들면, 그때는 조사원에게 유리하게 됩니다. 조사원은 논쟁에 대한 답들을 이미 알고 있기 때문입니다.

(3) 침묵은 금기

응답자가 불응 의사를 밝히고, 조사원이 설득하는 과정에서 조사원이 말을 안 하고 있는 침묵 시간이 조금이라도 길면, 응답자는 바로 일어서며 거절의 마지막 결정을 내려버릴 수 있습니다. 따라서 조사원은 침묵의 시간을 길게 잡으면 안 됩니다. 그만큼 거절의 명분과 기회를 주는 셈이 됩니다. 따라서 응답자에게 조사 협조를 요청하는 상황에서는 침묵은 금이 아니라 독이 됩니다. 그렇다고 침 없이 말하라는 것이 아닙니다. 짧은 침묵은 상황에 따라 여러 메시지를 전달해주는 비언어적 신호이기도 합니다. 예를 들어 “정부를 믿을 수 있어야지! 정부에서 하는 건 무엇이든 협조할 수 없어요!” 라고 강하게 거부할 때는 말이 끝나자마자 다른 말을 이어가며 설득하려 든다면 응답자는 조사원이 자신을 설득하려는 태도를 감지하고 더욱 불쾌해 할 수 있습니다. 이런 때는 2-3초 동안 침묵을 한 후(이 동안 살짝 고개를 끄덕이는 것도 좋습니다), “그렇게 생각하실 수도 있습니다. 그건 저도 가끔 그런데요, 뭘...” 등과 같은 말로 가벼운 공감을 표시해줍니다. 이때 그 말 앞의 잠시의 짧은 침묵은 그 공감이 사려 깊고 진실된 공감인 듯 한 느낌을 갖게 해줍니다. 하지만 긴 침묵은 조사원이 응답자의 강한 거절에 무대척 상태에 있다는 것에 대한 신호가 됩니다. 이런 긴 침묵은 응답자에게 거절 의사를 다시 한 번 강하게 다짐할 수 있는 기회를 주게 되는 것입니다.

(4) 표정과 제스처를 적절히 사용하라

응답자가 대화 도중 짜증을 내거나 큰 소리를 친다고 해서 놀라는 표정을 지으면 안 됩니다. 응답자는 바로

그러한 표정을 보는 순간 쾌재를 부르며 더 짜증을 내거나 더 큰 소리로 말할 것입니다. 또한 한숨을 짓거나 고개를 숙이거나 하는 몸짓을 보이면 안 됩니다. 대화를 하는 동안 내내 응답자와 시선을 맞추고, 그의 이야기를 경청하면서도 이야기할 기회만 되면 바로 응대를 해주어야 합니다. 그러나 응답자가 조사 자체에 대해 부정적인 이야기를 하는 동안 고개를 끄덕이거나 반대로 고개를 가로젓는 것도 삼가 해야 합니다. 고개를 끄덕이는 행동은 응답자의 말을 수용한다는 의사 표시로 받아들여질 것이며, 고개를 가로젓는 행동은 응답자가 아직 말도 끝내지 않은 상황에서 조사원이 반대의사를 먼저 표시하는 것이 되어 응답자의 기분을 상하게 만들 수 있습니다. 하지만 때로 앞에서 예를 든 것처럼 가벼운 공감을 표시하는 것이 필요할 때도 있습니다. 가벼운 공감은 ‘나도 그 부분에 대해서는 일부 같은 생각을 갖고 있지만. 하지만...’이라는 화법을 적용할 때 사용할 수 있습니다. 가벼운 공감의 표시는 ‘같은 생각’에 대한 신호이고, ‘당신과 다르지 않다’는 것을 알려주는 것입니다. 그러나 상대방이 이야기를 하는 동안이 아니라 듣고 난 뒤 짧은 침묵과 함께 가벼운 수준의 공감 표현을 하는 것이 좋습니다.

2) 2단계. 적극적 청취

(1) 주의 깊게 들어라

협조 불응의사를 표시한 응답자는 신경이 날카로워져 있는 상황으로 보아야 합니다. 왜냐하면 도움 요청에 대한 거절은 누구에게나 불편한 것이기 때문입니다. 따라

서 응답자는 자신의 거절로 인해 불편해진 심리 상태를 어떻게든 조절을 해야 합니다. 그러나 본인 스스로 ‘내가 거절했기 때문에 기분이 나빠’라는 결론을 받아들이기 힘들어집니다. 쉬운 예를 들면, 누군가 돈을 빌려달라는 부탁을 했는데 그럴 수 없다고 딱 잡아떼어 거절한 적이 없었습니까? 그 상대방이 아무렇지도 않은 표정으로 알았다고 말했음에도 마음이 불편하지 않았습니까? 그 이유는 분명, 부탁을 자신이 거절한 사건 때문인데도 돈을 부탁한 사람이 문제라고 여깁니다. 내 문제가 아니라 내가 들어 줄 수 없는 부탁을 한 사람 때문이라는 것입니다. 친한 사람끼리도 이러한데 낯선 사람이 와서 부탁을 하고 이를 거절하여 마음이 불편하다면 응답자는 어떤 심리 상태가 될까요? 게다가 조사원은 자신의 거절을 바로 받아들이지 않고 계속 자신을 설득하려 합니다. 응답자는 일시적으로 조사원에게 심리적인 공격 충동을 느끼게 됩니다. 따라서 자신이 하는 말을 잘 알아듣지 못한다거나 이해하지 못한다고 생각하면 그걸 꼬투리 삼아서 거세게 반박하게 됩니다. 따라서 조사 불응 의사를 표명한 응답자의 심리적 불편 상태를 이해하고 이로 인한 공격을 받지 않기 위해서라도 반드시 응답자의 이야기는 주의 깊게 들어 줘야 합니다.

이러한 주의 깊은 경청 자세는 또한 응답자의 태도를 누그러뜨릴 수도 있습니다. 통명한 자신의 거절에도 물러서지 않고 진지한 자세로 자신에게 말을 걸며, 자신의 이야기를 잘 들어주는 상대방에게 마음이 누그러질 수도 있는 것입니다.

(2) 응답자의 몸짓과 표정에 주의하라

사람 간의 의사소통에서 표정과 몸짓의 중요성은 이미 몇 번에 걸쳐 이야기가 된 적이 있습니다. 사람들은 말로 표현할 수 없는 무의식적인 심리상태를 표정과 몸짓으로 나타내는 경우가 많습니다. 이러한 표정과 몸짓을 잘 읽는 것은 응답자가 말하지 않는, 그리고 본인도 모르는 심리 상태를 읽을 수 있는 능력이 됩니다. 앞에서 예를 들었지만 몇 가지만 다시 살펴볼까요?

■ 이야기도중에 손가락이나 연필 끝으로 툭툭 소리를 낸다.

상대의 말에 동의할 수 없다는 뜻입니다. 또는 상대의 말이 지루하다는 표현입니다.

■ 주먹을 쥐거나 주먹으로 손바닥을 내리친다.

이러한 동작은 상대에 대한 무언의 위협입니다. 많이 짜증이 난 모습입니다. 일단 한 걸음 물러서서 그에게 기회를 주십시오.

■ 손톱을 깨문다.

원래 버릇이기도 하지만, 이런 습관을 지닌 사람들은 대체로 불안 수준이 높은 사람입니다. 마음을 편안하게 안심시켜주는 것이 좋습니다.

■ 손을 호주머니에 넣은 채 이야기를 듣는다.

상대에 대한 불신과 은근한 무시를 드러내는 것입니다. ‘내가 어떻게 당신을 믿어?’라고 말하는 셈입니다.

■ 맞장구를 치지 않고 가벼운 미소를 짓는다.

완곡한 거부나 난처함의 표시입니다. 어려운 난적을 만난 셈입니다.

■ 갑자기 미소를 중단한다.

이야기 도중에 갑자기 상대의 얼굴에서 미소가 사라지면 이 쪽의 말이 흥미가 없거나 뭔가 실수를 했다는 뜻입니다. 빨리 상황을 읽고 수습해야 합니다.

■ 설득하기 위해 애쓰는데 상대의 얼굴에 표정이 없다.

부탁을 거부하거나, 난처한 입장이거나, 혹은 혐오감의 표시입니다. 가장 접근하기 힘든 유형의 사람입니다. 지금의 방법은 통하지 않으니 다른 접근 방법을 찾아 봐야 합니다.

■ 손을 입에 대고 묵묵히 있다.

더 이상 상대와 대화하고 싶지 않다는 의사 표시입니다. 입을 가리는 동작에는 숨긴다는 의미 외에 거절의 뜻도 있습니다. 일단 말을 중단하고 다른 방법을 찾아야 합니다.

응답자의 표정과 몸짓을 읽는 것은 바로 응답자가 말하기 전의 마음을 읽는 것이며, 응답자가 자신도 모르는 마음을 읽는 것과 같습니다.

(3) 말하는 도중에 끼어들지 말라

이것은 대화의 기본 규칙입니다. 상대방이 말하는 중간에 말을 끊고 끼어들게 되면 응답자는 상당히 불쾌한 느낌을 갖게 됩니다. 설사 응답자가 말이 되지 않는 억지를 쓴다 해도, 그 사람의 말이 일단 중단될 때를 기다릴 줄 알아야 합니다. 꼭 끼어들어 말을 중단시켜야 하는 상황이라면, 그날 설득이 매우 힘들어진 상황이라고 판단해야 합니다.

(4) 응답자의 입장에서 이해하려 노력하라

설득은 강요와 다릅니다. 강요는 외부의 압력을 통해 당사자의 마음과는 다른 행동을 요구하는 것입니다. 즉 강요에 의한 행동은 자발성이 없습니다. 조사원은 어떤 상황에서도 응답자에게 강요를 할 수는 없습니다. 설득

은 앞서서도 설명한 것처럼, 생각(인지)과 태도를 변화시켜 그 결과 자발적으로 어떤 행동을 하도록 하는 것입니다. 따라서 설득하는 사람은 무엇보다도 설득할 사람의 입장에서 생각할 줄 알아야 합니다. 아이스크림 광고를 제작하는 사람의 목적은 그 광고를 보고 나서 그 광고 속의 아이스크림을 구매하도록 만드는 것입니다. 그런데 광고제작자가 광고를 보는 사람의 입장을 전혀 고려하지 않는다면 그 광고는 실패할 것입니다. 조사원은 응답자의 입장에서 생각해야 합니다. 왜 이 사람이 이런 말을 할까? 도대체 얼마나 하기 싫은 것일까? 그 이유는 무엇일까? 등을 설득하는 사람의 입장이 아니라 설득해야 할 응답자의 입장에서 이해하려 노력해야 한다는 것입니다. 이러한 역지사지의 태도로부터 조사원은 응답자가 말로 표현하고 있는 것 이상의 이해를 할 수 있고, 응답자를 설득할 수 있는 단서를 찾을 수 있습니다.

3) 3단계. 거절의 요점 파악하기

다음 단계에서는 응답자의 이야기 속에서 거절의 요점이 무엇인지를 파악하는 것입니다. 응답자가 왜 조사에 불응하겠다는 것인지를 정확하게 파악하는 것입니다. 여기에서 중요한 것은 응답자 입장에서 생각하고 거절의 이유와 요점을 파악해야 한다는 것입니다. 거절의 이유는 바로 앞 장에서 다루었습니다. 구체적인 언어로 한번 확인하는 수준에서 넘어가도록 하겠습니다.

- 뭘 팔려는 거 아닌가요?
- 종교단체에서 나오신 거지요?
- 뭘 믿고 내 신상정보를 이야기하지요?

- 이미 다 조사해서 알고 있는 내용 아닌가요?
- 조사에 응한다고 내게 무슨 득이 되나요?
- 왜 하필 나만 하나요?
- 시간 없어요.
- 난 잘 모르니 남편한테 물어봐요
- 절대 안 합니다.

4) 4단계. 대답을 생각하기

불응 의사를 밝힌 사람이 쏟아 내는 반론이나 질문들은 단 한 가지가 아닐 수도 있습니다. 생각처럼 명확한 반대의사를 밝히지 않는 경우도 있습니다. 애매하고 모호한 말로 얼버무릴 수도 있습니다. 조사원은 그럼에도 불구하고 거절의 이유와 요점을 명확하게 파악한 후 그에 맞는 정확한 대답을 생각해야만 합니다.

(1) 응답자의 반문에만 초점을 맞추어야 합니다.

응답자가 반문을 할 경우, 조사원은 응답자가 직접 내뱉은 반문에만 초점을 맞추어 대답을 해야 합니다. 조사원이 반문 내용뿐만 아니라, 응답자가 미리 할 수 있는 질문까지 미리 예측해서 그에 대한 대답을 장황하게 설명하는 것은 바람직하지 못합니다. 대화에서 중요한 것은 공평성의 원칙입니다. 즉 두 사람의 대화의 양과 질, 기회가 공평해야 한다는 것입니다. 응답자는 짧게 질문을 했는데 조사원은 장황하게 길게 대답을 하게 되면 응답자는 그 대화가 불공평하다고 느끼게 됩니다.

(2) 응답자가 이해할 수 있는 언어로 말해야 합니다.

응답자는 연령에서, 성, 경제, 교육 수준에 이르기까지 다양한 사람들 중의 하나입니다. 이 말은 응답자들의 반문

은 몇 가지로 요약될 수 있지만, 그에 대한 대답은 응답자의 언어 수준과 습관에 적절히 맞춰져서 준비되어야 함을 의미합니다. ‘하필 왜 나만?’이라는 질문은 어떤 응답자에게서도 나올 수 있고, 그래서 지침서에는 그에 대한 대답이 준비되어 있습니다. 하지만, 지침서에 나온 말 그대로만 가지고는 모든 유형의 사람들을 모두 납득시킬 수 없을 것입니다. 예를 들어 교육 수준이 낮거나 노인분들의 경우에는 그들이 알아들을 수 있는 언어로 쉬운 말로 고쳐서 이야기를 해줘야 합니다. 그리고 응답자들에게 생소한 용어의 사용은 피하는 것이 좋습니다.

5) 5단계. 대답하기-빠르고, 짧고, 친절하게!

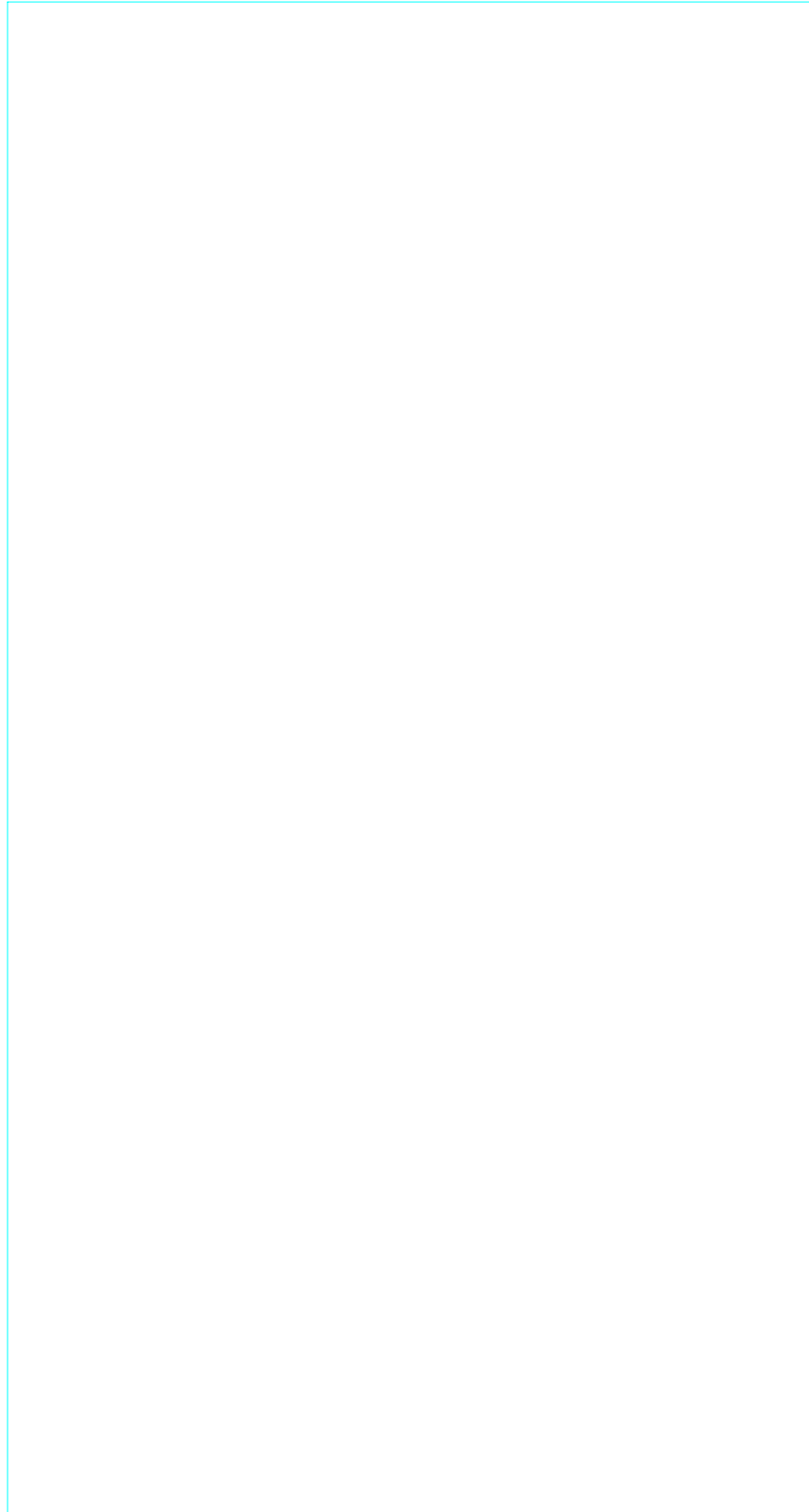
응답자의 반응을 들으면서 대답이 준비되었으면 이제는 대답을 할 차례입니다. 대답의 요령은 아주 간단합니다. 준비된 대답을 가능하면 빨리 대답을 해줘야 합니다. 마치 뭐 이렇게 당연한 것을 질문하느냐는 듯이 질문이 끝남과 동시에 대답을 해주는 것이 중요합니다. 그리고 질문에 대한 대답은 가능하면 짧고 간결한 것이 좋습니다. 물론 너무 짧은 말은 안 되겠지만, 요점을 정확히 전달할 수 있는 정도의 말이면 좋습니다. 응답자가 대답을 듣다가 지루해지면 안 되기 때문입니다. 또 한 가지는 대답이 길어지면, 응답자가 요점을 파악하지 못하게 됩니다. 마지막으로 짧고 간결하게 대답을 하더라도 친절한 말투와 태도, 표정을 잊으면 안 됩니다.

부 록

제 1장 통계와 통계조사

제 2장 자료수집 방법의 이해

제 3장 역할극을 통한 현장 미리 익히기

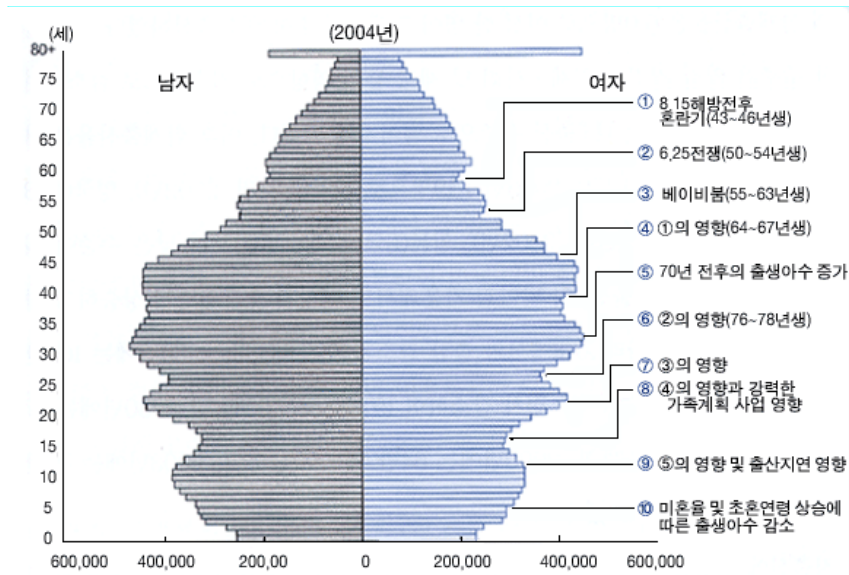


제 1장 통계와 통계조사

조사원들이 현장에 투입되어 조사 대상자들로부터 자료를 수집해오는 이유는 다름 아닌 통계를 만들어내기 위한 것입니다. 즉 조사원 직무의 최종 목적은 바로 통계인 셈입니다. 따라서 조사원들은 통계가 무엇인지, 그리고 어떻게 작성되고 활용되는지 정도에 대한 기본적인 지식은 지녀야 합니다. 여기에서는 아주 간략히 통계란 무엇인지를 설명하겠습니다.

1. 통계란 무엇인가?

통계는 사회적 현상(예를 들어, 인구, 물가, 실업 등)이나 자연 현상(강수량, 기상 등)을 밝히기 위해 수집된 각종 수치 데이터를 요약하거나 적절한 방법을 통하여 일차적으로 가공되어 나오는 정보를 말합니다. 통계는 숫자나 그래프, 도표 혹은 그림 등 적절한 표현 방법을 통해 나타낼 수 있으며, 같은 현상이라도 얻어지는 데이터에 따라 다양한 통계를 얻을 수도 있고, 이를 종합하거나 따로따로 해석하여 관심 현상을 이해하는데 사용될 수도 있으며 미래 일어날 일을 예측하는데도 활용이 가능합니다. 아래 그림은 2004년 남/여 인구 구성에 대한 통계입니다.



[그림 6] 2004년 남/여 인구 구성비

이 그래프의 세로축은 연령을, 가로 축은 중앙의 0을 기점으로 양쪽으로 남자와 여자의 연령 별 인구수를 나타내고 있습니다. 오른 쪽의 ①에서 ⑩까지의 설명은 해당 연령대의 출산에 영향을 설명해주고 있습니다. 즉 이는 인구센서스에서 얻어진 통계를 이러한 그래프로 나타내고, 이에 해석을 달아놓은 통계인 셈입니다. 이 그래프에서 알 수 있는 가장 두드러진 특징은 나이가 어린 사람들의 인구가 줄어드는 점입니다. 즉 급속한 저출산 현상이 진행되고 있다는 것을 알 수 있습니다. 따라서 국가는 저출산 현상을 방지하고 출산을 장려하는 정책을 수립해야 함을 시사해줍니다.

이처럼 통계는 인구나 경제, 또는 사회 집단 내의 어떤 현상(예, 출생, 사망, 물가, 생산, 수출, 수입, 실업 등)을 특별한 목적으로 조사 또는 측정하여 파악한 숫자들과 도표, 또는 그림 등을 뜻합니다. 통계는 체계적이고 과학

적인 방법에 의해 조사된 결과여야 하며, 항상 숫자로 표현될 수 있는 측정 방법에 따라 작성해야 합니다.

우리 일상 속에서 흔히 접하는 통계들을 살펴보면 소비자물가지수나 실업률, 출산율, 사망률 등은 물론, 야구 선수의 타율, 팀의 승률, 시청률, 정당 별 지지율 등이 모두 여기에서 설명하려는 통계입니다.

(1) 데이터, 통계, 지식

통계는 숫자를 이용한 측정과 계수를 가장 기초적인 작업으로 하기 때문에 우리가 통계라고 할 때는 실질적인 관찰에 의해 얻어진 정보라고 생각할 수 있습니다. 우리가 관찰로부터 얻은 수치, 예를 들어 서울시 가구들의 수와 각 가구들의 월 소득과 지출, 저축액, 자동차 보유 여부와 보유대수 등에 대한 모든 관찰을 수치로 기록해 놓은 것들을 데이터라고 하면, 통계는 서울시 가구의 월 소득액 평균, 월 지출액 평균, 가구당 자동차 보유대수 평균, 월 소득과 월 저축액의 상관관계 등이 바로 통계입니다. 또한 월 소득과 월 저축액의 상관통계가 높은 값이라면, 우리는 '월 소득이 높은 가구는 월 저축액도 높다'라는 지식을 끌어낼 수 있습니다. 또 월 소득의 증가에 따른 자동차 보유대수 값이 올라간다는 상관통계를 끌어낼 수 있다면, 1년 뒤의 월 소득의 증가량을 예측하면 동시에 1년 뒤 서울시에서 굴러다닐 자동차의 증가량도 예측할 수 있을 것입니다.

2. 통계는 왜 필요할까?

정부에서 정책을 계획하여 입안하거나 정책의 집행 결과가 좋은 결과를 산출했는지를 평가하기 위해서는 체계적이고 과학적인 조사에 기초해서 얻어진 통계를 기초자료로 활용해야 합니다. 뿐만 아니라, 정책을 집행하는 과정 동안에도 어떤 변화나 동향이 일어나고 있는지를 판단하는데도 통계를 활용해야만 합니다. 예를 들어 실업 정책을 계획, 입안하고, 집행하며, 그 정책의 결과를 평가하기 위해서는 실업과 관련된 지식이 필요합니다. 그런데 이 지식은 바로 통계에 기초해야만 합니다. 물가 정책을 입안하고 집행하기 위해서는 물가와 관련된 지식이 필요하고 당연히 물가 관련 통계를 사용해야만 합니다. 정부뿐만 아니라, 기업에서도 어떤 사업을 시작하려 할 때, 또는 경영 상태나 결과를 평가하고자 할 때, 제품의 품질을 관리하거나, 시장을 조사하려 할 때에도 통계를 사용해야만 객관적이고 과학적으로 일을 할 수 있습니다. 통계는 곧 현대 지식사회의 근간인 지식의 원천입니다.

따라서 조사원들은 국가의 미래 정책 수립을 위해 필요한 국가통계 작성을 위한 데이터를 바로 생활 및 경제 현장에서 직접 수집하는 매우 중요한 역할을 합니다. 앞서도 설명한 것처럼 통계는 데이터에 기초해 작성됩니다. 데이터에 문제나 오류가 있다면 당연히 그에 기초해 작성된 통계는 같은 오류와 문제점을 지니게 됩니다. 그리고 그에 기초한 국가의 정책 역시 영향을 받습니다. 그 결과는 고스란히 국민들의 직간접 피해로 연결됩니

다. 통계청에서 국가통계를 작성하며 가장 중시하는 것 역시 조사원들이 수집해오는 자료의 품질을 높이는 것입니다. 그것이 국가 통계와 정책에 영향을 주기 때문입니다. 따라서 조사원들은 자신의 수집해오는 자료의 품질의 중요성을 인식하고, 성심을 다해야 할 것이며, 다른 편으로는 그러한 성심이 국가 정책에 기여함을 자부심으로 생각해야만 합니다.

3. 통계 조사의 종류

통계를 만들어내기 위해 필요한 작업과정으로 무엇보다도 객관적이고 체계적인 방법으로 이루어져야 합니다. 예를 들어 설문조사를 통한 통계조사라면, *동일한 설문지와 동일한 면접교육을 받은 조사원이 동일한 면접 방식으로 실시해야만* ‘표준화된 면접’이라 합니다) 객관적인 통계를 얻을 수 있을 것입니다. 또한 서울시민의 일일 대중교통 이용시간을 알아보고자 한다면, 설문조사에 응답하는 사람들이(‘표본’이라고 합니다) 강남 사람들만 이거나 강북 사람들만이어서는 그 조사 결과를 가지고 서울시민(원래 조사하고 싶어 하는 전체 집단, ‘모집단’이라고 합니다)에 대한 조사 결과라고 말할 수 없을 것입니다. 설문에 응답할 응답자들(‘표본’)을 서울의 각 지역에서 성별, 연령별, 지역별 인구 비율에 맞춰 체계적인 방법으로 선발해(‘표집한다’라고 합니다) 설문을 실시하게 되면 그 결과 통계는 서울시민에 대한 조사결과라고 말할 수 있게 됩니다. 즉 서울 시민 전체의 성/연령/지역별 인구 비율에 따라 객관적이고 체계적으로 선발된 일

부 응답자들(표본)은 서울 시민 전체(모집단)를 대표할 수 있는 **대표성**을 지닐 수 있게 됩니다. 통계조사가 객관적이고 체계적인 방법으로 이루어지려면 그만큼 시간과 비용이 들게 됩니다. 그래서 통계조사를 실시할 때는 ‘정확한 조사’가 되도록 하되, 조사과정을 신속하게, 그리고 경제적인 방식으로 이루어질 수 있도록 신경을 써야만 합니다.

국가 통계 작성기관에서 만들어 내는 통계에는 크게 조사통계와 보고통계가 있습니다. 먼저 간략히 설명하면 **조사통계**란 통계 작성을 주 목적으로 조사를 실시해서 얻어진 통계로서, 흔히 설문지를 이용한 면접조사나 전화조사 또는 우편조사, 최근에는 인터넷조사 등이 조사 방법으로 사용됩니다. **보고통계**는 관련 법령에 따라 개인이나 단체의 신고, 보고, 신청, 인허가 등과 같이 기타 다른 행정 업무의 결과로 만들어지고 수집된 자료들을 이용하여 작성한 통계를 말합니다. *조사 조사원과 관련된 통계는 조사통계입니다.*

1) 모두를 조사하나 아니면 일부만 조사하나

조사통계는 관심 대상 집단 전체에 대해서 조사(전수조사)를 실시하여 얻은 통계인지 아니면 그 집단의 일부를 선별해서 선별된 사람들(표본)에 대해서 조사(표본조사)를 실시하여 얻은 통계인지를 구분합니다. 다음 해에 대학에 들어가려는 입시생들 전체를 대상으로 지원대학과 학과에 대해 설문조사를 실시했다면 이 조사는 전수조사가 됩니다. 어느 대학의 어떤 학과에 지망하는 학생들의 정보를 모두 파악할 수 있을 것입니다. 그러나 각

지역의 일부 고등학교 학생들만을 선택적으로 선별해서 조사를 실시한다면 이는 표본조사가 됩니다. 이러한 표본 조사는 선별된 학교의 학생들(표본)이 얼마나 전체 입시생 집단(전수 또는 모집단)을 잘 대표해주느냐(‘**모집단 대표성**’이라고 합니다)에 따라 표본 조사 결과로 전체 입시생들의 지원 대학과 학과의 경쟁률을 얼마나 정확히 추측할 수 있는지 그 정확성 정도가 달라집니다. 표본 조사는 비용이나 시간, 또는 기타 다른 문제로 전체(모집단)를 대상으로 하는 전수조사를 할 수 없을 때, 그 일부(표본)를 선별(표집)해서 조사를 실시한 후 전수조사를 실시했을 때 얻을 수 있을 결과를 예측(또는 추정)하고자 할 때 실시됩니다.

전수조사의 가장 좋은 예는 선거가 될 수도 있습니다. 대통령선거나 국회의원선거는 조사 조사원이 개별 방문을 하여 조사하는 것이 아니라 전 국민이 자발적으로 투표소에 와서 설문지에 해당하는 투표용지에 기표를 하도록 하는 것입니다. 공산주의가 아닌 이상 투표율이 100%가 될 수 없겠지만, 누가 대통령이 되었으면 좋겠는지를 전 국민(유권자)을 대상으로 조사하는 것이라고 볼 수 있습니다. 하지만 투표일 전에 방송을 포함한 각 언론들에 발표되는 선거예측조사 결과들은 전 국민 중의 극히 일부의 유권자들만을 표본으로 선정하여 조사를 실시한 후 그 결과를 기초로 전 국민 대상 선거 결과를 예측하는 표본조사의 결과들이기 때문입니다.

모집단(populations)과 표본(sample)

모집단은 조사대상 전체를 말합니다. 입시생에 대한 조사 일 경우, 학력고사를 치를 의사를 갖고 있는 모든 고3 학생들과 재수, 삼수생 및 대입검정고시 합격생 전체가 모집단이 됩니다. 모집단 전체를 조사할 수 없는 경우(대부분의 경우가 그렇습니다), 모집단으로부터 정해진 방법대로 일부를 선발해 조사를 실시하게 됩니다. 이때 모집단으로부터 선발된 일부를 표본(sample)이라고 합니다.

전수조사가 가능하지 않은 예를 들어볼까요? ‘인간은 모두 죽는가?’하는 것을 알아보기 위해서 전수조사를 해야 한다면, 과거로부터 지금까지의 모든 인간과 미래의 모든 인간들이 ‘모집단’이 됩니다. 이런 조사가 가능할까요? 또는 국내 애완견의 동물병원 이용실태를 조사하고자 할 때, 국내 애완견의 총수(모집단)가 얼마나 되는지를 알 수 있을까요? 모집단의 크기조차 알 수 없는 경우는 얼마든지 많습니다. 이런 경우에도 조사 방법들이 규정해 놓은 표본 선발(‘표집 sampling’이라 합니다) 방법에 따라 모집단의 일부를 선택해서 조사를 실시해야만 합니다.

정부에서 실시하는 통계조사는 5년 만에 한 번씩 실시되는 인구센서스나 산업총조사와 같이 인구 전체나 사업체 전체를 대상으로 실시하는 전수조사와 전수의 일부를 표본으로 선정해 실시하는 표본조사가 있습니다.

2) 정부가 실시하는 전수조사

조사 조사원이 참여하는 국가 전수통계조사는 보통 센서스(census)라고도 불리는데, 크게 개별 가구를 대상으로 하는 인구통계조사와 개별 사업체를 대상으로 하는 산업통계조사로 분류됩니다.

(1) 인구주택총조사

이 조사는 국가의 인구 규모와 지역적 분포 및 성별 및 연령별 분포구조, 그리고 주택에 관한 사항들을 파악하여 국가 정책 입안의 기초 자료 제공을 목적으로 5년에 한 번씩 실시되는 전국민 대상 전수조사입니다. 이를 통해서 우리는 저출산에 대한 정보를 얻을 수도 있고, 사회가 고령화되어 가고 있는 것을 알 수도 있습니다. 저출산이나 사회의 고령화에 대한 통계들은 저출산 및 고령화 사회에 대비하기 위한 국가 정책 결정에 요긴하게 사용되게 되는 것입니다.

인구통계조사는 인구, 즉 한정된 지역 안에 사는 사람들에 대해 그 수가 많아지거나 적어지는 것을 연구하는 것으로, 그 구조와 분포, 성장 등을 파악하기 위해 실시하는 조사입니다. 인구통계는 다시 끊임없이 변동하는 인구를 어떤 정지된 시점에서 조사 관찰하는 **인구정태통계**와, 인구의 정태 상태 즉 인구의 크기나 구조를 달라지게 하는 요인을 파악하는 **인구동태통계**로 나누어 볼 수 있습니다. 현재 국가에서 실시하고 있는 인구센서스가 바로 인구정태통계의 대표적인 예입니다. 이 조사에서는 인구의 규모, 구조 및 분포와 이들이 인구, 사회 경제적인 특성을 파악하고 있습니다. 이러한 통계는 각종 정책 수행의 평가 자료로, 그리고 각종 경제 사회 개발의 계획을 수립하기 위한 기초 자료로 반드시 필요한 자료입니다.

인구통계에서 가장 주요한 관심사는 규모의 파악입니다. 현대적인 의미에서 총인구는 일정 지역 내에 살고 있는 모든 인구를 의미합니다. 그러나 조사의 중복 및 누락 방지를 위해 예외적으로 유엔에서는 자국 내에 거

주하는 외국인 중 외국 군인, 외교관 및 그 가족, 상선 승무원 등 총인구에서 제외하고 다른 나라에 가 있는 동일한 신분의 자국민은 포함하도록 권고하고 있습니다.

인구조사는 종종 야구장의 관중 수를 세는 것에 비유됩니다. 관중들은 수시로 자리를 옮기기도 하고, 화장실이나 매점에 간 사람, 재미없다고 중간에 가버린 사람, 늦게 들어 온 사람 등 주로 이동과 관련한 요인들 때문에 관중 수를 정확히 세기 어렵습니다. 하물며 한 국가의 인구를 빠짐없이 조사한다는 것은 훨씬 어려운 일이 될 수밖에 없습니다. 야구장의 관중 수를 판매된 입장권의 수로 대신하면 되지 않겠나 하고 생각할 수도 있겠지만, 초대권으로 온 사람, 표를 사고도 오지 않은 사람, 표 없이 들어 온 사람, 지정된 좌석이 아닌 곳에 앉아 있는 사람 등 여러 가지 요인들이 있어 역시 정확한 수를 파악하기 어렵습니다. 이와 마찬가지로 국가의 총인구를 행정자료인 주민등록으로 파악하는 것 역시 다양한 오차를 포함할 수밖에 없을 것입니다. 따라서 국가에서는 철저한 사전 준비 과정을 거쳐 주어진 기간 내에 응답자가 스스로 자기 기입하는 방법과 조사원이 응답자에게 질문하여 작성하는 조사원 면접 방식을 병행하여 직접 실시하게 되는 것입니다.

(2) 산업통계조사

국가 기본 단위가 국민 개인들이라면 국가 산업의 기본 단위들은 사업체라고 볼 수 있습니다. 정부는 국가 산업의 운영과 미래를 위해 국가 산업 현황에 대한 통계를 파악하고 있어야만 합니다. 따라서 정부는 인구주택

총조사와 마찬가지로 5년마다 한 번씩 산업총조사나 서비스업총조사 등을 통해 전국에 있는 사업체의 업종별 현황을 파악하는 한편, 매년 전체 사업체를 대상으로 한 사업체기초통계조사, 또는 광업제조업통계조사 등을 실시하여 국가 산업의 현황을 파악합니다. 마치 우리가 자신의 건강을 위해 정기적으로 건강검진을 받는 것처럼 정부도 국가의 산업과 경제의 건강을 검토하고 파악하기 위해 산업통계조사를 실시하는 것입니다.

3) 정부가 실시하는 표본 조사

표본조사는 모집단 전체를 대상으로 한 전수조사가 시간이나 비용 문제 때문에 불가능한 경우 모집단의 일부만을 표본으로 선정하여 이를 대상으로 실시하는 조사입니다. 표본조사의 목적은 표본으로부터 얻은 통계를 전수 집단, 즉 모집단에 일반화하여 모집단의 특성을 추정하기 위한 것입니다. 선정된 표본이 모집단과는 거리가 먼 표본일 경우, 이 표본으로부터 얻은 통계를 모집단에 일반화하게 된다면 엉터리 추정이 될 수밖에 없을 것입니다. 하물며, 한 국가의 정책 수립을 위해 실시한 표본조사가 엉터리 추정을 하게 할 통계를 산출하게 된다면 이는 국가적인 큰 손실을 일으키게 될 것입니다. 따라서 표본조사를 실시할 때 가장 중요한 첫째 원칙은 모집단과 가장 유사한 표본을 선정하는 일이 됩니다. 물론 이러한 표본 선정 작업은 조사 조사원들의 일은 아닙니다. 그러나 현장 조사 시 지정된 표본 선정의 원칙을 잘 준수해주는 것이야말로 표본조사의 가장 중요한 원칙을 지키는 일이 되는 것입니다.

표본조사의 가장 좋은 예는 앞에서 설명한 것처럼 선거 예측조사가 있습니다. 선거예측의 생명은 실제 선거 결과(전수 조사 결과)에 얼마나 근접하는가 하는 것일 것입니다. 따라서 표본조사인 선거예측조사의 생명은 바로 얼마나 정확한 표본을 선발했느냐(전체 모집단을 얼마나 잘 대표하는 표본을 선발했는가)가 되는 것입니다. 부적절한 표본의 선발은 선거예측조사 결과와 실제 선거(전수조사) 결과간의 차이(예측오차)를 벌려 놓을 것입니다. 당연히 엉터리 예측을 한 셈이 됩니다.

표본조사의 또 다른 예는 기업에서 신제품을 개발하기 위해 실시하는 시장조사입니다. 기업의 목적은 기업활동을 통해 이윤을 남기려는 데 있습니다. 따라서 기업에서 신제품을 개발하려면 무엇보다도 먼저 시장에서 소비자들이 원하는 제품이 어떤 제품인지를 먼저 알아야만 합니다. 그래서 잠재적 소비자들을 대상으로 시장조사를 실시합니다. 예를 들어 새로운 모델의 세탁기를 만들고 싶다면 시장조사의 대상이 되는 소비자는 세탁기를 실제로 사용하고 세탁기 구매를 결정하는 주부들이나 결혼을 앞둔 예비주부들일 것입니다. 한국 내의 시장이라면 한국에 살고 있는 주부들과 예비주부들 모두가 조사의 대상이 되는 모집단이 될 것입니다. 그렇다고 한국의 모든 주부들과 예비주부들을 대상으로 하는 전수조사를 실시할 수 있을까요? 그렇게만 할 수 있다면 가장 이상적이겠지만, 그 엄청난 조사비용과 시간은 어떻게 할까요? 기업 입장에서는 적절한 모델의 세탁기를 적절한 시점에 적절한 만큼의 생산량으로 시장에 내놓아야만 합니다. 시장 전수 조사는 여건 상 허락되지 않습니다. 결국 적

당한 규모의 표본을 선정해 조사를 한 후 그 통계를 가지고 모집단인 시장 예측을 하게 되는 것입니다. 이 표본조사가 성공적이었다면 이를 통한 시장 예측은 보다 더 정확한 것이 되고, 그렇지 못하다면 부정확한 시장 예측을 하게 될 것입니다. 시장 예측의 정확성은 기업이 이윤을 볼 것이냐 손해를 볼 것이냐를 결정하는 중요한 요소입니다. 그리고 이 정확성은 표본조사의 정확한 표본의 선정에 있다고 보아도 무방합니다.

요약하면 표본조사의 핵심은 표본이 선발된 모집단 전체의 추정이나 예측에 있으며, 이러한 추정이나 예측의 정확성은 표본 선발의 정확성에 의해 좌우된다는 점입니다.

예를 들어 통계청에서 정기적으로 실시하는 주요 표본조사의 종류를 살펴보면 아래와 같습니다.

<표 10> 통계청 정기 주요 표본조사의 종류

| 조사 기간 | 합계 | 가구 단위 조사 | 농수산 관련 조사 | 사업체 단위 조사 |
|----------|----|-------------|--------------|--------------|
| 월간 | 17 | 4 | 4 | 9 |
| 분기별 | 1 | - | - | 1 |
| 연간 | 10 | 2 | 3 | 5 |

이외에도 생활시간조사나 가계자산조사, 가계소비실태조사 등과 같은 조사들은 필요한 시점에 필요한 표본을 선정하여 실시하게 됩니다.



제 2장 자료수집 방법의 이해

통계조사 과정은 뒤에 다시 다루게 되지만, 조사기획, 설계·개발, 조사수행, 조사평가라는 네 개의 커다란 과정으로 나뉩니다. 이를 간략히 소개하면 다음과 같습니다.

- (1) 조사기획단계 : 조사목적과 대상 규정
- (2) 설계·개발단계 : 조사표설계 제작, 표본 선택
- (3) 조사수행단계 : 자료수집, 입력, 결과분석
- (4) 조사평가단계 : 조사운영의 효과 및 효율성 평가

4단계 중 어느 하나 중요하지 않은 단계가 없겠지만, 그래도 역시 가장 중요한 과정은 설계 개발 단계의 표본 선택 과정과 조사 수행단계의 자료수집 과정이라고 볼 수 있습니다. 나머지 다른 과정들은 설사 그 과정 동안 오류가 있었다 하더라도 다음 단계 이전에 발견되기만 하면 짧은 시간 안에 교정될 수 있으므로 그 오류의 수정 비용이 그리 크지 않지만, 잘못된 표본을 선택해서 잘못된 자료 수집이 이미 진행되었다면, 이미 이 조사는 되돌리기에는 너무 큰 비용이 들어가게 됩니다. 이 과정의 잘못은 곧 조사의 완전한 실패를 의미하는 것이 됩니다.

조사 조사원들이 역할을 하는 과정은 바로 이처럼 중요한 자료 수집 과정입니다. 자료 수집 과정에 조사 조사원들이 역할을 하는 자료수집방법은 방문면접조사 방

법입니다. 중요한 조사들은 이 방문조사 방법을 주로 사용합니다. 직접 방문이 아니어도 되는 짝막한 조사의 경우 전화면접을 통한 조사 방법이 사용됩니다. 이외에도 조사에 대한 응답이 법령에 의해 의무로 강제되는 조사의 경우 우편조사 방법이 사용되기도 합니다. 그리고 최근에는 인터넷의 급속한 발달과 보급의 확산으로 전 국민의 75% 이상이 인터넷 사용자인 요즘에는 인터넷을 이용한 조사도 함께 사용되고 있습니다.

조사 조사원들이야 우편 조사나 인터넷 조사 과정에 직접 참여할 일이야 없겠지만, 방문면접조사나 전화면접 조사의 특성과 장·단점, 그리고 이와 비교되는 우편 조사나 인터넷 조사의 특성과 장·단점을 알아 두는 실제 면접 조사의 이해에 참고가 될 수 있으므로 간단히 비교하여 소개하도록 하겠습니다.

1. 면접조사

1) 개요

면접조사(interview)란 넓은 의미로는 조사자가 응답자와 직·간접적인 접촉을 통해 조사하는 방법을 의미합니다. 따라서 조사자가 응답자를 직접 만나 조사를 하는 면대면조사(face-to-face interview)는 물론 전화를 매개체로 조사자가 질문하면 응답자가 응답하는 전화 면접조사(telephone interview) 등을 함께 면접조사라 부르기도 하지만 여기에서는 조사자가 응답자를 직접 만나 조사하게 되는 개별면접조사(personal interview) 혹은 면대면

조사에 국한하여 설명합니다.

2) 면접조사의 유형

면접조사는 조사자가 얼마나 자유롭게 조사에 임하느냐에 따라 다음과 같은 유형으로 구분할 수 있습니다.

(1) 표준화 면접(standardized interview)

이 면접은 구조화 면접이라고 불리기도 합니다. 이 방법은 이미 작성된 조사표를 가지고 조사표에 따라서 면접하는 방식으로 모든 응답자에게 동일한 내용과 순서에 따라서 질문하고 응답한 내용을 기록하여 자료를 수집하는 방식입니다. 따라서 이 방법은 면접자가 면접 상황에 맞게 자의로 면접 순서나 말을 바꾸어 질문할 수 없습니다.

비표준화면접에 비해 이 방법의 장점은

첫째 신뢰도가 높다.

둘째 표준화된 자료를 얻을 수 있어 자료처리가 쉽다.

셋째 조사표에 의해 면접이 진행되므로 숙련된 면접자가 꼭 필요한 것은 아니다. 그러므로 면접자의 능력에 크게 좌우되지 않는다.

넷째 면접자의 행동에 일관성을 유지할 수 있어서 언어 구성상의 오류가 적으며, 응답자의 오해를 감소시켜 이로 인해 발생할 수 있는 오류를 방지할 수 있다.

등을 꼽을 수 있습니다.

단점으로는

첫째 면접자의 융통성이 없어 상황에 적절히 대처할 수 없다.

둘째, 정해진 내용에 따라서 조사하므로 새로운 사실의 발견이 어렵다.

셋째 사무적인 면접으로 응답자와 면접자간의 친근감이 결여되어 조사에 악영향을 줄 수 있다.

점 등이 있습니다.

(2) 비표준화면접(unstandardized interview)

이 방법은 조사하고자 하는 주제만 주어지고 사전에 주어진 질문 없이 진행되는 면접 방법으로 비구조화된 면접 혹은 비통제적 면접이라 불리기도 합니다. 따라서 조사자가 많은 재량과 융통성을 가지고 어떤 통제도 받지 않고 자유로운 상태에서 조사를 진행할 수 있는 방법입니다. 이 방법은 객관적인 자료를 수집하기 위한 경우보다는 응답자의 심리상태와 같은 주관적인 자료를 얻기에 적합한 방법입니다.

비표준화면접의 장점은 표준화면접의 단점이 단점은 장점이 됩니다.

(3) 준표준화면접(semi-standardized interview)

준구조화면접이라고도 하며 표준화면접과 비표준화면접의 혼합 형태로 표준화면접과 비표준화면접의 단점을 줄이고 장점을 극대화하려는 의도에서 고안된 방법이라 할 수 있습니다. 질문 중에서 중요한 것은 표준화시키고

나머지 질문은 비표준화시켜서 조사자가 자유로이 질문하거나 상황에 따라서 적절히 대응하며 면접하는 방법입니다. 때에 따라서 조사자가 사전에 부차적인 질문을 마련하여 사용할 수도 있습니다.

3) 면접조사의 장·단점

(1) 장점

- 응답률이 높습니다.
- 조사자가 상황에 적응하며 조사할 수 있는 융통성이 있다.
- 응답자의 이해를 도울 수 있어 복잡한 설문지를 사용할 수 있다.
- 글을 모르는 문맹자나 어린이를 대상으로 조사할 수 있어 조사대상 범위가 넓다.
- 응답자의 행동이나 표정을 통하여 답변의 진위를 어느 정도 파악할 수 있다.
- 성별과 같은 것을 면접보다 관찰을 통하여 더 확실한 자료를 얻을 수 있다.

(2) 단점

- 조사비용과 시간이 많이 소요된다.
- 익명성이 낮다.
- 부재중일 경우 조사가 불가능하다.
- 조사자의 개입이 쉬워 응답자가 영향을 받기 쉽다.
- 고위직이나 범법자 등과 같이 응답자에게 접근이 곤란하거나 불가능한 경우가 있다.

2. 전화조사

1) 개요

전화조사(telephone survey)란 전화보급의 대중화로 오늘날 선거여론조사나 시장조사 등과 같이 신속을 요하는 조사에서 많이 사용되고 있는 조사방법으로 조사자가 응답자에게 전화를 걸어 조사내용을 질문하면 응답자가 응답하는 내용을 조사자가 기록하여 자료를 수집하는 방법입니다.

2) 전화조사의 유형

전화가 처음 보급되던 당시에 전화조사는 오늘날 인터넷조사의 문제점 못지않게 비난의 목소리도 높았습니다. 전화조사 역시 표본의 대표성이 무엇보다도 큰 문제점으로 지적되었지만 전화의 보급이 전 국민에 이르게 되어서는 그에 대한 논란은 점차 살졌으며 오늘날은 사회조사에서 많이 사용되는 조사방법의 하나가 되었습니다. 초기에는 전화 가입자의 일부를 표본으로 선정하여 조사자가 응답자에게 전화를 걸어 일대일로 면접을 실시하여 자료를 수집하였습니다. 그 후에 컴퓨터의 발달로 컴퓨터의 도움을 받은 전화조사 기법이 등장하게 됩니다. 그 대표적인 방법으로 많이 사용되고 있는 CATI(computer assisted telephone interviewing) 방법은 조사자가 전화기와 연결되어 있는 컴퓨터나 개인용 컴퓨터 앞에 앉아 화면에 나타나는 질문을 읽고 응답을 하면 응답내용이 바로 바로 컴퓨터에 입력되어지는 방법입니다.

3) 장·단점

전화조사도 나름대로의 장점과 단점을 가지고 있다. 면접조사와 비교해서 장단점을 간단히 요약하면 다음과 같습니다.

(1) 장점

- 자료수집이 신속하다.
- 비용이 적게 든다.
- 접근이 용이하다.
- 표본추출이 쉽다
- 익명성이 높다
- 공간의 제약을 덜 받는다.
- 조사자의 감독이 용이하다. 따라서 문제가 발생하면 즉시 대처할 수 있다.
- 우편조사에 비해서는 응답률이 높다.

(2) 단점

- 표본의 대표성이 문제가 된다. 전화조사는 전화 가입자를 조사 모집단으로 하기 때문에 원칙적으로 전화에 가입된 사람만 조사가 가능합니다. 따라서 전화에 가입하지 않은 사람은 조사에서 제외되므로 편향이 발생할 수 있으며 또한 한 사람이 여러 대의 전화를 가지고 있는 경우 형평의 문제도 발생하게 됩니다. 이와 같은 점에서 아직도 전화 조사는 표본의 대표성 문제가 존재합니다.
- 질문 문항의 수와 길이에 제약이 있습니다. 전화의 특성상 질문 문항의 수가 너무 많거나 질문의 길이가 길면 응답자가 응답을 꺼리게 되어 응답률에 영향을

받게 됩니다. 따라서 문항의 수는 적을수록 좋으며 문장의 길이도 가능하면 짧아야 합니다.

- 비언어적인 방법을 활용할 수 없습니다. 전화는 말을 매개로 조사를 하기 때문에 그림이나 도표 및 사진 등과 같은 시각적인 보조 자료를 사용할 수 없습니다.
- 응답자를 확인할 수 없습니다. 응답자를 확인할 수 없어 응답자가 바뀌어도 확인할 방법이 없습니다.
- 응답자는 언제든지 면접을 중단할 수 있습니다. 응답자는 전화 면접 중에 급한 일이 생기거나 면접시간이 길어지게 되면 면접을 일방적으로 중단하게 되는 사례가 많아질 수 있습니다.

3. 우편조사

1) 개요

우편조사는 조사하고자 하는 설문지를 응답자에게 우편으로 보내어 응답자 자신이 기입한 후에 다시 우편으로 반송케 하여 자료를 수집하는 방법입니다. 그러 때에 따라서는 설문의 배부나 회를 하는 경우도 있습니다. 어느 방법이나 응답은 응답자가 기입하므로 자기식(自記式) 기입방법입니다. 이 방법을 활용하기 위해서는 응답자가 응답에 협조할 수 있도록 조사의 취지 알리고 협조를 당부하는 인사말과 무응답이나 오류를 줄이기 위하여 응답요령을 쉽게 설명할 수 있게 해야 합니다. 그리고 반드시 반송을 쉽게 할 수 있도록 반송용 봉투와 우표를 설

문지와 동봉하여 우송하는 것이 응답률을 높이는 좋은 방법입니다.

2) 우편조사의 형태

이 조사 방법은 설문지의 배부나 회수를 위하여 우편을 이용한다고 해서 우편조사라고 합니다. 우편조사의 형태로는 설문지의 배부와 회수를 모두 우편을 이용하느냐 아니면 어느 한편은 우편을 이용하고 나머지 하나는 조사원이 직접 하느냐에 따라서 우편조사법, 배부우송조사법, 우편회수조사법으로 구분하기도 합니다. 그러나 일반적으로 우편조사라 할 때는 배부와 회수 모두를 우편을 이용하는 조사법으로 통하고 있습니다.

3) 장·단점

면접조사와 비교하여 장·단점을 살펴보면 다음과 같습니다.

(1) 장점

- 조사비용을 절감할 수 있습니다. 면접법과 비교할 경우 우송료와 반송료 등만이 소요되므로 상대적으로 저렴한 비용으로 조사를 실시할 수 있습니다.
- 조사기간을 절약할 수 있습니다. 모든 응답자에게 동시에 배부하여 기한 내에 응답을 받을 수 있어 조사기간을 단축할 수 있습니다.
- 응답자가 시간의 제약을 받지 않고 응답할 수 있습니다. 응답자가 한가한 시간을 택하여 자유롭게 응답할 수 있어 시간적인 제약을 받지 않아도 됩니다.
- 익명성이 높습니다. 즉 응답자가 누구인지를 확인할

수 없으므로 응답자가 솔직한 답을 할 수 있습니다. 따라서 응답하기 어렵거나 민감한 질문에 대한 자료를 구하기 좋은 방법입니다.

- 표준화된 용어를 사용해야 합니다. 공신력이 있는 우편을 이용하므로 비속어 등을 함부로 사용하는 것이 어려워 표준화된 용어를 사용하게 됩니다.
- 조사 조사원의 편향을 배제할 수 있습니다. 조사원이 응답자와 대면할 수 없으므로 응답자가 조사원의 영향을 받지 않고 응답할 수 있어 조사자의 편향을 배제할 수 있습니다.
- 정보의 안전성을 기할 수 있습니다.
- 접근이 용이합니다. 일반인들이 쉽게 접근하기 어려운 유명인도 우편을 통하여 접근할 수 있어 조사가 가능합니다.
- 광범위한 지역을 조사할 수 있습니다. 주소만 있으면 어디든지 우편이 배달되므로 공간을 초월한 조사가 가능합니다.

(2) 단점

- 유통성이 부족합니다. 응답자와 조사자의 직접적인 접촉이 없으므로 조사표 내용에 오해가 있어도 시정할 방법이 없습니다.
- 응답률이 낮습니다. 응답자에게 응답에 대한 절박한 느낌을 주지 못하여 자발적인 응답에 의존하므로 응답률이 저조합니다. 일반적으로 우편조사의 응답률은 10%에서 50% 수준인 것으로 알려져 있습니다. 이와 같은 응답률은 조사의 신뢰성을 떨어뜨리는 결과를 가져 옵니다.

- 언어적 습관에만 의존합니다. 질문지에 기록된 내용이외에는 다른 방법으로 설명이 곤란하여 오직 언어적인 습관에 의존할 수밖에 없습니다.
- 주위 환경을 통제하기 어렵습니다. 응답자가 누구인지 확실히 알 수 없습니다. 응답자가 바쁘거나 나태하여 대리 응답하는 경우에도 규제할 방법이 없습니다.
- 응답순서에 대한 통제가 어렵습니다. 앞에 있는 응답이 뒤에 오는 응답에 영향을 줄 수 있는데 이에 대한 규제가 어려워 응답순서를 잘못하여 발생할 수 있는 편향을 줄일 수 없습니다.
- 사회적으로 민감한 질문항목에는 무응답이 많습니다. 우편조사의 장점에서 민감한 질문에 대한 조사 방법으로 사용하기에 적합한 방법이라고 했으나 응답자에 따라서는 응답하기 민감한 문항에 무응답하는 경우가 많습니다.
- 자발적인 응답을 기록하기 어렵습니다. 생각할 여유가 있으므로 응답에 대한 즉각적인 생각이나 감정을 기록하지 않고 일반론적인 응답을 할 경우가 있습니다.
- 주소의 잘못에 의하여 반송되었는지 응답자의 거부에 의한 것인지 확인이 어렵습니다.
- 응답시간이 깁니다. 응답기한을 규제하기 어렵기 때문에 때에 따라서는 조사기일이 지난 뒤에 응답이 도착하기도 합니다.
- 복잡한 질문지 사용이 어렵습니다. 질문지에 대한 이해가 쉽도록 단순한 문항으로 이어져야 응답률이

높아지기 때문입니다.

- 우편조사는 원칙적으로 무작위 추출이 어려워 편향이 있는 표본입니다.

4. 인터넷 조사

인터넷 조사는 인터넷 상에서 이루어지는 통계조사를 총칭하며, 기존의 조사방법과 다른 점은 조사대상이 국내 또는 특정지역에 제한되지 않고 국경이나 공간의 한계를 넘을 수 있다는 점입니다. 조사 조사원들이 직접 관련되는 조사 방법은 아니지만, 요즘 조사 거부에 대한 가지 대응 방식이 되기도 하므로 인터넷 조사의 유형 정도는 알아 두는 것이 좋습니다.

1) 사이트방문조사

인터넷상에 특정사이트를 개설하고 설문지를 게시하여 인터넷이나 신문의 광고를 통해 방문자들을 모집한 다음 이들로 하여금 자발적으로 참여하는 사람을 대상으로 자료를 수집하는 방법입니다.

2) 전자우편조사(e-mail survey)

설문지를 텍스트 파일 형식으로 작성하여 확보된 e-메일 주소록의 대상자들에게 전자우편의 형태로 송신한 후에 응답자가 응답한 내용을 수신하는 형식의 자료 수집 방법입니다. 그러나 이 방법은 수집된 응답 자료를 재코딩해야 하는 번거로움 때문에 아래에서 설명하는 웹메일방식의 조사를 많이 사용합니다.

3) 웹메일조사

응답자들에게 조사 참여를 유도하는 이메일을 보내고 응답자가 조사 참여를 하고자 하면 웹메일 상의 선택버튼을 누르면, 조사기관의 서버로 연결되어 질문지가 온라인상으로 전달되고 응답자는 안내 절차에 따라 인터넷상으로 진행되는 설문에 응답을 하면, 그 응답 자료가 직접 조사기관의 서버에 기록되는 방식입니다. 대부분의 온라인 조사는 이 방식을 통해 이루어진다고 보면 됩니다.

4) 인터넷조사의 장·단점

(1) 장점

- 조사기간을 단축할 수 있습니다. 단시간 내에 많은 표본의 확보가 가능하다. 많은 응답자를 실시간으로 동시에 조사할 수 있기 때문입니다.
- 조사비용을 절감할 수 있습니다. 별도의 조사원의 확보나 교육이 필요하지 않으며 온라인 특성상 별도의 부가비용이 발생하지 않습니다.
- 다양한 형태의 조사가 가능합니다. 웹의 멀티미디어 특성을 활용할 수 있어 도표나 사진, 그림 등을 포함하는 다양한 형태의 조사를 대규모로 실시할 수 있습니다.
- 시간·공간적으로 제약을 많이 받지 않습니다. 온라인의 특성으로 시간이나 공간적 제약이 없이 할 수 있는 방법입니다.

(2) 단점

- 표본의 대표성이 문제가 될 수 있습니다. 인터넷에 가입된 사람이 편중되어 있어 모집단 프레임을 구성하기 어려운 점이 있습니다. 그러나 이 문제는 인터넷 가입자의 증가로 곧 해결될 수 있을 것으로 보입니다.
- 응답자의 프라이버시와 통신예절 문제에 문제가 있을 수 있습니다. 직접 만나거나 목소리를 들을 수 없고 단지 문자 정보의 교환이 이루어지므로 상대방의 입장을 무시한 응답이 나올 수 있습니다.

5. 집단조사

1) 개요

집단조사(group survey)란 집합조사라고 부르기도 합니다. 응답자들을 한 자리에 모아 놓고 설문지를 배부한 다음 응답자가 설문지를 직접 기입한 후에 회수하는 방법입니다. 따라서 이 방법은 응답자를 개별적으로 만나 면접하는 개별면접조사와는 다릅니다.

2) 장·단점

(1) 장점

- 조사비용이 저렴합니다. 개별적으로 사람을 면접하는 대신에 여러 사람을 한꺼번에 모아놓고 조사하므로 조사비용이 저렴합니다.

- 조사시간이 적게 걸립니다. 여러 사람을 동시에 조사하므로 면접시간 또한 적게 걸립니다.
- 조사가 간편합니다. 한 곳에서 조사를 실시하므로 조사가 간편합니다.
- 조사의 오해를 해소시킬 수 있습니다. 한 곳에 조사대상자를 모아 놓고 조사하기 때문에 조사대상자가 가지고 있는 의문사항이나 질문사항을 조사자에게 직접 물어 볼 수 있고 또한 대화할 수 있어 질문지에 대한 오해를 줄일 수 있습니다.

(2) 단점

- 집단의 영향을 받기 쉽습니다. 집단의 여론에 응답자들이 영향을 받아 정확한 응답을 하지 못하는 경우가 있을 수 있습니다. 특히 집단 감정에 반하는 민감한 질문의 경우에는 응답자의 생각과 다른 종립적인 응답, 즉 [모르겠다], [그자 그럴다] 등과 같은 응답으로 일관하는 경우가 발생합니다.
- 조사대상자의 통제가 어렵습니다. 여러 사람이 모인 장소이므로 통제가 쉽지 않습니다.
- 조사대상자를 한 곳에 모으기가 쉽지 않습니다. 특별한 경우가 아니고는 조사대상자를 한 자리에 모으는 것은 어려운 일입니다. 따라서 이 조사는 집단이 모일 수 있는 경우에 적용하기 좋은 방법입니다.
- 조사대상자의 개인별 차이를 무시할 수 있습니다. 면접조사는 개인별 특성이나 차이를 감안하여 질의와 응답을 할 수 있으나 집단조사는 이러한 면에서 개인별 차이를 인정하지 못하여 신뢰성에 대한 타당도가 낮아질 수 있습니다.

- 설문지에 잘못 기입하는 경우 이를 시정하기 어렵습니다. 조사오류가 발생할 경우 오류를 발생케 한 응답자를 찾기가 어려워 오류에 대한 시정이 어렵습니다.



제 3장 역할극을 통한 현장 미리 익히기

조사원은 처음 교육을 받고 현장에 나가면 현장에서 부딪히는 세세한 구체적 상황들에 당황하게 됩니다. 특히 응답자를 처음 대할 때, 응답자의 반응이 교육받을 때 생각했던 것과는 달리 너무 강한 거절이나 매몰찬 냉대를 받게 되면 초보 조사원은 가슴이 오그라드는 듯한 충격과 그로 인한 순간적인 좌절을 맛보게 됩니다. 당연히 조사원은 당혹하게 되고, 그러한 당혹함은 뒤이은 실수와 어설피름으로 첫 조사 협조 요청에 대한 설득의 실패로 첫 경험을 마무리할 수 있습니다.

이러한 첫 현장 경험에서의 참혹한 실패를 경험하게 되면 초보 조사원은 응답자들을 만나는 것에 대한 두려움과 공포를 지니게 됩니다. 일반적인 학습은 반복적인 경험을 통해서 점진적으로 일어납니다. 우리가 영어 단어를 외울 때면 몇 번을 반복해서 읽고 써보아야만 외워지는 것처럼 말입니다. 그러나 두려움이나 공포를 느끼는 반응은 단 한 번의 경험만으로도 학습되며, 이처럼 학습된 공포는 쉽게 사라지지 않는 특성을 지니고 있습니다. 아기가 불이 위험한 것이라는 것을 학습하기 위해서 몇 번씩이나 불에 데일 필요가 없습니다. 단 한 번의 경험만으로도 불에 대한 공포를 배울 수 있습니다. 심리학에서는 이런 강력한 일회성 학습을 혐오학습이라고 부릅니다.

첫 현장에서 참혹한 실패를 경험하는 경우, 그 한번만으로도 초보 조사원은 조사 자체에 대한 지울 수 없는

공포를 학습할 수도 있습니다. 물론 조사원 교육 내내, 조사 거절에 대한 교육을 받고, 그 유형과 대처 방식에 대한 교육을 받아 불에 데는 것 같은 충격에 비할 수는 없겠지만, 몇 번의 실패가 반복되면 초보 조사원은 좌절이 더욱 심해져서 조사 자체를 겁을 내게 되고 응답자를 찾아도 감히 다가설 엄두를 내지 못하게 할 수 있습니다.

그래서 심리학에서는 ‘면역훈련’이라는 방법을 사용하기도 합니다. 조금 약한 강도로 실패를 경험하게 하고, 그것으로부터 회복하는 방법을 스스로 습득하게 합니다. 이러한 훈련을 몇 번 반복하게 되면 점차 강한 충격과 좌절에서도 견뎌낼 수 있는 면역력을 갖게 됩니다.

역할극을 이용한 조사 불응 대처 훈련이 현장에 나가기 전 조사원들에 현장에서 조사 불응 상황에서 경험하게 될 심리적 충격과 좌절에 대한 면역력을 키워 줄 수 있습니다.

1. 역할극(Role play)란 무엇인가?

우리들은 어린 시절부터 이미 역할극을 해본 경험이 있습니다. 어린이들의 소꿉놀이가 그렇고, 전쟁놀이가 그렇습니다. 아이들은 소꿉놀이를 할 때면 “너는 아빠가 되고 난 엄마가 될게. 그리고 영미는 우리 딸 해라.”라고 하며 소꿉놀이가 시작됩니다. 친구가 없을 때는 인형을 가지고 혼자서 1인 2역을 하는 경우도 흔히 볼 수 있습니다. 또한 ‘가게 소꿉놀이’도 한다. “너희들이 물건을

산다. 채소와 쌀 등 음식재료를 사고……, 나는 과자를 사고, 너는 가게 주인이 되는 거야.” 등으로 가게 소꿉놀이란 역할극이 시작되는 것입니다. 또한 남자아이들은 전쟁놀이, 군인놀이를 많이 하기도 합니다.

이러한 행동들은 아이들이 어떤 가상의 상황을 설정하고 그들이 경험하거나 상상한 것들을 역할에 맞추어 재연하기도 하고 창의적으로 재구성하여 말하거나 행동하는 것으로 이러한 놀이를 역할극 놀이라고 볼 수 있습니다. 역할극은 참석하는 사람에게 우선 여러 가지 상황과 관심 있는 문제를 주고 이를 생각하게 합니다. 그리고 역할극 참여자들은 이에 대한 반응을 행동으로 만들어 보여 주게 된다. 주어지는 상황은 꾸며진 것이기 때문에 참여자들은 실제의 상황에서 벌어지는 이야기를 여러 가지 방법으로 꾸며 볼 수 있으며, 결과적으로 이를 체험할 수 있게 된다.

2. 왜 역할극을 하는가?

역할극의 출발은 모레노(Moreno) 박사가 뉴욕에 있는 정신극연구소에서 정신극 또는 사회극이라 하는 이름으로 처음 사용하였습니다. 이것이 오늘날 역할극의 시작이라 할 수 있습니다. 역할극은 원래는 정신적 질환자의 치료를 위한 심리극(psychodrama)으로 고안되어 심리적 치료 요법으로 활용되었던 것입니다.

오늘날 역할극은 물론 다른 다양한 분야에서도 활용되기도 합니다. 기업체나 백화점에서 그들의 매장 직원들

에게 영업 기술을 훈련시키는 방법의 하나로 사용하기도 합니다. 매장 직원들로 하여금 서로 손님과 직원의 역할을 바꿔가며 매장 판매 상황을 연출하게 함으로써 직원들이 손님의 입장을 이해하게 하고, 손님으로 하여금 물건을 사게 하기 위해서 어떻게 행동하여야 할지를 배울 수 있도록 훈련을 시킬 수 있었습니다. 그리고 이 방법이 성공적이고 효과적이 되자 다른 분야에서도 이 역할극 방법이 유행되기 시작했습니다.

역할(role)이란 주어진 지위나 상황에서 행할 수 있는 행동 방법을 말합니다. 같은 사람이라도 주어진 상황에 따라 보여줄 수 있는 행동은 다를 수 있습니다. 예를 들면 어떤 여자는 한 사람의 어머니이면서 다른 사람의 딸이기도 하고 한 남자의 아내이기도 합니다. 그리고 그 여자는 학교에서는 아이들의 선생님일 수도 있습니다. 이 여자는 자신에게 주어진 역할 상황에 따라 보여주는 행동 방식이 전혀 다릅니다. 어머니의 역할, 딸의 역할, 아내의 역할, 선생님의 역할이 주어진다면, 그에 걸 맞는 행동 양식을 보여주게 됩니다. 왜 이렇게 다른 방식으로 행동하는 것일까요? 그 이유 중의 어떤 것은 그 사람이 그렇게 행위하도록 배웠다는 것입니다. 그것이 습관이 되었고 다른 방법은 모른다는 것입니다. 그녀의 행동은 그녀에게 주어진 상황과 그에 대한 습관적인 태도로 인해서 결정되는 것이지, 그녀 스스로 어떻게 행동하고 타인에게 어떤 영향을 끼치는지를 인식하지 않아도 된다는 것입니다.

이런 이유에서 역할극은 개인에게 자기의 일상과 다른 역할을 갖게 하고 그 역할을 수행하게 하고 또는 다른

사람으로 하여금 자기의 역할을 갖게 하고 그 역할을 수행하게 하고 이를 관찰하는 과정을 통해 지금까지 당연한 것으로 받아들였던 나와 타인의 역할과 입장을 다시 생각해볼 수 있는 기회를 갖게 하는 기능을 갖고 있습니다. 새로운 습관이나 기술을 배워야 한다면, 스스로 그러한 습관이나 기술을 사용해야 하는 역할을 만들어 연출해봄으로써 필요한 새로운 방법을 실습할 수 있게 되는 것입니다.

역할극은 거기에 참여하는 사람들로 하여금 인지적 또는 지식적인 것보다는 정서적 경험을 할 수 있게 한다는 점에 의미를 갖습니다. 이것은 매우 중요한 사실입니다. 정서적 경험은 연출되는 상황의 극적 충격과 실제 연출된 상황에 빠져드는 경험, 또는 타인들의 경험에 대한 관찰 등을 통해 일어나며, 이러한 정서적 경험을 함께 느끼며 나눔으로써 그러한 경험에 대한 이해 넓어지고 깊어지게 됩니다. 이런 이유 때문에 어떤 사람은 역할극을 현장실습이라고 부르기도 합니다.

역할극은 다른 사람과 협동하는 방법, 필요할 때 자기 자신을 통제하는 방법, 인간관계에서 잘못된 것을 관찰하고 교정하는 방법을 배우는 매우 효과적 수단입니다. 인간관계에서 중요한 점은 타인을 통제하는 것이 아니라 자기 자신을 통제하는 것이기 때문입니다. 현장에 나가기 전의 조사원들이 갖춰야 할 능력 중의 하나가 바로 좌절 상황에서 자신의 감정과 행동을 통제할 수 있는 능력이기 때문에 역할극을 통한 현장 실습은 매우 중요한 교육 효과를 갖습니다.

역할극을 할 때는 참여자 각자가 문제 상황에 대한 설

정만을 하고 원고 없이 문제 상황을 연출하고 역할을 수행합니다. 참가자들은 이 연출된 역할은 담당하여 역할 연기를 하고, 이들의 역할 연기는 참여자와 관찰자들 간의 토론 학습의 재료가 되기도 합니다. 특히 역할 연기 동안 보여지는 참가자 개개인의 습관, 행동, 태도, 그리고 자기표현 및 통제 기술 등은 역할극 뒤의 토론은 매우 중요하며 이를 통해 역할극에 직접 참여한 사람들과 관찰한 사람들은 가상으로 설정한 상황에 대한 풍부하고 깊은 이해와 경험을 하게 되는 것입니다.

3. 역할극의 기능

역할극의 기능을 정리해 보면 다음과 같습니다.

1) 자기중심적 사고의 탈피

상호작용 동안의 상호작용 과정을 통해 인간관계를 생각하게 되므로 자기중심적 사고에서 탈피할 수 있게 됩니다. 역할 놀이는 다른 사람의 관점에서 생각하고 행동해 봄으로서 타인의 입장을 이해하게 되는 경험을 제공합니다. 그러므로 자기의 입장에서만 생각하는 편협한 자기중심적 사고에서 탈피하여 상대방의 입장도 이해하고 다른 의견도 포용할 수 있는 원만한 성격 형성에 도움이 됩니다. 조사원 입장에서는 조사 협조 요청을 받은 사람들의 입장을 이해할 수 있는 기회가 되며, 그들이 조사를 회피하기 위해 생각해낼 수 있는 다양한 행동들을 생각해볼 수 있는 기회를 갖게 되며, 그러한 조사 불응을 표현하는 방식과 그 이면에 깔린 심리적 상태를 이

해하고 경험할 수 있는 기회를 갖게 됩니다.

2) 자기 자신의 통제 방법 학습

역할극 참석자들은 사람들간의 상호작용에서 일어나는 공통적인 문제가 무엇인지 이해함으로써 문제에 직면해서 자기 자신이 효과적으로 대처해 나갈 수 있는 능력을 기를 수 있게 됩니다. 교육을 받는 조사원들은 응답자들과의 상호작용에서 발생할 수 있는 다양한 상황들에 대한 문제를 이해할 수 있게 되어 현장에 투입되어 응답자와 대면했을 때, 자신이 어떻게 행동하고 반응해야 하는지에 대한 감각을 지닐 수 있게 됩니다.

3) 다양한 상황에서 협동하는 관계 개발 및 유지 능력 향상

역할극은 보통 두 사람 이상이 관련되어 상호 협동하며 역할을 수행하고 개인이 해결하기 어려운 문제를 집단적으로 생각하고 토론하는 과정을 거치게 됩니다. 이 과정 동안 참가자들은 사람들 간의 상호 작용의 기술을 배우고 자신과 타인의 행동의 동기를 좀 더 잘 깨닫게 됩니다. 조사원들은 응답자를 설득하는 과정이 조사원 일방에 의한 작업이 아니라 응답자의 협조를 얻어내는 과정임을 학습하게 됩니다. 최종 승낙을 말하는 것이 아니라 설득의 과정마다 응답자의 조그만 협조를 얻어내는 것을 말합니다.

4) 상황에 대한 통찰력과 문제 해결 능력의 향상

가상으로 설정된 상황에서 조사원들 스스로의 아이디어나 의견을 직접 행동으로 시험해 볼 수 있으며 가상적으로 어떤 역할을 해 봄으로써 문제나 상황의 핵심을 깊

이 이해할 수 있게 됩니다. 역할극은 이처럼 투사적인 방법을 통해 참가자들에게 구체적인 상황을 실제로 경험해 볼 수 있는 기회를 제공하기 때문에 근래에 들어 그 교육적 가능성이 부각되고 있습니다.

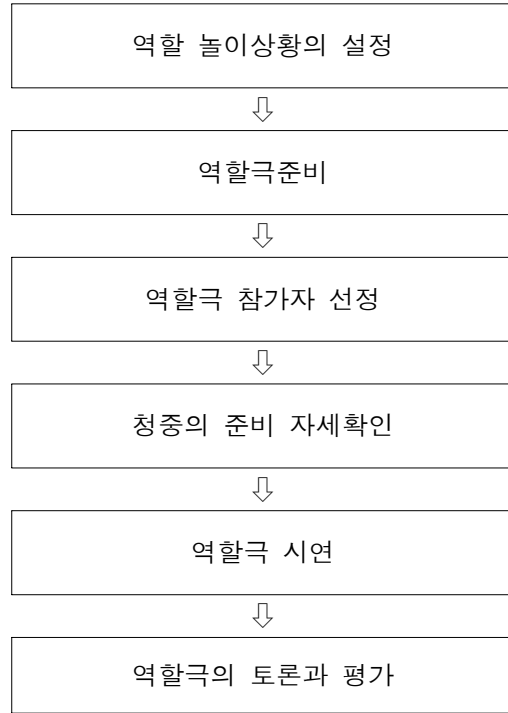
4. 역할극의 실제

조사원들의 역할극은 일반적으로 역할극에 참여하는 조사원들에게 극 속의 사건을 진행시키는 데 필요한 완결되지 않은 미완성의 이야기나 문제 상황을 제시하여 주고 이야기나 상황에 나오는 역할자가 되어 그것을 행동하게 함으로써 그 이야기의 결론이나 문제 상황을 해결해 보는 과정으로 진행됩니다.

역할극은 2명 이상 또는 교육 참가자 전체가 서로 어떤 미완성의 문제 사태에 대해 토론하고, 주어진 상황 속의 인물들이 다음에 어떤 행동을 할 것인가를 시행해보며, 이 같은 행동 과정과 결과에 대해서 평가해보고, 주어진 문제 상황에 대해 해결책을 강구하게 됩니다.

이러한 과정은 조사원들이 조사현장에서 응답자와의 대면 상황에 부딪혔을 때 스스로가 어떤 행동을 선택함으로써 어떤 결과가 올 것이라는 것에 대한 이해와 판단력을 연습하는 기회가 되는 것입니다.

1) 일반적인 역할극 전개 과정



[그림 7] 역할극 전개 과정

2) 역할극 진행 모형

<표 11> 역할극 진행 모형

| 과정 | 활동내용 | 교수 - 학습활동 | |
|-------------|------------------|---|-----------------------------|
| | | 교수자 | 조사원 |
| 역할극 상황설정 | 문제 대면 (問題 對面) | -문제 상황(문제 이야기) 제시 -상황이나 문제는 여러 가지로 해석할 수 있고 여러 가지로 결말이 나올 수 있음 | -문제 사태 파악하기 -상황의 결말 예상하기 |
| 역할극 준비 | 미완성 문제 사태완성하기 | -배경 이해시키기 -자유로운 분위기 조성 | -교사가 제시한 미완성의 문제 완성하기 |

| 과정 | 활동내용 | 교수 - 학습활동 | |
|--------------|------------|--|---|
| | | 교수자 | 조사원 |
| 역할극 참가자 선정 | 역할 선정 | -조사원들에게 역할 부여 -역할자의 특징 이해하기 | -교수가 임의로 지정할 수도 있고, 자발적으로 지원을 받을 수도 있음 -역할자의 특징 알기 |
| 청중의 준비 자세 확인 | 관찰 청중의 역할 | -관람의 요점 지시(역할자의 태도, 행동양식, 자기통제, 대안의 효율성 등) | -내용 메모하기 -예의 지키기 |
| 역할극 시연 | 자연스러운 연기 | -연기력이 평가되는 것이 아니고 상황을 생각하는 방향이 중요함을 지시 | -큰 소리로 말하기 -부끄러워하지 않기 |
| 역할극의 토론과 평가 | 반성 및 자기 평가 | -역할수행자에 관해서 생각해 보게 하기(대안 생각하기) | -역할극에서 중요한 부분으로 참가자들은 토론의 기초를 배울 수 있게 된다. |

3) 역할극 교수·학습안 예시

□ 학습자료: 우울증 주부의 조사 거절

□ 학습목표: 상대 입장 이해를 통한 RAPPORT 형성

<표 12> 역할극 교수·학습안 예시

| 과정 | 교육내용 | 교수 학습 활동 | 교육 형태 | 시간 (분) | 자료 및 유의점 |
|----|---------|--------------------------------------|-------|--------|----------|
| 도입 | 학습내용 소개 | • 이 시간에 학습할 문제에 대해 이야기하기 (학습목표 확인하기) | 전체 학습 | 2' | |

| 과정 | 교육내용 | 교수 학습 활동 | 교육 시간 형태 (분) | 자료 및 유의점 |
|---|---|---|-----------------|---|
| 역할 놀이 준비 하기 | 심신이 불편한 사람 심신이 불 편한 사람 놀이 들어 준비 불응 하기 이유 생각하기 | <ul style="list-style-type: none"> • 심신이 불편한 사람 의 입장을 생각하기 - 노인, 병자, 임산 부, 짐을 많이 든 사람, 기타의 이유 • 심신이 불편한 사람 들이 조사 불응하는 이유 생각하기 | 전체 3' | <ul style="list-style-type: none"> • 이야기를 하는 가운데 역할극 의 문제 상황 설정의 가닥을 잡을 수 있도록 한다. |
| 역할 놀이 상황 설정 | 문제가 있 는 상황을 설정하여 이야기 구 미기 | <ul style="list-style-type: none"> • 모둠으로 진행할 경 우, 모둠별로 모여 서 역할극 상황을 어떤 것으로 설정할 것인지 협의하기 • 우울증 주부의 상황 에 대한 이해 과정 - 경험이 있는 사람의 이야기 듣기 - 어떤 영화의 한 장 면, 텔레비전 프로 그램 속의 이야기 를 택할 수 있음. | 소 집단 10' | <ul style="list-style-type: none"> • 역할극학습지 • 우울증 주부의 입장에서 거칠 게 조사 협조 거절을 하는 상 황을 설정. |
| 역할 놀이 참가 자 선정 | 역할 놀이 역할 참가자 정하기 선정 | <ul style="list-style-type: none"> • 여러 가지 역할을 담 당하도록 유도하기 | 모둠 5' | <ul style="list-style-type: none"> • 관련경험이 있는 참가자나 지원 자를 선정 |
| <p>4) 역할극 참가자들의 기록 노트</p> <p>역할극 훈련에 참가하는 조사원들은 아래와 같은 기록 노트에 역할극 진행 내용을 기록을 하면 학습에 도움이 됩니다.</p> | | | | |

| | | |
|----------------|----|-------|
| 역할극 주제 | | |
| 설정 상황 | | |
| 역할극 참가자 | 이름 | 맡은 역할 |
| | | |
| | | |
| 역할극 토론과 평가 | | |
| 현장에서 적용 가능한 교훈 | | |

[그림 8] 역할극 진행 노트 예시

역할극은 이전부터 실연(practice)이나 연습(rehearse)의 개념이었고 상담이나 심리치료, 또는 학교수업에서 많이 활용되고 있고 수업에서 역할(role)을 구체적인 상황에서 연기를 하는 부분(part)이라고 하고, 놀이(play)를 안전한 환경에서 할 수 있는 창의적인 역할 수행이라고 하였습니다. 즉 수업에서의 역할극 또는 역할놀이는 수업의 목적이 아니라 수업을 하기 위한 방법, 수단으로써 피교육자들이 수업목표에 가장 잘 도달하고 수업내용을

효과적으로 이해하도록 하는 것입니다. 조사원들이 교육 기간 동안 가능하면 다양한 상황에 대한 역할극을 수행해보면서 현장에서의 수행 감각이 높아 질 것입니다. 조사원들은 교육 기간 동안 제공되는 역할극 교육을 부끄러워하거나 수줍음이 많다는 이유로 기피하지 말고 적극적으로 참여를 하도록 노력해야 할 것입니다.

현장조사면접기법

발행일 : 2008년 2월

발행처 : 통계교육원

대전광역시 유성구 과학로60(가정동 33)

☎ 042-601-4432

FAX 042-862-4968

<http://sti.nso.go.kr/>

인쇄처 : 학예인쇄사 ☎ (042)625-1821
