조사표 설계론 표준교재 개발 용역
최종보고서

조사표 설계론 표준교재

2008. 9. 18.

통계교육원
Statistical Training Institute

제 출 문

통계교육원 귀하

「조사표 설계론 표준교재 개발 연구」에 대한 최종보고서를 다음과 같이 제출합니다.

2008. 9. 18.

- 연 구 기 관 명 : (주)엔아이코리아
- 연 구 기 간 : 2008년 4월 22일~9월 18일
- 주관연구책임자 : 이홍철
- 참 여 연 구 원
  - 책임연구원 : 이건효
  - 연 구 원 : 김기수

조사표 설계론 표준교재

통계교육원
Statistical Training Institute

목 차

일 러 두 기 ····· 4

제 1장 조사표 설계 개요 ····· 8

1. 조사표 설계의 의미 ····· 10
   1) 조사표의 중요성 ····· 10
   2) 조사표의 중요성 ····· 12
   3) 조사관련자와 조사표 ····· 12
2. 조사의 오차요인 ····· 14
   1) 표본오차 ····· 14
   2) 비표본오차 ····· 15
   3) 조사표와 비표본오차 ····· 16
3. 조사표 설계 절차 ····· 18
   1) 사전 작업 단계 ····· 19
   2) 조사표 작성 단계 ····· 20
   3) 확정 및 사후단계 ····· 22

제 2장 조사표 설계시 고려요인 ····· 25

1. 응답자 관점에서의 조사표 설계요인 ····· 27
   1) 응답자 정보처리 특성 ····· 27
   2) 응답 편향 사례: 질문 유형 ····· 28
   3) 응답 편향 사례: 응답항목 ····· 31
   4) 조사에서의 일반적인 응답 편향 유형 ····· 33
2. 방법론적 관점에서의 조사표 설계요인 ····· 38
   1) 자료수집 방법별 조사표 차이 ····· 38
   2) 분석방법별 조사표 차이 ····· 40
3. 조사원 입장에서의 설계요인 ····· 43
   1) 표준조사절차 ····· 43
   2) 응답자와의 Rapport ····· 43
   3) 보기카드 등의 소도구 사용 ····· 44

제 3장 조사표 작성절차 및 체크리스트 ····· 47

1. 사전 작업 단계 ····· 53
   1) 연구목적 구체화 ····· 55

2) 분석 및 조사설계 구체화 ····· 57
2. 조사표 작성 단계 ····· 61
1) 조사항목 추출 ····· 63
2) 개별 설문 및 응답항목 작성 ····· 64
3) 조사표 구조화 ····· 75
3. 확정 및 사후 단계 ····· 82
1) 사전조사와 예비조사 ····· 82
2) 통계적 검증 ····· 84
3) 조사표 확정 ····· 85
4) 자료 수집 및 분석 준비 작업 ····· 86

제 4장 사례연구 ····· 90
1. 정부 승인통계 현황 ····· 92
1) 승인통계 분류/기술 ····· 92
2. 개인/가구대상 조사표 분석 ····· 94
1) 인구통계 관련 설문 ····· 94
3. 사업체 대상 조사표 분석 ····· 124
1) 사업체 개요 ····· 124
2) 사업체명 ····· 125
3) 업종 ····· 127
4) 종업원 수 ····· 128
5) 매출액 ····· 130
6) 자본금 ····· 132
4. 개별 설문 분석 ····· 134
1) 만족도 관련 조사표 분석 ····· 134
2) 조사표의 편집 형태 분석 ····· 145

참고 문헌 ····· 158
1. 국내문헌 및 출처 ····· 158
2. 국외문헌 및 출처 ····· 158
1) 참고서적 ····· 158
2) 기관 및 회사 ····· 159
3) 대학 ····· 159
3. 국내 사이트 ····· 160
4. 국외 사이트 ····· 160
1) 통계청 ····· 160

2) 기관 및 회사 161
3) 대학 161

색 인 163

일 러 두 기

흔히들 현대 조사방법론의 체계화는 1936년을 기점으로 잡는다. 그 당시 비교적 과학적인 표본 설계에 기초해서 1,500명의 표본조사로 당선자를 예측한 미국 갤럽과 주먹구구식으로 230만 명이나 되는 표본조사를 통해서도 예측을 잘못하고 사라진 리터러리 다이제스트가 극명하게 대비되면서, 조사방법의 체계화에 대한 필요성이 널리 인식되었기 때문이다.

그동안 표본오차를 줄이기 위한 표본설계의 정교화, 비표본오차를 줄이기 위한 조사진행의 표준화 절차 등을 통해 조사의 오차요인을 감소시키는 작업들은 많이 이루어져 왔다. 조사과정은 근본적으로 오차와의 싸움이다. 그런 점에서 표본오차와 관련해서는 많은 이론적 체계화가 이루어져 왔음에도 불구하고, 비표본오차요인을 줄이기 위한 체계적인 작업들은 크게 이루어지지 못하고 있는 실정이다. 조사과정에서 발생하는 표본오차는 이론적으로 계산가능하고, 통제 가능한 반면에, 비표본오차는 표본오차에 비해 훨씬 큰 오차요인을 내포하고 있으면서도 이를 사전에 발견하고 통제하기가 훨씬 어렵다.

거칠게 이야기 하자면, 비표본오차는 직접적으로나 간접적으로 조사표와 많은 관련이 있다. 실제로 조사표에서 사소한 차이로 조사결과가 정반대로 나오고, 전혀 다른 의사결정을 해야 하는 경우들이 종종 발생한다. 로 인해 조사결과가 완전히 정반대로 나오는 사례도 종종 발견된다. 그런 점에서 비표본오차를 줄이기 위한 노력은 아무리 해도 지나치지 않을 것이다. 하지만 조사표와 관련된 비표본오차의 발생요인은 매우 미묘하고 다양해서 이론적으로 일반화시키고 체계화시키기에 어려움이 있다. 다행히 근자에 들어서 응답자의 정보처리 모형에 입각한 응답 편향에 대한 연구들이 많이 진행되고 있고, 표본조사에서 응답자 친숙성을 증진시키기 위한 방안들이 강구되면서, 조사표와 관련된 비표본오차요인에 대한 관심도 많아지고 있다.

하지만 여전히 국·내외적으로 조사표 설계에 대해 체계적인 이해를 돕기 위

한 교육 재료나 교육과정이 매우 부족해서, 조사표 설계를 담당하는 실무자가 참조할만한 자료가 크게 부족한 실정이다. 그런 점을 고려해서 본 교재에서는 조사표 설계에 대한 체계적인 교재를 제작하자는 취지에서 만들어졌다. 조사표는 다양한 목적에 따라 다양한 상황에서 다양한 접근 방법 과 분석방법에 맞추어서 다양하게 만들어진다. 그런 점에서 좋은 조사표 설계는 조사목적이나 상황에 따라 다양할 수밖에 없다. 하지만 조사표 설계에 적용되는 일반적인 규칙과 원리들이 있다. 본 교재에서는 그런 일반적인 규칙과 원리들을 체계화시키고자 노력하였다. 하지만 조사표 설계의 이론적 측면보다는 실무적인 관점에 초점을 맞추고자 하였다. 그래서 조사표 설계 절차를 상술하고, 그에 맞추어 조사표 설계의 각 단계에서 고려해야 요인에 초점을 맞추어 기술하고자 하였다. 또한 조사표 설계과정에 사용되는 다양한 기법에 대한 나열이나 설명보다는 각각의 기법이 응답과정에 유발할 수 있는 오차요인에 초점을 맞추어 기술하고자 하였다.

본 교재에서의 대전제는 조사표는 조사과정의 표준 커뮤니케이션 도구라는 점이다. 면접식 조사과정에서 조사표는 연구자의 대리인인 조사원과 응답자간의 표준적인 커뮤니케이션 도구이며, 자기기입식 조사에선 연구자와 응답자간의 표준적인 커뮤니케이션 도구이다. 따라서 조사표 설계에서 무엇보다도 중요한 점은 효과적이고 명료한 커뮤니케이션이 되도록 하는 것이다. 그러기 위해선 응답자의 응답 정보처리과정에 대한 이해가 무엇보다도 필요하다. 본 교재에서는 특히 응답자의 정보처리과정과 조사원의 정보처리과정에서 발생할 수 있는 오차요인을 가능한 다양하게 다루어 보고자 하였다.

네 번째로 실제 사용되고 있는 조사표들을 토대로 오차요인에 대한 사례분석을 시도해 보았다. 실제 사용하는 조사표에서 질문의 워딩이나 응답항목, 질문의 순서 등에서 나타날 수 있는 오차요인들에 대한 분석을 통해, 실제 조사표 설계과정에서 발생하기 쉬운 오차요인들에 대해 다루어 보고자 했다. 마지막으로 실제 조사표 실계를 직접 해볼 수 있는 과정을 워크북으로 만들었다. 실제 교재의 순서에 맞추어 조사표 설계과정을 실습을 통해 익히도록 하기 위함이다.

본 교재를 마무리지면서 보완해야 할 곳들이 아직 많이 있다는 점을 통감할 수밖에 없었다. 여러 가지로 부족하기는 하지만, 국내에서 실무중심의 조사표 설계에 대한 교재의 필요성이 우선이라는 점을 고려해서 원고를 마무리했다. 본 교재의 내용에서 잘못 인용되거나 해석되어 있는 부분은 전적으로 집필진의 책임이다. 많은 분들이 그런 잘못을 지적하고 의견을 주시면, 개정판이 나오는 과정에 충분히 반영하도록 하겠다.

아무쪼록 본 교재를 통해 조사표 설계를 담당하는 많은 실무자들이 유용한 도움을 받을 수 있기를 바란다.

1

조사표 설계개요

제 1장 조사표 설계 개요

요 약

1. 조사표 설계의 의미
  - 조사표 설계의 목적은 조사 자료의 정보가치뿐 아니라, 자료의 신뢰도와 타당도를 극대화시키기 위한 것임
  - 조사표는 조사과정에서 비표본오차와 밀접한 관련이 있으며, 이를 최소화하는 것이 조사표 설계에서 매우 중요한 과제임

2- 1. 조사표의 중요성
  - 과학적인 조사 자료는 표본의 모집단 대표성과 자료수집에서 조사절차의 표준화에 의해 타당성이 확보되며, 조사표는 이런 절차의 구조적인 틀임
  - 조사표는 연구자(조사원)와 응답자 사이의 커뮤니케이션 도구이므로, 조사표가 연구자(조사원)와 응답자 사이에 잘못된 커뮤니케이션이 일어나게끔 구조화되었을 때 비표본오차가 발생함
  - 조사표는 조사 자료가 만들어지는 형식적인 틀이므로, 연구 목적에 맞는 결과를 얻기 위한 첫 번째 단계가 적절한 조사표 설계임

2- 2. 조사 관련자와 조사표
  - 조사표는 조사연구자와 응답자 사이의 커뮤니케이션 도구임.
  - 조사원은 조사연구자의 대행자로서 응답자와 커뮤니케이션함.
  - 조사표는 조사자료 이용자에게 신뢰도와 타당도, 정보가치 높은 자료를 제공하는 형식적인 틀임.

3. 조사에서의 오차요인
  - 조사 자료에서의 오차는 표본오차와 비표본오차로 크게 나뉨

3- 1. 표본오차와 비표본오차
  - 표본오차: 확률 표본추출에서 이론적으로 계산할 수 있는 오차임
  - 비표본오차: 조사과정에서 발생하는 제반 오차임.

- 조사원관련 오차: 조사원의 절차 미준수나 실수에서 발생
- 응답자관련 오차: 응답자의 이해실수나 응답은폐에서 발생
- 측정도구관련 오차: 조사표의 잘못된 설문/구조로 발생
- 분석 및 해석관련 오차: 자료처리 및 결과해석에서 발생하는 오차

3- 2. 조사표와 비표본오차

• 비표본오차의 대부분은 조사표와 직접적으로나 간접적으로 관련되어 있음. 따라서 최적의 조사표 설계를 통해 많은 비표본오차를 줄일 수 있으며, 이는 표본오차를 줄이는 것보다 훨씬 경제적이고 효율적인 작업임

4. 조사표 설계 절차

• 조사표 설계 절차는 크게 사전단계, 조사표 작성단계, 확정 및 사후 단계로 나뉨

4- 1. 사전단계

• 개념적 연구모형: 조사 목적과 변수들 간 관계 규정
• 분석 모형: 조사 설계, 경험적 가설설정, 분석 방법 등의 결정

4- 2. 조사표 작성 단계

• 질문/응답 항목 작성: 조사목적에 맞춰 질문/응답 항목들을 작성함
• 조사표 구조화: 응답자와의 커뮤니케이션 흐름에 맞추어 배열함
• 조사표 편집: 조사원/응답자의 가독성/사용성에 맞추어 설계함

4- 3. 확정 및 사후단계

• 사전조사: 질문/응답 및 조사표 구조의 문제점을 사전에 검토해 보고, 개선점을 찾기 위해 수행함
• 조사표 확정 및 자료수집 준비:
  - 최종 확정된 조사표 및 관련 보조 재료, 조사원 교육 재료 준비
  - 자료처리 위한 코딩 프레임 작성

1. 조사표 설계의 의미

설문조사를 기획하고 진행하는 사람이면 누구든 조사가 성공적으로 이루어지길 바란다. 성공적인 조사를 위해서는 양질의 자료수집이 이루어져야 하며, 양질의 자료수집을 위해서는 자료수집도구인 조사표가 핵심적인 요소라는 점은 분명하다.

설문조사에 대한 기본적인 훈련을 받은 사람이라면 누구든 조사표를 설계하고 만들 수 있다. 하지만 좋은 조사표를 만드는 것은 간단한 작업이 아니다. 잘못 만들어진 조사표는 자료수집과정에서 표본오차[1]보다도 훨씬 큰 비표본오차[2]를 발생시키는데 직접적으로나 간접적으로 결정적인 영향을 준다.

조사과정에서 표본오차를 줄이기 위해서는 최적의 표본설계외에 유효표본의 수를 증가시켜야 하는데, 이는 비용발생과 직접적으로 관계가 있다. 하지만 조사표와 관련된 비표본오차를 줄이기 위해서는 조사표 설계과정에서 세심한 주의만 기울이면 된다. 그런 점에서 좋은 조사표 설계는 조사의 비표본오차를 줄이는데 핵심적일 뿐만 아니라, 비용대비 오차감소의 효율성이 표본설계에 비해 뛰어난 조사설계 과정이다.

1) 조사표의 중요성

자신이 의도했던 것과는 다른 방식으로 조사결과가 나와 당혹했던 경험을 조사연구자들은 한번쯤 경험하게 된다. 그런 경우의 십중팔구는 조사표 설계에서 좀만 더 주의를 기울였으면 해결될 수 있는 문제들이다. 연구자가 의도했던 질문이 응답자에게 어떻게 달라질 수 있고, 그래서 어떤 결과가 나타나는지를 보여주는 예를 한번 보자.

---

1) 표본오차: 표본조사는 모집단 내에서 표본을 추출하여 조사된 자료를 토대로 모집단의 특성을 추정하게 된다. 따라서 표본집단의 통계치를 토대로 모집단의 특성을 추정하는데 발생할 수밖에 없는 이론적 오차를 표본오차라 함.

2) 비표본오차: 표본조사에서 조사원, 조사표, 응답자, 응답상황 등에 의해 발생하는 표본오차 이외의 제반 오차를 비표본오차라 함.

2002년 11월 25일, 후보단일화 여론조사에서 노무현 후보가 정몽준 후보를 제치고, 단일 후보로 확정되었다. 일반인의 입장에서 보면, 여론조사를 통해 대선 후보 단일화를 했다는 점 이외에는 별로 특이할 것이 없는 결과였다. 하지만 사용된 설문내용과 당시의 여론조사 결과를 살펴보면 전혀 다른 이야기가 가능해 진다.

국내 선거여론조사에서 후보 지지율을 산출하는데 크게 보아 두 가지 유형의 설문이 사용된다. 하나는 여러 후보들을 모두 제시하고 지지하는 후보를 선택하게 하는 단순 지지율이고, 다른 하나는 후보가 확정되지 않은 상태에서 가상대결구도의 지지율이다. 2002년 11월 18일 한 조사 결과[3], 단순지지율에서는 이회창-노무현-정몽준 후보가 각각 33.5%-23.6%-21.0%로 노무현 후보가 정몽준 후보를 근소하게 앞지르는 것으로 나타났다. 반면에 가상대결 설문에서는 이회창 후보-노무현 단일후보(39.6%-36.8%), 이회창 후보-정몽준 단일후보(36.1%-37.5%)로 정몽준 후보가 노무현 후보에 비해 유리한 것으로 나타났다.

당시 후보단일화 조사에서 최종 단계의 설문은 "한나라당 이회창 후보와 경쟁할 단일 후보로서 노무현 후보를 지지하십니까? 정몽준 후보를 지지하십니까?"였다. 얼핏 보기에는 가상대결구도를 포함한 설문으로 보이지만, 응답자는 전화면접에서 조사원이 읽어주는 앞의 "이회창 후보와 경쟁할" 이라는 가상대결구도를 내포한 내용은 그냥 수식내용으로 듣고 실제로 정보처리 한 것은 "노무현 후보와 정몽준 후보 중 누구를 지지하십니까"라는 단순 지지율로 이해하고 응답했을 가능성이 크다. 그래서 만약 그 당시 후보단일화 설문이 이회창-노무현, 이회창-정몽준의 가상 대결구도 행태의 설문을 통해 상대적으로 경쟁력있는 후보를 선택했다면, 정몽준 후보가 단일후보가 되었을 가능성이 크다.

위의 예에서 어떤 설문이 더 바람직한 설문이었느냐에 대해서는 사람마다 견해가 다를 것이다. 다만 여기서 강조하고 싶은 점은 두 후보 진영의 실무자들이 조사표 설계과정에서 보다 주의 깊게 다양한 가능성을 검토했다면, 아마도 후보 단일화 조사결과는 달라질 수도 있었을 것이고, 정반대의 의사결정을 했을 수도 있다는 점을 강조하고 싶은 것이다.

3) 엔아이코리아, 정기 대선예측 조사

2) 조사표의 중요성

조사표 설계에서 중요한 또 다른 요인은 조사의 표준절차와 연관이 있다. 어떤 조사에서든 조사표는 모든 응답자에게 표준화된 조사를 진행하기 위한 도구로 사용된다. 자기기입식 조사나 면접식 조사 모두에서 중요한 점은 모든 응답자가 동일한 조사표의 동일한 질문을 동일한 순서로 응답하도록 한다는 점이다. 조사원들은 교육과정에서 조사표에 있는 질문의 형태 그대로 응답자에게 질문하고 동일한 절차에 따라 응답을 받도록 교육을 받는다.

모든 응답자가 동일한 절차에 따라 응답한다는 점은 조사연구에서 핵심적인 요소이다. 표준화된 조사표를 토대로 표준화된 절차에 따라 수집된 자료는 객관적이고 과학적인 자료로서의 가치를 지닌다.

한 가지 예를 들어보자. 1985 국내 모 조사회사[4]에서 국민들의 정치의식을 조사한 적이 있었다. 이중에 한 문항이 “우리나라 정치가들 중에는 정직한 사람들이 많다”라는 응답에 대한 찬반을 묻는 질문이었다. 결과는 부정적인 응답이 많았다. 그 다음 해에 동일한 질문을 약간 수정했다. “우리나라 정치가들 중에도 정직한 사람들이 많다.” 결과는 그 전 해의 조사결과와 정반대로 나왔다. 두 문항간의 차이는 단지 조사 하나의 차이밖에 없었다. 만약 조사원이 조사표에 따라 면접을 하는 것이 아니고, 나름대로 편하게 질문을 바꾸어 면접을 하게 된다면, 두 가지 질문에 대한 응답결과가 섞여서 나타나게 되고, 조사 결과가 잘못되었다는 것도 알아차리기 어려웠을 것이다. 표준절차에 따라 표준적인 조사표로 조사를 해야 하는 이유가 여기에 있다.

3) 조사관련자와 조사표

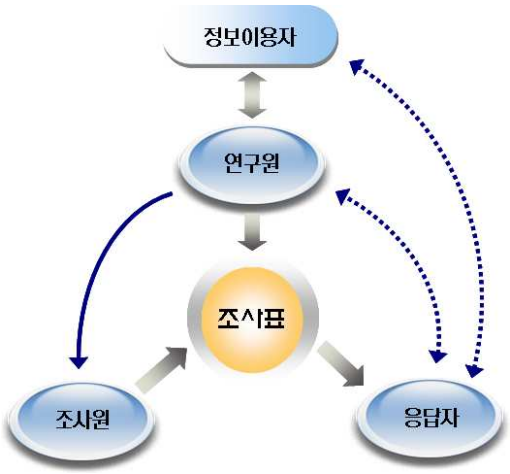
조사표는 조사연구자와 응답자 사이의 커뮤니케이션 도구이다. 특히 면접식 조사의 경우, 조사표는 조사원을 연구자의 대행자로서 이루어지는 원격 커뮤니케이션의 중요한 도구이다. 조사 연구자과 응답자 사이의 관계를 생각해 보면, 설문조사는 응답자의 자발적인 협조에 의해서만 이루어질 수 있다. 이는 응답자가 조사주체에 대한 신뢰를 전제로 해야만 가능하다. 그런 측면에서 조사표에는 응답자의 신뢰를 얻는 것이 우선적으로 전제되어야 하며, 이를 바탕

4) 한국갤럽

으로 응답자의 진솔한 응답을 받아낼 수 있을 것이다.

다른 한편에서 조사표는 연구자의 연구목적에 맞는 경험적인 증거를 얻는 중요한 수단이며, 궁극적으로 조사자료 이용자들에게 신뢰도와 타당도, 그리고 정보가치가 높은 자료를 제공해 주기위한 형식적 틀이다. 연구자의 입장에선 조사표가 응답자의 행태를 객관적으로 보여주는 현실에 대한 거울이다.

즉, 조사표는 응답자의 신뢰와 협조를 이끌어 내는 커뮤니케이션 도구이며, 최종적으로 생산해내는 자료구조를 만들어 내는 형식적인 틀이다. 그 구조적인 틀 내에서 응답자의 행태에 대한 구조적이고 편향되지 않은 객관적인 측정치를 받아내는 것이 조사표의 기능이며, 이런 기능을 최적화시키기 위한 작업이 조사표 설계의 목적이다.

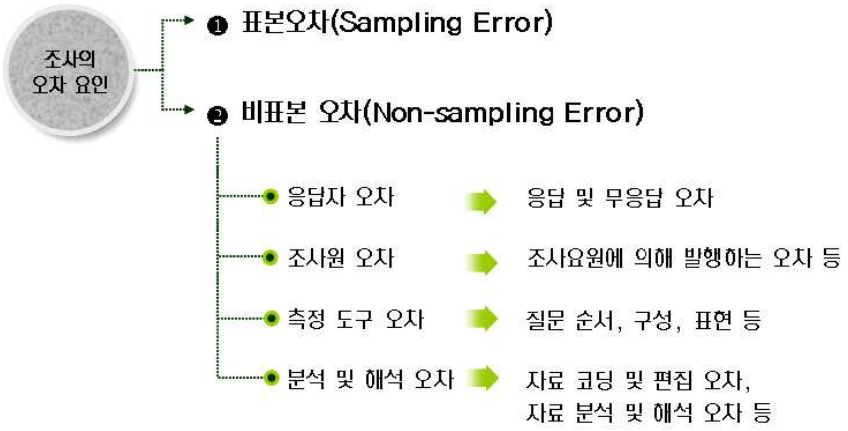


[그림 1-1] 연구자, 정보이용자, 응답자와 조사표의 관계

2. 조사의 오차요인

조사수행과정은 오차를 최소화하기 위해 끊임없이 노력하는 과정이다. 표본설계는 최적의 표본수와 표본추출과정을 통해 모집단의 특성을 추정하는데 있어서의 오차를 최소화하기 위한 노력이고, 조사표 설계 및 자료수집과정 또한 조사과정에서 발생하는 제반 비표본오차를 줄이기 위한 노력이다.

조사수행에는 많은 오차요인이 내재해 있다. 조사과정에서 나타나는 오차요인을 정리하면 다음과 같다.



[그림 1-2] 조사의 오차요인

1) 표본오차

표본오차는 설문조사에서 불가피하게 발생할 수밖에 없는 오차이다. 표본조사를 통해 나온 결과는 모집단의 특성을 추정하는 것을 전제로 하기 때문에, 모집단을 대표하는 표본을 추출하여 조사를 했다고 하더라도, 모집단 추정 오차를 전제하게 된다. 일반적으로 표본오차는 확률적인 표본추출을 전제했을 때 이론적으로 계산할 수 있는 오차이다. 실제적으로 표본오차는 이론적인 표본오차 이외에 더 많은 계산할 수 없는 표본오차를 내포한다. 표본추출을 위한 샘플링 프레임(Sampling Frame)[5]이 완전하지 않거나 체계적으로 편향되

5) 샘플링 프레임(Sampling Frame): 포본추출을 위해 사용하는, 표본추출 대상의 list

어 있을 때는 더 많은 표본오차를 내포한다. 하지만 표본오차의 경우 적절한 표본 설계와 샘플링 프레임, 그리고 적절한 표본 수에 의해 결정되기 되기 때문에, 비표본오차에 비해서는 상대적으로 통제하기가 어렵지 않다.

2) 비표본오차

비표본오차는 다양한 원인으로 발생한다. 비표본오차는 크게, 조사원관련 오차, 응답자관련 오차, 측정도구관련 오차 그리고 분석 및 해석관련 오차로 나누어 볼 수 있다.

(1) 조사원관련 오차

우선 조사원관련 오차는 조사원이 면접과정에서 만들어내는 비표본오차로, 조사원이 표준적인 절차를 준수하지 않아서 만들어내는 오차, 의도적으로든 아니든 조사원이 특정 응답을 유도하여 만들어내는 오차 등이 있을 수 있다. 조사원이 표준적인 절차를 지키지 않아서 만들어내는 오차는 가장 일반적인 형태의 비표본오차라고 볼 수 있다. 이런 비표본오차는 사소하게는 질문의 누락, 잘못된 분기, 보기카드 제시설문에서 보기카드 제시안함 등 사소한 실수만이 아니라, 조사표를 응답자에게 제시하고 자기기입식으로 응답을 하게 만드는 경우, 조사원이 임의대로 기입하거나 수정하는 등의 심각한 오차도 포함한다.

(2) 조사원이 표준절차를 지키지 않아서 발생하는 오차는 경우에 따라서 조사결과를 심각하게 왜곡시킬 수도 있다. 조사원이 만들어내는 또 다른 형태의 오차는 조사원이 응답자에게 은연중에 특정한 방향으로 응답을 유도하거나 억지로 응답을 하게하여 편향된 응답을 만들어 내는 오차들이 있다. 통상 비표본오차 중 조사원관련 오차가 가장 일반적이면서도 발견하기 어렵고 통제하기 어려운 오차라고 볼 수 있다.

(3) 응답자관련 오차

응답자관련 오차는 응답자가 설문을 잘못 이해하거나 자신의 태도를 은폐 혹은 왜곡할 때와 같은 경우 발생하는 오차이다. 경우에 따라서는 응답상황에서 조사원 태도 때문에 의도적으로 불성실한 응답을 하게 되는 경우도 있고, 응답 상황 자체가 응답자들이 주의를 집중하기 어려운 상황, 예를 들어 시끄러운 환경이나 응답자 자신이 다른 일에 집중해야 하는 상황 등으로 불가피

하게 불성실한 응답을 하게 되는 경우도 있다.

(4) 측정도구관련 오차

측정도구관련 오차는 조사표의 구조가 복잡해서 지각적 왜곡을 일으키거나 가독성 및 사용성을 저해하는 경우, 설문내용이 조사하고자 하는 상황이나 현실을 객관적으로 반영하지 못하거나, 응답자의 태도를 왜곡시킬 수 있는 질문으로 되어있는 경우 등에 발생하는 순수한 의미의 측정오차이다. 또한 조사방법에 따라 조사표에 의해 다양한 오차가 발생할 수 있다. 아무리 정교하게 만든 설문이라고 하더라도 어느 정도의 측정오차는 발생할 수밖에 없다. 측정도구관련 오차는 조사표 설계와 직접적으로 관련이 있는 비표본오차라고 볼 수 있다.

(5) 분석 및 해석관련 오차

분석 및 해석관련 오차도 또 다른 비표본오차의 원천이다. 자료분석에서 발생하는 비표본오차는 설문 중에 자유응답을 범주화해서 부호화하는 과정에서 발생할 수 있으며, 전산자료로 펀칭하는 과정에서도 발생할 수도 있다. 또한 통계적인 분석과정에서 부적절한 분석방법을 사용하는 경우에도 발생한다.

3) 조사표와 비표본오차

일반적으로 비표본오차는 다양한 원인에 의해 발생하므로 표본오차에 비해 통제하기 어렵고, 대부분 표본오차보다 그 크기가 훨씬 크다. 하지만 대부분의 비표본오차들이 조사표에 의해 영향을 받는 다는 점은 분명하다. 그런 점에서 조사표 설계에 세심한 주의를 기울이는 것은 아무리 강조해도 지나치지 않을 것이다.

조사원관련 오차를 줄이기 위해서는 조사원에 대한 철저한 교육이 우선적으로 필요하지만, 조사표 설계요인과도 간접적으로 관련되어 있다. 만약 조사표가 너무 복잡하게 편집되어 있을 경우 조사원이 면접을 진행하며 지각적 오류를 범할 수 있다. 또한 질문이 문어체로 되어 있거나 복잡하게 구성되어 있는 경우 조사원이 임의대로 질문을 변경하여 질문을 함으로써 표준적인 절차를 지키지 않을 수 있다. 이처럼 조사원관련 오차도 조사표 설계의 영향을 받을 수 있다.

응답자관련 오차도 부분적으로 조사표 설계의 영향을 받는다. 즉, 조사표에서 질문이 응답자가 이해하기 어려운 경우, 또한 응답자의 오해를 야기하거나 응답자의 편향적 응답을 야기 할 수 있는 질문 등 많은 경우 조사표 설계에서 좀 더 세심한 주의를 기울이면 해결할 수 있는 경우들이 많다.

또한 조사 연구자가 통계분석에 대해 이해가 부족하거나, 조사표가 분석모형과 맞지 않은 경우에도 비표본오차가 발생한다. 마지막으로 해석과정의 비표본오차 또한 연구자가 자료 해석을 미숙하게 함으로써 흔히 발생하나, 경우에 따라서는 조사표내의 특정 설문에 대한 연구자의 작성의도와 응답자의 이해가 상충됨으로써 흔히 발생되기도 한다.

3. 조사표 설계 절차

조사표 설계는 조사수행과정 중의 일부이지만, 조사과정에서 핵심적인 과정 중의 하나이다. 조사표를 제대로 설계하느냐에 따라 조사목적에 맞는 자료를 얻을 수 있느냐가 결정되기 때문이다. 조사표는 조사 수행의 전 과정을 아우르는 연결고리이다. 조사수행과정은 일반적으로 크게 6단계로 이루어진다. 조사표는 이 모든 단계와 밀접한 연관을 갖고 있으며, 이 모든 단계를 이어주는 연결고리의 역할을 한다.

[그림 1-3] 조사 연구절차의 6단계. 조사표 설계 개요

조사는 우선적으로 특정 주제에 대한 연구의 필요성에 의해 시작된다. 특정한 연구 주제에 대해 경험적인 자료의 필요성이 생기면, 과제를 보다 형식적인 개념틀로 구조화시키면서 연구가 시작된다. 연구문제에 대한 개념적 모형이 만들어 지면, 개념적인 연구모형을 경험적으로 검증 가능한 분석틀로 모형화시키는 것이 필요하다. 흔히 분석모형의 수립 단계로 볼 수 있다. 이 단계까지의 작업이 이루어지면, 본격적으로 측정모형을 만들게 되는데, 조사 연구

에서는 이 단계가 조사표 설계 단계로 볼 수 있다. 이 단계가 끝나면, 작성된 조사표와 조사설계에 따라 자료를 수집하고, 수집된 자료를 분석해서 보고서로 만드는 과정을 거친다. 이런 일련의 과정 중에서 조사표 설계는 하나의 단계에 불과하지만, 모든 조사과정을 연결하는 핵심적인 고리의 역할을 한다.

1) 사전 작업 단계

(1) 개념적 연구모형

조사 과제를 수행하기 위해서는 무엇보다도 먼저 개념적 연구모형을 만들어야 한다. 특정한 조사 과제를 수행하기 위해서는 조사목적이 무엇인지, 조사목적에 맞추어 어떤 변수들에 대한 정보를 얻어야 하는지, 변수들 간의 관계는 어떤지에 대한 연구 과제를 개념적으로 명료화하는 작업이 필요하다.

일반적으로 학술적인 연구과제의 경우, 연구문제에 대한 과거 연구결과의 개관을 통해 연구목적에 맞는 변수들 간의 관계를 비교적 명확하게 구조화할 수 있다. 하지만 공공기관에서 수행하는 조사의 경우, 학술연구처럼 변수들 간의 인과적인 설명이나 예측보다는 특정 분야의 현황에 대한 실태를 파악하기 위한 경우가 많다. 더욱이 일반 대중이나 공공기관이 그 자료를 범용적으로 활용하는데 필요한 변수와 변수들 간의 관계를 하나로 규정하기가 쉬운 것은 아니다.

하지만 과거 조사나 관련 분야에서 실제적으로 필요로 하는 변수, 즉 조사표의 질문항목들을 체계화시키는 것은 가능하다. 다만, 질문항목의 중요도나 경중을 따져, 제한된 조사표내에 어떤 항목을 포함시키고 어떤 항목을 배제시킬 것이냐를 결정하는 것이 중요한 과제일 것이다.

또한 변수들 간의 관계와 관련해서 흔히 간과하기 쉬운 것은 설사 기술적인 목적의 조사라고 하더라도 변수간의 관계성을 규정하는 것이다. 흔히 독립변수와 종속변수라고 불리는 것으로, 변수간의 인과관계를 규정할 때 원인이 되는 변수가 독립변수, 결과가 되는 변수가 종속변수가 된다. 기술적인 목적의 조사에서도 원인이 되는 변수들도 있고, 결과가 되는 변수들도 있다. 특정한 조사의 목적에 따라 달라질 수 있겠지만, 일반적으로 개인 응답자를 대상으로 하는 경우에는 중요한 사회인구적 특성(성, 연령, 지역, 직업 등)과 조사과제별 주요 분류변수가 독립변수가 될 것이고, 사업체 대상 조사의 경우에는 사업체 특성 변수(업종, 규모, 지역 등)와 과제별 분류변수 등이 독립변수가

될 것이다. 이런 독립변수는 자료분석에서 교차 집계표를 구성할 때, 개별 문항들과 교차해서 분석하는 변수들이 된다. 나머지 변수들은 종속변수나 독립변수와 종속변수를 연결하는 매개변수로 보면 된다. 그래서 조사표를 설계하기 전에 이들 변수들 간의 개념적인 구조를 명확히 하게 되면 조사표 설계과정이 훨씬 명료하고 체계적으로 이루어질 수 있다.

(2) 분석 모형

조사연구의 개념적인 모형이 정립이 되면, 개념적 모형에서 설정한 연구목적에 맞추어 변수들 간의 관계를 분석하기 위한 분석모형이 만들어져야 한다. 분석모형에서는 자료는 어떻게 수집을 하고, 자료수집 후에 어떤 분석방법을 사용하여 원하는 분석결과를 얻을 것인가에 대한 계획들이 포함된다. 이 단계에서는 이전 단계에서 개념적으로 명료화한 부분을 경험적인 자료의 틀로 바꾼다. 우선 연구목적과 관련된 개념적 변수들이 경험적으로 수집 가능한 변수인지를 판단하고, 경험적 자료를 얻는 방법을 실험적인 방법으로 할 것인가 조사방법으로 할 것인가, 조사방법으로 한다면 조사원이 면접을 진행하는 방식으로 할 것인가, 응답자가 스스로 응답을 기록하는 방식으로 할 것인가 등 접근 방법에 대한 틀이 만들어 져야 하고, 조사설계 특히 표본 설계에 대한 계획이 만들어져야 한다. 그 다음 자료를 수집한 후에, 어떤 분석방법을 사용해서 자료를 분석할 것인가에 대한 계획도 이 단계에서 이루어져야 한다.

공공기관에서 수행하는 조사의 경우, 이 단계에서 표본 설계를 포함한 조사설계와 조사표 항목, 그리고 질문 문항들 간의 관계와 이를 위한 분석 방안 등이 이 단계에서 이루어 져야 한다.

2) 조사표 작성 단계

사전 작업 단계를 끝내고 나면, 개념적 연구모형과 분석모형에 맞추어, 측정모형을 수립해야 한다. 측정모형에서 연구변수들을 어떻게 측정변수로 바꾸고 어떻게 자료 수집을 해야 하는 지를 구체화해야 한다. 이 단계에서는 표본설계뿐 만아니라 조사표 설계를 포함해서, 조사과정에 대한 제반 설계과정이라고 볼 수 있다. 여기서는 본 교재의 성격상 표본설계에 대한 부분은 생략하고, 조사표 설계과정에 초점을 맞추어 언급하겠다.

조사표 설계에는 크게 보아 설문 및 응답항목 작성, 조사표의 내용 및 순서

구조화, 조사표의 편집 구조화 등으로 구성된다.

(1) 질문 및 응답항목 만들기

개념적 연구 모형과 분석 모형이 만들어지면, 어떤 변수들을 사용해서 분석할 것인가에 대한 틀은 만들어지게 된다. 이런 틀내에서 다루게 될 변수들을 구체적으로 어떤 내용을 조사할 것인가를 결정해야 한다.

궁극적으로 얻고자 하는 자료는 응답자들의 응답항목이지만, 정확하고 적합한 응답을 얻기 위해서는 응답항목뿐 아니라, 응답을 얻기 위한 질문 작성에도 세심한 주의를 기울여야 한다. 또한 특정 설문이 다른 설문에 영향을 주거나 받아서 왜곡되지 않도록 그 순서나 구조에도 주의를 기울야야 한다.

우선 개별적인 설문을 구성하기 전에, 조사항목들을 망라적으로 나열한 후, 마치 그림을 그리기 전에 초벌 스케치를 하는 것과 유사하게, 이를 개괄적으로 구조화하는 작업이 필요하다. 이런 구조에 기초해서 개별적인 질문과 응답항목을 만들어 가는데, 정확하고 객관적인 응답을 얻기 위해서는 개별 질문의 어감이나 표현에 특히 주의를 기울여야 한다. 앞서 언급한 예에서처럼, 응답자들의 태도나 주관적인 평가를 요구하는 설문의 경우 특히 그렇다.

또한 어떤 형태의 응답이냐에 따라 다양한 측면을 고려해야 한다. 응답 항목은 그 자체로 해당 질문에 적합한 응답항목이어야 함은 당연하지만, 응답항목 그 자체로 완결적이고 객관적이며 명료해야 함을 고려해야 한다.

(2) 조사 내용 구조화

개괄적인 구조에 맞추어 설문들이 만들어 지게 되면, 개별 설문들이 다른 설문에 의해 편향된 응답이 나올 가능성이 있는 지를 검토해 보아야 한다. 어떤 설문이라도 다른 설문의 영향을 직간접적으로 받을 수밖에 없지만, 그런 효과가 응답결과를 왜곡해서는 안 된다. 만약 불가피하게 그런 편향의 가능성이 있다면, 순서를 적절하게 배열해야 한다.

앞서 언급했듯이, 조사표는 표준화된 커뮤니케이션 도구이다. 즉, 조사내용과 관련해서, 적절하게 응답자의 기억이나 지식을 활성화시키도록, 그 구조가 자연스러운 이야기의 흐름을 갖도록 내용을 구조화 시키는 것이 필요하다.

또한 응답자들과의 적절한 커뮤니케이션을 위해서는 조사표의 적절한 위치에 응답자에게 적절한 인사말과 연락처(연구자나 기관 등) 및 관련 정보를 제

공해 주어야 하며, 조사가 마무리된 후에 마찬가지로 적절한 인사말을 삽입해야 한다.

(3) 조사표의 편집 구조화

설문내용과 구조가 결정되면, 조사표의 형식적인 틀을 만드는 것이 중요하다. 이는 조사표의 외형적인 디자인 측면에서도 주요하지만, 무엇보다도 조사표를 직접 보고 읽는 조사원이나 응답자의 가독성과 사용성을 특히 중시해서 편집해야 한다.

3) 확정 및 사후단계

조사 연구에서 개념 모형과 분석모형이 만들어지고, 그에 따라 측정모형, 즉 조사표가 완성되면 그 다음은 사전조사 및 자료수집 단계로 들어간다. 특히 사전조사 단계는 반드시 필요한데, 사전조사를 통해 조사표의 문제점을 발견하여 수정하고, 최종적인 조사표를 확정한다. 또한 표준절차에 따라 자료를 수집하기 위해 제반 조사 재료들의 준비를 포함해서, 조사원 교육, 그리고 자료수집과정에서의 조사원 통제 및 관리 등이 포함된다.

자료수집 단계에서는, 앞서 언급한 것처럼, 표준화된 조사표를 토대로 표준절차에 따라 모든 응답자에게 동일한 질문을 동일한 절차에 따라 수집해야 한다는 점이다. 부가적으로 조사원이 조사연구자의 대행자로서 자료를 수집하는 만큼, 자료가 제대로 수집되었는지를 확인하기 위한 검증 절차가 포함된다.

수집된 조사표 검토와 검증이 완료된 자료는 자료처리를 위한 부호화 과정을 거친다. 이 과정에서 응답자가 자유스럽게 기술한 응답들은 적절하게 유목화 되고 부호화되며, 최종 부호화된 자료는 자료처리 단계로 가기 전에 부호화 과정에서의 오류가 없는지에 대한 최종 검증 작업을 거친다.

연습문제

1. 조사표 관련자는 어떤 사람들이며, 이들에게 조사표는 어떤 의미를 갖고 있는지를 기술하시오.

2. 조사과정에서 비표본오차는 어떤 것들이 있으며, 조사표는 이런 비표본오차에 어떤 영향을 줄 수 있는지 기술하시오.

3. 조사표 설계 절차와 그 내용을 기술해 보시오.

조사표 설계시 고려요인

제 2장 조사표 설계시 고려요인

요 약

1. 응답자 관점에서의 설계 요인
   - 응답자의 응답과정은 조사표를 통한 연구자(조사원)와 응답자의 커뮤니케이션 과정임

1- 1. 응답자 정보처리 특성
   - 응답자는 매 설문마다 복잡한 정보처리를 함
   - 각 정보처리 단계마다 응답 편향을 발생시키는 비표본오차의 가능성이 있음
   - 응답자의 응답상황과 정보처리 과정에 대한 이해를 바탕으로 조사표 설계가 이루어 져야 함

1- 2. 응답 편향사례: 질문유형
   - 비슷한 질문임에도 응답자의 활성화된 정보에 따라, 정반대의 결과가 나타날 수 있음

1- 3. 응답 편향사례: 응답항목
   - 동일한 질문에 대해서는, 응답항목에 따라 전혀 다른 응답결과가 나타날 수 있음

1- 4. 조사에서의 일반적인 응답 편향
   - 프레이밍 효과(Framing Effect): 특정한 틀에 고착시켜 응답하는 경향임
   - 항상성 효과(Consistency Effect): 태도의 일관성을 유지하려는 경향임
   - 초두성 효과(Primacy Effect)와 최신성 효과(Recency Effect): 처음과 마지막에 제시한 항목에 대해 회상률이 높고, 그런 항목들의 선택률이 높아지는 현상임

2. 방법론적 관점에서의 설계 요인
   - 조사표 설계는 조사방법이나 분석방법에 따라 다르게 설계되어야 함

2- 1. 자료수집 방법별 조사표 차이
   - 조사 방법에 따라 조사료 설계에 차이가 있음
   - 개별면접(면접식 대면면접): 조사원의 면접으로 조사가 진행되므로, 장시간 조사를 잔행하면서 조사원의 도움으로 쉽게 내용을 이해할 수 있지만, 조사원에 의한 비표본오차의 가능성 높음

- 전화조사(면접식 전화면접): 조사원이 전화통화를 통해 자료를 수집하므로 짧은 시간 안에 간결하고 명확하게 응답을 얻을 수 있도록 해야 함
- 자기기입식 조사: 응답자 혼자 조사표를 보면서 쉽게 응답을 할 수 있도록 조사표의 구성이나 물리적 편집에 특히 주의해야 함
- 웹메일조사(자기기입식 인터넷 조사): 자기기입식 조사의 특징을 갖고 있으나, 멀티미디어 보조도구를 사용할 수 있고 응답내용에 따라 조사표를 다르게 구성할 수 있으므로, 보다 다양한 편집 제시요령이 필요함
- 패널 조사: 반복적인 응답패널을 대상으로 조사하는 경우, 조사표에서 응답의 일관성 유지와 응답오염도를 최소화하는데 특히 유념해야 함

2- 2. 분석방법별 조사표 차이

- 수집자료의 분석방법에 따라 조사표 설계가 달라질 수 있음
- 인과적 분석: 조사항목들 간의 인과관계를 분석하기 위한 조사의 경우, 특히 인과성에서 원인에 해당되는 독립변수와 결과에 해당되는 종속변수의 조사표설계에 세심한 주의를 기울여야 함
- 구조적 분석: 조사 주제에 해당되는 현상의 구조적 특성을 규명하기 위한 분석이 목적이라면, 해당 현상을 총체적으로 규명할 수 있도록 보다 다양하고 망라적인 조사항목의 설계가 필요함

3. 조사원 입장에서의 설계 요인

- 조사원은 연구자의 대행자로서 조사표를 통해 응답자와 커뮤니케이션을 하는 주체임

3- 1. 표준조사절차

- 표준조사진행을 위해, 조사표는 조사원의 행동지침서가 되어야함

3- 2. 응답자와의 Rapport

- 응답자의 협조와 정확한 응답을 위해 친밀관계를 형성하는 단계를 조사표설계에서 고려해야 함

3- 3. 보기카드 등의 소도구 사용

- 응답자의 이해도를 높이고 응답 편향을 줄이기 위해, 보기카드 등과 같은 조사소도구를 사용하는 것이 바람직함

조사를 통해 정교하고 좋은 품질의 정보를 제공하기 위해서는 조사표 설계 과정에서 개별 설문을 만들기 전에 미리 잘 계획해서 세심하게 설계해야 한다. 개별 설문의 워딩이나 응답형태, 그리고 설문 배열은 수집된 자료의 정확성과 신뢰도에 중요한 영향을 미친다. 또한 응답자에게 꼭 질문해야 할 것을 포함시키고, 부적절한 것을 제외시키도록 조사표를 구성하는 것도 필수적이며, 조사표를 통해 얻어야 할 정보가 조사연구의 목적과 밀접한 관련이 있다는 점도 염두에 두어야 한다. 물론 조사표에서 얻어야 할 정보를 얼마나 세분화해야 하는가 하는 점도 연구목적을 얼마나 구체화하느냐에 달려있다.

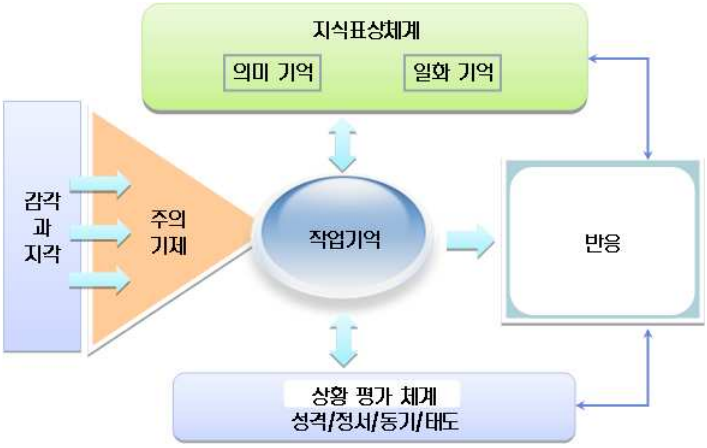
앞서 언급했듯이 조사의 면접과정은 연구자를 대행하는 조사원과 응답자 사이의 커뮤니케이션이다. 면접상황에서 응답자는 조사가 진행되면서 자연스럽게 설문내용과 관련된 경험이나 태도를 활성화시켜 나가도록 구성되어야 한다. 그런 점에서 조사과정에서 응답자의 정보처리과정에 대한 이해를 필요로 한다.

1. 응답자 관점에서의 조사표 설계요인

1) 응답자 정보처리 특성

다음의 [그림2-1]은 인간의 정보처리과정에 대한 전형적인 모형의 도해이다. 사람들은 감각기관, 특히 시각과 청각기관을 통해 동시에 무수하게 많은 정보/자극들을 받아들인다. 이들 중에서 정보처리자의 현재 내적 상태, 외부상황, 자극의 특성 등에 따라 일부 자극만 의식('작업 기억'이라는 용어를 사용함)속에 들어오고, 의식 속에 있는 자극도 그 자극의 맥락단서나 정보처리자의 내적상태나 처한 상황에 따라 얼마든지 다른 의미로 활성화되고, 여러 가지 추론 과정을 거쳐 판단을 하고, 반응을 하게 된다. 특정 자극에 대한 이런 일련의 정보처리과정들은 일반적으로 1초 전후의 짧은 시간동안 일어난다.

조사연구자가 아니라 응답자의 입장에서 응답의 정보처리과정을 항상 염두에 두고 조사표를 작성해야 하는 이유가 여기에 있다.



[그림 2-1] 응답자 정보처리 모형

조사표는 응답자와의 커뮤니케이션을 위한 도구이다. 응답자의 입장에서 보면, 조사표의 순서에 따라 질문을 받으면 그것이 자극이 되어 응답자의 과거 경험이나 세상에 대한 지식을 활성화시킨다.

응답자의 과거행동이나 실태에 관한 질문은 기억을 되살리기만 하면 응답이 나올 수 있다. 이런 경우에도 과거 기억을 왜곡시켜, 정확하지 못한 응답을 하게 되기도 한다. 또 다른 경우는 과거의 경험을 떠올리며 그때의 느낌이나 태도를 되살려 응답을 하는 경우도 있다. 이럴 경우는 앞의 예보다 더 많은 왜곡의 가능성이 있다.

가장 왜곡 가능성이 큰 경우는 세상에 대한 지식을 활성화시켜서, 응답 시점에서 새로 판단하거나 태도형성을 해야 하는 상황이다. 이런 경우 응답상황의 작은 맥락단서, 예를 들면 앞서의 질문에서 활성화시킨 정보, 현재 질문의 내용과 어감, 심지어 조사원에 대한 인상이나 표정 등 사소한 모든 맥락단서가 응답에 영향을 미칠 수 있다. 그런 점에서 대부분의 경우, 태도나 평가관련 설문에 대한 응답의 안정성이 실태나 행태에 관한 설문응답보다 떨어지게 된다.

이런 점들을 보면 응답자의 정보처리과정을 염두에 두지 않는 조사표 설계가 응답 편향을 나을 수 있는 가능성이 얼마나 클 지 짐작하기 어렵지 않다.

2) 응답 편향 사례: 질문 유형

앞에서 예를 든 설문내용을 한번 살펴보자. 처음의 설문 내용은 “우리나라 정치가들 중에는 정직한 사람들이 많다”였고, 나중의 설문내용은 “우리나라 정치가들 중에도 정직한 사람들이 많다”였다. 왜 이런 결과가 나왔는지를 이해하기 위해 응답자의 정보처리 과정을 살펴보자.

전자의 질문에서 응답자가 활성화시킨 자극(질문)의 의미는 “우리나라 정치가들이 정직하다”라는 주장이다. 이는 당연히 응답자들의 세상지식이나 신념과는 상반되는 정보이므로 부정적인 태도가 많아지게 된다. 반면에 후자의 질문은 “우리나라 정치가들은 부정직하다”라는 의미를 우선 활성화시키고, “그렇지만 개중에는 정직한 사람도 있다”는 주장을 담고 있다. 전자의 설문과는 정반대의 의미를 활성화 시키므로, 결과는 정반대로 나오게 된다.

	Yes		No
“우리나라 정치가들 중에는 정직한 사람들이 있다”	3	:	7
“우리나라 정치가들 중에도 정직한 사람들이 있다”	6	:	4

(1985, 1986 한국갤럽)

[그림 2-2] 응답자 정보처리 과정 예시1

다른 예를 들어 보자. 97년 5월말 모 조사회사[6]에서 전국의 성인 남녀 1,000여명을 대상으로 전화조사를 했다. 동일한 조사에서 서로 의미상 상반되는 문항에 대한 동의정도를 4점 척도로 응답하게 하였다. 한 문항은 “이회창 대표는 신한국당 대표가 된 후 소신 있게 행동하지 못하고 있다”였다. 4점 척도 상의 설문을 찬반으로 묶어 보면, 찬성비율과 반대비율이 비슷하게 나타났다. 몇 문항 뒤에서 다시 반대의 질문을 했다. “이회창 대표는 신한국당 대표가 된 후에 소신 있게 행동하고 있다.” 찬성비율이 반대비율보다 크게 높았다. 설문내용이 응답자의 부정적인 세상지식을 활성화시키느냐 긍정적인 세상지식을 활성화시키느냐에 따라 응답결과는 얼마든지 바뀔 수 있다.

이는 의미상의 문제가 아니다. 오히려 정서적인 가치판단의 문제이다. 더욱이 설문에서 어떤 단서를 제공하느냐에 따라 결과는 극명하게 뒤바뀔 수 있다.

6) 코리아리서치센터

▪ 이회창 대표는 신한국당 대표가 된 후 소신있게 행동하지 못하고 있다

응답항목	매우 찬성	찬성하는 편	반대하는 편	매우 반대	모름/무응답	합계
%	7.1	31.2	32.7	6.5	22.4	100.0
찬반의견	찬성의견		반대의견		모름/무응답	합계
%	38.3		39.3		22.4	100.0

▪ 이회창 대표는 신한국당 대표가 된 후 소신있게 행동하고 있다

응답항목	매우 찬성	찬성하는 편	반대하는 편	매우 반대	모름/무응답	합계
%	9.2	36.6	27.5	6.4	20.2	100
찬반의견	찬성의견		반대의견		모름/무응답	합계
%	45.8		33.9		20.2	100.0

[그림 2-3] 응답자 정보처리 과정 예시2

앞서의 예와 같은 조사에서 마찬가지로 “이회창 대표는 당내 후보경선 이전에 당 대표직을 사퇴해야 한다.”는 문항에 찬성비율이 반대 비율보다 10% 가량 높게 나타났다. 몇 문항 뒤에서 “당내 후보 경선의 공정성만 보장된다면 이회창 대표가 대표직을 유지해도 좋다”는 문항에서는 찬성비율이 반대비율보다 약 40%나 높게 나타났다. 비슷한 시기에 언론에 발표된 조사들은 대부분 전자의 결과를 보였다.

응답자들에게 어떤 단서를 통해 어떤 세상지식을 활성화시키느냐에 따라 조사결과는 얼마든지 정반대로 나타날 수 있다. 어느 설문이 보다 나은 설문이냐에 대한 절대적인 기준은 없다. 다만 분명한 점은 응답자들은 설문을 통해 활성화시킨 지식의 범위 내에서만 제한적으로 판단을 한다는 점이다.

▪ 이회창 대표는 당내 후보경선 이전에 당 대표직을 사퇴해야 한다

응답항목	매우 찬성	찬성하는 편	반대하는 편	매우 반대	모름/무응답	합계
%	13.2	29.3	23.7	6.8	27.0	100.0
찬반의견	찬성의견		반대의견		모름/무응답	합계
%	42.5		30.5		27.0	100.0

▪ 당내 후보경선의 공정성만 보장된다면 이회창 대표가 대표직을 유지해도 좋다

응답항목	매우 찬성	찬성하는 편	반대하는 편	매우 반대	모름/무응답	합계
%	16.4	42.6	15.5	6.3	19.2	100.0
찬반의견	찬성의견		반대의견		모름/무응답	합계
%	58.9		21.8		19.2	100.0

[그림 2-4] 응답자 정보처리 과정 예시3

3) 응답 편향 사례: 응답항목

1995년 모 조사회사[7]에서 특정기업에 대한 고객만족도 조사를 했다. 만족도 조사 문항 중 하나는 "OOO회사의 전체적인 서비스 수준에 대해 얼마나 만족하십니까?"였으며, 응답은 '매우 만족(7점)'부터 '매우 불만(1점)'까지 7점 척도로 평가하게 하였다. 다음 해에 동일한 회사에 대해 동일한 조사를 하며 응답항목만 '매우 불만(1점)'부터 '매우 만족(7점)'까지 마찬가지로 평가하게 하였다. 결과는 1996년이 1995년보다 서비스수준 만족도가 유의하게 낮아진 것으로 나타났다. 일 년 사이에 그 회사의 서비스 수준이 낮아졌다고 결론 내릴 수 있을까?

다른 해석의 가능성이 있다. Tversky와 Kahneman(1982)이라는 심리학자들이 고등학생들에게 문제를 주었다. 한 집단은 1부터 8까지 모두 곱하면 얼마인지를 5초 내에 암산으로 대답하게 하였고, 다른 집단에게는 8부터 1까지 모두 곱하면 얼마인지를 마찬가지로 대답하게 했을 때, 결과는 전자 집단의 경우 평균이 512, 후자 집단의 평균이 2,250으로 나타났다. 정답은 40,320이었다. 사람들이 불확실한 판단을 할 때는 처음에 제시된 자극에 닻을 내려서 판단하는 경향(Anchoring Fallacy)[8]이 있다. 이런 경향을 고려하면, 위의 서

7) 코리아리서치센터

8) Anchoring Fallacy: 인간의 사회적 추론 과정에서 먼저 제시되는 자극에 닻을 내려서 그 자극을 중심으로 이후의 자극을 판단한다는 의미로 보통 잘못된 사회적 추론의 유형

비스 수준 만족도 결과는 다르게 해석해야 한다. 즉, 사람들이 척도 상에서 왼쪽에 닻을 내릴 경우 오른쪽으로 멀어질수록 인지적 부하가 높아지고, 따라서 보다 왼쪽에 가까운 척도 값에 반응하려는 성향이 있다.

다른 예를 들어보자. 97년도 대선을 앞두고 대선관련 여론조사들을 언론에 경쟁적으로 보도한 적이 있다. 이 때 당시 여당이던 신한국당 대통령후보 경선 전에 잠재적인 대선 후보군에 대한 지지도 조사는 분명하게 상반된 결과들이 있었다. 신한국당 잠재 후보와 당시 두 야당후보(당시 김대중 후보와 김종필 후보)의 3인 가상대결에서는 몇몇 잠재 후보가 항상 두 야당후보보다 크게 앞서는 것으로 나타났는데, 두 야당후보와 신한국당 경선주자들을 모두 함께 넣고 비교하면, 언제나 특정 야당후보가 가장 지지율이 높게 나타났다. 이런 현상을 어떻게 설명할 수 있을까? 우선 한 가지 설명은 친여 성향의 응답계층은 확률적으로 7로 나눠지는데(7명의 경선주자로 인해), 친야 성향의 응답계층은 확률적으로 2로만 나눠지기 때문이라고 설명해 볼 수 있다.

인간의 정보처리과정에서 보면 다른 설명이 가능하다. Zajonc(1980)라는 심리학자는 실험을 통해 응답자들이 처음 접한 자극보다는 한번 이상 접해 본 자극에 대해, 다른 조건이 동일할 때 선호도가 높다는 연구결과를 보고하였다. 이 연구결과와 연결시켜 보면, 어쩌면 대선 후보들에 대한 지지도는 지지도가 아니라 지명도였을 가능성이 높다. 앞서 언급했던 조사에서 이회창 대표가 신한국당 대표가 된지 2개월 이상 되었음에도 신한국당 대표가 누구인지에 대해 정확히 아는 비율은 60%대였다. 면접 상황을 가정해 보자. 응답자는 전혀 모르는 사람으로부터 전화를 받고 현재 거론되고 있는 대선 후보 중 누가 가장 나은지(혹은 바람직한지 혹은 누구에게 투표할 것인지)에 대해 질문 받는다. 갑자기 사람 이름들이 잘 떠오르지 않는다. 그러나 질문은 중요한 국가의 현안문제라는 생각이 들었다. 면접자에게 괜히 스타일을 구기고 싶지는 않았다. 그 사이에 한두 명 이름이 떠올랐다. 그중 먼저 이름을 떠올린 사람이 그중 낫다고 응답했다. 그 사람에게 표를 꼭 찍을 것은 아니지만, 귀찮기도 하고 해서 그 사람 이름을 대 주었다. 잘못된 것은 하나도 없다.

이 설문에 또 다른 체계적 오류의 가능성이 있다. 심리학 실험에서 아주 일관된 결과중의 하나가 초두성 효과(Primacy Effect)와 최신성 효과(Recency Effect)[9]라는 것이 있다. 자, 설문 상황을 재구성해 보자. "요즘 대선주자로 거론되고 있는 사람들은 ...등입니다. 이들 중에서 누가 이번 대선에서 ...이라

고 보십니까?" 보통은 설문 상에 이런 경우 먼저 제시되는 이름들은 신한국당내 경선주자, 그것도 지지율이나 비중 있는 순서대로, 뒤는 야당후보일 가능성이 높다. 그럼 결국 여당후보 중 소위 지지율이 높은 후보(초두성 효과)와 야당후보(최신성 효과)가 가장 높게 지적될 것이다.

위의 예도 연구자가 의도적으로 그런 결과를 유도한 것은 아닐 것이다. 문제는 그런 실수나 편향이 조사표 설계단계에서는 잘 보이지 않는다는 것이다. 그런 점에서 설문을 구성하는 연구자는 응답상황과 각각의 설문에 대해 활성화시키는 응답자들의 정보처리 과정을 머릿속에 그려보며 설문을 구성하는 것이 무엇보다도 중요하다. 그러기 위해서 연구자가 조사표를 만든 다음 실제로 스스로 조사원과 응답자의 역할을 번갈아 가면서 하면서, 조사를 수행해 보는 것도 도움이 될 수 있다.

4) 조사에서의 일반적인 응답 편향 유형

(1) 프라이밍 효과 (Priming Effect)

만약 특정 설문조사의 핵심 질문을 하기 전에 그와 관련된 제반 현상들에 대한 질문을 먼저 하게 되면, 응답자들이 앞선 질문에 의해 핵심 질문에 영향을 받을 수 있다. 예를 들어 에너지 위기에 대한 국민들의 태도를 알아보기 위해 에너지의 중요성이나 에너지 사용 실태, 에너지 부족 등과 같은 질문들을 먼저 하고, 에너지 위기가 얼마나 심각한 문제인지를 질문하면, 사람들은 평소의 태도보다 더 심각하다는 방향으로 편향이 일어날 수 있다. 이는 에너지 문제의 중요성이나 에너지 부족 등과 같은 지식이 충분히 활성화되어서, 그것과 관련된 에너지 위기의 심각성에 대한 지식을 점화(Priming)[10]시키기 때문이다.

일반적으로 질문의 순서를 결정할 때, 실태나 행태에 대한 설문들을 먼저 배치시키고 태도에 관한 설문은 뒤에 배치시키는 것이 일반적이나, 핵심적인 주제에 대한 찬반을 질문하는 경우나 그 중요성 등을 판단하게 하는 질문들

---

9) 초두성 효과(Primacy Effect)와 최신성 효과(Recency Effect): 피험자들에게 숫자면 숫자, 단어면 단어, 글자면 글자를 9개 전후로 대략 한 자극 당 1초 이내 연속해서 불러주고 나서 불러준 자극을 자유 회상하게 하면, 처음 부분에 불러준 자극과 마지막 부분에 불러준 자극에 대한 회상율이 높은 현상임.

10) 점화(Priming): 인지심리학에서 사용하는 용어로, 하나의 개념이 머릿속에서 활성화 될 때 그와 연관된 다른 개념도 같이 활성화되는데, 이런 기재를 점화라고 함.

은 그 순서 등에 특히 세심한 주의를 기울여야 한다.

(2) 프레이밍 효과 (Framing Effect)

프라이밍 효과의 특수한 경우로 프레이밍 효과(Framing Effect)가 있다. 이는 조사하고자 하는 이슈에 대해 논점을 특정한 틀에 고착시켜 일어나는 편향이다. 실제 예를 들어보자. 2003년 미국 부시정부의 이라크 침공에 반대하는 전 세계 여론과 함께 미국 내 전쟁지지율은 42%까지 떨어졌으나, 일주일 뒤 이라크 공습을 하루 앞두고 나온 전쟁지지율은 52%로 나타났다. 이 때 사용한 질문은 다음과 같다.

<표 2-1> 프레이밍 효과 예시

Q1. UN이 이라크 문제를 잘 다루고 있다고 생각하십니까?

□매우 잘하고 있다 □잘하는 편이다 □모르겠다
□잘못하는 편이다 □잘못하고 있다

Q2. 이라크 전쟁의 목표가 석유라고 생각하십니까?

□매우 그렇다 □그런 것 같다 □잘 모르겠다
□그렇지 않은 것 같다 □그렇지 않다

Q3. 미국이 이라크와의 전쟁을 하려는 이유는 무엇이라고 생각하십니까?
(중복응답)

□세계 평화 □경제적 이유 □미국의 자존심
□부시의 재선 □테러 방지

Q4. 이라크와의 전쟁에 대한 귀하의 의견을 말씀해 주십시오

□꼭 해야 한다 □하는 것이 좋을 것 같다 □잘 모르겠다
□안하는 것이 좋을 것 같다 □하지 말아야 한다

* 출처 : 2003, 우리만 모르고 있는 마케팅의 비밀, 황순영

이 설문에서 보면 UN이 이라크문제를 잘 다루고 있다는 질문에 약 58%의 응답자가 부정적으로 응답했다. 연이은 설문에서 미국의 전쟁이유를 석유라는 경제적인 문제보다 미국의 자존심이나 애국심 등으로 프레임(Frame)을 만들

어, 결국 최종 설문에서는 전쟁지지율이 일주일 전에 비해 높게 나타나는 결과를 보였다, 이처럼 프레이밍 효과는 매우 교묘하게 결과를 왜곡시킬 수 있어 세심한 주의를 필요로 한다.

(3) 항상성 효과 (Consistency Effect)

프라이밍 효과의 또 다른 특수한 경우가 항상성 효과이다. 이는 응답자들이 질문에 응답해 가다 보면, 태도의 항상성을 유지하기 위해서 마지막 질문에서 다른 응답을 할 수 없게 되어버리는 경우이다. 다음의 두 가지 예를 보자.

<표 2-2> 항상성 효과 예시

다음 각 문장에 대한 동의여부를 □에 표시해 주시기 바랍니다.

	매우 동의함	동의함	보통	동의하지 않음	매우 동의하지 않음
요즘은 사람들이 비행기 연착을 잘 참지 못한다	□	□	□	□	□
이 지역의 공항시설이 너무 협소하다	□	□	□	□	□
이 지역 공항은 너무 혼잡해 위험한 지경에 이르렀다	□	□	□	□	□
요즘 사람들의 일자리 부족이 심각하다.	□	□	□	□	□

정부에서 신공항을 건설하려는 계획에 찬성하십니까?	찬성 반대 모름	□ □ □

다음 각 문장에 대한 동의여부를 □에 표시해 주시기 바랍니다.					
	매우 동의함	동의함	보통	동의하지 않음	매우 동의하지 않음
요즘 이 지역에 옛날 정취가 없어지면서 점점 삭막해져 간다	□	□	□	□	□
나는 이 지역에서 숲과 동물들이 사라지는 것이 싫다	□	□	□	□	□
이 지역의 소음공해가 심각하다	□	□	□	□	□

정부에서 신공항을 건설하려는 계획에 찬성하십니까?	찬성	□
	반대	□
	모름	□

* 출처 : 2004, Questionnaire Design, Ian Brace

두 가지 예에서 앞의 설문들이 어떻게 구성되어 있느냐에 따라 마지막 설문의 응답 결과는 정반대의 결과가 나올 것이다. 응답자들은 설문에 응답해 자신의 태도를 밝혀나가면서 나름대로 태도의 일관성을 유지하려고 한다. 그러다 보면 나중의 핵심 질문에서 태도의 일관성 때문에 한 가지 응답밖에 할 수 없는 경우가 생기게 된다. 이런 효과를 항상성 효과라고 한다.

(4) 초두성 효과 (Primacy Effect)와 최신성 효과 (Recency Effect)

이미 앞에서 언급했지만, 응답자가 많은 응답항목 중에서 선택하는 경우 빈번하게 나타나는 현상 중의 하나가 초두성 효과와 최신성 효과이다. 즉 응답항목의 순서 중에서 처음에 제시하거나 나중에 제시한 항목일수록 기억이 잘 나고, 그런 항목들이 선택될 확률이 높아지는 현상이다.

이런 초두성 효과와 최신성 효과는 심리학의 기억 실험에서 일관되게 나타나는 현상으로, 흔히 그 임계치는 7±2개 정도로 알려져 있다. 즉 응답항목이 7±2개 이상 중에서 선택하는 경우 초두성 효과와 최신성 효과가 나타날 수

있다. 이런 효과는 특히 조사원이 구두로 불러주고 응답하게 하는 경우 뚜렷하게 나타난다. 이런 초두성 효과와 최신성 효과를 줄이기 위해서는 응답항목을 불러주는 순서를 응답자마다 무작위로 달리하거나, 응답항목을 보기카드로 제시해서 응답자가 충분히 검토해서 응답하게 하는 방법들을 사용한다.

(그림 초두성 효과와 최신성 효과)

2. 방법론적 관점에서의 조사표 설계요인

조사표는 조사연구자가 조사를 통해 밝히고자 하는 것을 가능하게 하는 정보수집 도구이다. 그러기 위해서는 조사표에서 요구되는 자료를 얻는 것을 넘어서서 보다 정확한 자료를 얻어야 하고, 적합한 자료 분석을 수행해야 한다. 정확한 자료를 얻는다는 것은 응답자에게 개별 질문의 목적에 적합한 정확한 응답을 얻는 것이다. 그런 점에서 조사표 설계는 응답자의 응답환경에 따른 미묘한 차이에 세심한 주의를 기울여야 한다.

1) 자료수집 방법별 조사표 차이

앞서 언급했듯이 조사표는 연구자와 응답자, 그리고 연구자의 대리인으로서 조사원 사이의 커뮤니케이션 과정이다. 조사는 다양한 목적으로 시행되지만, 조사가 수행되는 접근 방법에는 몇 가지 유형이 있다. 조사원이 조사표를 가지고 응답자와 직접 대면해서 질문을 하고 응답을 기록하는 개별면접방법, 응답자가 조사표를 가지고 직접 응답을 기록하는 자기기입식 방법, 조사원이 조사표를 가지고 전화로 면접하는 방법, 인터넷 상에서 웹 설문에 응답자가 기입하는 방법 등 다양한 접근방법이 있다. 각각의 접근방법은 그 방법 나름대로의 독특한 커뮤니케이션 특성을 갖고 있다. 조사표는 이런 접근방법에 따른 특성을 고려해서 설계해야 한다.

(1) 개별면접조사

우선 개별면접은 얼굴 대면을 통해 조사를 하기 때문에, 다른 방법에 비해 얼굴이나 제스처 등 비언어적 단서를 사용해서 커뮤니케이션 하는 것이 가능하다. 따라서 응답자들이 설문 내용에 대한 이해도 빠르고, 시각적인 재료 등 다양한 보조 재료를 사용할 수 있다는 장점이 있다. 또한 앞서도 언급했지만, 응답자와 직접 대면하기 때문에 다른 방법에 비해 장시간 조사가 가능하다. 반면에 다른 방법에 비해 비표본오차의 가능성이 크기 때문에 조사자들의 모든 행동지침이 조사표 안에 그대로 반영되어 있어야 한다. 개별면접에서의 조사표는 조사자의 행동 시나리오처럼 만들어져야 한다.

(2) 전화조사

전화조사는 전화로 응답자를 면접하는 방법이다. 이때는 개별면접과 달리 면접자와 응답자가 대면을 하는 상황이 아니고, 자기기입식 조사처럼 응답자가 조사표 내용을 볼 수 있는 상황이 아니기 때문에, 문항 각각이 특히 간결하고 명확해서 커뮤니케이션하기 쉽도록 구성되어야 한다. 특히 선다형 응답항목의 경우 7개 이상을 넘어가면 응답결과가 왜곡될 가능성이 높으므로 특히 주의를 기울여야 한다. 또한 다른 방법에 비해 짧은 시간 안에 설문을 끝내야 한다는 한계도 있으므로, 설문의 길이에도 특히 주의를 기울여야 한다.

(3) 자기기입식 조사

자기기입식은 응답자가 스스로 조사표를 보고 작성을 하기 때문에 일대일 개별면접과 유사한 장점이 있으나, 개별면접방법에 비해 편집형식이 훨씬 간결한 구조를 갖고 있어야 한다. 다시 말해서 응답자가 조사표를 보며 별 어려움 없이 그 흐름이나 지시를 따라할 수 있도록 구성해야 한다. 또한 앞 문항과 뒤 문항이 상호 영향을 미치는 경우는 특히 주의를 해야 한다. 그렇기 때문에 질문의 순서가 특히 중요한 조사표의 경우는 자기기입식 설문이 적합하지 않을 수 있다. 개별면접의 경우 응답 항목에 “모르겠다”나 “무응답”항을 만드는데, 자기기입식의 경우는 “모르겠다”나 “무응답”항은 제외시키는 것이 낫다. 왜냐하면 응답자의 입장에서는 그런 응답 항목 자체가 혼란스러울 뿐만 아니라, 무응답이나 모르겠다는 비율이 증가할 가능성이 있기 때문이다.

(4) 웹메일조사

웹메일조사 설문은 그 형식상 자기기입식 조사표와 유사하다. 하지만 자기기입식 설문에서는 가능하지 않은 여러 가지의 설문통제가 가능하다. 즉, 개별면접에서처럼, 응답자의 응답에 따라 자동분기를 할 수도 있고, 응답자가 응답한 내용으로 다시 돌아갈 수 없게 만들어서 순서효과를 완화할 수도 있고 다양한 형식의 시청각 보조재료 등을 사용하는 등 보다 자유스러운 통제가 가능하기 때문에 오히려 개별면접조사보다도 응답자입장에서의 사용성을 보다 높일 수 있다.

(5) 패널조사

최근에 공공기관에서 특정 주제에 관해 지속적으로 조사에 참여하는 패널 조사들을 이용하는 경우가 증가하고 있다. 패널 조사의 경우 조사 방법별로는 앞서 언급한 다양한 조사 방법을 사용한다는 점에서는 새로울 것이 없지만, 응답자들이 반복적으로 조사에 참여한다는 점을 고려하면 다른 조사방법에 비해 특별히 주의를 기울여야 하는 점들이 있다. 우선 패널조사에서는 상당부분 설문항목이 중복되게 된다. 만약 반복적인 조사주기가 짧다면, 응답자가 전에 응답했던 내용에 대한 기억을 떠올려 응답하기 때문에 응답오염도가 높아지고 자료의 신뢰도가 저하될 수 있다. 특히 특정 사안에 대한 태도와 관련된 설문의 경우 응답오염도가 심각해질 수 있다. 그런 점에서 반복적인 내용에 대한 조사의 경우 반복주기를 충분히 늘리는 것이 전제되어야 하지만, 여의치 않을 경우 태도관련 설문은 가급적 자제하는 것이 필요하며, 특히 설문 워딩에 대한 세심한 주의가 요구된다.

패널 조사는 특정 사안에 대한 변화추이를 추적하는 것이 필수적인데, 그런 변화의 폭이 너무 큰 경우 앞서 와는 반대의 심각한 문제가 초래된다. 그런 점에서 변화의 추이를 분석하기 위한 설문은 응답자에 충분한 보조 정보를 제공해서 응답환경이나 응답자 정보처리 과정에 따른 왜곡의 가능성을 최소화 시키는 노력을 필요로 한다.

조사표를 설계 하는 경우에는 이런 접근 방법의 차이에 따라 응답자의 응답환경을 염두에 두고 조사표를 작성해야 할 것이다. 접근방법에 따라 미묘하기는 하지만 분명한 차이가 있기 때문에, 조사표 설계과정에서 이 점을 항상 염두에 두어야 할 것이다.

2) 분석방법별 조사표 차이

수집된 자료는 분석모형에 맞추어 적절한 통계적인 분석을 하게 된다. 통계적인 분석은 단순 집계나 교차집계뿐만 아니라, 조사 연구의 목적에 따라 다양한 분석방법을 사용하게 되며, 중요한 점은 이런 분석들이 애초에 계획했던 연구목적에 부합되어야 한다는 점이다.

각각의 질문과 응답항목을 어떻게 분석할 것인지에 따라 질문과 응답의 형태도 달라진다. 분석이 응답항목의 비율이나 교차집계표일 경우와 분산분석이나 일반 선형모형에 의한 분석의 경우에 따라 응답형태를 척도 형으로 할 것이냐 아니면 선택형으로 할 것이냐 하는 것들이 달라진다. 또한 분석의 전체적인 틀이 독립변수와 종속변수 간의 인과적인 분석이냐 아니면 독립변수들 간의 구조적인 분석이냐에 따라 개별 질문의 완결성이나 농축성의 정도가 달라진다.

연구자의 연구목적이 특정한 관심분야의 구조적인 특성을 규명하고자 한다면, 보통 요인분석(Factor Analysis)이나 군집분석(Cluster Analysis) 등과 같은 독립분석 기법을 사용하면 된다. 이때는 특별하게 종속변수와 독립변수와의 인과관계를 밝히기보다는 독립변수들 사이의 구조적 연관성에 초점을 맞추게 되고, 따라서 질문 내용은 관심 영역의 특성을 나타내는 비교적 동질적인 형태와 내용의 문항들로 설문을 구성하게 된다. 물론 응답의 형태도 척도 법을 사용하는 것이 일반적이다. 이럴 경우는 나중에 분석과정에서 문항분석을 통해 이질적이거나 변별력이 떨어지는 문항을 제외할 수 있기 때문에 비교적 문항을 구성하는 과정이 다분히 탐색적일 수 있다. 그래서 상호 중복적인 특성을 갖는 문항들도 탐색적으로 삽입해 볼 수 있다.

반면에 연구자가 독립변수와 종속변수사이의 인과관계를 밝히는 종속적 방법(dependence method)에 관심을 갖고 있다면, 다양한 형태의 설문지 구성이 가능하지만, 설문 하나하나에 대해 보다 주의를 기울여야 한다. 만약 종속변수가 단일의 종속변수이며, 분석적 방법으로 변인들 간의 교차 집계표에 기초한 $\chi 2$ 검증이나 ANOVA를 하고자 한다면, 종속측정치가 되는 설문은 문항 하나하나가 간결하면서도 정교하게 구성하는 것이 필요하다. 왜냐하면 그 종속측정치 하나의 차이 값이 연구가설 하나를 검증하는 잣대가 되기 때문이다. 하지만 많은 경우 이런 단일의 문항으로 종속변수를 삼는 경우보다는 여러 개의 변수를 토대로 요인분석이나 기타 계산법으로 파생변수를 만들어 사용한다. 이런 경우는 보통 척도형의 응답을 사용하는 것이 일반적이다.

최근에는 Data Mining 기법을 많이 활용하기도 하는데, 설문구성의 관점에서 보면 전통적인 의미의 통계적 방법을 적용하는 경우와 크게 다를 바 없다. 다만 Data Mining 기법으로 가장 광범위하게 사용되는 인공신경망 모형이나 의사결정 나무의 경우 척도형보다는 범주형들이 일반적으로 유용한 결과를

보이는 경향이 있다.

일반적으로 공공기관에서 수행하는 조사연구의 경우는 조사자료의 범용성이 중요한 요건이 되기 때문에 많은 경우 기술적인 통계분석이 주가 되나, 일반적인 사용자를 염두에 두고 사용자의 편의성을 강화하는 방안 등을 모색해 볼 수 있다.

3. 조사원 입장에서의 설계요인

조사원은 자료수집과정에서 조사연구자의 대행자이다. 조사원은 조사연구자를 대신해서 응답자와 조사표를 가지고 커뮤니케이션을 한다. 그러기 위해서 조사원은 조사연구자 못지않게 조사표에 대한 충분한 이해와 응답자에게 정확한 응답을 받기위해 어떻게 해야 되는지를 충분히 이해하고 있어야 한다. 그런 점에서 조사표는 조사원들이 표준적인 절차에 따라 면접을 진행하기 위해, 조사원에게 충분히 설명적이며 가독성을 포함해서 조사원들의 사용성을 충분히 고려해서 설계해야 한다.

1) 표준조사절차

앞서도 언급했듯이 모든 조사원이 최적의 연구대행자가 되기 위해서는 무엇보다도, 모든 조사절차를 표준화된 방식으로 동일하게 자료를 수집하는 것이 필요하다. 그런 표준조사절차에 조원들이 따라주기 위해선, 무엇보다도 조사표 자체가 조원의 행동지침서의 기능을 해야 한다. 즉, 개별 질문이 구어체로 되어 있어 조사원이 그대로 질문 그대로 읽어나갈 수 있게 해야 할 뿐만 아니라, 필요시 조사원이 취해야 하는 행동(보기카드 제시, 응답자에게 유의사항 전달 등) 하나하나를 조사표의 해당 질문에 담아, 조사원이 조사표만을 가지고 행동할 수 있도록 설계해야한다.

조사표의 물리적인 편집은 편집된 디자인의 미적인 요소나 많은 설문을 가능한 조밀하게 구성해서 분량을 줄이기 위한 방편으로 생각하기 쉽다. 하지만 조사과정이 조사표를 통해 조사원와 응답자가 커뮤니케이션을 하는 도구라는 점을 고려하면, 보다 우선적으로 고려해야 할 점은 조사표의 가독성이다. 조사표의 물리적인 편집요소도 중요한 비표본오차의 원천이 된다는 점을 간과해서는 안 된다.

2) 응답자와의 Rapport

조사원의 면접상황을 한번 그려보자. 대부분의 경우 응답자는 조사원과 처음 대면하게 된다. 그런 점에서 응답자가 아무리 호의로 조사협조를 해 주었다고 하더라도, 조사원에 대해 그리고 조사 내용에 대해 일말의 경계심을 가지고 있을 수밖에 없다. 그런 응답자의 감정은 심리치료 장면에서 흔히 환자

가 느끼는 치료자에 대한 신뢰와 경계심의 복합 감정과도 비슷하다. 그래서 심리치료 초기에 치료자가 환자의 경계심을 풀어주고 환자와 친밀한 관계를 만들어내는 것을 Rapport를 형성한다고 표현한다. 처음 응답 상황에서도 조사원이 응답자와 Rapport를 형성하는 것이 필요하다.

그러기 위해서는 우선 조사표의 처음 인사말에서 응답자가 경계심을 풀고 성의껏 응답을 해줄 수 있도록 작성해야 하며, 또한 처음에 일반적이거나 편한 설문들을 구성해서 응답자들이 조사에 응답하는 것이 어렵지 않다는 점을 인식하도록 하고, 또한 관련 주제에 대한 지식을 자연스럽게 활성화시켜 조사 내용에 대한 준비를 하게 하는 것이 필요하다. 그런 점을 고려해서 조사표의 앞부분을 세심하게 주의해서 설계해야 한다는 점을 유념해야 한다.

3) 보기카드 등의 소도구 사용

조사원에 의한 면접조사일 경우, 조사원 질문도중 응답자에게 보기카드나 필요한 보조 재료를 제시할 수 있다. 이런 재료들의 제시를 통해서 응답자가 편하고 쉽게 응답을 할 수 있도록 도와주는 것은 물론, 표준화된 조사 진행, 그리고 응답자의 응답 편향을 줄이는데도 도움을 준다. 그런 점에서 조사원이나 응답자가 불편하지 않는 범위에서 보기카드나 보조 재료를 가능한 많이 준비하는 것이 바람직하다.

연습문제

1. 응답자의 정보처리과정을 단계별로 기술하고, 각 단계가 조사과정에 어떤 편향을 야기할 수 있는지를 기술하시오.

2. 조사과정에서 나타나는 일반적인 응답 편향을 기술하고, 그런 편향을 제거하기 위해서는 어떻게 해야 하는지를 기술하시오.

3. 자료수집방법별로 조사표설계시 고려해야 할 점을 기술하시오.

4. 구조적인 분석방법과 인과적인 분석방법에 따라 조사표 설계에서 어떤 점을 고려해야 하는지를 기술하시오.

5. 조사표설계에서 조사원의 입장을 고려해야 하는 이유와 어떤 점들을 고려해야 하는지를 기술하시오.

3

조사표 작성절차 및 체크리스트

제 3장 조사표 작성절차 및 체크리스트

요 약

1. 사전 단계
  • 사전단계는 연구목적의 구체화와 분석 및 조사설계를 구체화하는 작업으로 나뉨

1- 1. 연구목적 구체화
  • 조사목적을 구체화하고 개념적인 조사내용의 키워드를 나열, 정리함
    - 기술적 성격의 조사
    - 설명적 정보를 위한 조사
    - 예측 및 모수추정을 위한 조사
  • 조사유형(기술적 조사, 설명적 조사, 예측조사)을 구체화함

1- 2. 분석 및 조사 설계 구체화
  • 조사설계의 구체화
    - 조사 대상, 표본 추출방법, 유효표본, 조사 방법 등을 결정
  • 분석방법의 구체화
    - 조사 항목의 조작적 정의(측정변수), 측정 변수간의 분석 모형/방법을 결정

2. 조사표 작성 단계
  • 조사표 작성 단계는 조사 항목을 추출하여, 구체적으로 개별 질문 및 응답내용을 작성하고, 조사표의 순서를 구조화하여 조사표를 작성하는 단계임

2- 1. 조사항목 추출
  • 조사항목나열, 측정항목 속성 판단, 측정항목 분석방법의 적합성 판단, 측정항목 순서를 구조화함

2- 2. 개별 설문 및 응답 항목 작성
  • 조사표설계 세부절차
    - 질문별 응답유형 결정
    - 개별항목의 질문 작성 및 적합성 검토
    - 추적조사 질문의 변경여부 결정
    - 질문에 적합한 응답항목 작성
    - 질문과 응답의 적합성 등을 검토

• 질문의 표현 요령
  - 질문의 어감 중시
  - 평이하고 이해하기 쉬운 문장으로 구성함
  - 질문 내용은 가능한 구어체로 작성함
  - 간결한 단문의 형태로 작성함
  - 가능한 명시적이고 직접적, 구체적으로 작성함
• 개방형과 폐쇄형 질문
  - 개방형 질문: 응답자가 자유롭게 자신의 의견을 개진할 수 있는 질문
    ◦ 복잡한 내용의 설문에 적합
    ◦ 응답 범주화 및 자료처리, 분석에 어려움 있음
  - 폐쇄형 질문: 응답자가 제시된 응답 범주 내에서 응답하는 질문
    ◦ 응답결과를 자료처리
    ◦ 응답항목을 정교하게 구성하지 못할 경우, 결과의 신뢰도나 타당도 문제 발생
• 응답항목 유형: 범주형과 척도형
  - 범주형
    ◦ 동일한 개념차원 수준으로 구성함
    ◦ 상호배타적, 독립적, 망라적으로 구성되어야 함
  - 척도형
    ◦ 등간척도를 가정
    ◦ 정량적인 응답을 사용하여 다양한 분석기법이 활용됨
• 척도형 유형
  - 명명척도: 응답항목의 응답 비율 이상의 분석은 어려움
  - 서열척도: 응답항목의 서열정보만을 내포하므로 비모수 통계사용이 가능함
  - 등간척도: 척도간 간격이 동일하다는 가정 하에서, 다양한 통계적 분석방법의 사용이 가능함
  - 비율척도: 절대 영점을 포함하는 척도로 사회과학에서는 자주 사용하지 않는 척도임

요 약

- 척도형에 보조 기준 사용
  - 척도형 부사의 사용: 응답자 간 척도에 대한 일관성 제고
    - ‘매우’, ‘거의’, ‘전혀’, ‘~인 편’, ‘약간’등의 부사 활용
  - 스마일 척도: 응답자간 척도에 대한 일관성 제고
    - 사람 표정을 사용하여 긍정과 부정 간의 정도 표시
- 등간 척도의 변형
  - 스타펠 척도(Stapel Scale)
    - 특정 질문에 대해 긍정/부정(혹은 찬성/반대)의 태도를 먼저 결정
    - 결정된 각 태도(긍정/부정) 내에서 5점 척도를 사용하여 그 정도를 판단
  - 쌍비교법(Paired Comparison)
    - 여러 대상에 대한 선호도 비교시 사용
    - 비교하는 대상을 2개씩 쌍으로 제시하여 어느 쪽을 더 선호하는지 판단
  - 정량배분법(Constant Sum)
    - 여러 개의 응답항목들 간의 비중의 합이 “100”이 되도록 각 항목에 값을 배당하게 하는 방법임
- 척도별 장단점 비교
  - 2점 척도: 선택지가 긍정/부정(혹은 찬성/반대)으로 단 두 가지로 나뉨
    - 지나친 단순화 우려됨.
    - 보완을 위해 4점 척도나 스타펠 척도를 사용하기도 함
  - 3, 5, 7, 혹은 11점 척도
    - 중간점을 포함하는 척도
  - 쌍비교법
    - 비교대상이 많아지면 어려움
  - 정량배분법
    - 응답자 입장에서 응답하기 쉽지 않음

2- 3. 조사표 구조화

- 응답협조 안내문 작성
- 질문 순서 배열, 복합 혹은 동일 주제 질문 지문의 구성
- 순서효과 가능성 점검
- 질문의 분기 명확히 표기
- 조사원의 행동지침 작성 및 삽입
- 조사표 교정 및 논리적 흐름 검토, 조사표 편집
  - 도입부 질문 반드시 사용
  - 편향적 응답성향 점검할 수 있는 질문 중간 삽입
  - 적당한 조사표의 길이
  - 깔때기(funnel) 흐름에 따른 질문 배열
  - 민감한 주제는 조사표 뒷부분으로 배치
  - 자료 분류용 질문은 질문지 뒤에서 다룸
  - Blind기법 적절히 사용

2- 4. 조사표 편집

- 연구자(조사원)와 응답자 간의 정확한 커뮤니케이션 중시
  - 가독성과 사용성 고려

3. 확정 및 사후 단계

- 사전조사(혹은 예비조사)를 통해 나타난 문제점 보완/수정
  - 조사표의 수정, 인쇄
  - 조사 보조도구 준비
  - 사후 자료처리 위한 부호화 틀 작성

3- 1. 사전조사와 예비 조사

- 필히 1회 이상 실시하여 조사표의 문제점 보완/수정

3- 2. 자료 수집 및 분석 준비 작업

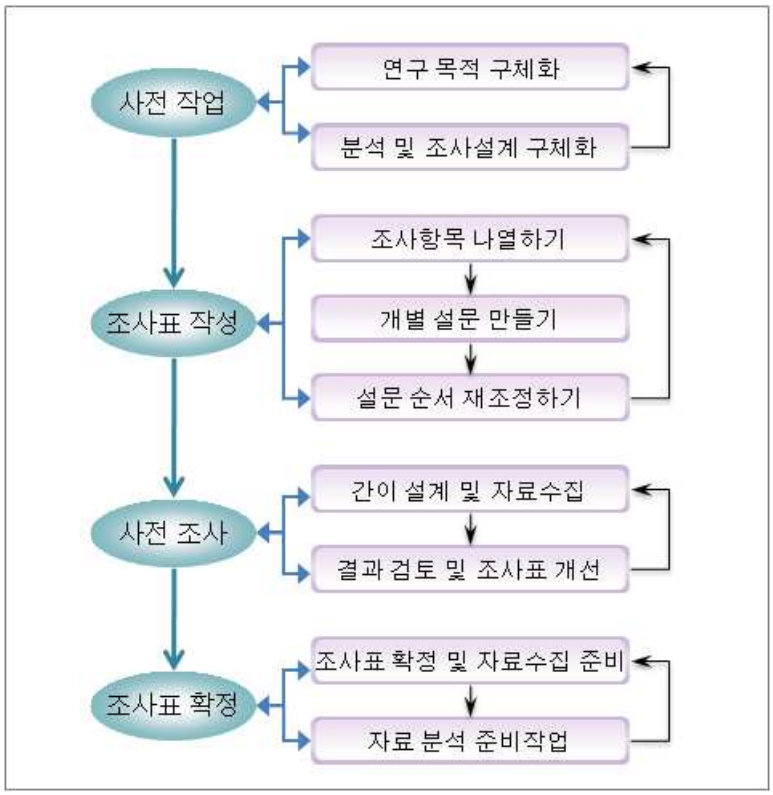
- 조사표 부호화
- 분석 프레임 구성

좋은 조사표를 만들기 위해 우선적으로 필요한 사항은 조사과정에서 발생할 수 있는 제반 편향성을 최소화하고, 조사목적에 맞는 최적의 자료를 어떻게 수집할 것인가 하는 것이다. 그러기 위해서는 조사표를 계획하고 만들어 나가는 각 단계마다 세심한 주의와 검토가 필요하다. 통상 조사표 구성, 특히 응답자의 심리적 태도와 관련된 설문구성은 중요한 전제에서 출발한다. 설문조사는 조사원과 응답자 사이의 커뮤니케이션이라는 점이다.

면접상황을 한번 그려보자. 조사원은 설문 내용에 대해 처음부터 끝까지 잘 숙지하고 있겠지만, 대부분의 응답자는 설문내용과 관련된 경험의 기억이나 태도 정보를 새롭게 활성화시켜 나가야 된다. 경우에 따라서는 설문에 응답을 하면서, 새롭게 태도형성을 해나갈 수도 있다. 설문조사의 일차적인 목적은 응답자들의 태도나 행태에 관한 정량적 정보를 얻기 위한 것이지만, 응답자들이 설문이 진행되면서 자연스럽게 관련 지식이나 태도를 활성화시키도록 구성하는 것이 매우 중요하다.

이상적인 조사표는 그것 자체가 하나의 주제를 갖고 조사원(혹은 조사표)과 응답자사이에 커뮤니케이션이 자연스럽게 이루어질 수 있는 하나의 구조화된 이야기여야 한다. 조사표 작성은 조사연구 분야 중에서도 광범위한 지식과 경험, 그리고 섬세한 언어적 감각을 필요로 한다. 가능하다면 면접 상황에서 응답자의 정보처리과정, 분석방법론을 포함한 조사방법론, 심리 측정학 등에 대한 지식과 소양을 갖추면 더욱 좋을 것이다.

본 장에서는 조사표를 계획하고 만들어 나가는 과정에서 준비하고 검토해야할 사항들을 정리해서 제시해 보고자 한다. 앞서 언급했듯이 조사표를 만드는 과정은 전체 조사과정과 연결되어 있는 중요한 고리이다. 특히 조사설계 과정에서 핵심적인 부분이며, 그 이후의 조사단계와도 중요한 연결고리가 된다. 그런 점에서 조사표 작성은 조사설계 및 그 이전단계와 관련해서 다음의 단계를 거친다.



[그림 3-1] 조사표 작성 과정

조사표를 설계하고 만드는 목적은 조사연구의 목적에 부합하는 자료를 얻기 위한 것이다. 따라서 조사표를 설계하기 전에 조사목적을 명료하게 정의하고, 가능하다면 세부적인 수준까지 명료하게 기술하는 것이 무엇보다 중요하다. 또한 조사목적에 맞는 자료를 어떤 방법으로 어떻게 얻을지에 관한 조사설계와 수집된 자료를 어떻게 분석할 것인지에 대한 분석모형을 구조화시켜야 한다.

일단 조사목적과 조사목적에 맞는 조사설계 및 분석모형이 갖추어 지면, 구체적인 조사표 설계 작업을 하게 된다. 조사할 구체적인 항목들을 나열하고, 이들의 배열을 고려해서 조사표의 구조도를 만들어야 한다. 그런 다음에 각각의 조사항목에 대해 구체적으로 얻고자 하는 정보의 형태에 따라 질문과 응답 형태를 결정한다. 이때 개별적인 질문문항이나 응답에 질문 순서효과를 포함한 편향가능성이 없는지와 수집된 자료의 분석모형에 자료의 구조가 일치

하는지를 면밀하게 검토해 보아야 한다. 또한 필요시 응답의 용이성 제고나 편향가능성 상쇄를 위해 보기카드나 보조 재료의 사용을 검토해 보아야 한다. 조사표가 완성되면 질문의 순서를 다시 검토하고, 조사원이나 응답자가 쉽게 조사표의 흐름을 따라 응답을 할 수 있도록 조사표의 편집을 고려해 보아야 한다.

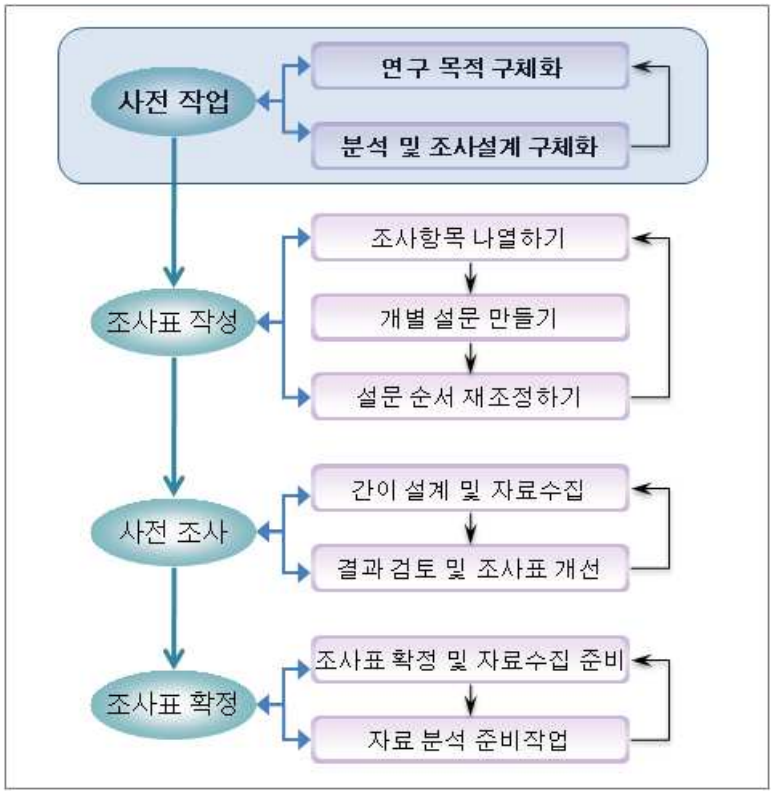
일단 완성된 조사표의 최종적인 검토를 위해 사전조사를 반드시 실시해야 한다. 사전조사를 위한 간이 조사설계를 하고, 사전조사의 필요성에 따라 정량적 성격의 사전조사를 할 것인지 정성적 성격의 사전조사를 할 것인지를 포함한 간이 설계에 맞추어 자료를 수집한다. 수집된 자료를 토대로 조사표를 보완하고, 최종적인 편집을 거쳐 조사표를 완성한다.

완성된 조사표와 보기카드를 포함한 부재료의 제작 작업을 거쳐 자료수집에 들어가되, 추후 자료처리를 위한 코딩틀을 만드는 작업을 자료수집과정에 수행한다. 코딩틀은 자료처리자가 연구자의 의도에 맞추어 자료처리를 정확하고 용이하게 할 수 있도록 만들어져야 한다. 이때 필요하다면 본 조사에 들어가기 전에, 수집된 자료가 연구목적이나 분석모형에 적합한지를 판단하고, 자료처리를 위한 코딩 작업을 위해 본 조사를 축소한 규모로 선행 조사(Pilot Study)를 실시하는 것도 바람직하다.

1. 사전 작업 단계

사전 작업은 조사표 작성에 앞선 준비 작업으로 볼 수 있다. 사전작업에는 조사표 설계를 위해서 연구목적의 명료화와 구체화, 그리고 수집된 자료에 대한 분석틀을 구조화시키는 작업이 포함된다. 사전 연구 설계 작업을 통해, 자료를 왜 수집하고, 어떻게 수집해서 분석할 것인가를 명료화시킨다.

이 단계에서 연구 과제를 명료하게 구체화하지 못하거나, 분석 설계나 조사설계를 적절하게 하지 못하면, 이후의 조사표 설계 과정에 어려움을 겪게 된다. 또한 수집된 자료를 분석하는 과정에서 필요한 자료가 누락되어 있거나 불충분하다는 점을 발견하게 된다. 따라서 좋은 조사표를 만들기 위해서는 원하는 정보가 무엇이고, 어떻게 그 정보를 얻을 것인지를 명료화하는 것이 필수적이다.



[그림 3-2] 조사표 작성 과정 중 사전작업

1) 연구목적 구체화

체크리스트 1

연구 및 조사 목적을 구체화 한다

- 왜 조사를 수행하는지와 어떻게 활용 할 것인지를 구체적이고 분명하게 기술해 볼 것
- 어떤 유형의 조사가 적합한 지를 기술해 볼 것
- 조사를 통해 해결할 수 있는 연구과제의 범위를 기술해 볼 것

조사내용을 나열하고, 정리해 본다

- 조사목적에 맞는 조사내용들을 범주화해서 정리해 볼 것
- 조사내용들 간의 인과관계 등 관계구조를 작성해 볼 것

모든 조사는 다양한 목적을 가지고 수행된다. 특정한 주제에 대한 실태가 어떤지를 알아보고 범용적인 목적으로 활용하기 위한 탐색적인 성격의 조사도 있고, 특정한 과제에 대해 조사를 통해 즉각적인 의사결정을 하거나 가설을 검증하기 위한 조사도 있을 수 있다. 다음의 두 가지 연구 과제를 비교해 보자.

> 우리나라 실업 실태를 파악하기 위한 조사
> 행정수도 이전에 대한 국민여론조사

위의 예에서 전자의 경우는 우리나라 실업실태를 파악해서 향후 고용정책의 참고 자료로 사용하기 위해서, 혹은 학술적인 연구목적으로 위해 범용으로 사용할 수 있는 자료이다. 대부분의 정부승인 통계자료들이 이런 성격을 갖는데, 이런 성격의 조사는 다분히 탐색적 성격을 갖는다고 볼 수 있다. 반면에 후자의 경우는 행정수도를 이전할 것인지 말 것인지 즉각적인 정책 의사결정을 위한 자료로 활용될 수 있다는 점에서 전자와 차이가 있다.

또한 조사자료의 활용 측면에서 보면, 조사자료를 토대로 실태를 기술하는 방식으로 활용할 것인지, 조사자료를 토대로 정책적 시사점을 도출하거나 실태의 의미를 설명하는 방식을 활용할 것인지, 아니면 조사자료를 토대로 특정

한 현상을 예측하거나 추정하는 자료로 사용할 것인지에 따라서도 연구목적이 달라질 수 있다. 다음의 연구문제들을 비교해 보자.

> 국내 미디어 이용실태 조사
> 디지털 TV 전환 시대, 정보격차 해소방안 정책수립을 위한 조사
> IPTV 도입을 위한 수용도 조사

첫 번째 조사의 경우 다분히 기술적 성격의 조사라고 볼 수 있다. 기술적 성격의 조사는 범용적인 목적을 위한 탐색조사인 경우가 많으며, 이런 경우 잠재적 조사자료 이용자들의 자료 활용방안에 대해 보다 구체적으로 명료화하는 것이 바람직하다. 예를 들어 방송정책 관련분야에서 필요로 할 정보, 방송 산업 관련분야에서 필요로 할 정보, 방송관련 연구에서 필요로 할 정보, 혹은 광고 등과 같은 인접분야에서 필요로 할 정보 등을 구체화하고, 중요도에 따라 우선순위를 판단하다 보면 조사에서 다루어야 할 세부적인 정보들이 무엇인지를 파악할 수 있다. 정기적으로 수행하는 조사인 경우에도 추세를 분석해야 할 핵심적인 정보들이 있고, 매 조사마다 새롭게 추가하거나 개선하거나 제외시켜야 할 정보들이 있기 때문에, 자료의 활용 방안을 구체화하는 작업은 필요하다.

두 번째 조사의 경우 설명적 정보를 위한 조사라고 볼 수 있다. 즉, 다매체 디지털 환경에서 정보격차의 근본 원인과 장애 혹은 촉진 요인을 파악해서, 정보 격차의 현상을 설명하고 이를 해소하기 위한 정책적인 제언을 위한 조사로 볼 수 있다. 이런 경우는 사전 문헌연구가 어느 정도 이루어진 상태에서 조사가 설계되기 때문에, 정보격차의 근본 원인들에 대한 여러 가지 가설들이 추출될 수 있고, 우선은 이런 가설들을 검증하기 위한 변수들을 정의하고 변수들 간의 관계구조나 변수 간 중요도에 대한 개념적인 설명 틀이 어느 정도 준비되어야 한다. 즉, 개념적인 수준에서 변수들 간의 관계나 가설, 그리고 가능하다면 어느 정도의 정책적 함의도 포함한 개념적 모형을 필요로 한다. 이런 개념적 모형이 구체적이고 명료하면 할수록 조사항목을 선정하고 조사표를 설계하는 것이 용이해 진다.

세 번째 조사의 경우는 예측을 위한 조사라고 볼 수 있다. 즉, 방송과 인터넷이 융합된 IPTV 도입을 위해 실제 수요를 예측하기 위한 조사이다. 이런 경우도 마찬가지로 혁신적인 정보통신 시장에서 수요 특성에 대한 개념적인 모델을 만들고, 그런 모델에 맞추어 수요를 예측하기 위한 개념적인 모형을 만드는 것이 바람직하다. 예측이나 추정을 위한 조사의 경우, 추정이나 예측을 위한 모형이 불분명한 상태에서 조사자료를 수집하는 경우 자칫 조사결과가 쓸모없게 되어버리는 경우가 종종 있다. 연구목적이 구체적이고 분명할수록, 자료를 통해 모수치를 추정해야 하는 경우 특히 연구목적을 보다 구체적이고 명료하게 구조화하는 것이 바람직하다.

2) 분석 및 조사설계 구체화

연구목적이 구체화되었다는 것은 개념적인 수준에서 관심을 갖는 변수, 즉 조사항목이나 조사항목들 간의 관계나 구조에 대해 명확하게 구체화했다는 것을 말한다. 탐색적인 조사에서도 다루고자 하는 주제에 대해 활용도가 높은 변수들을 구체화할 수 있다. 일단 개념적인 변수들 간의 관계에 대한 가설을 만들면, 구체적으로 어떤 방법으로 자료를 수집해서 어떻게 분석할 것인가에 대한 계획을 수립해야 한다.

(1) 분석방법

체크리스트 2

분석방법을 구체화 한다

- 조사내용들이 조사방법에 의해 측정 가능한 것인지 판단해 볼 것
- 조사내용간의 관계에 대한 분석모형과 분석방법을 탐색해 볼 것

분석 및 조사설계에서는 개념적인 모형을 경험적인 자료구조로 바꾸는 작업이다. 개념적인 변수는 조작적 정의를 통해 자료화가 가능한 변수로 바꾼다. 예를 들어 인터넷 이용실태를 조사한다고 할 때 인터넷 이용자를 어떻게 조작적으로 정의하느냐 하는 것도 세밀히 따지면 간단한 일이 아니다. 한번이라도 인터넷을 사용해 본 사람을 인터넷 이용자로 정의할 수도 있고, 한 달에 한번이상, 일주일에 한번이상, 혹은 매일 인터넷을 사용하는 사람을 인터넷

이용자로 정의할 수도 있다. 만약 변수가 인터넷 이용자/비이용자와 같이 이진분류가 아니라, 인터넷 이용도와 같은 정도를 나타내는 변수라면 문제가 더욱 복잡해진다. 인터넷 이용도를 연속적 변수(예를 들어 이용시간 등)로 정의할 것이냐 아니면 범주형 변수(예를 들어, 많이 이용하는 사람/중간정도 이용하는 사람/적게 이용하는 사람/비이용자 등)로 정의할 것이냐에 따라 그 단위나 범주급간을 어떻게 정의하느냐에 따라 다양한 조작적 정의가 가능하다. 여기에 절대적인 규칙이 있는 것은 아니다. 국내외 자료를 통해 통상적으로 사용하는 조작적 정의에 따라 규정할 수도 있고, 연구목적에 따라 보다 엄격한 규칙을 적용하거나 보다 완화된 규칙을 적용할 수도 있다. 다만, 추후 보고서에 이에 대한 명확한 조작적 정의에 대한 설명을 포함하면 된다.

변수에 대한 조작적 정의와 함께 변수들 간의 관계에 대한 언명이 필요하다. 다음의 두 가지 연구 과제를 보자

> 인터넷 이용도에 높을수록 미디어 이용매체도 다양할 것이다.
> 인터넷 이용도와 미디어이용매체는 관계가 있을 것이다.

위의 두 가지 예에서 전자가 후자에 비해 보다 명확한 관계를 언급하고 있다. 흔히 전자의 경우는 설명적이거나 예측적인 조사에, 그리고 후자의 경우는 보다 기술적이고 탐색적인 조사에 적합하다. 탐색적으로 특정 실태를 파악하고자 하는 조사의 경우도 구체적이지는 않지만 변수간의 인과적인 관계를 전제할 수 있는 숨은 구조들이 있다. 예를 들어 인구사회학적 변수나 분류변수 등은 흔히 개별 응답항목의 원인이 되는 독립변수로 볼 수 있다. 즉, 인터넷 이용도가 성별로나 연령별로 차이가 있을 것이라고 쉽게 예상할 수 있고, 이런 특성들은 인터넷 이용도라는 종속변수에 영향을 주는 독립변수가 될 수 있다.

자료로서 수집 가능한 변수간의 관계가 만들어지면, 연구목적에 적합한 분석방법을 고려해야 한다. 만약 연구목적이 탐색적인 조사라면, 사회인구적 특성이나 분류변수와 다른 조사항목 간의 교차 집계 표를 산출하고, 필요시 그에 대한 ($\chi 2$ 검증)이나 연관성 분석을 하면 된다. 하지만 보다 정교한 가설검

증이나 복잡한 분석을 필요로 할 경우는 자료처리를 고려하여 질문이나 응답 유형도 분석 목적에 맞게 만들어야 한다. 만약 특정 변수간의 가설검증을 하는 것이라면, 독립변수와 종속변수의 정의 및 관계에 대한 가설을 만들어야 하고, 가설검증 방법도 결정해야 한다. 가설검증 방법에 따라 특히 종속변수의 척도수준이 달라진다. 예를 들어 $\chi 2$ 검증을 한다고 하면, 종속변수의 척도수준은 범주형이어도 관계가 없다. 하지만 Z 검증이나 t 검증, 혹은 분산분석(ANOVA)을 할 경우, 종속변수의 척도수준은 원칙적으로 등간척도 이상이어야 한다. 이는 가설검증 방법에 따라 질문이나 응답의 유형이 달라져야 함을 의미한다.

연구목적에 따라서는 다변량분석(Multivariate Analysis)을 사용해야 하는 경우들이 있다. 다변량분석방법을 사용하더라도 인과적인 관계를 분석하기 위한 것인지 변수군의 구조적인 특성을 분석하기 위한 것인지에 따라 종속변수의 척도수준이나 변수의 구조나 특성이 달라진다. 즉, 비슷한 연구목적이라고 하더라도 분석방법에 따라 조사표의 질문유형이나 응답유형이 달라진다. 간단한 문제인 듯하지만, 조사연구에서 사전에 분석설계를 소홀히 해서 사후에 자료분석을 연구목적에 맞게 제대로 분석하지 못하는 사례가 종종 발생한다.

분석 설계와 관련해서는 기본적으로 통계적인 분석방법에 대한 지식이 선행되어야 한다. 이에 대한 세부적인 언급은 여기서는 생략하도록 하겠다. 이와 관련해서는 통계적인 분석과 관련된 별도의 자료를 참고할 것을 권한다.

(2) 조사방법

체크리스트 3

조사설계를 구체화한다

- 조사대상 및 모집단 정의, 표본추출대장 점검, 표본추출 방법, 유효표본 수 등 결정할 것
- 조사방법을 결정할 것

조사방법은 측정설계의 일부분으로 조사표 설계와 함께 고려해야 하지만, 본 교재 목적상 여기서 언급하도록 하겠다. 연구 모형과 분석 방법이 결정되면, 그에 적합한 자료를 어떻게 수집할 것인지를 구체화해야 한다. 경험적 자

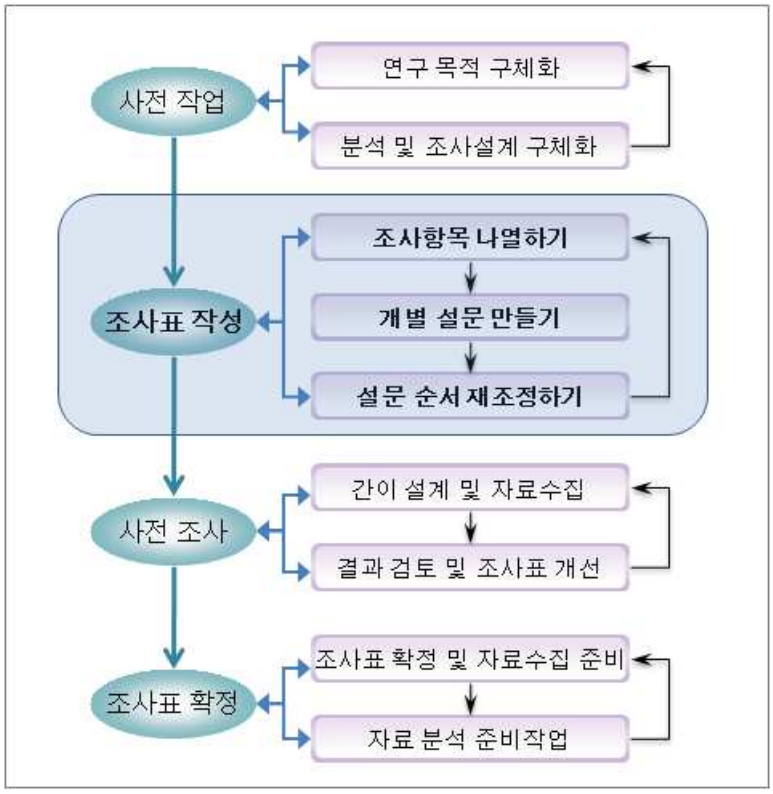
료수집 방법에는 설문조사만 있는 것은 아니다. 실험적 방법도 있고 관찰을 통한 측정방법도 있다. 하지만 여기서는 설문조사를 위주로 언급을 하겠다. 어떻게 자료수집을 할 것인가와 관련해서는 일반적인 조사설계의 틀을 따르면 된다.

조사대상이 누구인지, 조사대상에 따라 모집단을 어떻게 정의할 것인지도 결정해야 한다. 조사대상과 모집단은 서로 혼용하는 개념이지만, 경우에 따라 둘 사이에 미묘한 차이가 있을 수 있다. 예를 들어 전국의 일반 가구를 대상으로 조사를 하는데, 현실적인 이유로 작은 도서지역을 제외하고 조사를 했다고 가정해 보자. 이런 경우 조사대상은 도서지역을 제외한 전국의 일반 가구가 되지만, 표본조사를 통해 추정하게 되는 모집단은 도서지방을 제외했기 때문에 발생할 수 있는 추정의 오차는 감수해야 함에도 불구하고, 전국의 일반 가구로 정의하는 것이 결과의 일반화를 위해서는 보다 적절할 수 있다.

조사대상이나 모집단이 정의되면, 조사방법을 결정해야 한다. 대면면접을 통해 자료를 수집할 것인지, 전화면접을 할 것이지, 아니면 응답자가 스스로 조사표를 보고 기입하는 방법을 사용할 것인지, 아니면 온라인 조사방법을 사용할 것인지를 결정해야 한다. 연구목적에 적합한 조사방법에 따라 조사표 작성의 내용이나 형식도 달라지지만, 조사설계 과정에서 가용할 수 있는 표본추출대장을 결정할 수 있다. 표본추출대장이 결정되면, 표본추출방법, 목표 유효표본 수, 예상 응답률, 조사 시기 등을 연구목적과 현실적인 여건에 맞추어 설계해야 한다.

2. 조사표 작성 단계

사전 준비 작업이 끝나면 본격적으로 조사표를 작성하게 된다. 조사표는 궁극적으로 연구목적에 적합한 자료를 얻기 위한 것이다. 조사표 작성은 일단 연구목적에 부합하는 질문과 응답항목을 만드는 과정이 일차적이지만, 나아가서 예기치 않은 응답 편향의 가능성을 발견하고 그 효과를 최대한 없애서 응답자로부터 정확하고 신뢰할 수 있는 응답을 받아내기 위한 것이다.

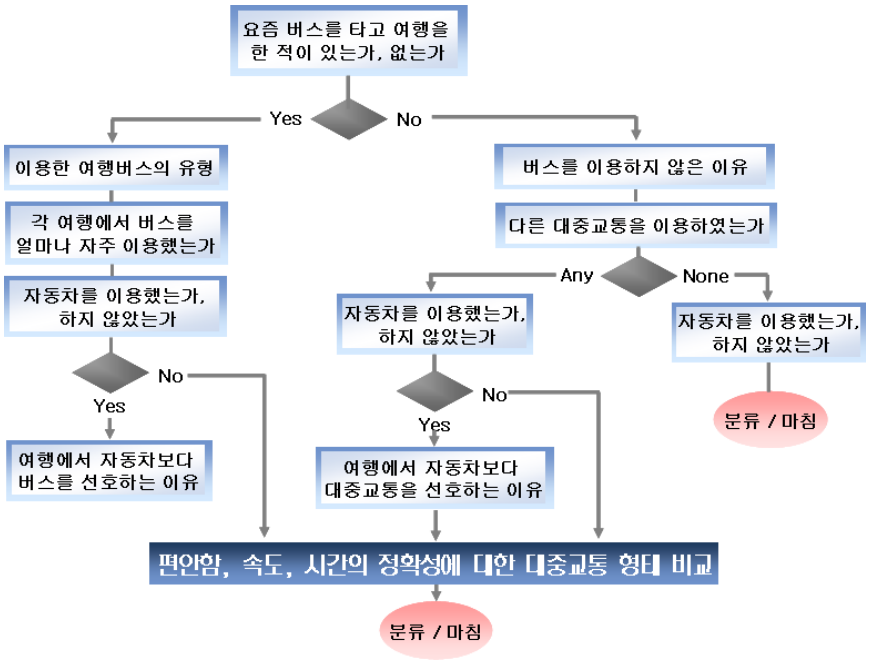


[그림 3-3] 조사표 작성 과정 중 조사표 작성

앞서도 언급했듯이 설문조사는 조사원과 응답자 사이의 커뮤니케이션 과정이다. 이런 커뮤니케이션을 효과적으로 달성하기 위해서는 응답 상황에서 조사표의 흐름에 따라 응답자의 정보처리가 어떻게 이루어지는지를 면밀히 검

토하는 것이 필요하다. 그래서 적절한 시점에서 응답자의 설문내용에 대한 지식이나 태도/신념을 활성화시키고, 활성화된 태도를 정교화 시키는 방향으로 설문을 구성해야 한다.

그런 점에서 조사표를 구성하기 전에 조사표 작성자는 다양한 조세의 내용을 응답자에게 제시하는 순서를 고려해야 한다. 그러기 위해선 조사표 내 질문의 배열에 대한 구조도를 그리는 것이 도움이 될 것이다.



[그림 3-4] 조사표 질문 배열 구조도 예시

사전 작업에서 정리된 연구 모형 및 분석모형에 따라 조사해야 할 조사항목들을 망라적으로 나열한 후, 이들 질문의 순서를 구조화 한다. 그 다음으로 각각의 조사항목 별로 질문과 응답항목을 만들어서 다시 한 번 순서효과의 가능성이나 질문의 흐름에 맞추어 순서를 재조정 한다.

질문을 적절하게 배열하기 위해서는 각 순서별로 면멸하게 계획해서 구성해야 하지만, 최종적인 조사표의 구조와 배열은 조사원이 마치 다른 사람과 세상 이야기하듯 자연스러운 이야기 구조를 갖고 이어지는 것이 가장 이상적이다. 이렇게 완성된 조사표의 레이아웃을 만들어 일차적인 시안을 완성한다.

1) 조사항목 추출

체크리스트 4

조사항목을 선정하고, 나열한다

- 조사항목(변수)들을 나열해 봄
- 측정항목들의 속성을 판단해 봄
- 측정항목이 분석방법에 적합한지 판단해봄
- 측정항목들의 순서를 구조화해 봄

조사표를 만들기 전에 연구목적에 맞추어 조사항목들을 전체적으로 나열을 해 본다. 조사항목들이 질문의 완전한 형태를 갖출 필요는 없다. 키워드나 구의 형태로 어떤 내용의 조사인지를 알 수만 있으면 된다. 비슷한 내용이 중복적이어도 상관없다. 우선은 어떤 내용의 조사를 해야 할 것인지에 관해 망라해서 나열해 본다. 필요하면 응답의 유형이 어떤 척도인지, 혹시 조사대상의 하위집단에게만 선택적으로 질문을 해야 하는지, 질문의 다른 조건은 없는지 등을 간략하게 표기하는 것도 좋다.

일단 조사항목들이 나열되면, 항목들을 비슷한 내용끼리 집단화하는 것이 좋다. 예를 들어 비슷한 하위주제에 관한 질문들을 집단화하던지, 혹은 특정 하위집단을 대상으로 하는 설문을 묶는다든지 하는 등의 묶음을 만들어 보다 상위의 범주로 구분한다.

그런 다음 상위의 범주들을 대상으로 배열을 만들어 본다. 이때는 이들 상위 범주를 토대로 응답자와 이야기를 한다고 가정하고 이야기의 흐름으로 범주들을 배열해 보는 것이 도움이 된다. 실제 조사원이 면접을 통해 응답을 기록하거나 응답자들이 스스로 응답을 기입하는 경우 모두 그 주제에 대해 응답자와 편하게 이야기하듯이 자연스럽게 질문의 흐름이 이어져야 한다. 그래서 깔때기 흐름으로 자연스럽게 일반적인 내용에서 구체적인 내용으로, 그리고 실태나 행태에서 태도로, 가벼운 주제에서 무겁거나 민감한 주제로 흐름을 잡아본다. 다만 질문의 순서나 구조 때문에 다른 설문에 영향을 줄 수 있는 경우 등은 세심하게 검토 해 본다.

2) 개별 설문 및 응답항목 작성

체크리스트 5

개별 질문항목을 작성한다

- 질문별 응답유형의 결정
  (개방형, 폐쇄형, 선택형, 서열형, 척도형, 기타)
- 개별항목들의 질문 작성 및 적합성 검토
- (필요시) 추적조사 질문의 변경여부 결정
- 질문에 적합한 응답항목 작성
- 질문과 응답의 적합성 검토

이 단계에서는 조사표 구조에 따라 본격적으로 질문과 응답항목을 작성해 나간다. 작성을 하기 전에 우선 염두에 두어야 할 점은 접근 방법이다. 대면면접의 경우는 조사원이 질문을 읽어주고 응답자의 응답을 구두로 받아 기입하는 형태이다. 이럴 경우 질문은 특히 구어체로 만들어야 한다.

만약 접근 방법이 전화면접일 경우는 대면면접과 유사하지만, 대면면접과 큰 차이점은 음성만을 이용한 면접이라는 점이다. 대면면접에서는 조사원과 응답자의 면접과정에는 응답자의 이해를 돕기 위해 음성적 커뮤니케이션 이외에 다양한 시각적인 단서들을 사용할 수 있으나, 전화면접에서는 그렇지 못하다. 그렇기 때문에 질문은 보다 간결해야 하고, 응답의 선택 항목은 어느 질문이던지 7개 이상을 넘지 않아야 한다. 물론 조사원이 불러주는 응답항목이 간결해야 함은 말할 것도 없다.

만약 접근 방법이 응답자가 스스로 기입해야 하는 경우라면, 질문의 구성에 특히 신경을 써야 한다. 우선은 응답자가 다른 도움 없이 조사표를 완성해야 하기 때문에, 조사표의 질문만 읽어보더라도 응답자가 별다른 어려움 없이 그 내용을 쉽게 이해할 수 있어야 한다. 또한 질문 내용이 특히 간결해야 하며, 응답항목에 “모르겠다”나 “없음” 같은 선택항목을 포함시킬 것인지는 특히 주의해서 판단해야 한다. 만약 질문자체가 응답자의 인지적 부하를 많이 주는 경우라면 응답자들이 오래 생각하기 귀찮아서 그런 항목에 응답할 가능성이 크기 때문이다. 또한 응답자 스스로 기입하는 경우, 경우에 따라서는 응답하는 과정에서 앞에서 응답한 곳으로 돌아가서 이전에 응답한 내용을 수정할 수도 있다는 점을 염두에 두어야 한다. 다시 말해서, 응답의 순서가 중요하고

앞으로 돌아가서 응답을 수정하지 못해야 하는 경우는 이런 접근방법에는 부적절하다. 물론 앞에서 언급한 것처럼 용인될 수 있는 조사표의 길이가 접근방법에 따라 다를 수 있다는 점도 염두에 두어야 한다. 항상 접근 방법을 염두에 두고 질문을 만들어야 함을 잊어서는 안 된다.

(1) 개별 질문의 작성

질문은 가능한 구어체를 사용하되, 간결하게, 모호하거나 불명확한 점은 없는지, 복잡한 표현을 사용하지는 않았는지, 중의적인 해석이나 연구자의 의도와는 다르게 이해할 가능성은 없는지, 지나치게 추상적인 개념을 사용하지는 않았는지, 지나치게 어렵거나 친숙하지 않은 용어를 사용하지는 않았는지, 질문이 특정한 응답을 유도할 가능성은 없는지, 응답자에게 민감한 주제나 정서가가 높은 단어를 사용하지는 않았는지 등 편향된 응답의 가능성을 염두에 두고 세심하게 검토해 보아야 한다.

질문에 따라서는 미리 사전에 보충 설명을 하거나 도움말이 필요한 경우가 있다. 이런 경우는 질문의 앞 적정한 위치에 지문을 삽입해서 조사원이 보충 설명을 하게 해야 한다. 질문 내에 이런 보충 설명을 넣게 되면, 질문이 복잡해져서 예상치 못한 편향의 가능성이 있다. 그리고 응답결과에 따라 질문 분기를 하는 경우, 해당 질문에서 이점을 조사원이나 응답자가 쉽게 알 수 있도록 분명하게 명시해야 한다. 조사원이나 응답자가 쉽게 범하는 오류 중의 하나는 이런 분기를 하지 않은 경우이다.

또한 하나의 질문에 하위 질문들이 있는 경우들이 있을 수 있다. 복잡한 형태를 갖는 질문의 경우는 질문과 응답부분을 분리해서 조사원이나 응답자가 쉽게 질문을 따라할 수 있도록 해야 한다.

질문항목을 만드는데 과정도 정해진 규칙이 있는 것은 아니다. 다만 많은 문헌에서 언급하는 다음의 일반적인 지침을 염두에 두는 것이 도움이 될 것이다.

(a) 질문의 어감을 중시하라

조사표가 면접 과정에서 면접자와 응답자 사이의 커뮤니케이션을 전제로 한 텍스트라는 점은 중요한 내포적인 의미가 있다. 응답자가 응답할 때, 설문

의 어의적인 내용을 넘어서서 그 설문을 통해 활성화되는 응답자의 세상에 대한 지식이나 신념/태도를 끄집어내는 과정은 정서적 단서에 많이 의존할 수 있다는 점이다. 일상적으로 사람들 사이의 커뮤니케이션 상황에서 정서적인 단서가 이해과정에 60% 이상 영향을 미친다는 연구결과가 있었다. 우리가 이런 연구결과를 받아들인다면, 설문을 통한 면접자와 응답자간의 커뮤니케이션은 의미적 단서를 넘어서서 정서적 단서에 의해서 응답자의 세상에 대한 지식이나 태도를 끄집어내야 된다. 그런 의미에서 설문을 만들 때 가장 중요한 점은 설문 하나 하나가 갖고 있는 전체적인 어감이다. 설문을 구성하면서 초보자들이 자주 실수하는 부분은 동일한 설문에서 긍정과 부정문을 논리적인 관계로 단순히 생각한다는 점이다.

예를 들어, 다음과 같은 두 가지 설문이 있다고 하자.

> "요즘 세상에 돈으로 안 되는 것은 없다"
> "요즘 세상에 돈으로 안 되는 것도 있다"

이 두 설문은 논리적으로는 배타적인 관계에 있다. 하지만 응답결과를 비교해 보면, 결코 논리적인 관계에 따라 결과가 나오지는 않는다고 단언할 수 있다. 이와 관련해서 설문에 포함되는 단어에 강한 정서를 갖는 단어는 불가피한 경우가 아니면 사용하지 않는 것이 좋다. 그것은 설문의 전체적인 의도와는 다른 방식으로 피험자들의 정서적 활성화를 유도할 수 있기 때문이다.

(b) 설문은 평이하고 이해하기 쉬워야한다

고학력/전문직을 상대로 한 특수한 목적의 설문은 예외가 될 수 있지만, 우리나라의 일반 성인을 대상으로 하는 설문은 무엇보다도 중졸수준의 학력이면 이해할 수 있는 평이한 단어와 문장으로 작성되어야 한다는 점은 누구나 인정하는 점일 것이다. 하지만 쉬운 것 같으면서도, 연구자들이 이 점을 간과하는 경우가 많이 생긴다.

(c) 설문 내용은 가능한 구어체 문장을 사용하라

조사표 작성에서 초보자들이 범하기 쉬운 잘못 중의 하나가 문어체로 설문을 작성하는 것이다. 일반적으로 설문은 구어체 문장으로 사용해서, 그대로 읽어주기만 해도 자연스럽게 말하는 것처럼 되게 해야 한다. 특히 개별면접이나 전화조사의 경우에는 이 규칙은 반드시 지켜야 한다. 이 규칙을 지키지 않는 것이 경우에 따라서는 심각한 결과를 초래할 수 있다. 면접상황을 가정해 보자. 만약 문어체로 설문이 구성되어 있으면, 면접자들이 질문을 할 때 이것을 구어체로 바꾸어 질문을 하게 된다. 만약 설문이 앞서 예를 든 "우리나라 정치가들 중에는 ..." 이라고 가정해 보자. 어떤 면접자는 원안대로 "...정치가들 중에는..."으로 했고, 다른 면접자는 어감을 자연스럽게 한다고 "..정치가들 중에도.."라고 질문했다고 가정해 보자. 분석 결과는 뒤섞여서 응답자들의 본래 태도는 뭉개져 버리고 만다. 연구자는 조사과정에 잘못이 있었는지 조차 모를 것이다. 적어도 잘못된 설문을 모든 면접자가 동일하게 했다면, 그 잘못은 나중에라도 밝혀질 수 있다. 하지만 설문을 문어체로 만들어, 면접자들이 제멋대로 바꾸어 가며 질문하게 하면 잘못이 어디에 있는지 조차도 모르게 된다.

(d) 질문은 간결한 단문의 형태를 갖추어야 한다.

질문 내용이 지나치게 설명적이거나, 복잡하면 나중에 결과를 분석하는데도 문제가 될 뿐만 아니라, 응답자에게 정보처리의 부담을 준다. 만약 설명이 필요한 부분이 있으면, 설문 직전에 별도의 지문을 사용해서 설명을 하고, 질문자체는 간단하게 만드는 것이 중요하다.

(e) 질문은 가능한 명시적이고 직접적이어야 한다.

위의 규칙과 유사한 것이지만, 질문은 가능한 명시적이고 직접적이어야 한다. 질문이 복잡하고 추상적이면 연구자가 의도하지 않았음에도 중의적이거나 암시적인 설문이 될 수도 있다. 물론 가치관이나 성격 등과 같이 한 두 가지의 설문으로 그 전체적인 태도를 잡아내기 힘든 경우는 여러 가지의 동질적인 설문들로 구성된 척도를 만들게 되고, 그러다 보면 간접적인 설문내용이 들어가는 경우도 있다. 또한 상당히 민감한 이슈에 대해서는 간접적인 설문이 보다 효과적인 경우도 있기는 하지만, 일반적으로는 설문 하나하나는 그것 자체가 완결적이고 단순 명료한 것이 바람직하다.

(f) 질문 내용은 가능한 구체적이어야 한다.

질문 내용이 가능한 구체적이어야 한다는 점은 재론의 여지가 없을 것이다. 하지만 지나치게 세세하게 설문을 만들다 보면, 설문의 양도 크게 늘어날 뿐 아니라, 응답자들에게 거부감을 불러일으킬 수도 있다. 상식적인 수준에서의 적절한 균형 감각이 요구된다.

(2) 응답 항목의 작성

질문의 형태뿐 아니라 응답 형태를 결정하는 것도 조사표 설계에서 매우 중요한 작업이다. 응답자의 응답형태에 따라 설문결과는 얼마든지 바뀔 수 있다. 1994년 언론기관들[11]이 비슷한 시기에 대통령 지지도에 대한 여론조사 결과를 발표했다. 모 일간지의 경우 지지도를 67%로, 다른 일간지는 44%로 발표했다. 조사 시기는 대략 1개월 정도의 차이였으며, 그 사이에 정국에 큰 변화는 없었다. 두 조사 결과에 이런 큰 차이가 나는 이유는 전자의 경우 응답항목에 '보통이다'를 제외하고 긍정과 부정으로만 응답을 받은 반면, 후자의 경우는 '보통이다'의 응답항목을 포함해서 응답을 받았다. 그리고 두 조사 모두 긍정적인 응답률을 대통령에 대한 지지도로 발표했다. 응답항목에 중립적인 항목을 포함시킬 것인가에 따라 결과는 판이하게 다르게 나타날 수 있다는 점을 유념해야 한다.

응답항목의 유형은 여러 가지로 나뉘어 볼 수 있다. 이에 대해 보다 구체적으로 그 특징들을 살펴보면 다음과 같다.

(a) 개방형과 폐쇄형

응답자가 질문에 대해 응답자 자신의 언어로 자유스럽게 응답하는 경우를 개방형, 미리 응답 선택항목을 주고 응답을 받는 경우를 폐쇄형이라고 한다. 개방형의 경우, 각 설문에 대해 응답자가 자유스럽게 자신의 의견을 개진할 수 있다는 측면에서, 복잡한 내용의 설문 등에 적합하다는 장점이 있다. 또한 연구자가 설문의 주제에 대해 완결적인 응답 범주를 만들지 않더라도 응답자의 자유로운 응답이 가능하므로 탐색형 설문조사에 적합할 수 있다. 하지만

11) 중앙일보와 조선일보

후에 자료를 코딩, 펀칭하는 과정에서 일일이 연구자가 설문 내용을 보고 응답자의 응답내용을 범주화시켜야 하는 번거로움이 있다.

반면에 폐쇄형은 측정치의 신뢰도가 높고, 쉽게 부호화할 수 있다는 측면에서 장점을 갖고 있다. 그래서 보다 구조화된 설문일수록 개방형보다는 폐쇄형의 설문을 주로 이용한다. 하지만 응답항목간의 범주수준이 균일하지 못하거나 완결적이지 못할 때, 결과의 신뢰도나 타당도 문제가 발생할 가능성이 높다.

(b) 자료의 척도

응답 자료는 부호화된 숫자로 자료 처리된다. 개별 응답항목에 대응되는 숫자가 내포하는 의미에 따라 명명척도(Nominal Scale), 서열척도(Ordinal Scale), 등간척도(Interval Scale), 비율척도(Ratio Scale)로 구분한다.

명명척도는 응답번호가 특정 응답항목을 대신하는 명명자의 기능만을 하며, 그 숫자가 갖는 본래의 의미가 없는 경우이다. 예를 들어 응답자의 성이 '남자'이면 '1', '여자'이면 '2'로 부호화했다고 할 때, 2가 1보다 크다거나 2가 1의 두 배라는 의미는 전혀 내포하고 있지 않다. 이때 1과 2는 그냥 남자 혹은 여자를 명명하는 명명자의 의미만을 내포한다. 명명척도의 경우는 자료처리과정에서 응답항목에 대한 응답 비율이상의 통계적인 분석은 가능하지 않다.

서열척도는 숫자의 크기에 따라 서열정보를 내포하는 경우이다. 예를 들어 응답자'의 생활수준이 '상위 계층'이라고 생각하면 '1', '중간 계층'이면 '2', '하위 계층이면 '3'으로 부호화 한다고 할 때, 숫자가 작을수록 생활수준이 높다는 정보를 내포하고 있다. 명명척도에 비해서는 보다 많은 정보를 내포하고 있는 경우이다. 이런 경우는 명명척도에 사용할 수 있는 통계적 분석 이외에 비모수 통계기법을 사용할 수 있고, 대표 값으로 중앙값(Median)을 사용해서 분석할 수 있다.

등간척도는 서열척도보다 많은 정보를 담고 있다. 예를 들어 특정한 행정서비스에 대한 만족도를 '매우 만족'이면 '5', '약간 만족'이면 '4', '중간'이면 '3', '약간 불만'이면 '2', '매우 불만'이면 1로 부호화한다고 할 때, 숫자가 클수록 만족도가 높다는 정보이외에 5점과 4점의 차이는 2점과 1점의 차이와 동일하다고 가정한다. 물론 주관적인 평가점수의 간격이 완전히 동일하다는

보장은 없으나 사회과학에서 사용하는 모든 척도는 이런 동일간격을 가정한다. 이는 중요한 의미를 내포하는데, 부호화된 숫자 간에 수학연산이 가능하다는 점이다. 통계적인 분석에서 대표 값으로 산술평균(Mean)과 2차 대표 값인 분산(Variance)을 사용해서 거의 모든 복잡한 통계적인 검증과 분석이 가능하다.

마지막으로는 비율척도인데, 엄격하게 절대 영(Zero)을 갖고 있는 척도이다. 이런 척도는 물리적 측정치에서도 절대온도, 거리, 무게, 시간 등과 같이 소수의 척도만이 엄격한 비율척도의 범주에 속한다. 이는 특정한 수의 비율연산이 가능하다는 의미를 내포한다. 물론 사회과학에서 사용하는 측정치 중 나이, 거주연한 등은 비율척도의 의미를 갖고 있기는 하지만, 비율 척도의 고유한 의미를 살려서 분석하기 보다는 등간척도로 분석하는 것이 일반적이다.

(c) 범주형 응답의 특징(명명 및 서열척도)

응답항목을 결정하는 데는 분석 방법을 염두에 두고 어떤 척도를 사용할 것인지를 고려해야 한다. 단지 명명척도[12]면 되는지, 서열정보가 필요한지, 아니면 등간척도 이상이 되어야 하는지를 판단해서 질문과 응답을 결정해야 한다.

만약 응답항목이 선택지 중에 선택하는 것이라면 응답항목들을 충분히 모든 응답가능성을 염두에 두고 완결적으로 만들어야 하며, 각각의 응답항목이 중복적인 요소가 없이 배타적으로 만들어야 한다. 또한 각각의 응답항목들이 개념적인 범주수준에서 비슷한 범주수준의 항목들이어야 한다. 만약 응답항목 간의 범주나 범주 수준이 다를 경우 나중에 조사결과를 해석하는 과정에서 낭패를 보기 십상이다.

비슷하게 태도유보 항목(모르겠다, 무응답) 체크 항목을 넣을 것인지를 결정해야 한다. 또한 응답항목 중에서 선택하는 경우, 응답항목의 제시순서가 응답에 영향을 주게 된다. 이런 편향은 응답자가 스스로 기입하는 경우는 심각하지 않다. 대면면접의 경우도 응답항목을 보기카드로 제시해서 그런 편향

12) 명명척도는 대상의 구분이나 확인만을 위한 존재유무만을 나타내는 척도임, 서열척도는 속서의 대소 관계를 나타내는 척도이다. 속성의 크기순서로 대상마다 순위점수로 구분하는 것이기 때문에 숫자의 차이가 양적 차이정도를 반영하지 않음. 등간척도는 숫자의 차이가 속성의 양적 차이를 반영하는 척도로 척도의 간격이 일정하며 양적차이를 숫자의 차이로 나타내는 척도임.

을 감소시킬 수 있으나, 전화면접의 경우는 우선은 응답항목을 줄이는 수밖에 없거나 체계적인 방식으로 조사원들이 응답항목을 순서를 섞어가며 읽어주는 방법을 사용한다.

응답이 서열형일 경우는 특수한 경우를 제외하고는 많이 사용하지 않는다. 응답이 서열 형일 경우, 특히 자료를 분석하는 과정에서 서열적 정보를 충분히 활용하지 못하는 경우가 많다. 이 점을 염두에 두고, 서열적 정보를 어떻게 분석할 것인가를 고려해 볼 것을 권한다.

(d) 척도형 응답의 특징(등간 및 비율척도)

척도형은 특정한 차원이나 특성에 대해 정량적인 응답을 받는다는 점에서, 그리고 추후에 다양한 분석기법을 활용할 수 있다는 측면에서 매우 유용하다. 하지만 척도형의 경우 고려 사항이 보다 다양하다. 흔히 영어권에서는 7점 척도를 많이 이용하나, 국내에서는 5점 척도나 11점 척도를 많이 이용하는 편이다. 국내에서도 요즘에는 7점 척도를 이용하는 경우들이 많아졌다. 일반적으로 척도형은 중간지점을 포함하는 점수체계를 쓰는 것이 일반적이다.

최근 국내 언론에서는 중간점이 없는 짝수의 4점 척도를 쓰기도 한다.

최근에 국내 언론에서 발표되는 여론 조사는 4점 척도를 많이 사용하는 경향이 있다. 4점 척도를 사용하는 이유는 찬반의 태도를 분명히 하기 위해서다. 흔히 대통령의 국정운영 만족도를 측정하는데, 4점 척도 상 긍정적인 2개의 비율을 합해 만족도 비율로 표기한다.

척도를 어느 정도나 세분화하는 것이 좋은지에 대해서는 연구목적이나 질문에 대한 응답자의 사전지식이나 태도와 관련이 있다. 즉, 응답자가 해당 질문에 대해 사전 지식이 풍부하거나 태도가 분명한 경우는 보다 세분화된 척도를 사용하더라도 안정성 있는 응답을 받을 수 있다. 하지만 그렇지 못할 경우 응답자들의 응답이 신뢰도가 낮아 오히려 자료를 불안정하게 만든다. 마찬가지로 연구자의 목적이나 분석모형에 비추어 응답을 세분화해야 할 경우 보다 세분화된 척도를 사용하고자 한다.

이런 연구자의 필요성과 응답자의 응답 신뢰도가 부합되는 것이 바람직하지만 그렇지 못할 경우 보조적인 수단을 쓰기도 한다. 즉, 척도의 정도를 모든 응답자에게 표준적인 정도로 받아들이게 하기 위해서 정도를 나타내는 부

사 등과 같은 보조적인 단서를 제시하기도 한다. 어떤 방법이 가장 바람직한지는 조사내용이나 조사목적, 응답자 요인 등을 고려해서 결정해야 한다.

(e) 척도형의 변형

앞서 언급했듯이, 척도형은 등간척도를 가정한다. 하지만 척도 값이 주관적 평가질의 등간성을 보장하지는 않는다. 다만 그렇게 가정할 뿐이다. 그래서 그런 등간성을 맞추기 위해 보완적인 방법들을 많이 사용한다. 이는 응답자 내의 평가질의 등간성보다는 응답자간 평가의 표준 준거를 제시함으로써 응답의 신뢰도를 높이기 위한 방안으로 많이 사용한다.

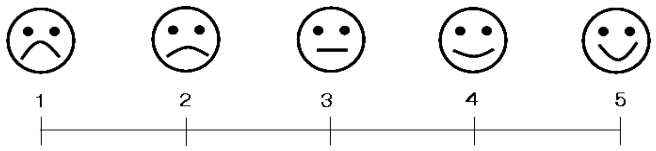
일반적으로 사용하는 방법 중의 하나는 척도형을 사용할 때, '매우', '거의', '전혀', '~인편', '약간' 등의 정도를 나타내는 부사를 보조적으로 제시하는 방법이 있는데, 응답의 신뢰도를 높이기 위해서는 권고할 만하다.

매우 만족한다	약간 만족한다	보통이다	약간 불만이다	매우 불만이다
5	4	3	2	1

매우 만족한다	만족한다	약간 만족한다	보통이다	약간 불만이다	불만이다	매우 불만이다
7	6	5	4	3	2	1

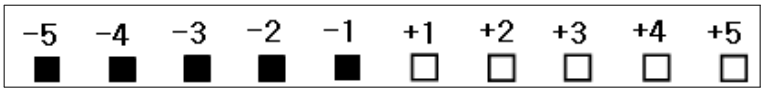
[그림 3-5] 부사를 보조적으로 제시한 척도 예시

다른 방법은 상징을 사용하는 방법이다. 대표적인 것이 스마일 척도인데, 이는 사람 표정을 긍정/ 부정 및 그 정도를 표시하는 것으로 조사표를 보다 부드럽게 하고 응답자들에게 다소간의 흥미를 유발시키게 하는 효과가 있어, 시장조사 분야에서 자주 사용한다.



[그림 3-6] 스마일 척도 예시

또 다른 방법은 스타펠 척도(Stapel Scale)라는 것인데, 유럽에서 많이 사용하는 척도이다. 이 척도의 특징은 중간 값이 없다는 점이다. 이 척도는 우선 응답자가 긍정과 부정, 찬반의 태도를 먼저 결정하고, 그 다음 그 정도를 5점 척도로 다시 판단하는 이중의 평가를 하게 만든다. 특히 어떤 이슈에 대한 찬반이나 긍정/부정을 평가하는데 매우 유용한 방식이지만, 국내에서는 별로 사용하지 않는다.



[그림 3-7] 스타펠 척도 예시

척도 평가의 또 다른 형태는 전통적인 정신물리학(Psychophysics)에서 가져온 방법들이 있다. 대표적인 것이 쌍비교법(Paired Comparison)과 정량 배분법(Constant Sum)이다. 우선 쌍비교법은 일반적으로 여러 대상에 대한 선호도 비교 척도로 많이 사용하는데, 비교해야 하는 대상들을 2개씩 제시하고 어느 쪽을 더 선호하는지를 판단하게 하는 방법이다. 이 방법은 여러 대상간의 선호도를 비교하는데 매우 우수하다. 비교해야 하는 대상의 수가 많아질수록 비교 개수가 조합의 수만큼 늘어나기 때문에, 응답자가 매우 지루해할 수 있다. 또한 비교 대상간의 상대적인 선호도 매트릭스가 산출되므로 선호도 비교에는 우수하나, 개별 대상에 대한 척도 값을 그 자체로 산출되지 않기 때문에 불편한 점이 있다. 하지만 비교대상간의 선호도 매트릭스를 토대로 써스톤의 V 변환(Thurstone's V Case) Guilford, J. P. (1954). Psychometric Methods, MacGraw-Hill Publishing, New Delhi. pp154-177 참조 알고리즘을 사용하면 각 대상의 절대적인 선호도에 대한 표준점수를 산출할 수 있다.

정량 배분법은 그 특성범주의 하위항목 비중도 각각의 차원의 중요도 비중의 합이 100이 되게 배분하는 방법이다. 특히 만족도에서 구성 요소나 차원의 중요도에 대한 가중치를 구하는 경우 등에 많이 사용된다. 이 척도는 조사방법에서 일반적으로 사용하는 척도 중에 유일하게 비율척도를 전제로 하는 척도이다. 예를 들어, 인터넷의 주요 사용비중을 알아 보기위해 정량 배분법을 사용해서 응답자 스스로 그 비중을 배정하는 경우의 응답지는 다음과 같

다.

인터넷 사용기능	비중
정보 검색	%
구매/예약	%
이메일/메신저	%
기타	%
합	00%

[그림 3-8] 정량배분법 예시

(f) 척도별 장단점 비교

조사표에서 어떤 척도를 사용하는 것이 적합한지는 조사목적, 질문의 내용, 응답자 요인 등에 따라 다양하다. 다만 일반적으로 척도들이 갖고 있는 특장점을 숙지하고 있으면 상황에 맞추어 적절하게 적용해 볼 수 있다.

우선 2점 척도인데, 이는 응답자의 태도를 그렇다/아니다, 찬성/반대로 분명하게 구분할 수 있고 응답자들이 응답하기 용이하다는 장점이 있어 언론기사용 여론조사나 정책결정용 여론조사에 많이 사용된다. 하지만 응답자의 태도를 지나치게 단순화시킨다는 단점이 있다.

4점 척도는 2점 척도의 한계를 보완한 것이다. 이 경우 중간점이 없기 때문에 2점 척도의 연장으로 볼 수 있지만, 찬/반의 정도를 거칠게나마 표현할 수 있기 때문에, 언론 기사용으로 국내에서 널리 사용한다.

스타펠 척도는 2점 척도에서 찬/반의 강도를 더욱 세분화하였기 때문에, 찬반의 의견으로 묶어서도 사용할 수 있고, 그 정도를 그대로 살려 연속적인 등간 척도로도 사용할 수 있다는 장점이 있다. 다만 중간점이 없기 때문에 등간 척도로 사용하기 위해서는 +5→+4.5, +4→+3.5, +3→+2.5,... -4→.-3.5, -5→-4.5 등으로 척도 값을 변환해서 사용한다.

반면에 중간점을 포함한 3점 척도는 특별한 경우가 아니면 거의 사용하지 않고, 5점, 7점, 11점 척도를 일반적으로 많이 사용한다. 5점 척도는 4점 척도에 중간점을 추가한 것으로 일반적인 척도로 널리 사용한다. 하지만 평가대상의 강도나 점수가 매우 민감한 경우나 비교하는 대상 간에 미묘한 차이를

검증하는 경우 다소 단순한 면이 있다. 그래서 좀 더 세분화한 척도가 7점 척도인데, 국내에서는 만족도 평가조사에서 널리 이용하고 있다.

7점 척도를 좀 더 세분화한 척도가 11점 척도이다. 11점 척도는 0~10점까지의 점수를 주는데 중간점이 5가 되게 한 척도로, 우리가 일반적으로 사용하는 10진법과 일치하므로 응답자들이 편하게 응답하면서도 민감한 차이를 변별할 수 있다는 장점이 있다. 하지만 실제적으로는 3점 이하의 점수는 거의 나오지 않고 4~9점 사이에 대부분의 응답이 몰려 다른 척도에 비해서 긍정방향의 편향이 더 크게 나타난다는 단점이 있다.

기타 쌍비교법은 대상간의 선호도나 특정 속성의 변별에, 그리고 정량 배분법은 특정 대상의 구성속성의 비중을 측정하는데 유용하기는 하지만, 쌍비교법의 경우 비교대상이 많아지면 곤란하고, 정량 배분 법은 응답자들이 상당히 힘들어하는 측정방법이라는 단점이 있다.

3) 조사표 구조화

체크리스트 6

조사표 구조 만들기

- 질문 순서 정해서 배열하기
- 복합질문/동일 주제 질문들의 지문 만들기
- 질문의 순서효과 가능성 검토하기
- (필요시) 질문의 분기 정확히 표기
- 조사원의 행동지침 작성 및 삽입
- 응답협조 안내문 작성
- 조사표 교정 및 논리적 흐름 검토
- 조사표의 편집(지각적 가독성, 미적 요소의 고려)

(1) 질문의 흐름 구조화하기

모든 질문이 작성되면, 조사표 질문의 순서를 다시 검토해 보는 것이 중요하다. 이렇게 다시 검토해 보면 거의 대부분 질문의 순서나 어감을 조정해야 할 부분이 나타나게 된다. 특히 흐름이 자연스럽지 않거나, 순서효과를 야기할 가능성이 있는 부분이 없는지를 세밀하게 검토해 보아야 한다.

(a) 깔때기(funnel) 흐름에 따라 질문을 배열하라

질문의 배열은 다른 조건이 동일하다면, 가능한 한 일반적인 내용에서 구체적인 내용의 순으로 구성되는 것이 바람직하다. 즉, 응답자들이 처음 설문에 응답할 때는 보다 쉽고 일반적인 것에서 점차 정교하고 구체적인 방향의 순으로 구성해야 한다. 왜냐하면 무엇보다도 응답자들이 조사표와 관련된 개괄적이고 일반적인 지식을 먼저 활성화시키고 점차 구체화시켜 나가는 것이 자연스러운 흐름이기 때문이다. 더욱이 특수한 내용의 질문을 먼저 하게 되면, 응답자들이 조사 연구자가 관심을 갖는 주제를 알아차리게 되고, 경우에 따라서는 후반부 질문에 편향된 응답결과를 초래할 수도 있기 때문이다.

물론 연구목적에 따라서는 반대의 경우도 있을 수는 있다. 예를 들어, 특정 기관의 업무수행 만족도를 알아보기 위한 설문조사를 한다고 해보자. 이 때 전반적인 만족도를 먼저 질문한 후 각 차원이나 세부 항목별 업무수행 만족도를 질문한 경우와 각 차원이나 세부 항목별 업무수행 만족도를 질문한 후 전반적인 만족도를 질문한 경우를 비교해 보면, 전체 만족도에 차이를 보일 수 있다. 응답자들이 응답하는 과정을 추론해 보자. 전자의 경우는 사람들이 해당 기관의 제반 업무수행에 대해 하나하나 판단을 해 본 후에 전반적인 직무수행을 평가하는 것이 아니라, 그 기관에 대한 전반적인 이미지나 선호도를 중심으로 판단할 가능성이 높다. 반면에 후자의 경우는 개괄적이나마 각 분야별 평가가 선행하기 때문에 보다 구체적인 업무수행에 대한 만족도를 평가할 가능성이 높다. 만약 연구목적이 특정 기관의 이미지 비교를 목적으로 한다면 전자의 경우가 적합하다. 반면에 항목별 업무수행 평가를 토대로 개선 방향을 모색하기 위한 것이라면 후자가 보다 적합할 수 있다. 설문조사는 분명히 객관적인 자료를 수집하는 과정이기는 하지만, 설문에 응답하는 응답자들은 보통 충분히 준비가 되지 않은 상태에서 응답을 하기 때문에 설문주제에 구체적인 지식을 활성화시켜 놓고 있지 못하다. 연구자는 때때로 이와 같은 응답자의 정보처리 특성을 적절하게 이용하는 것이 필요하다.

둘째는 사실적인 실태나 행동을 묻는 질문에서 이미지 평가나 태도를 묻는 질문의 순으로 진행하는 것이 바람직하다. 일반적으로 응답자들이 자신의 과거 행동은 기억 속에서 활성화하기만 하면 되지만, 이미지 평가나 태도는 과거의 경험을 바탕으로 응답 시점에서 새롭게 판단해야 하는 경우들이 많다.

따라서 응답자에게 보다 많은 부담을 주게 된다. 응답자의 기억에서 과거 경험이나 행동을 먼저 활성화 시킨 다음, 점차 관련 지식을 많이 활성화시키면 그 상황이나 대상에 대한 정교한 태도나 평가도 자연스럽게 이어질 수 있다. 또한 만약 태도나 평가를 먼저 질문하게 되면, 경우에 따라 응답자들이 관련 정보를 충분히 활성화시키지 못해서 그들의 행동과 상반되는 평가반응을 보일 수도 있다.

(b) 민감한 내용의 질문은 뒤에 하라

면접에 만약 민감한 주제가 있다면, 면접 시작부터 묻는 것은 좋지 않다. 면접을 시작하기 전에 조사원은 응답자와 우호적인 관계를 맺어야 하며, 응답자가 조사 및 조사원에 대한 신뢰감이 형성되어야 민감한 설문에 대해서도 자발적으로 응답해 줄 수 있다. 그런 점에서 비가치적이고 중립적인 설문에서 사회규범이나 가치지향적인 설문의 순으로 진행하는 것이 응답자들의 응답을 자연스럽게 받아내기 용이하다.

경우에 따라서 이런 규칙은 앞의 규칙과 상반되는 경우가 발생하기도 한다. 예를 들어 혼전 성경험 실태라든가, 청소년 흡연실태 등 사회통념상 민감한 사안의 경우는 오히려 추상적이고 간접적인 태도 설문을 먼저 질문하고 나서 응답자의 실제 경험을 질문하는 것이 응답자의 거부감을 줄일 수 있는 방법이 되기도 한다. 어떤 규칙에 따르느냐 하는 점은 어떤 정보가 중요하냐와 주제가 응답자의 거부감을 얼마나 야기하는가 등 다각적인 면을 고려해서 판단해야 할 것이다.

민감한 주제에 대한 질문을 가능하면 조사표 뒷부분에 배치시키면 좋은 또 다른 이유는 민감한 주제에 대한 질문이 시작되면 응답자들이 응답을 거부할 수도 있기 때문이다. 설사 그런 경우가 발생하더라도 민감한 질문이 뒤에 있으면 그 이전의 응답은 자료로 사용할 수도 있다는 점도 있다.

(c) 도입부 질문을 반드시 사용하라

특별한 경우가 아니라면, 조사원은 응답자에게 초면인 경우가 대부분이다. 초면인 사람이 어떤 질문을 할 때, 자기 속내를 그대로 드러내기보다는 일말의 경계심을 갖고 있기 마련이다. 그래서 설문에 대해 피상적으로 응답하거나, 거짓응답을 하려는 경향이 있다. 그동안 조사기관에서 선거 때 설문조사

를 기초로 한 예측이 오차가 있게 되는 주요 원인 중의 하나는 이런 응답자의 경계심에서 나온 거짓 응답 때문인 것으로 추정하고 있다.

그런 측면에서 도입부 설문을 반드시 삽입해야 한다. 도입부 설문은 설사 나중에 분석을 하지 않고 폐기하는 한이 있더라도, 두 가지 기능을 갖고 있다. 하나는 응답자가 일반적인 설문응답을 통해 설문의 의도와 방식에 대해 이해하게 되고 조사원과 몇 마디 대화를 나누면서 친밀감을 형성하게 만드는 단초 역할을 한다. 두 번째로 아주 일반적인 몇 개의 설문을 통해 설문의 주제와 관련된 지식을 활성화시키는 계기가 되고, 이를 통해 이어지는 설문에 보다 편하게 응답을 할 수 있는 마음가짐을 갖게 된다.

(d) 자료 분류용 질문은 가능하면 조사표의 끝에 배치시켜라

자료 분류용 질문은 개인을 대상으로 조사하는 경우 성, 연령 등뿐 아니라 교육 수준, 소득수준 등과 같은 민감한 정보를 포함하는 경우가 일반적이다. 사업체 대상 조사에서도 회사 규모나 매출액 등과 같은 민감한 정보를 포함한다. 그런 점에서 자료 분류용 질문은 조사표의 앞에 배치시키는 것은 적절하지 않다.

마찬가지로 자료 분류용 질문을 중간에 배치시킬 경우, 질문의 흐름을 막는 경우들이 발생하므로, 불가피한 경우가 아니라면 자료 분류용 질문은 가능한 조사표 맨 뒤에 배치시키는 것이 일반적이다.

(e) 필요시 편향적 응답성향을 측정할 수 있는 질문을 삽입해라

일반적으로 사회의 통념적 가치를 묻는 질문에는 통념적 사회규범에 입각해서 응답을 하려는 경향, 이른 바 사회적 바람직성(Social Desirability)에 의한 응답이 나올 수도 있다. 예를 들어 성 경험 실태에 대한 설문이라든지, 청소년을 대상으로 흡연 실태에 대한 설문은 많은 경우, 실제보다 경험률이 과소평가될 가능성이 매우 높게 된다.

이럴 경우 이런 사회적 편향성이 높은 사람을 가려내는 척도를 삽입하여 나중에 자료에서 삭제하는 방법을 사용하는 것이 바람직하다. 특히 사회적 통념에 따라 응답할 가능성이 매우 높은 질문일수록 가능한 이런 척도를 사용해서, 추후에 그런 성향이 높은 응답자는 추려내서 분석에서 제외시키는 것이 필요하다.

(f) Blind 기법을 적절하게 사용하라

응답자가 조사원의 의도나 입장을 파악해서 거기에 부응하려는 의도로 과잉반응을 할 수도 있다. 예를 들어 구청의 대민 서비스에 대한 구민들의 태도를 알아보기 위해, 통반장들에게 설문조사를 시켰다고 하면 응답자들은 통반장 얼굴을 봐서, 보다 구청에 유리한 쪽의 대답을 해주게 된다. 일반 시장조사에서도 마찬가지다. 특정 회사 홍보직원이 그 회사의 유니폼을 입고 나와 설문조사를 한다면, 응답자들은 그 회사에 대해 보다 긍정적으로 평가해 주려는 경향이 있게 된다. 따라서 이런 점을 줄이기 위해서는 응답자들에게 설문조사의 의도나 목적을 구체적으로 알려주지 않는 Blind 기법을 사용한다.

예를 들어 일반적으로 조사의 도입부 지문에서 연구목적이나 조사 의뢰자 등에 대해 상세하게 응답자에게 설명하면서 설문협조를 부탁하게 된다. 이 때 지나치게 세세하게 연구목적에 대해 알려주지 않아도 되는 경우들이 많다. 특히 조사 의뢰자와 관련된 태도를 묻는 설문이 있는 경우, 조사 의뢰자가 누구인지를 알려주는 것은 금물이다. 경우에 따라서는 조사원에게도 연구목적이나 의도를 분명하게 알려주지 않는 Double Blind 기법을 심리학에서는 자주 사용한다.

(g) 조사표의 길이는 적당해야 한다

적당한 설문의 길이는 명확하게 규정하기는 힘들지만, 일반적인 경험치가 있다. 일대일 개별 면접의 경우, 대략 30분 전후, 전화면접의 경우 5-10분, 자기기입식 설문의 경우 15분 전후가 적당한 길이라는 것이다. 하지만 응답자가 여러 가지 이유로 협조적이고, 설문응답에 협조적이라면 이보다 설문의 길이를 좀 더 늘려도 응답을 받는 것이 가능하다.

연구목적에 따라서는 설문에 응답하는데 걸리는 시간이 한 시간 이상인 경우들도 있다. 이때는 그만한 시간을 할애할 수 있도록 응답자에게 무언가 혜택이나 충분한 사전 양해가 필요하다. 간단한 요령이 있다. 응답자에게는 대략 설문에 응답하는데 걸리는 시간에 대한 정보를 미리 주는 것이 좋으며, 가능하면 시간을 늘려서 말해주는 것이 좋다. 만약 20분 정도 걸리는 설문을 10분 안에 끝난다고 미리 정보를 줄 경우, 많은 응답자들이 자신의 예상시간 10분이 넘어가면 매우 지루해 하며, 대부분 설문에 불성실하게 응답하게 된

다.

앞서 언급한 질문의 흐름들을 구조도나 순서에 따라 배열해서 기록해 놓는다. 그리고 예상되는 조사표의 길이를 추정해 본다. 특히 조사방법에 따라 조사표의 길이가 달라지는데, 국내에선 전화조사의 경우 5분 내외로 대략 10문항 전후, 응답자가 직접 기입하는 경우는 20분 내외로 40문항 내외, 그리고 개별 면접조사는 최대 30분 이내로 60문항 내외 정도면 적당하다. 물론 문항의 구조나 난이도, 응답자의 특성에 따라 크게 달라지지만, 지나치게 조사표가 길어질 것 같으면, 일부 내용들을 삭제하거나 축소하는 방안을 고려 보아야 하다. 응답자들이 일단 설문에 참여하면 가능한 응답에 협조해 주려는 태도를 견지하지만, 응답시간이 지나치게 길어지면 응답자들이 성의 있게 응답하려는 태도는 현격하게 떨어지게 된다는 점을 염두에 두어야 할 것이다.

(2) 조사표 편집하기

질문순서에 대한 재검토가 끝나면, 조사표의 앞에 조사원을 소개하며 조사협조를 요청하는 인사말과 조사원의 기록 사항, 그리고 면접수행 기록과 조사표 검토 및 검증 등과 관련된 기록 란을 적절한 위치에 배치시킨다.

조사표의 시안이 만들어지면, 조사표의 형식적인 구조를 편집해야 한다. 조사표에서 흔히 간과하기 쉬운 것이 조사표의 물리적 편집이다. 설사 신경을 쓰더라도 미적인 요소에 치중하고 만다. 하지만 조사표의 물리적 편집요소에서 미적인 요소만을 고려하다 보면 조사과정에 중요한 오류의 원천이 될 수 있다. 물론 조사표 편집디자인의 미학적 요소도 중요하지만, 우선적으로 고려해야 할 점은 조사원이나 응답자가 지각적 실수를 하지 않도록 배려하는 것이다.

조사표의 내용에 대한 충분한 검토가 이루어졌다면, 조사표의 흐름은 충분히 논리적이고 자연스러우며, 충분한 정보를 담고 있을 것이다. 하지만 이것만으로는 부족하다. 조사원은 조사표를 가지고 응답자와 면접을 진행한다. 조사원이 조사내용에 대한 충분한 교육을 받았고 조사내용에 대해 숙지하고 있다고 하더라도, 면접 상황에서 조사원은 응답자와 친밀감을 형성시키면서, 질문을 하고 응답자가 질문을 제대로 이해했는지, 응답을 제대로 하는지를 판단하면서 그 내용을 기록하고 다음 질문을 어떻게 할까를 동시에 생각하면서 면접을 진행한다. 면접 상황은 조사원에게 상당한 인지적 부담을 준다. 충분

히 숙지한 조사표라도 순간적으로 지각적인 오류를 범할 수 있다.

그런 점에서 조사표는 우선적으로 조사원의 입장에서 가독성과 자연스러운 흐름, 그리고 조사원이 조사표만 있으면 표준적인 절차로 면접을 진행할 수 있는 행동지침까지를 포함하고 있어야 한다.

또한 조사표의 적절한 지점에 조사원 지시사항을 다른 글자체로 별도로 기록해 놓아야 한다. 예를 들어, [조사원 : 보기제시], [조사원: 응답항목 무작위로 돌아가며 읽어줄 것], [조사원: "모르겠다" 항목은 읽어주지 말 것] 등과 같은 것이다. 그래서 조사원은 조사표의 내용만 쫓아가면 면접을 완결적으로 진행할 수 있게 행동지침서의 기능도 조사표에 담아야 한다.

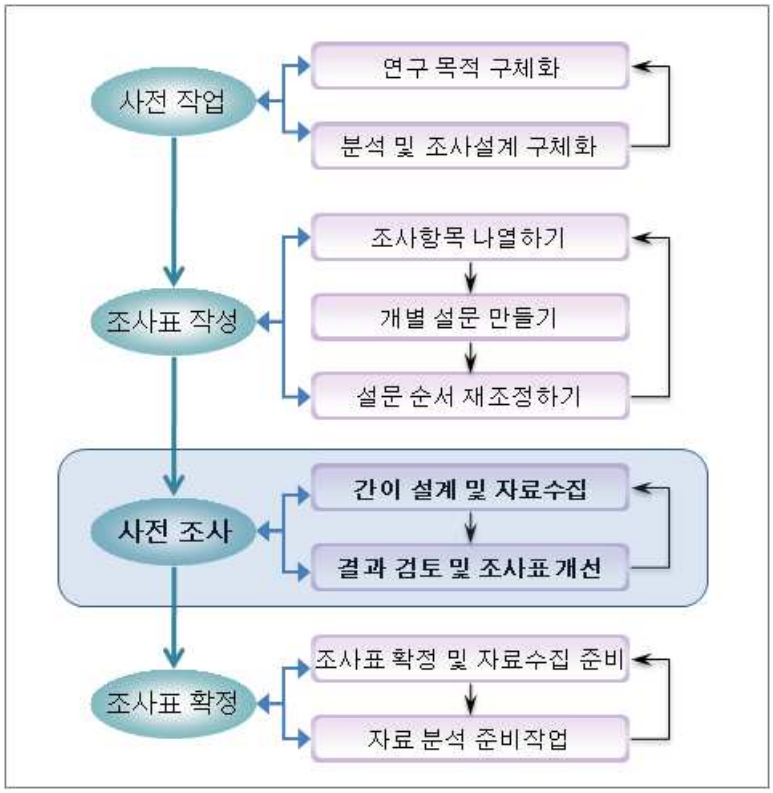
그럴 경우, 조사표 중 응답자에게 질문하는 부분과 응답을 기록하는 부분, 그리고 조사원의 행동지침에 해당하는 부분이 쉽게 구분될 수 있도록 해야 하며, 조사원이 응답자와 대화하다 다음 단계로 진행할 때 위치를 쉽게 찾을 수 있고 그 내용을 쉽게 읽어볼 수 있도록 가독성을 강화시켜야 할 것이다. 또한 개방형 응답(자유응답)응답의 경우 응답자의 응답을 기록할 수 있는 충분한 기록공간을 확보해야 하는 등 사소한 듯 보이지만 중요한 고려 요소들이 많이 있다.

응답자가 스스로 기록하는 조사표의 경우도 마찬가지로 가독능력이 떨어지는 응답자를 고려해서 활자의 크기를 늘릴 필요가 있고, 또한 가독성을 강화하고 응답과정이 자연스러운 흐름으로 이어질 수 있도록 만드는 것이 필요하다.

3. 확정 및 사후 단계

1) 사전조사와 예비조사

조사표가 만들어지면, 사전조사를 반드시 하는 것이 바람직하다. 사전조사를 실시하는 이유는 무엇보다도 조사표를 실제 조사에 운용해 보면서 조사표의 개선할 사항을 찾아내기 위해 사용된다.



[그림 3-9] 조사표 작성 과정 중 사전조사

사전조사는 조사표 설계에서 중요한 절차 중의 하나이다. 아무리 세심하게 검토하고 만든 조사표라고 하더라도, 개별 질문의 어감이나 응답항목들은 조사표 작성자의 생각을 반영한 것이다. 흔히 범하기 쉬운 잘못 중의 하나는 질문을 구어체가 아닌 문어체로 만드는 것이다. 이는 조사원에게 질문을 그대로

읽어주고 응답을 받게 하는 표준적인 자료수집 절차를 조사원이 스스로 무시하도록 하는 것이며, 경우에 따라서는 심각한 문제를 초래하기도 한다.

많은 응답항목의 경우 실제 조사과정에서 미처 고려하지 못한 항목들이 나타날 수 있다. 그런 응답이 많지 않으면 큰 문제가 되지 않으나, 경우에 따라서는 중요한 응답항목을 누락하는 경우들이 종종 있다. 이런 것들은 사전조사를 통해 개선해 주는 것이 필요하다.

우리는 일상생활에서 가까운 사람과의 대화에서도 원래 의도했던 것과는 달리 상대방이 오해하는 경우를 누구든 경험한다. 조사표에서도 마찬가지이다. 조사표 작성자가 의도했던 질문과는 다르게 응답자들이 질문의 의도나 사용 개념을 받아들이는 경우가 비일비재하다. 만약 조사결과가 의도했던 것과 다르게 나오는 경우는 많은 경우 이 점이 충분이 검토되지 않았기 때문이다. 따라서 조사표 작성자의 의도대로 응답자가 모든 질문을 이해하는지, 애매하거나 오해의 소지가 있는 질문은 없는지, 예상했던 것보다 응답자들이 힘들어 하거나 오래 걸리지는 않는지 등을 사전조사를 통해 미리 검토해 봄으로써, 나중에 심각한 문제가 발생할 가능성을 최소화할 수 있다.

체크리스트 7

사전조사

- 사전조사 규모와 표본이 적당한가
- 개별 질문이 그대로 읽거나 이해하는데 불편함이 없는가
- 응답 내용/범주가 적합한가
- 응답 편향 가능성이 있는 내용은 없는가
- 조사표에 개선이 필요한 부분은 없는가

사전조사에서 표본의 규모가 클 필요는 없다. 다만 중요한 점은 숙련된 조사원이 면접을 하거나, 가능하다면 조사연구원이 직접 조사표를 이용해 면접을 실시해 보는 것이 바람직하다. 또한 실제 조사대상을 대상으로 조사하는 것을 권장한다.

사전조사 과정에서 중요한 점은 조사표의 개선점을 찾아내는 것이다. 개별 질문을 작성한 연구자의 의도대로 응답자가 질문을 이해하고 있는지, 질문이

이해하기 어렵지는 않은지, 질문에 대한 응답항목이 적절하게 구성되어 있는지, 그리고 질문의 흐름이 자연스러운지 등을 찾아내는 것이다.

또한 조사표만을 갖고 숙련되지 않은 조사원이 면접을 진행할 때, 표준적인 절차에 따라 조사를 쉽게 진행할 수 있을 만큼의 지시사항을 적절하게, 그리고 충분히 제시해 주었는지 등 실제 면접상황이나 응답상황을 염두에 두고, 미처 고려하지 못한 문제점을 찾아내야 한다.

사전조사의 목적은 조사표의 개선점을 찾아내는 것인 만큼, 조사표의 개선과제에 대한 면접원들의 구두보고나 서면보고를 필요로 한다. 경우에 따라서는 조사원이 응답자에게 면접이 끝난 다음에 응답과정에서 이해하기 어려웠던 질문이나 느꼈던 반응, 소감 등을 간단히 질문한 결과를 부가적으로 수집하기도 한다.

사전조사에서는 일차적으로 질문의 수정사항을 검토한다. 애매한 질문, 이해하기 어려운 질문, 그리고 연구자의 의도와는 다르게 이해된 질문 등을 중심으로 질문과 응답항목에 대한 검토를 한다. 물론 조사표의 흐름이나 물리적인 레이아웃에 대한 개선점도 찾아본다.

사전조사의 표본 수가 충분히 크다면, 연구자가 응답자의 응답 범주를 정교하게 예상하지 못해 만든 개방형 질문에 대한 응답을 토대로, 응답항목들을 범주화해 보는 것도 권장할 만하다.

2) 통계적 검증

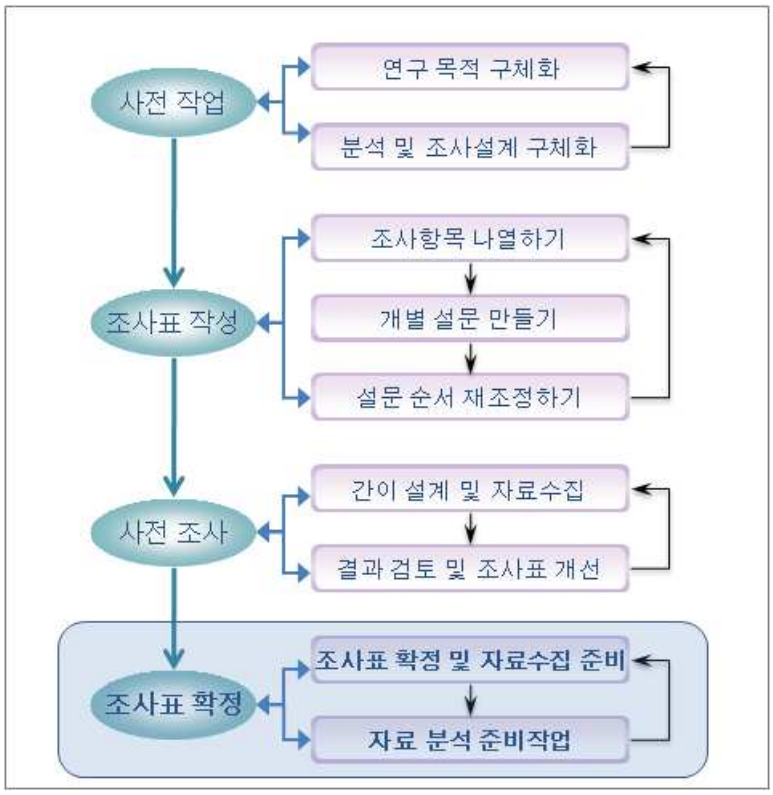
사전조사의 규모가 충분히 클 경우, 응답 결과에 대한 통계적인 분석을 사전에 시도해 보는 것도 권장할 만하다. 이럴 경우는 사전조사로서의 기능 뿐 아니라, 조사결과에 대한 통계적인 분석을 통해 사전에 조사표내의 개별 설문의 타당도와 신뢰도를 검증해 보는 예비조사의 기능도 같이 병행한다는 점에서 가치가 있다.

경우에 따라서는 조사표를 수정한 후 미진한 부분이 있을 경우, 사전조사를 반복적으로 시행해 볼 필요도 있다. 즉, 수정된 조사표를 검토하는 방안으로 주변에서 간단하게 다시 조사를 진행해 보면 여전히 조사표에서 수정할 내용들을 발견하는 수가 종종 있다. 따라서 사전조사를 일회성으로 실시하는 것이 아니라 반복적으로 수행해 나가며 조사표의 개선점들을 찾아나갈 필요가 있다. 일상생활에서 신경을 써서 글을 쓰고 난 후, 수정하는 과정에서 아무리

반복해서 수정하더라도 여전히 수정해야 할 사항이 나오는 것과 마찬가지로, 여건이 허락하는 한에서 반복적인 사전조사와 조사표 수정 과정은 아무리 강조해도 지나치지 않다.

3) 조사표 확정

사전조사를 통해 조사표에 대한 수정이 완료되었으면, 최종 조사표를 확정한다. 본 조사의 자료수집에 들어가고, 자료처리를 위한 코딩틀을 만들어 자료처리를 위한 준비 작업을 수행한다. 필요시에 본 조사 이전에 소규모의 예비조사를 실시해 보는 것도 고려해 볼 필요가 있다.



[그림 3-10] 조사표 작성 과정 중 조사표 확정, 자료처리 준비

체크리스트 8

최종 조사표 확정 및 최종조사표 인쇄

- 조사표 내용이나 편집에 교정/수정 사항 검토
- (필요시) 조사 보조도구의 준비

사전조사 결과를 토대로 조사표를 수정한 후 본 조사를 위한 조사표 인쇄를 한다. 일반적으로 조사표의 유실과 보관용 조사표를 포함해서 목표 유효표본의 120% 정도를 인쇄하나, 인쇄부수는 접근방법이나 조사 환경에 따라 다르다.

반드시 그럴 필요는 없지만, 경우에 따라서는 수집된 조사표를 토대로 부호화하는 작업의 오류를 최소화하기 위해, 조사표의 각 질문 끝에 식별 가능한 크기로 부호화될 칼럼을 표기하기도 한다.

조사표 인쇄와 함께 같이 준비해야 할 보조 재료는 조사원이 사용할 보기카드 혹은 보기카드 묶음이다. 대면면접에서는 보기카드의 사용이 조사표의 일부이며, 조사원이 표준적인 조사절차를 지키기 위해 반드시 필요하다.

4) 자료 수집 및 분석 준비 작업

체크리스트 9

자료처리 준비

- 조사표 부호화 프레임이 적절한가
- (필요시) 예비조사 준비 및 실시조사

본격적인 자료수집에 들어가면, 자료처리를 위한 코딩틀을 준비해야 한다. 조사표 각 질문이 부호화될 칼럼, 수집된 자료 중 개방형 질문의 개별 응답에 대한 코딩 부호 등을 망라적으로 문서화해서, 자료처리를 위한 코딩틀을 만든다.

일반적으로 본 조사에는 많은 경비가 소요된다. 아무리 세심하게 주의를 기울여 조사설계를 하고, 조사표를 만들었더라도 후에 수집된 자료를 분석하다 보면 불충분한 점이나 미처 발견하지 못한 자료의 편향성들을 발견하는 경우

들이 자주 발생한다. 드물기는 하지만, 경우에 따라서는 심각한 문제점이 발견되는 경우들도 있다. 그럴 경우 적지 않은 경비와 노력을 투입해서 수행한 조사결과가 무용지물이 될 수도 있다. 만에 하나라도 이런 가능성을 줄이기 위해 선행 연구를 수행하기도 한다. 특히 본 조사의 규모나 소요 비용이 매우 큰 경우에 그렇다.

선행 연구는 본 조사를 실시하기 전에 마지막 점검 단계로 실시하는데, 다른 고려사항이 없다면 일반적으로 본 조사의 1/10정도의 규모로 실시한다. 선행연구는 본 조사에 대한 시뮬레이션으로 보면 된다. 선행 연구로 수집된 자료를 연구 설계에 따라 그대로 분석해 보고 결과들을 도출해 본다. 동일한 조사설계에 따라 규모만을 축소해서 실시한 선행연구결과는 본 조사 결과와 많은 경우 큰 차이가 없다는 점을 염두에 두고 분석을 해 보면, 조사표 설계를 포함한 연구 설계 과정에서 미처 발견하지 못한 문제점을 발견할 수도 있다. 또한 본 연구의 분석이나 보고서를 미리 수행해 봄으로써 나중에 분석일정을 단축시킬 수도 있다.

앞서도 언급했듯이 조사표 설계과정은 세심한 주의를 기울이는 만큼, 실제 좋은 조사결과를 얻는데 도움이 된다는 점을 항상 염두에 두어야 할 것이다.

연습문제

1. 조사표설계의 사전단계는 어떤 내용인지를 구체적으로 기술하고, 만약 이 단계를 생각해 조사표를 설계 했을 때 발생할 수 있는 문제점을 기술하시오.

2. 조사표에서 전체적인 배열구조를 구성하는 것이 왜 중요한지와, 이를 소홀히 했을 때 발생할 수 있는 문제를 기술하시오.

3. 설문순서를 구성할 때 일번적인 요령을 나열하고, 그에 대해 설명하시오.

4. 설문작성의 일반적인 요령을 나열하고, 그에 대해 설명하시오.

5. 응답항목의 유형과 그 특징들을 기술하시오.

6. 조사표 확정 후, 자료수집과 자료처리를 위해 해야 할 준비작업에 대해 기술하시오.

4

사례연구

제 4장 사례연구

요 약

1. 정부 승인통계 현황

1- 1. 승인통계 분류/기술

2. 개인/가구대상 조사표 분석

2- 1. 인구통계 관련 설문

- 연령
  - 생년월일
  - 양력/음력
  - 주민등록상 출생년도
  - 나이
  - 범주화 제시
  - 혼합
- 성별
- 교육수준
- 직업
  - 개방형 질문
  - 폐쇄형 질문
- 소득수준
  - 월평균/ 연평균 소득
  - 개인/가구 소득, 세금공제여부
- 결혼여부
- 가구주와의 관계
- 거주지역
  - 개방형 질문
  - 폐쇄형 질문

3. 사업체 대상 조사표 분석

3- 1. 사업체 개요

3- 2. 사업체명

- 사업체의 이름만 묻는 경우
- 연락처와 함께 묻는 경우
- 조직형태와 사업체 구분 등을 묻는 경우

3- 3. 업종

3- 4. 종업원 수

3- 5. 매출액

3- 6. 자본금

4. 개별 설문 분석

4- 1. 만족도 관련 조사표 분석

- 척도
  - 2점 척도
  - 4점 척도
  - 5점 척도
  - 7점 척도
  - 11점 척도
- 질문방식
  - 만족도
  - 동의 정도
  - 특정 사안/대상에 대한 인지
  - 현상 평가
  - 빈도

4- 2. 조사표의 편집 형태 분석

- 도입부분
- 조사표의 레이아웃 부분
- 개별설문 부분
- 조사표 접근방식의 문제

1. 정부 승인통계 현황

1) 승인통계 분류/기술

2007년 11월 1일 현재 국가통계조사표는 1,016종이다. 이중 본 보고서의 분석대상은 가공통계 63종을 제외한 953종이다(조사통계 367종/보고통계 586종). 기관별 및 통계부문별 국가통계조사표 현황은 다음과 같다.

<표 4-1> 기관별 국가통계조사표 현황

단위: 기관, 종

기관구분	작성 기관수	작성 통계수	통계종류별		작성방법별		
			지정	일반	조사	보고	가공
계	389	1,016	95	921	367	586	63
정 부 기 관	308	833	79	754	244	541	48
- 중앙행정기관	45	463	63	400	163	279	21
·통 계 청	1	56	40	16	44	1	11
·이 외 기 관	44	407	23	384	119	278	10
- 지방자치단체	263	370	16	354	81	262	27
지 정 기 관	81	183	16	167	123	45	15
- 금 융 기 관	10	35	9	26	22	10	3
- 공사·공단	24	47	2	45	21	22	4
- 연 구 기 관	13	28	2	26	24	1	3
- 협회·단체	26	56	3	53	46	7	3
- 기 타 기 관	8	17	0	17	10	5	2

* 2007년 11월 1일 현재

<표 4-2> 통계부문별 국가통계조사표 현황

단위: 종, %

기관구분	작성통계수		통계종류별		작성방법별		
	통계수	구성비	지정	일반	조사	보고	가공
계	1,016	100.0	95	921	367	586	63
인구	28	2.8	3	25	4	19	5
고 용 · 임 금	61	6.0	8	53	50	11	0
물 가 · 가계소비	15	1.5	10	5	15	0	0
보건·사회·복 지	149	14.7	7	142	64	82	3
환경	34	3.3	1	33	12	22	0
농 림 · 수 산	74	7.3	15	59	33	39	2
광 공 업·에 너 지	33	3.2	6	27	20	9	4
건 설·주 택·토 지	46	4.5	3	43	16	24	6
교 통·정 보 통 신	60	5.9	4	56	26	34	0
도 소 매·서 비 스	17	1.7	8	9	15	2	0
경 기·기 업 경 영	84	8.3	20	64	62	11	11
국민계정·지역계정	11	1.1	4	7	0	1	10
재 정 · 금 융	30	3.0	0	30	4	26	0
무역·외환·국제수지	12	1.2	2	10	4	5	3
교육·문화·과학	74	7.3	3	71	34	37	3
기타	288	28.3	1	287	8	264	16

* 2007년 11월 1일 현재

총 953종의 사례 중 본 연구에서는 532종을 대상으로 분석했다(조사통계 282종/보고통계 250종). 이 532종의 사례를 표본단위인 개인/가구와 사업체/기관으로 나누어 사례연구를 진행하였다. 표본단위(개인/가구와 사업체/기관)별 국가통계조사표 현황은 다음과 같다.

<표 4-3> 표본단위별 국가통계조사표 현황

단위: 종, %

표본단위	작성방법별				계	구성비
	조사	구성비	보고	구성비		
계	282	100.0	250	100.0	532	100.0
개인/가구	104	36.9	47	18.8	151	28.4
사업체/기관	178	63.1	203	81.2	381	71.6

* 2007년 11월 1일 현재

2. 개인/가구대상 조사표 분석

우리는 이제까지 조사표란 무엇이고 조사표를 만드는 방법에 대해서 살펴보았다. 좋은 글을 쓰기 위해서는 다른 사람의 글을 많이 읽어보는 것이 필요하듯 좋은 조사표를 만들기 위해서 기존의 조사표를 살펴보는 일 또한 필요하다. 이번 장에서는 기존 정부승인 통계에 사용된 조사표들의 항목들을 검토해 보면서 조사표의 작성에 어떤 문제가 있는지를 검토해 보고자 한다. 미리 전제해야 할 사항은 이 장에서는 정부 승인통계에서 사용한 조사표를 망라적으로 검토하지는 않을 것이며, 사회인구적 특성을 중심으로 검토해 보고자 한다.

1) 인구통계 관련 설문

개인/가구대상 조사표에서 인구통계 관련 설문은 모든 조사에서 중요한 독립변수가 된다. 하지만 의외로 이 부분에 대해서는 세심한 주의를 기울이는 것 같지가 않다. 그런 측면에서 국가승인통계에 포함된 인구통계관련 설문들은 비교 검토해 보도록 하겠다.

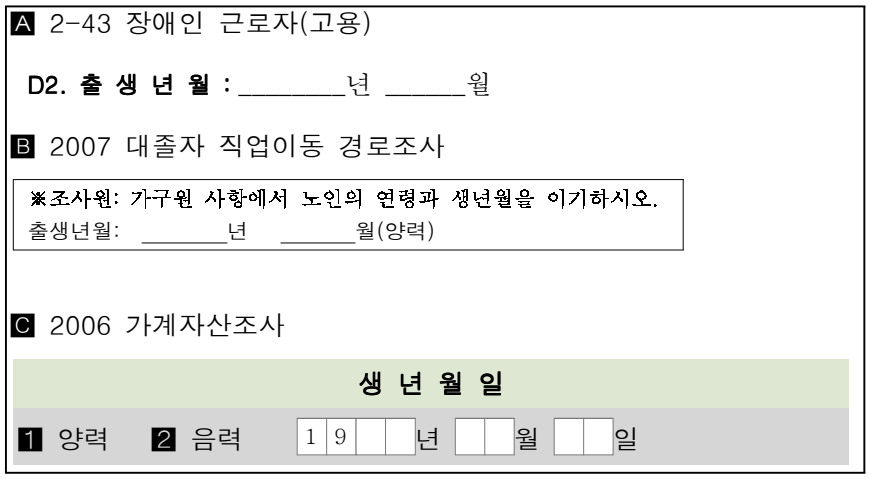
(1) 연령

연령에 관한 설문은 생년월일, 나이, 띠 등 다양한 형태를 띤다. 응답의 형태는 개방형 질문이 대부분이었으며, 조사대상을 선별해 내기 위해 연령대별로 범주화를 보조적으로 사용하는 경우가 있었다. 여기서, 가장 많이 이용된 생년월일과 나이를 각 특징에 따라 구분해 보도록 하겠다.

❑ 생년월일

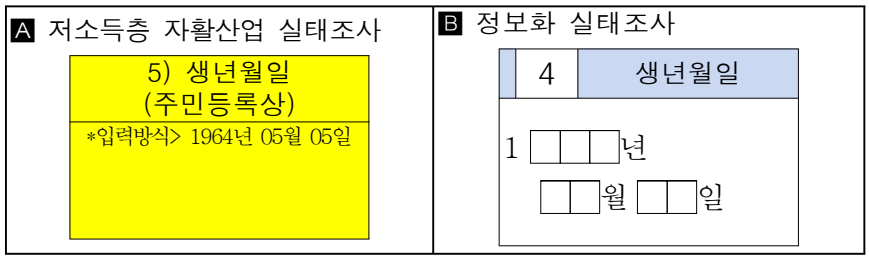
생년월일에 관한 질문은 '양력/음력'을 제시하였는가와 주민등록상의 출생년도 기제를 제시하였는지에 따라 구분된다.

❑ 양력/음력

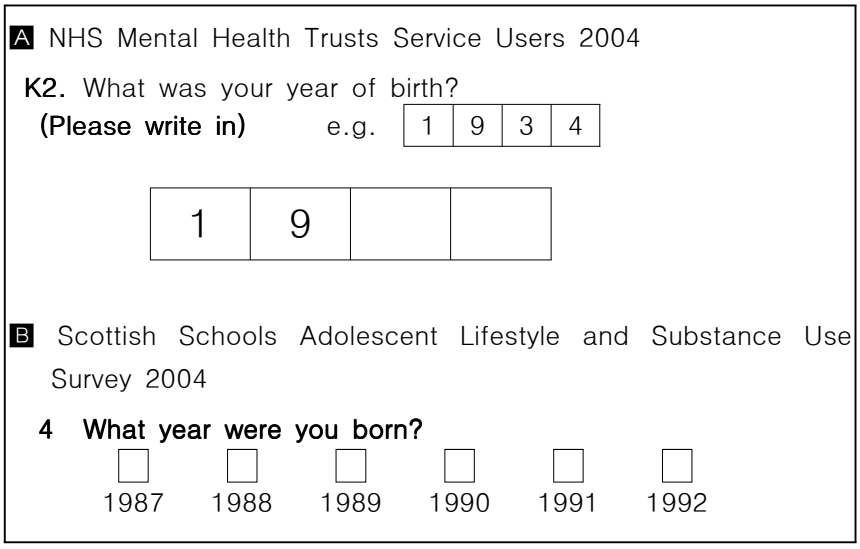


A는 응답자에게 단순히 출생년월을 질문한 조사표이다. B는 양력의 출생년도를, C는 양력과 음력 중 선택할 수 있게 하였다. 살펴본 조사표 중에서는 C의 경우가 가장 많았으며 A가 가장 적었다. 쉽게 알 수 있지만, 이 경우 양력/음력이 명기되어 있지 않아 응답자료가 정확하지 않을 수 있다. 반면에 B는 양력을 명기하였기 때문에 정확한 자료입수가 가능하다. 아직 고연령층이나 읍면지역에서는 생년월일을 음력으로 사용하는 사람들이 있어서 무응답이 발생할 가능성이 있다. 그런 점에서 C의 방식이 A와 B의 문제점을 보완할 수 있다.

❑ 주민등록상 출생년도



조사특성상 주민등록상의 생년월일을 필요로 하는 경우도 있지만, 그렇지 않을 때는 주민등록상의 생년월일이 실제와 다른 사람들이 있어 자료의 오류를 만들 수 있다. 위의 예에서 A는 주민등록상의 생년월일을 질문한 것이고, B는 생년월일을 기록하게 한 것인데, A가 오류의 가능성이 있는 질문이라고 볼 수 있다.


A NHS Mental Health Trusts Service Users 2004

K2. What was your year of birth?

(Please write in) e.g. 1 9 3 4

1 9

B Scottish Schools Adolescent Lifestyle and Substance Use Survey 2004

4 What year were you born?

☐ 1987 ☐ 1988 ☐ 1989 ☐ 1990 ☐ 1991 ☐ 1992

위의 그림은 외국의 조사표에서 생년월일을 물어보는 예이다. 우리나라와 같이 빈칸만 주면서 기입하는 형식이 아니라. 예를 제시하거나 혹은 보기에서 체크하게 하는 경우(이 경우는 특정 연령층 대상에서만 사용할 수 있다.)등 응답자가 쉽고 편하게 응답할 수 있도록 조사표 자체에도 신경을 썼음을 알 수 있다. 또한 주이용 자료가 연령이기 때문에 월, 일을 제외한 태어난 해만 묻고 있다는 점도 주목할 필요가 있다. 하지만 앞서의 얘기처럼 우리나라에는 양력/음락의 혼용으로 오류의 가능성이 있다는 점을 유념해야 할 것이다.

❑ 나이

A 국부 통계조사

③ 가구주연령	만 □□□ 세

B 소비자동향조사

연령	세

C 국민생활체육활동 참여실태조사

귀하의 나이는 만으로 어떻게 되십니까?

(2006년 8월을 기준으로)

만_____세

나이에 대한 질문은 '만'을 제시하였는가의 여부에 따라 구분된다. 대부분 A방식으로 '만' 나이를 질문하였지만, B방식도 적지 않았다. B의 경우, 응답자가 현 나이와 만 나이를 모두 입력할 수 있기 때문에, 정확한 연령 측정에 문제가 있을 수 있다. 또한 같은 만 나이를 묻는 질문에서도, '만'의 기준 일을 제시한 질문과 그렇지 않은 질문이 있다. C는 응답자들이 '2006년 8월'이라는 기준에 따라 만 나이를 셀 수 있게 하여, 보다 정확한 만 나이를 측정할 수 있게 하였다.

A NHS General Practice 2002

K3. What was your age last birthday?	*Age*	
PLEASE WRITE IN:	□□	

B Survey of English Housing 2002 part1.

Age What was your/(name)'s age last birthday?

위의 예 역시 외국의 조사표의 예이다. A의 경우 우리나라와 같이 직접적으로 묻는 방식이다. B의 경우는 조사원용 면접 질문인데, 조사원의 질문을

별도로 지시하여 응답의 편향을 줄이고 있다.

❑ 범주화 제시

A 주택금융수요실태조사

SQ2 실례하지만 귀하(또는 귀댁의 가구주)의 연령은 현재 만으로 몇 세 이십니까?
[면접원 : 만나이=한국나이-1)로 기록한 후 보기에 체크 하시오.]

만 _____세

만 20세 미만 .....[1] ➡ 중단하시오
만 20~24세 .....[2]
만 25~29세 .....[3]
만 30~34세 .....[4]
만 35~39세 .....[5]
만 40~44세 .....[6]
만 45~49세 .....[7]
만 50~54세 .....[8]
만 55~59세 .....[9]
만 60세 이상 .....[10]

연령을 범주화하여 질문한 경우는 많지 않았으나, 이 경우 응답자들이 보다 편하게 응답할 수 있고 자료처리과정에서 나이를 다시 범주화하는 번거로움은 없다. 하지만, 잠재적인 문제 중의 하나는 추후 분석과정에서 범주의 급간을 다시 세분화해야 하는 경우이다. 그런 면에서 A와 같은 경우는 연령과 범주화 보기를 함께 제시해서 응답자의 선택범위를 줄여주는 것은 물론 추후 분석과정의 범주 급간을 다시 세분화하기 편리하도록 만들었지만, 응답자의 입장에서는 2번 응답해야 하는 번거로움이 있다. 그런 점에서 응답자 친화적이지 못한 설문이라고 볼 수 있다.

A NHS Accident and Emergency Department 2003

K2. How old are you?

1 ☐ 16 - 35 years
2 ☐ 36 - 50 years
3 ☐ 51 - 65 years
4 ☐ 66 - 80 years
5 ☐ 81 years or older

B British Crime Survey

BAge-BAge10 [ASK IF Age = DK OR REF]

1. 16 to 19
2. 20 to 24
3. 25 to 29
4. 30 to 34
5. 35 to 39
6. 40 to 44
7. 45 to 49
8. 50 to 54
9. 55 to 59
10. 60 to 64
11. 65 to 69
12. 70 to 74
13. 75 to 79
14. 80 or over

[DK/REF NOT ALLOWED FOR RESPONDENT ONLY. IF A VALID BANDED AGE IS NOT OBTAINED THE INTERVIEWER IS ASKED TO ESTIMATE AN AGE IN ORDER TO CONTINUE THE INTERVIEW]

C NHS General Practice 2002

K2. To which age group do you belong?

	Tick ONE only
Under 25 ☐	1
25-34 ☐	2
35-44 ☐	3
45-54 ☐	4
55-64 ☐	5
65-74 ☐	6
75 and over ☐	7

우리나라와 다르게 외국은 나이를 묻는 경우 범주형 질문이 꽤 있는 편이었다. 질문의 방식도 A와 같이 나이를 직접적으로 묻는 경우도 있었으며 C처럼 완곡하게 연령대를 묻는 경우도 있었다. 우리나라와 큰 차이는 B의 경우처럼 보기카드를 이용함으로써 조사원의 질문과 행동을 세세하게 지정해서 편향을 줄이고 있다.

❑ 혼합

A 인구주택총조사(나이, 생년월일, 띠)

46살 쥐띠	3 나 이 호적이나 주민등록과 관계없이 집에서 세는 나이로 몇 살입니까?	□□□살 □띠
1960년 9월 15일 ✓ 양력 ② 음력	실제 생년월일은 양력 또는 음력으로 언제입니까?	□□□□년 □□월 □□일 ① 양력 ② 음력

B 2006 농업기본 통계조사

3 실제 생년월일을 말씀해 주십시오. 양력입니까? 음력입니까? 무슨 띠입니까?	/ /	/ /	/ /	/ /	/ /	/ /
	양 음	양 음	양 음	양 음	양 음	양 음
	( )띠	( )띠	( )띠	( )띠	( )띠	( )띠
만 나이(12. 1 기준)						

위의 예는 생년월일과 나이, 혹은 띠를 같이 제시함으로써, 추후 자료처리 과정에서 응답자나 가족구성원의 나이를 가장 정확하게 추정할 수 있을 것으로 보인다. 하지만 응답자나 조사원의 입장에서는 번거롭기 그지없는 질문으로 볼 수 있다. 이런 설문은 전형적인 조사연구원 중심의 설문으로, 나이를 정확하게 알아보기 위해 과도하게 부가적인 사항을 넣은 경우로 보인다.

나이를 질문할 때, 응답자들이 제대로 응답하지 못하는 경우가 생길 수 있다. 그런 오류를 줄이기 위해서 응답자에게 세 가지 질문을 하기 보다는 생년월일(음력, 양력 표시)이나 만 나이 하나만 질문하고, 조견표나 보기카드를 이용해 응답자가 눈으로 보거나 조사원의 도움으로 정확하게 판단하게 하면 된다.

(2) 성별

A 2006 강원관광실태조사

28. 성별
①남자 ②여자

B 2005 농림어업총조사

2 성별

남자입니까, 여자입니까?

①남자 ②여자

C 2004 생활시간조사

2 성별은?

1 남 자

2 여 자

성별에 관한 조사표는 대부분 동일한 형태이다. 하지만 미묘한 차이가 있다. 즉, 질문항의 차이이다. 비슷한 유형의 A와 C 중에서 C가 A에 비해서는 덜 딱딱해 보이기는 하지만, 질문은 거의 차이가 없다. 하지만 B는 다른 질문과 약간의 차이가 있어 보인다. 이 경우는 질문을 구어체로 했는데, 머릿속으로 조사원이 되어서 이 질문을 응답자에게 질문한다고 가정해 보자. 응답자에게 남자인지 여자인지를 질문하는 것 자체가 다소 모욕적인 상황이지만, 질문의 어투 자체도 다소 강압적이다. 면접상황에서 응답자의 성별은 조사원이 관찰 기록하는 질문이다. 구어체의 질문대신에 조사원이 관찰 기록하라는 지시사항을 제시하는 것이 나을 것이다. 자기기입식 설문에서도 응답자가 어려움 없이 스스로 기입하면 되는 항목이므로 구어체의 질문을 삽입할 필요는 없다.

또한 위에 제시된 예의 질문은 디자인이 각각 다르다. A의 경우 우선 B와 C에 비해 가독성이 현저하게 떨어진다. B와 C의 경우 응답항목이 가로 배열인지 세로 배열인지의 차이가 있다. 어느 쪽이 응답자나 조사원에게 편해 보이는가? 세로 배열이 읽기 속도도 늦어지고 읽는 흐름을 끊어, 속도와 편의성 모두에서 가로배열에 비해 적합하지 않은 배열방식이다.

D 퇴원손상환자

3.성별
1)남자 2)여자 3)양성, 중성 9)불명

D의 경우 '남자'와 '여자'뿐만 아니라 '양성, 중성'과 '불명'이라는 항목을 추가함으로써, 우스꽝스러운 설문이 되고 말았다. 조사원이 관찰 기록하는 하는 경우 9)번은 가능할 수 있겠지만, 3)번은 응답자나 조사원 모두 난감한 질문일 수 있다.

A National Survey of Sexual Attitudes and Lifestyles 2000 partA

RSex
INTERVIEWER: RECORD WHETHER RESPONDENT IS MALE OR FEMALE.
1 Male
2 Female

B Northern Ireland Life and Times Survey 2005

Q7	*SIRSEX* INTERVIEWER CHECK Respondent is...	Male	1
		Female	2

면접상황에서의 성별은 조사원이 표시 가능한 경우가 대부분이다. 그래서 외국의 경우 면접용 조사표에는 위의 예와 같이 조사원이 직접 기록하라고 지정해주는 경우가 많았다.

A Workplace Employment Relations Survey 2004 Employee

E1 Are you male or female?
Tick one box only
Male ☐ Female ☐

B International Passenger Survey 2005 air arrivals

86. SEX Male [1] Female [2] → 87

자기기입식의 경우 우리나라와 크게 차이가 나지는 않으나. A와 같이 기입할 곳을 알려주는 등, 정확한 자료수집을 위해 세세한 곳에도 신경을 쓴 점이

돋보인다.

(3) 교육수준

교육수준은 조사표마다 다양한 형태로 질문한다. 교육수준의 경우 조사목적에 따라 그 세분화의 정도가 다를 수 있다. 다음의 예들을 보자. A는 가장 단순한 형태의 조사표로 교육수준을 '무학, 중졸이하, 고졸이하, 대학이상'의 4가지로 구분하였다. B는 일반적으로 사용되는 조사표로 교육정도와 수학여부를 따로 구분하였다. 교육정도는 무학에서 대학원 박사과정까지 모두 8가지이며, 수학여부는 졸업, 재학, 수료, 휴학, 중퇴로 5가지이다. C는 B를 좀 더 세분화 한 조사표로 고등학교 계열과 대학의 전공 학과명을 추가하였다. 고등학교의 계열을 인문, 예체능, 사범, 상·농공·수산 등의 4가지로 구분하였고, 대학 교육과정을 2·3년제 전문대, 4년제 대학교, 대학원으로 세분하여 전공학과명을 입력하게 하였다.

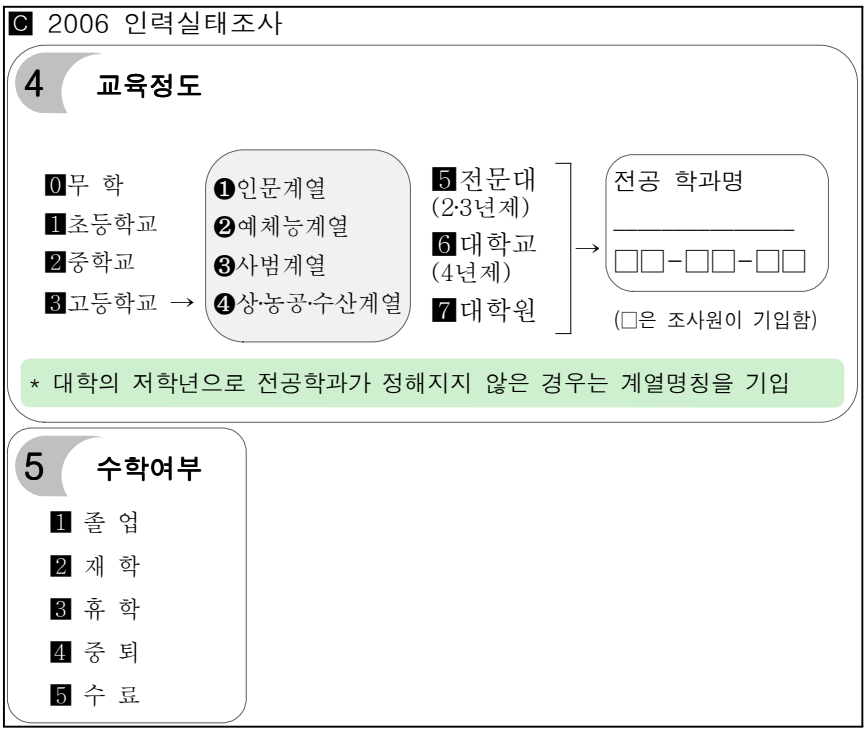
A 2006 강원관광실태조사

31. 교육정도
①무학 ②중졸이하 ③고졸이하 ④대학이상

B 2006 서울서베이

DQ1. 귀하의 학력은 어떻게 되십니까?

① 안 받았음 ② 초등학교 ③ 중학교 ④ 고등학교 ⑤ 대학(4년제 미만) ⑥ 대학(4년제 이상) ⑦ 대학원 석사과정 ⑧ 대학원 박사과정	① 졸 업 ② 재 학 ③ 수 료 ④ 휴 학 ⑤ 중 퇴

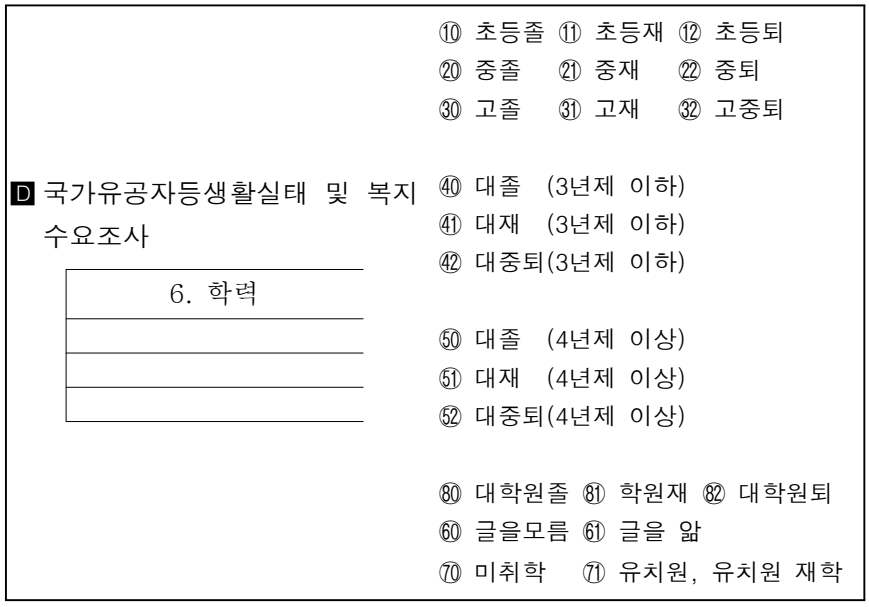


우선 질문항목인데, B를 제외하고는 질문항목이 없다, 이 중에는 조사원이 직접 면접해야 하는 경우도 있는데, 어떤 것도 표준적인 질문이 없다. 이 조사표가 표준적인 절차에 따라 자료를 수집하고자 한다면, 이 설문에도 조사원의 지시사항이나 질문 문항을 정확하게 명시해야 한다.

B의 질문 문항 중 '학력'이란 표현은 대부분은 큰 무리가 없어 보이나, 읍면지역의 고연령, 저학력 계층에는 생소한 표현일 수 있다. 차라리 구어체로 '00님께서는 학교를 어디까지 다니셨습니까?'로 질문하면 훨씬 부드러워 보인다. 여기서 '00님'은 응답자에 따라 '선생님', '아주머님', '할머님' 등으로 다양하게 지칭할 수 있다. 만약 자기기입식 설문이라면 '00님'대신 '귀하'로 대치하면 된다.

B나 C의 경우는 단일 설문이 아니라 복합 설문이다. 이 경우는 각각 다른 질문을 넣거나 조사원 지시사항을 적어 넣어야 한다. 특히 C의 경우는 디자인은 깔끔하게 되어 있고 나름대로 구분이 잘 되어 있지만, 매우 복잡하게 응답 항목을 구조화시켰다. 이런 경우는 조사원이 표기하는데 오류를 만들어낼

소지가 많으며, 만일 응답자가 자기기입식으로 응답을 해야 하는 경우에는 매우 난해한 질문이다. 이제 대비하여 조사원이 어떻게 질문하고(최대 3단계 학력, 계열, 수학형태), 어떻게 기록할 것인지에 대해 간결하고 명확하게 제시해 놓아야 한다.



D는 교육정도와 수학여부를 하나의 항목으로 합하여 코드를 부여한 형태로, 매우 복잡해 보인다. 수학여부는 졸업, 재학, 중퇴의 3가지로 구분하였으며, 위에서 제시한 기본적인 교육정도 외에 유치원과 글을 아는지의 여부를 포함하였다.

위의 질문에서 학력질문에 글을 아는지의 여부를 첨가했다. 이 경우는 사실 2개의 설문이 중복되어 있어, 표기오류를 발생시킬 수 있다. 예를 들어 '고졸'의 응답자는 '글을 앎'이라는 항목에 표기를 해야 하는가 말아야 하는가? 논리적으로 보면 학교를 다녀 본 응답자는 모두 '글을 앎' 항목에 표기를 해야 한다. 조사원들이 대부분 표기를 하지 않았겠지만, 이 질문은 조사원에게 임의대로 기록하게 하는 잘못을 내포하고 있다.

여기서 근본적인 질문으로 돌아가 보자. 인구주택총조사와 같은 전수조사이외에 정말 교육수준에 대해 이렇게 세분화된 정보가 필요할까 하는 점이다.

특별히 학력이 핵심적인 변수가 아닌 조사에서는 거의 대부분 자료분석에서는 결국 교육수준은 3~5개의 범주로 묶어서 교차집계를 산출할 것이다. 그럼에도 불필요하게 문항을 세분화시켜 응답자나 조사원에게 불필요한 번거로움만 가중시켰다.

E 가계조사	교육정도 ※ · _____ 학교 ┌졸 업 ├재 학 ├중 퇴 └휴 학 · 무 학

교육수준에 대한 조사표는 대부분이 폐쇄형 질문이었지만, E는 유일하게 개방형 질문이었다. 무학과 수학여부는 항목으로 제시를 하고, 학교를 직접 기입하게 하였다. 구체적인 질문이 없고 개방형이기 때문에 이 경우도 중의적인 질문을 내포하고 있다. '교육정도'로 질문항목을 표기하고 있지만, 학교명을 기록하는 것으로 오해될 수 있다.

F 생명보험성향조사

2) OO님께서는 학교를 어디까지 마치셨습니까? (중퇴는 졸업에 포함하지 않음)

1. 무학
2. 초등학교 졸
3. 중 졸
4. 고 졸
5. 전문대졸
6. 대졸이상
7. 기 타(구체적으로 :)

F는 '학교를 어디까지 마치셨습니까?'라는 질문을 함으로써 수학여부의 기준을 '졸업'으로 하였으며, 중퇴는 졸업에 포함하지 않는다고 제시하였다. 전반적으로 교육수준이 핵심변수가 아니고 사회인구적 특성으로만 사용하는 경우라면 비교적 무난한 설문이라고 볼 수 있다.

하지만 이 설문에도 중요한 잠재적인 문제점을 내포하고 있다. 예를 들어 '4년제 대학 휴학생'의 경우 이 설문에서 '고졸'항에, '고교 중퇴자'는 '중졸'항에 표기해야 한다. 교육수준을 사회인구적 특성에 포함시키는 이유는 교육수준이 소위 사회경제적 수준을 반영하는 중요 지표중의 하나이기 때문이다. 만약 그렇다면, 이 범주가 과연 타당한 응답범주인지를 다시 한 번 고려해 보아야 한다.

A NHS Outpatients 2003

M3. How old were you left full-time education?

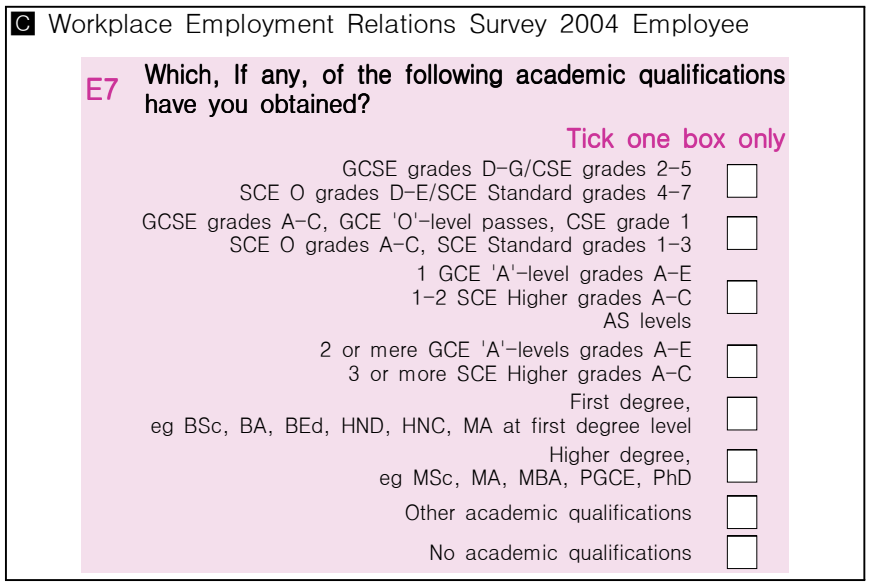
1. ☐ 16year or less
2. ☐ 17 or 18 years
3. ☐ 19 years or over
4. ☐ Still in full-time education

B Northern Ireland Life and Times Survey 2005

HIGHSTED

Q5 Highest Education Qualification (one only) **SHOWCARD**

Degree Level or Higher	1
BTEC(Higher), BEC(Higher), TEC(Higher), HNC, HND	2
GCE 'A' Level(including NVQ Level 3)	3
BTEC(National), TEC(National), BEC(National), ONC, OND	4
GCSE(including NVQ Level 2), GCE 'O' Lever(including CSE Grade 1), Senior Certificate, BTEC(General), BEC(General)	5
CSE(other than Grade 1)	6
No formal qualification	7
Other(write in)	8



C Workplace Employment Relations Survey 2004 Employee

E7 **Which, If any, of the following academic qualifications have you obtained?**

Tick one box only

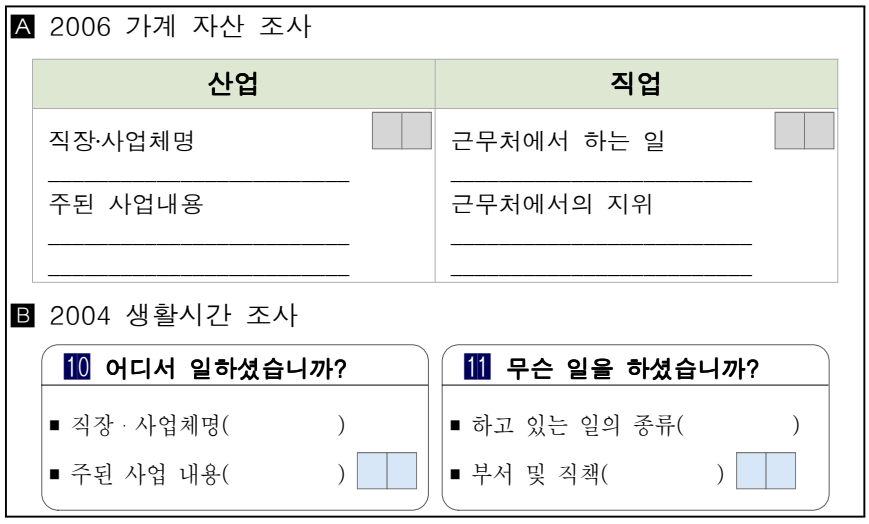
- GCSE grades D-G/CSE grades 2-5 / SCE O grades D-E/SCE Standard grades 4-7 ☐
- GCSE grades A-C, GCE 'O'-level passes, CSE grade 1 / SCE O grades A-C, SCE Standard grades 1-3 ☐
- 1 GCE 'A'-level grades A-E / 1-2 SCE Higher grades A-C / AS levels ☐
- 2 or mere GCE 'A'-levels grades A-E / 3 or more SCE Higher grades A-C ☐
- First degree, eg BSc, BA, BEd, HND, HNC, MA at first degree level ☐
- Higher degree, eg MSc, MA, MBA, PGCE, PhD ☐
- Other academic qualifications ☐
- No academic qualifications ☐

외국의 경우 교육수준을 묻는 경우가 많지 않았다. 교육수준에 관해 물어야 할 경우에도 A와 같이 구체적인 학력을 묻기 보다는 교육기간을 묻는 방법이 보편적으로 쓰이고 있었다. B와 C는 구체적인 수료과정에 대해 묻는 경우인데 B의 경우 면접 조사로 보기카드를 이용하고 있으며, C의 경우는 자기기입식 조사의 형태를 보이고 있다. 응답자들이 응답하기 꺼려할 수 있는 교육수준에 관한 질문을 최대한 단순하게(A), 조사원의 실수를 방지하기 위한 보기카드 사용(B), 응답방식을 눈에 띄고 세세하게 표시하여 응답편의성을 높인(C)점이 인상적이다.

(4) 직업

오늘날, 수많은 직업이 존재하고 있으며 이를 분류해 내기란 쉬운 일이 아니다. 그러다 보니 직업을 분류하기 위한 조사표 역시 매우 다양하다. 하지만 학력과 마찬가지로 직업 정보를 어디에 활용할 것인지를 먼저 명확히 하는 것이 중요하다.

❑ 개방형 질문


A 2006 가계 자산 조사

산업	직업
직장·사업체명 ☐☐ _____	근무처에서 하는 일 ☐☐ _____
주된 사업내용 _____ _____	근무처에서의 지위 _____ _____

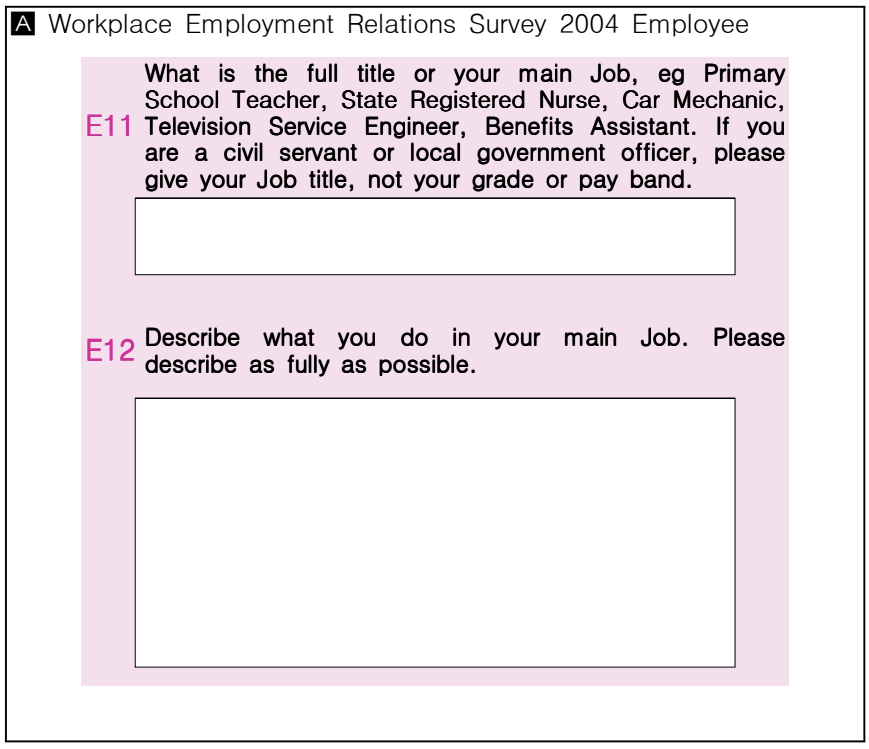
B 2004 생활시간 조사

10 어디서 일하셨습니까?
- 직장 · 사업체명( )
- 주된 사업 내용( ) ☐☐

11 무슨 일을 하셨습니까?
- 하고 있는 일의 종류( )
- 부서 및 직책( ) ☐☐

A와 B는 개방형 질문의 형태 중 가장 많은 조사표로 산업과 직업을 구분하였다. 편집은 A에 비해 B가 훨씬 나아 보인다. 다만, A와 B 모두 직장/사업체명과 사업 내용을 개방형으로 받는데, 몇 가지 잠재적인 문제를 내포하고 있다. 응답자 개인 신상과 관련된 구체적인 정보를 받는 경우, 응답자가 응답을 거부할 수도 있고, 심한 경우 조사자체를 거부할 수 있다. 단지 직업 유형이나 직위를 구분하기 위한 것이라면, 이런 종류의 설문은 조사표 설계에서 가장 피해야 하는 질문방식이다.

또한 자료처리와 관련해서 코딩란을 2개의 코드만 부여했다. 미리 사전에 잘 정리된 코딩틀이 없다면, 코딩과정에 혼란을 가져오는 설문이다. 즉, 직장명과 사업 내용을 일일이 코딩한다면 코드만 거의 표본 수에 육박할 것이다. 이런 경우 조사표의 구조에 맞추어 코딩을 한다고 하면 이중의 코딩작업을 거쳐야 한다. 즉, 일단 개별적인 항목 코딩을 일일이 한 다음에 분류 작업을 하고, 그 다음에 다시 2자리 코딩을 해야 하는 번거로움이 있다. 표본 수가 2~3,000명 정도라고 하면, 숙달된 코딩원이 이 질문만으로 하루이상 작업을 해야 할 것이다. 조사연구원이 조금만 세심하게 질문을 만들었다면, 작업량을 크게 줄일 수 있었을 경우이다.



외국의 경우는 직업에 관한 질문이 많지 않았으며 그 형태도 개방형 질문의 형태를 보이고 있었다. 대신 주당 근로시간을 묻는 경우가 많이 있었다. 이는 우리나라와는 다른 사회문화적 환경 때문일 것이다. 개방형 질문의 경우 우리나라와 기본적으로 비슷하게 직업과 업무를 묻는 것은 같지만 우리나라는 직장, 사업체 등 집단에 관해 묻는 반면 외국의 경우 개인이 하는 일을 주로 묻고 있는 차이점이 있다. 이러한 차이는 우리나라에 비해 상대적으로 개인정보를 추상화시켜 응답케함으로써 응답률이 더 높을 수 있다. 또한 개방형 질문답게 충분히 적을 수 있는 공간을 배정하는 점과, 응답자의 이해를 돕기 위해 예를 들어 준 점은 응답자에게 양질의 자료를 제공하게 하는데 도움이 된다.

❑ 폐쇄형 질문

직업은 대부분 폐쇄형 질문을 사용한다. 다음의 A와 B는 폐쇄형 질문의 형태 중 가장 일반적으로 사용하는 설문이다. 공통적으로 직업을 10개 전후로

분류하였고 해당사항이 없는 경우를 대비하여 '기타'란을 제시하였다. 하지만, 직업을 분류하는 것을 보조하는 방법에서는 차이가 있다. A는 직업분류체계로는 분류의 어려움을 덜기 위해 개방형 란을 제시하여 직업을 구체적으로 적을 수 있게 하였다. 반면, B는 각 직업분류체계에 어떠한 직업이 포함되는지를 괄호 안에 예를 들어 줌으로써 분류하는 것에 도움을 주었다.

A 생명보험 성향조사

1) OO님의 직업은 무엇입니까?

여러분이 아래의 직업분류체계에 따라 직접 분류하시기에는 어려운 점이 있으므로 **응답자의 직업 또는 실제로 하는 일을 자세하게 적어 주시기 바랍니다.**
(예: 수퍼마켓 주인(사장), 철강회사 기사, 동사무소 서기, 유치원 교사 등)

♠ 직 업 ( )

①. 의회의원, 고위임직원 및 관리자
②. 전문가
③. 기술공 및 준전문가
④. 사무 종사자
⑤. 서비스 종사자
⑥. 판매 종사자
⑦. 농업, 임업 및 어업 숙련 종사자
⑧. 기능원 및 관련 기능 종사자
⑨. 장치, 기계조작 및 조립 종사자
⑩. 단순노무 종사자
⑪. 군 인
⑫. 기 타(구체적으로 :)

B 2006 문화예술인 실태조사

DQ3 00님의 직업은 무엇입니까?

☐ 01) 고위관리직(기업체경영주, 기업체간부, 고급공무원, 사회단체 간부)
☐ 02) 전문직(의사, 변호사, 교수, 교사, 언론인, 전업예술가, 프로그래머)
☐ 03) 준전문직(건축도안사, 컴퓨터보조원, 임상병리사, 준교사, 운동선수 등)
☐ 04) 사무직(회사원, 은행원, 전화교환원 등)
☐ 05) 서비스/판매직
☐ 06) 농업, 어업
☐ 07) 기능직(광원, 건축관련 기능직, 정비원, 세공원 등)
☐ 08) 장치 및 기계 관련직(장치 조작원, 기계 조작원, 운전기사 등)
☐ 09) 단순노무직(환경미화원, 아파트관리원, 노무자 등)
☐ 10) 기타_____

A 설문의 경우, 조사표 검토과정에서 직업의 분류가 적절한지를 검토해 볼 수 있기는 하지만, 일일이 검토하면서 판단해야 하는 번거로움이 내재되어 있

다. 그런 점에서는 B가 보다 적절해 보인다. 보다 나은 방식은 직업 분류의 경우, 직업분류의 예시를 보다 상세하게 적은 보기카드를 사용해서 정확하게 응답을 받는 것이다.

직업의 분류체계는 아래에서 볼 수 있듯이, 설문마다 상이하다. 물론 조사목적에 따라 직업도 조금씩 분류 기준에 차이가 있지만, 직업 또한 사회인구적 특성 중에서 사회경제적 수준의 지표 중의 하나로 많이 이용하는 변수이다. 이런 경우는 국가적인 차원에서 산업분류체계로서가 아니라 일반인을 대상으로 사회 경제적인 수준에 적합한 표준적인 분류기준을 마련하는 것이 필요하다.

(5) 소득수준

소득수준에 관한 질문 개인과 가구, 월평균과 연평균, 소득에 포함되는 사항의 기준에 따라 구분된다. 조사표에서 어떠한 기준을 제시하였는지, 하지 않았는지에 따라 소득수준에 큰 차이가 날 수 있다.

❑ **월평균/ 연평균 소득**

A 장애인근로자실태조사

D6.월평균 가구소득(소득이 있는 가구원 전체 소득) : _____만원

B 수도권 및 광역시 거주자에 대한 부동산시장 및 정책 인식조사

24. 귀 가구의 연평균 세후 소득은 얼마인가요? 월급, 보너스, 은행이자 수입 등을 모두 포함하여 말씀하여 주십시오. _____만원

C 1999 전국폐기물 통계조사(가정부문)

소득	월평균	만원/월
	년평균	만원/년

A는 월평균 소득, B는 연평균 소득, C는 월평균과 연평균 소득을 모두 묻는 조사표이다. 이 중, 월평균을 묻는 조사표가 가장 많았으며, 연평균을 묻

는 조사표는 거의 없었다. 이 세 경우 모두 개방형 질문으로 응답자는 응답을 꺼려할 수 있으며, 가구주나 가구주 배우자가 아니어서 가구의 정확한 소득을 모를 경우 정확한 정보를 확보할 수 없다는 문제점이 있다. 특히 C의 경우 가구소득인지 개인소득인지 불분명하여 응답오류가 발생할 가능성이 있다.

❑ 개인/가구 소득, 세금공제여부

A 가족실태조사

문4-5) 현재 OO님께서 벌고 있는 한달 평균소득(세금공제 이전의 금액)은 얼마나 되십니까?

1. 49만원 이하	5. 200~249만원	9. 500만원 이상
2. 50~99만원	6. 250~290만원	10. 소득 없음
3. 100~149만원	4. 300~399만원	
4. 150~199만원	8. 400~499만원	

B 국가 교통조사-가구통행 실태조사

5. 가구원 전체의 월평균 소득(세금공제 후)은?

□ ① 100만원 미만 □ ② 100만원~200만원 미만 □ ③ 200만원~300만원 미만

□ ④ 300만원~500만원 미만 □ ⑤ 500만원~1000만원 미만 □ ⑥ 1,000만원 이상

A와 B는 같은 월평균 소득을 묻는 설문이지만 '개인과 가구', '세금공제'라는 2가지 점에서 차이가 난다. B의 경우, 앞서 언급한 것처럼 가구주나 그 배우자가 아닌 다음에는 가구 전체 소득을 아는 경우가 많지 않으므로, 응답자들이 어림짐작으로 응답할 것이다. 이런 경우 이미 소득액응답이 추측에 의한 것이기 때문에, 세금 공제 전/후를 구분하는 것이 무의미해진다.

B의 또 다른 문제점은 소득수준을 범주화 하였는데, 범주구분이다. 3번까지는 급간이 100만원, 4번은 200만원, 5번은 500만원이다. 이것이 사전조사를 바탕으로 소득 분포에 기초해서 적절한 비율로 만들어진 것이라면 별 문제가 없지만, 그렇지 않고 조사연구원이 임의대로 구분한 것이라면 추후 분석과정에서 어려움을 겪을 수 있다. 이 경우는 개방형으로 응답을 받는 것보다 못할 수 있다. 아래 C와 비교해 보면, 그 차이가 분명해 진다.

C 주택금융수요실태조사

D4 현재 귀 댁의 월평균 소득은 어느 정도입니까? 월평균 소득은 월급/상여금, 수당 등 근로소득 및 임대 수입 등을 모두 포함한 1년간(2005년 10월 1일부터 2006년 9월 30일까지의) 총 소득을 12로 나눈 금액으로 답변하시면 됩니다.

[대답하기 어려워하면 리스트를 읽어주시오]

_____만원

99만원 이하 ……[1]
100만원~149만원 ……[2]
150만원~199만원 ……[3]
200만원~249만원 ……[4]
250만원~299만원 ……[5]
300만원~349만원 ……[6]
350만원~399만원 ……[7]
400만원~499만원 ……[8]
500만원~599만원 ……[9]
600만원~699만원 ……[10]
700만원~799만원 ……[11]
800만원~899……[12]
900만원 이상……[13]
모름 ……[9998]

무응답/응답거절 (읽지 마시오)……[9999]

월 평균 소득에 대한 정확한 정의를 내리고 있으며, 범주화된 소득수준을 보조적으로 제시함으로써 응답자가 정확한 소득을 알지 못하거나 구체적인 소득을 밝히기를 꺼려하는 경우라도 응답을 유도하게 하였다.

A Workplace Employment Relations Survey 2004 Employee

E15 How much do you get paid for your Job here, before tax and other deductions are taken out? If your pay before tax changes from week to week because of overtime, or because you work different hours each week, think about what you earn on average.

Tick one box only

- ☐ £50 or less per week / £2,600 or less per year
- ☐ £51 – £80 per week / £2,601 – £4,160 per year
- ☐ £81 – £110 per week / £4,161 – £5,720 per year
- ☐ £111 – £140 per week / £5,721 – £7,280 per year
- ☐ £141 – £180 per week / £7,281 – £9,360 per year
- ☐ £181 – £220 per week / £9,361 – £11,440 per year
- ☐ £221 – £260 per week / £11,441 – £13,520 per year
- ☐ £261 – £310 per week / £13,521 – £16,120 per year
- ☐ £311 – £360 per week / £16,121 – £18,720 per year
- ☐ £361 – £430 per week / £18,721 – £22,360 per year
- ☐ £431 – £540 per week / £22,361 – £28,080 per year
- ☐ £541 – £680 per week / £20,081 – £35,360 per year
- ☐ £681 – £870 per week / £35,361 – £45,240 per year
- ☐ £871 or more per week / £45,241 or more per year

외국의 경우 인구 특성 항목에서 소득을 묻는 경우는 거의 없었다. 드물게 묻는 경우는 위와 같이 범주화로 묻고 있는데, 주급으로 묻고는 있지만 아래 연 소득으로 환산을 시켜서 적어 놓아서 정확한 정보를 얻어내도록 도와주고 있다. 또한 'Before'에 밑줄을 그어 응답자가 세전 소득을 묻는다는 점을 표시하는 등 응답자를 배려한 점이 눈에 띈다.

(6) 결혼여부

A. 농어촌 주민들의 삶의 질 만족도 등 조사

2. 귀하께서는 결혼하셨습니까?
1) 기혼 2 미혼

B. 주택금융수요실태조사

SQ3 귀하께서는 결혼을 하셨습니까?
기혼……1
미혼……2
기혼 후 독신(이혼, 사별 등) ……3 }문 1로 가시오.

C. 장애인근로자실태조사

D4.결혼 상태 : 1. 미혼 2. 사별 3. 배우자 있음 4. 이혼

D. 제2차 국민 노후보장 패널조사

혼인상태	1.결혼 2.이혼 3.사별 4.별거 5미혼

E. 최저생계비 계측조사

혼인상태
ⓞ 비해당 (남17세 이하, 여15세 이하) ① 유배우 ② 사별 ③ 이혼 ④ 미혼 (남18세 이상, 여16세 이상)

결혼여부에 관한 조사표는 모두 폐쇄형 질문으로, '기혼, 미혼, 이혼, 사별, 별거'의 5가지 혼인상태의 포함 여부에 따라 차이가 난다. A는 기혼과 미혼으로 구분하였고, B는 A에 '이혼과 사별'을 하나의 항목으로 묶어 추가하였으며, C는 별거를 제외한 나머지 4가지 혼인상태를 사용하였으며, D는 5가지

혼인상태를 사용하였다.

결혼여부에 관한 질문도 그 항목이 핵심적인 항목이 아닌 다음에는 지나치게 세분화시킬 필요는 없다. 기혼, 미혼 이외에 이혼이나 사별 등을 모두 사회인구적 특성으로 분류할 필요가 있는지를 먼저 검토해 보아야 할 것이다.

E는 미혼을 연령에 따라 구분한 경우이다. 법적으로 혼인이 가능한 나이를 기준으로 이상은 '미혼', 이하는 '비 해당'으로 구분하였다. 만약 미혼 중 비해당 항목이 분류상 꼭 필요하다면, 나이에 관한 설문과 교차해서 분석과정에서 분류하면 되는데, 이 질문에 포함시키느라고 응답자를 불필요하게 번거롭게 했다.

F 2002 사회통계조사

혼 인 상 태

5 귀하의 혼인상태를 체크해주십시오.	5-1 혼인신고를 하셨습니까?
1 미혼 2 배우자 있음 ☞ 5-1 항으로 3 사별 4 이혼	1 하였다 2 하지 않았다

F는 혼인상태를 질문하고 '기혼' 항목 대신에 '배우자 있음'항목을 사용하여, 배우자가 있다고 한 경우 혼인신고 여부를 묻고 있다. 이는 응답자 본인은 결혼을 했다고 생각하지만, 법적으로는 신고가 되어 있는 않은 상황을 파악할 수 있게 한다. 즉, 사회적으로 바람직하지 않은 상황으로 인식되는 '동거'를 직접 항목으로 제시한다면 응답을 꺼리게 되는 상황을 고려하여 이와 같은 방법을 통해서 응답을 이끌어 낼 수 있는 것이다. 응답자가 응답하기도 편하게 디자인이 되어 있다.

A Survey of English Housing 2002 part1.

MarStat — ASK OR RECORD. CODE FIRST THAT APPLIES
Are you/is (name) .....

(1) single, that is, never married
(2) married and living with your husband/wife
(3) married and separated from your husband/wife
(4) divorced
(5) or widowed?

B NHS General Practice 2002

K4. Are you...

	Tick one only
...married or living with a partner	1
divorced or separated	2
widowed	3
or single (never married, and not living with a partner)?	4

C Workplace Employment Relations Survey 2004 Employee

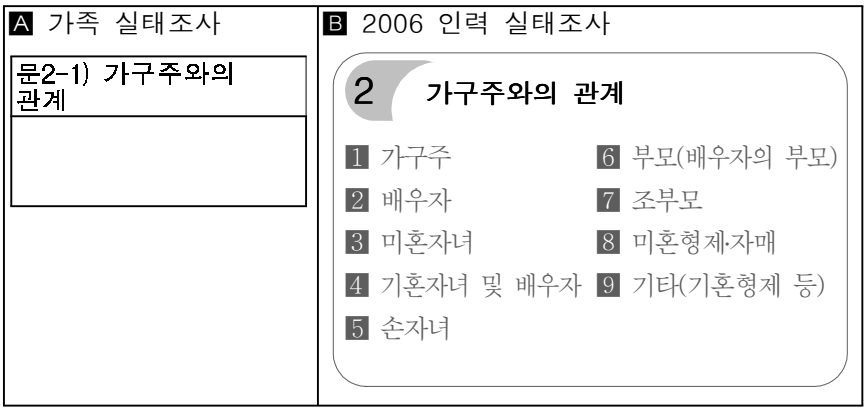
E3 **Which of the following describes your current status?**

Tick one box only

- Single
- Widowed
- Divorced/separated
- Married or living with a partner

외국의 경우 질문의 형태는 우리나라와는 크게 다르지 않지만, A와 같이 면접상황에서의 질문은 편향을 제거하기 위해 세세하게 질문이 지정되어 있다는 점과, 마치 대화를 이어가듯 질문이 구성되어 있는 점에서 참조할 필요가 있다고 본다. B와 C는 자기기입식 조사표인데 B의 경우 마치 대화하듯 자연스러운 반면 C는 형식을 갖추어서 묻고 있다. 어떤 질문이든 우리나라의 조사표가 범할 수 있는 문제점인 결혼은 했었는데 이혼했다는 식의 복수응답과 혼동을 막기 위해 'Current'라는 단어를 쓰거나, 'Tick ONE only' 등의 문구를 삽입한 것은 좋은 방법이라고 볼 수 있다.

(7) 가구주와의 관계



A는 가구주와 관계를 직접 기입하게 하는 개방형 질문의 조사표이고 B는 다양한 관계를 항목화한 폐쇄형 질문의 조사표이다. 가구주를 묻는 조사표의 대부분은 모두 응답자가 자신의 가구주를 모를 경우에 대한 대처가 없다. 젊은 사람들의 경우 가구주라는 말 자체를 잘 모르는 경우가 많고, 조부모, 부모와 함께 사는 경우와 같이 다양한 가족의 형태가 있으므로 더더욱 가구주라는 것이 명확하게 판단하기 어려우므로 정확한 가구주의 정의를 내려주는 것이 필요하다.

A의 경우 응답자가 질문의 의도 자체를 이해하기 어렵게 되어 있어 절대적으로 피해야 할 질문형태이다. 반면에 B의 경우는 가구 내 위치정보를 명확하게 담고 있어 깔끔한 구조로 되어 있다. 다만, 기타 항목은 구체적으로 어떤 관계인지를 기입하도록 하면, 응답항목이 보다 완결적이면서도 응답 오류의 가능성을 조사표 검토에서 발견할 수 있을 것이다.

C 제 2차 국민노후보장 패널조사

가구주와의 관계	※ 가구주와의 관계 코드표 참조

※ 가구주와의 관계 코드표

10. 가구주	20. 가구주의 배우자
01. 가구주의 아버지 02. 가구주의 어머니	03. 가구주의 배우자의 아버지 04. 가구주의 배우자의 어머니
05. 가구주의 조부 06. 가구주의 조모	07. 가구주의 배우자의 조부 08. 가구주의 배우자의 조모
11. 가구주의 첫째 자녀 12. 가구주의 둘째 자녀 13. 가구주의 셋째 자녀 (넷째 = 14, 다섯째 = 15, …)	21. 가구주의 첫째 자녀의 배우자 22. 가구주의 둘째 자녀의 배우자 23. 가구주의 셋째 자녀의 배우자 (넷째 = 24, 다섯째 = 25, …)
111. 가구주의 첫째 자녀의 첫째 자녀 112. 가구주의 첫째 자녀의 둘째 자녀 (셋째 = 113, 넷째 = 114, …)	211. 가구주의 첫째 자녀의 첫째 자녀의 배우자 212. 가구주의 첫째 자녀의 둘째 자녀의 배우자 (셋째 = 213, 넷째 = 214, …)
121. 가구주의 둘째 자녀의 첫째 자녀 122. 가구주의 둘째 자녀의 둘째 자녀 (셋째 = 123, 넷째 = 124, …)	221. 가구주의 둘째 자녀의 첫째 자녀의 배우자 222. 가구주의 둘째 자녀의 둘째 자녀의 배우자 (셋째 = 223, 넷째 = 224, …)
131. 가구주의 셋째 자녀의 첫째 자녀 132. 가구주의 셋째 자녀의 둘째 자녀 (셋째 = 133, 넷째 = 134, …)	231. 가구주의 셋째 자녀의 첫째 자녀의 배우자 232. 가구주의 셋째 자녀의 둘째 자녀의 배우자 (셋째 = 233, 넷째 = 234, …)
31. 가구주의 형제/자매 (첫 번째 사람 = 31, 두 번째 사람 = 32, …)	41. 가구주 배우자의 형제/자매 (첫 번째 사람 = 41, 두 번째 사람 = 42, …)
311. 가구주의 첫째 형제/자매의 첫째 자녀 (첫 번째 사람 = 311, 두 번째 사람 = 312, …)	411. 가구주의 첫째 형제/자매의 첫째 자녀 (첫 번째 사람 = 411, 두 번째 사람 = 412, …)
321. 가구주의 둘째 형제/자매의 첫째 자녀 (첫 번째 사람 = 321, 두 번째 사람 = 322, …)	421. 가구주의 둘째 형제/자매의 첫째 자녀 (첫 번째 사람 = 421, 두 번째 사람 = 422, …)
51. 가구주의 형제/자매의 배우자 (첫 번째 사람 = 51, 두 번째 사람 = 52, …)	61. 가구주의 배우자의 형제/자매의 배우자 (첫 번째 사람 = 61, 두 번째 사람 = 62, …)
998. 기타 친인척 (숫자에 관계없이 동일번호)	

C는 가구주와의 관계를 구체적으로 설명한 것을 코드화하였다. 배우자나 자녀인 경우 외에 가구주와 복잡한 관계에 있는 경우, 이 코드표를 통해 쉽게 이해할 수 있지만, 그 관계를 파악하기 위해 일일이 따지는 과정에 많은 시간이 소요될 수 있다. 여러 차례에 걸쳐 언급한 것이지만, 모든 문항은 조사목적을 염두에 두고, 적정한 수준에서 세부적인 것이 바람직하다. 지나치게 세분화된 정보는 오히려 예상하지 못했던 여러 가지 오류나 응답자의 거부감을 야기할 수 있다.

(8) 거주지역

거주 지역은 두 가지 목적으로 사용된다. 하나는 사회인구적 특성 정보로 사는 지역을 구분하는 경우이고, 다른 하나는 수거된 조사표의 검증을 위해 사용하는 경우이다. 후자의 경우라면 주소지에 대한 정확한 정보를 기록하는 것이 필요하겠으나, 그렇지 않은 경우 가능하면 세부적인 주소까지 응답을 받는 것은 피해야 한다. 이는 이미 지적했듯이, 특정인을 확인할 수 있는 정보에 대해서는 응답자들의 거부감이 매우 크기 때문이다.

❑ 개방형 질문

A 정보격차지수 및 실태조사

현재 거주지역	______ 도(광역시)______ 시(군, 구)______ (읍, 면, 동)

B 2004 전국보육 교육이용 및 욕구 실태조사

주 소	시·도 ____ 구·시·군 ____ 동·읍·면 ____ 아파트·리 ____ 동호·번지·호 ____ 통 ____ 반

C 수도권 및 광역시 거주자에 대한 부동산 시장 및 정책인식 조사

선문 1. 주소 ______________________________

A, B, C 모두 세부적인 주소에 대한 응답을 받는데, 이런 정보를 응답자로부터 받기 위해서는 응답자에게 이 정보가 왜 필요한지를 설명해 주고 이해를 얻어서 받아야 하기 때문에 응답자를 설득해야 하는 매우 힘든 과정을 거친다. 조사연구원은 실제로 응답을 받는 조사과정도 고려하여 조사표를 구성해야 한다.

❑ 폐쇄형 질문

A 국민 생활 체육 활동참여 실태조사

D1) 지역

① 서울시	② 경기도	③ 강원도	④ 충청북도
⑤ 충청남도	⑥ 전라북도	⑦ 전라남도	⑧ 경상북도
⑨ 경상남도	⑩ 제주도	⑪ 부산	⑫ 인천
⑬ 대구	⑭ 광주	⑮ 대전	⑯ 울산

B 한국 교육 고용 패널조사(가구)

28. 현재 거주하고 있는 지역은 어디입니까?

① 특별시 지역	② 광역시 지역
③ 시 지역	④ 읍, 면 지역

C 주택금융 및 보금자리론 수요조사(잠재수요자 typeA)

▣ **지 역 I** : 11. 서울 12. 부산 13. 대구 14. 인천 15. 광주 16. 대전
17. 울산 18. 경기 19. 강원 20. 충북 21. 충남 22. 전북
23. 전남 24. 경북 25. 경남 26. 제주

▣ **지 역 II** : 1. **강남3구**(강남구, 서초구, 송파구)
2. **1번 외 강남**(강동구, 강서구, 관악구, 구로구, 금천구, 동작구, 양천구, 영등포구)
3. **강북**(강북구, 광진구, 노원구, 도봉구, 동대문구, 마포구, 서대문구, 성동구, 성북구, 용산구, 은평구, 종로구, 중구, 중랑구)

▣ **지 역 II** : - **서울**: 4. 강남구 5. 서초구 6. 송파구 7. 목동
(7개 거품논란지역) - **경기**: 8. 분당 9. 용인 10. 평촌

A는 일반적인 조사표의 형태로 크게 '서울, 8도, 6개의 광역시, 제주도'로 구분하였다. B는 지역의 단위에 따라 '특별시, 광역시, 시, 읍·면'지역으로 구분하였다. C는 지역을 규모별로 적정 수준에서 세분화시키기는 했으나, 다른 지역의 응답자는 응답과정에서 기분이 상할 수 있다. 만일, 수도권 지역 응답자만을 대상으로 하는 조사였다면, 지역 I 의 구분이 26개로 나뉠 필요는 없으며, 해당하는 지역만 보기에 제시하는 것이 오류를 방지할 수 있는 방법일 것이다.

A Scottish Schools Adolescent Lifestyle and Substance Use Survey 2004

5 **Do you know the postcode for your home address? If you do, tick 'yes' and write it down, if not tick 'no'**

1☐ Yes, my postcode is ☐☐☐☐ ☐■■

2☐ No

B Young Life and Times Survey (Northern Ireland) 2005

PLACELIV

3. Would you describe the place where you live as...

	✓
A big city	☐ 1
The suburbs or outskirts of a big city	☐ 2
A small city or town	☐ 3
A country village	☐ 4
Or, a farm or home in the country?	☐ 5
Don't know	☐ 6

C Mental Health and Wellbeing Surveys 2000

AreaTyp

INTERVIEWER RECORD FROM OBSERVATION
THIS AREA IS...?

(1)	urban	urban
(2)	semrur	semi-rural
(3)	rural	rural

외국은 직접적으로 거주 지역을 묻는 경우는 드물었다. A와 같이 우편 번호(Post Code)를 묻는 경우가 가장 대표적으로 거주 지역을 묻는 방법이었으며, 보통의 경우 이마저도 하지 않고 B와 C의 경우와 같이 거주 도시의 규모를 묻거나 형태를 묻는 경우가 일반적이었다. 이는 개인정보의 노출을 꺼려하는 응답자들을 안심시킬 수 있는 좋은 방법으로 보인다.

3. 사업체 대상 조사표 분석

국가통계조사표 중 사업체를 대상으로 하는 조사표의 경우 개인/가구 대상 조사와는 달리 공통적으로 묻는 문항이 많지 않다. 하지만 국가통계조사표의 다수를 차지하고 있는 것이 사업체를 대상으로 하는 조사표이므로, 그 중 많이 이용되는 사업체 개요, 업종, 종업원 수, 그리고 매출액과 자본금에 대해서 살펴보겠다.

사업체 대상 조사에서는 구체적인 현황에 대한 조사들이 많기 때문에 각각의 항목에 대한 정확한 정의가 필요한 경우들이 많다. 각각의 항목에 대해 명료한 정의를 내리지 않으면, 자료수집 후 코딩 및 펀칭에 많은 오류를 발생시킬 수 있다.

사업체 대상 조사의 경우, 응답하기 민감한 질문항목들을 포함하는 경우들이 많다. 그래서 응답률이 저조해지게 되는데, 그런 부분에서 응답자의 응답 편의성을 높인다거나 필요성에 대해 응답자와 충분한 커뮤니케이션을 전제해야 한다.

또한 사업체 대상조사는 조사원에 의한 면접과 자기기입식을 병행해서 자료를 수집하는 경우가 많다. 그러므로 두 방식을 모두 고려해서, 공용으로 사용할 수 있는 조사표의 설계가 각별히 필요하다. 특히 자기기입식의 경우 질문이 명료하지 않아서 응답오류가 빈번하게 발생한다. 이 점을 특히 유념해서, 질문과 응답 항목이 조사원이 없더라도 응답을 할 수 있도록 쉽고 간결하며 명료하게 구성되어 있어야 한다. 경우에 따라서는 사업체 내의 한 개인이 아니라 여러 사람이 각각 응답해야 하는 경우도 많다. 이런 경우를 고려해서, 조사표 내에서 설문을 적절하게 배치시킬 필요가 있다.

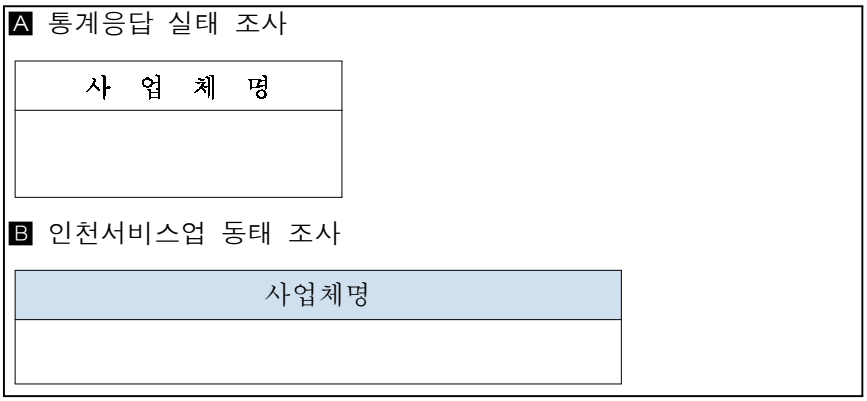
사업체 대상 조사는 갈수록 응답률이 저조해 지고 있다. 따라서 응답자 편의성에 대한 고려가 조사원을 이용하는 일반인 대상 조사에 비해 훨씬 높다고 볼 수 있다.

1) 사업체 개요

개요란 사업체의 가장 기본적인 사항들을 묻는 것이다. 사업체 대상 조사표에서는 조사마다 조금씩 다르지만 기본적으로는 사업장 이름을 묻는 것에서 시작한다. 그 세부 사례는 다음과 같다.

2) 사업체명

(1) 사업체의 이름만 묻는 경우



두 조사는 사업체의 이름만 묻고 있다. 두 조사 모두 특별한 질문이 없이 자유롭게 사업체명을 쓰도록 하고 있으며, 특별한 설명도 존재하지 않는다. 실제 사업체 관련조사는 대체로 이와 같이 개방형으로 특별한 질문이 없는 경우가 많다.

사업체대상 조사는 일반인 대상조사에 비해 응답협조를 받기가 더욱 어렵다. 특히 사업체의 매출 등과 같은 민감한 정보는 응답에 대한 거부감이 매우 크다. 대부분 사업체 대상 조사에서는 이런 거부감이 큰 정보들이 포함되어 있기 때문에, 구체적인 사업체를 확인할 수 있는 설문은 특히 주의해야 한다.

물론 자료 검증을 위해, 특정 사업체와 응답자를 명시하는 정보를 담아야 하는 경우들이 대부분이지만, 그런 경우라도 응답자들에게 왜 그 정보가 필요한지에 대한 설득이 필요하다. 또한 불가피하게 질문하는 경우라도 조사표 제일 끝에 배치시키는 것이 바람직하다.

(2) 연락처와 함께 묻는 경우

A 전국 물류 현황조사

사업소명		
소 재 지	주소	
	전화번호	(지역번호) - ( ) - ( )

B 기업경기 전망조사표

기업체 명			
주소			
전화		e-mail 주소	

전통적으로는 A와 같이 전화번호만 묻거나, FAX번호를 묻는 양식을 보였지만, 점차 B와 같이 이메일이나 홈페이지를 묻는 경우가 늘고 있다. B의 경우나 A의 경우 모두, 지역 분류를 위해서는 개괄적으로 응답을 받으면 되고, 추후 검증을 위한 주소나 전화번호 중 한 가지만을 받는 것을 적극적으로 검토해 볼 필요가 있다.

(3) 조직형태와 사업체 구분 등을 묻는 경우

A 어업법인 사업체 통계조사

① 사업체명		② 대표자명	
③ 전화번호	사무실(사업장) : ( ) -		
④ 소 재 지	시·도 시·군·구 읍·면·동 리 번지		
⑤ 조직형태	10.영어조합 30.일반회사 40.국가지방자치단체 50.생산자단체 60.학교 70.기타		
⑥ 사업체 구분	1.단독사업체 2.본사·본점 3.지사·지점·분점		
	▶ 사업체 구분이 [3.지사·지점·분점]인 경우만 작성		
	본사명	전화번호	( ) -
	소재지	시·도 시·군·구 읍·면·동 리 번지	

사업체 개요의 경우 기본적으로 개방형 질문들로 구성이 되어 있으며, 특별한 질문이 없이 표를 주고 스스로 기입하게 하는 형식으로 조사가 이루어져 있다. 이는 간결하고 직접적이라는 장점은 있지만, 구체적인 지시가 없고 권위적인 느낌을 주어 응답자들의 응답률 및 정확도에 영향을 미칠 수 있다.

3) 업종

업종의 묻는 방식은 개방형인가 폐쇄형인가 크게 두 가지로 나누어진다. 또한 선택하는 방식뿐만 아니라 묻는 방식에 따라 '업종'이라고 직접적으로 묻는 경우도 있었고, 이해를 돕기 위해 주요생산품, 혹은 사업 내용을 묻는 경우도 있었다.

업종의 경우는 개방형이 많은 문제가 있다. 조사연구원은 업종 분류에 대한 지식을 충분히 갖고 있겠지만, 업종에 대해 사회통념상 보편적인 분류기준을 공유하고 있는 것은 아니다. 따라서 업종분류 항목을 제시하고, 응답을 받는 것이 적합하다. 다만, 업종별 구체적인 할당을 가지고 조사를 하는 경우가 아니라면, C같이 업종 분류에 기타 항목이 들어가 있지 않을 경우, 응답자들이나 조사원이 응답을 표기하고 자료를 처리하는데 문제를 야기할 수 있다.

A 기업체 노동 비용 조사

6. 주요 생산품명 또는 사업내용
(1)
(2)

B 기업시설투자 동향조사

업 종	

C 신규 인혁 채용동태 및 전망 조사

업 종	①제조업 ②전기·가수 및 수도업 ③건설업 ④도매 및 소매업 ⑤운수업 ⑥통신업 ⑦금융 및 보험업

D 도소매업 동태 조사

산업분류

E 국가 산업 단지 입주기업체 현황 조사서

주 생산품		산업분류번호(5자리)	

F 점포경영 실태 조사

(06) 업 종 (※하나만 선택)	① 농산물 ② 축산물 ③ 수산물 ④ 가공식품 ⑤ 의류 및 신발 ⑥ 가정용품 ⑦ 음식점업 ⑧ 기타소매업 ⑨ 근린생활서비스	(07) 주취급 품 목	① ② ③ ④ ⑤ (※자유롭게 기재해 주십시오.)

4) 종업원 수

A 신규 인력 채용동태 및 전망 조사표

종 업 원 수 (상용근로자기준)	

B 사업체의 장애인고용 실태 조사

문 1) 귀사의 상시근로자는 총 몇 명입니까? _____명

(※ 상시근로자는 근로계약 형태와 상관없이 매월 실근로일수가 15일 이상인 자를 의미합니다)

C 사업체의 장애인고용 실태 조사

문 1) 귀사의 근로자 현황을 종사상 지위별로 나누어 각 빈칸에 적어주시기 바랍니다(2005년 6월 말 기준).

종사상 지위	총근로자수	상시근로자수	장애인근로자수
전체			

ERROR: rangecheck
OFFENDING COMMAND: string

STACK:

66038
33018
32512
33019