

# 통계조사관 직무연수



<http://sti.kostat.go.kr>





# 통계조사관 직무연수

---

1부. 조사원을 위한 조사방법론 .....	5
2부. 직무로 살펴보는 현장조사 .....	53
3부. 원리로 이해하는 현장조사 문제해결 .....	97
4부. 사례로 익히는 조사현장 .....	163



# 1부

---

조사원을 위한  
조사방법론

# 1부. 조사원을 위한 조사방법론

## 목차

학습과목의 개요 .....	7
<b>제1장. 조사통계와 통계조사</b>	
1-1. 조사통계의 목적과 활용 .....	9
❶ 조사통계의 효용성 .....	9
❷ 조사통계 활용 사례 .....	10
❸ 우리나라의 통계제도 .....	14
1-2. 통계조사 이해 .....	18
❶ 현대적인 통계조사의 발전 .....	18
<b>제2장. 표본조사</b>	
2-1. 표본조사 이해 .....	25
❶ 표본조사 .....	25
2-2. 표본조사의 과정 .....	29
❶ 표본추출의 과정 .....	29
❷ 표본추출의 종류 .....	31
<b>제3장. 조사원 관련 통계 품질 이슈</b>	
3-1. 조사원 오차 .....	39
❶ 조사원의 중요성 .....	39
❷ 조사원 오차 .....	40
3-2. 조사원과 통계 품질 관리 .....	44
❶ 통계품질관리 .....	44
연구과제 또는 연습문제 .....	50
참고 자료 .....	52

## 조사원을 위한 조사방법론 과목의 개요

---

### 학습 목표

- 조사통계와 통계조사의 특성을 이해한다.
- 이를 위해 필요한 표본조사의 중요성을 이해한다.
- 학습을 통해 조사원 업무가 가지는 중요성을 자각한다.

### 선수학습

다양한 종류의 국가통계가 생산되고 있음을 인식하고 정부 정책 수립과 정에서 국가통계가 가지는 중요성을 이해한다.

### 주요 용어

조사연구, 통계조사, 표본조사, 표본추출, 확률표본추출, 표본오차, 비표본오차, 조사원오차

### 학습과목의 내용요약

통계조사의 발달에 힘입어 생산되는 조사통계는 오늘날 사회 전반에 걸쳐 널리 활용되고 있으며, 정부 정책 수립에 필수적인 자료로 사용된다. 통계조사는 대규모 인구집단이 가지는 특성을 소규모의 표본에 대한 조사로 파악하는 표본조사에 의해 가능해졌다. 표본조사를 통해 수행되는 통계조사의 정확성은 역사적으로 볼 때 표본이론의 발달에 따라 표본에 의해서 추정되는 통계치와 모집단의 모수 사이에 나타나는 오차를 과학적으로 통제하고 관리하며 최소화시키는 방안을 찾음으로써 달성되었다.

이 때 오차는 표본이론에 의해서 확률표본추출을 전제로 계산되는 표본 오차 뿐만 아니라 다양한 원인에 의해서 발생하는 비표본오차로 구성된다. 비표본오차는 조사 수행 단계별로 다양하게 발생하는데 비표본오차의 핵심에 조사원과 관련하여 발생하는 조사원 오차가 있다. 따라서 통계조사에 의해 생산되는 조사통계의 정확성은 역량을 갖춘 조사원의 엄밀한 직무수행에 의해 조사원오차를 줄이는 것에 의해 가능해진다.





## 1-1. 조사통계의 목적과 활용

### 학습목표

- 조사통계의 목적과 활용성에 대해 이해한다.
- 통계품질의 중요성에 대해 이해한다.

## 1 조사통계의 효용성

### 1. 통계조사의 특성

통계조사는 대규모 인구 집단과 조직체의 특성을 관찰, 기술, 설명하기 위해 수행된다. 현대 사회는 대규모 인구 집단으로 구성되어 있다. 현재 대한민국의 인구는 5천만 명이 넘는다. 기초자치단체인 자치구의 인구를 보더라도, 서울의 경우 가장 적은 중구의 인구가 주민등록 기준으로 12만 8천명에 달한다. 이와 같은 다수 인구의 특성을 파악하고 많은 인구의 생각을 읽어서 표현할 수 있는 방법이 통계조사이다.

통계조사의 특징은 모집단에 대한 표본 추출을 바탕으로 효과적으로 조사가 수행되며, 표준화된 설문으로 이루어진 구조화된 질문지를 사용한다는 점이다. 이를 통해 대규모 모집단의 특성을 기술하기 용이해지며, 관찰을 바탕으로 한 조작적 정의가 가능하고, 많은 변수를 고려하고 변수를 통제할 수 있는 가능성이 생긴다. 또한 표준화된 설문을 사용함으로써 측정을 일반화할 수 있다는 장점이 나타난다.

## 2. 공공기관의 통계조사

공공기관의 통계조사 수요는 지속적으로 증가하고 있다. 조사통계가 정책결정에 근거가 될 수 있으며, 시민 여론의 중요성이 증대하기 때문이다. 또한 시민 소통을 위한 근거자료로 사용되며, 정책 수행평가의 기본 자료로 활용되고 있다. 따라서 공공기관의 통계조사는 증가하는 추세이다. 정부부처 및 출연기관(패널/비패널)의 정기조사가 확대되고 있으며 근래에는 지자체의 통계조사 수요가 늘어나는 것을 볼 수 있다. 현재 한국의 국가통계는 총 390개의 통계작성기관에서 935종의 통계를 작성하고 있다(2015년 12월 1일 기준). 총 935종의 통계 중 44.2%인 413종이 조사통계로 작성되고 있다. 이와 같은 공공기관 통계조사의 증가는 정책 수립에서 조사통계가 차지하는 비중이 커지고 있음을 보여준다.

### ☐ 조사통계 활용 사례

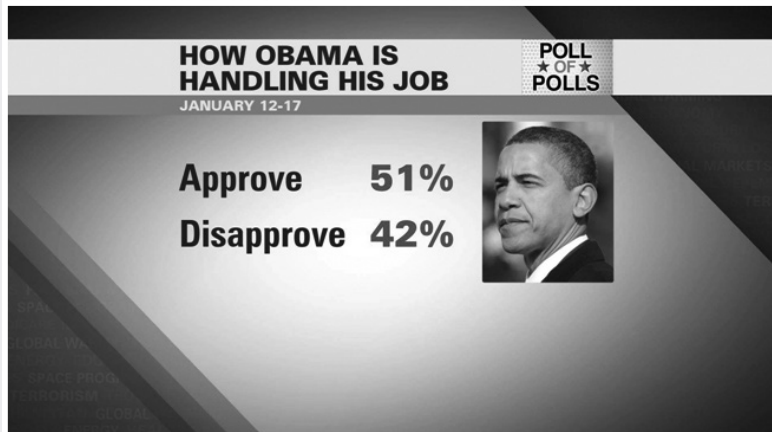
조사통계는 다양하게 활용되고 있다. 공공기관, 사기업에서 시행되는 다양한 조사통계는 일상생활에서 쉽게 접할 수 있다. 우리가 언론을 통해서 가장 쉽게 접하는 사례는 정치와 관련된 조사이다. 대통령 직무수행에 대한 국민의 만족도나 정당에 대한 지지도, 선거일에 행해지는 출구 조사, 대통령 후보자 조사와 같은 정치여론조사는 거의 매일 언론에서 접할 수 있다. 이와 같이 언론의 관심을 많이 끄는 정치여론조사에 못지않게 통계청과 공공기관이 수행하는 조사통계 역시 다양하게 활용되고 있다. 아래는 다양한 성격의 조사통계들이 활용되는 사례를 보여준다.

### 다양한 성격의 조사통계

조사통계는 다양한 분야에서 활용되고 있다. 아래는 다양한 조사통계가 언론에 보도된 경우들을 보여준다. 가장 보도되는 빈도수가 많은 것은 정치여론조사이다. 우리는 거의 매일 다양한 종류의 정치여론조사가 언론에 보도되는 것을 볼 수 있다. 또한, 정치여론조사 만큼 주기적으로 보도되는 것은 아니지만 청소년, 노인과 같이 특정한 인구집단에 대한 조사통계 역시 언론에 빈번하게 보도된다.

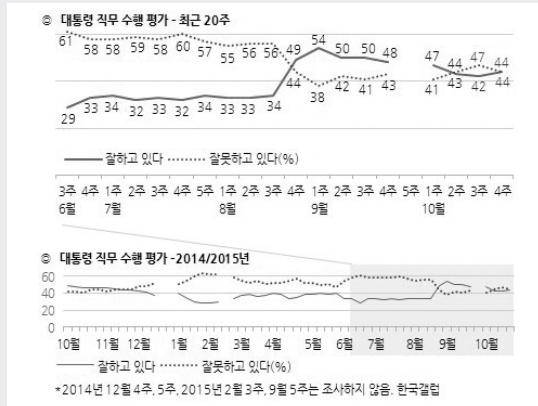
또한 조사통계는 오늘날 OECD와 같은 국제기구에 의해서 국가비교의 수단으로 발표된다. 이를 통해서 우리는 우리나라 국민의 삶이 세계적으로 어떠한 수준인지를 알 수 있게 된다. 통계청이 생산하는 통계는 항상 언론의 큰 관심을 받는 것은 아니지만 국가 전반을 파악하는 기준으로서 국가 정책 수립을 위한 중요한 역할을 수행하고 있다. 그 중에는 실업률 통계와 같이 발표할 때 마다 많은 관심을 불러일으키면서 때로는 사회적 논란까지 야기하는 경우도 있다.

#### 사례 1\_ 정치여론조사 ①



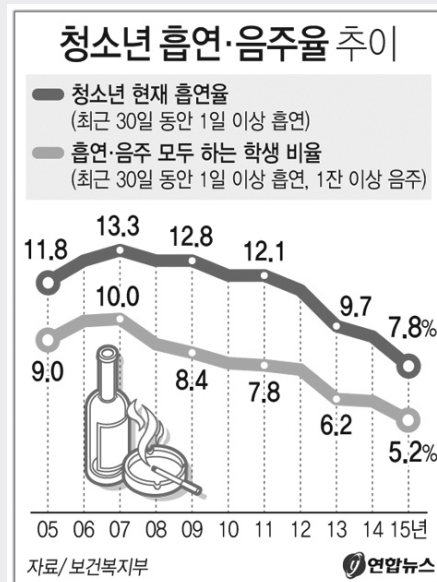
인구 3억 명 이상의 미국에서 대통령 국정운영에 대한 여론조사는 어떻게 행해지고 있을까? 3억 명의 의견을 모두 조사할까? 실제로 미국 갤럽이 수행하는 미국 대통령 국정운영에 대한 여론조사는 1,500명의 표본에 대한 전화조사를 통해 수행되고 있다.

## 사례 2\_ 정치여론조사 ②



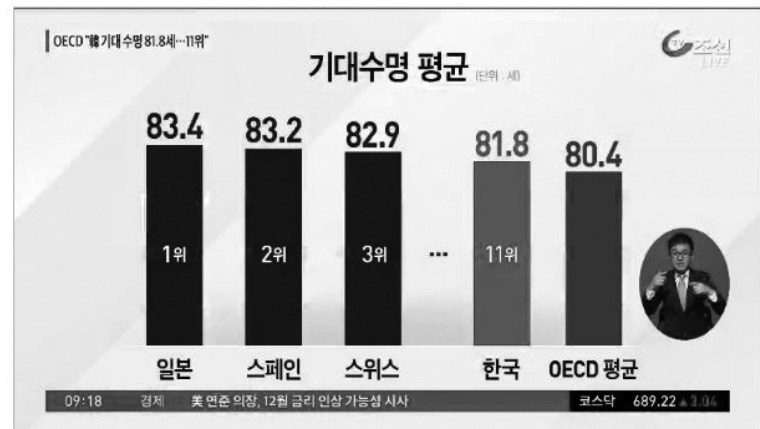
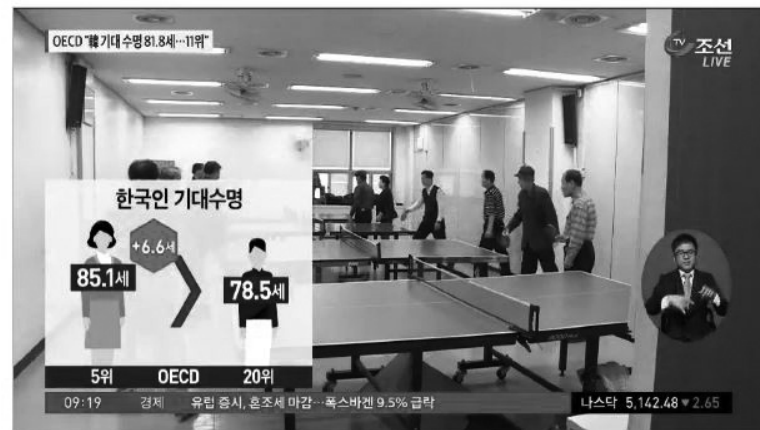
우리나라에서도 대통령의 직무 수행에 대한 국민들의 여론을 알아보기 위해 주기적으로 조사가 진행되고 있다. 이 중에서 매주 한국갤럽은 정기적으로 수행되는 이러한 조사의 결과도 매주 확인할 수 있다. (\* 출처: 한국갤럽데일리 오피니언 제185호)

## 사례 3\_ 청소년 비행 조사



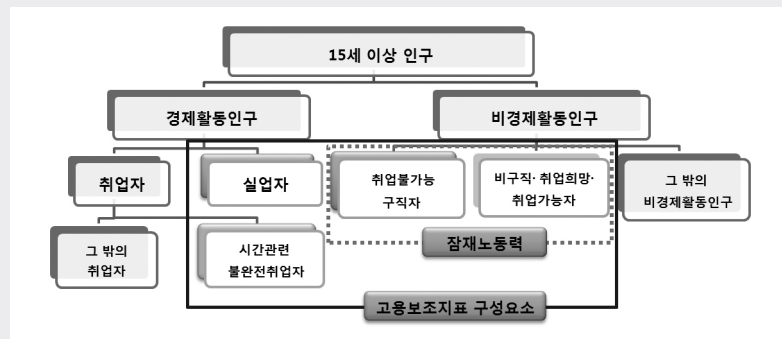
보건복지부와 질병관리본부가 수행한 청소년건강행태조사결과를 통해서 파악한 청소년 흡연 및 음주율의 추이를 연합뉴스가 보도한 사례이다.

#### 사례 4\_ 국제사회비교



조사통계는 OECD와 같이 국제사회에서 한국을 대표하는 비교자료로 사용된다.

#### 사례 5\_ 고용보조지표



### < 고용보조지표 추이 >

(단위: 천명, %)

	2014. 5	2014. 6	2014. 7	2014. 8	2014. 9	2014. 10
고용보조지표1	4.5	4.7	4.7	4.6	4.4	4.4
시간관련추가취업 가능자	241	318	350	333	332	313
고용보조지표2	9.4	9.3	9.4	9.5	9.3	9.0
잠재경제활동인구	1,727	1,702	1,797	1,813	1,793	1,704
잠재취업가능자	37	49	44	36	54	43
잠재구직자*	1,690	1,653	1,752	1,777	1,739	1,661
고용보조지표3	10.3	10.4	10.7	10.6	10.4	10.1

주) 고용보조지표1=(시간관련추가취업가능자+실업자)/경제활동인구×100  
 고용보조지표2=(실업자+잠재경제활동인구)/(경제활동인구+잠재경제활동인구)×100  
 고용보조지표3=(시간관련추가취업가능자+실업자+잠재경제활동인구)/(경제활동인구+잠재경제활동인구)×100

\*잠재구직자에는 구직단념자가 포함되었음

통계청이 실업률을 발표할 때마다 현실을 제대로 반영하지 못한다는 여론이 많았다. 통계청은 ILO의 기준에 따라 기준에 실업자로 분류된 집단 외에도 '일하고 싶은 욕구가 완전히 충족되지 못한 노동력'을 나타내는 지표로서 고용보조지표를 세계 최초로 개발하여 2014년 10월 고용동향에서부터 발표하고 있다. 세 가지 종류의 고용보조지표는 2014년 10월 공식실업률 3.2%보다 모두 높게 나타났다.

※ 출처: 제10차 국가통계위원회(의안번호 제2014-02호) 고용보조지표 개발, 통계청 보도자료 2014년 10월 고용동향

## 3 우리나라의 통계제도

우리나라 통계제도의 법적 근간이 되는 것은 1962년에 제정된 통계법이다. 통계법은 제1장 총칙에서 목적, 기본이념, 정의, 국가 등의 책무를 다루고 있으며, 통계의 작성·보급 및 이용 기반 구축(제2장), 통계작성지정 기관 및 지정통계의 지정(제3장), 통계의 작성·보급 및 이용(제4장), 통계응답자의 의무 및 보호(제5장) 등으로 구성되어 있다.

통계법 제3조 1항에서는 “통계”란 통계작성기관이 정부정책의 수립 평가 또는 경제 사회 현상의 연구 분석 등에 활용할 목적으로 산업, 물가, 인구, 주택, 문화, 환경 등 특정 집단이나 대상 등에 관하여 직접 또는 다른 기관이나 법인 또는 단체 등에 위임 위탁하여 작성하는 수량적 정보를 말한다고 정의하고 있다. 통계법 제2조에서 제시한 통계법의 “기본이념”은 다음과 같다.

○ <표 1-1> 통계법

**통계법 제2조(기본이념)**

- ① 통계는 각종 의사결정을 합리적으로 수행하기 위한 공공자원으로서 사회 발전에 기여할 수 있도록 작성·보급 및 이용되어야 한다.
- ② 통계는 정확성·시의성 및 일관성을 확보할 수 있도록 과학적인 방법에 따라 작성되어야 한다.
- ③ 통계는 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀이 보장되는 범위 안에서 널리 보급·이용되어야 한다.

통계제도는 국가통계 생산에서 통계청이 차지하는 역할에 따라 분산형과 집중형으로 나뉜다. 우리나라 통계제도의 기본체제는 집중형 통계제도의 요소를 가미한 분산형 통계제도이다. 우리나라의 경우 통계청 이외에 여러 정부기관(중앙 및 지방정부)에서 국가통계를 생산한다. 또한 공사, 공단, 협회 등과 같은 공공부문(통계작성지정기관) 역시 국가통계를 작성한다. 이와 같이 국가통계 작성 기관이 많이 존재한다는 점에서 우리나라는 기본적으로 분산형 통계제도를 운영하는 것으로 분류된다.

더 알아보기

**집중형 통계제도**

집중형 통계제도는 하나의 전문화된 기관에 통계생산이 집중되어 각 기관에서 필요로 하는 통계를 작성 공급한다. 집중형 통계제도를 사용하는 국가는 독일, 캐나다, 네덜란드, 호주 등이 있다.

- 장점: 정부통계의 균형적 발전과 장기통계정책 유리
- 단점: 각 기관 필요 통계의 적기 공급 어려움과 각 기관의 전문지식 활용 곤란

## 분산형 통계제도

분산형 통계제도는 통계활동이 여러 기관에 분산되어 각 기관이 필요로 하는 통계를 직접 작성하는 것이다. 분산형 통계제도를 사용하는 국가는 미국, 영국, 일본, 이탈리아 등이 있다.

- 장점: 각 기관의 신속한 통계 작성과 업무상 전문지식 활용
- 단점: 통계의 유사 중복에 따른 인력 및 예산 낭비와 통계의 질 저하 위험

분산형 통계제도가 가지는 통계품질관리의 약점을 보완하기 위하여 우리나라는 통계청을 중심으로 국가통계에 대한 통계승인제도를 운영하고 있으며 정기적으로 통계품질진단을 수행하고 있다. 법적인 차원에서는 통계법에서 통계는 공공자원이므로 통계의 공공성, 사회발전 기여의 목적성, 과학적 방법 사용을 의무화함으로써 통계품질 관리의 근거를 제시하고 있다.

통계승인제도의 목적은 유사중복 통계 작성을 사전에 예방하고 통계작성의 기술적인 문제점을 보완하는데 있다. 이 제도를 통해 국민의 응답부담을 줄일 수 있으며, 인력 예산 낭비를 방지할 수 있다. 이와 같이 통계승인제도는 분산형 통계제도의 문제점을 보완할 수 있다. 다음의 그림에서 볼 수 있는 바와 같이 통계승인과정은 여러 번에 걸친 심사와 수정 보완을 통해서 수행된다.

[그림 1-1]  
통계승인과정

출처:  
통계정책관리시스템  
<http://narastat.kr/pms/index.do?menu=yes>





생산된 통계에 대한 품질관리는 통계품질진단 제도를 통해서 수행된다. 우리나라는 2000년대 초반부터 통계품질진단 사업을 준비하기 시작하여, 2006년부터 정기통계품질진단 5개년 계획(2006~2010)을 수립하여 1차적으로 585종의 국가통계품질진단 사업을 완료하였고, 정기통계품질진단 2차 5개년 계획(2011~2014) 하에 정책수립의 기초자료로 유용성 또는 모집단으로써 활용성이 높거나, 국제비교를 위해 국제기구에 제출되는 주요통계 위주의 진단을 실시하여 2014년까지 완료하고, 2015년부터는 3차 5개년 계획(2015~2019) 하에 정기통계품질진단을 추진하고 있다.

<표 1-2>

통계법에 명시된  
통계품질진단 1

**통계법 제9조(정기통계품질진단)**

- ① 통계청장은 통계의 작성 및 보급의 제반과정에 대하여 10년의 범위 안에서 대통령령으로 정하는 기간마다 통계품질진단(이하 “정기통계품질진단”이라 한다)을 실시하여야 한다. 다만, 작성주기가 10년의 범위 안에서 대통령령으로 정하는 기간을 초과하는 통계의 경우에는 그 통계를 작성하는 해 또는 그 다음 해에 실시할 수 있다.

<표 1-3>

통계법에 명시된  
통계품질진단 2

**통계법 제10조(수시통계품질진단)**

- ① 통계청장은 제11조에 따른 자체통계품질진단을 실시하지 아니하거나 품질이 저하되었다고 믿을만한 상당한 이유가 있는 통계에 대하여는 수시로 통계품질진단(이하 “수시통계품질진단”이라 한다)을 실시할 수 있다.

**통계법 제11조(자체통계품질진단)**

- ① 통계작성기관의 장은 소관 통계에 관하여 매년 통계품질진단(이하 “자체통계품질진단”이라 한다)을 실시하여야 한다. 다만, 작성주기가 1년을 초과하는 통계의 경우에는 그 통계를 작성하는 해 또는 그 다음 해에 실시할 수 있다.

이와 같은 제도의 시행은 통계품질이 가지는 중요성을 보여주며, 정부가 국가통계의 품질관리를 위하여 얼마나 많은 노력을 기울이는지를 보여준다. 조사통계가 늘고, 조사통계의 활용이 늘어나는 만큼 조사통계의 품질관리가 가지는 중요성이 커진 것이다. 실제로 조사통계의 결과를 놓고 통계의 품질에 대한 논란이 사회적 관심사가 되는 경우도 발생한다. 이러한 점에서 공공기관이 생산하는 조사통계의 품질은 단순히 조사기관이나 해당 정부부처 만의 문제가 아니라 사회 전체의 관심사이며 통계를 생산하는 모든 사람이 공동의 노력을 통해서 이루어야 할 가치이다.

## 1-2. 통계조사 이해

### 학습목표

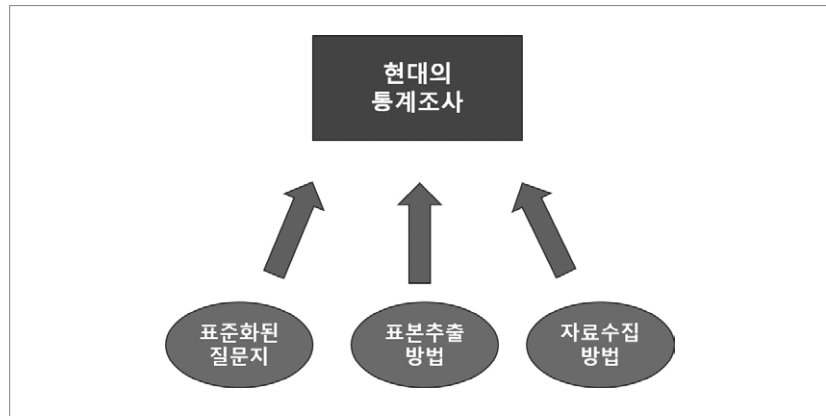
- 통계조사의 발전을 학습한다.
- 통계조사에 사용되는 다양한 조사방법을 이해한다.

### 1 현대적인 통계조사의 발전

#### 1. 통계조사 방법의 발전

방대한 인구의 특성을 매우 적은 수의 표본을 통해서 파악하는 현대의 통계조사는 어떻게 가능해진 것인가? 통계조사의 기원은 고대 이집트 시대에까지 거슬러 올라간다. 성서에 보면 로마제국에서 인구조사를 수행하였던 사실이 나타난다. 중국과 인도에서도 유사한 인구조사가 수행되었다. 중세 유럽에서는 교회가 중심이 되어 인구 동태를 파악하였다. 이와 같이 통계조사가 동서고금에 걸쳐 광범위하게 수행되어 왔던 이유는 이러한 조사를 통해서 파악된 결과가 세금 징수와 징병의 기본 자료로 활용되었기 때문이다.

[그림 1-2]  
현대의 통계조사를 구성하는 요소



현대적인 의미에서의 과학적인 통계조사는 2차 세계대전 이후 본격적으로 발전되기 시작했다. 1930년대 발표된 표본 이론의 성과들이 현장에서 본격적으로 적용되기 시작하였다. 이와 함께 통신수단의 발달로 인해 편지, 전화, 인터넷, 핸드폰 등을 활용한 다양한 조사 수단이 개발되기에 이르렀다. 또한 컴퓨터의 발달로 인하여 계산 능력이 향상되고 사용의 편의성이 증대되었다. 다양한 조사수단이 발달하고, 계산의 편의성이 증가하며 조사 능력이 향상되었다.

### **미디어의 발전으로 인한 조사연구의 변화**

미디어의 발전으로 전화, 컴퓨터 등 다양한 수단을 조사에 활용할 수 있게 되었다. 대표적인 방법으로 CATI, CAPI, CASI 등이 있다.

- CATI(Computer Assisted Telephone Interviewing) : CATI는 컴퓨터를 이용한 전화조사이다. 자동으로 전화를 걸어주며, 면접이 끝난 후 자동으로 결과가 저장된다. 면접원들이 면접상황을 언제나 체크할 수 있기 때문에 면접원의 통제와 관리가 쉽다.
- CAPI(Computer Assisted Personal Interviewing) : 컴퓨터를 이용한 면접조사이다. 면접원들이 노트북을 들고 다니면서 컴퓨터로 면접을 진행하는 기법이다.
- CASI(Computer Assisted Self Interviewing) : 조사응답자가 직접 인터넷을 통해 조사에 참여하는 기법이다. 최근에 통계조사에 널리 이용되고 있다.

#### **사례 1\_ 호남지방통계청의 가축동향조사**

- 조사목적 : 축산정책수립과 축산부문 연구를 위한 기초자료로 활용
- 조사항목 : 가축 생육기간별, 성별, 마리수 등
- 조사방법 : 통계청 직원이 농가를 직접 방문하거나 CATI, 전화, Fax 등의 비면접조사를 병행하여 실시

#### **사례 2\_ 기업체장애인 고용실태 조사**

- 조사목적 : 장애인 노동시장의 수요자인 기업체의 장애인 고용실태와 정책 수요를 파악함으로써 장애인고용정책 및 서비스 개발에 필요한 기초자료를 제공
- 조사항목 : 근로자 현황, 모집과 채용, 채용계획, 노무관리, 업무환경 등 총 20개부문 204개의 항목
- 조사방법 : 전화조사 및 면접조사

1) 면접방법 : 기본조사 면접방법 : 컴퓨터를 이용한 전화조사 방법(CATI : Computer Assisted Telephone Interviewing) 실시

2) 심층조사 면접방법 : 조사대상 기업을 직접 방문, 컴퓨터를 이용한 면접 조사 방법(CAPI : Computer Assisted Personal Interviewing) 실시

사례 3\_ 인구주택총조사

- 조사목적: 우리나라의 모든 사람과 주택의 규모 및 그 특징을 파악하기 위함
- 조사항목: 인구의 일반적인 특성 및 경제, 사회, 문화의 특성 파악
- 조사방법: 전수조사, 표본조사(20%, 2015년 기준), 인터넷 조사방식 적용, ICR 방식 자료입력, 인터넷 조사는 2005년에 최초로 도입됨



- 인터넷 조사는?  
- 인구주택총조사를 종이 조사표가 아닌 웹상에서 작성방법을 참고하여 직접 응답하여 저장하는 조사방식입니다.



- 언제하나요?  
- 2015년 10월 22일부터 10월 31일.



- 어디서하나요?  
- 인터넷이 가능한 곳이면 어디서나 참여번호를 입력하여 참여할 수 있습니다.  
\*참여번호는 가구별로 배부된 조사안내문에 있습니다.



- 누가 참여하나요?  
- 함께 속식을 하고 있는 가구원 모두를 인터넷이 가능한 응답자가 입력합니다.  
\*가구원 모두가 함께 있을 때 입력하시면 더 정확하게 입력할 수 있습니다.



- 어떻게 참여 하나요?  
- 인터넷조사 참여 방법을 참고하세요.



- 꼭 인터넷으로 참여해야 하나요?  
- 인터넷으로 참여하시면 조사원 방문없이 참여할 수 있습니다.  
- 언제 어디서나 편리하게 참여할 수 있습니다.  
- 인터넷으로 조사에 참여하면 경품에 당첨될 기회가 있습니다.

## 2. 조사 방법

### (1) 우편조사

우편조사는 질문지를 우편으로 우송하여 자기기입식으로 조사하게 한 후 동봉한 반송용 봉투를 이용하여 응답을 받는 방법이다. 우편조사는 응답에 대한 동기부여를 하는 것이 중요하다. 질문지의 양식이나 우송방법이 조사에 따라 상이하게 나타날 수 있다. 우편조사는 대상자의 범위가 제한된 동질 집단에서 회수율이 높게 나타난다.

<표 1-4>  
우편조사의 장점과 단점

우편조사의 장점	우편조사의 단점
- 광범위한 지역과 대상을 표본으로 삼을 수 있음	- 낮은 회수율
- 접근 가능성의 확대	- 응답내용에 대한 확인 불가
- 응답자에게 익명성의 확신 부여	- 응답자 확인 불가
- 응답자에게 숙고할 시간 제공	
- 면접자의 영향을 배제함	

### (2) 전화조사

조사원이 전화를 통해 응답자에게 설문을 시행하는 전화조사의 경우 비용이 저렴하고 신속한 조사가 가능하지만, 설문의 길이가 제한적이다. 전화번호의 입수와 변경 등의 진행상의 어려움이 있으며 응답자의 특성 파악이 어렵다. 특히 최근 휴대전화의 보급으로 인해 전화조사에 응하는 사람들의 대표성에 문제가 있을 수 있다. 또한 적절한 표본선정에 어려움이 있다.

<표 1-5>  
전화조사의 장점과 단점

전화조사의 장점	전화조사의 단점
- 자료 입력의 오류 감소	- 질문의 길이와 내용 제한
- 시간과 비용 절약	- 민감한 주제 조사 어려움
- 신속성	- 표본의 대표성 확보 어려움
- 조사자들에 대한 감독 용이	- 시각적 보조자료 활용 안됨

### (3) 면접조사

면접조사는 조사자가 응답자를 직접 대면하여 실행하는 조사로 개별면접조사(personal interview) 혹은 대면적 면접조사(face-to-face interview)라

고 한다. 면접조사의 유형에 따라 표준화 면접 (standardized interview), 비 표준화 면접 (unstandardized interview), 준표준화 면접 (semi-standardized interview)으로 구분할 수 있다.

<표 1-6>  
면접조사의 장점과 단점

면접조사의 장점	면접조사의 단점
- 높은 응답률	- 조사비용과 시간이 많이 소요됨
- 면접자의 설명을 통해 질문의 내용에 대한 응답자의 이해 제고	- 면접자의 영향에 대한 통제 어려움
- 문맹자, 어린이 조사 가능	- 부재자 등 응답자 접근 곤란할 수 있음
- 응답자의 응답 참여 통제 가능	
- 응답자와 주변의 상황에 대한 직접 관찰 가능	

#### (4) 인터넷 조사

전자우편조사(e-mail survey), 웹조사(HTML form survey), 다운로드조사(downloadable survey)와 같이 인터넷 상에서 이루어지는 여러 형태의 통계조사들을 인터넷 조사라고 한다. 인터넷 조사는 조사대상자에 따라 가입자 조사, 회원조사, 방문자 조사로 구분할 수 있다. 인터넷 조사는 신속하고, 가격이 상대적으로 저렴하다는 특성으로 인해 성장하고 있는 조사 분야이다. 그러나 조사의 모집단 규정과 표본의 대표성 확보와 같은 쟁점이 존재한다.

#### (5) 집단조사

연구대상자를 개별적으로 만나서 면접하는 것이 아니라 집단적으로 모아 놓고 질문지를 교부하여 응답자가 직접 기재하게 하는 조사 방식이다. 시간과 비용을 절감할 수 있으며, 응답환경의 일관성이 유지된다는 장점이 있다. 또한 질문지 내용에 대해 응답자의 이해를 돕기 좋은 조사방법이다. 반면, 집단 상황이 응답을 왜곡시킬 가능성이 있으며, 응답자들에 대한 통제가 어렵다는 단점이 있다. 그리고 집단조사를 승인한 주체에 대한 자료 이용의 오해를 일으킬 수 있다.

**표적집단면접조사 (FGI: Focus Group Interview)**

다수의 대상자를 하나의 집단으로 하여 집단 전체와 관련이 있는 주제나 문제에 초점을 두고 진행하는 면접이다.

면접자와 피면접집단 사이에 여러 형태의 상호작용이 발생한다. 응답자들이 자유로운 분위기에서 솔직한 의견 제시를 할 수 있다. 따라서 생각하지 못했던 유용한 정보 확보가 가능하다. 그러나 진행자의 역할이 과중된다는 단점이 있으며 조사 결과를 일반화하기 어렵다는 특징이 있다.





### 2-1. 표본조사 이해

#### 학습목표

- 표본추출의 통계학적 원리를 이해한다.
- 표본추출분포를 이해한다.

#### 1 표본조사

##### 1. 표본조사의 필요성

통계조사는 대부분 표본조사에 의해서 수행된다. 우리가 조사에서 파악하고자 하는 것은 모집단의 특성이다. 통계조사를 통해 규명하고자 하는 모집단의 특성을 파악할 때 가장 먼저 생각할 수 있는 방법은 모집단의 구성원 혹은 구성요소를 모두 조사하는 것이다. 이를 전수조사라 부른다.

하지만 전수조사를 수행하기 위해서는 많은 어려움이 따른다. 가장 큰 문제는 전수조사를 수행하는데 막대한 시간과 노력, 그리고 비용이 소요된다는 점이다. 예를 들어 전수조사가 수행되는 대표적인 조사가 인구센서스이다. 인구센서스에는 막대한 비용이 소모되며, 그 비용의 증가 속도 역시 대단히 빠르다. 2005년 인구센서스에 1천 290억 원의 예산이 소요되었는데, 2010년 인구센서스에는 1천 809억 원의 예산이 소요되었다. 결국 이러한 예산 비용의 증가가 인구센서스 방식의 변화를 가져오는 한 요인이 되었다. 2015년 인구센서스에서는 행정등록자료가 사용되고 조사는 전체 인구의 20%만을 대상으로 수행되었다.

전수조사의 문제는 시간과 비용에만 있는 것이 아니다. 전수조사에 투입되는 많은 조사원과 조사과정에서 발생하는 다양한 상황을 통제하는 과

정에서 표본오차와는 다른 성격의 비표본오차(non-sampling error)가 발생한다. 따라서 시간과 경비를 절약함과 동시에 비표본오차를 줄이면서 모집단의 특성을 파악하기 위한 목적으로 표본을 선택하여 조사하는 방식이 널리 사용되고 있다.

## 더 알아보기

### 전수조사와 표본조사 비교

#### 사례 \_ 라운트리의 요크시(York) 조사

19세기 말, 부스(Charles Booth)와 라운트리(Seebohm Rowntree)는 런던 지방 대도시의 빈민들에 대해 대대적인 조사를 실시했다. 라운트리는 요크(York)시에서 1899~1900년 11,560가구, 1936년 16,362가구를 방문하여 주거상태, 직업, 수입정도, 자녀들의 수와 연령 등을 조사했다. 특히 라운트리는 1936년의 2차 조사에서 요크시 전체 16,362가구 중에서 매 10가구마다 한 가구씩을 뽑아 그 결과를 전수조사에서 도출한 결과와 비교작업을 했다. 실제 요크시의 노동자 가구에서 전체 노동자의 31.1%가 빈곤선 이하의 생활을 하는 것으로 나타났다. 그리고 표본추출방법으로 조사된 결과에서 역시 전수조사와 비슷한 30.1% ~ 33.1% 수준으로 나타났다. 이와 같이 표본조사는 전체를 대표할 수 있는 방법이라는 점이 실증되었다.

## 2. 표본추출

전체 모집단을 반영하는 적절한 표본은 체계적으로 선택되어야 한다. 표본추출은 전체의 조사대상에서 관찰대상으로 일부를 추출하는 것을 뜻한다. 표본의 특성인 통계치로부터 모집단의 모수를 일반화할 수 있는 확률 표본추출(probability sampling)은 무작위 추출(random selection)의 개념을 내포하고 있다. 표본을 대상으로 한 조사의 결과가 모집단의 일반적인 특성을 대표하기 위해서는 모집단의 모든 구성원이 표본에 속할 가능성이 동일해야한다.

## 3. 표본추출의 중요성

표본추출을 어떻게 하는가는 조사의 정확성에 중요한 영향을 미친다. 과학적 표본추출과정을 통해 표본이 모집단의 특성을 반영해야 정확한 조사의 결과를 얻을 수 있다. 성공적 표본추출로 인한 조사의 결과와 그렇지

않은 조사가 진행된 예를 살펴보자.

## 더 알아보기

### 표본추출의 중요성을 보여주는 3가지 사례

#### 사례 1\_ 1936년 미국 대통령 선거 당시 여론조사

1936년 미국 대통령 선거 당시 후보 프랭클린 루즈벨트와 앨프래리 랜던의 승리 예측이 실시되었다. 리터러리 다이제스트지는 전화 가입자와 자동차 소유자 1,000만 명을 대상으로 우편엽서를 발송하여 조사를 진행하였다. 다이제스트지는 1,000만 명 중 2백만 명 이상의 응답을 얻었다. 그리고 조사결과로 앨프래리 랜던이 57%의 지지를 받아 43%의 지지를 받은 루즈벨트에게 승리할 것이라고 예측하였다. 반면 갤럽은 과학적 표본추출과정을 통해 1,500 명을 대상으로 조사를 진행하였다. 갤럽의 조사결과는 다이제스트지와 달리 루즈벨트의 승리를 예측하였다. 실제로 루즈벨트는 61%의 득표로 압승을 거두었다.

1963년 당시 미국은 경제적 침체를 겪고 있었다. 다이제스트지는 유권자의 모집단을 대표할 만한 표본으로 전화를 가지고 있고, 자동차를 소유한 부유층을 추출하였다. 따라서 표본추출과정에서 비교적 부를 축적하지 못한 사람들은 조사에서 제외된 것이다.

#### 사례 2\_ 2010년 서울시 시장선거

2010년 서울시 시장 선거의 후보로 한나라당의 오세훈, 민주당의 한명숙이 각각 출마했다. 선거 이전 각종 여론조사의 결과로 많은 언론들은 민주당 한명숙 후보에 비해 오세훈 후보가 압도적인 표를 득표하여 서울시장으로 당선될 것이라고 예측했다.

- 한길리서치: 오세훈 46.8%, 한명숙 29.1%, 성인남녀 800명 대상, 전화조사
- 리얼미터: 오세훈 57.1%, 한명숙 31.3%, 성인남녀 각 1천명 대상, 전화조사
- 미디어리서치: 오세훈 47.7%, 한명숙 31.0%, 서울시민 600명

이밖에도 많은 여론조사업체들도 한나라당의 압승을 예측했다. 하지만 실제 개표결과 박빙의 승부가 되었으며 다음 날 새벽이 되어서야 승부가 판가름 났다. 오세훈 후보는 0.6%의 표를 더 얻어 제34대 서울특별시장으로 선출되었다.

이처럼 여론조사와 실제 결과가 큰 차이를 보인 것은 정확한 표본 집단의 확보가 되지 않았기 때문이다. 대부분의 여론조사가 유선전화로 이루어졌으며, 낮 시간에 집에서 전화를 받을 수 있는 표본, 주부 및 노년층과 같이 특정 계층에 편중된 것이다.

### 사례 3\_ 1999년도 미국 대통령 선거의 예측과 득표율

1999년도 미국 대통령 선거에 대해서 많은 조사기관이 조사를 실시했다. 각 조사 기관에 따라 예상 득표율은 상이하게 나타났다. 그러나 Reuter기관에서 실시한 조사를 살펴보면 예측치와 실제 득표율이 거의 동일하게 나타났다. 당시 미국 유권자는 9천만 명에 달했으나, 대통령 선거의 득표율을 예상하기 위해 각 기관은 약 2,000명 정도의 사람들을 대상으로 조사를 실시하였다. 전체를 대상으로 한 것이 아니라 일부를 대상으로 조사하였지만 표본추출을 통해 표본이 모집단을 대표할 수 있다는 것을 보여주고 있다.

1999년 미국 대통령 선거 득표율(%)

예측기관	후보			
	Clinton	Dole	Perot	기타
CBS/NYT	54	35	9	2
Reuter	49	41	8	2
ABC	52	39	7	2
NBC	51	38	9	2
Gallup/CNN	51	38	9	2
실제득표율	49	41	9	2

출처: 바버(2001), 신민철 재인용

## 2-2.

# 표본조사의 과정

### 학습목표

- 모집단에서의 표본추출과 표본으로부터의 모집단 추정관계를 이해한다.
- 표본추출, 표본조사 시의 조사원의 역할에 대해 이해한다.

## 1 표본추출의 과정

표본추출의 과정은 모집단을 결정하는 것으로부터 시작한다. 모집단을 결정한 후에는 표본틀을 선정해야하며, 표본추출 방법을 결정해야한다. 표본의 크기를 결정한 후 표본을 추출하게 된다.

[그림 2-1]  
표본추출 절차



### 1. 모집단 결정

표본추출의 첫 번째 과정은 모집단을 결정하는 것이다. 사회현상을 파악하기 위해 관찰할 수 있는 조사 대상은 사람, 조직, 기업, 물건, 자연 등이 있다. 연구 현상을 관찰할 수 있는 모든 대상의 집합체를 모집단이라고 한다. 모집단은 다음과 같이 정의할 수 있다.

- 우리가 규명하고자 하는 집단의 총체
- 연구에서 이론적으로 특정화된 요소들의 총합체
- 조사모집단(survey population) : 조사의 목적을 위해 표본이 실제로 추출되는 모집단을 조작적으로 규정

## 2. 표본틀 선정

모집단을 구성하는 모든 요소의 구체적인 명단이 필요하고 모집단을 구성하는 요소의 목록을 표본틀(sampling frame)이라고 한다. 표본틀이 갖 추어야 할 요소는 다음과 같다.

- 포괄성: 전체 모집단 중 많은 부분을 포함해야 함
- 추출확률: 모집단에서 개별요소가 추출될 확률이 동일해야 함
- 효율성: 조사자가 바라지 않는 대상들이 포함되지 않아야 함

## 3. 표본추출의 단위

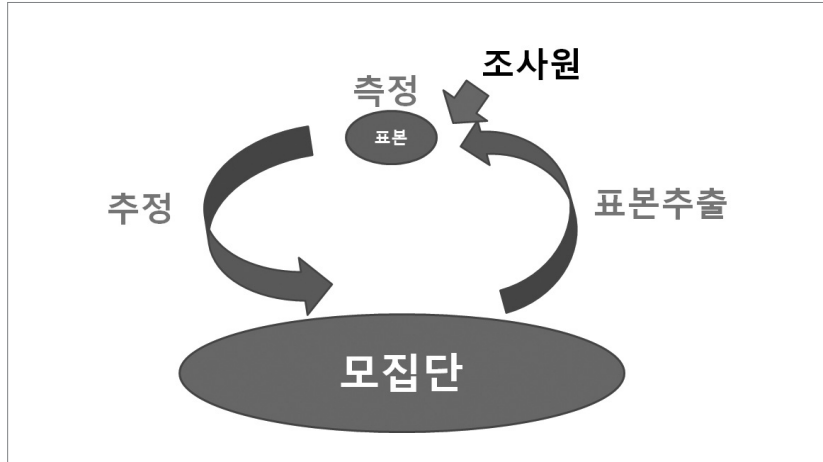
표본추출과정의 각 단계에서의 표본추출대상이 표본추출의 단위이다. 예를 들어 도시 거주 시민조사를 위해 처음에 동, 다음에 각 동에서 가구, 최종적으로 각 가구 내에서 성인을 추출하는 경우, 표본추출단위는 동(1차 표본추출단위), 가구(2차 표본추출단위), 개인(3차 표본추출단위)이 된다.

- 관찰단위 (observation unit)는 직접적인 조사대상을 뜻함
- 분석단위 (unit of analysis)는 연구대상의 기본 단위임
- 관찰단위와 분석단위는 일치하지 않을 수도 있음
- 가구구성원들의 정보를 가구주를 통해서 수집하는 경우, 분석단위는 개별 가구구성원이지만 관찰단위는 가구주임

## 4. 표본조사 과정과 조사원

표본조사 과정은 아래의 그림과 같이 모집단에서 표본을 추출하여 추출된 표본을 측정하고, 표본에서 조사된 결과를 가지고 모집단의 특성을 추정하는 과정으로 구성된다. 이때 조사원은 질문지 조사를 수행함으로써 표본을 측정하는 과정을 담당한다. 또한 표본추출 방법에 따라 차이가 있으나 표본을 추출하는 과정에도 조사원의 역할은 중요하다. 현장에서 조사 대상이 되는 표본을 원칙에 따라 선정하기도 하고, 선정되어 있는 표본을 설득하여 조사에 참여시키는 역할을 함으로써 표본추출 과정에서 중요한 역할을 담당한다.

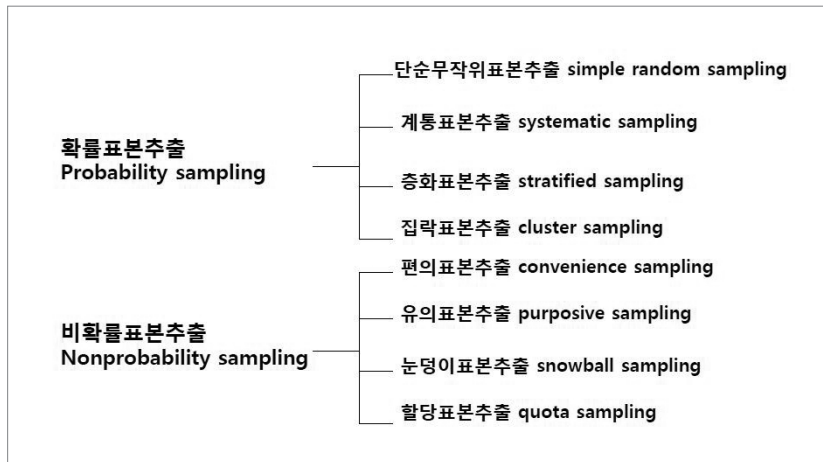
[그림 2-2]  
표본 조사 과정과  
조사원



## 2 표본추출의 종류

표본추출은 확률표본추출과 비확률표본추출로 구분할 수 있다. 확률표본추출의 방법에는 단순무작위표본추출, 계통표본추출, 층화표본추출, 집락표본추출이 있다. 비확률표본추출의 방법에는 편의표본추출, 유의표본추출, 눈덩이표본추출, 할당표본추출이 있다.

[그림 2-3]  
표본추출의 종류



### 1. 확률표본추출

확률표본추출이란 모집단의 개별구성요소가 표본에 포함될 확률이 동일한 조건에서 표본을 추출하는 것이다. 모집단의 개별구성요소가 표본에

포함될 확률을 알 수 있다. 모집단의 규모와 성격이 명확하게 규정된다는 특징이 있다.

### (1) 단순무작위표본추출

모집단을 구성하는 모든 요소에 고유한 번호를 부여한 후 난수표를 이용해 무작위 숫자를 선택하는 것이 단순무작위표본추출이다. 단순무작위표본추출은 모든 구성원에게 수를 부여하기 힘들기 때문에 현실적으로 사용되기 어렵다.

### (2) 계통표본추출

계통표본추출은 모집단 명부를 작성하여 첫 번째 요소를 무작위 추출한 후, 일정한 표본추출간격으로 표본을 추출하는 방식이다. 예를 들어 특정 대학의 재학생 6,000명의 명부를 작성한 후 600명 추출을 위해 최초의 학생은 무작위 추출한 후 매 10번째 학생을 선정하는 방식을 뜻한다. 계통표본추출은 명단에 유형이나 주기가 존재하여 표본추출간격과 일치할 경우 편중된 표본 추출(아파트 각 층 끝 집)이 된다는 단점이 있다.

### (3) 층화표본추출

층화표본추출은 모집단을 동질적인 하위집단으로 재구성한 후 각 하위집단에서 적절한 수의 표본을 추출하는 방식이다. 동질적인 하위집단에서의 표본추출오차가 이질적인 집단에서의 표본추출오차보다 작다는 논리로 시행된다. 예를 들어, 대학교 졸업자를 입학연도별로 구분한 후 각 학년의 상대적 비중에 따라 각 학년 내에서 표본을 무작위로 추출하는 방식이 층화표본추출의 방식이다. 층화에 어떤 변수를 사용할지가 중요한 문제이다. 층화표본추출은 각 계층 내에서는 동질적으로, 계층 간에는 이질적으로 구성하며, 모든 계층이 표본에 포함되도록 한다.

### (4) 집락표본추출

집락표본추출은 표본추출단위가 개인이 아닌 집락(cluster) 모집단에서 집락을 우선 추출한 후, 집락에서 다시 개인을 추출하는 방법이다. 예를



들면, 학생 조사를 위하여 학과를 추출하거나 교인 조사를 위하여 교회를 추출하고, 시민 조사를 위하여 시 구역을 추출하는 것이다. 각 집락 내에서 추출되는 요소들의 수는 최소화하고, 추출할 집락 수는 최대화하는 것이 바람직하다. 그러나 이러한 방식으로 표본추출을 하는 것은 효율성을 해친다는 단점이 있다. 집락표본추출의 집락은 가급적 이질적 요소로 구성되어야 한다. 집락이 내부적으로 동질적이면 편중된 표본을 추출하게 된다.

## 더 알아보기

실제의 조사에서는 표본추출이 여러 단계를 거쳐 수행된다. 예를 들어 우선 표본추출단위들을 유용한 변수에 따라 층화한 후 표본을 추출하고, 다음으로 집락을 추출한 후, 집락에서 다시 개인을 추출하는 방법으로 진행된다. 이 때 흔히 규모비례확률(Probability Proportionate to Size: PPS) 표본추출방법이 사용된다. 예컨대 10가구의 구역B에 비해 100가구의 구역A에 10배의 추출 확률을 부여하는 방식이다.

## 2. 비확률표본추출

비확률표본추출은 구성요소가 표본에서 추출될 확률이 동일하지 않은 조건에서 표본을 추출하는 것이다. 비확률표본추출은 상대적으로 비용과 시간이 적게 소요되는 대신 조사 결과의 일반화가 어려운 단점이 있다.

### (1) 편의표본추출

편의표본추출은 이용가능한 대상만을 선택하는 방법이다. 이 방법은 표본의 대표성을 추정할 수 없다는 단점이 있다. 그러나 현실적 제약에 따라 불가피하기도 하고, 때때로 유용하게 활용된다. 예를 들어 시민의 실태를 파악하기 위해 시청 앞에서 점심시간에 지나가는 1,000명의 시민을 대상으로 하는 조사를 들 수 있다. 이러한 방법으로 비교적 용이하게 표본을 구성할 수 있지만 이러한 연구의 분석결과는 전체 시민을 대표한다고 볼 수는 없다.

### (2) 유의표본추출

유의표본추출은 모집단의 특성에 대한 사전 지식은 있지만 실제 모집단

에 접근이 힘들거나, 모집단으로부터의 확률표본 추출이 힘들 경우에 사용한다. 모집단의 특성을 대표하는 집단을 선택하는 방법으로 사전검사에서 많이 이용되는 표본추출이다.

### **(3) 눈덩이표본추출**

눈덩이 표본추출은 특정 모집단의 구성원들을 찾아내기 어려운 경우에 사용하는 표본추출이다. 처음 단계에는 표본추출대상이 되는 소수의 응답자들을 찾아내어 면접을 하는 것으로 시작한다. 그리고 이들 응답자들을 정보원으로 활용하여 비슷한 속성을 가진 다른 사람들을 소개 받는다. 소개받은 이들을 대상으로 면접자를 확대하는 방식으로 표본을 추출한다. 눈덩이 표본추출은 주로 일탈적 사회현상에 대한 연구에서 사용되고 있다.

### **(4) 할당표본추출**

할당표본추출은 모집단의 특성이 적절히 반영되도록 모집단 구성원의 특성에 따른 구성비에 따른 표본추출방법이다. 목표 모집단의 특성을 기술하는 행렬을 구성하여 행렬의 각 칸에 대한 상대적인 구성비를 계산하는 방식으로 행해진다. 확률표본추출과 병행하여 많이 사용되며, 다단계표본추출과정의 마지막 단계에서 많이 사용된다. 할당틀의 정확성과 조사과정의 편의성에 따른 편향의 문제가 존재한다. 예를 들어 연령과 성에 따른 지역 할당표본추출에서 맞벌이 부부의 체계적 배제가 일어날 수 있다.

### 다양한 표본추출의 과정

표본추출의 과정은 조사의 종류별로 다르게 나타난다.

#### 사례 1\_ 스포츠 산업 실태조사 : 중앙행정기관

작성기관	문화체육관광부 체육정책관 스포츠산업과
조사목적	스포츠산업 부문의 현황을 파악하여 관련분야 정책수립 및 평가에 활용할 수 있는 기초자료 제공
조사대상	사업체
표본규모	총 6,962개 업체 (스포츠 시설업 2,771 개, 스포츠 용품업 2,963 개, 스포츠 서비스업 1,228 개)
조사방법	면접조사(Mixed Mode Survey)를 활용한 단계적 실시
모집단	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 목표모집단: 「산업특수분류」 중 '스포츠산업분류'에 해당하는 사업체</li> <li>• 조사모집단: 2012년 기준 전국사업체조사 자료에서 「산업특수분류」 '스포츠산업분류'에 해당하는 사업체</li> </ul>
표본추출틀	2012년 기준 전국사업체조사 자료에서 조사모집단 사업체를 명확히 하고자 일부 38개 산업세세분류의 모집단을 보완한 명부
추출단위	스포츠산업(세세분류)을 모집단으로 한 후 전국단위로 표본 추출
표본추출 방법	<p>층화: L-H층화법</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 모집단이 치우친 분포인 경우 적용할 수 있는 응용절서법과 L-H층화방법 중 L-H층화 법 선택</li> <li>• L-H층화 후 부차모집단별로 2~5개의 층으로 나누어진 표본층은 네이만 배분법을 적용해서 표본규모 계산 및 배분</li> <li>• 표본층 : 층화임의추출, 부차모집단별 3~5개 층별 네이만 배분으로 표본배분 후 임의 추출</li> <li>• 전수층 : 해당 층 전체 사업체를 조사</li> </ul>

## 사례 2\_ 경제활동 인구조사 : 중앙행정기관

작성기관	통계청 사회통계국 고용통계과
조사목적	국민의 경제활동(취업, 실업, 노동력 등) 특성을 조사함으로써 거시경제 분석과 인력자원의 개발정책 수립에 필요한 기초 자료를 제공
조사대상	개인
표본규모	표본가구로 선정된 조사대상가구내 상주하는 모든 가구원, 전국 3만 2천 가구
조사방법	면접조사(부재가구 등 면접 불가능한 경우 전화 또는 자기기입식 일부허용)
모집단	2010 인구주택총조사에서 섬 및 시설단위조사구를 제외한 27,011개 보통조사구 및 아파트조사구
표본추출률	<ul style="list-style-type: none"> <li>1차 추출률 : 2010년 인총 전체 조사구를 이용하여 생성한 광역조사구 18,934개(섬, 기숙시설, 특수사회시설, 관광호텔 및 외국인거주지역 조사구, 집단 시설 제외, 2010년 11월 1일~2011년 7월 31일 신축 아파트 조사구 포함)</li> <li>2차 추출률 : 1차 추출률에서 추출한 1,629개 광역조사구 내의 일반조사구 27,578개 중에서 적격가구(비율이 40%미만인 조사구와 타조사에서 사용 한 조사구 제외 후 24,710개 조사구)</li> </ul>
추출단위	<ul style="list-style-type: none"> <li>1차 추출단위(PSU) : 광역조사구(1,629개), 확률비례계통추출법</li> <li>2차 추출단위(SSU) : 광역조사구내의 일반조사구(각 광역조사구당 1개), 확률비례추출법</li> <li>3차 추출단위(USU) : 가구(일반조사구당 20가구), SRS 추출</li> </ul>
표본추출 방법	<p>층화 : 25개 지역(특,광역시는 시, 도(道) 지역은 동부, 읍면부)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>보통조사구를 추출단위조사구로 하여 표본조사구 크기의 측도에 비례하여 계통추출</li> </ul>

### 사례 3\_ 아동청소년 인권실태 조사 : 연구기관

작성기관	한국청소년정책연구원
조사목적	UN아동권리협약 기준에 상응하는 지표개발과 우리나라 아동·청소년의 권리신장 및 인권환경 개선을 위한 기초자료로 활용
조사대상	개인, 학습
표본규모	초4~고3학년생 9,521명
조사방법	면접조사
모집단	조사년도 4월 기준의 전국 초등학교 4~6학년, 중학교 1~3학년, 고등학교 1~3학년에 재학 중인 학생(교육통계연보)
표본추출틀	2012년도 교육통계연보
추출단위	각 학년별로 지역구분(16개)×학교급(4개)=64개 층 내에서 조사대상 학생수를 기준으로 확률비례추출법으로 표본학교를 선정, 선정된 표본학교 내에서 1개의 표본학급을 무작위로 추출
표본추출 방법	층화집락추출 층화: 지역구분: 광역시도(16개) • 학교구분: 초등학교, 중학교, 고등학교<일반, 자율, 특성화, 특목>(4개) • 학년구분: 학년(3개)

### 사례 4\_ 부천시 사회조사 : 지방자치단체

작성기관	경기도 부천시 부천시 재정경제국 기획예산과
조사목적	부천시민의 생활수준과 사회의 전반적인 상태를 종합적으로 파악하여 지역 사회의 균형적인 발전 및 복지시책 수립을 위한 기초 자료로 활용
조사대상	가구, 개인
표본규모	1,470가구(3,500명 대상)
조사방법	면접조사
모집단	부천시에 거주하는 15세 이상 주민
표본추출틀	2010년 기준 인구주택총조사 조사구(5,095조사구)
추출단위	조사구
표본추출 방법	층화: 구별 3개 층으로 층화 • 부천시 각 구를 지역의 특성을 고려하여 총 4개의 권역으로 구분하고, 이를 지역별로 반의 구성비에 따라 비례할당 • 각 동별로 동, 통, 반의 순서에 일련번호를 부여하고, 할당된 수(40개)만큼 계통추출법으로 반을 추출한 뒤, 추출된 반의 모든 가구를 조사

## 사례 5\_ 한국종합 사회조사 : 연구기관

작성기관	성균관 대학교 서베이리서치센터
조사목적	한국인의 주요 가치 및 속성, 행동방식, 일상생활 양태 등을 조사하여 한국사회의 구조와 시계열적 변화 파악, 국제비교 자료로 활용
조사대상	개인
표본규모	전국의 가구에 거주하는 만 18세 이상 성인남녀 2,500명
조사방법	면접조사
모집단	전국 가구에 거주하는 18세 이상 성인남녀
표본추출 방법	<p>5단계의 다단계지역집락표본추출</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 최종 표본추출블럭(Final Sampling Unit) 수를 200개로 한정하고 이를 1차 표본추출단위(Primary Sampling Unit)인 전국의 광역시·도의 인구수 분포에 비례하여 배분</li> <li>• 각 광역시·도로부터 배분된 수만큼의 2차 표본추출단위(Secondary Sampling Unit)인 동·읍·면을 인구비례확률표본추출 원칙을 적용하여 무작위로 추출</li> <li>• 추출된 각 동·읍·면으로부터 한 개의 최종 표본추출 블럭(동의 경우에는 통/반, 면의 경우에는 리)을 무작위로 선정</li> <li>• 선정된 통/반 또는 리에서 표본추출원(sampler)이 가구의 표본추출들을 직접 작성하고, 이를 토대로 모두 12 혹은 13개의 가구를 무작위로 추출</li> <li>• 표본추출된 가구 내에서 만 18세 이상 성인 가구원들의 리스트를 작성한 후, 이들 가운데 태어난 월일이 가장 빠른(실제 생일 기준) 가구원을 최종 면접대상자로 선정</li> </ul>

### 3-1.

## 조사원 오차

#### 학습목표

- 조사원이 통계의 품질에 미치는 영향을 이해한다.
- 조사원 오차의 다양한 원천과 상호작용적 성격을 이해한다.

### 1 조사원의 중요성

#### 1. 면접조사의 조사원

통계품질관리에서 조사과정에 대한 관심이 증대되고 있으며, 조사원과 응답자의 관계에 대한 관심이 증대되고 있다. 면접으로 얻은 조사자료의 질적 수준에 대한 학자들의 문제제기가 늘어나면서 조사원의 능력이 중요한 이슈로 대두되었다. ‘설문조사원’ 자체가 자료의 질적 수준에 영향을 미치는 중요 변인이다.

면접조사와 전화조사 모두 조사원이 자료수집 과정에 참여한다는 점에서 공통점을 가진다. 면접조사는 조사자가 응답자를 직접 대면하여 조사를 수행한다. 전화조사는 전화를 통해서 조사원이 응답자에게 질문을 한다. 전화조사의 경우 조사원이 직접 질문을 하지 않고 자동화된 기계를 통해서 응답자에게 질문을 하는 ARS (Automatic Response System) 전화조사 방식도 있다. 하지만 조사품질의 중요성이 강조되는 조사에서는 대부분 ARS 방식을 사용하지 않고 조사원이 직접 전화조사를 수행한다. 이러한 점에서 볼 때 면접조사와 전화조사 모두에서 조사원이 통계품질에 미치는 영향이 크다.

그런데 조사원의 영향은 전화조사와 면접조사 사이에 차이가 난다. 전화

조사의 경우 오늘날 CATI (Computer Assisted Telephone Interview) 방식으로 수행되는 경우가 많다. CATI로 수행되는 전화조사에서 조사원의 역할은 컴퓨터 모니터에 나타난 질문을 읽어주고 응답결과를 키보드에 바로 입력한다. 조사원이 응답자에게 전화로 읽어주는 내용은 정해진 문구에서 벗어나는 경우가 많지 않다. 조사원이 질문하고 응답하는 상황은 조사감독에 의해서 관찰된다. 응답자는 조사원을 보지 않은 상태에서 응답하기 때문에 조사원의 영향을 덜 받게 된다.

하지만 전화조사와 달리 면접조사는 현장에 나가서 응답자를 대면하여 조사를 수행하게 된다. 그리고 이 과정에서 전화조사에 비해 면접조사에서 조사원의 영향이 더 커진다. 그 이유는 조사감독의 관찰이 없는 상황에서 조사원이 단독으로 조사를 수행한다는 점, 조사원이 직접 응답자 앞에서 직간접적으로 영향을 미친다는 점, 다양한 현장상황에 조사원이 임기응변으로 대응을 해야 한다는 점 등이 작용한다. 따라서 면접조사의 비중이 큰 통계청 조사나 다른 국가통계의 생산과정에서 조사원의 영향을 관리하는 것이 통계 품질 향상을 위해 중요한 과제가 된다.

[그림 3-1]  
국내 조사회의  
CATI 랩



## 2 조사원 오차

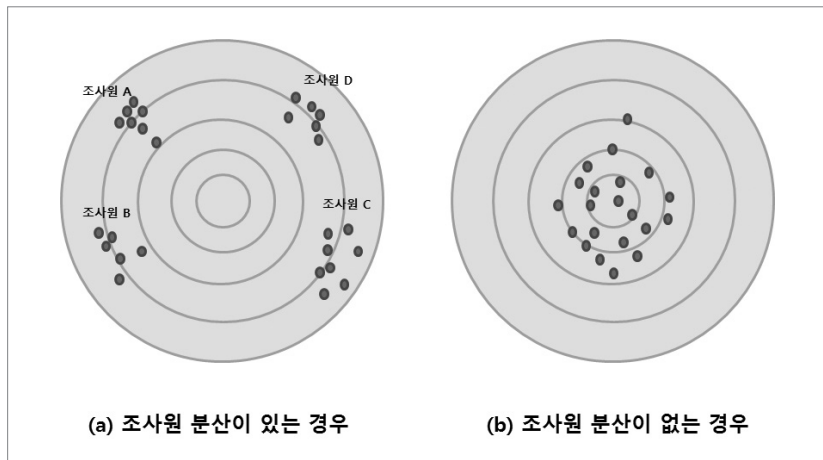
### 1. 조사원 오차의 성격

조사원 오차에는 다양한 원천이 있다. 비표본오차 가운데 특히 무응답오차(nonresponse error)와 측정오차(measurement error)가 설문조사원



(interviewer or enumerator)의 활동과 능력에 의해 직접적으로 영향을 받는다. 조사원에 따라서 조사결과가 특정한 방향으로 영향을 받을 때 나타나는 결과에 대한 표현이 조사원 분산이다. 아래의 그림은 조사원 분산의 의미를 시각적으로 보여준다. 왼쪽의 그림은 조사원 분산이 발생한 경우이다. 이 때 조사결과는 조사원이 미친 영향에 따라 특정한 방향으로의 편차가 나타났음을 보여준다. 오른쪽의 그림은 조사원 분산이 거의 발생하지 않은 경우이다. 다른 오차의 원인이 없다면 이 때 조사결과는 중심을 둘러싸고 분포한다.

[그림 3-2]  
조사원 분산의 예시



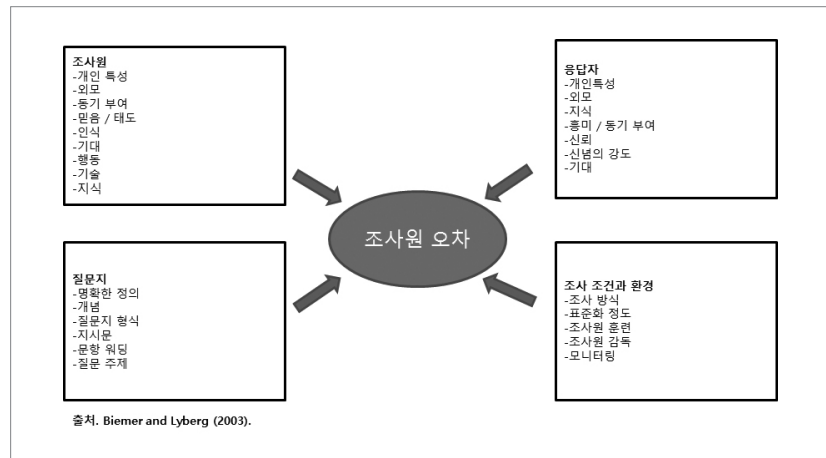
이와 같은 조사원 분산은 조사마다 그 크기에 차이가 난다. 조사원 분산을 각 조사들마다 확인한 연구 결과를 보면 전화조사에 비해 면접조사에서 조사원 분산이 더 크게 나타난다.

## 2. 조사원 오차의 발생 원인

조사원과 관련된 비표본오차 가운데 오늘날 가장 큰 문제가 되는 것은 무응답 오차(nonresponse error)이다. 무응답오차에는 단위무응답(unit nonresponse)과 항목무응답(item nonresponse)이 있다. 조사불응이 단위무응답에 해당한다. 오늘날 세계적으로 조사환경이 악화되고 있다. 응답자가 조사에 참여하는 것 자체를 거부하는 단위무응답이 증가하고 있는 것이다. 항목무응답은 조사에는 참여하였으나 일부 항목들에 대해서 응답하지 않은 것이다. 이와 같은 무응답을 줄이는 것이 오늘날 통계품질 관리의 핵심이 되고 있다.

조사원 오차의 또 다른 중요한 특징은 조사원의 특성에 의해서만 일어나는 문제라기보다 조사원과 다른 요소들과의 관계에서 발생하는 문제라는 점이다. 조사원 오차(interviewer error)에 영향을 미치는 설계 요인(design factor)은 조사원, 질문지, 응답자, 조사조건 및 환경 등이 복합적으로 작용하여 나타난다. 조사원의 특성이 특정한 응답자의 특성이나 질문의 성격과 결합할 때 편향을 낳는 경우가 많다. 아래의 그림에서 제시한 바와 같이 조사원 오차는 조사원의 특성이 다른 질문지의 특성이나, 응답자의 특성, 조사조건과 환경의 특성 등과 결합할 때 발생한다.

**[그림 3-3]**  
조사원 오차의  
발생요인들



예컨대 조사원의 인종이나 성이 특정 응답자를 조사할 때 관련 주제에 대한 질문의 응답에 영향을 미치는 현상들이 발견된다. 미국에서 조사된 연구결과를 보면 조사원과 응답자의 인종이 일치하는지 여부에 따라 특정한 편향을 가진 조사결과가 나타난다. 인종문제에 대해서 질문을 한 경우 응답자가 자신과 같은 인종인지에 따라 응답결과의 차이가 나타나는 것이다. 조사원과 응답자 사이의 조합이 가지는 효과는 특히 조사 주제에 따라 커질 수 있다.

조사원 효과는 인터뷰 방식과도 연관된다. 질문지에 준비된 문구 그대로 질문을 던지는 표준화된 인터뷰 방식에서 조사원 분산(interviewer variance)을 최소화시킬 수 있다. 따라서 응답자와의 비교적 자유로운 대화를 통해서 조사를 진행하는 대화형 인터뷰가 가지는 이점이 있지만, 조사원 효과를 통제한다는 점에서는 표준화된 인터뷰 방식이 우위를 가진다. 대화형 인터뷰를 허용할 때 조사원의 선택 범위를 얼마나 허용할 것인가의 쟁점을 해결하기 어렵고 결국 조사원 효과의 통제에 불확실성이 증

가하기 때문이다. 하지만 표준화된 인터뷰 방식에서도 조사원 효과를 완전히 피하기는 어렵다. 표준화된 인터뷰 방식에서도 조사원의 실제 행태를 조사해보면 질문 그대로를 읽고 응답하는 것에서 벗어나는 경우가 많다. 따라서 조사원의 속성을 완전히 중립화시키기 어렵고, 조사원의 속성에서 발생하는 오차를 완전히 피할 수 없다.

또한 조사원 효과는 응답자의 교육수준에 따라서도 영향을 받는다. 교육수준이 낮은 응답자들이 조사원의 행동에 따라 영향을 더 많이 받는다. 조사원의 기대도 응답자의 응답 결과에 영향을 미친다. 조사원의 조사 난이도에 대한 예상이 개별 문항 응답률에 영향을 미칠 수도 있다. 조사원이 조사 난이도를 높게 예상할수록 개별 문항 응답률이 낮아진다.

전화조사 과정에서도 조사원의 연령은 응답률에 영향을 미치며, 경험, 자신감과 목소리 톤이 영향을 미치는 것으로 나타난다. 조사원의 많은 경험은 응답자의 협조를 이끌어내는 중요한 요소이다. 조사원이 응답자의 협조를 이끌어낼 수 있다는 자신감이 많으면, 조사원이 실제 응답자의 협조를 이끌어내는데 성공적이었다. 하지만 경험 많은 조사원들은 응답을 끝까지 받아내려는 태도를 가져야한다. 경험 많은 조사원들은 응답을 끝까지 받아내기 보다는 응답률을 높이는데 치중하는 경향이 있기 때문이다.

조사원의 대인소통능력도 중요한 변수이다. 대인소통능력이 능숙한 조사원은 그렇지 못한 조사원에 비해 응답 성공률이 훨씬 높게 나타난다. 응답대상자를 설득하고자하는 조사원의 태도도 응답 성공률의 영향을 미치는 중요한 요소이다. 응답 성공률이 높았던 조사원들은 완고한 응답대상자에게도 충분한 노력을 기울이면 응답을 얻어낼 수 있고 응답거부를 용인하지 않겠다는 신념이 강했다. 대체로 조사원의 나이, 교육수준과 같은 인구사회학적 특성보다 조사원의 경력이나 숙련 수준이 성공적인 조사에 영향을 미치는 중요한 요인이다. 따라서 조사원이 관련된 오차를 줄이기 위해서는 조사원이 경험과 숙련을 갖추는 것이 중요하고, 다음으로는 조사원 오차를 확대시킬 수 있는 요인들을 조사 전에 미리 확인하여 이에 대한 대응책을 준비하는 것이 필요하다.

## 3-2.

# 조사원과 통계품질 관리

### 학습목표

- 통계품질관리의 중요성을 이해한다.
- 통계품질관리를 위해 조사원의 역할을 이해한다.

## 1 통계품질관리

우리나라에서도 통계품질관리에서 조사원 교육의 중요성이 인정되어 통계교육원과 지방통계청에서 조사 인력에 대한 다양하고 폭넓은 통계교육을 진행하고 있다. 조사원의 자질이 조사의 품질과 통계의 품질을 좌우하는 중요 요소로 간주된다. 조사원과 통계품질관리 사이의 관계는 통계품질관리에 대한 일반적인 원칙들에 비추어 평가될 필요가 있다. OECD가 정한 통계품질관리의 원칙들을 바탕으로 통계청은 통계품질의 차원으로 다음과 같은 6가지 차원을 제시한다.

### 1. 관련성(relevance)

- 통계이용자에게 의미 있고 유용한 통계를 작성하여 제공하는지의 문제
- 통계이용자 관점에서 통계자료의 포괄범위, 개념, 내용 등이 이용자의 요구사항을 충족하는 정도

### 2. 정확성(accuracy)

- 측정하고자 하는 모집단의 특성이나 크기를 얼마나 정확하게 측정했는지의 문제
- 참값과 추정된 값 사이의 차이, 즉, 오차가 적을수록 정확성이 높은 통계
- 포괄범위, 표본추출, 응답 및 무응답, 작성과정 등에서 오차가 발생
- 표본오차의 크기, 비표본오차의 정도 잠정치/ 확정치 간의 차이를 검토

### 3. 시의성/정시성(timeliness/punctuality)

- 시의성 : 작성기준시점과 결과발표시점 간의 차이를 나타내는 통계의 현실 반영도
- 정시성 : 예고된 공표시기 준수 정도

#### 4. 비교성(comparability)

- 다른 시간 또는 공간에서 생산한 통계와의 비교 가능성

#### 5. 일관성(coherence)

- 동일한 경제·사회현상에 대해 서로 다른 기초자료나 작성방법에 의해 작성된 통계자료들이 얼마나 유사한가의 문제

#### 6. 접근성/명확성(accessibility/clarity)

- 접근성 : 이용자가 통계자료에 얼마나 쉽게 접근할 수 있는지에 대한 정도
- 명확성 : 통계가 어떻게 만들어졌는지에 대한 정보수준. 통계를 작성하는 과정, 자료이용방법, 마이크로데이터 이용방법, 통계 이용 상의 조언 등에 대한 충분한 설명자료(메타데이터) 제공.

이 중 조사원과 특히 관련성이 큰 것은 정확성과 명확성이다. 정확성의 수준을 높이기 위해 오차를 줄이려면 표본오차 외에도 비표본오차를 줄여야 하는데, 이 때 비표본오차의 상당한 부분이 조사원과 관련되기 때문이다. 또한 명확성의 수준을 높이기 위해서는 통계 생산 과정에 대한 정보가 구체적이고 정확하게 기록되어 최종 통계 이용자에까지 전달되어야 한다. 이를 위해서는 조사원이 현장 조사의 과정에서 발생한 상황을 정확하게 기록하여 통계 생산의 패러데이터(paradata)를 엄밀하게 생산하는 것이 필수적이다.

국제표준기구에서 정한 ISO 20252에서는 통계품질의 표준 규칙을 제시하였다. 먼저, 국제표준기구는 자료수집 관리요원과 조사원의 채용 과정에서 교육이 수행되어야 할 필요성을 강조하였다. 또한 현장조사원과 관련된 모든 정보가 채용 과정이나 채용 이후에 문서로 기록되어야 함을 제시하였다.

## 자료 수집 관리 요원과 조사원의 채용 (ISO 20252)

### 5.2.2. 자료 수집 관리 요원

자료 수집 관리 요원은 그들이 맡은 업무를 수행하기 위해 적절한 교육을 받아야 한다. 교육에는 업무의 할당, 과정 통제, 현장조사원의 교육과 평가, 업무의 비준이 포함된다.

### 5.2.3 조사원 채용

통계조사 수행자는 조사원의 이전 조사 업무와 채용 인터뷰, 이전 직장의 추천을 바탕으로 조사원을 평가해야 한다. 능숙도의 평가는 언어 구사능력, 자료 수집 지침의 지시사항의 언어를 사용하여 지시를 따를 수 있는 능력, 조사 자료에서 사용되는 언어가 모국어인지가 포함된다. 조사원과 관련된 모든 정보는 채용 과정 혹은 채용 후에 문서로 기록되어야 한다.

국제표준기구는 조사원이 받아야 할 다양한 교육의 종류를 제시하였다. 먼저 조사현장에 처음 투입된 새로운 조사원을 위해서는 기본 교육이 수행되어야 함이 제시되어 있다. 우리나라에서 기본 교육 없이 조사 현장에 조사원이 투입되는 경우가 드물지 않다는 점을 생각할 때 ISO의 이러한 지적은 중요한 의미를 가진다. 기본 교육의 내용으로 다섯 가지가 제시되어 있는데, 특히 통계조사의 일반적인 원칙과 역할극 및 모의면접이 포함되어 있음을 볼 수 있다. 이러한 부분들은 특히 조사원을 위한 교육이 부실할 때 가장 먼저 희생될 수 있는 부분이다. 기본교육의 바탕 위에서 이제 직접 담당하게 되는 조사와 관련된 “추가적 교육”을 받게 된다. 이것이 우리나라 조사현장에서 조사원 교육의 전부인 것처럼 이야기되는 질문지 설명을 위주로 하는 교육이다.

다음으로 조사원은 조사를 수행하는 조직 내에서 훈련되어야 한다. 자료의 수집, 구성, 관리와 같이 직접 조사 수행 및 관리를 위해서 필요한 실무 교육을 받게 된다. 통계청의 조사에 대입해 보면 조사를 나가는 지방청의 사무소에서 직접 조사 대상을 부여 받아 현장에 나가고 응답한 질문지를 회수하여 보고하는 과정에서 발생하는 내용들에 대한 실무적인 교육이다.

끝으로 조사원의 지속적인 평가와 교육의 필요성이 강조되었다. 최소한 일 년에 한 번씩 조사원을 평가할 것이 요구되었다. 이 평가에서 특히 중요한 역할을 수행하는 것이 자료 수집 관리자(supervisor)이다. 그리고 조사원에 대한 정기교육이 추가적으로 수행되어야 하는데, 이러한 추가교육이 특정 조사 투입에 따라 참여하게 되는 교육과 혼동되지 않도록 주의 를 당부하고 있다.

## 조사원을 위한 다양한 교육 (ISO 20252)

### 5.2.4 새로운 조사원을 위한 기본교육

별도의 규정이없는 한, 모든 현장조사원에게 아래와 같은 기본 교육이 행해져야 한다. 교육은 통계조사 수행자가 방법을 선택해서 진행해야 한다.

#### 기본 교육의 내용

- 통계조사의 일반적인 원칙
- 안전지침, 자료 보호 관련 이슈를 포함한 윤리교육
- 면접 기술과 기타 관련 기술들
- 컴퓨터 활용 기술
- 면접자, 응답자 역할극과 모의 면접 (또는 자료 수집의 다른 형식의 방법들)

지정된 교육을 최소 수준으로 간주하고 할당된 업무의 특성에 따라 추가적 교육을 진행 할 수 있다. 조사원이 받은 기본 교육은 내용, 기간 및 교육자의 신원이 문서화되어야 한다. 조사원과 교육자가 서명하거나 동등한 방식으로 교육 기록을 인증해야 한다.

### 5.2.5 조사원의 조직 내 훈련

통계조사 수행자는 기본 교육 외에 자료의 수집, 구성, 관리되는 방법을 포함한 내용에 대해 조사원에게 교육해야한다. 통계조사 수행자는 조사원이 받은 교육 방식과 교육 내용 전달 방식에 대해 조사원의 인사기록을 통해 확인 가능하도록 기록해야 한다.

### 5.2.6. 조사원의 지속적인 교육과 평가

조사원을 적어도 일년에 한 번씩 정기적으로 평가해야 한다. 현장조사를 많이 하는 조사원은 적절한 기간을 정하여 평가해야 한다. 이 평가는 조사원과 전화나 대면을 통해 조사원과 통계조사 수행자 사이의 자료 수집 관리자와의 대화를 통해 행해져야 한다. 추가 교육은 조사원에게 새로운 유형의 일이나 작업이 할당되는 경우에 행해지는 교육과는 별개로 수행되어야 한다.

조사원이 현장에서 질문지를 이용하여 자료를 수집하는 과정에서 강조되는 사항은 신분증을 갖추고, 응답자를 안심시키며, 취약한 조사대상에 특별한 관심을 기울여야 하며, 조사자료를 수집하는 프로젝트 전반에 관한 정보를 전달받아 숙지해야 한다는 점이다.

## 더 알아보기

### 현장조사에서의 자료 수집 관리 (ISO 20252)

#### 5.3.1 현장조사원의 신분증

현장조사원은 적절한 사진을 부착한 신분증을 발급받아야 한다. 신분증에는 조사원의 이름과 발행 날짜, 만기 날짜가 포함되어 있어야 하며, 조사 회사의 연락처와 담당자 이름이 포함되어 있어야 한다. 발급된 신분증은 누구에게 언제 발급되었는지 기록되어 있어야 한다.

#### 5.3.2 응답자 안심시키기

응답자에게는 응답자의 비밀유지 원칙을 포함한 일반적인 연구의 목적과 통계조사 수행자의 이름, 외주 기관 등을 포함한 설명을 제공해야 한다. 또한 응답자에게 협조는 자발적임을 공지해야 한다.

#### 5.3.3 어린이나 취약집단 대상 조사의 유의사항

응답자가 어린이 혹은 약한 대상자 일 경우 각별히 조심해야 한다. 이러한 경우 응답자 본인뿐만 아니라 부모/보호자 혹은 그와 동등한 사람의 동의를 받아야 한다. 또한 자료 수집과 관련한 내용에 대해서 응답자에 대한 특별 교육이 필요할 수 있다.



#### 5.3.4 프로젝트 정보 제공

조사원은 프로젝트에 대한 요약서 혹은 지침서를 제공받아야한다. 요약서, 지침서가 포함해야할 정보들은 다음과 같다.

- 현장조사의 일정
- 표본추출의 과정
- 할당
- 방법론
- 프로젝트에서 요구하는 다른 내용들
- 설문지 관리를 위한 지침, 조건



• 다음 빈칸에 들어갈 알맞은 단어를 채우시오.

- ① 통계조사는 ( )에 대한 ( )을 바탕으로 수행 된다는 특징을 갖는다.
- ② 조사연구의 기원은 고대 이집트 시대 로마제국에서 ( )를 수행한 것이다.
- ③ 조사자가 응답자를 직접 대면하여 실행하는 조사는 ( )이다.
- ④ 전화조사는 조사에 응하는 사람들의 ( )에 문제가 있을 수 있다.
- ⑤ 모집단의 구성원 혹은 구성요소를 모두 조사해 모집단의 특성을 파악할 하는 방법을 ( )라고 한다.
- ⑥ 표본추출의 방법은 조사의 ( )에 중요한 영향을 미친다.

• 다음에 제시된 표본추출방법을 알맞게 짝지으시오.

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>확률표본추출</li> <li>비확률표본추출</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 눈덩이표본추출</li> <li>• 집락표본추출</li> <li>• 무작위 표본추출</li> <li>• 집락표본추출</li> <li>• 층화표본추출</li> <li>• 편의표본추출</li> <li>• 체계적 표본추출</li> </ul> |
|---|---|

- 인터넷 설문조사의 표집틀, 대표성과 관련하여 제기될 수 있는 문제점은 무엇인지 생각해보자
- 집락표본추출을 활용한 조사를 찾아 간략하게 정리해보자
- 과학적 추출방법으로 추출된 표본을 대체하였을 때 생기는 문제점에 대하여 정리해보자.
- 조사원 오차가 다른 조사 요소들과 가지는 복합적인 관계가 어떤 사례가 있을 수 있는지를 이야기해보자.



- 전수조사를 하는 조사는 어떤 것이 있는지 찾아본다.
- 입법에 활용된 조사통계의 종류와 목적에 대하여 찾아본다.

- 신민철(2010), 사회연구방법의 기초, 창민사.
- Earl R. Babbie(2013), 고성호 외 역, 사회조사방법론, CENGAGE Learning.
- Paul P. Biemer & Lars E. Lyberg(2003), Introduction to Survey Quality, Hoboken: Wiley.

# 2부

---

직무로 살펴보는  
현장조사

## 2부. 직무로 살펴보는 현장조사

### 목차

학습과목의 개요 .....	55
<b>제1장. 현장조사와 조사원의 역할</b>	
1-1. 조사원의 역할과 임무 .....	57
① 조사원의 역할 .....	57
② 조사원의 임무 .....	58
1-2. 조사단계별 조사원의 역할 .....	61
① 조사단계별 조사원의 역할 .....	61
② 면접 이전 .....	61
③ 면접 과정 .....	64
④ 면접 이후 .....	68
⑤ 상시관리 .....	69
<b>제2장. 현장조사원의 전문성과 직업의식</b>	
2-1. 조사원의 직업의식 .....	71
① 직업전문성의 현대적 이해 .....	71
② 소명의식의 현대적 이해 .....	73
2-2. 조사원의 전문성과 기본역량 .....	76
① 조사원의 전문성 .....	76
② 조사원의 기본역량 .....	78
<b>제3장. 조사원 윤리</b>	
3-1. 조사의 윤리적 쟁점 .....	83
① 조사의 윤리적 쟁점 .....	83
② 자발적 참여 .....	83
③ 연구대상자에 대한 배려 .....	84
④ 익명성과 비밀성 .....	84
3-2. 조사원의 자료위조 .....	86
① 조사원 자료위조의 사례 .....	86
② 자료위조의 종류 .....	86
③ 자료위조의 발견 방법 .....	87
④ 자료위조의 방지 .....	87
⑤ 조사원의 책임과 윤리 .....	87
<b>제4장. 조사원 안전</b>	
4-1. 안전 수칙 .....	91
① 안전에 대한 대처 .....	91
② 조사대상자 방문지에서의 안전 수칙 .....	92
연구과제 또는 연습문제 .....	94
참고 자료 .....	96

## 직무로 살펴보는 현장조사 과목의 개요

---

### 학습 목표

- 현장조사에서 조사원이 수행하는 직무를 이해한다.
- 조사단계별 진행과정과 과정 단계별 조사원의 역할을 학습한다.
- 조사원이 갖추어야 할 전문성의 특징과 직업의식의 성격을 이해한다.
- 조사원에게 요구되는 윤리와 조사원이 현장조사에서 안전을 확보하기 위해서 필요한 행동 요건을 습득한다.

### 선수학습

현장조사원의 역할이 과학적 통계조사에서 차지하는 중요성을 이해한다.

### 주요 용어

조사원 역할, 직업의식, 직업전문성, 조사원 역량, 조사원 윤리, 자료위조, 조사원 안전

### 학습과목의 내용요약

조사원은 조사 단계별로 부합하는 역할 수행이 요구된다. 면접 이전에는 조사내용을 숙지하고 복장 준비 및 면접 일정 조정 등의 준비를 하고, 면접 과정 중에는 조사 업무를 수행하며, 면접 이후에는 조사결과를 기록하고 내검을 수행한다. 조사원의 업무는 상당한 전문성을 요구하며 이를 갖추고, 직업의식을 가질 때 현장조사의 어려움을 극복할 수 있는 심리적 역량을 갖출 수 있다.





## 제 1 장

# 현장조사와 조사원의 역할

### 1-1. 조사원의 역할과 임무

#### 학습목표

- 조사원의 중요성에 대해 이해한다.
- 조사원의 역할과 임무에 대해 이해한다.

#### 1 조사원의 역할

최근 인터넷 조사, 우편조사와 같이 조사원의 역할이 전혀 필요하지 않은 방법들도 확산되고 있다. 또한 민감한 조사내용의 경우 조사원의 역할이 질문지의 전달과 수거에 제한되기도 한다. 그럼에도 불구하고 조사원은 많은 조사에서 여전히 중요한 역할을 수행하고 있다. 조사원의 역할은 조사의 종류에 따라 다르게 나타나지만, 일반적으로 다음과 같은 일을 한다.

- 조사 지역 내에서 명부를 작성
- 조사 대상 가구에서 응답 표본을 선정하는 작업
- 대상이 되는 표본을 접촉하여 조사에 참여하도록 협조를 이끌어내는 작업
- 응답자, 응답자의 가구나 지역에 대하여 관찰한 결과를 기록하는 작업

이와 같이 조사원의 역할은 응답자와의 접촉과 협력 유도, 응답자와의 관계 정립, 질의 응답 과정 수행, 응답 기록까지 조사의 전 과정에 걸쳐 나타난다. 또한 조사원의 역할은 인터뷰 방식에 따라서 다르게 나타난다. 인터

뷰 방식에는 표준화된 인터뷰 방식(standardized interviewing approach)과 대화형 인터뷰 방식(conversational interviewing approach)이 구별된다. 표준화된 인터뷰 방식은 질문지가 잘 구성되어 있기 때문에 응답자들이 스스로 이해할 수 있다는 것을 전제로 하는 방식이다. 따라서 정해진 대본과 설명 외에 조사원이 별도의 설명을 추가할 필요가 없는 인터뷰 방식이다. 반면 대화형 인터뷰에서는 질문의 의미를 표준화하는 것에 목표를 두고 조사원이 나름의 방식으로 질문을 재구성하는 것이 허락된다. 따라서 대화형 인터뷰의 경우 조사원이 질문의 의도를 정확하게 이해하고 설명할 수 있도록 하기 위해서는 더 많은 준비 시간이 필요하게 된다.

## 더 알아보기

### 조사원의 역할

조사원의 역할은 조사의 종류별로 다르게 나타날 수 있다.

#### **사례 1\_ 중앙행정기구: 통계청**

2013년 사회조사에서의 조사원의 역할은 다음과 같다.

- 가구관리종합표, 가구명부, 조사구역도(사본), 조사표 등 조사관련 용품을 수령
- 가구를 방문하여 면접조사를 실시하고 응답내용을 조사표에 기입함
- [가구관리종합표]에 매일 조사 활동 상황을 기입하고 [가구원명부]를 작성함
- 인터넷 조사 희망가구를 파악하고 기간 내 입력하도록 독려함
- 지방청별로 자체적으로 정한 소집일(3~4일 중 1일)에 출근하여 조사관리자에게 조사표의 산업-직업 내용 등 조사내용과 [가구관리종합표] 작성 사항에 대한 점검을 받음
- 응답자에게 답례품을 지급하고 [답례품 지급명부]의 수령자란에 서명을 받음

#### **사례 2\_ 국토연구원 위탁 조사**

2013년 주거실태조사: 저소득가구의 조사에서의 조사원의 역할은 다음과 같다.

- 조사담당구역을 명확히 파악하여 조사함
- 해당 조사지역의 접촉대상자의 정보를 확인함

- 사회복지사 및 읍/면/동사무소의 협조가 이뤄지지 않을 경우 담당 실사
- 연구원 및 담당연구원에게 즉시 통보하여 새로운 조사지역을 배부 받음
- 표본조사 가구를 찾아가 조사를 진행
- 표본가구를 접촉한 과정을 접촉일지로 기록함
- 진행과정을 실사연구원에게 보고함
- 조사의 종료 후 최종접촉일지도 작성하여 제출함

### 사례 3\_ 연구기관: 한국종합사회조사 (KGSS)

한국종합 사회조사에서 조사원의 역할은 다음과 같다.

- 설문내용과 설문방법을 숙지함
- 표본가구 위치 및 특성을 파악함
- 조사대상자를 방문하여 조사를 진행함
- 해당 가구 방문 시 기준에 따라 가구원 리스트에서 응답자를 선정함
- 조사원은 응답자에게 설문을 읽어주고 응답 내용을 기록함
- 조사원은 면접의 구체적인 과정을 표본가구 방문기록과 조사원 인적사항 양식을 활용하여 기록함
- 진행상황과 절차를 조사팀장과 공유하며 매주 정기적 회의를 진행함

## 2 조사원의 임무

조사원의 가장 기본적 임무이자 가장 어려운 임무는 조사원이 맡은 조사를 완결하는 것이다. 조사의 완결은 결코 쉽게 얻어지는 것은 아니다. 하지만 본인이 맡은 지역에 대해 조사를 완결하는 것이 조사원의 가장 중요한 임무이다.

조사를 완결했다는 것만 가지고 성공적인 조사라고 할 수는 없다. 성공적인 조사는 조사방법 원칙을 근거로 반드시 그 원칙에 따라 수행되었을 때 성공적으로 완결되는 것이라고 할 수 있다. 여러 명의 조사원이 일하는 것이 마치 한 사람이 일한 것처럼 모든 조사의 과정이 동일해야 하기 때문이다. 만일 조사원이 조사원칙을 지키지 않아 조사 내용이 제각각 이라면 많은 노력과 비용이 들어간 조사는 무용지물이 될 수 있다. 따라서 조사원은

조사의 개요, 방법, 요령 등의 내용을 모두 이해하고 조사원칙에 따라서 현장조사를 충실히 수행해한다.

조사원의 임무는 다양한 성격의 일을 동시에 소화해야하기 때문에 어렵다. 특히 응답자와의 관계 속에서 일을 진행해야 한다는 사실에 의해 어려움이 가중된다. 응답자들이 조사에 참여하도록 설득해야 하고 끝까지 응답하도록 동기를 부여해야 한다. 이와 같은 조사원의 임무는 인간적인 기술, 빠른 사고 능력, 조직력, 거절에도 실망하지 않는 인격 등을 필요로 한다.

## 1-2.

# 조사단계별 조사원의 역할

### 학습목표

- 조사의 단계별 진행과정에 대해 이해한다.
- 조사의 단계별 진행과정에서의 조사원의 역할을 이해한다.

## 1 조사단계별 조사원의 역할

조사의 종류와 목적에 따라 조사원의 역할은 조금씩 달라질 수 있다. 하지만 일반적으로 조사 진행 단계에 따라 조사원의 역할이 구분된다. 다음에서는 조사가 진행되는 단계를 면접이전, 면접과정, 면접이후로 구분하여 면접자의 역할을 살펴보았다.

## 2 면접 이전

면접 이전에 조사자가 기본적으로 해야 할 일은 맡은 조사의 목적과 설문 내용, 설문 방법을 숙지하는 것이다. 조사의 목적에 따라 조사 대상자는 달라질 수 있다. 예를 들어, 조사대상자는 사업체, 주부, 노인, 청소년, 대학생 등 다양하다. 조사원은 조사대상자에 따라 적합한 준비를 해야 한다. 특히 조사대상자의 특성에 맞게 조사 참여를 설득할 방법을 미리 준비하는 것이 중요하다. 조사별로 면접 이전에 준비해야 하는 것은 다르지만 일반적으로 조사원은 다음과 같은 준비를 해야 한다.

- 조사대상자의 표본 추출
- 가구조사일 경우 가구 단위 명부를 작성하고 가족 내 조사 대상자 선정
- 면접 이전에 조사지역에 따라 공공기관에서 지역정보를 수집
- 지역 단체 및 주민 대표의 협조를 요청
- 응답자의 시간을 고려한 사전 약속을 통해 면접 일정을 잡기

### 1. 조사내용 숙지

조사원은 조사의 목적과 중요성 및 자료 수집을 위한 기관의 규칙과 자료 사용 등의 일반 정보를 응답자에게 설명할 수 있도록 준비해야 한다. 주어

진 조사 지침서가 있다면 조사 지침서의 내용을 자세히 읽고 숙지한다. 또한 표본이 어떻게 추출되었는가에 대한 정보도 제공할 수 있도록 준비해야 한다. 조사대상자가 자신이 어떻게 조사대상으로 선정되었는지에 대해서 물어보는 경우가 많기 때문이다. 또한 조사개념과 용어에 대한 명확한 정의를 보여줄 수 있는 조사표를 준비해야 한다. 조사표를 통해 각 질문의 의미와 목적을 잘 설명할 수 있어야 하기 때문이다.

더 알아보기

조사표 사례 1\_ 중앙행정기관(통계청)

조사별로 조사표 기입요령은 자세히 설명되어 있으므로 조사원은 면접조사 이전에 조사표의 내용을 숙지해야 한다.

I  
개인 관련 사항 (1)

**조사표 기입 요령**

- \* 각 항목별로 응답 항목에 ○표하거나 □안에 번호 또는 숫자를 기입하십시오.
- \* 응답 항목 중에서 기타에 해당된 경우 ( )안에 구체적인 내용을 기입하십시오.
- \* 화살표 (→)로 표시된 항목은 지정된 항목으로 가서 기입하고, 주된 응답은 1개만 기입하십시오.
- \* 만 13세 이상은 양력 2001년 5월 14일 (음력 2001년 4월 21일) 이전 출생자입니다.
- \* \* 표시된 항목은 조사표 23페이지의 자주하는 질문(FAQ)을 참고하십시오.

**I 개인 관련 사항(1)**

성 별	생년월일
<p>1 귀하의 성별은 무엇입니까?</p> <p>① 남자                      ② 여자</p>	<p>2 귀하의 실제 생년월일은 언제입니까?</p> <p>① 양력                      ② 음력</p> <p style="text-align: center;"> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 년    <input type="text"/> <input type="text"/> 월    <input type="text"/> <input type="text"/> 일         </p>
가구주와의 관계	교육 정도
<p>3 귀하는 가구주와 어떤 관계입니까?</p> <p><small>* 가구주는 세대주와는 관계없이 가계를 실제로 책임지고 있는 생계책임자를 의미합니다.</small></p> <p>① 가구주</p> <p>② 배우자</p> <p>③ 미혼 자녀</p> <p>④ 기혼 자녀 및 그 배우자</p> <p>⑤ 손자녀 및 그 배우자</p> <p>⑥ 부모(배우자 쪽 포함)</p> <p>⑦ 조부모(배우자 쪽 포함)</p> <p>⑧ 미혼 형제자매</p> <p>⑨ 기타 친·인척</p> <p>⑩ 기타 동거인</p>	<p>4 귀하는 정규 교육을 어디까지 받았습니까?</p> <p><small>* 교육부장관이 인정하는 학력을 정규 교육으로 봅니다.</small></p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 45%;"> <p>① 안 받았음</p> <p>① 초등학교</p> <p>② 중학교</p> <p>③ 고등학교</p> <p>④ 대학교(4년제 미만)</p> <p>⑤ 대학교(4년제 이상)</p> <p>⑥ 대학원 석사 과정</p> <p>⑦ 대학원 박사 과정</p> </div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 45%;"> <p>① 졸업</p> <p>② 재학</p> <p>③ 수료</p> <p>④ 휴학</p> <p>⑤ 중퇴</p> </div> </div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; font-size: x-small; margin-top: 5px;"> <p><small>* 초·중·고등학교 재학 중인 경우 학년을 표시하여 주시기 바랍니다.</small></p> <p>① 1학년</p> <p>② 2학년</p> <p>③ 3학년</p> <p>④ 4학년</p> <p>⑤ 5학년</p> <p>⑥ 6학년</p> </div>
혼인 상태	주관적 만족감
<p>5 귀하의 혼인 상태는 어떠합니까?</p> <p>① 미혼</p> <p>② 배우자 있음</p> <p>③ 사별</p> <p>④ 이혼</p> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; font-size: x-small; margin-top: 5px;"> <p>혼인신고를 하셨습니까?</p> <p>① 하였다</p> <p>② 하지 않았다</p> </div>	<p>6 귀하의 생활을 전반적으로 고려할 때 현재 삶에 어느 정도 만족하십니까?</p> <p>① 매우 만족</p> <p>② 약간 만족</p> <p>③ 보통</p> <p>④ 약간 불만족</p> <p>⑤ 매우 불만족</p>

2    2014년 사회조사표(가구주)

## 2. 복장 준비

조사원의 복장은 사업체와 개별 가구 조사에 따라 달라질 수는 있다. 그러나 기본적으로 단정함을 유지해 한다. 사업체 조사의 경우에는 정장을 입는 것이 좋다. 개별 가구 조사에는 응답자가 부담을 느끼지 않을 정도의 준정장이 좋다. 짧은 치마나 노출이 심한 옷, 반바지와 같이 너무 가벼워 보이는 복장은 피해야 한다. 또한 응답자가 거부감을 갖지 않도록 진한 화장, 튀는 머리 손질, 짙은 향수의 사용은 자제해야 한다. 본인의 신분을 밝히는 조사원증을 항상 옷에 달고 있어야 한다.

### 더 알아보기

#### 2014년 지역사회 건강조사 조사원 복장



#### 2014년 지역사회 건강조사 조사원 복장

다음과 같이 조사별로 조사 전용 복장이 있을 경우(조끼, 자켓 등) 기준을 준수하여 착용한다.

## 3. 준비물

조사원은 현장조사에 필요한 각종 준비물을 면접 이전에 준비해야 한다. 조사원은 조사 리스트를 작성하여 면접을 준비하는 것이 좋다. 조사원은 표본단위를 찾아내어 표본추출의 틀에서 기초적인 신원 정보를 업데이트 해야 한다. 표본추출틀에서 이름, 주소, 전화번호, 정확한 위치 등의 신원

정보를 업데이트해야 한다. 또한 조사원은 명확하고 구체적인 지도를 준비해야 한다. 철도, 다리, 수로, 거리이름 등을 확인하고 이용할 수 있는 가장 최신의 지도를 준비해야한다. 또한 면접을 예약하기 위해 달력이나 다이어리를 항상 가지고 다녀야 한다. 조사원의 신분 증 및 명함을 준비하여 신원확인이 가능하도록 준비하고, 답례품이 있을 경우 준비하도록 한다. 마지막으로 조사원의 안전을 위해 호루라기와 같은 호신용품을 준비하면 좋다. 조사원이 면접 이전에 준비해야 할 목록은 다음과 같다.

- 조사원 신분증
- 필기구
- 설문지
- 조사표
- 진행기록표
- 자료집
- 지도
- 다이어리 및 달력
- 호신용품(호루라기, 손전등, 스프레이 등)

### **3** 면접 과정

면접은 응답자를 찾아가는 것으로부터 시작한다. 면접이 진행되는 과정에서 조사원이 해야 하는 역할과 면접 과정 중의 조사원의 자세, 기본예절을 알아보자.

#### **1. 응답자 찾아가기**

조사원은 조사대상자를 찾아가기 위해 조사지역을 지도를 통해 찾아야 한다. 면접이전에 공공기관에서 지역의 정보를 얻었다면 이를 활용한다. 응답자의 시간을 고려하여 사전의 약속한 시간에 응답자를 찾아가는다.

#### **2. 응답자에게 조사협조 구하기**

조사원은 응답자를 만난 후 본인의 신분소개를 한다. 또한 조사의 목적을



설명하고 응답자 선출방식을 설명하는 등 조사에 대한 전반적인 소개를 한다. 이 과정에서 조사자는 과학적 선출방법으로 선출된 응답자는 임의로 변경할 수 없다는 것을 강조하여 조사의 중요성을 전달한다. 또한 조사 과정과 결과 활용에 대한 이해를 증진시키기 위해 적절한 설명이 필요하다. 만일, 응답자가 부재중일 경우에는 전화연락을 시도한다. 전화연결이 됐을 경우 약속시간을 변경하거나, 기다리는 등 상황에 적절한 조치를 한다. 만일 전화 통화를 하지 못한 경우 응답자에게 메모를 남기도록 한다. 그리고 주변인에게 좋은 인상을 남기고 이후 응답자를 다른 시간대에 찾아가도록 한다.

<표 1-1>  
응답자에게 협조  
동의 얻기에 영향을  
미치는 요소

장애요소	호응요소
- 모르는 방문객에 대한 두려움	- 자신의 의견을 표현하는 즐거움
- 정부기관에 대한 부정적 감정	- 사람들과의 관계를 즐김
- 사생활 침해에 대한 오인과 불쾌감	- 지적인 자극이나 호기심의 충족
- 자기방어 욕구	- 조사원을 돕고 싶어 하는 충동
- 조사에 대한 위화감	- 감정 표출을 통한 정서적 긴장 해소
- 시간이나 정력 낭비	- 응답자의 역할 수행에 대한 자족감
	- 물질적 보상

### 3. 현장 자료 수집

응답자와 면접을 진행 할 때에 조사원은 조사목적과 내용에 대해 설명하고 면접과정을 통해 설문 주제와 문항에 응답자가 응답할 수 있도록 조사를 진행한다. 또한 민감한 의견을 다루는 조사일 경우, 다른 사람의 방해 받지 않는 진행이 가능하도록 분위기를 조성해야 한다. 조사원은 면접 시 면접을 기록해야한다. 응답내용을 질문지에 기록하며 특히, 개방형 설문은 가능한 자세하고 이해 가능하게 기록한다. 면접조사 지역 약도도 기록하여 놓는다. 또한 면접 대상 가구 및 응답 대상자 선정과정에 대한 추후 검증 가능한 기록을 남기도록 한다.

### 4. 현장조사원의 기본자세

응답자에게 협조를 구하고 실제 면접을 진행할 때에 조사원은 다양한 어려움을 겪는다. 대부분의 응답자는 가능한 응답을 거절하려고 여러 가지 이유를 낸다. 따라서 조사자는 응답자에게 조사의 목적을 잘 설명하고 본

조사의 중요성에 대해 잘 설명할 수 있는 적극적 자세를 가져야 한다. 또한 현장조사에서 조사원은 다양한 배경, 연령, 생활방식을 가진 사람들을 만나게 되므로 자신과 전혀 다른 생활 스타일을 가진 사람들과도 자연스럽게 대화할 수 있어야 한다. 현장조사원의 기본자세는 다음과 같다.

- 응답자가 조사에 참여하도록 설득할 수 있어야함
- 응답자가 자발적으로 조사에 응할 수 있도록 진행해야함
- 조사대상자 방문 시 정중한 태도를 취해야하며 방문 목적을 짧고 분명하게 설명할 수 있어야함
- 자신의 소속과 이름을 명확히 밝혀 불필요한 의심을 사지 않도록 해야함
- 응답자의 개인정보는 보호되고 응답내용은 오직 통계 목적으로만 활용된다는 비밀보장 사실을 알려주어야 함
- 예상치 못한 상황에 유연하게 대처할 수 있어야함
- 특정 문항에 대하여 자신의 생각을 드러내지 않아야함
- 응답자의 답변을 유도해서는 안됨
- 현장조사에서 조사원은 모든 설문에 대해 빠짐없이 유효한 응답을 확보해야함

## 더 알아보기

### 유효한 응답

유효한 응답이란 ‘모르겠다’, ‘선택할 수 없음’ 등의 응답이 아닌, 실제 값이 있는 응답이다. 조사원은 반드시 유효 응답을 받아내고자 하는 의지를 가지고 면접에 임하는 것이 좋다. 유효응답을 확보해야 하는 중요한 이유는 ‘모르겠다’, ‘선택할 수 없음’ 등의 응답은 추후 자료를 분석할 때 제외되기 때문이다. 이는 결국 자료의 가치를 저하시킨다. 사회 조사가 응답자가 직접 기입하는 자기기입식 조사방법이 아닌 응답자와의 면대면 면접 및 면접원이 설문지를 기입하는 조사방법을 택하는 이유도 바로 유효 응답을 최대한 확보하기 위한 것이다. 따라서 조사원은 설문지의 모든 응답을 최대한 얻어내고자 하는 자세로 현장 조사에 임해야 한다.

## 5. 조사 시 응답자를 대하는 태도

조사를 위한 면접은 조사원에게는 업무이다. 하지만 응답자 입장에서는 소중한 시간을 내어 자발적으로 해야 하는 일이다. 따라서 조사원은 응답

자에게 존중과 고마운 마음을 여러 가지 방법으로 정중하게 표현하는 것이 중요하다. 또한 예의 바른 태도로 응답자가 처음부터 끝까지 조사에 성실하게 참여할 수 있도록 유도하는 것이 조사의 품질을 높이는 데 도움이 된다.

- 조사원은 응답자에게 눈으로는 반가움을, 머리와 허리로 정중함을 표현하는 인사를 하며 상대에 따라서 적절한 인사말을 건내야 함
- 조사원은 응답자가 불편해하지 않도록 자연스러운 분위기에서 이해하기 쉽고 일상적인 언어를 사용해야 함
- 부정적인 표현보다는 긍정적인 표현을, 명령형보다는 의뢰형을 사용해야 함
- 표준말과 쉬운 우리말을 사용하며 거친 말보다는 고운 말을 써야 함
- 현장조사원은 응답자의 몸짓 언어를 읽어야 함

예를 들어, 응답자가 시계를 들여다보는 것은 시간에 쫓기고 있다는 것을 의미한다. 또한 자꾸 다른 곳을 보는 것은 다른 사람을 기다리고 있다는 의미이다.

**<표 1-2>  
응답자와의 대화  
예절**

말할 때의 예절	말을 들을 때의 예절
- 응답자의 입장을 배려하는 친절하 마음가짐	- 응답자가 하는 말을 경청해야 함
- 조용하면서도 분명한 어조로 천천히 말함	- 의문이 있으면 응답하는 도중에 끼어들지 말고 끝난 뒤에 물음
- 이야기를 듣는 사람의 표정과 눈을 주시해 반응을 살핌	- 재 질문이나 다른 의견을 말할 때는 정중하게 상대방의 양해를 구함
- 응답자가 질문을 하면 친절히 설명하고, 의견을 말하면 성의 있게 들음	- 말을 다 들은 후에는 응답자에게 고마움을 표시함
- 말을 시작할 때는 양해를 얻어서 하고, 요령있고 분명하게 끝맺음	

조사원이 응답자와 대화할 때에는 예절을 지켜 말하기와 듣기를 행해야 한다. 특히, 조사원은 대화할 때의 주의사항을 숙지하여 응답자들에게 불쾌감을 주는 일이 없도록 유의해야 한다. 대화할 때의 주의사항은 다음과 같다.

- 주위를 두리번거리며 살피지 않음
- 시계를 자주 들여다보지 않음
- 상대방의 약점을 노골적으로 지적하여 무안을 주지 않음
- 상대를 얕잡아 보거나 가르치는 태도를 취하지 않음
- 대화중에 짜증을 내지 않음
- 갑자기 화제를 바꾸지 않음

## 더 알아보기

### 현장조사 운영지침 제8조(현장조사 직원 기본자세)(2013년 기준)

현장조사 직원은 다음 각 호와 같은 기본자세를 가져야 한다.

1. 조사지침의 명확한 숙지와 성실한 조사
2. 응답자와의 유대 강화
3. 비표본오차의 최소화
4. 단정한 복장과 바른 태도
5. 기타 현장조사 직원의 품위 유지 등

## 4 면접 이후

### 1. 면접 기록

조사원은 면접이 끝난 이후 응답 내용을 질문지 및 기록서를 작성해야 한다. 특히, 개방형 설문은 가능한 자세하고 이해 가능하게 기록해야 한다. 면접조사 지역 약도를 메모해 놓는다. 또한 면접 대상 가구 및 응답 대상자 선정과정에 대한 추후 검증 가능한 기록을 남겨야 한다.

### 2. 질문지 회수 및 검증

조사원은 회수한 질문지를 검토하고 부실한 응답이 있을 경우 보완해야 한다. 예를 들어 자유 응답형 질문에 대한 응답이 확인가능한지를 살펴보고, 모든 문항에서 응답이 제대로 이루어졌는지, 응답들 간에 모순은 없는지를 확인해야 한다. 보완의 경우 동일한 응답자에게 질문을 다시 수행할 수 있다. 동일한 응답자에게 같은 질문을 수행하지 못할 경우 설문 결과를 사용하지 않거나, 무응답 및 결측값으로 처리하여 진행한다.

- 조사는원은 질문지를 회수하여 검토를 해야함
- 부실한 응답이 있었는지 확인하여 보완할 것들을 체크함
- 질문지의 부호를 기입하고 데이터 입력을 해야함
- 조사는원은 개방형 질문 응답 범주화를 시키고 전산처리 입력을 해야함
- 코드북을 만들어 설문조사에 대한 명확한 분류를 시행함

## 더 알아보기

### 사례 1\_ 농림어업 총조사 시범예행조사

내검 요청서에서 제시하고 있는 필수검토 사항을 확인하여 부실한 응답, 잘못 된 응답 등 검토할 내용들을 면접 이후 찾아야 한다.

**13 논벼 수확 면적**

지난 1년간 논벼를 수확하였습니까?  
 \* 받배는 16항 식량작물에 기입  
 ● 예                      ② 아니요 → 16항

- 논벼 성장단계
- 모내기 준비기 → 모내기(4~5월) → 성장기(중간 물 빼기와 물 갈러대기) → 수확기(완전 물 빼기) → 수확(9~10월) → 비 경작기

작 물 명 칭				(단위 : m <sup>2</sup> )			
백만	십만	만	천	백	십	일	
논	벼			1	2	0	0

**14 논벼 농사 방법**

지난 1년간 논벼 농사는 어떻게 지었습니까?  
 \* 13항 논벼 수확 면적이 있는 경우에 기입  
 \* 작업 단계별로 해당되는 번호에 각각 ●표

논 벼 농 사 방 법	가 구 원 직 접 작 업		남 에 말 겨 서 작 업 (기계작업 위탁 등)		작 하 지 않 을
	전 부	일 부	전 부	일 부	
벼 묘 판 작 업	●	②	③	④	
논 갈 이	①	●	③	④	
모 내 기	①	●	③	④	
농 약 살 포	①	●	③	④	
벼 베 기 · 탈 곡	①	●	③		

- 가구원 직접 작업 : 품앗이, 사람을 고용하여 농사를 지은 경우, 빌린 농기계로 가구원이 직접 작업한 경우, 비동거 가족의 도움으로 농사를 지은 경우 등
- 남에게 맡겨서 작업 : 작업 단계별로 주요 작업을 기준으로 판단(기계가 닿지 않는 자투리 부분을 농가에서 마무리해도 전부 남에게 맡겨서 작업한 것에 포함).
- 육묘 상자를 구입한 경우에도 「벼 묘판 작업」은 남에게 맡겨서 작업으로 분류합니다.
- 작업하지 않음 : 묘판설치 없이 파종하는 직파 농법, 친환경 농법을 위해 농약살포를 하지 않은 경우 등

**15 논벼 유기비료**

지난 1년간 논벼 생산에 유기비료를 사용하였습니까?  
 ● 예                      ② 아니요 → 16항

유 기 비 료 종 류	백만	십만	만	천	백	십	일
퇴 비				1	0	0	0
녹 비 작 물					5	0	0
빛 질 · 보 리 질							0
기 타 유 기 비 료							0

- 유기비료를 혼합 시비한 경우에는 주된 비료종류에 기입하고, 다른 시기에 시비한 경우에는 종류별로 해당 시비면적을 기입합니다.
- 녹비작물 : 풋베기 비료작물로서 줄기와 잎을 비료로 사용하는 작물(자운영, 청보리, 유채 등)
- 기타 유기비료 : 짚이나 풀을 태워서 만든 재 등

〈필수 검토사항〉

4-1. 13항 논벼 수확면적이 조사되었으면 14항 논벼농사방법, 15항 논벼유기비료에는 반드시 기입되어야 합니다.  
 4-2. 14항 논벼 농사방법은 작업 단계별로 모두 조사되어야 합니다(5곳 모두 기입).

## 5 상시관리

조사구의 조사대상자들을 관리해야 한다. 통계청에서 수행하는 조사에는 한번 조사하고 마는 단발성 조사가 아니라 동일한 응답자에게 지속적인

로 조사 응답을 요청하는 경우가 많다. 가계동향조사처럼 조사기간이 하루에 그치는 것이 아니라 상당기간 지속되기도 한다. 한 번 조사구 설정을 통해 조사대상을 정하면 일년 넘는 장기간 동안 유지하면서 조사한다.

이와 같은 표본 추출의 상황에서는 조사대상인 응답자들과 지속적인 관계를 형성하는 것이 실제 조사수행을 위해 중요하게 된다. 이를 위해 현장에서는 조사대상의 특성과 관심사를 살피고 이에 부합할 수 있는 방법들을 궁리하기도 한다. 조사원들의 체험 사례를 보면 조사대상에게 가능한 범위의 선물을 하기도 하고, 조사대상이 관심을 가질 만한 통계가 통계청에서 발표되면 챙겨서 알려주기도 한다. 어떠한 방법이 효과적인 것인지에 대해서 일반화된 결론은 없다. 조사현장의 동네 분위기, 조사대상의 개인적 여건, 관심사, 조사 참여 의향의 수준 등에 의해서 효과적인 방법은 다를 수밖에 없다.

일반적으로는 조사대상의 상황과 관심사에 지속적으로 관심을 기울이고, 감사하는 마음을 상시 표시하는 것이 필요하다. 특히 동일한 조사대상에게 복수의 통계청 조사가 요청되는 상황이 발생할 경우, 조사대상이 거부감을 일으키는 경우가 있다는 점에 유의해야 한다. 다양한 종류의 조사를 매년 수행하는 통계청의 성격상 한 응답자에게 여러 조사가 중복되면, 조사에 잘 응해주었던 응답자가 응답을 갑자기 거부하는 일이 발생하곤 한다. 따라서 이러한 상황이 발생하지 않도록 주의를 기울이고 불가피한 상황에서는 미리 정성을 다해 불가피성을 설득하는 것이 필요하다.

조사대상의 상황이나 태도는 한 지역 안에서 공통점을 갖는 경우들이 많다. 따라서 같은 지역의 조사를 수행하는 동료 조사원들과 정보를 교류하면서 효과적인 대처 방안을 찾기 위해 지혜를 모으는 것이 중요하다.

## 2-1. 조사원의 직업의식

### 학습목표

- 현대의 직업 전문성에 대해 이해한다.
- 천직의식의 현대적 해석에 대해 이해한다.

### 1 직업전문성의 현대적 이해

#### 1. 직업전문성의 고전적 의미

직업전문성은 교육을 통해 습득한 추상적인 개념을 개별 사례에 대해 구체적으로 적용하는 상황에서 요구된다. 구체적인 문제의 해결은 추상적인 개념만으로 될 수 없고 현장에서 습득한 경험만으로는 전문성이 요구되는 난제를 해결하기 어렵다. 추상적인 개념을 구체적인 상황에 적용시키는 전문적인 능력에 의해서 어렵고 복잡한 문제들의 해결이 가능해진다. 과거에는 직업전문성은 주로 교육에 의해 보장되며 직업 조함과 자율적 통제의 특성을 가진 것으로 보았다. 또한 높은 수준의 도덕성을 지니며 고객과의 신뢰관계가 유지되는 것이 중요했다. 전문성에는 외적 규율이 최소화되어 있으며, 개인의 판단 능력의 중요성을 강조한다는 특성이 있다. 이와 같은 직업전문성이 요구되는 전형적인 직업 집단으로 변호사, 의사 등을 꼽을 수 있다.

<표 2-1>  
직업의식조사  
(한국직업능력개발원)  
에 나타난  
직업전문성 요인

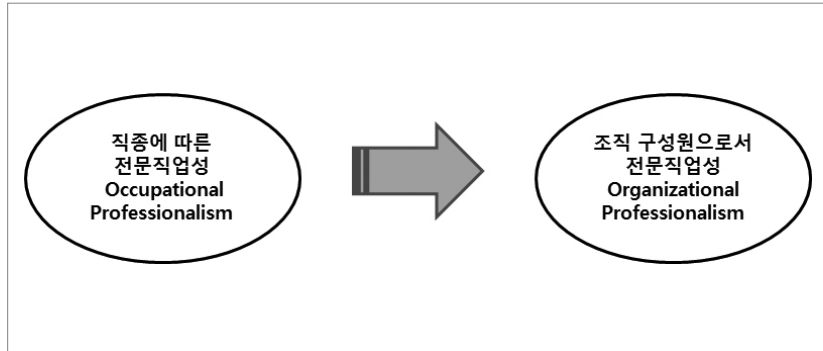
#### 전문성 요인

- “내가 하는 일은 전문적인 지식과 기술이 요구된다”
- “나는 누구의 간섭도 받지 않고 내가 하고 싶은 일을 할 수 있다”
- “나 자신의 창의력을 발휘할 수 있다”

## 2. 직업전문성의 현대적 변화

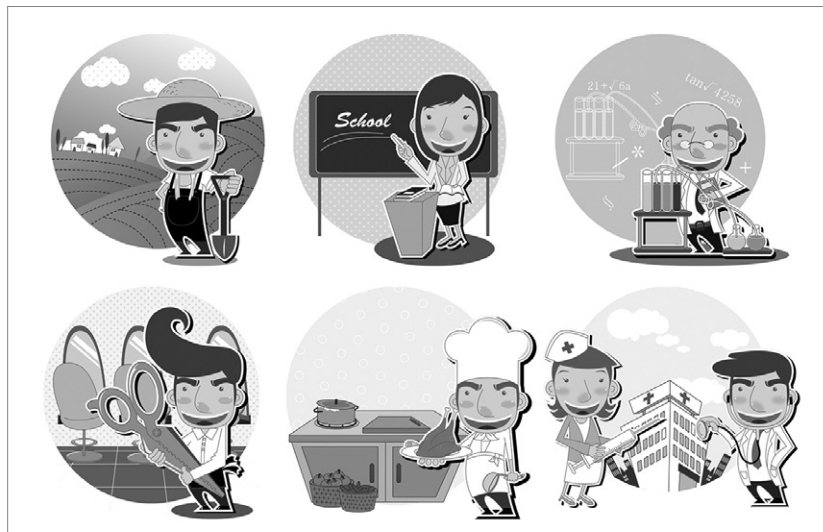
과거에는 조사원 직종이 전문직업의식과 상관있는 것으로 보기 어려웠을 것이다. 하지만 직업전문성을 변호사, 의사와 같은 전문직(profession)에만 적용되는 것으로 보았던 과거와 달리 오늘날에는 전문직업성이 강조되는 직종들이 확대되고 있다. 이와 같은 변화의 이면에는 자율적인 업무수행에서 자기 규율이 가지는 중요성의 증가가 작용하고 있다.

[그림 2-1]  
전문직업성의 변화



오늘날 전문직업성이 강조되는 직종들이 확대되는 사례로 요리사를 생각해 볼 수 있다. 과거 요리사는 일부 요리에 관심을 가지는 사람들을 제외하면 사회적으로 크게 주목을 받는 직업은 아니었으며, 그 전문성에 대해서 사회적으로 높게 평가하지도 않았다. 하지만 오늘날 요리사의 전문성은 과거에 비해 크게 인정받고 있다.

[그림 2-2]  
현대의 직업





## 2 소명의식의 현대적 이해

### 1. 소명의식의 고전적 의미

소명의식이란 본래 천직의식이라고도 불리는 종교적 개념이었다. 기독교에서는 자신이 하는 일이 자신의 선택에 의한 것이 아니라 신에 의한 불림에 의한 것이라는 의식을 소명의식이라고 불렀다. 막스 베버라는 사회학자에 따르면 개신교인들의 소명의식은 근대 자본주의 성립과정에서 근면하면서도 합리적인 성격을 가지는 독특한 직업의식을 불러왔으며, 이에 따라 근대 자본주의가 서구에서 발전할 수 있었다. 이러한 점에서 소명의식은 서구의 발전을 가능케 한 중요한 정신적, 문화적 요소로 간주되어 왔다. 근대로 오면서 종교가 가지는 영향이 과거에 비해 약화되면서 종교적 색채는 퇴색되어도 천직의식에 뿌리를 둔 소명의식은 서구인들의 직업의식에 자리 잡은 것으로 해석되었다.

한국직업능력개발원이 수행한 직업의식조사 결과에 따르면 우리나라에서도 약 3분의 1 이상의 국민이 천직의식을 갖고 있는 것으로 나타난다. 물론 직종별로 보면 전문직, 관리직에서 천직의식의 비율이 높지만 농어민에서도 상당히 높은 수준임을 볼 수 있다. 또한 천직의식의 비율이 가장 낮은 생산직에서도 5명중 1명 이상이 천직의식을 가진 것으로 나타났다.

<표 2-2>  
천직의식과 평생  
직업의식

구분	N	동의 %		
		천직의식	5점 척도 평균 천직의식	
전체	3,671	34.9	2.97	
직종	전문직	108	58.3	3.67
	관리직	250	41.6	3.14
	반전문직	504	49.6	3.36
	사무직	736	33.8	2.94
	판매직	957	30.7	2.89
	서비스직	693	29.6	2.78
	생산직	344	23	2.63
	농어민	79	46.8	3.2
	자영	1,308	39.4	3.12
여부	피고용	2,374	32.4	2.88
정규직	정규직	1,531	38.3	3.09
여부	비정규직	841	21.8	2.51
성별	남자	1,739	37.8	3.06
	여자	1,943	32.3	2.88

## 2. 소명의식의 현대적 변화

현대사회에서도 직업에 대한 자부심과 열정은 중요하다. 직업을 통해서 경제적 수입을 얻는 것이 중요하지만, 어떠한 동기와 자세로 일을 하는가에 따라서 장기적으로 직업생활이 달라지고, 가족과 자신의 행복에 까지도 영향을 미치게 된다. Wrzesniewski 외 (1997)는 아래와 같은 세 가지 유형의 직업의식을 가상으로 제시하고 응답자들로 하여금 이들 유형에 대해서 자기가 가지고 있는 직업의식에 가까운 정도를 응답하도록 하였다. 세 가지 유형은 각각의 고유한 직업의식을 보여준다. 여기에서 세 가지 유형을 구분하는 것은 누가 더 열심히 일하는가의 문제가 아니라 왜 일을 하는가의 문제이다. Mr. A는 직업을 무엇보다 돈 버는 수단으로 생각하며 경제적 문제만 해결된다면 더 이상 직업 활동을 할 필요가 없다고 생각한다. Mr. B에게 직업은 출세와 지위 상승을 위한 수단이다. Mr. C에게 직업은 자신의 삶의 필수적인 요소이며, 직업을 통해 세상을 좋은 방향으로 변화시킬 수 있다고 생각한다. 그래서 연구자들은 Mr. A를 Job 형(경제목적형)으로, Mr. B를 Career 형(경력개발형), Mr. C를 Calling 형(소명의식형) 직업의식이라고 불렀다. 연구자들에 따르면 이 세 가지 유형의 직업의식에 가까운 것으로 분류되는 비율은 대략 3분의 1 썩이다. 이를 바탕으로 직장 생활을 하는 사람들을 세 집단으로 구분하여 이들의 인구학적 특성과 삶의 만족도와 같은 특성들을 조사해 보면 흥미로운 차이를 볼 수 있었다. 소명의식형으로 분류된 집단이 삶의 만족도와 직업 만족도도 가장 높았다. 이들은 다른 조사대상들을 바탕으로 수행한 연구를 통해서 직업지위가 낮은 집단에서도 비슷한 연구결과가 나타난다는 사실을 발견하였다.

이와 같은 연구는 많은 학술적 후속연구와 논의를 불러 일으켰다. 특정 종교와의 관계가 아닌 일반적인 의미에서 소명의식이란 무엇이며 어떤 특성을 가지는 것인가? 학자들의 경험적인 연구결과를 보면 소명의식이란 무엇인가를 하는 행동지향적인 것이다. 소명의식의 특성은 ‘하는 일’과 ‘하고 싶은 일’, ‘해야 하는 일’이 일치하면서 목적과 개인적 사명감이 분명해진다. 소명의식을 가진 사람은 본인의 일을 좀 더 나은 세상을 만드는 일을 하는 것이라고 생각한다. 소명의식을 가진 사람은 자신이 하는 일이 사회적으로 어떠한 의미를 가지는지 주변 사람에게 설명할 수 있는 사람이다. 즉, 현대적인 의미에서의 소명의식은 종교와 상관없이 자신이 왜 이 일을 하고 있으며, 자신의 일이 어떠한 의미를 가지고 있는지를 분명히 자각하는 것이다. 그리고 이러한 소명의식을 가진 사람들은 그렇지 않은 사

람들보다 직업생활의 만족도뿐만 아니라 전반적인 삶의 만족도 수준 역시 높게 나타난다.

## 더 알아보기

### 직업의식의 세 가지 유형

#### Mr. A (경제목적형, Job)

A가 일하는 주된 목적은 돈을 벌기 위해서다. 만일 그가 충분한 재산을 가지게 된다면, 그는 현재 직업을 유지하지 않고 다른 일을 주저 없이 할 사람이다. A의 직업은 기본적으로 삶에 중요한 요소이다. 그는 일할 때 시간이 빨리 가기를 원하며, 주말에 휴가 때 쉬기를 원한다. 만일 A가 다시 태어난다면 그는 다른 직업을 가질 것이며, 자신의 직업을 자랑스러워하지 않는다.

#### Mr. B (경력개발형, Career)

B는 자신의 일을 즐기고 있으나, 현재의 직업을 5년 이상 지속하지 않을 것이라고 생각한다. B는 더 좋은 직업을 찾고 있으며, 미래에 더 좋은 자리로 옮기기를 원하고 있다. 때때로 그는 현재의 직업이 시간 낭비라고 생각하기도 하지만 더 좋은 직업을 갖기 위해 꼭 필요하다고 생각한다. B는 승진하기를 원하는 사람이며, 승진을 통해 자신이 의미 있는 일을 하고 있다는 것을 느낀다. 또한 그는 승진으로 동료들과의 경쟁에서 성공적으로 살아남았다고 느끼는 사람이다.

#### Mr. C (소명의식형, Calling)

C는 일을 자신의 삶의 중요한 부분으로 인식하는 사람이다. 그는 일에서 즐거움을 느끼며 일이 자신의 삶의 필수적인 요소라고 생각한다. 자신의 일을 자랑스러워하며, 자신의 일을 집에서도, 휴가지에서도 즐겨한다. 그의 가장 친한 친구들은 직장 동료들이며, 일과 연관이 있는 몇몇 동아리, 클럽에서 활동한다. C는 본인의 일이 세상을 더 좋은 곳으로 변화시키는데 중요한 역할을 한다고 생각하며, 자신의 직업을 자녀에게 권유한다. 그리고 그는 더 이상 일을 못하게 되거나, 은퇴하는 것을 속상해 한다.

## 2-2.

# 조사원의 전문성과 기본역량

### 학습목표

- 조사원의 기본 역량에 대해 이해한다.
- 조사원의 전문성에 대해 이해한다.

### 1 조사원의 전문성

현대사회의 조사방법은 다변화되고 응답률이 저하되는 추세에 따라 통계 조사에서 설문조사원 역할의 중요성이 높아지고 있다. 통계교육원에서 수행하는 통계교육이 기존 통계공무원 중심에서 2011년에는 현장조사를 담당하는 무기계약직 및 기간제 근로자로까지 확대되고 있다. 이는 국가 통계에서 조사원의 역할이 중요해지고 있음을 나타낸다. 조사원의 업무에 대해서 경험적으로 연구를 해 보면, 실제 조사원의 업무가 상당한 자율성을 가지고 수행된다는 점을 볼 수 있다. 특히 표준화된 인터뷰 방식이 적용되지 않고 대화형 인터뷰 방식이 많이 사용되는 면접조사나 대상자의 선택 과정이 최종 단계에서 세밀하게 구체화되어 있지 않은 경우들에서 조사원은 상당히 높은 자율성을 가지고 업무를 수행한다. 이러한 상황에서 조사가 원칙에 맞게 잘 진행되기 위해서는 조사원의 전문성과 자기 규율이 무엇보다 중요하다. 조사원 경력이 오래되고 성공적으로 업체에서 업무를 수행하는 조사원들의 경우 자신의 일이 가지고 있는 전문성에 대한 요구를 잘 이해하고 이를 바탕으로 업무를 수행하고 있다. 조사원들이 지적한 조사원의 전문성은 다음과 같다.

- 조사원은 본인의 직무를 잘 이해하고 있어야함
- 조사과정에서의 조사원의 역할을 이해하고, 조사원의 실수와 태만이 전체 조사에 미치는 영향에 대해서 이해해야함
- 통계학, 표본조사의 의미와 같은 과학적 통계조사에 대한 이해가 어느 정도 필요함.
- 사전 준비, 가구 방문 및 기록표 작성, 면접 방법, 결과보고 및 검표, 보완 조사와 같은 면접진행방법에 대한 이해가 필요함
- 조사 부문별 거절 유형과 대응방안을 숙지해야하며, 외국인 이주민, 장애인, 노인 상대 조사의 특수성과 대처 방안과 아동 청소년, 미성년자 조사 등 특수집단 조사에 대한 이해가 필요함

- 조사 시 주거형태에 따른 조사의 어려움과 극복법과 위험한 상황 대처법, IT 기기활용 조사 방법을 숙지해야함.
- 국가통계의 분야와 종류에 관한 관련 지식들도 알고 있어야함

<표 2-3>  
조사원의 경험

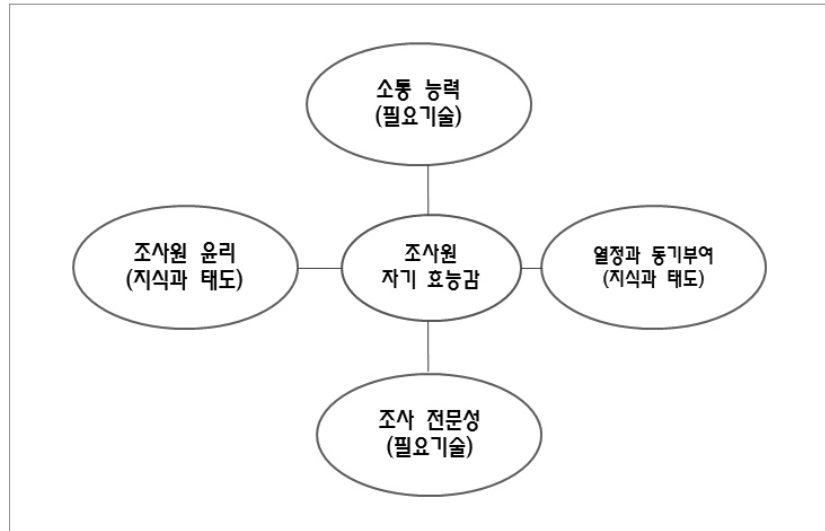
구분	연령	경력	내용
조사원 A	40/50대	8년 (방문조사 5년)	“젊은 사람들을 보면 어려움을 겪으면 쉽게 포기하고 인내심이 부족하다. ... 프로의식이 필요하다. 나는 일 하면서 프로의식을 갖게 되었다. ... 급변하는 주제와 조사에 적응하기 위해서 신문, 방송 많이 보게 되었다. FTA 같은 문제를 조사하면서 사회 현상에 대한 관심 갖게 되었다 ...”
조사원 B	50대	10년 이상	“나는 조사과정이 연애라고 생각한다. 밀당도 잘 해야되고..그런 걸 잘해야 된다. 무조건 들이댄다고 되는 것이 아니다. 특히 10초안에 이루어지는 첫인상이 응답의 성공여부를 좌우한다. 첫인상을 관리하는 법(태도, 이미지)을 미리 자기 자신이 형성해 놓아야한다. 사람이 부드럽게 보인다는 느낌이 가지도록 해야 한다. 또, 무조건 드리대지 말고..한발 빠질 때는 빠지고 하는 요령이 필요하다. 막 안해 준다고 그러면 빠졌다가 다시 가는 등의 방안을 미리 숙지 또는 훈련해야 한다.”
조사원 C	40대	5년	“나는 전에 사업을 하다 잘 안되어 조사원 하기 시작했다. 성격상 자영업이나 사무실 밖에서 하는 활동이 많다. 그래서 조사원하면서 다니는 것이 잘 맞는다. 거절을 많이 당하는데 나는 상대방을 이해하며 상처받지 않는다. 사업경험이 많이 도움된다. 하지만 주변에 상처받는 사람들이 많다. 자신감 교육이 필요하다. 웃음 유지하기 위한 심리적 교육이 필요하다. 사회적 기여에 대한 인식을 가져야 한다. 같은 면접원이지만 소양, 능력에 따라 차별화된 인정이 필요하다. 현장에서 보면 소양 부족한 조사원이 많다...”

위와 같이 조사원들은 업무 경험을 통해 자신이 하는 일이 상당한 전문성을 요구한다는 것을 알고 있다. 또한 경험이 부족한 다른 조사원들과 자신을 비교하면서 자신이 확보한 전문성에 대하여 상당한 자긍심을 갖고 있다.

## 2 조사원의 기본역량

조사원의 실제 업무에 대한 경험적인 파악을 통해 조사원으로서 갖추어야 할 기본 역량이 무엇인지를 파악한 결과, 통계조사의 수행을 위해 조사원은 소통능력, 조사 전문성, 조사원 윤리, 열정과 동기부여가 필요하다.

[그림 2-3]  
조사원의 기본역량



### 1. 조사 전문성

조사원은 현장 조사의 업무가 전체 통계조사의 과정에서 차지하는 위치를 잘 이해하고 조사의 원칙에 맞게 조사를 수행하는 것이 중요하다는 사실을 자각해야 한다. 이를 바탕으로 정해진 표본추출의 방법과 조사 수행의 원칙에 따라 조사를 수행한다. 이러한 역량을 바탕으로 새로운 조사를 맡을 때마다 조사원은 맡은 조사의 목적과 내용을 정확히 숙지해야 한다. 또한 조사표의 주된 사항 등 면접시 필요한 사항을 꼼꼼히 챙겨야 한다. 지도나 기기를 사용할 때에는 사전에 활용 방법을 숙지하여 현장에서 착오가 없이 적용하는 것도 필요하다.

조사원은 각 조사의 업무설명을 숙지해야한다.

사례 1\_ 2015년 경제총조사 제2차 시험조사 교육자료

#### 4. 조사방법 및 조사체계

**조사방법**

- 조사원이 사업체를 방문하여 면밀조사가 원칙. 다만 응답자가 직접 작성을 원하는 경우 해당조사표의 기입요령을 배부후 응답자가 직접 기입하게 하는 메모조사 가능
- 클럽 시험조사에 인터넷조사는 병행하지 않음

**조사체계**

#### 1. 조사대상 범위

**조사대상**

☞ 조사기준일(2013.12.31.) 또는 조사일 현재 국내에서 산업활동을 수행하고 있는 종사자 1인 이상인 모든 사업체

→ 한국표준산업분류 21개 산업(A-U) 중 가구내 고용활동 및 달리 분류되지 않은 자가생산활동(T), 국제 및 외국기관(U)을 제외한 19개 산업의 모든 사업체

---

#### 1. 조사대상 범위

**조사대상에서 제외되는 사업체**

- 가 가정 내의 고용 활동 : 가정부, 가정교사 등(가가 소비활동으로 산업활동이 아님)
- 국세기구, 외국공관 : 한국 주재 대사관, 영사관 등(외국기관 기밀 보호)
- 개인이 경영하는 농림어업 사업체 : 농장, 목장, 양어장, 양식장 등
- 국방관련 시설 : 군부대, 군사학교, 군병원 등(군사 기밀 보호)
- 고정시설이 없는 노상, 행상, 상근 종사자 없는 이른개, 이동적양 판매업자 등

#### ※ 기타 예외적인 사업체 구분

☞ 사업체는 장소, 경영주체 또는 경영장부 유무에 따라 구분하는 것이 원칙이나, 다음과 같은 경우에는 특히 유의하여야 함

**광업, 건설업의 현장사무소의 경우**

☞ 현장 및 현장사무소는 조사하지 않고 이를 관리하고 있는 사무소, 영업소 또는 사업소 등에 포함하여 조사

사례 2\_ 2013년 사회조사 지침서

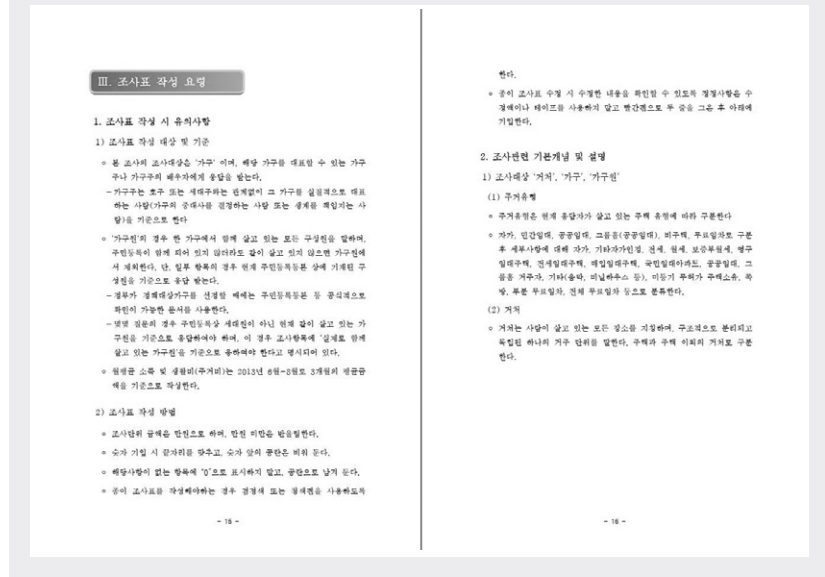
### 2013년 사회조사 지침서

복지 · 사회참여 · 문화와 여가 · 소득과 소비 · 노동

#### 조사지침서의 활용

- 본 조사지침서는 통계청 사회조사 업무수행에 필요한 사항을 정리한 조사원 교육용 표제입니다.
- 본 조사지침서는 조사원 · 조사관리자 준수 사항 및 가구원별 요령, 현장조사 요령, 조사표 작성 및 내림 요령, 조사 사례별 처리요령 등이 다양하게 수록되어 있습니다.
- 조사현장에서는 가구명부, 조사대상 가구의 비밀 및 정보 누설관리에 관한 사항 중의 준수 사항을 반드시 숙지해 주시기 바랍니다.
- 조사원 어리본에서는 교육 시는 물론 현장 조사 시에도 항상 휴대하여 조사과정에서 위문사항이 있을 경우에는 해당 내용을 확인 후 조사에 임하여 주시기 바랍니다.
- 끝으로 조사과정에서 발생하는 위문사항은 통계청 사회통계기획과(☎ 042 - 681 - 2272~5)로 문의하시기 바랍니다.

## 사례 3\_ 2013년 주거실태조사 지침서



## 2. 열정과 동기부여

### (1) 책임감

조사원에게 요구되는 기본자세 중 가장 중요한 것은 책임감이다. 조사원은 자신이 맡은 조사를 끝까지 최선을 다해 완결하고자 하는 책임감이 필요하다. 조사원이 자신의 임무를 소홀히 하여 조사를 성공적으로 완결하지 못했을 때, 이는 결국 다른 누군가가 그 미완성 케이스를 담당해야 하는 결과를 초래한다. 그런 상황은 조사원뿐만 아니라, 응답대상자, 타 조사원, 조사팀장 등 모든 관련자들에게 많은 심리적, 시간적, 물리적 피해를 주는 것이다. 따라서 각 면접원은 자신이 맡은 임무를 스스로 완수하도록 끝까지 책임감을 가지고 조사에 임해야 한다.

### (2) 자발성

조사원은 매일 일을 하라고 독촉하는 사람이 없으므로 자기 스스로의 책임 아래에서 자발적으로 조사를 진행하고자 하는 진취적인 자세를 취해야 한다. 면접원은 조사팀장과의 긴밀한 커뮤니케이션 하에 그날의 조사



계획, 목표설정, 조사 전략, 조사 성과 등을 꼼꼼히 점검, 평가, 재조정하는 등 자발성을 가지고 조사에 임해야 한다.

### (3) 자부심

조사원의 노력과 수고의 결과로 만들어지는 조사 자료는 사회과학을 연구하는 학자 뿐 아니라 공공정책 입안자, 학생, 일반 국민에게도 전달되는 매우 중요한 자료가 된다. 실제로 그간 통계조사 자료 및 자료를 이용한 연구결과는 조사방법과 관련된 학계 내외의 교수학습 기관 혹은 개인, 정책 수립 및 행정 수행 관련한 정부부처, 신문·텔레비전 등의 언론에도 인용 혹은 이용되어 왔다. 면접원은 자신이 수집한 자료의 학문적·사회적·역사적 가치를 인지하고 자신의 일에 대한 자부심을 갖고 조사에 임하는 것이 바람직하다.

### (4) 스트레스 관리 능력

조사원은 현장조사에서 예상하지 못한 스트레스를 받을 수 있다. 응답자가 조사를 거부하여 좌절이 반복되거나, 응답 도중 응답자가 조사를 그만두는 등의 좌절 상황에 대해 이해하고 잘 대처할 수 있어야 한다. 따라서 개인적 스트레스 관리기술의 개발이 필요하다.

## 3. 소통 능력

조사원의 의사소통능력은 응답을 성공적으로 이끌 수 있는 중요한 요소이다. 조사원은 소통능력에 따라 응답성공률이 달라질 수 있으며, 설문조사원의 특징에 따라 조사 대상자의 응답수준에 차이가 나타날 수 있다. 조사원은 설문대상자에게 대상자에 따라 자연스럽게 편안한 대화를 하고, 조사가 잘 진행될 수 있도록 설득할 수 있는 능력이 필요하다.

조사원은 다양한 배경, 연령, 생활방식을 가진 사람들을 면접하게 되므로, 자신과 다른 생활 스타일을 가진 사람들과도 편안한 관계를 유지할 수 있어야 한다. 또한 짜증스러운 상황, 예컨대 응답자가 약속을 지키지 않는다던가, 좋지 않은 날씨에 밖에서 면접을 해야 한다던가, 혹은 면접 시간과 날짜를 바꾸기 위해 응답자가 늦은 시간에 전화를 하는 것과 같은 상황이 발생할 수 있음을 항상 염두에 두어야 한다. 그리고 응답자를 이해하고 기

다려주는 인내심을 가져야한다. 또한 변화하는 상황 속에서 유연하게 대처할 수 있어야 한다.

#### 4. 조사원 윤리

조사원은 자료를 위조하지 않도록 조사 윤리를 지켜야한다. 조사된 자료가 표본을 대표할 수 있고 이를 활용하기 위해서는 자료의 정확성이 필요하다. 또한 조사원은 응답자가 자발적인 참여를 하도록 조사를 강요해서는 안 되며, 조사의 결과가 연구대상자에게 해가 없도록 유의해야 한다. 또한 응답자의 정보를 비밀로 유지해야한다. 조사원 윤리는 제3장에서 좀 더 자세히 살펴보자.

### 3-1. 조사의 윤리적 쟁점

#### 학습목표

- 조사의 윤리적 쟁점에 대하여 이해한다.
- 조사원이 지켜야할 윤리성에 대하여 이해한다.

#### ❶ 조사의 윤리적 쟁점

윤리적 문제는 사회현상에서 윤리적/비윤리적 문제로 명확하게 구분될 수 있는 것도 있고 그렇지 않은 것도 있다. 예를 들어, 인종이 다르다고 인간을 고문하는 것은 비윤리적이라는 것을 알 수 있다. 통계조사는 통계라는 공공재의 생산을 목적으로 한다는 점에서 윤리적인 논란이 없을 것처럼 생각되지만 실제 여러 부분에서 미묘하고, 애매한 논쟁의 소지들을 갖고 있다. 이와 같은 조사의 윤리적 쟁점을 잘 이해하지 못하면, 조사원의 사소한 부주의나 혹은 의도와는 달리 윤리적 문제를 만들 수 있다. 따라서 조사에 관한 윤리적 쟁점들에 대해서 숙지할 필요가 있다.

#### ❷ 자발적 참여

조사 연구의 기초적인 윤리규칙은 조사 연구의 참여가 자발적이어야 한다는 것이다. 사람들을 한 곳에 가두고 설문지를 작성하거나, 설문을 작성하지 않을 시에 불이익이 간다고 위협하여 조사를 하는 것은 비윤리적인 행위이다. 연구자는 자발적 조사를 통해서 조사가 행해질 수 있도록 유의해야 한다. 따라서 조사원은 조사대상자가 거부할 권리가 있다는 것을 잊

어서는 안 된다. 자발적 참여라는 규범은 중요하지만 때때로 지킬 수 없는 경우가 있다. 만일 자발적 참여의 규범을 지키지 못하는 조사가 될 경우에는 참여자에게 해를 미치지 않는 것과 과학적 조사의 다른 윤리적 규범을 지키는 것이 필요하다.

<표 3-1>  
한국조사연구학회  
조사윤리 강령 1

#### 제6조. 조사대상자에 대한 책임

2. 조사자는 조사대상자의 사생활을 존중하고 익명성을 보장해 주어야 한다.  
단 조사대상자가 허용하는 경우 대상자의 이름을 사용하거나 밝힐 수 있다.

### 3 연구대상자에 대한 배려

조사연구는 연구대상자에게 아무런 해도 입혀서는 안 된다. 해를 끼치지 않는다는 것은 연구자의 조심성을 요구하는 것이다. 조사대상자의 개인 정보를 존중해야 하며, 비밀유지에 힘써야 한다. 또한 그들의 정보가 실수로 유출되는 일이 없도록 조심해야 한다. 따라서 각 조사별로 지침에서 명시하고 있는 조사자료 보관 및 관리법을 숙지하고 준수한다.

또한 조사대상자들은 통계조사 연구과정에서 심리적인 피해를 입을 수 있다. 따라서 일탈행위, 복지혜택 수혜여부 등의 개인적인 삶에 대한 내용에 대해 조사할 때에는 각별히 유의할 필요가 있다. 개인의 사생활 침해로 인해 조사대상자는 당황스러울 수 있으며, 불쾌한 경험을 공개하는 것에 따른 심리적 고통을 받을 수 있기 때문이다.

<표 3-2>  
한국조사연구학회  
조사윤리 강령 2

#### 제6조. 조사대상자에 대한 책임

1. 조사자는 조사대상자에게 응답을 강요하지 않고, 그들을 기만하는 행위를 하지 않으며, 그들을 모욕하여 수치심을 유발하는 수단과 방법을 사용하지 않는다.
3. 조사자는 조사대상자가 자유의사로 조사를 거절하거나 도중에 중단할 수 있는 권리를 존중한다.
4. 조사자는 연구를 가장해서 판매나 정치적 선거운동과 같은 다른 행위를 하거나 자신들의 연구를 거짓으로 기술해서는 안 된다.

### 4 익명성과 비밀성

조사의 익명성은 조사결과를 활용하는 사람과 조사자 자신이 특정 응답과 특정 응답자를 확인할 수 없을 때 보장된다. 면접조사나 전화조사의 경우 조사원이 응답자로부터 직접 정보를 수집하기 때문에 면접 조사의 응

답자들은 익명성이 유지되지 않는다고 생각하기 쉽다. 따라서 응답자들에게 조사의 분석과 결과에서 익명성이 보장이 된다는 것을 고지해야 하며, 익명성이 지켜질 수 있도록 자료를 잘 관리해야 한다.

비밀성은 조사자가 특정인의 응답을 규명할 수 있지만 본질적으로 공개하지 않을 것이라고 약속할 때 보장된다. 따라서 비밀성과 익명성의 용어는 같은 것은 아니다. 개인의 정보가 유출되어 피해가 되지 않도록 비밀을 유지해야 한다.

<표 3-3>  
한국조사연구학회  
조사윤리 강령 3

#### 제6조. 조사대상자에 대한 책임

5. 조사자는 적절한 절차에 의한 조사결과를 사용할 때도 조사대상자의 비밀을 보호하는 윤리적 의무를 준수해야 한다.

<표 3-4>  
한국조사연구학회  
조사윤리 강령 4

#### 제3조. 조사자는 조사방법이나 조사결과를 조사의뢰자에게 보고하거나 일반인에게 공표할 때 다음 사항을 정확하게 밝힌다.

1. 조사자
2. 조사의뢰자
3. 조사목적
4. 조사시기
5. 조사장소
6. 모집단과 표집틀
7. 표본크기 및 산정방법
8. 표집방법
9. 조사방법(면접조사, 전화조사, 우편조사, 인터넷조사 등)
10. 질문지(질문내용)
11. 재통화·재방문·재발송 횟수
12. 표본대체 규칙
13. 응답률
14. 표집오차
15. 가중치 부여 방식
16. 기타 조사 및 분석 절차에 관한 사항

<표 3-5>  
미국여론조사학회  
행동강령 1

#### III. 사람을 다룰 때의 직업적 책임원리

- D. 응답자
1. 우리는 서베이 응답자에게 거짓말을 하거나 응답자를 남용, 강제, 혹은 모욕하는 행위와 방법을 사용하지 않는다.
  2. 우리는 응답자가 특정한 용도를 위해 익명성을 유보하지 않는 한, 모든 응답자의 익명성을 보호한다. 그리고 응답자의 신원을 보여줄 수 있는 정보는 모두 특권적이며 비밀로 간주한다.

출처: 바비, 사회조사방법론 재인용

## 3-2.

# 조사원의 자료위조

### 학습목표

- 조사원의 자료위조의 종류에 대해 학습한다.
- 조사원의 자료위조 방지를 위한 노력에 대해 이해한다.

## 1 조사원 자료위조의 사례

과거에 비해 면접조사의 환경이 크게 악화되고 조사원의 현장조사 업무 수행이 어려워지면서 자료위조에 대한 유혹이 커지고 있다. 미국 통계청이 수행한 조사 검증 결과를 보면 정부 수행 조사에서 조사원의 위조행위가 무시할 수 없는 수준으로 발생하는 것으로 나타났다. 주기적으로 수행하는 조사보다 일회성 조사에서 자료위조가 더 많았다. 또한 경험 많은 조사원보다 경험 없는 조사원의 자료위조 가능성 더 컸다. 하지만 경험 많은 조사원의 위조는 교묘한 방법으로 진행되었다. 조사 현장의 직접 감독이 불가능한 면접 조사에서 조사 위조의 가능성은 상존하고 있다.

<표 3-6>  
미국 센서스 수행 중  
조사원의 자료위조  
비율

조사 (Survey)	위조 비율 (Percentage Falsifying)
가계동향조사(Current Population Survey)	0.4%
전국범죄피해조사(National Crime Victimization Survey)	0.4%
뉴욕 주택조사(New York City Housing Vacancy Survey)	6.5%

출처: Schreiner, Pennie and Newbrough (1988).

## 2 자료위조의 종류

자료위조는 다양한 방식으로 행해질 수 있다. 다음은 조사 중 일어날 수 있는 자료위조의 형태이다.

- 표본추출 규칙을 위반
- 조사원이 응답 내용을 위조

- 필터링 문항의 위조
- Paradata의 위조
- 자료수집 과정에 대한 보고를 조작

### 3 자료위조의 발견 방법

자료위조의 발견 방법은 관찰, 재접촉, 자료 분석, 선별기준 정립, 재접촉 설문지 작성을 통해 가능하다.

### 4 자료위조의 방지

자료위조의 방지를 위해서 조사원은 연구의 가치와 중요성을 인식해야 한다. 또한 조사원 선발과정에서 체계적 검증이 필요하며 조사원에게 적절한 훈련이 필요하다. 자료 위조가 나타날 경우 해당 조사원은 교체된다. 또한 자료위조의 경우 통계법상 과태료가 부과된다.

<표 3-7>  
통계법의 현장조사  
관련 과태료

#### 제41조. 과태료

- ③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게 100만원 이하의 과태료를 부과한다.
1. 제24조 제4항을 위반하여 공공기관으로부터 제공을 받은 행정자료(비밀에 속하는 사항을 제외한다)를 제공받은 목적 외의 목적으로 사용하거나 다른 자에게 제공한 자.
  2. 제25조 제3항을 위반하여 자료의 제출을 거부 또는 방해하거나 거짓자료를 제출한 자.
  3. 제26조 제2항을 위반하여 관계 자료의 제출요구 또는 응답 요구를 거부·방해·기피하거나 거짓으로 자료제출 또는 응답을 한 자.
  4. 제30조 제3항 또는 제31조 제4항을 위반하여 통계작성기관으로부터 제공받은 통계자료(비밀에 속하는 사항을 제외한다)를 제공받은 목적으로 사용하거나 다른자에게 제공한 자.

### 5 조사원의 책임과 윤리

조사원은 원칙에 따른 조사를 행해야하며 통계조사의 책임이 따르는 것을 알아야 한다. 조사원은 피조사자에 대한 존중을 해야 한다. 조사원은 조사지침서를 준수해야하며, 조사과정의 통합성·솔직성·객관성을 유지해

야 한다. 조사원은 조사과정에서 얻은 정보에 대한 비밀유지의 필요성과 중요성을 잘 알고 있어야 한다. 조사원은 다양한 자료위조의 내용과 범위를 이해하여 자료를 위조하지 않도록 해야 한다.

## 1. 원칙에 따른 조사

조사원은 임의로 표본을(개인, 가구, 사업체 등) 대체해서는 안 된다. 조사는 과학적 신뢰성을 갖춘 정교한 표본추출방법을 이용한다. 과학적으로 신뢰할 만한 표본추출방법이라고 했을 때 가장 핵심적인 요소는 그 방법을 통해서 추출된 표본이 모집단을 잘 대표할 만한 대표성을 가지는 표본인지의 여부이다. 그런데 조사원이 현장조사 시 조사 대상자를 접촉하기 힘들다거나, 응답자가 조사에 협조해 주지 않는다는 등의 이유로 임의로 표본을 대체해 버릴 경우 대체 건으로 인해 전체 표본의 대표성이 저하된다. 결국 조사 자료는 신뢰할 만한 것이 될 수 없는 것이 된다. 따라서 각 조사에서는 완결 설문지 하나하나에 대해 꼼꼼한 검토 작업을 수차례 진행하여 표본 대체가 일어난 케이스를 모두 찾아내고, 그러한 케이스에 대해서는 반드시 현장에 나가서 재조사를 하도록 해야 한다. 결국 표본 대체는 조사 주체에게도 조사원에게도 크나큰 경제적, 인적, 시간적 손실을 유발하는 행위이다.

<표 3-8>  
미국여론조사학회  
행동강령 1

### I. 작업수행의 전문적 실천원칙

- A. 우리는 결과의 정확성을 확보하기 위하여 모든 합리적 조치를 취하면서, 자료를 수집하고 처리함에 있어서 적절한 주의를 기울인다.
- B. 우리는 조사설계 개발과 자료분석에 있어서 적당한 주의를 기울인다.
  - 1. 우리는 전문적 판단에 의거, 수행 중인 연구문제에 부합하는 조사도구와 분석방법만을 사용한다.
  - 2. 우리는 원하는 결론을 산출하는데 특별한 능력이 있다고 해서 특정 조사도구나 분석방법을 선택하지 않는다.
  - 3. 우리는 조사결과에 대해 알면서도 획득 가능한 자료와 부합하지 않는 해석을 하거나 그런 해석을 묵인하지 않는다.
  - 4. 우리는 알면서도 자료가 실제로 허용하는 것 이상의 신뢰를 해석에 부여하지 않는다.
- C. 우리는 모든 조사보고서에 발견사항과 방법을 정확히, 그리고 적절한 정도로 상세히 기술한다.



## 2. 정보보호 및 비밀보장

조사원은 응답자의 정보와 비밀을 보호해야한다. 통계 작성을 위해 수집된 개인이나 법인, 기업 단체 등의 비밀에 속하는 개인자료는 통계작성 외의 목적으로는 사용할 수 없다.

<표 3-9>

통계법의 비밀보호와  
통계종사자의 의무

---

### 제33조 비밀의 보호

---

- ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

---

### 제34조 통계종사자 등의 의무

---

통계종사자, 통계종사자이었던 자 또는 통계작성기관으로부터 통계 작성업무의 전부 또는 일부를 위탁받아 그 업무에 종사하거나 종사하였던 자는 직무상 알게 된 사항을 업무 외의 목적으로 사용하거나 다른 자에게 제공하여서는 아니 된다.

---



### 4-1. 안전 수칙

#### 학습목표

- 조사원의 안전을 위한 수칙에 대해 학습한다.
- 조사원에게 위험이 처했을 시에 대처법에 대하여 학습한다.

### 1 안전에 대한 대처

#### 1. 개인 신변 보호

- 지나치게 많은 현금이나 보석, 장신구 등을 지니지 않음
- 핸드백 지참 시 잘 보이는 곳에 두거나, 어깨띠를 이용해서 착용함
- 지갑은 안주머니나 잘 보이는 곳에 지참하도록 함
- 일기가 불순한 날의 안전사고에 유의해야 함
- 걷거나 운전 중에 지도를 보는 등의 주의를 방해하는 행위를 금지함
- 가능한 조사는 낮에 완료하도록하며 늦은 밤이나 이른 아침은 가급적 피함
- 불가피한 야간조사 시에는 동료 등 동행자와 함께 조사함.
- 개인의 조사일정을 탐직원 및 가족, 지인에게 알림
- 호루라기, 호신용 경보기, 손전등 등 혼신용 안전용품을 소지함.

#### 2. 운전 중 유의사항

- 운전 중에는 응답자와 관련한 서류를 검토하지 않음.
- 만약 어떤 사항을 확인하고 싶을 때에는 차를 길가나 안전한 장소에 정차한 후 시행함.
- 운전 중에 휴대전화를 이용하지 않음.
- 운전 중에는 항상 안전벨트를 착용함.

[그림 4-1]  
현장조사시 안전수칙

출처:  
2013 사회조사지침서  
(통계청)



### 3. 자동차와 관련한 사고를 당했을 경우

- 사고 당사자와 정보를 교환함.
- 경찰, 보험사 직원 등이 도착하기 전에 사고 당사자와 사고와 관련한 논쟁을 벌이지 않음.
- 주변에서 사고 목격자를 확보함.
- 관리 감독관에게 가능한 한 빨리 사고와 관련한 보고를 함.

### 4. 보험 적용 범위 확인

- 업무 수행 이전에 보험 적용 범위 등에 대하여 고용주나 고용 주체와 협의함.

## 2 조사대상자 방문지에서의 안전 수칙

### 1. 공격이나 위협적인 상황

- 사용이 금지된 건물이나 폐가 등 안전이 담보되지 않은 건물에 출입하지 않음.
- 허가 없이 잠겨진 건물이나 출입구에 출입하지 않음.
- 만약 업무 중에 위협을 느낀다면 즉시 그 자리를 피하고 상위 조사관에게 연락함.
- 향후 재 방문시에도 상위 조사관의 지휘를 받음.
- 만약 특정한 위협에 피해를 당한 경우 바로 병원이나 파출소 등을 방문하고 상위 조사관에게 연락함.

## 2. 신체 상해를 당한 경우

- 가까운 병원이나 응급 의료기관을 방문하여 치료를 받음.
- 관리 감독자에게 가능한 한 빨리 연락함.
- 치료비와 관련한 사항을 고용주 등과 상의함.
- 부상, 상처 등의 사고를 당했을 경우 관리감독관의 도움을 받음.

<표 4-1>  
통계청 훈령  
제372호, 현장조사  
운영지침 2

### 제2장 현장조사

#### 제18조(안전 수칙)

- ① 현장조사 직원은 현장조사 종합 매뉴얼 상의 현장조사 안전 수칙을 사전에 충분히 숙지해야 하며, 조사 업무 수행 시 다음 각 호의 안전 수칙을 준수하여야 한다.
1. 조사 중 긴급 상황이 발생할 경우에 대비한 비상연락처 확보
  2. 방문 위험지역의 경우 팀장에게 사전 보고 후 동료와 동행방문
  3. 반드시 안전한 장소에서 조사
  4. 조사 중 불안감을 느낄 경우 즉시 조사를 중단하고 철수
  5. 대상처 이동 시 안전사고에 주의

- ② 지방통계청장은 현장조사 직원의 안전확보를 위하여 매년 초 안전교육 기본계획을 수립하고 다음 각 호에 해당하는 안전교육을 실시하여야 한다.
1. 연 1회 이상 정기교육
  2. 현장조사 안전매뉴얼 등을 활용한 수시교육

- ③ 지방통계청장은 통계조사 시 발생한 안전사고의 사안이 중대하다고 판단될 경우 6차 원칙에 의해 보고서를 작성하여 운영지원과장 및 조사기획과장에게 통지하여야 한다.

#### 제19조(재난·재해시 대처)

본청 소관부서의 장 및 지방통계청장은 사전에 재난·재해시 현장조사 매뉴얼을 충분히 숙지하고, 재난·재해가 발생한 경우 다음 각 호의 신속한 대응조치로 원활한 현장조사가 이루어지도록 하여야 한다.

1. 재난·재해 최초 발생시, 본청 소관부서의 장 및 지방통계청장은 관련 유관기관과의 협조체계 구축, 피해상황 파악, 대상처 관리 등 신속한 초동 대응조치
2. 본청 소관부서의 장 및 지방통계청장은 현장조사가 곤란하거나 불가능하다고 판단될 경우 비상대책본부 설치, 조사별 세부 대응지침 수립·시달, 현장조사 대응 및 조사중지 등 재난·재해시 현장조사 매뉴얼에 따라 신속하고 체계적으로 대응조치
3. 본청 소관부서의 장 및 지방통계청장은 현장조사가 정상적으로 이루어진다고 판단될 경우, 비상상황을 종료하고 피해지역 복구지원 등에 노력



• 다음 빈칸에 들어갈 알맞은 단어를 채우시오.

- ① 조사원이 질의응답 과정을 진행하면서 응답을 기입하는 것을( )방법이라 한다.
- ② 성공적인 조사는( )에 따라 수행되었을 때 성공적으로 완결된다.
- ③ 직업( )이란 외적 규율이 최소화되어 있으며, 개인의 판단 능력의 중요성을 강조한다는 특성을 지닌다.
- ④ 목적과 개인적 사명감이 분명해지는 것을( )이라고 한다.
- ⑤ 현대사회의( )은 다변화되고 응답률이 저하되는 추세에 따라 통계조사에서( )역할의 중요성이 높아지고 있다.
- ⑥ 조사원의 기본역량 4가지는( ),( ),( ),( )이다.
- ⑦ 조사 연구의 기초적인 윤리규칙은 조사 연구의 참여가( )이어야 한다는 것이다.
- ⑧ 조사원은 연구대상자의( )를 보호하기 위해 각 조사별로 지침에서 명시하고 있는 조사( )관리법을 숙지하고 준수해야한다.
- ⑨ 조사 현장의 직접 감독이 불가능한( )조사에서 조사( )의 가능성이 있다.
- ⑩ 불가피한( )조사 시에는 동료 등 동행자와 함께 조사해야 한다.
- ⑪ 조사원의 안전을 위해서 면접조사 시 안전용품( ),( ),( )등을 소지해야 한다.

• 국가조사 중 인구총조사에서의 조사원의 역할은 무엇인지 찾아본다.

• 면접조사로만 이루어진 조사를 찾아보고 조사원에게 필요한 역량을 정리해본다.

• 조사의 전문성을 높이기 위해 조사원이 집중적으로 준비해야할 내용이 무엇인가.

• 자료위조의 종류 3가지를 쓰시오.

• 동료 조사원의 조사표 위조를 발견한다면 어떻게 대처해야 할까 생각해보자.

• 조사지침서의 지침에 따라 현장 면접조사가 어려울 경우 어떻게 대처해야 하는지 생각해보자.

• 야간조사 시 동행자와의 조사가 어려울 경우 어떻게 대처해야할까 생각해보자.

• 응답자에게 위협적인 언행을 들은 경우 어떻게 대처해야할까 생각해보자.



- 다음 예시된 주소를 조사대상지역으로 생각하고 찾아가는 방법을 찾아 정리해보자.

경기도 과천시 관문로 47(중앙동 1) 정부과천청사 1동 2층

- 다음 예시된 조사의 면접 이전 조사원이 준비해야할 목록과 조사소개를 작성해보자.

### 서울시 수돗물음용실태 등 시민여론조사

- 작성기관: 서울시 상수도사업본부
- 조사목적: 시민들의 수돗물 음용실태 및 한강 수질문제와 대책, 상수도행정서비스 등에 대한 시민 여론을 수렴 상수도 시책에 반영하고자 함
- 조사대상 범위: 서울특별시내 거주하는 만20세 이상 시민 1,200명
- 조사항목: 먹는 물 종류별 음용실태, 수돗물 안전성 인식 및 신뢰정도, 수돗물 안전성 발표에 대한 신뢰정도, 한강의 수질오염 인식정도, 상수도 민원담당공무원에 대한 친절도, 상수도 급수서비스에 대한 만족도, 서울시 상수도 요금수준에 대한 시민의견 등
- 조사기간: 2016년 1월 20일 ~ 2016년 2월 16일
- 표본추출방법: 확률표본추출법

- 신민철(2010), 사회연구방법의 기초, 창민사.
- Amy Wrzesniewski et al.(1997), “Jobs, Careers, and Callings: People’s Relations to Their Work.”  
Journal of Research in Personality 31, 21-33.
- Earl R. Babbie(2013), 고성호 외 역, 사회조사방법론, CENGAGE Learning.
- Paul P. Biemer & Lars E. Lyberg(2003), Introduction to Survey Quality, Hoboken: Wiley.



# 3부

---

원리로 이해하는  
현장조사 문제해결

## 3부. 원리로 이해하는 현장조사 문제해결

### 목차

학습과목의 개요 .....	99
<b>제1장. 조사원의 특성 및 용모와 태도</b>	
1-1. 조사원의 특성 .....	101
❶ 현장조사의 특성과 조사원의 유형 .....	101
❷ 조사원 특성과 응답자 협조 .....	102
1-2. 조사원의 용모와 태도 .....	104
❶ 조사원의 용모 .....	104
❷ 첫인상 관리 .....	110
❸ 조사원의 용모와 예절 .....	112
❹ 조사원의 태도 .....	114
<b>제2장. 응답자 이해</b>	
2-1. MBTI를 통한 응답자 이해 .....	117
❶ MBTI 성격유형 .....	118
❷ MBTI 성격유형에 따른 대처 .....	120
2-2. 응답자의 용모를 통한 이해 .....	123
❶ 응답자의 신체언어 읽기 .....	123
<b>제3장. 응답자 설득</b>	
3-1. 설득 커뮤니케이션 .....	129
❶ 치알디니의 설득 전략 .....	130
❷ 오메가 설득 전략 .....	137
3-2. 응답거절 대응전략 .....	140
❶ 응답자 거부 훈련(Refusal Avoidance Training) .....	140
❷ 거절회피전략 4단계 .....	141
❸ 현장조사에서 발생하는 문제해결 방식 .....	143
<b>제4장. 직무스트레스 관리</b>	
4-1. 직무스트레스 이해 .....	149
❶ 직무스트레스 .....	149
4-2. 조사원의 좌절 및 극복 .....	153
❶ 조사원의 좌절 .....	153
연구과제 또는 연습문제 .....	158
부    록 .....	160
참고 자료 .....	161

## 원리로 이해하는 현장조사 문제해결 과목의 개요

---

### 학습 목표

- 현장조사의 문제점을 이해한다.
- 조사원이 갖추어야할 요건, 응답자에 대한 이해를 넓힌다.
- 설득커뮤니케이션의 원리를 이해한다.
- 스트레스를 이해하고 그 해소방안을 모색한다.

### 선수학습

통계의 기초, 국가통계의 이해, 통계조사과정, 조사원의 직무이해

### 주요 용어

조사원의 특성, 조사원의 용모, 조사원의 태도, 설득커뮤니케이션, 오메가 설득전략, 직무스트레스

### 학습과목의 내용요약

조사원이 가구와 접촉을 한 후 응답자로부터 협조를 얻어냄에 있어 미치는 요인으로는 사회/환경적 배경, 조사원의 특성, 조사설계 측면, 응답자 특성으로 알려져 있다. 조사원의 특성은 다른 요인들과 상호작용하여 응답자가 조사에 협조할지 아니면 불응할 지 결정을 내리게 하는 중요한 요소이다. 따라서 조사원으로서 갖추어야할 용모와 태도를 숙지함과 동시에 응답자를 이해하는 능력은 조사원이 길러야할 기본적인 능력이다.

이 단원에서는 먼저 조사원의 특성을 이해하고 적절한 용모와 태도에 대해 살펴본다. 그리고 조사원은 설득커뮤니케이션의 원리를 이해함으로써 자신의 설득 능력을 향상시키고자 한다. 아울러 조사원이라는 직업적 특성상 발행하는 직무스트레스를 이해하고 그 해소방안을 모색 것을 학습의 목표로 한다.



# 제 1 장      조사원의 특성 및 용모와 태도

## 1-1. 조사원의 특성

### 학습목표

- 조사의 특성을 이해한다.
- 조사원의 특성을 이해한다.

### 1 현장조사의 특성과 조사원의 유형

현장조사는 대면성, 가변성 및 탐색성 등의 특징이 있다. 대면성은 조사원들은 다양한 계층의 사람들을 상대해야 하고 몸으로 부딪혀야 한다는 의미의 특징이다. 즉, 조사원이 조사를 진행하기 위해서는 무엇보다도 사람을 만나는 것이 기본이다. 그러므로 조사원은 사람을 만나는 것을 두려워해서는 안 된다. 가변성은 현장조사가 응답자와의 끊임없는 상호작용의 연속이므로 같은 조사라고 하더라도 상황이나 환경에 따라 천차만별로 진행이 된다는 특징을 말한다. 따라서 조사원은 돌변하는 상황에 당황하지 말고 유연하고 자연스럽게 응답자를 상대하여야 한다. 탐색성은 응답자로부터 의미 있는 정보와 숨겨진 진실을 캐내기 위해서 조사원은 응답자가 마음속으로 생각하고 있는 보이지 않는 면 등을 읽어야 한다는 특성을 말한다. 즉, 상대방의 외모나 속마음을 읽을 수 있어야 할 뿐만 아니라 주변 환경이나 상황을 탐색함으로써 응답의 질을 높여야 한다.

현장조사의 이와 같은 특징을 바탕으로 몇몇 학자들은 현장 조사원의 성격을 다음의 여섯 가지 유형으로 나누기도 한다. 첫째, 상대방의 협조를 구하고자 설득에 최선을 다하는 설득형, 둘째, 앞뒤를 가리지 않고 무조건 쳐들어가는 돌진형, 셋째, 응답자와 친분이 있는 이웃이나 친지를 동원하

는 외곽돌과형, 넷째, 가구나 사업체를 찾아가 조사표를 완성해 줄때까지 끈질기게 기다리는 강태공형, 다섯째, 조사에 응해주지 않으면 통계법에 의해 벌금 등이 부과된다는 점을 강조하는 협박형, 여섯째, 여러 가지 전략을 다 동원하는 복합형 등이 그것이다. 따라서 조사원은 자신의 성격과 유형을 이해하고 자신에 맞는 설득방법을 찾아낼 필요가 있다.

## 2 조사원 특성과 응답자 협조

조사원의 특성을 알기위해서 먼저 일본 통계국 자료를 인용하여 조사원으로 일하게 된 계기를 살펴보면 다음과 같다. 일본 통계국 조사원들이 조사원으로 일하게 된 계기는 ‘친구 또는 아는 사람이 권해서’가 1순위(43.2%)로, ‘조사원 모집광고 전단지를 보고서’가 2순위(31.8%)로, ‘응답자가 됐을 때 흥미가 있어 자발적으로’가 3순위(19.3%)로 나타났다. 우리나라의 경우도 대체로 비슷한 경향을 띠 것으로 예상된다. 다만 최근 다른 직종에 종사하던 분들이나 가정 주부들의 자발적인 참여가 늘고 있는 경향을 느낄 수 있다.

조사원의 특성 중에서 응답을 잘 얻어내는 요인에 대해서는 조사경험이 가장 중요한 요인인 것으로 분석되고 있다. 즉, 경험이 많은 조사원들은 현장에서 응답자 수준에 맞게 적절한 대처를 잘 하기 때문에, 응답자의 협조를 잘 얻어내고 있다는 것이다. 뿐만 아니라 경험이 많은 조사원들은 언제 가구를 방문하는 것이 좋은지를 경험적으로 알고 있어 응답자로부터 협조를 얻어내는데 유리한 면이 있는 것으로 분석된다.

조사과정에서 조사원이 어떤 면접방법을 적용하는 것이 유리한가에 대해서는 논란이 있다. 즉, 유연하게 면접하는 것이 좋은지 질문을 쓰여진 그대로 표준화된 방식으로 질문하는 것이 응답의 정확성을 높이는지에 대한 논의에 좋은지에 대한 논의다. 이와 관련하여 말(wording)은 표준화할 수 있지만 의미(meaning)는 표준화하기 쉽지 않기 때문에 질문을 응답자의 입장에 맞추어 질문하는 것이 더 바람직하다고 할 수 있겠다. 또한 응답자는 질문내용을 이해 못하거나 잘못 이해할 수 있기 때문에 응답자가 질문내용을 이해하도록 여러 가지 설명을 부연해 주는 것이 좋겠다. 다만 대답하기 쉬운 단순한 질문인 경우는 설문지 대로 질문하는 것이 더욱 효과적일 것이다. 반면, 질문내용이 복잡하다면 조사원은 여러 가지 설명을 덧붙여 조사 하는 것이 효과적일 것이다. 이 경우에 설명을 하게 되면 그

만큼 조사에 걸리는 시간이 많이 걸린다는 단점이 있다. 결국 응답자 수준에 맞추어 적절하게 해 주는 방법(tailoring the explanation)이 가장 바람직하다고 할 수 있다.

조사 경험과 유연한 면접방식을 사용하는 것과 같은 기술적인 부분뿐만 아니라 조사과정에서 어떤 상황에 처하더라도 ‘응답자로부터 반드시 협조를 얻어낼 수 있다’라는 강한 자신감(self-confidence)을 가지는 것이 매우 중요하다. 응답자가 조사에 협조할 지 아니면 불응할 지를 결정하는 반응은 조사원과 대면하는 짧은 시간동안 이루어진다. 이 과정에서 응답자는 자기의 기억, 과거의 경험, 지식, 믿음, 태도 등과 주변상황을 모두 고려하여 조사협조요청에 대응을 한다. 반면, 조사원들은 여러 가지의 설득 전략을 가지고, 응답자의 말이나 행동이 무엇을 의미하는지 파악코자 노력하면서 응답자의 협조를 얻어내고자 노력하고 있다고 할 수 있다. 그러므로 조사원들은 응답자와의 첫대면과 조사과정에서 응답자의 특성과 수준에 적절하게 가변적으로 대응하여 한다.

일반적으로 응답자의 협조를 얻어내는 중요한 요소로는 조사원은 자기 신분을 즉각 밝힘으로서 믿음직스럽게(trustworthy) 보여야 하는 것, 친밀감 있게(friendly) 보여야 하는 것, 응답자의 기분 상황에 따라 적절하게 대처하는 것 등이 중요한 것으로 지적되고 있다.

또한 응답자의 협조를 잘 얻어내는 다른 요소로는 조사원이 통계조사를 바라보는 태도(attitudes)가 중요한 역할을 하는 것으로 분석되고 있다. 서구의 통계조사원들을 대상으로 분석한 결과를 보면, 전문적인 조사원들은 통계조사에 거부를 보이는 응답자들에게 매우 적극적인 설득활동을 하고 있고, 조사표 회수율도 매우 높은 것으로 나타나고 있다. 전문적인 조사원일수록 ‘통계조사에 비협조적인 응답자들에 대해서는 반드시 설득을 하여야 한다’라는 태도와 ‘비협조적인 응답자들도 노력을 기울이면 설득될 수 있다’라는 태도를 가지고 있다는 것이다. 반면, 전문적인 조사원이 아닌 경우는 ‘응답자가 꺼리면 무응답을 인정해야 한다’라는 태도와 ‘통계조사에의 참여는 자발적이라는 것을 강조’하는 태도를 보인다고 한다.

## 1-2. 조사원의 용모와 태도

### 학습목표

- 조사원으로서 용모와 태도의 중요성을 인식한다.
- 용모 관리와 몸짓언어 이해법을 읽힌다.
- 태도의 개념과 좋은 태도가 무엇인지 이해한다.

통계조사 과정에서 조사원은 현장에서 직접 발로 뛰면서 응답자로부터 자료를 수집하는 역할을 한다. 응답자로부터 필요한 응답을 얻어내기 위해서 조사원은 적절한 용모와 태도를 통해 좋은 첫인상을 만들어야 한다. 조사원으로서 바람직한 용모와 이를 통해 좋은 첫인상을 만드는 방법을 살펴본다. 태도라는 개념은 정신분석학이론에서 도출되었는데, 우리가 의식하지 못하는 심리학적인 과정이 행동으로 이어지는 과정 중의 하나이다. 미국의 사회학자 올포트(Allport)는 태도를 "정신적, 신경적 준비상태로서 경험을 통하여 준비되고 서로 관계된 모든 대상이나 상황에 대한 개인적인 반응에 직접적, 혹은 역동적 영향력을 행사하는 것으로 정의하였다. 즉, 태도란 개인이 다른 사람이나 대상을 접하는 과정에서 좋아하거나 싫어하게 되는 반응에 영향을 미치는 심리적 상태이며, 경험을 통해서 획득된다. 여기에서는 사회적 인간으로서 갖추어야 할 기본적인 마음가짐(태도)은 어떠한 것인가라는 측면에서 먼저 살펴보고, 조사원이 응답자를 대할 때 어떠한 정신적 준비를 하여야 하는 지에 대해 살펴본다.

### 1 조사원의 용모

우리가 어떤 사람을 만날 때에는 상대방이 나와 의사를 소통하려는 이유와 목적이 있을 것이다. 이러한 이유와 목적에 따라 의사를 제시하는 방식이나 받아들이는 방식이 달라진다. 즉, 의사소통과정은 한 사람만의 일방적인 과정이 아니라 항상 상대방이 있는 상호적인 관계이다. 그리고 이러한 과정이 몇 초 안되는 짧은 시간에 이루어지는 경우가 대부분이다.

왜곡되지 않는 진정한 자기 자신이 되어야 한다. 타인의 시선을 지나치게 의식하지 않는다. 누구를 따라하기 보다는 진정한 자신의 모습을 보여 주어야 한다. 이것이 자신의 용모가 된다. 자신의 정체성과 개성을 잃어버리면 안 된다.



어떤 사람과 처음 만났을 때 그 사람이 보내는 정보에 해당하는 용모는 외모, 의상, 몸짓언어 등과 같은 요소를 포함한다.

## 1. 외모

연구에 따르면 사람들은 상대방의 첫인상을 평가할 때 외모, 음성 그리고 말의 내용 순서로 판단한다고 한다. 외모와 음성과 같이 외부로 드러나는 부분이 중요하다는 의미이다.

### (1) 얼굴

얼굴은 상대방이 제일 먼저 보는 것으로 겉으로 드러나는 부분 중에서 가장 눈에 잘 띈다. 지저분한 수염이나 선글라스를 착용함으로써 자신의 표정을 가리고 있지는 않은지, 너무 야한 립스틱을 바르는 등 지나친 메이크업으로 자신의 가치를 훼손하고 있지는 않은지, 어울리지 않는 안경이 아름다운 눈의 매력을 가리고 있지는 않은지 점검할 필요가 있다. 친한 동료나 친구로부터의 사심 없는 의견을 들어보는 것도 좋은 방법이다. 타인의 의견에 지나치게 의존할 필요는 없지만 적절한 정도의 사실 확인은 필요하다.

### (2) 헤어스타일

얼굴과 헤어스타일은 서로 분리해서 생각할 수 없을 정도로 밀접한 관계가 있다. 자신의 얼굴형과 어울리는 헤어스타일을 찾는 것이 중요하다. 무조건 유행을 따르는 것은 자신의 개성을 죽이는 일이다. 헤어스타일의 중요성은 여성들에게만 국한되는 것이 아니다. 남성들도 헤어스타일의 변화를 통해 자신의 용모를 업그레이드 할 수 있다.

헤어스타일만큼이나 중요한 것이 모발관리이다. 아무리 좋은 헤어스타일을 하고 있더라도 청결하게 유지되지 않은 머리는 결코 좋은 용모라고 할 수 없다.

남성의 경우 탈모에 신경이 많이 쓰일 것이다. 애써 탈모를 위장하려하기 보다는 단정하게 관리하는 것이 더 깔끔하고 자신감이 있어 보이기도 한다.

### (3) 장신구와 소품

지역과 시대를 막론하고 장신구는 그 사람을 표현하는 좋은 도구였다. 자신과 어울리면서도 지나치지 않은 목걸이와 귀걸이 등 장신구는 얼굴을 보완하고 의상과의 어울림을 도와준다. 장신구 이외에도 벨트나 넥타이도 중요하다. 너무 큰 벨트나 양복과 같은 색깔의 넥타이는 피하는 것이 좋다. 얼굴과 헤어스타일의 관계처럼 의상과 신발의 관계도 중요하다. 신발은 그 주인에 대해 많은 정보를 제공한다. 비싸고 지저분한 신발 보다는 잘 정돈되고 청결한 신발은 그 사람의 가치를 높여준다. 의외로 사람의 시선이 신발에 잘 모아지므로 옷과 잘 어울리는 신발을 골라 착용하도록 한다. 특히 남성의 경우 양복에 흰 양말을 신는 경우가 있는데, 어두운 색상의 양말을 신는 것이 예의이다.

## 2. 의상

의상에서의 기본은 옷 속에 나를 숨기려고 하지 말라는 것이다. 의상선택과 옷 입기에서 유의해야 할 점은 다음과 같다.

먼저, 비싼 옷 보다 나에게 잘 어울리는 옷을 선택하자. 소재, 색상, 디자인이 나에게 어울려야 한다. 그리고 자신의 키와 몸매를 고려해서 옷을 입어야 한다. 치마의 길이가 몇 센티 달라져도 전체적인 이미지가 바뀔 수 있다. 남성의 경우, 자신의 체형에 따라 더블형 또는 싱글형 양복 중에서 선택하는 것이 좋다. 디자인과 함께 자신에게 맞는 치수의 옷을 입는 것도 중요하다. 소매가 너무 길면 어색해 보이고 엉덩이에 끼는 바지나 치마는 불쾌감을 줄 수 있다. 치수에 맞지 않는 옷은 상대방에게 불쾌감을 줄 뿐만 아니라 자신의 거동에도 어색함과 불편함을 주어 행동에 대한 자신감을 잃게 한다. 출근할 때와 실제 조사를 나갈 때에는 꼭 자신의 의상을 점검하는 습관을 들이는 것이 좋다. 얼룩이 있지는 않은지 단추가 떨어지는 않았는지 정확히 살피고 일터로 나감으로써 난감한 상황에 미리 대비하여야 한다.

옷을 살 때는 다음을 유의하자. 먼저 옷을 사러갈 때에는 가능하면 가족이나 친구와 함께 가자. 그래야만 옷가게 판매원의 유혹에 넘어가지 않게 된다. 특히 입었을 때 마음이 편한 옷을 구입하도록 하자. 아무리 예쁜 옷이라도 입었을 때 마음이 웬지 불편한 옷을 구입한다면 결국 옷장만 비좁게 할 것이다. 또한 기존의 있는 옷과 잘 어울리는 옷을 사자. 내 스타일은 내

가 제일 잘 알뿐만 아니라 내 옷장에 무슨 옷이 있는 지는 나만이 알고 있다. 비록 따로 구입한 옷일 지라도 구매할 때 기존의 옷들을 머릿속에 그려 본다면 서로 잘 매치할 수 있다.

### 옷과 색상

옷 입기에 있어 중요한 고려사항 중의 하나는 자신과 상황에 맞는 색깔을 선택해야 한다는 것이다. 옷의 색상과 사람의 심리는 다음과 같다.

#### **빨간색**

- 느낌: 외향적, 시선집중
- 상징: 낙천적, 강렬, 격정적
- 특징: 검정과 매치 잘됨, 평범한 사람들이 입기는 부담이 됨

#### **오렌지색**

- 느낌: 감성적, 활달, 사교적
- 상징: 자신감, 용기, 모험심

#### **노란색**

- 느낌: 탐구적, 세심한 애정, 솔직함
- 상징: 긍정, 낙천
- 특징: 권위와 감시, 미지근한 성격의 사람은 피하는 것이 좋음

#### **초록색**

- 느낌: 조화, 균형, 자연과 안전, 침착, 편안함
- 상징: 보수
- 특징: 튀지 않는 색깔, 자신을 드러낼 때는 피하는 것이 좋음

#### **청록색**

- 느낌: 확신, 신선함, 투명함, 솔직한 감성
- 상징: 젊음, 역동, 의욕,
- 특징: 내성적인 사람은 피하는 것이 좋음

### 파랑색

- 느낌: 고요, 평화 정적
- 상징: 정직, 성실, 전통
- 특징: 질서 정연하고 사려 깊은 이미지

### 분홍색

- 느낌: 자신감, 영적
- 상징: 자기존중과 품위, 부와 지배
- 특징: 수수한 사람을 피하는 것이 좋음

### 갈색

- 느낌: 든든, 성실
- 상징: 땅, 안정감, 탄탄함, 자신감과 권위
- 특징: 고립과 심각한 느낌을 주기도 하여 발랄하고 애교 있는 사람을 피하는 것이 좋음

### 흰색

- 느낌: 안정적, 순수와 청결
- 상징: 결백, 자유
- 특징: 죽음과 슬픔을 상징하기도 하는 기본색

### 검은색

- 느낌: 안정적, 개성 없음
- 상징: 슬픔과 죽음, 참회, 신비
- 특징: 화려한 사람을 피하는 것이 좋음

## 3. 몸짓언어

몸짓언어는 가장 오래된 의사소통 수단이다. 우리의 신체를 이용하는 몸짓언어는 자연스러운 반응으로 언어 속에 숨어 있는 또는 언어로 표현할 수 없는 진정한 감정을 드러낸다. 자신과 상대방의 몸짓언어는 무의식적으로 파악된다. 이러한 몸짓언어를 의식하고 잘 조정한다면 의사소통과

설득에 많은 도움이 될 것이다. 몸짓언어의 요소로는 표정, 제스처, 몸짓과 자세, 거리두기 등이 있다.

### (1) 표정

표정은 감정이 얼굴에 표출된 것이다. 얼굴 중에서도 눈은 특히 중요하다. 상대방의 눈을 보면 나를 알아보는지, 반가워하는지, 불편해 하는지 알 수 있다. 대화 도중에 눈길을 피한다면, 무언가 숨기거나 다른 생각을 하고 있다는 인상을 주게 된다. 그렇다고 상대방을 뚫어지기 쳐다보는 것도 바람직하지 않다. 도발적이거나 경쟁적으로 보일 수 있다.

입모양으로도 감정을 드러낼 수 있다. 말을 할 때 입을 조금만 벌린다거나 일그러뜨리면 마지못해 말하는 느낌을 준다. 이런 경우 말의 내용과 상관 없이 상대방은 불편함을 느끼게 된다.

코나 이맛살을 찌푸리거나 눈썹을 치켜 올리는 것도 표정이다. 콧구멍의 팽창은 무언가 하려는 의도로 읽힌다. 또 코를 찡그린다면 무언가를 미심쩍어할 때 보이는 행동이다. 미간을 찡그릴 때는 생각을 집중하거나 어리둥절할 때이다. 눈썹을 치켜 올리는 것은 인정과 흥미를 의미한다.

### (2) 제스처

손과 발의 움직임은 의미하는 제스처는 그 사람의 개성과 기질을 드러낸다. 그 사람이 열정적이거나 또는 열정적인 상대를 만났을 때 사람들은 손짓과 발짓을 많이 하게 된다. 이러한 제스처도 상황과 문화에 따라 다르게 해석될 수 있다. 그러므로 어떤 상황에서 이루어진 제스처인가, 말과 제스처가 일치하는지, 그 사람의 제스처에 일관성이 있는지, 그 사람이 어떤 문화에서 성장했는지 고려해서 자신과 타인의 제스처를 읽고 활용해야한다.

### (3) 몸짓과 자세

몸 전체로 표현하는 몸짓을 잘 관리하는 것도 중요하다. 정열적인 사람은 말을 할 때도 온몸으로 자신을 표현한다. 어깨를 으쓱하면서 동시에 다리 자세를 바꾼다면 무언가 국면을 전환하려는 의도이다. 호흡으로도 자신을 표현할 수 있는데 낮은 호흡이나 얇은 한숨은 자신감이나 확신이 없을

때 나올 경우가 많고 또 그렇게 인식된다.

앉거나 서있는 자세나 걷는 모습을 통해서도 많은 메시지를 전할 수 있다. 자리를 넓게 앉아 있다면 아무래도 자신감이 있거나 지배하고 있다는 표현이 된다. 의자 끝에 앉으면 용기가 없거나 두렵다는 의미가 된다. 걷는 자세는 주로 자신의 신체적 상태를 나타낸다. 보수적이고 경직된 사람은 걸음걸이도 딱딱하다. 외향적이고 호기심이 많은 사람들은 걷는 모습도 경쾌하다. 이러한 의미를 이해하고 자신의 자세와 걸음걸이를 조절하고 통제할 필요가 있다.

#### (4) 거리두기

용모와 직접적인 관계는 없지만 대화중 상대방과 거리를 어느 정도 두는가 하는 것도 중요한 신호가 된다. 너무 가깝거나 너무 멀면 원하는 상태로 환경을 조성하기 어렵다. 상대방과 약 60센티 정도 떨어져 있을 때 가장 친밀한 느낌이 든다고 한다. 다만 이 경우는 가족처럼 아주 친한 관계에 있을 때 가능한 거리이며, 처음 보거나 잘 모르는 사람과 이 정도의 거리를 두면 상대가 불편하게 느낄 수도 있다. 팔을 뻗으면 닿을 수 있는 60-150센티 정도의 거리는 사적으로 친한 친구나 잘 아는 사이에 적당한 거리이다. 사교적인 거리는 150센티에서 2미터 정도가 좋다고 한다. 직장 동료나 고객을 대할 때 적당한 거리이다. 조사원이 응답자를 대할 때 이 정도의 거리를 두는 것이 좋다. 2미터 이상의 거리를 두고 하는 대화는 주로 연설이나 강의 등의 공적인 대화에서 이루어진다.

## 2 첫인상 관리

사람은 타인을 처음 만날 때, 어느 정도 경계심을 갖기 마련이다. 지나치게 깔끔한 인상을 주는 것 보다는 조금은 인간적인 면을 드러내는 것이 좋다. 다음의 법칙들을 염두에 두고 위에서 살펴본 좋은 용모를 통해 좋은 첫인상을 만들도록 하자.

### 1. 5초의 법칙

단 5초 만에 첫인상이 결정된다고 한다. 첫인상의 가장 핵심적인 특징이

순간성에 있다는 뜻이다. 첫만남의 중요성을 일러주는 순간성의 강력한 힘을 이해하여 첫인상에 긍정적인 영향을 주는 용모에 신경을 써야한다. 심리학에서 첫머리효과란 처음에 제공된 정보가 전체적인 이미지에 크게 영향을 미치고, 뒤로 갈수록 제공되는 정보의 효과가 감소한다는 이론이다. ‘첫인상의 첫머리효과’를 설명해 주는 이론으로 볼 수 있다.

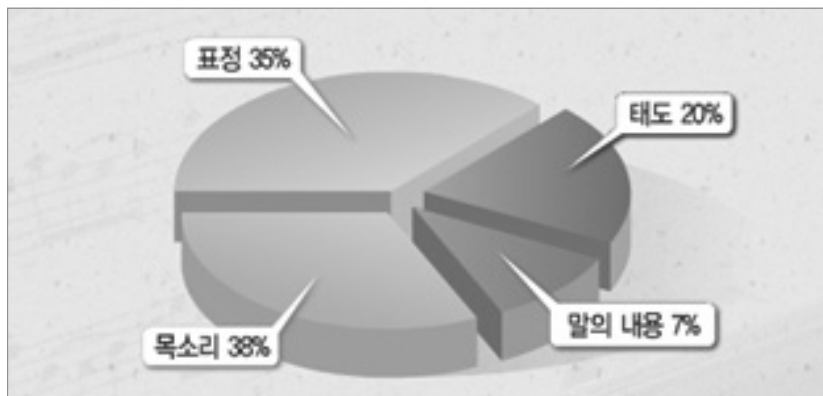
## 2. 콘크리트 법칙

첫인상이 한번 형성되면 이는 곧 콘크리트처럼 쉽게 굳어져버린다는 법칙이다. 콘크리트처럼 강한 인상을 나중에 바꾸는 것은 매우 어렵다는 의미를 포함한다. 비록 이후에 관계를 회복하고 이미지를 복구한다고 하더라도 처음에 한번 만들어진 부정적인 감정은 회복이 거의 불가능하다. 따라서 처음에 좋은 이미지를 주는 것은 이후의 노력을 훨씬 줄이는 효과를 가진다.

## 3 매러비안의 법칙

의사전달의 구성요소에 대한 매러비안의 법칙에 따르면 그 사람에 대한 이미지는 목소리 38%, 표정 35%, 태도 20%, 말의 내용 7%의 순으로 이루어진다. 따라서 의상이나 표정, 자세, 몸짓, 헤어스타일 등의 비언어적 자극이 중요하다는 것이다. 사람들은 나의 전체적인 모습을 통해 신뢰감을 형성하고, 이를 바탕으로 나의 주장이나 의견 또는 제의를 받아들일지 결정하게 된다.

[그림 1-1]  
의사전달 구성요소 -  
매러비안의 법칙



### 3 조사원의 용모와 예절

#### 1. 조사원의 용모

조사원의 가장 큰 임무는 응답자를 접촉하여 최대한 솔직하게 유효한 응답을 얻어내는 것이다. 응답자가 어떠한 이유에서든 조사를 거부하거나 진실하지 않은 응답을 하게 된다면 결국 신뢰 할 수 없는 자료를 얻게 됨으로써 조사 전체에 부정적인 영향을 미치게 된다. 응답자에 의한 요인뿐만 아니라 조사원의 오인이나 편견에 의해 신뢰도가 낮은 자료를 얻을 수도 있다. '조사원에 의해 발생하는 오류(interviewer error)'는 조사원이 응답자의 조사 협조 및 응답에 영향을 미침으로서 자료의 신뢰성을 낮추는 것을 의미한다. 이러한 오류를 줄이기 위한 조사원의 예절을 살펴보자. 방지하기 위한 조사원의 예절은 다음과 같다.

먼저, 위에서 살펴본 대로 응답자를 처음 접할 때에는 좋은 첫인상을 주기 위해 노력하여야한다. 적절한 용모, 의상, 몸짓언어를 통해 응답자에게 호감을 줌으로써 조사에 성실하게 응하도록 하는 것이 중요하다.

첫인상에 긍정적인 영향을 주기위해 지나친 수염, 튀는 헤어스타일, 짙은 선글라스, 과도한 장신구나 네일아트는 삼가는 것이 좋다. 다만 자신의 신분을 알려주는 명찰이나 뱃지와 같은 소품, 그리고 조사원증이나 명함을 활용하는 경우에는 응답자에게 신뢰감을 줄 수 있다. 서류철이나 전자기기(테블릿 PC, PDA)를 넣을 가방도 여행용 가방보다는 서류가방이 더 신뢰감을 준다.

조사 상황에 따라 어떠한 의상이 적절한지 잘 판단하여야한다. 응답자의 경제적 수준, 지역적 특색, 학력 수준 등을 고려한 의상선택이 중요하다. 아울러 어떠한 상황에서도 단정하면서도 전문가라는 느낌을 줄 수 있는 의상을 입어야한다.

산업체나 가구원을 처음 만나는 경우, 자신과 조사내용을 간략하면서도 명확하게 소개하여야 한다. 조사의 목적과 내용을 정확하게 숙지하지 않는 경우 응답자에게 신뢰를 줄 수 없게 된다. 따라서 현장에 나가기 전에 반복적으로 연습하여 자연스럽게 단어와 문장을 구사할 수 있도록 하여야한다.

응답자에게 질문을 할 때와 응답을 들을 때 가능하면 응답자와 시선을 마주치는 것이 좋다. 응답에 귀를 기울이고 있다는 신호를 줌으로써 응답자



의 진지한 답변을 기대할 수 있다. 최근에 많이 보급되고 있는 전자기기(태블릿 PC, PDA 등)들을 미숙하게 사용하게 되면 응답자의 시선과 떨어지거나 부산한 느낌을 줄 수 있으므로 미리 숙지하고 익혀둘 필요가 있다. 적절하지 않은 몸짓언어도 조사 자료의 신뢰도를 떨어뜨린다. 예를 들어 미간을 찌푸린다가 팔짱을 끼는 행위는 응답자의 응답을 특정한 방향으로 유도하게 되는 경우가 있다. 따라서 항상 중립적이고 객관적인 모습을 보임으로써 응답자의 태도에 영향을 주지 않도록 표정과 몸짓언어를 관리하여야한다. 어떤 눈치나 언질을 주지 않음으로써 응답자가 스스로 판단하여 응답하도록 유도하여야 한다.

## 2. 조사원의 예절

케럴 킨제이 고먼(Carol Kinsdy Gorman)이라는 커뮤니케이션 전문가는 악수를 여러 가지로 분류하였다. 예를 들어, 차갑고 축축하고 흐물흐물한 악수는 불안이나 자신없음 그리고 소심함을 드러내는 메시지라는 것이다. 상대방의 손가락을 꽉 쥐는 악수는 공격적인 메시지를, 악수하는 팔을 쭉 펴서 상대방과 거리를 두는 것은 쌀쌀함, 불신 또는 조심스러움의 신호라는 것이다. 정치인들이 주로하는 상대방의 손을 양손으로 감싸는 악수는 예전에는 진실한 호감의 의미로 해석되었지만 최근에는 관심 있는 척하는 체스처로 해석된다. 호감을 주는 악수를 하기 위해서는 몸이 정면으로 상대방을 향하도록 하고, 상대방의 눈을 똑바로 쳐다보면서, 얼굴에는 미소를 지어야 하며, 서로의 손바닥이 확실하게 맞닿게 하는 것이 좋다. 조사원이 응답자와 악수를 할 때에도 이러한 점을 인지하여 적절한 몸짓언어와 거리 그리고 손의 악력을 유지하는 것이 중요하다.

응답자를 대할 때는 항상 부드러운 말씨를 쓰는 것이 좋다. 부드럽고 상냥한 표정과 공손한 태도는 상대방의 응답동의를 얻어내는 무기가 된다. 특히 친절은 낯선 사람들 간의 거리를 좁혀주고, 그들 간의 유대를 보다 공고히 해주는 힘을 가지고 있다. 친절은 상대방의 입장에서 생각하는 마음, 상대방을 배려하는 마음, 그리고 상대방을 불편하지 않도록 하는 행동을 말한다.

조사원의 입장에서 응답자에게 접근하고, 면접을 진행하는 것이 아니라, 응답자의 입장에서 생각하고, 응답자를 배려하고, 그리고 불편함을 느끼지 않도록 면접을 진행해야한다. 면접과정에서 귀찮거나 싫은 내색을 하

면 안 된다. 어떤 질문에 대해서 쉽게 응답을 하지 못할 수도 있다. 이런 때에는 잠시 생각할 시간을 준 뒤 질문을 다시 읽어 드릴까요? 또는 보기를 다시 읽어 드릴까요? 같이 질문함으로써 상대방을 배려하여야 한다. ‘이 부분에 대해 다른 사람들도 어려워 하더군요’ 등과 같은 말을 하는 것도 좋다.

긍정적인 마음가짐이 자신의 인상과 용모를 바꿀 수 있다. 자신을 좋아하지 않으면 남을 좋아할 수 없다. 상대방을 존중하는 마음에서 상대방의 배려하는 예의바른 행동으로 나타나며 이것은 시대에 뒤떨어진 것이 아니라 존중이라는 마음의 표현이다.

## **4** 조사원의 태도

체르빈카와 슈란츠(Cerwinka & Schranz)는 사람들이 기본적으로 갖추어야 할 태도를 다음과 같이 설명하였다.

### 1. 자신감

낯선 사람과 처음으로 만나게 되면 거의 누구나 ‘상대방이 나를 어떻게 생각할까?’ 걱정하는 불안감을 느낀다. 자신감이 없는 사람들은 이런 불안감이 커진다. 그리고 이런 불안감이 다시 자신감을 무너뜨린다. 성공하는 사람들은 이럴 때, 자신의 능력에 대해 확신을 가진다. 그리고 잘 해냈던 순간을 떠올리며, 자신을 있는 그대로 보여주겠다는 용기를 낸다. 겸손하고 조용한 카리스마로 상대방을 사로잡으며, 절대로 거절이나 불응에 대해 의식하거나 좌절하지 않는다.

### 2. 정직

우리는 자신에 대해 잘 알아야 한다. 생각보다 자신을 객관적으로 이해하고 있는 경우가 드물다. 자신을 이해하기 위해 다음과 같은 질문을 던져보라. 나는 어디에서 와서 어디로 가며, 왜 존재하는가? 내가 어디에서 왔는 가라는 질문은 나의 뿌리에 대한 것이다. 모든 사람은 출신배경이라는 것이 있다. 이것을 인정해야 한다. 지방출신이라면 사투리를 쓰는 것이 당연하다. 사투리를 지나치게 의식하면 자연스러운 나의 모습이 아닌 가식적인 느낌을 주게 된다. 자신의 정체성을 포기함으로써 믿음직스러운 인상

을 주지 못하게 된다. 내가 어디로 가고 있는가라는 질문은 나의 목표와 관련이 있다. 올바른 목표가 확실한 사람은 자신감이 생긴다. 현실적이고 구체적이고 도달 가능한 목표를 세우고 차근차근 밟아나가는 과정에 있는 사람은 자신감이 생긴다. 나의 존재이유를 묻는 질문은 주로 자신의 한계에 부딪혔을 때 주로 하게 된다. 내 삶이 가치가 있고 존재한다는 것은 좋은 일이라는 확신을 가지기 위해서는 평소에 이런 질문을 자주 하는 것이 바람직하다. 물론 자신에 대한 의구심이나 두려움은 누구에게나 있고, 이 때문에 괴로워하기도 한다. 이러한 고민은 너무나 당연한 것이고 이를 통해 우리는 성장하게 된다. 자신의 삶의 의미를 알고 하는 사람이 자신감이 있으며 같은 일을 하더라도 더 잘 해낸다.

### 3. 용기

두렵지 않은 사람은 없다. 두려움은 자신의 한계를 보여주고, 위험을 의식하게 하고, 도전하도록 한다. 두려움을 극복해야 자신의 잠재력을 드러낼 수 있다. 두려움의 근원은 실수를 할 때 따르는 비난이나 실망감이다. 누구나 실수를 한다. 실수는 자연스러운 것이며 부끄러운 것이 아니다. 성공과 실패는 모두 자신을 구성하는 요소이며, 이것이 개개인의 독특한 모습을 이룬다. 실수를 통해 우리는 자신의 행동을 개선하게 되므로, 언제나 ‘실수해도 괜찮다’는 마음가짐을 가지는 것이 바람직하다.

철학자 사르트르는 타인의 시선을 지옥이라고 했다. 그만큼 우리는 사람들이 나를 어떻게 보는가에 신경을 쓴다는 말이다. 다른 사람들이 나를 어떻게 보는가를 알기 위해서는 주변사람들에게 솔직한 의견을 물어보는 수밖에 없다. 다음과 같은 사항들에 유의하면서 친구나 동료들 사이에서 서로에 대해 의견을 나누어 보자.

먼저, ‘누가 누구보다 낫더라’라는 식의 비교는 별로 도움이 되지 않는다. 서로의 의견이지 평가가 아니기 때문이다. 서로에 대한 의견에는 구체적인 내용이 담겨져야 한다. 너무 이기적이라든지 너무 외향적이라든지 하는 막연한 생각 보다는 구체적인 사안이나 특정한 옷차림을 제시하는 등 의견의 동기와 원인을 제시하여야 한다.

부정적인 표현은 반발을 일으킬 수 있으므로 가능하면 긍정적인 표현으로 의견을 전달한다. 모욕감을 주거나 상처를 주지 않도록 하고, 어디까지나 개인의 의견이라는 점을 전제로 달아야 한다. 결국 서로에게 도움이 되

기 위한 의견 교환이 되어야지 상대를 공격하기 위한 것이 되면 안 된다.

조사원의 태도에서 중요한 것은 실제 조사에서 조사원이 염두에 두어야 할 것은 모든 설문에 대해 빠짐없이 유효한 응답(valid response)을 확보해야 한다는 것이다. 유효한 응답이란 '모르겠다', '선택할 수 없음' 등의 응답이 아닌, 실제 값이 있는 응답을 말한다. '모르겠다', '선택할 수 없음' 등의 응답은 자료를 분석하는 과정에서 제외될 수밖에 없어, 결국 자료의 가치를 훼손하는 결과를 초래한다. 따라서, 조사원은 모든 설문에 대한 유효 응답을 최대한 확보하고자 하는 자세를 가지고 조사에 임해야 한다. 이러한 조사원의 임무를 원활히 수행하기 위해서 조사원은 책임감, 자발성, 자신감, 유연성, 자부심 등과 같은 자세를 갖추어야 한다.

상대방을 이해하는 방법은 다양하다. 먼저 그 사람의 용모를 통해 파악할 수 있다. 그 사람의 배경을 통해서도 상대방을 알 수 있다. 그 사람의 직업이나 학력은 대표적인 배경이다. 그 사람의 성격은 매우 중요한 정보가 된다. 특정한 성격은 그 사람의 일관성 있는 특징을 보여주는 지표이기 때문이다. 주변사람의 평가도 그 사람을 이해하는 좋은 방안이다. 이렇듯 상대방을 이해한다는 것은 다양한 정보들을 종합하여야 하는 복합적인 과정이다.

이 단원에서는 조사원이 응답자를 상대하는 과정에서 응답자를 이해하는 방법을 살펴본다. 응답자를 이해하는 다양한 방법 중에서 상대방의 성격을 유형화하고, 이를 통해 상대의 특성을 이해하는 방안인 MBTI, 그리고 겉으로 보이는 태도인 용모를 통해 상대를 이해하는 방법을 살펴본다.

### 2-1.

## MBTI를 통한 응답자 이해

#### 학습목표

- MBTI의 의미를 이해한다.
- MBTI의 성격유형에 따른 특징들을 파악한다.
- MBTI의 성격유형에 따른 대처법을 습득한다.

응답자를 이해는 것이 설득하고 진실한 응답을 이끌어 내는 첫 번째 과제가 된다. 이 장에서는 인간의 기본적인 성격에 대한 검사인 MBTI를 이해하고 이러한 기준에 따라 응답자의 성격이나 생활 습관들을 파악함으로써

써 어떤 설득 방법으로 이들을 설득할 것인지에 대한 기본적인 자료로 활용할 수 있도록 학습하는 것을 목표로 한다.

## 1 MBTI 성격유형

MBTI는 융(Jung)의 심리유형론을 검증하여 실생활에 이용하기 위해 개발되고 제작된 성격검사이다. MBTI는 네 가지의 지표로 구성되어 있는데 각 지표는 네 가지의 기본적인 선호경향 중의 하나를 나타낸다. 융(Jung)에 의하면 이 선호경향이 대상에 대한 인식과 판단의 경향성을 결정한다. 따라서 성격유형은 그 사람의 생활습관 및 가치관을 형성한다고 할 수 있다.

[그림 2-1]  
MBTI의 네 가지  
선호경향



### 1. E(외향성) - I(내향성) : 에너지 방향, 주의초점

외향적 태도를 가진 사람은 관심을 외부 세계의 사람이나 사물에다 쏟는다. 이러한 사람은 외부세계의 중요성을 확인하고 환경에 영향력을 증대하고 싶어 한다. 습관적으로 외향적 태도를 취하는 사람은 외향성과 관련된 특성을 발달시킨다. 즉, 그들은 외부 환경의 자극을 찾는 행동지향적인 사고를 한다. 때로는 충동적으로 사람들을 만나며 솔직하고 말하기를 좋아하고, 사교성이 풍부하다고 말할 수 있다. 내향적 태도를 가진 사람은 외부세계에서 벗어나 자기 자신 안으로 몰입한다. 내향성이 주로 관심을 쏟는 것은 자기 내부 세계의 개념과 관념이다. 습관적으로 내향적 태도를 취하는 사람은 내향성과 관련된 특성을 발달시킨다. 즉, 마음속의 개념과 분명히 하는데 관심을 기울이고, 일시적인 외부사건보다는 지속적인 개념을 더 신뢰한다. 사려 깊고 주위와 떨어져 명상에 잠기기를 좋아하고 고독과 사생활을 즐긴다.

## 2. S(감각형) – N(직관형) : 정보수집(인식)기능

감각이란 우리의 오감을 통해 관찰하는 인식을 말한다. 감각은 구체적으로 존재하는 것을 통해 이루어진다. 감각은 현재 일어나는 일만 깨닫는 것이기 때문에 감각적 인식을 선호하는 사람은 직접적인 경험에 초점을 맞춘다. 이러한 인식과 관련된 특징이 발달되어 현재를 즐길 줄 알고 구체적이며 실제적이다. 직관이란 통찰을 통해 가능성, 의미, 관계를 인식하는 것이다. 융(Jung)은 직관을 무의식에 의해 나타나는 인식으로 특징짓고 있다. 직관은 관련이 없어 보이는 일들을 갑작스럽게 인식하는 패턴, 즉, 육감이나 예감 또는 창의적인 발견과 같이 돌발적으로 의식에 떠오르기도 한다. 직관은 미래에 일어날 수 있는 사건을 포함하여 감각을 통해 보이지 않는 것들을 인식하게 한다. 이와 같이 직관적인 인식을 선호하는 사람은 구체적인 현실을 보기보다는 가능성을 추구한다. 따라서 이러한 사람들은 상상적, 이론적, 추상적, 미래지향적 또는 창조적인 특징을 발달시킨다.

## 3. T(사고형) – F(감정형) : 의사결정(판단) 기능

사고는 아이디어를 논리적으로 연관시키는 기능이다. 사고는 인정에 얽매이지 않고 인과원리에 따라 이루어진다. 사고기능을 선호하는 사람은 사고와 관련된 특징을 발달시킨다. 분석적이며 객관적이고 정의와 공정성의 원리에 관심을 기울이고 비판적이다. 과거 현재 미래 사이의 관계를 중시한다. 감정은 상대적인 가치와 문제의 장점 등을 고려하여 의사를 결정하게 하는 기능이다. 감정은 개인이나 집단의 가치를 중시한다. 따라서 감정은 사고보다 주관적이다. 가치는 주관적이며 개인적인 것이기 때문에 감정기능으로 판단하기를 선호하는 사람은 의사결정을 할 때에도 상대방의 입장을 고려하기 때문에 상대방을 이해하려고 하고, 어떤 문제에 있어서도 기술적인 측면보다는 인간적인 측면을 중시하고, 친화와 온정과 조화를 바라며 과거의 가치를 중시한다.

## 4. J(판단형) – P(인식형) : 생활(이해)양식

판단적 태도를 선호하는 사람은 빨리 결정을 잘 내리려고 하고, 인식형 같이 주어지는 정보를 느긋하게 받아들이는 것이 아니라 결정을 내릴 만큼의 정보를 얻었다 싶으면 재빨리 결론에 도달하려 한다. 그리고 계획을 잘 수립하고 체계적으로 활동을 한다. 판단형을 선호하는 사람은 바깥으로

드러내는 행동을 보면 행동이 조직화되어 있고 목표가 뚜렷해 보인다. 인식적 태도를 선호하는 사람은 자기에게 들어오는 정보 그 자체를 즐긴다. 이들이 지각하는 태도는 개방적이고 관심이 많다. 이러한 인식적 태도를 선호하는 사람들이 외부로 나타내는 행동을 보면 자발적이고 호기심이 많고 적응력이 높다. 새로운 사건이나 변화에 개방적이며 아무것도 놓치지 않고 다 받아들이려 한다.

성격유형검사서 개인은 이상의 4가지 선호지표 가운데 쉽고 편안해 하는 한쪽을 택하게 된다. 이것이 그 사람의 성격유형으로 표현되며 MBTI의 4가지 선호경향이 조합되어 아래 표와 같이 16가지 성격유형을 만들어 낸다. 그리고 각 유형마다 주 기능, 부 기능, 3차 기능, 열등기능이 있으며 부 기능은 주 기능을 돕고 3차 기능과 열등기능은 무의식에 머물러 있다. 따라서 각 유형은 나름대로의 독특한 개성과 장점이 있으며 반면에 주의 하고 개발할 점이 있다. 이상과 같이 16가지의 축에 의해 인간의 성격은 16가지 나뉜다.

[그림 2-2]  
MBTI에 의한 16가지  
성격유형과 한국인  
비율

		S	S	N	N		
I	J	ISTJ (내향성 감각형) 약 25-33%	ISFJ (내향성 감각형) 약 15%	INFJ (내향성 직관형) 약 0.3-1%	INTJ (내향성 직관형) 약 0.3-1%	J	
	P	SITP (내향성 사고형) 약 5-6%	ISFP (내향성 감정형) 약 7-8%	INFP (내향성 감정형) 약 1%	INTP (내향성 사고형) 약 1%		
E	P	ESTP (외향성 감각형) 약 2-3%	ESFP (외향성 감각형) 약 2-3%	ENFP (외향성 직관형) 약 0.3%-1%	ESTP (외향성 직관형) 약 0.3%-1%	P	
	J	ESTJ (외향성 사고형) 약 15%	ESFJ (외향성 감정형) 약 7-8%	ENFJ (외향성 감정형) 약 0.3%	ENTJ (외향성 사고형) 약 0.3%-1%		
		T	F	F	T		

## 2 MBTI 성격유형에 따른 대처

위에서 살펴본 각각의 유형에 다른 특징들을 파악하여 응답자의 성격을 이해하여야 한다. 이를 바탕으로 적절한 대응방안을 마련하는 것이 좋다. 여기에서는 MBTI 16가지 성격유형 중에서 한국인의 성격으로 비중이 높



은 ISTJ(내향성 감각형), ISFJ(내향성 감각형), ESTJ(외향성 사고형), ISFP(내향성 감정형)의 성격 유형과 대처법을 살펴본다.

## 1. ISTJ(내향성 감각형 사고형 판단형)

이런 성격의 사람들은 신중하고 책임감이 강하고 법을 잘 지킨다. 신중하고 분별력이 뛰어나서 공과 사를 잘 구별한다. 실수를 잘 하지 않고, 늘고 스트레스 푸는데 인색하다. 어떠한 일을 계획하는데 많은 시간을 투자하지만 일단 일을 시작하게 되면 철두철미하게 한다. 다른 사람에게 일을 맡기지 못하고 직접 해야 속이 편해한다. 변화나 개혁을 싫어하며, 안정을 바라기 때문에 타인을 잘 믿지 못한다. 상대를 대할 때에는 마음은 따뜻하나 별로 표현하지 않으므로 차다는 인상을 줄 우려가 있다.

이런 성격의 응답자를 만날 경우에는 조금하게 접근하는 것은 금물이다. 유머나 재미에 크게 반응하지 않기 때문에 예의 바르고 정중한 태도를 보여야 한다. 특히 스스로 일하는 경향이 강하므로 설명이나 지시를 하기 보다는 옆에서 잘 도와주기만 해도 충분히 좋은 응답을 해 줄 것으로 기대되는 성격유형이다.

## 2. ISFJ(내향성 감각형 감정형 판단형)

이런 성격의 사람들은 타인의 감정을 배려하고, 상처 받고 주는 것을 싫어한다. 조직적이고, 꼼꼼하며, 단계적이며, 계획적으로 일처리를 하나 대범하지는 못하다. 나서는 것을 싫어하나 나서기만 한다면 잘하는 스타일이다. 따뜻하고 섬세하여, 타인의 감정에 민감하나 우유부단하다. 자신의 가치를 타인의 판단에 잘 맡기고, 귀가 여리고 표현을 억제하기 때문에 내적 피로감이나 내적 부담이 많아 신경성 질환이 있을 가능성이 높다. 명령이나 부탁을 잘 하지 못한다.

이런 유형의 사람들은 처음에는 거절하나 지속적인 설득을 하면 거절을 잘못하는 성격이므로 조사에 응해줄 가능성이 높다. 특히, 타인의 감정을 잘 배려하기 때문에 조사원의 어려움과 조사의 중요성 등을 잘 설명한다면 조사에 응해 줄 뿐만 아니라 일단 일을 시작하면 매우 꼼꼼하고 성실하게 일처리를 하므로 진실하고 의미 있는 응답을 얻을 가능성도 높다.

### 3. ESTJ(외향성 감각형 사고형 판단형)

확실하고 명료한 것을 선호하고 적극적이며 직선적인 성격유형이다. 행 정능력이 매우 뛰어나고, 과업 지향적이며, 일과 관련하여 확실한 주관을 보인다. 다만, 정서적 표현이 서투르고, 감정이 폭발적이고, 화끈하며 솔 직한 성격유형이다. 따라서 다른 사람의 정서나 감정에 민감하지 못해서 상처를 주는 경우가 많다. 일과 관련된 상황판단을 잘 하고, 문제해결에 뛰어난 능력을 보인다. 일단 시작한 일이 싫증나더라도 마무리를 잘한다. 강자에 강하고 약자에 약하며, 서둘러 판단하고 행동한다.

이러한 성격의 사람들은 주로 자기사업을 하거나 책임자의 위치에 있는 경우가 많다. 따라서 조사원이 이런 성격의 사람들을 상대하게 되었을 때 에는 먼저 조사원으로서의 당당함과 자신감을 보여 주는 것이 중요하다. 이런 유형의 성격을 가진 사람들은 매우 매몰차게 조사를 거절할 가능성 이 가장 높다. 따라서 만약 조사를 응하게 하는데 실패하더라도 조사원 입 장에서는 너무 괴로워하거나 스트레스를 받지 않도록 하는 것도 좋다.

### 4. ISFP(내향성 감각형 감정형 인식형)

이런 성격의 소유자들은 여유롭고 낙천적이며, 내일을 위해 오늘을 희생 하는 것을 이해하지 못한다. 조용하며 수용적이면서 마음이 여려서 타인 을 지도하거나 지시나 명령을 하기 어려운 사람이다. 선천적으로 호인형 인데, 모든 사람과 조화를 이루며, 덕이 밖으로 쉽게 드러난다. 욕심도 없 고, 모든 사람에게 친절하다. 순하면서 우직하나 결정적일 때는 단호한 모 습을 보인다. 말없이 겸손하여 나서기를 꺼려하나 일단 나서면 연기력을 발휘하는 무대체질들이다. 상담을 주로 받고자 한다.

이런 성격의 응답자들이 조사에 응해 줄 가능성이 가장 크다. 다만, 이런 성격의 응답자는 한번 거절하기로 마음을 먹으면 잘 움직이지 않기 때문 에 첫인상에서 겸손하고 깎듯한 모습을 보이도록 더 신경을 써야 한다. 이 들을 상담을 받는 것도 좋아하므로 상대방의 말을 잘 들어주고, 적절한 응 답을 함으로써 호의를 쉽게 이끌어 낼 수 있다.

## 2-2.

# 응답자의 용모를 통한 이해

### 학습목표

- 응답자의 용모를 통해 그 사람의 성격이나 성향을 이해한다.
- 응답자의 몸짓언어의 의미를 파악한다.

개인의 용모와 몸짓언어는 그 사람의 성격이나 현재의 심리상태를 나타낸다. 조사원은 응답자가 용모와 몸짓언어를 통해 전달하는 신호를 잘 파악하여 적절하게 대처하는 능력이 필요하다. 여기에서는 먼저 응답자의 외모와 표정 그리고 몸짓언어의 의미들에 대해 살펴보고 이를 바탕으로 어떤 전략으로 조사에 응하도록 설득하는 것이 바람직한지를 살펴본다.

## 1 응답자의 신체언어 읽기

### 1. 입을 통해서 본 심리

#### (1) 말을 하면서 손으로 입을 가리는 경우

상대를 경계하면서 분심을 감추려는 행위이다. 즉, 말하는 기관인 입을 상대가 보지 못하도록 함으로써 자신을 은폐시키면서 방어 자세를 취하는 것이다.

#### (2) 손에 입을 대고 묵묵히 있는 경우

더 이상 상대와 대화하고 싶지 않다는 의사 표시이다. 입을 가리는 동작에는 숨긴다는 의미 외에 거절의 의미도 있다. 큰소리로 계속 떠드는 상대에 대해 고개를 돌리면서 입을 가리는 동작은 빨리 끝내라는 무언의 신호이다.

#### (3) 말을 할 때 주먹을 갖다 대면서 자꾸 헛기침을 하는 경우

근심이 있다는 뜻이다. 불안이나 근심 때문에 목구멍에 점막이 생긴 경우이다. 설령 실제로 점막이 생기지 않았다고 하더라도 자꾸 그런 기분이 들어 나타나는 버릇이다.

#### (4) 이야기를 듣는 동안 입술 양끝을 약간 뒤로 당기는 경우

상대의 이야기를 경청하고 있다는 뜻이다. 입술의 움직임에는 여러 가지 의미가 있다. 강한 결의를 나타낼 때에는 한일자로 꼭 다물고, 실패를 했을 때는 깨물며, 공격심이 생길 때에는 삐죽거리게 된다. 또한, 이야기를 듣는 동안 입술 양끝이 올라가는 것은 현재의 심리상태가 부드럽다는 뜻이다.

#### (5) 설문지를 살펴보다가 입을 다물고 굳은 표정을 짓는 경우

응답을 할까 말까 망설이는 행위이다. 바로 이 때가 승부의 시간이다. 그 사람은 지금 갈등을 하고 있다. 한발 더 다가가서 설득하라.

## 2. 얼굴표정 읽기

#### (1) 눈, 코, 턱 등 얼굴의 일부를 만지는 경우

자신의 일부를 감춤으로써 나약함을 보이지 않으려는 의미로 읽힌다.

#### (2) 맞장구를 치지 않고 가벼운 미소를 보내는 경우

난처한 상태이거나 완곡한 거부의 의사를 의미한다. 이러한 미소는 상대방에게 불쾌감을 주지 않으면서도 스스로 물러나게 하는 효과가 있다.

#### (3) 첫만남에서 미소를 짓는 경우

상대에 대해 적의나 공격할 의사가 없음을 보이는 것이다.

#### (4) 얼굴에 잠시 웃음을 머금다가 바로 멈추는 경우

마음속에 다른 계산을 하고 있는 경우가 많다. 상대방이 만연에 웃음을 짓고 있다가 갑자기 웃음을 멈추는 경우에는 좀 더 신경을 써야 한다. 자신의 감정을 조절할 줄 아는 무서운 사람일 경우가 많다.

### **(5) 갑자기 미소를 중단하는 경우**

어떠한 행위에 대한 무언의 경고이다. 대화 도중에 갑자기 상대방의 얼굴에서 미소가 사라진다면 무언가 마음에 걸리는 것이 있거나 실수가 있었다는 뜻이 된다. 상대방이 예의에 어긋나는 농담이나 장난을 걸어 올 때에도 미소를 중단하고 존댓말을 쓴다든가 한다면 빨리 상황을 파악하고 분위기를 바꾸어야 한다.

### **(6) 설득을 위해 노력함에도 불구하고 표정이 없는 경우**

부탁을 거부하거나 난처한 입장 혹은 혐오감의 표현이다. 어떤 감정을 얼굴에 나타내지 않음으로써 상대방에게 넘어가지 않겠다는 높은 단수의 거절의사이다. 이런 경우에는 다른 방법을 찾아보는 것이 좋다.

## **3. 발이 보내는 신호**

조 내버로(Joe Navarro)라는 몸짓언어학자는 사람들에게 발, 손, 얼굴의 순서로 살펴보라고 권하고 있다. 사람의 몸에서 나오는 신호 중에서 발이 가장 정직하고 그 다음이 손과 얼굴이라는 것이다. 사람들은 발과 다리를 통해 상대적으로 정직하게 환영과 배척, 기대와 불안, 흥미와 도피의 신호를 보낸다. 따라서 상대방의 심리를 파악하는 좋은 방법 중의 하나가 그 사람의 발과 다리가 보내는 신호를 살피는 것이다.

### **(1) 발을 꼬지락 거리거나 이리저리 움직이고, 양쪽 발을 서로 휘감거나 쪽 폈다가 웅크리는 경우**

사람들이 거짓말을 할 때 대체로 발의 움직임이 증가한다.

### **(2) 말을 꿈틀거리거나 불쑥 내미는 경우**

그 상황을 벗어나고 싶은 심리를 상징한다고 한다.

### (3) 발이 위아래로 들썩이고 바닥을 툭툭 두드리고 이리저리 흔드는 경우

발은 또한 긍정적인 감정의 신호를 보내기도 한다. 화투놀이에서 좋은 패가 들어왔을 때를 상상해 보라. 앉은 자세에서 자기도 모르게 다리를 흔들고 싶은 감정이 들었지만 다른 사람들이 알아차릴까 두려워 참았던 기억이 있을 것이다.

### (4) 대화과정에서 다리모양의 경우

대화과정에서의 다리의 움직임은 나를 받아들일지 않을지 파악하는 좋은 방법이다. 예를 들어, 두 사람이 대화하고 있는 상황에서 내가 그 대화에 끼고 싶을 때, 발은 그대로 두고 목이나 상체로만 반응한다면 내가 그 대화에 참가하는 것을 피하는 행동이다. 만약 내가 있는 쪽으로 발을 열어 준다면 자신의 영역에 들어와 대화에 참여하라는 신호이다. 응답자가 조사원과의 대화 도중에 다리를 열어 준다면 조사에 응할 가능성이 높아진다. 만약 다리를 꼬거나 한발을 내밀고 서 있다면 마음의 문을 닫고 있다는 의미로 해석될 수 있다.

## 4. 의상 및 몸짓언어로 응답자 파악하기

### (1) 복장이 단정하지 못한 사람

구겨진 양복을 입고 있거나 넥타이가 비뚤어져 있어도 전혀 개의치 않는 타입이다.

이런 사람들은 외관으로 드러나는 대로 성격은 호탕하며 인정미도 있지만 정에 약한 사람들이다.

이런 사람을 상대할 때에는 사무적인 내용보다는 사적인 정에 호소하는 편이 유리할 경우가 많다. 당신을 믿고 이 일을 맡기니 꼭 힘이 되어 달라는 식으로 읍소하는 방법을 택하라는 것이다. 이와 반대로 너무나도 사무적이며 이해득실을 염두에 두고 상대하게 되면 뒤도 돌아보지 않는 성격을 가지고 있는 경우가 많다.

## (2) 자주 눈을 깜박이는 사람

대화 도중에 자주 눈을 깜박거리는 사람들은 소심한 성격의 소유자일 가능성이 높다. 특히, 눈을 자주 깜박거리는 경우에는 속으로 다른 생각을 하고 있을 경우가 많다. 비록 소심하지만 그다지 악한 일을 시도하지는 않기 때문에 상대하기가 그렇게 어렵지는 않다. 이쪽에서 단호하게 접근한다면 한걸음 물러서는 경향이 있기 때문이다.

## (3) 꼼짝 않고 상대를 주시하는 사람

상당히 경계심이 많은 사람이라고 할 수 있다. 상대가 말하고 있는 내용을 찬찬히 들어주는 자세의 표현이기도 하지만 대부분 시선이 강한 경우에는 애초부터 이쪽에 대해 의심이나 경계심, 불안감을 품고 있는 케이스가 많다.

이런 시선을 느낄 때에는 너무 감정에 휩싸이지 말고 가능한 공적으로 이야기를 끌고 나가는 편이 일을 수월하게 할 수 있다. 괜히 선부른 농담을 했다가 그것이 어긋나게 되면 도리어 의심이나 경계심, 불신감을 증폭시키는 치명적인 결과를 얻을 수 있다.

될 수 있는 대로 담담하고 조리 있고 이치에 맞게 설명하여야 한다. 첫째, 둘째, 셋째...등으로 요약적이며 논리적으로 설명해야 한다.

다만, 강한 시선 속에도 따뜻함이 묻어나는 경우도 있다. 이 경우는 상대의 시선이 강할지라도 의심이나 경계심이라기보다는 호의적으로 이야기에 귀 기울이고 있다고 생각해도 된다. 따라서 성실한 태도로 열심히 이쪽의 생각이나 의견을 들려주면 충분히 소통이 가능하다.

## (4) 자기자랑이 심한 사람

자신의 이야기를 지나치게 자랑하는 사람은 자신을 인정해 주기를 바라는 마음이 강한 사람이다. 이런 유형은 자신을 과시하고자 하는 욕구가 보통 사람 이상으로 강하기 때문에 무시를 당하면 견디지 못하는 스타일이다.

이런 경우 묵묵히 이야기를 들어주는 것이 좋은 대응이다. 선부르게 무시함으로써 상대의 기분을 상하게 할 필요가 없다는 것이다. 이야기를 잘 들어 주면서 맞장구를 쳐 줌으로써 상대의 기분을 좋게 하여 원하는 바를 얻을 수 있다.

### (5) 대화 도중에 손가락을 자주 움직이는 사람

이야기 도중에 책상 위 등을 손가락으로 자주 두드리거나 손가락을 꺾는 사람들은 어떻게 판단을 내려야 할지 갈피를 잡지 못하고 있는 사람들이다.

상대의 이야기를 듣고 있으면서 이런 동작을 취하고 있다면 그 사람은 무언가 이야기를 하고 싶어 한다고 보아야 할 것이다. 그러므로 이 경우 이쪽에서 질문을 하는 형태로 적절하게 의견을 유도해 내는 것이 바람직하다.



### 3-1. 설득 커뮤니케이션

#### 학습목표

- 설득커뮤니케이션에 대해 이해한다.
- 설득커뮤니케이션에서 알파전략과 오메가 전략의 차이를 이해한다.

노울스와 린(Knowles & Linn, 2004)에 따르면 사람을 설득하는 데는 알파 전략과 오메가 전략이라고 하는 두 가지 유형의 전략이 존재한다고 한다. 설득의 알파 전략은 설득대상자가 설득하는 사람의 제안이나 메시지를 받아들일도록 하기 위해 정교한 설득 메시지를 만들거나 정보원의 매력을 강조하는 방법을 들 수 있겠다. 오메가 설득 전략은 설득대상자의 저항을 낮춤으로써 설득의 가능성을 높이는 방법이다.

설득이 성공하느냐 실패하느냐하는 관점에서 보면 알파 전략과 오메가 전략은 각각 독립적인 영향력을 행사하고 있으며 서로 간섭하는 경우는 드물다. 설득의 여부는 알파 전략과 오메가 전략을 각각 얼마나 잘 활용하느냐에 달려있다고 하겠다.

다시 말해 알파 전략은 오메가 전략의 대상이 되는 설득 대상자의 저항의 크기가 일정하다는 조건하에서 설득하는 사람의 설득력을 향상시키는 전략이다. 반면, 오메가 전략은 설득자의 능력이 일정하다는 전제하에서 설득대상자의 저항의 크기를 낮춤으로써 설득 가능성을 높이는 방법이다. 여기에서는 알파전략의 하나로 로버트 치알디니의 설득전략을 제시하고 이어서 최근에 주목받고 있는 오메가 설득전략을 제시한다.

## 1 치알디니의 설득 전략

심리학자 로버트 치알디니는 자신의 저서에서 설득을 잘 하기 위한 6가지 법칙을 제시하였다. 첫 번째, 상호성의 법칙은 상대방을 빚진 상태로 만들어 부탁을 들어 주도록 하는 방안이며, 일관성의 법칙은 작은 승낙부터 시작해서 점점 더 큰 승낙을 얻어내는 방법이다. 사회적 증거의 법칙은 다른 사람들도 이렇게 한다는 사례를 제시함으로써 설득하는 방안이며, 호감의 법칙은 설득의 시작은 호감을 사는 것에서부터 시작한다는 것을 강조한다. 권위의 법칙은 설득하는 사람의 전문성을 강조함으로써 설득의 가능성을 높이는 방법이며, 마지막으로 희귀성의 법칙은 설득대상자 또는 설득하는 대상이 마지막 또는 특별한 경우라는 것을 강조하여 설득하는 전략을 말한다. 치알디니가 설득과 관련된 심리학 연구들을 여섯 가지 법칙으로 정리하여 놓을 것을 자세히 살펴보면 다음과 같다.

### 1. 상호성의 법칙

#### (1) 상대방을 빚진 상태로 만들기

사람들은 다른 사람의 호의를 받게 되면 최소한 그대로 갚아야한다는 감정이 생긴다. 세상의 이치가 모든 일에는 대가가 있어야 한다고 생각하기 때문이다.

예를 들어, 화장품 가게에서 공짜로 샘플을 돌리는 것도 우리에게 빚진 느낌을 들게 하는 전략이다. 공짜로 어떤 것을 받게 되면 값싼 상품이라도 하나 사야하는 것이 아닌가 하는 부담감을 갖게 되는 심리를 이용하는 것이다. 조사원의 경우 응답자에게 기념품을 미리 제공하거나, 만약 응답자의 집에 있는 어린아이에게 조그마한 사탕을 선물한다면 응답자는 심리적인 부담을 느껴 더 쉽게 조사해 응해 줄 것이다.

대부분의 사람들은 비록 낯선 사람이 제공하는 호의라도 거절하기 쉽지 않다. 상대방의 호의를 거절하는 것은 예의 없는 행동이라고 인식되기 때문이다. 다만, 지나치게 큰 호의를 베풀게 되면 부담이 커지게 되어 어쩔 수 없이 거부하게 되므로 적절한 수준의 호의를 베풀어야 한다.

상호성의 법칙에서 유념해야 할 것 중의 하나는 작은 호의를 베풀고 큰 보답을 요구할 수도 있다는 것이다. 다만, 조사원은 응답자와의 관계에서도 오히려 요청해야 하는 입장에 서있으므로 어쩔 수 없이 이러한 심리적 작전을 사용할 수밖에 없다.

## (2) 양보하면서 미래를 기약하기

호의뿐만 아니라 양보도 상호적이라는 점을 명심하여야 한다. 즉, 한쪽이 일정부분 양보하게 되면 상대방 쪽에서도 일정부분 양보해야 한다는 심리적 압박을 느끼게 된다. 이러한 심리를 통해 사람들은 사회적 갈등과 충돌을 완화하고 긍정적인 방향으로 갈등을 해소해나갈 수 있게 된다. 이러한 원칙을 이용한 설득 전략은 일종의 일보후퇴 이보전진 전략이라고 할 수 있다. 만약 조사원이 응답자의 집을 방문하였을 때 응답자가 급한 사정 때문에 다음에 다시 약속한 장소나 시간을 옮기자고 하는 경우에 즉시 승낙하여 상대방에게 빚진 느낌을 가지게 한다면 다음번 약속은 꼭 지키려는 마음이 들게 된다. 이러한 점을 감안한다면 일정부분 양보하는 것도 좋은 전략이 된다.

## (3) 무리한 요구를 한 다음에 작은 요구로 전환하기

이는 상호성을 이용한 일보후퇴 이보전진 전략으로 볼 수 있다. 조금 요구되는 것보다 무리한 요청을 먼저 하고, 그 요청이 거절당하는 순간 원래 크기의 요청으로 전환함으로써 실제로 원하는 것을 얻어내는 전략이다. 즉, 무리한 요구를 거절할 때, ‘알겠습니다. 그러면 이거라도...’라고 하며 두 번째 요청을 하는 것이다. 무리한 요구에 대한 거절을 받아들이는 것이 상대방에게는 일종의 양보로 느껴지기 때문에 빚진 상태를 만들라는 것이다. 다만, 첫 번째 무리한 요구에 대해 상대방이 크게 화가 나거나 위협을 느낄 수 있다는 단점이 있다. 따라서 상대방의 특성과 상황에 따라 적절하게 적용하여야 할 전략이다. 조사원의 경우 응답자가 어느 정도 시간이 걸리는 조사냐고 질문하였을 때 실제보다 좀 더 긴 시간을 이야기하고, 만약 응답자가 거부의 의사를 보인다면, 그 때 그렇다면 좀 더 짧은 조사를 바꾸어 줄 수 있다고 이야기하는 전략을 생각해 볼 수 있다.

마지막으로 응답자가 어떤 방식으로든 조사 참여에 대해 수락의 의사를 보이게 되면, 그 사람에게 그 승낙에 대한 책임감을 지속적으로 상기시켜야 한다. 특히, 그러한 수락의 의사가 강요가 아니라 자기 스스로 결정한 사항임을 인식시키는 것이 중요하다. 사람들은 자기 스스로 내린 결정에 대해서는 책임을 지고 약속을 이행하겠다는 마음을 먹기 때문이다.

## 2. 일관성의 법칙

자동차를 구매하기까지 망설이던 사람이 일단 구매하기로 결정하게 되면 그 전까지 구매를 망설이게 하던 여러 이유들을 의도적으로 무시하고 반대로 그 자동차의 좋은 점만을 부각해서 생각하는 경향이 있다. 사람들은 이처럼 일단 어떤 선택이나 결정을 하게 되면, 그러한 선택이나 결정과 일치되는 행동을 해야 한다는 심리가 있다. 인지조화이론이라고 하는 이러한 심리는 사람들로 하여금 스스로 내린 선택이나 결정을 정당화하는 방향으로 행동하도록 유도한다. 이는 사람들이 어떤 의사 결정을 한 후에는 쉽게 번복하지 못하는 특성을 잘 설명한다. 비록 선택과 결정을 중도에 포기하는 것보다 끝까지 유지하는데 더 많은 비용과 위험이 도사리고 있는 경우에도 쉽사리 번복하지 못하는 것이다. 설득은 사람들이 자신의 행동이 일관되게 보이도록 행동하는 이러한 경향을 이용한다.

구체적으로 심리학자들은 ‘개입(commitment)’과 ‘현안 해결의 지름길’이라는 방식으로 사람들의 일관성 성향을 설명한다. ‘개입’이란 ‘깨진 유리창 이론(broken window theory)’을 이용한 전략이다. 일단 유리창에 누가 돌을 던져 깨지게 되면 그 다음에 오는 사람들은 그 유리창에 돌을 던지는 것에 전혀 죄책감을 느끼지 않는다는 것이다. 개인에게 이것을 적용하면, 새로 산 옷에 얼룩이 생길 때 까지는 매우 조심한다. 그러나 일단 얼룩이 생기게 되면 그 다음부터는 얼룩이 지는 것에 두려움을 느끼지 않는다는 것이다. 조사원과 응답자의 관계에서 응답자가 일단 조사원의 조그마한 부탁을 들어주게 되면 그 다음부터는 조사원으로부터의 부탁을 더 자연스럽게 받아들이게 되는 것이다. 이런 방식으로 조사원이 응답자의 생활 공간이나 정신적인 영역에 일단 발을 담그게 되면 점차 발을 담근 행위 자체의 일관성을 유지하는 방향으로 행동을 하게 된다.

일관성을 유지하려는 또 다른 이유는 그것이 ‘현안 해결의 지름길’이기 때문이다. 복잡한 현대인의 삶에서 사람들이 결정해야 할 사항도 많고 해결해야 할 일도 늘어난다. 이런 상황에서 이미 결정한 사안을 번복하는 일은 정말 피하고 싶어진다. 일관성을 유지하는 것은 복잡한 일상생활에서 상대적으로 편리하고 효율적이며, 그리고 손쉽게 현안을 해결하는 방안이 일관성의 유지이다. 오늘 점심으로 무엇을 먹을까 고민하다가도 결국 어제 먹었던 김치찌개나 칼국수를 선택하는 경우가 많은데 자주 먹던 것을 선택하는 것이 가장 손쉬운 문제해결 방법이기 때문이다. 따라서 ‘현안 해결의 지름길’로서의 일관성 유지는 매우 매력적인 행동요력이 된다.

마케팅에서 이용되는 ‘미끼상품(loss leader)’ 전략도 사람들의 일관성 욕구가 구매행동에 미치는 영향을 보여 주는 사례이다. ‘오늘만 이 가격’, ‘특가세일’ 등의 광고를 통해 사람들을 일단 상점에 불러들이게 되면, 한정된 미끼 상품이 다 소진되더라도 같은 종류의 더 비싼 다른 제품을 구매하게 된다. 일단 특정 종류의 상품을 구매하려고 마음먹은 소비자는 비록 대상 물이 달라졌더라도 자신의 행동을 정당화시킬 수 있는 이유를 찾으면서 구매 행동을 일관적으로 유지하려고 한다.

‘문지방에 발 들여 놓기(foot-in-the-door)’ 전략도 비슷한 원리를 이용한다. 일단 그 집의 문지방을 넘는 순간 그 다음부터 안방까지 가는 일은 일사천리로 이루어 질 수 있다는 것이다. 작은 요구로부터 시작하여 결국 더 큰 승낙을 얻어내고자 하는 전략이다. 예를 들어, 방문 판매원이 가정을 방문했을 때 사람들은 문만 뚫어 보면서 바로 ‘안사요’하고 문들 닫으려 한다. 이런 경우, 한 쪽 발을 슬그머니 문 안에 들이면서(foot in the door), ‘물건은 안 사셔도 좋으니 너무 목이 말라서 그러는데 물 한잔만 부탁할까요?’라고 한다. 매몰차게 거절하는 사람도 있겠지만 대부분은 물 한잔 정도야 하는 생각으로 그 요청을 받아들여지게 된다. 그러면 물을 가지러 간 사이에 가방을 잠시 정리하는 척 하며 물을 가져 오면 천천히 마시며 다음 단계의 요청을 할 수 있다. 이러한 일관성의 법칙을 이용한 ‘문지방에 발들이기’ 전략은 조사원들이 그대로 적용할 수 있는 기법이기도 하다.

### 3. 사회적 증거의 법칙

사회적 증거의 법칙은 다른 사람의 예를 들어서 상대방을 설득하는 전략이다. 조사에 응해줄 것을 요청받은 조사 대상자들은 흔히 왜 내가 조사에 응해야 하는지 또는 왜 다른 사람이 아닌 나만이 응답자가 되었는지 의문을 제시한다. 사람들은 요청을 수락하는 것이 자신이 혹시 바보라서 이러는 것이 아닌지, 또는 나만 승낙한 것은 아닌지 등 결정에 대한 의구심을 갖게 되는 경우가 자주 있다.

최근에는 공개방송이 주를 이루지만 예전 텔레비전의 코미디 프로그램에는 녹음된 웃음을 삽입하는 경우가 있었다. 시청자가 어느 순간에 웃어야 할지 어색해하는 것을 방지하기 위해 음향효과를 주는 것이다. 왜냐하면 재미있어서 크게 웃음을 터뜨리고 나서보니 주변에서 아무도 웃지 않으면 대부분의 사람들은 당황하고 무안해하기 때문이다. 사람들은 자신의

어떤 행동이 주변의 다른 사람들과 어울리지 않는 행동을 하지 않을까 하는 의구심을 갖는다. 코미디 프로그램의 가짜 웃음은 시청자가 함께 웃어도 좋다는 것을 보장해주는 사회적 증거로 작용한다.

조사과정을 예로 들면, 조사 대상자에게 ‘방금 옆집에서 마치고 왔습니다.’ 라든지, ‘젊은 분들이 이 조사에 오히려 흥미를 가지시고 협조를 잘 해주시네요.’ 등의 말로 먼저 선수를 치는 경우, 조사 대상자는 오히려 사회적 증거를 확인하는 셈이 되어 ‘자기만’이라는 불안감을 해소할 수 있어 조사 요청에 동의할 확률도 높아진다.

주부에게는 ‘이 동네의 많은 주부님들에게 부탁을 드렸는데 다들 응해 주시더군요.’라는 등의 사회적 증거를, 젊은 사람에게는 ‘젊은 분들이 오히려 더 적극적으로 이 조사에 응하시더군요.’ 라는 등의 언질을 주면 조사 요청에 대한 동의를 얻을 확률을 높여주게 된다.

조사 대상자를 ‘자기만’ 요청을 받지 않았나, 또 자기만 동의하지 않았나 하는 불안한 상태를 방지하면 조사 승낙을 받기 힘들다는 점을 이해해야 한다. 다른 사람들과 같은 행동을 하려는 경향을 ‘동조현상’이라고 한다. 이러한 동조현상은 동물들의 세계에서조차 나타나는 아주 보편적인 행동 성향이다. 사람들은 일반적으로 남과 다르게 보이지 않으려 하고, 그래서 항상 주변을 관찰하며 다른 사람들의 행동을 주시한다. 조사원이 이러한 응답자의 동조경향을 자극하게 되면 조사 협조를 얻어내는데 도움이 될 수 있다.

#### 4. 호감의 법칙

외모는 그 사람에 대한 다른 정보가 없을 때 그 사람에 대한 호감을 결정하는 가장 중요한 근거가 된다. 또는 그 사람에 대한 다른 정보가 있을 때조차 외모는 그 사람에 대한 판단의 가장 중요한 기준으로 작용한다. 이것이 사람들의 심리적 특성이라면, 조사원들은 이러한 점을 조사 대상자를 설득하는데 활용해야 한다. 호감을 얻기 위한 방법에 대해서는 첫인상과 관련된 부분에서 다루었지만, 좋은 첫인상을 가지도록 하기 위해 단정한 외모와 적절한 차림새, 올바른 자세와 예절을 보여 주어야 하겠지만, 상대방을 칭찬하거나 기분 좋게 하는 말을 하는 것도 좋은 방법이다. 예를 들어, ‘친절하시네요.’, ‘자상하시네요.’ 등, 그 사람의 인상이나 태도에 대해 긍정적인 평가를 해주면 비록 인사치레로 하는 말인 줄 알면서도 기분이

좋아지며, 일단 그 말에 분명하게 거절하지 않는다면 암묵적인 받아들이는 형태가 되어 그러한 평가와 반대되는 행동을 하기 힘들게 된다. 대체로 사람들은 칭찬해 주고 인정해 사람을 호감으로 대하는 경향이 있기 때문에 약간의 호감이라도 갖게 된다. 조금이라도 좋게 생각하는 마음이 들게 되면, 아주 큰 부담이 되는 부탁이 아니라면 들어 줄 가능성이 그만큼 커지게 된다.

따라서 조사원은 조사 대상자를 만났을 때, 그 사람의 친절, 상냥함, 너그러움, 자상함, 배려심 등에 대한 긍정적인 평가를 말로 표현해주는 것이 조사 승낙을 받는데 도움이 된다는 것을 잊지 말아야 한다.

## 5. 권위의 법칙

설득의 과정에는 설득의 주체와 객체, 설득하는 내용 그리고 설득하는 상황이라는 요소가 작용한다. 권위의 법칙은 설득을 하는 주체가 지닌 권위의 정도가 설득의 결과에 영향을 준다는 것이다. 미국 보건성의 보고에 의하면 의사가 처방전을 작성하는 과정에서 약 10%의 실수를 범한다고 한다. 그러나 이러한 실수를 파악할 수 있는 간호사, 조제사, 그리고 인턴, 레지던트들이 전혀 의심 없이 이를 받아들이고 있다고 한다. 담당 의사의 권위를 무조건적으로 받아들이기 때문에 처방에 대해 누구도 의심하지 않는 것이다.

우리 사회의 문화 중에는 권위에 대해 특히, 무비판적으로 받아들이는 경향이 있다. 나아가 권위에 대한 인정이 마치 미덕처럼 여기고 있는 측면도 없지 않다. 거의 무의식적인 차원에서 자동적으로 이루어지고 있는 권위에 대한 복종이 일어나는 것은 권위에 따르는 권력이나, 전문성을 인정하기 때문이다. 권위의 근원이 되는 권력은 동물의 사회에서는 힘, 전근대적인 국가나 군대와 같은 사회에서는 계급, 자본주의 사회에서의 경제적 능력 등에서 나온다. 권위의 또 다른 근원이 되는 전문성은 정보와 지식의 우월성에서 나온다. 지식과 정보에서 다른 사람들 보다 우월한 위치에 있는 전문가는 다른 사람들로부터 권위를 인정받게 된다. 우리사회에서는 법률가나 의사, 교수 등이 그런 전문가로서의 권위를 갖고 있다.

조사원들도 조사 대상자로부터 협조를 얻어내기 위해서는 전문가로서의 권위를 인정받아야 한다. 이를 위해, 통계청이라는 국가기관의 권위를 위임 받은 사람이라는 점을 적극 강조하여야 한다. 구체적으로 신분증이나

관련 공문 등, 국가의 권위를 상징적으로 나타낼 수 있는 소품들을 적극 활용하는 것이 바람직하다. 마치 의사는 흰 가운, 법률가의 법복, 종교인들의 예복 등이 그들의 권위를 상징하고, 환자나 소송 당사자들, 신도들이 그 상징이 의미하는 권위에 절대적인 복종을 하도록 하는 것과 크게 다르지 않다. 물론 최근에는 정부 공무원들에 대한 권위를 무조건적으로 인정하는 경향은 줄어들고 있지만 그럼에도 불구하고 아직도 대부분의 사람들에게는 국가 공무원의 권위가 업무 수행에 도움이 될 것이다.

국가의 권력에 의한 권위보다 더 중요한 것이 조사 면접에 관한 전문가로서의 권위이다. 이것은 풍부한 지식과 기술, 그리고 그에 걸맞은 용모와 태도다. 위에서 조사원의 용모와 태도를 강조한 것도 첫인상을 좋게 하는 것뿐만 아니라 전문가로서 보이도록 하고자 함이다.

## 6. 희귀성의 법칙

다이아몬드가 지천에 널려 있다면 지금과 같이 귀한 대접을 받지는 못할 것이다. 어떤 물건이 희귀하거나 희귀해지고 있다면 그 가치는 높아질 것이다. 또 이전에 풍부하던 기회가 줄어들거나 사라지게 사람들은 그러한 기회에 대해 애착을 느끼며 그 기회를 얻기 위해 애를 쓰게 된다. 예를 들어, 홈쇼핑에서 사회자들이 ‘마감임박입니다.’ 또는 ‘곧 매진될 것입니다.’라고 외치는 것을 볼 수 있다. 바로 희귀성의 법칙을 이용해 물건을 더 많이 더 빨리 판매하려는 전략이다. 즉, 시간적 제한과 물량의 제한을 제시함으로써 사람들의 구매의욕을 높이는 것인데, 기회의 희귀성을 강조하는 상술이다.

통계의 중요성에 대한 인식이 높아지면서 국가기관은 물론 기업과 기타 단체들에서 수많은 통계조사를 실시하고 있다. 뿐만 아니라 통신판매나 불법메시지 등 응답자들은 하루에도 수많은 조사 및 이와 유사한 요청을 받고 있다. 이러한 경험이 많아지고 피로감이 쌓이면 조사 요구에 응하는 것이 귀찮은 일이라는 인식을 가질 수 있다. 따라서 조사원은 지금 요청하는 조사가 그렇게 자주 실시하는 조사가 아니라는 점, 그리고 이 조사에 모든 사람들이 참여할 기회가 있는 것은 아니라는 점을 역설적으로 설명해주는 것도 통계조사를 귀찮아하는 사람들을 설득할 수 있는 한 가지 방안이다.



## 2 오메가 설득 전략

알파 전략은 상대적으로 많이 접해 본 익숙한 전략이다. 이와 달리 오메가 전략은 상대방에게서 예상할 수 있는 저항을 낮춤으로써 설득에 이르게 하는, 조금 생소한 접근법이다. 조사원들도 오메가 전략을 잘 숙지한다면 응답자를 이해하고 설득하는데 적극적으로 활용할 수 있을 것이다.

### 1. 오메가 전략의 근원

실제로 오메가 전략이 학문적 관심을 받은 것은 비교적 최근의 일이다. 하지만 이브가 뱀의 유혹을 견디지 못하고 선악과를 따먹은 이유가 ‘걱정마! 죽지 않을 거야’라고 하는 뱀의 오메가 설득 전략에 이브의 저항이 무너졌기 때문이라는 것을 상기한다면 아주 오래 전부터 이러한 전략이 은연중에 사용되어 왔다는 것을 알 수 있다. 어쩌면, 뱀의 오메가 전략에 넘어간 이브 때문에 우리는 에덴동산에서 쫓겨나 지금처럼 고난의 역사를 살게 된 지도 모른다.

심리학자들은 외부의 새로운 설득 시도에 대해 저항하는 것이 환경에 대한 적응 차원에서 도움이 되기 때문에 설득에 대한 저항이 자연스럽게 생겨난 것이라고 주장하기도 한다. 즉, 유년기에는 새로운 정보를 저항 없이 받아들이는 것이 환경에 대한 적응을 도와 긍정적인 기능을 한다고 하더라도, 성인이 되어서도 항상 새로운 정보를 받아들이기만 한다면, 현실에 대한 자신의 주관은 갖지 못한 채 계속해서 변화하는 불안정한 상태에 머물러 있을 수밖에 없어 생존에 오히려 해가 된다는 것이다. 다만, 이러한 저항 성향이 너무 지나치게 되면 새로운 정보를 전혀 수용하지 못하게 되고 그 역시 변화하는 환경에 적응하지 못하고 도태되는 운명을 맞게 될 것이다.

### 2. 저항의 정의

학자들은 대체로 저항이 분명 변화를 요구하는 외부로부터 나오는 압력에 대해 반작용의 속성을 지니고 있다는 점에는 견해가 일치한다. 하지만 저항이라는 개념의 정의에 대해서는 최소한 네 가지 유형의 다양한 접근 방법이 있다.

첫째, 결과(outcome)의 관점에서 저항은 외부의 변화 압력에도 불구하고 태도 변화가 부재한 상태 혹은 심지어 설득 메시지와 반대되는 방향으로

태도 변화가 발생한 상태(이를테면 부메랑 효과의 경우)를 지칭한다.

둘째, 과정(process)의 관점에 따르면 저항은 변화를 요구하는 설득 메시지로부터 자신의 태도를 지켜내기 위해 우리가 사용할 수 있는 다양한 심리적 기제(機制)를 지칭한다. 설득 메시지에 대한 반론 제기, 자신의 기존 입장에 대한 강화, 설득 메시지의 정보원에 대한 폼하 등 다양한 수단을 저항을 위한 도구적 목적으로 사용할 수 있다.

셋째, 동기적 상태(motivational state) 관점에서 접근하는 학자들은 저항이 다양한 동기를 충족하는 목적으로 사용될 수 있다고 주장한다. 보다 구체적으로 저항은 기존 태도를 유지하고 싶은 동기를 충족시키고(예를 들면, 점중 이론), 자신의 자유를 유지하고 싶은 동기를 충족시키고(예를 들면, 심리적 반발 이론), 또한 자신의 기존 자아 개념을 유지하고 싶은 동기를 충족시키는(예를 들면, 자기 가치 확인 이론) 목적으로 사용될 수 있다.

마지막으로 저항은 사람의 유형(typology)을 설명하는 도구로 정의되고 있다. 다시 말해, 특정 유형의 사람(예를 들면, 독단주의적 성향이 높은 사람)들은 대체로 설득하기가 용이하지 않은데, 그 이유는 그들의 저항 수준이 높기 때문이다.

### 3. 저항 전략의 유형

저항의 목적으로 최소한 일곱 가지 전략을 사용할 수 있다.

첫째, 반론 제기(counterarguing)는 자신을 설득하려는 메시지의 논리에 직접적으로 반박 논리를 제시하면서 저항하는 전략이다.

둘째, 태도 강화(attitude bolstering)는 설득 메시지의 논리에 직접적으로 반박하는 대신 자신의 기존 태도를 강화하는 새로운 생각들을 추가로 제공함으로써 저항하는 전략을 말한다.

셋째, 사회적 증거 제시 전략(social validation)은 자신의 기존 태도와 동일한 태도를 지니고 있는 주위 사람들을 저항의 도구로 사용하는 것이다.

넷째, 정보원 폼하(source delegation)는 자신을 설득하려는 메시지를 전달하는 정보원을 비난하거나 정보원의 신뢰성이나 전문성을 깎아내리는 방식으로 저항하는 전략을 지칭한다.

다섯째, 부정적 정서(negative affect)는 설득 메시지에 대해 감정적으로 화를 내거나 짜증을 내는 등의 부정적인 감정으로 대응해 저항하는 전략이다.

여섯째, 선택적 노출(selective exposure)은 자신이 설득 당할 가능성이 있는 상황을 아예 만들지 않거나 그러한 상황을 피하려고 애써 노력하는 방식으로 저항하는 전략을 말한다.

마지막으로 자신감 공표(assertions of confidence)는 자신의 생각을 어느 누구도 바꿀 수 없다고 자신만만하게 선언함으로써 저항하는 전략이다.

#### 4. 저항의 네 가지 얼굴

첫째, 반발(reactance)은 저항의 얼굴 중에서 가장 명확하게 드러나는 모습이다.

둘째, 불신(distrust)은 설득 메시지 혹은 설득 메시지의 정보원을 대상으로 하는 저항의 얼굴이다.

셋째는 예의주시(scrutiny)이다. 사람들은 자신이 설득의 타깃이 되고 있음을 알아차리면 자연스럽게 주위 상황을 예의주시하게 된다.

넷째, 현상유지(inertia) 역시 저항을 나타내는 얼굴 모습의 하나로 간주되고 있다. 현상유지는 겉으로 명확하게 드러나지 않기 때문에 가장 발견하기 어려운 저항의 모습이다.

## 3-2.

# 응답거절 대응전략

### 학습목표

- 응답자 거부 훈련에 대해 이해한다.
- 거절회피 전략을 연습한다.

## 1 응답자 거부 훈련(Refusal Avoidance Training)

사회조사에서 응답자 접촉이 점차 어려워지고 응답거절률 또한 높아지는 현실에서 해결책을 모색하기 위한 연구가 진행되고 있다. 연구결과에 따르면 미숙한 조사원은 응답자와의 첫 대면에서 빠른 결정을 요구하거나 응답자의 상황이나 문제점을 제대로 이해하지 못하기 때문에 응답거부 반응을 일으킬 수 있는 것으로 나타났다. 반면, 능숙한 조사원은 피조사자와의 상호작용 능력과 조사 진행 능력이 탁월하기 때문에 응답성공률이 상대적으로 높다. 결국 조사원은 ①특정 조사와 관련된 기술과 전략, ②응답자의 언어적·비언어적 반응과 이해력, ③응답자 반응에 대처하는 능력, ④응답자와의 상호작용을 장시간 유지할 수 있는 능력이 요구된다. 이러한 능력은 자연스럽게 갖춰지는 것이 아니기 때문에, 무응답을 방지하여 응답률을 높이기 위한 조사원 교육이 필요한 것이다. 미국의 응답거절 대처교육(RAT)은 조사 시행과정에서 만날 수 있는 여러 난관을 사전에 주지시킴으로서, 조사원의 자신감을 증진하여 무응답 비율을 감소시키기 위해 시행되고 있다. RAT은 4단계로 구성되어 있다. 첫째는 조사원이 각 응답자와 관련된 문제점을 찾고 수집하는 단계이고, 둘째는 문제점과 관련된 대안을 찾는 단계, 셋째는 수집된 문제점을 분류시키는 단계, 넷째는 특정 응답자에 대해 반응을 훈련받는 단계이다.

### 1. 문제점 수집

문제점 수집 단계는 조사원이 조사원의 고민과 어려움에 대해 인식하고 확인하는 단계이다. 즉, 조사원이 자신의 말로 설명하여 응답자와의 공유를 이끌어내어 해결책을 모색하는 것이다. 이 때 발생하는 고민들은 추후 다른 RAT 세부시행에서 사용된다. 예를 들어, 강사가 “응답자에게 말을 걸면 보통 어떤 반응을 보이나요?”라고 조사원에게 물었을 때 조사원이 “왜 해야 하나요?”라고 묻는 응답자들이 많다고 대답했을 때, 그룹에서는

응답자로부터 나올 질문에 대한 적절한 대답을 모색하고, 강사는 조사원의 고민이 제대로 전달되어 그에 따른 적절한 해결책이 모색되었는지 확인한 후에 RAT 세부시행 리스트에 추가하는 것이다.

## 2. 대안 탐색

그룹별 토론과 선임자와의 대화를 통해 수집된 문제점에 대한 대안을 찾는 과정이다. 이 단계에서는 구체적인 대안을 찾아내기 보다는 문제점에 대한 전체적인 접근방법을 모색하거나 문제를 해결했던 기존의 경험을 바탕으로 탐색적인 대안을 제시한다.

## 3. 문제점 분류

문제점 분류 단계는 응답자들의 응답 저항과 거부의 차이점에 대해 논의하는 단계이다. 이 단계에서는 문제점 수집과정에서 나타난 조사원의 고민을 저항과 거부로 분류한다. 예를 들어, 조사원의 고민이 응답자가 이것을 왜 해야 하나라는 질문을 했을 경우라고 했을 때, 강사는 이 부분에 대해 “이 질문은 저항인가요? 거절인가요?”라고 물을 것이다. 이 때, 그룹은 “저항”(교육 목적을 이해하기 위해 최대한 많은 고민들을 분류하는 것이 좋음)이라고 답할 수 있으며, 이후에 조사원들은 실제 상황에서의 전화 통화보다 더 복잡하게 디자인된 통화로 연습하게 된다.

## 4. 응답 훈련

응답 훈련 단계는 특정 응답자에 대해 반응을 훈련받는 단계이다. 즉, 조사원은 능동적 듣기 실력에 대해 평가를 받고 말투에 대해 논의를 거친다. 또한, 효과적인 음성 메일(voicemail)에 대해 논의하는 등 응답자에 대한 호응을 이끌어내기 위해 적절한 훈련과 연습의 과정을 거치게 된다.

## ❑ 거절회피전략 4단계

### 1. 관계의 유지

조사원이 응답자의 거절 의사를 직접적으로 수용할 경우에 조사는 곧 중

단된다. 따라서 조사원은 거절 의사를 회피하여 “제가 설명이 부족했나 봅니다.” 하는 식으로 대응하는 것이 필요하다. 또한, 거절을 받아들일 듯한 신호를 절대 주지 말아야한다. 일단 불응 의사를 밝힌 조사 대상은 일관성을 유지 하려한다. 따라서 조사원은 이러한 응답자의 불응 의사를 그대로 수용할 수 없다는 의지를 표출하여 응답자와의 관계를 유지하고 형성해 나감이 바람직하다.

한편, 조사원의 침묵은 금기이다. 조사원의 침묵의 시간은 조사 대상자로 하여금 확고한 거절의 기회와 명분을 제공한다. 따라서 조사원과 응답자 사이의 침묵은 금기다.

그리고 표정과 제스처를 적절히 사용하여야 한다. 조사원은 조사 대상자가 과격한 응답 거부를 보이더라도 당황하는 기색을 보이지 말아야 한다. 그리고 조사 대상자로 하여금 조사원으로서 꼭 조사를 실시하겠다는 의지를 느끼게 해주어야 한다. 또한, 이러한 과정에서 조사원이 조사 대상자에게 얼굴을 찡그리거나 한숨짓는 행위는 불쾌감을 초래하므로 응답자의 말을 늘 경청하는 자세를 유지하도록 함이 중요하다.

## 2. 경청

조사원의 응답자에 대한 주의 깊은 경청 자세는 또한 응답자의 태도를 누그러뜨릴 수도 있다. 조사 대상자는 통명한 자신의 거절에도 물러서지 않고 진지한 자세로 자신에게 말을 걸며 자신의 이야기를 잘 들어주는 조사원에게 마음이 누그러질 수도 있다.

그리고 응답자의 몸짓과 표정에 주의하여야 한다. 조사원 앞에서 응답자가 손을 호주머니에 넣은 채 이야기를 듣는 것은 상대에 대한 불신과 은근한 무시를 드러내는 행위로, '내가 어떻게 당신을 믿어?'라고 말하는 표현으로 간주할 수 있다.

조사원은 조사 대상자가 말하는 도중에 끼어드는 행위를 삼가야 한다. 이러한 행위는 상대방으로 하여금 불쾌감을 초래할 뿐만 아니라 조사원이 상대방의 말에 끼어들어야 할 상황이라면 이는 설득이 매우 힘들어진 상황임을 조사원이 은연중에 간접적으로 표출하는 행동이 된다. 따라서 조사원은 응답자의 입장에서 이해하려고 노력해야 하며, 또한 그대로 생각하고 실천해야 한다. "왜 이 사람이 이런 말을 할까?", "도대체 얼마나 하기 싫은 것일까? 그 이유는 무엇일까?" 등, 응답자의 입장에서 응답자를 이해

하는 것은 결국 응답자를 설득할 수 있는 단서를 찾는 길이 된다.

### 3. 대답을 고안

조사원이 조사 대상자의 거절의 요점을 정확히 파악하는 것은 상대를 설득하는 시작이 될 수 있다. 응답자의 거절에 대한 요점 파악을 위해서는 첫째, 응답자의 반문에만 초점을 맞추어야 한다. 둘째, 공평성의 원칙으로, 두 사람의 대화의 양과 질, 기회가 공평해야 한다. 조사원이 장황하고 길게 대답할 경우 응답자는 대화가 불공평하다고 느끼고, 불쾌해 한다. 셋째, 응답자가 알아들을 수 있는 언어로 말해야 한다. 응답자가 교육 수준이 낮거나 노인 분들일 경우에는 쉬운 언어로 설명하여 대화의 수준을 응답자에게 적절히 맞춰야 한다.

### 4. 대답하기

조사원은 응답자의 답변에 잘 대응하는 방법으로 첫째, 빠르고, 짧고, 친절하게 응대하는 것이 중요하다. 응답자에게 대답의 요점을 정확히 전달할 수 있을 정도의 짧고 간결함을 유지하는 것이 좋다. 둘째, 조사원은 빠르고 짧게 대답하더라도 응답자를 향해 항상 친절한 말투와 태도 그리고 표정을 유지하는 것이 매우 중요하다.

## ㉓ 현장조사에서 발생하는 문제해결 방식

### 1. 조사거절의 유형

조사거절의 유형을 살펴보면 크게 다음과 같이 나누어 볼 수 있다. 첫째, 지금 당장 불편하다는 것이다. 둘째, 조사에 응하지 못할 개인적 고충이 있는 경우이다. 셋째, 조사에 대한 오해와 불신이 많은 경우이다. 넷째, 조사기관 또는 정부기관에 대한 불신이 팽배한 경우이다. 마지막으로 조사원에 대한 불신이 있을 수 있다. 각각에 대한 전략을 살펴보자.

#### (1) 지금 당장 불편

지금 당장 불편한 사람들은 대체로 낮은 사람과 대화하고 싶지 않다거나,

지루하고 재미없는 질문에 답해야 한다는 것을 불편해 한다. 또 조사원이 긴 시간동안 나를 못 살게 굴 것이라고 짐작하고 결국 이런 조사를 해봐야 나에게 아무런 이득도 없을 것이라는 믿음이 있는 경우이다. 이런 경우 먼저 시간 약속을 한 경우, 시간을 반드시 지켜야 한다. 그러면서 웃는 표정을 잃지 말아야 한다. 꾸밈없는 자연스러움을 유지하면서 배려하는 눈길과 말투를 유지하여야 한다. 그러면서 긍정적이고 당당한 태도를 보여줌으로써 생각보다 불편하지 않다는 느낌을 주어야 하며, 비록 지금 당장 불편하더라도 이것이 의미있는 행동이라는 느낌을 가지도록 하여야 한다.

## (2) 조사에 응하지 못할 개인적 고충

조사에 응하지 못할 개인적 고충으로, 예를 들어, 응답자가 실직상태이거나 장기간 미취업 또는 신용불량의 경우, 이 사람은 분노와 좌절 상태로 인해 격한 감정표출을 보이거나 무반응을 보일 가능성이 높아진다. 특히, 대인기피가 있는 응답자들에게는 매우 신중한 접근이 요구된다. 이러한 경우에는 단기간에 협조를 구하기보다는 시간을 두고 관계 형성에 주력하는 것이 좋다. 일차적으로 경계심과 불안을 제거하는 것을 목표로 접근하고 이후에 시간을 두고 관계를 형성한다.

일시적 상황에 의해 조사에 응하지 못할 경우도 있다. 예를 들어, 질환을 앓고 있거나, 입원 중, 경조사가 있거나, 심신이 미약한 노인이나 맞벌이 부부의 경우 지금 당장 조사에 응하기 어렵다. 이런 경우에는 조사에 응하기 어려운 상황이 무엇인지 먼저 판단해야한다. 그리고 첫만남에서는 인사 정도로 마무리하고 재방문에 대한 허락받아두는 것이 좋다. 열악한 가정환경으로 타인의 방문을 기피하는 경우, 응답자에게 얼굴을 찡그리는 등의 불편함을 드러내서는 안 된다. 조사의 의미를 강조하여 조사참여에 대한 사회적 책임감을 고취시키는 것이 좋다.

## (3) 조사에 대한 오해와 불신

조사에 대한 불신에는 조사자체에 대한 불신과 정부기관에 대한 불신이 있다. 먼저 사람들은 ‘조사’라는 말에 거부감이 있다. 마치 형사조사나 세무조사 등과 비슷한 어감으로 인식하는 것이다. 일반 기업의 시장조사나 텔레마케팅, 그리고 스팸의 증가로 일반인의 조사에 대한 노출이 증가함에 따라 조사에 대한 피로감이 누적되어 있는 상황이다. 이 때 조사원의



역할이 중요하다. 다른 조사와의 차이점 등을 강조하여 조사에 대한 오해와 편견을 감소시켜야 한다.

#### (4) 조사기관 또는 정부기관에 대한 불신

정부기관의 정책에 대한 불만이 조사 거절로 이어지는 경우가 많다. 특히, 소외된 계층이나 지역의 경우 이러한 요인에 의한 응답거부가 많다. 이런 경우에는 조사의 목적과 활용을 설명하여 이해시키고 설득하여야 한다. 조사 자료의 수혜자는 정부나 정부기관이 아니라 결국 우리 국민이라는 사실을 주지시켜야 한다.

#### (5) 조사원에 대한 불신

최근 조사를 빙자한 마케팅이나 사기가 기승하고 있다. 따라서 조사원 자체를 불신하는 경우도 많다. 이런 경우에 대비하여 조사원증을 패찰하거나 통계청에서 발행한 안내책자나 공문을 제시할 수 있도록 준비하는 것이 좋다.

## 2. 가계조사부분 거절 유형별 대응방안

여기에서는 가계조사부분의 거절 방안을 제시하고 그 대응방안을 표로 간략히 제시한다.

### (1) 소득계층에 따른 불응 유형과 대응방안

구분	불응사유	대응방법
상위계층	- 신분 노출 - 소득 노출	- 통계법의 비밀보호를 설명 - 꾸준한 설득 - 필요시 통장 또는 부녀회장의 협조를 얻어 면접 시도
하위계층	- 가정결손 - 피해의식 - 정부불신 - 신용불량자의 신분 노출 기피 - 돈벌기에 바빠서	- 집주인이나 이웃집의 도움으로 면접시도 - 답례품이 있음을 강조 - 통계법의 비밀보호를 설명: 통계에서 개인의 정보는 보호됨

## (2) 주거형태에 따른 불응 유형과 대응방안

구분	불응사유	대응방법
아파트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 고급아파트는 첨단전자장비 설치로 단지입구에서부터 접근이 어려움</li> <li>- 서민아파트는 맞벌이 등으로 출타 중이어서 면접이 어려움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 아파트관리사무실을 방문하여 조사의 취지를 설명하고 협조를 구함</li> <li>- 구내방송이나 아파트게시판을 활용하여 정부의 공적인 통계를 입을 강조</li> <li>- 최근에는 부녀회의 역할이 커져서 부녀회를 설득하는 것도 한 가지 방법</li> <li>- 관리사무소나 경비실에 홍보용 답례품을 제공하여 협조 유도 필요</li> </ul>
단독빌라	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상대적으로 접근은 용이</li> <li>- 맞벌이가구로 빈집이 다수</li> <li>- 노인가구, 빈곤한 가정사정으로 응답을 기피하거나 적정한 면담이 불가능한 경우 다수</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 통장이나 부녀회장 이용</li> <li>- 이웃집 등의 협조가 필요</li> <li>- 야간에 방문하는 등 꾸준한 설득이 필요</li> </ul>

## (3) 접근시간 대별 면접 곤란 유형

구분	불응사유	대응방법
오전시간	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 야간근무</li> <li>- 주부 아침잠</li> <li>- 가족이 출타한 시간을 이용한 여가활동 등으로 면접이 어려움</li> <li>- 면접이 가능하더라도 시간적으로 피해야 할 경우가 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 방문전화를 하고 시간 약속을 철저히 지킴</li> </ul>
오후시간	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 만날 수 없으므로 저녁 시장 보는 시간은 피해야 함(5시 이후)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 방문안내 스티커를 적극 활용</li> <li>- 필요하다면 편지를 통한 설득</li> </ul>
저녁시간	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 직장에서 돌아온 가족들이 모이는 오붓한 시간을 방해하는 것 같은 느낌이 들</li> <li>- 때론 주부들이 싫어할 때도 있음</li> </ul>	

#### (4) 교육수준에 따른 불응 유형과 대응방법

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

#### (5) 연령별 불응 행태와 대응방안

구분	불응사유	대응방법
노인층	- 통계에 대한 이해부족으로 인한 불응 - 자녀들이 사기 등을 염려하여 응답해주면 안 된다고 하여 면접거부 또는 불응	- 노인들의 마음을 열도록 노력 - 가구 내 젊은 사람과 면접하여 통계조사의 취지를 설명하여 협조를 구함
20-30대	- 개인 사생활을 지나치게 강조하는 세대로 정부 또는 공무원을 불신하여 불응	- 사생활 보호도 중요하며 정부의 통계도 사생활보호 못지않게 중요함을 설명 - 안내문 등을 활용하여 설득

### (6) 조사단계별 불응 행태와 대응방안

구분	불응사유	대응방법
가구 파악 단계	- 무조건 불응	- 홍보팸플렛 활용 - 통반장의 도움 필요 - 조사의 필요성 설명
인구조사 단계	- 사생활을 알려 줄 수 없다고 불응	- 홍보팸플렛 활용 - 조사의 당위성 설명
경찰조사 단계	- 귀찮다고 불응	- 홍보팸플렛 활용 - 보조조사표 활용 - 적은 시간만 할애하면 된다고 강조 - 조사의 목적, 자료의 활용 설명
가계조사 단계	- 바빠서 가계부 쓸 시간이 없어서 불응	- 홍보팸플렛 활용 - 표본조사 설명 - 답례품 활용
사회통계등	- 너무 귀찮게 한다고 불응	- 조사안내장 활용 - 조사의 필요성 및 당위성 설명 - 바쁜 경우 전화를 통한 조사 가능

### (7) 반응행태에 따른 대응방안

구분	불응사유	대응방법
적대적인 불응	- 정부불신 - 타인의 응답도 방해	- 유머로 분위기를 누그러뜨림 - 설득 당했다고 느끼지 않도록 노력함 - 논쟁을 피함
중립적인 무관심한 불응	- 면접기피 - 귀찮아서 불응	- 귀가 솔깃한 제안을 함 - 혜택이 있음을 설명함 - 관심을 가지도록 유도함
무지로 인한 불응	- 노인층의 불응 - 부인들의 불응	- 불응하는 이유가 단순 - 통계조사가 모두를 위함을 알려줌 - 개인의 비밀사항은 조사하지 않는 것을 알려줌 - 질문에 성실히 응해줌

### 4-1. 직무 스트레스 이해

#### 학습목표

- 직무스트레스를 이해한다.
- 스트레스의 장점과 단점을 구분한다.
- 스트레스 해소법을 읽힌다.

### 1 직무스트레스

#### 1. 직무스트레스의 이해

##### (1) 스트레스의 정의

스트레스란 본래 물리학에서 사용된 용어로서 어떤 물체에 외부압력이 가해질 때 그 물체의 내부에서 발생하는 압박상태를 말하며, 캐나다의 내분비의학자 Hans Selye의 개척적 연구에 의하여 의학적 개념이 도입되었다. 조직 내외의 여러 가지 요구에 대응하기 위하여 일어나는 정서적 상태나 생리적 반응양식(J. Greenberg & R.A. Baron)을 말하며, 개인의 기능, 능력과 직무요구 간의 부적합, 즉, 어떤 개인의 욕구와 실제 직무 환경에서 제공되는 욕구만족이 불일치(J.R.P. French)할 때 발생한다.

조직참여자가 육체적, 심리적, 행동적 일탈반응을 가져오도록 하는 외부 상황에 대한 적응적 반응을 스트레스라고 정의하기도 한다.

##### (2) 스트레스에 대한 오해

스트레스는 단순한 불안이 아니다. 불안은 감정적, 심리적 영역에서 작용

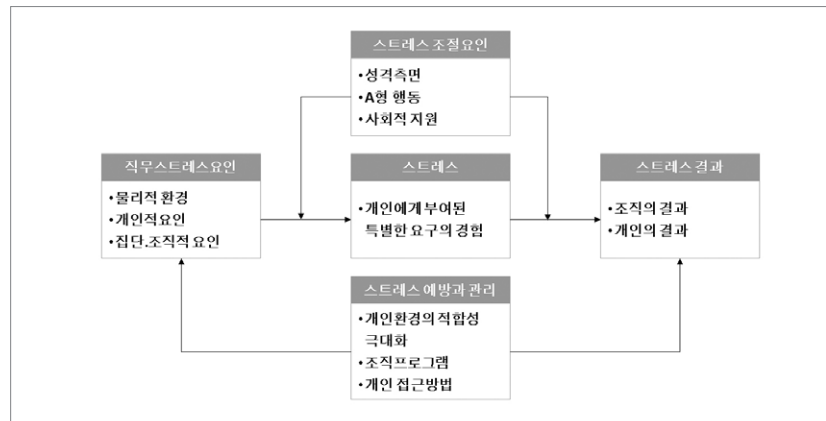
하나 스트레스는 생리적 영역에서 작용한다. 다만, 스트레스는 불안을 동반한다.

스트레스는 반드시 나쁜 것이 아니며, 그 자체로서 어떤 것을 손상시키지 않는다. 다만, 스트레스는 피할 수 없을 뿐이다.

## 2. 직무스트레스의 요인 및 결과

### (1) 직무스트레스의 요인

[그림 4-1]  
Ivancevich &  
Matteson Model



#### (가) 환경적 스트레스요인

직무 스트레스의 경제적 요인으로는 경제 상태나 경기 동향을 들 수 있다. 정치·사회적 요인으로는 정부의 입법 활동, 정책방향, 인권운동, 복지정책, 노동운동 등이 있으며, 기술이 변화함에 따라 작업수행의 방법에 변화가 생겨 경쟁력이 낮아지는 경우에도 생길 수 있다. 조직 내부 환경요인으로는 M&A, 산재, 독극물 취급 위험 등이 있을 수 있다.

#### (나) 조직적 스트레스요인

스트레스는 조직적 특성에서도 올 수 있다. 직무자체의 특성과 관련하여 직무특성이 반영된 직무설계가 이루어지면 스트레스가 경감되고 직무만족도가 높아져 정신적 불안 및 긴장이 감소하게 된다. 하지만, 조직의 정책결정과 업무 절차 과정에서 비효율적인 성과관리와 보상이 이루어지면 동기부여가 경감된다.

참여적 의사결정과 스트레스는 반비례하며, 조직구조의 관료화 정도와 스트레스는 비례한다.

#### (다) 집단적 스트레스요인

집단 응집력 부족, 협력적 지원 결여, 병립할 수 없는 두 가지 이상의 요구가 동시에 개인에게 주어짐으로써 발생하는 역할 갈등이 스트레스 요인이다. R&R을 모를 때 역할 모호성이 발생할 수 있으며, 집단 간 갈등으로 스트레스가 발생한다.

#### (라) 개인적 스트레스요인

개인이 직면하게 되는 중요한 사건들 중에서 재적응을 필요로 하는 것들에 대한 필요 값(배우자 사망 100, 해고 47 등)으로 스트레스가 생길 수 있다.

양적 업무(양, 시간)와 질적 업무(성과표준)가 과중되거나 업무가 지나치게 과소하여 별로 할 일이 없거나, 단조롭고 일상적인 직무 상황일 때도 스트레스가 발생한다.

### (2) 직무스트레스 결과

#### (가) 개인적 결과

심리적 결과로는 불안, 좌절, 무관심, 자존심 저하, 공격성, 우울증, 신경쇠약, 수면방해 등이 있다. 행동적 결과로는 권태, 집중력 저하, 신경질적 반응, 흡연/음주, 약물남용, 과식 등이 있다. 생리적 결과로는 혈당증가, 혈압 상승, 구강건조, 발한, 호흡곤란, 심장질환 등이 있다.

#### (나) 조직적 결과

직무불만족이 증가하거나 결근율, 이직률이 증가하고 조직성과가 저하된다.

### (3) 직무스트레스 예방과 관리

#### (가) 개인차원의 관리

인지적 기법은 스트레스 요인에 대한 개인의 반응이 인지적 과정이나 인

지적 사고에 의하여 조절할 수 있다. 긴장완화훈련에는 호흡훈련, 근육이완훈련, 자율훈련, 다양한 정신완화 전략이 있다. 바이오피드백 방법으로는 놀람, 불안, 화 등으로 인한 신체적, 생리적 변화를 전자감지장치나 컴퓨터를 이용해 관찰하고 변화시키려는 방법이 있다. 또한, 약물사용, 음식 조절: 신경안정제, 항 우울제, 흡연, 커피, 당분이 많은 음식을 절제함으로써 자기를 관리하여야 한다.

#### (나) 조직차원의 관리

직무스트레스 요인을 규명하고 변화/제거하여야 한다. 종업원들의 직무스트레스에 대한 지각과 이해를 지원하고 종업원들이 스트레스 결과에 효율적으로 대처하도록 지원하여야 한다.



## 4-2.

# 조사원의 좌절 및 극복

### 학습목표

- 조사원의 좌절을 이해한다.
- 조사원의 좌절 극복과정을 숙지한다.

## 1 조사원의 좌절

### 1. 좌절의 위력

#### (1) 학습된 무력감

마틴 셀리그만의 학습된 무력감 실험에서, 문을 걸어 잠근 뒤 개가 도망갈 수 없도록 하고, 개가 있는 곳에 전류를 흘려보내면, 개는 처음에는 몸부림을 치다가 전류가 흐르는 실험이 반복되면 납작하게 엎드려 오줌을 질 질 싸며 고통을 그대로 받게 된다. 그래서 실험이 끝난 이후에 문을 열어 놓아도 개는 도망가려는 시도조차 하지 않게 된다. 개는 자신의 어떠한 노력도 고통을 벗어나는 데에 도움이 되지 않는다는 것을 깨닫고 무력감에 빠지게 된 것이다.

2차 대전 당시 유태인 수용소에 수감된 유태인들을 예로 들면, 그들은 자신의 생존 여부가 자신의 어떠한 시도와도 관련이 없다는 것을 학습하게 됨으로써, 해방된 이후에도 그들은 줄곧 2차 대전 당시의 수용소에 있던 때와 별반 다를 바 없이 무반응, 무표정으로 일관했다는 기록이 있다. 이러한 현상은 극단의 절망 상태, 즉, 전쟁으로 인한 깊은 상처와 학습된 무력감 때문인 것으로서, 회복하는데 긴 시간이 걸린다.

#### (2) 무력감과 우울증

반복된 좌절 경험은 무력감을 학습하게 한다. ‘무슨 짓을 해도 소용이 없어!’라는 마음은 시도에 대한 반복된 좌절로 인해 생긴 것으로, ‘난 무얼 해도 안 돼’라는 식으로 자신의 모든 문제로 일반화하거나, ‘내 인생에 무슨 희망이 있어?’라는 식의 희망의 상실을 표출하게 된다. 그리고 심각할 경우 극단적인 우울증 증상으로까지 번져 자살로 이어지기도 한다. 고로 좌절과 절망은 죽음에 이르는 병일 수도 있다.

## 2. 조사원들의 좌절

이렇게 무서운 좌절을 조사원들은 자주 경험하게 된다. 조사원들의 좌절 경험에 대한 사례는 다양하다. 예를 들어, 조사원이 처음 조사지역을 방문 하던 날이 토요일 오후라면, 조사원은 방문하는 날 무리 없이 응답자들을 다 만날 수 있으리라는 막연한 기대를 할 수있다. 그러나 현실은 항상 예상되도 되지 않음을 곧 깨닫는다. 방문한 첫 집에서 상대방에게 제대로 말을 꺼내기도 전에 거부를 당하는 사례도 많다.

조사원: “안녕하세요. 통계청에서...”

방문자의 집: “우리 집 다음 주에 이사 가요” , “(은)짱!”

또한, 조사원이 일단 집까지 들어가는 것은 성공했을지라도, 상대를 아무리 설득해도 막무가내 거절하며 조사원에게 나가라고 호통을 치는 응답자들도 많다. 그리고 설사 조사에 응하게 되었다라도 방문자의 집에 아이들이 소란을 피우고 있으면, 아주머니는 아이들과 전쟁을 치르느라 조사원이 설명하는 이야기는 듣지도 않고 행하니 가버리는 경우도 허다하다. 따라서 이 때 조사원에게 느껴지는 심리적인 압박과 스트레스가 조사원으로서의 사기를 저하시키며 의욕을 잃게 만드는 경우가 많다. 이미 저하된 일에 대한 의욕과 더불어 신체적인 피로감은 조사원으로 하여금 ‘내가 직업을 잘못 선택한 건가? 내가 이 일을 계속할 수 있을까?’라는 의구심을 품게 만든다.

이 때, 응답자의 조사 불응과 같은 조사원으로서의 실패로 인한 심리적 충격 영향 요인을 미리 이해하게 된다면 스트레스와 무력감을 미리 예방할 수도 있다.

### (1) 실패 상황에 대한 예측

조사원이 예측하지 못한 실패는 심한 정신적 충격을 유발시킨다. 예를 들어, 조사원에게 물을 끼얹는 상황, 혹은 응답자가 조사원증을 뺏는 상황 등이 벌어지면 조사원은 심한 모멸감과 좌절을 경험한다. 이러한 상황에 대한 조사원들의 대처방법으로는 다른 조사원들의 체험사례나 수기를 읽음으로써 간접 체험을 하거나, 동료 및 선배들과 조사원으로서의 다양한

실패 상황과 경험을 공유하는 등의 행위를 통해 이를 통한 다양한 실패 상황에 대한 사전 지식을 습득하는 것이 중요하다.

## (2) 좌절감에 대한 준비

조사원들은 실패 상황에서 정서적·감정적 동요가 심하다. 이러한 상황이 갑자기 닥치면 조사원들은 사전 지식만으로는 대처가 힘들다. 따라서 역할극 등을 통한 실제 실패 상황과 유사한 경험의 숙지가 필요하다. 실제와 유사한 역할극을 통해 감정적 동요와 느낌을 미리 연습함으로써 면역효과를 가질 수 있으며, 조사원들이 실제로 실패 상황에 직면했을 때 객관적 관점을 유지하는데 도움이 된다.

## (3) 유사한 좌절감 극복 경험

조사원은 첫 번째 조사 실패에 이어 두 번째까지 실패하게 되면 유사한 좌절감을 경험하여 세 번째 도전에 성공할 확률이 줄어들게 된다. 단순한 실패의 반복 경험이 재시도 시 큰 장애로 다가오기 때문이다. 예를 들어, 첫 시도에 실패한 문제를 두 번째 도전에 성공할 확률은 50%이다. 두 번째까지 실패하고 세 번째 도전에 성공할 확률은 25%라고 생각겠지만 실제로 성공할 확률은 여전히 50%이다. 이렇게 부정적인 생각을 하는 것을 ‘예기불안’이라고 하는데, 이는 어떤 일이 있기 전에 미리 부정적인 일의 가능성을 예측하고 불안해하는 것을 의미한다. 하지만, 역설적으로 적절한 예기불안은 적절한 긴장 유발 수행에 도움을 주기도 하므로 좌절감을 경험하더라도 ‘예기불안’의 감정을 잘 컨트롤 하는 것이 중요하다. 시합에 나가기 전에 질 것을 미리 걱정하는 씨름 선수가 과연 경기에서 이길 수 있을까? 따라서 실패에 대해 미리 걱정하는 마음은 좋지 않다.

유사한 좌절감을 극복하기 위한 대처방법으로 역할극을 통한 좌절 극복 사례를 개발하여 공동 체험을 통한 좌절감을 극복하는 경험을 쌓는 것이다. 상황에 대해 미리 학습하고 경험하면 좌절의 상황에서도 투쟁의지를 가질 수 있다.

## 3. 조사 불응으로 인한 좌절감으로부터의 해방

조사 불응으로 인한 좌절감으로부터 해방되기 위해서는 먼저 내가 왜 이

일을 하는지에 대한 대답을 만들어 두는 것이 필요하다. 일에 대한 동기 및 필요성에 대해 생각하는 것은 내가 하고 있는 일에 대한 정당성과 당위성을 끌어낼 수 있을 뿐만 아니라, 자신감 회복에도 도움이 된다. 인간의 모든 행동은 그 행동을 있게 하는 이유가 있고, 아무리 힘들고 어려운 일이라 할지라도 그 일을 하는 뚜렷한 동기(이유)가 있다면 쉽게 포기할 수 없게 되기 때문이다.

조사원들 역시 ‘내가 이 힘들고 어려운 조사업무를 왜 하는가’에 대한 대답을 자녀의 웃는 모습, 가족이 건강하게 회복하는 모습 등 아주 구체적이고 생생한 것으로 만들어 두면, 아무리 당황스러운 상황이 일어난다 할지라도 일에 대한 당위성과 합리성을 쉽게 떠올릴 수 있다.

### (1) 좌절의 감정 이해

좌절이라는 감정을 본인 스스로 두려워하지 않고 제대로 이해하는 것이 필요하다. 이를 위해 정서나 감정의 변화에 유연하게 대처할 줄 알아야 한다. 응답자의 거친 조사 불응 시에, 대부분의 조사원들은 처음에 당혹감을 느끼고 거친 호흡과 두근거림 등을 경험하며 이는 곧 신체적 각성과 동시에 흥분 상태로 이어지게 된다. 또한, 분노, 적개심, 두려움, 모멸감, 수치심 등을 느끼는데, 이는 동일한 신체적 각성 상태라 할지라도 사람마다 자신의 감정을 해석하는 것에 따라 또 반응이 각기 달라질 수 있기도 하다.

인지적 변화는 급격한 감정의 변화를 수반하는데, 특히, 분노는 인지에 기반하여, 생각 기능에 악영향을 미치게 한다. 즉, 상황에 대한 판단 능력 저하, 기억 능력 순간적 와해, 일의 진행과정에 대한 생각과 계획을 망각하게 만든다. 응답자의 조사 불응 경험 시 조사원은 불응자를 설득하기도 싫고, 조사에 대한 실패도 싫은 딜레마에 빠지게 된다. 하지만, 둘 중 하나는 반드시 선택해야 하는 상황이 되므로 조사원은 이러한 상황을 잘 극복하는 것이 중요하다.

### (2) 좌절로 인한 분노 다스리기

조사원은 조사실패로 인한 좌절의 분노를 잘 다스리기 위해서는 우선, 자신의 분노 감정을 자각하고, 바라보고, 자신이 왜 분노하는가를 차분히 생각해 볼 필요가 있다. 그리고 분노의 이유에 대해 자문해본 뒤, 분노의 감

정을 적절히 표현할 방법을 찾아야 한다. 절대로 응답자에게 표현하지는 말고, 차 속에서 소리를 지르거나 혼잣말로 ‘괜찮다’를 반복하며 마인드 컨트롤을 하는 등의 자신만의 방법으로 해소를 하는 것이 필요하다.

### (3) 좌절 대처 방식 이해

#### (가) 타협

타협은 갈등이나 좌절에 직접적으로 대처하는 가장 흔하고 효과적인 방법 중의 하나이다. 조사원은 조사 자체를 거부하는 응답자에게 최소한 재방문에 대한 승낙만으로도 타협의 가능성을 끌어낼 수 있다.

“중습니다. 더 이상 조사에 협조해달라는 말은 하지 않겠습니다. 대신 다시 한 번 방문하는 것만 허락해주세요. 물 한 잔만 대접받을 수 있으면 좋겠네요...”

#### (나) 모면 또는 퇴각

모면은 좌절 상황으로부터 일시적으로 벗어나는 것을 뜻한다. 하지만, 모면은 처음부터 시도할 것이 아니라, 직면과 타협의 모든 시도를 다해 본 이후의 최후의 방법이 되어야 한다.



■ 연습문제

1. 다음 빈칸에 들어갈 알맞은 단어를 채우시오.

- ① 용모 관리의 핵심은 ( )의 입장에서 나를 바라보는 것이다.
- ② 첫인상의 요소 중에서, ( ), ( ), ( )의 순서대로 사람들은 중요하게 생각한다.

2. 다음 빈칸에 들어갈 알맞은 단어를 채우시오.

- ① MBTI 성격 유형은 발산하는 에너지 방향이나 주의초점을 중심으로 ( )과 ( ), 정보 수집과 인식 기능을 중심으로 ( )과 ( ), 의사결정과 판단 기능을 중심으로 ( )과 ( ), 생활과 이해양식을 중심으로 ( )과 ( )으로 크게 구분한다.
- ② 다음 중 소심하거나 경계심이 많은 사람이 하는 행동이 아닌 것은?
  - a. 자주 눈을 깜박인다.
  - b. 복장이 단정하지 못하다.
  - c. 대화 도중에 자주 손가락을 움직인다.
  - d. 말을 하면서 손으로 입을 가린다.

3. 다음 괄호 안에 적절한 용어는?

- ① 설득의 ( )은 설득대상자가 설득하는 사람의 제안이나 메시지를 받아들일도록 하기 위해 정교한 설득 메시지를 만들거나 정보원의 매력을 강조하는 방법을 들 수 있겠다. ( )은 설득대상자의 저항을 낮춤으로써 설득의 가능성을 높이는 방법이다.

4. 다음 중 거절회피전략의 순서를 바르게 나타낸 것은?

- ① 관계의 유지 - 경청 - 대답고안 - 대답하기
- ② 경청 - 관계의 유지 - 대답고안 - 대답하기
- ③ 대답고안 - 대답하기 - 경청 - 관계의 유지
- ④ 경청 - 대답고안 - 대답하기 - 관계의 유지



5. 다음 괄호 안에 알맞은 말은?

- ① ( )란 본래 물리학에서 사용된 용어로서 어떤 물체에 외부압력이 가해질 때 그 물체의 내부에서 발생하는 압박상태를 말한다.
- ② 스트레스는 단순한 ( )이 아니다. ( )은 감정적, 심리적 영역에서 작용하나 스트레스는 생리적 영역에서 작용한다. 다만, 스트레스는 ( )을 동반한다.

6. 다음 중 불응가구에 대한 설득 과정에서 적절하지 않은 것은?

- ① 응답 대상자가 부담스럽지 않게 캐묻거나 심야 시간대에 방문하지 않기
- ② 응답 대상자가 마음을 열 때 까지 기다려 주기
- ③ 항상 공문과 신분증을 지참하여 신뢰감을 주기
- ④ 계속 거부하면 법적으로 책임이 생김을 설명하기

■ 연구과제

- 몸짓언어에 대해 자세히 설명한 책이나 자료를 찾아본다.
- 인생을 의미 있게 가꾸는 법에 대한 책이나 자료를 찾아본다.
- 응답자가 조사원 자체에 대해 불신하여 조사에 불만을 가지는 경우를 가정하고, 전문성을 보이는 방법을 연구해 보기
- 응답자가 국가에 불만을 가지는 경우를 가정하고, 이에 따른 설명과 설득, 대응방안을 연구해 보기
- 직무스트레스와 기타 스트레스와의 차이점과 공통점 연구해 보기
- 조사원의 좌절 및 극복과정에서 개인 간에 차이가 있는지 연구해 보기



■ 연습문제 정답

1. 정답: ① 상대방, ② 외모, 음성, 말의 내용
2. 정답: ① 외향-내향, 감각-직관, 사고-감정, 판단-인식, ② b
3. 정답: 알파설득전략- 오메가설득전략,
4. 정답: ①
5. 정답: ① 스트레스, ②불안
6. 정답: ②



- 가브리엘레 체르빈카, 가브리엘레 슈란츠(2000). 성공하는 사람은 첫인상이 다르다. 프인돌 출판사.
- 김정택, 심혜숙(1994). MBTI와 나의 가족이해. 한국심리검사연구소.
- 김창룡(1994). 인터뷰 - 그 기술과 즐거움. 김영사
- 로버트 치알디지(2002). 설득의 심리학1, (이현우 옮김). 21세기북스.
- 로버트 치알디니, 노아골드스타인, 스티브마틴(2008). 설득의 심리학 2, (윤미나 옮김). 21세기 북스.
- 이백용, 송지혜(2006). 남편 성격만 알아도 행복해진다 :부인 성격 알면 더 행복해진다. 비전과리더십.
- 이종목(2008). 직무 스트레스의 이해와 관리전략. 전남대학교출판부.
- 이현우(2014). 오메가 설득이론. 커뮤니케이션북스.
- 정동화(2010). 심리사회적 스트레스 =Psychosocial stress. 한국학술정보.
- 조성환(2009). (MBTI)내 성격은 내가 디자인한다. 부글북스.
- 정혜전(2012). 첫인상을 결정하는 소통 기술 10[전자책]. 플레이북.
- 통계교육원(2008). 현장조사면접기법. 대전: 통계청
- 한경(2004). 첫인상 5초의 법칙 :당신의 운명을 바꿀 첫인상 혁신 프로젝트 =First impression rule of 5 seconds. 위즈덤하우스.
- 황현진(2014). 설득의 정석. 비즈니스북스.
- 히다카 아츠시(1996). 첫인상으로 상대를 간파하는 법, (이경민 옮김). 삼성서적.
- 히다카 아츠시(2003). 첫인상이 성공을 좌우한다, (강일선 옮김). 동문사.
- 小林久美子(2001). 조사원의 자질 확보에 대하여. 통계정보, 2001년 1월호.
- Conrad, F. G., & Schober, M. F. (1996). How interviewers' conversational flexibility affects the accuracy of survey data. In Annual Meetings of the Section on Survey Research Methods of the American Statistical Association.

- de Leeuw, E., Hox, J., Snijkers, G., & De Heer, W. (1998), Interviewer opinions, attitudes and strategies regarding survey participation and their effect on response. *ZUMA Nachrichten Spezial*, 4, 239-248.
- Groves, R. M., & Couper, M. P. (1996), Contact-level influences on cooperation in face-to-face surveys. *Journal of Official Statistics*, 12(1), 63.
- Mehrabian, A. (1977), *Nonverbal communication*, Transaction Publishers.

# 4부

---

사례로 익히는  
조사현장

## 4부. 사례로 익히는 조사현장

### 목차

학습과목의 개요 .....	165
<b>제1장. 응답자와의 관계 형성과 신뢰 쌓기</b>	
1-1. 응답자와의 신뢰 형성의 중요성 .....	167
❶ 응답자와의 신뢰 구축 .....	167
❷ 신뢰 구축을 위한 실천 지식 .....	170
❸ 현장에서의 관계와 신뢰형성 .....	171
1-2. 응답자와의 관계 사례 소개 .....	173
❶ 사례로 보는 조사자와 응답자와의 관계 .....	173
❷ 조사자와 응답자 사이의 신뢰 형성의 실제 .....	177
<b>제2장. 조사 불만 이유의 유형과 대응</b>	
2-1. 조사 대상자들의 불만과 그 유형 .....	181
❶ 불응에 대한 유형별 접근 .....	181
❷ 불응의 유형별 대응방안 탐색 .....	183
2-2. 실제 사례를 통한 불만 대응과 대안 .....	187
❶ 사례를 통한 불만의 대안 찾기 .....	187
<b>제3장. 조사원의 역할과 기능, 그리고 조사원 사이의 관계</b>	
3-1. 조사원의 직무와 소명 의식 .....	193
❶ 조사원의 역할과 기능 .....	193
❷ 조사원간 관계의 중요성 .....	197
3-2. 실제 사례를 통한 조사원 사이의 관계 .....	201
❶ 상호간 협력체계의 중요성 .....	201
연구과제 또는 연습문제 .....	210
부  록 .....	212
참고 자료 .....	213

## 사례로 익히는 조사현장 과목의 개요

---

### 학습 목표

- 조사원과 응답자 상호간 관계와 신뢰를 통해 원활한 조사가 진행될 수 있음을 이해한다.
- 조사원은 응답자가 갖는 불만에 대해 이해하고, 이를 해결할 수 있는 대응 방안을 인지한다.
- 조사원들 사이의 정보 공유와 밀접한 관계를 통해 문제해결 방안을 도출함을 이해한다.
- 현장조사 사례를 살피면서 조사의 과정과 의미를 이해할 수 있다.

### 선수학습

통계조사, 조사원, 조사원의 직무, 응답자, 조사의 과정, 조사의 예절과 자세

### 주요 용어

현장조사, 신뢰, 관계, 정보 공유, 공감, 직무

### 학습과목의 내용요약

조사원은 응답자와 안정적인 관계를 형성하여 신뢰 속에서 조사를 진행하여야 한다. 응답자는 특정한 이유로 인해 조사에 대한 불만을 갖게 되고, 조사자는 불만의 유형을 파악하고 이에 대응하여야 한다. 조사원들은 자신의 직무를 올바르게 이해하고 자신들의 일에 자부심을 가지며 자신감 있게 현장조사에 임해야 한다. 본 장에서는 조사자와 응답자 사이의 관계 형성, 응답자들의 불만과 그에 대한 대응, 조사원 사이의 관계를 사례를 통해 알아보려고 한다.



## 1-1.

### 응답자와의 신뢰 형성 의 중요성

#### 학습목표

- 응답자와의 관계 형성과 신뢰 쌓기의 중요성을 이해한다.
- 응답자와의 우호적 관계 형성과 원활하고 수준 높은 결과 도출한다.

### 1 응답자와의 신뢰 구축

#### 1. 응답자와의 관계 형성

통계조사는 표본으로 선택된 응답자들의 응답을 기반으로 분석이 이루어진다. 조사자는 응답자가 통계조사의 취지를 분명히 이해하고, 질문에 대한 정확한 답변을 하도록 도와주는 역할을 한다. 응답자 역시 조사자와의 의사소통을 통해 조사에서 묻는 질문을 자신의 생각과 사실에 따라 응답하게 된다.

이렇듯 조사자는 통계조사와 응답자의 연결고리가 되게 된다. 또한, 응답자는 조사자를 통해 통계조사 혹은 이를 수행하는 정부기관에 대한 인식을 하게 된다. 조사자가 자신의 직무를 정확히 인지하고 응답자에게 분명한 정보 전달을 하게 되면, 통계조사의 품질 역시 우수해진다.

현장조사에서 비표본오차를 최소화하기 위한 성실한 조사를 수행하기 위해서는 여러 가지 소양이 요구되지만, 응답자와의 유대를 강화하고 신뢰를 형성하여 조사자와 응답자 사이의 긴밀한 관계를 유지하는 것이 일차적인 소양이다(홍두승 2000; 류근관 2015). 현장에 투입되는 조사원은 응답을 하게 되는 조사 대상자에 대한 기본적인 존중의 마음을 지니고 조사의 처음에서 끝까지 성실하게 참여하도록 유도해야 한다. 조사원에게는

직업적인 일이지만, 응답자는 개인 시간을 할애하여 자신의 사생활이 일부 노출될 수도 있는 민감한 이야기를 해야 하는 일이다. 그렇기 때문에 조사원은 정중한 태도로 본인의 고마움을 전달하며 응답자의 성실한 참여를 도와야 한다.

## 2. 관계 형성을 위한 기술

조사자와 응답자는 통계청의 국가통계 조사를 매개로 만난 인연이라 할 수 있다. 조사자와 응답자 모두 국가통계라는 일 때문에 서로를 알게 된다. 둘은 이전에 알지 못했던 사람일 가능성이 매우 높고, 두 사람 사이에는 불확실성이 있다. 특히, 응답자는 자신의 상황이나 생각을 조사자에게 답변을 해야 하기 때문에 그 관계가 불편하게 느껴질 수 있다. 그러하기에 조사원은 응답자에게 경청과 공감, 설득을 바탕으로 조사원과 응답자 상호간의 관계를 구축해야 한다.

### (1) 경청과 공감

경청과 공감이란 이야기하는 상대방의 의견을 단순히 잘 듣는다는 것을 넘어, 상대로 하여금 ‘나는 당신의 이야기를 잘 듣고 이해하고 있습니다.’라는 믿음을 주는 것이다. 이는 상호간의 믿음을 바탕으로 보다 열린 마음으로 대화를 이어나가게 해주는 원동력이 된다. 경청이란 여러 가지 언어적 혹은 비언어적 반응이 함께 하는데, 이는

- 시선을 맞추고(eye contact), 의견에 공감하며
- 상대방의 의중을 먼저 파악하여 동조하고
- 고개를 끄덕여주고
- 맞장구와 추임새를 넣어주고
- 공감의 언어를 말하며
- 상대방의 말을 다시 한 번 반복함

위와 같은 언어적 혹은 비언어적 반응을 통해 상대방의 의사전달에 대한 경청과 공감을 했다는 확인을 해준다.



## (2) 설득

설득은 기본적으로 조사자가 응답자의 마음을 움직여 조사에 임하게 하는데 있다. 설득의 시작은 조사자가 자신의 의견을 내세우는 게 아닌, 응답자를 이야기의 중심에 두고, 열린 마음과 공감의 자세로 응답자의 말을 경청하고, 입장을 이해하며, 고민에 대한 대응방안과 이유를 제시하는 것에서 시작된다.

- 설득이란 기본적으로 일회성 혹은 한 번에 끝나는 작업이 아니며
- 필요시에는 여러 번의 반복적인 시도를 통해 응답자의 마음을 열려고 노력함

이러한 설득에는 여러 가지 방법론이 있다. 실제 현장조사에서는 상황과 입장에 맞게 설득의 다양한 기술을 가지고 응답자를 대해야 한다.

### (가) 조사원 스스로 자신의 일과 소명에 대한 확신과 자긍심 함양

조사원은 스스로가 응답자를 설득할 수 있을까라는 회의적 태도가 아닌, 접촉을 통해 응답자의 마음을 돌려세울 수 있다는 확신에서 설득을 시작해야 한다. 이런 태도를 갖춰야 응답자는 신뢰를 받을 수 있고, 이는 설득으로 이어진다.

### (나) 존중의 자세로 응답자와의 의사소통

조사원 자신만의 의견을 내세우는 것이 아니라, 응답자의 이야기를 더 들으려고 노력해야 한다. 그 속에서 응답자가 마음을 여는 순간을 포착하고, 여러 번 두드려서 그 마음을 연다는 자세로 조사에 임한다. 응답자를 격하시키거나 낮춰 보려는 마음가짐이 아니라, 응답자와 조사자 모두에게 공통의 이익이 생기는 접점을 찾으려 노력해야 한다.

### (다) 국가통계의 중요성과 보상

국가통계 조사에는 경우에 따라 적절한 보상이 있을 수 있으므로, 보상이 있을 시 사전에 공지하고, 조사에 응할 시에 얻게 되는 이익에 대해 이야기해야 한다. 그리고 응답자의 의견이 우리나라의 상황을 정확히 파악하고, 이를 통해 더 살기 좋은 사회를 건설하는 밑거름이 됨을 분명히 설명한다.

## 2 신뢰 구축을 위한 실천 지식

통계조사는 표본으로 선택된 응답자들의 응답을 기반으로 분석이 이루어진다. 응답자는 조사원과의 상호 신뢰관계 안에서 더욱 정확하고 적절한 의견을 개진할 수 있다. 또한, 조사자에 대해 믿음이 부족하고 신뢰도가 떨어지게 되면 응답자는 건성으로 조사에 임하는 경우도 생기고, 이로 인해 비표본오차가 더욱 커지게 된다(Babbie 2007).

응답자와의 우호적인 관계를 형성하기 위해서는 먼저 조사원 스스로가 예의 바른 태도와 정제된 언어 사용을 해야 한다. 이를 통해 조사원의 정중한 마음가짐과 행동이 응답자에게 전달되고, 이를 통해 두 사람 사이에 우호적인 관계가 형성되고 신뢰가 쌓이게 된다. 이는 원활한 조사의 진행과 조사 품질로 연결된다(류근관 2015).

조사원이 현장조사 시에 갖추어야 할 예절은 몇 가지 분류로 나눌 수 있다. 이는 언어적인 부분과 태도적인 부분으로 다시 나눌 수 있다. 먼저 언어적인 부분을 살펴보도록 하겠다. 이는 표현, 설명, 의견 청취, 대화 시 주의사항으로 세분하여 보기로 한다.

### 1. 표현

먼저 표현에 대해 살펴보자.

- 조사원은 응답자와의 대화에서 이해하기 쉬운 일상적인 언어를 사용하며
- 대화 속에서 명령형이나 고압적인 언어는 쓰지 않고
- 권유나 의뢰가 느껴지는 언어를 사용하며
- 항상 표준어를 사용하고, 은어와 비속어 등은 지양하고 쉬운 우리말로 설명함

말이란 밖으로 표현할 때, 그 표현의 방식과 전달도구에 따라 상대방에게 달리 전달된다. 위에서 이야기한 표현의 중요성을 인식할 필요가 있다. 특히, 다문화조사나 노인 인구 조사 시에는 응답자의 상태에 따라 더욱 언어 사용에 신경을 쓸 필요가 있다.

### 2. 설명

설명에 관한 부분은 항상 응답자의 입장을 배려하며, 친절함이 느껴지는 언어와 태도로 조사에 대해 이야기 한다.

- 설명을 할 때에는 응답자의 눈을 주시하고, 반응을 살피며 이야기 하고
- 어조는 분명하면서도 조용하게 유지하며
- 응답자가 조사에 대해 질문하면 할 수 있는 한 성실하게 설명함

### 3. 의견 청취

조사자는 응답자의 의견을 청취할 때에도 예절을 지키도록 한다.

- 대화의 처음과 끝에는 응답자에게 조사에 임해 주어 고맙다는 사향을 전달하며
- 기본적으로 응답자의 말을 주의 깊게 경청하며 그 태도에 공손함을 담고
- 질문이 필요한 경우에는 응답자의 말을 중간에 끊거나 끼어들지 않고 응답자의 발언이 모두 끝난 후에 하도록 하며
- 응답자에게 보충 질문이나 설명, 혹은 다른 의견을 말할 경우에는 정중하게 양해를 구하고 대화를 진행함

### 4. 대화 시 주의사항

대화 시 주의사항은 다음과 같이 정리가 가능하다.

- 조사원은 절대 상대를 무시하거나 가르치는 태도를 취하지 않으며
- 응답자의 약점이나 비관적인 상황을 직설적으로 이야기하거나 지적을 하지 않고
- 어떠한 사항이나 문항에 대해 불평, 불만, 반대, 비난은 삼가야 함

중립적인 태도와 가치관, 언어사용은 조사원의 중요한 덕목이다. 응답자와의 조사 과정 중간에 짜증이나 불편한 기색을 드러내지 않아야 하며, 갑자기 화제를 전환하거나 이야기의 맥을 끊지 않는다. 더불어 대화 시에 집중을 못하고 주의를 자주 둘러보거나 시계를 자주 보고, 특히, 스마트폰을 꺼내어 자주 확인하는 등의 행동을 하지 않아야 한다. 이는 기본적인 예절과도 연결되며, 조사원은 이를 통해 응답자에게 신뢰감을 주며 우호적인 관계를 형성할 수 있다.

## ㉓ 현장에서의 관계와 신뢰형성

### 1. 사례 - 경제활동조사의 불응과 대처

경인지방통계청(2015)에서 펴낸 ‘현장조사 공감백서’를 살펴보면, 현장에서의 응답자와 조사원의 관계와 그들 간의 신뢰 형성이 조사에 얼마나 큰 영향을 미치는지에 대해 자세히 나와 있다. 한 사례를 살펴보면, 경제활동 인구조사의 경우, 응답 대상자들이 사생활의 노출과 조사 자체의 난이도 때문에 꺼려하는 경우가 많다. 사례의 대상자는 처음에는 조사에서 묻는 것이 너무 많고, 자신의 가정 상황에 대해 너무 자세히 물어보기 때문에 사생활 침해의 감정을 느낀다고 했다. 하지만, 조사원은 지속적으로 전화 및 방문을 통해 과하지 않게 설명을 하고, 귀찮아지실 때 다시 찾아오겠노라 말하며 시간을 가지고 기다렸다고 한다. 결국, 명절이 다가오면서 인사를 건네고, 자녀들의 안부를 물으며 조사에 응할 마음이 생길 때 연락을 달라고 하니, 응답자가 조사에 응했다고 한다.

응답자는 조사의 난이도와 사생활을 노출시킬만한 깊고 자세한 질문들 때문에 조사를 꺼려했다고 한다. 더불어 성년이 된 자녀들의 고용 상황을 이야기해야 되는 문제로 고민을 했다고 한다. 하지만, 조사자의 마음 씀씀이와 주기적인 전화와 방문 상황에서도 강압적으로 조사를 강요한다거나 지나치게 읍소하는 모습이 아닌, 평범한 이웃처럼 안부를 묻고 기다려 주는 모습에 마음을 열었다고 한다. 다음 절에서는 실제로 일어날 수 있는 응답자와의 관계 소개를 자세히 살펴보면, 우호적인 신뢰 관계에 대해 알아보도록 하겠다.

## 1-2.

# 응답자와의 관계 사례 소개

### 학습목표

- 응답자와의 관계 형성에 대한 우수 사례 소개
- 응답자와의 우호적 관계 형성과 신뢰 관계 구축을 위한 방법 제시 및 습득

## 1 사례로 보는 조사자와 응답자와의 관계

### 1. 예시 - 현장에서의 상호작용

현장조사에 임하는 조사원이 어떻게 응답자와의 관계를 형성하고 신뢰를 구축하여 원활한 조사를 수행 할 수 있는지 구체적인 사례를 들어 설명하도록 하겠다. 조사원 김태희님이 응답대상자인 경기도 수원시에 거주하는 송혜교님을 찾아가서 통계조사를 한다고 가정해보자. 먼저 조사원 김태희는 응답자가 조사에 성실히 참여할 수 있게 조사원으로서 지켜야 할 수칙을 다시 한 번 되새긴다. 조사원으로서 지켜야 할 유의사항에는 몇 가지가 있다. 먼저 면접을 위한 사전 준비를 철저히 하고, 조사의 시작 시점에서 협조 공문을 제시하며 공적인 통계조사의 취지와 응답을 정중히 요청한다. 최대한 응답자가 희망하는 시간에 맞추어 조사를 진행하고, 응답자가 부담을 느낄 수 있는 행동과 언어 사용을 하지 않음을 상기한다.

유의사항을 다시 확인한 조사원 김태희는 응답자 송혜교의 거주지로 향해 초인종을 누르고 응답자와 대면한다. 응답자 송혜교는 보통의 응답대상자처럼 처음에는 응답을 거절하려고 한다. 조사원 김태희는 응답자가 걱정할 만한 사항들에 대해 먼저 이야기 한다. 통계법에 기초하여 개인정보보호가 이루어지며, 국가통계 사업의 목적과 중요성 등을 공손하고 정중하게 전달한다. 처음에는 응답을 거부하고 난색을 표명하던 응답자는 조사에 동의한다.

조사원 김태희는 자연스럽게 응답자 송혜교와 시선을 맞추기 위해 노력을 한다. 목소리는 너무 들뜨거나 가라앉지 않게 주의하면서 자연스러운 말투로 이야기를 시작한다. 조사에 필요한 스마트폰이나 태블릿 컴퓨터 등의 사용으로 대화의 맥이 끊기거나 시선, 표정이 분산되지 않도록 주의하며 대화를 시작한다.

조사원 김태희는 먼저 조사와 조사원에게 흥미와 친밀한 감정을 느끼도록 국가통계조사의 취지와 자신의 이야기를 일상적인 언어로 편안한 분

위기를 가지고 시작한다. 응답자 송혜교에게 다른 가족 구성원들이 조사에 관여하지 말고 조사원과 응답자 둘만 조사를 할 수 있게 양해를 구한다. 대화가 서로 오갈 때 마다 응답자 송혜교의 말에 진지한 태도로 경청한다. 조사원 김태희는 조사의 순간순간 마다 긍정적이면서도 자신감 있는 태도와 어조를 유지하며 조사의 중심을 유지한다. 조사원은 응답자 송혜교에게 영향을 미치는 보조 질문이나 설명을 피하면서 필요 이상의 시간을 소요하지 않게 조사 시간을 체크하며 되도록 신속히 대화를 진행한다. 대화 중에 주제에서 벗어난 이야기로 말이 길어질 경우, 다시금 응답자 송혜교에게 주제와 연관시켜 질문을 던지며 분위기를 전환할 수 있게 한다.

조사의 막바지에 이르러, 조사원 김태희는 응답자 송혜교에게 다시금 질문의 의미를 제대로 이해했는지 확인하며, 응답의 방향을 재확인한다. 위의 과정은 응답자의 말에 찬성을 표하는 공감과 동조의 어투를 사용하며, 모호한 경우 응답자 송혜교의 대답을 요약하며 다시 질문하고, 항상 지시적인 질문은 피하고, 적당한 선에서 질문을 끝낸다. 이를 통해 신뢰성 있는 자료를 얻는다.

## 2. 조사자와 응답자 사이의 Rapport - 실제 사례 분석

조사자와 응답자 사이에는 단순한 통계조사를 위한 면접원과 피면접원의 관계 보다 구체적인 친밀관계와 신뢰가 형성될 필요가 있다. 사회과학의 용어 중에서 Rapport(래포)라는 것이 있다. 이는 두 사람 이상의 관계에서 발생하는 조화로운 일치감을 의미한다. 이것을 통계조사의 영역으로 가지고 오면, 조사자와 응답자 사이에 상호간의 신뢰와 감정적인 친근함을 느끼는 인간관계라고 조작적인 정의를 내릴 수 있다(배수진 2014; Hershkowitz 2013; Walsh 2011). 일반적으로 사람 사이의 관계에서 마음이 통하고, 따뜻한 인간적 정서를 공유하고 감정의 교류가 일어나는 것을 Rapport라 할 수 있으며, 국가 통계조사에서도 굉장히 강조되는 개념이다(Babbie 2007; 류근관 2015). 여기에서는 2015년 통계청에서 펴낸 2015 통계대행조사 현장조사 체험수기를 바탕으로 실제 사례를 재구성하고, 조사원과 응답자 사이의 Rapport 형성을 통한 신뢰 관계 구축에 대해 알아보도록 하겠다.

### (1) 사례 - 사람이 꽃보다 아름다워

경인지방통계청 조사원 A는 본인이 지역별 고용조사의 대상가구로 선정되면서 통계청의 국가통계 조사 사업을 접하게 되었고, 이를 계기로 조사원 생활을 시작했다고 한다. 조사원 생활을 하면서 일의 긍지를 느끼고, 더불어 주변 이웃들을 조사를 매개로 만나면서 사랑의 가치를 느끼게 되었다고 한다.

A는 패널조사 업무도 담당하였는데, 조사를 위해 2년 전에 같은 조사를 수행했던 응답 대상자 B의 집을 방문하였다. 조사원 A와 응답자 B는 마치 오랜 인연처럼 반갑게 인사하고 조사를 마무리하고 헤어졌다. 그런데 한참 후에 응답자 B로부터 한 통의 전화를 받았다. 응답자 B는 개인적으로 굉장히 힘든 상황에 처해 있었고, 조사원 A에게 손을 내밀었다. 자신이 중요한 무릎 수술을 받게 되었는데, 돌봐 줄 사람이 없으니 수술 첫 날만 병원에 동행해 줄 수 없느냐고 물었다. 전화를 받은 조사원 A는 조사만 끝나면 남남이 되고 모른 체 한다는 인간미 없는 통념을 깨고 싶었다고 회고했다. 뒷일은 생각하지도 않고, 동행하기로 약속했다. 처음에는 수술 당일만 동행하기로 했는데, 응답자 B의 딱한 사정을 알고 보니 한 번만 가고 그만둘 수가 없어, 퇴원하는 날까지 일과를 마치고 나면 병원에 찾아가 간병도 하고 말벗도 되어 주었다. 처음에는 조사원과 응답자의 관계로 만나게 되었지만, 한 달여 시간을 함께 하다 보니 자연스럽게 언니와 동생 사이로 발전하였고, 현재는 가족 간 경조사까지 챙기는 친밀한 관계로 발전했다고 한다. 응답자 B는 조사원 A의 따뜻한 마음 씀씀이에 감복했고, 조사원 A의 권유를 받아 고용지원센터를 통해 요양보호사 공부를 시작하면서 새로운 인생을 설계하게 되었다고 한다. 응답자 B는 통계조사를 인연으로 은인도 만나고 마음의 병도 치유되었다고 말한다. 조사원 A는 이 일을 계기로 조사원의 인격을 인정해 주는 뿌듯함을 느꼈다고 한다.

국가통계 자료 수집을 위한 통계조사는 조사원에게는 그저 일종의 직업이자 밥벌이의 수단일 수 있다. 마찬가지로 응답 대상자 역시 국가가 임의로 지정한 사업에 협조하는 한 사람의 국민일 수 있다. 하지만, 위의 조사원과 응답자의 사례처럼 공적인 일로 만난 두 사람이 조사를 매개로 인간적인 인연을 맺고, 각박한 사회의 모습을 비웃기라도 하듯 애뜻하고 정겨운 사람 냄새나는 사연을 만들어 냈다. 조사원은 정확한 설명과 가치중립적인 자세로 원활한 통계조사를 수행할 의무가 있다. 그렇지만, 그 내면에는 응답 대상자인 우리 국민을 하나의 인격체이자 소중한 이웃으로 생각하고 이들과의 따뜻한 관계 형성을 할 이유가 있다. 위의 사례와 같이 단

순히 조사의 협조를 구하려는 차원을 넘어 사람의 마음을 얻는 다는 관점으로 접근한다면, 면접자와 피면접자와의 신뢰 관계도 더욱 쉽게 형성될 수 있다.

## (2) 사례 - 손에 손잡고

경인지방통계청 조사원 C는 2015년 처음으로 조사원 생활을 시작한 새내기이다. '2015 다문화 실태조사'에 참여하면서 내면의 성장을 경험했다고 진술했다. 다문화 조사의 특성상, 언어적인 장벽과, 자신의 사생활이 노출되기를 꺼려하는 심리 때문에 조사의 이중고를 겪을 수 밖에 없었다고 한다. 조사원 C가 배정받은 가구수는 50가구였고, 처음부터 조사에 속도를 내기 보다는 일단은 처음 한 주간은 배정받은 가구를 훑어보는 마음으로 시작했다고 한다. 하지만, 조사가 진행될수록 불응과 불능 가구만 늘어날 뿐, 진척은 없었다.

그럼에도 불구하고, 조사원 C는 몇 차례에 걸쳐 반복적으로 방문하고, 부담을 느끼는 응답 대상자에게는 쪽지와 따뜻한 말을 건네며 다시 오겠다고 말했다 한다. 그렇게 몇 번의 반복 방문이 이루어지자 몇몇 가구에서 마음을 열었다고 한다. 조사원 C가 느낀 응답 대상자들의 공통적인 특징은 외로움이었다고 한다. 대부분의 응답 대상자들은 결혼이주여성이었고, 한국인 남편과 결혼을 하여 본국의 가족과 친구를 떠나 낯선 나라에 정착한 사람들이다. 대부분의 사람들은 하루 종일 집에서 말할 사람도 없이 혼자 외로이 지내는 사람들이었다고 한다. 조사원 C는 통계법상의 비밀보호 조항을 어기는 것이 아닌가 걱정과 고민을 했지만, 같은 나라에서 온 이주여성들이 도보로 접근할 수 있는 거리에 산다는 사실을 조사를 통해 인지하고, 당사자에게 양해를 얻어 국가별로 만나게 해주었다고 한다. 그들은 같은 언어를 쓰고 비슷한 처지에 있는 모국인이 근처에 산다는 사실을 알고 연락이 되었다는 사실에 크게 감동하고 조사원에게 고마움을 표했다고 한다.

결혼이주여성들 중에는 한국 정착이 비교적 오래되어 한국어가 익숙하고 주변의 지형에도 적응한 사람들도 있지만, 대부분은 한국어가 서툴고 주변 환경이 아직 익숙하지 않다고 한다. 조사원 C는 다문화 조사 때문에 우연히 베트남에서 온 결혼이주여성을 만나게 되었는데, 해당 지역에 다문화 센터가 존재하는지를 모르고 편도 한 시간 반씩 버스를 갈아타고 타지



역에 있는 다문화 센터에 다닌다는 사실을 알게 되었다. 이에 조사원 C는 근처의 다문화 센터를 검색하고, 다음 방문 시에 가까운 다문화 센터의 정보를 응답자에 알려주었다고 한다.

조사원 C는 특수 집단 조사를 수행하면서 개인적인 감정이 업무에 지장을 줄까 걱정했다고 한다. 하지만, 주변의 다른 사람들보다 더욱 다문화 가족에 대해 관심과 지식을 쌓을 수 있게 되었고, 실제 조사를 수행하면서 조사표의 항목이 다문화 가족 응답자에게는 일부 어렵고 이해가 힘든 것이 많다는 사실도 알게 되었다. 그렇기에 한 번의 방문이 아닌 여러 번의 방문으로 조사를 완결할 수 있었고, 이 때마다 열린 마음으로 항상 친절하고 상냥하게 단순히 조사원이 아닌 대한민국의 대표 사절이라 생각하고 조사를 수행했다고 한다. 조사원 C의 이런 마음가짐이 응답자와의 신뢰 관계 구축에 얼마나 큰 힘이 되었는지는 말할 필요도 없이 자명하다.

## 2 조사자와 응답자 사이의 신뢰 형성의 실제

### 1. 신뢰의 형성

앞 장에서 이야기 했듯, 조사자와 응답자 사이의 신뢰 형성은 원활한 조사의 수행과 품질을 높이기 위해 매우 중요하다. 그리고 이를 위한 세부 지침과 기술적인 부분의 습득 역시 매우 중요하다. 하지만, 실제 사례에서 보듯, 현장에서의 적용과 대응성은 이론적인 부분 보다 훨씬 어렵고 난감한 경우가 있다. 그런 이유로 우리는 조사의 대상과 환경에 따라 응용을 할 필요가 있다.

먼저, 조사 자체에 대한 거부감을 가지고 있는 사람은 기본적으로 사회에 대한 불만과 인간관계에 대한 불신을 가지고 있는 경우가 많다. 이런 경우에는 무작정 조사를 한다고 찾아가서 밀어붙이기 보다는 시간을 두고 천천히 마음을 열어가는 과정이 중요하다. 모든 직업군이 그렇듯, 조사원도 인내가 필요한 직업이다. 조사 자체에 불신을 갖는 사람도 조사원은 믿을 수 있게 만들어 나가야 한다. 다문화 가정과 같은 특수 집단의 경우, 우리 말의 구사 정도가 약하기 때문에 언어적인 부분에 더욱 신경을 써야 한다. 항상 바르고 고운 말을 사용하고, 대부분 외로움에 지쳐 있는 대상자들이 많은 관계로 위로와 공감을 통해 접근해야 한다. 너무 빠른 조사 진도를 요구하다보면, 조사의 품질도 나빠지고 관계도 틀어질 수 있으니 주의해야 한다.

조사원은 국가통계 자료 구축을 위해 최전방에서 뛰고 있는 국가대표 선수이다. 조사를 통해 사람을 만나고 이웃을 만들며, 내면의 성장을 이룬다는 마음으로 일을 진행해야 한다. 이런 과정에서 자연스럽게 조사의 완성도와 개인의 성취감도 높아지게 된다.

## 2. 관계 맺기와 신뢰 - 경인지방통계청 구리사무소의 사례를 중심으로

2015년 11월, 경인지방통계청 구리사무소에서 실제 현장조사를 수행하는 조사원들과 면담을 나누면서 공유된 이야기를 여기에서 나누려 한다. 현장을 누비며, 대상자를 만나는 조사원들의 생생한 이야기를 들으며, 다른 조사원들이 공감하고 생각해볼 사안들을 정리하였다. 본문에는 10년 이상 근무하신 조사원 두 분과 조사원 경력 2년차 한 분, 3년차 한 분의 경험이 들어있다.

경인지방통계청 산하의 구리사무소는 구리시를 포함하여 남양주시와 하남시, 그리고 양평군과 가평군의 통계조사 업무를 맡고 있다. 3개시와 2개군을 관리하다 보니, 같은 사무소 내에서도 지역별 편차가 발생하고, 동시에 넓은 지역을 관할하다 보니 조사원들의 업무가 다른 곳에 비해 막중한 편이다. 또한, 서울의 위성도시들이라 보니, 외부로의 진출입이 잦은 편이라, 조사 대상자를 관리하기에 어려운 형편이다. 면담에 참여한 조사원들은 조사의 품질과 원활한 진행은 역시 조사원과 응답자와의 신뢰 관계 형성에서 비롯된다고 입을 모았다. 조사 대상자의 진출입 역시 문제이지만, 조사자의 잦은 교체도 신뢰 관계 형성에 악영향을 준다고 하였다. 조사원들은 조사의 성격이나 난이도에 관계없이 조사원과 응답자의 관계 형성이 시작과 끝이라는 부연을 덧붙였다. 둘 사이의 신뢰 관계가 곧 불응을 줄이는 지름길이며 원활한 조사의 밑거름이기 때문이다.

10년차 조사원은 자신의 예를 들어, 응답자와의 관계 형성을 위해 마음과 귀를 열라고 조언했다. 응답 대상자 중에서는 조사원과의 관계와 상관없이 손쉽게 조사에 응해주는 경우도 있다고 했다. 하지만, 대부분의 대상자들은 여러 가지 이유로 조사를 거부하거나 응했다가도 조사가 중단되는 경우가 생긴다고 했다. 또한, 손쉽게 조사에 응해주는 사람들도 조사원과 응답자 사이의 신뢰 관계가 약하면, 조사 품질에 문제가 생김을 경험적으로 느낀다고 했다.

그녀의 경험을 조금 더 이야기해보면, 일반 단독 및 다가구 밀집 지역의

조사와 아파트촌의 조사가 상이하다고 했다. 단독 및 다가구 지역의 조사는 응답 대상자뿐만 아니라 그의 이웃들과의 관계 형성도 중요하다고 말했다. 일단 대상자의 주소 파악도 힘든 경우가 있고, 부재시에는 대상자에 대한 정보를 수집해야 하는데, 단독 및 다가구 지역에서는 아직도 이웃들 간의 왕래가 빈번하여 이웃을 통해 정보를 입수하는 경우도 많다고 했다.

아파트의 경우는 최근 들어, 경비실에서부터 조사원의 출입을 통제하는 곳이 생겨난다고 했다. 응답 대상자들이 경비실에 민원을 제기하여 조사원 출입을 봉쇄하는 안타까운 일이 생긴다고 했다. 그래서 그녀는 먼저 관리사무소와 경비실의 관리인들과의 관계 형성에 주력했다고 한다. 통계조사원 신분증과 공문을 보여주며, 입주민을 괴롭히거나 불법적으로 정보를 취득하는 것이 아님을 밝히며, 원활한 조사를 위해 도와달라고 호소했다고 한다. 조사원 개인에게 지급되는 표본관리비를 쪼개어 관리인들에게 비타민과 음료수도 제공하고, 조사 대상자의 출퇴근 시간이나 사정에 대해 미리 청취하기도 했다고 한다.

이러한 과정을 거쳐 응답 대상자를 만나면, 처음부터 너무 많은 부담을 느끼지 않게 천천히 조사를 진행한다고 한다. 조사의 내용과 통계법에서 명시한 개인의 정보 보호와 비밀 유지에 대해 말을 하면서 응답자의 사생활 노출에 대한 부담을 줄이려 노력한다고 했다. 더불어 소액이지만, 소정의 상품권 지급에 대해 이야기하면서 분위기를 전환시킨다고 했다. 현장에서 느끼는 점은 사회경제적으로 어려움이 커지면서, 국가정책이나 사회의 불신이 조사와 조사자에 대한 불신으로 이어지는 경향이 많아졌다는 점이라고 했다. 그래서 조사의 성격이나 난이도와 상관없이 거부하는 경향이 많다고 했다. 일부는 다른 집에 가서 조사하라며 등을 떠밀기도 하는데, 그럴 때마다 차분하게 선생님께서 조사 대상자로 선정되었고, 향후 선생님의 의견이 우리나라의 국가 정책에 반영될 수 있다며 설득을 했다고 한다.

하루에 모든 조사를 마무리 짓겠다는 마음이 아닌, 시간이 걸리더라도 혹은 몇 번을 가더라도 응답자의 마음을 녹여가면서 조사를 진행할 방법이 있다면, 그렇게 했다고 한다. 항상 웃는 얼굴로 대화하고 들어주려고 노력하다보면, 어느새 응답자도 마음을 열고 자신의 이야기를 한다고 했다. 진부한 이야기지만, 내 친구라면 혹은 내 가족이라면 하는 마음으로 먼저 손을 내밀면 응답자들도 마음을 연다고 했다.

물론 응답자와의 관계 형성이 모든 경우가 순조롭지 만은 않다고 했다. 그

럴 경우, 너무 조르거나 귀찮게 느껴질 만큼의 빈도 보다는 간혹 전화나 문자, 방문을 하여 쪽지를 남기는 등의 자그마한 노크부터 시작한다고 했다. 그럼에도 불구하고 많은 사람들이 응답을 하진 않지만, 일부의 대상자들은 나중에라도 조사 의사를 밝히며 먼저 연락을 주기도 한다고 했다.

면접에 참여한 조사원들은 하나같이 통계청 조사업무가 감정노동이라고 토로했다. 하지만, 조사원들이 열린 마음으로 대상자를 품는다고 생각하고 일을 하다보면, 응답자가 설득이 되고 조사가 원만히 이어지는 경우가 많다고 했다. 이런 과정에서 자신의 일에 자부심도 생기고 상황에 맞는 각자의 대응요령도 체득된다고 말했다.

위의 사례와 같이, 조사는 응답자와의 원만한 관계 형성에서 시작된다는 것을 명심할 필요가 있다. 조사하는 입장과 응답하는 입장 모두 서먹하고 어려운 일들이 많다. 그럼에도 조사원은 국가통계 구축 사업의 전문가라는 소명의식을 가지고 다시 한 번 힘을 내고 웃으면서 응답자를 만나야 한다. 모두를 설득하고 모두의 마음을 얻는다는 생각보다는, 한 사람의 응답자라도 조사를 통해 친밀감을 형성하고 이를 통해 국가통계의 소중한 자산을 만든다는 마음가짐이 필요하다.

### 2-1. 조사 대상자들의 불만과 그 유형

#### 학습목표

- 조사 과정에서 나올 수 있는 불만의 유형과 성격에 대해 이해한다.
- 다른 조사나 연구에서의 대응 방법을 연구한다.

#### 1 불응에 대한 유형별 접근

기본적으로 국가통계는 조사원과 응답자가 접촉하여 수집된 자료를 기초로 작성되며, 이는 조사환경과 과정으로부터 큰 영향을 받게 된다. 조사원 개인의 특성과 태도, 조사업무를 수행하는 능력뿐만 아니라 응답자의 성향과 환경, 조사원과 응답자 사이의 신뢰 관계 등 여러 가지 요인들이 조사 결과에 까지 영향을 미칠 수 있다(홍두승 2000; 강병서·조철호 2013). 최근에는 조사 대상 개인과 가족의 사생활 노출 기피와 사업체 조사의 경우 기업의 비밀보호 차원에서의 조사 거부가 잇따르고 있어 현장 조사를 수행하는 조사원들이 큰 애로를 겪고 있다. 이러한 배경에서 어떻게 응답자의 불응에 대응하고, 궁극적으로 현장조사의 오차를 줄일 수 있는지에 대해 학습하고자 한다. 이를 위해 현장조사에서 꼭 필요한 조사원의 역할과 수행 지식, 조사 거부 및 불만에 대한 대응과 이를 설득하는 커뮤니케이션 요령, 그리고 불응에 대한 대처 방법을 알아보고자 한다. 응답자는 여러 가지 이유로 조사에 대한 거부감이나 불만을 드러낸다. 응답자들이 조사에 가지는 불만은 크게 아래와 같이 분류할 수 있다(통계교육원 2008).

### 1. 사생활 노출에 대한 걱정

먼저 사생활을 노출하는 것을 꺼리는 마음이다. 응답자들은 조사원에게 자신의 생활이나 처한 어려움 등이 노출될까 걱정하게 된다. 특히, 다문화 가정에 대한 조사나 경제활동 인구 조사의 경우 자신들의 결혼 생활과 현재 경제 활동 등에 대한 부분이 타인에게 노출되는 것을 경계한다.

### 2. 개인 시간의 침해에서 오는 거부감

일부 응답자들은 통계청의 사회 조사가 30분에서 한 시간 정도의 개인 시간을 방해한다고 생각하는 경향이 있다. 사회 조사의 문항이 많고 이들 문항에 대한 응답하는데 많은 시간이 소요되고, 이에 대해 지루함을 표현하고 거부하는 일이 있다.

### 3. 낯선 사람에 대한 불신

응답자들 중에 일부는 낯선 조사원이 밀폐된 공간에서 조사를 하는 것에 대해 불만을 갖는 경우가 있다. 최근 강력사건들이 잇따라 일어나면서 낯선 사람에 대한 불신이 강하게 나타나고 있고, 사회 조사를 수행하는 조사원에 대한 불신으로 이어지기도 한다.

### 4. 조사 자체에 대한 불만족

일부 응답자들은 조사 자체에 대한 불만족과 거부감을 나타내기도 한다. 통계청의 사회 조사가 어떻게 정책으로 반영되고, 조사자 스스로가 만족하게 되는 정책으로 발전하는가에 대한 의구심을 가지며 불만을 표시한다.

### 5. 조사원에 대한 불만과 거부감

어떤 응답자의 경우에는 조사원에 대한 불만과 거부감을 가지는 경우도 있다. 이는 조사원의 면접 태도와 외모, 말투 등에서 기인한다. 조사원이 고압적인 행동이나 설명을 불성실하게 하거나 미흡하게 하는 경우, 조사원의 외모가 단정하지 못한 경우, 말투가 공손하지 못한 경우에 응답자는 조사원에 대해 불만을 가질 수 있다.

## 6. 담당자의 잦은 교체로 인한 이유

담당자의 잦은 교체로 인한 조사의 거부가 있다. 통계조사는 조사자와 응답자가 마주보며 조사를 설명하고 진행해야 하기 때문에 조사자와 응답자 상호간의 신뢰와 친분 형성이 중요하다. 하지만, 조사원의 인사이동이나 일신상의 이유로 인한 퇴직 등으로 인해 응답자 입장에서는 조사원이 너무 빈번하게 바뀐다는 인상을 받을 수 있다.

## 7. 추가 조사에 대한 부담

추가 조사에 대한 부담으로 불응하는 경우가 있다. 사회 조사의 특성상 일정 기간 뒤에 추가 조사나 보충 조사가 진행되기도 하고, 자세한 내용을 묻는 경우가 많다. 응답자는 조사가 응답자 자신의 상황을 너무 많이, 그리고 자세히 묻는 것에 대해 불만을 가지는 경우가 생긴다. 또한, 빈번한 추가 조사로 인해 불만을 품는다.

## 8. 다문화 가정과 같은 특수 집단

마지막으로 다문화 가정이나 장애인, 특수 집단에서 나타나는 불응의 경우이다. 귀화한 중국 동포 가정이나 외국인 결혼 이주 여성이 있는 가구의 경우, 의사소통을 위한 언어의 문제, 자녀들이 외국인 이주 여성 혹은 귀화한 조선족 가정이라는 것이 밝혀지는 것이 두려워서 생기는 불응의 문제이다.

## 9. 기타

위에 열거한 불만의 유형 이외에도 너무 길고 이해가 힘든 문항 등의 문제, 너무 이른 혹은 늦은 시간의 방문 등의 사유로 응답자들은 불만을 표시할 수 있다. 조사원들은 응답자들의 불만을 이해하고 그 유형을 파악해야 한다. 이를 통해서 불만의 유형에 대해 효과적인 대응책을 마련할 수 있다.

## 2 불응의 유형별 대응방안 탐색

조사원은 어떻게 응답자들이 표시하는 불만에 대해 효과적으로 대응할

수 있을까? 먼저 응답자들이 어떤 유형의 불만을 가지고 있는가에 대한 이해에서 시작되어야 한다. 위에서 설명한 불만의 유형들을 예측하고 그에 대한 효과적인 대응 방안을 모색하여야 한다. 또한 조사자는 응답자의 불만을 경청하고 공감하며, 사실에 입각하여 응답자들을 안심시키며 조사에 참여하도록 유도하는 역할을 수행하여야 한다.

## 1. 사생활 노출

응답자는 조사 과정에서 불가피하게 자신의 현재 생활이나 알려지기를 꺼려하는 개인의 사생활이 노출될 것을 걱정한다. 그렇기 때문에 조사에 대한 불응이나 불만을 호소한다. 조사원은 통계법에 명시되어 있는 조사 연구의 윤리와 개인의 정보 보호에 관한 제도적 장치를 바탕으로<sup>1)</sup>으로 응답자를 안심시킬 필요가 있다(통계교육원 2008).

- 통계청의 국가통계를 위한 조사는 기본적으로 우리 국민들의 생활 실태와 의견을 묻는데 있고
- 개인의 사생활을 국가에서 알고자 하는 것이 아니라, 국민들의 실태 조사를 통해 향후 정책적 발전의 방향을 설정하기 위함이며
- 조사원은 이를 인지하고 응답자에게 비밀이 보장되며
- 우리나라의 미래 지표를 설정하기 위한 중요한 조사임을 설명하고 안심시킬 필요가 있음

## 2. 개인 시간의 침해

통계청의 조사는 설문 구성이 길고 복잡한 경우가 있다. 또한, 다문화 조사의 경우 조사원과 응답자 사이의 의사소통의 문제로 조사 시간이 길어지는 경우가 많다. 그리고 주간 방문시 응답자의 부재로 인해 이른 아침이나 늦은 밤에 조사원이 방문하는 경우가 생기는데, 이 경우에도 응답자들의 불만이 생기기 마련이다. 이런 이유 때문에 응답자는 시간상의 이유로 조사에 대한 불만이나 불응을 하게 된다(통계청 2015).

- 조사원은 응답자의 불만 이유에 공감하며
- 통계조사가 비교적 긴 시간 동안 응답자의 시간을 방해하며 조사하는

1) 통계법 제32조(성실응답의무), 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의거, 조사는 "개인의 정보와 비밀을 엄격히 보호하며, 통계작성과 연구의 목적으로만 사용되지 않으니 성실하고 정확한 응답"을 부탁할 수 있다.



것일지라도 조사를 통해 더 좋은 사회를 만드는 정책형성에 도움이 된다는 점을 강조하고

- 조사를 통해 우리 국민들의 삶을 가까이 들여다보고 이를 통해 국민들의 삶의 질을 높이는 방향 설정을 하게 된다고 설명함

위와 같은 대응방식을 숙지하고, 응답자의 도움이 우리 사회의 내일을 준비할 수 있는 소중한 자산을 설명하며 참여를 유도한다.

### 3. 낯선 사람에 대한 불신과 두려움

최근 20여 년간 여러 가지 유형의 강력 사건들이 빈번해 짐에 따라 타인에 대한 불신이나 낯선 사람에 대한 경계심도 함께 높아졌다. 조사원은 응답자의 이러한 반응에 공감하고 응답자를 안심시키는데 주안점을 두어야 한다(통계청 2015).

- 조사원은 항상 신분증을 패용하고 단정한 옷차림과 말투로 응답자에게 신뢰를 심어 주고
- 낯선 사람과의 접촉이 두려울지라도 응답자의 조사 참여가 우리 국민들의 생활상을 알 수 있게 해주고
- 나아가 더 좋은 삶의 방식을 찾을 수 있는 정책형성의 밑거름이 될 수 있음을 설명함

### 4. 조사 자체에 대한 불만족

이는 조사 자체에 대한 불신과 조사 문항의 어려움으로 나눌 수 있다. 응답자는 조사를 한다고 해도 사회가 바뀌는 것은 없다고 단정 짓고 조사를 거부하기도 한다. 사회 조사가 국민들의 실태를 정확히 알아보고, 이에 따른 정책 수요를 파악하는데 목적을 두고 있기 때문에 국민들의 의견이 정책으로 반영되기에는 시간이 걸리기 마련이다. 이에 대한 조사원의 대응은 다음과 같다(통계교육원 2008; 통계청 2015).

- 조사원은 응답자의 의견이 우리의 삶을 향상시키는데 반영이 됨을 설명하고
- 단순히 형식적인 조사에 그치는 것이 아니라 국민들의 만족도를 높이기 위한 방편으로 사용됨을 설명함

조사 문항의 어려움 때문에 조사를 거부하는 경향도 있다. 사회 조사의 특성상 긴 문항과 다소 이해가 어려운 문항들이 섞여 있다. 이와 관련해서는

- 조사원은 사전에 조사 문항과 조사의 내용을 숙지하고 응답자가 이해하기 쉽게 설명하고
- 설문 작성에 문제가 없도록 도와야 하며
- 조사원은 현장의 전문가로서 응답자에게 편한 마음으로 조사에 참여하도록 돕는 역할을 수행함

## 5. 조사원에 대한 불만과 거부감

응답자는 조사원의 태도와 말투, 외모에 대한 거부감을 갖는 경우가 생긴다. 조사원은 현장 조사를 담당하는 국가통계의 대표선수라는 긍지와 책임감을 가지고 조사에 임해야 한다.

- 항상 공손하고 예의바른 태도로 응답자를 대하며
- 설명은 쉽고 분명하게 정제된 언어로 진행하며
- 조사 현장에서는 언제나 단정한 옷차림과 머리 모양을 준수하고
- 조사의 처음부터 끝까지 흐트러지지 않는 태도와 말투를 유지해야 함

조사원에 대한 신뢰가 생길 때 응답자는 자신의 생각이나 상황을 분명하고 정확하게 답변할 수 있고, 이는 조사의 품질로 연결된다.

## 2-2.

# 실제 사례를 통한 불만 대응과 대안

### 학습목표

- 응답자의 불만의 이유와 유형을 사례를 통해 제시한다.
- 이를 해결하기 위한 대안의 제시와 대응 방법을 습득한다.

## 1 사례를 통한 불만의 대안 찾기

### 1. 불만의 유형에 대한 대응방안 - 사례를 중심으로

여기에서는 조사원들이 현장에서 수집한 응답자들의 불만에 대해 더 자세히 살피도록 한다. 불응의 유형은 크게 아래의 다섯 가지로 나뉜다. 경인지방통계청(2015)의 불응 설득 실패 사례집을 보면 위와 같은 실제 사례들을 조사원이 설명하고 있다. 여기에서는 이를 바탕으로 각 사례와 이에 맞는 대응의 유형을 찾아보고자 한다.

조사원은 자신들이 겪은 실패 사례와 성공 사례에 관한 정보와 지식을 조사원 상호간에 교환하고 공유하면서 불응에 대비하고 응답자를 설득하는 대안을 찾을 수 있다. 이런 과정에서 조사원은 서로 간에 실패 사례를 공유함에 있어서는 공감과 위로로 다가설 필요가 있고, 여러 사례와 다른 조사원들에 대한 관심을 바탕으로 우리 힘을 모아 이렇게 해보자고 하는 조사원 모두가 함께하는 대안을 모색할 필요가 있다.

### (1) 사례 - 담당자의 잦은 교체로 인한 이유

조사원 A는 2015년 11월 신규 임용되어 조사구를 할당받았다. 자신이 할당 받은 조사구는 2015년 2월과 7월, 그리고 이번 11월에 조사 담당자가 교체되었다. 한 해에 세 번이나 조사 담당자가 바뀌는 바람에 조사 대상 가구와 업체에서는 매일 같이 조사원이 바뀐다고 불평을 늘어 놓는다. 조사자가 자주 바뀌다 보니, 응답자들 역시 조사에 불응하거나 응하더라도 관계가 서먹하고 긴 이야기를 하려 하지 않는다. 조사원 A는 조사대상 가구를 지날 때마다 문 앞에 포스트잇으로 메모를 붙이거나 연락을 자주하여 조금씩 상황을 묻는 방식을 택했다. 조사도 한꺼번에 긴 이야기를 하기 보다는 작은 것에서부터 시작해서 조금씩 시간을 늘리기로 했다. 여러 번 접촉을 통해 서로에 대해 알아가고 믿음을 쌓아가기 시작했다. 처음에는 경계했던 응답대상자들도 이제는 조사원 A에 대한 믿음이 생기기 시작했다.

## (2) 사례 - 추가 조사에 대한 부담

조사의 특성상 추가 조사나 보충 질문이 쏟아지는 경우가 많다. 현장 조사원의 입장에서는 이에 대한 응답자의 불만에 시원하게 답변하기가 어렵다. 단순히 국가통계 구축에 도움이 되니 책임감을 가지고 열심히 임해달라고 말하기엔 곤란한 일이다. 조사원 B는 추가 조사에 부담을 표명하는 응답자들을 어떻게 설득할 수 있을지를 항상 고민한다. 조사원 B는 솔직한 말로 정면돌파 하는 방법을 택했다. 응답자가 불평을 하면, 먼저 공감과 동조의 말을 건넨다. “많이 힘드시죠? 저도 선생님께 계속 조사에 참여해 달라고 말하기가 너무 죄송해요. 하지만, 어쩔 수가 없어요. 조사라는 것이 한 번 시작하면 끝을 맺어야 하는데, 힘드시더라도 마음을 가다듬고 도와주세요.”라고 호소한다. 여의치 않을 때는 일보후퇴하는 모습도 보인다. “오늘 너무 길어져서 힘드시텐데, 나중에 선생님 편하실 때 다시 올게요. 편하신 시간 알려 주시면, 제가 다시 들르겠습니다. 도와주셔서 고맙습니다.” 인사하고 일단은 자리를 뜬다. 그리고 며칠 시간이 흐른 뒤에, 다시 만나서 정중하게 추가 조사의 필요성을 말하고 양해를 구한 후에 추가 조사를 진행한다.

## (3) 사례 - 가정사에 대한 자기 방어

현장조사를 실시하다보면, 불행하고 힘든 가정사를 가진 가구를 방문하게 되는 경우가 많다. 최근 경기가 어려워지면서 청년 실업과 조기 퇴직이 많아졌고, 이에 따라 부담을 느끼는 응답대상자도 증가하였다. 더불어 배우자의 사별이나 자녀의 건강 문제 등으로 인해 가정사의 부담을 느끼는 응답대상자도 많다. 조사원 C는 가정사에 대한 자기 방어로 인해 응답을 거부하는 가구 때문에 고민이 많다. 조사원 C는 먼저 공감과 위로를 통해 접근하기로 했다. 힘든 가정사를 조사원들이 모두 이해할 수는 없지만, 인지상정과 역지사지의 마음으로 조사대상자를 위로하고 그들의 아픔에 공감하였다. 너무 깊은 공감과 의견 개진은 조사 대상자로 하여금 질책이나 비난으로 들리기도 하기 때문에 항상 수위를 조절하려 노력한다. 지금은 너무 힘든 가정의 불행이고 견디기 힘든 시간이겠지만, 이런 자료들이 모여야 국가에서 귀댁의 상황과 비슷한 일이 생겼을 때 대응방안을 모색할 수 있다고 말하며 응답자의 마음을 열려고 노력한다. 지금 당장 조사에 참여하기가 어렵다면, 마음이 조금 더 진정될 때 연락을 달라고 하거나, 시간이 조금 흐른 후에 다시 찾아뵙겠다는 유연한 전략으로 응답자를 배려

하며 조사를 수행하려고 노력한다.

#### (4) 사례 - 사생활 노출 기피

조사원 D는 최근 고민이 많다. 개인 정보나 사생활 노출 등의 이유로 조사를 거부하는 응답대상자들이 많아졌기 때문이다. 통계법에 명시된 개인의 정보보호와 비공개 방침을 아무리 설명해도 응답자들이 마음을 열지 않기 때문이다. 조사원 D는 개인 정보의 노출과 유포로 인한 스미싱이나 피싱의 사례를 인터넷 검색을 통해 찾기로 했다. 찾아낸 정보를 출력하여, 이런 일들은 해킹이나 돈을 받고 정보를 유출한 경우에만 일어나고, 국가의 통계조사에서는 철저히 비밀이 보장되고, 통계자료 구축 이외의 다른 용도에는 절대 쓰이지 않는다는 증거를 명백히 찾아서 응답자들에게 보여주고 설명한다. 응답자가 쉽게 믿지는 못하겠지만, 항상 자신감 있는 태도와 명확한 증빙자료를 바탕으로 설명을 하니 응답자들도 조사원 D를 믿기 시작했다.

#### (5) 사례 - 조사 자체에 대한 불신

조사원 E는 원천불응에 대응하기가 쉽지 않다. 조사 자체에 대한 불신으로 인해 조사를 원천 차단하는 응답대상자들 때문에 고민이 많다. 조사원 E는 신문 기사를 검색하고, 관련 자료를 찾아내서 스크랩북을 만들었다. 그곳에는 그 동안 통계조사 사업을 통해 만들어진 우리나라의 생활에 관한 자료와 이에 대응하는 정책형성에 대한 내용이 담겨 있다. 일부 조사대상자들이 우려하는 ‘쓸모없는 조사’, 혹은 ‘세금낭비’가 아닌 삶을 풍요롭게 하는 조사라는 증거가 담겨있다. 이를 보여주며 조사원 E는 조사의 중요성을 설명하며 참여를 유도한다.

#### (6) 사례 - 다문화 가정과 같은 특수 집단

조사원 F는 다문화 가정과 같은 특수 집단을 조사할 때 큰 애로사항을 겪는다. 아무래도 언어의 동질성이 확보되지 않기 때문에 원활한 조사를 기대하기 어렵다. 또한, 결혼이주여성의 경우 본인뿐만 아니라 다른 가족 구성원들이 다문화가정이라는 사실이 밝혀지는 것을 꺼려하기도 한다. 언젠가는 불응가구에 다시 오겠다는 쪽지를 남기며 ‘다문화조사’라는 것을

명시했다가, 큰 항의를 당한 적도 있다. 그러면서 다문화 가정을 조사할 때에는 비밀보장이 필수라는 교훈도 얻게 되었다. 그러면서 조사원 F는 다문화 가정과 같은 특수 집단을 조사할 때에는 대상자가 어느 나라 출신인지, 종교는 어떠한지, 문화는 어떠한지에 대한 사전 조사를 철저히 하고 조사에 임한다. 조사 외에도 그들에게 힘이 되어 주거나, 조언을 해줄 수 있는 것은 무엇인지에 대한 고민도 함께 하고 간다. 다문화 가정이 우리 사회에 편히 적응할 수 있도록 도와주는 역할을 조사를 통해 수행할 수 있다고 생각하니, 더욱 자신감 있고 긍정적인 마음으로 조사에 임할 수 있게 되었다.

### 3. 실제 사례를 통해 살펴 본 대응방식의 구체화

조사원은 현장에서 부딪히게 되는 응답 대상자들의 조사 거부와 싸늘한 태도에 당황하게 된다. 국가통계조사의 중요성과 그 업무의 소중함 이전에 한 사람의 인간으로서 생기는 마음의 상처도 있을 수 있다. 하지만, 조사원은 현장에서 국민과 직접 만나 그들의 생각과 현실을 자료로 구체화시키는 유일한 소통 창구임을 다시 한 번 명심해야 한다. 그러기 위해서는 불응에 대한 설득과 대응방법의 모색을 통해 원활한 조사를 이끌어 가야 할 필요성이 생긴다. 여기서는 ‘현장조사 공감백서’에 나온 사례를 중심으로 실제 조사원의 불응 설득과정을 보며 이에 대한 구체적 분석, 그리고 대안을 생각해 보도록 하겠다.

#### (1) 사례 - 불응 설득의 시나리오

경기도 수원에서 조사 업무를 담당하는 K 조사원은 갑자기 불응 상황을 접하고 큰 혼란에 빠졌다. 가계동향조사와 경제활동인구조사의 조사대상 가구 중의 한 곳은 1년 이상 원활하게 조사에 응해 주던 곳이었는데 어느 날 갑자기 조사 거부를 했다. 사실 해당 가구는 처음부터 조사 거부를 했지만, 집안의 장녀가 부모와 형제를 설득하여 조사에 응했다. 하지만, 장녀의 분가 이후 조사가 불가능해졌다. 그 이후 1년 여 넘게 조사원이 방문과 전화를 했지만, 가정에서는 조사를 거부하였다. 지속된 방문으로 1년 후에는 다시 문을 열고, 대화는 재개되었지만 조사는 지속이 되지 않고 있다고 했다.

이에 대해 몇 가지 단계로 해당 가구의 불응 설득을 준비해 볼 수 있다. 이

는 이웃을 통해 사실을 확인하고, 불응 사유를 명확히 파악하며, 맞춤형 자료를 제공하며, 멘토의 설득 지원을 요청하는 내용이다. 자세히 말하면, 같은 조사구의 우호적 가정을 통해 우회적으로 해당 가구의 상황을 파악하거나 아파트 경비실을 통해 간접적 정보를 획득할 수 있다. 또한, 대화가 재개되면, 통계조사 과정에서 불편을 끼침에 대해 죄송함을 표현하고, 왜 갑자기 불응하게 되었는지를 조심스럽게 물어보도록 한다. 명확한 불응 사유 파악이 우선 진행되어야 향후의 대책도 나올 수 있다. 또한, 해당 가구에 대한 유익한 정보가 있다면, 그에 대해 정보를 제공하는 방법도 좋다. 아직 취업 전인 자녀가 있는지, 비경제활동 상황인 가구주의 아내의 관심이 무엇인지? 그리고 통계청에서 입수한 정보 중에 나누어 줄 것은 있는지를 고려해봄직 하다. 마지막으로 같은 사무소의 팀장이나 선배 조사원을 멘토로 선정해 현장 노하우를 설득받고, 가능하면 동행하여 설득하는 것도 좋은 방법일 수 있다.

불응이나 조사 거부 이유의 다양하다. 응답 대상자들 역시 바쁜 현대 사회의 고단한 생활과 외부인과의 접촉에서 오는 불편함 때문에 조사의 취지를 공감한다 해도 기꺼이 응하기 어려울 수 있다. 조사원은 먼저 응답 대상자의 그런 마음을 헤아리고 천천히, 그리고 현장조사의 전문가로서 당당하게 해당 조사에 임해야 한다. 미리 불응에 대한 유형과 그에 대한 적절한 대응방식을 익히고, 현장에서 부딪히게 되는 돌발상황은 나중에라도 기록하고 정리하면서 새로운 유형의 불응과 그에 대한 대응도 스스로 염두에 둘 필요가 있다.





## 제 3 장

# 조사원의 역할과 기능, 그리고 조사원 사이의 관계

### 3-1.

## 조사원의 직무와 소명 의식

#### 학습목표

- 조사자들의 현장조사 과정에서의 어려움과 문제점을 인식한다.
- 조사원 스스로가 가지고 있는 조사원으로서의 직무 이해와 소명 의식을 이해한다.

### 1 조사원의 역할과 기능

#### 1. 현장전문가로서의 조사원

조사원은 통계청 조사의 최일선에서 국민과 통계조사를 연결하는 다리 역할을 하고 있다. 조사원은 정확하고 원활한 통계조사를 위해 응답자들을 만나 조사의 성격과 과정을 설명하고, 응답자 자신의 생각을 분명하게 말할 수 있도록 도와준다. 이렇게 수집된 조사 자료는 대한민국의 현 주소를 설명하며, 보다 나은 정책을 만들기 위한 밑거름이 된다. 그렇기 때문에, 조사원은 대한민국 정부를 대표하여 국민들을 만나 그들의 의견을 듣는 사회의 귀이자 입이다.

조사원은 통계조사의 전문가이다. 국가의 조사 업무를 담당하며, 현장에서 사람들을 만나 설명하고 도와주고 결과를 도출하는 사람이다. 이러한 자부심을 가지고 자신감 있게 조사에 임하고 자신의 역량을 이끌어 내야 한다.

조사원은 경험과 지식을 가진 전문인으로 국가통계의 한 축을 담당하는 사람이다. 조사원은 일정한 자격과 도전 의식을 가진 사람 누구나 시작할 수 있다. 하지만, 여러 차례의 현장조사 과정을 통해 높은 수준의 식견과 마음가짐을 갖춘 소수의 인원이 조사원의 업무를 수행한다. 때문에 조사원 개개인 현장조사의 전문성과 노하우를 겸비한 국가통계 업무의 소중한 자산

이다. 이런 이유로 조사원은 응당 높은 긍지와 자신감을 가져야 한다.

조사원은 전문 지식과 현장 경험을 두루 갖춘 국가통계 사업의 인재이다. 조사원은 현장 조사의 일선에서 응답자를 접촉하고, 국가 조사 사업을 설명하고 응답자로 하여금 정확한 정보와 생각을 표현하도록 돕는 사람이다. 조사원은 국가 조사라는 전쟁에서 승리하기 위한 정예 부대와 같은 역할을 하며, 단순한 보조 업무자가 아닌 주체적인 전문 직업인이다.

## 2. 현장조사원의 업무수행 지침

통계청에서 작성한 현장조사 운영지침에 따르면, 조사원은 면접조사 시 응답자의 응답 부담을 최소화하기 위해 다음과 같은 기본자세를 지녀야 한다고 밝히고 있다. 조사원은 조사 지침을 정확히 이해하고 원칙에 따라 조사 업무를 수행해야 한다. 응답자와의 유대를 강화하며, 비표본 오차를 줄이기 위해 성실하게 조사에 임해야 한다. 조사 과정에서 불가피하게 습득한 응답자의 정보에 대해 비밀을 철저히 지키며, 단정한 복장과 바른 태도를 유지하여 조사의 신뢰성을 높여야 한다.

자세히 말하면, 조사원의 역할은 단순한 면접을 통해 응답자의 답변을 기재하는 것에 그치지 않는다. 조사원은 표본 추출된 가구를 실제로 거주하는가 부터 파악하고, 조사 대상자를 찾아내며 매우 유동적이며 변화무쌍한 모집단을 대상으로 조사를 수행한다. 조사원의 주된 역할을 응답자와의 면접 조사를 통해 부여된 조사 업무를 완성함에 있다. 응답자와의 연락과 관계 형성을 통해 응답자의 조사 참여를 설득하고, 면접을 통해 조사 자료를 수집하게 된다. 조사자는 응답자에게 조사 설문을 읽어주고, 설명하며 필요에 따라 추가적인 탐색 질문을 통해 조사의 완성을 돕는 중요한 역할을 한다(통계교육원 2008).

조사원은 국가 통계를 수행하는 중립적 가치관을 지닌 대리인으로서 정확한 조사를 수행하는 투철한 직업관을 지닌 사람이다. 중립적인 입장을 고수하면서, 조사 설계상에서 만들어진 원칙을 지키며 현장 조사 투입 이전에 교육받은 내용을 바탕으로 표준화된 방법을 통해 응답자에게 질문을 하고 응답을 받아낸다. 더불어 특별한 경우에는 조사원이 응답자의 특성에 따라서는 상호 의견을 교환하며 면접을 진행하기도 한다. 이를 테면, 눈과 귀가 어두운 노인분이나 지적 수준이 낮은 응답자의 경우 가구 조사 표에 사용되는 언어에 대한 이해도가 떨어질 수 있고, 이런 경우 조사자는

응답자가 쉽게 이해 할 수 있도록 용어의 재구성이나 재설명을 통해 조사를 진행한다. 그리고 추가적 탐색 질문을 이용해 응답자 스스로도 파악하지 못했던 조사 내용까지 확인하기도 한다.

조사원은 국가의 통계조사를 담당하는 현장의 일꾼으로 조사의 원칙을 지켜 조사를 완수하는 것에 가장 큰 목적을 둔다. 하지만, 조사의 수행과 완수 못지않게 중요한 것이, 현장에서 조사를 수행할 때 스스로의 안전과 안녕을 지키는 일이다. 조사원은 스스로 안전 수칙을 인지하고 준수하여 미연의 사태를 방지해야 한다. 현장 조사에 임할 때는 조사원이 단독, 혹은 2인1조로 조사구를 순회하며 가구 및 사업체를 방문하게 된다. 그리고 다양한 사람들과 접촉하며 조사를 진행하게 된다. 이런 과정에서 조사를 안전하고 무탈하게 소화하기 위해서 지켜야 할 안전상의 주의사항과 예기치 못하게 발생하게 될 상황들에 대해서 적절하고 응용성 있는 대응 방안을 습득해야 할 필요가 있다. 조사원의 안전을 지키기 위한 원칙 중에 중요한 것을 몇 가지 뽑아보면 다음과 같은 실천 수칙이 있다.

### **(1) 심야 혹은 이른 새벽에 실시하는 조사를 가급적 피한다.**

심야 혹은 이른 새벽에 실시하는 조사는 가급적 하지 않는 것이 좋다. 물론 응답자의 출퇴근 상황이나 경제적 여건 등을 고려하여 불가피하게 심야나 이른 새벽 외에는 조사가 가능한 시간이 나지 않을 수도 있다. 불가피하게 취약 시간대에 조사를 진행하게 될 경우에는 가족이나 동료 조사원에게 자신의 행선지를 알리고, 이동 시에도 인적이 드문 곳은 가급적 피하도록 한다.

### **(2) 조사구 이동 시의 안전관련 주의사항**

조사구를 찾아 이동할 경우에도 조사원은 안전수칙을 숙지하고 이행한다. 도심지나 가로 정비가 잘 되어 있는 곳이 아닌, 인적이 드문 곳에서는 안전에 유의하며 이동한다. 도보로 이동 시에는 도로의 가장자리나 구덩이 등을 수시로 살피면서 보행 안전에 신경 쓰고, 우천 혹은 폭설, 강풍이 불 때에는 혹시 모를 낙상에 주의하여야 한다. 조사원은 대부분 조사에 관련한 서류와 전자 기기를 지참하고 이동하기 때문에, 이동 중에 서류를 들춰 보거나 태블릿 등의 전자 기기를 사용하는 것을 금해야 한다. 대중교통을 이용할 때에도 항상 안전에 유의하며, 이동 시에 서류와 전자 기기를

분실하지 않도록 항상 유의한다. 자차를 이용해 이동할 때에도 항상 교통 신호를 준수하고 안전한 방어운전을 하도록 하고, 운전 중에 전화통화를 금하여 안전한 이동이 되도록 한다.

### **(3) 조사지역에 대한 사전 준비와 이해**

조사원은 가급적 담당하는 조사구에 대한 사전 답사를 진행하는 편이 좋다. 주도면밀하게 할당된 조사구에 대한 지도를 살피고 지형과 지물을 파악한다. 동선을 미리 확인하고, 가옥의 배치나 교통량 등도 미리 확인하는 편이 좋다. 또한, 개나 고양이 등의 기르는 가축에 의해 피해를 입는 경우가 있으니 가능한 이러한 상황도 파악하는 것이 좋다.

### **(4) 현장조사에 적합한 복장 상태**

조사원의 복장은 현장조사 수행에 적합하고 편안하며 단정한 것으로 해야 한다. 이를 위해 화려한 옷이나, 보는 이로 하여금 가벼이 보일 수 있는 옷은 피한다. 단정한 바지나 치마 차림이 좋고, 대신 짧은 반바지나 스커트는 피한다. 조사원은 도보로 이동할 경우가 많기 때문에 너무 불편한 하이힐은 피하는 편이 좋고, 가구 조사 시에는 신고 벗기가 불편한 신발 역시 피하는 것이 좋다. 너무 화려한 액세서리나 과한 화장도 피하는 편이 좋다.

### **(5) 예정에 대한 고지**

현장조사에 대해 미리 계획을 세우고, 조사를 위한 방문 예정을 소속 통계 사무소와 응답대상자에게 미리 고지를 한다. 조사 계획을 세울 때에는 무리한 동선은 피하고, 중도에 예정이 변경될 경우에 응답대상자에게 필히 사전 고지하도록 한다. 더불어 조사원의 가족에게도 자신의 하루 일정을 대략이나마 알려두어 불상사를 미연에 방지하도록 한다.

### **(6) 예기치 못한 사고나 위협을 당한 경우**

위에 열거한 조사원의 안전을 지키기 위한 자기 안전수칙을 준수했다 할 지라도 예기치 못한 사고나 위협을 당하게 되는 경우가 생긴다. 이러한 경우, 당황하지 않고 침착함을 유지하는 것이 제일 중요하다. 사고나 위협을

당할 경우, 큰 소리로 도움을 요청하거나 가능한 경우 112 혹은 119로 긴급 신고를 한다. 사고 현장을 벗어난 경우에도 자신의 피해 상황이나 위협 상황을 경찰과 관계 기관에 정확하게 이야기 할 수 있도록 한다.

## 2 조사원간 관계의 중요성

### 1. 조사원 상호간의 의사소통

조사원 사이에 그룹 토의나 소규모의 브레인스토밍(Brainstorming)회의를 통해 조사원 사이의 노하우와 경험을 공유할 수 있다. 그룹 토의는 같은 일을 하는 팀원들 간의 호흡을 강화할 수 있고, 일종의 집단지성을 창출할 수 있는 기본적인 커뮤니케이션 행위이다. 더불어 조직 구성원 사이에 공유되어야 할 현 상황에 대한 이해와 문제점 분석, 그리고 잠재적인 위협 요인이나 주의사항에 대한 환기의 자리가 될 수도 있다.

브레인스토밍의 경우 일정한 주제에 관해 회의 형식을 채택하여 이야기를 나누는 것이다. 하지만, 정형화된 형식의 딱딱한 회의가 아닌, 구성원 모두가 동등하고 자유로운 발언의 기회를 가지고 새로운 아이디어를 창출하는 회의의 방법이다. 모아진 아이디어를 취합하고, 구성원들의 제안과 보완을 통해 정상적인 회의나 사고방식으로는 접근할 수 없었던 독창적인 아이디어를 얻는데 중요한 방식이다. 조사원 상호간에도 브레인스토밍을 통해 조사의 문제점에 대한 새로운 아이디어를 얻을 수도 있고, 상호간의 지식과 경험을 공유할 수 있다. 여기에서는 그룹토의와 브레인스토밍을 하기 위한 의사소통의 기술과 방법에 대해 몇 가지 범주로 나누어 설명하려 한다(통계교육원 2008).

#### (1) 경청

조사원 모두는 직급과 경험에 관계없이 현장조사의 전문가로서 동등하다. 조직의 화합을 높이고 시너지를 창출하기 위해서는 다른 이의 의견과 제안을 존중하며 듣는 경청이 필요하다. 그룹 토의를 할 때에는 타인의 의견을 존중하며 받아들이고, 브레인스토밍을 할 때에도 다른 조사원의 의견이 본인의 의견과 다르더라도 새로운 아이디어로서 존중할 필요가 있다. 만일 다른 사람이 의견을 내고 자신의 경험을 이야기 할 때, 다른 구성원들이 경청을 하지 않고 다른 일을 하거나, 제대로 듣지 않고 의견을 묵

살한다면, 조직의 케미스트리는 깨질 수밖에 없다. 그리고 문제해결력 또한 배양하기 힘들게 된다. 경청을 위한 구체적인 실천 사항은 다른 사람이 이야기 할 때 시선을 맞추어주고, 공감의 언어를 사용하며, 고개를 끄덕여 주는 등의 비언어적인 표현을 하고 동의의 맞장구나 추임새를 사용한다.

## (2) 칭찬과 공감

그룹 토의나 브레인스토밍에서 필요한 또 하나의 원칙은 바로 칭찬과 공감이다. 조사원 사이의 토론이나 의견 개진이 이루어질 때 서로의 아이디어에 대해 경청을 하고, 발언이 모두 끝난 후에 그에 대한 칭찬이 이어진다면, 구성원 사이의 관계와 믿음은 더욱 돈독해 질 수 있다. 칭찬을 하기 위해서는 공감이 이루어져야 하고, 이를 통해 의견에 대한 칭찬과 더욱 발전적인 문제해결력을 얻을 수 있다. 구체적인 칭찬과 공감의 실천 사항은 다음과 같다. 항상 관심을 가지고 타인의 아이디어를 생각해보고, 참신한 의견을 냈다면, 진심으로 칭찬해주고, 칭찬은 구체적으로 하고 지속적이며 반복적으로 하는 것이 더 좋다.

## (3) 질문을 통한 시너지 창출

그룹 토의나 브레인스토밍에서 중요한 원칙은 바로 질문이다. 여기서 질문은 단순히 궁금한 점을 묻거나 근거에 대해 캐묻는 것이 아니다. 또한, 의견을 개진한 사람을 당황시키기 위해 하는 것은 더욱이 아니다. 질문을 통해 상호간의 마음을 편히 열게 하고, 더 구체적이면서도 기본에 충실한 기본적인 의문을 스스로가 할 수 있게 하는 일이다. 더불어 질문을 통해 자신의 생각을 구체화시키고 아이디어를 자극하게 된다. 이를 통해 더 열린 마음으로 아이디어의 확장을 꾀할 수 있다. 이를 위해서는 서로 간의 탐색적 접근을 위한 개방형 질문, 그 간의 일들을 자기 변호식으로 답변하게 만드는 질문이 아닌, 미래에 대한 가능성을 꾀할 수 있는 질문을 하는 것이 좋다. 질문을 하면 필연적으로 답이 나오고, 질문 속에서 새로운 정보를 찾을 수 있고, 질문을 하면서 질문하는 당사자는 스스로의 생각을 가다듬게 된다. 답변하는 입장에서 질문에 대한 응답을 하는 과정에서 다시 한 번 스스로에 대한 설득의 과정을 거치게 된다.

## 2. 조사원 사이의 유대관계

조사원은 단순히 현장조사만을 수행하는 것이 아니라, 조사 결과를 입력하고 보고하며, 직무에 따라서는 보고서도 작성해야 한다. 조사원은 조사를 위해 사전에 교육을 받고, 1년에 100시간 이상의 각종 교육을 수강한다. 또한, 실사를 위한 요도와 명부, 조사표에 대한 지침을 매 조사마다 숙지하고 준비해야 한다. 이런 과정을 거쳐야 실제 조사과정에서 응답자의 질문에 적합한 답변을 해 줄 수 있고, 조사와 문항에 대해 설명이 가능하다.

하지만, 공식적인 교육이나 직무 지침 이외에도 같이 근무하는 다른 조사원을 통해 현장조사에 대해 배울 수 있고, 사무실에서 벌어지는 여러 행정 업무와 입력 업무에 대해 정보를 나눌 수 있다. 또한, 현장조사에서 벌어지는 각종 돌발상황이나 스트레스에 대해 이야기를 나누며 문제해결을 위한 모색을 함께 할 수도 있다. 조사원 사이의 유대관계는 업무와 업무 외적인 일들 모두에서 매우 중요하다.

특히, 현장 조사에서 받는 감정노동의 스트레스와 고민을 같이 나누어 줄 수 있는 동료라는 점에서 그 유대관계는 매우 중요하다. 예를 들어, 현장에서는 불응이나 불능 상황만 있는 것이 아니라, 조사를 잘 끝마쳤다 하더라도 조사원은 응답자의 개인적인 불편이나 애로사항을 청취하게 되는 경우가 많다. 조사 대상자의 딱한 사정이나 그들이 처한 좋지 않은 상황을 듣고 같이 이야기 나누게 되면, 조사가 끝나고도 큰 스트레스로 남는 경우가 많다. 이런 경우에 조사를 마치고 나서 동료 조사원들과 이야기를 통해 마음을 풀고 대처방안에 대해 서로의 정보와 의견을 교환할 수 있다.

불응이나 불능 상황이 닦쳤을 때, 조사 대상자의 소극적인 거부가 아닌 협박이나 폭언과 같은 적극적인 불응의 경우를 겪을 때 조사원은 매우 난감해질 수밖에 없다. 현장에서 만난 조사원들은 대부분 동료 조사원들과 같이 사무실이나 식사 시간에 자신의 상황에 대해 이야기하고 서로 공감과 공유, 그리고 위로와 격려, 나아가서는 자신의 경험에 근거한 조언으로 함께 아픔을 나눈다고 했다.

조사원 사이의 유대관계의 중요성은 단순히 업무에 도움이 되고, 선배의 경험을 후배의 입장에서 받아들이는 효용에 그치는 것이 아니다. 조사원 사회도 다른 직종과 마찬가지로 하나의 직업군이며 사회생활이다. 단순히 통계청 국가조사를 위해 고용된 직원이라는 개념을 넘어서 같이 공감과 공유, 그리고 감정을 나눌 수 있는 동료이자 선후배이자 친구로 조사원

들 사이의 관계가 형성될 수 있다. 이를 통해 지침서나 직무 교육에서 얻을 수 있는 살아있는 경험과 교훈, 그리고 값진 위로와 격려를 얻을 수 있다. 이는 경험 많고 노련한 오랜 경력의 조사원이 신규 조사원에게 일방적으로 줄 수 있는 것이 아니라, 동등한 직업인으로써 모든 조사원들이 서로에게 의지가 되고 격려가 되고 대안이 될 수 있음을 기억해야 한다.



## 3-2.

# 실제 사례를 통한 조사원 사이의 관계

### 학습목표

- 사례를 통해 조사원 상호간의 관계를 살핀다.
- 조사원 상호간의 협력 체계를 통해 조사의 질을 높이고 현장의 대응성을 높인다.

## 1 상호간 협력체계의 중요성

### 1. 조사원의 업무와 경험 공유

#### (1) 조사원 상호간의 집단지성 체계 구축

조사원은 국가통계 조사에서 현장 업무를 담당하고, 정확한 통계자료 구축을 위해 꼭 필요한 우수 자원이다. 조사원은 현장에서 습득한 지식과 경험을 바탕으로 현장조사에서 예기치 못하게 발생하는 문제점에 대해 능동적으로 대처하고 대응방안을 스스로 모색할 수 있는 인재라 할 수 있다. 그런 이유로 조사원은 자신이 가진 노하우와 현장에서의 살아있는 지식을 동료 조사원들과 나눠야 할 필요가 있다. 조사원 상호간에 집단 지성(Collective Intelligence)에 근거하여 조사원 스스로의 살아있는 현장 지식을 공유하고 알릴 필요가 있다.

조사원은 지금 막 시작한 신참 조사원에서부터 조사 경력이 10년이 훨씬 넘은 베테랑 조사원들까지 구성원의 범위가 다양하다. 조사원의 기능과 역할에 대한 이론적인 지침서를 학습하고 익히는 것도 중요하지만, 현장에서의 경험을 바탕으로 한 살아있는 지식의 학습 역시 중요하다. 그렇기 때문에, 선배 조사원은 후배 조사원에게 자신만의 노하우와 체득한 조사방안과 문제점 해결을 위한 대안을 공유할 필요가 있다. 단순히 선배 조사원뿐만 아니라 모든 조사원은 자신들이 겪고 이겨냈던 문제점과 현장의 목소리를 생생하게 다른 조사원에게 전달해야 한다. 이를 통해 조사원 스스로의 지식과 경험치를 확장시킬 수 있고, 모여진 의견과 사례를 통해 하나의 체계적인 지침으로 발전시킬 수도 있다.

2015년 11월 경인지방통계청 구리사무소의 조사원 5명을 인터뷰 한 결과, 조사원 사이의 유대관계와 이를 통한 정보공유는 원활한 통계조사의 밑거름이 됨을 알 수 있었다. 선배 조사원들은 후배 조사원들에게 조사와 이와 관련한 사무 처리 및 통계 수치 입력 등의 제반 사항을 숙지하고 습득하도록 도와주는 역할을 한다. 더불어 때로는 후배 조사원의 고민과 걱정

을 함께 나누어 주는 역할도 한다. 앞선 조사 경력을 바탕으로, 조사원이 응답 갖추어야 할 덕목들에 대해 현장의 경험까지 보태어 가르쳐 준다.

또한, 담당 조사구를 로테이션 방식으로 돌아가며 맡는 현행의 지방청 조사 시스템을 고려하면, 해당 조사구를 미리 경험했던 조사원이 후임 조사원에게 지역의 특색과 동선, 주의사항을 미리 알려줄 수 있고, 후임자는 이를 통해 조사의 아웃라인을 설정할 수 있다. 이렇듯, 조사원 사이에서는 일방적인 도움이 아닌 서로의 노하우를 공유하면서 책임과 역할을 나누게 된다. 다음 단락에서는 실제 사례를 통한 정보 공유와 조사원 사이의 유대관계의 중요성을 살펴도록 하겠다.

## (2) 사례를 통한 정보 공유의 중요성

신참 조사원 A는 통계조사를 위해 자신에게 배정된 각 가정을 방문하였다. 하지만, 대부분의 집에서 문전박대를 당했고 그렇지 않은 경우에는 응답 대상자가 부재중이라 만나지도 못하는 경우가 다반사였다. 가구를 방문하여 벨을 누르고, 자신을 소개하고 협조 공문을 제시하고 신분증을 보여주었지만, 조사의 취지를 들으려 하지도 않고 문을 닫거나 인터폰을 꺼버리는 가구가 대부분이라 사기가 크게 저하되었다.

하루 종일 할당된 조사구의 가구 방문을 하였지만, 단 한 가구도 조사에 응해 주지 않아 사기가 저하되었다. 간곡히 요청하고 읍소하였지만, 조사 대상자들은 한사코 사양하였고, 대부분은 아예 말을 하려고 하지도 않았다. 힘이 빠진 A 조사원은 저녁이 되어서야 힘든 몸과 마음을 이끌고 사무소에 들어왔다.

마침 사무소에는 10년 이상의 조사원 경력을 가진 베테랑 B 조사원이 있었다. B 조사원은 A 조사원의 지친 얼굴을 보자마자 오늘 하루 어떠한 일이 있었는지를 짐작할 수 있었다. 자신 역시 오랜 기간 동안 문전박대와 불응을 겪어 왔기에 잘 이해할 수 있었다. B 조사원은 커피 한 잔을 타서 A 조사원에게 다가갔다. “많이 힘드시죠?” “조사가 마음처럼 쉽지가 않아요. 그렇지요?”. A 조사원은 B 조사원의 따뜻한 말에 “힘들 것이라 예상은 했지만, 이렇게 안 풀릴지는 몰랐어요. 어떻게 하며 좋을지 정말이지 답을 못 찾겠어요.” 라고 말하며 대화를 시작했다.

베테랑 B 조사원은 A 조사원에게 자신의 노하우와 경험에 대해 이야기하기 시작했다. “저도 처음에는 응답 대상자에게 말도 제대로 못 붙이는 경

우가 다반사였어요. 아무리 벨을 누르고 신분을 밝혀도 속수무책이었지요. 그래서 문전박대를 당하더라도, 내가 다녀갔다는 표시는 남기기 시작했어요. 포스트잇에 방문 사실을 밝히고, 내 전화번호를 남겨서 나중에라도 마음이 바뀌시면 꼭 연락을 달라고 부탁드렸지요. 혹시라도 얼굴이라도 대면하신 분께는 꼭 공손하게 내 신분을 밝히고 공문을 제시하면서 힘드시겠지만, 조사에 참여해 달라고 부탁했지요. 어떤 분들은 조사를 해봤자 달라지는 것도 없는데 내가 왜 이런 조사에 응하느냐면서 화를 내시고 욕설을 하시는 분들도 있었지요. 그래도 항상 웃는 얼굴로 조사 대상자의 질문과 불평에 응대를 했어요. 그렇게 몇 번 이런 과정이 반복되니, 나중에는 조사 대상자들이나 그 가족분들, 혹은 주변 이웃들이 도와주셔서 조사에 착수할 수 있게 되는 경우가 있더라고요. 안타깝지만 한 번에 조사가 이루어지는 경우는 없지요. 항상 긍정적인 자세로 성실하고 예의 바르게 사람의 마음을 두드리니 열리더라고요. A 조사원님도 힘드시겠지만, 한번 더 웃으면서 각기 다른 방법으로 접근해 보세요. 조사원은 그냥 단순한 아르바이트나 부업이 아니라, 국가통계를 만드는 주역이잖아요. 우리가 쉽게 물러나고 대충 해버리면 어떻게 통계자료가 만들어 지겠어요. 앞으로도 혹시 힘든 일이 있거나 물어볼 일이 있으면 주저하지 마시고 저를 찾아주세요.”라고 이야기 하며 신참 조사원을 격려해 주었다.

조사원 C는 3년간의 경험을 가진 조사원이다. 조사 업무를 수행하면서 여러 가지 다양한 경험을 하기도 했고, 그에 따른 자신만의 노하우도 가지고 있다. 그런 C에게도 요즘 고민거리가 생겼다. 새로운 전입 가구를 맡았는데, 가구주를 만나기가 힘든 경우였다. 가구원은 아버지, 어머니와 중고등학교에 다니는 두 남매인데 아버지가 얼마 전 세상을 떠난 경우였다. 새로이 가구주가 된 어머니는 아침부터 저녁까지 일터에 있느라 만나기가 쉽지가 않았다. 가구에 방문할 때마다 학생인 남매만 만날 수 있을 뿐이었다. 여러 차례 방문 사실을 알리는 메모와 가능한 시간에 다시 찾아뵙겠다는 내용을 남기고 돌아왔지만, 아무런 연락을 받을 수가 없었다.

몇 차례의 방문 끝에 드디어 늦은밤 퇴근하는 가구주를 만날 수 있게 되었다. 하지만, 가구주가 너무 지친 상태였고, 심야였기 때문에 휴대폰 전화번호만 입수하고 헤어지게 되었다. 다음날 휴대폰으로 전화를 하고 경제활동인구조사와 가계 항목을 조사하려 하였다. 가구주는 가계조사와 경제활동 조사는 너무 길고 복잡하여 협조하기가 곤란하다고 하였다. 정중하게 계속 요청하였지만, 자꾸 귀찮게 하면 조사 자체를 거부하겠다고 하여

한 발 물러서는 수 밖에 없었다.

조사원 C는 고민에 빠졌다. 어떻게 하면 이 가구주의 마음을 열어 조사를 수행할 수 있을까? 남편과 사별 이후 경제적 상황이 급격하게 나빠지고 일과 생활에 쫓기다보니 마음에 여유가 없을 것이라는 사실을 쉽게 이해가 갔다. 하지만, 어떻게 불운 가구주를 설득하여 조사를 할까 생각하니 막막한 마음뿐이었다.

마침 만나게 된 조사원 D는 시간을 갖고 접근하고 설득해 보는 것이 어떻겠냐고 말했다. “가구주는 지금 어떠한 마음의 여유도 없을 것이에요. 그런 사람에게 조사의 취지를 설명하고, 그래서 꼭 참여해야 한다고 독려하는 것 자체가 굉장히 자신을 귀찮게 하는 일이라 느껴질 수 있어요. 그렇다고 조사에 참여하면, 응분의 보상을 준다는 말을 하는 것도 본인의 어려운 처지를 새삼 느끼게 해서 자존심을 다치게 할 수도 있어요. 너무 급하게 생각하지 말고, 긴 호흡으로 간다고 생각하시면 어떨까요? 아직은 손이 많이 필요한 자녀를 두고 생활전선에 뛰어들어 가구주에게 공감해주고, 처음에는 전화번호만 교환하고, 작은 질문부터 하나 하나 차근차근. 그 쪽에서 먼저 마음을 열 수 있도록 시간을 갖고 따뜻한 마음으로 기다려 봐야지요. 작은 것에서부터 긍정적인 답변을 받고, 그것이 쌓이다보면 좀 더 길고 민감한 조사에도 마음을 열 수 있을 것 같아요. 저도 비슷한 환경이나 어려운 처지에 놓인 조사대상자들을 만나면서 같은 고민을 많이 했답니다. 이런 일이 있을 때 마다 혼자서 고민하지 마시고, 주변 조사원들과 상의해 보세요. 여러 조사원들이 자신만의 경험과 노하우를 알려줄거예요. 우리 모두가 하나 하나의 참고서이자 지침서라고 생각하세요. 우리가 했던 경험과 대응방법만 다 모아도 책 열 권은 쓸 수 있잖아요? 우리 다 음에도 꼭 같이 이야기해요.”

조사원 C는 조사원 D의 따뜻한 말을 듣고 힘이 났다. 지금 당장 조사 상황이 좋아지지는 않더라도, 가구주가 당장에 마음을 열지는 않더라도, 다른 방법으로 접근을 해서 조사를 수행할 수 있다는 자신감이 생겼다. 동시에 나뿐만 아니라 다른 조사원들도 같은 어려움과 비슷한 고민을 한다는 마음의 공감을 얻고, 위안이 되었다. 그리고 자신이 처음 조사원 일을 시작하면서 품었던 통계조사의 현장 전문가가 되겠노라는 뜨거운 마음의 불길이 다시 타오르는 것 같았다. “그래, 내일은 새로운 마음으로 더욱 친절 한 태도로 한 번 더 문을 두드려야겠다.” 스스로 다짐을 하며 하루를 마감한다.

## 2. 조사원의 정보 공유와 해결방안 탐색

### (1) 조사원 상호간의 공감과 위로

조사원이 겪는 애로사항과 현장에서의 좌절은 비슷한 경험을 가진 다른 조사원들이 더욱 쉽고 강하게 이해하고 공감할 수 있다. 공감의 힘은 강력하다. ‘그래서 그랬구나?’, ‘어쩐, 정말 힘들었겠다.’, ‘아이구, 힘들었겠다. 나도 그랬어. 우리 힘내자.’ 작은 공감과 위로의 말 한마디가 어깨에 무거운 부담을 엮고 돌아온 동료 조사원들에게는 큰 힘이 된다. 칭찬은 고래도 춤추게 한다는 말이 있다. 위로와 공감은 병든 고래도 일으킬 수 있는 원동력이 될 수 있다.

동종의 업무에 종사하는 사람만이 공감하고 이해할 수 있는 어려움이 분명히 있다. 학교의 교사들이라면, 교사들만이 공감할 수 있는 애로사항과 불만이 있다. 버스 운전기사들이라면, 그들만이 공유할 수 있는 어려움이 분명히 존재한다. 현장에서 조사를 수행하며 매일 조사 대상자를 만나게 되는 조사원들만이 겪게 되는 어려움과 마음의 고단함은 동료 조사원들이 제일 잘 알고 공감할 수 밖에 없다. 세상에는 혼자서만 짐을 지고 가는 것 보다는, 힘들 때는 나눠 질 수도 있고, 곁에서 힘을 줄 수도 있는 위로도 필요하다. 여기에서는 공감과 위로의 방법에 대해 몇 가지 범주를 통해 알아보도록 하겠다.

#### (가) 공감의 힘 – 그랬구나? 힘들었겠구나?

조사원 스스로가 또 상호간에 공감을 하고 이해해 주는 것이야 말로 힘든 조사 과정에 지친 조사원에게 최고의 힐링일 수 있다. 비록 조사에 실패하고, 설득에 실패했을지라도 힘들었겠구나라고 공감하며, ‘나도 그랬어.’, ‘괜찮아 잘 될거야.’라고 말해주는 동료 조사원이 있다면, 다시금 힘을 낼 수 있는 원동력이 될 수 있다. 공감을 하고 위로를 하며 서로 서로 의지가 되면 사무소의 동료 조사원 모두가 의기투합할 수 있는 계기가 될 수 있다.

2015년 조사원 면접을 통해 만났던 경인지방통계청 구리사무소의 조사원들은 서로서로 힘을 주고 위로해 주는 것이 조사원 상호간의 가장 큰 역할임을 강조했다. 통계청 조사의 특성상 불응이나 불능의 사례들이 많이 발생할 수 밖에 없고, 특히, 문전박대를 당하거나 심한 모멸감을 느끼게 되는 경우가 많다. 이럴 때 마다 동료 조사원들의 위로와 공감이 다시금 힘을 내어 조사에 나갈 수 있게 하는 원동력이 됨을 고백했다. 대신 조사를

해주거나 설득을 해줄 수는 없지만, 조사원의 걱정과 고민을 같은 편에서 같은 경험을 가지고 경청하며 공감할 때 서로간의 믿음은 깊어지고 동료애는 넓어질 수 있다.

#### (나) 실패의 공유 – 아이구, 저런!

조사원이 현장에 맞닥뜨리는 위기 상황은 대부분의 경우 실패로 돌아가는 경우가 많다. 실패는 성공의 어머니라는 말도 있지 않던가? 위기 상황을 잘 극복하고 성공적인 조사 완수가 되면 좋겠지만, 실패의 경험에서도 배울 수 있는 점이 많다. 다만, 실패를 경험한 조사원은 아무리 긍정적인 마음을 가지려고 해도 어쩔 수 없이 움추려 들 수밖에 없다. 하지만 동료 조사원들이 조사에 실패한 조사원의 억울함을 들어준다면, 또 실패한 조사원이 자신의 실패담을 동료들에게 공유한다면, 비록 지금은 실패하고 힘이 떨어지겠지만 미래의 현장조사에서 유용하게 사용될 소중한 경험으로 바뀔 수도 있다. 나 혼자만이 끄끙 앓고 남들과 공유하지 않는다면, 다음 조사에서 활용될 소중한 경험이 없어진다. 성공담만이 공유의 대상이 되는 것이 아니다. 실패의 경험도 소중한 현장 조사의 자산임을 명심하고, 조사원 상호간에 공유하고 함께 이야기 할 수 있는 분위기가 중요하다.

인터뷰에서 만난 조사원들은 서로의 실패담도 성공담 못지않게 중요한 정보라고 강조했다. 실패를 거울삼아 피해야 할 것과 취해야 할 것을 결정할 수 있다. 실패의 이유 역시 다양하기 때문에 필수적으로 공유되어야 한다. 그 이유가 조사원의 세련되지 못한 행동이나 대처 방식이었던지, 조사구의 특성이나 응답 대상자의 성격이나 환경 때문이었던 간에 서로 공유가 되고, 문제를 인식해야 향후의 돌발상황에 대비할 수 있는 근거가 된다. 실패를 부끄러워할 필요도 숨길 필요도 없다. 현장조사에서 불응이나 불능은 불가피한 상황이며 서로 간에 머리를 맞대고 공유하고 힘을 모아 대책을 마련해야 한다.

#### (다) 대안 제시 – 이건 어때? 저렇게 해볼까?

현장조사를 하다보면, 아무리 준비를 철저히 해도 돌발상황이 생기기 마련이다. 대응방법을 숙지하고 여러 차례 시뮬레이션을 하고 가구를 방문해도 쉽지가 않다. 조사원은 여러 가지 다양한 경험을 쌓은 사람들이 모여 있다. 비록 실패했을지라도 다른 조사원들이 자신의 경험을 바탕으로 대

안을 제시해 준다면, 새로운 돌파구가 마련될 수 있다.

현장에서 만난 조사원들은 ‘내가 보지 못한 상황’을 다른 조사원은 ‘발견하고 지적한다’고 말했다. 해당 조사구를 맡은 조사원은 조사의 진행에만 매몰되어 작은 부분을 놓칠 수도 있고, 혹은 뒤의 배경을 놓치고 가는 일도 생긴다. 제 3자인 다른 조사원이 자신의 경험을 바탕으로 같이 대안을 고민하고 때로는 조언하게 되면, 새로운 아이디어를 얻을 수 있다.

## (2) 조사원 상호간의 업무 전달

각 지방 통계청이나 통계 사무소에서 일하는 조사원은 새로 임용되면, 통계청에서 출간한 자료로 업무에 관련된 교육을 받게 된다. 또한, 1년에 100시간 이상의 인터넷 교육도 수강해야 한다. 이는 원활한 현장조사를 위한 사전지식의 구축과 업무 이해를 위해 꼭 필요한 과정이다. 하지만, 현장에서 수행해야 할 조사와 이를 위한 사전 작업 및 사후 행정 처리는 정형화된 신규 조사원 교육만으로는 부족할 때가 많다.

경인지방통계청 구리사무소의 조사원들과 관련 면접을 나누어 보니, 신규 조사원이 들어오면, 사무소 자체적으로도 교육을 실시한다고 했다. 각 분야별로 총괄자가 따로 있기에 스케줄을 미리 정해 교육을 실시한다고 한다. 통합 관리자가 따로 필요한 교육을 진행한다고도 했다. 교육의 내용은 각종 지침과 행정 처리 사항에서부터 실제 조사에 대한 내용까지 다양하다고 전했다. 조사원들은 새로운 조사원이 들어오면, 전 직원들이 한 마음으로 도와준다는 생각으로 함께 한다고 했다. 특히, 각 조사마다 시스템이 다르기 때문에 서로가 부족한 부분을 도와주고 챙겨야지만 원활한 업무 파악과 조사 진행이 가능하다고 했다.

현장조사는 예기치 못한 상황도 많고, 조사가 끝나기 까지 많은 변수와 어려움이 있다. 조사와 행정 처리는 담당 조사원 혼자 해야 할 일이지만, 준비과정과 대응과정에서는 서로의 빈 부분을 채워줄 수 있고, 나누어 줄 수 있는 사람들이 바로 동료 조사원들이다. 현장조사의 실전 전문가로써 조사원들은 살아있는 지식과 경험을 모두의 자산으로 함께 키운다는 마음가짐으로 동료 조사원들과 상호간 업무 전달과 협력 체계 구축을 위한 유대관계에 더욱 힘을 쓸 필요가 있다.

### (가) 사례 - 조사원 상호간의 협력 체계 구축

경인지방통계청 구리사무소에서의 조사원 면담에서 얻은 사례들을 전체 조사원들에 대한 이야기로 일반화 시키기는 힘들다. 하지만, 실제 사무소에서 조사원 사이의 조사에 대한 정보공유와 관련 업무들에 대한 체계적인 협력이 얼마나 중요하고 또 어떠한 역할을 하는지에 대해 들여다 볼 필요가 있다.

조사원은 기본적으로 현장조사에서 면접 조사를 진행하며, 동시에 이를 검수하고, 입력하며 내검의 과정을 거치게 된다. 그리고 조사 과정에서 생긴 오류나 결측의 경우 재방문을 통해 문의하고 보완하는 복잡한 과정을 수행하게 된다. 이런 조사의 과정은 각 조사마다 다른 시스템이나, 다른 과정을 거칠 수도 있다.

불응에 대한 대응방식에서도, 2015년 하반기 지역별 고용조사 운영지침 제17조 1의 1항에서는 이렇게 밝히고 있다. “담당 과장이나 사무소장, 담당 팀장 또는 설득 경험이 많거나 설득에 소질이 있는 다른 직원 등의 설득 지원”을 지침으로 내세웠다. 조사원은 자신의 조사구에서 불응에 직면하고 이를 개선하려 노력을 해도 진전이 없을 때에 담당 선임자나 설득에 능한 다른 조사원의 도움을 받고, 또 상황에 따라서는 도움을 주게 된다.

구리사무소의 조사원 면접 결과, 현장조사 업무 외에도 사무실 안에서의 행정처리 과정에서도 조사원 사이의 협력 관계가 매우 중요함을 알 수 있었다. 각 사무소의 인원별 행정업무 분장에 대한 비율이 다르고, 불응관리 시스템 성과관리의 경우 각 조사별로 취합을 해서 정리해야 한다. 각 조사별 시스템에 조사원 본인의 조사를 직접 검수하여 입력하고, 총괄담당은 취합하여 문서화하고 결과보고를 맡게 된다. 그렇기에 각 조사원들과 총괄담당자 사이의 긴밀한 협의와 연락과정이 필수적이며, 이를 통해 서로의 업무를 챙기고 필요한 부분의 도움을 주게 된다고 한다.

해당 조사원의 담당 조사구 역시 연동으로 3년마다 바뀌게 된다고 한다. 이를테면, 3개의 조사구를 맡은 사람은 매 1년마다 하나씩 바뀌게 되고, 3년을 주기로 담당 지역이 로테이션 된다고 한다. 이러한 직원들의 진출·전입이 생기게 되고, 응답 대상자 입장에서도 조사원의 중간 교체는 스트레스의 원인이 된다고 한다. 이럴 때에, 각 조사원들이 자기의 해당 조사구에 대한 내용과 주의사항을 다음 조사원들에게 대면을 통해 인수인계를 하게 된다. 조사원은 직무편람 기록을 통해 불응의 유형이나 방문 횟수를 정리하고, 인수인계시에 이를 기반으로 새로운 업무에 대한 적응성을 높



이게 된다고 했다.

사례들에서 보는 것과 같이, 조사원은 서로에게 같은 일을 하는 동료이자 많은 시간을 함께 보내는 친구가 된다. 같은 업무를 진행하고, 업무 속에서 생기는 문제들을 함께 공유하며, 머리를 맞대어 대안을 찾아내는 동반자가 될 수 있다. 때로는 문제를 같이 해결하지는 못하지만, 공감과 위로를 통해 짐을 나누는 든든한 울타리가 될 수도 있다. 인디언 속담 중에 “빨리 가려면 혼자 가고, 멀리 가려면 같이 가라”는 말이 있다. 국가통계조사에서 함께 뛰게 될 동료와 함께 멀리 또 같이 간다는 생각으로 옆에 있는 조사원을 믿고 도우며 업무를 진행해야 한다.



**1. 다음 중 응답자와의 관계를 형성할 수 있는 대화의 기법이 아닌 것은?**

- ① 이해하기 쉬운 일상적인 언어를 사용하기
- ② 응답자가 이해를 못 할 경우에, 지속적으로 설명하고 필요시 조사를 중단하기
- ③ 설명할 때에는 응답자의 눈을 주시하고 반응을 살피며 말하기
- ④ 질문이 필요한 경우에는 응답자의 발언이 끝나고 말하기

**2. 다음 중 조사자와 응답자 사이의 래포(Rapport)에 대한 설명으로 적당한 것은?**

- ① 조사자와 응답자 사이에 문항에 대한 의견 일치를 의미
- ② 응답자가 거부감 없이 조사를 받아들이는 것을 의미
- ③ 조사자와 응답자 사이에 상호간의 신뢰와 감정적인 친근함을 의미
- ④ 응답자가 국가 정책과 통계조사에 보내는 지지를 의미

**3. 다음 중 사생활 노출에 대한 부담 때문에 응답을 꺼리는 대상자를 설득하는데 적절한 것은?**

- ① 통계법에 보장되어 있는 비밀 유지와 연구목적으로만 이용됨을 설명하기
- ② 현장에서 경찰이나 관공서에 직접 전화를 걸게 하기
- ③ 다른 사람들은 크게 신경 쓰지 않는다고 이야기하기
- ④ 그런 이유로 소정의 사례를 한다고 밝힘

**4. 다음 중 불응가구에 대한 설득 과정에서 적절하지 않은 것은?**

- ① 응답 대상자가 부담스럽지 않게 캐묻거나 심야 시간대에 방문하지 않기
- ② 응답 대상자가 마음을 열 때 까지 기다려 주기
- ③ 항상 공문과 신분증을 지참하여 신뢰감을 주기
- ④ 계속 거부하면 법적으로 책임이 생김을 설명하기



5. 다음 중 현장조사를 수행할 때 조사원으로서 지켜야 할 지침에 해당하지 않는 것은?

- ① 현장조사에 대한 사전 답사의 진행
- ② 현장조사에 적합한 복장 상태 갖추기
- ③ 새벽 혹은 이른 아침의 시간대를 가급적 피하기
- ④ 항상 대중교통 이용하기

6. 다음 중 조사원 상호간의 의사소통을 위해 필요한 요건이 아닌 것은?

- ① 동료의 말을 경청하기
- ② 잘못된 점은 공개적으로 지적하기
- ③ 칭찬과 공감하기
- ④ 질문을 통해 시너지 창출하기

- 개인적으로 성공 사례와 실패 사례 1개를 상황극 형식에 맞추어 대본을 작성해보기
- 개인이 생각하는 관계 형성에 필요한 덕목들을 서술해보기
- 응답자가 조사원 자체에 대해 불신하여 조사에 불만을 가지는 경우를 가정하고, 이에 따른 접근방법을 연구해보기
- 응답자가 국가통계 조사 자체에 대한 불만을 가지는 경우를 가정하고, 이에 따른 설명과 설득, 대응방안을 연구해보기
- 불응에 대한 설득 우수 사례를 선정하여 개인 상황극으로 연습하여 보기
- 불응에 대한 설득 실패 사례를 다시 한 번 읽고, 이에 대한 보완 시나리오를 작성해보기
- 자신이 경험했던 사례를 재구성하고, 그 중에서 잘 한 일과 잘 못 했던 일을 구분하여 작성해보기
- 다른 조사원과 나누고 싶은 나만의 노하우를 상황에 맞게 구성하여 설명해보기
- 다른 조사원들의 도움을 통해 문제를 해결했던 경험이 있다면, 이를 설명해보고 보충적인 대응방안을 설명해보기
- 후배 조사원이 들어왔을 때 알려줄 꼭 필요한 짧은 지침서 요약해보기



■ 연습문제 정답

1. 정답: ②

2. 정답: ③

3. 정답: ①

4. 정답: ④

5. 정답: ④

6. 정답: ②

- 강병서 · 조철호(2013), 연구조사방법론, 무역경영사.
- 류근관(2015), 통계학, 법문사.
- 배수진(2014), 「서비스 제공자의 고객참여 인식이 라포르와 직무만족에 미치는 영향 - 의료 서비스를 중심으로」, 『서비스 마케팅 저널』, 7(2), 69-82.
- 조용환(1999), 질적 연구: 방법과 사례, 교육과학사.
- 홍두승(2000), 사회조사분석, 다산출판사.
- 경인지방통계청(2015), 현장조사 공감백서, 경인지방통계청.
- 통계교육원(2008), 현장조사면접기법, 통계청.
- 통계청(2015), 2015 통계대행조사 현장조사 체험수기, 통계청.
- Babbie. E(2007), 고성호 외 역, 사회조사방법론, 세계이지런닝코리아.
- Hershkowitz. I(2013), Does enhanced rapport-building alter the dynamics of investigative interviews with suspected victims of intra-familial abuse? *Journal of Police and Criminal Psychology*, 30(1), 6-14.
- Walsh (2011), Examining rapport in investigative interviews with suspects: Does it building and maintenance Work? *Journal of Police and Criminal Psychology*, 27(1), 73-84.

■ 교재개발 책임연구원

김용환 통계진흥원 부장

■ 교재 집필진

서우석 서울시립대학교 교수

김옥태 한국방송통신대학교 교수

손용비 경기연구원 연구위원

■ 교재 검토위원

변효섭 통계교육원 명예교수

최봉호 통계교육원 명예교수

안형진 고려대학교 교수

이광진 목원대학교 교수

이기성 우석대학교 교수

백지선 통계개발원 사무관

심규호 통계개발원 주무관

통계조사관 직무연수

발 행 | 2015년 12월 23일

인 쇄 | 2015년 12월 31일

발행인 | 통계교육원장 박성동

발행처 | 통계교육원

기 획 | 김병우 · 최병연 · 이정만

주 소 | <sup>(35220)</sup> 대전광역시 서구 한밭대로 713(월평동) 통계센터 5층 통계교육원

전 화 | 042 - 366 - 6232

홈페이지 | <http://sti.kostat.go.kr/>

발간등록번호 11-1240162-000022-01



