

연구노트

면접원 조사: 2021년 한국종합사회조사(KGSS)*

김지범** · 유광중*** · 박현주**** · 장덕현***** · 김민재***** · 김솔이*****

한국에서 서베이 조사의 확산에도 불구하고 대면조사 자료의 질을 결정하는 면접원에 대하여 알려진 바가 거의 없다. 본 연구는 2021년 한국종합사회조사를 수행한 면접원 100명을 대상으로 온라인 조사를 통하여 면접원의 특성과 조사 관련 태도 및 행동을 파악하려고 하였다. 면접원은 100% 여성이고 85%가 50세 이상이다. 약 50%의 면접원은 일하는 이유로 돈과 유연한 근무 시간을 언급했다. 조사 참여 및 거절에 대해 일반적으로 면접원은 다양한 태도를 보였는데, 59%의 면접원이 시간을 잘 맞추면 대부분 응답자는 조사에 참여한다는 데 동의하고 있다. 또한, 면접원은 응답자의 거절 이유로 외부인에 대한 두려움과 사생활 침해 및 응답 노출 우려를 각각 25% 정도 언급하고 있다. 반면, 면접원은 응답자가 조사에 참여하는 이유로 응답자가 자신의 의견을 말하고 싶거나 사례금 및 선물 때문이라고 인식했다. 면접상황에서도 면접원 간의 차이가 나타나는데 64%의 면접원은 응답자가 서두르는 경우 빠르게 말한다고 대답했다. 마지막으로 면접원 자신을 응답자라고 가정하고 조사자료와 행정자료의 연계에 관한 질문에서 건강보험, 고용 경력, 국민연금 등에 대해서는 50% 이상 동의하지만, 세금 또는 빚 및 대출에는 30% 이하만 동의하고 있다. 결론적으로, 면접원은 성별과 나이에서는 동질성이 높지만, 조사 참여 및 거절에 대한 설득 태도와 면접상황에서의 행동에서는 차이가 난다. 면접원 조사의 중요성으로는 연구자가 실제 조사와 결합하여 자료의 풍성함을 이끌어 면접원의 영향을 파악할 수 있는 연구를 가능케 한다는 점이다. 또한 조사업계에는 면접원 교육과 훈련을 재고할 기회를 제공할 수 있다. 더욱 중요하게, 면접원 조사는 연구자와 조사업계가 어떻게 하면 면접원이 그들의 역할을 제대로 수행할 수 있도록 도움을 줄 수 있을지에 대해 심각한 질문을 던지고 있다.

주제어: 면접원, 면접원의 태도 및 행동, 면접원 영향, 면접조사, 한국종합사회조사(KGSS)

* 본 논문은 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임.
(NRF-2020S1A3A2A03096777).

본 논문을 향상시키는 데 큰 도움을 주신 세 분의 심사위원과 2021년 한국종합사회조사 면접원께 감사드린다.

** 성균관대학교 사회학과, 소셜이노베이션 융합전공 교수(jbk7000@skku.edu), 교신저자.

*** 성균관대학교 사회학과, 소셜이노베이션 융합전공 석사과정(nagara9712@gmail.com).

**** 성균관대학교 사회학과, 소셜이노베이션 융합전공 석사과정(hyeonjupark@g.skku.edu).

***** 한국갤럽조사연구소 연구위원(dhjang@gallup.co.kr).

***** 한국갤럽조사연구소 부장(mjkim@gallup.co.kr).

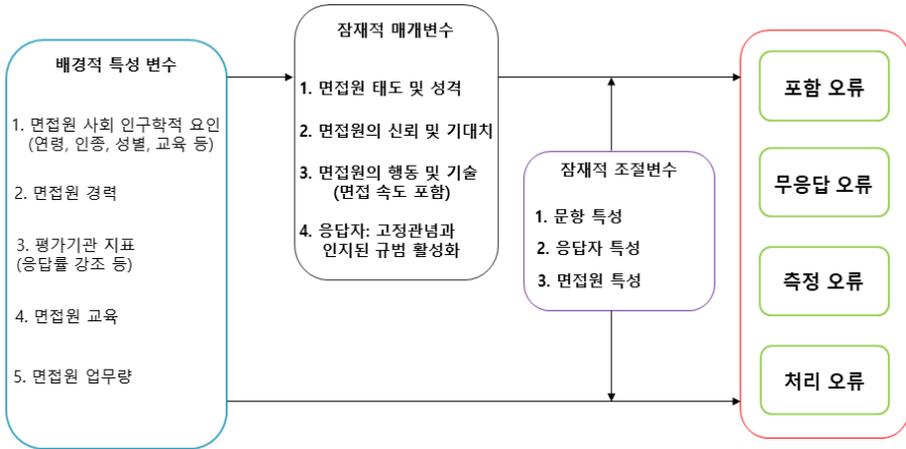
***** 한국갤럽조사연구소 선임연구원(srkim@gallup.co.kr).

I. 서론

서베이 조사(이후 조사)에서 면접원의 역할은 응답자에게 질문하고 답을 얻는 정도로 단순하게 생각할 수 있지만, 전체 조사과정에 세심한 주의를 기울이면 면접원이 매우 중요하고 어려운 일을 담당하고 있다는 것을 알 수 있다. 조사가구 표집틀을 작성하기도 하며, 선정된 가구의 낯선 가구원을 접촉하고 설득한 후, 가구원 중 응답자를 선택하고, 응답자를 조사에 참여시킨다. 그리고 응답자에게 질문을 읽어 주며 응답자가 정확하게 답할 수 있도록 응답자의 질문에 대답도 하고 캐어몰어(probing) 본 후에 응답을 실수 없이 기록한다. 때로는 조사과정 데이터(paradata)를 작성하고 조사와 병행하는 별도의 자료도 수집한다. 이처럼 면접원의 다양한 역할 수행은 자료의 질에 긍정적 혹은 부정적으로 작용하여 자료의 질과 불가분의 관계를 맺는다.

서구에서는 연구자(조사의뢰기관)의 질문이 표출된 설문지를 이용하여 직접 응답자와 상호작용하면서 자료를 수집하는 면접원과 면접원에 기인한 조사오류를 오래 전부터 관심을 가졌다. 1914년 미국 뉴욕의 2,000명 노숙자를 대상으로 한 조사에서 본인의 가난에 대한 이유 질문에 면접원이 술 판매 금지론자일 때는 노숙자는 술을, 면접원이 사회주의자면 노숙자는 폐쇄 및 해고라는 산업 상황을 답하는 경향이 높아, 가난에 대한 면접원의 편향이 응답자에게 전염된다는 것을 밝혔다(Rice 1929). 1947년에는 미국 National Opinion Research Center가 조사 면접원과 관련된 체계적인 연구를 처음으로 수행했다(Hyman 1954). 비록 아직도 면접원에 관해서 잘 알지 못하지만(Olson et al. 2020: 10), 면접원이 조사의 전반적 조사과정에서 초래하는 오류를 파악한 후 이들 오류를 최소화하기 위한 면접원의 업무 능력 향상과 이미지 제고를 위해 다양한 노력을 기울여 왔다(Cantril 1944: 83-97; Boyd & Westfall 1955; Bradburn et al. 1979; Fowler & Mangione 1990; Morton-Williams 1993; Groves et al. 2009; Schaeffer et al. 2010; Olson et al. 2020). 최근에는 유럽의 대표적 국제비교조사인 Survey of Health, Ageing, and Retirement in Europe(SHARE)과 European Social Survey(ESS)에서 별도의 면접원에 대한 조사를 정기적으로 수행한다. 이에 따라 이들 자료와 응답자 조사를 연계한 면접원 효

과 연구가 활발히 진행되고 있다(예, Blom et al. 2011, Beullens & Loosveldt 2016, Blom & Korbmacher 2013).



<그림 1> 면접원 영향 연구 설명 모델

출처: West & Blom (2017). Figure 1.

West와 Blom(2017)은 전반적 조사오류(total survey error) 틀을 토대로 기존 면접원 효과 연구를 종합하여 조사오류를 설명하는 모델을 제시하였다(<그림 1>). 면접원의 사회인구학적 특성, 경력 등의 배경변수와 태도, 행동 등의 매개변수는 네 가지의 조사오류를 유발한다. 첫째, 면접원이 추출된 표집 지역을 방문하여 표집가구의 목록을 정확하게 작성할 때 수반되는 포함오류(coverage error)이다. 둘째, 면접원의 응답자 접촉과 응답자를 조사에 참여시킬 때 나타나는 단위 무응답 오류(unit nonresponse error)이다. 셋째, 면접원이 응답자의 응답 인지 과정에 영향을 주어 부정확한 응답을 일으키는 측정오류(measurement error)와 일부 문항에 무응답을 발생시키는 항목 무응답 오류(item nonresponse error)이다. 마지막으로, 응답자 대답의 정확한 기재 등에 관한 면접원의 자료처리 오류(data processing error)이다.

<그림 1>의 모델을 반영한 SHARE 면접원 조사 결과는 국가 내 혹은 국가 간 면접원에 따라 일정한 차이가 존재하며 면접원 영향연구가 실행 가능하다고 보여주었다(Blom & Korbmacher 2013, Korbmacher et al. 2013). SHARE 4차 독일 조사 연구에서 면접원 중 23%는 1년 미만의 경력이 있고 27%는 10년 이상 면접원으로

활동하였다. 면접원으로 일하는 이유에 대한 7점 척도(1: 전혀 중요하지 않다, 7: 매우 중요하다)의 문항들에 대해서, 일에 대한 흥미와 유연한 근무시간이 중요하다(6점과 7점)고 대답한 면접원은 80%이다. 면접상황과 관련된 행동에서 “응답자가 질문을 이해하지 못하는 경우 질문의 의미를 설명한다”라는 진술과 “응답자가 서두르는 경우 빨리 말한다”에서는 면접원 간에 현격한 차이가 있지만 “조사원 지침이 합리적이지 않은 경우라도 조사원 지침을 따른다”라는 진술에서는 차이가 거의 없다는 점도 보고했다. 전반적으로는 면접상황에서 면접원 간 행동에 엄연한 차이가 나타나지만, 상황에 따라서는 면접원 행동이 크게 다르지 않음을 보여주었다.

Korbmacher와 동료들(2013)은 SHARE 5차 조사 5개국 연구를 추진했다. 독일을 제외하고 오스트리아, 스페인, 벨기에, 스웨덴 면접원의 대다수는 여성으로, 스웨덴이 77%로 가장 높았다. 면접원 경력을 보면, 독일과 스페인에서는 1년 미만 경력의 면접원은 없었으며, 5개국에서 20년 이상의 경력자는 20%를 넘지 않았다. 조사를 거절하는 응답자를 설득해야 하는 상황에서 면접원의 태도 질문을 보면, 5개국에서 ‘거절하는 응답자는 조사에 참여하도록 항상 설득되어야 한다’는 질문에 그렇다(매우+다소)라는 응답은 최소 50%가 넘으며 스페인에서는 80% 이상이다. 반면, 위의 질문과 비교하여 “충분히 노력하면 심하게 거절하는 응답자도 조사에 참여하도록 설득될 수 있다”라는 질문에 그렇다는 응답은 적었는데 오스트리아, 벨기에, 독일에서는 40% 정도이다.

서구와는 대조적으로, 한국에서 체계적인 사회조사의 시행이 1960년대임에도 불구하고(홍두승·성지영 2017), 면접원에 대한 정보가 매우 부족하다. 면접원 자료도 없으며 면접원 효과에 대해서도 거의 알려지지 않았다(이슬기·금현섭 2019). 예외적으로, 신선옥(2008)은 한국노동패널조사의 9차연도 실사 참여 면접원 총 86명의 특성을 정리했다. 면접원이 거의 모두(99%) 여성이며, 30대가 28%, 40대가 57%이고 50대가 15%이다. 학력은 38%가 대졸이며 평균 경력은 3.8년으로 2~5년이 42%로 가장 많았고 9년 차 경력의 면접원은 8%였다. 경력이 많을수록 조사 성공 부수가 더 많았는데 9년 차 경력 면접원의 28.6%는 200부 이상 조사를 완료했다. 하지만, 면접원의 나이, 교육수준, 그리고 경력에 따른 10차연도 응답률에는 거의 차이가 없었다. 또한, 이슬기와 금현섭(2019)은 응답자 특성과 면접원 특성을 동시에 고려한 다수준분석을 실시하여, 줄 세우기(straightlining) 응답행태는 면접원의 업무강도에 영향을 받지만, 면접원의 숙련도(종사기간, 이전 동일조사 참여 여부)와 나이에 따른 차이는 존재하지 않는다고 보고했다. 이 두 개의 연구는 면접원과 관련

하여 소중한 정보를 제공했다. 그러나 면접원과 관련된 조사과정 데이터 중 한정된 정보만 이용했기 때문에 면접원에 대해 다양하고 상세한 정보는 제공하지 못했다는 한계점이 있다.

본 연구는 2021년 한국종합사회조사(김지범 외 2022) 실사에 참여한 조사회사의 전문 면접원 조사를 통하여 면접원의 사회인구학적 특성, 조사 관련 태도 및 행동에 대하여 기초적인 정보를 포괄적으로 제공하려는 데 그 목적이 있다. 본 연구는 대면조사 자료의 질에 중대한 영향을 미치지만, 주목받지 못한 면접원에 대한 정보를 제공함으로써 면접상황을 진단한다는 점과 면접원 효과 연구의 선행연구로서 기여점이 있다. 또한 조사업계에는 면접원에 대한 다양한 정보가 응답자 접촉, 거절, 응답과 면접원 충원, 교육, 감독, 처우 간의 관계를 통찰할 수 있는 계기와 이에 따른 면접원 관련 오류를 최소화하는 방안을 모색하여 자료의 질을 향상시키게 하는 기회를 마련해 줄 수 있다. 마지막으로, 여론조사의 위기에 직면한 상황에서 조사자료의 확장이 중요시되고 있다(Couper 2017). 말하자면 어렵게 수집된 조사자료의 가치를 확대하기 위하여 지역, 가구, 개인 수준에서 행정자료, 조사과정 데이터, 면접원에 대한 조사자료 등과의 결합을 통한 통합자료 창출과 활용(Citro 2014; Kreuter 2013; Smith & Kim 2013)이 강조되고 있다. 본 연구에서 이용한 면접원 조사자료가 2,000개 이상의 출판물 및 발표에 활용된 한국종합사회조사와 결합한다면, 한국종합사회조사와 행정자료를 연계한 자료 이용(김이현 외 2020; 조재훈 2021)처럼, 한국종합사회조사의 가치를 드높이는 사례로 향후 면접원 관련 연구를 확산시킬 수 있다는 점에서도 의의가 있다.

II. 연구방법

1. 분석자료

본 연구에서 이용한 자료는 2021년 한국종합사회조사의 1,205명 응답자 면접을 담당한 조사회사의 전문 면접원 100명에 대한 조사이다. 이 조사는 성균관대학교 서베이리서치 센터의 요청으로 조사회사에서 한국종합사회조사의 실사가 끝난 후에 온라인 조사로 수행되었다. 면접원 100%가 조사에 참여했는데 면접원의 완료

응답자 수는 최소 5개부터 최대 36개이며 평균적으로 12개이다. 면접원 12명은 24개 이상 완료했다. 서베이리서치 센터에서는 한국종합사회조사 응답자와 면접원의 특성(예, 나이)이 유사해야 한다는 별도의 지침을 요청하지 않았다. 설문문항은 대부분 SHARE 영문 설문지(Blom & Korbmacher 2011)를 번역했는데 면접원의 근무시간, 경력, 근무 이유, 면접상황에서의 대응, 응답자의 조사 참여 및 거절에 대한 설득전략 및 태도, 면접원이 아닌 응답자로서 조사자료와 행정자료와의 결합에 대한 견해이다.

우선, 면접원 조사로 알 수 없는 면접원들의 조사 참여 과정과 급여 관련 내용을 소개한다. 본 조사뿐만 아니라 일반적으로 적용되는 내용이다. 면접원들의 조사 참여는 자발적인 측면이 강하다. 조사회사의 조사관리자는 조사회사에 등록된 면접원에게 조사 참여를 요청한다. 조사관리자는 이전에 동일(혹은 유사) 조사 수행 경험이 있는 면접원들로 면접팀을 신중하게 선발한다. 이후 조사관리자가 선발된 면접팀에게 수행할 조사의 다양한 특성을 구체적으로 소개하면, 면접원은 조사회사와의 관계, 조사의 성격, 개인적 시간을 고려하여 조사 참여를 결정한다. 그리고, 조사관리자는 면접원의 응답자와의 접근성(예, 면접원의 주소지와 조사 대상지와의 거리, 운전 가능 여부 및 차량 보유 여부 등)에 따라 조사지역을 배정한다. 면접원은 배정된 지역이 본인의 여건에 부합하지 않는 경우 조사에 참여하지 않는다. 면접원의 급여는 특별한 경우의 조사에서는 일당으로 지급되기도 하지만, 일반적으로 면접 성공 부수에 따라 수당이 책정된다. 물론, 조사의 특성인 조사문항 수, 질문의 응답 난이도, 조사 대상의 접촉 난이도(특수 집단 등), 방문 횟수, 조사과정 자료의 작성에 따라 추가 수당이 지급되기도 한다.

면접원 조사에 참여한 면접원의 업무에 대한 이해를 돕고자 한국종합사회조사를 간단히 설명한다. 한국종합사회조사는 2003년부터 2018년까지 대학(원)생들이 한국종합사회조사 면접원으로 활동하였으나, 2021년에는 처음으로 조사회사에 의뢰하여 전문면접원이 실사만 담당하였다. 한국종합사회조사는 미국의 General Social Survey(GSS)의 한국판 버전(Smith et al. 2006)으로 GSS와 여러 면에서 유사하다. 한국종합사회조사는 2003년부터 실시된 반복횡단조사로 2003년부터 2014년까지는 매년 그리고 2016년부터는 격년에 조사되었다. 2020년에 예정된 조사는 코로나19로 인하여 취소되고 2021년에 8월 말부터 10월 말까지 두 달간 진행되었다. 응답률은 2000년대 초반에 60%대 중반이었지만 최근에는 40~50%이다. 한국종합사회조

사는 다단계지역 확률표집 방법을 이용하였는데 1차 표집 단위는 200개의 동/읍/면이고 2차 표집 단위는 집계구(2021년 이전은 통/반/리)이다. 성균관대학교 서베이리서치 센터에서 집계구를 방문하여 표집틀을 작성하고(구묘정 외 2014), 조사회사의 조사관리자에게 가구 주소목록을 제공하였다. 면접원은 추출된 가구에 최소 10번 방문을 목표로 했으며 가구 대체는 허용하지 않았다. 면접원은 해당 가구에 방문 후 18살 이상 성인 가구원 중 가장 최근에 생일을 지낸 가구원을 응답자로 선택하는 생일법(last birthday method)을 이용하여 응답자를 선정하고 면접을 수행하였다. 한국종합사회조사 설문은 정치, 경제, 사회, 문화 등 다양한 주제를 포함하고 있다. 설문 구성은 거의 모든 연도의 조사에서 물어보는 반복 핵심문항, 세계 43개국이 공동으로 조사하는 ISSP 문항, 동아시아 4개국이 공동 참여하는 EASS 문항, 그리고 연구자가 조사경비를 제공하는 연구자 문항으로 총 400여 개이다. 면접 소요시간은 평균 1시간 22분으로 최소 50분이며 최대 2시간 25분이다. 응답자의 조사 참여를 유도하면서 동시에 면접원의 부담을 줄이려고 응답자에게는 5만 원 상품권을 지급하였다. 앞으로도 한국종합사회조사는 조사회사의 면접원이 실사를 담당할 예정이다.

2. 분석방법

면접원에 대한 정보가 거의 전무한 상황에서 수행되는 연구이기 때문에 고급 통계를 사용한 심층적 분석을 수행하지 않았다. 일원분석을 통하여 면접원들의 사회인구학적 특성, 조사 및 면접에 대한 태도 및 행동을 기술한다.

Ⅲ. 연구결과

1. 면접원의 사회인구학적 특성

면접원들은 대체 누구인가? <표 1>은 면접원의 성별, 나이, 경력, 근무시간, 월 가구 소득을 보여준다. 면접원은 모두 여성이었다. 면접원 중 최연소자는 37세이고

최고령자는 72세로, 60%가 50대이고, 24%가 60대로 면접원 10명 중 8명은 50대 이상이다. 면접원이 중·장년층이라는 사실에서 추측할 수 있듯이 면접원으로서 경험이 많다. 거의 80%의 면접원들이 10년 이상의 장기근무자들로 구성되어 있고, 15년~20년 미만 근무자가 30%이며 20년 이상 근무자도 29%이다. 또한 일주일 평균 근무시간이 40시간 이상 되는 면접원이 68%이다. 월평균 가구 총소득이 700만 원 이상 되는 면접원이 40%이다. 성과 나이 면에서 면접원은 동질적 집단으로 간주할 수 있다.

<표 1> 면접원 특성 변수

(단위: %)

| 구분 | 범주 | % |
|---------|-------------------|-----|
| 성별 | 남 | 0 |
| | 여 | 100 |
| 연령 분포 | 30-39세 | 1 |
| | 40-49세 | 14 |
| | 50-59세 | 60 |
| | 60-69세 | 24 |
| | 70세 이상 | 1 |
| 경력 | 1년 미만 | 9 |
| | 1년 이상~5년 미만 | 5 |
| | 5년 이상~10년 미만 | 8 |
| | 10년 이상~15년 미만 | 19 |
| | 15년 이상~20년 미만 | 30 |
| | 20년 이상 | 29 |
| 근무시간 | 20시간 이하 | 18 |
| | 21시간~39시간 | 14 |
| | 40시간 이상 | 68 |
| 월 가구 소득 | 500만원 미만 | 30 |
| | 500만원 이상~700만원 미만 | 30 |
| | 700만원 이상 | 40 |

2. 면접원으로 일하는 이유

<표 2>는 면접원으로 일하는 다양한 이유에 대하여, 전혀 중요하지 않다(=1)부터 매우 중요하다(=7)까지 7점 척도의 응답 결과이다. 제시된 항목은 돈(급여), 일에 대한 흥미, 사람들과의 소통, 다른 사람들의 상황 파악, 과학적 연구 참여, 사회에 도움이 되는 연구 참여, 유연한 근무 시간이다. 응답범주의 6과 7을 합한 것을 중요하다고 간주하면, 50%가 넘는 중요한 이유는 돈(53%)과 유연한 근무시간(51%)이며, 그 다음이 일에 대한 흥미(45%)이다. 그런데 사회에 도움이 되는 연구 참여라는 이유는 34%이고 과학적 연구 참여 이유는 단지 25%로 가장 낮다.

<표 2> 면접원으로 일하는 이유

(단위: %, 평균)

| 면접원으로 일하는 이유 | 1 전혀 중요하지 않다 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 매우 중요 하다 | 평균 (점) |
|------------------|-----------------------|---|----|----|----|----|---------------------|-----------|
| 유연한 근무시간 | 0 | 1 | 7 | 23 | 18 | 17 | 34 | 5.45 |
| 일에 대한 흥미 | 0 | 0 | 7 | 25 | 23 | 14 | 31 | 5.37 |
| 돈(급여) | 0 | 0 | 9 | 20 | 18 | 23 | 30 | 5.45 |
| 사람들과 소통 | 0 | 0 | 7 | 28 | 24 | 20 | 21 | 5.20 |
| 사회에 도움이 되는 연구 참여 | 0 | 2 | 15 | 19 | 30 | 16 | 18 | 4.97 |
| 다른 사람들 상황 파악 | 0 | 4 | 12 | 28 | 21 | 22 | 13 | 4.84 |
| 과학적 연구 참여 | 0 | 5 | 20 | 20 | 30 | 15 | 10 | 4.60 |

3. 조사에 대한 태도

<표 3>은 조사 기후(survey climate)를 측정하는 조사에 대한 태도 척도이다(de Leeuw et al. 2019). 9개 문항으로 구성되었는데 순서대로 3개 문항이 각각 조사에 대한 부담, 가치, 즐거움을 측정한다. 응답범주는 7점 척도로 전적으로 반대(=1)부

터 전적으로 찬성(=7)인까지이다. 찬성(5+6+7)이라고 한 응답을 살펴보면, 면접원은 조사가 시간 낭비가 아니고, 유용한 정보를 제공하고 사회에 중요하다는 조사의 가치를 가장 높게 인정하고 있다. 조사의 부담과 관련된 질문에서는 많은 질문에 대한 피곤함과 너무 많은 조사 요청에 대하여 10명 중 3명은 동의하고 있지만, 사생활 침해 질문에서는 10명 중 1명만 동의하고 있다. 조사에 대한 즐거움에서는 여론조사 자체에 대한 흥미(61%)가 면접원에게 질문받는 것과 인터넷에서의 설문지 작성보다 10% 이상 높다. 표에서는 보여주지 않았지만, 예상할 수 있듯이, 면접원의 조사에 대한 태도가 2021년 한국종합사회조사 응답자와 비교하여 훨씬 긍정적이다. 예로, 여론조사 자체가 흥미롭다는 질문에 면접원의 61%가 동의하지만 한국종합사회조사 응답자는 단지 31%만 동의하고 있다.

<표 3> 면접원의 조사에 대한 부담, 가치, 즐거움 (단위: %, 평균)

| 조사에 대한 부담, 가치, 즐거움 | 1 전적 으로 반대 | 2 상당히 반대 | 3 약간 반대 | 4 반대도 찬성도 아님 | 5 약간 찬성 | 6 상당히 찬성 | 7 전적 으로 찬성 | 평균 (점) |
|---------------------------------|---------------------|----------------|---------------|-----------------------|---------------|----------------|---------------------|-----------|
| 여론조사에서 많은 질문에 대답하는 것은 피곤하다. | 8 | 13 | 26 | 24 | 13 | 11 | 5 | 3.74 |
| 여론조사는 사생활 침해이다. | 24 | 22 | 25 | 21 | 4 | 4 | 0 | 2.71 |
| 여론조사에 참여하라는 너무 많은 요청을 받는다. | 9 | 21 | 13 | 30 | 16 | 8 | 3 | 3.59 |
| 여론조사는 시간 낭비이다. | 28 | 43 | 19 | 9 | 1 | 0 | 0 | 2.12 |
| 여론조사는 여러 유용한 정보를 제공한다. | 1 | 5 | 4 | 9 | 29 | 29 | 23 | 5.39 |
| 여론조사는 사회에 중요하다. | 2 | 3 | 3 | 10 | 26 | 26 | 30 | 5.53 |
| 여론조사라는 것 자체가 흥미롭다. | 1 | 6 | 7 | 25 | 22 | 22 | 17 | 4.95 |
| 여론조사에서 면접원에게 질문받는 것은 매우 즐겁다. | 0 | 9 | 12 | 31 | 21 | 12 | 15 | 4.60 |
| 인터넷을 통해 설문지에 응답하는 것은 매우 즐겁다. | 3 | 7 | 19 | 25 | 15 | 14 | 17 | 4.52 |

4. 응답자의 조사 참여 및 거절에 관한 태도

<표 4> 응답자의 조사 참여 및 거절에 대한 태도 (단위: %, 평균)

| 응답자의 조사 참여 및 거절 관련 태도 | 1 전혀 그렇지 않다 | 2 다소 그렇지 않다 | 3 다소 그렇다 | 4 매우 그렇다 | 평균 (점) |
|--|----------------------|----------------------|----------------|----------------|-----------|
| 면접원은 응답자의 사생활을 존중해야 함 | 1 | 0 | 11 | 88 | 3.86 |
| 조사 참여는 자발적이라는 것을 항상 강조하여야 함 | 3 | 13 | 33 | 51 | 3.32 |
| 응답자가 조사를 거절하면 조사거부로 받아들여야 함 | 2 | 16 | 38 | 44 | 3.24 |
| 거절하는 응답자를 반복적으로 접촉하는 것은 적절하지 않음 | 4 | 24 | 33 | 39 | 3.07 |
| 억지로 참여하는 응답자는 신뢰할 만한 응답을 하지 않음 | 4 | 29 | 45 | 22 | 2.85 |
| 시간만 잘 맞추면 대부분의 응답자는 조사 참여에 동의함 | 4 | 37 | 43 | 16 | 2.71 |
| 거절하는 응답자는 조사에 참여하도록 항상 설득되어야 함 | 15 | 29 | 40 | 16 | 2.57 |
| 충분히 노력하면 심하게 거절하는 응답자도 조사에 참여하도록 설득이 가능함 | 7 | 31 | 52 | 10 | 2.65 |

주. 설문문항의 응답범주를 역 코딩함.

<표 4>는 면접원들이 응답자를 조사에 참여시키는 상황에서 취하는 태도를 보여 준다. 면접원은 응답자의 사생활 존중에 거의 모두 동의(매우+다소 그렇다)하며,

84%의 면접원은 조사 참여의 자발성이 항상 강조되어야 한다는 데 동의하고 있다. 한편 거절하는 응답자에 대한 태도에서는 차이가 있다. 면접원 중 82%는 응답자의 조사 거절을 조사거부로 여기며, 72%는 거절하는 응답자를 반복적으로 접촉하는 것은 적절하지 않고, 67%는 억지로 참여하는 응답자는 신뢰할 만한 응답을 하지 않는다는 것에 동의하고 있다. 반면, 단지 56%의 면접원만이 거절하는 응답자를 조사에 참여하도록 항상 설득해야 한다는 데 동의(매우+다소)하며, 62%만이 충분히 노력하면 심하게 거절하는 응답자도 설득이 가능하다는 데 동의한다. 59%의 면접원은 시간을 잘 맞추면 대부분 응답자는 조사에 참여한다는 데 동의한다. 결론적으로, 면접원 간에도 거절하는 응답자에 대한 설득 태도에는 차이가 두드러진다.

5. 면접원이 생각하는 응답자의 조사 거절 및 참여 이유

대부분의 서구 국가 및 한국의 면접 조의 응답률은 낮아지고 있는데(Luiten et al. 2020; Williams & Brick 2018; 김지범 외 2022), 무응답자에 대한 조사가 쉽지 않아서인지 한국에서는 무응답자 연구가 거의 없다. 면접원들이 생각하는 응답자의 조사 거절 및 참여 이유는 (무)응답자를 이해할 수 있는 간접적인 방법이다. <표 5>를 살펴보면 면접원 4명 중 1명은 응답자의 조사 거절 이유로 외부인에 대한 두려움(26%)과 사생활 침해 및 응답 노출 우려(24%)를 언급하고 있다. 바쁘거나, 주제에 관심이 없거나, 조사에 대한 이해 어려움도 16~18% 정도 된다.

<표 5> 응답자의 조사 거절 이유

(단위: %)

| 응답자의 조사 거절 이유 | % |
|--------------------|----|
| 외부인에 대한 두려움 | 26 |
| 사생활 침해 및 응답 노출 우려 | 24 |
| 바빠서 | 18 |
| 주제에 관심이 없어서 | 16 |
| 조사가 이해하기 어렵거나 복잡해서 | 16 |

<표 6>에서 면접원들이 생각하는 응답자들의 조사 참여 이유에서 응답 5, 6, 7을 묶어 살펴보면 50%가 넘게 응답자가 자신의 의견을 말하고 싶거나 사례금 및 선물 때문에 조사에 참여한다고 답하고 있다. 나머지 이유인 조사원의 부탁을 거절하기 어려워하나, 사람들과 소통, 과학적 연구 기여, 사회에 봉사하고 싶어서는 41% 이하이다. 특히 응답자가 사회에 봉사하고 싶어서 조사에 참여한다는 응답은 단지 25%로 가장 낮다. 평균을 보면, 조사 참여 이유 순서는 의견 피력, 사례금, 소통, 과학적 연구 기여, 거절 어려움, 그리고 사회봉사로 나타난다.

<표 6> 응답자의 조사 참여 이유 (단위: %, 평균)

| 응답자의 조사 참여 이유 | 1 전혀 없음 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 대부분 | 평균 (점) |
|-----------------------|---------------|----|----|----|----|----|----------|-----------|
| 자신의 의견을 말하고 싶어서 | 0 | 4 | 16 | 25 | 13 | 18 | 24 | 4.97 |
| 사례금 혹은 선물이 받고 싶어서 | 5 | 7 | 13 | 24 | 11 | 17 | 23 | 4.72 |
| 조사원의 부탁을 거절할 수 없어서 | 3 | 10 | 22 | 32 | 14 | 13 | 6 | 4.07 |
| 사람들과 소통하고 싶어서 | 0 | 7 | 16 | 36 | 21 | 16 | 4 | 4.35 |
| 과학적 연구에 기여하기 위해 | 2 | 10 | 22 | 29 | 21 | 12 | 4 | 4.09 |
| 사회에 봉사하고 싶어서 | 3 | 23 | 17 | 32 | 17 | 5 | 3 | 3.64 |

6. 면접상황에서의 면접원 행동

면접원은 기본적으로 표준화된 방법으로 일관성 있게 면접을 수행하도록 요구되지만, 면접상황에 따라 면접원의 행동이 달라질 수 있어 측정오류를 가져온다. <표 7>의 7가지 면접상황에서의 행동에서 대한 질문에 동의(매우+다소 그렇다)한다는 응답을 살펴보면, 면접원의 90% 이상이 응답자가 질문을 이해하지 못하는 경우, 천천히

읽거나 의미를 설명해주거나 그대로 반복해서 읽어준다. 또한 87%는 조사원 지침이 합리적이지 않은 경우라도 조사원 지침을 따르며, 단지 5%만이 응답자의 대답이 추측되면 대답을 듣기 전에 써넣는다. 그러나, 면접원의 64%는 응답자가 서두르는 경우 빠르게 말하고, 43%는 응답자가 질문을 이해하지 못하는 경우 짧게 말하는 등 면접원 간의 행동 차이가 현격하다.

<표 7> 면접상황에서의 면접원 행동

(단위: %, 평균)

| 면접원 행동 | 1 전혀 그렇지 않다 | 2 별로 그렇지 않다 | 3 다소 그렇다 | 4 매우 그렇다 | 평균 (점) |
|--------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------|----------------|-----------|
| 응답자가 질문을 이해하지 못하는 경우 천천히 말해줌 | 1 | 2 | 32 | 65 | 3.61 |
| 응답자가 질문을 이해하지 못하는 경우 질문의 의미를 설명함 | 4 | 2 | 31 | 63 | 3.53 |
| 응답자가 질문을 이해하지 못하는 경우 그대로 반복해서 읽어줌 | 2 | 6 | 41 | 51 | 3.41 |
| 조사원 지침이 합리적이지 않더라도 조사원 지침을 따름 | 2 | 11 | 47 | 40 | 3.25 |
| 응답자가 서두르는 경우 빠르게 말함 | 6 | 30 | 51 | 13 | 2.71 |
| 응답자가 질문을 이해하지 못하는 경우 짧게 말해줌 | 22 | 35 | 32 | 11 | 2.32 |
| 응답자의 대답을 추측할 수 있으면 대답을 듣기 전 기입함 | 68 | 27 | 2 | 3 | 1.40 |

주. 설문문항의 응답범주를 역 코딩함.

7. 행정자료 연계에 대한 인식

<표 8>은 면접원 자신이 응답자로서 본인의 조사 응답과 다양한 행정자료와의

연계에 대한 동의 정도를 보여준다. 면접원의 62%는 고용과 관련한 행정자료와의 연계에 동의(매우+다소 그렇다)하며, 50% 이상이 국민연금 혹은 건강보험과의 연계에도 동의하지만, 단지 40% 미만이 세금, 학교 기록, 의료 자료, 그리고 빗 및 대출 자료와의 연계에 동의하고 있다. 평균을 살펴볼 때, 의료 자료(2.20), 세금(2.12), 그리고 빗 및 대출(1.98) 자료 순서로 동의 정도가 낮아진다.

<표 8> 조사응답과 행정자료 연계에 대한 동의 (단위: %, 평균)

| 행정자료 | 1 전혀 그렇지 않다 | 2 다소 그렇지 않다 | 3 다소 그렇다 | 4 매우 그렇다 | 평균 (점) |
|---------------------------|----------------------|----------------------|----------------|----------------|-----------|
| 건강 보험 | 15 | 31 | 41 | 13 | 2.52 |
| 고용경력/고용과 실업 포함 | 6 | 32 | 51 | 11 | 2.67 |
| 국민연금, 실업수당, 사회복지 혜택/수령 여부 | 14 | 29 | 46 | 11 | 2.54 |
| 세금 | 27 | 43 | 21 | 9 | 2.12 |
| 학교기록 | 15 | 47 | 31 | 7 | 2.30 |
| 의사의 의료 자료 | 22 | 43 | 28 | 7 | 2.20 |
| 빗 및 대출 | 34 | 39 | 22 | 5 | 1.98 |

주. 설문문항의 응답범주를 역 코딩함.

IV. 결론

한국에서는 실사를 이끌어가는 면접원의 업무를 등한시하는 경향이 있다. 사실, 연구자와 응답자의 연결 고리인 면접원이 다양한 역할을 통해 조사의 질에 영향을 미친다는 점을 충분히 인식하지 못한 결과일 수 있다. 면접원에 대한 미미한 수준의 연구가 이를 잘 드러낸다. 본 연구는 한국에서 거의 최초로 면접원의 조사 관련 태도 및 행동을 파악하여 면접원에 대한 정보를 공유하고 연구자와 조사회사의 관

심을 면접원에게 돌려 향후 대면면접 조사자료의 질을 높이려는 마중물이다. 연구 결과를 다섯 가지로 나누어 정리하고 함의를 제시한다.

첫째, 면접원 특성을 살펴보면, 면접원은 모두 여성으로 서구의 면접원 구성과 매우 다르다(Korbmacher et al. 2013). 여성 면접원은 85%가 50대 이상이며, 거의 80%는 10년 이상 경력자이고 50시간 이상 근무자도 40%가 된다. 면접원의 성과 나이가 동질적이어서 면접원의 성과 나이에 따른 응답 형태 등의 면접원 영향을 살펴보는 연구는 쉽지 않다. 이런 점에서 면접원의 사회인구학적 특성과 조사오류를 매개하는 면접원에 대한 태도 및 행동을 파악할 수 있는 면접원 조사의 중요성이 드러난다.

중·장년층으로 구성된 면접원의 특성은 연구영역 문제로만 국한되지 않고 자료의 질과 조사업계에 숙제를 남긴다. 한국 사회가 나이에 따른 태도 및 행동 규범의 차이가 보편화하여 면접원과 응답자의 나이 차이로 인해 응답자가 특정 문항에서 정확하게 응답을 하지 않을 수 있다. 또한, 면접원이 고령화되어 만약 면접원이 제 때 충원되지 않는다면, 조사업계는 대면조사를 유지하기가 어려운 상황을 겪게 될 수 있다.

둘째, 면접원으로 일하는 중요한 이유로 돈(53%)과 유연한 근무시간(51%)이 비슷하고, 다음으로 일에 대한 흥미(45%) 순으로 나타났는데, 독일 연구(Blom & Korbmacher 2013)에서도 일에 대한 흥미와 유연한 근무시간이 높은 이유로 나타나 유사하다. 다만 80% 이상 언급된 부분에서는 차이가 크다. 더욱더 놀랍게도 독일에서는 돈, 과학적 연구 참여, 사회에 도움이 되는 연구 참여가 같은 수준으로 높지만, 한국에서는 사회에 도움이 되는 연구 참여가 별로 중요한 이유가 아니다. 심지어 과학적 연구 참여는 가장 낮게 중요하다고 여긴다. 독일과의 비교를 차치하더라도, 전문가로서의 전문성 혹은 자부심과 연관될 수 있는, 사회적으로 도움이 되는 연구 및 과학적 연구 참여가 낮은 이유는 조사회사가 면접원을 직접 고용하고 있지 않은 현실과 면접원 교육 및 훈련이 문항 설명에만 치중되어 나타나는 문제로 보인다. 면접원의 처우 및 면접원 교육에 주목할 필요가 있다.

셋째, 조사 참여 및 거절을 대하는 태도에서 면접원 간에 차이가 크게 나타남을 확인할 수 있었다. 이 사실은 면접원 간에 응답률 격차가 발생할 개연성이 높다는 것을 암시한다. 방문 시간만 잘 맞추면 응답자가 조사에 참여한다는 것에 동의한 59%의 면접원과 동의하지 않은 41%의 면접원의 태도 차이를 어떻게 줄일 수 있을

까? 교육 및 훈련 프로그램을 재검토하고 정립된 면접원 지침서가 필요하다. 면접원 지침서는 면접원과 응답자 간의 최초 상호작용을 녹음하여 성공적으로 면접을 시도할 수 있는 효과적인 설득 전략을 파악하는 연구(Morton-Williams 1993), 혹은 경험 많은 면접원으로부터의 무응답을 줄일 수 있는 성공적인 전략을 체계적으로 포착한 연구(Snijkers et al. 1999) 등을 토대로 만들어져야 한다. 이를 바탕으로 조사 성격에 맞게 면접원을 교육하고 능력을 배양시킨 후 조사 기간 면접원들의 행동을 지속해서 철저히 감독해야 한다. 그리고, 면접원이 자신이 수행하는 각양각색 조사의 차이(예: 조사경비)를 분명하게 인지하게 하여야 한다. 그렇지 않으면 면접원은 모든 조사를 똑같이 취급해서 조사에 따른 품질의 차이가 나타나지 않을 수 있다.

조사를 거절하는 가장 주된 이유로 외부인에 대한 두려움과 사생활 침해 및 응답의 외부 유출 등이 많이 언급되고 있다. 면접원은 물리적 장벽을 뚫고 들어가 심리적 장벽까지 허물어야만 면접 수행이 가능하다. 면접원이 최초로 가구를 방문하기 전에 연구자들과 조사회사는 면접원이 응답자에게 쉽게 접근하고 거절당하는 것을 줄일 수 있는 환경을 구축하기 위해 여러 가지 새로운 방법을 모색해야 한다. 가령 타성에 젖은 협조 공문 내용이나 봉투 대신에 효과적인 협조 공문 내용 및 형식 혹은 봉투(투명 혹은 반투명 등)도 시도할 수 있다.

조사에 참여하는 가장 중요한 이유 중의 하나가 사례금이라는 점은 연구자와 조사업체에 시사하는 점이 있다. 지금까지 조사과정 정보가 투명하게 공개되지 않아서 조사 간의 품질의 차이를 파악할 수 없고, 이는 다시 조사 단가가 현실화하지 못하는 악순환이 반복되고 있다(이기재 외 2014). 사례금이 조사경비에 비례하고 사례금 제공도 조사과정의 일부로 여기면, 먼저, 조사업체는 조사경비에 어울리는 실현 가능한 조사과정을 연구자에게 솔직하고 분명하게 밝혀야 한다. 그리고 연구자는 조사경비가 전반적 조사과정 오류와 연동되었음을 인식하고 조사경비에 부합하는 조사를 의뢰해야 한다. 응답자가 기대하는 적정 사례금이 얼마인지 모르지만, 현재 단가로 연구자가 제공할 수 있는 사례금이 응답자가 원하는 금액으로 충분했는지는 의문이다. 낮은 사례금이 저조한 조사 참여와 부정확한 응답을 촉발한 요인으로 이어졌다고 볼 수 있다.

넷째, 면접상황에서 면접원은 응답자가 질문을 이해하지 못하는 경우 대부분 유사한 대응을 하지만, 짧게 말하는 행동에 있어서는 면접원 간의 차이가 크다. 또한

기존 서구의 연구결과(Blom & Korbmacher 2013)와 마찬가지로, 면접원은 응답자가 서두르면 빠르게 말하는 행동에 있어서 상당한 차이를 보이고, 대부분 면접원은 조사원의 지침이 합리적이지 않은 경우라도 그 지침을 따른다. 이러한 면접상황에서의 면접원 행동 정보는 종합적이고 정교한 면접원 지침서를 다듬고 발전시킬 수 있게 한다. 응답자가 질문을 이해하지 못하는 경우 면접원 대부분은 의미를 설명하지만, 면접원이 질문의 의미를 일관성 있게 설명하기가 쉽지 않다. 이렇다면 면접원이 범하는 오류를 줄일 수 있는 가장 중요한 해법이 설문지일 수 있다는(Fowler & Mangione 1990: 22) 점을 염두에 두고 설문지 향상을 위한 많은 시간과 노력을 투여할 가치가 있다.

면접원 간에 서로 다른 면접 진행 기법을 돌아볼 때, 조사품질의 향상을 위한 가장 현실적인 방법은 면접 행동 방식을 표준화하여 측정오류 혹은 항목 무응답 오류를 줄이는 것이다. 왜냐하면 비록 면접원의 업무는 조사의 전반적 오류와 모두 관련되어 있지만, 면접원은 조사 대부분에서 표집틀을 작성하지 않으며, 면접원이 조사가구 가구원 혹은 응답자를 조사에 참여시키는 과정을 파악하기가 쉽지 않고, 면접원의 처리 오류는 상대적으로 판단할 수 있는 방법이 적기 때문이다.

다섯째, 면접원들은 행정자료의 종류에 따라 자료 연계 동의에 있어 상당한 차이를 보인다. 면접원의 50% 이상이 고용 경력, 국민연금과 사회복지 수령 여부, 건강보험과 같은 행정자료와의 연계에는 동의한다. 반면, 세금, 학교 기록, 의료 자료, 그리고 빗 및 대출과 관련해서는 40% 미만만 찬성하고 있다. 조사에 대한 면접원의 태도가 일반 응답자보다 더 긍정적이라고 가정할 때, 조사의 가치를 확장하려는 행정자료와의 연계에 대한 일반 응답자의 동의 확보가 난관에 봉착할 수 있다. 특히, 면접원 자신들도 흔쾌히 동의하지 않은 문항을 물어본다는 점에서 면접원들이 응답자의 응답에 영향을 많이 미칠 수 있는 문항이 될 수 있다. 연구자는 이런 민감한 문항에 대한 응답자들의 거절을 줄일 수 있는 설문문항 개발에 신경을 써야 한다. 다른 한편, 조사업계는 면접원이 민감한 문항을 질문할 때 응답자를 설득할 수 있는 매우 구체적인 전략을 습득하도록 심화된 훈련을 해야 한다.

본 연구는 몇 가지 제한점이 있다. 첫째, 한국종합사회조사의 성격, 조사업체 특성, 그리고 코로나19 상황 등으로 인하여 면접원 조사 결과의 일반화 문제가 있다. 한국종합사회조사는 많은 조사경비가 소요되어 통상적인 대면면접 조사의 전형은 아니다. 또한, 코로나19 상황은 대면접촉에 대한 두려움을 가져왔다. 면접상황에서

면접원과 응답자의 상호작용 변화도 무시할 수 없다. 반면, 면접원이 특정 조사업체의 면접을 전담하기도 하지만 대부분 자유롭게 여러 조사업체에서 활동한다. 이런 상황으로 인하여 면접원의 사회인구학적 특성은 여러 조사에서 매우 비슷하리라 추측한다. 둘째, 제3의 기관이 아닌 조사를 수행한 조사회사에서 직접 면접원 조사를 하여 면접원의 조사에 관한 태도나 행동이 조사회사가 바람직하다고 여기는 규범을 반영할 수 있다. 셋째, 대면 면접조사 면접원의 특성을 전화조사 면접원에게 일반화 시키기에는 적합하지 않다. 마지막으로, 면접원 조사의 문항이 전적으로 해외 설문지를 빌려 한국 사회의 맥락을 충분히 반영하지 못했다.

이러한 제한점에 따른 시사점으로 조사업체가 면접원과 면접상황에 대하여 다양한 정보를 구축하고 공개해야 한다. 이를 바탕으로 연구자는 면접원 조사를 위한 적절한 설문문항을 개발하고 체계적인 면접원 조사 설문지를 고안해야 한다. 주제 연구 조사와 더불어 면접원 조사도 수행된다면 자료의 풍부성이 높아지며 면접원에 기인한 조사오류의 심층적 이해가 가능하리라 예상한다.

한국에서도 조사업체의 팽창으로 인한 조사의 공유자원(common pool resource)인 응답자의 고갈(Leeper 2019)이 나타나는 경향이 있다. 특히, 전화조사와 온라인 조사의 팽창이 영향을 주는 것처럼 보인다. 비록 대면 면접조사가 일반적으로 대표성과 자료 정확성에서 전화 조사와 온라인 조사에 비하여 상대적 우위가 있지만, 조사경비가 천차만별이며 현실을 무시한 조사경비로 인하여 그만그만한 품질의 조사자료 양산이 관행으로 자리잡았다. 이런 자료에 이용자는 일정 수준 적응을 마쳤다. 이러한 타협이 불가피한 면도 있다.

그러나 슬한 저품질 조사자료의 위험 수위가 임계점에 도달했음을 대수롭지 않게 여겨서는 안 된다. 연구자와 더불어 조사업체가 조사자료의 품질을 결정하는 주체임을 자각해야 조사자료 품질 문제가 해소된다. 연구자는 고품질 자료의 생산을 위하여 저가의 독립조사보다 때로는 공동으로 조사경비를 마련하여 고가의 공동조사를 모색하고, 조사업체는 사소한 부분일지라도 자료의 질을 높이는 방법을 끊임 없이 추구해야 한다. 면접원의 관점에서 실사를 바라보고, 면접원이 역할을 충실히 수행할 수 있도록 충분히 지원한다면 최소한의 경비로 조사자료의 품질 개선을 위한 작은 시발점이 될 수 있다. 조사의 위기에 대응하기 위해 면접원이 아닌 연구자와 조사업체가 더 책임져야 할 차례이다.

참고문헌

- 구묘정·김솔이·김하영·김지범. 2014. “가구조사 표집틀 작성: 한국종합사회조사.” 《조사연구》 15(4): 153-174.
- 김이현·김지범·강정환. 2020. “서울시 행정 구역과 이웃 효과 관계 탐색: 한국종합사회조사 (KGSS) 및 행정 자료 연계.” 《조사연구》2 1(2): 1-23.
- 김지범·강정환·김석호·김창환·박원호·이윤석·최슬기·김솔이. 2022. 《한국종합사회조사 2003-2021》 서울: 성균관대학교 출판부.
- 김지범·장덕현·김솔이·강정환. 2019. “조사동향: 여론조사에 대한 조사.” 《조사연구》 20(1): 131-164.
- 신선옥. 2008. “한국노동패널조사의 응답자 태도에 면접원이 미치는 효과.” 《노동리뷰》 37: 74-82.
- 이기재·김도연·이기홍·조성겸. 2014. “한국의 여론조사 정보공개 제도화에 대한 연구: 한국조사연구학회 여론조사정보공개지침의 제정에 부쳐.” 《조사연구》 15(1): 123-147.
- 이슬기·금현섭. 2019. “면접원이 설문조사 질에 미치는 영향: 응답자의 응답시간과 응답 행태를 중심으로.” 《조사연구》 20(3): 33-63.
- 조재훈. 2021. “생활만족도의 지역 간 차이: 아파트의 맥락효과를 중심으로” 《조사연구》 22(4): 105-134.
- 홍두승·성지영. 2017. “한국의 사회조사: 과거와 현재.” 《조사연구》 18(3): 113-137.
- Beullens, K. and G. Loosveldt. 2016. “Interviewer Effects in the European Social Survey.” *Survey Research Methods* 10(2): 103-118.
- Blom, A.G., E. De Leeuw, and J. Hox. 2011. “Interviewer Effects on Nonresponse in the European Social Survey.” *Journal of Official Statistics* 27(2): 359-377.
- Blom, A.G., and J.M. Korbmacher. 2011. “Measuring Interviewer Effects in SHARE Germany.” *SHARE Working Paper Series* 3.
- Blom, A.G. and J. M. Korbmacher. 2013. “Measuring Interviewer Characteristics Pertinent to Social Surveys: A Conceptual Framework.” *Survey Methods: Insights from the Field*. Retrieved from <http://surveyinsights.org/?p=817>
- Boyd Jr, H.W. and R. Westfall. 1955. “Interviewers as a Source of Error in Surveys.” *Journal of Marketing* 19(4): 311-324.

- Bradburn, N.M., S. Sudman, E. Blair, W. Locander, C. Miles, E. Singer, and C. Stocking. 1979. *Improving Interview Method and Questionnaire Design: Response Effects to Threatening Questions in Survey Research*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Cantril, H. 1944. *Gauging Public Opinion*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Citro, C. F. 2014. "From Multiple Modes for Surveys to Multiple Data Sources for Estimates." *Survey Methodology* 40(2): 137-162.
- Couper, M.P. 2017. "New Developments in Survey Data Collection." *Annual Review of Sociology* 43: 121-145.
- de Leeuw, E., J. Hox, H. Silber, B. Struminskaya, and C. Vis. 2019. "Development of an International Survey Attitude Scale: Measurement Equivalence, Reliability, and Predictive Validity." *Measurement Instruments for the Social Sciences* 1(1): 1-10.
- Fowler, F.J., Jr. and T.W. Mangione. 1990. *Standardized Survey Interviewing: Minimizing Interviewer-related Error*. Newbury Park, CA: Sage.
- Groves, R.M., F.J. Fowler Jr., M.P. Couper, J.M. Lepkowski, E. Singer, and R. Tourangeau. 2009. *Survey Methodology*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Hyman, Herbert H. 1954. *Interviewing in Social Research*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Korbmacher, J.M., S. Friedel, M. Wagner, and U. Krieger. 2013. "Interviewing Interviewers: The SHARE Interviewer Survey." *SHARE Wave 5: Innovations & Methodology* 64-72.
- Kreuter, F. 2013. *Improving Surveys with Paradata*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Leeper, Thomas J. 2019. "Where Have the Respondents Gone? Perhaps We Ate Them All." *Public Opinion Quarterly* 83(S1): 280-288.
- Luiten, A., J. Hox, and E. de Leeuw. 2020. "Survey Nonresponse Trends and Fieldwork Effort in the 21st Century: Results of an International Study Across Countries and Surveys." *Journal of Official Statistics* 36(3): 469-487.
- Morton-Williams, J. 1993. *Interviewer Approaches*. Brookfield, VT: Dartmouth Publishing Company.
- Olson, K., J.D. Smyth, J. Dykema, A.L. Holbrook, F. Kreuter, and B.T. West (Eds.). 2020. *Interviewer Effects from a Total Survey Error Perspective*. Boca Raton, FL: CRC Press.
- Rice, S. A. 1929. "Contagious Bias in the Interview: A Methodological Note." *American Journal of Sociology* 35(3): 420-423.
- Schaeffer, N.C., J. Dykema, and D.W. Maynard. 2010. "Interviewers and Interviewing."

- in Marsden, P.V. and J.D. Wright(eds). *Handbook of Survey Research*(2nd ed.). pp. 437-470.
- Snijkers, G., J. Hox, and E.D. de Leeuw. 1999. "Interviewers' Tactics for Fighting Survey Nonresponse." *Journal of Official Statistics* 15(2): 185-198.
- Smith, T.W. and J. Kim. 2013. "An Assessment of the Multi-level Integrated Database Approach." *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 645(1): 185-221.
- Smith, T.W., J. Kim, A. Koch, and T. Park. 2006. "Social-science Research and the General Social Surveys." *Comparative Sociology* 5(1): 33-43.
- West, B.T, and A.G. Blom. 2017. "Explaining Interviewer Effects: A Research Synthesis." *Journal of Survey Statistics and Methodology* 5(2): 175-211.
- Williams, D. and J.M. Brick. 2018. "Trends in US Face-to-face Household Survey Nonresponse and Level of Effort." *Journal of Survey Statistics and Methodology* 6(2): 186-211.

<접수 2023.02.05; 수정 2023.02.17; 게재확정 2023.02.20>

Interviewer Survey: 2021 Korean General Social Survey (KGSS)

Jibum Kim
(Sungkyunkwan University)
GwangJong Yoo
(Sungkyunkwan University)
Hyeonju Park
(Sungkyunkwan University)
Deok Hyun Jang
(Gallup Korea)
Min Jae Kim
(Gallup Korea)
Sori Kim
(Gallup Korea)

Despite the rapid growth of survey data in Korea, little is known about face-to-face interviewers. We conducted online surveys of 100 interviewers who collected the 2021 Korean General Social Survey (KGSS) to find out more about the interviewers, such as background characteristics, and their attitudes and behaviors related to surveys. We found that all the surveyed interviewers are women, with 85% are aged 50 and over. Of the several reasons for working as an interviewer, about 50% of the interviewers mentioned money and flexible working hours. Regarding attitudes toward survey participation and refusal of respondents, in general, interviewers' attitudes are heterogeneous. 59% of interviewers agreed (strongly and somewhat agree) that most people agree to participate if interviewers catch them at the right time. Also, about 25% of interviewers thought that fear of strangers and concerns for privacy or response exposure were the main reasons for potential respondents' refusal. On the other hand, interviewers primarily believed that people participated in the survey due to their desire to express their opinion or incentives, such as money or gifts. In addition, the interviewer's behavior varies depending on the interviewing context. 64% of interviewers speak faster when respondents are in a hurry. Finally, in a hypothetical situation where interviewers were asked to consent to the linkage of their survey data with administrative data, 50% of interviewers agreed that health insurance, employment history, and national pension data can be connected, but less than 30% agreed on tax or debt and loans. Our research suggests that interviewers are homogenous in terms of sex and age, but they differ in their diagnosis for reasons for survey participation and refusals as well as act differently depending on the interview situation and context. The importance of the interviewer survey is that the linkage between the interviewer's survey data and the primary data set provides data expansion, which allows researchers to study the interviewer effect. It can also allow the survey industry to reexamine interviewer education and training. More importantly, in a time of survey crisis, the interviewer survey raises serious questions about how researchers and the survey industry help interviewers properly play their roles.

Key words: interviewer, interviewer attitude and behavior, interviewer effect, face-to-face survey, Korean General Social Survey