



제3부 논리적 해답에 대한 경험적 검증 실시

- 제 6 장 자료의 수집
- 제 7 장 자료의 입력
- 제 8 장 기술통계분석
- 제 9 장 추리통계분석
- 제10장 상관관계분석을 통한 상호관계검증
- 제11장 요인분석을 통한 상호관계검증
- 제12장 집단간 차이분석을 통한 인과관계검증
- 제13장 회귀분석을 통한 인과관계검증
- 제14장 구조방정식을 통한 인과관계검증



제6장 자료의 수집

| 도입 사례 |

기록에 의하면 자료의 수집은 상당히 오래전부터 이루어졌습니다. 다음의 예를 잘 감상해 봅시다.

(A) 세종대왕은 한글창제뿐만 아니라, 우리나라에서 최초로 여론조사를 실시한 것으로도 기록되고 있습니다. 세종이 공법(세종 때 도입한 새로운 세법)을 실시하라고 발표하자 찬반논쟁이 치열하게 일어났다. 그러자 세종은 “찬성하는 사람도 반대하는 사람도 다 백성을 위해서라고 하는데, 그럼 직접 백성들에게 물어 보라”며 여론조사를 지시하였다. 관리에서부터 일반 농민에 이르기까지 무려 17만명이 참가한 여론조사는 찬성 9만 8,657명, 반대 7만 4,149명으로 판가름이 났다. 그러자 세종은 백성들을 위해 이 제도를 실시하겠노라고 선언하였다.

- 살아있는 한국사 교과서 1, 183쪽 -



제6장 자료의 수집

(B) 성경(The Holy Bible)에도 다음과 같은 자료조사와 관련된 구절이 있습니다. 아훼께서 모세와 아론의 아들인 엘르아잘 사제에게 이르셨다. "이스라엘 백성 온 회중 가운데 스무 살이 넘어 군대에 나갈 수 있는 남자의 수효를 가문별로 세어라," 모세와 엘르아잘 사제는 예리고 가까이 요르단강 가 모압 광야에서 그들의 수를 세었다.

- 민수기 26장 1~3절 -

(C) 한 독일의 정치사회학자가 고용주의 착취 정도를 파악하기 위해 약 25,000부 정도의 설문지를 근로자들에게 우송한바 있었는데 동설문지의 일부 내용입니다.

"귀하의 고용주가 귀하 임금의 일부를 사취하기 위해 속임수를 쓰나요?"

- Karl Marx (1880) -

생각해 볼 문제

- ① 사회현상을 측정하기 위해 수집되는 자료에는 어떠한 유형이 있을까요?
- ② 자료의 수집방법에는 무엇이 있을까요?



제6장 자료의 수집

◆ 자료(data)

- ◆ '현상의 질적(qualitative) 혹은 양적 속성(quantitative attributes)을 대변(대표)하는 측정(measurement)값의 집합'
- ◆ '추상적인 현상을 구체적인 수로 변환(즉, 측정)한 결과'
- ◆ '변수의 관측 값'

◆ 자료수집(data collection)

- 연구자가 현상을 경험적으로 관찰하는 과정
 - ☞ 가설 검정(hypothesis testing)에 필수적



1. 1차 자료와 2차 자료

1) 1차 자료와 2차 자료의 구분

◆ 1차 자료(primary data)

- 연구문제 해결을 위해 새로 수집하는 자료

◆ 2차 자료(secondary data)

- 다른 목적의 연구를 위해 기존에 이미 수집된 모든 자료

☞ 2차 자료를 이용하여 탐색적인 연구를 수행하고, 연구문제를 명확히 정의(및 가설설정)한 후 필요시 1차 자료 수집을 통한 가설검정을 하는 것이 일반적인 연구과정

<표 6-1> 1차 자료와 2차 자료

	1차 자료	2차 자료
수집목적	현 조사문제 해결	여타 조사문제 해결
수집과정	많은 노력 필요	빠르고 쉬움
수집비용	높 음	낮 음
수집시간	많은 시간 소요	짧은 시간 소요



2) 2차 자료의 유형

- ◆ 연구자가 소속된 조직(학교, 기업, 연구소 등) 내에 존재하는지 여부 기준
 ☞ 내부자료 vs. 외부자료

〈표 6-2〉 2차 자료의 유형

내부자료	외부자료
—	공표자료 computer database 상업용 자료

- ◆ 외부자료
 - 공표자료, computer database와 전문서비스기업 자료
- ◆ 공표자료(published data)
 - 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 자료
 - 정부자료 + 비정부자료



◆ 정부자료

- 통계청, 재경부, 산자부, 건교부, 한국은행(엄밀한 의미로 행정부에 속하지는 않음), 금융감독원 등의 정부기관

◆ computer database

- 각종 directory(기업연감 등), 통계자료(인구조사 자료 등), 조사연구자료(논문 등) 등

◆ 상업용자료(syndicated data)

- 조사전문기업에서 주로 기업고객들을 대상으로 소비자, 유통기관 및 산업관련 각종 자료를 수집해서 제공하는 2차 자료



2. 질적 자료와 계량적 자료

- ◆ 계량적 자료(quantitative data)
 - 현상을 계량적인 의미(quantitative meaning)를 가지는 부호(symbol), 즉 수(number)로 측정한(나타낸) 자료
- ◆ 질적 자료(qualitative data)
 - 비계량적인 부호(즉 언어)로 측정한 자료

〈표 6-3〉 계량적 자료와 질적 자료

	계량적 자료	질적 자료
목 적	현상간의 관계의 계량화 현상간 관계의 일반화	현상에 대한 깊은 이해
표 본	대표성 있는 큰 표본	대표성 없는 작은 표본
자료수집	구조화된 자료수집	구조화되지 않은 수집
자료분석	통계분석	비통계분석



제2절 자료수집방법

- ◆ 의사소통법(communication method)
 - 조사하려고 하는 사회현상의 속성을 보유하고 있는 조사대상에 대한 의사소통이 수반되는 자료수집방법
- ◆ 관찰법(observation method)
 - 의사소통이 수반되지 않는 자료수집방법
 - ☞ 일반적으로 관찰법만을 사용한 조사연구는 매우 희귀

〈표 6-4〉 의사소통법과 관찰법 비교

	의사소통법	관찰법
계량적 자료	설문조사	인적/기계적 관찰
질적 자료	심층면접법 표적집단면접법 투사법	참여관찰

〈표 6-5〉 관찰법의 장단점

장 점	단 점
무응답 오류 최소화 면접원 오류 최소화	관찰불가 현상 설명 불가 관찰자 오류가능성



1. 의사소통법

- ◆ 의사소통 방법의 구조화(the degree of structure), 공개(disguised) 정도에 추가적 구분 가능

〈표 6-6〉 의사소통법의 구분

	구조적	비구조적
공개적	설문조사	심층면접법 표적집단면접법
비공개적	—	투사법

- ☞ 설문조사: 모든 응답자에게 동일한 질문을 할 수 있도록 자료수집방법이 표준화(즉, 구조화)되어 있으면서도, 응답자들이 자료수집 사실을 알고 있는 상황(대부분의 경우)에서 자료가 수집됨
- ☞ 심층면접법, 표적집단면접법: 응답자들이 조사대상 현상에 대해 알고는 있으나(즉, 공개적 자료수집), 자료수집수단은 표준화가 덜 된 상황에서 자료를 수집
- ☞ 투사법(projective technique): 구조화도 되어 있지 않고, 응답자들이 조사대상 현상이 무엇인지에 대한 인식이 없는 상태에서 자료를 수집하는 방법



1) 설문조사법

◆ 설문조사법(survey)

- 다수의 응답자들을 대상으로 표준화된 설문지를 이용하여 모든 응답자들에게 동일한 방법으로 질문을 하는 구조적인 자료수집방법

☞ 사회현상의 연구에 있어서 가장 널리 사용되는 자료수집방법

◆ 장점

- 직접 관찰이 불가능한 사회현상에 대한 자료수집이 가능
- 큰 규모의 표본을 이용한 조사가 가능
- 자료수집이 상대적으로 용이
- 다양한 통계분석이 가능하며
- 연구결과의 일반화 가능성(generalizability)이 높음

◆ 단점

- 설문지 개발에 적지 않은 시간, 노력, 비용이 필요
- 깊이 있는 질문이 어려움



(1) 면접설문법/대인면접법(personal interview)

- 설문자/면접원(interviewer)이 피설문자/응답자(interviewee)를 직접 대면한 상태에서 설문을 시행하고 자료를 수집하는 방법

① 가정내 면접법(personal in-home interview)

◆ 장점

- 응답대상자 선택(즉, 표본관리)이 용이
- 복잡한 질문에 대한 응답이 가능
- 상대적으로 높은 응답률 가능

◆ 단점

- 면접원에 따라 동일 문항에 대한 응답자의 반응이 상이할 수 있음
- 응답자들이 사회적으로 바람직한 socially desirable) 대답을 할 가능성
- 조사비용이 매우 높음



② 거리면접법(mall intercept personal interview)

- 가정 방문 면접이 어려울 경우 가정 밖에서 면접을 실시하는 방법
- 미국적인 시장환경인 mall에서 소비자들을 대상으로 마케팅조사를 실시하면서 발달

☞ 다른 사회현상의 연구에도 쉽게 응용될 수 있습니다.

③ 컴퓨터 대인면접법(computer-assisted personal interview: CAPI)

- 노트북 컴퓨터 등을 보유한 면접자가 응답자의 가정/직장을 직접 방문하거나, 컴퓨터가 있는 곳으로 응답자를 오게 하여 면접을 진행하는 방법



(2) 우편설문법

- ◆ 우편설문법(mail survey 혹은 mail interview)
 - 연구자가 설문지를 우편을 이용하여 응답자에게 우송하고 응답자가 편리한 시간이나 장소에서 설문에 응답을 한 후, 반송용 봉투를 이용하여 연구자에게 설문지를 우송하는 자료수집방법
- ◆ 장점
 - 자료수집을 위한 비용이 상대적으로 저렴
 - 질문하기 어려운 내용도 조사할 수 있는 점
- ◆ 단점
 - 상대적으로 응답률이 낮은 단점 -> 무응답오류 평가 필요
 - 상대적으로 자료수집기간이 길어진다는 단점



(3) 전화설문법

- ◆ 전화설문법(telephone survey 혹은 telephone interview)
 - 면접원이 응답자를 직접 만나는 대신에 전화를 통해 응답자에 설문을 시행하고 자료를 수집하는 방법
- ◆ 장점
 - 전화번호부라고 하는 표본 프레임을 이용하여 비교적 쉽게 표본 추출 가능
 - 상대적으로 저렴한 비용으로 신속한 조사 실시
- ◆ 단점
 - 설문의 길이가 제한적
 - 전화보급률이 낮은 상황에서는 쉽게 사용할 수 없는 방법
- ◆ 컴퓨터를 이용한 전화면접법(computer assisted telephone interview: CATI)
 - 면접원이 컴퓨터를 사용하여 자동으로(적절한 컴퓨터 프로그램을 이용하여 컴퓨터 내에 미리 입력된 전화번호 중에서 무작위로 일부 전화번호를 선택해서 전화를 걸 수도 있음) 미리 전화번호가 입력된 응답자에게 전화를 걸어서 면접원이 컴퓨터 화면에 뜨는 질문을 하고 응답자의 응답을 직접 컴퓨터에 입력하는 자료수집방법
 - ☞ 자료의 수집과 입력을 동시에 할 수 있는 매우 효율적인 방법



(4) 전자설문법

◆ 전자설문법(electronic survey)/인터넷 설문(Internet survey)

- 인터넷상에서 설문조사를 실시하여 단시간 내에 많은 응답을 매우 적은 비용으로 얻을 수 있는 자료수집방법

☞ e-mail을 사용하는 방법, home page를 활용하는 방법, on-line 전문조사기업에 의뢰하는 방법 등

예) 컴퓨터를 이용한 자기면접법(computer assisted self interview: CASI)

- 인터넷상의 질문에 대해서 응답자가 스스로 읽고 이에 대한 응답을 입력

◆ 장점

- 인터넷을 이용하는 응답자에 대한 접근이 용이
- 자료의 수집과 자료입력 등의 과정이 통합되기 때문에 시간, 비용을 절약 가능
- 상호작용적인 설문 작성 가능
- 실시간 분석과 연속적인 조사가 가능

◆ 단점

- 표본집단이 조사연구대상 모집단을 대표하기 어려움
- 중복해서 응답 등 통제 어려움



2) 심층면접법

- ◆ 심층면접법(depth interview: DI)
 - 숙련된 면접자가 한 사람의 응답자를 대상(one-on-one basis)으로 연구주제와 관련된 응답자의 동기, 신념, 태도, 감정 등을 알아내는, 정형화되어 있지 않고 (unstructured) 공개적(undisguised)인 의사소통방법
 - ◆ 장점
 - 응답자로 하여금 자신의 감정, 신념, 태도 등을 자세히, 자유롭게 표현하도록 유도하는
 - 질문의 순서와 내용을 면접자가 조정할 수 있음
 - ◆ 단점
 - 비용과 시간이 많이 소요
 - 조사원의 면접능력과 분석능력에 따라 응답내용이 영향을 받음
- * 초점집단면접법 보다 더 깊은 응답을 얻을 수 있는 방법, 내재적인 현상에 대한 설명이 가능한 자료수집방법



〈표 6-7〉 심층면접의 예

면접원	홈쇼핑에 대해 어떤 느낌을 가지고 있나요?
응답자	이따금 일과 후 차 한잔하면서 편하게 Cable TV에서 홈쇼핑채널을 보며 쉬고 싶어요. 재미 있더라구요.
면접원	왜 재미가 있다고 느끼시나요?
응답자	직장에서는 항상 논리적으로만 생각하고 행동해야 하잖아요. 홈쇼핑채널을 보면서는 아무 생각 없이 즐길 수 있지요. 스트레스가 없잖아요.
면접원	스트레스가 없는 것이 왜 중요한가요?
응답자	직장에서는 상사나 동료로부터 항상 스트레스에 시달리지요. 내 집에서는 스트레스를 내가 통제하거나 심지어 없앨 수도 있잖아요?



3) 초점집단면접법 (FGI; focus group interview)

- ◆ 한 명의 진행자(moderator)가 소수의 응답자들(즉, focus group)을 한 장소에 모아놓고, 탐색하려는 주제에 관해 자유로운 대화나 토론을 유도하여 탐색하려는 주제에 대한 기초적 이해 혹은 연구자가 미처 예상하지 못했던 깊은 이해를 도모하는 자료수집방법 -> 비구조적, 공개적

⇒ 종종 대규모 설문조사 시 초점집단면접을 통해 설문문항을 수정/확정

면접내용 기록(녹음, 녹화)-> 글로 옮겨 자료화, 면접장소 옆방에 일방거울 설치, 과정을 관찰함

· <장 점>

- ◆ 조사목적과 관련된 정보뿐만 아니라 생각지 않았던 유용한 정보도 추가적으로 얻을 수 있음

· <단 점>

- ◆ 진행자에 의한 조사결과의 오류가 발생할 가능성
- ◆ 초점면접집단이 모집단을 대표하기 어려움 -> 조사결과의 일반화는 기대하기 어려움



제2절 자료수집방법

4) 투사법 : (1) ~ (4)

- ◆ 응답자의 동기, 태도, 신념, 감정 등을 응답자가 밖으로 ‘투사’하도록 유도하는 방법 -> 비구조적, **비공개적**-> 질적인 자료 수집에 적합

(1) 단어연상법 (association technique)

- ◆ 조사자가 연구대상 현상과 관련된 단어들을 나열하면 응답자들은 이 단어들을 보고 가장 먼저 연상되는 단어를 표현하도록 하는 자료수집방법

예; Gillette사의 여성용 면도기의 상표명

(2) 문장완성법 (completion technique)

- ◆ 단어연상법을 확장한 방법으로, 조사자가 미완성 상태의 문장을 제시하면 응답자가 이 문장을 완성함으로써 자료를 수집하는 방법
-> 응답자로부터 더욱 자세한 감정, 신념 등을 알아낼 수 있음

Tommy Hilfiger shirts 입는 사람들은 ()다.

Polo, Eddie Bauer에 비해서 Tommy Hilfiger shirts는 ()다.

Tommy Hilfiger shirts를 생각하면, 나는 ()다.



(3) 내용구성법(construction technique)

- ◆ 그림이나 만화에 대한 응답을 자유롭게 구성하도록 함으로써 자료를 수집하는 방법 -> 자극에 대해 좀 더 비정형화된, 자유로운 응답을 구할 수 있음

① 그림응답법(picture response technique)

② 만화응답법(cartoon test)

(4) 표현법(expressive technique)

- ◆ 응답자에게 어떠한 단어나 그림을 제시하고 응답자 자신이 아닌 다른 사람이 그 상황에 처했을 경우 가지게 될 감정이나 태도 등을 말하게 하거나, 응답자가 그러한 상황에서의 다른 사람의 행동이나 역할을 수행하도록 함으로써 자료를 수집하는 방법

① 역할행동법(role playing)

② 제3자 기법(third-person technique)



2. 관찰을 통한 자료수집방법

◆ 관찰법(observation method)

- 자료수집대상에 대한 의사소통 없이 자료수집대상을 관찰하고 기록하여 자료를 수집하는 방법 * 의사소통방법 이용한 자료수집과 보완적으로 활용될 때 보다 큰 힘 발휘 가능

1) 인적 관찰과 기계적 관찰

- ◆ 인적 관찰(personal observation)
 - 조사자가 직접 조사대상의 행동을 관찰
- ◆ 기계적 관찰(mechanical observation)
 - 관찰시 도구를 이용

〈표 6-9〉 인적 관찰과 기계적 관찰의 장단점

	장 점	단 점
인적 관찰	높은 융통성 자연적 환경에서 유리	높은 관찰오류 높은 분석오류
기계적 관찰	낮은 관찰오류 낮은 분석오류	불편(intrusive) 자연적 환경에서 불리

2) 자연적 관찰과 인위적 관찰

(1) 인위적 관찰(contrived setting observation)

- ◆ 관찰상황을 인위적으로 설정하고 이 상황에서 관찰대상자의 행동을 관찰하는 것

⇒ 내적 타당성이 높다는 장점

(2) 자연적 관찰(natural setting observation)

- ◆ 인위적인 조작을 하지 않은 실제적 상황에서 관찰대상자의 행동을 관찰하는 것

⇒ 조사결과의 외적 타당성이 높다는 장점

3. 참여관찰

- ◆ 현장연구(field research)

⇒ 참여관찰은 관찰대상 현상을 가장 현실적으로 관찰할 수 있다는 기본적인 장점, 질적인 자료를 수집하는 방법

⇒ 관찰자가 피 관찰자들에게 어느 정도 영향을 미친다는 단점



1. 설문지의 의의

◆ 설문지(questionnaire)

- ▣ 응답자로부터 필요 정보를 획득하기 위한 일련의 정형화된 질문(formalized set of questions)
 - ☞ 계량적 자료(quantitative data)수집에 가장 많이 사용되는 자료수집도구
예) IQ검사지, 심리검사설문지, 만족도조사설문지, 인구조사설문지 등
- ☞ 조사연구목적에 부합하는 설문지 작성을 위해 사전준비 필요
- ☞ 설문지의 완성시점에서는 조사설계, 척도 및 통계분석방법 결정 필요

1) 설문지의 상대적 장점

- ▣ 표준화된 자료수집도구인 설문지를 이용함으로써 수집자료의 비교가능성과 정확도를 높일 수 있다는 점
- ▣ 자료수집 후 수집자료에 대한 분석을 용이하게 함
- ▣ 비교적 객관적이고 솔직한 자료를 입수할 수 있음
- ▣ 응답의 용이성을 높일 수 있도록 응답형태를 사전에 정할 수 있음



2) 설문지의 구성요소

- ◆ 조사대상 현상을 구체적인 문항(질문)으로 나타내야 함
- ◆ 응답자로 하여금 모든 문항에 응답하도록 흥미와 동기를 부여하여야 함
- ◆ 응답자의 응답오류를 최소화해야 함

(1) 응답자에 대한 협조요청

(2) 응답요령

(3) 설문문항

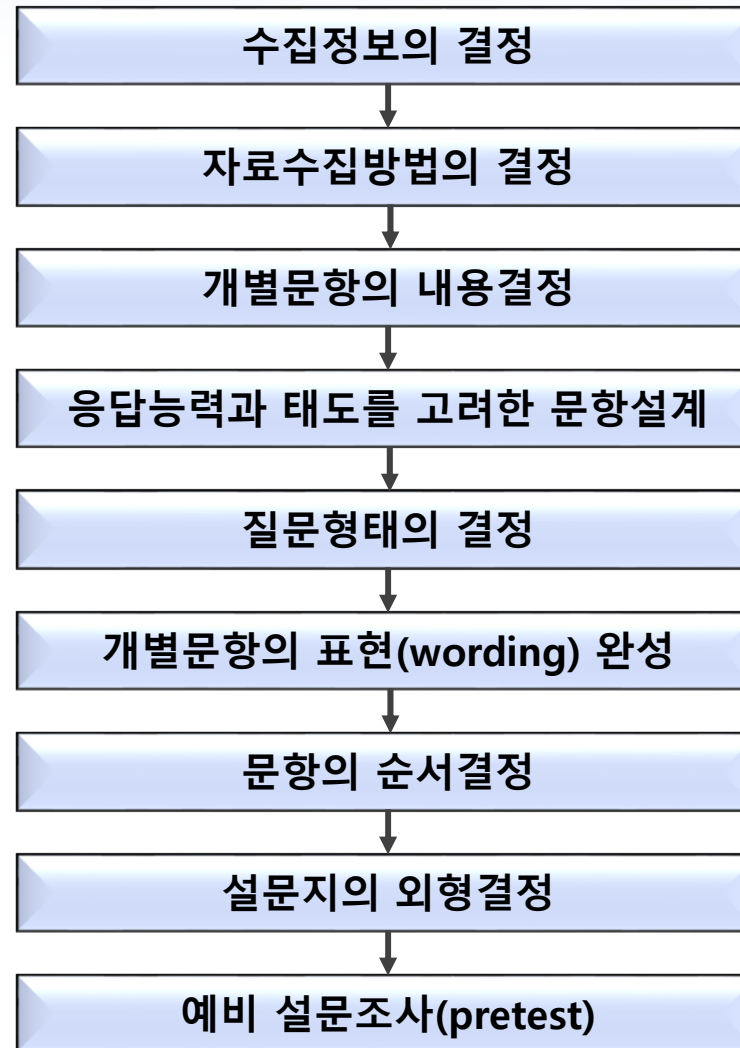
(4) 응답자 분류용 문항

(5) 응답자 식별용 정보

2. 설문지 작성과정

- 설문지작성과정은 순차적(sequential)이지만 과정을 순행(順行)하기도 하고 역행(逆行)하기도 하는 등, 적지 않은 시행착오를 거쳐서 완성된다고 할 수 있음

[그림 6-1] 설문지 작성과정





1) 수집정보의 결정

- ◆ 설문지를 통해 수집할 정보는 무엇인지 결정하는 과정
 - ⇒ 결국 어떠한 현상(즉, 개념)들간의 관계를 연구하려는 가에 대한 결정을 내리고, 이러한 현상을 개념적으로(conceptual definition) 그리고 조작적으로 잘 정의(operational definition)한 다음 이러한 조작적 정의를 기초로 구체적인 설문문항을 작성
- ◆ 연구의 목적을 달성하기 위해 설문조사를 통해 측정하려는 개념들을 결정하고, 또 이러한 개념들은 어떻게 측정할 것인가(즉, 측정의 수준), 그리고 수집된 자료는 어떻게 분석할 것인가에 대한 ‘구체적인’ 결정이 설문지의 작성과정을 시작하기 전에 이미 이루어져야 함



2) 자료수집방법의 결정

- ▣ 설문지를 이용해서 자료를 수집하되, 어떠한 방법으로 수집할 것인가를 구체적으로 결정
 - ☞ 면접설문법, 우편설문법, 전화설문법, 전자설문법의 장단점 고려
 - ☞ 설문지를 통해 수집할 수 있는 정보의 양, 설문지의 형태, 질문방식 등이 달라짐



3) 개별문항의 내용결정

- 연구대상 개념을 대변하는 개별적인 문항들을 결정

(1) 꼭 필요한 문항인가?

- ☞ 연구자는 “이 문항이 꼭 필요한 것인지 또 이 문항에 대한 응답을 어떻게 사용할 것인지” 자문 필요
- ☞ 알면 재미있겠지만 조사대상 현상과는 관련이 없는 문항은 제외
- ☞ 경우에 따라서는 조사목적의 달성을 위해 통계분석에는 직접 사용되지 않을 문항을 포함하기도 함

(2) 복수의 문항이 필요하지는 않은가?

- ☞ 여러 가지 정보를 하나의 문항을 통해 수집해야 한다는 것은 아님



〈표 6-10〉 빵렬식 질문

귀하께서는 현대백화점이 신세계백화점보다 상품구색과 가격면에서 더 낫다고 생각하십니까?

〈표 6-11〉 빵렬식 질문의 복수문항화

귀하께서는 현대백화점이 신세계백화점보다 상품구색면에서 더 낫다고 생각하십니까?
귀하께서는 현대백화점이 신세계백화점보다 가격면에서 더 낫다고 생각하십니까?



4) 응답능력과 응답의도를 고려한 문항설계

(1) 응답능력을 고려한 문항작성

- ① 응답자가 필요한 정보를 가지고 있는가?

예) "귀 닥의 월평균 생활비는 얼마나 됩니까?"

<표 6-12> 부적절한 응답의 예

미국에서 "귀하는 소비자불평관리청(National Bureau of Consumer Complaints)이 업무를 잘하고 있다고 생각하십니까?"에 대한 질문에 대해, '찬성', '반대', '모름'의 응답항목을 주고 응답하게 하였는데, 변호사의 51.9%와 일반응답자의 75%가 찬·반 여부를 명확히 표시하였습니다. 무엇이 문제일까요? 미국에는 이와 같은 관청이 없습니다!

- ② 응답자는 알고 있는 정보를 기억하는가?

예) "귀하의 지난달 신용카드 총사용액은 정확히 얼마입니까?"

- ③ 응답자가 그 정보를 표현할 수 있는가?

예) "귀하가 생각하시는 고급백화점의 이상적(ideal)인 분위기란 무엇입니까?"



(2) 응답의도를 고려한 문항작성

① 응답에 필요한 노력의 정도

<표 6-13> 응답자의 노력과 설문문항

(A) 최근 할인점에서 구입한 품목을 모두 적어 주세요.
()

(B) 다음 중 최근 할인점에서 구입한 품목을 모두 체크 표시해 주세요.
 식 품 ()
 의 류 ()
 화 장 품 ()
 가전제품 ()
 기 타 ()

② 응답자가 느끼는 문항의 적절성 여부

예) 고추장의 소비와 관련된 설문에 응답자의 나이, 소득, 직업과 관련된 문항이 포함될 경우

☞ “연령, 소득, 직업별 장르 식품 소비의 유형을 연구하고자...”와 같은 내용을 문항에 포함할 수 있을 것임

③ 민감한 정보

예) 여성응답자에게 몸무게나 연령을 질문하는 경우



5) 질문형태의 결정

- ⇒ 개별문항별 질문/응답의 형태 결정 필요
- ⇒ 자유응답형(unstructured) 혹은 선택형(structured) ?
 - ◆ 선택형 질문
 - 다지선다형(multiple-choice questions)과 양자택일형(dichotomous questions)으로 구분
 - ◆ 자유응답형(unstructured) 질문
 - = 공개적 질문(open-ended question)



5) 질문형태의 결정

(1) 자유응답형 질문

- ▣ 응답의 형태에 전혀 제약을 가하지 않는 질문형태

<표 6-14> 자유응답형 질문

(A) 귀하께서 외제차를 구입한 이유는 무엇입니까?

()

(B) 귀하의 직업은 무엇입니까?

()

◆ 장점

- ▣ 다양한 응답을 얻을 수 있음
- ▣ 기대하지 않았던 정보도 발견 가능

◆ 단점

- ▣ 자료수집이 완료되어 응답을 실제로 검토하고 각 응답유형마다 수를 부여하기 전까지는 어떠한 통계분석도 할 수 없다는 점



(2) 다지선다형 질문

- ▣ 응답자가 응답할 수 있는 응답범주를 몇 가지로 제약하는 방법

<표 6-15> 다지선다형 질문 1

(A) 다음 중 귀하의 최종학력은 무엇인지 체크해 주세요.

- ① 무학 ② 초등학교 졸 ③ 중졸 ④ 고졸
⑤ 대졸 ⑥ 대학원 졸

(B) 휴대전화 서비스 구입시 가장 많이 이용한 정보원은 무엇인지 하나만 체크해 주세요.

- ① TV ② 라디오 ③ 신문 ④ 인터넷
⑤ 판매원 ⑥ 친지/친구 ⑦ 옥외광고 ⑧ 기타

◆ 제시된 응답범주는 응답가능한 모든 경우를 포괄해야 함(collectively exhaustive)

◆ 응답범주간에 중복되는 내용을 가지고 있으면 안 됨(mutually exclusive)

◆ 장점

- ▣ 쉽게 응답할 수 있다는 점
- ▣ 통계분석시 편리

◆ 단점

- ▣ 많은 시간과 비용이 소요



(3) 양자택일형 질문

<표 6-16> 양자택일형 질문

(A) 귀하는 앞으로 6개월 이내에 해외여행을 할 계획입니까?

- ① 예 ② 아니오

(B) 귀하는 앞으로 6개월 이내에 해외여행을 할 계획입니까?

- ① 예 ② 아니오 ③ 모르겠음

◆ 장점

- 다지선다형 질문보다 응답이 더 쉬움
- 응답에 대한 수의 부여와 추후 통계분석이 다지선다형 질문보다 더 용이

◆ 단점

- 두 개의 극단적인 응답범주만을 제시하고 이 중 하나만을 선택하게 함으로써, 중간 수준의 응답을 원하는 응답자도 양극단의 의견을 표시해야 하므로 현실을 적절히 반영하지 않는 측정치가 얻어지게 될 가능성



〈표 6-17〉 다지선다형 질문 2

귀하는 앞으로 6개월 이내에 해외여행을 할 계획입니까?

전혀 아님	다소 아님	보 통	다소 긍정	매우 긍정
1	2	3	4	5

- ◆ 다지선다형 질문을 약간 변형하면 제5장에서 설명했던 구체적인 척도(scale)를 구성할 수 있게 됨
 - 현상의 특성상 양자택일형 질문이 필요한 경우를 제외하고는 다지선다형 질문이 여러 가지 측면에서 더 유리한 선택



6) 개별문항의 표현 완성

- ▣ 개별문항의 구체적인 표현(wording)을 완성하는 것

(1) 쉬운 단어의 사용

<표 6-18> 쉬운 단어의 사용

-
- (A) 하루의 배변 횟수는?
(B) 하루에 몇 번 화장실에 가시나요?
-

(2) 명확한 단어의 사용

<표 6-19> 명확한 단어의 사용

귀하는 한 달에 얼마나 자주 영화관에 가십니까?

- | | | | |
|-------------|--------|--------|---------|
| (A) ① 전혀 안감 | ② 가끔 | ③ 자주 | ④ 거의 매일 |
| (B) ① 0번 | ② 1~2번 | ③ 3~4번 | ④ 4번 이상 |
-



(3) 유도성 질문(leading or biasing question) 사용 금지

<표 6-20> 유도성 질문

-
- (A) 우리의 의무가 아니라도 남한이 북한을 인도적으로 지원하는 데 찬성하십니까?
 ① 예 ② 아니오 ③ 모르겠음
- (B) 남한이 북한을 인도적으로 지원하는 데 찬성하십니까?
 ① 예 ② 아니오 ③ 모르겠음
- (C) 귀하는 파로돈탁스 치약이 잇몸건강에 좋다고 하는 대한치과협회의 의견에 동의하십니까?
- (D) 귀하는 파로돈탁스 치약이 잇몸건강에 좋다고 하는 의견에 동의하십니까?
-

(4) 응답이 곤란한 질문은 간접 질문으로 변형

<표 6-21> 응답이 곤란한 질문

-
- (A) 귀하는 과거에 부인을 구타한 경험이 있습니까?
 ① 예 ② 아니오
- (B) 우리나라 남성들은 자기부인을 구타한 경험이 있다고 생각하십니까?
 ① 예 ② 아니오
-



7) 문항의 순서결정

- ◆ 기초정보(basic information), 분류정보(classification information), 그리고 식별정보(identification information) 순으로 문항 구성
- ◆ 기초정보와 관련해서 쉬운 질문이나 흥미를 유발할 수 있는 질문을 앞에 배치하고 어려운 질문은 뒤로 배치
- ◆ 기초정보와 관련해서 조사대상 현상과 관련한 일반적인 질문을 먼저 배치하고 특수한 질문은 나중에 배치 (기초정보가 연구에서 가장 중요)

<표 6-22> 질문항목간의 관계 1

-
- (A) 쇼핑할 백화점 선택시 백화점의 입지는 얼마나 중요한가요?
 (B) 쇼핑할 백화점 선택시 고려하는 중요 요소는 무엇인가요?
-

<표 6-23> 질문항목간의 관계 2

-
- (B) 쇼핑할 백화점 선택시 고려하는 중요 요소는 무엇인가요?
 (A) 쇼핑할 백화점 선택시 백화점의 입지는 얼마나 중요한가요?
-

* 인구통계학적 변수는 개인적인 정보이므로 설문지 제일 뒷부분에 배치하도록 함



8) 설문지의 외형결정

- 동일한 문항내용과 순서를 가진 설문지라도 설문지의 외형(form & layout)이 어떻게 구성되었는가에 따라 응답에 영향을 미칠 수 있음

9) 예비 설문조사

- 이상의 과정을 거쳐 설문지 초안이 완성되면 일단의 가상적인 응답자들을 대상으로 **예비 설문조사(pretest)**를 실시
 - ☞ 연구자의 의도와는 다른 응답 혹은 반응을 확인
 - > 오류의 수정 후 본조사(main test)를 위한 최종적인 설문지가 완성됨



1. 실 사

- ▣ 설문자료를 대규모로 수집하는 본조사(main test)의 실사(field work)과정은 연구자가 직접 진행할 수도 있으나, 조사회사 혹은 조사원을 고용해서 수행할 수도 있음
- ◆ 표본오류(모집단을 대표하지 못하는 표본을 추출하여 이들을 대상으로 설문조사 시행시 발생) 및 비표본오류(표본 구성원 중 일부만 응답, 자료 처리시에 실수 발생) 최소화 노력필요

2. 수집자료의 정리

1) 응답내용 검토

- ◆ 수집된 설문지들이 응답이 명확한지
- ◆ 일부 문항에 대해서만 응답을 했는지,
- ◆ 응답이 모호한지
- ◆ 응답들간에 모순은 없는지 => 사용 가능한 설문인지 아니면 다른 조치를 취해야 하는지를 결정해야 함



- ◆ 이처럼 불만족스러운 응답을 가진 설문지가 발견되면
 - ☞ 동일 대상에 대한 설문조사를 다시 수행하거나
 - ☞ 설문결과를 버리거나
 - ☞ 응답이 안된 문항만을 결측값(missing value)으로 처리하고 통계분석을 진행

2) 자료의 코딩

- 각 문항의 응답범주에 수를 부여하는 원칙을 정하는 것
- ◆ 과거: coding book, coding sheet 사용
- ◆ 최근: 설문지 자체를 coding book으로 이용하고 설문지로부터 직접 컴퓨터에 자료를 입력



제4절 실사 및 수집자료의 정리

<표 6-24> coding book

변 수	변수명	설문문항번호	coding 요령
식별정보 1	응답자번호	-	1에서 900
기초 정보	2	구매자	아 빠 = 1 엄 마 = 2 기 타 = 3
	3	구매장소	현대백화점 = 1 신세계백화점 = 2 롯데백화점 = 3 기 타 = 4 결측값 = 99.
	⋮		
분류정보 81	응답자직업	80	전문직 = 1 사무직 = 2 학 생 = 3 주 부 = 4 기 타 = 5
	⋮		
	⋮		