

표본조사론 관점에서의 여론조사

고 봉 성¹⁾, 남궁 평²⁾

요 약

본 연구는 여론조사 결과를 보도하고 이를 해석하는 데 필요한 국내외 보도 기준에 대한 연구와 함께 적절한 기준을 제시하고, 제시된 기준을 통해 일간지의 사례분석을 실시하였다.

1. 서 론

표본조사가 일반화되면서 통계분야의 전문지식이 없는 비전문인에 의해 수행되거나, 전문인이 수행하였다 할지라도 조사에 대한 정확한 언급이 없는 표본조사의 기사는 통계조사 결과에 대한 신뢰성을 의심받을 수밖에 없다.

이러한 관점에서 대중매체에 의한 여론조사의 보도는 반드시 조사결과를 해석할 수 있는 객관적 기준을 제시할 필요가 있다. 그러나 여론조사 보도의 기준이 되는 보도 지침과 같은 적용규정이 없을 뿐 아니라, 있다 하더라도 통계지식의 미비로 기사 작성과정에서 제외되는 일 등이 발생하고 있다.

이에 본 연구에서는 표본조사의 관점에서 여론조사 결과를 보도하고 이를 해석하는 데 필요한 기본원칙을 제시함과 아울러, 실제 일간지를 기준으로 한 여론조사 보도 기사의 분석 등을 실시하여, 향후 논의를 이끌어 내는 데 있다.

2. 여론조사 보도의 기준

표본조사의 결과인 최종보고서는 연구에서 얻은 결과를 잘 정리된 형태로 명확하게 설명할 수 있도록 하는 데 있다. 이러한 최종보고서에 대한 연구로는 Levy와 Lemeshow(1991, 1980), Rea와 Parker(1996), Gonzalez et al(1975)등이 있는데 이는 대략 세 가지 부분으로 나누어진다. 그 첫 번째로는 조사기관 및 의뢰기관을 나타내는 제목과 전반적인 결과에 대한 윤곽을 제공하는 요약, 연구주제에 대한 배경과 목적을 나타내는 개요 부분이며, 둘째로는 표본추출과정과 조사대상의 모집단에 대한 설명, 표본을 추출하기 위한 표본 프레임의 구성, 표본크기, 최종 표본의 선택에 이용된 표본추출방법, 표본조사의 최종 대상이 되는 응답자와의 접촉방법 등에 대한

1) (560-759) 전북 전주시 완산구 효자동 3가 1200, 전주대학교 융용통계학과 전임강사

2) (110-745) 서울 종로구 명륜동 3가 53, 성균관대학교 통계학과 교수

조사 절차 및 사용된 통계적 방법에 관한 설명 등의 연구방법, 마지막으로 연구결과와 조사 결과에 대한 결론으로 이루어진다. 이에 덧붙여 부록으로는 설문지의 전문과 가공하지 않은 원시자료에 대한 내용과 함께 추가적으로 통계적 유의성과 표본오차에 대한 설명이 꼭 추가되는 구성을 가진다.

그러나 대중매체를 통한 국내의 여론조사 기사는 표본조사의 최종보고서와는 달리 지면상의 제한 등으로 전체적인 구성을 갖추지 못한다는 한계가 있기는 하나, 표본을 어떻게 추출하였고, 자료를 어떻게 수집하였으며, 어떠한 모집단을 대상으로 분석한 결과인지 등에 대한 적절한 기준이 제시되어 있지 않을 뿐 아니라, 있다고 하여도 통계지식의 미비와 기사작성자의 무분별, 한정된 지면 등의 이유로 제대로 이루어지지 않는 것으로 보인다. 또 여론조사 보도의 관련 지침과 같은 제도의 미비와 교육의 부재도 여론조사의 결과가 제대로 기사화 되지 못하게 하는 요인으로 작용하고 있는 것으로 생각된다.

이에 본 절에서는 여론조사 기사의 보도와 관련된 기준을 국내의로 살펴보고, 이를 바탕으로 몇 가지 기준을 제시하고자 한다.

국내 여론조사의 보도시 지켜야 할 기준에는 한국방송위원회의 “방송심의에 관한 규정”을 제외하고는 인쇄매체에 해당하는 기준은 없으며, 지난 4. 11선거에서 문체시되었던 선거여론 조사 보도에 해당하는 관련법 “공직선거 및 선거부정방지법”에서도 여론조사의 보도시 제시해야 할 구체적인 기준은 아직 없다.

특히 한국방송위원회의 “방송심의에 관한 규정” 제 27조(통계인용보도)에서도 “방송은 통계를 인용 보도할 때는 조사기관, 의뢰기관, 조사방법, 조사기관 및 오차한계 등을 밝혀야 한다”는 5 가지 기준만 제시하고 있다.

그러나 미국은 지난 1969년 미국여론조사기관 협회(AAPOR; American Association for Public Opinion Research)의 8가지 기준이 신문 및 여론조사기관에 의해 사용되고 있다. 이 기준을 살펴보면 먼저 조사 스폰서(조사자)는 누구인가, 둘째 모집단의 정확한 정의는 되었는가, 셋째 표본 크기의 제시(우편조사의 경우 우송량과 회수량 등 포함), 넷째 허용오차의 제시, 다섯째 조사방법, 여섯째 조사기간, 일곱째 질문의 정확한 용어 사용, 여덟째 해석의 기준 등을 제시하고 있다.

이와는 달리 스웨덴과 프랑스에서는 선거와 관련된 여론조사 보도의 기준을 관련 법규로 마련하여 사용하고 있다.

먼저 프랑스는 “선거에 관한 여론 조사 및 방송에 관한 법률(1977년 7월 19일 법률 제 77-808호)”의 제 2조에서 선거에 관한 여론조사의 출판 및 방송은 조사를 실시한 기관의 명칭, 조사 구입자의 명칭 및 자격, 피조사자의 수, 조사년월일을 표시하여야 하며, 질문표의 텍스트, 결과의 해석한계(오차율 등) 및 특수한 수법을 사용한 경우는 그 수법을 명시한 조사개요 등을 여론조사위원회에 제출(제 3조)하도록 하고 있다.

또 스웨덴은 “선거여론 조사법(법률 제 14조, 1980년 4월 18일)”에서 선거와 관련된 여론조사 및 이에 대한 출판 및 배포에 관한 법 조항에 여론조사자는 조사기관, 조사자의 주소·성명, 피조사자 수, 조사에 사용된 기술의 성격, 질문의 전문을 포함하여 출판하여야 한다는 규정을 두어 선거와 관련한 여론조사와 보도의 객관성을 유지하기 위한 수단으로 사용되고 있다.

<표 1> 국내의 여론조사 보도의 기준

	한국방송위원회 •방송심의에 관한 규정27조 (통계인용보도) •대상: TV & Radio	미 국 •AAPOR 8 Standards •대상:신문 및 여론조사기관	스웨덴 •선거여론 조사법	프랑스 •선거에 관한 여론 조사 및 방송
조사기관	○	○	○	○
의뢰기관	○			○
모집단의 정의		○		
표본 수		○	○	○
허용 오차	○	○		
조사 방법	○	○		○
조사 시기		○		○
질문지의 정확한 용어		○		
해석의 기준		○		○
조사자의 주소·성명			○	○
질문지의 전문			○	○
조사 기술 성격			○	
무응답자의 비율				○

여론조사의 보도시 몇 가지 기준에 의해 보도해야 하는가의 문제는 어느 누구도 단언하기 어렵다. 그러나 국내외에서 제시하고 있는 기준들은 몇 가지 관점에서 논의할 수 있을 것으로 보인다.

먼저 조사기관이나 의뢰기관의 문제이다. <표 1>에서도 모두 조사기관을 제시하도록 되어있으며, 이는 조사자가 누구인가를 의미하는 문제와 함께 의뢰자나 조사자에 따라 응답자의 응답 성향이 좌우될 수 있는 문제이기 때문에 반드시 제시해야 할 내용으로 생각된다.

둘째, 모집단의 정의에 대해서 <표 1>에서는 AAPOR에서만 제시하도록 되어있으나, 모집단이란 표본을 통해 알고자 하는 대상이며 정확한 모집단 프레임의 미제시는 추출된 표본에 의한 조사결과도 확신할 수 없으므로 가능한 모집단의 대상을 명확하게 밝혀야 할 것이다.

셋째, 표본 크기와 허용오차는 여러 국가마다 다소 상이한 입장을 보이고 있으나, 표본 크기와 허용오차는 반드시 밝혀야 한다. 표본 크기는 조사하고자 하는 대상과 내용에 따라 달라지게 되는 데다, 표본의 수가 클수록 작은 표본보다는 높은 정확도를 갖게 되며, 허용오차의 축소는 표본 크기를 증가시켜야 하는 상호 역관계에 있으므로 반드시 제시할 필요성이 있다.

넷째, 정보획득을 위해 조사를 실시하는 방법은 우편조사, 면접조사, 전화조사 등의 방법이 있으나 막연한 설문조사나 조사 같은 표현은 이중 어떤 방법으로 수행하였는가하는 문제점을 가지게 된다. 특히 이들 방법간에는 장점과 단점이 서로 교차하게 되는 데, 예를 들어 우편조사의 경우는 적절한 크기의 표본을 얻을 수 없다는 단점과 함께 무응답 항목의 발생 등의 문제가 발생함으로 우편발송량과 회수량 등의 언급 등이 표본조사의 객관성과 신뢰에 영향을 줄 수 있기 때문이다.

다섯째, 스웨덴의 경우는 해당 시기의 선거 여론조사라는 데서 조사시점을 유추할 수는 있다

고는 하나 과거 몇 년전 실시한 조사를 현재 시점에 발표함으로써 현재의 사실로 인식하게 되는 문제점 등을 내포하고 있는 데다, 특히 국내의 인쇄 및 방송매체를 통한 보도의 기준에서 최근 등의 애매한 표현은 과거의 상황을 역추적해야 하는 문제점 등이 대두되기 때문에 정확한 조사시기를 밝혀야 할 필요성이 있다.

여섯째, 질문지의 정확용어와 해석의 기준은 설문지의 작성과 결과의 해석에 대한 문제로 설문조사의 전문과 결과가 제시되지 않는 한 파악할 수 없다는 단점이 있다. 특히 신문기사와 같은 제한된 지면에서의 여론조사 기사는 이를 모두 제공할 수 없다는 문제점 등으로 이를 제외하여도 무방할 것으로 여겨지기는 하나 가능한 작위적 해석은 피해야 할 것으로 보인다.

일곱째, 조사자의 주소·성명, 질문지의 전문 등은 조사기관에서 여론조사 내용을 최종보고서로 제시해야 할 때는 당연히 포함되어야 할 내용이지만, 제한된 시간에 방송을 위주로 한 국내의 보도기준에서는 이를 제외하고 있으며 신문기사에서도 한정된 지면을 감안하면 이를 제외하여도 무방할 것으로 보인다.

여덟째, 조사 기술은 표본추출방법에 따라 표본 크기의 결정방법에 차이가 있는 데다, 정확한 표본추출방법의 제시는 전반적인 조사방법에 대한 윤곽 파악과 객관적인 조사방법의 타당성 여부를 제시하는 보조수단으로 이용될 수 있으므로 이 조사방법에 대한 기술이 반드시 있어야 한다. 이상과 같이 국내외 여론조사 보도의 기준에 대해 살펴보았다.

대부분의 여론조사의 보도에서는 이중에서도 가장 중요한 어떻게 라는 방법론적인 내용에 대한 제시는 미흡하다. 즉, 표본을 통해 추정하고자 하는 모집단은 무엇인지, 모집단을 추정하기 위해 표본설계는 어떻게 했는지, 표본은 어떻게 추출하였는지, 이 조사결과는 어떤 표본 오차를 가지고 있는지에 대한 미제시는 조사결과에 대한 타당성을 의심할 수밖에 없다. 따라서 여론조사결과가 객관적이고 신뢰성 있는 보도가 되기 위해서는 어떻게 조사하였는지에 대한 보도가 중점을 이루어야 할 것으로 여겨진다.

그러나 여론조사의 보도가 주로 한정된 인쇄매체하에서 이루어진다는 점을 고려한다면, 표본조사 보고서와 같은 전체적인 구성은 어렵지만, 먼저 조사 주체와 조사 시기 그리고 조사 객체에 대한 제시는 모든 기사 및 보고서의 기본적인 내용이므로 조사기관과 조사시기, 모집단에 대한 정의는 필수적인 것으로 생각된다. 다음으로 표본을 통해 모집단의 특성을 파악하고자 하는 표본조사론 관점의 여론조사는 체계적이고 과학적이며 엄격한 과정을 통하여 정확한 의미를 파악할 수 있다. 따라서 어떻게 표본을 추출하였는지에 대한 표본추출방법에 대한 내용을 여론조사 기사에 제시함으로써 조사결과에 대한 객관적 기준과 신뢰성을 부여할 수 있을 것이라 여겨진다. 이를 위해 표본 크기, 허용오차, 자료수집방법, 표본추출방법 등의 제시로 연구 및 조사주체의 설명에 초점을 맞춰야 할 것이다. 따라서 향후 논의에 대상이 될 수 있으리라 여겨지지만, 본 연구에서는 조사기관, 모집단의 정의, 표본 크기, 허용오차, 자료수집방법, 표본추출방법, 조사시기 등 7가지 기준을 여론조사의 보도기준으로 제시한다.

3. 여론조사 보도 기준에 의한 여론조사 기사 분석

여기에서는 본 연구에서 제시한 7가지 기준에 의해 인쇄매체중 신문 여론조사 기사를 대상으로 분석하였다. 분석대상은 중앙일간지중 조선, 동아, 한국, 중앙일보 등의 4개 일간지를 대상으

로 지난 95년 1월 1일 부터 96년 6월 30일까지 총 18개월의 기사를 분석하였다.

먼저 신문기사를 분석하는 데 있어 분석의 기준으로는 다음과 같은 사항을 고려하였다.

첫째, 동일한 일자의 기사라도 모집단 프레임이 상이한 기사는 각기 다른 것으로 산정하였으며, 둘째, 한 조사를 2번 이상으로 나누어 몇 일에 걸쳐(시리즈 형태 등) 실은 기사는 각기 다른 것으로 산정하였다.

셋째, 동일 일자의 기사로 몇 면에 걸쳐 실은 기사는 하나로 간주하였다.

넷째, 본 연구에서는 표본조사와 설문조사의 개념정립의 문제로 다음과 같이 단순히 특정기업에서 전직원을 대상으로 한 설문지 배포 후 수거·정리한 기사라든가, PC통신(하이텔, 천리안 등)에 올린 자료 수집 조사, 특정단체나 기관에 접수된 독자투고 편지의 분석이라든지, 고발센터에 접수된 고발사항등은 표본조사의 의미가 없으므로 조사대상에서 제외하였다.

다섯째, 기사중 단순히 그래픽으로 처리된 기사는 분석기준에서 제외하였다. 단, 그래픽 기사중 조사기관등 3개이상의 내용을 밝힌 기사는 분석대상에 포함하였다.

여섯째, 외신기사 및 외국에서 한국을 다룬 기사는 분석대상에서 제외하였다. 단, 한국상품에 대한 외국인들의 여론조사라든가 한국의 조사기관에 의해 실시된 기사는 분석대상에 포함시켰다.

일곱째, 칼럼이나 다른 기획기사중 한 줄로 인용된 여론 조사기사는 분석대상에서 제외하였다.

이와 같은 기준 하에 4대 일간지의 여론조사 기사는 전체 733건의 여론조사 기사가 대상으로 분류되었으며, 이와 같은 수치는 관련 연구 류창하·안창욱(1995)의 80년 1월부터 81년 6월까지 조사한 178건에 비해 약 4배 이상 증가한 수치를 기록하고 있다.

<표 2> 신문별 여론조사 게재 건수

구분	조선	동아	한국	중앙	계
95년	118	128	87	142	475
96년	52	70	67	69	258
계	170	198	154	211	733

1) 조사기관 제시 여부

조사대상 733건의 기사중 조사기관을 밝힌 기사는 전체 여론조사 기사중 1건을 제외한 모든 기사가 조사기관을 기사 중에 밝히고 있다.

()내는 미제시 빈도

구분	조선	동아	한국	중앙	계
95년	118 (0)	128 (1)	87 (0)	142 (0)	475 (1)
96년	52 (0)	70 (0)	67 (0)	69 (0)	258 (0)
계	170 (0)	198 (1)	154 (0)	211 (0)	733 (1)

2) 모집단 정의

모집단에 대한 제시 여부에 대한 분석 결과, 조사대상 733건 중 모집단에 대해 언급하고 있는 것은 77.6%인 569건이나, 기사 내용중 모집단의 정의에 대해 불분명한 것도 22.4%인 164건에 달하고 있다.

()내는 모집단 불분명 빈도

구분	조선	동아	한국	중앙	계
95년	118 (27)	128 (31)	87 (27)	142 (21)	475 (106)
96년	52 (15)	70 (15)	67 (12)	69 (16)	258 (58)
계	170 (42) 24.71%	198 (46) 23.23%	154 (39) 25.32%	211 (37) 17.54%	733 (164)

3) 표본 크기 제시 여부

표본 크기는 조사기관과 같이 비교적 많이 표시하고 있었다. 전체적으로 볼 때 조사대상 733건 가운데 687건(93.7%)이 표본 크기를 제시하고 있었다.

()내는 미제시 빈도

구분	조선	동아	한국	중앙	계
95년	118 (13)	128 (4)	87 (4)	142 (16)	475 (37)
96년	52 (3)	70 (0)	67 (0)	69 (6)	258 (9)
계	170 (16) 9.41%	198 (4) 2.02%	154 (4) 2.60%	211 (22) 10.43%	733 (46)

4) 허용오차 제시 여부

전수조사가 아닌 이상 오차 허용치를 밝히는 것이 타당한 데도, 이를 밝힌 것은 조사대상 733건 가운데 64건에 불과하며, 오차 허용치를 밝히지 않은 것은 전체 기사중 91.3%에 달하고 있다.

()내는 허용오차 미제시 빈도

구분	조선	동아	한국	중앙	계
95년	118 (87)	128 (123)	87 (85)	142 (131)	475 (426)
96년	52 (47)	70 (67)	67 (65)	69 (64)	258 (243)
계	170 (134) 78.82%	198 (190) 95.96%	154 (150) 97.40%	211 (195) 92.42%	733 (669)

5) 자료 수집 방법 제시 여부

자료의 수집에는 전화조사, 면접조사, 우편조사방법 등이 있으나, 대다수 신문기사에서는 설문조사라든지, ...을 대상으로한 조사라든지 또는 여론조사라든지의 애매한 표현을 쓰고 있었다.

다음은 조사대상 733건 중 전화조사, 면접조사, 우편조사 등의 방법을 밝히지 않은 것을 나타낸 표로, 전체 조사대상중 67.4%가 애매한 표현 내지는 조사방법을 밝히지 않고 있다.

()내는 자료 수집 방법 미제시 빈도

구분	조선	동아	한국	중앙	계
95년	118 (65)	128 (100)	87 (74)	142 (55)	475 (294)
96년	52 (43)	70 (57)	67 (61)	69 (39)	258 (200)
계	170 (108) 63.53%	198 (157) 79.29%	154 (135) 87.66%	211 (94) 44.55%	733 (494)

6) 표본추출방법 제시 여부

표본조사방법은 무작위추출법을 위시한 다양한 방법이 학습 및 조사에 사용되고 있다. 그러나 무작위추출이라는 용어는 단순무작위추출법에서의 무작위추출인지 또는 다단계추출법에서의 무작위추출인지의 구체적인 언급이 없다.

그러나 본 조사에서는 무작위추출법도 표본추출방법을 제시한 것으로 간주하고 분석한 결과, 조사대상 733건중 90.5%인 663건이나 이러한 표본추출방법을 제시하지 않고 있었다.

()내는 표본추출방법 미제시 빈도

구분	조선	동아	한국	중앙	계
95년	118 (97)	128 (121)	87 (81)	142 (122)	475 (421)
96년	52 (47)	70 (68)	67 (64)	69 (62)	258 (241)
계	170 (144) 84.71%	198 (189) 95.45%	154 (145) 94.16%	211 (184) 87.20%	733 (663)

7) 조사시기 제시 여부

조사시기의 제시에 대해 분석한 결과, 신문기사 중 많은 기사가 최근이라는 단어를 사용하고 있었으며, 이를 포함한 조사시기의 표시는 전체 조사대상 중 63.6%인 466건만이 제시하고 있었다.

()내는 조사시기 미제시 빈도

구분	조선	동아	한국	중앙	계
95년	118 (47)	128 (53)	87 (14)	142 (52)	475 (166)
96년	52 (22)	70 (22)	67 (22)	69 (35)	258 (101)
계	170 (69) 40.59%	198 (75) 37.88%	154 (36) 23.38%	211 (86) 40.76%	733 (267)

한편, 최근이라는 애매한 조사시기와 조사시기를 밝히지 않은 기사를 합한 건수는 전체 733건 중 44.3%에 달하는 325건에 달하였다.

()내는 해당 빈도

구분	조선	동아	한국	중앙	계
95년	118 (58)	128 (41)	87 (37)	142 (87)	475 (223)
96년	52 (21)	70 (28)	67 (24)	69 (29)	258 (102)
계	170 (79) 46.47%	198 (69) 34.85%	154 (61) 39.61%	211 (116) 54.98%	733 (325)

8) 7가지 기준 적용 건수

본 연구에서 제시한 여론조사를 보도할 때 지켜야 할 기준 7가지에 의해 신문기사를 분석한 결과, 전체 조사대상중 대부분이 3가지에서 4가지 사이의 내용만을 보도하고 있었다.

()내는 해당 비율

구분	조선	동아	한국	중앙	계
7	14 (8.24)	5 (2.53)	3 (1.95)	13 (6.22)	35 (4.79)
6	15 (8.82)	4 (2.02)	4 (2.60)	13 (6.22)	36 (4.92)
5	25 (14.71)	17 (8.59)	7 (4.55)	60 (28.71)	109 (14.91)
4	38 (22.35)	48 (24.24)	43 (27.92)	47 (22.49)	176 (24.08)
3	46 (27.06)	89 (44.95)	68 (44.16)	43 (20.57)	246 (33.65)
2	20 (11.76)	32 (16.16)	27 (17.53)	25 (11.96)	104 (14.23)
1	12 (7.06)	3 (1.52)	2 (1.30)	8 (3.83)	25 (3.42)
계	170	198	154	209	731

한편, 조사기관별로는 전문조사기관이라 할지라도 2~3개 정도의 기준이 대다수를 차지하고 있었으며, 신문사·방송사의 경우는 이와는 달리 다소 높은 2~4개 사이의 내용을 표기하는 데 불과하였다.

구분	6	5	4	3	2	1	0	계
전문조사기관	6	5	25	29	46	22	6	139(19.02%)
신문사, 방송사	13	11	55	26	25	9	7	146(19.97%)
공동	14	15	14	15	12	8	2	80(10.94%)
관공서	0	0	5	32	29	2	0	68(9.30%)
연구소, 단체	1	4	5	44	63	28	7	152(20.79%)
기업	0	0	0	11	34	23	1	69(9.44%)
학교	0	0	3	10	26	4	0	43(5.33%)
개인(교수)	1	0	1	6	11	8	1	28(3.83%)
기타	0	1	1	0	0	0	0	2(0.27%)
미제시	0	0	0	0	0	1	0	1(0.14%)
정당	0	0	0	3	0	0	0	3(0.41%)
계	35 (4.79%)	36 (4.92%)	109 (14.91%)	176 (24.08%)	246 (33.65%)	105 (14.36%)	24 (3.28%)	731

4. 결론 및 제언

여론조사의 보도는 객관성과 함께 이를 해석할 수 있는 기준을 제시함으로써 통계전문가 및 비전문가에게 타당성을 검증 받을 수 있는 제도적 근거가 필요하다. 특히 여론 조사 기사 작성 기준의 제시와 이에 대한 사후 관리의 필요성에도 불구하고 아직까지 국내에서는 이에 대한 객관적 기준이 설정되지 않은 데다, 설정됐다 하더라도 신문기사의 작성과정 또는 담당기자의 지식 미흡 등으로 누락 가능성은 항상 상존하고 있는 것으로 보인다. 따라서 본 연구에서 제시한 여론조사 보도시의 7가지 기준은 추후 여러 통계학자들 사이에서 논의의 대상이 될 수 있을 것이라 생각하지만, 객관적인 기준이 미흡한 현 상황에서 본 연구는 또 다른 논의 및 제도의 정비를 이룰 수 있을 것이라 생각한다. 한편, 알권리와 함께 통계학자들의 향후 과제는 조사기관에 대한 방법론의 제공과 더불어 신문사 또는 작성 기자 대상으로 통계조사의 교육 및 홍보의 필요성도 함께 시도되어야 할 것으로 여겨진다.

참 고 문 헌

- [1] 남궁평·김연형 (1987), 표본이론, 박영사.
- [2] 박홍래 (1989), 통계조사론, 영지문화사.

- [3] 류창하·안춘옥 (1995), *사회·여론 조사 설문 모음집*, 지식산업사.
- [4] 방송위원회 (1996), *방송편람*.
- [5] 유명호 (1994), *설문조사법*, 자유아카데미.
- [6] 조지갤럽 저, 박무익 역 (1978), *갤럽의 여론조사*, 한국갤럽연구소.
- [7] 한국통계학회 조사통계연구회 역 (1996), *통계조사 방법*, 자유아카데미.
- [8] 허명희 (1995), *통계조사의 길잡이*, 자유아카데미.
- [9] American Association for Public Research (1966), *Standards for Reporting Public Opinion Polls*, *American Association for Public Research*, March 1966.
- [10] Gonzalez, M., Ogus, J., Shapiro, G., and Teeping, B. (1975), Standards for discussion and presentation of errors in survey and census data, *Journal of the American Statistical Association*, 70, 1-23.
- [11] Nachmias, C. F. and Nachmias, D. (1996), *Research Methods in the Social Sciences*, Martin's Press, Inc.
- [12] Rea, L. M. and Parker, R. A. (1996), *Designing and Conducting Survey Research*, Jossey-Bass Inc.
- [13] Tryfos, P. (1996), *Sampling Methods for Applied Research*, John Wiley & Sons, Inc.
- [14] Levy, P. S. and Lemeshow, S. (1991), *Sampling of Populations: Methods and Applications*, John Wiley & Sons, Inc.
- [15] Levy, P. S. and Lemeshow, S. (1980), *Sampling for Health Professionals*, Wadsworth, Inc.
- [16] Scheaffer, R. L. and Mendenhall, W. and Ott. L. (1990), *Elementary Survey Sampling*, Duxbury Press.
- [17] Thompson, S. K. (1992), *Sampling*, John Wiley & Sons, Inc.

A Study on the Criteria of Opinion Poll by the Sampling Survey

Bongsung, Koh³⁾, Pyong, Namkung⁴⁾

Abstract

This paper studied criteria of the domestic and international opinion poll for the news publication which is necessary to report and analyze its opinion poll results. Adequate criteria are provided and case studies are performed. Therefore present study is aiming at drawing the further discussion about the criteria of the news publication.

3) Department of Applied Statistics, Jeonju University, Wansan-Gu, Chonju, 560-759, Korea.

4) Department of Statistics, Sungkyunkwan University, Jongro-Gu, Seoul, 110-745, Korea.