

서비스 산업화와 감정노동

조성재 (한국노동연구원 연구위원)

제조업 고용 비중이 줄어들고 서비스 산업의 일자리가 늘어나는 것은 세계적인 현상이다. 또한 서비스 산업의 고부가가치화를 통하여 다른 나라와 구별되는 경제성장 동력을 유지해야 한다는 요구도 드높다. 그러나 서비스 산업이 주로 인간의 직접적 노동에 의존함에도 불구하고 아직 우리는 서비스 산업 노동과 관련한 특성들을 제조업만큼 알지 못하는 것 같다. 그 중의 하나가 ‘감정노동’에 대한 것이다.

자본주의가 발달하면서 인간의 육체와 근력이 하나의 상품으로 거래된다는 것이 당연한 것처럼 여겨지고, 최근에는 인간의 육체뿐 아니라 머릿속에 든 지식도 상품화되는 시대가 되었지만, 인간의 감정도 노동력 상품의 일부가 된다는 것은 다소 생소하다. 그러나 서비스 산업의 발전에 따라 이제 인간의 감정 그 자체와 감정표현 능력, 감정표현 방식, 감정통제 능력 등이 모두 노동과정과 인력관리의 쟁점 중 하나로 부상하게 되었다. 서비스노동을 수행하는 수백만의 사람들이 모두 연극배우가 되어야 한다는 것일까? 고등학교에서 특별활동으로 해야 한다면 모를까, 밥벌이를 위하여 나의 안면 근육을 일정하게 움직여야 한다는 것은 세계화와 경쟁이 부과한 또 다른 부담이 아닐까 하는 생각이 든다.

감정노동을 둘러싼 쟁점은 매우 다양하다. 본문에 실린 세 편의 글은 그러한 점에서 여러 시각과 관련 영역을 균형있게 보여주고 있다. 필자들의 전공도 경영학, 산업심리학, 사회학 등으로

다양한 것에서 알 수 있듯이 최근 여러 학문 분야에서 감정노동에 관심을 갖고 연구에 박차를 가하고 있다. 또한 이론적·거시적 분석에 그치지 않고, 항공, 병원, 돌봄노동, 호텔, 음식점, 도소매 유통업, 콜센터 등으로 사례 대상도 확산되어 왔다. 이들은 대개 감정노동이 노동자와 서비스의 질에 미치는 부정적 영향에 주목하고 있으며, 이를 극복하기 위한 방안을 내놓기 위해 노력하고 있다. Humphrey 교수와 그 제자들은 경영학적 입장에서 감정노동의 중요성과 효과 극대화 방안을 논의하고 있으며, 나아가 관리자와 조직 내 리더들의 감정노동에 대한 논의까지 영역을 확장하고 있다. Grandey 교수는 제목에서부터 감정노동의 비용과 편익 사이의 균형 찾기를 분명히 언명하고 있으며, 글 내용에서도 감정노동과 관련한 실제적 고민의 결과들을 보여주고 있다. 김경희 교수의 글 또한 감정노동과 관련한 실태와 쟁점들을 드러내면서 특히 그 부정적 영향을 극복하기 위한 방안들을 모색하고 있다.

이제는 일상이 되어버린 서비스업체들의 고도의 친절과 서비스 종사자들의 환한 미소 뒤에 감정노동을 둘러싼 곤란, 심지어 산업재해에 준하는 정신적 폐해가 존재한다는 사실에 주목할 필요가 있다. 감정노동의 부정적 영향으로 인한 금전적 피해는 물론 사업주가 입게 될 것이다. 그러한 점에서 특집 원고의 필자들도 강조하고 있듯이 직무에 적합한 사람을 뽑고, 감정표현과 관련한 규칙들을 익히고, 감정을 조절하는 능력을 배양하는 등의 훈련에 나설 필요가 있다. 더욱 중요한 것은 장시간노동이나 저임금은 감정노동과 관련한 부정적 영향을 배가시킬 수 있다는 점이다. 제조업보다도 더 서비스부문에서 노동시간 단축의 중요성이 부각된다고 할 것이며, 김경희 교수가 특히 여성노동과 관련하여 지적하고 있듯이, 노동의 적절한 보상과 관련해서도 감정노동의 의의와 가치를 새로이 고려할 필요가 제기되고 있다.

여기서 우리 모두가 감정노동과 관련하여 할 수 있는 일을 제안하고자 한다. 그것은 서비스 산업의 고객이자 소비자로서 서비스 제공자에게 ‘예의’를 지키자는 것이다. 고객이 ‘왕’이면, 서비스업 종사자는 ‘신하’인가, ‘노예’인가? 시장에서 서비스노동을 사고파는 입장을 떠나서, 인간 대 인간의 관계로서 상대방을 존중하고 특히 노동의 존귀함을 인정해 주는 자세가 필요하지 않을까? 서비스노동은 서비스 제공자와 고객의 쌍방 작용으로 특징지워진다. 발상을 전환하여 서비스 제공자에게 친절한 고객은 더 질이 좋은 서비스를 제공받을 수 있다는 것을 깨달아야 한다. 반대로

고객으로서 막말과 성희롱, 때쓰기를 밥먹듯하는 사람들은 자신의 딸과 조카가 바로 그로 인해 감정노동의 고통을 견뎌내야 할지도 모른다는 사실을 깨우칠 필요가 있다. 피자 배달을 30분 내로 요구하지 않는 것이 오토바이 사망 사고를 줄일 수 있었던 것에서 서비스 소비자로서의 내가 할 일을 떠올릴 수 있지 않을까?

사업주 입장에서는 감정노동을 소화하고 극복하기 위한 더 많은 방안들을 고안해 내야 한다. 개인이 모든 부담을 지도록 하기보다는 서비스업에도 팀작업을 강화하는 것은 어떠한가? 일하기 편한 직장을 만듦으로써 서비스의 생산성과 품질을 개선하는 방안은 없을까?

일터(작업장) 혁신은 제조업에만 필요한 것이 아니다. 오히려 서비스업의 경우 제조업보다도 더 일선 작업자의 창의적 아이디어에서 기업의 경쟁력과 근로자 삶의 질을 양립시키는 방안이 많이 쏟아져 나올 것이다. 관건은 서비스 종사자들에게 여유와 학습의 기회를 제공하고 더 나은 노동을 위한 동기를 부여하는 것이다. **KLI**