

서비스 사회의 감정노동에 대한 이해¹⁾

김경희 (중앙대학교 사회학과 교수)

■ 머리말

벨소리에 무심코 집어든 전화기 너머로 들려오는 “고객님, 사랑합니다!”라는 말을 우리는 심심치 않게 듣는다. 우리가 자주 드나드는 백화점, 편의점, 레스토랑, 대형할인점, 미용실, 공항 등에서 직원들의 친절함, 미소와 깎듯한 감사의 인사로 응대를 받는다. 우리는 이들 장소에서 친절, 편안함, 편리함, 분위기 등과 같은 서비스를 사고 판다. 그렇다면 서비스라는 상품은 어떻게 만들어지는 것일까? 이 글에서는 감정을 노동의 주요한 요소로 하여 서비스라는 상품을 생산하는 감정노동의 정의, 현황, 성격 그리고 쟁점들에 대해 살펴본다.

■ 감정노동의 정의

감정노동(emotional labor)이라는 용어는 미국의 사회학자 Hochschild(1979)가 처음으로 사용하

1) 이 글은 필자의 논문인 김경희(2006), 「대인서비스노동의 특징에 관한 연구: 감정노동과 서비스노동의 물질성(materiality)을 중심으로」, 『경제와 사회』 72, 한국산업사회학회의 내용에 상당부분 의존하고 있다.

였다. Hochschild는 1983년에 델타 항공 승무원들의 노동과정에 대해 저술한 <관리된 마음 (Managed Heart)>이라는 책에서 감정노동에 관한 상세한 소개와 사회학적 분석을 제공하고 있다. 이 책에서 Hochschild는 감정노동을 상대방이 우호적이고 안정된 장소에서 보살핌을 받고 있다는 느낌을 창출할 수 있게 외모와 표정을 유지하기 위해, 감정을 억압하거나 표현하는 방식으로 감정을 조절하고 관리하는 노동으로 정의한다.

감정노동은 주로 고객 혹은 소비자를 대상으로 하는 대면 과정에서 수행되므로, 감정노동을 통해 만들어지는 서비스가 상대방에게 보여지고 느껴져야 한다. 따라서 노동조직에서는 감정관리를 통해 표현이 외부에서 관찰이 가능하도록 표현규칙(display rules)을 만들어낸다. 감정노동을 주로 수행하는 직업들은 간호사, 간병인, 승무원, 콜센터 텔레마케터, 금융서비스 종사자, 백화점 및 할인점의 판매원, 고객센터서비스직, 카지노 딜러, 사회복지사, 보육교사, 추심원 등 대인서비스업에 몰려 있다.

그러나 이들 직업 이외에 건설노동자, 공장노동자, 트럭운전사, 농부, 어부 등도 노동과정에서 감정적인 부담을 느낀다. 그것은 일의 선호, 따분함, 즐거움, 보람, 상사에 대한 두려움, 분노, 미움 등 다양할 수 있다. 그러나 일을 하는 과정에서 이런 감정들이 폭발하기도 하지만, 대체로 스스로 통제하거나 억눌러지는 경우가 대부분이다. 이런 감정들이 생산성에 영향을 미칠 수는 있지만 그런 감정 자체가 노동의 일부를 구성하지는 않는다. 하지만 감정노동자들은 직무에 맞지 않는 자신의 본래 감정을 드러내서 상대방에게 들리게 되면 업무를 제대로 수행하지 못하는 것이 된다. 감정노동자들은 자신의 감정 상태 자체를 그 직업에 개입시켜야 하며, 그 감정은 서비스라는 생산물의 일부가 된다는 점에서 다른 노동과 차별성을 갖는다(Hochschild, 1983).

■ 감정노동의 확산과 관심의 배경: 서비스 사회화

산업구조에서 점차 서비스 산업의 비중이 높아지면서, 감정노동의 중요성도 커지고 있다. 자본주의 사회의 산업구조는 제1차 산업에서 제2차 산업을 거쳐 제3차 산업 중심으로 변화되었다. 선진 자본주의 국가에서는 이미 서비스 산업 취업자의 비율이 70%를 넘어섰다. 우리나라도 전체 취업자의 65.2%가 서비스 산업에 종사하며 실질 GDP의 52.4%를 서비스 산업이 차지하고 있다.

〈표 1〉 서비스 산업 분류

서비스유형	세부 업종
유통서비스	교통, 통신, 도매, 소매
생산자서비스	은행, 보험, 부동산, 기술, 회계, 기타사업서비스, 법률서비스
사회서비스	의원, 병원, 교육, 복지, 비영리, 우편서비스, 정부, 기타사회서비스
개인서비스	가사서비스, 호텔, 음식료, 수선, 세탁, 이·미용, 오락, 기타개인서비스

자료 : 마뉴엘 카스텔, 『정보도시: 정보기술의 정치경제학』, 최병두 옮김, pp.172~173에서 재구성.

일반적으로 서비스 산업은 재화 생산을 제외한 모든 업종을 망라하는 범주로 정의되는데, 대표적으로 싱글맨은 서비스 산업의 유형을 유통서비스, 생산자서비스, 사회서비스, 개인서비스로 크게 분류하고 있다(표 1 참조). 대부분의 서비스업에서 어느 정도의 감정노동은 필요하지만, 감정노동을 주요한 요소로 하는 직업은 사회서비스와 개인서비스업에 집중되어 있다.

이처럼 20세기 후반에 가속화된 제조업 중심 사회에서 서비스업 중심 사회로의 변화를 ‘서비스 사회화’라 명명할 수 있다. 서비스 사회는 “서비스 생산이 경제활동의 중심적인 위상과 비중을 차지하게 되면서 고용구조, 계급구성, 생산체제, 기업조직, 직업경력, 가족관계, 소비-여가-문화생활 등 사회체제의 전반에 있어 이전의 산업사회(industrial society)와는 상이한 구성 원리가 작동하는 사회”를 말한다(신광영 외, 2008, p.2).

서비스 사회화는 산업구조의 변화뿐 아니라 여가와 소비가 중요해지는 일상생활의 변화를 동반하며, 무엇보다도 노동체제의 커다란 변화를 가져왔다(MacDonald and Sirianni, 1996). 서비스 사회화에 따른 노동체제의 변화는 서비스 산업이 여타의 산업과 다른 특징들에서 기인한다.

서비스 산업의 주요한 특징은 생산(production)과 동시에 소비(consumption)가 이루어지며, 생산물인 서비스는 눈에 보이지 않으며 만질 수 없다는 점이다. 서비스 산업은 제조업과 달리 노동자가 생산한 물건을 복잡한 유통구조 속에서 소비자에게 판매하는 것이 아니라, 노동자가 소비자와 직접 대면하는 과정에서 생산하는 서비스 상품을 일선(front line)에서 판매한다. 따라서 노동에 대한 통제도 제조업에서는 고용주-노동자 간의 관계에서 이루어지던 것이, 서비스업에서는 고용주-노동자-소비자의 삼각관계에서 이루어지는 특성이 있다. 즉 상품을 생산하는 과정에 소비자가

개입되어 있는 것이다. 예를 들면, 판매원이나 승무원이 고객으로부터 받은 불만처리 요구나 소비자들로 이루어진 압행모니터링단의 존재 자체는 노동통제의 기능을 하는 것이다.

서비스 산업이 팽창하면서 고용도 더불어 증대되었지만, 서비스 부문의 경쟁력 강화의 필요성은 끊임없는 과제가 되어 고객지향적인 질 높은 서비스의 생산을 요구받게 되었다(Poynter, 2002). 기업에 가해지는 이윤향상 압력은 소비자를 둘러싼 경쟁의 새로운 방식을 탐색하게 만들어 왔고, 그 방식들에는 서비스의 내용뿐 아니라 서비스의 질이 강조된다. 경영의 차원에서 서비스의 질은 소비자가 다시 찾아오거나 다른 사람에게 특정 회사나 가게를 추천하게 만드는 것이다. 즉 서비스 부문에서 이윤의 원천은 서비스노동자들이 수행하는 감정노동에서 나온다고 볼 수 있다.

■ 감정노동의 여러 차원들

우선 노동자들은 감정노동을 어떤 방식으로 수행하는가를 살펴보자. 감정노동은 표면행위와 심층행위를 통해 나타난다. 표면행위는 간단히 말하면 감정을 감추거나, 실제로 느끼지 않은 감정을 느끼는 척하는 행위를 말한다. 고객을 응대할 때, 기분이 나쁘더라도 얼굴 표정에 드러내지는 않는다. 그렇다고 해서 노동자의 불쾌한 속마음이 바뀌는 것은 아니며, 다만 감추고 있을 뿐이다. 반면에 심층행위(혹은 내면행위)는 자신의 실제 감정을 억누르거나 겉으로 꾸미는 것을 필요로 하지 않고, 고객의 행위에 자신의 감정을 맞추는 행위다. 예를 들어, 판매원을 무시하는 백화점의 고객 앞에서, 그동안 습득해 온 화를 억누르는 방법을 활용해서 응대하는 것이다. 즉 자신은 모멸감을 느끼지 않는다고 스스로를 속이는 것이다. 그렇기 때문에 겉으로 꾸미는 행위를 할 필요가 없어진다. 이것은 실제 감정을 드러내지 않기 위해 다른 감정을 가져야겠다고 노력하는 것이 아니라, 실제 감정이 어떤지에 대한 감각을 한동안 상실하는 것을 의미한다. Hochschild는 심층행위를 위한 방식으로 두 가지를 들고 있다. 하나는 직접적으로 감정을 바꿔버리는 것이고, 다른 하나는 훈련을 통해 감정 기억을 충분히 저장했다가, 필요한 감정을 이용하는 것이다. 감정 기억을 필요할 때에 사용하려면, 경험하는 감정마다 이후에 필요한 용도를 정해놓고 저장하는 셈이 된다. 그렇기 때문에 감정은 사물처럼 필요에 따라 꺼내 쓸 수 있는 속성을 지니는 대상이 되는 것이다(Hochschild, 1983).

감정노동이 서비스라는 상품으로 생산되려면 감정에 관한 규칙과 그 표현의 규칙이 있어야

한다. 이것이 감정노동의 또 다른 차원이다.

감정은 행위가 나오기 이전에 존재하는데, 행위를 통해 표현되기 위해서는 일정한 규칙이 필요하다. 서비스노동자들이 수행하는 감정노동의 표현규칙들에는 소비자와의 공식적인 관계에서 개인화된 서비스를 제공하는 것, 무례한 행동에 대응하는 것을 자제하는 것, 영원히 신뢰감 있는 미소를 유지하는 것 등을 사례로 들 수 있다. 이것들은 조직적인 차원에서 감정의 규칙으로 만들어진 것들이다. 일반적으로 조직은 특정한 감정이 표현되어야 하는 것을 명시하는 행위의 규범을 표준화시켜 표현규칙들을 확립한다. 서비스 관리자와 고용주들은 서비스를 표준화하거나 규범화하여 손에 잡히지 않는 생산물인 서비스가 소비자의 주관적인 요구와 취향에 부합되어 이윤을 높일 수 있는지를 끊임없이 모색한다. 예를 들면, 백화점과 외식업체에서는 고객만족을 위한 매뉴얼을 만들어 직원들에게 교육을 시킨다. 이 매뉴얼에는 고객의 의견 답변, 고객과의 약속 운영기준, 교환 및 환불 고객 응대 요령, 도난 의심 고객 응대 요령, 카드 고객 응대 요령, 주문 및 서빙 요령 등을 표준화시켜 담고 있다. 한 백화점에서는 고객에 대한 인사는 눈을 마주치고 미소를 띠면서 항상 “안녕하십니까, 어서오십시오!”라는 두 문장만을 사용할 것을 교육시키고 있다. 실제로 한 대형백화점 자료에 따르면, 불평처리 결과에 대한 만족 여부에 따라 재구매율이 다르게 나타나는 것을 보여준다. 중요한 불만사항이 있지만 표현하지 않는 고객은 재구매율이 9%, 일단 불만을 표현하는 고객은 재구매율이 19%, 불평 후 문제가 잘 처리된 고객은 재구매율이 54%, 문제가 아주 신속히 해결된 경우의 고객은 재구매율이 82%로 나타났다(H 백화점 내부자료; 김경희(2006)에서 재인용).

표준화된 감정규범들은 모든 노동자들이 항상 일상적이고 예측가능한 동질적인 형태의 서비스를 표현해야 하는 것을 의미한다. 고용주는 표준화된 감정규범들을 노동자들이 내면화해 주기를 바라지만 노동과정에서 노동자와 소비자의 갈등적인 상황은 이를 어렵게 한다. 따라서 고용주는 노동자들이 수행하는 서비스 노동이 노동자의 감정과 노동과정에서 요구되는 감정 사이의 괴리를 관리하게 된다. Hochschild는 표현규칙과 노동자의 실제 감정이 다르고 분리되어야 하는 상황에서는 노동자 자신의 감정을 관리해야 할 필요성과 긴장이 발생하며, 이것을 감정의 부조화(emotive dissonance)라고 말한다. 이것이 감정노동의 또 다른 차원이다. 그러나 감정과 표현을 분리하는 것을 장기적으로 지속하다보면 긴장이 발생하게 된다. 노동자들은 끊임없이 표면행위와 심층행위를 통해 감정을 가장하거나 변화시키려고 애를 쓰게 된다. 이 과정에서 노동자들은 자신과 직무에서

요구되는 역할을 분리시키거나, 가장된 표현 때문에 죄책감을 느끼기도 하면서 정체성 혼란과 소외라는 감정노동의 매우 부정적인 결과를 낳게 된다.

2009년의 서비스노동자들의 감정노동 실태에 관한 조사 결과²⁾에 따르면, 응답자의 82.4%가 감정적인 노력을 많이 해야 하는 일을 하고 있으며, 80.5%의 응답자들은 자신의 기분과 상관없이 웃거나 즐거운 표정을 짓는 일을 하고 있는 것으로 나타났다. 또한 80.1%의 응답자들이 자신의 솔직한 감정을 숨기고 일한다고 답했다(표 2 참조).

〈표 2〉 감정노동 수행 실태

(단위 : %, 명)

감정노동의 내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	그런 편이다	매우 그렇다
1. 내 일은 감정적으로 노력을 많이 해야 한다.	1.9(55)	15.6(450)	45.5(1310)	36.9(1,063)
2. 내 일은 내 기분과 관계없이 항상 웃거나, 즐거운 표정을 지어야 한다.	1.9(55)	17.6(507)	38.3(1,103)	42.2(1,215)
3. 나는 일하면서 무표정한 표정을 지으려고 노력한다.	25.6(736)	49.7(1,430)	20.9(601)	3.8(109)
4. 나는 솔직한 내 감정을 숨기고 일해야 한다.	3.5(100)	16.4(471)	46.2(1,323)	33.9(971)
5. 나는 일을 하거나 고객을 대할 때 보여줘야 하는 기분을 실제 내 기분이 될 수 있도록 노력한다.	4.6(133)	24.6(704)	58.9(1,689)	11.9(341)
6. 나는 내 뜻대로 고객 응대를 계속할지 결정할 수 있다.	11.5(328)	35.5(1,010)	47.4(1,350)	5.6(160)
7. 내 일을 잘하기 위해서는 고객의 호의와 협조가 필요하다.	3.3(95)	17.1(487)	54.2(1,547)	25.4(725)

자료 : 전국민간서비스산업노동조합연맹 · 노동환경건강연구소(2009 :10)에서 발췌.

2) 2009년 전국민간서비스산업노동조합연맹과 노동환경건강연구소에서 2,893명의 서비스 산업 종사자에 대한 조사 결과다(전국민간서비스 산업노동조합연맹 · 노동환경건강연구소, 2009), p.10 재작성.

■ 감정노동의 성별·계층별 분화와 저평가 문제

서비스 사회에서 감정노동은 성별·계층별로 다른 양상을 보인다.

세계적으로 서비스 부문의 노동시장은 소수의 고소득 전문직과 다른 한쪽에는 다수의 비정규직과 저임금 서비스노동자로 양극화되는 추세를 보인다. 이 현상은 젠더와 인종에 의해 서비스 부문 노동시장이 계층화되는 양상을 보이는데, 감정노동을 필요로 하는 개인서비스와 사업서비스 부문을 예로 들면, 남성들은 고임금의 세일즈 직업에 종사하고 있지만, 여성들은 판매와 음식서비스업에 종사하고 있으며, 여성이 지배적으로 많거나, 남성과 거의 비슷한 비율로 종사하고 있는 직업에서는 저숙련 현상이 나타나고 있다.

2005년 현재 우리나라 서비스 산업 전체 취업자의 52.4%가 남성이며, 여성은 47.6%를 차지하고 있다. 서비스 산업 내에서도 업종에 따라 성별 구성은 이질성을 보이는데, 여성 취업자의 비율은 개인서비스업에서 59.0%, 사회서비스업 58.0%, 사업서비스업 38.4%, 유통서비스업 38.0%순으로 나타난다. 개인서비스업 내에서도 가사서비스업의 여성 비율은 96.7%, 음식·숙박업은 68.6%이다. 다른 부문에 비해 여성이 집중되어 있는 개인서비스업의 임금이 가장 낮는데, 평균 임금은 시간당 5,387원, 월평균 소득은 64만 원으로 다른 직종에 비해 현저하게 낮다(김유선, 2009). 특히 최근에 수요가 증가하고 있는 보육, 간병과 같은 감정노동을 주요 특징으로 하는 돌봄서비스 부문에서는 다른 직업에서 보다 임금이 낮다는 것이 연구 결과들을 통해 입증되고 있다. 임금결정의 주요 요소인 학력, 경력, 숙련 등의 변수를 통제하고서도, 돌봄노동에 종사하는 사람들의 임금은 비슷한 조건을 가진 다른 직업에 비해 낮다는 것이 공통된 결과이다(England et al., 1992). England는 돌봄노동자들은 돌봄과 관련된 직업에 종사할 때에는 임금이 낮아지고, 다른 직업으로 이동하면 임금이 높아지는 것을 경험한다는 점을 보이면서, 이것을 돌봄의 패널티로 보았다. 서구에서도 감정노동을 주요 특징으로 하는 서비스직(특히 호텔, 카지노, 여행업)의 종사자는 여성이 압도적으로 많은 것으로 나타난다. 영국에서 이 직종의 여성 비율은 60%, 호주는 65%이며, 대다수가 연령이 낮은 미혼 여성들로 채워지고 있다. 영국의 서비스직 여성근로자들의 임금은 평균 남성임금의 45%로 나타났다. 그 이유는 이 직종이 봉사료를 주요 소득원으로 하고 있으며, 노조가입률이 낮을 뿐 아니라 노조에서 받아들이지 않는 경우도 많기 때문이다.

여성지배적인 서비스 부문의 임금이 낮은 것은 감정노동은 여성들의 성역할에서 자연스럽게

습득된 자질이기에 때문에 숙련이나 기술과는 관련이 없다는 생각과 무관하지 않다. 여성의 자질이 라고 여겨지는 돌봄, 응대, 친절과 같은 요소들은 남성적 자질이라 여겨지는 기술이나 숙련과 달리 낮게 평가되는 것이다. 실제로 이러한 믿음은 임금결정체계나 제도 안에 규범으로 자리잡고 있다. 실제로 기업의 직무평가에서도 돌봄노동과 관련된 특성들은 남성들이 주로 하는 육체노동이나 정신노동에 비해 낮은 직무평가를 받고 있다.

기존의 제조업에서 생산노동에서 임금과 승진을 결정하는 중요한 기준은 숙련이다. 숙련은 일반적으로 직무 복잡성과 직무 재량권을 기준으로 정의되고 측정된다. 직무 복잡성은 일의 단순성과 난이도 차원과 관련되어 있고, 직무 재량권은 직무 수행자에게 주어진 의사결정의 권한 정도와 관련되어 있는 것으로 본다(Spencer, 1990). 그러나 이러한 숙련의 정의가 서비스노동의 비가시적인 감정노동에 적용되기는 쉽지 않다. 일부 학자들은 감정노동도 상징, 의례, 감정의 선택과 실천에서 복잡성과 난이도를 필요로 하기 때문에 숙련노동이라는 입장을 취하기도 한다(Bolton, 2004). 예를 들면 판매 노동자는 종종 소비자의 몸짓이나 목소리 톤 등에 비추어 적절한 감정노동을 결정하고, 비록 소비자가 문제가 있더라도 불만을 제기하는 소비자를 향해 동조하는 표현을 할 때가 많은데, 이것은 숙련을 요한다는 것이다.

결국 여성이 집중되어 있는 감정노동 직업군에서 임금이 낮고 숙련이 인정되지 않는 이유는 여성들이 그 노동을 수행하기 때문이며, 감정노동은 비가시적이며 개인의 성향이나 사회성과 비슷하게 인식되어 노동의 중요한 요소로 인정되지 못하기 때문이다.

■ 감정노동자의 작업환경

감정노동의 결과에 대해서는 감정의 소진과 갈등, 이로 인한 심리적 장애 등과 같은 부정적인 측면과 자존감의 고양과 보람 등 긍정적인 측면 모두에 대해서 보고되고 있다. 굳이 감정노동에 국한하지 않더라도 근로자들의 업무 만족도나 스트레스와 같은 심리적 문제에 지속적인 관심이 존재한다. 그러나 감정노동은 다른 노동에 비해 고객과의 상호작용을 특징으로 하기 때문에 고객으로부터 폭언, 폭행, 성희롱과 같은 위협에 더 많이 노출되고 있다. 한국의 한 조사 결과에 따르면 감정노동자들의 60% 이상이 고객으로부터 폭언을 경험한 것으로 나타났으며, 감정노동자들의

〈표 3〉 주요 서비스 산업 종사자의 고객으로부터의 불쾌한 언행 경험 비율

(단위:%)

불쾌한 언행	은행	백화점	할인점	화장품 판매직	편의점	패스트 푸드	호텔		레저	
폭언과 폭행	63.1	73.8	94.1	81.1	73.7	61.9	폭언	76.4	폭언	75.5
							폭행	9.9	폭행	22.7
성희롱		3.1	23.9	11.9	7.1	3.8	20.1		13.6	

자료: 전국민간서비스 산업노동조합연맹·노동환경건강연구소(2009:33)에서 발췌.

다수가 여성인 점을 감안했을 때, 성희롱 경험도 상당한 것으로 드러난다(표 3 참조). 최근 이러한 위협을 인식하면서, 서비스직 노동단체와 연구자들은 한국의 감정노동자들의 작업환경 개선의 시급성을 촉구하면서 정책대안을 모색하고 있다.

다른 나라에서도 대체로 서비스업에서는 스트레스와 폭력이 다른 부문보다 빈번하다는 점에 합의하고 있다. 그 이유는 고객과 근로자 간의 대면적 성격이 서비스직의 주요한 직무이기 때문이다. 유럽의 한 보고서에서는 특히 호텔, 파티 산업은 신체적 폭력이 발생하기 쉬운 부문 중의 하나로 결론짓고 있다³⁾. 또한 호텔과 식당의 경우, 덴마크는 6%의 근로자가 성희롱을 경험했으며, 영국은 24.2%, 노르웨이는 18%가 원치 않는 성적 괴롭힘을 경험한 것으로 나타났다. 유럽연합(EU)의 또 다른 조사에서 감정고갈 스케일(the Emotional Exhaustion Scale)을 적용한 결과, 노동자의 28%가 스트레스를 경험하는 것으로 나타났다(Hoel & Einarsen, 2003). 캐나다소매업연합(Retail Council of Canada)에서 판매노동자를 위한 가이드라인(Guides for New Retail Worker)을 만들어 사용하고 있다. 이 가이드라인에는 노동자들이 발생할 수 있는 사고의 영역을 운반, 미끄러짐과 낙상, 사다리 사용, 찰과상, 폭력, 절도, 괴롭힘, 유해물질 노출, 전염질병, 안전 귀가 등 10개로 정하여 각각에 대한 예방책을 제시하고 있다. 이 중에서 감정노동자들에 해당하는 것은 폭력과 괴롭힘에서 부분적으로 다루어지고 있다. 폭력예방책에는 혼자 근무하게 되는 경우와 성가신

3) European Agency for Safety and Health at Work 보고서의 유럽 노동환경조사결과(European Working Conditions Survey), 2000.

고객을 대하는 경우가 있다. 성가신 고객을 대면하게 될 경우의 수칙으로 감정의 평점심을 찾을 것을 권고하고 있다. 결국 감정노동을 하는 노동자들은 위험 상황에서도 감정을 주요한 예방 수단으로 활용해야 하는 특징을 보여주고 있다.

감정노동이 감정을 주요 요소로 하지만, 최종적으로 서비스를 생산하기 위해서는 육체적인 성격의 노동을 병행해야 하는 경우가 많다. 예를 들면 판매서비스직 노동자는 창고의 물건을 정리하고 물건을 정리하여 진열해야만 매장(가게)을 소비의 바람직한 대상으로 창조할 수 있게 된다. 소매점의 경우에도 아침에 출근하고 진열대에 물건을 채우는 일을 하고 계산대에 서서 일을 한다. 이들 서비스노동자는 고객들에게 편의와 친절함을 보이기 위해 대부분 서서 일하는 경우가 대부분이다. 서비스노동의 이러한 성격은 육체적인 건강의 문제를 유발하는 근거가 된다. 여러 국가에서는 특히 판매, 서빙 등의 분야에서 발생할 수 있는 근골격계 질환 등을 중시하여 예방대책을 제시하고 있다. 대표적으로 미국의 산업안전보건청에서는 2004년에 <근골격계 질환의 방지를 위한 인체공학: 소매 식료품점을 위한 가이드라인(Guidelines for Retail Grocery Stores Ergonomics for the Prevention of Musculoskeletal Disorders)>을 발간하여 작업장에서의 부상의 심각성과 발생 빈도를 낮추기 위한 실용적인 권고를 하고 있다. 우리나라에서도 대형할인점의 계산원을 위해 의자놓기 운동을 펼친 바 있다.

그러나 이처럼 서비스노동자들의 작업환경에 대한 문제는 육체적인 노동의 성격을 강조하게 되면 감정노동의 성격이 비가시화되고, 감정노동의 성격이 강조되면 그것이 비가시적인 특성 때문에 제대로 부각되지 않거나 육체노동의 성격도 비가시화될 수 있는 매우 복잡한 성격을 띠고 있다.

■ 맺음말

이 글에서는 지면의 한계로 감정노동에 대한 피상적인 이해에 머물렀으나, 앞으로 한국사회에서 서비스 사회화에 따른 감정노동의 부상은 노동시장과 학문 영역에서 새롭게 주목하고 심층적인 관심과 연구가 진행되어야 할 분야라 하겠다. **KLI**

참고문헌

- 김경희(2006), 「대인서비스노동의 특징에 관한 연구: 감정노동과 서비스노동의 물질성(materiality)을 중심으로」, 『경제와 사회』 72, 한국산업사회학회.
- 김유선(2009), 「한국 노동시장의 임금결정 요인: OLS 회귀분석과 분위회귀분석」, 『산업관계 연구』 19(2), pp. 1-25.
- 신광영 외(2008), 『서비스 사회의 구조변동』, 한울.
- 전국민간서비스산업노동조합연맹·노동환경건강연구소(2009), “서비스노동자의 감정노동 문제와 대책 토론회”, 2009년 9월 9일.
- 전국여성노동조합서울지부·노동건강연대(2006), “호텔서비스 여성노동자의 건강 및 작업 환경 개선 토론회”, 2006년 2월 22일.
- Bolton, S. C. (2004), “Conceptual Confusion: Emotion Work as Skilled Work,” In C. Warhurst, E. Keep and I. Grugulis(eds.), *Skills Matter*, Basingstoke: Palgrave/Macmillan.
- Castells, Manuel, 최병두 옮김(2001), 『정보도시: 정보기술의 정치경제학』, 한울.
- England, Paula, Michelle Budig, and Nancy Folbre (2002), “Wage of Virtue: The Relative Pay of Care Work,” *Social Problems* 49(4), pp. 455-473.
- Hoel, Helge and Stale Einarsen(2003), *Violence at Work in Hotels, Catering and Tourism*, International Labour Office.
- Hochschild, Arlie Russell (1983), *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*, Berkeley: University of California Press, 이가람 옮김(2010), 『감정노동: 노동은 우리의 감정을 어떻게 상품으로 만드는가?』, 이매진.
- MacDonald, C. & C. Sirianni(eds.) (1996), *Working in the Service Society*, Philadelphia: Temple University Press.
- Poynter, Gavin (2002), “Emotions in the Labour Process,” *The European Journal of Psychotherapy, Counselling & Health* 5(3), pp. 247-261.
- Spenner, K. (1990), “Skill, Meaning, Methods and Measures,” *Work and Occupation* 17, pp. 399-421.