

연구논문

20·30대 파견관촉직 여성의 노동경험과 젠더 특수성: 국내 3대 대형할인점을 중심으로*

송다솜**·손승영***

〈국문초록〉

이 논문의 주목적은 젊은 여성노동자들이 고용 불안정한 대형할인점에 서의 파견관촉직을 선택하는 이유와 노동경험의 젠더 특수성을 여성주의적 관점에서 분석하는 것이다. 20·30대 여성의 파견관촉직 노동경험을 생생하게 드러내고자 심층면접법을 활용한 결과, 첫째, 대형할인점 파견노동자들은 고용 불안정을 경험하며 부당노동 지시를 수용해야 하는 형편에 있다. 둘째, 파견관촉직노동자는 성별에 따라 수직적 그리고 수평적 직무 분리를 경험하고 있었다. 셋째, 파견관촉직 여성들은 용모 관리 압박이 심하며 고객과의 관계에서 성희롱 등의 불쾌한 섹슈얼리티를 경험하고 있었다. 넷째, 이들은 젊다는 이유로 주부사원과는 구별되는 우대를 받지만, 미숙하다는 평가를 받기도 한다. 그 결과, 젊은 여성들은 파견관촉직노동을 단기간 아르바이트로 여기면서 거리두기를 하고 탈 관촉을 희망하고 있다.

주제어: 비정규직, 파견관촉직, 감정노동, 섹슈얼리티, 연령갈등

* 이 논문은 송다솜의 석사학위 논문 「대형할인점 파견관촉직 20·30대 여성의 노동경험 연구」 중 일부를 발췌하여 지도교수인 손승영이 연구 논문으로 재구성한 것이다. 송다솜은 심층면접 자료 수집 및 해석에 치중했고 손승영은 이론부분과 논문 구성에 주력하였다.

** 주저자, 한국양성평등교육진흥원 폭력예방센터 담당(sds1424@naver.com)

*** 공동저자, 동덕여자대학교 교양학부 및 대학원 여성학과 교수(sysohn@dongduk.ac.kr)

© 2016 계명대학교 여성학연구소

1. 서론

우리나라의 유통서비스 분야의 개방은 1981년 외국인에게 단일품목 도·소매업을 허용하면서 시작되었다(배금순, 2011: 5) 1993년에는 유통업 전면 개방으로 대기업의 공격적 투자가 가능해졌고, 우리나라 최초의 대형할인점 ‘이마트 창동점’이 개장되었다(강준구, 2004: 23-24). 1997년 외환위기로 인해 유통서비스업은 노동유연화 전략을 택하게 되는데, 정부와 기업은 효과적인 고용창출을 위해 유연고용, 여성인력의 효과적 채용, 유통전문인력 양성, 능력 위주의 임금체계 도입이 필요하다고 판단했다(국가인권위원회, 2007: 72; 이숙진, 2000: 43). 최근 들어 대형 유통사가 경쟁적으로 점포수를 늘려서, 2009년 말 398개였던 대형마트 수는 2014년 9월 498개로 증가했다(『더스쿠프』, 2015.2.16). 2012년 공정거래위원회의 보도 자료에 따르면, 우리나라 대형유통 3사의 파견관측노동자 숫자도 지속적으로 늘어났다(이호택, 2012: 95).

파견관측노동자는 대형할인점에서 납품업체의 제품을 판촉하는 인력업체 소속의 노동자로 매출상승을 위해 고용된다. 이들은 파견관측이라는 단어에서 나타나듯 일시적 노동자로서 비정규직 지위를 경험하고 있다. 고용주와 사용주가 상이하기 때문에 쉽게 해고되거나 저임금에 시달리는 등 이들의 고용상태는 안정적이지 못하다. 유통산업 중 서비스직과 판매직은 여성노동력이 집중되어 있는 업무로 상당수가 비정규직으로 고용되어 있다. 그 중에서도 대형할인점에서 일하는 판매직 여성노동자는 대부분 파견관측노동자로 고용업체와 사용업체 그리고 일하는 장소인 대형할인점의 관리 하에 복합적인 노동을 수행하고 있다. 하지만 그동안 대형할인점의 관측노동은 대부분 경력단절 여성이 재취업하는 곳으로만 알려져 있었고 그 안에서 일하고 있는 젊은 여성의 목소리에는 귀 기울이지 못한

경향이 있다. 이 연구는 대형할인점에서 일하는 20·30대 여성들이 고용 불안정성과 열악한 노동환경으로 대표되는 파견관촉직을 선택하는 이유가 무엇인지에 대한 궁금증에서 비롯되었다.

이 논문의 주요 목적은 다음과 같다. 첫째, 파견관촉직 여성들이 경험하는 노동조건과 노동과정에서 나타나는 젠더 특수성을 살펴보고자 한다. 둘째, 파견관촉노동자들의 고용안정성 여부에 대해 파악하고자 한다. 파견관촉노동자는 세 개의 업체 즉, 파견업체, 납품업체, 할인매장과의 관계 속에서 눈치를 보며 일해야 하는 상황에서 업무 스트레스가 많고 고용이 매우 불안정할 것으로 예상되기 때문이다. 셋째, 노동현장에서 나타나는 20·30대 파견관촉노동자의 연령 특성은 무엇이며, 젊은 여성에게 요구되는 용모관리나 섹슈얼리티 관련 내용에서 어떠한 젠더 특수성이 나타나는지 살펴보고자 한다.

2. 유통서비스업과 파견관촉노동

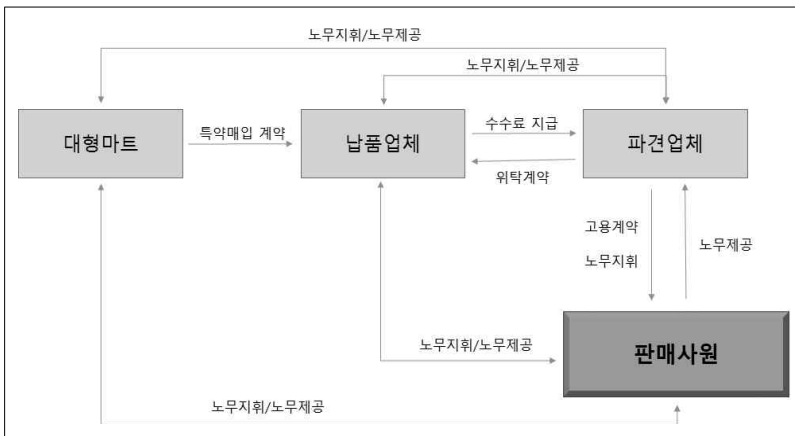
1) 비정규직으로서의 파견관촉직

비정규직은 정규직이 아닌 모든 형태의 노동을 지칭하는 개념으로 시간제 또는 단시간 노동, 기간이 정해진 임시고, 계약직, 아르바이트, 촉탁직 및 일고, 파견노동, 위탁 노동 등이 포함된다(조순경, 2000; 김양지영, 2005: 1에서 재인용). 2007년 「비정규직보호법」 시행 이후 기업들의 다양한 대응 중 외주화는 직접 고용의 기간제 노동자를 파견, 용역, 하청 등의 간접 고용으로 전환하여 사용기간제한과 차별금지 조항을 모두 피해가는 방식으로 활용되어왔다(박옥주·손승영, 2012: 104). 다수의 논문에 의해 파견노동은 고용 불안정, 저임금, 장시간 근무, 4대 보험 미가입, 법령 위반 등 여러 가지 문제를 내포하고 있음이 밝혀졌다(심재진, 2000: 73-74; 이숙진,

2001: 45-47; 권순원·이종수, 2015: 242). 「비정규직보호법」에 대한 기업의 대응은 특히 여성의 노동조건에 영향을 미쳐서, 여성노동자는 남성노동자에 비해 열악한 고용형태인 시간제와 용역 근로가 증가하는 결과를 가져왔다. 간접고용으로 인해 비정규직 여성들이 파견과 용역으로 전환됨에 따라 고용불안정이 심화되고 노동조건이 악화되었다(박옥주, 2008: 48). 또한 비정규직법이 시행됨과 더불어 여성노동자는 남성노동자에 비해 채용 및 업무배치, 임금과 승진 등에서 차별받지만, 노동조합 결성이 어려워 단체 협상력을 갖지 못하는 한계가 있다(강이수 외, 2015: 237).

현재의 대형할인점 파견관촉사원은 파견업체와 납품업체가 근로자 파견계약을 맺고 근로자는 파견업체와 고용계약을 맺어 납품업체의 상품을 판매하는 고용형태이다(이상윤, 2014: 23). 대형할인점의 파견관촉사원은 파견노동자로 대형마트, 납품업체, 파견업체로 구성된 다중의 고용관계 속에서 복합적인 노무지휘를 받는다. 이들의 고용관계 분석도는 <그림 1>에서 제시된 바와 같다.

<그림 1> 파견관촉사원 고용관계



자료: 권순원·이종수(2015: 243)을 재구성.

2) 파견판촉직 여성노동의 특징

IMF 경제위기 이후 한국사회 전반에 신자유주의 경제 담론이 수용되고 확산됨에 따라 신자유주의적 방향으로의 조직 변화가 불가피하였다. 이와 같은 맥락에서 노동시장 유연화 정책이 적극 실시되었고 유통서비스업에서는 비정규직 증가, 저임금, 노동조합의 낮은 조직률 등을 초래함으로써 노동자들의 노동권을 보장하기 힘들게 되었다(Carré · Holgate · Tilly, 2005: 1-2; 문강분 외, 2009: 38-40). 여성은 남성에 비해 차별적인 고용환경에 더 많이 노출되고 임금이 낮은 판매직 등에 집중됨으로써 여성노동자의 지위는 더욱 불안정하게 되었다(이숙진, 2001: 36). 하지만 신자유주의적 조직 변화와 젠더 특수성을 연결한 연구는 드물었고(태희원, 2005: 5; Dickens, 1998: 24-25), 연구가 실시되더라도 비교적 늦게 출발하였다. 비교적 최근 연구인 김재민(2012)의 연구에서는 대형할인점 및 백화점, SSM(super super market) 등 유통매장에서 종사하는 여성노동자들은 대부분 간접고용 형태로 주말과 공휴일 근무로 인해 자유로운 시간 관리가 어렵고 근로조건을 선택할 수 없는 상황임을 지적하였다(김재민, 2012: 3). 또한 백화점이나 마트 등 유통업에 종사하는 여성 근로자는 남성 근로자보다 훨씬 더 감정노동에 시달리고 있으며 여성 근로자의 절반 이상이 감정노동 위험군에 속한 것으로 나타났다(〈KBS 뉴스〉, 2015.12.9).

〈표 1〉 판매노동자의 성별 근로실태(2014)

	남	여
평균연령	38.2세	39.1세
평균 근속년수	5.7년	3.6년
평균 근로일수	20.8일	21.0일
평균 급여	274만원	168만원

자료: 국가통계포털(2014).

〈표 1〉에서 제시된 바와 같이, 판매노동자의 평균연령은 남성 38.2세, 여성 39.1세로 여성이 조금 더 높았다. 평균 근속년수는 남성의 경우가 5.7년으로 여성의 3.6년보다 길게 나타났다. 평균 근로일수는 남녀가 비슷하지만, 평균 급여는 남성이 274만원으로 여성보다 100만원 이상 높았다. 이와 같이 근속년수나 평균 임금 등에서 나타나는 다양한 젠더차별은 노동시장에서 여성을 불안하게 만드는 요소로 작용한다.

한국의 파견관촉직 여성노동은 두 가지 측면에서 뚜렷한 특징을 지니고 있다. 첫째, 여성의 노동시장 지위는 성별 직종/직무 분리의 영향을 받고 있다. 여성의 성역할을 가사나 육아로 규정짓는 사회적 분위기로 인해 여성의 노동시장참여가 제약받고 성별분업이 사회적 노동에 적용됨에 따라 직종이나 직무가 성별에 따라 구분된다(이연주, 2003: 29-30; 장서영, 2008: 89; Ferber, 1982: 457-458; Jang and Merriam, 2005: 274). 성별 직종/직무 분리는 수평적 분리와 수직적 분리로 나뉘는데 수평적 분리는 성별에 따라 남자는 건설업 등에 종사하고 여성은 고객 응대와 같은 일을 전담하는 현상이다. 수직적 분리에 의해서는 남성은 고위 사무직이나 영업·관리직에 집중되고 여성은 서비스·판매직, 단순 근로에 집중되어 있다(강이수 외, 2015: 67-68; 박옥주, 2010: 21-22). 대형할인점에서 남성은 대부분 관리업무를 수행하면서 승진 사다리 속에서 직업훈련을 받고 임금 상승의 기회를 갖는다. 반면에 여성은 판매직과 계산직에 치중되어 승진체계가 존재하지 않는 임시직, 파견직, 무기계약직의 형태로 고용되어 있다. ‘이중 노동시장이론(dual labor market theory)’에 따르면 여성은 고용안정성과 양호한 노동조건이 보장되는 1차 노동시장으로의 진입에 제약을 받아서 상대적으로 열악한 2차 노동시장에 집중할 수밖에 없다(소콜로프, 1990: 274). 이는 한국의 기업에서도 성별화된 인적 자원관리 모델이 작동하여, 여성은 배제되거나 하부구조(gendered substructure)에 위치하여 성별화된 하부구조를 재생산한다는 경험적 연구결과와도 일치한다(태희원, 2005: 51). 여성

들은 조직 내에서 주변화된 존재로 젠더 정체성을 형성하며, 보조적인 여성적 업무에 주로 배치됨에 따라 성별직무 분리 현상으로 고착화 된다(박기남, 1998).

둘째, 판매 서비스직은 가사노동이나 보살핌 노동에서 요구되는 인내심, 보살핌(caring), 부드러움, 친절함 등의 여성적 특질과 감정이 수행과정에서 중요한 비중을 차지한다(박홍주, 1995: 2; 구미현, 2002: 16). 파견판촉직 여성들은 여성적 특성으로 인식되는 감정의 활용을 통해 판촉노동을 할 것을 요구받는다. 서비스직 노동자가 수행하는 친절, 미소, 상냥함, 돌봄 등의 감정적 요소의 관리가 중요하며, 교환가치를 낚는 감정노동(emotional labor)(혹실드, 2009)은 서비스 직종에서 '상품화된 감정노동'이라고 지칭되었다. 국가인권위원회의 조사에 따르면 유통업 종사자의 상당수가 고객을 대할 때 과도한 감정노동에 시달리고 있으며(『연합뉴스』, 2016.1.26), 여성적 특성으로 간주되는 '감정' 혹은 '보살핌'과 같은 노동 요소의 비가시화 때문에 '여성직'에 종사하는 여성노동자들의 경험은 왜곡되거나 은폐된다(박홍주, 2000: 63). 또한 판매서비스 업무가 수행되는 과정과 가부장적 사회적 관계에서 여성의 일은 전반적으로 단순한 일이라는 통념으로 인해 성차별적 대우를 받게 된다. 감정노동은 노동의 중요한 부분으로 인정받지 못하며, 제대로 된 평가를 받기도 힘들다. 따라서 여성주의적 관점에서 감정노동에 포함된 가치를 보살핌과 배려의 노동이라는 측면에서 새롭게 인식하고 재평가해야 할 필요성이 제기되었다(정영애, 1999).

선행연구들에서는 서비스 판매직과 단순노무직에 종사 여성들 연령이 대부분 30대 후반이나 그 이상(노동부, 2007: 40)이라는 이유로 기혼 여성들을 대상으로 연구를 진행해왔다(이미영, 2003; 정진희, 2003). 비록 20·30대 파견여성노동자 경험연구가 있으나, 이는 전자산업에 한정된 것이다(정명자, 2011). 지금까지 대형할인점에서의 젊은 파견판촉 여성을 대상으로 한 노동연구는 찾아볼 수 없기 때문에, 이 연구는 20·30대 여성의 목소리를 통해

이들의 노동경험을 구체적으로 살펴본다는 점에서 중요한 의미를 지닌다.

3. 연구방법

이 논문에서는 대형할인점에서 일하는 20·30대 파견관측 여성노동자의 노동 경험을 조사할 목적으로 심층면접법을 활용하였다. 면접 대상자는 수도권에 위치한 국내 3대 대형할인점인 롯데마트, 이마트, 홈플러스에서 최근 1년 이내에 일한 경험이 있는 20·30대 여성 중에서 선발하였다. 면접은 대부분 연구자와 면접참여자가 일대일로 만났으나, 두 팀에 대해서는 연구자가 2명의 면접참여자와 만나서 소규모 ‘초점집단면접(focus-group interview)’을 실시하였다. 면접은 2015년 8월부터 2016년 2월까지 약 7개월에 걸쳐 진행되었고 면접 장소는 주로 대형할인점 근처 카페였으나 대형할인점 내의 공간에서 이루어진 경우도 있다. 면접시간은 짧게는 1시간 30분에서 길게는 3시간 30분가량 소요되었으며, 추가 면접이 필요한 경우에는 면접참여자를 다시 만나거나 전화통화를 병행하였다. 심층면접은 면접참여자의 동의를 얻어 녹취를 한 뒤 그 내용을 분석하였다.

면접참여자는 총 13명으로 20대 11명과 30대 2명으로 구성되었다. 근무기간은 짧게는 1개월에서 최대 8년까지 다양하며 현재 근무를 하고 있는 경우는 8사례가 있었다. <사례 2, 3, 4, 7, 13>을 제외하고는 <표 2>에서 제시한 바와 같이 모두 두 곳 이상의 대형할인점에서 일한 경험이 있다. 13사례 모두 공통적으로 단기관측 경험이 있었고 그 중에 5사례는 장기고정 직원으로 고용되었거나 고용된 상태이다. 면접참여자 중 1명이 기혼이고 나머지 12명은 모두 비혼으로 이들은 주5일 근무이나 주말 근무에 관계없이 1일 9시간 이상의 노동을 하고 있었다.

〈표 2〉 면접참여자의 일반적 사항

사례	연령	혼인 여부	직업	근무 장소*	근무 기간	근무지속 여부	고용형태
1	23	비혼	학생	B, A	5년	O	단기판촉
2	25	비혼	학생	A	2개월	O	단기판촉
3	21	비혼	학생	A	1개월	O	단기판촉
4	27	비혼	교육직	A	2개월	X	단기판촉
5	25	비혼	휴학생	A, B, C	7년	O	장기/단기판촉
6	27	비혼	취준생	A, B	8년	O	장기/단기판촉
7	22	비혼	학생	B	6개월	O	단기판촉
8	30	비혼	취준생	B, A, C	6년	O	장기/단기판촉
9	30	기혼	판촉직	C, A, B	8년	O	장기/단기판촉
10	27	비혼	사무직	C, A, B	1년	X	장기/단기판촉
11	27	비혼	취준생	B, A, C	7년	X	단기판촉
12	24	비혼	학생	A, B	4년	X	단기판촉
13	28	비혼	서비스직	C	2년	X	단기판촉

* 국내 대형할인점 3사를 A, B, C로 표기하였고 가장 최근의 근무 장소를 제일 앞으로 배치함.

4. 심층면접 결과

1) 소속 혼란과 부당한 업무지시

판촉노동자들은 동일한 사업장에서 일하더라도 대형할인점 직원들과 같은 조직에 고용되어 있다는 소속감을 느끼지 못한다. 이들의 고용은 파견업체와 이루어지지만 파견업체는 납품업체로부터 수수료를 받고 위탁 계약을 하여 판매사원을 납품업체에 파견하고 또 납품업체는 대형마트와 계약을 맺어 파견 받은 판매사원을 다시 대형마트로 보내 노무제공을 하게 한다.

〈사례 1〉은 동일한 파견업체와 계약을 맺더라도 파견업체에서 어느 납

품업체와 계약을 맺는지에 따라 일하게 되는 대형마트도 달라진다고 밝히며 할인점을 옮겨다니다보니 일한 기간이 짧아서 일터에 대한 소속감을 느끼지 못한다고 했다. <사례 4, 7>은 자신의 소속을 모른 채 판매하는 곳과 월급이 들어오는 곳이 다르다는 것만 인지하고 있었다. <사례 10>은 소속이 헛갈리지만 확실한 건 대형할인점 소속은 아니라고 말한다. <사례 2>는 면접도 대형할인점에서 직접 봤고 파견업체는 일을 소개시켜준 기관으로만 연계되어 있을 뿐인데도 자신의 소속은 파견업체라고 답했다. <사례 6>은 자신의 소속이 파견업체지만 고객들은 자기를 대형할인점 소속으로 알려지면서 일하는 체계 자체가 복잡하다고 느끼고 있었다. <사례 11>은 대형할인점에서 자신을 이름이 아닌 납품업체 브랜드로 부르는 것을 보더라도 주위에서 납품업체 브랜드 소속으로 생각하고 있는 것 같다고 말했다. 이들은 소속에 대해 혼란을 겪고 있기 때문에 소속이 뚜렷한 노동자에 비해 자신의 노동에 대한 자존감이 낮을 수밖에 없다. 소속의 혼란은 업무를 불분명하게 만들고 노동자가 고용주와 소통할 수 있는 구조를 없애며 주체적인 업무수행을 어렵게 한다.

관촉노동자들은 급여를 파견업체에서 받지만 일터가 대형할인점이므로 대형할인점 관리자들의 지시도 끊임없이 받는다. 또한 납품업체에서도 파견업체 소속 관촉노동자들에게 매출액이나 증정으로 압박하는 경우도 많다. 파견관촉노동자는 원하던 애플의 원래 업무 외에 대형할인점에서 시키는 제품 정리, 재고조사, 박스 정리, 청소 등 잡다한 업무까지 맡아야 하는 입장이다. <사례 2, 6, 12>는 대형할인점 관리자로부터 자신과 관계없는 물건을 정리하고 채우는 일을 요구받았다. 이로 인해 판매시간을 뺏긴다든지 손님을 놓치는 등 자신이 맡은 일에 집중할 수 없는 상황이 발생한다. 하지만 시킨 일을 하지 않을 경우 대형할인점에서 쫓겨날 수 있다는 두려움에 거부하지 못하고 있다. <사례 5>는 대형할인점의 부당한 업무지시를 인지하고 있고 소송도 가능하다고 생각하지만 일을 계속 해야

하는 상황이기에 적극 대응하지 못하고 있다.

나랑 관계없는 부서 물건을 진열해야 하고, 청소도 내 물건 있는 곳만 아니라 진열장 전체를 청소해야하고, 내 물건 정리하고 판매하기도 바빠 죽겠는데, 대형할인점 관리자들이 협박해, “내가 말한 대로 안하면 파견업체에 전화해서 로테이션 하라고 할 거야!” 자기네가 아주 겁이야 겁. 겁중의 겁!(사례 6).

대형할인점이 행사 매대 간다든가 재고조정, 자체 행사 있을 때는 내 휴무가 바뀌어, 1년에 2번씩 전체 재고 조사할 때 오후에 출근하래. 전체 재고조사는 원래 대형할인점 일인데 파견사원들한테 떠맡기는 거지. 이 건 겁질이야. 일방적으로 지네 일 도우라고 휴무 조정하는 거잖아. 며칠 전에는 “야 〇〇아 이것 좀 해. 이런 거 하면서 나랑 사이가 돈독해 지는 거지. 네가 나한테 부탁할 게 없을 것 같아?” 하는 거야. 근데 이거 협박이잖아(사례 5).

〈사례 8〉은 대형할인점이 청소시키면서 부족한 청소용품을 알아서 해결하라고 해서 불만이었고 유통기한 지난 상품을 상관없는 파견판촉노동자들에게 정리하라고 시키고는 감시까지 해서 무척 기분이 나빴다고 한다. 부당업무지시라도 힘이 없으니 따를 수밖에 없는데다가 문제제기조차 못하고 있다. 대형할인점은 고객이 컴플레인한 물건에 대해서 자체적으로 반품해주고 거의 다 사용한 화장품 통만 파견판촉노동자에게 넘겨주면서 알아서 하라고 한다(사례 9). 매뉴얼이 있음에도 불구하고 대형할인점에서는 깐깐한 절차로 인해 고객들에게 이미지가 나빠지는 것을 원하지 않기 때문에 상대적으로 약자인 파견판촉노동자에게 책임을 전가하는 것이다. 〈사례 11〉은 일하던 매장에서 물건을 도난당하는 사건이 있었는데 그걸 관리 안했다면서 자신 탓으로 돌렸다고 한다. 한 면접참여자는 함께 일하던 여성이 부당업무에 대해 파견업체에 도움을 요청했고 파견업체에서

대형할인점에 부당업무지시 중단을 요구했지만 대형할인점은 오히려 해당 노동자와 파견업체를 매장에서 밀어냈다고 한다(사례 10). 또한 파견관측 노동자가 어쩔 수 없이 부당지시를 따르고 연장근무를 하더라도 납품업체와 파견업체는 자신들이 시킨 일이 아니라는 이유로, 대형할인점에서는 자기네 소속이 아니라는 이유로 연장근무 수당을 책임지지 않는다.

관측노동자들은 판매실적을 높이기 위해 고용된 사람으로 항상 매출에 대해 신경을 써야 한다(사례 8). 매출 압박은 이들 여성에게 정신적 스트레스로 작용하며 일정수준을 달성하지 못하면 고용 단절이 발생할 수 있다는 불안감이 있다(사례 9). 매출목표를 달성하지 못했을 때는 쓸모없는 사람이 된 것 같다고 느낄 정도로 매출에 따라 스스로의 가치를 평가하기도 하고(사례 10), 살인적인 매출압박으로 인해 인간성 상실을 경험하기도 한다(사례 6). 매출이 적을 경우 관측노동자들은 직원이나 업체를 교체하는 불이익을 당하기 때문에 항상 매출에 신경 쓰고 긴장함과 동시에 매출순위 비교로 인한 압박감을 감내해야 한다. 그렇지만 그 누구도 이들의 매출에 대한 압박에 관계없이 부당한 업무를 지시하고 그것을 거부하지 못하는 환경을 만들면서 이들을 고용불안에 시달리게 만들고 있다.

2) 성별 직무분리와 감정노동

대형할인점에서 관측노동을 담당하는 노동자는 대부분 여성이다. 하지만 남녀가 같은 매장에서 업무를 진행할 때는 성별에 따라 대형할인점 관리자와 매장 내 파견관측노동자로 나뉘고 판매하는 물품 종류도 다르다. 이러한 성별분업은 성별에 의거한 남녀의 분업을 의미하며 남녀의 차별, 차이, 분리 또는 구분 등의 의미를 내포하고 있다(김혜순, 2013: 11). (사례 4)는 관측노동을 하면서 미용이나 식품분야 일을 하는 남성을 한 번도 본 적이 없는데, 그 이유는 남성이 여성보다 이 분야에 관한 지식이 없고

고객도 여성을 선호해서라고 말한다. 업무연관성을 성별로 평가하는 사회적 인식으로 인해 남성이 진입하기 어렵고(사례 10), 남성이 진입하더라도 전문지식을 요구하는 가전제품과 축산 제품은 남성이 맡고 미용 관련 용품, 세제, 조리음식은 여성이 전담한다(사례 6). 대형할인점에서는 성별 이미지가 고객의 구매행위에 영향을 미친다고 여겨서 남성 노동자에게는 신뢰와 활동적 이미지를 기대하고 여성에게는 아름다움이나 깨끗함과 같은 전형적 여성이미지를 부여하는 것이다. 그 결과, 판촉직 남성이 힘쓰는 일을 하면, 남자면 누구나 힘이 세다는 편견으로 인해 남성의 저임금이 당연시된다고 했다. 반대로 희귀한 상품 판촉행사에 남성 직원이 참여하면 임금을 더 받아서 시간당 임금은 성별에 따라 그리고 무슨 일을 하느냐에 따라 달라지기도 한다(사례 8). 또한 특정일에서는 남성의 진입 자체를 막기 때문에 여성들은 노동 강도가 세더라도 여성으로 이루어진 집단 내에서 육체적 어려움을 감수하며 일을 할 수밖에 없는 구조이다(사례 12).

주류는 포장을 뜯고 진열하는 까대기 일 때문에 다른 부서보다 남자 직원이 많아. 주류에서 내가 7만5천원을 받으니깐 남자는 10만원쯤 받겠지 했는데 남자는 5만5천원이라. 남자들이 고생 정말 많이 하는데도 남자는 돈이 적어. 여자는 힘이 없으니깐 돈이 세고. 판촉행사에서는 반대야. 판촉은 남자가 하는 일이 아니니까 남자직원이 행사하면 한 번에 10만원 받는대(사례 8).

똑같이 장난감 판매하는데 드론이나 자동차같이 남자 장난감 판매는 대부분 남자가 하는데 여아용 미미, 소꿉놀이 세트 같은 건 여자가 하지. 특히 여자는 미미 옷 입잖아. 이상한 레이스 치마(사례 11).

관리자의 다수를 이루는 남성은 임금구조나 승진 체계에서 안정적인 상태를 유지한다. 하지만 파견판촉 여성노동자는 승진 자체가 불가능한 형

태로 고용되므로 차별적인 대우와 불안정한 고용을 경험한다. 대형할인점에서는 관촉노동자들이 파견업체를 통해 들어왔기 때문에 ‘협력사원’이라고 부르며 존중하는 것 같지만 실상은 그렇지 않다. 관리자는 여성노동자를 무시하고 반말을 하는 일이 빈번하고 심지어 소리를 지르거나 욕설을 한다. <사례 2>와 <사례 3>은 준비 안 된 상황에서 관리자가 요구하는 판매먼트에 응해야 했다. 그랬더니 관리자는 무시하는 투로 교육을 다시 받고 오라거나 “그렇게 해서 물건이 팔리겠냐?”면서 핀잔을 주었다. 대형할인점 관리자들이 관촉직원을 무시하며 나이에 관계없이 반말을 하는 데, <사례 6>은 자신에게 욕설을 한 관리자와 마주치기 싫어 피하기 전략을 취하고 있다. <사례 12>는 관리자들이 파견관촉노동자에게 지나치게 위계 질서를 형성하려는 점을 엉망진창이라고 설명한다. <사례 4>는 관리자들이 언어적·행동적으로 갑질하는 것을 보면 “카스트제도를 보고 있는 것 같다”고 지적했다. <사례 10>은 일하면서 한 번도 존칭을 들어본 적이 없는데다가, 관리자가 자신을 이름이 아니라 제품명으로 불러서 처음에는 무척 기분이 나빴지만 점차 익숙해졌다고 말한다. 고객과 관리자에게 비해 상대적으로 낮은 위치에 있다고 여겨지는 파견관촉직 노동자는 관리자의 행동이 불합리하다고 느끼더라도 직접 대응하지 못한다. 이들의 고용형태가 파견노동자이므로 대형할인점에서 퇴점을 요구할 때에는 어쩔 수 없이 쫓겨나는 약자의 위치에 있기 때문이다. 남성 관리자의 강압적인 말투와 인격무시를 감내할 수밖에 없는 현실 또한 노동현장에서 여성노동자의 낮은 지위를 여실히 드러낸다.

게다가 관촉노동자들은 고객을 상대로도 저자세에 놓여있고 끊임없이 감정노동을 해야 한다. 관촉노동자들은 하루 9시간 이상을 한 자리에서 바른 ‘대기자세’로 고객을 상대로 계속 멘트를 한다. 그렇기에 이들은 다리나 목의 통증을 호소하며 심하게는 발 모양 변형과 허리통증으로 인한 보행의 어려움을 겪는다(사례 5). 또한 이들은 후방에서도 바빠 움직이는

지게차나 방치되어 있는 L카, 팔레트로 인해 위험한 상황에 노출되어 있다(사례 6). 하지만 고객 응대 시에는 판촉노동자들이 지녀야 한다고 여겨지는 이미지를 연출하기 위해 자신의 기분과는 관계없이 고객에게 친근함을 보여줘야 하고 고객이 불만을 표출할 때는 무조건 사과를 해야 한다. (사례 7)은 고객에게 다가갔을 때 거부당하는 경험을 프로포즈했다 거절당한 느낌에 비유하면서 이런 상황에서도 밖으로 드러난 표정은 밝아야 한다고 했다. (사례 8)은 고객의 비상식적인 행동을 속으로 삭이면서 겉으로는 친절해야 한다고 이야기했다. 물건을 구입하기에 증정품을 많이 챙겨줬는데도 불구하고 계속 더 달라고 진상부리는 손님들이 있지만 그럴 경우에도 무조건 웃으면서 증정품이 더 없다고 해야 한다(사례 9). 판촉노동자는 애써 자신의 감정을 숨기고 고객이 원하는 감정을 보여줘야 하는 반면, 노동자가 불쾌감을 드러내면 고객을 무시하는 행동으로 간주되어 비난받게 된다.

언제는 고객이 자기 쇼핑 카트가 없어졌다고 화내면서 고래고래 소리 지르고 난리 난 적이 있어. 나는 앞뒤는 모르지만 무조건 사과하고 또 사과하고... 알고 봤더니 본인이 아무테나 놓고서 그런 거야. 그 때 나는 내가 뭘 잘못했는지도 모르는 상황에서 어쩔 수 없이 무조건 사과했지(사례 4).

면접참여자 중 몇몇은 자신이 여성이라는 이유로 유난히 감정노동이 요구되는 경향이 있다고 했다. (사례 5)는 주위의 강압에 의해 어쩔 수 없이 감정 소모를 한 경험을 ‘젊은 여성이어서’라고 인식하고 있다. (사례 6)의 경우는 여성 직원은 항상 미소 짓고 상냥한 목소리를 내야한다는 지시에 대해 불만이어서 감정노동이 스트레스로 작용한다고 밝혔다. (사례 13)은 화풀이나 무시의 대상이 되는 경우나 스트레스를 많이 받을 때는 온 몸이 불타는 것 같은 느낌이 든다고 했다. 그럼에도 불구하고 여자이기

때문에 감정노동이 당연한 것으로 간주되며 감정노동 부담에서 벗어나기 힘들다고 했다. 대형할인점의 관측노동자는 언제나 고객에게 친절하고 상냥한 모습을 보이며 감정노동을 하고 있지만, 그 중에서도 젊은 여성은 감정노동을 적극 실천해야 한다는 통념으로 인해 감정노동 요구에 더 취약한 입장이다.

3) 외모스트레스와 무시

(1) 젠더화된 용모 관리와 섹슈얼리티

과건관측 여성노동자들은 용모 제약이 적은 남성과는 달리(사례 2, 12), 고객과의 대면 서비스를 한다는 이유로 머리색부터 헤어스타일, 메이크업, 유니폼, 스타킹, 신발에 이르기까지 용모 통제를 받고 있다(사례 4, 6, 8). 이들은 대형할인점에서 요구하는 용모지시가 불편하다고 느끼면서도 여성스러운 이미지를 내면화하여 용모 가꾸기에 몰입하는 모습을 보인다. 특히 매장에서 착용하는 유니폼은 타이트한 상의와 짧은 치마여서 일할 때 불편할 뿐만 아니라 관음증의 대상이 되게 만드는 요인이 된다. 유니폼 사이즈가 다양하지 못한 것을 문제로 지적한(사례 8)은 자신에게 맞는 유니폼 사이즈가 없어서 다이어트를 했고(사례 6)은 고객이 보았을 때 구두를 신는 것이 단정하게 보인다고 구두를 강요하는 내부규칙을 따르다 발 모양이 휘기도 했다고 이야기한다.

대형할인점 과건관측노동자들은 원치 않는 상황에서 여성성을 요구받는 경우 불쾌감을 느낀다. 관측노동자의 불편한 섹슈얼리티 경험은 관리자나 고객과의 관계에서 언어적·행위적으로 발생한다. (사례 5)는 판매하는 물건이 특정 나이가 사용하는 것이 아니라서 판매자의 나이가 상관없지만 대형할인점 관리자는 젊은 여성이 말 한마디 더 하고 장난도 더 칠 수 있다면서 젊은 여성노동자를 원했다고 한다. (사례 10)은 본인이 원하지

않는다고 말했는데도 남성 관리자가 자신의 핸드폰을 가져가서 사생활을 엿보려고 했던 것을 성희롱으로 느껴 고소하고 싶었다고 말한다. 〈사례 6〉은 고객으로부터 성희롱을 당했을 때 기분이 나빴지만 해결할 수 있는 방법이 없어서 혼자 울고 주변 동료들에게 이야기하며 마음을 달랬다. 〈사례 12〉는 지나가던 고객이 유니폼에 대해 이야기한 것이 기분 나빴고 고객이 상품구매 조건으로 연락처를 요구하는 경우도 있었다고 한다. 〈사례 5〉는 불쾌한 발언을 한 고객에게 욕을 하고 싶었지만 해결되지 않게 뻘하고 본인만 손해라는 생각이 들어서 대응할 수 없었다고 한다. 한 개인이 성희롱을 어떻게 인식하고 대응하는가라는 문제는 대응 방식이 피해자인 자신에게 역으로 미칠 영향을 무엇으로 예상하는지에 따라 해결되지 않은 채 남아있게 된다(이명신, 2014: 47).

내가 유니폼 입고 음료 시음행사를 하고 있을 때 50대 아저씨가 지나가다 내 앞에 서더니 “몸이 아주 뽕뽕 하네” 하는 거야. 근데 내가 뭘 어떻게 할 수 있었겠어? 언제는 고객이 관촉사원 언니 엉덩이를 움켜쥐고 가서 그 언니 울고 관리자들이 와서 무슨 일이라고 묻고 그랬거든. 보안업체 직원들이 가해자 찾겠다고 CCTV를 돌렸는데 결국에는 못 찾았다고 하더라. 자기네 물건 하나만 가져가도 경찰 부르고 보상 받아내는데, 어떻게든 찾으려고 노력하지 않은 건 관촉사원은 보호해줄 필요가 없으니까(사례 6).

대부분의 면접참여자들은 성희롱에 취약한 피해자 입장을 얘기했지만, 이와 대조적으로 일부는 젊은 여성들이 섹슈얼리티를 활용한다고 생각하고 있었다. 〈사례 8〉은 주변에 있던 관촉 직원이 외모를 이용해 물품 파는 것을 본 적이 있고 같이 일하던 언니가 옷 파진 거 입고 와서 일하면 고객이 관심을 갖고 다가온다는 얘기를 한 적이 있다고 했다. 고객과의 관계에서 “예쁘면 무시하지 못한다.”는 생각을 지니고 있는 젊은 관촉노동자

스스로 자신의 외모를 이용해 고객과의 관계에서 판매를 이끌어내기도 하는 것이다. 관리자와의 관계에서도 섹슈얼리티가 전략적으로 활용되기도 하는데, <사례 5>는 대형할인점 관리자가 대부분 남성이므로 관촉직원의 여성성이 어필된다고 생각했다. 자신이 사용했던 ‘끼 부리기’가 여성성으로 활용되었다는 것을 즉각 인지하지는 못했지만 시간이 지나면서 자신이 어린 여성이었기 때문에 사용가능한 전략이었음을 깨닫게 되었다고 한다. <사례 6>은 대형할인점 관리자와 의도적으로 술을 함께 마시고 친하게 지내면서 스스로의 여성성을 활용하는 전략을 취했는데, 여성성을 활용하면 업무를 편하게 할 수 있고 일을 하면서 행사자리를 획득하는 데 도움이 되기 때문이라고 했다. <사례 9>와 <사례 12>는 나이 든 관촉노동자들이 젊은 여성들을 업무에 활용해서 관리자들을 설득할 수 있는 자원으로 이용했다고 한다. 상품 판매나 행사자리를 배정과 같은 일의 유지나 도움 받을 때 섹슈얼리티 활용은 하나의 전략이 되기도 한다. 노동현장에서 여성의 섹슈얼리티는 대부분 성희롱이라는 취약한 부분으로 간주되지만, 판매직에서 일하는 일부 젊은 여성들은 자신의 섹슈얼리티를 판매에 도움이 되는 전략으로 의미화하고 섹슈얼리티의 활용을 통해 성적 자율권을 행사하고 있음을 알 수 있다.

44사이즈 인형 같은 몸매에 생긴 것도 되게 예쁘고 싹싹한 직원이 있었거든. 남자고객들이 살 것도 아니면서 물건에 대해 궁금해 하면 설명한다는 걸 알아가지고 처음에 그렇게 말 걸고... 직원이 설명하고 있으면 갑자기 “번호 좀 주면 안돼요?” 해서 그 직원이 “이 핸드크림 3개 사시면 번호 드릴게요.” 이래서 물건을 판매한 적도 있고, 예쁘면 무시 못 하지(사례 8).

주부사원들이 대형할인점 관리자에게 말을 할 때 “어리고 예쁘니까 내가 말하면 우리가 말하는 것보다 더 잘 들어 줄 거야” 이러면서 한두 번 시킨 적 있어요(사례 12).

(2) 미숙함과 무시의 대상

판촉노동은 여성이라면 누구나 지닌다고 생각되는 친절함, 보살핌, 세심함 등의 '여성성'이 발현되는 일로 평가된다. 따라서 이 일은 여성이면 누구나 할 수 있는 일이기 때문에 쉽고 가치가 낮은 노동으로 간주된다. <사례 8>과 <사례 9>는 고객들이 판촉노동에 대해 무시하는 태도를 경험했는데, 업무도 힘들지만 사람들의 무시하는 태도가 일에 대한 신뢰감을 상실하고 자신감 결여를 초래하는 원인이라고 지적했다.

대형할인점에서 일하는 파견판촉노동자들은 다수가 주부사원이므로 20·30대 여성들은 젊다는 이유로 미숙하게 평가되거나 무시당하는 대상이 된다. 판촉노동현장에서는 경력보다는 나이에 따른 공경이 더 요구된다. 같은 지위에 있더라도 젊은 직원은 '동생', '어린애'로 불리면서 한국사회의 어른공경 문화가 노동 현장에도 적용된다. 젊은 직원은 나이가 적다는 이유로 근무스케줄을 정할 때 우선순위에서 밀리고 판촉 활동에서 제약을 받고 있다(사례 7, 8, 11). 대형할인점에서 일한 경력이 오래되어서 제품 교육을 따로 받지 않아도 되는 <사례 8>은 나이 많은 단기 아르바이트 노동자가 자신을 '아가씨'로 부르면서 업무 지시를 했는데, 그 분의 잘못된 지시로 인해 관리자로부터 꾸지람을 듣고 그 사실을 알렸다가 호들갑 떠다는 소리를 들었다. <사례 2>는 나이가 어리다는 이유로 대형할인점 관리자로부터 부당한 지시를 받기도 했고 <사례 12>는 대형할인점 직원의 업무과실인데도 자신에게 잘못을 떠넘겼다고 했다. <사례 9>는 '어리다'는 개념은 상반된 이미지를 갖는다고 이야기한다. 어리기 때문에 미숙해서 실수를 했을 때 넘어가지만 다른 한편으로는 어리기 때문에 무시를 당하기도 한다. 이처럼 젊은 여성은 나이 때문에 보호받아야 할 대상으로 생각되거나 통제 대상으로 간주되고 있다.

판촉노동의 경우 젊은 노동자는 임금도 많이 받을 수 있고 원하면 언제

든지 일할 수 있는 데에 반해 나이가 많은 노동자는 면접조차 볼 수 없는 것이 현실이다. 심지어 젊은 이미지만을 중시해서 경력 많은 여성을 내쫓는 경우도 있다. 즉, 판촉노동자로 인해 매출이 상승할 것을 기대하면서도 노동자의 업무 숙련도보다 젊은 이미지만을 강조하며 나이 많은 숙련 노동자를 고용불안에 빠뜨리고 있는 것이다.

임금을 보면 나는 ‘아가씨’라서 7만원 또는 7만 5천원 이렇게 받는데 ‘아줌마’는 일당 5만원 받는다 하더라고. 하루에 5만원씩 22일 근무해도 110만원인데 여기에 보험 떼고 세금 뺀다고 생각해보. 경력이 쌓일수록 임금이 떨어지는 거야(사례 6).

와인 관련해서 대형할인점 면접 보는데 너무 어이없던 게 50대 아줌마 두 분 오셨어요. 그 분들은 본사에서 교육도 받고 심지어 와인 판매경력도 있다고 했어요. 근데 대형할인점 관리자가 와인은 20·30대 밖에 안 된다면서 바로 “가세요.” 하더라고요(사례 2).

〈사례 10〉은 주부판촉사원들이 젊은 여성을 적대시하는 것이 파견판촉노동에서는 경력이 무의미하기 때문이고 나이가 많아도 임금이 높지 않은 것에 대해 자격지심이 있는 것 같다고 했다. 주부판촉사원들이 업무에서 경력이 쌓임에도 불구하고 줄어드는 임금의 원인 중 하나를 20·30대 판촉노동자가 유입되기 때문이라고 생각하므로 젊은 여성 판촉노동자는 질투와 반목의 대상이 되고 있다. 〈사례 6〉은 판매를 하다가 주부사원과 마찰이 생겼던 이유가 젊은 노동자의 판매실적이 나이든 노동자보다 더 높았기 때문으로 해석하고 있었다. 판촉노동자는 여성으로 성별이 같더라도 나이에 따라 차별을 받으며 나이 많은 여성 판촉노동자의 경우에는 젊은 여성에 비해 상대적으로 고용 불안이 심해짐에 따라, 여성 노동자 내부에서의 연령갈등으로 나타나고 있는 것이다.

이러한 노동환경에서 면접참여자들은 모두 현재의 판촉노동을 평생 직업이 아니라 아르바이트 정도로 생각하고 있었다. 흔히 아르바이트 노동은 비정규 노동 중에서도 가장 불안정하며 노동자에 대한 보호가 전혀 보장되지 않는 노동으로 알려져 있다(신경아, 2013: 227). 이러한 일반적 인식은 공유하지만 면접참여자들은 단기 일자리치고는 임금이 높다는 이유로 파견판촉 아르바이트를 선택했다고 한다(사례 12). 하지만 이들은 언젠가는 이 일을 중단하고 고용 안정성이 보장되어 있는 직업으로 이직할 것을 꿈꾸고 있었다. 장기고정으로 일하는 판촉노동자들도 자신을 휴학생이나 취업준비생으로 정의할 뿐 판촉일이 직업은 아니라고 말했다. 그 이유는 고용 안정성이 보장되어 있지 않아 일을 지속하는 데에 부정적이고(사례 8), 나이가 들수록 임금이 낮아지기 때문에 정당한 평가를 받을 수 없어서 탈 판촉을 원하고 있다(사례 6). 고객이 물건을 구입하지 않으면 자신이 '차이는 느낌'이라고 표현하는(사례 7)은 감정적으로 상처받기 때문에 업무를 지속하기 힘들다고 했다. (사례 9)는 판촉노동을 하면서 결혼을 했는데, 임신 전까지만 이 일을 지속할 계획이라고 했다. 판촉노동자는 하루 종일 서 있어야 하고 매출로 인한 스트레스로 인해 임신을 할 경우 배 뭉침이나 유산 등이 나타나기도 한다. 젊은 여성노동자들은 경력이 많더라도 나이 때문에 가르침을 받아야 하는 존재로 인식되고 무시당하는 노동환경에서 파견판촉노동을 평생직이 아닌 아르바이트의 개념으로 생각하며 판촉노동에 대해 '거리두기'를 하고 있다. 이들이 탈 판촉을 희망하는 공통적인 이유는 비정규직 계약으로 인한 불안정한 고용환경과 사회적으로 통용되는 판촉 일에 대한 부정적인 통념 때문이다.

5. 결론

이 연구에서는 심층면접법을 활용해서 대형할인점에서 일하고 있는 20·30대 파견관촉 여성들의 노동경험을 살펴보았다. 이들과의 면접 내용을 분석한 연구결과는 다음과 같다.

관촉노동은 세심함과 친절함이 필요하다는 통념 때문에 남성에 비해 여성에게 더 어울리는 일로 평가되며, 실제 여성 채용이 빈번하게 일어난다. 파견관촉노동은 성별에 따라 담당하는 제품이 상이해서 남성은 대형 가전 제품이나 축산품, 농산품과 관련된 관촉을 전담하지만, 여성은 가정생활이나 미용 관련 상품 판매를 주로 맡고 있다. 관촉노동은 누구나 할 수 있는 단순 비숙련 노동으로 간주되는 사회적 편견으로 인해 파견관촉 여성노동자는 고객으로부터 무시당하고 신뢰를 받지 못하는 경험을 한다. 파견관촉노동자는 파견업체 소속이어서 대형할인점은 업무지시를 할 수 없음에도 불구하고 대형할인점 관리자의 지시를 받는다. 관리자로부터 반말이나 강압적인 말투를 듣기도 하고 담당 구역이 아닌 매장 청소나 다른 업체 상품 진열 등의 부당한 업무지시에 따라야만 한다. 대형할인점의 지시를 따르지 않을 경우 인원교체나 퇴점 명령으로 고용 단절이 발생하기 때문에 부당 업무를 감수 할 수밖에 없다.

이들은 또한 젊은 여성이라는 특수성으로 인해 나이든 여성노동자들과도 다른 노동 경험을 하고 있다. 첫째, 관촉노동을 하는 여성들은 대형할인점 관리자나 고객들로부터 친절함과 미소로 대변되는 여성성을 지닐 것을 요구받고 있다. 하지만 고객 앞에서 자신의 기분에 관계없이 미소를 보이고 친절한 목소리를 내리는 감정노동 요구가 젊은 여성노동자들에게 힘들고, 감정 관리는 훈련이 필요한 어려운 일이다. 이들은 노동활동에서 개인적인 감정부조화가 발생하더라도 이 상황을 감내하는 것이 일터에서의

‘프로정신’이라고 인식하기 때문에 애써 부조화 상황을 무시하며 노동을 이어가고 있다.

둘째, 대형할인점에서 일하는 20·30대 여성노동자는 나이 든 여성들에 비해서 더 많은 용모 통제를 경험하고 있었다. 유니폼이나 머리색, 머리모양, 손톱관리, 신발 등에 대한 규제는 젊은 여성의 섹슈얼리티를 극대화시키는 필수 조건으로 작용하고 있다. 이들은 고객이 행하는 언어적 성희롱이나 신체 접촉 등 섹슈얼리티와 관련하여 불쾌한 경험을 하는 데 이를 문제시하기 어렵다고 했다. 이와는 대조적으로 일부 젊은 여성노동자들은 물품 판매량을 늘리기 위해 고객에게 호의적으로 다가가거나 대형할인점 관리자로부터 좋은 자리를 배당받을 목적으로 매장이나 술자리에서 가벼운 스킨십을 허용하거나 과잉 친절을 베푸는 등 자신의 여성성과 섹슈얼리티를 전략으로 활용하기도 한다.

셋째, 대형할인점 노동자의 상당수는 재취업한 경력단절 여성으로 연령대가 높다고 여겨지는 반면 20·30대 파견관촉 여성들은 ‘젊음’이라는 특성을 가진 노동자 집단으로 평가된다. 이들은 젊기 때문에 상대적으로 고용안정성이 보장되고 높은 임금을 받기도 한다. 이는 여성의 나이가 상대적 특권으로 경험되는 것으로(전희경, 2012: 25) 젊은 여성이 노동시장에서 유순한 노동력으로 여겨지며 말을 잘 듣는 노동자로 이미지화 되어 기혼여성에 비해 선호된다(강이수 외, 2015: 97; 리볼리, 2005: 124-125). 반면에 이들은 젊기 때문에 경력에 관계없이 미숙한 노동자로 간주되는 동시에 경력에 관계없이 업무능력을 무시해도 되는 대상으로 여겨지기도 한다.

넷째, 20·30대 파견관촉 여성노동자에게 관촉노동은 단기간에 돈을 벌기 위한 수단이지 평생직업의 의미는 아니었다. 학생의 경우 자신의 전공과 관련 없거나 스펙에 도움이 안 된다는 이유로 단기간의 아르바이트로 규정했고 취업준비생의 경우 안정적인 직장을 갖기 전 잠시 돈을 버는 활동으로 여기고 있었다. 이들은 비정규직이기 때문에 고용 안정성이 보장

되지 않고 모성권이 인정되지 않기 때문에 관촉노동에 대해서 거리두기를 하면서 탈 관촉을 꿈꾸고 있는 것이다. 즉, 파견관촉노동에 낮은 평가를 내리는 사회적 인식을 내면화한 이들이 자신의 일을 지속하지 않겠다는 결심을 내보이는 것은 자존감을 보호하는 행위로도 해석된다.

이상 대형할인점에서 일하는 20·30대 여성노동자들의 경험을 여성주의적 관점에서 분석한 이 연구는 그동안 가시화되지 않았던 파견관촉직 젊은 여성들의 경험을 젠더와 연령이라는 특수성에 초점을 맞추어 분석했다는 점에서 의의를 지닌다. 연구자들은 이 연구를 토대로 파견관촉 여성노동자들이 불안정한 고용환경에서 벗어나 안정적으로 노동할 수 있는 방식에 대한 다각적인 논의와 연구가 향후 활발하게 진행될 수 있기를 희망하게 된다.

참고 문헌

- 강이수 · 신경아 · 박기남(2015), 『여성과 일』, 서울: 동녘.
- 강준구(2004), 『유통서비스 시장개방의 이익과 과제: 국내 소매업의 구조조정을 중심으로』, 서울: 대외경제정책연구원.
- 구미현(2002), “비정규직 여성노동자의 고용구조와 노동통제: 백화점 판매직 여성노동자를 중심으로”, 충남대학교 대학원 사회학과 박사학위 논문.
- 국가인권위원회(2007), 『유통업 여성비정규직 차별 및 노동권 실태조사』, 서울: 국가인권위원회.
- 권순원 · 이종수(2015), “대형유통업에서 외부노동력 활용의 실태와 원인에 대한 탐색적 연구”, 『산업노동연구』, 제21권 1호, 221-256쪽.
- 김양지영(2005), “여성 노동 비정규직화 기제의 성차별적 성격에 관한 일 연구: 호텔 산업 사례를 중심으로”, 이화여자대학교 대학원 여성학과 석사학위 논문.
- 김재민(2012), 「유통업 여성근로자 노동환경 현황 및 개선방안」, 서울: 서울시 여성가족재단,
- 김해순(2013), “독일통일 이후 일-가족 조화정책과 여성경제활동: 성별분업을 위주로”, 『젠더와 문화』, 제6권 2호, 7-42쪽.
- 노동부(2007), 『임금구조기본통계조사보고서』, 서울: 노동부.
- 리볼리, 피에트라(2015), 『티셔츠 경제학』, 김명철 옮김, 서울: 다산북스, Rivoli, P.(2009), *The Travels of a T-Shirt in the Global Economy*, New York: John Wiley and Sons.
- 문강분 · 박은정 · 이승협 외(2009), 『백화점, 대형할인매장 등 유통산업종사자 근로실태조사 및 근로자 보호방안』, 서울: 노동부.
- 박기남(1998), “여성의 사회적 관계망과 성별 직무 분리에 관한 연구: 대기업 중간 관리직 여성을 중심으로”, 연세대학교 대학원 사회학과 박사학

위 논문.

박옥주(2008), “비정규직 보호법이 여성노동에 미치는 영향”, 『젠더연구』, 제13호, 23-51쪽.

_____ (2010), “비정규직 보호법과 여성의 노동 경험”, 동덕여자대학교 대학원 여성학과 석사학위 논문.

_____ · 손승영(2012), “비정규직법 시행 이후 기업의 대응방식과 성 차별적 관행”, 『담론 201』, 제15권 3호, 91-125쪽.

박홍주(1995), “판매여직원의 감정노동에 관한 일연구: 서울시내 백화점 사례를 중심으로”, 이화여자대학교 대학원 여성학과 석사학위 논문.

_____ (2000), “판매직 감정노동의 재평가”, 『노동과 페미니즘』, 조순경 엮음, 서울: 이화여자대학교 출판부, 42-70쪽.

배금순(2011), “우리나라 유통업체의 발전전략에 관하여: 이마트를 중심으로”, 전남대학교 대학원 무역학과 석사학위 논문.

소콜로프, J., 나탈리(1990), 『여성노동시장이론』, 이효재 옮김, 서울: 이화여자대학교 출판부, Sokoloff, J. N.(1980), *Between Money and Love: The Dialectics of Women's Home and Market Work*, New York: Praeger.

신경아(2013) “여성노동자의 생애이야기에 나타난 ‘개인’의 인식”, 『젠더와 문화』, 제6권 2호, 215-252쪽.

심재진(2000), “백화점 파견관측사원의 근로관계형태와 근로기준법상 사용자 문제”, 『노동법연구』, 제9권, 73-97쪽.

이명신(2014), “성희롱(Sexual Harassment)의 재정의: 남녀대학생의 공간통념, 성희롱 인식, 성적 괴롭힘 행동을 중심으로 경험적 재구성”, 『젠더와 문화』, 제7권 1호, 43-97쪽.

이미영(2003), “기혼여성의 취업지속 및 재취업 요인: 판매직 기혼 여성을 중심으로”, 대구대학교 대학원 가정복지학과 석사학위 논문.

이상윤(2014), “간접고용의 실태와 노동법상 개선방안에 관한 연구”, 인하대학교 대학원 법학과 석사학위 논문.

- 이숙진(2000), “글로벌 자본의 현지화와 지역여성의 정치”, 이화여자대학교 대학원 여성학과 박사학위 논문.
- _____(2001), “성별분업과 비정규 여성노동: 유통업을 중심으로”, 『성평등 연구』, 제5권, 33-49쪽.
- 이연주(2003), “결혼 및 출산 등의 가족형성과 여성의 경제활동: 가정과 직장의 병립을 위하여”, 『보건복지포럼』, 제86권, 22-32쪽.
- 이호택(2012), “제조업체의 대형마트 판촉사원 파견을 바라보는 두 가지 견해”, 『경영경제』, 제45집 2호, 91-102쪽.
- 장서영(2008), “고학력 경력단절 여성의 노동시장 재진입 과정에 관한 질적 연구”, 『여성연구』, 제74권 1호, 79-104쪽.
- 전희경(2012), “‘젠더-나이체제’와 여성의 나이: 시간의 서사성을 통해 본 나이경험의 정치적 함의에 관한 연구”, 이화여자대학교 대학원 여성학과 박사학위 논문.
- 정명자(2011), “전자산업 파견여성 노동경험 연구: 여성노동자 다규 구술자료를 중심으로”, 계명대학교 대학원 여성학과 석사학위 논문.
- 정영애(1999), “여성의 배려적 노동과 비교가치론”, 『한국여성학』, 제15권 1호, 71-101쪽.
- 정진희(2003), “판매직 주부의 공평성 인지도·역할스트레스 및 생활 만족도”, 숙명여자대학교 대학원 가정관리학과 박사학위 논문.
- 조순경(2000), “비정규 노동과 노동정책의 과제”, 한국노총 주최 〈비정규 노동자 보호를 위한 정책 토론회〉 주제발표문(2000.6.28).
- 태희원(2005), “대기업 전문직 여성의 일 경험을 통한 젠더 정체성 협상에 관한 연구: IT 기업과 A사 사례를 중심으로”, 연세대학교 대학원 문화학협동과정 석사학위 논문.
- 흑실드, 엘리 러셀(2009), 『감정노동: 노동은 우리의 감정을 어떻게 상품으로 만드는가』, 이가람 옮김, 서울: 이매진, Hochschild, A. I.(2003), *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*, California:

University of California Press.

Carré, F., B. Holgate, and C. Tilly(2005), “What’s Happening to Retail Jobs? Wages, Gender and Corporate Strategy”, Paper Presented at the Annual Meetings of the International Association for Feminist Economics and the Labor and Employment Relations Association, Boston, MA, January 5-8, 2005.

Dickens, L. (1998), “What HRM Means for Gender Equality”, *Human Resource Management Journal*, 8(1), pp. 24-25.

Ferber, M. and J. Huber(1982), “Labor Market Participation of Young Married Women: Causes and Effects”, *Journal of Marriage and the Family*, 44(3), pp. 457-468.

Jang, S. and S. Merriam(2004), “Korean Culture and the Reentry Motivations of University-Graduated Women”, *Adult Education Quarterly*, 54(4), pp. 273-290.

〈인터넷 자료〉

국가통계포털(2014), “고용형태별 근로실태조사: 직종, 성별 임금 및 근로조건”, <http://kosis.kr>(검색일: 2016.3.4).

〈신문기사〉

『더스쿠프』, 2015.2.16, “300개 기업 84.6% 고정 자산회전을 ‘평균 이하’”.
『연합뉴스』, 2016.1.26, “유통업종사자 61%, ‘고객에게 폭언 등 괴롭힘 경험’”.

〈시청각 자료〉

〈KBS 뉴스〉, 2015.12.9, “유통업 여성근로자 절반 이상 ‘감정노동 위험’”.

(논문 투고일: 2016.10.28, 심사 확정일: 2016.11.25, 게재 확정일: 2016.12.05)

〈Abstract〉

Labor Experience of Young Female Workers in Dispatched Sales-Promoting Job at Large-Scale Discount Stores

Song, Dasom* · Sohn, Seongyoung**

The main purpose of this study is to discover why young female workers choose dispatched sales-promoting jobs at Korean large-scale discount stores despite the unstable employment prospects. In carrying out the study, we attempted to analyze the female workers' experiences from a feminist perspective. The results of this study by using in-depth interview methods are as follows. First, the sales-promotion workers go through unstable employment prospects and need to accept unfair labor directives. Second, the dispatched sales-promoting workers were experiencing vertical and horizontal separation of duties by gender. Third, female dispatched sales-promoting workers were forced to care for their appearance more than is the case for men. In addition, some female workers suffered sexual harassment from their managers or customers. Fourth, the young female workers in the 20s or 30s had different evaluations from the older dispatched sales-promoting workers either by receiving favorable treatment or being considered as inexperienced workers. They distanced themselves from the dispatched sales-promoting labor, which they regarded as short-term labor.

Key words: irregular work, dispatched sales-promoting, emotional labor, sexuality in the workplace, age conflict

* Lead author, Staff in Korean Institute for Gender Equality Promotion and Education

** Corresponding author, Professor in Women's Studies, Dongduk Women's University