

СОЦИОЛОГИЯ

УДК 316.34

DOI: 10.17223/1998863X/62/6

Т.В. Гаврилюк

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ И СМЫСЛОВАЯ ПРИРОДА ТРУДА РАБОЧЕГО КЛАССА В СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКЕ: ОБЗОР ПРОБЛЕМАТИКИ В ЗАРУБЕЖНОМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Статья выполнена при поддержке гранта РНФ № 17-78-20062 «Жизненные стратегии молодежи нового рабочего класса современной России».

Статья посвящена исследованию специфики интерактивного сервисного труда в зарубежной социологии. Анализируются такие проблемы, как эмоциональный репертуар и субъективные смыслы сервисного труда, механизмы психологического дистанцирования от исполняемых ролей, ценностные основания работы в сфере обслуживания. Отдельное внимание уделяется гендерному измерению эмоционального труда в сервисной сфере.

Ключевые слова: рабочий класс, эмоциональный труд, сервис, сервисный труд, трудовые ценности

Введение

Становление и динамика нового типа экономики, базирующегося на доминировании сервисного сектора, является предметом теоретической рефлексии на протяжении нескольких десятилетий. Теоретики постиндустриального общества определяли накопление теоретического знания и рост количества работников, оказывающих высококвалифицированные услуги в сфере здравоохранения, образования, науки и управления, в качестве решающих факторов формирования общества нового типа, позволяющих преодолеть вызовы доиндустриальной и индустриальной стадий развития [1. Р. 15–20]. При этом реальная практика становления постиндустриального общества показала, что спрос возрос не только на интеллектуальные услуги, но и на низкооплачиваемый сервисный труд, поддерживающий функционирование среднего класса, – сотрудников ритейла, индустрии общественного питания, домашних работников [2. Р. 255]. В условиях деиндустриализации, когда крупные производства перемещаются в развивающиеся страны, рабочий класс западных обществ вынужденно переходит в сферу услуг, выполняя работу в сфере интерактивного клиентского сервиса или обслуживания юридических лиц.

Парадоксально, но рутинизированный сервисный труд находился вне поля зрения исследователей вплоть до 1990-х гг. Данная проблематика исторически игнорировалась в зарубежном социологическом дискурсе, так как

акцент делался на производительном труде. Тем не менее начиная с середины 2000-х гг. исследования сервиса, например, в британской социологии труда доминируют над исследованиями производства [3–8]. Очевидной становится и специфика так называемого интерактивного сервисного труда, предполагающего непосредственный контакт с потребителями услуг. Особый тип «эмоциональной работы», требуемый от рядовых сотрудников, трансформирует ценностно-смысловое содержание труда, результатом и продуктом которого становится успешность сервисного взаимодействия.

Опыт работников на должностных позициях в сфере обслуживания остается практически не изученным в российской социологии, несмотря на широкую востребованность и распространенность этой формы занятости. В рамках данной статьи мы обозначим основные векторы зарубежных исследований повседневных практик эмоционального труда, способов его проживания, механизмов психологического дистанцирования от исполняемых ролей, легитимации смыслов сервисной работы. Отдельное внимание уделяется гендерному измерению эмоционального труда в сервисной сфере. В качестве объекта рассматривается низшее звено интерактивных сервисных работников, чей труд плохо оплачивается, носит прекарный характер, имеет низкий уровень социальной защиты и привилегий [9. Р. 208]. Наряду с промышленными рабочими данная многочисленная социальная группа составляет сегодня новый рабочий класс постиндустриального общества [10–14].

Эмоциональный труд работников рутинизированного клиентского сервиса

Концепт эмоционального труда, признанный сегодня в мировой социологии, был предложен в первой половине 1980-х гг. А.Р. Хокшильд и определялся как «управление чувствами для создания публичного демонстрируемого выражения лица и телесных проявлений» [15. Р. 7]. Как и промышленные рабочие, сотрудники сервисных организаций не контролируют ни процесс, ни результат своего труда, но помимо этого они оказываются отчуждены и от собственных эмоций. В сфере обслуживания так называемые мягкие качества – манеры, особенности характера, неконфликтное поведение, умение демонстрировать услужливость и почтительное отношение – ценятся в большей степени, нежели формальные или технические знания [16. Р. 44].

А.Р. Хокшильд делит эмоциональный труд на профессии, где преобладают краткие, поверхностные проявления эмоций, и те виды деятельности, которые требуют более длительных и глубоких взаимодействий с клиентом, предполагают рефлексии работников собственных эмоциональных состояний [15]. С. Лопес расширяет эту дифференциацию до институционального уровня, концептуализируя «отчужденный эмоциональный труд» как типичный для коммерческой среды, а более гуманную «организованную эмоциональную заботу» (organized emotional care) относит к сфере деятельности некоммерческих или общественных организаций [17].

Авторы отмечают, что эмоции работников и так называемый «эмоциональный менеджмент» имеют непосредственное отношение к прибыли организации и ее рыночной конкурентоспособности [18]. Для достижения корпоративных задач используется понятие «эмоционального профессионализма», с помощью которого управляющие учат сотрудников дистанцироваться от

исполняемой роли, не принимать агрессию клиентов как личное оскорбление [19], и только те работники, которые смогут этого достичь, становятся успешными [15. Р. 188].

Гендерное измерение эмоционального труда в сервисной сфере

Необходимость непосредственного контакта с потребителем порождает представления о более или менее «подходящих» для той или иной работы сотрудниках. Тем самым присутствует угроза реификации расовой и гендерной стратификации. В соответствии с распространенными стереотипами женщины в большей степени склонны и должны проявлять заботу и участие, присущие оказанию услуг [20]. В результате трансляции подобных установок профессиональная сегрегация по половому признаку продолжается и по сей день. Расовая и этническая сегрегация также проявляется в неравенстве доступа к тем или иным видам сервисного труда. Следует отметить интерсекционный подход Э. Накано-Гленн к домашнему труду, где была произведена попытка примирить марксистское классовое понимание трудовых отношений с феминистскими и антирасистскими взглядами на одинаково важные «оси» гендерного и расового неравенства и феминизированные формы работы, которую марксистские рамки классифицировали как «непроизводительную» [21]. П. Ингланд разработала родственную концепцию «работы по уходу», описывающую, как обязанности переносятся из сферы домашнего труда в оплачиваемый контекст и почему подобный труд обычно бывает недооценен [22].

Несмотря на то, что гендер всегда был фундаментальным для капиталистического разделения труда, исследователи сервисной сферы подчеркивают его огромную роль в структурировании общественного восприятия, демографии и даже способов сопротивления тех, кто работает в этом секторе [23]. Поскольку эмоциональный труд гендерно окрашен и недооценен, возникающая в результате гендерная солидарность может усиливать классовую солидарность рабочих и профсоюзную активность [24]. Однако в большинстве случаев традиционные гендерные роли натурализованы и доминируют в самооценке самих рабочих – как мужчин, так и женщин [25].

Исследовательский вопрос о связи традиционных паттернов маскулинности и сервисного труда также распространен в зарубежной социологии. Например, австралийские исследователи Г. Шталь, С. МакДональд и Дж. Янг методом лонгитюдных кейс-стади исследовали роль трудовых практик в сервисной сфере в процессе становления самости, альтернативных идентичностей и образов желаемого будущего молодых людей из рабочего класса [26]. Авторы отмечают, что с переходом к постиндустриализму молодые люди с рабочим бэкграундом сталкиваются с необходимостью переоценки оснований доминирующего конструкта маскулинности и поиска новых позитивных оснований идентификации. Большинство молодежи переходит к макдональдизированной занятости (так называемые Mc.Jobs) [27. Р. 9] и «учится служить» [28] вместо более привычного действия – производить, создавать. Эмоциональный труд, требующий почтения, покорности, услужливости, обходительности, субординации, а также полный самоконтроль – новые поведенческие стандарты, необходимые для сферы обслуживания, которые бро-

сают вызов модели гегемонной маскулинности и чаще всего становятся фактором, мешающим самореализации молодежи в новых социально-экономических условиях [29].

Таким образом, интерактивный сервисный труд характеризуется специфическими атрибутами, которые в обыденном сознании считаются типично женскими [15, 30]. Например, утверждается, что послушание и почтение, часто требуемые в сервисном обслуживании, – характеристики, которые рассматриваются как женские по своей сути [31]. Это привело некоторых авторов к мысли, что рабочие места не являются гендерно нейтральными [32], а те, кто выполняют сервисную работу, также исполняют и гендерную роль [33]. Маскулинность в условиях сервисной занятости поддерживается как сознательным дистанцированием от исполняемой роли, так и подчеркиванием атрибутов мужественности. Например, безработные мужчины из рабочего класса могут не соглашаться на низкооплачиваемую работу в сервисном секторе, так как характеристики такого труда считаются феминными и идут вразрез с их гендерными конструктами [31].

Проблема конструирования смысла и ценности сервисного труда

Субъективный жизненный опыт сервисных работников во взаимодействии лицом к лицу с потребителем услуги является ключевым нераскрытым вопросом современной социологии труда. Авторы отмечают, что для исследования этой проблемы необходимо преодолеть разрыв между социологией труда и социологией потребления [3]. В рамках нового типа трудовых отношений три аспекта имеют наибольшее значение: эмоциональная терпимость работника к заказчику; относительная сила во взаимодействии двух сторон; степень, в которой взаимодействие между двумя сторонами повторяется. Высокий уровень отчуждения в этих взаимодействиях наблюдается, когда отношения являются инструментальными, клиент является доминирующей фигурой по отношению к работнику, а взаимодействия являются единичными. Низкий уровень отчуждения там, где наблюдается эмпатический труд по уходу, предполагающий неформальное общение, когда власть у сторон взаимодействия равна и взаимодействие требует регулярных повторяющихся встреч. Следовательно, необходимо различать виды сервисного труда по степени гуманизации отношений между работником и клиентом [Ibid. P. 956]. Дегуманизированные отношения лучше всего описывает литература по глобализации и социологии потребления, и это прежде всего сфера продаж, где главная цель – прибыль, а не сама услуга [34]. Более гуманные отношения с низкой степенью отчуждения анализируются теоретиками постфордизма, ратующими за рост нишевых рынков (объединяющих людей, принадлежащих к одной субкультуре) с более внимательными и долгосрочными отношениями с покупателями. Также к этой группе авторы относят работу по уходу и персонализированные медицинские услуги [17]. Следовательно, эмоциональный репертуар и, соответственно, субъективный смысл различен у разных видов труда и может зависеть от конкретного рабочего места.

Вместе с тем ценность сервисного труда снижается именно из-за его эмоциональной природы. Необходимо демонстрировать почтительность клиенту даже в ситуации, когда он проявляет неуважение или позволяет себе

прямые оскорбления [15. Р. 89]. Исследователи отмечают, что в американской культуре люди, выполняющие грязную работу, часто находят способы выстроить свой трудовой процесс так, чтобы он приносил чувство удовлетворения и имел ценность [35. Р. 240]. Например, присутствуют утверждения, что быть занятым стигматизированным трудом и выполнять его добросовестно полезно для развития твердости характера. Руководители подобных организаций также призывают работников проявлять моральную силу и твердость характера при столкновении с агрессивно настроенными клиентами. В американской культуре ценность труда, наличия постоянной работы высока для людей с низким социальным статусом, поэтому они должны проявлять стойкость ради сохранения рабочего места [36]. Для представителей других социальных групп, например студентов, временно занятых сервисным трудом, его смысл может существенно отличаться и быть артикулирован в категориях личностных достижений, уверенности в завтрашнем дне, быть маркером процесса взросления и обретения независимости.

Работники низшего звена интерактивного сервиса осознают, что ценность их вклада в рабочий процесс не сопоставима с условиями и оплатой труда, что является объективной причиной практик сопротивления. Вместе с тем по сравнению с работниками промышленности у сотрудников сервиса меньше возможностей для организованного и эффективного сопротивления. Исторически профсоюзная активность в сервисных отраслях была минимальной, а временный и текущий тип занятости препятствовал формированию аналогичных производственной сфере форм самоорганизации. Основы классового конфликта для сервисных работников более очевидны, так как они видят полезную и меновую стоимость оказываемой услуги, но при этом не могут повлиять на уровень оплаты труда или добиться более уважительного отношения [37. Р. 447]. Режимы управления, характеризующиеся строгим менеджерским контролем, могут включать насильственное принуждение, унижение, предвзятое отношение к работникам, отсутствие гибких договоренностей. Психологическое насилие и некомпетентность менеджеров приводят к сложностям в поиске смысла и достоинства в выполнении ежедневных заданий. Дж.Р. Ховард утверждает, что управленческий контроль может также опосредованно проявляться в действиях коллег [38. Р. 241]. В условиях взаимозависимости, когда вознаграждение зависит от уровня кооперации и взаимосвязанных усилий работников, сотрудники стремятся к взаимному контролю и влиянию на качество и эффективность работы друг друга. В условиях конкурентной борьбы или взаимозависимости это порождает дополнительные проблемы во взаимодействии сотрудников на рабочем месте.

Исследования старшего поколения сервисных работников в Америке демонстрируют ностальгию о прежних формах сервисной работы – например в супермаркетах: мальчик-подросток, чьей первой работой было укладывать мешки с продуктами в багажник машины, или опытный кассир, который знает всех своих клиентов по имени и каждую неделю работает в одну и ту же смену. Противопоставляются подобные описания современной картине постоянно меняющихся сотрудников, которые грубят покупателям, ходят в туалет по расписанию, получают штрафы к без того низкой зарплате и постоянно подвергаются обесцениванию [39].

Выводы

В отличие от индустриального труда, процесс которого относительно автономен, работа в сфере интерактивного клиентского сервиса полностью субъективна. Клиенты и менеджеры разделяют распространенные стереотипы относительно репрезентации телесности работника и материальных атрибутов исполнения роли, что поддерживает воспроизводство расовой и гендерной сегрегации. Работа по обслуживанию клиентов традиционно считается «женской» из-за необходимости демонстрации почтительности, терпимости и послушания, ввиду этого переход значительной части промышленного рабочего класса в сервисный сектор породил проблемы в поддержании и воспроизводстве конструкта гегемонной маскулинности, принятого в классовой культуре. Эмоциональный репертуар и субъективные смыслы различны для разных видов сервисного труда и могут варьировать в зависимости от условий конкретного рабочего места. Ключевым аспектом субъективного жизненного опыта сотрудников сферы обслуживания становится сопротивление дегуманизации, инструментализации и деидентификации их личности в рамках рабочего процесса. Это сопротивление чаще всего не выражается в организованной форме, а проявляется в виде отчуждения от процесса и результата труда, а также от собственных эмоций. Поиск смыслов подобного труда связан, как правило, с ценностью постоянного рабочего места, развитием жизненной стойкости и твердости характера, для молодежи – также с процессом взросления и обретения автономности.

Литература

1. Bell D. The Coming of Post-Industrial Society. New York : Basic Books, 1973.
2. Sassen S. Global Cities and Survival Circuits // Global Woman: Nannies, Maids, and Sex Workers in the New Economy / ed. by B. Ehrenreich, A.R. Hochschild. New York : Metropolitan Books, 2002. P. 254–274.
3. Korczynski M. The Mystery Customer: Continuing Absences in the Sociology of Service Work // Sociology. 2009. Vol. 43 (5). P. 952–967. DOI: 10.1177/0038038509340725
4. Bolton S.C., Houlihan M. The (mis)Representation of Customer Service // Work, Employment and Society. 2005. Vol. 19 (4). P. 685–703. DOI: 10.1177/0950017005058054
5. Bishop V., Hoel H. The Customer is Always Right?: Exploring the concept of customer bullying in the British Employment Service // Journal of Consumer Culture. 2008. Vol. 8 (3). P. 341–367. DOI: 10.1177/1469540508095303
6. Brook P. The Alienated Heart: Hochschild's Emotional Labour Thesis and the Anti-capitalist Politics of Alienation // Capital and Class. 2009. Vol. 33 (2). P. 7–31. DOI: 10.1177/030981680909800101
7. Warhurst C., Thompson P., Nickson D. Labour Process Theory: Putting the Materialism Back into the Meaning of Service Work // Service Work: Critical Perspective / ed. by M. Korczynski, C.L. Macdonald. London : Routledge, 2009. P. 91–112.
8. Seymour D., Sandiford P. Learning Emotion Rules in Service Organizations // Work, Employment and Society. 2005. Vol. 19 (3). P. 547–564.
9. Hughes K.D., Tadic V. 'Something to Deal With': Customer Sexual Harassment and Women's Retail Service Work // Gender, Work and Organization. 1998. Vol. 5. P. 207–219. DOI: 10.1111/1468-0432.00058
10. Zweig M. The Working Class Majority: America's Best Kept Secret. Ithaca, NY : Cornell University Press, 2011.
11. Resnick S., Wolff R. The diversity of class analyses: A critique of Erik Olin Wright and beyond // Critical Sociology. 2003. Vol. 29 (7). P. 7–27.
12. Shalev M. Class Divisions among Women // Politics & Society. 2008. Vol. 36 (3). P. 421–444. DOI:10.1177/0032329208320570

13. Roberts S. Boys Will Be Boys... Won't They? Change and Continuities in Contemporary Young Working-class Masculinities // *Sociology*. 2013. Vol. 47 (4). P. 671–686. DOI: 10.1177/0038038512453791
14. Bennett T., Savage M., Silva E., Warde A., Gayo-Cal M., Wright D. Culture, Class, Distinction. London : Routledge, 2009.
15. Hochschild A.R. The managed heart: Commercialization of human feeling. Berkeley : University of California Press, 1983.
16. Moss P., Tilly C. Stories Employers Tell: Race, Skill, and Hiring in America. New York : Russell Sage Foundation, 2001.
17. Lopez S. Emotional Labor and Organized Emotional Care // *Work and Occupations*. 2006. Vol. 33 (2). P. 133–160. DOI: 10.1177/0730888405284567
18. Bolton S.C., Boyd C. Trolley Dolly or Skilled Emotion Manager? Moving on from Hochschild's Managed Heart // *Work, Employment and Society*. 2003. Vol. 17 (2). P. 289–308. DOI: 10.1177/0950017003017002004
19. Leidner R. Emotional Labor in Service Work // *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 1999. Vol. 561 (1). P. 81–95. DOI: 10.1177/000271629956100106
20. Williams C.L. Inside Toyland: Working Shopping, and Social Inequality. Berkeley, CA : University of California Press, 2006.
21. Nakano-Glenn E. From Servitude to Service Work: Historical Continuities in the Racial Division of Paid Reproductive Labor // *Working in the Service Society* / ed. by C.L. MacDonald, C. Sirianni. Philadelphia : Temple University Press, 1996. P. 115–156.
22. England P. Comparable Worth: Theories and Evidence. New York : Aldine de Gruyter, 1992.
23. Crocker J., Clawson D. Buying time: Gendered patterns in union contracts // *Social Problems*. 2012. Vol. 59 (4). P. 459–480. DOI: 10.1525/sp.2012.59.4.459
24. Cobble D.S. Organizing the postindustrial work force: Lessons from the history of waitress unionism // *Industrial and Labor Relations Review*. 1991. Vol. 44 (3). P. 419–436.
25. Moreton B. To Serve God and Wal-Mart: The Making of Christian Free Enterprise. Cambridge, MA : Harvard University Press, 2009.
26. Stahl G., McDonald S., Young G. Possible Selves in Transforming Economy: Upwardly Mobile Working Class Masculinities, Service Work and Negotiated Aspirations in Australia // *Work, Employment and Society*. 2020. Vol. 35 (1). P. 97–115. DOI: 10.1177/0950017020922336
27. Bottero W. Class in the 21st century // *Who Cares about the White Working Class?* / ed. by P. Sveinsson. London : Runnymede Perspectives, 2009. P. 7–15.
28. McDowell L. Redundant Masculinities? Employment Change and White Working Class Youth. Malden, MA : Blackwell, 2003.
29. Nixon D. 'I can't put a smiley face on': Working-class masculinity, emotional labour and service work in the 'new economy' // *Gender, Work and Organization*. 2009. Vol. 16 (3). P. 300–322. DOI: 10.1111/j.1468-0432.2009.00446.x
30. Taylor S., Tyler M. Emotional labour and sexual difference in the airline industry // *Work, Employment and Society*. 2000. Vol. 14. P. 77–95. DOI: 10.1177/09500170022118275
31. Nixon D. 'I just like working with my hands': Employment aspirations and the meaning of work for low-skilled unemployed men in Britain's service economy // *Journal of Education and Work*. 2006. Vol. 19 (2). P. 201–217. DOI: 10.1080/13639080600668051
32. Acker J. Hierarchies, jobs, bodies: A theory of gendered organizations // *Gender and Society*. 1990. Vol. 4 (2). P. 139–158. DOI: 10.1177/089124390004002002
33. Kerfoot D., Korczynski M. Gender and service: New directions for the study of 'frontline' service work // *Gender, Work and Organization*. 2005. Vol. 12 (5). P. 387–399. DOI: 10.1111/j.1468-0432.2005.00280.x
34. Oakes G. The Soul of the Salesman. London : Humanities Press International, 1990.
35. Adams T.L., Welsh S. The Organization and Experience of Work. Toronto : Thomson Nelson, 2008.
36. Newman K.S. No Shame in My Game: The Working Poor in the Inner City. 1st ed. New York : Alfred A. Knopf and Russell Sage Foundation, 1999.
37. Bélanger J., Edwards P. The Nature of Front-Line Service Work: Distinctive Features and Continuity in the Employment Relationship // *Work, Employment and Society*. 2013. Vol. 27. P. 433–450. DOI: 10.1177/0950017013481877
38. Howard J.R. Peer Control in the Industrial Workplace // *Sociological Focus*. 1993. Vol. 26 (3). P. 241–256.

39. Schwartz R.A. "We Must Be out of That": Deflective Labor and Frontline Service Work // *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*. 2016. Vol. 2. P. 1–10. DOI: 10.1177/2378023116680623

Tatiana V. Gavriluk, Industrial University of Tyumen (Tyumen, Russian Federation).

E-mail: tv_gavriluk@mail.ru

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science. 2021. 62. pp. 64–73.

DOI: 10.17223/1998863X/62/6

THE EMOTIONAL AND SEMANTIC NATURE OF WORKING CLASS LABOR IN A SERVICE ECONOMY: AN OVERVIEW OF THE PROBLEMATIC IN FOREIGN SOCIOLOGICAL DISCOURSE

Keywords: working class; emotional labor; service; service labor; labor values

The study is supported by the Russian Science Foundation, Project No. 17-78-20062.

The article aims to review and analyze the studies of service labor specifics in foreign sociology. Attention is focused on the emotional and semantic nature of work of the lower level of interactive service workers. Along with industrial workers, this group constitutes the new working class of post-industrial society. The definition of "emotional labor" by A.R. Hochschild and its further conceptualization in foreign sociology have been explicated. It is argued that a special type of "emotional work" required from ordinary employees transforms the value-semantic content of labor, the result and product of which is the success of service interaction. Special attention is paid to the gender dimension of emotional labor in the service sphere. Service researchers highlight the enormous role of gender in structuring public perceptions, demographics, and even ways of resisting those in the sector. Clients and managers share common stereotypes about employee representation of physicality and material attributes of role performance, which support the reproduction of racial and gender segregation. Interactive service work is characterized by specific attributes that are considered typically feminine in everyday consciousness, for example, submissiveness, helpfulness, and courtesy. These new behavioral standards challenge the model of hegemonic masculinity and become a factor that hinders the self-realization of young people in the new socioeconomic conditions. Based on the findings of empirical studies, it is shown that the subjective meaning of service work is directly related to the emotional repertoire of the roles played. Consequently, the value-semantic content is different for different types of service labor and may depend on a specific workplace. Resistance to dehumanization, instrumentalization and de-identification of their personality within the framework of the work process becomes a key aspect of the subjective life experience of service workers. This resistance is most often not expressed in an organized form, but manifests itself through alienation from the process and result of labor, as well as from their own emotions. The search for the meanings of such work is associated, as a rule, with the value of a permanent job, the development of vitality and firmness of character, for young people also with the process of growing up and gaining autonomy.

References

1. Bell, D. (1973) *The Coming of Post-Industrial Society*. New York: Basic Books.
2. Sassen, S. (2002) Global Cities and Survival Circuits. In: Ehrenreich, B. & Hochschild, A.R. (eds) *Global Woman: Nannies, Maids, and Sex Workers in the New Economy*. New York: Metropolitan Books. pp. 254–274.
3. Korczynski, M. (2009) The Mystery Customer: Continuing Absences in the Sociology of Service Work. *Sociology*. 43(5). pp. 952–967. DOI: 10.1177/0038038509340725
4. Bolton, S.C. & Houlihan, M. (2005) The (mis)Representation of Customer Service. *Work, Employment and Society*. 19(4). pp. 685–703. DOI: 10.1177/0950017005058054
5. Bishop, V. & Hoel, H. (2008) The Customer is Always Right?: Exploring the concept of customer bullying in the British Employment Service. *Journal of Consumer Culture*. 8(3). pp. 341–367. DOI: 10.1177/1469540508095303
6. Brook, P. (2009) The Alienated Heart: Hochschild's Emotional Labour Thesis and the Anti-capitalist Politics of Alienation. *Capital and Class*. 33(2). pp. 7–31. DOI: 10.1177/030981680909800101
7. Warhurst, C., Thompson, P. & Nickson, D. (2009) Labour Process Theory: Putting the Materialism Back into the Meaning of Service Work. In: Korczynski, M. & Macdonald, C.L. (eds) *Service Work: Critical Perspective*. London: Routledge. pp. 91–112.

8. Seymour, D. & Sandiford, P. (2005) Learning Emotion Rules in Service Organizations. *Work, Employment and Society*. 19(3). pp. 547–564.
9. Hughes, K.D. & Tadic, V. (1998) 'Something to Deal With': Customer Sexual Harassment and Women's Retail Service Work. *Gender, Work and Organization*. 5. pp. 207–19. DOI: 10.1111/1468-0432.00058
10. Zweig, M. (2011) *The Working Class Majority: America's Best Kept Secret*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
11. Resnick, S. & Wolff, R. (2003) The diversity of class analyses: A critique of Erik Olin Wright and beyond. *Critical Sociology*. 29(7). pp. 7–27.
12. Shalev, M. (2008) Class Divisions among Women. *Politics & Society*. 36(3). pp. 421–444. DOI: 10.1177/0032329208320570
13. Roberts, S. (2013) Boys Will Be Boys ... Won't They? Change and Continuities in Contemporary Young Working-class Masculinities. *Sociology*. 47(4). pp. 671–686. DOI: 10.1177/0038038512453791
14. Bennett, T., Savage, M., Silva, E., Warde, A., Gayo-Cal, M. & Wright, D. (2009) *Culture, Class, Distinction*. London: Routledge.
15. Hochschild, A.R. (1983) *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press.
16. Moss, P. & Tilly, C. (2001) *Stories Employers Tell: Race, Skill, and Hiring in America*. New York: Russell Sage Foundation.
17. Lopez, S. (2006) Emotional Labor and Organized Emotional Care. *Work and Occupations*. 33(2). pp. 133–160. DOI: 10.1177/0730888405284567
18. Bolton, S.C. & Boyd, C. (2003) Trolley Dolly or Skilled Emotion Manager? Moving on from Hochschild's Managed Heart. *Work, Employment and Society*. 17(2). pp. 289–308. DOI: 10.1177/0950017003017002004
19. Leidner, R. (1999) Emotional Labor in Service Work. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 561(1). pp. 81–95. DOI: 10.1177/000271629956100106
20. Williams, C.L. (2006) *Inside Toyland: Working Shopping, and Social Inequality*. Berkeley, CA: University of California Press.
21. Nakano-Glenn, E. (1996) From Servitude to Service Work: Historical Continuities in the Racial Division of Paid Reproductive Labor. In: MacDonald, C.L. & Sirianni, C. (eds) *Working in the Service Society*. Philadelphia: Temple University Press. pp. 115–156.
22. England, P. (1992) *Comparable Worth: Theories and Evidence*. New York: Aldine de Gruyter.
23. Crocker, J. & Clawson, D. (2012) Buying time: Gendered patterns in union contracts. *Social Problems*. 59(4). pp. 459–480. DOI: 10.1525/sp.2012.59.4.459
24. Cobble, D.S. (1991) Organizing the postindustrial work force: Lessons from the history of waitress unionism. *Industrial and Labor Relations Review*. 44(3). pp. 419–436.
25. Moreton, B. (2009) *To Serve God and Wal-Mart: The Making of Christian Free Enterprise*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
26. Stahl, G., McDonald, S. & Young, G. (2020) Possible Selves in Transforming Economy: Upwardly Mobile Working Class Masculinities, Service Work and Negotiated Aspirations in Australia. *Work, Employment and Society*. 35(1). pp. 97–115. DOI: 10.1177/0950017020922336
27. Bottero, W. (2009) Class in the 21st century. In: Sveinsson, P. (ed.) *Who Cares about the White Working Class?* London: Runnymede Perspectives. pp. 7–15.
28. McDowell, L. (2003) *Redundant Masculinities? Employment Change and White Working Class Youth*. Malden, MA: Blackwell.
29. Nixon, D. (2009) 'I can't put a smiley face on': Working-class masculinity, emotional labour and service work in the 'new economy'. *Gender, Work and Organization*. 16(3). pp. 300–322. DOI: 10.1111/j.1468-0432.2009.00446.x
30. Taylor, S. & Tyler, M. (2000) Emotional labour and sexual difference in the airline industry. *Work, Employment and Society*. 14. pp. 77–95. DOI: 10.1177/09500170022118275
31. Nixon, D. (2006) 'I just like working with my hands': Employment aspirations and the meaning of work for low-skilled unemployed men in Britain's service economy. *Journal of Education and Work*. 19(2). pp. 201–217. DOI: 10.1080/13639080600668051
32. Acker, J. (1990) Hierarchies, jobs, bodies: A theory of gendered organizations. *Gender and Society*. 4(2). pp. 139–158. DOI: 10.1177/089124390004002002
33. Kerfoot, D. & Korczynski, M. (2005) Gender and service: New directions for the study of 'frontline' service work. *Gender, Work and Organization*. 12(5). pp. 387–399. DOI: 10.1111/j.1468-0432.2005.00280.x

-
34. Oakes, G. (1990) *The Soul of the Salesman*. London: Humanities Press International.
35. Adams, T.L. & Welsh, S. (2008) *The Organization and Experience of Work*. Toronto, Canada: Thomson Nelson.
36. Newman, K.S. (1999) *No Shame in My Game: The Working Poor in the Inner City*. 1st ed. New York: Alfred A. Knopf and Russell Sage Foundation.
37. Bélanger, J. & Edwards, P. (2013) The Nature of Front-Line Service Work: Distinctive Features and Continuity in the Employment Relationship. *Work, Employment and Society*. 27. pp. 433–450. DOI: 10.1177/0950017013481877
38. Howard, J.R. (1993) Peer Control in the Industrial Workplace. *Sociological Focus*. 26(3). pp. 241–256.
39. Schwartz, R.A. (2016) “We Must Be out of That”: Deflective Labor and Frontline Service Work. *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*. 2. pp. 1–10. DOI: 10.1177/2378023116680623