

资本之矛与劳工之盾*

——我国家政工情感劳动的本土化模式研究

梁 萌 李坤希 冯 雪

提要:发端于西方社会文化制度背景下的情感劳动理论致力于对资本规训下服务业劳动者的情感整饰和情感异化进行批评。本文将中国乡村熟人社会关系的建构引入分析框架中,通过对家政工成长过程中的情感模式习得以及劳动过程中自然情感模式的形成、维系、再生产等机制的分析,呈现区别于商业情感劳动模式的本土自然情感劳动模式。在此模式中,消费者(客户)和劳动者成为平等互惠的互动主体,情感劳动由资本获利之矛转化为劳动者抵御工作挑战之盾。基于此,本文从理论上提出了对商业情感劳动模式中消费者—劳动者二元对立假设的反思。

关键词:家政工 情感劳动 本土化 自然情感 劳动过程

一、问题的提出:家政工和家政服务业的一般性与特殊性

根据《国务院办公厅关于发展家庭服务业的指导意见》,家政服务业是“以家庭为服务对象,向家庭提供各类劳务,满足家庭生活需求的服务行业”。^①其从业者一般被称为家政服务员,学术讨论中称为“家政工”(domestic worker)(马丹,2011)。作为服务产业大类的下属行业,家政服务具有服务业的一般性特点(何明洁,2009)。其生产过程需要家政工与消费者(也称客户)面对面地接触;其产品并不以物质形式体现,而是多为协助人的再生产过程顺利达成的服务形

* 本文受北京市社会科学基金青年项目“北京市互联网+服务业和谐劳动关系建构及社工实务干预模式研究”(19SRC016)资助。北京鸿雁社工服务中心与本项目团队共同参与了情感劳动项目小组的活动、访谈和对后续资料的整理。本文的撰写和修改也获得了众师友的支持,一并致谢。文责自负。

① 参见《国务院办公厅关于发展家庭服务业的指导意见》(2010年8月24日),国办发[2010]43号(mohrss.gov.cn/nmggzs/NMGGSZshengcewenjian/201008/t20100824_83077.html)。

式,其中包括体力和情感双方面的付出,也即体力劳动和情感劳动(Hochschild, 2003;马冬玲,2010)。

家政业也有着区别于美发、餐饮等其他服务业的特质,即在家庭私领域从事公领域的工作。如果它被单纯地建构为一种工具性关系,那么就难以在作为私领域、看重自然情感的家庭中生存;而如果它被建构为一种情感性关系,向亲密关系付酬的行为又与这种关系的纯洁性和高尚性相悖。因此,家政工一直以来都处于“虚拟家人”“类家人”的尴尬地位(马丹,2011),这也是家政工的情感劳动面临的核心挑战。

同时,随着市场经济下城市家庭功能的商品化和双职工家庭的持续增多,社会对家政工的需求持续增加,使得近年来家政业从业人数不断上涨,在2018年即已超过3000万。^①伴随着政府政策的倾斜和资本的介入,家政行业逐步进入现代化商业运营的发展模式中,2019年行业经营规模达到6900亿元,^②也因此具备了现代化、职业化和商业化的特征。但家政业既有的行业运行策略和家政工群体自身较低的教育背景与弱势的社会经济地位令家政工难以在此过程中获得相对有利的职业发展机会,从而在整体上处于被动位置(马丹,2011;苏熠慧、倪安妮,2016;萨支红等,2020)。这在体力劳动层面上主要指家政工的雇佣形式以非正式就业为主,无法形成法律意义上的正式雇佣关系,因而也缺乏相应的权益保护和职业福利保障,其工作的不稳定性特征突出(王竹青、吴道霞,2009;佟新,2017;吴心越,2019);在情感劳动层面上则主要指作为中介的商业企业为提高客户对服务的满意度,在培训和劳动过程中对家政工的情感进行规训和控制,从而造成家政工的情感异化(Hochschild,2003)。情感劳动也因此被视为服务业资本管理、控制劳动者的重要途径之一。

即便是近年来介入传统家政产业中的互联网技术,也仅仅是提升了家政工的经济收益,而仍然保留了非正式雇佣关系,并在体力和情感控制方面更加严密和显性化(梁萌,2017)。但从理论角度来看,这种控制策略显然是基于对客户和劳动者的单一情感模式的预设而建立起来的,二者在情感模式中的主体性和多元性都被遮蔽了(李晓菁、刘爱玉,2017)。因此,既有商业模式中以“消费者至上”为倾向的情感劳动规训是否是家政工劳动过程中情感劳动策略的唯一选

① 参见《商务部服贸司负责人解读〈家政兴农行动计划(2021-2025年)〉》(2021年10月9日)(<http://www.mofcom.gov.cn/article/zcjd/jdgnmy/202110/20211003205892.shtml>)。

② 参见李华林,2020,《线下消费复苏步伐加快》,《经济日报》11月19日(<https://proapi.jingjiribao.cn/detail.html?id=310518>)。

择?源自西方的“消费者需求”建构与我国本土实践之间有何异同?这些问题仍有待讨论。

在一个以服务家政工为宗旨的社会工作机构的活动中,我们发现了一类家政工,其劳动过程中的情感模式与既有研究中的情感模式具有较大差异。虽然她们入行之初也是经由家政企业培训和介绍才得以上户,但其整体职业发展较少依附于家政中介公司,而是与客户建立起了良好的互动关系,从而在工作和生活两个方面都获得了较大的独立性和自主性,工作环境也更为顺畅、友善。可见,在这群家政工那里,情感劳动成为其构建良好劳动环境的资源,而非资本控制和剥削她们的手段。

从既有的家政工情感劳动研究来看,工作的稳定和良好的回馈主要来自企业的技能培训和情感规训,但本文中的家政工并没有长久地处于家政公司的荫蔽之下,而且强调自己并非表演,而是本色使然。那么,是什么使她们免于情感异化,依靠自然情感也能获得职业上的成功?或者从理论上说,情感劳动是否具备从资本控制和剥削的工具转变为劳动者自身资源的可能,即情感劳动到底是资本之矛还是劳工之盾?笔者认为,对这些问题的回答将有利于家政行业整体就业质量的提升,也将有利于我们对情感劳动的多元性和本土化问题的进一步澄清。

二、情感劳动的相关理论与实证研究

(一)情感劳动的概念与机制

社会学经典理论已经关注到与人类情感相关的议题,但更多是被包含在有关社会构成、协调与冲突等议题的宏大理论中(王宁,2000)。工作中的情感作为一个相对独立的领域被学界重视是从美国学者霍赫希尔德(Arlie Russell Hochschild)于1983年出版的经典著作《被管理的心:人类情感的商品化》(*The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*)开始的(Hochschild,2003)。彼时,美国的消费社会已现雏形。在此过程中,为了迎合消费者的需求,企业组织效法工厂在劳动过程中的管理、控制策略,一方面从传统的体力和脑力方面形塑劳动,另一方面进一步将劳动者的情感也纳入管理、控制中,以面对传统的资本—劳动者二元关系由于消费者角色在劳动过程中的介入而转换为资本—劳动者—客户三元关系所形成的挑战。这些举动引发了学者们对资本剥削策略强化

和劳动者情感异化的关注和讨论。

在此情景下,霍赫希尔德提出了情感劳动(emotional labor)的概念。体力、脑力和情感构成了服务业劳动中的三个基础要素。情感劳动是指劳动者依从企业组织的工作原则而进行内在的情绪管理和外在表情、眼神与体态的调整,以使消费者产生良好的服务感受,从而达成企业所追求的完美的服务效果。情感由于具备在服务业中为资本创造剩余价值的潜力而被其捕获,由此从劳动者私人的生活世界被推到了公共领域当中,从由劳动者所有变为被企业规训。因此,劳动者的异化程度进一步加深了(Hochschild,2003)。

情感劳动产生的关键就在于企业针对劳动过程所设定的情感规则(feeling rules)。人类从出生开始就在社会化过程中通过文化内含的情感规则进行情感表达和交流,因此,这一部分情感被认为联结着个体感受和集体规则,兼顾了个体和集体两个层面的需求,而个体在其中具备一定的主体性和能动性。有学者将情感整饰(feeling management)之外的表达定义为自然情感(automatic emotion)(Zapf,2002)。然而,企业枉顾劳动者已经具备的情感主体性和能动性,设置了一套违背常理的、以构建客户单方面良好感受为出发点的情感感受和表达规则。在这些具体的情感规则下,劳动者不得不进行情感整饰,以应对对自然情感和异化情感两套规则所带来的内在矛盾与冲突。

情感整饰虽然可以让劳动者应对在服务过程中与客户互动时情感维度的挑战,却难以从根本上调和两种情感规则在劳动者身上产生的内在冲突,从而造成了劳动者与自我的疏离,也即劳动者在情感维度上的异化(Hochschild,2003;佟新,2013)。两类截然不同的情感类型和情感关系由此形成。一类是社会生活中的自然情感,另一类是劳动过程中异化的商业情感。前者主要作用于私领域,后者则主要在工作场所等公领域中发挥作用(郭景萍,2013)。

(二)服务业情感劳动的实证研究

具体到情感劳动实证研究,既有研究主要基于以上概念和理论讨论,形成了三个方面的脉络。

1. 劳动中的权力关系视角

该研究路径主要从劳动过程中的权力关系出发,认为服务业者的被动地位来自两个方面。一是资本的管控,即资本将高收入家庭的“照顾工作”建构为可替代和可交换的服务商品,制定相关劳动规则和情感规则并将其标准化。处在劳动力市场底层的女性劳动者为了获得生存所需的经济报酬而被卷入到此类交

换中。在此过程中,她们的私人生活和情感也被管理和建构成为交换的一部分(蓝佩嘉,2011;刘育婷、肖索未,2020)。二是家政工的女性身份。服务业以女性为从业主体并在此基础上进行情感劳动建构并非偶然,而是建基于男女两性地位差异和经济资源不平等之上。由于缺乏其他支持和资源,女性只能从事高情感劳动需求的职业,忍受体力和情感的双重剥削。同时,女性主义学者也指出,情感劳动的建构过程也进一步再生产了分工中的性别不平等和性别等级制。情感劳动被建构为非技术性、辅助性和非理性的,因而被赋予较低的劳动价值,从而使家政劳动及其从业者的社会地位和经济价值长期处于市场底端(郭慧敏,2009;肖索未、简逸伦,2020)。由此,资本和性别等级制的双重压迫最终形成了家政工在劳动力市场和劳动过程中的长期弱势地位。

劳动过程理论既关注管理控制也关注劳动者的反抗(布若威,2005)。即便存在着资本和性别的双重压迫,家政工也同样发展出多重类型的反抗(闻翔、周潇,2007)。总体来说,学者们提出了消极反抗和积极反抗两种类型,消极反抗包括假笑、“用脚投票”或转换身份(Hochschild,2003;马冬玲,2010;苏熠慧,2011);^①积极反抗则是指劳动者可以调动一些情境性策略以进行自我保护,亦有机会对客户进行分类处理、隐性控制以维护自身利益,甚至联合客户对抗企业的不合理规定(Loe,1996;Wharton,2009;梁萌,2017)。

上述两种反抗的根本区别在于,消极反抗在形式上不会威胁到企业的存在和规训的合理性,而积极反抗则挑战了资本和性别的双重压迫,打破了处于劳动力市场底层的女性劳动者无权、被动的刻板印象(何明洁,2009),使劳动者的劳动权益部分地得到保障,且更具备促进学术反思和实践的突出潜力。

2. 专业化视角

该研究路径主要以管理学和职业化研究议题为主,跳过了工作中的情感劳动的应然问题,直接讨论情感劳动的实然问题(郭景萍,2007;王斌,2014),因此主要聚焦于对情感劳动的概念、结构和模型的探索,而非对情感劳动的反思。该路径下的学者提出,情感劳动主要涉及行为和心理两方面,其影响变量可分为三个维度,即个体因素、情境因素和组织因素。个体因素主要指劳动者表达情感的偏好和倾向性,情境因素主要指工作中的具体事件、场景和环境,组织因素包括组织的制度和文化的等(Ashforth & Humphrey,1993;Grandey,2000)。

其中,针对组织因素的研究发现,如果组织的制度和文化的体现出对劳动者的

^① 例如从情感劳动需求高的住家保姆转换为需求低的小时工。

支持性特征,那么劳动者更容易呈现深层次的情感劳动,也较少出现情感耗竭的后果(Brook,2009)。这一研究的启发性在于,即便企业制定了情感规则,但如果组织同时也给予一定支持,劳动者仍然有空间表达自己的自然情感。由此,情感劳动中自然情感和异化情感的区分问题被明确地呈现出来。同时,这一研究发现也提醒我们,既然组织的制度和类型对劳动者的情感表达方式有明显影响,那么微观的家庭、宏观的国家等不同维度上的制度和类型同样应该具备相关作用。基于这一线索,宏观制度和类型也即国别间的差异对情感劳动之影响的重要性得以显现。进一步而言,由于中西方传统上不同的情感表达方式和差异化的制度与社会文化环境,中国的情感劳动又将具备怎样的特点?

3. 本土化视角

实际上,不仅专业化视角从宏观组织维度提出了对情感劳动国别特征差异的追问,发端于西方的情感劳动研究在不同国家的具体实证研究情境中也发现了文化背景和社会传统所带来的显著差异。在全球化的影响下,资本的商业化力量和传统的性别等级化仍然存在的构成情感劳动中压迫性的根源。但同时,由于宏观社会文化和制度对情感的表达、认知方面的重要影响,不同国家和文化下的情感劳动呈现较大的差异。有学者在比较美国和日本企业的情感劳动时发现,社会化的本土模式(local pattern of socialization)上的差异导致两国劳动者对工作中情感整饰需求的不同反应(Raz,2002)。在美国个人主义的文化背景下,企业制定的情感规则被视为一种外在、强加的控制要求,与劳动者的内在自我存在差异和冲突,因此容易产生情感耗竭的问题,也容易遭到抵制;而日本的文化传统已经将组织中的自我控制内化,使其被看作个人素质的一部分,因此外在控制和自我控制相对融合,也就很难产生冲突和情感异化的感受。这一研究揭示了霍赫希尔德的研究对文化背景的地方性的忽视,提示研究者在关注本土问题时应着重讨论本土文化的影响这一线索(Sumi,2004)。

具体到我国的情感劳动模式,有研究者提出,由于市场化开始较晚,我国消费者对服务中的情感互动的需求存在较大的内部差异(梅笑,2020);同时,传统人际关系互动模式也成为劳动者在工作情境中自我保护的资源,其中的姐妹情谊更是成为劳动者合力面对冲突的基础(李晓菁、刘爱玉,2017)。因此,既有研究已经开始注意到情感劳动的本土化意涵,并结合实证研究突出了其中的部分要点。

综合以上研究,我们可以看到,权力关系研究视角在价值关怀上以服务业劳动者的立场为出发点,提出资本对情感劳动的规制使劳动者情感异化的观点,意

在引发对劳动者弱势地位和严苛工作环境的重视。该视角因此主要聚焦于中观维度上企业组织对情感劳动的商业化形塑,但忽略个体因素和情境因素,特别是缺乏对宏观维度上的社会文化和制度对情感劳动内在机制的影响与作用的分析。专业化视角更专注于在将情感劳动视为合理存在的前提下对其概念、结构和影响机制的研究,提出了个体、情境和组织等多个层面的影响因素。该视角一方面忽视了劳动者在情感劳动中的主体感受,另一方面却也启发人们关注情感劳动的具体作用机制,有利于弥补权力关系视角所缺乏的多维度分析层次。本土化视角已经意识到情感劳动在不同国家特定的制度与社会文化环境下的特征差异,并针对我国的文化情境展开了研究,提出了具有启发性的问题与分析思路,但仍然缺乏过程性和框架性分析,尚未从整体上呈现中国情感劳动的特质。

除此之外,既有研究虽然已经开始将客户带入分析中,但总体上对服务业特有的资本、劳动、客户三方互动模式的认识和使用是有限的。这些研究主要展现“索取的客户”和“异化的劳动者”这些单一形象,以及劳动过程中压迫与反抗的单纯互动模式,却忽视了劳动者、客户的多元特征以及二者建基于此的多元互动的可能性。

具体到家政工的情感劳动研究方面,既有研究路径主要集中于权力关系视角,关注劳动过程中的控制与反抗问题,在研究对象上更多地选取中介企业为切入点,将其作为呈现商业化、标准化资本管控下劳动者情感劳动的异化与反抗特征的田野范畴(苏熠慧,2011;马丹,2011;何明洁,2009),缺乏对多层影响机制的关注,仅仅讨论和呈现了家政工和客户在资本规制下的单一形象以及商业情感劳动的单一互动模式。本文通过引入一群自主性较强、跳脱于商业化组织之外的家政工的生命故事和工作经验,希望对过往研究的缺憾有所弥补,以推动对家政工情感劳动本土化模式的认知。

三、研究方法与研究框架

(一)研究方法

本研究采用质性研究方法,文中的田野材料主要通过参与式观察和访谈获得。笔者首先对13名参加由笔者与某社会工作机构合作组织的家政工情感劳动小组活动的家政工进行了深度访谈,从中识别出5名自然情感模式家政工。为了探索小组外的情况,笔者又接触了其他11名家政工,从中识别出2名自然

情感模式家政工,并对其进行了有针对性的深度访谈。这7名被识别出的自然情感模式家政工主要是住家保姆和育儿嫂。本文的参与式观察材料来自上述小组活动,因此本文案例所涉及的家政工大多既参与了访谈,也多次参加了小组活动。笔者也由此得以在很长一段时间内多次而深入地对她们进行观察,与她们进行沟通。这些材料虽然未能全部以文字形式留存下来,但也是促成本研究观点和发现的重要背景资料。鉴于客户视角对本研究的重要性,笔者又在2020-2021年对8位居住在北京或上海、家中长期雇用过或仍在雇用住家保姆和育儿嫂的家政客户进行了访谈。

综合来看,自然情感模式的家政工在年龄、教育程度、工种等背景方面与其他家政工具有高度一致性,并且也都是经家政企业的培训和职业介绍而入职,但在后续的职业发展中与客户形成了真诚且可持续的情感互动关系,从而摆脱了资本的规训和桎梏,拥有了更加友好和顺畅的工作环境与发展路径。^①

(二) 研究框架

本文以情感劳动的本土化为主要分析线索,一方面基于情感劳动的既有概念和理论,结合专业化中的个体、情境和组织的多层影响机制,将消费者(客户)对情感劳动的回应带入分析中;另一方面注重对本土文化及其影响下情感互动模式的特征进行分析。因此,在本文的分析框架中,需要重点澄清的是我国本土文化和制度及其内在情感机制问题。

中国文化具有显著区别于西方文化的特征,这是学界早已建立的共识。梁漱溟在其著作《中国文化要义》中提出,相较于西方的个人主义取向,中国社会绝非集体主义取向,而是关系取向的(梁漱溟,1987)。这种关系的结构是以血缘、地缘和业缘为纽带带来建构关系亲疏远近的差序格局(费孝通,1998),而沿着关系进行的互动、生产与再生产又反过来维系了传统社区网络。从总体来看,这一套生活世界的规则是以家庭为中心的。家本位文化形成了个人与家庭、小我与大我间的责任—义务关系,形成了情境化的社会支持关系,也形成了差序格局式的社会团结。这是一种家庭(家族)对其成员表示关爱、个人对家庭(家族)尽力贡献的关系结构(张岱年,1994)。而在家庭之外,要建立这种互惠的情理关系,则一般会将关系拟亲化,从而增强相互间的责任和信任(王思斌,2001)。

在关系建构的过程中,在送礼/回礼等物质交换的背后,是人情流动和建构

^① 文中涉及的家政劳动者和客户的相关信息均已根据学术规范进行匿名化处理。

的本质。这种交换兼具情感性与工具性,既是理性的社会交换也是感性的情感沟通(翟学伟,2009;阎云翔,2017),并且呈现了一种动态的机制。滞后的偿还机制和期待使交换双方不断被卷入到关系的建构、维系和确认中来,从而呈现关系的延续和发展面向(王雨磊、王宁,2012)。

同时,虽然中国社会已经经历了现代化变革,传统社会结构与传统文化逐渐被现代性所影响,但传统的关系取向和家本位等特征仍然留存在城乡的社会实践中。总体来看,我国乡村社会日常生活中,当需要在家庭之外建立起互惠的情理关系时,人们仍然沿用着将熟人关系转化为拟亲属化关系的传统方式(王思斌,2001)。

我国城市社区则由于城市化进程、大规模的人口流动而正在逐渐失去传统的“熟人社会”特征,其“陌生人社会”的特征较乡村更为突出(张文宏、阮丹青,1999;李友梅,2002;蔡禾、贺霞旭,2014)。正是基于此种情势,商业机构得以沿用情感规训策略在城市开展业务,组织服务业的劳动。

然而,相较于一般服务业,家政工作仍具有特殊性。家政工大多成长于具有“熟人社会”特征的乡村,“熟人社会”的关系及其再生产规则深刻嵌入于其社会化过程中。当家政工进入具有现代陌生人社会特征的城市时,一方面,新的环境可能会带来较多适应性挑战;另一方面,源于“熟人社会”的情感模式也在某种意义上构成其发展的支持性资源。特别是,“陌生人社会”的交往模式产生的影响主要在家庭之外,而家政工的劳动实际上发生在家庭私领域。家政工得以进入客户的家庭内部,在关系建构方面就具有了天然的空间优势,更容易生产其熟悉的熟人关系,生发自然情感。客户和家政工双方长期以来拟亲属关系的建构尝试正是这一优势的印证,即家政工的劳动特别是情感劳动具备延续其原生社区行为方式的条件。因此,本文接下来的分析部分将使用上述情感关系建构的逻辑,对我国家政工情感劳动的特质进行进一步的分析和梳理。

四、自然情感:我国家政工的本土化情感劳动模式

家政劳动的特殊性在于,虽然在企业管控之下情感劳动的异化难以避免,但家政劳动过程中的情感劳动也同样不可或缺。也就是说,无法通过剔除家政劳动中的情感劳动要素来应对异化问题。因此,情感劳动研究长期停留在学术批判状态上,难以对实践的调整、完善有所促进。这也正是我们与社会工作机构合作开展家政工情感劳动小组活动时所面对的理论困惑。带着这样的问题,我们

在小组活动中开始搜集家政工们在工作中所面对的情感劳动困境和经验,希望从中提炼出可供行业内劳动者分享的一般经验。

然而,我们在活动中发现,困境和经验在家政工群体中并不是均衡分布的。也就是说,在活动中有一部分人总是能够针对别人的困境分享自己的解决经验,而她们自身并没有特别明显的情感劳动困境,而是处于一个较为适宜的工作氛围当中。在此后的调研中,我们接触到更多家政工群体并也在其中发现了具有此类经验的家政劳动者。我们因此逐渐认识到,这部分人的分享并非仅基于个体“经验”,而应是一种“类型”的体现,因为她们看待问题、处理问题的角度与商业路径截然不同,也因此与客户家庭建立了超越工具化雇佣关系的人际关系。

既往的商业情感模式研究聚焦于资本—客户—劳动者的三元分析框架。在具体的情感互动机制中,资本被视为其中核心的、主导的主体。一方面,基于企业获取效益的目的和对消费者需求的片面理解,资本建构出了消费者在劳动场域中的“霸权”和对情感劳动单方面“索取”的刻板形象;另一方面,资本规训劳动者遵循企业“消费者至上”的商业情感规则,以此来最终达成效益目标。在这一机制中,资本是起形塑作用的主体,客户和劳动者都是被其建构或规训的客体,具有明显的被动性。在具体互动中,也主要是劳动者单方面付出,其中的情感则主要是以达成服务、实现效益目标的工具性为主。相对于作为核心目标的工作而言,情感是依附性的,并将伴随服务互动的结束而结束,这是商业情感在时间维度上的暂时性特质。而借由自然情感模式的个案,本文聚焦于原本处于被动地位的客户和劳动者,考察二者之间自然情感模式的形成、维系和再生产等过程以及资本的潜在影响,从而梳理出自然情感模式的特质及主体的多元互动机制。

(一) 成长过程:自然情感模式的习得

从成长背景上看,这类家政工与一般家政工在宏观背景上是一致的,都是来自经济较为落后的农村,其最为普遍的受教育程度为初中,也有部分为职业高中或高中。

我妈就是这样的,她对我们特别好,每天早上都是我们睡大觉,她煮好饭就叫我们起床吃。我爸从来不打我们,对我特别好。开会吃肉,他自己不吃,都给我打包拿回来。(家政工 JC 访谈记录,2018年)

我们家不重男轻女,我小学上完,成绩还挺好的,就是打扑克,学习成绩不好了。12岁就开始不读书了,我们家兄弟姐妹多,我又是老小,活儿倒是

没让我干,都在家闲着。(家政工 EH 访谈记录,2017 年)

从上述两位家政工的成长背景来看,她们并没有被传统的重男轻女思想影响。即便家庭并不富裕,她们也都是在父母的宠爱和宽容、放松的环境中长大,与家人和亲朋的感情与关系都比较积极。她们一方面从自己的家庭生活里习得了如何建立和维持稳定的情感关系,另一方面也在农村社区生活的社会化过程中获得了传统熟人社会的人际交往模式。也就是说,本土文化及其结构在这部分家政工的早年生活中留下了较为深刻的、积极的印记。这是家政劳动过程中形成的自然情感模式在宏观维度上的本土文化基础。

(二)上户之初:自然情感模式的形成

从背景来看,这部分家政工并不特殊。但为何家政工群体并没有形成明显的、总体性的自然情感模式?既有实证研究给出了部分答案,认为主要原因存在于劳动过程当中,特别是劳动者进入工作场所的最初阶段。例如,有学者认为,劳动者在最初上户过程中与客户的初期互动体验是确定其原有模式能否延续的关键(苏熠慧、倪安妮,2016)。

特别是对于需要在客户家住宿的住家家政工(包括保姆、育儿嫂、月嫂等)来说,只身进入一个陌生的家庭工作和生活,使她们一方面感受到陌生环境的压力,另一方面也期待着能够与客户建立好关系,工作一切顺利。因此入户伊始,家政工一般都会既兢兢业业又战战兢兢。能与客户之间建立自然情感模式,从家政工的角度来看是偶然和幸运的。因此,一位家政大姐在谈及与客户的良好关系时会提到这是“缘分”,也即认为自然情感模式的建立带有偶然和幸运的成分。

而从客户的角度来说,这却是深思熟虑后的选择。从对客户的访谈来看,家政工在入户的最初阶段需要达到客户心目中的基本要求,客户才会决定与之建立长期信任的自然情感关系。这些要求包括:

我看到了她写的字很好,简历里写的高中毕业,还在她们村里做过小学一二年级代课老师。其实她真正请到家里的时候,做饭不是很好,工作能力和干事情的效率一般。但情绪比较稳定,性格比较温和,这一点很重要。所以我就觉得她可以用。我大约和她相处了两三年后,我们在情感上从一个阿姨的关系把它转换成一个类似于朋友的状态上。现在十年,我觉得是亲人了。(客户 C 女士访谈记录,2021 年)

我家短期的换了好几个,有的就是眼高手低,耍滑的比较多,那种感觉就不踏实。轮到这个大姐,我觉得她还比较珍惜这个工作,她家里也需要钱,所以她很用心。就是人品可靠,然后对孩子好,其他的没有太多的要求了,家务她干不了的我干也行。(客户 Y 女士访谈记录,2021 年)

综合以上内容,我们可以看到,客户的基本要求主要集中在两个方面。一个方面是与人品、情绪相关的主观素养,另一个方面是客观的基本工作能力。客户经过一段时间的观察和评估,认为所雇用的家政工能够达到这两点要求后,就会选择与其开始建立朋友、家人间的那种互动关系。这也提示我们,此类自然情感的形成有其非常重要的工具性的基础,即劳动者需要在主观素养和客观能力两个方面都能胜任,才能促发自然情感模式。这是家政工工作中的自然情感与个体家庭内部的自然情感之间的一个显著差异。

显然,在这一模式的形成过程中,客户拥有的主导权更多一些,其主要的建构路径除了下文提到的物质支持外,还包括二者间平等地位的形塑。

我们出去玩都单订房间给她。平时吃住都和我们一起。我弟弟和妹妹对她都挺好,没有把她当成保姆,把她当成自己家的老人,特别尊重她,我弟弟来了就把能干的活儿都干了。(客户 Y 女士访谈记录,2021 年)

她能待下去的原因,首先我告诉她,大家都是靠自己双手在吃饭,她的工作是工作的一种,我们夫妻的工作也是工作的一种,大家都是靠自己生活,没有高低之分;也告诉她家里来客人也不用有任何其他的想法,都是一样的。她有单独卧室,所用的生活用品都和我是一样的,比如说被罩品牌一样,只是花色不同。然后,我也告诉她不要吃剩饭,不用为了节约不使用热水什么之类的,正常工作就好。所以她肯定是一开始就是被平等对待的。(客户 C 女士访谈记录,2021 年)

在家政行业甚至整个服务业中,无论是中介公司强调的“消费者至上”的服务理念,还是客户与劳动者之间较大的社会地位和物质生活差异,最终都表现为二者之间不平等的互动关系,这也是自然情感模式形成的阻碍。上文中的客户显然意识到了这一点并有意将其破除,这是对劳动者自然情感互动的重要回应。因此,自然情感模式的形成并非偶然,而是需要前提条件。从劳动者角度来

看,这是她们在原生家庭和社区习得的自然情感的延续。由于家政劳动的场所仍在客户家中,因此出于本能和惯习,劳动者几乎是无条件地、主动地启动自然情感模式。而从客户的角度来看,这需要主观和客观上的前提条件。客观条件是劳动者具备基本的劳动技能和品格,主观条件是客户自身具备形塑平等关系的意识。也即,客户对劳动者自然情感模式的回应是有条件和有意识的。而从二者自然情感模式的形成来看,客户家庭作为家政工作的主要场所和熟人社会的关系模式都是微观劳动场域得以产生自然情感的重要宏观基础。当具备以上特质的客户和劳动者在家庭中相遇,自然情感模式的形成也就水到渠成。

(三)情感互动:自然情感模式的维系

家政工在劳动过程中与客户共同生活后,与客户之间形成的情感关系有姐妹、亲子、朋友之情,等等。

EH 在结束了广东的工厂打工生涯后来到北京做家政工,在这个过程中与客户宏女士一家结下了深厚的友谊。

过了有三四个月,我们感情就非常好。后来我老公来了,她夫妇俩就觉得我老公也是一个特别诚实的人,就跟我讲,“老了以后我们四个住在一起,吃我俩的养老保险,你就做饭”。我们就好到这个程度了。

两年后我因为怀孕就回老家了。一个月以后宏也怀孕了。她说,“你回来给我做饭吧,我们一起”。我就回去了。除了做饭什么也不干,其他家务活奶奶、姥姥干,每个月 500 块钱,那时候是高工资了。

怀孕时特别想吃草莓,5 块钱一斤太贵了,我在草莓摊上看了半天,还是没买。晚上回去和宏抱怨。我后来忍不住还是买了一斤,结果宏、她老公还有奶奶、姥姥都各自提了两斤回来。最后我都八个月了才回去老家的。宏把我姐叫来,买了卧铺票,给我姐说,这个人就交给你了,你得把她平安带回家。生完孩子两三个月,宏就给我打电话。我带着孩子过去住在宏家,还是只给做饭,然后一起带孩子。(家政工 EH 访谈记录,2017 年)

由此可见,EH 和宏女士的关系已经超越了一般意义上的客户与家政工的合作关系,EH 夫妇二人与宏女士一家也都建立了信任度较高的人际关系。EH 与宏女士情同手足,甚至在宏女士的眼里,自己比 EH 的姐姐更看重两人之间的关系。而 EH 在孕期和生产后带着自己的孩子到宏家继续工作,也足以表明二

者之间的情感在本质上是拟亲属性的,而非仅为工作意义上的工具性交换。并且,它也不是客户或劳动者一方对另一方的单方面付出或索取,而是双方对关系的共同认知与维系的结果。

EH 在这段关系中也并未表演。我们从她对宏女士抱怨草莓的价格这一细节就可以看到,这绝非理性交换模式下家政工的行为模式,而是在信任基础上自然的情感表达。回应 EH 的不仅有作为女主人的宏女士,还包括宏女士的丈夫、母亲和婆婆,可见双方之间形成的关系更接近家人、亲属的类型(甚至 EH 的丈夫也成了类似他们的亲属与家人的人),而非职业、阶级意义上的主—仆或雇主—雇工。双方的互动模式也并未局限于劳动关系存续期间。即便这个家庭在后来搬离了北京,每年回京后两个家庭仍然会聚会、叙旧。

QB 大姐也在访谈中表达了这一点。

两口子非常明白事理,我们是一个地方的,好沟通,也好处,生活习惯都一样。孩子妈妈有时候对孩子发脾气,我都直说,这我都敢说她。确实是,他们对我也真像亲姐姐一样,很舒服。(家政工 QB 访谈记录,2021 年)

在商业情感模式中,资本所强调的情感规则是客户的霸权以及家政工对客户单方面、无条件的服从。QB 大姐则会直言不讳地指出客户教育方式上的错误,以长辈身份提出批评。这既反映出客户和劳动者之间平等的关系,也反映出劳动者对自然情感模式下关系的真挚性的笃定。

JC 也是在帮一位单亲妈妈照顾孩子的过程中有了另外的情感体验。

宝宝妈妈很信任我。我有时候把宝宝带回自己家照顾,她也不管我。她出去比赛,我也很支持她,我能理解她。她的生活状态不错,我也受启发。对于宝宝,我都当自己的孩子来管和带,我就像对待自己的孩子,管得比较严格。宝宝说话像我,会说“不听话”,她妈妈就跟着笑。

都二十多年了,我现在还和第一家雇主保持很好的关系,过年我回家还会给她带东西,有事情还会找她。(家政工 JC 访谈记录,2018 年)

JC 对孩子妈妈抱有同理心,所以支持她在业余时间去参加比赛,哪怕自己在这个过程中承担额外工作也在所不辞。当然,对方也回报以信任,JC 可以把孩子带回自己的出租屋照顾,甚至曾带回农村老家住了一段时间。可见,JC 对

客户的理解并不是单方面的情感,而是得到了对方的认可和回应。

事实上,客户也会对这种真挚的情感给予认可和反馈。

因为我们比较尊重她,把她当成自己家人一样,所以孩子也把她当成自己的亲人,十几年吃这个人的饭长大。在我家两个孩子的眼中,她就是她们的亲人。虽然是拿工资的,但是毕竟人家为孩子做了每天的三餐,陪伴孩子长大的,对两个孩子也特别好。如果我两个孩子未来照顾她,要去感恩她,我觉得这也很正常。(客户C女士访谈记录,2021年)

从既有研究来看,从事密集型照料劳动的主流家政工也会通过情感劳动的深层表演等策略在短时间内与客户建立起类似“一家人”的关系,但这种关系仅是劳动者为了应对工作压力的权宜之计,且难以得到客户回应(梅笑,2020),因而仍然是异化的情感。这些家政工与客户之间以“博弈”为互动特征,在劳动中展开对控制权的争夺。在此过程中,一方面,家政公司在培训中将发展主义下的“素质话语”与职业道德相结合,从而使组织内的家政工最终“同意”了自身与客户之间的地位差异和不平等的权利关系;另一方面,客户界定了家政工的边缘性位置,又以情感管理的方式使家政工形成“身心”分离的情感异化状态,最终形成以客户为绝对控制者的、压迫性的互动关系(苏熠慧,2011;周群英,2019)。因此,在大部分主流家政工的劳动过程中,自然情感关系鲜有体现。

而在本文的案例中,我们发现了另一种类型的客户,他们没有被现代社会消费意识形态中“消费者至上”的理念掣肘,而是抱持平等意识,对家政工回应以真诚、宽容和信任,使劳动中自然情感关系得以建立。这也提醒我们,情感劳动中重要的互动主体是客户和家政工双方。如仅要求劳动者一方付出,要么这种单方面的情感付出难以在得不到回应的情况下持久地继续下去,要么劳动者将受到情感的剥削和压迫并进而产生情感倦怠,最终使情感劳动的本质发生变化。我国消费者(客户)的标准化进程较晚,对服务的认知、需求差异较大(李晓菁、刘爱玉,2017),这正是家政工得以在劳动过程中生发出自然情感的重要基础。正是那些未完全认同“消费者至上”理念的客户给出了相应的回应,才使自然的情感互动最终完成,并能够得到持续的情感卷入。因此,能践行自然情感模式的那些个体之间的相遇虽然看似随机,其脚下却有着丰厚的沃土,那就是中国社会中仍保有的“熟人社会”的文化特质和行为规范。

同时,以上案例表明了自然情感模式具有的真挚性、延续性、互惠性等特征。

劳动者可以批评客户,体现了此类情感关系的真挚性和表达方式的多元性。它并非商业模式下的单方面服从,而是超越了商业情感模式下情感关系的工具化本质。从时间的维系来看,自然情感模式中的客户和劳动者在劳动关系结束以后仍然能够保持良好的情感互动。可见该模式可独立于工作关系而延续,而商业情感模式则会随着工作的结束而终止,具有依附于工作关系的暂时性。从情感的影响来看,自然情感模式中客户的体验和劳动者的工作环境都相对更好,客户与劳动者存在互惠性,而商业情感模式则突出表现为劳动者的情感异化和情感耗竭,而这会影响劳动的最终成效。

(四) 职业流动:自然情感模式的再生产

自然情感模式下客户与家政工之间良好的情感关系也体现在职业流动路径上。家政职业的流动性一方面与家政工自身的制度性身份相关,另一方面与客户家庭情况的变化相关,例如家庭成员的增减以及家庭迁徙等。在此情况下,家政工必然需要寻找下一份工作。但本文讨论的这部分家政工的新工作主要由客户介绍,很少需要通过中介。

她介绍我给她同学带孩子。刚开始我还没想出来,但她这么说我就同意了。这家对我也特别好,知道农村没有奶粉,就给我们买了半年的奶粉存着。有一次我闺女冬天在家自己洗衣服,电话说她手冻了。这家人让我买个洗衣机,我哪有钱买洗衣机,姥姥(这家人中的母亲)就把她两个闺女叫来,三个人凑钱给我闺女买了洗衣机。(家政工 EH 访谈记录,2017 年)

我这么多年,我都没有参加过培训。我几乎都能找到工作,我挺自信。宝宝过了年就要上学了,他们楼下的一位奶奶就来找我,10 月份她儿媳妇要生二胎,希望我帮忙带。(家政工 JC 访谈记录,2018 年)

可见,客户与劳动者之间的自然情感不仅限于劳动过程中。当家政工需要换工作时,客户会基于自己的人际网络为家政工介绍工作并提供情感“背书”,为家政工未来与下一任客户之间的情感关系打下良好的基础。这与通过中介获得工作大不相同,二者之间更容易以关系复制的方式进行自然情感的再生产。

当然,在自然情感模式的维系和再生产中,我们也能看到礼物交换与互惠的特征。上述案例中,客户将“洗衣机”作为物质性的礼物赠与 EH 的女儿,既是对

EH的理性回报,也是对二者之间如家人般的情感的主观认同。这一行动兼具情感沟通与理性交换,呈现了滞后和不断卷入等长期关系的特征,是典型的关系型社会情感互动。特别是“洗衣机”作为昂贵的电器,已经超越了一般熟人间的互惠范畴,而更接近家庭成员间的关怀和互助。这是客户和劳动者之间“拟亲化”自然情感建构的本质写照。

在解除劳动关系后,客户也继续与劳动者保持着自然情感的互动模式。

实际上我是把她当亲人了,她后来不在我家干了,我也会很关心她,给她打电话,像朋友一样说个话。她在北京上班的时候休息一天就会到我家,来了之后就像到自己亲戚家这种感觉似的,然后跟我吐吐槽,来吃个饭,休息半天再走。(客户Z女士访谈记录,2021年)

这从另一个角度体现了自然情感的独立性。在工具性的劳动关系结束之后,之前形成的自然情感仍然能够延续。我们从中可以看到,自然情感的形成虽然需要工具性的基础并呈现依附于工作关系的特征,但它的延续与再生产具备独立性。这也是它与商业情感模式的区别。

(五)自然情感关系中的挑战与异化

当然,这部分家政工也同样会遇到工作中的挑战,主要表现为两种形式。第一种是自然情感关系中劳动报酬协商的困境。

每个人谈工资的方式不一样。我是觉得都可以敞开心谈,但是她在之前的一家和我家就是这样,过年后突然说不来了。然后我主动说给她加工资,她就来了。(客户Z女士访谈记录,2021年)

在中国传统文化中,家人间的互动以自然情感关系为主,而对金钱的计较被认为与其相背离。因此,与客户形成的自然情感关系在某种程度上会限制家政工向客户争取更高的劳动报酬。这是在劳动关系中形成的自然情感模式对劳动者的消极影响。

第二种是自然情感再生产受阻后的“用脚投票”。在给一户人家做午餐时,EH因为“烧茄子”做法的地域差异被客户呵斥。EH于是选择了辞职。HR也在小组活动中讲述自己在客户家被怀疑偷窃。虽然后来客户发现冤枉了HR并向

她正式道歉,但 HR 仍然迅速地辞职了。

EH 和 HR 的案例都表明,自然情感模式下的家政工对其与客户间的互动、信任更加看重,也更加敏感,甚至连“深层表演”也难以接受。一旦客户回应迟缓或者拒绝回应,双方就容易面临理性、情感两个层面上的割裂,从而使这类家政工倾向于更迅速和更决绝地结束互动关系。

除此之外,在调查中,一些客户也提供了他们与家政工由自然情感模式转变为商业情感模式的案例。

在中介公司待久了,周末休息也会去。大家在一起交流的就是这家那家怎样,就会互相比较。她们就学会了怎么去耍滑,怎么应付。后来带老二时再回到我家,就感觉有变化了。(客户 Z 女士访谈记录,2021 年)

我家大姐的嫂子在中介,经验丰富,周末就去中介里面待着,谁工资高她嫂子就立刻辞职换一个,然后还教我家大姐也要这样,反正走的时候雇主也得给结工资。(客户 C 女士访谈记录,2021 年)

也就是说,确实存在部分家政工在行业整体风气的影响下放弃自然情感模式而选择商业情感模式的情况。这也恰好体现出自然情感模式再生产的脆弱性,进一步解释了该模式目前处于稀缺状态的主要原因。当然,这也从另一个角度提醒我们进一步反思家政中介企业对行业整体规范规则的消极形塑。资本如只抱持商业情感模式,就会进一步消解自然情感模式形成的基础。

因此,相较于商业情感模式中资本、客户、劳动者这三方主体,自然情感模式在具体互动情境中主要表现为客户和劳动者两方,而未给资本留有空间。但这并不意味着资本在自然情感模式中应该被排除或忽视。劳动者在自然情感模式中面对挑战时,恰恰需要借助资本的中介作用。资本一方面能推进积极影响,从行业整体规范的设立和推广的角度对家政劳动者的薪酬制度进行规范,以解决自然情感模式下劳动者和客户间劳动报酬协商的困境;另一方面能消除消极影响,反思其所秉持的消费者“单方面索取、控制”型情感需求这一片面假设,在培训和管理中纳入劳动者和客户间建立自然情感模式的可能性和可行性,避免既有的自然情感模式被中介企业消弭,令其得以延续并扩展其影响力,并最终通过良好的互动关系和较高的工作质量惠及资本、客户和劳动者三方。

五、自然情感模式机制及其启示

从以上案例中,我们可以初步梳理出中国家政工劳动过程中区别于全球化商业情境情感劳动的本土自然情感劳动模式及其作用机制。

第一,在宏观层面,本土熟人社会的关系文化和家政行业以家庭私领域为主要工作场所是这种情感劳动模式的基础。中国熟人社会中拟亲属化关系的建构特征以及基于礼物交换的人情建构使关系兼备情感性和工具性。这是该模式下客户和劳动者互动的社会文化基础。而家政业以在家庭私领域开展的工作为主,则为以上拟亲属化的自然情感模式在家政领域的延续和拓展提供了天然的行业基础。二者共同构成了中国家政业自然情感模式的宏观社会基础。与之相反,商业情感模式正是由于对本土社会文化情境的忽视而片面提倡了“消费者至上”的意识。

第二,在微观互动层面,自然情感体现出真挚性、延续性和独立性,与商业情感模式下以完成服务为目的的、“表演”的情感关系的工具性、暂时性和依附性形成了鲜明对比。在形成过程中,自然情感模式既需要劳动者无区别的情感付出,也需要客户的接纳与回应,在客观上要求劳动者具备基本的工作素养,在主观上要求客户主动建构平等关系。从这一过程看,自然情感关系在形成阶段具有一定程度的工具性。自然情感的维系过程明确地表现为礼物的物质交换和人情建构其情感性与工具性的共存,但劳动者对客户情感的多元表达又呈现关系的真挚性,从而使自然情感模式中的互动以情感性取向为主,而以完成工作的工具性取向为辅,也即情感性处在更重要的、被优先处理的位置。继而,这种情感互动的再生产和延续进一步显示出这种情感模式的独立性。这一点反过来推动了我们情感性在整体机制中的突出地位的认识。

第三,从情感的互动主体层面来看,自然情感模式在资本缺位的情况下突出了客户和劳动者在情感劳动模式形成方面的主体性和能动性。这促使我们反思传统的资本管理、控制下资本—客户—劳动者的三方框架以及由此带来的消极影响。资本对客户情感“霸权”形象的建构和对劳动者“服从”情感规训的片面强调显示出资方对客户和劳动者的认知局限。一方面,资本作为家政职业化发展中的核心主体,其“消费者至上”的意识会对客户和劳动者自然情感模式产生消解性的负面影响;另一方面,资本在微观机制中的缺位也将给自然情感模式中劳动报酬的协商带来挑战。因此,在微观机制中强调客户和劳动者的二元主体性,并不意味着

对资本的排斥。由于自然情感模式的稀缺性特征,也由于中国事实上将中介企业作为行业发展的核心主体,家政业的发展、完善恰恰需要具有广泛市场影响力的资本。也就是说,要在家政业中拓展自然情感模式的影响力,就需要资本、劳动力、客户三方主体的共同参与。但前提是,资本意识到商业情感模式的局限性,在管理中借鉴自然情感模式,倡导和促发这一模式,从而达成服务效益和劳动环境的双重完善,使情感劳动从资本获利之矛盾转化为劳动者抵御工作挑战之盾。

总之,正是基于中国熟人社会关系建构模式等本土文化背景,客户和家政劳动者得以通过劳动过程中的互动建立起具有真挚性、延续性和独立性的自然情感模式,这是一种互惠互利的工作模式。从客户角度来看,家政工的工作质量得以保证和提升;从劳动者角度来看,其工作环境和工作的稳定性得到了保障。这也必将有利于家政业的可持续发展。当然,考虑到本文讨论的此类家政劳动者在家政工群体中所占比例较小,本土化的自然情感模式在家政工劳动过程中并不占据优势地位。自然情感模式作为一种理想类型,也难以以纯粹的形式达成广泛推广的目标。但本文希望通过对这类模式的呈现,使人们认识到现有商业模式之外的其他可能性,从而促进对主流模式的反思与调整。正如本文第四部分开篇所提到的,情感劳动是家政劳动中不可或缺的重要组成部分。对它的调整虽然很难直接影响家政业的宏观劳动关系和结构性环境,但有利于在微观劳动场域改善劳动者与消费者之间的互动体验,改善微观的工作环境,提高工作质量。

而对家政业之外的其他服务业领域来说,由于它们的工作空间是公共领域而非家庭,服务互动时长和频率也远低于家政劳动,在形式上难以借鉴自然情感模式的相关机制。但这种模式所蕴含的对中国消费者主体性和多元化的认知,以及对客户、劳动者的双赢和更高的服务劳动质量的追求都将有利于服务业进一步反思其所抱持的“消费者至上”理念的偏狭性和局限性。

综上,通过以上几个方面的比较,我们可以进一步看到本土化自然情感劳动的特征及其意义。首先,它促使我们在理论上反思商业情感劳动模式背后的潜在假设。这种“消费者至上”的情感规则实际上预设了消费者与劳动者之间二元对立的互动关系。通过本土化的自然情感模式,我们发现,消费者并非单一的情感需求者,而是具有主体性的建构者和回应者。在尊重二者情感主体性的前提下,消费者和劳动者之间具备形成双赢互惠情感关系的可能性。特别是从情感劳动的专业化研究视角来看,考虑到自然情感实际上已经具备深厚的社会情境基础,商业情感模式仍然有部分可调整完善的空间。其次,从文化比较的视角来看,在城市化和现代化的进程中,我国社会延续自传统乡村的差序格局关系结

构和关系建构规则可能对某些岗位的职业化、专业化构成挑战,但同时也可能成为解决困境的支持性资源。既有情感劳动研究特别需要进一步扩展对情感劳动的跨文化比较,并进一步推动国别比较和讨论。

参考文献:

- 布若威,迈可,2005,《制造甘愿:垄断资本主义劳动过程的历史变迁》,林宗弘等译,台北:群学出版有限公司。
- 蔡禾、贺霞旭,2014,《城市社区异质性与社区凝聚力——以社区邻里关系为研究对象》,《中山大学学报(社会科学版)》第2期。
- 费孝通,1998,《乡土中国 生育制度》,北京:北京大学出版社。
- 郭慧敏,2009,《家政工女的身份与团结权政治——一个家政工会女工群体的个案研究》,《妇女研究论丛》第6期。
- 郭景萍,2007,《社会工作——作为一种情感劳动的探讨》,《广东社会科学》第4期。
- ,2013,《情感资本社会学研究论略》,《山东社会科学》第3期。
- 何明洁,2009,《劳动与姐妹分化——“和记”生产政体个案研究》,《社会学研究》第2期。
- 蓝佩嘉,2011,《跨国灰姑娘——当东南亚帮佣遇上台湾新富家庭》,长春:吉林出版集团有限责任公司。
- 李晓菁、刘爱玉,2017,《资本控制与个体自主——对国内空姐情感劳动的实证研究》,《妇女研究论丛》第5期。
- 李友梅,2002,《基层社区组织的实际生活方式——对上海康健社区实地调查的初步认识》,《社会学研究》第4期。
- 梁萌,2017,《强控制与弱契约:互联网技术影响下的家政业用工模式研究》,《妇女研究论丛》第5期。
- 梁漱溟,1987,《中国文化要义》,上海:学林出版社。
- 刘育婷、肖索未,2020,《“干活时把雇主当家人,相处时把自己当外人”——住家家政工的雇主关系及情感劳动研究》,《妇女研究论丛》第4期。
- 马丹,2011,《北京市家政工研究》,《北京社会科学》第2期。
- 马冬玲,2010,《情感劳动——研究劳动性别分工的新视角》,《妇女研究论丛》第3期。
- 梅笑,2020,《情感劳动中的积极体验:深层表演、象征性秩序与劳动自主性》,《社会》第2期。
- 萨支红、张梦吉、刘思琪、刘京、辛瑞萍,2020,《家政工生存状况研究:基于北京、济南被访者驱动抽样调查》,《妇女研究论丛》第4期。
- 苏熠慧,2011,《控制与抵抗:雇主与家政工在家务劳动过程中的博弈》,《社会》第6期。
- 苏熠慧、倪安妮,2016,《育婴家政工情感劳动的性别化机制分析——以上海CX家政公司为例》,《社会》第5期。
- 佟新,2013,《我国服务业的工作和劳动关系——以星级饭店业的工作和劳动关系为例的研究》,《江苏社会科学》第2期。
- ,2017,《照料劳动与性别化的劳动政体》,《江苏社会科学》第3期。
- 王斌,2014,《女性社会工作者与情感劳动:一个新议题》,《妇女研究论丛》第4期。
- 王宁,2000,《略论情感的社会方式——情感社会学研究笔记》,《社会学研究》第4期。

- 王思斌,2001,《中国社会的求一助关系——制度与文化的视角》,《社会学研究》第4期。
- 王雨磊、王宁,2012,《人情债与人情味:农村宴席中的关系再生产》,《中州学刊》第4期。
- 王竹青、吴道霞,2009,《论家政工的劳动权利》,《妇女研究论丛》第6期。
- 闻翔、周潇,2007,《西方劳动过程理论与中国经验:一个批判性的述评》,《中国社会科学》第3期。
- 吴心越,2019,《市场化的照顾工作:性别、阶层与亲密关系劳动》,《社会学评论》第1期。
- 肖索未、简逸伦,2020,《照料劳动与社会不平等:女性主义研究及其启示》,《妇女研究论丛》第5期。
- 阎云翔,2017,《礼物的流动——一个中国村庄中的互惠原则与社会网络》,上海:上海人民出版社。
- 翟学伟,2009,《是“关系”,还是社会资本》,《社会》第2期。
- 张岱年,1994,《中国文化概论》,北京:北京师范大学出版社。
- 张文宏、阮丹青,1999,《城乡居民的社会支持网》,《社会学研究》第3期。
- 周群英,2019,《“家里外人”:家政工身份转换的人类学研究——以阈限理论为视角》,《湖北民族学院学报(哲学社会科学版)》第2期。
- Ashforth, Black E. & Ronald H. Humphrey 1993, “Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity.” *Academy of Management Review* 18(2).
- Brook, Paul 2009, “The Alienated Heart: Hochschild’s ‘Emotional Labor’ Thesis and the Anticapitalist Politics of Alienation.” *Capital & Class* 98(2).
- Grandey, Alicia A. 2000, “Emotion Regulation in the Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor.” *Journal of Occupational Health Psychology* 5(1).
- Hochschild, Arlie Russell 2003, *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press.
- Loe, Meika 1996, “Working for Men—at the Intersection of Power, Gender and Sexuality.” *Sociological Inquiry* 60(4).
- Raz, Aviad E. 2002, *Emotions at Work: Normative Control, Organization and Culture in Japan and America*. Cambridge: Harvard University Press.
- Sumi, Atsushi 2004, Review of the Book *Emotions at Work: Normative Control, Organizations and Culture in Japan and America*, by Aviad E. Raz. *Social Science Japan Journal* 8(2).
- Wharton, Amy S. 2009, “The Sociology of Emotional Labor.” *Annual Review of Sociology* 35.
- Zapf, Dieter 2002, “Emotion Work and Psychological Well-being: A Review of the Literature and Some Conceptual Considerations.” *Human Resource Management Review* 12(2).

作者单位: 中国农业大学人文与发展学院(梁萌)
北京建筑大学(李坤希)
北京亿方公益基金会(冯雪)
责任编辑: 林叶