ISSN 1023-2842
中山管理評論　2000 年秋季號
第八卷第三期　pp.427-447

組織情緒勞務負擔量表之發展

A Study of the Development of Emotional Labor Loading Scale

林尚平 *Shang-Ping Lin*
國立雲林科技大學
National Yunlin University of Science & Technology

摘　　要

本研究主要目的在分析情緒勞務相關文獻，建構一可協助衡量組織要求員工提供各種層面情緒勞務程度之量表，以供未來後續能更深入探討組織情緒勞務管理之研究基礎。研究結果顯示該量表以因素分析所粹取出之五個因素構面，另在信度及鑑別分析方面亦有滿意之結果。

關鍵詞：情緒勞務、測驗發展、效度分析

Abstract

The main purpose of this study was to develop a scale for measuring employee's job loading on emotional labor. Testing items were collected by literature review, field observation and experts' opinions. The factor analyses suggested five factors which matched with previous theoretical review. Finally, the results indicated this scale could well discriminate employees who were loaded with high and low emotional labor.

Keywords: Emotional Labor, Inventory Development, Validity Analysis

壹、緒　　論

當情緒由原屬於員工私人的行爲變成組織用以營利之勞務工具，組織也需開始思考，如何妥善運用各種管理措施來使以情緒勞務爲主要任務的工作者，在工作時能夠發揮最大的效率及避免不必要之修復成本(Adelmann, 1989)。過去的研究者一致認爲，組織對於員工適宜情緒的表達行爲，可透過各種人力資源制度來管理，但卻仍缺乏較具體可衡量各種情緒勞務負擔程度的指標與工具(Anderson, 1993; Ashforth & Humphrey, 1995; Rafaeli & Sutton, 1988)。

情緒勞務一詞，最早出現於 Hochschild(1983)的著作。有別於一般的體能勞務(Physical labor，如搬運工人)或智能勞務(Cognitive Labor，如程式設計師)以員工的體能或智能爲組織牟取利益，情緒勞務主要是利用員工合宜的情緒表達作爲組織營利或管理的工具(林尙平、陳敦生，1997；James, 1992)。因此 Hochschild 將情緒勞務定義爲：「與顧客高度接觸的工作者，在工作時管理情感以創造公開、看得見的臉部表情或肢體語言的表達；情緒勞務是爲了薪資而販售的，因此具有交易價值」。而根據 Hochschild(1983)的觀點，包含情緒勞務的工作必需具備下列三項共同的特徵：需要以面對面或聲音對聲音的方式與公眾接觸；需要員工在顧客面前生產有利組織營利或管理的情緒狀態，如感激或害怕；情緒勞務允許雇主透過訓練及監督等方式對員工的情緒活動做某種程度的控制。換言之，稱爲情緒勞務的工作者，除了必須和顧客具有高度的聲音或面對面的接觸外，更重要的是該工作者的情緒狀態必須被組織做一定程度的控制，以協助組織進行顧客經營。

關於情緒勞務的定義，研究者多從 Hochschild(1983)所提出的觀念加以引申，如 James(1989)強調，「情緒勞務」牽涉到管理自己及處理他人的情感，它的核心構成要素爲情緒表達規則(display rules)。從工作中的情緒觀點來看，情緒勞務則是一種商品，促進與規範了組織成員在商業交易或服務過程中的情緒表達。Ashforth & Humphrey(1993)則從第一線服務人員與顧客接觸的過程中所扮演的角色來定義情緒勞務，認爲情緒勞務乃是表達適當情緒的行動，而所謂適當情緒的行動，則是指符合組織要求的情緒行爲。比起 Hochschild(1983)的觀點，Ashforth & Humphrey(1993)更強調表達情緒的"行爲"，而非在行爲基礎下所推測出來的情緒。

此外，Morris & Feldman(1996)將情緒勞務視爲是在人際交易的過程中，表達組織要求的情緒所必須付出的努力、規劃與控制。Morris & Feldman(1996)對

情緒勞務的定義建立在以下四個假設上，即：對情緒勞務的解釋基本上強調當事人雙方情緒的交互作用模式；即使員工內心所感受到的情緒與組織所要求的情緒是一致的，員工在表達被要求的情緒時，仍需要做某種程度的努力；跟Hochschild(1983)對情緒勞務定義一致，過去由私人決定的情緒表達，現在已成爲經營交易或服務市場上商品的內涵；組織中應存在有明確外顯或內隱地指引情緒應如何表達及應在何時表達的標準或規則。

綜合前述研究者的看法，本研究將情緒勞務的定義歸納如下：

(1)情緒勞務工作者，必須和顧客具有高度的聲音對聲音或面對面的接觸。

(2)情緒勞務工作者必須在顧客面前生產特定的情緒狀態，且該員工的情緒活動，必須被組織做一定程度的控制(如透過訓練或監督來控制)。

(3)不管員工所傳達的爲正面、中立或負面情緒，只要該員工的情緒表達具備以上幾點特徵，且被組織當作商品販售以協助服務顧客與營利者。

(4)組織邊緣者或第一線服務人員的工作性質與高情緒勞務工作者具有高度相似性，三者皆必須在組織的要求下展現出適當、合宜(合於組織要求)的情緒狀態。

Hochschild(1983)曾以其對情緒勞務的定義，區分出六大類(專業性、技術性及同類型工作；銷售人員；管理者與監督者；辦事員及同類型工作者；私人家庭除外的服務性工作者；私人家庭工作者)44 種具顯著高低情緒勞務的工作類別。Wharton(1993)認爲 Hochschild(1983)所提出來的分類模式並沒有被使用在情緒勞務的實證研究上，而繼 Hochschild(1983)之後的研究者也沒有發展出較具系統性的情緒勞務工作分類方式。國外有關情緒勞務的研究多半著僅重在特定的第一線服務工作職務，包括空服員、收帳員、速食店工作人員、收銀員、遊樂員員工、郵差，以及護士等(Goodsell, 1976; Hochschild, 1983; James, 1992; Rafaeli & Sutton , 1987, 1988, 1989, 1990; Rafaeli, 1989a, 1989b; Sutton, 1991; Van Maanen & Kunda, 1989)。

過去研究者多只針對 Hochschild(1983)的定義來探討情緒勞務，無法深入探討情緒勞務負擔的程度問題，直到 Morris & Feldman(1996)引用情緒交互作用模式重新定義情緒勞務後，有關情緒勞務負擔方面的議題才有較具整體性的概念出現。Morris & Feldman(1996)的論點強調在組織背景中呈現適當的情緒表達所需要的規劃、控制與技能程度，他們認爲情緒勞務的觀念性架構可建立在適當情緒表達的頻率、對被要求規則的留意程度、工作中所需表達情緒的多樣

性，以及情緒失調四構面上。以上述 Morris & Feldman(1996)所提出的觀念爲主軸，輔以其他研究者的看法，情緒勞務的構面與各構面主要包含的內容可分述如下：

一、適當情緒表達的頻率

適當情緒表達的頻率(Frequency)是情緒勞務最重要的指標，也是最常被用來檢測情緒勞務的構面(Morris & Feldman, 1996)。大部份的研究者多從「服務提供者與顧客之間的互動」來衡量情緒勞務(Ashforth & Humphrey, 1993; Hochschild, 1983; James, 1992; Rafaeli & Sutton, 1991; Van Maanen & Kunda, 1989)，這些研究者認爲互動的程度愈高，代表工作者在服務傳送過程中所必須表達的社交性情緒展示也愈頻繁。而 Morris & Feldman(1996)則認爲當工作角色(work role)中所要求的社交性合宜情緒表達愈頻繁，組織愈需要情緒的規範性展示(表達)，對情緒勞務的需求也就越大。 因此，適當情緒表達的頻率愈高者，工作者所需負擔的情緒勞務也就愈多。

二、對情緒規則的留意程度

Morris & Feldman(1996)認爲服務工作中需要對情緒規則的留意程度愈高者，員工就必須投入更多的心力與體力，因此在情緒表達方面所需負擔的勞務就愈多。根據 Morris & Feldman(1996)的觀點，「對情緒規則的留意程度」包含了情緒表達的存續期間(duration)與強烈程度(intensity)，分別說明如下：

(一)情緒表達的存續期間

Morris & Feldman(1996)認爲，情緒表達的存續期間較短者，工作所需展示的情緒較少，工作者便可依照事先擬定好的工作腳本來行事；而存續期間較長者，所需的情緒展示較多，工作者必須隨時根據顧客的反應修正工作腳本，以表現出相對應的情緒狀態，因此較長時間的情緒表達就需要較多的注意力與情緒持續力，相對所需負擔的情緒勞務也較存續期間短者高出許多。Rafaeli(1989a, 1990)針對以色列當地便利商店收銀員所進行的研究也指出，跟顧客互動期間較短的工作，通常都會有一套事先擬定好的互動處理方式供工作者參考，如便利商店的店員被要求做出形式化的微笑、打招呼、道感謝，甚至與顧客做眼神的接觸等等，這些存續期間較短的情緒表達，通常不需要付出太大的努力即可完成，故所需負擔的情緒勞務較少。相反的，Sutton(1991)對收帳員的研究則指出，收帳員除了與債務

人進行較長時間的互動外，還必須隨時根據債務人的反應調整自己的情緒狀態，因此需要投注較多的心力，相對所負擔的情緒勞務就比收銀員高出許多。此外，根據 Hochschild(1983)對達美航空空服員的觀察研究也可發現，空服員必須在長途飛行中不斷與顧客接觸、進行互動，在旅程中需要更多的體力、耐力與情緒持續力才能隨時保持良好的情緒狀態，因此空服員所負擔的情緒勞務程度就非常地高。綜合上述研究者的看法可知，情緒表達的存續期間較短者，工作者負擔情緒勞務就較少，反之，存續期間較長者，所需負擔的情緒勞務也較多。

(二)情緒表達的強烈程度

根據 Morris & Feldman(1996)的看法，情緒表達的強烈程度乃指情緒被感受或被表達出來的強烈程度或等級。Morris & Feldman(1996)認爲在服務互動的過程中，顧客會因爲他們從服務提供者身上所知覺到的情緒強烈程度而影響對服務的看法，因此情緒表達的強烈程度比其他因素更能夠決定顧客是否會改變他們的行爲。此外，如前曾提到過的，Hochschild(1983)認爲服務提供者可以二種方式來執行情緒勞務，一種爲「表面的僞裝」(surface acting)；另一種則爲「深層的僞裝」(deep acting)。表面僞裝只牽涉到模擬非真實感受到的情緒，並利用肢體語言將之顯現出來，如僞裝的冷笑、裝模作樣的聳肩以及控制的嘆息等；而深層的僞裝則是試著實際去感受被要求的情緒表現，並致力於改變情感的一種自然結果，如發自內心的親切招呼。在 Hochschild(1983)的觀念裡，深層的僞裝不像表面僞裝般只需改變外在的行爲即可，而是必須透過直接誘導感情或使用受過訓練的想像力才能達成，Ashforth 與 Humphrey(1993)也認爲在深層的僞裝中，工作者（角色任職者）必須主動地喚起思想、影像或記憶以便引起相關的情緒，因此需要付出更多的努力。Morris & Feldman(1996)也持相同的觀點，認爲情緒的強烈程度很難被僞裝，當工作角色需要強烈的情緒表達時，就必須要做較多的深層僞裝，因而角色任職者就必須要投入更多的心力。而儘管 Morris & Feldman(1996)與其他研究者多認爲情緒表達的存續期間愈短，工作所需負擔的情緒勞務也就愈少，然而此觀點卻與遊樂服務業的真實情況有所出入。在遊樂服務業中，大部份的第一線服務人員與顧客的互動時間並非很長，換言之，服務員在面對相同顧客時所需的情緒表達存續期間是相對較短的。若以 Morris & Feldman(1996)與觀點來看，遊樂服務人員所負擔的情緒勞務應該不多，然而事實並非如此。從美國遊樂事業龍

頭 Disney 樂園的實例來看，在組織整體的規劃與管理下，遊樂服務人員所負擔的情緒勞務其實是相當多的。此點從遊樂服務人員所需表達的合宜情緒頻率即可看出，某些遊樂服務人員雖然與個別顧客的互動期間不長，但卻需頻繁展示適當的情緒狀態，因此也負擔出較多的情緒勞務。

三、工作中所需表達情緒的多樣性

如同 Wharton(1993)對情緒勞務的定義所述，情緒勞務涵蓋了正面、負面以及中立性的情緒表達。有些工作僅要求單一種類的情緒表達，如強調正面情緒的空服員、電梯小姐，以及強調負面情緒表現的收帳員、審問者，還有表現出中立情緒的內科醫生等等；有些工作則必須經常改變情緒的表現，如秘書(Wichroski, 1994)以及 Morris & Feldman(1996)的研究中所提及之大學教授即屬於需要表達多樣性情緒的工作者。Morris & Feldman(1996)認爲，服務提供者必須根據不同的情境變換不同的情緒表達種類，因此，一位在大學任教的教授，除了在平常必須以正面的情緒表現顯示出教學熱忱、以負面的情緒表現支持對學生懲罰外，更必須適時表達中立的情緒以建立起公平與專業的形象。另外，服務提供者也可能隨著時間、對象或顧客情緒狀態的不同而有多樣性的情緒表達，例如：Sutton(1991)針對美國一家信用卡催帳機構所進行的研究指出，收帳員必須根據債務人逾期繳款期間的長短表現出不同的情緒：當債務期限未超過 35 天時(等級一)，收帳員被允許以甜言蜜語的方式誘導債務人迅速償還債務，而當債務超過 35 天(等級二)、95(等級四)或 155 天以上(等級六)時，收帳員則可以在各等級允許的範圍內分別以甜言蜜語、同情、生氣以及保持冷靜等各種不同的情緒表現方式來達到收帳的目的。此外，收帳員也必須根據債務人不同的情緒表現給予不同類型的情緒表達回應，例如，當債務人表現出友善或悲傷的情緒狀態時，收帳員就必須以憤怒、生氣等負面的情緒表達來回應；當債務人表現出生氣的樣子時，收帳員就必須保持中立或冷靜的情緒狀態。綜合言之，當某一工作需要在特定期間內變換情緒狀態的次數愈頻繁，或者是工作中所需展現的情緒愈具多樣性，工作者就必須投入更多的心力來預期、規劃各種可能發生的狀況以及適當的情緒應對方式，因此，工作者所需負擔的情緒勞務就愈多(Morris & Feldman, 1996)。

四、情緒失調（emotional dissonance）

Hochschild(1983)以內在情感(inner feelings)與情緒規則二者間的關係來定義情緒失調。內在情感指的是「我真實的感覺如何」(how do I really feel)，情

緒規則則指「我該如何感覺」(how I should feel)，Hochschild(1983)認爲，當工作者表現出來的情緒符合組織所要求的情緒規則，但違背內在真實的情感時，便會產生情緒失調。換言之，當「我真實的感覺如何」與「我該如何感覺」產生不一致時，即屬於情緒失調。Middleton(1989)則將情緒失調定義爲「真實感受到的情緒(genuinely felt)與組織要求表達之情緒間的衝突」，Middleton(1989)認爲當工作規則所要求表達的情緒與員工的內在情感產生衝突時，則會體驗到情緒失調。Ashforth & Humphrey(1993)則認爲情緒失調爲真實感受的情緒與被期望情緒間的不一致，而失調產生的原因在於情緒規則只能規範表現的行爲(expressive behavior)，卻無法規範表現的感受(expressive experience)。Rafaeli & Sutton(1987)根據 Hochschild(1983)與 Thoits(1985)的觀點發展出由「情緒規則、內在真實情感與實際表達的情緒」三者間的關係所組成之三種不同程度的適配(fit)，分別爲情緒和諧(emotional harmony)、情緒失調與情緒偏離(emotional deviance)。情緒和諧指的是工作者的內在情感與組織要求之情緒規則一致，並且表現出符合組織所要求的情緒；情緒失調乃指內在情感與組織要求之情緒規則不一致，但仍表現出符合組織要求的情緒；而情緒偏離則指工作者的內在情感與組織要求之情緒規則不一致，並且不遵照組織的要求表現出應有的情緒狀態，僅表現出自己內在真實的情緒。Morris & Feldman(1996)認爲應將情緒失調視爲建構情緒勞務的構面(要素)之一，他們認爲當真實感受到的情緒與組織要求的情緒間有不能配合的情形存在時，將會需要更多的控制、技能以及留意的行爲(態度)，因此情緒失調者會負擔較多的情緒勞務。而當組織所要求的情緒表現和內心真實的情感情緒一致時，雖有些學者認爲工作者不會有情緒勞務的負擔產生，但 Morris & Feldman(1996)則認爲工作者仍會負擔某種程度的情緒勞務，只是所需付出的努力相對較情緒失調者少而已。而情緒偏離者只依自己內在真實的情感行事，因此沒有負擔任何的情緒勞務(Adelmann, 1989)。綜合上述可知，情緒和諧、情緒失調、情緒偏離三者中以情緒失調者所負擔的情緒勞務最多，而當情緒失調的程度愈高時，工作者所需負擔的情緒勞務也就愈多。

在上述四個構面中，Morris & Feldman(1996)認爲只是以「適當情緒表達的頻率」單一構面來衡量情緒勞務是不夠的，在衡量情緒勞務的負擔程度時必須同時考慮其他三個構面，才能夠涵蓋規範、表達組織要求的情緒表現所需的規劃、控制與技能程度。因此本研究之主要目的即在建立一符合理論依據並具備心理計量學(psychometric)之要求，可用來檢定情緒勞務負擔程度之多構面量表，以提供未來更進一步探討組織管理與情緒勞務關聯性之研究基礎。

貳、量表初步發展過程

一、量表設計與發展

在文獻探討與相關資料蒐集整理方面，本研究先以 3 個月的時間實地觀察及攝影記錄分析中部地區旅遊服務、汽車銷售、百貨服務業中屬Hochschild(1983)分類下高情緒勞務工作者之實際工作情形，並做成情緒負擔要項初稿後，參考Hochschild(1983)及 Adelmann(1989)等人對情緒勞務的定義以及 Morris & Feldman(1996)所提出的情緒勞務四項構面作爲量表設計之主要架構及題項庫後，完成第一階段初稿。如根據 Hochschild(1983)的定義，情緒勞務必須具備下列三項特徵：(1)需要以面對面或聲音對聲音的方式與公眾接觸。(2)需要員工在顧客面前生產情緒狀態。(3)雇主必須對員工的情緒活動做某種程度的控制。而情緒勞務的構面則包括適當情緒表達的頻率、情緒表達的多樣性、對情緒規則的留意程度以及情緒失調(Morris & Feldman, 1996)。綜合言之，屬於情緒勞務的工作除了必須包含適當的情緒表達，並受雇主的控制外，亦可能包含前文獻所述之其餘三個構面。因此，本研究即據此發展出量表初稿，在經過高年級在職班 50 位有 1 年以上工作經驗的學生的試填回應與測驗發展專家的指正、核閱後，將內容刪修並精簡爲三十個問項，以作爲衡量各工作職務所負擔的情緒勞務程度之工具。

情緒勞務負擔量表採 Likert 七點尺度計分，所有題目均爲正向計分題。題目中有幾題(如第二題)的問項原應各自獨立(如表情、態度、語調或行爲屬不同層次的情緒表現)，但因情緒勞務的觀念在國內尚處於萌芽階段，一般人無法明顯區分各個層次的區別，且爲避免因問項過多影響調查研究的回卷意願，故將該問項合併成爲一個問項(因若強制將問項細分，可能會造成受測者的困擾，另外也可能因量表過於冗長，導致受測者隨意填答，而影響量表的有效性)。因此，現階段的主要目的在於發展一可供實務界區分出高低成緒勞務負擔程度的初步量表，待未來情緒勞務的觀念在學術界或實務界普及時，便可再針對這些問項進行修正並精簡問項，如此將可發展出更爲簡易、更適合實務運用的情緒勞務負擔程度量表。

二、因素分析與信度分析

在因素分析方面，本研究以情緒勞務負擔程度分量表，對來自彰雲嘉地區有 3 年以上從業經驗之不同行業的推廣教育學員進行前測。前測問卷共發出 150

份，回收 109 份，其中有效問卷 96 份，無效問卷 13 份。信度方面，爲衡量同一主成分構面下各項目間的一致性， Cronbach's α 係數衡量信度。在未進行因素分析前，量表所得之 Cronbach's α 值爲 0.97，整體量表信度頗高。經過因素分析後發現未轉軸前可萃取出六個因子，但各變數的因素負荷量幾乎集中在第一個因素，無法有效解釋分析結果，因此進行因素轉軸分析。本研究以最大變異法進行因素目標轉軸後，共萃取出五個因子，各因子的所包含的題項如表 1。其中有六個問項因素負荷量之值均小於 0.5(題項 L14-16、L21-23)，且有超過二個以上因素負荷值相近，無法明顯區分出應歸屬於哪一個因子，故予以捨棄。茲將各題項之因素負荷量摘要如表 1。

表 1　初期量表各題項因素負荷值一覽表

題　項	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五
L1	0.665	0.403	-0.298	0.311	-0.123
L2	0.626	0.487	0.156	0.266	0.014
L3	0.724	0.279	0.314	0.132	0.197
L4	0.729	0.229	0.361	0.188	0.338
L5	0.702	0.160	0.436	0.128	0.257
L9	0.544	0.156	0.294	0.411	0.143
L10	0.582	0.068	0. 206	0.429	0.144
*L16	0.453	0.401	0.349	0.331	0.325
*L22	0.430	0.424	0.419	0.364	0.159
*L23	0.498	0.450	0.349	0.331	0.196
L24	0.441	0.586	0.405	0.233	0.075
L25	0.229	0.530	0.485	0.174	0.245
L26	0.241	0.712	0.405	0.132	0.092
L27	0.326	0.635	0.222	0.354	0.135
L28	0.202	0.660	0.013	0.189	0.437
L29	0.172	0.715	0.222	0.354	0.135
L30	0.194	0.693	0.254	0.146	0.309
L6	0.117	0.359	0.670	0.177	0.153
L7	0.372	0.153	0.755	0.233	0.118
L8	0.274	0.236	0.706	0.342	0.147
*L14	0.384	0.299	0.458	0.236	0.338

題　項	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五
L17	0.153	0.038	0.305	0.750	0.140
L18	0.320	0.287	0.248	0.717	0.203
L19	0.248	0.446	0.078	0.604	0.243
L20	0.223	0.385	0.158	0.724	0.104
*L21	0.403	0.313	0.395	0.445	0.369
L11	0.522	0.307	0.399	0.097	0.605
L12	-0.264	0.289	0.350	0.143	0.692
L13	0.156	0.180	0.114	0.193	0.808
*L15	0.359	0.146	0.333	0.402	0.450

加註*者爲刪除之題項

本研究將萃取出且刪減問項後的因子分別命名如下：

因素一：基本的情緒表達

第一個因素包含的題項(請參考表 5)爲 1-5 題與 9、10 兩題。這些題項屬於 Hochschild(1983)對情緒勞務的基本定義範疇，因此本研究將之命名爲基本的情緒表達。

因素二：深層的情緒偽裝

第二個因素包括題 18 至 24，這些題項的共同特性爲員工必須依公司的要求執行對內心產生衝擊且與內在真實情感相違背的情緒任務，由於此種情緒任務代表的是一種失調程度，需要員工投注較多的努力來控制內在真實的情感，因此本研究將之命名爲深層的情緒偽裝。

因素三：表層的情緒控制

第三個因素所包含的題項爲 6-8 題，這三個題項的特性爲工作者必須對自己的情緒進行較低程度的控制，這些情緒任務屬於一般性、比較不會對內在真實情感產生衝擊的，例如不把私人感情帶入工作場所等等，因此本研究將第三個因子命名爲表層的情緒控制。

因素四：情緒多樣性程度

因素四包含的題項爲 14-17 題，這些題項的共同特性爲必須根據不同的場合、不同的客群及不同接層的人表現出不同的情緒狀態，或者是在工作中必須

表現出一種以上的情緒狀態等等，因此本研究將之命名爲情緒多樣性程度。

因素五：互動程度

因素五所包含的題項爲第 11-13 題，此三個題項涉及到工作者與顧各的接觸頻率、互動的存續期間以及是否必須與顧客進行面對面的接觸或在電話中以聲音接觸，本研究將此因素命名爲互動程度。

茲將各因子(構面)的信度與解釋變異量摘要如表 2。以上五個構面的累積解釋變異量達 73.5%，K-M-O 值則爲 0.9026，代表所萃取出之五個因素對情緒勞務負擔程度分量表的整體解釋力相當高。另外將前面因素負荷值低於 0.5 之問項刪除後發現，各個構面的 Cronbach's α 值均高於 0.80，符合學術研究可接受之範圍。

表 2　修正後情緒勞務負擔程度量表信度

構　　面	衡量項目	α 值	解釋變異量	累積解釋變異量(%)
基本的情緒表達	7（1-5,9,10）	0.9137	6.6	6.6
深層的情緒僞裝	7（18-24）	0.9212	52.3	58.9
表層的情緒控制	3（6-8）	0.8581	4.9	63.8
情緒多樣性程度	4（14-17）	8706	5.1	68.9
互動程度	3（11-13）	0.7999	4.6	73.5
K-M-O 值＝0.9026				

參、鑑別效度分析

一、初步分析

在區別分析方面，本研究以因素分析及項目調整修訂後的情緒勞務負擔程度分量表(共24題)進行區別分析，在變數選擇方面，本研究根據Hochschild(1983)對情緒勞務的分類，將前述填答問卷之 96 位推廣教育班學員，依其任職之工作性質區分爲高、低情緒勞務二群作爲分組變數，自變數則爲修訂完後之「公司情緒勞務的要求程度各個問項」(1-24 題)，以便探討量表是否能夠區分出Hochschild(1983)所分類的高低情緒勞務職務。區別分析的結果如表 3 與表 4。

表 3　前測之典型區別函數分析表

函　數	特徵值	變　異百分比	累　積百分比	典　型相　關	抽取後 Wilks' Lambda	卡方值	自由度	顯　著水　準
1	3.6844	100.00	100.00	0.8869	0.2122	126.627	24	0.000**

*P<0.05　**P<0.01

表 4　前測之區別函數預測混淆矩陣

實際組別	實際樣本數	預　測　組　別	
		高情緒勞務工作者	低情緒勞務工作者
高情緒勞務工作者	58	57 (98.3%)	1 (1.7%)
低情緒勞務工作者	38	1 (2.6%)	37 (97.4%)
正確預測率：97.92%　（遺漏值完全排除）			

從區別分析的結果可知，利用 Hochschild(1983)對情緒勞務的分類將樣本區分爲高低情緒勞務工作者，在卡方檢定與 Wilks' Lambda 上均具有顯著水準，顯示出情緒勞務負擔程度量表與 Hochschild(1983)對情緒勞務的分類具有一致性。此外，從表 4 之區別函數預測混淆矩陣中亦可得知，利用情緒勞務負擔程度量表各題項作爲區別函數時，在 Hochschild(1983)的分類中屬於高情緒勞務的工作者，在預測組別中亦屬於高情緒勞務工作者的正確率達 98.3%；而在 Hochschild(1983)的分類中屬於低情緒勞務的工作者，在預測組別中仍屬於低情緒勞務的工作者的準確率也達 97.4%，整體預測準確率則達 97.92%。整體而言，情緒勞務負擔程度分量表對高低情緒勞務工作者具有相當高的預測能力，因此可作爲預測各工作職務所負擔之情緒勞務程度的測量工具。茲將各問項之區別函數係數摘要如下表 5。

表 5　前測各題項之標準化區別函數係數與統計檢定量摘要

題項（影響變數）	區別函數	P 值
1.必須做一些事，讓顧客覺得自己是被尊重的。	0.149	.000**
2.應該利用表情、態度、語調或行爲來營造一種讓顧客感到安心信賴的氣氛	0.264	.000**
3.與顧客接觸時，應該主動向顧客打招呼，讓顧客覺得來這裡是受歡迎的。	0.263	.000**
4.與顧客交談時，應該保持親切愉悅的語氣。	-0.173	.000**
5.面對顧客時，臉上應該時時保持親切的笑容。	0.024	.000**
6.公司會要求您不讓私人感情影響您對顧客的態度。	0.229	.000**
7.公司希望您每天都能夠保持快樂的心情，來創造工作場所歡樂的氣氛。	0.188	.000**
8.公司要求您必須表現出特定的行爲或臉部表情來傳達公司所欲建立的特殊形象。	-0.174	.000**
9.從事此份工作至今，公司曾明白告知您的服務態度與笑容是公司招徠顧客的重要資產。	0.274	.000**
10.公司會以您在服務過程中的情緒表達作爲績效考核的參考依據。	-0.253	.000**
11.您的工作必須與顧客直接面對面或在電話上以.聲音.接觸。	0.185	.000**
12.整體而言，公司要求您每天接觸到相同顧客的時間是相當長的。	-0.092	.000**
13.整體而言，公司要求您每天接觸到不同顧客的頻率是相當多的。	0.390	.000**
14.公司會要求您根據人潮的多寡或工作場所的氣氛做出不同的情緒回應，以帶動顧客的遊玩氣氛或購買欲望。	0.403	.000**
15.當您面對不同的顧客群時，公司會要求您做出不同的情緒表現。	0.412	.000**
16.公司會要求您對不同階層的人做出不同的情緒反應。	-0.123	.000**
17.公司會要求您在執行工作時表達超過一種以上不同的情緒狀態。	-0.227	.000**
18.當顧客有無理的要求，而您無法滿足或必須拒絕他們的要求時，公司會要求您仍能保持親切和善的態度。	0.227	.000**

表 5　前測各題項之標準化區別函數係數與統計檢定量摘要（續）

題項（影響變數）	區別函數	P 值
19.當場面變得難以控制時，公司會希望您即使在採取所有必要的措施來預防不幸發生時，仍能維持和善、親切的態度。	-0.177	.000**
20.在服務的過程中，即使明知顧客是無理的，公司仍會要求您站在顧客的立場爲顧客設想。	0.275	.000**
21.在執行任務時，即使自己情緒狀態不佳，仍應盡力克服以引導或帶動顧客的遊興或買興。	0.102	.000**
22.當顧客有公司無法做到的特殊要求時，即使您很同情他，並且有想成全他的念頭時，公司仍會希望您必須委婉拒絕顧客的請求。	-0.000	.000**
23.做這份工作時，公司會要求您.表現出一些與我真實感覺不同的情緒。	0.406	.000**
24.在工作時，儘管您已經非常疲累，公司仍會要求您必須極力保持冷靜、鎮定。	-0.325	.000**
*P<0.05　　**P<0.01		

二、進階實證分析

本研究欲進一步驗證本量表可區別在同一產業組織中屬 Hochschild(1983)分類不同程度情緒勞務的工作者，因此採用情緒勞務負擔程度量表之 24 個題項針對劍湖山世界公司全體員工進行研究，並以情緒勞務負擔程度作爲自變數、Hochschild 對情緒勞務的分類方式爲分組變數進行區別分析。本研究針對劍湖山世界公司所有員工共發出 246 份問卷，回收 158 份，回收率達 64.23%，扣除無效問卷後，有效問卷爲 135 份，有效率爲 85.44%。在劍湖山世界公司服務的全體員工中，有 200 位任職於在 Hochschild(1983)分類中屬於高情緒勞務工作的職務，46 位任職於低情緒勞務工作職務，高情緒勞務工作者的比例達 81.30%。而在本研究所回收之有效樣本中，高情緒勞務工作者之比例爲 84.44%，與公司實際人數從事高情緒勞務工作者之比率相去不遠，因此有效樣本應可用來預測抽樣母體的特性。回收樣本中以女性居多，佔 60.4%；年齡則以 21-25 歲爲最，佔 48.5%，26-30 歲次之，佔 18.7%；教育程度方面以高中程度居多(64.9%)；受訪者有 59.7%均未婚，另外，在工作年資方面則以 1-5 年居多，佔 63.7%，而工作 1 年以上之員工總計達 77.3%。

區別分析的結果如表 6 與表 7。從典型區別函數分析表可知，以 24 個題項所組成的情緒勞務負擔程度量表(公司對情緒勞務的要求程度)作爲區別 Hochschild(1983)對情緒勞務分類的工具在卡方檢定上有顯著水準。而從區別函數混淆矩陣中亦可看出，扣除含有遺漏值的樣本後，高情緒勞務組的正確預測能力爲 90.2%；低情緒勞務組的正確預測能力爲 90.5%，整體正確預測率則爲 90.23%，顯示出本量表在單一組織內仍具有一定的鑑別水準。

表 6　實證分析之典型區別函數分析表

函　數	特徵值	變　異百分比	累　積百分比	典　型相　關	抽取後 Wilks' Lambda	卡方值	自由度	顯　著水　準
1	0.656	100.00	100.00	0.629	0.604	59.995	24	0.0001**

*P<0.05　**P<0.01

表 7　實證分析之區別函數預測混淆矩陣

實際組別	實際樣本數	預　測　組　別	
		高情緒勞務工作者	低情緒勞務工作者
高情緒勞務工作者	112	101 (90.2%)	11 (9.8%)
低情緒勞務工作者	21	2 (9.5%)	19 (90.5%)
正確預測率：90.23%　（遺漏值完全排除）			

除了整體預測水準外，本研究亦將各題項的標準化區別函數係數整理如下表 8。從表中資料可看出，除了第 3、4、6、8、15、16、17 題外，其餘各題在區別高低情緒勞務的能力上均具有顯著水準，其中互動程度構面(題 11-13)與深層的情緒僞裝構面(題 19-24)的區別能力更高於其他構面，符合 Hochschild (1983)、Ashforth & Humphrey (1993)以及 Morris & Feldman(1996)等人所提出之高情緒勞務需要依組織要求表現出合宜情緒、需要與顧客高度互動，以及比低情緒勞務更需要多樣性的情緒表達與深層的僞裝等看法。其結果顯示，在高度

服務導向之遊樂事業組織中，基本的情緒表達與表層的情緒控制等似乎是整體組織內外部員工共通的準則，而必須以付出更多的深層偽裝及更頻繁之客戶互動等，作爲主要區隔情緒勞務負擔程度的主要考量。本量表能在單一遊樂事業組織中發覺這個現象，正反映出過去 Hochschild(1983)或 Adelmann(1992)等人一直呼籲需要發展出多元衡量情緒勞務負擔程度之原因。組織可藉由此量表之實施，進一步瞭解員工各層面情緒勞務負擔投入與其內部管理制度設計及員工績效行爲等間之關聯性。

表 8　單一組織程成員在各題項之標準化區別函數檢定摘要

題項（影響變數）	區別函數	P 值
1.必須做一些事，讓顧客覺得自己是被尊重的。	0.178	0.046*
2.應該利用表情、態度、語調或行爲來營造一種讓顧客感到安心信賴的氣氛	-0.238	0.049*
3.與顧客接觸時，應該主動向顧客打招呼，讓顧客覺得來這裡是受歡迎的。	0.390	0.249
4.與顧客交談時，應該保持親切愉悅的語氣。	0.199	0.072
5.面對顧客時，臉上應該時時保持親切的笑容。	-0.443	0.038*
6.工作時，公司會要求您不讓私人感情影響您對顧客的態度。	0.269	0.133
7.在工作崗位上，公司希望您每天都能夠保持快樂的心情，來創造工作場所歡樂的氣氛。	-0.218	0.045*
8.在工作時，公司要求您必須表現出特定的行爲或臉部表情來傳達公司所欲建立的特殊形象。	-0.658	0.051
9.從事此份工作至今，公司曾明白告知您的服務態度與笑容是公司招徠顧客的重要資產。	1.044	0.000**
10.公司會以您在服務過程中的情緒表達作爲績效考核的參考依據。	0.141	0.002**
11.您的工作必須與顧客直接面對面或在電話上以聲音接觸。	0.215	0.000**
12.整體而言，公司要求您每天接觸到相同顧客的時間是相當長的。	0.451	0.000**
13.整體而言，公司要求您每天接觸到不同顧客的頻率是相當多的。	0.571	0.000**
14.在執行任務時，公司會要求您根據人潮的多寡或工作場所的氣氛做出不同的情緒回應，以帶動顧客的遊玩氣氛或購買欲望。	-0.039	0.015*
15.當您面對不同的顧客群時，公司會要求您做出不同的情緒表現。	-0.157	0.176
16.公司會要求您對不同階層的人做出不同的情緒反應。	0.260	0.218

表 8　單一組織程成員在各題項之標準化區別函數檢定摘要（續）

題項（影響變數）	區別函數	P 值
17.公司會要求您在執行工作時表達超過一種以上不同的情緒狀態。	-0.631	0.488
18.當顧客有無理的要求，而您無法滿足或必須拒絕他們的要求時，公司會要求您仍能保持親切和善的態度。	-0.247	0.003**
19.當場面變得難以控制時，公司會希望您即使在採取所有必要的措施來預防不幸發生時，仍能維持和善、親切的態度。	0.320	0.000**
20.在服務的過程中，即使明知顧客是無理的，公司仍會要求您站在顧客的立場爲顧客設想。	0.436	0.000**
21.在執行任務時，即使自己的情緒狀態不佳，仍應盡力克服以引導或帶動顧客的遊興或買興。	0.080	0.000**
22.當顧客有公司無法做到的特殊要求時，即使您很同情他，並且有想成全他的念頭時，公司仍會希望您必須委婉拒絕顧客的請求。	-0.187	0.002**
23.做這份工作時，公司會要求您.表現出一些與我真實感覺不同的情緒。	0.076	0.012*
24.在工作時，儘管您已經非常疲累，公司仍會要求您必須極力保持冷靜、鎮定。	-0.352	0.001**
*P<0.05　　**P<0.01		

肆、結論與建議

本研究針對情緒勞務負擔程度量表進行因素分析，結果顯示情緒勞務負擔程度可區分成以下五個構面，分別說明如下：

一、基本的情緒表達

基本的情緒表達代表 Hochschild(1983)對情緒勞務的基本定義，是身爲情緒勞務工作者應該有的基本特徵。若工作者在基本的情緒表達構面得分愈高者，代表情緒勞務負擔的程度也愈高。

二、表層的情緒控制

表層的情緒控制代表層次較淺、且比較不會對工作者內在真實情感產生衝擊的情緒任務。工作者在表層的情緒控制得分愈高，情緒勞務的負擔程度也就

愈高。

三、深層的情緒偽裝

深層的情緒偽裝代表的是一種失調程度，也就是會對工作者內在真實情感產生衝擊的情緒任務，這種任務需要員工投注較多的努力來控制內心真正的感受才能夠達成，因此層次上又比表層的情緒控制更高一級。當公司對深層的情緒偽裝要求程度愈高者，代表情緒勞務負擔程度愈高。

四、情緒多樣性程度

情緒多樣性程度用以衡量工作中是否必須表達超過一種以上的情緒狀態？是否必須根據不同的場合、不同的顧客群、不同階層的人做出不同的情緒反應等等。情緒多樣性程度構面得分愈高者，情緒勞務負擔程度也愈高。

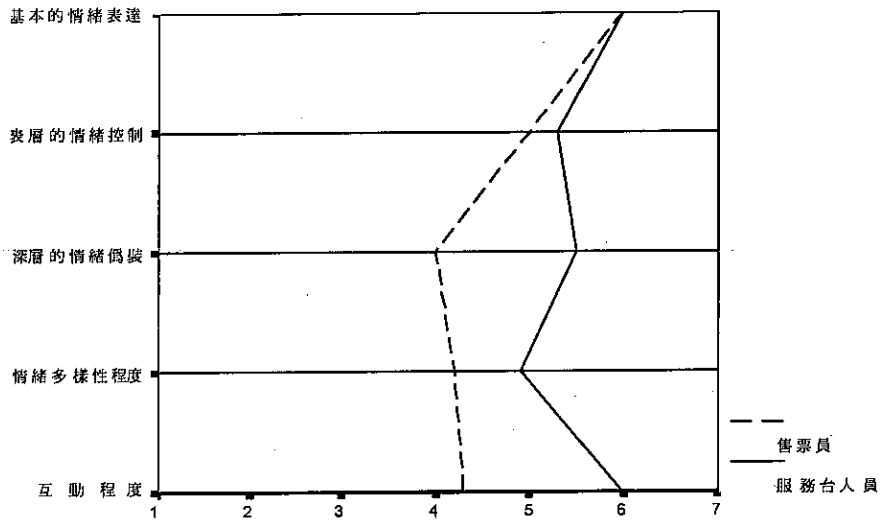
五、互動程度

互動程度是指工作者與顧客互動的頻率、互動的存續期間以及工作上是否必須與顧客進行面對面的接觸或在電話中以聲音接觸。互動程度愈高者，情緒勞務負擔程度也愈高。

研究結果驗證了本研究所發展的量表在依 Hochschild (1983)所分類之高低情緒勞務兩組樣本上均具有相當高的鑑別能力。除顯示出情緒勞務負擔程度量表具有一定水準的鑑別能力外，亦驗證了在旅遊服務事業中，高情緒勞務工作者除整體性的需要依組織要求表現出合宜情緒外，比起低情緒勞務工作者更需要投入高度的顧客互動以及多樣性的情緒表達與深層的偽裝等。

過去研究者在探討情緒勞務時多僅由 Hoschschild(1983)對情緒勞務的基本定義著手，相關的實證研究如 Adelman(1989)的研究以及林尚平、陳敦生(1997)針對航空服務業所進行的研究都僅將情緒勞務視爲由單一構面所構成的。雖然 Morris & Feldman (1996)曾提出情緒勞務應包含適當情緒表達的頻率、情緒表達的多樣性、對情緒規則的留意程度、情緒失調等不同的構面，但也僅止於觀念性或理論性的探討，而沒有實證研究支持其論點。而本研究的實證結果卻發現，情緒勞務不應該只由單純的正面情緒表現來衡量，而必須同時考慮到「基本的情緒表達」、「表層的情緒控制」、「深層的情緒偽裝」、「情緒多樣性程度」以及「互動程度」等五個構面才能夠涵蓋情緒勞務工作者的工作特性。由本研究所發現的五個構面，除了可供未來研究者作爲情緒勞務相關研究的參考依據

外，亦可供組織以此作爲衡量各工作職務所需執行情緒勞務程度之工作分析構面，進而描繪出不同工作職務的情緒勞務認知剖面圖(示例如圖 1)，以作爲發展情緒勞務工作職務之行爲導向的工作分析(behavioral job description)(Fondas, 1992)依據，有利於後續人力資源管理相關方案之有效推動，達到吸引、留任與激勵員工的目的。



職務上被要求的程度（職務上應執行之程度）

註：圖中線條僅爲示例；數字 1-7 則代表程度上的不同。例如就互動程度而言，服務台人員在此方面被要求的程度即高於售票人員。

圖1　情緒勞務認知剖面圖虛擬示意圖

目前國內外有關情緒勞務、組織行爲結果與人力資源管理方案之實證研究相當缺乏，而本研究僅以發展出一符合心理計量學之情緒勞務認知量表爲主要目的。因此建議未來研究除能再深入探討，如何將 Morris & Feldman(1996)所提及之頻率與強度觀念融入量表之評量尺度外(簡建忠，1998)，並可進一步利用本研究所發現的五個構面，深入探討有關情緒勞務、組織行爲結果以及人力資源管理方案之關聯性，以供組織作爲規劃各項人力資源管理方案的參考。

參考文獻

林尚平、陳敦生，1997，「情緒勞務分類下自我監控力與組織行爲結果之關聯性研究」，人力資源學報，7 卷：49~66。

簡建忠，1998，「情緒勞動之研究—以護理人員爲例」，人力資源學報，10 卷：122~135。

Adelmann, P. K. 1989. ***Emotional Labor and Employee Well-Being***. Unpublished doctoral dissertation, The University of Michigan, Michigan, U.S.A..

Anderson, G. 1993. Emotions and work in a lifestyle occupation. ***Journal of European Industry Training***, 17(5)：10-14.

Ashforth, B. E., & R. H. Humphrey. 1993. Emotional labor in service roles : The infuence of identity. ***Academy of Management Review***, 18(1)：88-115.

Ashforth, B. E., & R. H. Humphrey. 1995. Emotion in the workplace: A Reappraisal. ***Human Relations***, 48(2)：97-125.

Fondas, N. 1992. A behavioral job description for managers. ***Organizational Dynamics***, 21：47-58.

Goodsell, C. T. 1976. Cross-cultural comparison of behavior of postal clerks towards clients. ***Administrative Science Quarterly***, 21：140-150.

Hochschild, A. R. 1983. ***The Managed Heart***, Berkeley: University of California Press.

James, N. 1989. Emotional labour: Skill and work in the social regulation of feelings. ***Sociological Review***, 37：15-42.

James, N. 1992. Care = organization + physical labour + emotional labour. ***Sociology of Health & Illness***, 14(4)：488-509.

Middleton, D. R. 1989. Emotional style: The cultural ordering of emotions. ***Ethos***, 17(2)：187-201.

Morris, J. A. & D. C. Feldman. 1996. The dimensions, antecedents, and consequences of emotional labor. ***Academy of Management Review***, 21(4)：986-1010.

Mumby, D. K., & L. L. Putnam. 1992. The politics of emotion : A feminist reading of bounded rationality. ***Academy of Management Review***, 17(3)：465-486.

Rafaeli, A. 1989a. When cashiers meet customers : An analysis of the role of supermarket cashiers. ***Academy of Management Journal***, 32(2)：245-273.

Rafaeli, A. 1989b. When clerks meet customers: A test of variables related to emotional expressions on the job. ***Journal of Applied Psychology***, 74(3)：385-393.

Rafaeli, A., & R. I. Sutton. 1987. Expression of emotion as part of the work role. ***Academy of Management Review***, 12(1)：23-37.

Rafaeli, A. & R. I. Sutton. 1988. Untangling the relationship between displayed emotions and organizational sales: The case of convenience stores. ***Academy of Management Journal***, 31(3) : 461-487.

Rafaeli, A., & R. I. Sutton. 1989. The expression of emotion in organizational life, in L. L. Cummings & B. M. Staw (Eds.), ***Research in Organizational Behavior: Vol. 11***, 1-42. Greenwich, CT : JAI, Press.

Rafaeli, A. & R. I. Sutton. 1990. Busy store and demanding customers: How do they affect the display of positive emotion ?. ***Academy of Management Journal***, 33(3) : 623-637.

Rafaeli, A. & R. I. Sutton, 1991. Emotional contrast strategies as means of social influence: Lessons from criminal interrogators and bill collectors. ***Academy of Management Journal***, 34(4) : 749-775.

Saxton, M. J., J. S. Phillips. & R. N. Blakeney. 1991. Antecedents and consequences of emotional exhaustion in the airline reservations service sector. ***Human Relations***, 44 : 583-602.

Sutton, R. I. 1991. Maintaining norms about expressed emotions: The case of bill collectors. ***Administrative Science Quarterly***, 36 : 245-268.

Thoits, P. A. 1985. Self-labeling processes in metal illness: The role of emotional deviance. ***American Journal of Sociology***, 91 : 221-247.

Van Maanen, J., & G. Kunda. 1989. Real feelings: Emotional expression and organizational culture, in L. L. Cummings, & B. M. Staw. (Eds.), ***Research in Organizational Behavior***, 11 : 43-103. Greenwich, CT: JAI Press.

Wharton, A. 1993. The affective consequences of service work: Managing emotions on the Job. ***Work and Occupations***, 20(2) : 205-232.

Wharton, A. S., & R. J. Erickson. 1993. Managing emotions on the job and at home : Understanding the consequences of multiple emotional roles. ***Academy of Management Review***, 18 : 457-486.

Wichroski M. A. 1994. The secretary: Invisible labor in the workworld of women. ***Human Organization***, 53(1) : 33-41.