



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	ソーシャルメディアが現代の母親に与える影響：フェミニズム視点による欧米の研究動向
Author(s)	比嘉, 麻理
Citation	研究論集, 25, 297 (左) -320 (左)
Issue Date	2026-01-16
DOI	https://doi.org/10.14943/rjgshhs.25.l297
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/98778
Type	departmental bulletin paper
File Information	17_rjgshhs_25_p297-320_l.pdf



ソーシャルメディアが現代の母親に与える影響

— フェミニズム視点による欧米の研究動向 —

比 嘉 麻 理

要 旨

現代の社会生活においてソーシャルメディア利用の重要性は高まり、母親業においてもソーシャルメディアは情報収集や感情共有の手段として不可欠な存在となっている。日本国内でもその有用性に関する研究は進んでいるが、フェミニズムの視点からソーシャルメディアが母親業にもたらす影響について論じたものは少ない。ソーシャルメディアは、母親という経験を自らの言葉で語ったり、母親同士で交流し支え合ったり、母親に課せられた社会規範を問い直したりする場になり得る。日本国外、特に欧米ではフェミニズムの視点を取り入れたソーシャルメディア研究が数多く存在し、母親のソーシャルメディア利用に焦点を当てたものもある。

本稿では、フェミニズムやジェンダーの視点が、母親のソーシャルメディア利用の研究においてどのように取り入れられているかを整理し、そこから得られる有用な視座を提示する。母親がオンライン空間にて自ら母親業を語ることの重要性に焦点を当てたもの、母親同士の助け合いやコミュニティを評価しているもの、「ジェンダー実践 (doing gender)」の概念を用いソーシャルメディア上で表現される母親の在り方に着目したもの、そして私的空間の商業化について論じるもの、最後に、交差性の視点を持った研究群についてレビューする。これらの知見を整理し、日本における母親業とソーシャルメディア利用の今後の研究に資する視座を提示する。

キーワード：母親，育児，フェミニズム，ソーシャルメディア，SNS

1. はじめに

現代の母親業においてソーシャルメディア¹⁾、特にソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS) の利用は重要性を増している。妊娠、出産、育児に関する情報収集や母親同士の情緒的サポートが行われ、核家族化や少子化の進行により繋がりを作ることが困難な女性たちにとり、ソーシャルメディアは重要な役割を果たしている。日本における SNS 利用率は高く、Instagram は 20 代女性の 8 割以上、30 代女性の 7 割以上が利用しており、X (旧 Twitter)²⁾ は 20 代で 7 割以上、30 代で 5 割以上が利用している (サイバーエージェント 2023)。乳幼児を持つ母親の多くが Instagram, Twitter (現 X), Facebook を利用していることも、母親を対象とした調査から明らかになっている (田井 2024)。

日本における母親とソーシャルメディアの研究においては、主に利用方法や有用性に焦点が当てられてきた。例えば、中島千英子ら (2020) は母親を対象としたアンケート調査を通じ、SNS が育児情報源として広く利用されている現状と、情報リテラシー向上の必要性を明らかにした。また、SNS が育児中の孤独感の緩和 (Mandai et al. 2018) やストレス発散 (粕井 2007) に有効であると評価する研究も存在する。さらに、特別なニーズを持つ子どもの育児においても、母親に対するソーシャルサポートとしての可能性が示唆されている (水内ら 2018; 片田ら 2016)。これらの知見から、ソーシャルメディアは多様な子育てを支える有力な手段であることが分かる。

SNS をコミュニティ形成の観点から分析した研究もある。武市久美 (2014) はアンケート調査を通じ、既存のママ友とのコミュニケーションにおける SNS 利用について、多くの母親が既存のママ友と SNS 上で繋がることに消極的であることを明らかにしている。SNS 利用者のうち、既存のママ友と繋がっている人は 3 割程度にとどまり、自身のプライベートや価値観の共有がママ友とのコミュニケーションにそぐわないと感じる傾向があると分析している。一方で、それぞれの人に応じた交流ができるデジタルコミュニティが構築された場合には、「SNS はママ友コミュニケーションの力強いツールになり得る (武市 2014: 87)」としている。武市 (2014) は実社会とは関係のないオンライン上での出会いや繋がりについては調査の対象としていないが、2022 年のインターネット調査によると、現代の 10 代、20 代の SNS ユーザの半数以上が同一プラットフォーム内で複数のアカウントを使い分けしており (マクロミル 2022)、

¹⁾ ソーシャルメディアとは「インターネットを利用して誰でも手軽に情報を発信し、相互のやりとりができる双方向のメディア (総務省 2015: 199)」と定義づけられている。SNS はソーシャルメディアの中でも、ネットワーキングを促進するサービスを提供する特定のプラットフォームを指す。

²⁾ 代表的な SNS の一つである X は、旧名称を Twitter という。2023 年に名称が X に変わった (Musk 2023) ため本稿中は X と表記するが、引用する文献内の表記が Twitter である場合には Twitter と表記する。

実生活でのママ友や友人との付き合いと、目的に沿ったオンラインでの交流を分けることが叶うようになっている。武市（2014）が議論する、それぞれの人に応じた関係の築き方は、SNSの利用方法の移り変わりとともに実現しつつある。

実社会とは関係なくオンライン上で出会う母親同士の交流について、高谷邦彦（2019）は、Twitter がユーモアを交えた気軽な交流の場として機能しており、居心地の良いサード・プレイスとして評価している。このように、既存のママ友との関係強化にも、匿名での気軽な交流にも SNS は利用することができ、現代の母親の多様なニーズに応えていると考えられる。

以上のように、日本の研究はソーシャルメディアの利用実態や母親同士の交流の在り方の一部を捉えてきたが、これらのメディア利用が母親の実践にどのような影響を与えているか、母親の社会規範に対してどのように挑戦してきたか等、フェミニズムの文脈においては十分に議論されていない。この点は欧米の研究がより踏み込んで論じており、本稿にて詳しく議論していく。

本稿ではまず、オンライン空間にて母親自身が実際の母親業を語ることの重要性についてなされてきた議論を整理する。次に、母親同士の連帯や助け合いの観点から議論された研究を紹介する。そして、「ジェンダー実践（doing gender）」の概念を使い、ソーシャルメディアが新たなジェンダー実践の場となっていると論じる研究をまとめる。加えて、私的領域や母親業が市場に取り込まれ商品化されていると指摘する研究をレビューする。最後に、母親のソーシャルメディア利用研究における交差性の議論を整理する。これらの研究群から、日本の研究に活かせる視点を提示し本稿のまとめとする。

論文の収集は Google Scholar にて「mother, motherhood, mothering, parenting, pregnancy, pregnant」のいずれかのキーワードと、「social media, SNS, blog, blogging, Twitter, X, Instagram, Facebook」のいずれかのキーワードを組み合わせて検索し、タイトルや要約からジェンダーやフェミニズムの視点が含まれていると判断したものを取得した。性的少数者や障害者等、マイノリティ性をもつ母親に関する論文については、上記キーワードに「LGBT, sexual minority, disability, disabled, minority group, people of color, black, Asian」のいずれかのキーワードを加えた。収集した論文中に引用されている論文についても、本稿のテーマに沿ったものを取得するという「スノーボール・サンプリング」を模したアプローチも用いた。論文の検索は 2025 年 6 月から 8 月にかけて行われ、22 本の論文を分析のために取得した。分析した論文は、英語で執筆したものに限られている。

2. 母親が自分の経験を語ること

主要なメディアにおける母親表象や、完璧な母親を求める社会規範への抵抗は、母親とソーシャルメディアに関する研究において主要なテーマである。等身大でリアルな母親の在り方

を、当事者である母親が自ら語ることの重要性を評価する研究は多く存在する。母親のソーシャルメディア研究において最も蓄積が多いのは、育児ブログに関するものである。スマートフォンを介して手軽に利用できる SNS が普及する前に人気を集めたブログは、多くの母親が日々の出来事を記録し、他の女性たちと共有するツールとして使われてきた。全盛期であるおおよそ 2005 年から 2015 年 (Gibson 2019: 8) の間、「マミー・ブログ」は社会現象として多くの関心を集めた。

その議論の中心となったのは、オンライン空間における母親の存在そのものである。つまり、私的領域とされる育児や家事についての個人的な実践や感情を、公的なオンライン空間に向けて発するという公私境界への挑戦についてである。そして、母親が自身の経験について自らの言葉で語ること、多様な育児の経験が共有されることが評価された。しかし、オンライン空間における女性の発信が、彼女らをオンライン上の家庭領域に押し込んでしまう危険性についても論じられている。

次に、Sharon Hays (1996) による「徹底した母親業 (Intensive mothering)」や Susan Douglas and Meredith Michaels (2005) による「新母親主義 (New momism)」といった、母親がすべての労力と資源をつぎ込み子ども中心の生活をするといった母親規範への抵抗と限界に関する議論もなされている。同様の視点は、Twitter の母親コミュニティを巡る研究にも表れている。

2.1 オンライン空間で母親が自身の経験を語ることの意義

オンラインで育児について発信する母親について蓄積が多いのは、「マミー・ブロガー」に関する研究である。「マミー・ブログ」と称される母親による育児ブログは、あるブロガーによる「マミー・ブログはラディカルな行為 (Mommy blogging is a radical act)」という宣言がきっかけとなり、主にアメリカを中心に、その政治的な意味合いがブロガーや研究者により議論されることとなった。Lori Kido Lopez (2009) は、「子どもについてブログを書く女性たちは、困難や挑戦に関する彼女らの個人的な語りを他の母親との会話へと変容させていくなかで、母性、女性ブロガー、そして公的空間における母親の位置づけについての私たちの認識を広げ始めている (Lopez 2009: 744)」と評価している。Lopez (2009) は、ブログ空間が男性中心的に語られてきた経緯を踏まえ、アメリカにおける「マミー・ブロガー」たちについて、彼女らが主要メディアを支配する「良い母親」像に挑戦する存在であると同時に、男性中心的なブログを巡る言説に立ち向かいオンライン空間での居場所を要求するラディカルな存在であると論じている。

May Friedman (2013) も同様に「マミー・ブログ」を高く評価しており、様々な母親たちの実践が公的に書き記されることで、「母性的主体性の理解に変化をもたらし始めている (Friedman 2013: 27)」と述べている。Aimée Morrison (2010) は、「マミー・ブログ」と呼ばれるジャンルが、単なる母親たちの経験の集合体ではなく、「目的意識を持った意図的な社会関与 (Morrison 2010: Introduction section, para. 1)」であるとし、社会的に忘却されがちな母親という経験を公的

なものにする実践として評価している。「私的生活と公的な著作物の間に引かれた境界線に挑み続け、同時に作家として、そして母性を自己像に統合する女性としての声を育てながら、実践と支援の共同体を築いている (Morrison 2010: Conclusion section, para. 1)」という主張は、オンライン空間にて母親がナラティブを構築することと、私的領域において個別に育児をしている母親たちにとっての共同体を築いていることの両方を評価するものである。

しかし、「マミー・ブロガー」という呼び名が常に育児についてブログを書く女性たちから歓迎されたわけではないことは、オンライン空間における母親を論じるうえで重要である。「マミー・ブログ」はラディカルであるという宣言自体が、「マミー・ブロガー」に批判的な女性ブロガーに対抗する形で発せられたものである (Lopez 2009)。歴史的に、女性が私的な出来事について書いた著書は、文学や自伝において下流とみなされてきたことと同様のことがブログのようなオンライン空間でも起こっていると Lopez (2009) は指摘する。女性であるがために、家庭での出来事についてブログに書くことで自らの意思に関係なく母親役割と関連付けられやすいことに対する抵抗感や、母親の書いたものを取るに足らないものとして軽視する風潮により、女性が母親アイデンティティと自らを関連付けることに困難を感じる背景がある点について検討が必要である (Lopez 2009)。

また、テクノ・フェミニズムの視点から「マミー・ブログ」を論じる Gina Mashullo Chen (2013) は、家庭についてブログを書く女性を「マミー」と呼ぶことは、彼女らをデジタルな家庭領域へ押し込むことであると述べている。女性たちが家庭や家族について書くという行為がエンパワメントになり得るとしたうえで、Chen (2013) は「マミー」という呼び方が、特定の母親像にしか当てはまらず、その母親像に当てはまらない女性にとり抑圧的であると述べている。母親を「マミー」と呼ぶのは主に幼い子どもであり、「マミー・ブロガー」という呼び名は、家庭に籠り、手のかかる幼い子どもを育てる母親を想起させる。Chen (2013) は、Judith Butler (1993) のパフォーマティビティの概念を用い、「マミー・ブロガー」という言葉が、ヘゲモニックな母性の台本を反映しており、多様な母親のアイデンティティや主体性を奪うものであると議論している。一方で、「マミー・ブログ」や「マミー・ブロガー」という呼び方は既にブログ空間における一つのジャンルとして確立しており、市場におけるネームバリューがある点や、ブログにアクセスするためのキーワードとして既に広く知られていることから、「マミー・ブログ」という呼び名を変えることは現実的ではないとしている。Chen (2013) は、マミーという呼び名が中立的なものではなく文化的な意味合いを持った言葉であると理解し、抑圧的になり得ることに気づくことが、母親がヘゲモニックな母親役割から解放される力になると結論付けている。

2.2 「徹底した母親」に対抗する「悪い母親」

母親ブログの中には、「悪い母親 (bad mommy)」を自称するブログが多く存在する。社会が求める完璧な母親像を批判的に捉え、完璧ではない母親実践をさらけ出すのが「悪い母親」ブ

ログの特徴である。現代の母親業は、Hays (1996) によって「徹底した母親業 (intensive mothering)」と名付けられた通り、育児にすべてを捧げることを要求されている。「悪い母親」ナラティブは、この「徹底した母親」への抵抗を試みるものである。

フィンランドにおける母親ブログを研究した Mari Lehto (2019) は、「悪い母親」ナラティブを、母親への過度な期待と実際の母親業の間で生じる摩擦や矛盾を理解しようとする試みであり、生存戦略と位置づけている。そもそも「悪い母親」としてブログで告白される行為自体が、抱っこ紐やオムツの選択に関することや、子どもに 100% 感情的エネルギーを注げないといった程度の「悪さ」でしかなく、些細なことで批判されがちな母親業について自虐的に書くことで、いかに完璧な母親像というものが現実とかけ離れているか告発している。そして、そういったナラティブが読者から受け入れられることにより、「悪い母親」という「文化的ファンタジー」を提供することに成功している (Lehto 2019)。

「悪い母親」というファンタジーは「良い母親」の理想が社会で共有されていることを前提としたものであり、「悪い母親」像の提供が「完璧な母親」の神話を壊すものではない。しかし、「完璧な母親」の神話を壊すことが出来なくても、「完璧ではない母親」という存在を普通化していると、Lehto (2019) は一定の評価を与えている。

一方、イギリスを中心とした英語圏において、「悪い母親」、「だらしない母親」を自称するブログの読者たちをインタビューした Kate Orton-Johnson (2017) は、特定のブロガー間の対立への読者らの反応から、ユーモアをもって発信される逸脱した母親の告白が、読者にとって解放的であると同時に、母親の語りが社会的な監視のもとにあるという緊張感を与えると論じている。読者たちは、「自分たちの母親としての実践を振り返るための対象物として、心地よいと感じたり挑発的だと感じたりする声を注意深く追いかけている (Orton-Johnson 2017: 8)」と同時に、「こうした声を持つ、公的でネットワーク化され、さらけ出された性質に居心地の悪さを感じ、これらの声に反論がなされると、自身の立場も損なわれたように感じる (Orton-Johnson 2017: 8)」と議論している。

ブロガー間の対立は、ある「悪い母親」ブロガーが、自分の時間が取れないことのフラストレーションを、子どもの顔にワインをかけたくなった等と表現したことについて、この発言をユーモアと受け取らなかった他の母親ブロガーから非難された出来事だが、これに関して、母親が他の母親を批判することに対する失望や、子どもに対する影響については配慮されるべきだという意見、子どもへの影響を引き合いに出し母親の自己表現が制限されることへの拒否感等、様々な読者の反応が分析されている。Orton-Johnson (2017) は、「悪い母親」ブログとその読者が浮き彫りにするのは、「何を開示して良いのかの基準 (Orton-Johnson 2017: 9)」であり、子どもについて公にどう表現するか、子どものアイデンティティがどう表現されるかに関しては、「良い母親」であることが求められると議論している。ブログが母親としての新しい表現のためのプラットフォームではなく、「長い間保持されてきた母親の性質、アイデンティティ、そ

して役割に関する規範的な考えに対する表現と葛藤が強化され固定される、新しいプラットフォームとして機能していることを示唆している (Orton-Johnson 2017: 8)」と結論付けている。

「悪い母親」ブログを巡る議論は、母親が自らの物語を書くことの有効性とその限界を示している。理想の母親像とは異なった現実を示すことは、解放的であり、オルタナティブな母親像を提供することでもある。一方で、理想の母親像を破壊することはできず、子どもに関する懸念に対しては「良い母親」でいることが求められ、母親像を巡る葛藤自体が強化され固定化される。

一方、母親同士の結束の強い Twitter 上の母親コミュニティに関する研究では、現実的な母親像を表現することの力をより肯定的に捉えている。上記のブログ研究と同様に、母親たちの声がオンライン空間に存在することの意義を、「徹底した母親」への対抗として分析した Twitter に関する研究を紹介する。

Elza Lāma and Gatis Lāma (2023) による、ラトビアにおける Twitter 上の母親コミュニティについての研究では、母親たちが Twitter を使う理由をインタビュー調査から明らかにし、母親コミュニティ内の実際の投稿を分析し、彼女らの利用動機を裏付けている。インタビュー調査からは、母親たちが自分の経験を、失敗談も含めて共有できる安全な場所であり、母親という経験が多様であることを学べる場所という語りを得ている。Lāma and Lāma (2023) は、現代の理想である「徹底した母親」規範を、「親としての役割に完全に満足し、あらゆる問題に対して無自覚な、異性愛規範の中産階級の『幸せな』カップルのみを認める (Lāma and Lāma 2023: 266)」もので、母親たちの Twitter 投稿は、「すべての感情、複雑さ、そして勝利を尊重する (Lāma and Lāma 2023: 266)」ものとして位置づけている。

Lāma and Lāma (2023) の分析は、SNS における母親同士の交流が、単なる情緒的なサポートやストレス緩和といった機能にとどまらず、リアルな母親、多様な母親の多様な経験を包括するプラットフォームとして機能していることを示している。また、匿名性が高いことで安全な場所として機能し、ネガティブな感情や経験を共有でき、「一人じゃない」「同じ問題を他にも多くの人が抱えている」と感じられるのである。「女性たちの語りは、これらの異なる意見が、多様な母親業のスタイルや、スティグマ化された、そしてタブーとされる気持ち、行いをいかに普通化することを助けているかを明らかにしている (Lāma and Lāma 2023: 262)」。

2.3 日本のオンライン空間における母親のナラティブ

本章で見てきた海外の母親ブログや Twitter コミュニティに関する研究は、オンライン空間に母親が自らのナラティブを構築することの意義、母性規範への挑戦やその限界、ラベル付けによる役割強化の危険性、逸脱した母としての自己表現が読者や社会に与える影響等を明らかにしてきた。これらの知見は、日本における母親のソーシャルメディア利用を分析する上で多くの示唆を与える。

まず、現実的な母親像や、多様な母親像がオンライン空間に存在することの意義や、ソーシャルメディアが形作る母親像、完璧ではない母親像が読者や社会に与える影響についても日本社会の文脈で議論されるべきである。日本における母親規範について母親たちがどう解釈し、実際の育児との間に生じる葛藤についてどのように表現しているのか、育児ブログやSNSでの発信から考えていくことが出来る。日本においても「徹底した母親」の理想は強固であり、母親の自己犠牲を当然視する文化的期待が存在する。こういった期待は、母親たちによってどのように解釈され、交渉され、抵抗され、または再生産されていくのか、ソーシャルメディアにおけるナラティブから読み解くことが出来ると考える。

また、「悪い母親」や逸脱的な母親表現が、日本の文脈においてどのように受け入れられ、または拒絶されるのかという点を検証することで、日本における母親像を巡るポリティクスに迫ることが出来る。たとえばXでは、育児中に起こるアクシデントや育児のフラストレーションについて、しばしばユーモアを持って語られ、「#名画で学ぶ主婦業」のようなトレンドを形成することもある(田中 2018)。同時に、育児に対するフラストレーションや、家事育児の「手抜き」をユーモアとともに表現することは、ユーモアを解さない読者によって批判され、広く拡散され「炎上」してしまうリスクも有する。

逸脱した語り、完璧ではない母親の語りはどの程度可能で、読者からどのように共感され、または拒否されるのかは、オンライン空間において母親が自身のナラティブを構築するのがどの程度可能なのか調べる指標になり得る。また、コミュニティの結束力の強さが、オンライン上で何を開示できるのかの基準に与える影響があるのかなど、深く掘り下げて研究していくことで、母親の自由な語りが可能になる条件等が明らかになると考えられる。

3. ソーシャルメディアを介して助け合う母親たち

母親達の助け合いについては、育児や妊娠に特化したオンライン掲示板やウェブサイトに関する研究蓄積があり、母親たちの育児フォーラム上の助け合いや知識の共同構築は、社会関係資本の構築でありエンパワメントと高く評価する研究もある(Drenta and Moren-Cross 2005)。ブログ、Facebook、Xに関する研究でも、母親たちの相互の交流をコミュニティとして論じるものは多い。

3.1 安心できるコミュニティ

SNSの代表的な存在であるFacebookでは、既存の友人や知人と繋がり交流するだけでなく、趣味やライフスタイルに関したグループを作成し、オンライン上で新たな繋がりを作ることでもできる。Facebook上には多くの母親グループが存在し、母親たちが母親役割を獲得し変化に適應するための重要なコミュニティを提供していると議論されている(Biră et al. 2020; Gleeson et

al. 2022). Danielle M. Gleeson et al. (2022) はオーストラリアにおける Facebook 上の母親グループ、特に小規模で閉じられたグループを対象にインタビュー調査を行い、こうした交流が現代の母親にとっての「村」として機能していると論じている。ここでいう村とは、「子どもを一人育てるのには村が一つ必要 (It takes a village to raise a child)」という諺に由来し、子どもを育てるために必要な社会的支援やネットワークを指している。小規模のグループ内では、プライバシーが保たれている、深い共感が得られると感じ、プライベートな事柄も共有しあうようになり、特に、社交に困難を抱えている女性や孤独な女性にとり重要なサポートとなっている (Gleeson et al. 2022)。

Monica Bîră et al. (2020) は、ルーマニアの母親たちによる Facebook の母親グループでの交流を分析し、母親同士の助け合いがどのようにオンラインで展開されているかを明らかにした。母親、特に新たに母親となった女性は孤独感や不安を抱えやすいが、オンラインでの交流が困難を和らげている。この論文では、グループ内の社会的支援を、情動的、情緒的、肯定的、道具的の4つに分類して検討している。母親たちは、育児情報や生活上の工夫を共有するだけでなく、悩みに共感し励まし合うことで孤独を軽減し、育児にまつわるあらゆる選択に対して肯定的な言葉がかけられ、「自分は一人ではない」という安心感を得ている。さらに、必要な人への物品の提供や寄附といった具体的な援助も見られ、Facebook のプラットフォームを介して互助関係が形作られている (Bîră et al. 2020)。

これらの交流は、拡大家族から得られるサポートの代替として機能しており、伝統的な母親観から距離を置き、新しい母親観を構築しようとする母親を助けていると論じている。例として、理想化された母性を拒否し、子どものニーズだけではなく、自分自身のニーズも大事にするといったことや、心理療法等の専門的なケアを受けることをスティグマ化しないといったことが挙げられている (Bîră et al. 2020)。

また、女性に特化した Facebook グループが、彼女らにとり安全な場所として機能し、パートナーからの暴力に関する話題がしばしば投稿されることについて調査した Elizabeth Tadman-Kickham (2024) は、カナダを中心とした英語圏の文脈において、こういった母親コミュニティが暴力を受けたメンバーへの情報提供や情緒的サポート、そして彼女が経験したことが暴力であるという認識にも役に立っている点を指摘している。家族や友人から孤立し、公的機関に相談することの心理的ハードルが高い女性にとり、匿名化機能を利用して相談できるインフォーマルな繋がり重要であるとしている。多くの場合、同様の経験をした女性たちからの共感のメッセージが寄せられ、ピアサポートの場として機能している。しかし、具体的なアドバイスを求める投稿に対して共感や励ましがなされたり、地域や国の違いから法制度が異なる中でアドバイスがなされたり、安全対策の提案をせずに「彼から逃げて」「なぜ別れないのか理解が来ない」というコメントがされるなど、相談者にとり有益ではないやり取りも多い。専門的な知識を持った公的支援がこういった Facebook のグループのメンバーとなったり、グループの主

催者と連携を取ったりするなどの介入が望ましいと Tadman-Kickham (2024) は提言している。

3.2 団結して変化を求める

先に紹介した Lāma and Lāma (2023) による Twitter の研究で、Twitter の母親コミュニティが共感や励まし合いを超えて、「抗議の場」にもなっていることが明らかになっている。例えば、本来ならば国から支払われるべき麻酔の費用を産婦が払わされている現状について社会に認知させるために Twitter が有効であったケースが紹介されている。Twitter がラトビア社会において影響力をもつプラットフォームである点と、母親コミュニティの結束力が語りの中で言及されており、ツイッター・ママ (Twitter moms) を自称する女性たちは「必要があれば(会話に)割って入り、追加の証拠や経験談、あるいは単に強いサポートの言葉を提供する (Lāma and Lāma 2023: 263)」。こういった結束の強さが、ある問題に直面しているのは自分だけではないのだと母親たちが感じ、重要なエンパワメントになっていると論じられている (Lāma and Lāma 2023)。

3.3 日本におけるオンラインの助け合い

日本においても、SNS での繋がりが母親の孤独の緩和に有効であることが明らかになっている (Mandai et al. 2018)。しかし、実際にどのような交流が行われ、母親たちがそれらの交流をどう意味づけているのかについては、まだ十分に研究されていない。Facebook のオンライングループのように、メンバー承認制でプライベートな側面の強い母親グループや、X のように匿名性の高い SNS におけるやり取りが、日本においてどのように安心感や帰属意識を生み出しているのか検討することが重要である。特に、少子化や核家族化が進む日本において、孤独を回避し、育児の知識や情緒的サポートが得られるコミュニティを求める母親の実践は重要な研究テーマとなる。

さらに、ソーシャルメディア上での交流は新しい母親像の模索や構築の場としても機能している。ルーマニアの事例で示されたように、時代にあった母親像の探求は日本にも共通する課題である。育児と仕事の両立や、パートナーと協力し合って育児をすることは祖母世代とは異なる母親の在り方であり、オンライン・コミュニティは母親像の構築を助ける役割を果たすものと考えられる。また、寄付や物的支援のような物理的な支援に繋がる事例もあるのか、母親たちがコミュニティから得られる支援の特徴や程度についても検証し、現代の母親がもつオンライン・コミュニティの有用性と限界についても調査することで、母親が求める育児支援の在り方をアップデートすることも可能だと考える。

家庭内暴力のような、周りに相談しづらい性質の問題に対しても、匿名性の高く、共感が得られることが分かっているコミュニティが存在することは重要である。日本においても、インターネット上で親密な相談がなされることは多くある。日本の SNS 上の母親コミュニティが、

情動的、情緒的支援を得る場所として機能しているか、善意であっても危険性の高いメッセージが発信されていないか等は検証される必要がある。

母親達が互いに助け合い、社会に変革を求める可能性にも注目するべきである。ラトビアの事例にみられるような結束の強いコミュニティは、日本の X 上でも観察され、情動的サポートや共感的サポートを通じて連帯を強めている。例えば、無痛分娩の費用助成や、妊婦健診・分娩費用の公的補助拡充を求める声は、母親コミュニティでたびたび議論されているテーマである。こうした声がどの程度社会に影響を与えているのか、また母親たち自身がどのように影響力を感じているのか調査をすることは重要である。彼女らが、妊娠出産というプライベートな経験を共有することの動機として、日記のような記録や、共感し合いたいだけでなく、社会と繋がり、母親という経験を社会的な会話に繋げたいという側面があると考えられるからである。

4. 「ジェンダー実践」の場としてのソーシャルメディア

母親のソーシャルメディア利用について、Candace West and Don H. Zimmerman (1987) の「ジェンダー実践 (doing gender)」概念を用いた分析を紹介する。Facebook に新たに母親になった女性たちが赤ちゃんの写真を投稿することや、Instagram においてエコー写真やベビーグッズの写真をシェアすることについて、「母親実践 (doing mother)」や「妊婦実践 (doing pregnancy)」という視点から論じている研究がある。これらは、社会から承認されるジェンダー実践がオンライン空間において再生産される様子について論じている。

4.1 Facebook 投稿とジェンダー実践

Sarah J. Schoppe-Sullivan et al. (2017) は、Facebook が「ジェンダー実践 (doing gender)」の新たな舞台になっていると指摘している。Schoppe-Sullivan et al. (2017) によると、新たに母親になった女性たちは、「母親実践 (doing mother)」として、家族や友人と繋がりのある Facebook に写真等を投稿する。Facebook 利用には個人差があるが、母親としてのアイデンティティを確認したい気持ちや、社会から求められる理想的な育児へのこだわりを持っている母親ほど、Facebook の利用頻度が高く、投稿に対する周囲の反応に敏感であることを明らかにした。背景には、社会が母親に課す役割と規範が存在し、「ジェンダー実践」、「母親実践」を通して外部から承認を得ることで良き母親であることを証明しようとするが、そういった承認への依存が幸福感を低下させるとしている。また、投稿に対するポジティブな反応は、女性が「母親をする」と賞賛する社会の在り方がオンライン空間に持ち込まれたものであり、母性規範を再生産し強化していると議論している (Schoppe-Sullivan et al. 2017)。

4.2 Instagram において可視化される妊娠

Instagram は写真共有を特長としたソーシャルメディアであり、人気を集めたユーザがインフルエンサーとして多くのフォロワーに影響を与えるソーシャルメディアである。また、女性を中心として人気が高いプラットフォームであり、多くの母親が利用している。

Katrin Tiidenberg and Nancy K. Baym (2017) は、Elena Neiterman (2012) の「妊婦実践 (doing pregnancy)」の概念を用い、妊娠中の女性が Instagram 上でどのように妊娠を表現し、既存の社会規範に追従するのかを分析している。そして、現代の妊婦が自らを徹底的に管理することを「徹底した妊娠 (intensive pregnancy)」と呼び、Instagram に投稿される写真、キャプション、ハッシュタグを分析し、「学ぶ」「買う」「魅せる」の3つのカテゴリーに分けて論じている。

まず、「学ぶ」ことは、妊娠に関する医学的知識や情報を積極的に学び、共有することが強調される。超音波画像の投稿や、妊娠週数や体重の記録など、医学的な言葉や指標が頻繁に使用され、妊娠を医療化し管理する様子が分かる。

次に、妊娠中の女性は、出産準備や育児に必要な商品を購入することが推奨される。Instagram では、これらの商品を紹介する投稿が多く見られ、消費を通じて「良い母親」をしていることが示されている。また、妊娠中においても魅力的な女性であることが求められるため、ファッションの選択が強調され、外見を通じて自己表現が行われている。これらの投稿は、妊娠中の女性の行動や身体に対して社会からの期待があること、そして女性たちが Instagram 投稿を通してそれに応えていることを示している。こうして、母になる前から、「妊婦実践」を通して自己管理や子ども中心の生活を体現していく (Tiidenberg and Baym 2017)。

4.3 Instagram と自分を比べない母親たち

一方で、SNS 上でのジェンダー実践やジェンダー表現が周りに与える影響について、Eloise R. Germic et al. (2021) は、Instagram のインフルエンサーが母親に与える影響を調査した。Instagram インフルエンサーを、完璧な母親像を発信する「アルファ・ママ (Alpha-mom)」と、散らかった部屋や母親を感じる困難を編集せずに発信する「リアル・ママ (Realistic mom)」に分け、それぞれの投稿を見せられた被験者の自己効力感が、投稿を見る前と見た後で変化するかを調べた。ソーシャルメディア上のイメージと自己を比べ、アルファ・ママの投稿と接すると自己効力感が下がり、リアル・ママの投稿と接すると自己効力感が上がると仮説を立てたが、この調査においてはこの仮説が棄却されている。この結果が示すことは、ソーシャルメディアで理想化された投稿を見ると自分と比較してしまうという従来の SNS 研究が、そのまま母親のソーシャルメディア利用に当てはまらない可能性である。この結果の分析に、Germic et al. (2021) はフェミニズム理論を用い、Julia E. Timmins (2019) や Sara Ruddick (1989) が、母親という経験において強さやエンパワメントを経験したのは、母親コミュニティの中にいたときであったという点を引用し、実験に参加した多くの被験者がソーシャルメディアの母親グループ

に属していた点から、母親たちは既に自らの強さを見つけ、他者との比較等のネガティブな影響を受けなかったのではないかと論じている (Germic et al. 2021)。

しかし、先に紹介した「悪い母親」ブログに関する研究が示すように、ソーシャルメディア上で表現される母親像がどのように他者から受け取られるか、特に批判の対象になる場面等を目撃した場合には、表現して良い母親像とするべきではない母親像についての考えが強化される可能性がある。例えば、「リアル・ママ」の投稿に共感している場合に、その投稿にネガティブなコメントが付いたりネットミームのように晒されたりするような出来事があれば自信が損なわれることも考えられ、コミュニティに属する女性がどのような条件下でエンパワメントされ、どのような条件下で自信を損なわれるのかについて更なる検証が必要である。

4.4 日本の母親実践や妊婦実践

「ジェンダー実践」「母親実践」という枠組みは、日本の母親のソーシャルメディア利用について議論する際にも有用である。ソーシャルメディア上で、どのように「母親実践」がなされているか、特に Facebook のように実社会との繋がり強い実名利用のメディアにおいて、どのような母親実践が行われ、また強化されているのかは興味深いトピックである。

そして、エコー写真、マタニティフォト、妊娠記録アプリのスクリーンショットの共有等により、日本の SNS 上においても妊娠は高度に可視化されている。妊娠期から既に「良い母親」規範の内面化が始まる過程は日本にも共通するものと考えられる。それらを分析することは、日本の母性規範を研究する上で重要である。そして、これらの投稿が、同様に医療化された妊娠管理や消費行動、外見維持といった社会的期待に沿って行われているのか、またはオルタナティブな表現が存在するのかも検討したい。

次に、SNS 研究やメディア研究が想定する「理想化された投稿との比較」や「比較による自己肯定感や自己効力感の低下」が、母親集団では必ずしも当てはまらない可能性があることが示唆されているが、日本の文脈においても、母親同士のコミュニティに属することが、SNS によるネガティブな影響の緩和に役立つ可能性があるのか興味深い。影響を受けやすい条件や、受けにくい条件などがあるのか掘り下げることが出来れば、ソーシャルメディア利用全般についても応用できるような議論ができると考える。

5. 商業化された母親業

ソーシャルメディアと母親業を議論するにあたって、新自由主義とポストフェミニズムが家庭領域に及ぼす影響を検討する必要がある。母親がソーシャルメディア上で自身の経験を語り、母親業に関する葛藤を表現し、コミュニティ形成を志向する営みが、市場の論理に巻き込まれ、個人的な経験が商品化されている。新自由主義は、政治的な課題を個人の努力や工夫に

帰属させ、ポストフェミニズムは構造的な不平等を不可視化することで、母親たちに家庭と仕事の両立を自己責任として担わせる傾向を強めている。家族中心の生活を送りながら収入を得られるブロガーやインフルエンサーを、個人的なことの商品化や新たな不安定労働として論じる研究を紹介する。

5.1 個人的なことの脱政治化と商品化

Kara Van Cleaf (2015) は、マミー・ブログ現象と 1970 年代の第二派フェミニズムにおける「個人的なことは政治的なこと」との違いについて議論する中で、マミー・ブログを Adrienne Rich (1976) による『*of woman born*』と比較しながら、ブログというプラットフォームが母親の生み出す価値を吸収し、同時に彼女らの声を脱政治化させていると批判した。

Van Cleaf (2015) によると、第二派フェミニズムにおいて、個人的なことを共有することは、構造的な差別や男性による支配に対する批判と結びついていた。しかしマミー・ブログにおける個人的な経験の共有は、感情的、そして経済的な価値生産のために掘り起こされている。個人の経験が、データ収集、広告、アクセス数などによって利益を生む近代の生産様式となったと Van Cleaf (2015) は指摘する。マミー・ブログは「母親によって価値が生み出され、メディア・プラットフォームによって吸収される、同時的に起こる母親業の商品化と脱政治化の様相を明らかにした (Van Cleaf 2015: 249)」と議論している。

Van Cleaf (2015) は、新自由主義的な強靱性の言説がマミー・ブログによって表現され、政治的なことを個人化し、構造的な不平等を脱政治化すると議論している。母親たちがブログにアクセスすることに経済的価値があるため、困難を乗り越える物語、育児が社会的に支援されず、経済的に過小評価され続けることで発生する困難を乗り越える強靱性の物語は、母親業の価値を取り戻そうとする女性たちのオンライン上のコミュニティへの参加を促す。個人的な経験をさらけ出すラディカルさは、新自由主義的な環境と、プラットフォームを介して市場に入ることにより、その政治性を奪われている (Van Cleaf 2015)。

5.2 母親の不安に付け込むマーケティングと不安定労働

ソーシャルメディアを通して収入を得ることは、家庭と仕事の両立を迫られた母親たちの不安定な労働と捉えられる (Archer 2019; Banton and Brady 2024)。Cydney Banton and Miranda J. Brady (2024) は、Instagram の母親インフルエンサー (ママフルエンサー) の投稿を分析し、彼女らの提供するコンテンツが、多様で現実に即した母親という経験ではなく、プラットフォーム上の露出が高くなるよう計算された演出に置き換わっていることを指摘している。現代の母親業が新自由主義的な枠組みの物で機能し、家事育児に対する責任だけでなく、柔軟に働き経済的にも家庭に貢献することが要請されるなかで、家庭生活を収益化するママフルエンサーたちがいる。家事育児に関する写真や動画を作成し Instagram にアップロードして広告収入を得

るものだが、Banton and Brady (2024) は、こういったマムフルエンサーのコンテンツは、ソーシャルメディアの仕組み（いいねや拡散等の反応を得ることで露出が増える）と、アフィリエイトの仕組み（露出に応じて広告収入が得られる）が組み合わさり、誰もが憧れるような均質化された母親業や、限定的な家庭像や役割を表現するように要請されていると指摘している。こうして、「利益が『良い母親』に対する共通認識と、それが持続させる価値を規定してしまう (Banton and Brady 2024: Conclusion section, para. 2)」。SNS のプラットフォームは、孤独の中から共感できるコミュニティを求める母親たちに対して、母親の理想化されたイメージを提供し、不安に付け込む形で収益を得ている。

しかし、Banton and Brady (2024) は、マムフルエンサー自身を責めることは出来ず、彼女らもプラットフォームから搾取されていると論じている。マムフルエンサーらもまた、不安に付け込まれ、規制が無く不安定な労働に動員されている。Banton and Brady (2024) は、SNS 収益化をマルチ商法に例え、アフィリエイト・マーケティングは、「子育てをしながら有償労働にアクセスしたいという、彼女らの非常に妥当な欲望を食物にしている。しかし、この新自由主義的モデルは、母親が自らの労働において柔軟であり、かつ不安定であることに依拠している (Banton and Brady 2024: Conclusion section, para. 4)」としている。

同様の議論は、オーストラリアの母親インフルエンサーと PR プランナーの双方に存在する葛藤について論じる Chatherine Archer (2019) によってもなされている。母親ブロガーは、「遊び (プレイ)」と「労働者 (レイバー)」が交錯する「プレイバー」として活動し、自己表現やコミュニティとの繋がりを求めつつ、収益化の圧力にも直面する。PR プランナーは彼女らを消費者や潜在的なコンテンツ作成者としてしか考えておらず、母親たちが自らの声やコミュニティを重視している点について理解がない。オーストラリアの文脈においては、子育てを機にパートタイムで働く女性が増えることから、自宅から収入を得られるインフルエンサーが、子ども中心に仕事をしたいという女性たちのニーズ、そして家庭も仕事も自己実現もすべきだという新自由主義の枠組みに合致する一方、自由な自己表現が制限されることによる葛藤を母親たちは経験する。新自由主義の枠組み、そして母親ブロガーを消費者かコンテンツ制作者としかみなさない PR プランナーによって、母親ブログが「商品化されていない公共圏から市場 (Archer 2019: 106)」へと変化してしまったと議論している。

Archer (2019) は、母親ブロガーらは人生の転換期にいたり、それぞれが個別に働いていることなどから脆弱な立場に置かれているという倫理的な問題も指摘する。一方で PR プランナーらもまた、従来のテレビや雑誌から視聴者や読者がソーシャルメディアに移行したことに伴い、プロフェッショナルではないインフルエンサーたちに頼らざるを得ない状況に直面しており不安定な状態である。インフルエンサーによる PR は、Instagram 等のイメージ共有型のソーシャルメディアを中心に今後も増加することが予想されることがや、子どものインフルエンサーが増えてきていることなどから、Archer (2019) は今後の展開を注視する必要性を説いて

いる。

5.3 日本における母親インフルエンサー

ソーシャルメディアの商業化が現代の母親業にどのように結びつくのか、日本の文脈においても様々な視点から研究ができると考えられる。母親インフルエンサーによる商品のプロモーションや、母親にインフルエンサーになって SNS 収益化を目指すように呼び掛けるコンテンツ等、個人的な経験を商品化し、オンラインでの繋がりを金銭的価値へ交換するプレッシャーは、母親のソーシャルメディアの現場において既に存在している。

長時間労働を前提とした働き方が依然として主流である日本において、子育て中の女性が仕事と育児の両立に困難を抱えている。同時に、自身の創意工夫によって柔軟に労働して経済的に自立することを新自由主義の枠組みの中で求められている。そんな中、既に存在する母親インフルエンサーや SNS 収益化の「チャンス」は、母親たちにとり新たな抑圧となり得る。

また、そういった母親インフルエンサーが広げる母親像や、それによって読者が受ける影響についても調査が必要である。育児の孤独からソーシャルメディアにコミュニティを求める女性たちが受け取るメッセージが、等身大の母親の多様な声ではなく、編集された理想的な母親像だとしたら、オンライン上に存在していた母親自身のナラティブではなく、主要メディアが繰り返してきた「理想の母親」規範の再強化の場がオンラインに移行しただけということになってしまう。Archer (2019) が指摘するように、動画系のメディアが人気を集め私的領域の商品化はますます進んでおり、子どものインフルエンサー化も進む中で、SNS が子育てや母親の実践にもたらす影響は大きな研究テーマとなる。

6. 交差性の視点から母親とソーシャルメディアの関係を議論する

母親とソーシャルメディアの関係を議論する上で、交差性の視点を持つことが不可欠である。オンライン上における母親たちの語りは、理想化された母親像に対抗し、現実の母親像を提示しているという点で有意義である。しかし、その語りが社会における多数派の経験に偏っている場合、結果としてオルタナティブな母親像もまた特定の層に限定され偏りを帯びる可能性がある。さらに、オンライン・コミュニティが誰にとって有効に機能し、誰にとってそうでないかを問わなければ、社会的にもっとも脆弱な立場にある母親——性的少数者、若年層、障害を持つ母親など——を取り残してしまう。

ソーシャルメディアに寄せられる「誰もが自己表現できる民主的なメディア」という期待は、母親という文脈において果たして妥当なのだろうか。たとえば、非白人や多様な社会経済的背景を持つ女性たちがブログ空間において「不在 (Lopes 2009: 754)」であるとされ、「白人、既婚、異性愛の女性の声」が母親ブログ空間を占有している (Orton-Johnson 2017: 4)」との指摘も

ある。一方、Friedman (2013) は白人中産階級女性に限らず、若年や未婚の母親や、異なる民族的背景を持つ母親のブログがオンライン空間に存在する点を肯定的に評価し、「規範的でない母親たちが、繋がりを見つけ、そして一般的に無視されているアイデンティティや子育て実践の側面に光を当てる力 (Friedman 2013: 87)」を持っていると高く評価している。

母親のソーシャルメディア利用を論じる際には、交差性の観点を取り入れ、様々な立場の母親の経験を可視化することが求められる。本章では、そのような交差性に基づいた研究の一部を紹介する。

6.1 非白人の不可視化と白人の孤独

アメリカにおける母親ブログと Facebook の母親グループについて論じる Charity L. Gibson (2019) は、白人中産階級女性がブログ空間やオンライン・コミュニティ空間を占有している状況について、彼女らが余暇に費やす時間が多いことや、仕事においてパソコン等のテクノロジーを使い慣れている点などを理由の一部として述べている。

加えて、非白人の母親が書くブログが「マミー・ブログ」と見なされない可能性について議論している。「人種」に関する言及があると政治的であるとみなされ、「マミー・ブログ」ではなく「人種」や民族アイデンティティに関するコンテンツであると解釈されることがあるためである。加えて、自身のバックグラウンドに言及していないコンテンツについては白人のものと解釈され、不可視化されてしまうという指摘も重要である。

また、ブログや Facebook における母親コミュニティに白人女性の参加が多くみられる点について、そもそも母親業における「孤独」自体が白人の問題である可能性についても Gibson (2019) は言及している。黒人コミュニティに見られるような疑似親族からのサポートや、アジア系、ラテン系母親たちが親族から受けるサポートを白人女性が受けておらず、白人女性がオンライン・コミュニティを頼らざるを得ない文化的な背景について論じている。

6.2 「有色人種の母親 (mothers of color)」のブログ

Chandra V. Reyna (2022) が行った、アメリカにおける有色人種の母親のブログの内容分析は、彼女らの母親業が、Gibson (2019) が指摘する「白人特権により無視できる形で存在する、人種や階級の政治に深くかかわっている (Gibson 2019: 6)」ことを明らかにしている。Reyna (2022) によると、有色人種の母親のブログは、彼女らがどのように「マルチレイシャル (multiracial)」な子どもを社会化させているかについての知見を提供する。子どもが自らのルーツに誇りを持てるよう教育を行ったり、多様性について教えたり、人種差別についての会話を通して公平性の価値観を身に着けさせるなど、マルチレイシャルな社会化を促す育児実践について共有している。人種差別的な扱いに子どもたちを備えることや、特に黒人の母親においては自身の息子が「黒人男性」として見なされることの危険性についても重要なテーマとして扱っており、母

親としての日々の苦労を共有するだけのブログとは異なる意図、機能を持っている (Reyna 2022)。

分析の対象となったブログの多くは成功し影響力を持っているが、その影響力をマルチレイシャルな家庭にとって重要な課題のために使っている。しばしば批判される「マミー・ブログ」の収益化の問題に関しても、多様性に関する本や、有色人種をモデルとした人形を買って支援するように呼び掛けるなど、多様性の主流化を促すための宣伝以外はほとんど行わず、一般に議論される「マミー・ブログ」の商業化とは異なる意図を持っている (Reyna 2022)。

彼女らのブログは、「すべての人種的背景を持つ親たちにとってのマルチレイシャルな知識の場…マクロレベルの文化生産に寄与し、またそれを形作る力を持っている (Reyna 2022: 1525)」と高く評価されている。また、こういったブログや、増加傾向にある動画系メディアでの発信が、人種やジェンダーに基づく暴力事件等が起きた時にどのような会話を提供するのかに関して、コミュニティ全体に重要な知見を与える可能性があるとして重要視している。

家族の多様性は、子どもが必要とする社会化のプロセスが多様であることを示しており、母親の家族に対する関わりが多様であり、多様な思考や努力が求められるものである。Reyna (2022) の研究がもたらす知見は、他のマイノリティ性を持つ家庭で行われる母親実践に関しても共通点が見出せるものと考え、母親ブログが母親という経験について多様なナラティブを提供するものであるが、それぞれの母親が持つ交差性に注視して、ブログ空間を独占するナラティブとは異なる声を持つ力に注意を払うことは重要である。

6.3 性的マイノリティの育児と情報開示における葛藤

育児を巡るソーシャルメディアの利用には、子どものプライバシーの問題が常に存在する (Brosch 2016; Chalklen and Anderson 2017; Kumar and Schoenebeck 2015)。育児をしている性的マイノリティ当事者にとり、自分のアイデンティティの開示が、パートナーや子どものプライバシーの問題と関係しており、ソーシャルメディアにおける投稿にも葛藤があることが明らかになっている。

Lindsay Blackwell et al. (2016) の研究における、性的マイノリティ当事者として子育てをしている親たちのインタビューでは、SNS において自身のセクシュアリティを開示することに伴う負担が語られている。主に Facebook グループや X の利用に言及があったが、既存の友人や家族に対してカミングアウトする前に、多様なセクシュアリティに対する理解があるかを見極めるというプロセスが発生する。LGBT 関連の記事や投稿に「いいね」をしていたり、LGBT の権利を擁護するアイコンを使用している等を確認し、安全な環境であることを確認してからカミングアウトをしていることが明らかになった。

次に、子育てや自身のアイデンティティについて公にすること、子育てについての日々の投稿ですら、望まずして「啓蒙者」となってしまう点が議論されている。この、啓蒙者という立

場は負担にもなり得るし、自身の経験が誰かの希望になるという自己肯定にも繋がり得ることが当事者の語りから明らかにされている。

最後に、LGBT 当事者のセクシュアリティ、アイデンティティは本人だけに帰属するものではなく、現在のパートナーや過去のパートナーのプライバシーも含む複雑なものであり、カムイングアウトには常に慎重さが求められることも指摘されている。そのため、複数のプラットフォームで、開示/不開示を使い分ける不便も生じている (Blackwell et al. 2016)。

6.4 障害児を持つ母親と障害を持つ母親

性的少数者の子育てにおける投稿が、「啓蒙」となってしまう点について、障害児を持つ母親においても共通している。障害児を持つ母親は、子どものニーズを社会に伝える必要性に迫られ、しばしば活動家にならざるを得ない。たとえば、自閉症の子どもを持つ母親のブログについて Daena J. Goldsmith (2021) は、母親はブログを通して自閉症受容を勧めるアライとなり得ると議論している。自閉症を巡る言説は変化を迎えており、治療や予防が出来るはずの「悲劇」として扱われてきたが、近年では多様な神経発達によるものとして見られている。必要なのは治療ではなく受容と配慮である。

Goldsmith (2021) は、母親ブログは自閉症の受容を促す活動の場になり得ると議論している。家庭の中で家族と関わりながら暮らす子どもをブログ等で発信することで、ステレオタイプや障害カテゴリーではなく個人として受け入れてもらうこと、他の親と互いにサポートしあうこと、自閉症の子どもについて読者を教育することや、自身が学ぶ様子を共有することを通して、母親ブログは自閉症者の最大のアライになり得ると Goldsmith (2021) は訴えている。また、大人になった自閉症当事者のブロガーとの対話の場ともなっており、当事者と親の相互理解に役立っている。

一方で、障害を持つ母親についてはソーシャルメディアにおけるプレゼンスが低い点を Jessy Erin Fletcher-Randle (2022) は指摘する。障害児育児についてではなく、育児をする障害者についてオンラインのリソースはほとんどなく、存在するものについては、子どもが自閉症と診断されたことをきっかけに自身も診断を受けた自閉症の女性が、自閉症の子どもを育てているものに偏っている。初めから自閉症であることが分かっていて子どもを持った母親のケースや、自閉症の女性が定型発達の子どもの育てているケース等は見過ごされている。また、自閉症や障害を持った母親に対するステレオタイプを覆すために、困難を乗り越えられたり、自身の特性を育児に活かしたりできるというような枠組みで障害の特性が語られ、能力主義を再生産するような言説も多くみられる (Fletcher-Randle 2022)。

6.5 子どもを失った母の語り

Astrid Joutseno (2018) は、「マミー・ブログは、トラウマ、恐怖、障害、喪失、病気、そして

死を語ることで、規範に抗う言説に関与する」と述べる。マミー・ブログに登場する出産体験記に焦点を当てた Joutseno (2018) は、出産は「赤ちゃんの誕生」として語られるが、マミー・ブログでは「母親の誕生」が語られ、そこには流産や死産も含まれる。Joutseno (2018) は、マミー・ブログの出産体験記を、Sara Ruddick (2003) による概念である母的实践 (maternal practice) や母的思考 (maternal thinking) への入り口と解釈しているが、喪失の中で書かれる出産体験記は、「喪失、死、障害のない物語として出産を構築する見方に対抗し……母的思考の概念を拡張する (Joutseno 2018: 82)」としている。

6.6 日本の母親と交差性

日本の文脈においても、民族的背景に言及されない限り「日本人」「日本民族」であると解釈される可能性が高く、民族的な背景に言及した場合には単なる育児ブログとみなされない可能性がある。セクシュアリティについても同様に、言及がない場合は異性愛者とみなされる可能性が高く、言及した場合には「望まぬ啓蒙者」となってしまうことは十分に考えられる。そして、カミングアウトをする場合には、そのオンライン空間が安全かを精査しなければならないという負担が存在する。少数者としての背景に言及しないまま、必要に応じた情報交換や情緒的交流を行うことも可能であり、性的少数者の親のように「使い分け」をしている当事者も多くいると考えられる。そういった負担や、使い分けの実践が、母親としての経験にどのような影響を与えるのかも研究が必要なテーマであると考えられる。

また、障害児を育てている母親は特に孤独に陥りやすく、移動に制限が生じる場合も多いため、オンライン上のピアサポートは重要なコミュニティとなり得る。実際に、障害児を育てる親のコミュニティは様々な SNS 上に存在し、ブログ等も豊富に存在する。一方で、障害者として子育てをする女性たちもまた孤独に陥りやすく、移動に制限が生じる場合が多いため、オンライン空間は貴重な交流の場となり得る。ただし、単純なオンライン検索では障害児を育てる母親に関連する検索結果ばかりが表示されるなど、コミュニティを見つける際の課題がある。

そして、母親としての経験の中で、喪失の語りはしばしばタブーである。しかし、ブログや SNS であれば同じ経験をした人の語りを探すことができる。日本のブログ、コミックエッセイ、SNS 上でも「出産レポ」と称する出産体験記は数多く存在するが、トラウマや恐怖に関する語り、死産の語りも含まれている。そういった語りは、妊娠出産を取り巻く「幸せな母親」という理想に対抗するものであり、母親という経験の現実にも迫るものとして重要な研究のテーマとなり得る。

その他にも、日本語話者ではない母親や、若い母親や未婚の母親、宗教的マイノリティ等、様々な背景を持つ母親が、どのようにオンライン上で語り、彼女らの築くコミュニティがどのような機能を有するのか、そして、彼女らがオンライン・コミュニティにどのような意味を見出すのか、日本における多様な母親の経験を明らかにするために、彼女らのオンライン実践に

についても注視したい。

7. おわりに

本稿では、欧米を中心とした母親とソーシャルメディアに関する研究を検討し、日本の母親業を分析するために有効な視座を提示してきた。先行研究からは、ソーシャルメディアが現代育児に欠かせない要素となり、母親業を特徴づける重要な側面であることが明らかになっている。ソーシャルメディアでは、これまで周縁化されてきた母親や、「完璧な母親」像から逸脱する母親たちに声を与え、共感やコミュニティの場を提供している。同時に、母親は絶えず批判や監視の対象となり、その発信は規範の強化・交渉・逸脱の場として作用している。こうした両義性は、ソーシャルメディア上において「良い母親」という規範が再生産されつつも、抵抗される過程を映し出している。

母親達の声は、非現実的な母親規範に達しない自らの実践に関する「告白」であると同時に、母親だけに過重な負担を強いる社会に対する「告発」として読むことができる。その一方で、母親たちは互いに語りを通じて連帯し、母親業を再構築している。ソーシャルメディア上の母親たちの営みは、現代の母親業を形作っており、その可能性と限界を日本の文脈においても探求していきたい。

本稿の限界として、英語文献のみを参照したこと、フェミニズムの視点から研究がなされているかをタイトルや要旨のみから判断してレビュー対象を限定したことが挙げられる。また、SNSの技術的仕様や文化は急速に変化しており、ここで参照した研究の一部は既に主流ではない利用形態に基づいている可能性がある。今後は、日々変化していくプラットフォームの特徴を捉えつつ、その中で母親業がいかに実践されているかを多角的に検討する必要がある。

以上を踏まえ、本稿は日本における母親とソーシャルメディア研究の出発点として、フェミニズムの視座を導入する意義を強調した。母親たちが直面する母親規範と、その中で主体的な実践を同時に捉えることが、今後の日本社会における母親研究を進展させるために不可欠である。

(ひが まり・社会学研究室)

文献

- Archer, Catherine, 2019, “Social media influencers, post-feminism and neoliberalism: How mum bloggers ‘playbour’ is reshaping public relations”, *Public Relations Inquiry*, 8(2): 149–166.
- Banton, Cydney and Miranda J. Brady, 2024, “Definite Must-Haves and Amazing Finds: Insecure Motherhood and Affiliate Linking Momfluencers on Instagram”, *Journal of Mother Studies*, Issue 9 2024, (Retrieved

- August 22, 2025, <https://journals.org/definite-must-haves-and-amazing-finds-insecure-motherhood-and-affiliate-linking-momfluencers-on-instagram/>)
- Biră, Monica, Corina Buzoianu, and George Tudorie, 2020, “Social Support Mediated by Technology. A Netnographic Study of an Online Community for Mothers.” *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 22(2): 57–71.
- Blackwell, Lindsay and Jean Hardy, Tawfiq Ammari, Tiffany Veinot, Cliff Lampe, and Sarita Schoenebeck, 2016, “LGBT Parents and Social Media: Advocacy, Privacy, and Disclosure during Shifting Social Movements”, *CHI '16: Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 610–622, (Retrieved August 27, 2025, <https://doi.org/10.1145/2858036.2858342>).
- Brosch, Anna, 2016, “When the Child is Born into the Internet: Sharenting as a Growing Trend among Parents on Facebook”, *The New Educational Review*, 43: 225–235.
- Butler, Judith, 1993, *Bodies that Matter: On the discursive limits of “sex”*, New York: Routledge.
- Chalklen, Charlotte. and Heather Anderson, 2017, “Mothering on Facebook: Exploring the Privacy/Openness Paradox”, *Social Media + Society*, 3(2): 1–10.
- Chen, Gina Mashullo., 2013, “Don’t call me that: A techno-feminist critique of the term mommy blogger”, *Mass Communication and Society*, 16(4): 510–532.
- サイバーエージェント株式会社, 2023, 「サイバーエージェント次世代生活研究所, 『Z世代のSNS利用率』を発表! Z世代が最も利用しているSNSは『Instagram』75.6%に Z世代の認知率が5割超えのSNSは『BeReal』57.1%, 『Discord』56.6%, 『SnapChat』56.6%」, 2023年12月19日, (2025年8月14日取得, <https://www.cyberagent.co.jp/news/detail/id=29609>).
- Douglas, Susan J. and Meredith W. Michaels, 2005, *The Mommy Myth: The Idealization of Motherhood and how it has Undermined Women*. New York, NY: Simon and Schuster, Inc.
- Drentea, Patricia and Jennifer L. Moren-Cross, 2005, “Social capital and social support on the web: the case of an internet mother site”, *Sociology of Health & Illness*, 27: 920–943.
- Fletcher-Randle, Jessy Erin, 2022, “Where are all the Autistic Parents? A Thematic Analysis of Autistic Parenting Discourse within the Narrative of Parenting and Autism in Online Media”, *Studies in Social Justice*, 16(2): 389–406.
- Friedman, May, 2013, *Mommyblogs and the Changing Face of Motherhood*, Toronto, ON: University of Toronto Press
- Germic, Eloise R., Stine Eckert, and Fred Vultee, 2021 “The Impact of Instagram Mommy Blogger Content on the Perceived Self-Efficacy of Mothers”, *Social Media + Society*, 7(3): 1–19.
- Gibson, Charity L., 2019, “Enacting Motherhood Online: How Facebook and Mommy Blogs Reinforce White Ideologies of the New Momism”, *Feminist Encounters: A Journal of Critical Studies in Culture and Politics*, 3(1–2), 06: 1–11.
- Gleeson, Danielle M., Alison Craswell, Christian M. Jones, 2022, “It takes a virtual village: Childbearing women’s experience of a closed Facebook support group for mothers,” *Women and Birth*, 35(2): 172–180.
- Goldsmith, Daena J., 2021, “Mom Blogging As Maternal Activism: How to Be an Ally for Autism Acceptance”, *Journal of the Motherhood Initiative for Research and Community Involvement*, 12(2): 7–21.
- Hays, Sharon, 1996, *The Cultural Contradictions of Motherhood*, New Haven: Yale University Press.
- Joutseno, Astrid, 2018, “Cyber Labour: Birth Stories on Mommyblogs as Narrative Gateways into Maternal

- Thinking”, *Journal of the Motherhood Initiative for Research and Community Involvement*, 9(2): 75-87.
- 粕井みづほ, 2007, 「育児におけるストレス・コーピング — SNS の利用について—」『畿央大紀要』(6): 1-8.
- 片田千尋・西村明子・藤井真理子・末原紀美代, 2016, 「ダウン症児の母親が育児に前向きな気持ちになるまでの心理過程：医療者の支援とソーシャルメディアが母親の心理に与える効果」『兵庫医療大学紀要』4(1): 1-8.
- Kumar, Priya and Sarita Schoenebeck, 2015, “The modern day baby book: Enacting good mothering and stewarding privacy on Facebook”, *In Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, 1302-1312, New York: ACM.
- Lāma, Elza and Gatis Lāma, 2023, “Mothers on Twitter (X): Exchanging Support and Narrating Motherhood”, *Culture Crossroads*, 23: 257-271.
- Lehto, Mari, 2019, “Bad is the new good: negotiating bad motherhood in Finnish mommy blogs”, *Feminist Media Studies*, 20(5), 657-671.
- Lopez, Lori Kido, 2009, “The radical act of ‘mommy blogging’: Redefining motherhood through the blogosphere”, *New Media and Society*, 11(5): 729-747
- マクロミル, 2022, 「3000 人に聞いてみた！ SNS アカウントの使い分け事情」, マクロミルモニタサイト, 2022 年 3 月 25 日, (2025 年 8 月 15 日取得, https://monitor.macromill.com/we_asked/20220325_sns-account.html).
- Mandai, Marie, Misato Kaso, Yoshimitsu Takahashi, and Takeo Nakayama, 2018, “Loneliness among mothers raising children under the age of 3 years and predictors with special reference to the use of SNS: a community-based cross-sectional study”, *BMC Women's Health*, 18, 131.
- 水内豊和・丹菊美晴・佐藤克美・渡部信一, 2018, 「知的・発達障害児をもつ母親におけるソーシャルサポートとしての SNS の有効性 (2) — SNS の機能から見た利活用の実態 —」『富山大学人間発達科学部紀要』13(1): 147-153.
- Morrison, Aimée, 2010, “Autobiography in real time: A genre analysis of personal mommy blogging”, *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 4(2), (Retrieved August 8, 2025, <https://cyberpsychology.eu/article/view/4239>).
- Musk, Elon, 2023, “Our headquarters tonight”, X, July 24, 2023, (Retrieved August 26, 2025, <https://x.com/elonmusk/status/1683378289031761920>)
- 中島千英子・永井由美子, 2020, 「母親の育児情報源としての SNS 利用に関する調査」『大阪教育大学紀要 人文社会科学・自然科学』68: 41-49.
- Neiterman, Elena, 2012, “Doing pregnancy: pregnant embodiment as performance”, *Women's Studies International Forum*, 35(5): 372-383.
- Orton-Johnson, Kate, 2017, “Mummy Blogs and Representations of Motherhood: “Bad Mummies” and Their Readers”, *Social Media + Society*, 3(2): 1-10.
- Reyna, Chandra V., 2022, ““You’re biracial but...”: Multiracial socialization discourse among mommy bloggers with Black and non-Black multiracial children”, *Journal of Marriage and Family*, 84(5): 1507-1528.
- Rich, Adrienne, [1976] 1986, *Of Women Born: Motherhood as Experience and Institution*, Reprising, New York: W.W. Norton & Company.
- Ruddick, Sara, 1989, *Maternal Thinking*, Beacon Press.

- , 2003, “Maternal Thinking”, Dianne P. Freedman and Olivia Frey eds, *Autobiographical Writing across the Disciplines*, Duke University Press, 216–229.
- Schoppe-Sullivan Sarah, Jill E. Yavorsky, Mitchell K. Bartholomew, Jason M. Sullivan, Meghan A. Lee, Claire M. Kamp Dush, and Michael Glassman, 2017, “Doing Gender Online: New Mothers’ Psychological Characteristics, Facebook Use, and Depressive Symptoms”, *Sex Roles*, 76(5): 276–289.
- 総務省, 2015, 『平成27年版 情報通信白書』.
- Tadman-Kickham, Elizabeth, 2024, “We Got You, Mama: How Facebook Mom Groups support members experiencing intimate partner violence”, University of Alberta, Master’s Thesis.
- 田井りん, 2024, 「ママだけど、『ワタシも大事』～ママたちのメディア接触と消費行動」, ウェブ電通報, 2024年12月6日, (2025年8月14日取得, <https://dentsu-ho.com/articles/9142>).
- 高谷邦彦, 2019, 「サード・プレイスとしてのTwitter—子育て主婦ユーザの場合—」『名古屋短期大学研究紀要』57: 1–13.
- 武市久美, 2014, 「子育てにおけるSNS利用について—『ママ友』コミュニケーションに着目して—」『東海学園大学研究紀要』19: 79–89.
- 田中久美子, 2018, 『#名画で学ぶ主婦業』, 宝島社.
- Tiidenberg, Katrin and Nancy K. Baym, 2017, “Learn It, Buy It, Work It: Intensive Pregnancy on Instagram: Intensive Pregnancy on Instagram”, *Social Media + Society*, 3(1): 1–13.
- Timmins, Julia E., 2019, “‘Care’ from private concern to public value: a personal and theoretical exploration of motherhood, feminism, and neoliberalism”, *Women’s Studies Journal*, 33(1): 48–61.
- Van Cleaf, Kara, 2015, “Of Woman Born to Mommy Blogged: The Journey from the Personal as Political to the Personal as Commodity”, *Women’s Studies Quarterly*, 43(3): 247–264.
- West, Candace and Don H. Zimmerman, 1987, “Doing gender”, *Gender & Society*, 1(2): 125–151.