

# 現代日本社会における「母親役割規範」の非普遍性

——女性雑誌『VERY』にみる理想の母親像とインターネット批判の分析より——

○大阪府立大学大学院社会システム科学研究科 石原田明美

## 1 目的

本研究の目的は、現代の日本社会における「母親役割規範」の非普遍性を明らかにすることである。普遍性を欠きながらも確固として存在し、母親たちが拘束されているという現実を問題視して、その改善を促す一助としたい。例えば、現行の政府による「子育て支援」は、就労と育児の両立を目指す母親を前提としているため、就労を望まない母親や、そもそも就労や育児の前段階で困難を抱える母親などが、制度から漏れてしまう可能性がある。本研究の成果を、規範によらない母親への支援モデルの検討につなげたい。

## 2 方法

分析の対象は、期待される女性像が、テキストのみならず、登場モデルの写真によっても視覚的に表出される女性雑誌とした。うち、「基盤のある女性は、強く、優しく、美しい」のキャッチコピーで、30代から40代の、高所得層の既婚女性を読者とする『VERY』（光文社）を分析対象とした。当雑誌は、「女性ミドルエイジ誌」（日本雑誌協会の分類）として最高発行部数を誇る一方で、インターネット上では「いけすかない雑誌」などと批判も受けている。『VERY』がどのように理想の母親像を描いているかを、主に表紙や記事のタイトルに着目して考察し、読者層以外は何を否定しているのかを、ネットへの投稿テキスト分析により考察して、同じ子育て期女性の間でも理想の母親像が異なることを確認し、「母親役割規範」のもつ非普遍性を指摘する。

## 3 結果

当雑誌の特集記事のタイトルには、「主婦って、なんていい女」、「主婦ほど素敵な職業はない」、「主婦らしい」私が、今の誇り」など、「主婦」ということばが多く用いられている。そして、「主婦」をいったん否定的なものとして捉えながらも、「VERY 読者である私は、経済的にも家族にも恵まれ、おしゃれも子育ても楽しむ肯定的な存在である／あろうとしている」というメッセージを発信している。これに対してネットでは、「そのような主婦はごく一部である」、「セレブであれば幸せなのか」、「すごく滑稽である」といった批判の声があげられ、また、VERY 読者を「勝ち組」と表現する一方で、自らを「負け組」と自己否定する傾向もみられた。

## 4 結論

以上から、「既婚女性＝主婦＝家事・子育てを担う人」というジェンダー役割は、時代の先端を行くファッション雑誌にも明確に組み込まれ、その主婦としての望ましいあり様が、各人の社会的地位などの特性によって規定されていることがうかがえた。すなわち、一人ひとりの女性の社会的背景が複雑化・多様化している今日においては、描く母親像もしくは「母親役割規範」に普遍性をみることはできず、子育て支援などの諸制度がそれを考慮することなく設計されている場合は、期待される成果が得られないことが示唆された。

## 参考文献

- 井上輝子（解説）、2009、『新編 日本のフェミニズム 7 表現とメディア』岩波書店。  
石崎裕子、2004、「女性雑誌『VERY』にみる幸福な専業主婦像」『国立女性教育会館研究紀要』。