女性同士の対立「雌競（ツジン）」はなぜ起こるのか

—中国のソーシャルメディア「小紅書（レッド）」を事例に—

要旨

近年、中国のソーシャルメディア上で「雌競（ツジン）」と呼ばれる女性同士の対立が注目されている。「雌競（ツジン）」とは、家父長制が主導する社会構造の中で、女性が男性の好意を得るために互いに競い合い、時には同性を攻撃する現象を指す。特に、ソーシャルメディアの普及により、外見やライフスタイル、恋愛・婚活市場における競争が可視化され、女性自身も無意識のうちにこの競争に巻き込まれている。このような「雌競（ツジン）」の広がりや、現代中国社会における女性の価値観や人間関係にどのような影響を与えているのかを検討する必要がある。

本研究では、中国の人気ソーシャルメディア「小紅書（レッド）」を調査対象とし、「雌競（ツジン）」に関する投稿を行った経験のある女性ユーザーに対するインタビューを通じて、その実態、社会的影響、および発生要因を分析した。その結果、「雌競（ツジン）」は主に恋愛・結婚市場、職場、ソーシャルメディアを通じた社会的評価の三つの領域で顕在化していることが明らかとなった。恋愛・結婚市場では、異性の注目を集めるために女性同士が容姿や振る舞いを競い合う傾向が強く、職場においては、限られた昇進機会やキャリア形成の過程で女性同士の対立が発生している。さらに、ソーシャルメディア上では、外見の比較や評価が可視化されることで、同性への優越感を求める行動が強まっていることが確認された。

また、本研究では、「雌競（ツジン）」が中国の歴史的・社会的背景と密接に関連していることを指摘する。封建時代の一夫多妻制や伝統的な性別役割分業が、現代の女性同士の競争意識に影響を与えており、特に SNS の普及がこの競争を加速させている。さらに、都市部と農村部の経済格差や、社会的地位をめぐる競争の激化が、「雌競（ツジン）」を助長する要因となっていることも示唆された。

本研究の結果は、「雌競（ツジン）」が単なる個人間の対立ではなく、中国社会のジェンダー構造の一部として機能していることを示している。特に、ソーシャルメディア上での「雌競（ツジン）」の広がりや、女性の自己認識や社会的評価のあり方に影響を与えている可能性が高い。今後、「雌競（ツジン）」を軽減するためには、ジェンダー平等を促進し、女性が互いに支え合う文化の醸成や、ソーシャルメディアにおける女性の競争意識に対する意識改革が求められる。本研究の知見は、現代中国社会における女性の競争とジェンダー構造の関係を理解する上で、重要な示唆を提供するものである。