

研究論文

# 從看不見到被看見的廚務工作： 社群媒介對母職女性的限制與賦權

賴曉芸、蕭蘋

## 摘要

當社群媒介成為一種日常科技，女性經常在線上社群分享過去不為人所見的家務過程與成果，社群媒介在此似乎模糊了公/私領域的界線，甚至也模糊家務是工作還是休閒的定義。本研究試圖探索，當家務不再只是責任或工作，女性與家務的關係會產生何種變化？女性與公/私領域的距離又會產生甚麼樣的改變？社群媒介對女性究竟是限制或是賦權？我們使用網路民族誌法針對臉書社團「冷便當社」進行觀察，並對其中五位活躍的成員進行深度訪談。結果發現，女性在社群媒介中展演廚務的工作與成果，可以看出下廚對她們的意義有二：一方面是為了做母親，實踐她們的家庭責任，另一方面則是為了做自己，發展興趣與創造休憩的空間，這其中所展演的是新自由主義認同

賴曉芸，國立中山大學管理學院行銷傳播管理研究所碩士。研究興趣：性別與媒介、社群媒介。電郵：[sara19970715@gmail.com](mailto:sara19970715@gmail.com)

蕭蘋(通訊作者)，國立中山大學管理學院行銷傳播管理所教授。研究興趣：性別與媒介、廣告與文化、媒介內容分析、媒介文本分析。電郵：[shawpin@cm.nsysu.edu.tw](mailto:shawpin@cm.nsysu.edu.tw)

論文投稿日期：2022年12月14日。論文接受日期：2023年3月24日。

《傳播與社會學刊》，(總)第66期(2023)

和密集母職的緊密結合。而線上社群則創造了一個較為寬廣的公共領域，讓人看見另類的母職敘事與原來備受忽視的家務勞動。

關鍵詞：母職、家務勞動、社群媒介、公/私領域、新自由主義

---

Research Article

## **From Invisible to Visible Cooking: Social Media’s Limitations and the Empowerment of Women as Mothers**

Hsiao-Yun LAI, Ping SHAW

---

### **Abstract**

When social media became a daily technology, women began to participate in the online community by sharing the previously invisible processes and results of housework. Social media have blurred the boundary between public and private spheres, including whether housework may be defined as work or leisure. This study attempts to explore how women’s relationships with housework would change if housework were no longer considered a responsibility or a job. How would the boundary between the public and private spheres change? Does social media restrict or empower women? We used netnography to observe the Facebook community “Cold Lunch Box Club,” and conducted in-depth interviews with five active members. The results showed that women consider themselves mothers on the one hand and autonomous persons on the other, which indicates the intensifying integration of a neoliberal identity and intensive mothering. In addition, social media have created a wider public sphere where

---

Hsiao-Yun LAI (MBA graduate). Institute of Marketing Communication, College of Management, National Sun Yat-Sen University. Research interests: gender and media, social media.

Ping SHAW (Professor, corresponding author). Institute of Marketing Communication, College of Management, National Sun Yat-Sen University. Research interests: gender and media, advertising and culture, media content analysis, media textual analysis.

*Communication and Society*, 66 (2023)

alternative motherhood narratives emerge and devalued domestic labor becomes visible.

**Keywords:** motherhood, domestic labor, social media, public/private spheres, neoliberalism

**Citation of this article:** Lai, H.-Y., & Shaw, P. (2023). From invisible to visible cooking: Social media's limitations and the empowerment of women as mothers. *Communication and Society*, 66, 165–199.

## 敘論

在家庭的性別分工中，與食物有關的準備與生產工作，始終是歸屬於女性的主要責任（張晉芬、李奕慧，2007；Beagan et al., 2008；Davies & Carrier, 1999；Schafer & Schafer, 1989）。女性與家務的關係，一直以來都屬於家庭私領域的範疇。Berk（1985）曾指出大部分的家事都是由女性執行，女性應該負責大部分的家務工作已經成為一種性別關係的規範性結構（normative structure），家務工作的分配方式皆依此而為。

即使在今天，有越來越多的女性投入職場、跨入公領域（包括：政治、經濟、法律等）之中，但家庭中的權力、經濟與其他資源的分配仍然影響了家務的分工，性別意識型態（gender ideologies）是其中一個主要的因素（Beagan et al., 2008）。Baxter（2000）建議，如要了解家務分工的方式為何改變如此之慢，我們有必要了解家務工作所具有的意義為何。DeVault（1991）的經典著作《餵食家庭》（*Feeding the Family*）即指出，家庭中的烹飪是一種性別化的工作，它不只是建構一個家庭，也是女性建構自己成為一個女性和母親的重要方式。

在家庭性（domesticity）的相關討論中，家務分工是一個重要的議題。女性主義學者Daniels（1987）的論文名為〈看不見的工作〉（“Invisible Work”），所指的便是家務的工作。Daniels表示女性所從事的工作在社會中呈現相對的貶值，因為這些工作大多是屬於無償性質的家務。她進一步解釋，女性所從事的家務屬於家庭私領域，除了家人以外，沒有其他觀眾，而這份工作的內容性質還會隨著家庭成員的喜好而有所變動。女性在家中每日不斷重複體能與情感的工作，這樣的工作與薪水、時數無關，它被看作是對家庭的付出與情感的關懷（唐先梅，1996；Daniels, 1987；Abbott & Wallace, 1990）。

以廚務為例，在家庭中大部分都是由女性負責，很清楚的劃規為「女性的責任」、「女人的家事」。許多國內外的研究，都發現烹調的工作大部分是由女性來完成的情況（行政院主計處，2003；Charles & Kerr, 1988；DeVault, 1991；Schafer & Schafer, 1989）。在台灣近年的一項調查結果中顯示，在台灣25至64歲無就業意願非勞動力中，女性佔

《傳播與社會學刊》，(總)第66期(2023)

73.06%，而其中有約六成五是因為家事(45.93%)或照顧負擔(19.09%)的因素，而未進入職場工作(行政院主計總處，2019)。另一份調查則說明，有偶女性平均每日無酬照顧時間為3.81小時，遠高於有偶男性的1.13小時，其中又以做家事花費2.19小時為最長，其時間隨著年齡增加而增長(行政院主計總處，2016)。而女性負責的例行性家務仍是以烹飪為主(蕭英玲，2005；藍佩嘉，2017)。由此可見，台灣家務分工的性別化現象仍然相當的顯著。

然而，由於資通科技的普及與社群媒介的進展，許多原來隱藏在私領域中的家庭勞動，經由女性的分享，進入網路的公共世界，增加了可見度。在臉書(Facebook)裏，有許多和家務分享相關的社團，人數多達數十萬人以上，成員大都為女性，例如：「冷便當社」(11萬人)、「就是愛做菜」(47萬人)、「清潔小日子」(12萬人)、「收納狂的日常」(64萬人)等。這些社團的權限大都是公開的，每日有幾十至上百則相關的貼文，無論是分享成果、發問或進行家務教學，許多忙於家務的女性都在社團中交流彼此對於日常生活與家務工作的想法與意見。經由社群媒介的中介，女性和家務的關係似乎已逐漸產生了變化。面對這樣的現象，我們不禁好奇，家務在私人生活中以及被公開在公共網路中的意義是否有所不同？女性與家務的關係是否會因社群媒介的介入而產生改變？社群媒介在其中所扮演的角色為何？

如果以Weintraub(1997)認為公/私領域的劃界是以可見性(visibility)與社會相關性(social relevance)為根據的觀點作基礎，那麼我們就會發現社群媒介正以一種前所未有的模糊公/私領域界線的狀態出現在我們的日常生活中。它不同於以往的電話和手機，只是擴大了私人邊界的範圍(Fischer, 1988; Rakow, 1992)，社群媒介建立起的溝通與協調，已遠超出私人領域的範疇。在行動通訊普及的台灣，人們已經習慣隨時隨地使用社群媒介分享個人的生活，對公共事務提出自己的看法，甚至我們也習慣了利用社群媒介觀看他人的生活，觀察他人是在網路上實踐與再現的種種作為，理解他人對事物的看法以及對價值觀的選擇。

女性也同樣嘗試利用社群媒介分享家庭的日常生活，發表家務執行的心路歷程或完成的作品，將「看不見的工作」化為「被看見的工

作」，甚至她們透過經營自己的社群平台，為家務創造不同的價值和意義，讓家務不再只是受人貶低或漠視的勞動工作。雖然科技進入家庭後，並不會減少家務對於女性的負擔與壓力（如：洗衣機的使用只是讓中產階級的女性更努力跟上更高的清潔標準）（Cowan, 1983），但是社群媒介相比以往家庭科技的不同之處在於，社群媒介揭開蓋在家庭私人領域的布幕，每一位在網路上的民眾都可以是這些家務的觀眾、粉絲，甚至成為夥伴，進行互動與交流，讓家務成為社交與休閒的可能（Grant & Kiesler, 2001）。

原本在家庭中幾乎是獨力承擔家務工作的女性，由於資通科技的出現，可以幫助她們進行連結、溝通與分享，因此提供了新的機會突破公/私領域的界線，打破女性原有的社會孤立，線上的空間甚至允許女性可以挑戰家庭性意識型態（包括：母職）的侷限（Jesella, 2009; Lopez, 2009; Valtchanov et al., 2015）。雖然科技提供了這些可能性，但對於年長女性或母親們的線上經驗，相關的研究和理論觀點卻仍然十分的有限（Madge & O'Connor, 2006; Parry et al., 2013; Valtchanov et al., 2015）。Samuel (2011) 堅持，任何人想要掌握網際網路是否和如何轉變我們的社會情境，都必須仔細關注一個基本的社會體制（social institution）——母職（motherhood）。本研究即在關注母親對於社群媒介的使用，是否以及如何模糊了公/私領域的界線，甚至如何模糊家務是責任或個人興趣的定義。

## 文獻探討

本研究以女性主義的觀點探討女性參與社群媒介與家務實踐的主體經驗，企圖了解科技和女性氣質（femininity）之間的交互影響。本研究的理論架構奠基在女性氣質是一種社會建構的觀點，家庭性的意識型態即是女性氣質社會建構的一個重要部份（蕭蘋，2020；Choi et al., 2005; Glenn, 1994），本研究企圖探討在科技的脈絡中女性如何重新理解與詮釋家務實踐的經驗，我們不只關注原本被限制在家庭私領域中的女性氣質是如何在社群媒介的公共領域中被開啟、展演（display）和

《傳播與社會學刊》，(總)第66期(2023)

實踐，更希望能進一步探討在社群媒介的介入之後，公/私領域的界線如何重劃，女性是否因此而獲得賦權？以下本研究將就家庭性與公/私領域分界和數位女性主義 (cyberfeminism) 的相關理論觀點探討數位科技和女性的關係。

### 家庭性與公/私領域的分界

如果要探究家庭性的歷史性變遷，公/私領域的分隔概念十分重要。在18世紀之後，經歷現代化與工業化的過程，原本合而為一的家庭與工作被分隔為兩個不同的領域，具有特定的價值與功能，亦即私領域是家庭與消費的場域，公領域則成為工作、產業、商業、政治、生產的領域。對很多女性主義的歷史學家而言，公/私領域的區隔具有性別化的特質，女性與家庭的私領域連結在一起，在女性的歷史上是一種倒退 (Gilles & Hollows, 2009; Harven, 2002)。為了合法化這種新的性別不平等，家庭性成為一種意識型態，私領域被設想為「適合」女性的領域，而公領域則是屬於男性的。女性因此被排除在有酬工作的公領域之外，她們的生活被簡單的定義為做妻子與母親的責任 (Gilles & Hollows, 2009; Harven, 2002)。

在此一論述中，家庭性的意識型態扮演了一個重要的角色，增強並且自然化了女性氣質與家庭之間的連結，讓女性們相信她們天生的責任就是屬於家庭的。很顯然的，大眾傳播媒體在家庭意識型態的傳播、加強與鞏固上，扮演了相當重要的角色 (蕭蘋，2020；Friedan, 1963; Meyerowitz, 1994; Shaw, 1997)。家庭意識型態鞏固了公、私領域的界限，將女性劃歸在家庭的私領域之中，女性在家庭中所從事的家務勞動都是無酬且不被重視，她主要負責的是消費的活動——為自己和全家人消費，男性則被劃歸為公領域，在其中負責生產的活動 (陳昭如，2006；王曉丹，2012；Parkin, 2006)。Beechy (1986) 指出，「家庭意識型態」被視為理所當然的常識，它假設的性別分工形式被認為是普遍的、大家都想追求的目標 (Abbott & Wallace, 1995)。公/私領域界限的劃分，因此一直是女性主義與第二波婦女運動企圖打破與顛覆的主要目標 (Hollows & Moseley, 2006)。



## 從看不見到被看見的廚務工作

即使到現在有許多女性走出家庭，在外從事有酬的工作，她們仍然經歷了Hochschild (2017, p. 35)所謂的「第二輪班」(the second shift)，亦即在外工作完畢返家之後，仍然必須負擔育兒與大部份的家務責任。因此無論是家庭主婦或有工作的職業婦女，她們作為妻子與母親角色的相關工作仍然是在私領域的家庭中進行，不為所見(invisible) (Landes, 1998)，在父權的經濟系統中也不具社會性的價值(socially devalued) (Valtchanov et al., 2015)。

雖然女性主義者與家庭主婦似乎是兩個互相對立的類屬，但20世紀晚期的女性主義政治開始複雜化兩者之間的區分。Johnson及Lloyd (2004, p. 90)根據後結構主義(post-structuralism)對於認同所具有之表演性(performativity)的理解，認為可以將家庭主婦視為一種「執著的性別化認同」(inflexibly gendered identity)，而非「一種性別化勞動的形式」(a form of gendered labor)。此外，也開始有一些女性主義研究者指出，我們必須重新檢視家庭這個充滿重要文化價值的場域。例如：Young (1997)認為，我們應該重新重視家務工作，而不要落入本質論(essentialism)的立場，她指出，私領域不只是停滯、單調、再製的場域，事實上，很多人的生活是經由家庭的實踐才具有意義。Johnson及Lloyd (2004, p. 156)也呼應這個看法，「在家務的工作中，發展出一些儀式與日常的實踐，包括：碗盤如何清洗、家裏如何清掃、用品如何整理，個人和家庭因此建構了對於自己具有意義的生活」。同時，經由這些家務的實踐，人們也可以因此找出影響日常生活甚鉅的政治性議題，因此可以形成翻轉與抗拒(subversion and resistance)的基礎(Hooks, 1990)。

但在另一方面，我們也不能忽略當代的新自由主義(neoliberalism)輕易的吸納了女性主義與婦運的一些概念，讓人很難察覺其中所具有的衝突。Orgad與De Benedictis (2015, p. 420)認為，當代的母職與新自由主義之間有一種「密切加深的糾結」(the intensifying entanglement)，因此成功的女性氣質逐漸被定義為新自由主義的認同，女性成為更個人化、主動、自由選擇、自我監控、自我規訓的主體。在有關母職的公共論述中也有相關的現象，母職在新自由主義的框架中成為一種競爭性的演練，強調高度個人化的決策、物質的消費與個人的消耗。

《傳播與社會學刊》，(總)第66期(2023)

McRobbie (2013) 指出，從前被視為沒有辦法照顧孩子的職業婦女，現在依照新自由主義的要求，她們可以擁抱具有相當限制、性別化的自我管理方式，因此她們可以既具有性吸引力、又擁有經濟的生產力、並且可以照顧家人。另一方面，中產階級的家庭主婦在新自由主義的框架下，則必須是負責任的家務管理者，可以有效的運用資源達成最大的利益，知道如何保護她們的孩子，同時又能激發孩子的潛力達到成功。Hays (1996) 所提出的「密集母職」(intensive mothering) 也同樣在描繪這種情感投入、勞力密集、財力消耗的母職特性。這些母職的意識型態更進一步加強了公/私領域的分野，將母職經驗建構得更不為所見，更不具社會相關性，侷限在私領域之中 (Valtchanov et al., 2015)。

此外，20世紀末期後女性主義 (post-feminism) 興起之後，愉悅與選擇的修辭 (the rhetoric of pleasure and choice) 開始變得很重要。後女性主義媒介文化的出現，同時標示了對於婦運的反挫、新女性氣質和愉悅，兩者其實都包含在選擇的修辭之中 (Stacey, 2011)。雖然英國女性主義學者 Hakim (1995, 2000) 指出一個事實，並非所有的女性都拒絕全職家庭主婦的角色，也並非所有的女性都想要做全職的工作，女性的選擇其實具有相當的異質性，但 Butler (1990) 的性別理論觀點則認為，性別具有展演性 (performative)，我們會以行為來展演性別，Butler 認為這種性別的展演是一再重覆的 (reiterative)，而非完全是一種選擇，因為沒有「正確」地展演性別是會受到社會懲罰的。

無論如何，我們必須了解家庭性具有許多不同的形式，應該放置在特定的歷史、文化的脈絡中加以理解，本研究即關注在社群媒介出現的脈絡中，女性如何展演家庭性女性氣質？社群媒體是否改變了性別展演的方式？

### 數位女性主義：社群媒介與女性

本研究關注網路媽媽 (cybermothers) 的議題，在過去的研究中這是指有年幼子女的母親到相關的網站上獲取資訊與支持 (Madge & O'Connor, 2006; Valentine & Holloway, 2002)，但本研究關注的則是一群年長、在

過去較少被研究者所注意的中年母親。數位女性主義為本研究主要的理論基礎之一，它提供了一個架構，分析女性如何參與數位科技，以探討性別與數位文化的關係 (Flanagan & Booth, 2002)。特別的是，數位女性主義可以檢視數位科技作為一種媒介所具有的顛覆性潛力 (subversive potential)，可以拒絕具有決定性的性別結構，並促進平等 (Daniels, 2009)。雖然早期的數位女性主義比較傾向較為烏托邦的觀點，但晚近的數位女性主義則包含如何「從由下往上的力量去抗拒由上往下的壓制」(confronting the top-down from the bottom-up) (Fernandez et al., 2003, pp. 22-23)。因此可以說數位女性主義關注的是女性在網際網路上的實踐如何以複雜的方式影響她們的生活，包括同時拒絕卻又增強性別的階層 (Daniels, 2009)，在本研究中，那些「由上而下」的壓制可以說是家庭性的意識型態對於女性的影響，而所謂「由下而上」的力量則是女性社群媒介實踐的經驗所產生的觀點。

資通科技在社會中各個層面的擴展，提供了許多大好的機會給女性，包括：促進女性主義運動的進展 (Harcourt, 1999, 2000; Sutton & Pollock, 2000; Youngs, 2001)、資訊的交換與政治性潛能的增進 (Kramer & Kramarae, 2000; Pudrovska & Ferree, 2004)、性別關係的再協商與挑戰父權體制的霸權等 (Haraway, 1985; Travers, 2003)。然而，另一方面也有研究顯示，線上的論述與實踐仍然持續的反映與增強實體體制與社會習俗中不平等的性別關係 (Cunneen & Stubbs, 2000; Josok et al., 2003)。Hardey (2002) 認為，虛擬的互動是無可避免地扎根在使用者的社會、文化與身體的經驗之中，受其形塑。線上文本呈現的人格特質，與線下實體的個人無法分割，因為後者建構了前者，前者是植基在後者的認同之中 (Valentine, 2001)。

當代資通科技已經逐漸進入人們的日常生活之中，成為 Nakamura (2002) 所謂的「日常科技」(daily technology)。許多母親逐漸轉向使用資通科技，經由網際網路與其他的母親相互連結，例如一些與親職有關的網站，使用者大都為女性，特別是一些年輕的新手母親在其中尋求資訊與支持，Madge 與 O'Connor (2006, p. 201) 將她們稱為「網路媽媽」，並且指出這是一群甚少受到學術界關注的虛擬社群。到目前為止

《傳播與社會學刊》，(總)第66期(2023)

已經逐漸有一些研究者開始討論並肯定這些母親的線上參與，這些研究發現有些母親在線上社群中分享經驗，並尋求社會連繫、建議、支持與賦權 (Ley, 2007; Madge & O'Connor, 2006; Valtchanov et al., 2014)。這些線上的社群創造了一個深遠的意義，讓這些母親不再感到孤單，Samuel (2011, p. xii) 認為這已經不只是一條「生命線」(a lifeline) 了，甚至更像是一場「革命」(a revolution)。此外，還有一個重要的意涵是在虛擬空間中，母親的個人聲音可以分享給廣大的群眾，因此可能將個人的事務轉化為政治的事務 (Jesella, 2009; Lopez, 2009)。

目前在社群媒介中，有許多與親職、母職相關的社團出現，這些女性社群吸引了許多行銷公司的注意，但卻甚少得到學術研究者的關注，好像這是一個不重要、不值得研究的議題 (Eble & Breault, 2002)。即使已經有一些研究探討這些為女性所存在的虛擬空間，但仍然有許多有關女性與資訊通訊科技的重要議題值得探索，特別是在她們日常生活的脈絡之中如何使用資通科技 (Valentine & Holloway, 2002)。例如上述有關網路媽媽的議題，相關的問題包括：作為一個虛擬的母親社群成員可以獲取甚麼？是否可以讓這些母親得到增能 (empowerment) 的感受？是否挑戰或支持了父權體制的權力關係？本研究所關注的即在於由資通科技所促成的改變之中有關家庭性與女性氣質的再協商。如同 Dodge 及 Kitchin (2001) 所言，網際網路所帶來的最深影響是在於它如何改變社會關係，Miyata (2002) 也指出，由於網際網路在女性的生活中更形普及，因此研究它對於女性生活的影響機制更為重要。

本研究關注社群媒介在女性的日常家庭生活中所扮演的角色，Haythornthwaite 與 Wellman (2002) 指出，我們有必要進一步分析網際網路在日常生活中的所扮演的角色，特別需要仔細檢視網際網路所帶來的影響，關注線上活動的形態，探討這些如何進入日常生活的複雜狀態中。由於當代的家庭性論述更形複雜，特別是數位科技開啟了一個嶄新的環境，家庭性的經驗在其中被展現，相關的敘事、認同與實踐都在數位的領域中被重新定義。

相關研究發現，媽咪部落格 (mummy blogs) 提供了一個女性主義學者所謂「另類抗拒的空間」(alternative spaces of resistance) (Keller, 2012, p. 431)。這些媽媽部落客們主動地將部落格建構成文化的文本，提供

了多元的、具有能動性的母職再現 (representations of motherhood)，意味著數位參與的民主化 (Jenkins, 2006)。雖然這些媽媽們在人口背景，如：階級、種族、性取向上具有相當的同質性，但她們提供了一種非規範性的聲音以及多樣的母職圖像 (O'Reilly, 2010)，這些具有顛覆性的媽媽部落格提供了對於自然母親敘事的抗拒，促使我們重新思考主流文化的不同建構。此外，媽咪部落格提供我們新的方式思考母親身份認同的文化建構，並且挑戰了母職再現的主流建構 (Lopez, 2009)。這些部落格記錄了這些母親的家庭生活並且分享了她們彼此的經驗，很有可能改變對於母親認同的規範性理解 (Friedman, 2013)。

雖然過去的研究強調有關媽咪部落格所具有的自我表達、集體認同等價值，但有關這些部落格和女性真實生活之間的交互影響，卻甚少得到研究者的關注。這些交互影響其實不能忽視，因為關於女性的家庭性經驗不只影響了這些新科技的使用與再現，更關乎到社群媒介的使用對於家庭性的重新建構與再製，這點也同樣重要。此外，雖然上述的研究對於集體認同與線上社群的關係提供了深入的了解，但也被批評為對線上社群在人們日常生活中的經驗缺乏完整的探討 (Dholakia & Reyes, 2013; Hinton & Hjorth, 2013)。確實，這些研究主要的問題在於將線上社群看成一個分開不同的世界，低估了它對於社群成員日常、線下生活的影響。特別是受科技的進展影響，社群媒介可以用各種不同的裝置進入，因此無論何時何地我們都可能在線上 (Marchant & O'Donohoe, 2014; Richardson, 2011)，可以說造成了一種空間的存在，既不是完全在線上，也不是完全在線下，而是在兩者之間 (somewhere in between)，這種空間的闕態 (space liminality) 概念即是社會學研究企圖探討線上與線下的空間如何融合在一起 (Hinton & Hjorth, 2013)。據此，本研究即在探索線上社群是有關家庭性的社會關係的成果，但另一方面也不會忽略線上社群有可能會再造線上與線下的性別關係。

綜合上述，當女性使用社群媒介，在線上展演她們的家務工作與成果，家務可能不再只是責任或工作，女性與家務的關係會產生何種變化？女性與公/私領域的距離又會產生甚麼樣的改變？根據以上的討論，本研究提出以下的研究問題加以探究：

《傳播與社會學刊》，(總)第66期(2023)

**RQ1：女性如何使用社群媒介展演家務？對她們的意義為何？**

**RQ2：女性使用社群媒介展演家務，是否與如何模糊了公/私領域的界線？**

**RQ3：女性是否能透過社群媒介的使用經驗而得到賦權？**

## 研究方法

本研究以質性研究方法為主，希望能夠以女性的聲音為優先，並且尊重她們的主體經驗。在這樣的情況下，相較於過去針對媒介再現的研究，本研究呈現出一個相當不同的女性家庭經驗的圖像。由於過去探討社群媒介與女性的相關研究，大都是針對女孩與年輕女性的討論(康庭瑜，2019；Hollows & Moseley, 2006)，較少討論年長女性的議題。本研究則是選擇以較為年長的中年女性為主，可以補足這方面的不足之處。本研究採取兩種質性研究方法，包括：網路民族誌 (netnography) 和深度訪談法 (in-depth interview)，進行探索。透過線上社群的田野觀察與訪談互動，本研究獲得三種不同的資料——社群中的發文與回應、網路田野筆記與訪談內容逐字稿，得以進行交叉驗證 (triangulation)，提升研究的效度(陳向明，2013)。

### 研究場域的選取

本研究選擇在台灣社群網站使用率最高(98.9%)的臉書中進行搜尋(財團法人台灣網路資訊中心，2019)。在台灣，社群媒體的使用率，女性(71.33%)略高於男性(69.32%) (財團法人台灣網路資訊中心，2022a)，其中53.37%的女性是臉書使用者，而臉書使用者在30至39歲年齡層佔72.51%，40至49歲佔58.69% (財團法人台灣網路資訊中心，2022a、2022b)。

我們在臉書上，以「下廚」、「做菜」、「便當」等關鍵字尋找料理相關的社團，「冷便當社」是其中最大的社團之一，成立於2018年9月23

日，社團人數約為13.7萬人。冷便當社的定位為社群學習社團，它的社團介紹說明：「冷便當，不蒸不加熱的便當，依舊暖胃又暖心，因為有媽媽滿滿的愛呀！就當這兒是媽咪們的共學堂，一起創作與分享有溫度的冷便當」。由此可見，該社群的成員以母親為主，並且標榜母職的經驗，而且相較於其他的社群團體而言，該社群中貼文的篇幅一般較長，敘事內容多樣，包括：做菜方法、生活分享、心情紓壓等，因此我們選擇冷便當社作為本研究主要的場域。研究者之一主動申請加入這個社團，經過版主認可加入以及研究參與者的知情同意，進行網路民族誌與深度訪談的資料收集。

## 研究參與者

本研究參與者以冷便當社中擁有母親角色的女性為主。我們從2020年10月開始進行初步的觀察，發現社群中有大約七位成員表現活躍。她們發文頻率較高（每星期至少有兩至三篇貼文），她們的貼文內容豐富，通常會獲得相當熱烈的響應，文章讚數約在一百上下，有時甚至出現數百個讚，留言回應的數量則大都在十至二十之間。其中有六位發文時都有自己特定的話題標籤（hashtag），有四位甚至擁有自己的粉絲專頁。

本研究自2021年2月中旬開始針對這七位社群成員進行邀請，獲得其中五位的同意。在正式訪談之前，研究者與她們經常透過臉書的Messenger聊天，一方面是討論見面訪談的事宜，一方面也透過回饋發文的內容，讓彼此更為熟悉，建立良好的關係。

表一呈現這五位研究參與者的背景。她們的年齡介於36至49歲之間。在職業分布上，有一位家庭主婦、一位家業幫手、三位具有有酬工作（包括：公司業務、公司負責人和公家機關低階主管）。婚姻狀況為一位單親、其他四位婚齡為15至21年之間，每位研究參與者皆具有母親的角色，育有一至四名子女，她們的子女大約都在青春期的年齡。這五位母親在2019年12月到2020年7月間加入「冷便當社」，加入時間至訪談進行時都在兩年以上之久。

《傳播與社會學刊》，(總)第66期(2023)

表一 參與者的背景

| 參與者<br>化名 | 年齡 | 婚姻 | 教育<br>程度 | 職業        | 個人月收入             | 全家<br>月收入           | 子女(歲數)                      | 訪談時間       |
|-----------|----|----|----------|-----------|-------------------|---------------------|-----------------------------|------------|
| 湘         | 37 | 已婚 | 大學       | 家庭<br>主婦  | 無                 | 50,000–<br>100,000  | 3兒(17、<br>13、12歲)<br>1女(7歲) | 3小時<br>10分 |
| 媛         | 48 | 已婚 | 大學       | 家業<br>幫手  | 無                 | 50,000 以下           | 2女(20、15<br>歲)              | 3小時<br>15分 |
| 蕙         | 36 | 已婚 | 大學       | 公司<br>負責人 | 40,000–<br>50,000 | 50,000 以下           | 2兒(12、10<br>歲)<br>1女(15歲)   | 3小時        |
| 宥         | 42 | 單親 | 高中       | 業務        | 100,000 以上        | 200,000 以上          | 1兒(13歲)                     | 3小時        |
| 欣         | 49 | 已婚 | 大學       | 公務員<br>主管 | 40,000–<br>59,999 | 100,000–<br>149,999 | 1兒(18歲)<br>1女(21歲)          | 3小時<br>30分 |

### 網路民族誌與深度訪談的進行

本研究首先在臉書「冷便當社」的社群中進行網路民族誌。研究者之一於2020年8月11日進入社團，平時除了在其臉書版面上閱讀即時發布的社團貼文之外，每週也會進入社團中四至五次，每次約半小時的瀏覽與互動。在獲得研究參與者的同意後，便開始蒐集其近半年的貼文和留言，這些貼文發布時間介於2020年9月至2021年2月間，每人文章數量約80至99篇，每人貼文總留言數量約1,233至3,568則，所獲總按讚數為5,635至11,399個。這些在「冷便當社」中的母親，經常在社群中進行交換日記或食譜的活動，她們在社團中發布的貼文不只有手作便當的精美照片與製作方法的介紹，還常包含個人內心的想法與生活中的故事，從烹飪前的計畫、準備的過程、家人食用便當後的反應到日常家庭生活中的互動，都是這些母親書寫貼文的材料。其他的社友們也經常踴躍的在留言中表達支持或讚美，或是直接分享共同的經歷，引來更多社友的共鳴，這些都成為我們在線上進行觀察的豐富文本。

在進行大約半年時間網路民族誌的資料收集之後，本研究在2021年3至4月之間，針對五位參與者進行半結構式訪談(semi-structured interview)。在訪談之前，我們請參與者以Google表單填寫基本問卷，



內容包含她們的基本資料、數位科技使用、與家務勞動的情形。正式訪談進行時，每場都花費三小時以上的時間，訪談地點的選擇由受訪者決定，有一場在家中進行，其餘四場在咖啡廳。訪談大綱則包含以下的主題：廚務的進行方式、在臉書社團的貼文發布和內容感想、在社群中與網友的互動情形等。

在資料分析上，本研究針對網路田野筆記和訪談逐字稿，以扎根理論 (grounded theory) (Strauss & Corbin, 1998) 取徑進行分析。首先，以開放式編碼 (open coding) 檢視與劃分資料，初步比較不同參與者的訪談以及線上的發文內容，進而歸類到不同的主題之中，例如：廚務工作的實踐、教養工作、自我選擇、樂在其中、喘息時光、母職的分享、母職的標準等。然後再以主軸編碼 (axial coding) 重組已初步分類的原始資料，並建立不同面向的主題範疇，例如將廚務、教養工作歸類至「母職的實踐」範疇 (category)，將自我選擇、樂在其中及喘息時光歸納至「自我的愉悅」範疇，以及將母職的分享、母職的新標準分類至社群媒介所展演的母職中，逐步歸納出以下的研究焦點。

## 資料分析

從五位研究參與者使用社群媒介的方式，可以發現她們參與社群媒介和使用的方式與習慣，都是鑲嵌在她們日常生活的家庭運作之中。她們在「冷便當社」社群中發布貼文的時間以週間上午7、8點為主，這段時間是她們送孩子出門上學後，繼續處理其他家務或準備上班之前的空檔。她們利用此一短暫的時間，上線發布貼文，內容通常是有關今天為孩子、丈夫或自己準備的便當，同時她們也瀏覽其他社友們的貼文並留言互動。根據實際觀察，社團最為熱鬧的時段即為週間的早晨，由於社友們都在線上的關係，此時段發布貼文數量多之外，文章能見度較高，獲得的按讚數也較多。而週末假日和平日晚上則是社團最為沉寂的時段，一方面是因為假日不需要為孩子準備便當，另一方面則是晚上對她們來說是屬於家庭相聚的時光。

經由分析網路民族誌與深度訪談所收集到的資料，我們發現這些女性在「冷便當社」線上社群的參與、進行廚務工作與成果的展演，有

《傳播與社會學刊》，(總)第66期(2023)

以下三個主題的出現，都與性別認同有關：(一)照顧的工作：做便當是為了做媽媽？(二)自我的愉悅空間：做便當是為了做自己？(三)被看見的家務工作：精益求精的廚藝與更完美的母職實踐。以下即舉實際的資料一一加以說明。

### 照顧的工作：做便當是為了做媽媽？

對本研究參與者來說，她們每日晨起「做便當」的主要理由，大都是為了照顧孩子的健康。作為母親，她們是孩子健康的守護者，孩子是否吃得健康，特別是女兒是否長得漂亮、兒子是否長得高壯，都由母親以食物烹調來加以照顧，如果做得好，就被認定為一個「好媽媽」。從以下在社群中的一段對話即可看出：

F(一位社友)：這位好媽媽吶👍👍👍👍

媛：謝謝你，只是幫孩子健康把關❤️

本研究參與者經常透過食物向孩子表達關心、照顧之情，她們所製作的便當常被稱作「元氣便當」和「愛心便當」，因為可以幫小孩「把元氣補滿滿」(湘在社群中的留言)，「有媽媽愛心便當加持鼓勵，(孩子考試)一定能心想事成的」(欣的留言)。

欣：有媽媽的健康便當加持，妹子減重成果卓著👍👍👍

宥：有用心的媽媽來控制體重，健康都不用擔心了。👍

在訪談中當詢問參與者有關如何做便當的工序時，她們回答通常在清晨4、5點起床開始實際進行，但不只如此，在之前還包含一些前置作業。身為職業婦女的欣，下班之後必須利用晚上的時間先行處理隔日便當所需的食材，不僅如此，她還會在廚房先行演練各種廚具的使用，以確保整個過程的順暢。她在訪談中說到：

青菜前一天晚上就先備好，該洗好的先洗好，前置作業都要先做好。如果需要切的，要拍蒜頭，都要前一天做好，早上只負責弄熟。這樣是最快的，一定要這樣，不然怕會來不及。妳甚麼器

## 從看不見到被看見的廚務工作

具都要用上，兩個爐子開、大同電鍋開、烤箱開。妳要設定好步驟、順序，不能亂。妳亂了或是哪個延遲了，可能就會delay。如果知道順序，會先run過一遍明天要煮的內容。我早上起床會複習一遍，我會想，我要先把東西丟到電鍋裏，把甚麼東西丟烤箱裏，這樣就知道自己要幹嘛，就不會手忙腳亂。

這些日復一日的廚務工作，填滿大多數承擔家務責任的女性生活。「廚務」對於這些女性來說雖然像是一種負擔，卻充滿複雜的情緒和情感，無法明確地將其視為一種「工作」而已。家庭主婦湘有四個孩子，目前她要為其中就讀高中、國中和國小的三個孩子準備午餐便當。倘若她沒有起床做便當，放任孩子在學校自行買午餐，由於無法顧及營養，她會認為自己在「虐待」孩子，因此她盡可能避免這類的情形發生。欣也曾經有過這種良心不安的心境，在訪談中，她談到如果讓孩子吃外食，她的「罪惡感」會油然而生，而且會懊悔一整天。因此，無論如何她都會堅持早起幫孩子準備便當，她在訪談中說到：

我有跟孩子們討論過，為甚麼我早上五點從來不賴床？因為我不起來，那一天你們就沒便當。我就要懊悔一整天，一直想著，喔……我今天讓小孩吃外面，亂買亂吃，這樣的罪惡感會持續一整天。所以我就要克服早上想多睡一會兒的想法，再怎麼想睡覺，或是冬天比較冷……不行！還是得起來！因為我不起來，後面更麻煩。

而這些辛苦做出的便當，會成為孩子永遠的記憶，對欣來說是做母親所具有的重要意義，這也是她堅持不輟的依據，她在訪談中說到：

……自己找一個開心的理由，不用丈夫認同，我就可以持續做下去。不然，兒子是我們共同的，帶便當根本都是我在做啊！這樣的爭執沒完沒了。我會想，做便當也學到很多，小孩會永遠記得，那是媽媽做的便當。這種東西是沒有人可以搶走的，也是親子之間永恆的記憶。我找到這個理由之後，就沒有甚麼好爭執於誰做這件事，那是沒有意義的。有意義的是，妳做這件事情，自己賦予甚麼意義。妳從跟孩子互動當中，妳得到甚麼。

《傳播與社會學刊》，(總)第66期(2023)

## 自我的愉悅空間：做便當是為了做自己？

在冷便當社中，從社友發布的「便當文」內容即可得知，家庭中的廚務工作大多由女性負責。然而參與者在訪談中提到，她們對於廚務的分工是依照「自我的選擇」，她們也試圖從廚務中尋求愉悅，樂在其中。值得注意的是，廚房工作對她們來說，是在充滿壓力、辛勞的家庭生活，或在工作與家務夾擊的縫隙中獲得喘息的空間。廚務綜合家庭責任、自我的興趣與選擇、紓壓喘息的複雜特質，這些特質不只是個別女性的經驗，也是在烹飪社團中經常獲得共鳴的共同體驗。

從本研究參與者填寫的基本問卷中顯示，她們幾乎是每天下廚，包含三餐、甚至宵夜。在訪談中當詢問她們對於「一般人認為母親應該負責做飯」的說法是否同意時，只有蕙認為女性較男性有耐心和細心，因此她同意母親角色較適合烹飪相關的工作，其餘湘、媛、宥和欣四個人都表示不同意這樣的看法。巧合的是，她們四人不約而同都強調這是「自我的選擇」，強調只要會煮、願意煮或喜歡煮的人去做，而且可以找到持續做下去的理由，丈夫也尊重這樣的分工即可。對於下廚，她們強調「選擇」的自由意志，這是她們的選擇，而非因為這是屬於她們的責任。欣在訪談中指出，很多事情與性別無關，她喜歡烹飪是發自內心的選擇：

我覺得做飯不是女生非做不可的，男生也可以做啊！有很多男生愛做菜，我認識很多人，他們家都是爸爸在掌廚。但是，女人愛做，出自內心喜歡做，自己找到一個原因，喜歡做就做，沒有一定要做。現代其實沒有甚麼東西是跟性別畫上等號，看誰喜歡做就做。

此外，「樂在其中」也是支撐這些女性持續下廚的一個重要方式。對參與者來說，每天都需要花費相當多的時間與精力在廚房中，因此她們必須尋找樂在其中的方法，才得以持續這重複又枯燥的例行工作。例如：家庭主婦湘經常待在廚房中研究料理，她尋求全方位地精進自己的廚藝。她每天都早起為三個兒子帶便當，下午閒暇時還會做點心，

## 從看不見到被看見的廚務工作

興起時甚至會嘗試製作炸雞排、蚵仔煎等小吃，有時半夜還在擀麵團、做麵包，不斷挑戰各式料理，將無聊的事情變得有趣，是她樂在其中的方式，也是她能夠持續做便當的一種動力。湘在訪談中說到：

……人家會覺得我每天做菜很辛苦，但我可以把它變成一種樂趣啊！就像做便當，每天當作業，可能會覺得很無聊，可是我就會想我還能怎麼做？我可以怎麼做？可以怎麼弄？每天感覺自己進步一些，就不會覺得乏味。……我覺得重點不在於重不重要，而是我樂在其中，那才是重點。如果今天我不能夠享受煮東西的過程，或許我就不會持續下去。這種享受不是等著家人給你甚麼回饋，有時候是你對自己有甚麼期許。

不斷地精進廚藝除了是一種「樂在其中」的方式，廚房有時會成為這些女性對抗外在壓力的一個重要的空間。在丈夫家業中幫忙的媛，經常感受到來自公婆所帶來的精神壓力，甚至影響到身心的狀況。在此情況下，下廚對媛而言，反而是擁有一段獨處的時光，可以無視其他的紛擾，她說：「現在最喜歡做的，可能就是煮飯吧！煮的當下，心思都在上面，可以不用去想其他的事情」。對參與者來說，廚房是屬於她們自己的空間，有放鬆和療癒的功能，在線上社群中，即有以下一段生動的交流：

媛：真的只有在做便當時，心情是平靜的♥，我還會開著愛聽的歌，一早是我自己最享受的時間😁😁

……

P(另一社友)：料理真的可以療癒心情♥

欣：同感，我也覺得很奇怪，做便當比吃便當還療癒😁

湘：我也超愛躲在廚房一個人默默做菜，紓壓到一個不要不要的👊

……

T(另一社友)：耶……煮婦聯盟窩在廚房都是我放鬆的時候耶

湘：所以我才能一天至少窩六個小時起跳，根本廚房宅👊

欣：廚房就是能摸來摸去消磨許多時間😁

《傳播與社會學刊》，(總)第66期(2023)

## 被看見的家務工作：精益求精的廚藝和更完美的母親

本研究的參與者每週都會在「冷便當社」社群中發布四至五篇的貼文，她們固定於清晨做完便當之後，就以手機拍攝，經過圖片後製與編排，再發布於社團中。她們每日上網瀏覽冷便當社團發文的次數最少約三次，最多可以到無數次。至於她們自己的發文，在外工作的蕙、宥、欣，大約使用五至十分鐘，貼文內容較為精簡。而在家中工作的湘、媛，則是花費大約二十分鐘至一小時，貼文的篇幅也較長。

這些參與者於線上社群中所發布的「便當文」，不僅展現所做便當內容而已，更重要的是，她們在文中陳述的生活經驗。她們經常在文中表達自己對許多事情的觀察和看法，特別是有關家庭生活中的親子互動、夫妻相處、孩子學習狀況和個人心情體悟等。這些女性透過「便當文」分享作為母親或妻子看待事情的視角，抒發情緒的同時，也尋找來自其他母親或妻子的共鳴。

作為母親或妻子的生活經驗有時是孤獨的，她們所承擔的家務經常被視為理所當然，她們在不斷重複且乏味的廚務中加入創意和變化，也常被認為是多此一舉。參與者透過「便當文」記錄自己的家庭生活，她們都避免在個人的臉書版面上發布文章，而選擇於社群中發布。

欣是一位公家機關主管，因為工作的關係，她平日使用社群媒介的時間較為固定，分別為早晨做完便當後與中午的休息時間。她起初會在臉書的個人版面上分享自己的便當文，不過並未獲得共鳴。當她發現有「冷便當社」的社團時，她即投入其中，只要有做便當，就一定會發文，她在訪談中說到：

以前在家裏做了甚麼，我會放到自己的臉書上，可是我發現並不是每個人都有興趣看你今天煮了甚麼。所以自從有便當社，我就不要再吵我的朋友，我也不想用我的便當去洗人家的版面。我們放上去，其實也想要有一個共鳴。便當社的大家都一樣，在那得到的共鳴會比自己的臉書有趣多了。

以前我以為玩車會有玩車的社團，電玩會有電玩的社團，看電影也有電影的社團。欸？沒想到做便當也有一個社團！以前人家都說，就「做便當」(台語)啊！加入社團之後，才發現便當的世

## 從看不見到被看見的廚務工作

界還真是浩瀚！看有些人可以把便當搞成像藝術一樣，哇！讓妳大開眼界。

一般人使用社群媒介，大多會於個人版面分享自己的生活和有興趣的事務。但是，這些女性發布「做便當」的貼文，卻需要顧慮他人是否有興趣。「做便當」作為一種家庭的事務，似乎包含了不起眼、不專業、與他人無關的特質。「就『做便當』（台語）啊！」的說法，道出一般人對於下廚做菜的不以為然。而由於下廚經常與女性綑綁在一起，參與者認為，這雖然是女性為人母、為人妻的共同經驗，但男性卻是「永遠不會理解」和「永遠不會知道」這樣的感受。家庭主婦湘熱愛烹飪，在便當的菜式上，她總是喜歡挑戰不同的花樣。不過，她這番自我挑戰的熱情經常被丈夫「潑冷水」，被認為是「吃飽太閒」。

這些女性的下廚經驗充斥孤單的感受，而社友們也大多擁有相似的經驗，因此能夠提供許多感同身受的共鳴。在社團中的女性，互相分享便當製作的相關技術，提供廚務領域的知識，甚至同理為家人做菜的辛苦過程。這些女性作為同道中人，她們比任何人，甚至比彼此的家庭成員，都還要了解彼此的處境，媛在訪談中說到：

每天看她們的留言，就覺得今天好快樂。我一邊看還會一邊傻笑。我老公會問說「妳在笑甚麼？」。我說「你不懂啦！你真的不懂啦！」。

欣在訪談中也表達了類似的想法：

妳每天把便當丟出來，我們都會知道，這個便當背後經歷了甚麼，心路歷程是甚麼，可能克服了甚麼。只要看到便當，我們大概都了然於胸。

參與者們在線上社群中獲取為人妻/母以及有關廚務經驗的交流與共鳴，因為網際網路而串連的社群空間，提供這些女性脫離孤單、尋求團結與歸屬感的機會，更進一步讓廚務經驗不再只受限於家庭私領域之中，不被看見，而是成為能夠在網路公共空間中共享的生活體驗，雖然這種分享的方式在某些程度上很弔詭的也加強了母職的意識型態。欣在訪談中提及：

《傳播與社會學刊》，(總)第66期(2023)

開始分享之後，比較有正能量，對待很多事情會比較輕鬆一點，會給妳力量。因為大家都一樣，不是只有一個人辛苦。以前我會覺得，每天都要爬起來。加入便當社之後，發現這麼做的媽媽很多欸！原來自己不孤單，不會覺得只有自己很辛苦，反而覺得沒有甚麼啊！其實這種東西是比較出來的。當有一群同好也這麼搞，妳就會覺得，她可以，我也可以啊！那種辛苦的感覺就不見了。

這些母親們在網路社群中交流彼此的廚藝，精益求精。湘提到：「每天都有不同媽媽給予很多新的刺激。加入社團幫助超大！社團裏面很多人發文，她們不一定會告訴妳怎麼做，可是她會刺激妳很多靈感！」為了能夠將自己的便當作品上傳至社團中，獲得好的評價，便當成品視覺化的呈現方式，變得更為重要。本研究參與者都在訪談中分享，便當的基本菜色搭配是黃、綠、紅三種顏色，不僅可以吃得健康，也能具有好的視覺效果。對於便當視覺化的追求，是社團中熱門的話題之一。這些女性經常在食材視覺化的呈現上力求精進，在色彩方面，她們偏好使用亮紫的茄子、翠綠的蔬菜或煎得金黃的魚排和肉排；在食材的雕刻上，她們將蘋果的外皮雕刻成棋盤狀，將小番茄拼切成兔子的模樣；而最後在擺盤上，她們會使用鑷子一一安放白色的芝麻於滷雞腿上，或將秋葵橫切成片變成星星放在黃色的烘蛋上。

這些女性在社群中發布的廚務成品，顯現出製作的過程不只是一般的「做便當」而已，而是專業廚藝的展現，從規劃、製作、設計擺盤到拍照分享，每一環節她們都做足功課，只為端出精緻的成品展現。她們以專業的手藝，填飽孩子的胃，也逐步實踐自己對於烹飪作為一種專業技藝的理想追求。在這些追求更精緻的佳餚呈現的背後，一方面是一種廚藝專業的追求，另一方面也是這些女性作為一個更完美的母親的實踐過程。

這些母親們督促自己每日在社群中用便當貼文作為早起的點名，湘在訪談中談到：「社團也變成我其中一種動力啊！我為了要發文，當然要乖乖寫作業啊！有推自己一把的感覺。我就會盡量努力一點，不要開天窗。」欣在訪談中也曾以認真的口氣提到，她從來沒有遺漏任何一天的便當製作。她強調，未來孩子若回憶起「我媽媽以前『都』幫我



從看不見到被看見的廚務工作

做便當」，她並不想愧對「都」這個字。因此，孩子該帶便當的日子，不管天冷賴床或身體有恙，她都堅持準時出餐。她在訪談中說出在社群裏發文對她的影響，讓她將做便當作為一種「自我實現」的方式：

社團算是支撐自己的力量，就像天天上學，對自己有一種約束力，就像交功課的概念，那我會覺得不能做得太差。妳多少會鞭策自己，不是每天都隨便「喇一喇」（台語），就會想挑戰不一樣的料理來分享，就像自我實現的概念。

## 結論與討論

本研究關注一群擅長使用新科技、異性戀傾向的中年母親，探討女性、家務勞動與新傳播科技之間的關係。我們針對臉書社群「冷便當社」的線上互動進行觀察並與其中五位活躍的成員進行訪談，結果發現，女性對於家庭廚務的實踐和她們的性別認同有很大的關係，而社群媒介的介入，對於這個關係一方面帶來一些新的改變，另一方面卻也對舊有的社會關係有所增強。

在前文的分析中，本研究探討了性別認同與科技之間交互影響的三個主題：（一）照顧的工作：做便當是為了做母親？（二）自己的愉悅空間：做便當是為了做自己？（三）被看見的家務工作：精益求精的廚藝與更完美的母職實踐。在這三個主題之中，可以看出在社群媒介的虛擬空間中，性別是如何的被展演。本研究檢視在社群媒介上這個新的虛擬母職空間，正可以幫助我們了解新時代女性母職實踐的方式是否有所改變。

本研究的結果可以促進對於當代社群媒介的介入之下母職實踐改變的理解。如 Valentine (1997) 所言，親職是一種文化意識型態，在不同時期，為了因應社會、歷史、經濟與科技的改變，持續地被（再）建構與（再）生產，這也意味著母職的實踐是持續再協商的過程 (Holloway, 1999)。首先，回應本研究的第一個研究問題，本研究發現，如同過去家庭主婦對於羅曼史小說的閱讀，以及對於肥皂劇的收看 (Radway, 1984; Modleski, 1984)，這些具有母職的女性對於社群媒介的使用，同

《傳播與社會學刊》，(總)第66期(2023)

樣是鑲嵌在她們日常生活的家庭運作之中。女性在社群媒介中展演廚務的工作與成果，可以看出下廚對於她們具有兩層的意義，一方面是為了做母親，實踐她們的家庭責任，另一方面則是為了做自己，發展興趣與創造休憩的空間，這其中所展演的是新自由主義認同和密集母職的緊密結合。

由此可見，社群媒介中所建構的性別文化，與主流媒介中(如：廣告)的母職再現有一些相同之處(蕭蘋，2020)，仍然受到主流家庭性意識型態的影響，強調女性所具有的家庭角色。本研究的參與者作為母親，無論是家庭主婦或職業婦女，她們基於照顧家庭成員健康的理由，仍然承擔了大部份的廚務工作，每天辛勞的晨起準備便當。值得注意的是，這些女性大都不以為苦，她們強調這是「自己的選擇」。此處，我們可以看到一種新自由主義認同的主體出現，強調自我的選擇、做自己，似乎女性是自由、主動的，不再受限於父權結構的壓制(Banet-Weiser et al., 2020)，她們訴諸自我的管理與個人的責任，以展現一種成功的女性氣質。這種新自由主義的認同也是在目前台灣後女性主義媒介的性別文化中一個非常顯著的現象(楊芳枝、蕭蘋，2014；康庭瑜，2019；蕭蘋，2021)，在本研究中也發現這種新自由主義的認同和母職的密切結合，冷便當社中的母親們精益求精，在社群媒介中追求高度視覺化的廚藝展現，也是一種在新自由主義的框架之下密集母職的展演。

其次，有關本研究的提問，女性對於社群媒體的使用是否可能得到賦權？本研究發現，社群媒介雖然對於女性有所限制，但在另一方面它也具有某些賦權的功能。當代母職的經驗中，常有一種社會孤立的感受，她們所從事的家務工作，雖然對家庭生活的運作與維繫至關重要，但卻常常被視為瑣碎，受到輕忽的對待。資通科技的出現，特別是社群媒介，提供給母親們彼此之間可以進行互動的機會，扮演著一種另類、有力的支持來源，這種支援至少包含資訊、情感、肯定等層面，讓女性在家務勞動的困境中獲得實質的增能。這在過去有關媽咪部落格的相關研究中也有類似的發現(Bîră et al., 2020; Friedman, 2013; Leger & Letourneau, 2015; Lopez, 2009; Madge & O'Connor, 2006; Moravec, 2011)，如同McDaniel、Coyne及Holmes(2012)所言，這些

新媒體可以幫助母親們紓緩壓力、提供一種類似親友般的連結感、以及強調做母親的幸福感受。

最後，社群媒介的出現，是否或是如何重劃了公/私領域的界線？如同 Landes (1998) 所指出的，公、私領域之間的界線是在持續的協商之中，這個觀點強調這條區分不同社會生活領域的界線所具有的穩定與不穩定特性。值得注意的是，臉書上的社團「冷便當社」創造了一種較為寬廣的公共領域，母職可以在其中進行協商。一方面，在這個線上社群中母職的再現仍然保守、有限，有可能只是激起一些既存的對於母職的社會、文化判斷，或只是反映了這些母親認同的性別政治。但在另一方面，這是一個女性自主的空間，實踐個人即政治的概念，讓人看見較為多元、另類、誠懇的母職敘事。當女性參與這個線上的空間，代表她們想要和男性的社群媒介使用者一樣可以平等地參與公共領域，而她們企圖討論的又是屬於私領域的家務工作與母職等議題，這幾乎是一種 Lopez (2009) 所謂的「僭越」(transgression) 公/私領域界線之舉，Lopez 將女性使用社群媒介(部落格)視為一種激進的行動(a radical act)，因為這與女性長久以來奮力爭取定義母親身份的認同有關。

由於在線上社群中，成員們經常會分享日常家庭生活的故事，如同 Morrison (2011) 針對媽咪部落格的研究所指出的，這些個人的部落格有一種親密的公眾訴求，它提供情感的釋放，給予讀者和部落客之間一種直接的情感互動(既私密又公共)，以及一種令人滿足、團結的認同感。其次，在一般的媒介內容中母親形象的再現形塑出理想母職的概念與展現方式，造成對於真實母親的壓力與無法達成的沮喪。在此情況之下，女性在線上社群中書寫也可能具有一種政治性，因為她們創造了不同的母職圖像，呈現出母親沮喪、挫敗的真實面貌。但在此我們仍然需要注意的是，女性在線上社群這種親密的溝通形式，將這些女性公眾與主流的公共文化分離開來，縮小了它的能見度，因此也可能削弱了它對於當代女性氣質批判的政治力道(Morrison, 2011)。

本研究所選擇的主要研究場域為臉書上的社團「冷便當社」，再從中選擇表現活躍的成員，作為訪談的對象。五位受訪者恰好都在中年年紀，推測這是由於社團的主題在討論如何「做便當」，而在台灣需要

《傳播與社會學刊》，(總)第66期(2023)

帶便當的子女通常是在中學以上，因此她們的孩子年齡也偏大，自然她們的年紀也接近中年。雖然這可以補足過去探討社群媒介與女性的相關研究，以往大都是針對女孩與年輕女性的討論，而較少討論年長女性(康庭瑜，2019；Hollows & Moseley, 2006)，但建議未來的研究在探討網路媽媽的議題時，可以關注年輕母親的新科技經驗，拓展探討數位女性主義實踐的廣度。此外，在「冷便當社」的成員中，雖然以女性為主，但也有少數的男性參與，建議未來的研究也可以關注在社群媒介上的男性廚務實踐、以及父職展演。

此外，不同性別以及與不同的社會類屬(包括：年齡、階級、族群等)交織的使用者，她/他們參與社群媒介的實踐相關研究議題所具有的複雜性與所帶來的挑戰(Fernandez et al., 2003)，都需要未來更多的研究投入，以探索究竟性別的展演形式和社群媒介的使用之間如何受到社會關係的影響，或反過來影響了社會關係的改變，特別是在新自由主義與後女性主義有更多公共論述的當代，這些議題都需要未來更多的研究持續地關注。

## 參考文獻

### 中文部分 (Chinese Section)

- 王曉丹(2012)。〈性別與家庭圖像的「變」與「不變」〉。黃淑玲、謝小芬、王曉丹、范雲(編)，《性別關係》(頁33-60)。台北：空中大學。
- Wang Xiaodan (2012). Xingbie yu jiating tuxiang de “bian” yu “bubian”. Huang Shuling, Xie Xiaoqin, Wang Xiaodan, Fan Yun (Eds.). *Xingbie guanxi* (pp. 33-60). Taipei: Kongzhong daxue.
- 行政院主計處(2003年6月30日)。《九十一年臺灣地區社會發展趨勢調查(家庭生活)統計結果》。上網日期：2022年10月14日，取自<https://www.dgbas.gov.tw/public/Data/51201824871.pdf>。
- Xingzhengyuan zhujichu (2003, June 30). *Jiushiyi nian Taiwan diqu shehui fazhan qushi diaocha (jiating shenghuo) tongji jiegou*. Retrieved October 14, 2022, from <https://www.dgbas.gov.tw/public/Data/51201824871.pdf>.
- 行政院主計總處(2016)。《婦女婚育與就業調查報告》。台北：主計總處。
- Xingzhengyuan zhujizongchuchu (2016). *Funü hunyu yu jiuye diaocha baogao*. Taipei: Zhujizongchuchu.

從看不見到被看見的廚務工作

- 行政院主計總處 (2019年11月28日)。〈108年5月人力運用調查統計結果〉。  
上網日期：2022年10月14日，取自 [https://www.stat.gov.tw/News\\_Content.aspx?n=2799&s=25952](https://www.stat.gov.tw/News_Content.aspx?n=2799&s=25952)。
- Xingzhengyuan zhujì zongchū (2019, November 28). *108 nian 5 yue renli yunyong diaocha tongji jiegou*. Retrieved October 14, 2022, from [https://www.stat.gov.tw/News\\_Content.aspx?n=2799&s=25952](https://www.stat.gov.tw/News_Content.aspx?n=2799&s=25952).
- 亞莉·霍希爾德 (2017)。《第二輪班：那些性別革命尚未完成的事》(張正霖譯)。新北：群學。(原書Hochschild, A. [2012]. *The second shift: Working families and the revolution at home*. Penguin Books.)
- Yali Huoxierde (2017). *Di er lun ban: Naxie xingbie geming shangwei wancheng de shi* (Zhang Zhenglin Trans.). Xinbei: Qunxue. (Original book: Hochschild, A. [2012]. *The second shift: Working families and the revolution at home*. Penguin Books.)
- 唐先梅 (1996)。〈甚麼是家務工作？：家務工作本質之初探〉。《空大生活科學學報》，第2期，頁209–236。
- Tang Xianmei (1996). Shenme shi jiawu gongzuo?: Jiawu gongzuo benzhi zhi chutan. *Kongda shenghuo kexue xuebao*, 2, 209–236。
- 陳昭如 (2006)。〈性別與國民身分——台灣女性主義法律史的考察〉，《台大法學論叢》，第4期，頁1–103。
- Chen Zhaoru (2006). Xingbie yu guomin shenfen—Taiwan nüxing zhuyi falishi de kaocha. *Taida faxue luncong*, 4, 1–103.
- 陳向明 (2013)。〈質的研究中的效度問題：我如何知道研究結果是否「真實」?〉。《社會科學質的研究》(頁529–556)。台北：五南文化。
- Chen Xiangming (2013). Zhi de yanjiu zhong de xiaodu wenti: Wo ruhe zhidao yanjiu jiegou shifou “zhenshi”? *Shehui kexue zhi de yanjiu* (pp. 529–556). Taipei: Wunan wenhua.
- 財團法人台灣網路資訊中心 (2019)。〈2019台灣網路報告〉。上網日期：2022年10月4日，取自 <https://report.twNIC.tw/2019/>。
- Caituan faren Taiwan wanglu zixun zhongxin (2019). *2019 Taiwan wanglu baogao*. Retrieved October 4, 2022, from <https://report.twNIC.tw/2019/>.
- 財團法人台灣網路資訊中心 (2022a年6月)。〈2022年台灣網路報告〉。上網日期：2022年10月4日，取自 <https://www.twNIC.tw/doc/twNRP/202207e.pdf>。
- Caituan faren Taiwan wanglu zixun zhongxin (2022a, June). *2022 Taiwan wanglu baogao*. Retrieved October 4, 2022, from <https://www.twNIC.tw/doc/twNRP/202207e.pdf>.

《傳播與社會學刊》，(總)第66期(2023)

- 財團法人台灣網路資訊中心(2022b年7月)。〈2022台灣網路報告〉。上網日期：2022年10月4日，取自<https://www.twonic.tw/doc/twrrp/202207c.pdf>。
- Caituan faren Taiwan wanglu zixun zhongxin (2022b, July). *2022 Taiwan wanglu baogao*. Retrieved October 4, 2022, from <https://www.twonic.tw/doc/twrrp/202207c.pdf>.
- 康庭瑜(2019)。〈賦權及其極限？後女性主義、社群媒體與自拍〉。《新聞學研究》，第141期，頁1–38。
- Kang Tingyu (2019). Fuquan ji qi jixian? Hounüxingzhuyi, shequn meiti yu zipai. *Xinwenxue yanjiu*, 141, 1–38.
- 張晉芬、李奕慧(2007)。〈「女人的家事」，「男人的家事」：家事分工性別化的持續與解釋〉。《人文及社會科學集刊》，第2期，頁203–229。
- Zhang Jinfen, Li Yihui (2007). “Nüren de jiaoshi”, “Nanren de jiaoshi”: Jiashi fengong xingbiehua de chixu yu jieshi. *Renwen ji shehui kexue jikan*, 2, 203–229.
- 楊芳枝、蕭蘋(2014)。〈後女性主義媒體文化的性別再現政治〉。陳瑤華(編)，《台灣婦女處境白皮書：2014年》(頁445–482)。台北：女書文化。
- Yang Fangzhi, Xiao Ping (2014). Hounüxingzhuyi meiti wenhua de xingbie zaixian zhengzhi. Chen Yaohua (Ed.), *Taiwan funü chujing baipishu: 2014 nian* (pp. 445–482). Taipei: Nüshu wenhua.
- 蕭英玲(2005)。〈台灣的家務分工：經濟依賴及性別的影響〉。《台灣社會學刊》，第34期，頁115–145。
- Xiao Yingling (2005). Taiwan de jiawu fengong: Jingji yilai ji xingbie de yingxiang. *Taiwan shehui xuekan*, 34, 115–145.
- 蕭蘋(2020)。〈為愛加點味道：解讀烹飪相關廣告中的家庭性女性氣質〉。《傳播與社會學刊》，第53期，頁21–55。
- Xiao Ping (2020). Wei ai jia dian weidao: Jiedu pengren xiangguan guanggao zhong de jiatingxing nüxing qizhi. *Chuanbo yu shehui xuekan*, 53, 21–55.
- 蕭蘋(2021)。〈超越極限，做自己？解讀廣告中的性別與運動〉。《傳播與社會學刊》，第57期，頁95–126。
- Xiao Ping (2021). Chaoyue jixian, zuo ziji? Jiedu guanggao zhong de xingbie yu yundong. *Chuanbo yu shehui xuekan*, 57, 95–126.
- 藍佩嘉(2017)。〈導讀 家事分工：與父權的討價還價〉。亞莉·霍希爾德，《第二輪班：那些性別革命尚未完成的事》(張正霖譯)(頁6–12)。新北：群學。(原書Hochschild, A. [2012]. *The second shift: Working families and the revolution at home*. Penguin Books.)

- Lan Peijia (2017). *Daodu jiashi fengong: Yu fuquan de taojia huanjia. Yali Huoxierde, Di er lun ban: Naxie xingbie geming shangwei wancheng de shi* (Zhang Zhenglin Trans.) (pp. 6–12). Xinbei: Qunxue. (Original book: Hochschild, A. [2012]. *The second shift: Working families and the revolution at home*. Penguin Books.)
- Anselm Strauss、Julie Corbin (1998)。《質性研究概論》(徐宗國譯)。台北：巨流。(原書Strauss, A., & Corbin, J. [1998]. *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. [1st ed.]. Sage.)
- Anselm Strauss, Julie Corbin (1998). *Zhixing yanjiu gailun* (Xu Zongguo Trans.). Taipei: Juliu. (Original book: Strauss, A., & Corbin, J. [1998]. *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. [1st ed.]. Sage.)
- Pamela Abbott、Claire Wallace (1995)。《女性主義觀點的社會學》(俞智敏、陳光遠、陳素梅、張君攻譯)。台北：巨流。(原書Abbott, P., & Wallace, C. [1990]. *An introduction to society: Feminist perspective*. Routledge.)
- Pamela Abbott, Claire Wallace (1995). *Nüxing zhuyi guandian de shehuixue* (Yu Zhimin, Chen Guangyuan, Chen Sumei, Zhang Junmei Trans.). Taipei: Juliu. (Original book: Abbott, P., & Wallace, C. [1990]. *An introduction to society: Feminist perspective*. Routledge.)

### 英文部分 (English Section)

- Banet-Weiser, S., Gill, R., & Rottenberg, C. (2020). Postfeminism, popular feminism and neoliberal feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg in conversation. *Feminist Theory*, 21(1), 3–24.
- Baxter, J. (2000). The joys and justice of housework. *Sociology*, 34(4), 609–631.
- Beagan, B., Chapman, G. E., D’Sylva, A., & Bassett, B. R. (2008). It’s just easier for me to do it: Rationalizing the family division of foodwork. *Sociology*, 42(4), 653–671.
- Beechy, V. (1986). Familial ideology. In V. Beechy, & J. Donald (Eds.), *Subjectivity and social relations* (pp. 98–120). Open University Press.
- Berk, S. (1985). *The gender factory: The apportionment of work in American households*. Springer.
- Bîră, M., Buzoianu, C., & Tudorie, G. (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.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Charles, N., & Kerr, M. (1988). *Women, food, and families*. Manchester University Press.

- Choi, P., Henshaw, C., Baker, S., & Tree, J. (2005). Supermum, superwife, supereverything: Performing femininity in the transition to motherhood. *Journal of Reproductive and Infant Psychology*, 23(2), 167–180.
- Cowan, R. S. (1983). *More work for mother*. Basic Books.
- Cunneen, C., & Stubbs, J. (2000). Male violence, male fantasy and the commodification of women through the internet. *International Review of Victimology*, 7(1–3), 5–28.
- Daniels, A. (1987). Invisible work. *Social Problems*, 34(5), 403–415.
- Daniels, J. (2009). Rethinking cyberfeminism(s): Race, gender, and embodiment. *Women's Studies Quarterly*, 37(1/2), 101–124.
- Davies, L., & Carrier, P. J. (1999). The importance of power relations for the division of household labour. *Canadian Journal of Sociology/Cahiers Canadiens de Sociologie*, 24(1), 35–51.
- DeVault, M. L. (1991). *Feeding the family: The social organization of caring as gendered work*. University of Chicago Press.
- Dholakia, N., & Reyes, I. (2013). Virtuality as place and process. *Journal of Marketing Management*, 29(13–14), 1580–1591.
- Dodge, M., & Kitchin, R. (2001). *Mapping cyberspace*. Routledge.
- Eble, M., & Breault, R. (2002). The primetime agora: Knowledge, power, and “mainstream” resource venues for women online. *Computers and Composition*, 19(3), 315–329.
- Fernandez, M., Wilding, F., & Wright, M. M. (Eds.) (2003). *Domain errors! Cyberfeminist practices*. Automeia.
- Fischer, C. S. (1988). Gender and the residential telephone, 1890–1940: Technologies of sociability. *Sociological Forum*, 3(2), 211–233.
- Flanagan, M., & Booth, A. (Eds.) (2002). *Reload: Rethinking women + cyberculture*. MIT press.
- Friedan, B. (1963). *The feminine mystique*. Dell.
- Friedman, M. (2013). *Mommyblogs and the changing face of motherhood*. University of Toronto Press.
- Gilles, S., & Hollows, J. (Eds.) (2009). *Feminism, domesticity and popular culture*. Routledge.
- Glenn, E. (1994). Social constructions of mothering: A thematic overview. In E. Glenn, G. Chang, & L. Forcey (Eds). *Mothering: Ideology, experience and agency* (pp. 1–29). Routledge.
- Grant, D., & Kiesler, S. (2001). Blurring the boundaries: Cell phones, mobility and the line between work and personal life. In B. Brown, N. Green, & R. Harper (Eds.), *Wireless world: Social and interactional issues in mobile communication and computing* (pp. 121–132). Springer-Verlag.
- Hakim, C. (1995). Five feminist myths about women's employment. *British Journal of Sociology*, 46(3), 429–455.



- Hakim, C. (2000). *Work-lifestyle choices in the 21st century: Preference theory*. Oxford University Press.
- Haraway, D. (1985). A manifesto for cyborgs: Science, technology, and social feminism in the 1980s. *Socialist Review*, 80, 65–107.
- Harcourt, W. (Ed.). (1999). *Women@internet: Creating new cultures in cyberspace*. Zed Books.
- Harcourt, W. (2000). The personal and the political: Women using the internet. *Cyberpsychology & Behavior*, 3(5), 693–697.
- Hardey, M. (2002). Life beyond the screen: Embodiment and identity through the internet. *Sociological Review*, 50(4), 570–585.
- Harven, T. (2002). The home and family in historical perspective. In T. Bennett, & D. Watson (Eds.), *Understanding everyday life* (pp. 34–39). Blackwell.
- Hays, S. (1996). *The cultural contradictions of motherhood*. Yale University Press.
- Haythornthwaite, C., & Wellman, B. (2002). The internet in everyday life: An introduction. In C. Haythornthwaite, & B. Wellman (Eds.), *The internet in everyday life* (pp. 3–41). Wiley-Blackwell.
- Hinton, S., & Hjorth, L. (2013). *Understanding social media*. Sage.
- Holloway, S. (1999). Reproducing motherhood. In N. Laurie, C. Dwyer, S. Holloway, & F. Smith (Eds.), *Geographies of new femininities* (pp. 91–112). Pearson Education.
- Hollows, J., & Moseley, R. (Eds.). (2006). *Feminism in popular culture*. Berg Publishers.
- Hooks, B. (1990). *Yearning: Race, gender, and cultural politics*. Southland Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jesella, K. (2009). Naughty mommies. *The American Prospect*, 20(3), 31–33.
- Johnson, L., & Lloyd, J. (2004). *Sentenced to everyday life: Feminism and the housewife*. Berg.
- Josok, G. H., Lagesen, V., & Sorensen, K. (2003). Out of the boy's room? A critical analysis of understanding of gender and ICT in Norway. *NORA: Nordic Journal of Women's Studies*, 11(3), 130–139.
- Keller, J. M. (2012). Virtual feminisms: Girls' blogging communities, feminist activism, and participatory politics. *Information, Communication & Society*, 15(3), 429–447.
- Kramer, J., & Kramarae, C. (2000). Women's political webs: Global electronic networks. In A. Sreberny, & L. van Zoonen (Eds.), *Gender, politics and communication* (pp. 205–222). Hampton Press.
- Landes, J. (1998). Introduction. In J. Landes (Ed.), *Feminism: The public and the private* (pp. 1–17). Oxford University Press.
- Leger, J., & Letourneau, N. (2015). New mothers and postpartum depression: A narrative review of peer support intervention studies. *Health & Social Care in the Community*, 23(4), 337–348.

《傳播與社會學刊》· (總) 第 66 期 (2023)

- Ley, B. L. (2007). Vive les roses! The architecture of commitment in an online pregnancy and mothering group. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1388–1408.
- Lopez, L. K. (2009). The radical act of “mummy blogging”: Redefining motherhood through the blogosphere. *New Media & Society*, 11(5), 729–747.
- Madge, C., & O’Connor, H. (2006). Parenting gone wired: Empowerment of new mothers on the internet? *Social & Cultural Geography*, 7(2), 199–220.
- Marchant, C., & O’Donohoe, S. (2014). Edging out of the nest: Emerging adults’ use of smartphones in maintaining and transforming family relationships. *Journal of Marketing Management*, 30(15–16), 1554–1576.
- McDaniel, B. T., Coyne, S. M., & Holmes, E. K. (2012). New mothers and media use: Associations between blogging, social networking, and maternal well-being. *Maternal and Child Health Journal*, 16(7), 1509–1517.
- McRobbie, A. (2013). Feminism, the family and the new ‘mediated’ maternalism. *New Formations*, 80(80), 119–137.
- Meyerowitz, J. (Ed.). (1994). *Not June Cleaver: Women and gender in postwar America 1945–60*. Temple University Press.
- Miyata, K. (2002). Social support for Japanese mothers online and offline. In B. Wellman, & C. Haythornthwaite (Eds.), *The internet in everyday life* (pp. 520–548). Wiley-Blackwell.
- Modleski, T. (1984). *Loving with a vengeance: Mass-produced fantasies for women*. Methuen.
- Moravec, M. (Ed.). (2011). *Motherhood online*. Cambridge Scholars Publishing.
- Morrison, A. (2011). Suffused by feeling and affect: The intimate public of personal mommy blogging. *Biography*, 34(1), 37–55.
- Nakamura, L. (2002). *Cybertypes: Race, ethnicity, and identity on the Internet*. Routledge.
- O’Reilly, A. (Ed.). (2010). *Encyclopedia of motherhood*. Sage.
- Orgad, S., & De Benedictis, S. (2015). The ‘stay-at-home’ mother, postfeminism and neoliberalism: Content analysis of UK news coverage. *European Journal of Communication*, 30(4), 418–436.
- Parkin, K. J. (2006). *Food is love: Advertising and gender roles in modern America*. University of Pennsylvania Press.
- Parry, D. C., Glover, T. D., & Mulcahy, C. M. (2013). From “stroller stalker” to “momancer”: Courting friends through a social networking site for mothers. *Journal of Leisure Research*, 45(1), 22–45.
- Pudrovska, T., & Ferree, M. M. (2004). Global activism in “virtual space”: The European women’s lobby in the network of transnational women’s NGOs on the web. *Social Politics*, 11(1), 117–143.
- Radway, J. (1984). *Reading the romance: Women, patriarchy, and popular literature*. The University of North Carolina Press.
- Rakow, L. F. (1992). *Gender on the line: Women, the telephone, and community life*. University of Illinois Press.

- Richardson, I. (2011). The hybrid ontology of mobile gaming. *Convergence*, 17(4), 419–430.
- Samuel, A. (2011). Foreword: The truth of motherhood online. In M. Moravec (Ed.), *Motherhood online* (pp. xi–xiv). Cambridge Scholars Publishing.
- Schafer, R. B., & Schafer, E. (1989). Relationship between gender and food roles in the family. *Journal of Nutrition Education*, 21(3), 119–126.
- Shaw, P. (1997). *Demystifying women's magazines in Taiwan*. Unpublished doctoral dissertation, The Pennsylvania State University.
- Stacey, J. (2011). *Unhitched: Love, marriage, and family values from west Hollywood to western China*. NYU Press.
- Sutton, J., & Pollock, S. (2000). Online activism for women's rights. *Cyberpsychology & Behavior*, 3(5), 699–706.
- Travers, A. (2003). Parallel subaltern feminist counterpublics in cyberspace. *Sociological Perspectives*, 46(2), 223–237.
- Valentine, G. (1997). 'My son's a bit dizzy.' 'My wife's a bit soft': Gender, children and cultures of parenting. *Gender, Place and Culture: A Journal of Feminist Geography*, 4(1), 37–62.
- Valentine, G. (2001). *Social geographies: Society and space*. Prentice Hall.
- Valentine, G., & Holloway, S. L. (2002). Cyberkids? Exploring children's identities and social networks in on-line and off-line worlds. *Annals of the Association of American Geographers*, 92(2), 302–319.
- Valtchanov, B. L., Parry, D. C., Glover, T. D., & Mulcahy, C. M. (2014). Neighborhood at your fingertips: Transforming community online through a Canadian social networking site for mothers. *Gender, Technology and Development*, 18(2), 187–217.
- Valtchanov, B. L., Parry, D. C., Glover, T. D., & Mulcahy, C. M. (2015). 'A whole new world': Mothers' technologically mediated leisure. *Leisure Sciences*, 38(1), 50–67.
- Weintraub, J. (1997). The theory and politics of the public/private distinction. In J. Weintraub, & K. Kumar (Eds.), *Public and private in thought and practice: Perspectives on a grand dichotomy* (pp. 1–42). University of Chicago Press.
- Young, I. M. (1997). *Intersecting voices: Dilemmas of gender, political philosophy, and policy*. Princeton University Press.
- Youngs, G. (2001). Theoretical reflections on networking in practice: The case of the women on the net. In E. Green, & A. Adam (Eds.), *Virtual gender: Technology, consumption and identity* (pp. 84–99). Routledge.

## 本文引用格式

賴曉芸、蕭蘋 (2023)。〈從看不見到被看見的廚務工作：社群媒介對母職女性的限制與賦權〉。《傳播與社會學刊》，第 66 期，頁 165–199。