

早稲田大学 グローバルCOE 「アジア地域統合のための世界的人材育成拠点」
調査研究支援スキーム 成果報告

所属：アジア太平洋研究科、国際関係学／学年；Ph. D2／氏名；チェ・ユンジョン

日程 2009年2月17日 ～2009年2月28日
渡航地（国・都市名）

韓国：ソウル
日本：東京

リサーチ目的

前回の調査では日韓中の3国の若者を中心にインターネットとモバイルという新しい媒体がどういう風に各個人の実生活に浸透しているのかをみてみたが、今回はその環境をベースに日韓の若者のインターネットによるコミュニケーションについて視点を絞ってみた。インターネットの御陰で全世界はリアルタイムに国境や言語の壁を乗り越え疎通するようになったが、単純な情報習得だけではなくインターネットは各個人の実生活の中でどういった役割を果たしているのかを把握するのが今回の調査の主な目的である。

研究課題

様々な調査でインターネットの利用者に関する調査やインターネット環境に関する調査が行われつつあり、年齢差や性別差はあるものの全世界、全社会においてその利用者は年々増え続けている。その中、今回注目したのはインターネットの利用者の中でも今までは情報検索やネットショッピングなど与えられたネット環境を利用する立場から利用者側から情報を発信、周り積極的にコミュニケーションを取ろうとする傾向が見られることである。最近日本でもブームをおこしている個人によるブログや mixi、インターネット強国と言われる韓国の cyworld をはじめとする様々なネットコミュニティがその例であるという前提の上、今回はインターネットを中心としたコミュニケーションの新たな形態を調査、新しいコミュニケーション社会への可能性を探ってみたい。

成果

韓国インタビュー15人（10代7人、20代4人、30代3人、40代1人-コミュニティ運営者）／日本インタビュー；11人（10代3人、20代4人、30代3人；1人は運営者、40代1人）：基本条件としてはネット上のコミュニティ活動を経験、あるいは現在も続けている人をインタビュー対象として選んだ。

1. インタビュー対象者のネット環境；

①パソコン保有数；韓国；22台平均1.47台／日本12台、平均1.09台
②一日平均インターネット利用時間（無線インターネット含む、仕事で使う時間は除く）；韓国59時間、平均4時間／日本25時間、平均2.3時間⇒インタビューの結果、一日中自由に時間を使える主婦や自営業、フリータイムジョブを持つ人が学生やサラリーマンよりインターネットの使用時間が長いことが分かった。一方、家族でパソコンを共有している人よりは自分専用のパソコンを持つ人のほうが一日平均使用時間が長く、インターネット使用への依存度が高いことも分かった。

2. 入会しているネットコミュニティ数：韓国 608 個、平均 40.5 個（一人当たり最小 8 個、最大数約 100 個）／日本 272 個、平均 24.7 個（一人当たり最小 2 個、最大約 30 個）

3. 主に活動しているネットコミュニティ数；韓国 45 個、平均 3 個／日本 23 個、平均 2.1 個

⇒一つの興味のあることに関して、ネットサーフィンという形で情報を検索し、より詳しい情報を得るために様々なコミュニティに正会員登録の手順へ進むケースが両国とも一般的だが、望む情報を得ると活動を持続することはあまりなく、仲間グループができたコミュニティや共感を強く感じるコミュニティのほうへ集中することとなるのが、両国の共通点として上げられる。特に韓国の場合、各インターネットのポータルサイト（Naver, Daum, Yahoo など）がユーザーへのコミュニティの制作と活用と積極的に支援しているため、数多くのコミュニティが氾濫しており、日本と比べ、ネット上のコミュニティが数的な面からみると盛んでいるように見えるが、結果的に活動を持続するコミュニティ数に関しては両国で大きく差はないことが分かった。

4. コミュニティ利用目的・理由（返答数が多い順）；韓国；趣味の延長線、友達・仲間作り、情報共有、ストレス解消、自分表現の場、現実逃避、他人の世界を覗くことができるなど／日本；趣味への延長線、興味のあるものに関する情報習得、情報交換、仲間作りなど⇒韓国のユーザーの場合、一旦ネット上のコミュニティで仲間ができると、その付き合いがオフラインへ移動するケースが非常に多く、いわゆる「オフ会」というのも盛んでいる反面、日本のユーザーはネット上のコミュニティでの仲間と日常生活を分けようとする傾向が見られる。その原因は自分が直接被害や不愉快な経験をしたことがあるというよりは、マスコミでの報道などによる出会い系サイトの延長線のようなマイナスイメージや、見知らぬ他人との接触を恐れる傾向があることも感じた。韓国のユーザーの場合、もちろんオフライン上で実際交流をした結果ネット上でより仲良くなれなかったというケースもあると言いつつ、その場合はオフラインでの交流は持続しないが、既存のコミュニティでの付き合いは変わらず続けるという対人関係に関して積極的な面を見せるケースが多い。特に、ネット上のコミュニティで仲間になったグループや各個人同士は学校や職場での仲間の関係より、同じ趣味と興味を共有しているという特性のため、年齢を問わず極めて親密な交流を続ける傾向も見られる。そして、同じく情報を得るという目的に関しても韓国の場合、仲間と情報を「共有」するという認識が多い反面、日本の場合は情報を「習得」という認識が多いことで両国のユーザーの間で少し、温度差があることも興味深い。

以上、少ない標本の捜査の中で一般的結論を出すのは多少無理のある試みだとは思われるが、現社会においてインターネットは既に架空の世界ではなくなり、個人の決められた実生活の範囲を超え、同じ趣味や興味を持つ人同士を繋ぎ、積極的にコミュニケーションを取る場として利用され、進化しつつあることが分かった。特にネット上のコミュニティによるコミュニケーション形態はここ数年で起こり始まった傾向ではあるものの、現社会における新コミュニケーションの形態として今後もその推移を注目したい。

事業推進担当者確認（署名・押印）

メイン

劉 田 茂 人



サブ