

第 11 回「ネットと世論・韓国の事例から」

2007 年 7 月 3 日

毎日新聞 外信部 矢野純一

1、韓国のネット事情

経済協力開発機構（OECD）によると、06 年 12 月時点の韓国のブロードバンドの普及率は 29・1%で、OECD加盟国 30 カ国中 4 位で 14 位の日本の約 1・5 倍となっている。韓国は 01 年から 05 年 6 月までは、世界 1 位。また、人口密度にあたる、ブロードバンド密度は 06 年 6 月時点で 1 平方*kmあたり 4 8 3 人で世界トップだ。

米の民間のインターネット調査会社によると、韓国のネット利用者は毎日 1 時間以上、ネットを見ており、カナダ、イスラエルに次いで、世界で 3 位だ。

2、マスコミ vs ネット世論

ES細胞の分離に成功し、ノーベル賞候補と言われていたソウル大の黄教授を番組で告発したMBCテレビのプロデューサーがネットで「韓国の英雄を汚すのか」と批判にさらされる。「行き過ぎた愛国心に恐怖を感じた」という。

3、選挙とネット

韓国の大統領選では、ネット空間で各候補者支援組織が活動する。ネット空間で熟成させた力をリアルの世界に反映させる。その結果、怪しい情報を元にしたネガティブキャンペーンが加速する。選挙管理委員会、名誉棄損での訴訟が起きているが、歯止めにはならず規制も限界がある。

4、権力とネット

昨年 1 月、大統領個人の「青瓦台のブログ」を立ち上げ、大手ポータルサイトに載せる。背景には批判的な既存マスコミへの反発がある。

オーマイニュースに変わって、政治オピニオンサイト「ソプライズ」がのびる。オーマイニュースは自ら市民記者のニュースを検証してから掲載するようになる。一方、右派がネット上の新聞社が立ち上げたのが、閲覧者減少の原因。ソプライズは自由に意見を投稿できるので、受け入れられている。さらに伸びているのがポータルサイト。

なぜ、こうなるのか。わかりやすい物、おもしろおかしい物、軽い物に流れる傾向があるのでは・・・。ポピュリズムに陥りやすい危うさを感じる。

以上