

# スマートモブ化する韓国のe-democracy

庄司昌彦(GLOCOM研究員)

## ■ スマートモブズと韓国政治

コンピュータや携帯電話を駆使して協力関係をつくり、バーチャルな世界だけではなく現実には大きな力を発揮する人たちが出現してきている。ハワード・ラインゴルドはその著書『スマートモブズ』(NTT出版、2003年)で、彼らを「モバイルでバーベイクな環境、ウェアラブルコンピューティング技術、集合的コンピューティング技術に支えられ、時には評判システムを頼りに、直接知らない人々とも互いに協力して行動する人々」と描写し、「スマートモブズ」と名づけた。

1999年にシアトルで開かれたWTO(世界貿易機関)総会で閣僚会議を決裂させたNGOのデモ隊、2001年にフィリピンで携帯電話のショートメッセージ(SMS)を駆使し、エストラダ大統領を退陣に追い込んだ人々、2003年に中国でSMSを通じて政府が隠していたSARS(重症急性呼吸器症候群)の発生を暴露し広めた人々、2003年以降、電子メール等で連絡を取り合い、ニューヨークやロンドン、東京など世界各地で「フラッシュモブ」と呼ばれる突発的パフォーマンスを組織した人々などがスマートモブズの例だ。

韓国の盧武鉉大統領は、2002年12月に行われた大統領選挙で、インターネットや携帯電話などの情報技術を駆使する人々に支えられて当選したことで有名である。盧大統領の支持者たちは、世界で最初到大統領を誕生させたスマートモブズであるといえる。

2004年4月に行われた韓国の第17回国會議員選挙では、盧大統領を支える少数与党のウリ党が議席を3倍増させる大躍進をした。勝因としては、伝統的な地域主義を超えて支持が広がったことや、ウリ党に政治的立場が近くインターネットに親和性の高い若年世代の投票率が上昇したことなどが挙げられているが、その背景には今回も、情報技術を駆使する支持者たちのスマートモブ的な活動があった。

韓国では、情報技術の活用が、政治的議論の盛り上がりや若年世代の投票率上昇など、現実の政治に明確な影響を与えている。これは現在の日本の状況と比較すると大変興味深い現象であると筆者は考えている。そこで以下では、日本におけるネットと政治や政策の関係を考える際の参考とするため

に、韓国のe-democracyの現状と考察を示してみたい。

## ■ 選挙とインターネット

今回の選挙の最大の争点は、3月12日に可決された大統領弾劾決議の是非であった。この決議の直後から、盧大統領支持者たちのオンライン抗議行動はこれまでにない盛り上がりを見せた。政治をテーマとするウェブサイトが増加し、政党の掲示板だけではなく同窓会やアイドルのファンサイトなど、政治をテーマとしないウェブサイトの掲示板までもが選挙の話題でにぎわった。また弾劾決議への抗議集会は全国約60カ所で組織され、30万人が集会に参加し、45万人がインターネット中継を視聴した。

政治をテーマとするウェブサイトは、ニュース、解説・議論、パロディの3種類に分類できる。ウリ党の支持者たちは、日課のようにこれらを巡回していたそうである。

ニュースサイトの代表格はOhmyNews(<http://www.ohmynews.com/>)だ。OhmyNewsは、マイナーな社会運動型メディアの記者であった呉連鎬(オ・ヨンホ)氏が2000年2月に創刊したもので、一般の人々がニュースを提供する市民記者制を特徴としている。市民記者や読者たちは、2002年のサッカーワールドカップで韓国代表の街頭応援を呼びかけたり、同年の大統領選挙で盧武鉉氏への投票を呼びかけたりするなど、OhmyNewsの場を活用し大きな社会現象を起こしてきた。今回の選挙でもOhmyNewsでは、主要メディアが報じないニュースを市民記者たちが報じ、有権者の情報源となった。

解説・議論サイトとしては、政治をテーマとしたウェブマガジンであるseoprise(<http://www.seoprise.com>)や時事政治を扱うライブイズ(<http://www.liveis.com>)がある。これらのサイトでは、選挙戦についての情勢分析が提供され、選挙運動に役立った。その他、ネイバー(<http://www.naver.com>)等主要なポータルサイトがアンケート調査を行い、世論形成に影響を与えた。

パロディサイトでは、ニュースや政治家をネタにした合成写真や動画、フラッシュ等の作品が盛んに公表され、若

者の関心を集めた。このような活動を韓国ではPoliticsとEntertainmentを足して「ポリティエンメント」と呼ぶこともあるそうである。このようなパロディサイトの代表格は、メディアモブ(<http://www.mediamob.co.kr>)である。ここでは、「ヘッディングライン」というパロディ動画ニュースを制作して公開している。女性アナウンサーが政治家を皮肉る内容のニュースを真顔で読み上げ、政治家の顔写真などを合成して作られた動画と音楽などが紹介されるこのコンテンツは大変人気を博し、KBS(地上波の国営放送)でも週4回放送されるレギュラーコーナーになった。韓国ではネット上の政治活動については法律が未整備だが、コンテンツが誹謗にあたるとして逮捕された人もいた。そのため、パロディ画像が最も多く集まったDCインサイド(<http://www.dcinside.com>)では、パロディが元で逮捕された人々の救出運動のための情報交換や、「選挙期間こそ言論の自由が必要」という議論などが活発に行われた。その他、ラジオ21時(<http://www.radio21.co.kr>)、ダンジ日報(<http://www.ddanzi.com>)といったサイトが人気を呼んだ。

## ■ 投票依頼

ウリ党は選挙キャンペーンを有利に展開していたが、現職議員が少ないため情勢は微妙であり、野党に勝利するためには他の年代に比べて投票率が低い20代・30代の人々の投票率を上げることがカギであると考えられていた。ところが、選挙キャンペーン中に、ウリ党のリーダーである鄭東泳(チョン・ドンヨン)議長が「高齢者は投票に来なくていい」という趣旨の発言をし、これによって中高年層の反発を煽るミスを犯した。年長者を敬う文化が強く残る韓国では、これは大変な問題発言であった。そして投票3日前の時点では、与野党の支持率は伯仲し、勝利が危ういものとなった。

そこで支持者たちは、最後の瞬間まで、さまざまなメディアを駆使し、若者に対する投票依頼を活発に行った。友人知人に携帯電話をかけ、携帯メールを送り、チャットや電子メールなども用いて選挙が非常に接戦であることを伝え、投票を依頼したのである。SKテレコムによると、投票日当日の携

帯電話コールと携帯メールのトラフィックは、通常の日よりも25%多かった。

その結果、投票率は2000年の総選挙よりも2.7ポイント高い60.6%となった。特にソウル市の投票率は前回より7.9ポイントも上昇した。20代・30代の人々は、約半数がウリ党に投票した(50代の人々の約半数はハンナラ党に投票した)。30~40人のウリ党候補者が数十~数百票差で勝利したことを考えると、このラストスパートは、ウリ党の勝利に大きな貢献をしたといえるだろう。

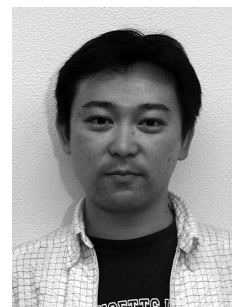
## ■ ウリ党支持者とスマートモブズ

このようにウリ党支持者たちは、簡便なコンテンツ制作技術と情報共有技術を使いこなし、大統領の座に続いて、世界で初めて議会で多数派を手に入れたスマートモブズとなった。支持者たちがそれぞれネタを楽しみ、相互に働きかけあう行為を積み重ねるなかから、党の組織的なキャンペーンや党首の失敗を補完する大きな力が創発したという点が、いかにもスマートモブ的である。

## ■ ハンナラ党は「デジタル政党」を志向へ

他方、議席を大きく減らし、選挙における情報技術の影響力の大きさを痛感したハンナラ党は、すぐに党改革に乗り出した。まず朴権恵(パク・クネ)代表が選挙後の記者会見で「デジタル政党」への脱皮を宣言し、すぐさま当選者全員を対象とする研修会を8回実施した。そこでは「一方向的な旧来のマスメディアの読者のような、ネットワークにつながっていない、沈黙する多数にはもう影響力がない」という講義がされた。またデジタル政党化を検討するタスクフォースを設置し、オンライン投票で選出したネット利用者の代表を党の意思決定に参画させることを検討している。このハンナラ党の方向転換は、有権者像の転換、すなわち「訴えかけ、お願いする対象」から、「コミュニケーションし協力して世論や行動を作り出す仲間」への転換を意味している。

また、今回の選挙で議席を伸ばした民主労働党も、党員



3万人がインターネットを通じた投票で党指導部(党代表、事務総長、最高議員など)を直接選出するという改革を行った。

### ■ 韓国の現象をどうとらえるか

以上のような韓国の現象をどうとらえればよいだろうか。人々が、情報技術を駆使して協力関係を結び、現実の政治に大きな影響力を発揮するような現象が、今後、日本を含む各国で同じように起こり得るととらえるべきか。それとも、これは韓国でしか起こり得ない独自の現象であるかととらえるべきか。

日本のネット社会で起きていることを考えてみると、いくつか韓国との共通点を見出すことができる。たとえば日本でも、OhmyNewsと同じ市民記者制をとるインターネット新聞JANJAN(<http://www.janjan.jp>)や日刊ベリタ(<http://www.nikkanberita.com/>)等が生まれている。アクセス数や知名度、影響力ではOhmyNewsに遠く及ばないが、アクセス件数は現在1日10万ページビュー(2003年11月のJANJAN)と、これらのウェブサイトは成長を続けているようである。また、趣は異なるが、巨大匿名掲示板の「2ちゃんねる」も、マスメディアが流さない情報を掲載したり、読者が自発的にネタを投稿したりすることによって成立しているという面をとらえれば、新しい報道媒体であるといえよう。

そして、インターネット上のコミュニティが政治家をパロディのネタにし、多数のデジタルコンテンツが作られるようなことも、珍しいことではない。たとえば2002年に鈴木宗男衆議院議員(当時)が北方領土で建設に尽力した建物が「ムネオハウス」と呼ばれていると明らかになった際には、宗男(ムネオ)氏をネタにしたハウス音楽「ムネオハウス」が作られ、そこから派生したアスキーアート(文字・記号の組合せで描いた絵)、CDジャケット、フラッシュ作品等が盛んに作られ、オンライン・オフラインで盛り上がりを見せたことがあった。これは韓国でのパロディ文化と、質的な差はあまりないであろう。これらの現象に着目すると、韓国ほどの規模はないが同種の現象が日本でも起きており、実際の政治と結びつく可能性もあるように思われる。

### ■ オールドメディアと言論改革

しかし筆者は、日韓の現象の「規模の差異」こそが大きな差異であり、情報技術を駆使する人々が現実の政治を左右するようになるかどうかを決めるポイントであると考えている。この「規模の差異」を考えるヒントとして、韓国でインターネットがマスメディアや言論界に与えたインパクトの大きさを無視することはできない。

韓国では現在、朝鮮日報、中央日報、東亜日報の3紙が75%のシェアを持っている。このような既存の大手メディア(オールドメディア)の記者は社会的地位が高く、世襲など特権階級のような振舞いをし、政治的立場は保守的である。また伝統的に政権との関係が深く、政権側が記者をパーティで接待し、見返りに記者が政権に不利な記事を控えるようなことが日常的であったという。

これに対して、先に紹介したOhmyNewsの市民記者は、オールドメディアが報じないニュースを報じたり、オールドメディアの腐敗を告発したりしてきた。たとえば、金泳三元大統領が高麗大学で学生から卵を投げつけられる事件があった時に、オールドメディアは一切報道しなかったが、OhmyNewsだけが報道した。また、あるテレビ記者が警察官に対する暴行事件を起こしたが、テレビ局の圧力によって逆に被害者の警察官が更迭された時には、怒った警察官がOhmyNewsの掲示板で告発し、大反響になった。金大中前大統領や盧武鉉大統領はこのような言論界の改革を支持しており、盧武鉉氏は大統領就任時の初会見をオールドメディアではなくOhmyNewsと行った。オールドメディアはOhmyNewsに対して「無責任な報道」「刺激的」と批判を繰り返しているが、読者の間では次第に信頼を獲得してきているようだ。

つまり韓国では、オールドメディアによって汚職や癒着が隠蔽されていたが、インターネット新聞や携帯電話のショートメッセージは、それを暴く情報を国民に広く伝える道具となったのである。

この道具が政治に結びついて使われるようになった契機はおそらく、2000年に行われた前回の総選挙である。このとき、

市民団体による「落選運動」が盛り上がった。これは、約460の市民団体が参加して「2000年総選市民連帯」（総選連帯）を結成し、汚職歴や徴兵忌避などの経歴がある候補者を「不適格な政治家」として公表、各党に公認を与えないように要請し、公認されて立候補した場合には落選させる運動を展開したというものだ。つまり、オールドメディアが隠してきた情報を市民団体が暴き、広めたのである。

### ■ 同様の現象が起こる条件

日本のマスメディアは、韓国よりも政権・与党に対して厳しく批判的である。むしろ、汚職を暴かれることに対する政治家の不満の方が大きいかもしれない。また日本の読者・視聴者は社会的な問題について冷めた態度をとることが多い。このことから、韓国と同じ文脈で同じように日本のネット社会が盛り上がる可能性は小さいのではないと思われる。

だが、日本のマスメディアにタブーや矛盾がまったくないわけではないのも事実だ。たとえばオルタナティブなメディアとなった2ちゃんねるでは愛国的な発言や議論が優勢となることが多いが、そのような議論は主要メディアではあまり好まれていないように思われる。また、テレビ番組の「やらせ」や偽善的な描写を暴こうと「2ちゃんねらー」が挑戦したことも何度かある。

したがって、日本でも韓国のような、ネット上の言論に基づくスマートモブ的な政治運動が起こるとすれば、マスメディアとインターネット社会の論調が異なるテーマが政治的な争点と結びついたとき、あるいはマスメディアが報じていなかった矛盾や偽善がインターネット上で暴かれたときではないか、と筆者は考えている。

### ■ スマートモブの善悪

本稿で紹介した韓国の事例は、スマートモブ化する人々と政治のかかわりについて注目すべき事例であるが、人々がスマートモブ化することが、政治をより民主的にするとか、より優れた政策を生み出すといった効果に結びつくとは限らな

い点には注意が必要だ。ラインゴールドも言及しているが、スマートモブ化とは人々の協力のあり方の変化であり、結果の善し悪しとは関係ない。同じ力をポピュリズムに使い、独裁者を産みだすこともできるのである。

#### [参考資料]

- 1) ハワード・ラインゴールド、公文俊平・会津泉監訳『スマートモブズ 〈群がる〉モバイル族の挑戦』NTT出版、2003年
- 2) 竹井弘樹「韓国インターネット事情(All About Japan)」  
<<http://allabout.co.jp/career/netkorea/>>
- 3) OhmyNews (international)  
<<http://www.ohmynews.com/>>
- 4) 朝鮮日報(日本語版) <<http://japanese.chosun.com/>>
- 5) 東亜日報(日本語版) <<http://japan.donga.com/>>
- 6) 要, CC <<http://kaname.cc/>>
- 7) 3asian.com掲示板「IT先進国の韓国、オンラインデモクラシーのモデル(1) (2) (3)」  
<[http://www.3asian.com/zboard/zboard.php?id=sp\\_news&page=1&category=&sn=off&ss=on&sc=on&keyword=&select\\_arrange=headnum&desc=asc&no=147](http://www.3asian.com/zboard/zboard.php?id=sp_news&page=1&category=&sn=off&ss=on&sc=on&keyword=&select_arrange=headnum&desc=asc&no=147)>