

タイトル	<翻訳>韓国N世代の文化と世代経験
著者	朴，吉肇；水野，邦彦；荻原，いずみ(訳)
引用	北海学園大学学園論集，117： 89-104
発行日	2003-09-25

韓国N世代の文化と世代経験

パク
朴

キル
吉

ソン
聲[著]

水 野 邦 彦[監訳]

萩 原 い ず み[訳]

I. なぜN世代に注目するのか：Made in 20

“Made in 20” — ある移动通信会社の広告コピーである。これはまったくの商業的広告ではあるが、ここに時代の新しい流れが組み込まれていることを読み取れるだろう。それは何よりも、ある社会の中心勢力が動いていることについてのメッセージである。20代によってつくられる、20代がつくっていくというこの広告は、社会の中心が変化していることを含意している。N世代は、この時代の社会変動の中心軸である情報化にもっとも慣れた世代、デジタル媒体の普及とともに成長した最初の世代であり、デジタル環境を自然な生活の一部に取り入れて成長した世代である。

いままで既成世代の手でつくられ、一方的に流されて受け入れるだけだった新世代の生活様式に、地殻変動が発生しているのである。おそらくこれは、人類史上はじめて若者世代が既成世代より多くの資源をもつという〈逆世代化〉の相貌があらわれた一齣であろう。情報化を中心とする新たな社会発展において、N世代がその中心に定着しているのである。N世代、この人々は逆世代化の主役である。

N世代は、韓国現代史の側面でもたいへん重要な意味をもっている。韓国現代史はある意味でコンプレックス克服の歴史である。赤色コンプレックス、春の端境期コンプレックス、独裁コンプレックス、民族コンプレックス、これらすべてが韓国現代史の桎梏を代弁する言葉である。解放の世代、戦争の世代、ベビーブーム世代、4・19世代、維新世代、386世代、N世代⁽¹⁾といった世代コード内には、韓国現代史のコンプレックスがどのようにしこりとなって溶けこんでいるかが見られる。韓国現代史がこのようなコンプレックスから自由になるとき、本当の意味での成熟へとすすんでいくようになるのである。

韓国現代史の宿題がいまN世代によって解かれうると、冷静に予測できるのも、このような脈絡においてである。N世代は、韓国現代史の桎梏から断絶された世代、既存の社会構成と秩序から自由な世代、各自の個性が重視されうる世代なので、注目されないわけがない。韓国現代史においてN世代は特別な意味が付与された世代である。N世代、この人々は韓国現代史のコンプ

レックスをきれいに克服すると同時に歴史的桎梏から自由な世代である。

N世代の象徴は「まだコンピュータ音痴なのですか？ まだインターネット音痴なのですか？」という問いかけのなかに克明にあらわれている。「音痴」の当事者たちにはたいへん当惑し困惑しそうな質問であるにちがいない。既成世代の時代的当惑ぶりがうかがえる一齣である。いいかえると、既成世代の困惑ぶりがN世代の登場と直接関連していることを意味する。既成世代もコンピュータやインターネットを盛んに使用する。しかし、386をふくむ既成世代においてコンピュータやインターネットはたんに生活の一場面ないし手段であるが、N世代にとってはそれ以上の存在である。何日も何日も家に帰らないことには耐えられても、1日か2日だけでもコンピュータやインターネットから離れてはいられない、この人々がN世代である。たとえば、N世代の中心群のひとつをなす中学生・高校生の場合、コンピュータ使用率は2000年に97%に増加して、このうちほとんどすべての97%がインターネットを利用していることがわかった。

この人々は、時間があるとき何をするかという質問に、おもにコンピュータの前に座ると答えている。中学生・高校生の54%、20代はじめの年齢層の47%がこのように回答したが、同一の質問に対して30代では約20%、40代では約10%という調査結果が出ており、ずいぶん異なる分布を示している⁽²⁾。事実、既存の媒体は〈所有〉の媒体として青少年層をはじめとする若い世代が媒体に接近する機会がそうとう制限されていた。今日、媒体発展は〈所有〉中心の概念から〈接続〉中心の概念に変わっており、それにともなってこれらの媒体接近はたいへん手軽になっている。のみならず、同一のデジタル文化内でもみずからの独創的アイデンティティを生産し、これを通じ既成世代たちと区別をつけようと試みられている。例をあげるとウェブジン編集長、ウェブプロデューサー、プログラマー、ゲーム評論家などの多様な姿で登場している。N世代、この人々は情報化の旗手である。

N世代に注目するのは情報化の先頭走者ということに限定されるものではなく、まさにN世代においてこの時代の大衆的性格をみいだせるためである。新たな大衆の出現としてのN世代という意味である。N世代は情が厚い中産層とともに形成された世代であり、〈必需的消費〉形態を背を向け〈文化的消費〉へと向かう時代に成長した最初の世代である。経済的豊かさ、政治的民主化、社会的多元化とともに成長した世代である。他文化に対して柔軟性を示すことができる世代である。この人々のキーワードは、断絶、自由、個人である。この人々は柔軟な大衆でありうる。柔軟であることは、社会関係がネットワーク化によってなしとげられたり、既存社会秩序から自由になることによって可能である。N世代、この人々は柔軟な大衆の一次的担い手である。

N世代概念の形成には資本主義的・商業的・ジャーナリズム的造形が作用している。世代のコード化と特性化が商業的目的に過剰包装された側面があるのだ。N世代を形成する力をもって消費文化の重要性がひととき強調されることも、このような理由に由来する。1990年代序盤に新世代論議の核心コード名だったX世代の場合と同じく、N世代に最初に注目した社会的勢力は企業であった。新しい購買層として浮かび上がっている新世代に焦点を合わせた広告を氾濫させること

によって、企業は韓国N世代の存在を浮き彫りにさせる一方、社会的に通用するN世代のイメージを形成する役割もになった。パソコンや携帯電話を利用した接続を重視し、論理よりは感性にしたがって動くN世代のイメージは、現実的に存在する世代集団の反映でもあるが、広告を通じて形成され誇張された虚像でもある点を見落としてはいけないのである。N世代、この人々は資本主義的消費市場が探し求める出口である。

II. N世代、この人たちは誰なのか

社会変動の速度がたいへん速い現代社会で新世代を指称するコード名は、早く登場しては早く消えるようになっている。過去十余年間、多くの人に広く知られるようになった名称だけでも、X世代、Y世代、N世代、最近ではi世代まで、たいへん多様である⁽³⁾。北米地域で登場したこのような名称は韓国社会にも早くに紹介されて新しい世代を象徴するコードとして使用されている。

情報化の大きな変動を背景に登場したN世代という名称は、タプスコット (Don Tapscott) の著書⁽⁴⁾ではじめて登場した。タプスコットはこの本で、デジタル革命が加速化するなかで、インターネットを日常生活の同伴者のように活用する、1977年以後に出生した世代を、ネット世代 (Net Generation) と規定した。

タプスコットはアメリカ人口統計学の一般的世代区分を考慮してアメリカの主要年齢層をベビーブーム世代 (The Baby Boom, 1946年～1964年生まれ)、ベビーバスト世代 (The Baby Bust, 1965年～1976年生まれ)、第二次ベビーブーム世代 (Baby Boom Echo, 1977年～1997年生まれ) と分けて、ベビーブーム世代の子女世代といいうる第二次ベビーブーム世代をN世代と規定した。

上のそれぞれの世代が他の世代とは異なる文化的・社会的環境内で互いに区別される世代経験をしており、とくにメディアと関連する経験も世代別に差異があらわれる、とタプスコットは主張する。ベビーブーム世代は第二次世界大戦以後の繁栄する経済をもとに登場した世代である。この世代は楽観主義がわきあがった時期に生まれたが、成長とともに人権運動とベトナム反戦運動など、激しい社会的葛藤の嵐につつまれることになる。そのうえ、この世代はテレビという映像媒体の圧倒的な影響のもとに成長した初めての世代である。

ベビーバスト世代は、X世代と呼ばれる年齢層 (アメリカの場合 1961年～1975年生まれ) と相当部分が重なる。タプスコットによると、この世代は歴史上もっともしっかりと教育を受けた世代であるが、アメリカの失業率が1982年に10.8%を記録するなど経済的に暗澹とした時期に成長した。メディアと関連して考察するとき、ベビーバスト世代はN世代とたいへん類似した特性をみせる。すなわち、ベビーバスト世代は成人したあとになってやっとインターネットブームを迎えた世代であるが、N世代と同様にコンピュータとインターネットにたいへん親しいという点で類似しているのである。

N世代は、あたかも自分の父母世代がTVを自然に生活の一部に取り入れたのと同じように、デジタル媒体に取り囲まれて成長した最初の世代である。デジタルカメラ、ビデオゲーム、CD-ROMのようなデジタル技術は彼らにとってなんら見慣れない新技術ではない。N世代はこのような新媒体をインターネットと連携させて活用している。インターネットをはじめとする双方向の通信媒体を使用して育った世代であるから、彼らはコンピュータとインターネットの結合でなりたつサイバー世界をあたかも自然環境の一部のように当然の現実として受けとめる傾向さえ示しているとタプスコットは指摘する。

またタプスコットによれば、N世代がもっている文化的特性として、極端な独立心、感性的および知的開放性、社会的包容性、自由な表現と強い自己主張、限りない革新の追求、成人のようにふるまって成人のように扱われようとする気質、強い探究心、せっかちであること、企業的利益に対する敏感性、つねに現実を確認しようとする気質があげられる。

韓国におけるN世代の論議もやはり1998年に出版されたタプスコットの著書に影響を受けたところが大きい。初めのうちはネット世代、N世代、ネットワーク世代などの用語が混用されたが、インターネットを使用して成長する新たな世代の社会的文化的特性を大衆媒体が集中的に報道するにつれて、おのずからN世代という用語に統一されてきた⁽⁵⁾。

韓国のN世代に関する初期の議論はおおむねこの世代をつぎのように規定している——仮想空間を利用し、数多くの共同体を構築した「子どもたち」として、強い独立心と自立性を示し、積極的に自己表現をして批判的討論に参加することを好み、多彩な外来文化に自然に接することによって脱空間的気質をもち、また匿名であるときは憚ることなく感情を表現するのだが、身分が露出する状況では自分を包み隠し、デジタル技術に強い好奇心を示す、というような特徴をもった世代である⁽⁶⁾。従来のこのような評価は韓国の青少年や大学生の生活に対する観察結果をある程度反映しているにはいるが、おおむねタプスコットの主張をそのまま紹介するか、アメリカや日本で調査された資料などに依存し、韓国的状況に対する徹底した検証を経ないまま主張するという問題を抱えている。そのため、この新しい世代の登場について、もっと韓国社会の現実に基づ盤をおいた議論の必要性が提起されている。

まず、タプスコットの世代区分を韓国社会にそのまま適用することはいくつかの理由で無理だと指摘される。それは第一に、デジタル媒体を自然な生活環境と感じて成長する世代というタプスコットのN世代定義を考えると、商用コンピュータの普及およびその他のデジタル媒体の普及がアメリカより多少遅れた韓国において、1977年生まれの人々が成長期にこのような生活環境を享受したと評価するのは難しいためである。また、アメリカの場合、ベビーブーム世代と彼らの子女世代であるベビーバースト世代が出生年度別人口規模の二大頂点をなしているの、ベビーブーム世代をTV世代と規定し、ベビーバースト世代をインターネット世代であるN世代と規定することが人口学的にも自然な区分に該当するが、韓国の出生年度別人口規模はこれとはまったく異なった特徴をみせている。すなわち韓国の場合、家族計画などの影響で、N世代と規定される

べき人口集団の年度別出生規模が上位年齢層に比べて非常に小さく、頂点をなすというような特別な形態がみられないのである。このような差異点を考慮し、韓国N世代の範囲を設定するさいには、N世代登場の情報社会的経験を重視しなければならないのである。

韓国N世代の性格を理解するさいには、韓国社会のコンピュータブームなど、メディア環境の変化のほかに、政治的社会的文化的変化がN世代の性格形成に非常に大きな影響をおよぼしてきたという点を十分に考慮しなければならない。それぞれの世代がみせる際立った特性は、世代が共通して経験してきた多様な社会的経済的文化的経験の複合的結果物である。世代というのは、社会変化の力動的過程内で生物学と歴史が会おう地点において形成される社会現象だからである⁽⁷⁾。それゆえN世代の特性を明確に理解するには、人口学的範疇にもとづき、情報社会的環境の日常化とともに社会全般の変化を経験するというその特有のありかたを追跡してみなければならない。

III. N世代出現のマクロ的変動とミクロ的適応

(1) 情報化の社会変動

ひとつの世代を称してベビーブーム世代、386 世代、あるいはN世代というコード名をつけるということは、何よりも共通した社会経験を通じて、その世代の構成員間に強い同質性がある、同時にある世代と他の世代との間にたやすく統合できないギャップが存在するところにはじまる。N世代内の同質性と他の世代とのギャップは、韓国社会の情報化という巨大な社会変動内で整理されている。

N世代出現の背景には何よりコンピュータとインターネットを中心とした情報社会的経験の日常化がある。1981 年、IBM がパソコン市場に乗りこんで MS-DOS が発表されると同時に、アメリカを筆頭にした一部先進国で一般人もコンピュータを利用する現象があらわれはじめる。しかし韓国内では、パソコンがまだ企業や研究所などの専有物とみなされるにすぎなかった。そうしてきたことが 1980 年代中盤に、アップル社の 8 ビットコンピュータが学生用コンピュータという名目で国内に市販されはじめると同時に、韓国の家庭にも本格的にコンピュータが普及されはじめる。この家庭用パソコンのおもな顧客層は小・中学生の子女をもつ父母たちで、主要使用者層は青少年や子どもたちだった。父母世代の場合、コンピュータを使用できる能力を備えた人々がたいへんめづらしかった反面、未成年の子女たちはゲームなどを好んでコンピュータを積極的に使用した。大都市の一部の中学校・高校にコンピュータ仲間ができはじめたのもこのときからである。以後、1980 年代末にはすでに 16 ビットコンピュータが普及されはじめて、コンピュータ通信もブームをなすようになる。チャットは一部の大学生や中学生・高校生の脚光を浴びる趣味生活であったし、度が過ぎたチャットによる学力低下や睡眠不足を心配する父母世代の配慮もすでにあらわれていた。しかし、当時はまだコンピュータのような高価品を所有した家庭は経済的に中産層以上に限られていて、大部分の大学および中学校・高校でも、学生はもちろん、教職員た

ちがコンピュータを保有できずにいるのが実情であった。

1980年代中盤からはじまった初期コンピュータブームに初めて接した韓国人たちはN世代ではなく、いわゆるX世代である。しかし、このような初期コンピュータブームおよびコンピュータ通信ブームはN世代の形成とも密接な関連性がある。デジタル環境を自然な生活の一部として受け入れて成長したというN世代の定義を考慮するとき、たとえ当時の子どもたちが80年代中盤以来のコンピュータブームの直接的参与者ではなかったとしても、この人々のなかの相当数がコンピュータブームによる生活環境の変化を目撃して成長したという事実は、N世代の形成に決定的重要性をもたらす。

メディア的側面からみれば、インターネットブームとこれによるN世代の形成に直接的な起爆剤の役割をになうのは、ワールドワイドウェブ(WWW)の導入である。WWWは1990年代はじめにアメリカで使用量が爆発的に増えると同時にいわゆる「インターネット時代」を新たに起こすことになるのだが、韓国では1994年から商用インターネットサービスが開始された。WWWを通じたインターネット旋風は、情報化を通じた先進国進出を掲げる政府の政策と、この政策に対する主要言論機関の全面的支持のなかで韓国社会全般をまきこむことになる。「まだコンピュータ音痴なのですか？」または「まだインターネット音痴なのですか？」という質問に要約される1990年代中盤・終盤の情報化旋風は、コンピュータなどデジタル媒体利用に不慣れなベビーブーム世代には非常に困惑するような社会現象であったが、彼らが困惑を感じるようなことがN世代の登場を促進する要因として作用した。

情報化の旋風は、この流れに乗れなければ時代に落伍するかもしれないという不安感を当時の父母たちにうつけた。多くの父母たちはまた、子女たちをこのような時代的流れから落伍させずに社会に送り出すために経済的負担を顧みないで子女たちにコンピュータを買ってやったり、さらに地域ごとにできたコンピュータ塾に子女たちを登録させたりした。

父母たちの積極的支援が子女たちのコンピュータ習熟に大きく寄与したことを示す実例として1997年に実施されたある全国規模の設問調査の結果があげられる。この調査によると年齢別パソコン所有率が10代・20代、そして40代・50代では44%～45%とほとんど同じようにあらわれているのに比べて、30代では30%にとどまっている。このような調査結果はまさに購買力をもつ40～50代の父母たちがおもに子女たちのためにコンピュータを購入したことを推測させる⁽⁸⁾。

情報化旋風にともなう父母世代の不安感は、一方では子女たちが学校の勉強をしないでコンピュータで遊んでも、TV視聴など他の余暇活動をする場合に比べると寛大に対応する傾向をもたらし、児童期から余暇時間を奪われて学校と家庭で強い統制を受ける韓国社会の成長期文化を考慮するとき、このような父母たちの態度がなかったとしたら、子どもたちが独立的世代経験を通じて西欧社会の同年輩たちと相当に類似した特性を共有する一世代に発展することは不可能であったかもしれない。

情報化旋風内で父母世代の積極的または消極的支援をうけて、コンピュータを上手に使用する

ようになった子どもたちが、まさに今日のN世代を構成している。N世代は、左右1本ずつの指によるいわゆる「1本指打法」で書類を作成するベビーブーム世代や、相当数が大学に来て初めてコンピュータのキーボードを叩いてみたX世代とは違って、街のコンピュータ塾で、家庭で、または学校で、父母と先生の督励のもとにコンピュータに慣れた世代である。また、1996年末からは「ゲーム部屋」と呼ばれるPC部屋が登場すると同時に、世界で類をみない情報生活の日常化が加速された。

(2) N世代の情報日常化

N世代の登場は他の世代にとっての困惑といっても過言ではない。サイバー空間上でのN世代のデジタル媒体使用と情報化による社会変動に適応する能力は、他の年齢層とは比較にならないほどはっきりした卓越性をみせている。サイバー空間の拡散が他の世代に比べてN世代のアイデンティティや価値観や意識の形成に大きな影響をおよぼす理由は、おもに2つある。第1に、他の年齢層に比べてN世代のインターネット接続率が高いのでサイバー環境への露出程度が高い。第2に、心理的側面において、デジタル媒体およびサイバー環境への適応機制が他の世代とは異なる方法で作動するのだ。この差異は、既成世代はデジタル媒体環境に順応するもの、N世代はそれに同化するものとして要約することができる⁽⁹⁾。しかし、韓国社会内でN世代が注目されるのは、けっして情報化の脈絡においてだけではない。彼らに付与された、彼らが適応していく、彼らが作っていく社会時間と社会空間が注目されるからである。

N世代の意思疎通行為においてもっとも目立つ特徴はやはりデジタル媒体を積極的に利用する点である。携帯電話などの媒体は意思疎通の核心的手段であるから、一種の分身になっていて、体から離しておく不安なほどである。それぞれの年齢層によって媒体がもつ意味もまるで違う。いうならば、携帯電話は、40代には「かけて、受けるもの」、30代には「かけて、受けて、音声を聞くもの」、20代には「かけて、受けて、音声を聞いて、文字を送るもの」、10代には自己表現の媒体であって、自分たちの文法をつくる道具として積極的に活用されている。N世代にとって携帯電話はたんなるコミュニケーションの媒体をこえて、いつも体に付着している身体オプションのようなものである。さらには、携帯電話は彼らにとって時間と空間の制約をのりこえる自分たちのコミュニケーションのための役割をになっている⁽¹⁰⁾。既成世代がデジタル媒体を主として情報を得るための手段として理解するとしたら、N世代はデジタル媒体を他の人と相互作用するための意思疎通の道具や余暇活動の空間にとりいれている。おもに楽しみや社会的相互作用、ひまつぶしの道具としてインターネットや携帯電話を使用しているのであって、情報を得るために使用するのは相対的にわずかなことである⁽¹¹⁾。

満15歳～59歳のソウル居住者たちを対象に2000年に実施されたある調査結果をみると、15歳～19歳の年齢層のコンピュータ利用率は94%で、他の年齢層よりはるかに高い割合を示している。30代の60%、40代・50代の51%をかなり上回る数値である⁽¹²⁾。2001年に五大都市(ソウル、

釜山，大邱，光州，大田）で実施されたもうひとつの調査結果も，N世代にとってコンピュータの意義が他年齢層に比べてずっと高いことを明らかに示している。「時間があるときたいいコンピュータの前に座るか」という問の項目で「そうだ」と答えた比率が，13歳～18歳の年齢層で54%，19歳～25歳の年齢層でも47%におよんでいる。反面，この数値は26歳以上の年齢層では急速に低下がはじまる。いわゆる386世代にあたる33歳～42歳の年齢層で，時間があるときコンピュータの前に座ると答えたのは，21%にすぎない⁽¹³⁾。

単純な利用率をこえたコンピュータに対する認識とコンピュータ活用の内容面で差異はさらに大きくあらわれる。2001年現在13歳～18歳の年齢層の71%，19歳～25歳の年齢層の64%がパソコンを生活の必需品として考えているのに反して，のこのり年齢層はこのような主張に賛成する比率がそうとう下がっている。同じく，おもに資料／情報を探したりEメールを送受信したりという実用的理由でインターネットを利用する他の年齢層とは違って，N世代は，このような実用的目的はもちろん，ゲームやチャットを楽しんで，インターネットを余暇生活の道具として自然に活用しているのである。

N世代はインターネットの没頭度でも他の世代とは大きな差異を示している。〈表1〉はインターネット関連生活様式について調査対象者たちを4つの集団に分類して彼らの属性を年齢別に分布した資料である。15歳～19歳の集団の47.5%が「インターネットにほとんど耽溺病症をみせたり，日常生活よりサイバー世界でむしろ楽しさを感じる集団」に属すると報告された。反面，20歳～29歳の年齢層は「耽溺的で中毒的気質は比較的わずかだが，コンピュータを頻繁に使用する層としてコンピュータを継続して習わなくてはならないと考える集団」に属する率をもっとも高く，その他の年齢層はコンピュータのせいでストレスを受けていたり，最初から関心もない集団に属する比率が高いという結果があらわれた。

N世代を他の年齢層と区分される世代として規定する理由は，これらの世代の絶対多数が基本的なデジタル技術を自然に駆使するすべを知っているという共通点を示しているためである。N

〈表1〉 コンピュータ／インターネットにかかわる集団の年齢帯別構成

区 分	コンピュータ／インターネットにかかわる集団の区分				
	全 体	ほとんど耽溺病症，日常生活よりサイバー世界で楽しむ	耽溺気質的で過剰使用者であり，継続して習わなくてはならないと考える	劣等感と努力しなくてはという強迫感を感じる	関心もなく知識もない
回答者数	628	162	168	246	52
15～19歳	25.0	47.5	26.2	14.2	15.4
20～29歳	25.0	26.5	36.3	19.5	19.2
30～39歳	25.0	18.5	20.8	30.1	26.9
40～59歳	25.0	7.4	16.7	36.2	38.5

資料：金ギス「デジタル社会に適応する世代別格差の明確な存在」より再構成

N世代はデジタル媒体の普及とともに成長した最初の世代である。この世代は家、学校、PC 部屋、ゲームセンターなど多様な空間でたやすくコンピュータに接しながら成長した。同様にビデオゲーム、CD-ROM などデジタル商品に接しやすい環境で成長した。そのためこの世代は、あたかも幼い時期から接してきた言語を特別な訓練なしに上手に駆使するように、多様なデジタル媒体を扱う基本的能力を身につけている。だから、インターネットを使用しないN世代構成員たちもパソコンと同様のデジタル媒体に接したとき、使用説明書をみなくても容易に操作法をおぼえてしまう。メニューがいない世代である。何回か試みることによって感覚的に、どんなに複雑な使用も可能にする。

デジタル媒体が登場する以前には、文字をもちいて親しい友だちどうしでメッセージを交換する場合、文の形式や文法が存在していた。しかし、今日のデジタル媒体を利用した文字言語では、そのような伝統的形式が破壊されてしまった。特殊文字のいくつかの調合がひとつのメッセージの役割を十分に果たし、1つか2つの単語が、電送するメッセージの単位となる。N世代が文法破壊をおこなって彼らだけの簡単な言語で意思疎通をすることは、テキスト製造にかかる時間を減らし、リアルタイムで刻々と変化する多様な感性をすばやく表現するための選択とみることができる。上の例を通じてわかることだが、彼らの言語はすでにかんがりの部分で既成世代が理解したり類推する範囲をこえた「彼らだけの言語」になっているのである。そのうえ、文字メッセージなどの使用時「親しい友だちどうしだけに通じる特別な記号がある」と答えた青少年が46.9%に達したという調査結果もあって、N世代はまさに自分たちだけの言語体系をつくりだしているものとみられる⁽¹⁴⁾。

IV. N世代の文化気質

(1) “別々に、また一緒に” のアイデンティティ

N世代はフォード主義の社会構成とポストフォード主義の社会構成内で成長した世代であるだけに、十人一色の文化と一人十色の文化とを同時に持っている。他人がもっていて楽しいものは自分ももたなくてはならないけれど、自分のものは他人のものとは何かが違っていなければならないのである。社会的行為においては集团的個人主義——すなわち、同年配集団に代表される準拠集団には強い影響を受けるが、他の集団に対しては区別をつけようとする特性——をみせている。

生産よりは消費の属性が強く、文化を享有する様式において、他の人と異なる様式を選びたいという欲求が強い。N世代は韓国社会の消費パターンが〈必需的消費〉から〈文化的消費〉になった時代に成長した最初の世代である。韓国社会で消費パターンの変化があらわれはじめたのは、1人あたりの国民所得が7,000ドルのラインをこえた1992年を前後してである⁽¹⁵⁾。それは、量を重視する消費から質を追求する消費へという変化、画一的で大衆的な製品やサービスの消費ではない品格を追求する差別化された消費への変化だということができる。1990年代中盤に登場した

「うちの子は違うように育てたい」という類のTV広告のコピーは、生活パターンの変化がN世代の成長過程にどんな影響をおよぼすようになるかを象徴的に示している。

N世代につけられている文化コードは極端である。個性が強い／個性がない。衝動的で追従的である／主体的で能動的である——。N世代についての評価も二分されている。サイバー空間に慣れたN世代は実際に現実空間では既成世代と衝突するが、アイディアの斬新さと想像力においては以前の世代と比較にならないほどすぐれているという評価を受けている。その一方でN世代は、個性があるようにみえるものの複製化された個性が大部分であって、じつはアイデンティティがないという批判が提起されている⁽¹⁶⁾。

サイバー空間上の活発な相互作用を通じて形成される可変的アイデンティティや即刻的・即興的人間関係は、アイデンティティのないものと解釈される余地もなくもない。このような薄弱なアイデンティティのせいで風にはためく木の葉のように世間の流れを追って流れていくだけで、絶対的価値を探ることができず、さまようだけだという見解である。とくにN世代の消費形態において、このような点は難なくみいだせるとの指摘である。

しかし他方で、現代社会の属性はN世代に主体的な眼識と文化をつくりださせる側面がある。現代社会の特徴のひとつは〈必要による消費〉から〈楽しむための消費〉への転換である。各種商品は物質的欲求の影響を受けるよりは、イメージと象徴を通じて欲求を刺激することによって販売される。文字より映像を、理性よりは感覚をより好むN世代は、このような刺激に他の世代より敏感に反応している。一例として、N世代は広告を通じて製品を買いたい衝動をおぼえる率が相対的に高くあらわれている。

経済的豊饒と文化的消費への進入は、N世代に既成世代とは比較にならないほどすぐれた消費感受性をもたらした。まだ若いのに好きな商品を選んで同年配の流行を形成する眼識をもち、主体的消費勢力を形成することができた。N世代は有名人に追従したり、流行を追って広告の影響を多く受けたりもするが、同時に商品の消費過程にも特有の個人主義的気質を接ぎ木させている。すなわち、消費を通じて自分の趣向を積極的にあらわにして個性を追求する姿も目につくのであり、彼らだけの文化をつくっているのである。

N世代は新世代のコードとサイバー空間のコードを骨格に、彼らなりのアイデンティティを探し出している。このようにして、既存のものとは異なる形態の所属感と共同体意識をもっている。サイバー空間上でなりたつ集まりや共同体は、構成員間にいかなる物理的接触も血縁も学縁もつくられないけれども、多様な意識と感情の表出がなしとげられる過程で構成員の間に家族や同窓より強い同質感と所属意識が形成されることもある。サイバー上にあらわれる共同体意識は現実世界の共同体意識とは異なる共同体意識をつくりだしている⁽¹⁷⁾。

N世代はしばしば自分の独特な生活様式と表現方法を追求する傾向が強いと思われる。自分の意識を主張する個人主義的気質がみられるが、N世代に対する既成世代の一般的認識とは違って、彼らが特別に集団内でひとりですわいだり泣き叫んだりして感情のままに好きなように

行動するわけではない。すなわち、N世代もそれなりに集団内での調和を重視して実用性を考慮する合理的な面があるのだ。ただ彼らが形成している下位文化と彼らの実用性の判断基準が他の世代とは異なっているだけである⁽¹⁸⁾。

一般的に韓国人のアイデンティティを構成する縁故主義・民族概念についていうと、N世代には興味深い点が見られる。N世代は地縁・学縁などに対する執着が弱いだけでなく、民族主義や国家主義と連結された韓国文化の排他的性格からも抜け出す傾向をみせている。韓国人の民族主義的感情は単一民族の神話にもとづいた純血主義的意識をふくんでいて、他民族との結婚など血縁的結縁をタブー視し、観念的水準で他民族文化の流入に対する拒否感を内包している。

しかし、N世代が既成世代より民族主義的気質が弱いと断定するだけの根拠はない。各種世論調査では青少年の反日感情は既成世代に劣らず高いことがあらわれており、もっとも民族主義的なスポーツと称されるサッカーの国家対抗戦で、相手国がどこであろうと、もっとも激しい応援合戦をくりひろげる年齢層もまさにN世代である。それにくわえてN世代は、他の世代に比べると著しく統一に対する関心度や統一の必要性に対する肯定度が下がっている。このような「民族感情をはなれて、統一の必要性をはなれて」という方式の考え方は既成世代にとっては理解しがたいことだが、N世代は自然にこうして名分と現実を分離して考える気質をみせている。

N世代は民族主義的気質が弱いとか、N世代は個人主義的であるので民族や国のために自分の好みを放棄しないとか解釈することには無理がある。むしろN世代には民族感情と他文化の受容を分離して考える思考方式が定着していると解釈するのが妥当である。民族感情は民族感情にすぎず、他民族文化の受容のよしあしはこのような感情的次元を離れ、個人的好みと文化商品の優秀性などを考慮して決定するというN世代式の実用的思考が、ここにあらわれている。N世代も他の世代と同じように大韓民国国民としての自負心や民族主義的気質をはっきりみせているが、だからといって既存の社会の実像と観念が強要していた個人の損害を甘受してまで国家や社会を発展させなくてはならないという考え方は受容していないことがわかる。

(2) 既成世代の社会秩序拒否

一般的に韓国のN世代は身辺的問題や芸能・娯楽・流行などにだけ関心が傾いていて、政治・社会問題といった共同体的関心事には特別な興味を示さないものとして知られている。既成の韓国政治や社会全般に影響をおよぼすマクロ的問題に対してN世代の関心度が低いことは事実だが、彼らが社会的現実に対するみずからの立場なしにただ興味の種でも探してまわる世代だと主張するのは、N世代の行動と態度と思考方式に対する洞察が表皮的水準にあることを示している。ある意味でN世代こそは韓国社会の現実に対するもっとも根本的疑問と拒否感をあらわにする世代であるかもしれない。ただこのような自分たちの考えを組織化された運動という形式で表出しないだけである。彼らが無関心の世代とみるのは典型的な既成世代の視角である。

N世代をくくるということは既存の社会構成と社会秩序に対する拒否である。このかん彼らは

韓国社会を支配してきた伝統的家族価値観と性別の役割、縁故主義、言論と政治領域を包含する既存の権力の生産構造など、既成の領域に対しては強い拒否をみせている。

両親はとうぜん長男が面倒をみなければならないという考えも大部分のN世代たちにとっては古い思考方式でしかない。大多数の中学生・高校生たちはこのような主張に同意しない。とくに長男が両親の面倒をみなくてはいけないと考えているのは男子生徒の4分の1程度、女子生徒の4～5%にすぎず、性別で立場の差異が大きいのだが、伝統的家族価値観がぐらいつていることを読みとることができる⁽¹⁹⁾。五大都市の調査でもやはり当時の10代～20代が「両親は長男が面倒をみなければならない」という主張に対して賛成率がもっとも低い⁽²⁰⁾。一方、2001年に五大都市で実施された他の調査結果をみると、N世代に該当する年齢層は「必ず男児がいなくてはならない」という考えに対して、他の年齢層とはずいぶん異なっており、賛成率が低い。このような調査結果はやはり、息子を通じた家系継承という伝統的家族価値観がN世代にはもはや受け入れられていないことを示している。「必ず男児がいなくてはならない」と思うのは、13歳～18歳では18%、19歳～25歳では26%、26歳～32歳は33%、33歳～42歳は42%、42～55歳は58%と、世代ごとの差別的反応をみせている⁽²¹⁾。

N世代はまた性別による家族内での伝統的役割分担にも納得しない。家事労働は女性が責任を負わなくてはならないとか、女性は家庭で子どもを育てることに力を注がなくてはならないという通念に対して、彼らは明らかな拒否の立場を示している。90%ほどの中学生・高校生が、男性も台所の仕事をしなければならないと考え、既婚女性の職場生活に対しても絶対多数が賛成する立場をみせている。同じ脈絡で、共稼ぎ夫婦の家事分担は夫婦共同の責任だという意見、夫でも妻でも忙しくないほうが家事をすればいいという意見が大多数である⁽²²⁾。

N世代は家族に関する価値観や意識のみならず多様な次元の社会意識においても、韓国社会で当然視されてきた考えを拒否している。とくに目立つのは彼らの反縁故主義的気質である。韓国社会はよく〈コネ社会〉と称される。社会のあちこちで地縁・血縁・学縁を明らかにする縁故主義が猛威をふるっていて、実力や個人の意志に先立ってある人が属する集団の規模や社会的影響力のようなものがその人を評価する基準として作用しているのである。N世代は血縁・地縁・学縁などにもとづいて多様な脈絡で表出された韓国社会縁故主義に対して深刻な疑問をなげかける世代である。彼らの個人主義的気質がコネ意識と衝突するためである。

このような傾向をすぐに確認できるひとつの例として、大学生の高校同窓会の集まりの衰退傾向をあげることができる。同窓生どうしの連絡と集まりを援助するウェブサイト“I Love School”に登録した会員数が2002年4月現在1,000万名を超えるほど、ネチズンも学校同窓生との出会いを重要視し、彼らのなかにはN世代も相当数ふくまれているが、実際の連絡と集まりはたいへい、ともに生活したクラスの友だちどうしでおこなっている。とくに多くのN世代は、たんに同じ学校を卒業したという理由だけで誰なのかもわからない先輩・後輩と会って、彼らが無理におしつける酒をしかたなく飲むやりかたの同窓会や郷友会を嫌がるのである。

地縁にもとづく縁故主義・地域主義は地域間の感情的対立と特定地域に対する差別を生み、政治的社会的に大きな問題とされてきた。N世代の間で地域主義は明らかに弱まっていると調査されている。光州地域の中学生・高校生が“友だちとして嫌な地域”を選択した結果をみると「ない」という答えがもっとも多く、「わからない」という答えがつぎに多い比率を占めた。選択された回答として慶尚道と済州島地域の比率が多少高いというだけで、全体的にさまざまな地域が同じように見られていることがわかる。結婚するのが嫌だという地域を尋ねる質問に対してもやはり「ない」とか「わからない」という答えが多く、済州島と慶尚道地域がいくらか他地域より高かったが、韓国社会で“常識的”に受け入れられる地域感情の強度を考えてみれば、予想外に低い数値ということができる⁽²³⁾。

インターネットの登場とも関係があるだろうが、N世代をはじめとした大多数の年齢層で新聞に対する信頼度が大きく下がっていることがわかる。とくにN世代に該当する年齢層にもっとも信頼される媒体として「新聞」をあげた回答は20%前後にすぎない⁽²⁴⁾。N世代は既成の新聞を信頼しておらず、また読んでいないのであって、既成政治に否定的視角をもった世代である。のみならず、民族主義と国家至上主義を同一視する既存の思考を拒否することや、民族感情と他文化受容を分離して考えることや、脱政治主義的気質は、すべて、既存の社会構成と社会秩序を拒否するN世代の文化コードの内容である。

(3) ネットワーク個人主義とマニア気質

マニアの属性は基本的に「他人と異なる何らかのもの」を追求することである。今日みられるマニアは大きく二種類に分けられる。デジタル媒体や機械自体に没入するマニアと、各媒体内のソフトウェアに没入するマニアである。マニアは属性上、自己中心的である。同時に現実社会の矛盾に対しても非政治的である。なんらかの意味で脱政治化されていることもある。自分だけのもの、自分だけの空間、自分だけのやりかた、自分だけの趣向を追求しようとする強い欲求をもっており、この欲求を表出する手段がふさわしくない前科をもっているのだが、それを別とすれば、今日、接続の媒体は自己表現の欲求を十分に充足させてくれる。

韓国社会でのマニア出現は、情報社会の日常化の拡大、ならびに1990年代の韓国社会の変化とあいまっている。そしてどの年齢層よりN世代がマニアとしての条件を容易に受容して同化できることはかなりはっきりしている。

韓国社会でマニアが出現する社会的脈絡には、1980年代・90年代の社会的変化がともなっている。80年代までは政治が韓国社会でもっとも強力な領域であって、これが大衆のあらゆる生活と意識を支配していた。政治が個人にもつ規定力のせいでマニアはたやすく自分をさらけ出せなかった。しかし1990年に入って、このような政治的規定力が弱化されるとともに政治の力が資本と文化の力に代置されていった。すぐこの時点でマニアの文化現象が浮き彫りになった。すなわちマニア現象は強い政治的抑圧から市場中心へと変化する過程で表面化されたのである。そして

この社会的変化の背面をN世代が利用している。それはN世代特有の個人主義的属性にもとづいてのことである。

パソコン通信の登場は1990年代、マニア文化を新たに浮き彫りにするさいに決定的役割をになった。それは、過去には個人的次元で存在していたマニア行為者がネットワークを形成することを重要だと考えるようになったことである。周知のように通信空間中での個別的マニア気質にとって年齢や性のような人口学的要素は重要ではなくなった。N世代は仮想空間中での新しい体験を通じて自分の主張を積極的に展開することはもちろん、多様性を受容するという気質を育てている。与えられる情報を一般的に受容するよりは相互作用を通じて情報を修正して意見を形成することに慣れているのである。

一方、とくに個人向け製品に対する10代の所有欲の強さは、N世代が家族単位の所有や消費ではない個人的所有や消費を志向するという事実をあらわにしている。所有と消費の領域にも個人主義的気質があらわれるというわけである。1997年、全国五大都市で実施された調査結果によると、「部屋が狭くても居間は広くなくてはならない」という主張に対する賛成率がもっとも低いのは、当時の10代である⁽²⁵⁾。逆に、家族が共有する空間である居間よりは個人の空間である部屋が広くなくてはならないという立場をとっているのである。この結果はやはり個人指向的なN世代の気質をよくあらわしていると考えられる。

N世代は〈自分のための人生〉を当然の価値志向として受け入れている。ソウル、中小都市ならびに邑面⁽²⁶⁾の高校1年・2年の生徒とその両親を対象に設問調査した結果によれば、「世のなかでもっとも価値のあると考えることは何ですか?」という質問に対して高校生は49.1%が「自分自身のために生きること」と答えたのに反して、そのような回答をした両親は21%にすぎない。多くの両親が、親孝行をすること(38.8%)や他人のための献身と奉仕(28.6%)をもっとも価値があると思うと回答したのに比べ、N世代の個人主義的志向があらわれている。また、N世代の高校生は自分の素質を開発すること(62.6%)を圧倒的比率で人生の目標とみなしている。これは同じ質問に対する両親の回答(48.8%)とそうとうな開きがある数値で、やはりN世代の個人中心的価値観をうかがうことができる⁽²⁷⁾。

このように、ネットワーク個人主義価値観、そしてマニア的気質が、N世代文化コードの一面をなしている。

V. むすび：脱政治化した文化世代

N世代は韓国社会がわりあい経済的に豊饒を謳歌した時代に成長した世代である。韓国社会の消費パターンが必需的消費から文化的消費に入った時代に成長した最初の世代である。そして彼らは韓国社会が政治的民主化、社会的開放を通じて多元主義的価値を少しずつ内面化する時期に成長した。N世代に関する論議はおもに、インターネットを通じたネットワーク的意思疎通を可能にするデジタル媒体の拡散とその影響との関係を中心にすすめられてきた。N世代形成自体が

情報化の産物であるといえるからである。しかし、西欧のN世代形成がおもに新しい情報環境の拡散にともなう社会変動の産物であるとすれば、韓国のN世代はこのような情報環境の変化とあいまった社会の歴史的変化とともに形成されたものであることを注視する必要がある。

2002年現在、10代と20代初めの年齢層に分布しているN世代は、〈逆世代化〉の主演として、韓国現代史の桎梏から自由な世代として、情報化の旗手として、柔軟な大衆の一時的担い手として、資本主義的消費市場が探し求める出口として、重要な時代史的意味を有している。彼らは一般的に個人主義的気質が強く、おおむね政治に無関心であって、感性に敏感で彼らだけの世界をつくって楽しみながら消費・文化・流行の主演となっている。同時に彼らはインターネットを活用するマニアであり、既存の社会構成と社会秩序を強く拒否する世代である。N世代の政治・社会意識は脱政治化された文化主義だと要約される。彼らは各自の個性を探して不規則的に動くようでもあるが、“別々に、また一緒に”という彼らだけの世界をつくっていく世代であり、ひとつのアイデンティティやスローガンでくくって取りだしにくい世代なのである。

この論文は、林煥燮ほか『韓国の文化変動と価値観』（ナナム出版、2002年）の第10章をなす朴吉聲「N世代の文化と世代経験」の翻訳である。

朴吉聲氏は1957年生まれ。高麗大学社会学科、同大学院修士課程をへて、米 Wisconsin 大学で社会学博士の学位を取得。『世界化資本と文化の構造変動』、『今日の韓国社会』（共編著）など多数の著作がある。現在、高麗大学社会学科教授（社会発展論）。

日本語訳を許可され、訳者のいくつかの質問にお答えくださった朴吉聲氏にお礼申しあげたい。

註

* 訳註以外の註に示された文献はすべて韓国で発行されたものである。

- (1) [訳註] 4・19とは、1960年4月19日に全国で起こった学生運動を軸とし、それに前後する反政府民主化闘争。これにより李承晩政権が倒された。維新とは、1972年10月17日に朴正熙政権が非常戒厳令をしき、国会を解散させるなどした体制。維新体制は以後、1979年の朴正熙暗殺までつづいた。386とは、1990年代に30歳代で、80年代に大学時代を過ごした、1960年代生まれの人々をさす。1990年代末につかわれた言葉。
- (2) 金ギスほか「2001韓国代表世代の特徴」『Cheil Communication』（第一企画）2001年11月号、p. 13
- (3) N世代という名称は韓国では、放送構成作家・許ユンジョンによって10代と20代前半に突入する9歳～24歳の新しい世代（New Generation）の概念として使用された例があるのだが、一般的にはタブスコットの「ネット世代」という用語の受容として使用されてきた（許ユンジョン『N世代を動かすマーケティングの鬼才たち』シゴン社、2000年、pp.13-19）。一方、X世代は1965年～1976年に出生した世代についていわれたもので、カナダの作家クーブランドの小説「ジェネレーション

X」に由来した言葉である。自己中心的でコンピュータに心酔した世代に「適当な定義づけができない」という意味でXという符号がつけられたといわれる。Y世代は、第2次世界大戦後のベビーブーム世代の子女たちで1979年～1987年に出生した世代を指しているが、2000年代、つまりY2000以後に主役として登場する世代という意味をもっており、ミレニアム世代と呼ばれることもある。i世代はマイクロソフト社が、N世代とも区別して、生まれたときからインターネット環境に露出されて成長した本当の意味のインターネット世代という意味で使用したことで知られている。

- (4) D. Tapscott, *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*, McGraw-Hill, 1998.
日本語訳：橋本恵ほか訳『デジタルチルドレン』ソフトバンク、1998年
韓国語訳：許雲那ほか訳『N世代のおそろべき子どもたち』ムルプレ、1999年
- (5) 尹ギョンス「書評：Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation」『情報化ジャーナル』5(2), 1998年
李ソニ「21世紀の新たな主役・ネット世代」LGコミュニケーション研究所編『情報革命・生活革命・意識革命』ペクサン書堂、1998年
李チョリョン「通信革命の先頭に立つおそろべき子どもたち “N世代”」『時事ジャーナル』530号、1999年
尹スンア「X世代が去り、N世代が浮かびあがる」『ニュースメイカー』327号、1999年
- (6) 李ソニ「21世紀の新たな主役・ネット世代」(前出)
許雲那「デジタル知識革命とN世代の登場」『教育広場21』209号、1999年
- (7) 咸イニ「世代葛藤をこえて世代共存に向かって」『思想』44号、2000年春号
- (8) 権ソンウン「家電製品 Trend」『Cheil Communication』1998年4月号
- (9) 成嚶信ほか「Digital Networking：N世代のコミュニケーション心理」韓国心理学会誌『消費者・広告』1(2), 2000年
- (10) 朴吉聲ほか『青少年の携帯電話活用実態および社会学的意味の考察』国務総理青少年保護委員会研究報告書、2001年
- (11) 成嚶信ほか「Digital Networking：N世代のコミュニケーション心理」(前出)
- (12) 金ギス「デジタル社会に適応する世代別格差の明確な存在」『Cheil Communication』2000年6月号、p.70
- (13) 金ギスほか「2001韓国代表世代の特徴」(前出) p.13
- (14) 朴吉聲ほか『青少年の携帯電話活用実態および社会学的意味の考察』(前出)
- (15) チョンジュン『価値観の変化とライフスタイルの変貌』韓国消費者保護院、1997年
- (16) 咸イニ「世代葛藤をこえて世代共存に向かって」(前出) p.2
- (17) 黄サンミン「新世代(N世代)の自己表現とサイバー空間における相互作用」韓国心理学会誌『発達』13(3), 2000年
- (18) 権一男「青少年の生活意識と価値観にかんする研究」明知大学校人文科学研究所『人文科学研究論叢』21号、2000年、p.244
- (19) 崔ジュニョンほか『青少年総合実態調査1998・2000』光州社会調査研究所、2001年、p.254
- (20) 権ソンウン「1997韓国人のライフスタイル」『Cheil Communication』1997年9月号、p.27
- (21) 金ギスほか「2001韓国代表世代の特徴」(前出) p.22
- (22) 崔ジュニョンほか『青少年総合実態調査1998・2000』(前出) p.264
- (23) 崔ジュニョンほか『青少年総合実態調査1998・2000』(前出) p.278
- (24) 金ギスほか「2001韓国代表世代の特徴」(前出) p.24
- (25) 権ソンウン「1997韓国人のライフスタイル」(前出) p.14
- (26) [訳註] 邑と面は日本の町と村にあたる。
- (27) 李ジョンウほか「新ミレニアムにおける青少年文化創造のための生態学的支援体系(Ⅳ)」『大韓家政学会誌』38(12), 2000年、p.11