

SURE: Shizuoka University REpository

<http://ir.lib.shizuoka.ac.jp/>

Title	韓国における日本大衆文化の調査研究(1)
Author(s)	馬居, 政幸; 曹, 永達; 夫, 伯; 関根, 英行; 宋, 在鴻; 尹, 汝晚; 三澤, 茂子
Citation	静岡大学教育学部研究報告. 人文・社会科学篇. 49, p. 35-70
Issue Date	1999-03-23
URL	http://doi.org/10.14945/00002906
Version	publisher
Rights	

This document is downloaded at: 2015-07-11T13:07:10Z

韓国における日本大衆文化の調査研究(1)

Researches on Japanese massculture in Korea (1)

馬居政幸・曹永達・夫伯・関根英行・宋在鴻・尹汝晩・三澤茂子

Masayuki UMAI, Young-dal CHO, Baek POE, Hideyuki SEKINE, Jaehong SONG,

Yeoman YUN and Shigeko MISAWA

(平成10年10月5日受理)

1. 本研究の課題と経緯

韓国では今なお過去の歴史に起因する反日意識は根強い。加えて、青少年の間に急速に広がってきている日本のマンガ・アニメ等の大衆文化に対して、日本の新たな文化侵略であり、その内容が青少年教育にとって有害であるとの批判が、繰り返し教育関係者等から提起されてきた。他方、たとえ日本文化であろうと、良質なものは受容すべきである、との意見もある。

我々はこのような現状に対し次の課題を持った。

- ・韓国青少年への日本の大衆文化浸透状況とそのことへの評価の実態を明らかにするための資料やデータを収集すること
- ・その分析を通じて日韓両国の青少年における相互理解促進のための課題と方法を明らかにすること
- ・韓国だけではなくアジア全体に広く浸透しつつある日本の大衆文化の影響や問題を解明するための調査研究の方法を検討するための基礎データを得ること

そして、1995年度に科学研究費補助金(国際学術研究)を受け、「韓国における日本の大衆文化についての調査研究」(研究代表者 馬居政幸)のテーマのもとに、ソウル市において以下の調査を実施した。

(1) 次の①から⑧への聞き取り調査

- ・日本の大衆文化浸透状況把握
 - ①小・中・高校生とその父母 ②大学生 ③企業で働く青年
- ・評価の実態把握
 - ④小・中・高等学校の教師 ⑤青少年教育関係者 ⑥研究者 ⑦マスコミ関係者
 - ⑧日本の大衆文化の翻訳、出版、販売事業の従事者・関係者

(2) 小・中・高校生へのアンケート調査

- ・小学生 5学年 101名(男 50 女 51)
- ・中学生 2学年 98名(男 49 女 49)
- ・高校生 3学年 96名(男 49 女 47)

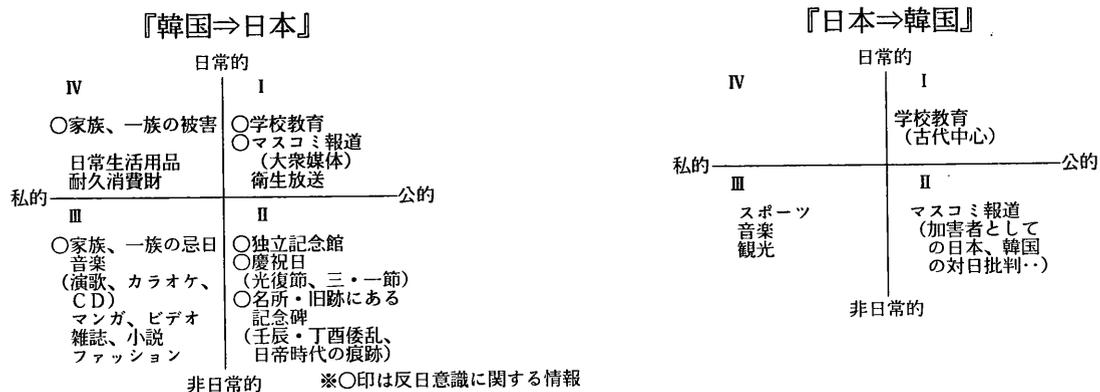
そして収集した資料やデータを分析した結果次のことがあきらかになった。

まず、聞き取り調査や収集資料等により、次のような仮説をもつにいたった。

「韓国青少年が小・中・高と成長する過程で次の(a)~(f)のような社会過程により、現在も“反日意識”が育成され続けている。」

このことを示唆するものとして、次の二つの図をみていただきたい。これは、我々が実施してきた調査を基に、日本と韓国における互いの国に関する情報を、「公的-私的」、「日常的-非日常的」という二つの軸で分類したものである。

お互いの国に関する情報



2. 情報の量と質の差異

まず、両国の情報量の差に注目したい。『日本⇒韓国』に比較して『韓国⇒日本』の情報に圧倒的に多い。さらに、より大きいのは情報の質の差である。『韓国⇒日本』の図が示すように、I~IVの全ての領域において、韓国における日本の情報には○印のついた項目が多い。いずれも、韓国人達に“反日意識”を喚起する情報である。それは、韓国の子どもや若者の間に、日本の加害性という“歴史的事実の重み”を基盤に、小学校から中学・高校へと成長するに従って、次の(a)~(f)のような社会過程が総合されることにより、戦後(解放後)五十年を経てなお“反日意識”がより強く育成され続けていることを示唆している。

- 日常的に学校教育を通じて教えられる公的な事実(I)
- 日常的にテレビ・新聞等の情報環境による公的な事実とその再確認(I)
- 日常の身近な人間関係や生活習慣に深く刻まれた 私的な事実(IV)
- 慶祝日や名所・旧跡の碑文などによる、非日常的で聖的な価値に基づく公的な正当化(II)
- 家族や一族の忌日(命日)などで繰り返し確認される非日常的で聖的な価値に基づく私的な正当化(III)
- このような韓国の現状を無視する、あるいは理解しないとしか韓国の人達にとらえられない日本の側(特に政府・政治家)の対応と、その事実を増幅する報道(I)

いうまでもなく、日本に最も近く国境(ボーダー)を隔てる国が韓国である。ソウル市では日本の衛星放送を直接受信することができる。近年、日常的に両国を行き交う人の数も増加している。だが、それでもなお、文字通り「近くて遠い国」と評されるように、両国の間にある壁は厚い。それを象徴する事実が両国の情報の量的質的な差異であると考えられる。

このように韓国では今なお過去の歴史に起因する反日意識が根強い。そのため公式には日本の現代文化は輸入禁止である。だが他方で『韓国⇒日本』のIIIとIVに示すように、“遊びの世

界”(Ⅲ)に、あるいは日常生活用品や耐久消費財などの“日常生活に使用するモノ”(Ⅳ)の中に、“日本の現代文化”が実質的に浸透していることも否定できない事実である。

「金田一少年の事件簿」などの日本マンガのハングル訳を日本とほぼリアルタイムで小・中・高校生が好んで読み、若者が集まる場所には日本のゲーム器を詰め込んだゲームセンターが必ずある。最近ではプリクラ(韓国ではステッカーフォト)も多い。

3. 日本大衆文化の広がり (95年調査から)

では、実際に日本の大衆文化がどの程度、韓国青少年の日常生活の中に浸透しているのか。1995年に実施したソウル市内の小・中・高校生への質問紙調査から次の結果が得られた。

まず、ハングル訳の日本の漫画単行本を全体の61%が読み、特に高校男子が90%、高校女子も79%。ハングル訳の日本のアニメを見た者はより多く全体の82%であり、特に小学男子は92%、小学女子も77%。ハングル訳でない日本のアニメを見ている高校男子も59%いる。日本のテレビゲーム経験者は全体の74%、高校男子は92%。日本の歌謡を高校女子の51%、高校男子の39%が聞き、日本の歌手を高校男子の39%、高校女子の30%が衛星放送で見ている。

この質問紙調査と上述した聞き取り調査の結果に基づき、日本の大衆文化は韓国青少年の私的な日常生活に広く浸透し、しかも小・中・高と成長するにしたがい接触頻度や関心・意欲が高まることが予測された。だが本調査ではサンプル数が少数であることに加え、本研究の課題である日韓両国青少年の相互理解推進の課題を解明するためには、次の理由により新たな調査研究が必要との結論に至った。

(α). 韓国独立50周年を契機に、改めて日本大衆文化容認を巡る賛否が激しく論議され、世論調査では容認派増の傾向がみられる。そのため、日本文化への評価はここ数年で大きく変化することが予測される。この変化過程の継続調査が必要である。

(β). 韓国ではソウル市都市圏とそれ以外の地域との文化の差が極めて大きい。韓国全体の傾向ならびに今後の変化を分析する上で、ソウル市と韓国中・南部地域との比較調査が必要。

(γ). 日本文化を受容する韓国青少年の意識と行動の構造を解明する上で、近年の急激な民主化と経済成長に伴う学校教育ならびに家庭や地域社会での生活様式の変化を考慮した継続的かつ多面的な調査が必要。

(δ). 急激な民主化と経済成長による青少年の生活様式の変化や都市部と非都市部の比較調査は、同様の社会変化の中にあるアジア各国における日本文化浸透の影響や問題を解明するための課題と方法を検討する上で貴重なデータとなりうる。

以上の理由に基づき、我々は新たな3年計画の調査研究を申請し、96～98年度科学研究費補助金(国際学術研究)「韓国における日本の大衆文化についての調査研究」(研究代表者 馬居政幸)を認められた。そこで、96年、97年にソウル市、釜山市、大田市、春川市(97年は金大中氏の出身地の光州市に変更)で比較のための継続調査(関係者への聞き取りと小・中・高校生への質問紙調査-96年2254名、97年2360名)を実施した。加えて、家庭や地域での生活様式の変化に関する聞き取り調査と小・中・高校の授業過程と学校行事の調査や教科書ならびに第7次教育課程に関する資料を収集・分析した。その総合的な分析結果の詳細については、現在、韓国社会の急激な変動をふまえた98年度調査が現在進行中のため、本年度末にまとめる報告書にゆずり、本稿では、これまでの分析過程で確認した概要を報告しておきたい。

4. 96、97年度調査結果の概要と新たな事態

まず、日本大衆文化の青少年への浸透は、ソウルのみでなく韓国全土に確実に拡大する一方で、従来のような反日意識を伴った文化批判の減少を確認できた。その背景には、社会意識的にはOECD加盟に象徴される経済力や政治力への自信、社会構造的には新中間層の定着と日本文化に違和感のない若者(新世代からX世代へ)の増加がある。

だが、先に提示したマスコミ、教育制度、生活慣習等に内在する反日意識を再生産する社会構造は世代差を越えて日本批判を顕在化させる装置として今なお機能し、特にソウル以外で強固なことも確認した。さらに、経済成長に伴う急激な都市への人口移動、生活様式の都市化、核家族化、高学歴化、少子化の進行が日本文化受容の社会的基盤になる一方で、日本と同様の問題を伴って子どもの生活構造を改変しているが、都市中間層の家族文化に伝統文化が継承され、一種の安定した状況が生み出されていることも確認した。

他方、97年11月末に急激に顕在化した経済危機と12月半ばの大統領選挙にともなう日本文化の評価等への影響についても聞き取り調査や資料収集につとめた結果、新たな傾向が生じていることが明らかになった。それは従来の韓国社会では政治・経済状況に問題があると反日意識が高まったが、経済危機や大統領選挙にもかかわらず日本(文化)批判の声は高まっていないことである。その背景に次のことが考えられる。

①経済成長と民主化の流れが相互に補完しつつ定着し、経済危機や選挙による変化を吸収する新中間層の拡大と社会意識の成熟化が進行していること。

②近年の急激な情報化と世界化(国際化)により、反日意識の前提にある自民族中心主義的価値意識の相対化が進行していること。

だが、旧世代の文化が支配的な社会は現に存在し、今後最も反日意識の強い世代(朝鮮戦後のベビーブーマー)が40代後半で社会の中心を担うようになり、日本文化開放批判の背景に自国産業保護があることから、経済危機の回復の遅れや金大中新政権の施策によっては日本文化批判の再燃は十分予測される。

その可能性も含めて、現在、3年間の調査をふまえて、総合的な分析を進めているが、次の二つの事態が生じたことから、我々の調査の前提が動いてしまったことを否定できない。

①新大統領によって日本文化開放政策が実施されることになったこと。

②経済危機によって社会構造と社会意識に変化が生じることを避けえないこと。

だが少なくとも、我々の調査により量的には日本の大衆文化の浸透は予想をはるかに越えたものであることは明らかになった。また質的にも、初等学校から中学校をへて高校へと進むにしたがって、日本への関心が高まり、それとともに日本への評価はプラスになることも確認できた。ただし、聞き取り調査から、大学に入るとともに、表向きは日本への批判が口に出るようになる事実があることも否定できない。また男子よりは女子の方が日本への親近感が低い。加えて、日本の大衆文化のなかでマンガを除けば、その接触形態や所有形態の調査結果から、所有している者は少数派であることも否定できない。これは単に反日意識だけの問題ではなく、経済上の問題や入手経路にかかわる問題でもある。日本文化開放政策はこのいずれの規制も外すことにつながる。

5. 韓国社会の変化と日本文化開放への課題

金大中大統領による日本文化開放政策はもともと抵抗感の薄れている若い世代に対して日本

文化接触への行動と選択を公的に認可することにつながる。また、マーケットの力により取得しやすい条件が整うであろう。たとえば、韓国製CDの所有率は極めて高いことから、音楽開放に伴い日本のCDを安価で自由に買うことができれば、現在のマンガ本と同様の現象が生じる可能性が高い。ただし問題は青少年問題等にかかわる人達の意識と日本文化開放によって経済的劣勢を免れない人達(業者)の行動である。開放政策は無秩序な全面開放ではなく何らかの規制がかけられ、世論の動向によっては厳しい対応が予測される。

今日の韓国青少年においては、一方で同年代の日本の青少年の文化へのあこがれも重なり、日本文化の接触度の高まりが日本への意識を好転させている。だが他方で、韓国社会に醸成される日本への批判意識もまた根強くあることも否定できない。現在はそれが相互に矛盾しながら併存し、時に応じて顕在化するという状況にある。すなわち、反日、親日、知日、克日という日本への相互に矛盾する意識が、韓国青少年の成長過程において、渾然一体となって育まれていると考える。もっとも、それらの意識がどのような社会的文脈で顕在化するかは比較的明確ではある。たとえば、先に指摘したように、経済発展の自信に裏付けられた世界化やOECD加盟、ワールドカップ出場、2002年ワールドカップ共催といった事象が日本文化への批判を和らげ、ひいては反日意識を緩和させてきた。また、社会構造的には、経済成長の持続により、中間層の拡大と高学歴化や情報化の進行により、民主化と社会認識の相対化もまた進行し、日本に対する意識にも変化の兆しはあった。

しかし、これらの条件が全く変化してしまったのが現在の韓国といえよう。まず、昨年末の経済危機によって、韓国はIMFの指導下に入り、「韓国戦争(ユギオ)以来の危機」といわれる経済と社会の構造変動が強制的に実施されつつある。また、そのリーダーとして大統領が金大中氏に変わるにより、旧来の財閥との関係が薄いこともあって、改革は混とんとしたものになっている。その金大中大統領の意思により日本文化開放が主要施策の一つとして提示された。その背景には、我々の調査でも明らかになった、実際に浸透しているにもかかわらず、禁止するという矛盾がある。また、表向きは禁止しているため、表の良い文化か入れずに、裏の悪い文化のみが入るといふ現実を、良いものを入れて悪いものをいれないという施策に転換することを意図しているといえよう。

ただし、このような施策に国民各層がいかに応えるかは、これから問題である。ちなみに、4月半ばに実施されたテレビの特別番組の世論調査によると日本文化開放に否定的な意見が多い。だが、我々が実施したインタビュー調査では肯定的な意見が多い。それが準備段階から実施段階に移り、その結果が現れるに従って韓国の人たちの意識をどのように変化させるか。また、その実施過程自体がどのような手順をふんで行われるのか。今後の日韓関係とりわけ青少年における相互理解推進への方途を創造するうえで考慮すべき最重要課題の一つと考える。

加えて、日本文化開放は単に文化政策の次元の問題ではなく経済政策でもある。金大中大統領が日本文化開放を決断した背後に、日本の投資環境をつくる、という判断があったことは、我々の関係者へのインタビューで明らかになっている。基本的には極端な外貨不足が経済危機の原因である以上、その克服は外資導入しかない。そのために日本の抵抗感を取り除くことが重要である。また、日本文化もまた経済資源である。ただし、それは韓国の文化産業への影響がどうなるかにかかっている。むしろ、日本との合併等により、韓国経済の再生に寄与する可能性も高い。しかし、それらが韓国各層の人たちの意識にどう作用するかは新たな調査が必要である。さらに経済上の自信は単なる意識上の問題ではなく、新中間層の増大という社会構造

上の変化に支えられていた。都市生活者の増大、都市的生活様式の拡大、核家族化にともなう伝統的生活様式からの離脱がそれにあたる。だが、それらが経済危機によって後退するとすれば、日本文化への評価もまた変化することになる可能性を否定できない。

ところで、経済危機に陥った当初はナショナリズムに基づく一種の排外主義が現れたが、現在はむしろIMFの勧告を自己改革の契機ととらえ、グローバル化(韓国的世界化ではなく)に向かっていると評価する。その意味で、日本もまた外国の一つのという意識が一般化してきていることも事実。我々の調査でもその兆しがみえる。だが、一種の定点調査として継続的にインタビューしてきた韓国の人たちの言葉から、必ずしも改革が円滑に進行していない様子がみられる。今後、もし、国民の不満が高まれば、これまでの韓国の歴史からみれば日本に対する評価もまた影響をうけざるをえない。しかし、現政権がそのような施策をとれば経済再建が不可能なことも事実である。矛盾するなかで、国民各層の意識がどのように変化するか。それが青少年の対日観にどのように影響するか。

これらの点を総合的に鑑みつつ、これまで我々が収集したデータと現在進行中の98年度調査の結果の分析をふまえて、最終報告書において、日韓青少年の間における「異文化間相互理解教育」という観点から課題を提示していく予定である。その全段階として、次に97年度に実施した小・中・高校生への質問紙調査の結果をまとめておきたい。

6. 97年度質問紙調査結果から

1) 調査の概要

①調査時期 1997年12月

②調査対象者数

	初等学校(男 女)	中学校(男 女)	高等学校(男 女)	計(男 女)
ソウル	202(117 85)	148(73 75)	198(90 108)	548(280 268)
大田	208(112 96)	203(102 101)	201(103 98)	612(317 295)
光州	194(95 99)	199(100 99)	200(102 98)	593(297 296)
釜山	193(107 86)	204(107 97)	210(108 102)	607(322 285)
計	797(431 366)	754(382 372)	809(403 406)	2360(1216 1144)

③調査項目

(1)韓国大衆文化接触頻度〔①漫画②映画③大衆歌謡④ゲーム⑤雑誌・写真集⑥衛星放送⑦インターネットを通じた韓国大衆文化〕 (2)日本に関連するものの接触頻度〔①日本の翻訳漫画②日本の映画(アニメ)③日本の大衆歌謡④日本のゲーム⑤日本の雑誌・写真集⑥日本の衛星放送⑦インターネット通じた日本の大衆文化〕 (3)日本に関連するものの購買頻度〔①日本の翻訳漫画②日本の映画(アニメ)③日本の大衆歌謡④日本のゲーム⑤日本の雑誌・写真集〕 (4)日本のものを先輩・後輩から借りる頻度〔(3)と同様〕 (5)日本に関連するものへの接触状況〔①日本の翻訳漫画②日本の翻訳映画(アニメ)③日本の未翻訳映画(アニメ)④日本の童謡や大衆歌謡の接触頻度⑤コンピューターやテレビゲームの有無⑥テレビゲームの利用頻度⑦CG(コンピューターゲーム)やインターネットの利用頻度〕 (6)日本に関連するものの印象〔(2)と同様〕 (7)所有数〔①韓国漫画の単行本②韓国語に翻訳された単行本③未翻訳の日本漫画の単行本④韓国歌謡テープ⑤韓国歌謡CD⑥日本歌謡テープ⑦日本歌謡CD⑧韓国語に翻訳された日本漫画ピ

デオ⑨未翻訳の日本漫画ビデオ⑩日本のビデオドラマテープ⑪韓国のゲームソフトプログラム⑫日本のゲームソフトプログラム⑬日本のファッション雑誌⑭日本の女性写真集⑮日本の学用品⑯日本で作られた服 (8)使用頻度〔①日本語を使用する②日本のファッションをまねる③日本の歌手の歌を歌う④日本の漫画の主人公をまねる〕 (9)日本に関連するものへ最初に接触した年齢〔(2)と同様〕 (10)初めて見たアニメや漫画の年齢〔①未来少年コナン②ガッチャマン③鉄人28号④銀河鉄道999⑤ど根性ガエル⑥ベルサイユのバラ⑦千年女王⑧ミンキーモモ⑨マジンガーZ〕 (11)接触媒体〔①テレビ②絵本③ビデオ④漫画雑誌⑤漫画単行本⑥映画館⑦その他〕 (12)日本に関連するものへ最初に接触したきっかけ〔①友達②先輩・後輩③兄弟・姉妹④両親⑤家にあった⑥漫画・レコード店の人⑦自分で見つけて⑧広告⑨雑誌⑩インターネット〕 (13)日本の漫画についての印象 (14)日本や日本人に対する考え

2) 調査結果の要約

(1)日本大衆文化への接触率の高さ

日本の翻訳漫画に、全体として約8割が接している。中でも高等学校男子が一番多く、9割以上が接している。日本のゲームも全体として6割以上が接しており、特に男子の8割が接している。日本の映画(アニメ)には、全体として約6割が接している。ただし、日本のアニメに最初に接した年齢の平均は10歳であるが、「未来少年コナン」「ガッチャマン」など具体的な番組を、韓国で放映されていた番組名で聞くと、初めて見た年齢の平均は8歳となっている。これは日本の映画(アニメ)を日本のものだという自覚なしに見ているためであり、実際はかなり早いうちから、より高い比率で日本の映画(アニメ)に接していると思われる。日本の大衆歌謡に接しているのは全体として3割と、他の文化に比べ少ないが、日本歌謡は完全に輸入禁止で公的には接する機会がほとんどないにも関わらず、3割が接していると答えているのは決して少ない数ではない。また、日本の学用品を持っているのが7割、「日本に旅行に行きたい」「日本でしばらく生活してみたい」と思っているのが半数近くいる。

(2)性差の特性

漫画や映画(アニメ)やゲームなど、日本文化のほとんどは男子の接触率が高い。中でもゲームは性差が大きい。漫画雑誌・単行本・テープ・ビデオ・学用品など、日本のものの所有数も男子の方が多い。だが、韓国歌謡テープの所有数は女子の方が多いことを考えると、日本文化が開放されたら女子の所有数が男子より多くなるものもあると思われる。日本の漫画に対する印象では、「おもしろい」「かっこいい」というプラスイメージは男子の肯定度が高い。マイナスイメージの「暴力的」は男子の方が肯定が多いが、「いやらしい」は男女ほぼ同じである。日本や日本人に対する考えでは、男子より女子の方がマイナスイメージが強い。しかし、「日本でしばらく生活してみたい」「日本語を勉強したい」の肯定度は女子の方が高い。

(3)学年(初等学校・中学校・高等学校)の特性

日本文化への接触は、学年が上がるに従って総数(「ほぼ毎日」「1週間に数回」「半月に数回」「1ヶ月に数回」「数ヶ月に数回」)接している者の合計)は増え、頻度(「ほぼ毎日」「1週間に数回」の合計)は減る。日本の漫画に対する印象は、プラスイメージもマイナスイメージも学年が上がるに従って肯定が増えている。日本や日本人に対する考えは、「一般に国民の考え方が韓国

人と同じ」「韓国は将来日本と対等になる」というような自国と関連する項目においては、学年が上がるに従って、日本にとってプラスイメージはより否定的、マイナスイメージはより肯定的になる。学年が高い方が日本に敵対感を感じている傾向が見られる。だが、「日本に旅行に行きたい」「日本人と友達になりたい」というような行動に関する項目は、学年が上がるに従って肯定が増えている。

(4)文化を通じた相互理解の可能性

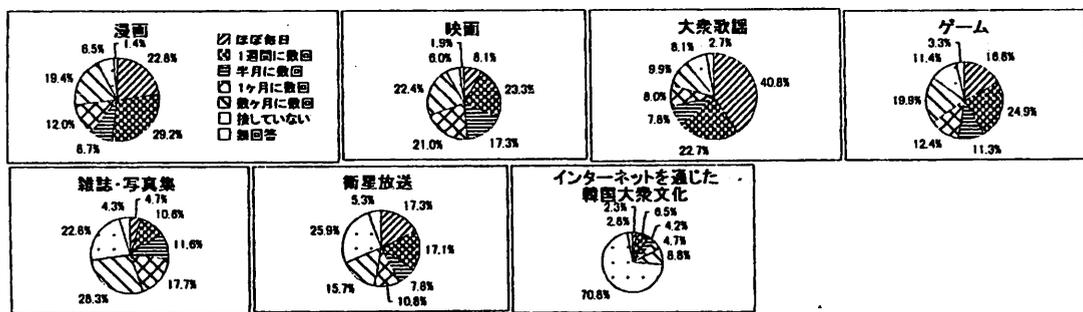
日本の大衆歌謡や雑誌・写真集や衛星放送に接しているのは全体としてそれぞれ3割程度である。また、漫画や映画は学年が低い方が接しているのは少なく、ゲームは女子の接触者が少ない。しかし、接触していない者もそれぞれの文化に対する印象には回答している。すなわち、実際に接していない、もしくはよく知らないものに対しても判断をし、しかもどちらかといえばマイナスイメージを持っている。逆に、漫画やゲームなど、接触度が高い文化に対しては、プラスイメージが強い。以上のことから、実際に接したものに関しては自分の考えで評価しているが、接していないものについては韓国社会で一般にいわれている日本に対するイメージによって評価しているものと思われる。

今後、日本文化が開放され、自由に接し、楽しめるようになれば日本に対するイメージはどのように変わっていくのだろうか。現に、日本で流行しているものが韓国でも同じように流行しているところを見ると、若者達は知らず知らずのうちに、文化を通して相互理解の土台を築いているのではないだろうか。

3) 調査結果の概要

(1)韓国大衆文化接触頻度

図1 韓国大衆文化接触頻度



①漫画

全体として、「ほぼ毎日」から「数ヶ月に数回」も含めて(以下〔接触総数〕とする)92.1%が漫画に接している。加えて、男女ともに1位は「1週間に数回」(男子30.7%,女子27.7%)。2位は男子が「ほぼ毎日」(28.4%)、女子が「数ヶ月に数回」(24.4%)である。若干男子の方が女子より〔頻度〕(「ほぼ毎日」と「1週間に数回」の合計:以下同)が高い。これは、女子の漫画が最近発刊されたことと、月刊誌であることが原因であると思われる。

【学年別】では、学年が上がるに従って〔頻度〕(初 - 65.0%、中 - 50.1%、高 - 41.1%)は減

るが、〔接触総数〕(初 - 91.1%、中 - 92.2%、高 - 93.1%)は増えている。【性学年別】に見てみると、初等男子は1位が「ほぼ毎日」(39.2%)、2位が「1週間に数回」(28.3%)で一番頻繁に漫画に接している。初等女子もわりと頻繁だが、「ほぼ毎日」(26.8%)より「1週間に数回」(35.2%)である。中学男子も「ほぼ毎日」(27.0%)よりは「1週間に数回」(33.8%)である。高校男子になると「ほぼ毎日」(18.1%)はぐっと減り、「1週間に数回」(30.3%)、「数ヶ月に数回」(19.6%)となる。だが〔接触総数〕は95.8%で、性学年別の中では一番多い。中学女子と高校女子は高校女子の方がより〔頻度〕(中女39.3%、高女34.0%)が低いがほぼ同じ傾向で、「数ヶ月に数回」(中女29.6%、高女28.6%)が一番多い。【成績】による変化はほとんどない。

【地域学年別】では、初等学校はソウルと大田が同じ傾向で「ほぼ毎日」(ソウル52.0%、大田40.9%、光州21.1%、釜山18.7%)が多く、光州と釜山は「1週間に数回」(ソウル22.8%、大田25.5%、光州47.4%、釜山31.1%)が多い。中学校はソウルで「ほぼ毎日」(ソウル31.1%、大田20.7%、光州19.6%、釜山18.6%)がやや多い。高等学校もソウルで「ほぼ毎日」(ソウル22.2%、大田14.9%、光州5.5%、釜山10.5%)接する子がやや多い。全体的にソウルは〔頻度〕が高い。

②映画(アニメ)

全体として、〔接触総数〕は、92.1%である。【性別】では、女子の方が〔頻度〕(男子34.3%、女子28.2%)はやや低い、男女ほぼ同じ傾向で、「1週間に数回」(男子24.3%、女子22.3%)、「数ヶ月に数回」(男子21.0%、女子24.0%)が多く、「ほぼ毎日」(男子10.0%、女子5.9%)は少ない。

【学年別】では、「ほぼ毎日」(初等学校8.9%、中学校8.9%、高等学校6.4%)は少ない。だが学年が上がるに従って〔頻度〕(初 - 35.8%、中 - 31.4%、高 - 26.9%)が減り、〔接触総数〕(初 - 86.8%、中 - 93.5%、高 - 95.8%)が増える点は漫画と同じである。【性学年別】を見ると、どの学年も〔頻度〕(初男38.9%、初女32.0%、中男32.4%、中女30.3%、高男31.0%、高女22.9%)は男子の方が高い。

【成績別】では、「1週間に数回」(上位18.7%、中下26.6%)、「数ヶ月に数回」(上位26.5%、中下17.5%)といったように、上位の子の方がやや頻度が少なめの傾向にある。漫画と違って成績による変化があるのは、漫画は自分で接する時間を選択できるが、テレビアニメは時間に制約されてしまうからだと思われる。

③大衆歌謡

全体として、〔接触総数〕は82.2%である。〔接触総数〕は漫画より少ないが、「ほぼ毎日」(40.8%)、「1週間に数回」(22.7%)と〔頻度〕は高い。【性別】では、男女ともに「ほぼ毎日」(男子35.0%、女子47.0%)が一番多い。〔頻度〕(男子58.8%、女子68.5%)は女子の方が高く、〔接触総数〕(男子86.9%、女子91.7%)も女子の方がやや多い。

【学年別】では、学年が上がるに従って〔接触総数〕(初 - 82.3%、中 - 91.2%、高 - 95.2%)が増え、〔頻度〕(初 - 45.1%、中 - 67.7%、高 - 77.7%)も高くなっている。【性学年別】で見ると、初等男子以外は「ほぼ毎日」(初男16.9%、初女25.5%、中男40.3%、中女54.0%、高男49.1%、高女60.1%)が一番多く、また女子の方が高い。

【地域学年別】では、「ほぼ毎日」(初 - ソウル24.8%・大田22.1%・光州16.5%・釜山19.7% / 高 - ソウル65.2%・大田49.8%・光州52.0%・釜山51.9%)がソウルの初等学校と高校で他地

域より高い。

④ゲーム

全体として、〔接触総数〕は85.3%で、男女の差が大きい。男子9割(90.9%)、女子8割(79.2%)が接しているが、〔頻度〕(男子56.0%、女子26.5%)は女子が低い。だが女子も「数ヶ月に数回」では28.2%が接しており、今後ゲーム文化が女子に広がる可能性もある。

【学年別】では、〔頻度〕(初 - 43.1%、中 - 46.3%、高 - 35.9%)は中学校が高く、〔接触総数〕(初 - 80.9%、中 - 85.7%、高 - 89.1%)は高等学校が多い。【性学年別】に見ると、初等学校では「1週間に数回」(男子28.8%、女子23.2%)が男女とも一番多いが、「ほぼ毎日」は男子24.8%に対し女子7.7%となっている。中学男子では「ほぼ毎日」(33.5%)、「1週間に数回」(31.2%)とかなり頻繁である。高校男子も「ほぼ毎日」(18.4%)、「1週間に数回」(32.0%)と比較的頻繁に接している。これに対し中学女子と高校女子は「数ヶ月に数回」(中 - 30.1%、高 - 32.8%)が一番多く、接してはいるものの頻度が低いことがわかる。

⑤雑誌・写真集

全体として、〔接触総数〕は72.9%である。男女とも「数ヶ月に数回」(男子31.3%、女子25.1%)が一番多いが、〔接触総数〕(男子68.2%、女子77.9%)も〔頻度〕(男子11.1%、女子19.6%)も女子の方が高い。【学年別】では、他の文化と同じように学年が上がるに従って〔接触総数〕(初 - 54.1%、中 - 77.2%、高 - 87.7%)が増え、初等学校と中学校・高等学校との差が大きい。また「ほぼ毎日」(初 - 3.8%、中 - 6.6%、高 - 3.8%)が中学校でやや高い。【性学年別】で見ると、男女とも学年が上がるに従って〔接触総数〕(初男49.6%、初女40.7%、中男70.7%、中女83.9%、高男85.6%、高女89.2%)は増えている。〔頻度〕(初男10.0%、初女15.3%、中男10.0%、中女26.9%、高男13.4%、高女17.0%)は中学女子が高い。女子中高生向けのファッション雑誌が多いためだと思われる。

⑥衛星放送

全体として、〔接触総数〕は68.8%である。男女とも〔接触総数〕(男子69.4%、女子68.1%)はほぼ同じだが、〔頻度〕(男子37.8%、女子30.8%)は男子の方がやや高い。

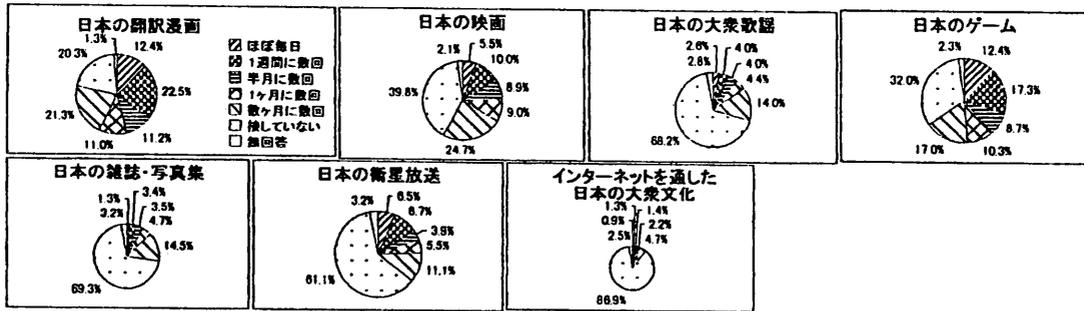
【学年別】では、学年が上がるに従って〔接触総数〕(初 - 66.2%、中 - 68.1%、高 - 72.0%)は増えている。【性学年別】で見ると、「ほぼ毎日」(初男17.9%、初女9.6%、中男19.4%、中女18.0%、高男18.6%、高女19.7%)、「1週間に数回」(初男19.0%、初女20.2%、中男19.4%、中女2.1%、高男19.1%、高女12.8%)とどの学年も比較的頻繁に接している。

⑦インターネットを通した韓国大衆文化

全体として、〔接触総数〕は26.4%と少なく、男女の差もほとんどない。インターネットの普及率自体が低いのだと思われる。【学年別】では、〔接触総数〕(初 - 35.1%、中 - 20.1%、高 - 23.7%)は初等学校が一番多く、〔頻度〕(初 - 14.9%、中 - 6.0%、高 - 5.4%)も初等学校が高い。これは授業などで扱われているためだと思われる。性学年別による差はほとんどない。

(2)日本に関連するものの接触頻度

図2 日本に関連するものの接触頻度



①日本の翻訳漫画

韓国の漫画の〔接触総数〕は92.1%であったのに対し、日本の翻訳漫画の〔接触総数〕は78.4%とやや低いが、約8割が接している。【性別】では、〔接触総数〕(男子81.1%、女子75.6%)は男子の方が多く、〔頻度〕(男子40.1%、女子29.4%)も男子の方が高い。男子は「1週間に数回」(24.5%)が一番多いが、女子は「数ヶ月に数回」(24.5%)が一番多い。

【学年別】では、学年が上がるに従って〔接触総数〕(初 - 68.1%、中 - 79.9%、高 - 87.1%)が増えている。【性学年別】を見ると、初等学校は〔接触総数〕(男子70.6%、女子65.3%)は女子より男子の方が多く、「ほぼ毎日」(男子16.5%、女子9.6%)も男子の方が多いが、「1週間に数回」(男子21.3%、女子23.2%)、「数ヶ月に数回」(男子14.8%、女子14.8%)は男女ほぼ同じである。中学・高校の男子は「1週間に数回」(中 - 26.4%、高 - 26.1%)が一番高いのに対し、女子は「数ヶ月に数回」(中 - 25.5%、高 - 32.3%)が一番高い。これは韓国の漫画と同じ傾向である。また高校男子の〔接触総数〕は91.3%で、韓国の漫画の〔接触総数〕とたいして変わらない。初等学校の場合、韓国の漫画への接触は非常に高い。そのことから考えると、日本の漫画と自覚しないで読んでいる可能性が考えられる。雑誌・単行本と区別していないが、雑誌であれば日本の漫画が載っている。単行本も日本の漫画と理解できるかわからない。実際はもっと多くが日本の翻訳漫画に触れていると思われる。

【地域学年別】では、どの学年も「ほぼ毎日」(初 - ソウル17.3%、大田13.0%、光州12.4%、釜山10.4%、中 - ソウル22.3%、大田11.8%、光州12.6%、釜山10.3%、高 - ソウル21.7%、大田8.5%、光州4.5%、釜山6.7%)はソウルが一番多い。

②日本の映画(アニメ)

韓国の映画の〔接触総数〕は92.1%であったのに対し、日本の映画の〔接触総数〕は58.1%とやや低めである。【性別】では、韓国の映画と同じく男子の方が〔接触総数〕(男子61.6%、女子54.4%)は高い。だが〔頻度〕(男子16.6%、女子14.3%)はほぼ同じである。

【学年別】では、学年が上がるに従って〔接触総数〕(初 - 50.3%、中 - 58.4%、高 - 65.6%)が増えている点は韓国と同じである。〔頻度〕(初 - 14.4%、中 - 19.7%、高 - 12.5%)は中学校が一番高い。だが、韓国の映画では初等学校は35.8%で一番高かったことを考えると、日本の映画を日本のものだと認識せずに見ている可能性があるため、実際は韓国の映画と同じように初等学校の頻度が高くなるのではないだろうか。【性学年別】で見ると、初等学校は〔接触総

数) (男子53.3%、女子46.7%)も〔頻度〕(男子16.0%、女子12.6%)も男子の方が高い。中学校では〔接触総数〕(男子58.9%、女子57.8%)も〔頻度〕(男子19.6%、女子19.9%)も男女ほぼ同じである。高等学校の〔接触総数〕(男子73.2%、女子58.2%)は男子の方が多く、男女の差が他学年より大きい。

【地域学年別】では、ソウルの〔頻度〕(初 - ソウル18.3%、大田13.0%、光州11.4%、釜山15.0%、中 - ソウル25.7%、大田19.7%、光州15.1%、釜山20.1%、高 - ソウル20.2%、大田12.0%、光州8.0%、釜山10.0%)が他地域に比べて高い。

③日本の大衆歌謡

韓国の大衆歌謡の〔接触総数〕が89.2%に対し、日本の大衆歌謡の〔接触総数〕は29.0%とかなり少ない。これは日本の大衆歌謡が漫画と違って厳しく禁止されており、接する機会が少ないためだと思われる。【性別】では、〔接触総数〕(男子31.2%、女子26.7%)も〔頻度〕(男子8.2%、女子5.0%)もやや男子の方が高い。

【学年別】では、〔接触総数〕(初 - 23.2%、中 - 26.1%、高 - 37.4%)は学年が上がるに従って増えており、韓国歌謡と同じ傾向にある。〔頻度〕(初 - 5.6%、中 - 7.0%、高 - 7.3%)はほぼ同じである。【性学年別】で見ると、初等学校と高等学校は〔接触総数〕(初男25.7%、初女20.2%、高男43.7%、高女31.3%)も〔頻度〕(初男7.9%、初女3.0%、高男9.9%、高女4.7%)も男子の方が高く、韓国歌謡とは違った傾向にある。中学校では〔接触総数〕(男子24.1%、女子28.3%)は女子の方がやや多いが、〔頻度〕(男子6.8%、女子7.3%)はほぼ同じである。

④日本のゲーム

韓国のゲームの〔接触総数〕が85.3%であるのに対し、日本のゲームの〔接触総数〕は65.7%とやや少ないが、日本漫画をのぞく他の文化に比べて高い数値を示している。【性別】では、〔接触総数〕(男子80.1%、女子50.4%)は女子5割に対し、男子は8割と、とても多くが日本のゲームに接している。〔頻度〕(男子43.7%、女子14.8%)も男子の方が高い。これは韓国ゲームと同じである。

【学年別】では、学年が上がるに従って〔接触総数〕(初 - 56.0%、中 - 68.6%、高 - 72.7%)は増え、〔頻度〕(初 - 26.1%、中 - 35.3%、高 - 28.0%)は中学校が一番高く、韓国のゲームと同じ傾向にある。【性学年別】に見ると、どの学年も男子の方が〔接触総数〕(初男70.1%、初女39.3%、中男83.5%、中女53.3%、高男87.6%、高女57.9%)も〔頻度〕(初男36.0%、初女14.5%、中男53.2%、中女17.0%、高男43.2%、高女13.0%)も高い。

⑤日本の雑誌・写真集

韓国の雑誌・写真集の〔接触総数〕が72.9%であるのに比べ、日本の雑誌・写真集の〔接触総数〕は27.5%と少なく、日本の大衆歌謡と同じくらいである。【性別】では、韓国の雑誌・写真集とは違い〔接触総数〕(男子31.1%、女子23.6%)も〔頻度〕(男子5.5%、女子3.9%)も男子の方が高い。

【学年別】では〔接触総数〕(初 - 17.5%、中 - 23.9%、高 - 40.8%)が学年が上がるに従って高くなる点は韓国の雑誌・写真集と同じ傾向にある。【性学年別】に見ると、韓国の雑誌・写真集の〔接触総数〕は高校女子(89.2%)が一番多いのと違い、最も〔接触総数〕が多いのは高

校男子(50.4%)である。これは日本の雑誌・写真集が大人の男性向けの雑誌・写真集だからだと思われる。女子が接するのは専らファッション誌であり日本のものへの接触は少ないが、韓国で出版されているファッション誌の内容は日本のファッション誌の内容とほぼ同じである。

⑥日本の衛星放送

韓国の衛星放送の〔接触総数〕が68.8%であるのに比べると、日本の衛星放送の〔接触総数〕は35.7%と半分ではあるが、約3割が接している。【性別】では、〔接触総数〕(男子37.7%、女子33.6%)も〔頻度〕(男子18.2%、女子12.2%)も男子の方が高く韓国と同じ傾向にある。

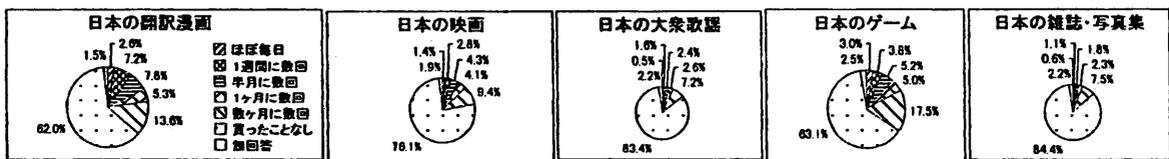
【学年別】では、〔接触総数〕(初 - 30.1%、中 - 31.5%、高 - 45.2%)は学年が上がるに従って増え、〔頻度〕(初 - 10.2%、中 - 15.5%、高 - 20.1%)も増えている。だがこれは、学年別接触頻度に変化のない韓国の衛星放送とは違った傾向である。【性学年別】で見ると、〔頻度〕(初男12.1%、初女7.9%、中男17.0%、中女14.0%、高男25.8%、高女14.3%)は高校男子が一番高い。

⑦インターネットを通じた日本文化

インターネットを通じた韓国の大衆文化への〔接触総数〕が26.4%であるのに対し、インターネットを通じた日本文化への〔接触総数〕は10.6%とさらに少ない。インターネットの普及率自体が低いのだと思われる。傾向は韓国と同じで、初等学校の〔接触総数〕(初 - 13.5%、中 - 7.4%、高 - 10.6%)が一番多い。

(3)日本に関連するものの購買頻度

図3 日本に関連するものの購買頻度



①日本の翻訳漫画

日本の翻訳漫画の〔購買者総数〕(「ほぼ毎日」から「数ヶ月に数回」の合計:以下同)は36.5%である。【性別】では男子の〔購買者総数〕は45.3%、女子は27.2%と明らかに男子の方が多い。

【学年別】では、学年が上がるに従って〔購買者総数〕(初 - 34.2%、中 - 34.5%、高 - 40.7%)は高くなる傾向にあるが、逆に〔頻度〕(初 - 11.5%、中 - 9.6%、高 - 8.4%)は低くなる。

【性学年別】で見ると、どの学年も〔購買者総数〕(初男42.2%、初女24.8%、中男40.3%、中女28.5%、高男53.3%、高女28.1%)も、〔頻度〕(初男14.1%、初女8.5%、中男10.8%、中女8.4%、高男11.4%、高女5.4%)も男子の方が高く、中でも〔購買者総数〕は高校男子が、〔頻度〕は初等男子が最も高い。

②日本の映画(アニメ)

日本の映画(アニメ)の〔購買者総数〕は22.0%である。漫画に比べればやや少ないが、日本の子ども達が韓国のビデオを持っていないことを考えると、決して少ない数ではないだろう。

【性別】では、〔購買者総数〕(男子26.7%、女子17.1%)も、〔頻度〕(男子5.3%、女子3.1%)もやや男子の方が高い。【学年別】では、〔購買者総数〕(初 - 26.8%、中 - 18.6%、高 - 20.5%)も、〔頻度〕(初 - 5.1%、中 - 3.9%、高 - 3.5%)も初等学校が他に比べやや高い。

③日本の大衆歌謡

日本の大衆歌謡の〔購買者総数〕は14.4%と数値上は少ない。漫画やアニメに関しては翻訳されているものが一般に許可されて売られており正式に入手することができるが、日本のテープやCDは完全に禁止されている。コピーしたテープを路上店で売っているが数が少ない。こうしたことを考えると1割以上が買っているというのは大きい。

【性別】では、やや男子の〔購買者総数〕(男子16.8%、女子11.7%)が多い。【性学年別】で見ると、〔購買者総数〕(初男19.5%、初女10.7%、中男12.1%、中女11.2%、高男18.7%、高女13.0%)は初等男子が多い。韓国大衆歌謡の接触状況や、日本の翻訳漫画の購買状況を考えて、禁止が無くなれば日本大衆歌謡の購買者数も増える可能性がある。

④日本のゲーム

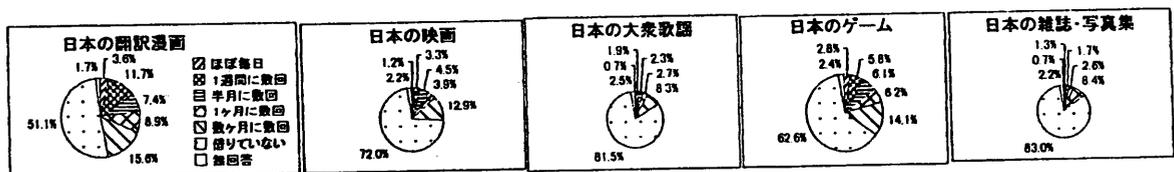
日本のゲームの〔購買者総数〕は34.4%と漫画とほぼ同じである。購買頻度は「数ヶ月に数回」(17.5%)が一番高い。【性別】では、接触頻度と同じように〔購買者総数〕(男子44.8%、女子23.4%)も、〔頻度〕(男子9.6%、女子3.9%)も男子の方が高い。【学年別】では、学年が上がるに従って〔購買者総数〕(初 - 40.9%、中 - 33.1%、高29.4%)は減り、〔頻度〕(初 - 9.9%、中 - 7.2%、高 - 3.5%)も低くなる。

⑤日本の雑誌・写真集

日本の雑誌・写真集の〔購買者総数〕は13.4%である。接触頻度と同じように〔購買者総数〕(男子15.9%、女子10.5%)も男子の方が高い。購買頻度は「数ヶ月に数回」(男子8.6%、女子6.3%)が一番高く、【学年別】でも同じである(初 - 5.6%、中 - 6.4%、高 - 10.3%)。

(4)日本のものを先輩・後輩から借りる頻度

図4 日本のものを後輩・先輩から借りる頻度



①日本の翻訳漫画

全体として、日本の翻訳漫画の〔購買者総数〕が36.5%であるのに対し、〔借用総数〕(「ほぼ毎日」から「数ヶ月に数回」の合計:以下同)は47.2%と買うよりも借りる方が多いことがわかる。

【性別】では、〔借用総数〕(男子52.0%、女子42.0%)も、〔頻度〕(男子18.1%、女子12.2%)も男子の方が高い。【学年別】では、学年が上がるに従って〔借用総数〕(初 - 32.3%、中 - 49.1%、高 - 60.1%)は増えている。〔頻度〕(初 - 11.0%、中 - 17.9%、高 - 16.8%)は初等学校がやや低い。【性学年別】に見ると、どの学年も〔借用総数〕(初男36.6%、初女27.0%、中男

52.1%、中女46.0%、高男68.2%、高女52.0%)も、〔頻度〕(初男13.5%、初女8.2%、中男19.1%、中女16.6%、高男22.1%、高女11.6%)も男子の方が高いが、「1週間に数回」「数ヶ月に数回」が高い傾向は男女同じである。

②日本の映画(アニメ)

全体として、日本の映画の〔購買者総数〕が22.0%であるのに対し、〔借用総数〕は25.8%とやや多い。【性別】では、〔借用総数〕(男子31.4%、女子19.9%)も、〔頻度〕(男子5.9%、女子2.9%)も男子の方が高い。【学年別】では、〔借用総数〕は高等学校(31.7%)が一番高く、初等学校(22.5%)と中学校(22.9%)はほぼ同じである。〔頻度〕は初等学校(5.1%)と中学校(5.1%)が同じで、高等学校(3.3%)が低い。【性学年別】に見ると、男女どの学年も「数ヶ月に数回」(初男9.3%、初女7.7%、中男11.3%、中女10.2%、高男24.6%、高女13.8%)が一番高く、頻繁に貸し借りはしていないことがわかる。

③日本の大衆歌謡

全体として、日本の大衆歌謡の〔購買者総数〕が14.4%であるのに対し、〔借用総数〕は16.0%とたいして変わらない。【性別】では、〔借用総数〕(男子18.3%、女子13.4%)も、〔頻度〕(男子3.7%、女子1.6%)も男子の方がやや高い。【学年別】では、〔頻度〕(初 - 2.2%、中 - 2.8%、高 - 3.0%)はほぼ同じだが、〔借用総数〕が初等学校12.7%、中学校12.1%に対し高等学校22.7%とやや多い。【性学年別】で見ると、高校男子の〔借用総数〕が28.8%と、他と比べ10~20ポイントほど多い。

④日本のゲーム

全体として、日本のゲームの〔購買者総数〕が34.4%であるのに対し、〔借用総数〕は35.0%とほぼ同じである。〔借用総数〕は漫画に次いで多い。【性別】では、〔借用総数〕は男子が48.7%に対し、女子は20.5%と少なく、〔接触総数〕を反映している。〔頻度〕も男子12.1%に対し、女子4.9%で男子の方が高い。【学年別】では、〔借用総数〕(初 - 35.7%、中 - 34.6%、高 - 34.6%)はほぼ同じだが、〔頻度〕(初 - 11.2%、中 - 9.3%、高 - 5.7%)は学年が上がるに従って低くなる。【性学年別】で見ると、どの学年も男女の差がはっきりしている。

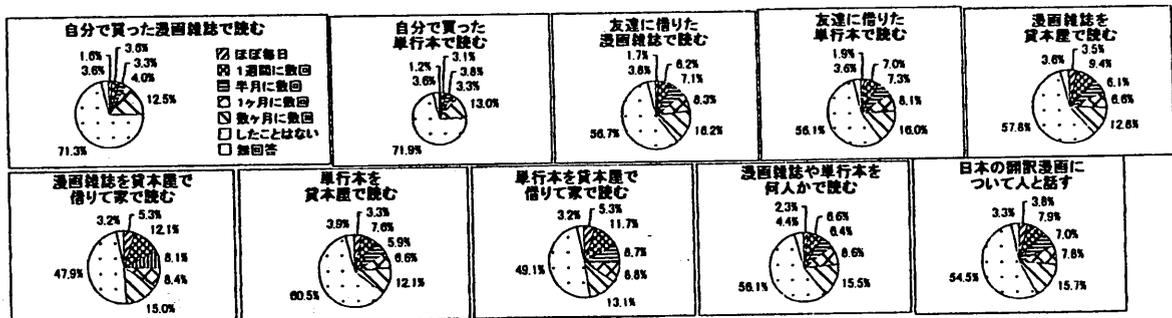
⑤日本の雑誌・写真集

全体として日本の雑誌・写真集の〔購買者総数〕が13.4%であるのに対し、〔借用総数〕は14.8%とほぼ同じである。【性別】では、〔借用総数〕が女子(10.7%)より男子(18.6%)の方が多く、〔接触総数〕や〔購買者総数〕と同じである。【学年別】では、学年が上がるに従って〔借用総数〕が増えている(初 - 10.2%、中 - 12.1%、高 - 21.8%)。【性学年別】で見ると、〔借用総数〕は中学校(男子12.3%、女子11.8%)では男女ほぼ同じだが、初等学校(男子13.5%、女子6.3%)と高等学校(男子30.0%、女子13.8%)で男女の差が大きい。

(5)日本に関連するものへの接触状況

①日本の翻訳漫画

図5 日本の翻訳漫画

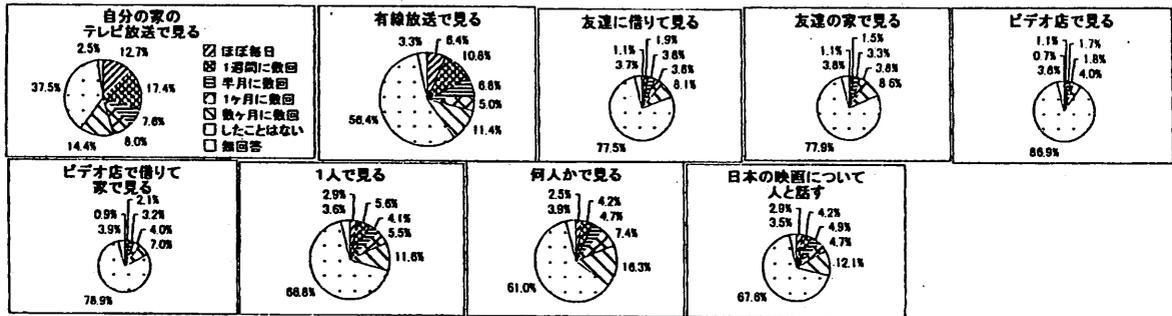


全体として、漫画雑誌や単行本は自分で買う(雑誌25.1%、単行本24.5%)よりは友達や先輩・後輩に借りたり(雑誌39.5%、単行本40.3%)、貸本屋で借りて読む方が多い。これは、韓国では漫画は書店と一部のコンビニエンスストアにしか置いておらず、日本のように駅の売店や身近な販売店にはないということと、漫画雑誌(週刊誌)が1冊1500w(約150円)、単行本が1冊3000w(約300円)に比べ、貸本屋では1冊1日500w(約50円)で借りられるということが原因であると思われる。ちなみに1週間のお小遣いの平均は、初等学校と中学校が5000w未満、高等学校が5000w～10000wといったところである。貸本屋では単行本より漫画雑誌を借りる方が多く、貸本屋で借りた漫画は貸本屋で読む(雑誌38.6%、単行本35.6%)よりは家に持ち帰って読む(雑誌48.9%、単行本47.7%)方が多い。また「漫画雑誌・単行本を何人かで読む」(39.5%)、「日本の翻訳漫画について他の人と話す」(42.2%)といったように、日本の翻訳漫画が人とのコミュニケーションのきっかけや手段となっている。

【性別】では、〔総数〕(「ほぼ毎日」から「数ヶ月に数回」の合計:以下同)も〔頻度〕も女子より男子の方が高い。自分で買って読んだり、友達に借りて読むのは男女とも「数ヶ月に数回」が一番高いが、貸本屋で借りて読むのは女子が「数ヶ月に数回」が一番高いのに対し、男子は「1週間に数回」が一番高い。(2)で述べたように週刊誌と月刊誌の違いだと思われる。【学年別】では、〔総数〕が「自分で買った漫画雑誌で読む」(初 - 29.9%、中 - 21.7%、高 - 23.4%)と「自分で買った単行本で読む」(初 - 26.3%、中 - 21.8%、高 - 25.1%)は初等学校が一番高いが、他は学年が上がるに従って増える。〔頻度〕も「自分で買った漫画雑誌で読む」(初 - 8.5%、中 - 3.6%、高 - 3.2%)と「自分で買った単行本で読む」(初 - 6.4%、中 - 3.6%、高 - 3.0%)は初等学校が一番高いが、他は中学校・高等学校が高く、特に漫画雑誌に関しては中学校が高い。【性学年別】に見ると、自分で買って読む以外は全て高校男子の〔総数〕が非常に高い。日本の翻訳漫画を何人かで読んだり、それについて話したりするのは女子より男子の方が〔総数〕も〔頻度〕も高く、学年が上がるに従って増える。

②日本の翻訳映画（アニメ）

図6 日本の翻訳映画（アニメ）

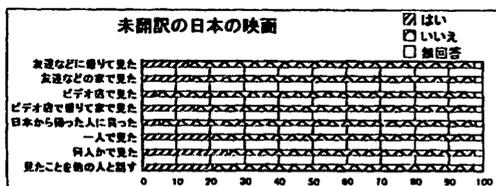


全体として、「友達や先輩・後輩に借りて見る」(18.8%)や「ビデオ店で借りて自分や友達の家で見る」(17.2%)よりは、「自分の家のテレビ放送で見る」(60.0%)や「有線放送で見る」(40.3%)方が多く、漫画と違って借りる方が少ない。レンタルビデオの料金は、店によって違うが、大体1本3泊4日で1000w(約100円)くらいである。また「一人で見る」(29.6%)より「何人かで見る」(35.1%)方が多く、「日本の映画について他の人と話す」(28.9%)など漫画と同じく人とのコミュニケーションのきっかけや手段となっている。

【性別】では、〔総数〕はどれも男子の方がやや多いが、「自分の家のテレビ放送で見る」〔頻度〕(男子30.2%、女子29.9%)と「何人かで見る」〔頻度〕(男子6.7%、女子6.7%)は男女ほぼ同じである。【学年別】では、「自分の家のテレビ放送で見る」〔総数〕(初 - 61.4%、中 - 55.9%、高 - 62.6%)は中学校がやや少なく、〔頻度〕(初 - 32.7%、中 - 32.0%、高 - 25.6%)は初等学校と中学校が高い。「有線放送で見る」〔総数〕(初 - 38.9%、中 - 40.4%、高 - 41.7%)は学年が上がるに従って増えているが、〔頻度〕(初 - 16.1%、中 - 21.2%、高 - 14.6%)は中学校が一番高い。【性学年別】で見ると、漫画と同じくどの項目も高校男子の〔総数〕が多い。「一人で見る」は、女子は学年が上がるに従って減る傾向にあるが(〔総数〕初 - 22.4%、中 - 21.2%、高 - 19.4%)、男子は学年が上がるに従って増える傾向にある(〔総数〕初 - 32.2%、中 - 34.0%、高 - 46.9%)。「何人かで見る」のは、男女とも高等学校で高くなっている(〔総数〕初男35.0%、初女30.9%、中男30.1%、中女30.1%、高男47.9%、高女35.7%)。「日本の映画について人と話す」のは、男女とも学年が上がるに従って増えており、特に高校男子が高い数値を示している(〔総数〕初男26.4%、初女20.5%、中男28.6%、中女25.0%、高男44.2%、高女27.9%)。

③日本の未翻訳映画（アニメ）

図7 日本の未翻訳映画（アニメ）



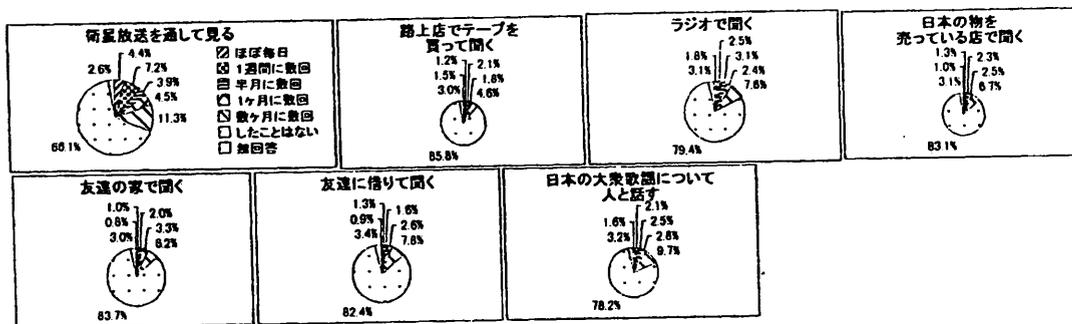
全体として、日本の未翻訳の映画を見たことがある子は翻訳映画に比べたらそれほど多くは

ない。だが、「ビデオ店で借りて自宅や友達の家で見たことがある」(15.3%)、「友達の家で見たことがある」(14.1%)、「友達や先輩・後輩に借りて見たことがある」(13.6%)と少なくとも1割以上は未翻訳すなわち日本語の映画に接しているのである。また未翻訳映画も「一人で見たことがある」(20.0%)より「何人かで見たことがある」(24.8%)方が多く、「見たことについて他の人と話したことがある」(20.6%)というように人とのコミュニケーションのきっかけや手段となっている。

【性別】では、「友達や先輩・後輩に借りてみたことがある」(男子18.7%、女子8.3%)、「友達の家で見たことがある」(男子20.1%、女子7.8%)、「ビデオ店で借りて自宅や友達の家で見たことがある」(男子19.3%、女子11.1%)といったように接しているのは女子より男子の方が多い。また「一人で見たことがある」(男子27.1%、女子12.4%)、「何人かで見たことがある」(男子28.5%、女子20.8%)、「見たことについて他の人と話したことがある」(男子25.1%、女子15.8%)と男子の方が割と積極的に日本の文化に接していると思われる。【学年別】では、「友達や先輩・後輩に借りて見たことがある」(初 - 8.5%、中 - 11.5%、高 - 20.6%)のは学年が上がるに従って増えるが、「ビデオ店で借りて自宅や友達の家で見る」(初 - 20.7%、中 - 13.1%、高 - 12.1%)のは学年が上がるに従って減る。「一人で見たことがある」(初 - 19.2%、中 - 15.9%、高 - 24.6%)と「何人かで見たことがある」(初 - 26.0%、中 - 19.2%、高 - 28.9%)は中学校が一番少ない。【性学年別】で見ると、「ビデオ店で借りて自宅や友達の家で見たことがある」(初男24.4%、初女16.4%、中男16.0%、中女10.2%、高男17.1%、高女7.1%)は初等男子が一番多いが、他は全て高校男子が多い。

④日本の童謡や大衆歌謡の接触頻度

図8 日本の童謡や大衆歌謡の接触頻度

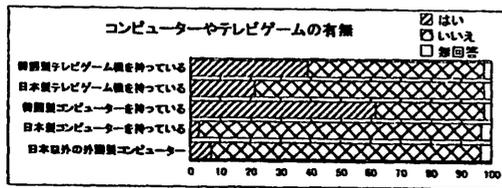


全体として、(2)で触れたとおり日本の大衆歌謡への〔接触総数〕は29.0%だが、接触ルートをはたして細かく聞いていくと、「衛星放送を通して見る」(31.3%)といったようにもっと多くの子が日本の大衆歌謡に触れている可能性があることがわかる。他には「ラジオで聞く」(17.5%)、「友達に借りて聞く」(14.2%)、「日本の本やCDを売っている店で聞く」(13.8%)、「路上店でテープを買って聞く」(11.2%)など、入手が困難なこともあって(Q2、Q3参照)買って聞くことは少ない。〔頻度〕はどれも「数ヶ月に数回」が高く、それほど頻繁には接していない。一番接している「衛星放送を通して見る」で、「数ヶ月に数回」(11.3%)、「1週間に数回」(7.2%)、「1ヶ月に数回」(4.5%)、「ほぼ毎日」(4.4%)といった具合である。「日本の童謡や大衆歌謡について人と話す」(18.6%)のは他の文化に比べやや少ない。

【性別】では、どの接触ルートにおいても男子の方が〔総数〕も〔頻度〕もやや高い傾向にある。【学年別】では、「衛星放送を通して見る」(初 - 26.2%、中 - 29.9%、高 - 37.6%)、「友達に借りて聞く」(初 - 9.6%、中 - 11.0%、高 - 21.7%)のは学年が上がるに従って〔総数〕は増える。「ラジオで聞く」(初 - 20.0%、中 - 16.7%、高 - 15.7%)のは学年が上がるに従って〔総数〕は減る。また、「日本の童謡や大衆歌謡について人と話す」(初男13.9%、初女12.3%、中男15.2%、中女18.5%、高男26.3%、高女24.9%)のは学年が上がるに従って〔総数〕が増える。初等学校・高等学校ではやや男子の方が高いが中学校は女子の方が高い。女子中高生向けの韓国のファッション誌に日本の歌手のことが取り上げられているものがあった。こうしたことが話題となる原因の一つかもしれない。

⑤ コンピューターやテレビゲームの有無

図9 コンピューターやテレビゲームの有無



全体として、「韓国製のコンピューターを持っている」(61.7%)が一番多く、「韓国製のテレビゲーム機を持っている」(38.8%)、「日本製テレビゲーム機を持っている」(21.3%)、「日本以外の外国製のコンピューターを持っている」(6.9%)の順で、「日本製のコンピューターを持っている」は2.9%しかいない。

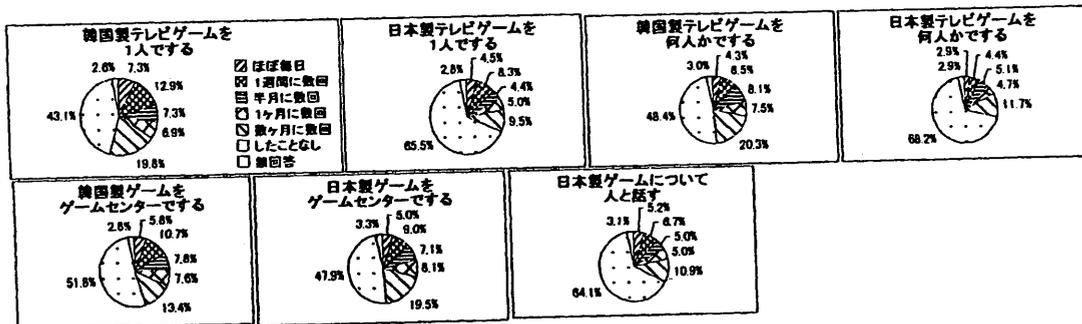
【性別】では、「韓国製テレビゲーム機を持っている」(男子39.8%、女子37.8%)、「日本製テレビゲーム機を持っている」(男子23.9%、女子18.5%)、「韓国製コンピューターを持っている」(男子63.1%、女子60.3%)というように男子の方が所有者の割合が高い。【学年別】では、「韓国製コンピューターを持っている」(初 - 63.0%、中 - 61.0%、高 - 61.2%)は学年によってそれほど変化はないが、「韓国製のテレビゲーム機を持っている」(初 - 52.4%、中 - 35.8%、高 - 28.2%)、「日本製のテレビゲーム機を持っている」(初 - 24.0%、中 - 22.1%、高 - 17.9%)は学年が上がるに従って減る。

⑥ テレビゲームの利用頻度

全体として、「韓国製テレビゲームを一人でする」(54.3%)、「日本製テレビゲームを一人でする」(31.7%)、「韓国製テレビゲームを何人かでする」(48.6%)、「日本製テレビゲームを何人かでする」(28.9%)といったように何人かでやるより一人でやる方が多い。これはテレビゲームの性格上の問題だと思われる。頻度は「数ヶ月に数回」が一番高く、それほど高い頻度で接していない。「日本製ゲームをゲームセンターでする」(45.4%)、「韓国製ゲームをゲームセンターでする」(48.8%)とやや韓国製の方が多く、日本製と韓国製の区別はついているのだろうか。ゲームセンターでは韓国製ゲーム(14.0%)より日本製ゲーム(16.5%)をする〔頻度〕の方が高い。「日本製ゲームについて何人かで話をする」(32.8%)というのは、たとえ一人でゲームをやっても友達と情報を交換しながら進めていることのあらわれだと思われる。日本の翻訳漫画

に次いで高い数値である。

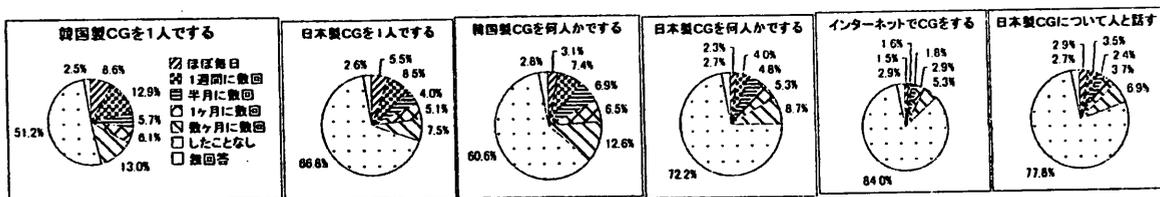
図10 テレビゲームの利用頻度



【性別】では、韓国製テレビゲームに関して〔総数〕（1人:男子57.3%、女子51.2%/何人か:男子49.7%、女子47.5%）は男女それほど差はないが、日本製のテレビゲームに関して〔総数〕（1人:男子39.9%、女子23.1%/何人か:男子36.5%、女子20.7%）は男子の方が多い。〔頻度〕は韓国製（1人:男子25.4%、女子14.8%/何人か:男子15.4%、女子9.9%）日本製（1人:男子17.9%、女子7.5%/何人か:男子10.4%、女子4.2%）のどちらも男子の方が高い。ゲームセンターでするのは、韓国製のゲーム（男子61.2%、女子35.6%）も日本製のゲーム（男子63.9%、女子25.7%）も男子が多い。【学年別】では、日本製ゲームをする〔総数〕（1人:初 - 29.5%、中 - 32.0%、高 - 33.2%/何人か:初 - 26.8%、中 - 28.3%、高 - 31.2%）は学年が上がるに従って増える傾向にある。韓国製ゲームをする〔総数〕（1人:初 - 62.4%、中 - 50.2%、高 - 50.2%/何人か:初 - 58.7%、中 - 44.0%、高 - 42.9%）は初等学校が高い。

⑦CG（コンピューターゲーム）やインターネットの利用頻度

図11 CDやインターネットの利用頻度



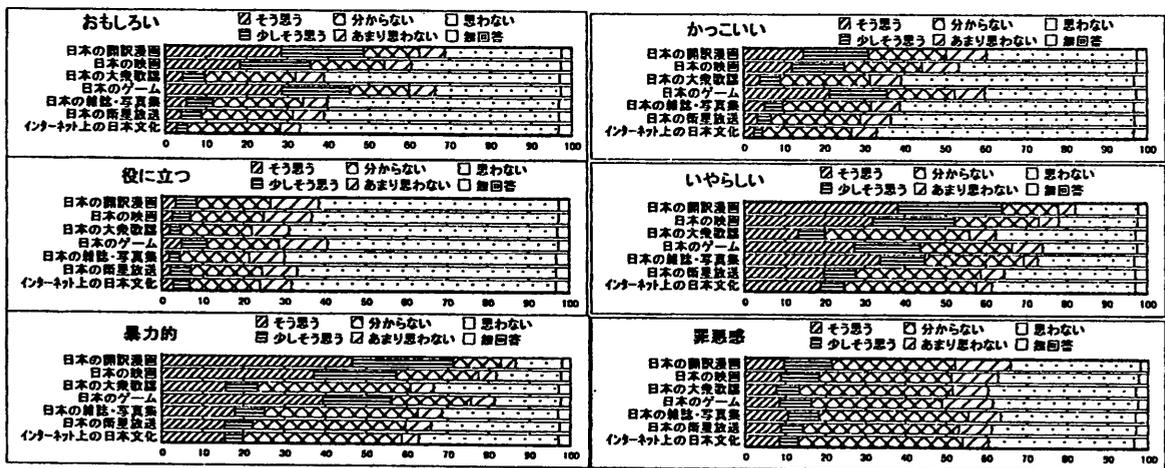
全体として、「韓国製CGを一人でする」(46.3%)が一番多く、「韓国製CGを何人かでする」(36.6%)、「日本製CGを一人でする」(30.6%)、「日本製CGを何人かでする」(25.1%)と韓国製CGに接する方が多いが、少なくとも3割が日本製のCGに接している。「インターネットを通してCGをする」(13.1%)子が少ないのはインターネットの普及率が低いからだと思われる。「日本製CGについて何人かで話す」(19.5%)ことは日本製ゲームに比べ少ないが、約2割の子にとってコミュニケーションのきっかけや手段となっている。頻度は、一人でするのは「数ヶ月に数回」(韓国製CG - 13.0%、日本製CG - 7.5%)と「1週間に数回」(韓国製CG - 12.9%、日本製CG - 8.5%)が高い。何人かでするのは「数ヶ月に数回」(韓国製CG - 12.6%、日本製CG - 8.7%)が高い。

【性別】では、「韓国製CGを一人でする」(〔総数〕 男子52.5%、女子39.6%、〔頻度〕 男子

29.1%、女子13.5%)、「日本製CGを一人でする」(〔総数〕男子42.8%、女子17.5%/〔頻度〕男子20.9%、女子6.6%)というように男子の方が〔総数〕も〔頻度〕も高く、女子は特に日本製CGにあまり接していない。【学年別】では、総数は高等学校が一番多いが、頻度は低い。日本製CGは中学生の〔頻度〕が高い(一人で:初 - 11.4%、中 - 18.6%、高 - 12.2%/何人か:初 - 7.2%、中 - 7.9%、高 - 3.9%)。そのため「日本製CGについて何人かで話す」(初 - 4.6%、中 - 9.0%、高 - 6.0%)のも中学校の〔頻度〕が高く、特に中学男子は15.2%と高い。

(6)日本に関連するものの印象

図12 日本に関連するものの印象



※「面白い」「かっこいい」「役に立つ」「いやらしい」「暴力的」は初等学校・中学校・高等学校に答えてもらっているが、「罪悪感」は初等学校には難しいので、中学校・高等学校にしか答えてもらっていない。

『そう思う』『少しそう思う』を『肯定派』、『あまり思わない』『思わない』を『否定派』とする。

①日本の翻訳漫画

全体として、日本の翻訳漫画は約5割が「面白く」(48.9%)、3割が「かっこいい」(31.2%)と肯定する反面、6割以上が「いやらしい」(64.2%)、7割が「暴力的」(71.5%)であるという印象を持っている。「役に立つ」(8.6%)とはほとんど思っていない。「罪悪感」は2割(21.6%)が肯定している。

【性別】では、「面白い」(肯定:男子51.6%、女子45.9%)、「かっこいい」(肯定:男子35.3%、女子26.8%)、「暴力的」(肯定:男子74.4%、女子68.3%)は女子より男子の方が多く、「いやらしい」(肯定:男子64.3%、女子64.1%)は男女ともほぼ同じである。「罪悪感」は『わからない』(男子29.2%、女子32.0%)が多いが、「罪悪感」(肯定:男子20.3%、女子23.0%)はやや女子の方が多い。

【学年別】では、「面白い」(肯定:初 - 34.0%、中 - 48.5%、高 - 63.9%)、「かっこいい」(肯定:初 - 24.3%、中 - 31.7%、高 - 37.5%)、「いやらしい」(肯定:初 - 46.2%、中 - 69.1%、高 - 77.2%)、「暴力的」(肯定:初 - 57.6%、中 - 73.9%、高 - 82.8%)は学年が上がるに従って増えるが、「罪悪感」(肯定:中 - 21.6%、高 - 21.6%)は同じである。【性学年別】を見ると、「面白い」(否定:初男47.4%、初女46.5%、中男34.1%、中女36.6%、高男16.4%、高女29.8%)「かっこいい」(否定:

初男55.0%、初女54.1%、中男41.9%、中女49.0%、高男30.8%、高女52.0%)が中学校と高等学校において男子より女子の方が否定が多い。初等学校は男女ほぼ同じである。「罪悪感」(肯定:中男22.8%、中女20.4%、高男17.8%、高女25.4%)は中学校では男子の方が多く、高等学校では女子の方が多く。

日本の翻訳漫画への未接触者をみると、『わからない』ほどの印象でも1.5割程度で、6割以上(65.1%)が「面白い」を否定し、7割以上(72.0%)が「かっこいい」を否定している。また、約5割(48.4%)が「いやらしい」を肯定し、約6割(59.8%)が「暴力的」を肯定している。

②日本の映画(アニメ)

全体として、3割以上が「面白い」(35.7%)と思う反面、5割が「いやらしい」(52.4%)、6割近くが「暴力的」(57.5%)であるという印象を持っている。「かっこいい」は25.1%が肯定で5割以上(53.1%)が否定している。「役に立つ」も7.0%しかいない。「罪悪感」は18.6%が肯定している。

【性別】では、「面白い」(肯定:男子38.8%、女子32.3%)、「いやらしい」(肯定:男子54.1%、女子50.6%)、「暴力的」(肯定:男子60.8%、女子53.9%)は女子より男子の方が多く。「罪悪感」は『わからない』(男子31.8%、女子34.1%)が多いが、『肯定派』(男子19.4%、女子17.7%)はやや男子の方が多く。【学年別】では、「面白い」(肯定:初 - 24.7%、中 - 34.5%、高 - 47.6%)、「いやらしい」(肯定:初 - 40.6%、中 - 54.3%、高 - 62.0%)、「暴力的」(肯定:初 - 48.5%、中 - 57.3%、高 - 66.4%)は学年が上がるに従って増えるが、「罪悪感」(肯定:中 - 18.5%、高 - 18.5%)は同じである。【性学年別】に見ると、高校男子は「面白い」(53.8%)と半数以上が肯定している。「面白い」『否定派』(初男50.3%、初女54.4%、中男43.9%、中女47.9%、高男26.1%、高女38.6%)はどの学年も男子より女子の方が多く。また「暴力的」『否定派』が初等女子(32.3%)に多い。「罪悪感」(肯定:中男21.5%、中女15.6%、高男17.4%、高女19.7%)は中学校では男子の方が多く、高等学校では女子の方が多く。

③日本の大衆歌謡

全体として、「面白い」(9.7%)も「かっこいい」(9.1%)も「役に立つ」(4.7%)も肯定は非常に少なく、6割から7割が否定している。「いやらしい」(肯定20.1%/否定41.1%)、「暴力的」(肯定23.5%/否定36.3%)、は否定の方が多く、約2割が肯定している。また『わからない』が「いやらしい」(36.0%)と「暴力的」(37.4%)で多い。「罪悪感」『肯定派』は13.6%で、4割以上(45.4%)は感じておらず、4割近く(38.1%)は『わからない』としている。

【性別】では、「かっこいい」『否定派』(男子63.4%、女子67.5%)はやや女子の方が多く。「いやらしい」(男子32.4%、女子39.8%)「暴力的」(男子34.5%、女子40.5%)で『わからない』は男子より女子の方が多く。【学年別】では、どの印象も『わからない』は学年が上がるに従って増える傾向にある。すなわち、初等学校は実際に接している子が少ないのに、印象に対して『思う』『思わない』と答えている子が多い。【性学年別】に見ると、「いやらしい」(肯定:初男22.0%、初女15.8%、中男24.1%、中女21.5%、高男18.9%、高女18.2%)は男女とも中学校が多い。「暴力的」(肯定:初男25.5%、初女21.9%、中男24.8%、中女23.1%、高男22.5%、高女23.0%)は男子は学年が低い方が多く、女子は学年が高い方が多く。「罪悪感」(肯定:中男14.6%、中女12.4%、高男11.9%、高女15.2%)は、漫画や映画と同じく、中学校では男子の方が多く、高等学校では女子の方が多く。

④日本のゲーム

全体として、4割以上が「面白く」(45.4%)、3割以上が「かっこいい」(35.7%)と思う反面、4割以上が「いやらしい」(43.8%)、5割以上が「暴力的」(56.1%)という印象を持っている。「役に立つ」は約7割(68.7%)が否定している。「罪悪感」は16.6%が肯定している。

【性別】では、「面白い」(肯定:男子59.5%、女子30.3%/否定:男子26.6%、女子48.8%)と「かっこいい」(肯定:男子51.4%、女子19.1%/否定:男子32.5%、女子58.1%)は男子は肯定的で、女子は否定的である。「いやらしい」(肯定:男子50.5%、女子36.8%/否定:男子29.0%、女子33.1%)と「暴力的」(肯定:男子62.2%、女子49.9%/否定:男子19.8%、女子24.3%)は男女とも肯定的であるが、男子の方がより多い。【学年別】では、「面白い」(肯定:初 - 34.5%、中 - 47.7%、高 - 53.9%)、「かっこいい」(肯定:初 - 29.8%、中 - 37.5%、高 - 40.0%)、「いやらしい」(肯定:初 - 29.8%、中 - 46.0%、高 - 55.8%)、「暴力的」(肯定:初 - 47.9%、中 - 55.1%、高 - 65.4%)というように、どの印象も学年が上がるに従って『肯定派』が増える傾向にある。【性学年別】で見ると、「面白い」(肯定:初男43.6%、初女23.8%、中男64.1%、中女30.9%、高男72.2%、高女35.8%)はどの学年も男子の方が多く、高校男子では7割以上がそう感じている。「かっこいい」(肯定:初男40.4%、初女17.2%、中男54.2%、中女20.4%、高男60.5%、高女19.7%)もどの学年も男子の方が多く、高校男子では6割がそう感じている。以上の二つの印象は男女の差が大きい。これに対し、「いやらしい」(肯定:初男35.7%、初女22.7%、中男54.4%、中女37.4%、高男62.5%、高女49.0%)、「暴力的」(肯定:初男54.3%、初女40.4%、中男62.0%、中女47.8%、高男70.7%、高女60.1%)はどの学年も男子の方が多いことは同じだが、男女の差が「面白い」「かっこいい」に比べ少ない。「罪悪感」(肯定:中男17.2%、中女16.7%、高男13.9%、高女18.5%)は中学校では男女ほぼ同じだが、高等学校では女子の方がやや多い。

⑤日本の雑誌・写真集

全体として、「面白い」(肯定11.8%、否定63.0%)、「かっこいい」(肯定9.8%、否定64.9%)、「役に立つ」(肯定4.5%、否定75.5%)、「いやらしい」(肯定45.2%、否定27.6%)、「暴力的」(肯定25.3%、否定34.3%)というように「いやらしい」という印象が強く、「暴力的」だと2割以上が感じ、「面白い」「かっこいい」「役に立つ」は否定的である。「罪悪感」は18.3%が肯定している。

【性別】では、「面白い」(肯定:男子14.1%、女子9.4%)「かっこいい」(肯定:男子12.5%、女子6.9%)「暴力的」(肯定:男子26.0%、女子24.5%)は男子の方がやや多い。「いやらしい」(肯定:男子51.0%、女子38.8%)は明らかに男子の方が多く、半数以上がそう感じている。【学年別】では、「面白い」(肯定:初 - 4.5%、中 - 11.4%、高 - 19.3%)「かっこいい」(肯定:初 - 4.9%、中 - 10.3%、高 - 14.1%)「いやらしい」(肯定:初 - 33.9%、中 - 45.9%、高 - 55.5%)は学年が上がるに従って増える傾向にあるが、「暴力的」(肯定:初 - 26.1%、中 - 25.3%、高 - 24.5%)はほぼ同じである。【性学年別】に見ると、「面白い」(肯定:初男5.3%、初女3.5%、中男11.8%、中女11.0%、高男25.6%、高女13.1%)「かっこいい」(肯定:初男5.3%、初女4.4%、中男12.1%、中女8.6%、高男20.6%、高女7.7%)は高校男子が他に比べ多い。「いやらしい」(肯定:初男38.5%、初女28.5%、中男52.1%、中女39.6%、高男63.6%、高女47.6%)は男女とも学年が上がるに従って増え、高校女子で約5割、中学男子で半数以上、高校男子で6割以上がそう感じている。「罪悪感」(肯定:中男21.9%、中女15.6%、高男18.3%、高女17.5%)は中学男子が2割以上で一番多い。

⑥日本の衛星放送

全体として、「面白い」(肯定9.0%、否定65.5%)、「カッコいい」(肯定6.9%、否定67.8%)、「役に立つ」(肯定7.0%、否定72.2%)、「いやらしい」(肯定27.8%、否定38.3%)、「暴力的」(肯定22.3%、否定37.8%)というように、どの印象も否定の方が多いのだが、その中でも比較的肯定が多いものは「いやらしい」と「暴力的」である。「罪悪感」は14.4%が肯定している。

【性別】では、「面白い」『否定派』(男子64.0%、女子67.1%)と「カッコいい」『否定派』(男子65.3%、女子70.4%)は男子より女子の方が多い。「いやらしい」(肯定:男子31.4%、女子23.9%)、「暴力的」(肯定:男子23.1%、女子21.5%)はやや男子の方が多い。【学年別】では、「面白い」(否定:初 - 73.9%、中 - 64.3%、高 - 58.5%)と「カッコいい」(否定:初 - 74.0%、中 - 66.9%、高 - 62.7%)は学年が低い方が否定的である。「いやらしい」(肯定:初 - 21.5%、中 - 28.8%、高 - 33.1%)は学年が高い方が肯定的である。「暴力的」(肯定:初 - 22.0%、中 - 22.2%、高 - 22.5%)はほぼ同じで学年による違いはない。【性学年別】で見ると、「いやらしい」(肯定:初男24.1%、初女18.3%、中男32.7%、中女24.7%、高男38.0%、高女28.3% / 否定:初男48.5%、初女50.6%、中男38.5%、中女36.3%、高男30.3%、高女26.4%)は初等学校では男女とも圧倒的に否定が多く、中学校でも男女ともやや否定が多いのに対し、高校男子はやや肯定が多く、高校女子はほぼ同じである。

⑦インターネット上の日本文化

全体として「面白い」(肯定5.5%、否定68.6%)、「カッコいい」(肯定4.7%、否定70.0%)、「役に立つ」(肯定7.9%、否定72.6%)というようにプラスの印象に対しては肯定は1割以下で、非常に否定的である。また、「いやらしい」(肯定24.9%、否定39.4%)、「暴力的」(肯定19.9%、否定38.3%)というようにマイナスの印象に対しては肯定が約2割、否定は半数以下である。「罪悪感」は約1割(13.3%)で、4割以上(42.5%)は否定している。

【性別】では、「面白い」(肯定:男子6.9%、女子4.0% / 否定:男子67.9%、女子69.3%)と「カッコいい」(肯定:男子5.6%、女子3.6% / 否定:男子68.3%、女子71.8%)は男女ほぼ同じで肯定が少なく、約7割は否定である。「いやらしい」(肯定:男子28.0%、女子21.4% / 否定:男子40.1%、女子38.6%)と「暴力的」(肯定:男子20.5%、女子19.4% / 否定:男子39.9%、女子36.6%)は肯定約2割、否定は約4割で、「いやらしい」と感じる男子が他に比べやや多い。【学年別】では、「面白い」(否定:初 - 76.2%、中 - 68.0%、高 - 61.6%)、「カッコいい」(否定:初 - 75.6%、中 - 69.0%、高 - 65.5%)は学年が低い方が否定的という傾向がある。「いやらしい」(肯定:初 - 17.8%、中 - 28.0%、高 - 28.8% / 否定:初 - 52.5%、中 - 36.3%、高 - 29.4%)は中学校と高等学校の肯定が多い。初等学校では半数以上が否定的である。「暴力的」(肯定:初 - 19.4%、中 - 21.9%、高 - 18.7% / 否定:初 - 48.1%、中 - 36.0%、高 - 30.8%)は肯定がどの学年もほぼ同じ2割前後で、否定は学年が低い方が多い。【性学年別】で見ると、「いやらしい」(肯定:初男20.2%、初女15.0%、中男32.4%、中女23.4%、高男32.3%、高女25.4%)は中学男子と高校男子の3割以上が肯定している。「罪悪感」(肯定:中男16.2%、中女11.6%、高男11.0%、高女14.2%)は中学男子が他に比べやや多い。

(7)所有数

まず、様々な物の所有者率を挙げてみたいと思う。

韓国の漫画・CD・ゲームソフトは約5割が所有しており、韓国歌謡のテープは8割以上が所有している。それに対し日本に関連する物は、「日本の学用品」を7割が所有、「韓国語に翻訳された単行本」を約4割が所有、「日本のゲームソフトプログラム」を約3割が所有、「日本で作られた服」を2割以上が所有、その他も1～2割が所有している。韓国の物も日本の物も『1～5』所有しているというのがほとんどで、所有数自体は少ない。

漫画に関して、「韓国語の漫画」(初男52.5%、初女41.0%、中男50.0%、中女35.8%、高男48.4%、高女43.4%)と「韓国語に翻訳された漫画」(初男45.0%、初女32.0%、中男45.2%、中女29.0%、高男50.4%、高女29.8%)の所有者率は高校男子はほぼ同じである。「韓国語に翻訳されていない日本の漫画」(初男19.9%、初女10.7%、中男11.8%、中女8.3%、高男14.9%、高女5.9%)は初等男子の約2割が所有している。

テープ・CDに関して、「韓国歌謡のテープ」は初等学校が7割以上(76.3%)、中学校が8割以上(85.6%)、高等学校が9割以上(92.8%)所有しており、「韓国歌謡のCD」は初等学校が4割以上(44.6%)、中学校が5割以上(55.1%)、高等学校が約7割(68.4%)所有している。また、「韓国歌謡テープ」だけは『31本以上』所有しているのが中学女子(19.9%)、高校男子(25.6%)、高校女子(28.6%)で『1～5本』所有(中-女19.1%、高-男15.6%、高-女11.6%)より多い。「日本の歌謡テープ」(初男12.6%、初女9.6%、中男11.8%、中女10.8%、高男16.4%、高女11.1%)は男女ともどの学年もほぼ1割が所有し、「日本歌謡のCD」(初男13.9%、初女10.6%、中男11.2%、中女7.8%、高男11.9%、高女6.7%)はテープに比べたらやや低いが、男子はどの学年も1割以上が所有しており、女子も初等学校で1割が所有している。

ビデオに関して、「韓国語に翻訳された日本漫画のビデオ」(初男26.3%、初女18.3%、中男17.2%、中女14.3%、高男16.9%、高女10.6%)は初等男子が2割以上所有しており、他の学年も1割以上が所有している。「韓国語に翻訳されていない日本漫画のビデオ」(初男14.7%、初女8.2%、中男10.4%、中女5.7%、高男12.4%、高女4.2%)も男子はどの学年も1割以上が所有している。「日本のドラマビデオテープ」(初男16.0%、初女11.5%、中男14.4%、中女7.0%、高男11.2%、高女6.7%)は「韓国語に翻訳されていない日本漫画のビデオ」より所有者率が高く、女子より男子の方が、また学年が低い方が所有者率が高い。

ゲームソフトに関して、「韓国のゲームソフトプログラム」(男子53.1%、女子39.0%)も「日本のゲームソフトプログラム」(男子37.2%、女子18.8%)も女子より男子の方が所有者が多い。「韓国のゲームソフトプログラム」(初男53.6%、初女35.8%、中男54.2%、中女35.7%、高男51.3%、高女44.8%)は男子はどの学年も5割以上が所有し、女子は初等学校と中学校が3割以上、高等学校が4割以上所有している。「日本のゲームソフトプログラム」(初男32.7%、初女15.9%、中男39.0%、中女18.6%、高男40.2%、高女21.7%)は男女とも学年が上がるに従って所有者率は高くなる。

ファッション雑誌・女性写真集に関して、「日本のファッション雑誌」(男子12.8%、女子11.4%)は所有者率が男女ほぼ同じで1割以上なのに対し、「日本の女性写真集」(男子12.5%、女子7.8%)は男子が1割以上だが、女子は1割未満で男子の方が高い。

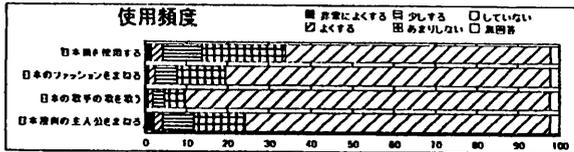
「日本の学用品」(男子65.1%、女子74.1%)は男子は6割以上、女子は7割以上が所有している。初等学校で5割(51.4%)、中学校で7割(74.8%)、高等学校で8割(82.2%)と学年が上がるに従って所有者率も高くなっている。

「日本で作られた服」(初男26.4%、初女18.4%、中男22.2%、中女18.3%、高男25.3%、高女

26.8%)は初等女子と中学女子がやや低いが、他は2割以上が所有している。

(8)使用頻度

図14 使用頻度



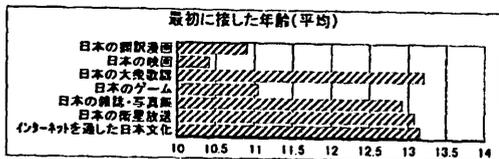
まずはじめに、『非常によくしている』『よくしている』『少ししている』を『している派』、『あまりしていない』『していない』を『していない派』と分けることとする。

全体として、『している派』が一番多いのは「日本語を使用する」で13.9%、次が「日本の漫画の主人公を真似る」で12.0%と、どちらも1割以上がしている。「日本のファッションを真似る」が7.9%、「日本の歌手の歌を歌う」が4.9%で、やや低いが、している子がいる。

【性別】では、「日本語を使用する」は男子13.6%、女子14.1%、「日本の歌手の歌を歌う」も男子5.4%、女子4.4%で男女ほぼ同じである。これに対し男女で差が見られるのは「日本のファッションを真似る」(男子6.2%、女子9.8%)でやや女子の方が多く、「日本の漫画の主人公を真似る」(男子15.1%、女子8.6%)で男子の方が多い。【学年別】では、「日本語を使用する」(初 - 10.2%、中 - 11.9%、高 - 19.3%)、「日本のファッションを真似る」(初 - 6.5%、中 - 7.6%、高 - 9.6%)、「日本の歌手の歌を歌う」(初 - 4.2%、中 - 4.7%、高 - 5.9%)は学年が上がるに従って増える傾向があるが、「日本の漫画の主人公を真似る」(初 - 16.1%、中 - 12.6%、高 - 7.3%)は学年が上がるに従って減っている。【性学年別】で見ると、「日本語を使用する」は高校男子が19.9%、高校女子が18.7%と約2割も日本語を使用している。「日本のファッションを真似る」(初男7.2%、初女5.7%、中男3.4%、中女11.8%、高男7.7%、高女11.5%)は中学女子と高校女子の1割以上が真似している。「日本の歌手の歌を歌う」(初男5.1%、初女3.0%、中男3.4%、中女5.8%、高男7.4%、高女4.2%)はどの学年もほぼ同じだが、高校男子がやや多い。「日本の漫画の主人公を真似る」のは初等男子(20.4%)で2割以上もいる。

(9)最初に接触した年齢

図15 最初に接触した年齢



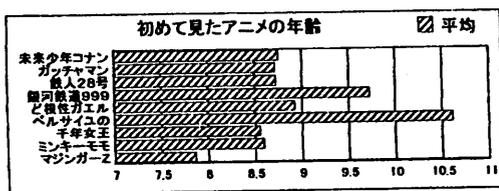
全体として、最初に接触した年齢の平均は、「日本の映画」が一番早く10.42歳である。次に「日本の翻訳漫画」が10.91歳で接触している。「日本のゲーム」が11.06歳、「日本の雑誌・写真集」が12.93歳で以上は初等学校の時に接触している。「日本の衛星放送」(13.09歳)、「インターネットを通じた日本文化の接触」(13.16歳)、「日本の大衆歌謡」(13.21歳)と大体13歳で接触している。

【性別】では、「日本の翻訳漫画」(男子10.37歳、女子11.54歳)がやや男子の方が接触が早い

傾向にある。他は男女ほぼ同じである。【学年別】では、初等学校は「日本の翻訳漫画」と「日本の映画」がともに8.94歳で一番早い。中学校と高等学校はともに「日本の映画」が一番早くそれぞれ10.54歳・11.44歳である。「日本の翻訳漫画」(初 - 8.94歳、中 - 11.22歳、高 - 12.16歳)、「日本の映画」(初 - 8.94歳、中 - 10.54歳、高 - 11.44歳)、「日本のゲーム」(初 - 9.41歳、中 - 11.35歳、高 - 12.25歳)はどの学年も小学生の時に最初に接触しているようである。【性学年別】を見ると、どの学年も女子より男子の方が接触年齢が早い傾向にある。「日本の翻訳漫画」は初等学校では男子8.68歳、女子9.24歳であり差はないが、中学校では男子10.61歳、女子11.93歳、高等学校では男子11.50歳、女子12.90歳と1歳くらい男子の方が接触年齢が早い。【地区学年別】で見ると、「日本の翻訳漫画」(ソウル:初 - 8.38歳、中 - 10.42歳、高 - 11.71歳、大田:初 - 8.62歳、中 - 11.09歳、高 - 12.33歳、光州:初 - 9.44歳、中 - 11.48歳、高 - 12.35歳、釜山:初 - 9.35歳、中 - 11.68歳、高 - 12.23歳)はソウルの接触年齢が他地域に比べやや早い。

(10)初めて見たアニメや漫画の年齢

図5 日本の翻訳漫画

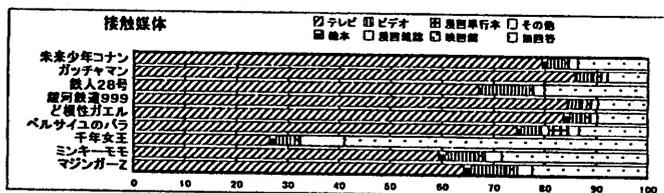


全体として、一番早く見たアニメや漫画は「マジンガーZ」で平均7.87歳である。「未来少年コナン」(8.76歳)、「ガッチャマン」(8.72歳)、「鉄人28号」(8.73歳)、「ど根性ガエル」(8.93歳)、「千年女王」(8.56歳)、「ミンキーモモ」(8.60歳)というようにほとんどが8歳で、「銀河鉄道999」が9.73歳、「ベルサイユのバラ」が10.62歳で他に比べるとやや遅い。このように「日本のアニメ・漫画」を初めて見たのは8歳前後である。しかし、Q5で見たように、最初に接触した平均年齢は「日本の翻訳漫画」が10.91歳、「日本の映画(アニメ)」が10.42歳である。Q9は日本のアニメや漫画だとは告げていないので韓国のアニメや漫画だと思っている子も多いと思われる。すなわち、日本のアニメや漫画を日本のものだと知らずに見ているのではないだろうか。Q9の結果が示すように実際は日本のアニメや漫画にもっと早くから接していると思われる。

【性別】も【学年別】もそれぞれ差が無く、平均が示す値とたいして変わらない。ただ、「ベルサイユのバラ」(初男9.32歳、初女9.22歳、中男10.79歳、中女10.95歳、高男11.47歳、高女11.92歳)は学年が上がるに従って男女とも平均年齢が高くなっている。

(1)接触媒体

図17 接触媒体

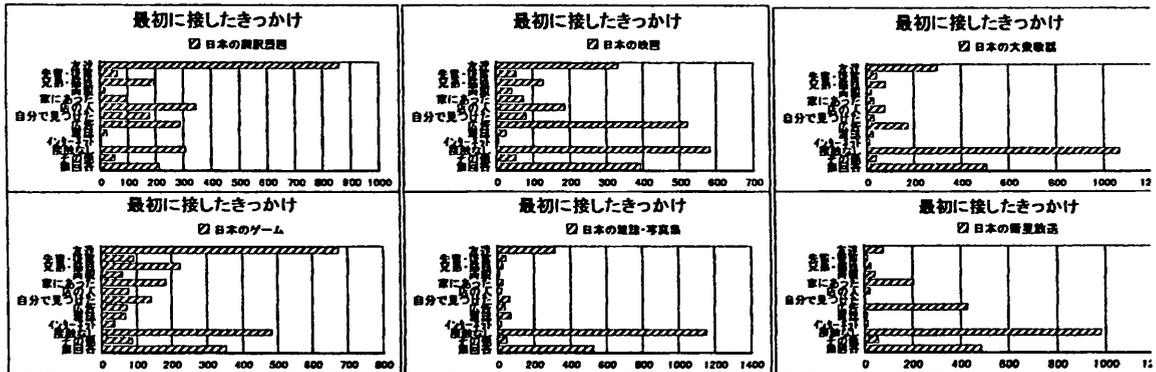


全体として、どのアニメや漫画も接触媒体はほとんどが『テレビ』で、6～8割を占めている。ただし、「千年女王」は接触が少なく58.9%が『無回答』である。次に多いのは『ビデオ』だが「鉄人28号」(8.5%)、「マジンガーZ」(6.9%)、「ミンキーモモ」(5.1%)以外は2～3%である。『絵本』『漫画雑誌』は1%前後で、『漫画単行本』も「ベルサイユのバラ」の3.7%以外は1%以下である。

【性別】では、『無回答』は「ベルサイユのバラ」(男子14.6%、女子12.1%)と「ミンキーモモ」(男子34.1%、女子22.4%)で男子の方が多く、そのほかでは女子の方が多い。「ベルサイユのバラ」と「ミンキーモモ」はどちらかといえば女の子向けのアニメだからであろう。接触媒体は男女とも圧倒的にテレビが多い。【学年別】では、一番接触者の多い『テレビ』を見ると、学年が上がるに従って接触者が増えている。また、「鉄人28号」以外は『ビデオ』の割合が初等学校で比較的高い。【性学年別】で見ると、『テレビ』の割合は「未来少年コナン」(初段73.5%、初女68.9%、中男80.9%、中女77.7%、高男89.3%、高女85.5%)、「ガッチャマン」(初男76.8%、初女76.8%、中男90.6%、中女87.6%、高男92.3%、高女90.9%)、「銀河鉄道999」(初男75.6%、初女80.9%、中男84.3%、中女84.7%、高男90.8%、高女89.9%)、「ど根性ガエル」(初男75.6%、初女77.3%、中男82.2%、中女82.8%、高男92.6%、高女91.1%)で比較的男女の差が少ない。また、これらのアニメは『ビデオ』の割合が他学年は1%前後であるのに対し、初等学校は5～8%である。「鉄人28号」は6～7割が『テレビ』だが、『ビデオ』の割合が初等男子で1割以上(10.7%)、高校男子で約2割(18.4%)と高い。「ベルサイユのバラ」も7～8割が『テレビ』だが、『漫画単行本』の割合が高校女子で1割以上(11.3%)と高い。「ミンキーモモ」は『テレビ』の割合が中学男子が5割(50.3%)、中学女子が6割以上(67.2%)、高校男子が7割(72.7%)、高校女子が8割(81.0%)で、初等学校は男子が38.3%、女子が47.0%と半数以下である。だが、『ビデオ』の割合が初等男子8.6%、初等女子12.3%で比較的高い。「マジンガーZ」は『テレビ』の割合が中学校と高等学校は7～8割だが、初等男子は5割(51.5%)、初等女子は約4割(38.5%)である。『ビデオ』の割合は初等男子が13.0%、初等女子が8.7%である。また、初等学校だけでなく中学男子・高校男子の割合も比較的高く、各々6.3%・8.4%である。

(12)最初に接触したきっかけ

図18 最初に接触したきっかけ



全体として、『友達を通して』が「日本の翻訳漫画」で36.5%、「日本のゲーム」で28.6%と高い。他にも「日本の映画」が14.2%、「日本の大衆歌謡」が12.8%、「日本の雑誌・写真集」が13.6%で、友達の影響が大きいことを示している。

「日本の翻訳漫画」は、【性別】では、『友達を通して』が男女とも多く、男子は約4割(39.2%)、女子は3割(33.6%)である。『漫画・レコード店の人を通して』(男子15.8%、女子13.6%)、『テレビや新聞などの広告を通して』(男子11.4%、女子13.3%)も1割以上いる。また、『兄弟姉妹を通して』(男子6.3%、女子10.5%)は女子がやや多い。【学年別】では、『友達を通して』(初 - 22.6%、中 - 38.9%、高 - 48.0%)、『漫画・レコード店の人を通して』(初 - 6.5%、中 - 16.6%、高 - 21.1%)は学年が上がるに従って増えているが、『テレビや新聞の広告を通して』(初 - 20.1%、中 - 10.6%、高 - 6.3%)は学年が上がるに従って減っている。【性学年別】に見ると、『友達を通して』は初等学校は男女とも約2割(男子25.5%、女子19.1%)であるが、中学校は男女とも約4割(男子40.1%、女子37.6%)、高等学校は女子が4割以上(42.9%)、男子は5割以上(53.1%)である。

「日本の映画」は、【性別】では、男子は『友達を通して』(19.6%)『テレビや新聞の広告を通して』(19.9%)が多く、女子は『テレビや新聞の広告を通して』(24.6%)が多い。【学年別】では『友達を通して』(初 - 9.0%、中 - 13.3%、高 - 20.0%)も『テレビや新聞の広告を通して』(初 - 18.9%、中 - 23.3%、高 - 24.2%)も学年が上がるに従って増えている。【性学年別】に見ると、初等学校では男女とも『テレビや新聞の広告を通して』(初男18.3%、初女19.7%)が2割を占めている。中学校では男子は『友達を通して』(中男17.8%、中女8.6%)と『テレビや新聞の広告を通して』(中男19.6%、中女27.2%)が多いが、女子は主に『テレビや新聞の広告を通して』である。高等学校では女子は中学と同じく『テレビや新聞の広告を通して』(高男21.8%、高女26.6%)が多いが、男子は『友達を通して』(高男31.0%、高女9.1%)が3割以上である。

「日本の大衆歌謡」は、接しているのが約3割で、男女とも1割が『友達を通して』である。【学年別】では、『友達を通して』(初 - 4.5%、中 - 9.5%、高 - 24.1%)は初等学校と中学校は1割以下だが、高等学校では2割以上である。【性学年別】で見ると、主なきっかけである『友達を通して』(初男4.4%、初女4.6%、中男9.2%、中女9.9%、高男28.3%、高女20.0%)と『テレビや新聞の広告を通して』(初男7.4%、初女7.7%、中男7.9%、中女7.5%、高男4.7%、高

女9.6%)は初等学校と中学校では男女の差がほとんどないが、高等学校では『友達を通して』は男子は約3割、女子は2割で、『テレビや新聞の広告を通して』は女子の方が多い。

「日本のゲーム」は、接しているのが男子約8割に対し女子は5割である。男子は大半が『友達を通して』(43.3%)であるが、女子は『友達を通して』(12.9%)と『兄弟姉妹を通して』(13.7%)が多い。【学年別】では、『友達を通して』(初 - 25.0%、中 - 29.0%、高 - 31.8%)が学年が上がるに従って増えている。【性学年別】で見ると、『友達を通して』(初男34.8%、初女13.4%、中男47.7%、中女10.2%、高男48.6%、高女15.0%)は高校男子の約5割が最初に接したきっかけである。女子は『兄弟姉妹を通して』(初女10.7%、中女14.2%、高16.0%)が学年が上がるに従って増えている。

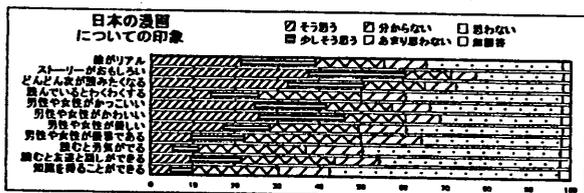
「日本の雑誌・写真集」は、【性別】では、男女とも『友達を通して』が多く、男子が16.9%、女子が10.1%である。【学年別】では、初等学校は接しているのが少ないがその中でも多いのが『友達を通して』(3.4%)である。中学校・高等学校も『友達を通して』(中 - 13.7%、高 - 23.5%)が多く、学年が上がるに従って増えている。【性学年別】で見ると、『友達を通して』(初男3.9%、初女2.7%、中男14.4%、中女12.9%、高男33.0%、高女14.0%)は高等学校で男女の差がある。男子は3割だが女子は1割である。

「日本の衛星放送」は、【性別】では、『テレビや新聞の広告を通して』(男子18.8%、女子17.9%)と『家にあつたので』(男子9.5%、女子8.1%)が多く、男女ほぼ同じである。【学年別】では、『テレビや新聞の広告を通して』(初 - 13.0%、中 - 19.5%、高 - 22.5%)も『家にあつたので』(初 - 5.1%、中 - 8.2%、高 - 13.0%)も学年が上がるに従って増えている。【性学年別】で見ると、『友達を通して』(初男1.4%、初女1.9%、中男2.9%、中女2.4%、高男8.9%、高女2.7%)が高校男子でややいる。

「インターネットによる日本文化の接触」は、接触者が非常に少ないが、その中でも主なきっかけは『友達を通して』(男子4.0%、女子2.3%/初 - 2.1%、中 - 2.8%、高 - 4.6%)『パソコン通信やインターネットを通して』(男子5.2%、女子3.4%/初 - 5.0%、中 - 3.7%、高 - 4.2%)である。他の文化と同様に、『友達を通して』は高等学校が多い。

13)日本の漫画についての印象

図19 日本の漫画についての印象



※『そう思う』『少しそう思う』を『肯定派』、『あまり思わない』『思わない』を『否定派』とする。

全体として、『肯定派』が多いのは、「ストーリーがおもしろい」(肯定60.5%、否定26.8%)、「どんどん次を読みたくなる」(肯定50.7%、否定33.1%)、「でてくる男性や女性がかっこいい」(肯定46.1%、否定37.2%)である。『否定派』が特に多いのは、「読んでいると勇気がでてくる」(肯定11.5%、否定60.7%)、「読んでいると友達と話しができる」(肯定21.5%、否定53.8%)、「読

むといろいろな知識を得ることができる」(肯定10.1%、否定66.9%)である。

「絵がリアルである」(肯定派:男子45.8%、女子31.8%/否定派:男子37.1%、女子48.5%)は、男子は『肯定派』の方が多く、女子は『否定派』の方が多い。【学年別】では、学年が上がるに従って『肯定派』(初 - 26.3%、中 - 40.3%、高 - 50.5%)が増え、中学校では4割、高等学校では5割が肯定している。【性学年別】で見ると、『肯定派』(初男28.3%、初女24.1%、中男46.3%、中女34.2%、高男64.3%、高女36.7%)は、高校男子が6割以上もいる。

「ストーリーが面白い」(肯定派:男子64.2%、女子56.6%/否定派:男子25.0%、女子28.7%)は、『肯定派』が男子は6割以上、女子は5割以上と男女とも半数以上が肯定している。【学年別】では、学年が上がるに従って『肯定派』(初 - 46.5%、中 - 61.4%、高 - 73.4%)が増え、初等学校で約半分、中学校で6割以上、高等学校で7割以上が肯定している。【性学年別】で見ると、『肯定派』(初男46.4%、初女46.7%、中男64.4%、中女58.3%、高男83.1%、高女63.8%)は、学年が上がるに従って男女の差が大きくなり、高等学校では女子6割に対し男子は8割である。

「どんどん次を読みたくなる」(肯定:男子54.2%、女子47.0%/否定:男子30.3%、女子36.0%)は、『肯定派』が男女とも『否定派』より多く、男子は5割以上、女子は4割以上が肯定している。【学年別】では、学年が上がるに従って『肯定派』(初 - 36.3%、中 - 51.8%、高 - 63.9%)が増え、中学校では5割以上、高等学校では6割以上が肯定している。【性学年別】で見ると、『肯定派』(初男36.9%、初女35.5%、中男54.1%、中女49.4%、高男73.0%、高女54.9%)は、学年が上がるに従って男女の差が大きくなり、高等学校では女子5割に対し男子は7割である。

「読んでいるとわくわくする」(肯定:男子27.4%、女子23.5%/否定:男子46.8%、女子49.3%)は、男女とも『否定派』の方が多く、半数近くが否定している。【学年別】では、初等学校(肯定15.9%、否定62.1%)と中学校(肯定26.9%、否定45.5%)では明らかに『否定派』の方が多いが、高等学校(肯定33.7%、否定36.5%)ではどちらも3割以上で、たいして差がない。【性学年別】で見ると、初等学校(肯定:男子16.0%、女子15.6%/否定:男子62.0%、女子62.3%)と中学校(肯定:男子28.5%、女子25.3%/否定:男子46.1%、女子44.9%)は男女ほぼ同じだが、高等学校(肯定:男子38.4%、女子29.0%/否定:男子31.2%、女子41.6%)では男子は『肯定派』の方が多いが、女子は『否定派』の方が多い。

「でてくる男性や女性がかっこいい」(肯定:男子41.3%、女子42.3%/否定:男子40.1%、女子41.1%)は、男女とも『肯定派』も『否定派』も4割以上で拮抗している。【学年別】では、学年が上がるに従って『肯定派』が増え、初等学校(肯定28.2%、否定53.5%)では『肯定派』が約3割、『否定派』が5割以上、中学校(肯定42.7%、否定38.6%)では『肯定派』が『否定派』より多くなり、高等学校(肯定54.4%、否定29.6%)では『肯定派』が5割以上、『否定派』が約3割となっている。【性学年別】で見ると、初等学校と中学校で男子より女子の方が『肯定派』(初男25.3%、初女31.7%、中男41.1%、中女44.3%、高男58.6%、高女50.2%)が多い。

「でてくる男性や女性がかわいい」(肯定:男子45.0%、女子47.2%/否定:男子38.3%、女子36.1%)は、男女とも『肯定派』の方がやや多い。【学年別】では、学年が上がるに従って『肯定派』(初 - 31.8%、中 - 46.3%、高 - 60.0%)が増え、初等学校で3割、中学校で4割以上、高等学校で6割が肯定している。【性学年別】に見ると、『肯定派』(初男27.8%、初女36.6%、中男45.1%、中女47.6%、高男63.2%、高女56.6%)は初等学校と中学校では女子の方が多い傾向にある。

「でてくる男性や女性が優しい」(肯定:男子31.7%、女子24.8%/否定:男子45.9%、女子51.7%)

は、男女とも『否定派』の方が多い。【学年別】では、初等学校(肯定21.6%、否定58.7%)は『肯定派』が2割、『否定派』が約6割、中学校(肯定29.5%、否定45.8%)では『肯定派』が約3割、『否定派』が4割以上、高等学校(肯定34.0%、否定41.6%)では『肯定派』が3割以上、『否定派』が4割と学年が上がるに従って差が少なくなっている。【性学年別】で見ると、初等学校(肯定:男子22.0%、女子21.0%/否定:男子60.1%、女子57.1%)は男女とも約6割が『否定派』である。中学校(肯定:男子31.4%、女子27.3%/否定:男子44.3%、女子47.3%)も男女とも4割以上が『否定派』である。高等学校(肯定:男子42.2%、女子25.8%/否定:男子32.3%、女子51.0%)では男子は『肯定派』の方が多く、女子は『否定派』の方が多い。

「でてくる男性や女性が優雅である」(肯定:男子23.6%、女子21.1%/否定:男子46.8%、女子48.9%)は、男女とも約2割が『肯定派』、約5割が『否定派』である。【学年別】では、『肯定派』(初 - 20.2%、中 - 21.8%、高 - 25.2%)は学年による変化が少なく2割代である。『否定派』(初 - 53.0%、中 - 46.5%、高 - 43.9%)は学年が上がるに従って5割から4割に減っている。【性学年別】で見ると、『肯定派』(初男20.6%、初女19.6%、中男21.4%、中女22.0%、高男28.8%、高女21.7%)はどの学年も約2割だが、高校男子のみ約3割が肯定している。『否定派』(初男54.7%、初女50.8%、中男47.2%、中女46.0%、高男38.0%、高女49.8%)も高校男子のみ約4割で、他の学年は約5割が否定している。

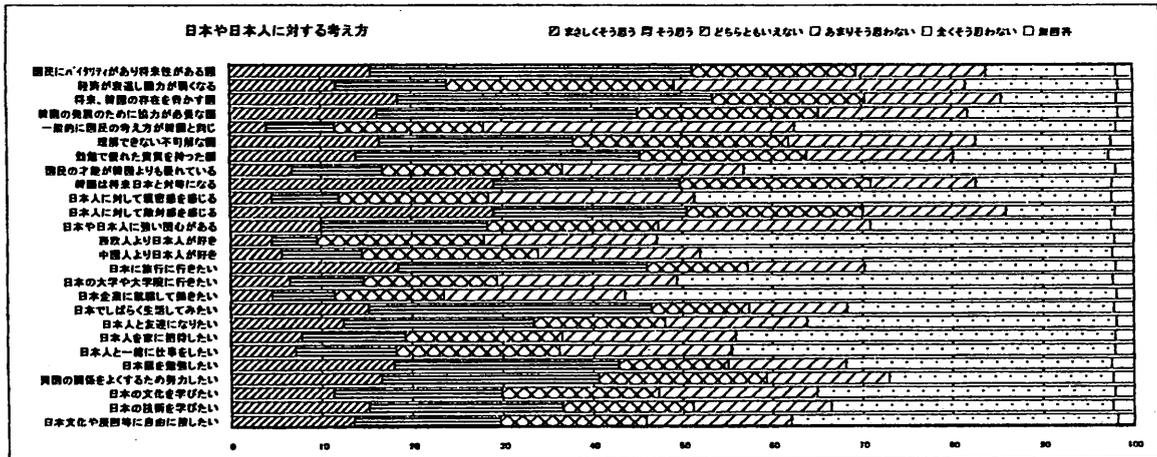
「読んでいると勇気がでてくる」(肯定:男子15.6%、女子7.1%/否定:男子56.9%、女子64.7%)は男女とも非常に『否定派』が多く、男子は5割以上、女子は6割以上が否定している。【学年別】では、『肯定派』(初 - 11.8%、中 - 10.9%、高 - 11.7%)も『否定派』(初 - 62.1%、中 - 60.1%、高 - 60.0%)も学年による差はほとんどない。【性学年別】に見ると、『肯定派』(初男15.6%、初女7.4%、中男13.6%、中女8.6%、高男17.6%、高女6.0%)は女子より男子の方が多く、特に高校男子が多い。

「読んでいると友達と話ができる」(肯定:男子21.3%、女子21.8%/否定:男子53.4%、女子54.1%)は男女とも『肯定派』が2割以上、『否定派』が5割以上で、半数以上が否定している。【学年別】では、『肯定派』(初 - 15.1%、中 - 23.5%、高 - 26.2%)は学年が上がるに従って増えている。【性学年別】に見ると、初等学校(肯定:男子14.1%、女子16.1%/否定:男子62.9%、女子57.9%)と中学校(肯定:男子23.0%、女子23.9%/否定:男子52.6%、女子50.6%)はやや女子の方が肯定的であるが、高等学校(肯定:男子27.5%、女子24.9%/否定:男子43.9%、女子54.0%)は男子の方が肯定的である。

「読むといろいろな知識を得ることができる」(肯定:男子12.2%、女子7.9%/否定:男子65.1%、女子68.8%)は男女とも圧倒的に『否定派』が多く7割近くが否定している。【学年別】では、初等学校(肯定8.0%、否定70.3%)では『肯定派』が1割未満、『否定派』が7割である。中学校(肯定11.3%、否定64.3%)と高等学校(肯定11.0%、否定65.9%)では『肯定派』が1割、『否定派』が6割以上である。【性学年別】に見ると、『否定派』(初男70.1%、女子70.5%、中男63.3%、中女65.4%、高男61.3%、高女70.5%)は、初等学校と中学校では男女ほぼ同じだが、高等学校では女子の方が多い。

(14)日本や日本人に対する考え

図20 日本や日本人に対する考え



※『まさしくそう思う』と『そう思う』を『肯定派』、『あまりそう思わない』と『全くそう思わない』を『否定派』とする。また、この質問の対象は中学校と高等学校である。

まず、26項目全ての『肯定派』と『否定派』の割合を比較してみる。

- 国民にバイタリティがあり将来性がある国: 『肯定派』(51.3%) > 『否定派』(28.7%)
- 経済が衰退し国力が弱くなる: 『肯定派』(23.9%) < 『否定派』(49.2%)
- 将来、韓国の存在を脅かす国: 『肯定派』(53.6%) > 『否定派』(27.8%)
- 韓国の発展のために協力が必要な国: 『肯定派』(45.1%) > 『否定派』(33.1%)
- 一般的に国民の考え方が韓国と同じ: 『肯定派』(11.6%) < 『否定派』(70.1%)
- 理解できない不可解な国: 『肯定派』(37.8%) > 『否定派』(35.6%)
- 勤勉で優れた素質を持った国: 『肯定派』(45.3%) > 『否定派』(33.4%)
- 日本の国民の才能が韓国国民より優れている: 『肯定派』(16.8%) < 『否定派』(61.3%)
- 韓国は将来日本と対等になる: 『肯定派』(49.7%) > 『否定派』(26.6%)
- 日本人に対して親密感を感じる: 『肯定派』(11.9%) < 『否定派』(69.2%)
- 日本人に対して敵対感を感じる: 『肯定派』(50.6%) > 『否定派』(27.9%)
- 日本や日本人に強い関心を持っている: 『肯定派』(28.4%) < 『否定派』(50.2%)
- 西欧人より日本人が好き: 『肯定派』(9.6%) < 『否定派』(69.9%)
- 中国人より日本人が好き: 『肯定派』(14.6%) < 『否定派』(63.7%)
- 日本に旅行に行きたい: 『肯定派』(46.1%) > 『否定派』(40.8%)
- 日本の大学や大学院に行きたい: 『肯定派』(14.8%) < 『否定派』(68.4%)
- 日本企業に就職して働きたい: 『肯定派』(11.4%) < 『否定派』(74.5%)
- 日本でしばらく生活してみたい: 『肯定派』(46.5%) > 『否定派』(40.4%)
- 日本人と友達になりたい: 『肯定派』(33.4%) < 『否定派』(50.0%)
- 日本人を家に招待したい: 『肯定派』(19.3%) < 『否定派』(61.4%)
- 日本人と一緒に仕事をしたい: 『肯定派』(18.3%) < 『否定派』(61.7%)
- 日本語を勉強したい: 『肯定派』(42.8%) > 『否定派』(42.5%)
- 両国の関係を良くするために努力したい: 『肯定派』(40.6%) > 『否定派』(38.4%)

○日本の文化を学びたい:『肯定派』(29.9%)<『否定派』(50.7%)

○日本の技術を学びたい:『肯定派』(36.6%)<『否定派』(46.6%)

○日本文化や漫画や歌謡等に自由に接したい:『肯定派』(29.7%)<『否定派』(52.3%)

この中で、(1)~(9)を〔国に対する考え〕、(10)~(14)を〔人に対する考え〕、(15)~(26)を〔行動に対する考え〕とする。

まず〔国に対する考え〕だが、「国民にバイタリティがあり将来性がある国」は約5割が肯定、「経済が衰退し国力が弱くなる」は約5割が否定、「勤勉で優れた資質を持った国」は4割以上が肯定、さらに「韓国の発展のために協力が必要な国」は4割以上が肯定と国に対しては比較的プラスに評価し、協力が必要と考えている。だが、「将来、韓国の存在を脅かす国」は5割以上が肯定、「一般的に国民の考え方が韓国人と同じ」は7割が否定、「理解できない不可解な国」は4割近くが肯定とマイナスに評価し、日本を恐れている面もある。また、「日本国民の才能が韓国国民より優れている」は6割が否定、「韓国は将来日本と対等になる」は約5割が肯定と、日本より韓国の方が優れていると考えている。【性別】では、「韓国の発展のために協力が必要な国」(肯定:男子49.5%、女子40.6%)は男子は約5割が肯定なのに対し女子は4割である。「一般的に国民の考え方が韓国と同じ」(肯定:男子14.5%、女子8.6%)は女子の肯定が1割未満である。「韓国は将来日本と対等になる」(肯定:男子53.1%、女子46.4%)は男子が5割以上肯定しているのに対し女子は6.7ポイント低い。この3項目は男女の差が見られたが、他は男女ほぼ同じである。

【学年別】では、「経済力が衰退し国力が弱くなる」(肯定:中 - 24.6%、高 - 23.2%/否定:中 - 50.1%、高 - 48.3%)と「勤勉で優れた資質を持った国」(肯定:中 - 43.7%、高 - 46.8%/否定:中 - 33.5%、高 - 33.4%)は学年による差がほとんどない。学年による差が特に見られるのは「韓国の発展のために協力が必要な国」(肯定:中 - 38.0%、高 - 51.6%/否定:中 - 38.2%、高 - 28.3%)で、中学校が4割弱肯定に対し高等学校は5割以上が肯定している。また中学校は『肯定派』と『否定派』がほぼ同じだが、高等学校では明らかに『肯定派』が多い。また「理解できない不可解な国」(肯定:中 - 33.0%、高 - 42.4%、/否定:中 - 37.6%、高 - 33.8%)は中学校では『否定派』が多いが、高等学校では『肯定派』の方が多い。

次に、〔人に対する考え〕で、「親密感を感じる」は1割が肯定し、7割が否定しているが、「敵対感を感じる」では5割が肯定し、3割が否定している。このように親密感を感じないからといって必ずしも敵対感を持っているわけではないようである。「強い関心を持っている」は半数が否定しているが、3割が日本に関心を持っている。「西欧人より日本人が好き」は肯定が1割未満、否定が7割、「中国人より日本人が好き」は肯定が1割以上、否定が6割以上で日本人よりは中国人・西欧人の方が好きなようである。【性別】では、「親近感を感じる」(肯定:男子14.8%、女子9.1%/否定:男子62.2%、女子76.2%)は『否定派』が男子6割に対して女子は7割以上とより否定的である。だが、「敵対感を感じる」(肯定:男子50.3%、女子50.8%/否定:男子26.5%、女子29.3%)は『肯定派』が男女とも5割で、『否定派』はやや女子の方が多い。「強い関心を持っている」(肯定:男子29.9%、女子26.7%/否定:男子47.0%、女子53.5%)はやや男子の方が多く、女子は5割以上が否定している。「西欧人より日本人が好き」(肯定:男子13.2%、女子5.8%/否定:男子62.6%、女子77.4%)も「中国人より日本人が好き」(肯定:男子16.8%、女子12.2%/否定:男子58.1%、女子69.5%)も男子の方が『肯定派』が多く、女子は否定的である。【学年別】では、「親近感を感じる」(肯定:中 - 14.7%、高 - 9.4%/否定:中 - 65.4%、高 - 72.7%)は学年が上がるに従って『否定派』が増え、高等学校では7割以上が否定している。「敵対感を感

じる」(肯定:中 - 45.5%、高 - 55.2%/否定:中 - 31.5%、高 - 24.6%)は学年が上がるに従って『肯定派』が増え、高等学校では5割以上が肯定している。「強い関心を持っている」(肯定:中 - 25.2%、高 - 31.3%)は学年が上がるに従って増えている。「西欧人より日本人が好き」(肯定:中 - 10.6%、高 - 8.5%/否定:中 - 69.1%、高 - 70.7%)と「中国人より日本人が好き」(肯定:中 - 14.6%、高 - 14.5%/否定:中 - 63.1%、高 - 64.4%)は学年による差がほとんどない。

最後に〔行動に対する考え〕である。『否定派』より『肯定派』の方が多項目は、「日本に旅行に行きたい」、「日本でしばらく生活したい」、「日本語を勉強したい」、「両国の関係を良くするために努力したい」の4項目で、4割以上が肯定している。他は『否定派』の方が多項目のだが、その中でも特に『否定派』が多いのは、「日本の大学や大学院に行きたい」、「日本企業に就職して働きたい」、「日本人を家に招待したい」、「日本人と一緒に仕事をしたい」の4項目で、6～7割が否定している。【性別】では、「日本語を勉強したい」(肯定:男子37.3%、女子48.5%/否定:男子47.1%、女子37.8%)、「両国の関係を良くするために努力したい」(肯定:男子39.9%、女子41.4%/否定:男子41.7%、女子35.1%)は、男子は『否定派』の方が多項目だが、女子は『肯定派』の方が多項目。他の項目は男女とも『肯定派』もしくは『否定派』である。その中で『肯定派』の男女の割合を比較していくと、次の項目において男女の差が見られる。「日本でしばらく生活してみたい」(肯定:男子44.6%、女子48.6%)は女子の方が『肯定派』がやや多項目。「日本企業に就職して働きたい」(肯定:男子13.0%、女子9.9%)、「日本の技術を学びたい」(肯定:男子41.3%、女子32.0%)、「日本文化等に自由に接したい」(肯定:男子33.2%、女子26.1%)は男子の方が『肯定派』が多項目。【学年別】では、「日本の大学や大学院に行きたい」(肯定:中 - 14.3%、高 - 15.1%/否定:中 - 68.2%、高 - 68.5%)、「日本企業に就職して働きたい」(肯定:中 - 10.9%、高 - 12.0%/否定:中 - 72.9%、高 - 76.0%)は学年による差はほとんど見られない。10ポイント以上の差が見られるのは、「日本に旅行に行きたい」(肯定:中 - 39.0%、高 - 52.6%)、「日本でしばらく生活してみたい」(肯定:中 - 39.4%、高 - 53.3%)、「日本人と友達になりたい」(肯定:中 - 26.8%、高 - 39.7%)、「日本語を勉強したい」(肯定:中 - 37.7%、高 - 47.7%)、「日本の技術を学びたい」(肯定:中 - 29.7%、高 - 43.1%)、「日本の文化等に自由に接したい」(肯定:中 - 24.1%、高 - 34.8%)の6項目で、中学校より高等学校の方が『肯定派』が多項目。また残りの4項目、「日本人を家に招待したい」(肯定:中 - 17.2%、高 - 21.2%)、「日本人と一緒に仕事をしたい」(肯定:中 - 16.1%、高 - 20.4%)、「両国の関係を良くするために努力したい」(肯定:中 - 37.7%、高 - 43.3%)、「日本の文化を学びたい」(肯定:中 - 25.2%、高 - 34.2%)も差は大きくないが、いずれも高等学校の方が『肯定派』が多項目。以上、行動に対する考えを見てきたわけだが、どの項目も『肯定派』が最低でも1割以上いる。この数は、日本の中学生・高校生に、韓国や韓国人に対する同様の質問をした場合得られる回答を考えれば、決して少ない数ではないと思われる。反日・嫌日・抗日意識を持つ反面、程度の差はあるが、日本に興味・関心を持ち、自由に交流したいという意識の表れではないかと思われる。

※本稿の1～5は、共同研究者の共同調査と論議を経て、馬居がまとめ、6については、馬居と三澤の共同論議を経て三澤がまとめたものである。また、本文で述べたように、集計データ表は膨大な量になるため割愛せざるを得なかった。そのため、必要な方は静岡大学教育学部(馬居研究室)に連絡いただければ、実費(コピー料金+郵送料)にて送付いたします。