

【研究発表概要】

韓国のサブカルチャー —「ミニホムピィ」について—

金 玫姪

ヴァッサー大学では、現代韓国のサブカルチャーの一つ、「ミニホムピィ」について発表した。

1980年代の韓国は軍事政権時代であり、民衆の目を政治に向けさせないため、文化的には3S (Screen, Sports, Sex) が奨励された、男性中心または家族単位中心の文化であった。ソウルオリンピック後の高度経済成長をうけ、90年代には、アメリカ・日本の影響を受けた個人主義的な若者文化が登場する。アメリカのポップスや、日本の漫画の海賊版、映画、アニメ、また中高生の女の子の間では、日本製の文房具やキティちゃんの小物などが流行する。しかし、公式的には日本文化の輸入は禁止されていたため、それが日本のものと知らずに接する子どもたちも多く、ティーンエイジャーが享受できる韓国固有の若者文化といえるものはまだなかった。

90年代後半、インターネットが一般に普及し、2001年9月には、SNS (ソーシャル・ネットワーク・サービス) サイト「サイワールド」が提供する「ミニホムピィ」が登場する。専門知識がなければ作成の難しいホームページとは違い、誰でも手軽に自分のウェブサイトを持つことができるミニホムピィは、口コミを通して若者を中心に広がった。2005年には利用者数が1600万人を超え、韓国の総人口4700万人のうち約3人に1人が利用する社会的な現象となった。

ミニホムピィの特徴は、①アバター、②独特の人脈管理システム、③ミニホムピィ内で使用する電子マネーである「どんぐり」、④様々な人々のミニホムピィを訪れることができ、それによって自分が会ったことのない人々の日常まで覗き込むことができる「波乗り」機能などである。

アバターは、サイバー空間で、ミニホムピィ使用者をあらゆるアニメーションスタイルのグラフィック・キャラクターで、使用者の分身の役割をする。要するにグラフィックの着せ替え人形なのだが、顔や表情、姿勢、服、様々なヘアスタイルのかつら、衣裳の選択によって自分だけの個性を表現することができる。ま

た、使用者の分身であるアバターには部屋が与えられており、使用者は「いつかこんな部屋で住んでみたい」という欲望をミニホムピィ上に反映させることができる。アバターを作ることは無料だが、この部屋を飾る様々な道具は「どんぐり」という、ミニホムピィでお金として通用するもので、購入しなければならない。どんぐりがあれば、友人へのプレゼントや「部屋」で聴く音楽まで購入することができる。

また、ミニホムピィはランダムに、あるいは自分の友人を通してそのまた友人の「ミニホムピィ」を訪れる——つまり自分の知らない誰かのミニを訪れることができる「波乗り」機能を利用することによって、自分が会ったことのない人々の日常まで覗き込むことが可能である。この機能が悪用されないように設定された人脈管理システムもミニホムピィのもう一つの大きな特徴である。自分のミニホムピィにアクセスする人々を、その親密度によって様々な情報の公開レベルを自分で設定することができる。親密度によって私的な部分を共有したり、またはそれを知られないように情報を遮断することもでき、自分の情報の発信内容の公開レベルを、自分でコントロールできるという安心感があり、また友人同士の間で互いの親密度を確認できるシステムにもなっているのである。

ミニホムピィが社会的現象となったのは、ミニホムピィによって、それまでのようにウェブサイトをただ受動的に「見る」のではなく、自分だけの個人的な空間を拠点に自己を表現し、外に発信する、「見せる」主体となれることであろう。同時に、アクセス対象を制限することもできる。外に発信しつつも、外を遮断し締め出すことの可能なのである。ミニホムピィは、それまでサークルや学校などのグループですべての情報を公開、共有するといった、「集団」中心で展開されていた韓国におけるサイバー空間を、そして韓国社会の文化をも、「個人」中心に変え、享受する決定的な転機とそのツールをもたらした点で大きな意義を持つ。