

論文

嫌韓の情報源に関する分析

李 洪千

本研究は、嫌韓情報の情報源と嫌韓情報行動、嫌韓態度、韓国に対するイメージの変化、嫌韓空気の感知、嫌韓デモとの関係を分析することが目的である。分析は嫌韓関連意識調査データを基に行った。分析結果によると、情報源として多く利用されていない出版物ほど嫌韓態度、イメージの変化、嫌韓情報行動との関連性が高いことが分かった。また、回帰分析によると、すべての項目において嫌韓本は統計的に有意であり、嫌韓本が与える影響が強いことが確認できた。さらに、嫌韓行動・態度・デモ参加に強く関連している情報源ほど、男性の利用割合が多いことが明らかになった。

キーワード：嫌韓本、嫌韓行動、嫌韓認識、嫌韓態度、メディア

1 はじめに

本稿は、嫌韓情報の情報源を出版物から考察し、嫌韓情報源と嫌韓行動や認識の間の関係性について検討することが目的である。本稿が出版物に注目するのは、2013 年の末からほぼ 2 年間にわたって週刊誌を含め出版物における嫌韓記事がブームになっているからである。特に週刊誌の「嫌韓報道」は韓国に紹介され、それを批判する韓国の報道が「反日報道」として日本で紹介されると日本の嫌韓報道がエスカレートする悪循環に陥っている。

言論 NPO が行った日韓共同調査によると、日本において韓国関連情報のほとんどはニュースメディアに依存している。そのなかで、テレビが占める割合は圧倒的に多く、インターネットを情報源にしているのは日本で 2 割弱、韓国では 3 割弱である^(注 1)。相互に対する否定的な報道の仕方は媒体によって異なるがテレビなどの映像メディアは大衆迎合主義によって相手国に批判的である。例えば、韓国でテレビは反日世論に逆らえず迎合する傾向が強い。他方で、インターネットにおける批判的な情報の氾濫は PV 至上主義として批判されている。日本では嫌韓モノがオンラインで支持を集める傾向が強く、「嫌韓記事＝稼げる情報」というビジネスモデルが成りだっている。その背景には、販売部数の減少による損失をオンラインで補う必要性が増えている新聞や出版社が「嫌韓」を商業主義として利用しているからである。

そのようなことを考えると、嫌韓情報は出版メディア

の影響を強く受けているかのように思われる。しかし、現実では嫌韓情報の多くはインターネット上で氾濫している。本稿を通じて嫌韓情報源としての出版物の利用と嫌韓行動との関係を調べる。

1. 1 週刊誌の嫌韓報道

国際情勢を扱うことで有名な「ニュースウィーク」の日本版は 2013 年に 2 回にわたり「嫌韓」特集を掲載した。9 月 5 日号では「暴走する韓国」という特集を組み、10 月 1 日号では「反日韓国の妄想」という特集を掲載した。表紙には、「荒唐無稽すぎる数々の反日ファンタジー」、「歴史問題をめぐると都合主義の深層」、「世代交代で到来『過激な反日新時代』」の見出しが並んでいる。

日本の雑誌記事の嫌韓報道は、韓国からも批判を受けている。韓国の朝鮮日報は、日本の週刊誌に「嫌韓」「笑韓」報道が溢れていると報道している（2013 年 12 月 29 日）。その代表的な記事は次のような内容である。「『無法国家』韓国から撤退しよう」、「韓国の妄言に“10 倍返し”だ」「総力特集 だから韓国は嫌われる」（以上週刊文春）、「逆転勝利『東京五輪』の非公式情報 露骨な嫌がらせが水泡に帰した『韓国』の歯ざしり」（週刊新潮）、「世界で『反日ヘイトスピーチ』をバラまく国家は中国・韓国だけ」（週刊ポスト）

以上の内容を見るといわゆる大手雑誌も嫌韓報道を商業的に利用している。例えば、週刊文春は嫌韓報道によって 2 万部ほど部数が伸びたと言われている。それがライバル誌を刺激し、さらに過激な嫌韓報道を生み出すことになる。国際情勢を扱う権威ある雑誌の「ニュースウィーク」も含めて、ヌードグラビアの「FLASH」など嫌韓記事を乗せているほど、雑誌のジャンルも多岐

LEE Hongchun

東京都市大学メディア情報学部社会メディア学科准教授

にわたる。

2 分析対象および変数

本調査は、嫌韓関連記事や本を読んだことがある人を対象にアンケート調査を行った。調査の内容は以下のようである。

表1 調査の概要

調査対象	嫌韓テキストに接したことがある成人男女
調査規模	1,000人
標本誤差	95%信頼水準で±3.1%
調査方法	オンライン・サーベイ
標本設計	オンライン・パネルを対象に総務省の年代別
調査期間	2016年5月2日～4日
調査機関	GMOリサーチ

本稿の分析には次のような変数を用いた。嫌韓情報を得たことがある出版物(複数回答)、韓国人に対する態度、嫌韓情報を得た媒体(複数回答)、嫌韓情報に対する情報行動、アクセスしたことがある嫌韓関連ネットサービス、韓国に対するイメージの変化、嫌韓デモへの参加、嫌韓空気に対する認知、空気を感じる社会的組織、嫌韓言説に対する意見。

韓国人に対する態度は、「どちらとも言えば嫌い」、「嫌い」を「嫌い」として合計した。今回の分析では、「嫌い」の割合と出版物とのクロス集計を行い、割合が高い上位4位を比較した。

嫌韓サイトへのアクセスの回答は、「1～2回」「3～4回」「5回以上」「ない」であるが、1回以上アクセスした回答をアクセス経験ありと合算した。アクセスしたことがある嫌韓関連ネットサービスは、「2ch」「Naverまとめ」「Youtube」「ブログ」「その他」などの項目を設けた。この項目は、人々がどのようなネットサービスから嫌韓情報を得ているのかを調査するためである。

韓国に対するイメージの変化は、「よくなった」「どちらかと言えばよくなった」の回答を「よくなった」に、「悪くなった」「どちらかと言えば悪くなった」を「悪くなった」として合計した。嫌韓デモへの参加は、1回以上参加したことがあることを「参加した」として合算した。嫌韓情報を得た媒体は、「新聞」「放送」「インターネット」「出版物」「その他」の項目であるが、そのうち「インターネット」だけを選択した。嫌韓言説に対する意見は、次の6つの文章を用いて調査した。「韓国人はよく怒る」「竹島は韓国が不法占拠している」「慰安婦の動員には強制性はなかった」「日韓併合は合法的であった」「在日朝鮮人は優遇されている」「在特会の半官デモの主張は正しい」これらの言説に対して、出版物とのクロス集計を行い、「同意する」という回答の割合が多い順で結果を

示した。

3 分析結果

嫌韓情報の情報源を「出版物」に限定して調べた結果を表2で示す。表2によると嫌韓本を情報源にした割合がもっとも多い。それ以外10%を超える出版物をみると、日本の代表する保守的な週刊誌が並んでいる。

韓国人に対する態度と出版物との集計結果を示したのは表3で示す。集計は「嫌い」と答えた割合の上位4

表2 嫌韓情報の情報源(複数回答)

出版物	男	女性	割合	頻度
嫌韓本(単行本)	56.9%	43.1%	43.4%	434
週刊現代	60.5%	39.5%	23.8%	238
週刊新潮	53.8%	46.2%	19.8%	198
週刊文春	52.5%	47.5%	19.7%	197
SAPIO	50.6%	49.4%	13.8%	138
正論	56.7%	43.3%	12.4%	124
週刊ポスト	18.4%	81.6%	11.2%	112
女性自身	65.2%	34.8%	9.8%	98
Will	68.7%	31.3%	9.6%	96
週刊ダイヤモンド	57.7%	42.3%	8.9%	89
その他	52.5%	47.5%	7.5%	75
週刊東洋経済	61.3%	38.7%	6.7%	67
FRIDAY	67.4%	32.6%	6.7%	67
中央公論	56.3%	43.8%	5.9%	59
歴史通	67.3%	32.7%	5.3%	53
アエラ	62.2%	37.8%	5.2%	52
諸君	54.7%	45.3%	5.2%	52
Voice	53.6%	46.4%	3.7%	37
世界	9.3%	90.7%	2.8%	28

表3 韓国に対する態度(嫌いの割合)

	1位	2位	3位	4位
韓国について	Will (69.8%)	正論 (67.8%)	Voice (67.6%)	Sapio (65.2%)
韓国人について	Voice (67.5%)	正論 (62.9%)	Will (61.5%)	Sapio (60.2%)
韓流・韓国文化について	Will (58.4%)	正論 (57.3%)	Voice (51.3%)	Sapio (50.7%)
韓国社会について	Will (71.9%)	正論 (70.9%)	Voice (67.6%)	Sapio (67.4%)
韓国政治について	Will (84.4%)	正論 (81.4%)	Sapio (81.2%)	嫌韓本 (78.3%)

*割合は「どちらとも言えば嫌い」「嫌い」の合計、順位は4位まで

位までを示している。表をみると、Will, 正論, SAPIO は 4 位以内で 5 回登場する。Voice は 4 回登場する。嫌韓本は 1 回しか登場しない。Will は「韓国人について」を除いて、全ての言説で 1 位となっている。正論は 5 つの言説においてすべて 2 位とランクされている。Voice は「韓国人について」は 1 位となっているが、「韓国」、「韓国文化」、「韓国社会」については 3 位である。

ただ、表 3 で上位にランクインされた出版物を表 2 で探してみると、上位 4 位までの出版物は「嫌韓本」以外はランクインされていない。嫌韓本を選択した回答のうち韓国政治について「嫌い」と答えた人の割合は 78.3% と第 4 位である。SAPIO は、表 2 で 5 位、正論は 6 位、Will は 9 位、Voice は 18 位である。

以上のことから嫌韓情報源としての出版物のランキングと韓国に対する否定的な態度（嫌い）の順位は必ずしも一致していない。5 つの項目に対して否定的な割合の上位に「Will」「正論」「Voce」「SAPIO」の 4 つの出版物が入っているが表 2 によると、SAPIO は 5 位、正論は 6 位にランクインされている。

嫌韓情報を得ている媒体と出版物との関係を示した結果のうちインターネットを選択した割合の順位を示したのは表 4 である。インターネットだけ示しているのは、全体の媒体のうちインターネットを選択した割合が 66.2% ともっとも多かったからである（注 2）。表 4 に見られるように全ての出版物でインターネットを選択した割合は 50% を超えている。

表 4 嫌韓情報を得た媒体

順	出版物	男	女	インターネット
1	Will	54.1%	45.9%	77.1%
2	Voice	67.9%	32.1%	75.7%
3	FRIDAY	76.0%	24.0%	74.6%
4	SAPIO	63.7%	36.3%	73.9%
5	正論	58.9%	41.1%	72.6%
6	その他	11.1%	88.9%	72.0%
7	週刊東洋経済	53.2%	46.8%	70.1%
8	週刊ポスト	65.8%	34.2%	67.9%
9	嫌韓本	58.2%	41.8%	67.3%
10	週刊ダイヤモンド	42.4%	57.6%	66.3%
10	女性自身	23.1%	76.9%	66.3%
12	歴史通	60.0%	40.0%	66.0%
13	週刊現代	62.2%	37.8%	65.5%
14	週刊新潮	53.1%	46.9%	64.6%
15	中央公論	56.8%	43.2%	62.7%
16	諸君	71.0%	29.0%	59.6%
17	週刊文春	59.0%	41.0%	59.4%
18	アエラ	63.3%	36.7%	57.7%
19	世界	50.0%	50.0%	50.0%

個別の出版物からみると、Will を選択した人の 77.15% がインターネットから嫌韓情報を得ていると回答した。2 位の Voice は 75.7 %、3 位の Friday は 74.6 % である。SAPIO は 73.9 %、週刊東洋経済は 70.1 % である。上位 5 位までの出版物は、表 3 において上位 4 位にランクインされている。また、表 2 の上位 4 位まではインターネットから嫌韓情報を得ている割合は相対的に低い水準である。

インターネットから情報を得ている割合がもっとも低かった「世界」を情報源としている媒体を見ると放送（32.1 %）と新聞（14.3 %）が多い。アエラは、放送 23.1 %、新聞 7.7 % である。週刊文春は、放送 23.4 %、新聞 11.2 % である。諸君は、放送 17.3 % と新聞 11.5 % であり、中央公論は、放送 23.7 %、新聞 10.2 % である。週刊新潮は、放送 21.3 %、新聞 11.2 % である。

男女の割合を順位で示すと、順位は真逆である。男性でインターネットから嫌韓情報を得ているのは、FRIDAY（76.0 %）であり、その女性のランキングは最下位の 24.0 % である。その他を除いて女性の割合が最も多い女性自身（76.9 %）の男性の割合は 23.1 % であり最下位である。

嫌韓サイトへの情報行動を出版物別に集計し、順位を示したのは表 5 である。表 5 によると、インターネットから情報を得ている割合は必ずしも嫌韓サイトへの情報行動につながっていると断言できない。表 4 で第 2 位である Voice は、嫌韓サイトへの情報行動では 3 つの行動で上位を占めている。嫌韓サイトに書き込みの経験があることは積極的情報行動であり、Voice の回答は 42.8 % で一番多かった。消極的情報行動と言える「嫌韓サイトへのアクセス」と「嫌韓動画の視聴」に、Voice と中央公論は上位にランクインされている。表 5 に諸君は 3 回、歴史通は 2 回登場している。Voice を除けば、これらは表 4 において上位にランクされていない。表 3 によると、中央公論は 15 位、諸君は 16 位、歴史通は 12 位である。女性自身は 10 位である。

具体的にどのような嫌韓サイトにアクセスしているの

表 5 嫌韓サイトへの情報行動

	1 位	2 位	3 位	4 位
嫌韓サイト	Voice	中央公論	歴史通	諸君
アクセス経験	(96.5%)	(89.2%)	(88.6%)	(87.1%)
嫌韓サイト	Voice	中央公論	諸君	週刊東洋
書き込み経験	(42.8%)	(32.4%)	(25.8%)	経済
嫌韓動画の	Voice	中央公論	正論	諸君
視聴経験	(89.3%)	(86.5%)	(78.8%)	(77.4%)
嫌韓動画の	中央公論	Voice	女性自身	歴史通
アップロード経	(27.0%)	(25.0%)	(21.5%)	(20.0%)

かを調査した結果を、出版物別に集計したのは表6である。表6は表2のランキングにアクセスするサイトを表示したものである。表6によると、2chとYouTubeにアクセスする割合がもっとも多い。嫌韓本は、週刊現代は2chを選択した割合が多く、週刊新潮と週刊文春はYouTubeの割合が多い。SAPIOは2chとYouTubeの割合が高い反面ブログやNaverまどめは相対的には少ない。

表2のラインキングによってアクセスする関連サイトをみてみると嫌韓本は、2ch (73.7%)とYouTube (64.5%)の割合が多い。週刊現代は、2ch (71.6%)とYouTube (63.8%)。週刊新潮は2ch (60.8%)とYouTube (72.6%)が、SAPIOは2ch (73.8%)とYouTube (72.5%)の割合が多い。

表5においてももっとも積極的に情報行動を行っているVoiceと中央公論の結果をみると、Voiceは2ch (73.8%)とYoutube (72.5%)の割合が多い。中央公論は2ch (75.8%)とYoutube (72.7%)。諸君は、それぞれ70.4%、66.7%である。以上のデータから嫌韓情報行動が積極的であるほど2chとYouTubeにアクセスする割合が多い。

「嫌韓本」や「嫌韓記事」を読んだ後、韓国に対するイメージの変化を雑誌別に集計した結果を、イメージが悪くなったと答えた順で示したのは表7である。表7によると、韓国に対するイメージが悪くなった割合が一番多かったのは、Voiceである。嫌韓本 (2位)、正論 (4位)、SAPIO (4位)、週刊文春 (6位)、Will (7位)の順である。これを性別に集計すると、その他 (87.2%)、女性自身 (82.5%)、週刊文春 (54.2%)、世界 (53.8%)、週刊新潮 (52.2%)以外の出版物で男性の割合が多い。男性の比率をみると、FRIDAYが75.0%ともっとも多かった。SAPIO (66.7%)、諸君 (66.7%)、中央公論

表6 嫌韓関連サイトへアクセス

	2ch	NAVER	Youtube	プロ	その	合計
嫌韓本 (単行本)	160 73.7%	99 45.6%	140 64.5%	115 53.0%	7 3.2%	217
週刊現代	83 71.6%	64 55.2%	74 63.8%	59 50.9%	2 1.7%	116
週刊新潮	59 60.8%	50 51.5%	66 68.0%	55 56.7%	3 3.1%	97
週刊文春	53 63.1%	41 48.8%	61 72.6%	43 51.2%	0 0.0%	84
SAPIO	59 73.80%	42 52.50%	58 72.50%	52 65.0%	3 3.80%	80

*出版物を選択した頻度が多い順でアクセスした嫌韓サイトのデータを集計した。両方とも複数回答。

(62.5%)、VOICE (60.9%)、週刊東洋経済 (60.7%)、週刊ポスト (60.0%)が続いている。

イメージが悪くなったランキングは、表2、表4、表5との関連性は少ないように、表3とは関連性があるように思われる。表3にランクインされている、Will、正論、SAPIO、Voiceが表7においても上位にランクインされている。Voiceは表3で4回登場する。Willと正論は、5回登場し、全て2位にランクされている。SAPIOも4回登場している。

表3と表7から、韓国に対するイメージが悪くなることと、韓国に対する態度には関連性があると考えられる。韓国に対する態度が悪い(嫌い)ことは、韓国に対するイメージが悪くなることに関係している。

嫌韓デモに参加した経験を出版物別に集計して順位を示したのは表8である。表8によると、嫌韓情報を出版物から得た人の嫌韓デモ参加率は高くない。80%以上の回答者は嫌韓デモに参加したことはなく、嫌韓情報に接した人のなかで嫌韓デモに参加するのは少数である。ただ、どのような嫌韓出版物から情報を得ているのかによって、嫌韓行動への参加には違いがある。

出版物別にみると嫌韓情報をVoiceから得たことがあると答えた人の嫌韓デモへの参加率は16.2%である。女性自身は12.2%、中央公論11.9%、Willと諸君は11.5%、週間文春と世界は10.7%であり、週刊ダイヤモンドは10.1%となっている。表8によると、表2で上位を占めている出版物の順位が中間か下位にランク

表7 韓国に対するイメージの変化

順位	よくなった	悪くなった
1 Voice	13.5%	62.1%
2 嫌韓本(単行本)	8.0%	52.8%
3 その他	0.0%	52.0%
4 正論	8.8%	50.0%
4 SAPIO	8.0%	50.0%
6 週刊文春	12.1%	48.7%
7 Will	10.5%	47.9%
8 週刊新潮	9.1%	46.4%
8 世界	17.8%	46.4%
10 アエラ	7.7%	46.1%
11 週刊ポスト	8.1%	44.6%
12 週刊東洋経済	10.5%	41.8%
13 週刊現代	12.6%	41.6%
14 週刊ダイヤモンド	14.6%	41.5%
15 歴史通	15.0%	41.5%
16 女性自身	17.3%	40.8%
17 中央公論	20.4%	40.6%
18 諸君	17.3%	40.4%
19 FRIDAY	7.5%	35.8%

されている。例えば、嫌韓ブームに火を付けた嫌韓本は 6.2%に過ぎない。週刊現代は 9.2% (9 位)、週刊新潮 5.5% (17 位)、週刊文春 10.7% (6 位) である。表 2 で最下位だった世界は 6 位であり、18 位だった Voice から嫌韓情報を得た人の嫌韓デモ参加率は一番多い。17 位だった諸君は 5 位、14 位だった歴史通は 11 位、10 位だった週刊ダイヤモンドは 8 位となっている。

嫌韓空気を感じているかの有無を、嫌韓情報を得た出版物別に集計した結果を表 9 で示す。表 9 によると、全ての出版物において嫌韓空気を感じている割合は 70%を超えている。その順位をみると、Voice、週刊ダイヤモンド、週刊東洋経済、正論、週刊ポストが上位 5 位である。最下位の諸君、女性自身、世界でも空気を感じる割合は 70%を超えている。空気を感じる割合を男女別に集計すると、男女の順位は真逆である。男性 1 位の SAPIO は 70.0%であり、女性は 19 位である。女性自身は、女性の割合がもっとも多かったが、男性は 18 位であった。女性でもっとも多かったのはその他であった。

男性の割合が多かったのは、FRIDAY (67.0%)、週刊ポスト (66.0%)、諸君 (63.4%)、週刊現代 (62.2%) である。

嫌韓空気を感じることを集計した結果を表 10 で示す。表 10 によると、嫌韓空気をもっとも感じる場所はインターネットである。インターネットを選択した割合の順位をみると、正論 (67.6%)、その他 (67.2%)、

Voice (64.7 %), SAPIO (64.2 %), Will (59.8 %), 中央公論 (57.1%) が上位を占めている。それを男女別に区分して集計すると、男性ランキングの上位は、インターネット順位の下位の出版物が占めている。例えば、男性の割合がもっとも多いのは FRIDAY (インターネット順位 14 位) で 78.6%である。次に、諸君 (同

表 9 嫌韓空気の感知の有無

	ある	ない
Voice	91.9%	8.1%
週刊ダイヤモンド	89.9%	10.1%
週刊東洋経済	89.6%	10.4%
正論	89.5%	10.5%
週刊ポスト	89.3%	10.7%
SAPIO	87.0%	13.0%
歴史通	86.8%	13.2%
Will	85.4%	14.6%
嫌韓本(単行本)	85.0%	15.0%
アエラ	84.6%	15.4%
中央公論	83.1%	16.9%
週刊現代	82.4%	17.6%
FRIDAY	82.1%	17.9%
その他	81.3%	18.7%
週刊文春	81.2%	18.8%
週刊新潮	80.8%	19.2%
諸君	78.8%	21.2%
女性自身	78.6%	21.4%
世界	75.0%	25.0%

表 10 嫌韓空気を感じる場所

	人的ネット	マスメディ	インターネ
正論	15.3%	16.2%	67.6%
その他	14.7%	14.7%	67.2%
Voice	23.5%	11.7%	64.7%
SAPIO	18.3%	17.5%	64.2%
Will	24.3%	14.6%	59.8%
中央公論	20.4%	22.4%	57.1%
週刊東洋経済	25.1%	18.4%	56.7%
嫌韓本(単行本)	21.9%	21.9%	55.8%
週刊現代	16.4%	28.1%	55.6%
週刊新潮	14.4%	29.4%	55.6%
諸君	26.8%	19.5%	53.7%
アエラ	13.6%	31.8%	52.3%
週刊ポスト	17.0%	31.0%	52.0%
FRIDAY	14.6%	34.6%	50.9%
週刊文春	16.9%	32.0%	50.6%
歴史通	19.6%	30.5%	50.0%
世界	19.1%	33.3%	47.6%
週刊ダイヤモンド	27.6%	25.1%	47.5%
女性自身	16.9%	36.4%	46.8%

「家庭あるいは家族」「友人」「仕事仲間」を人的ネットワークに、「テレビ」「ラジオ」「新聞」「雑誌」をマスメディアに分類した。

表 8 嫌韓デモ参加した割合

順位	出版物	男	女性	割合
1	Voice	17.4%	14.3%	16.2%
2	女性自身	33.3%	7.5%	12.2%
3	中央公論	16.1%	7.1%	11.9%
4	Will	14.8%	7.1%	11.5%
5	諸君	14.3%	5.9%	11.5%
6	週刊文春	15.1%	5.5%	10.7%
6	世界	20.0%	0.0%	10.7%
8	週刊ダイヤモンド	11.1%	9.1%	10.1%
9	週刊現代	11.1%	6.4%	9.2%
10	SAPIO	17.4%	14.3%	8.7%
11	歴史通	10.3%	4.2%	7.6%
12	週刊東洋経済	13.2%	0.0%	7.5%
13	週刊ポスト	9.6%	2.6%	7.2%
14	嫌韓本(単行本)	6.5%	5.9%	6.2%
15	FRIDAY	8.7%	0.0%	6.0%
16	正論	6.6%	4.2%	5.6%
17	週刊新潮	9.6%	1.1%	5.5%
18	アエラ	3.3%	0.0%	1.9%
19	その他	0.0%	0.0%	0.0%

11 位, 77.3%), 週刊ポスト (同 13 位, 71.2%), エア (同 12 位, 69.6%), 歴史通 (同 16 位, 69.6%) が続いている。女性の割合が多いのは, 女性自身 (同 19 位, 69.4%), 世界 (同 17 位, 50.0%), 中央公論 (同 6 位, 50.0%), 週刊新潮 (同 9 位, 46.1%) の順である。

嫌韓に対する言説との関係で, 「同意する」の割合の上位 5 位までを示したのは表 11 である。表 11 によると, Voice, 正論, Will は全ての言説に同意する割合が高い。SAPIO は「在日は優遇されている」言説以外には上位 5 位に入っている。嫌韓本は, 慰安婦, 領土, 在日朝鮮人問題に関する言説において上位に入っている。歴史通

表 11 嫌韓に対する言説

	出版物	同意しな	同意する
韓国人はよく怒る	Voice	5.4%	86.5%
	正論	6.4%	78.2%
	SAPIO	8.6%	77.5%
	Will	11.5%	75.0%
	歴史通	7.5%	73.6%
日韓併合は合法的であった	Will	13.6%	67.7%
	Voice	16.2%	67.6%
	正論	14.6%	66.1%
	SAPIO	16.6%	62.3%
慰安婦の動員には強制性はなかった	歴史通	11.3%	54.7%
	Will	13.6%	75.0%
	正論	12.9%	73.4%
	Voice	13.5%	73.0%
	SAPIO	9.4%	71.7%
竹島は韓国が不法占有している	嫌韓本(単行本)	9.9%	62.9%
	正論	4.0%	87.1%
	Voice	2.7%	86.5%
	SAPIO	5.8%	81.8%
	Will	9.4%	81.3%
在日朝鮮人は優遇されている	嫌韓本(単行本)	5.5%	78.8%
	歴史通	7.5%	66.1%
	Voice	13.5%	64.9%
	正論	15.3%	62.9%
	Will	15.7%	62.5%
在特会の反韓デモの主張は正しい	嫌韓本(単行本)	15.0%	58.8%
	Voice	29.7%	43.2%
	Will	28.1%	42.7%
	正論	25.9%	41.1%
	SAPIO	34.1%	34.1%
	中央公論	18.7%	33.9%
「同意する」割合の上位 5 位までの順位。 「同意しない」「どちらかといえば同意しない」を同意しないに, 「どちらかと言えば同意する」「同意する」を同意すると分類。どちらともいえないは, 表示していない。			

は, 韓国人のイメージ, 日韓併合問題, 在日朝鮮人問題に対する言説で上位に入っている。中央公論は「在特会の反韓デモの主張は正しい」について上位に入っている。

各言説の上位 5 位の「同意する」割合の平均をみると, 領土問題に対する言説に同意する割合がもっとも高く 83.1% である。次に, 「韓国人はよく怒る」が 78.2% と続いている。慰安婦問題は 71.2%, 日韓併合の歴史問題は 63.7%, 在日朝鮮人に関する言説は 63.0% である。もっとも平均値が低かったのは「在特会の反韓デモの主張は正しい」であり, 平均 39.0% である。この言説に対しては同意しない割合の平均も 27.3% と上位 5 位までのうちもっとも高い。領土問題に対する言説に同意しない割合の平均は 5.5% ともっとも低い。

以下は, 嫌韓情報行動と情報源との関係について回帰分析を行なった結果を示す。

嫌韓情報行動と有意な関係にあった情報源を示したのは表 12 である。表 12 によると, 嫌韓本は, 全ての情報行動に対して有意である。嫌韓関連サイトや関連動画を視聴することを弱い嫌韓情報行動と分類するのであれば, 世界がそれに当てはまる。正論と SAPIO は嫌韓動画の視聴にのみ有意である。中央公論は, 嫌韓サイトアクセス, 嫌韓動画の視聴・動画のアップロードに有

表 12 嫌韓に対する情報行動との関係

		B	Beta	t
‘嫌韓’ 関連サイトへアクセス	嫌韓本(単行本)	0.459	0.18	4.573
	中央公論***	0.606	0.11	2.759
	世界*	-0.59	-0.067	-1.712
	その他*	-0.335	-0.072	-1.826
‘嫌韓’ 関連サイトに書き込み	嫌韓本(単行本)	0.316	0.193	4.82
	週刊文春**	0.205	0.096	2.176
	SAPIO**	-0.215	-0.095	-2.217
	諸君**	0.338	0.088	2.144
	Voice***	0.779	0.193	4.648
‘嫌韓’ 関連動画視聴	嫌韓本(単行本)	0.513	0.197	5.049
	中央公論***	0.589	0.105	2.65
	正論***	0.477	0.126	2.824
	SAPIO**	0.363	0.101	2.414
	Voice*	0.432	0.067	1.661
‘嫌韓’ 関連動画アップロード	世界**	-0.854	-0.095	-2.448
	嫌韓本(単行本)	0.113	0.098	2.441
	週刊文春**	0.146	0.098	2.193
	女性自身***	0.223	0.117	2.967
	中央公論*	0.196	0.079	1.942
	Voice***	0.468	0.166	3.964
	歴史通*	0.169	0.067	1.65
*:p<0.1, **:p<0.05, ***:p<0.01				

意である。嫌韓サイトに書き込み、嫌韓動画アップロードを強い嫌韓情報行動と区分すれば、週刊文春・Voice はそれに当てはまる。嫌韓サイトに書き込みのみに当てはまるのは、SAPIO、諸君であり、嫌韓動画アップロードのみに当てはまるのは、女性自身、歴史通である。

韓国に対する態度と情報源との関係を示しているのは表 13 である。表 13 によると、全ての態度において嫌韓本は有意である。とくに韓国人と韓国文化に対して有意である情報源の数が多い。週刊新潮、週刊東洋経済、女性自身、中央公論、正論は 2 つの態度に対して有意である。

韓国に対する言説と情報源の関係を示したのは表 14 である。表 14 によると、慰安婦問題と在日朝鮮人問題以外に 6 つ以上の情報源として有意な結果が出ている。領土問題は 7 つの情報源で有意な結果が出た。韓国人のイメージ、日韓併合、在特会に関する言説は 6 つの

情報源で有意性が見られた。嫌韓本、正論、諸君は全ての言説について有意である。SAPIO は 4 つで、世界は 3 つの言説で有意であった。

嫌韓情報を得ているネットサイトと情報源との関係を示しているのは表 15 である。表 15 によるとネットサイトと有意である情報源は少ない。嫌韓本は、2ch とブログと有意であり、週刊現代は 2ch と NAVER まとめと有意である。

嫌韓デモ参加と有意である情報源を示したのは表 15 である。表 15 によると、大手週刊誌が含まれている。週刊現代、週刊文春、週刊新潮は時事問題を扱う日本を

表 14 嫌韓言説と情報源

表 13 韓国に対する態度と情報源

		B	Beta	t
韓国という国について	嫌韓本(単行	0.188	0.07	2.107
	週刊東洋経済*	0.37	0.069	1.847
	女性自身***	-0.449	-0.1	-3.093
	正論**	0.392	0.096	2.573
韓国人について	嫌韓本(単行	0.176	0.069	2.079
	週刊新潮**	-0.242	-0.076	-2.098
	週刊東洋経済**	0.317	0.062	1.67
	女性自身**	-0.342	-0.08	-2.485
韓流を含めて韓国文化について	中央公論**	-0.432	-0.08	-2.402
	正論***	0.385	0.1	2.668
	諸君*	-0.377	-0.066	-1.953
	嫌韓本(単行	0.227	0.086	2.603
韓国社会について	週刊新潮**	-0.2	-0.061	-1.682
	週刊東洋経済***	0.562	0.107	2.873
	女性自身*	-0.261	-0.059	-1.84
	週刊ポスト*	-0.261	-0.063	-1.774
韓国政治について	中央公論**	-0.475	-0.085	-2.568
	正論***	0.421	0.106	2.83
	嫌韓本(単行	0.185	0.08	2.4
	女性自身**	-0.281	-0.073	-2.252
韓国政治について	正論**	0.326	0.094	2.484
	諸君***	-0.458	-0.089	-2.614
	嫌韓本(単行	0.206	0.099	2.999
	週刊現代**	-0.186	-0.077	-2.23
韓国政治について	女性自身**	-0.28	-0.081	-2.512
	中央公論*	-0.267	-0.061	-1.835
	正論**	0.302	0.097	2.583
	諸君***	-0.398	-0.086	-2.541

*:p<0.1, **:p<0.05, ***:p<0.01

	出版物	B	Beta	t
韓国人はよく怒る	嫌韓本(単行	0.211	0.092	2.761
	正論**	0.267	0.078	2.048
	SAPIO***	0.332	0.101	2.831
	諸君***	-0.471	-0.092	-2.707
	Voice**	0.422	0.07	2.067
竹島は韓国が不法占有している	世界**	-0.456	-0.066	-2.023
	嫌韓本(単行	0.247	0.116	3.499
	女性自身**	-0.236	-0.066	-2.058
	正論***	0.483	0.15	4.015
	SAPIO**	0.232	0.075	2.135
慰安婦の動員には強制性はなかった	諸君**	-0.412	-0.086	-2.558
	Voice*	0.361	0.064	1.915
	世界**	-0.452	-0.07	-2.168
	嫌韓本(単行	0.289	0.121	3.658
	中央公論*	-0.287	-0.057	-1.717
日韓併合は合法的であった	正論**	0.337	0.094	2.508
	SAPIO**	0.291	0.085	2.394
	諸君***	-0.524	-0.098	-2.913
	嫌韓本(単行	0.313	0.126	3.832
	正論***	0.403	0.108	2.896
在日朝鮮人は優遇されている	SAPIO**	0.246	0.069	1.96
	Will**	0.362	0.087	2.33
	諸君***	-0.59	-0.106	-3.167
	世界**	-0.578	-0.078	-2.399
	嫌韓本(単行	0.323	0.134	4.031
在特会の反韓デモの主張は正しい	正論**	0.323	0.089	2.366
	諸君***	-0.482	-0.09	-2.645
	嫌韓本(単行	0.176	0.073	2.159
	週刊新潮*	-0.194	-0.064	-1.744
	アエラ*	-0.34	-0.063	-1.905
在特会の反韓デモの主張は正しい	中央公論*	0.312	0.061	1.81
	正論**	0.301	0.083	2.173
	諸君*	-0.311	-0.058	-1.677

*:p<0.1, **:p<0.05, ***:p<0.01

代表する週刊誌である。また、Will と Voice は表 2、表 3、表 6 など上位にランクされている。

4. 考察

以上で、嫌韓情報源と韓国に対するイメージ、態度、嫌韓情報行動との関係を調べた。情報源は、嫌韓関連イメージや行動とどのように関係しているのか。表 2 で見られる情報源の順位は、嫌韓行動、態度との関係を示しておらず、嫌韓本だけ強い有意性が見られている。嫌韓本は、嫌韓情報行動（表 12）、韓国に対する態度（表 13）、嫌韓言説（表 14）、嫌韓情報を得ているサイト（表 15）に関連性が強い。表 12 から表 14 までの結果に登場する情報源は、嫌韓本を除けば表 2 の下半分の順位に登場する。これから考えると、情報源としてよく利用される出版物は多くの読者に読まれるために説得力を持たなければならない。そのため、感情にうったえるより知識を伝えることが多いと考えられる。上位 5 位のうち嫌韓本と SAPIO のみに有意性が見られる。これらを考えると、情報源としての利用頻度は少なくとも、男性の利用割合が多い情報源ほど、イメージ、態度、情報行動で有意である。

ここで嫌韓情報を接している情報源が多様であつても、実際に態度、行動に影響を与えているのは一部分で

表 15 嫌韓情報を得ているネットサイトと情報源

	出版物	B	Beta	t
2ch	嫌韓本(単行本)***	0.193	0.201	4.033
	週刊現代**	0.136	0.125	2.286
NAVER まとめ	週刊現代**	0.139	0.123	2.232
	週刊ダイヤモンド	-0.22	-0.135	-2.382
YouTube	その他*	-0.218	-0.095	-1.924
	嫌韓本(単行本)***	0.144	0.145	2.934
ブログ	歴史通*	0.189	0.097	1.889
	その他**	0.226	0.097	1.981

*:p<0.1, **:p<0.05, ***:p<0.01

表 16 嫌韓デモ参加と情報源

	出版物	B	Beta	t
	週刊現代**	0.076	0.072	2.074
	週刊文春***	0.154	0.136	3.813
嫌韓デモへ参加	週刊新潮***	-0.117	-0.104	-2.871
	週刊ダイヤモンド	0.111	0.071	1.928
	女性自身***	0.139	0.092	2.859
	Will**	0.139	0.091	2.438
	Voice**	0.16	0.067	1.996

*:p<0.1, **:p<0.05, ***:p<0.01

限定されていることが確認出来ている。表 3、表 4、表 5、表 7、表 8、表 9 で、上位の情報源ほど統計的有意性が確認できた。ただ態度、嫌韓言説などそれぞれの従属変数の違いによって有意な情報源は異なっている。そこから考えられるのは、多様な嫌韓情報源がすべて同じような影響をもたらすのではなく、その読者や出版物の特徴、扱うテーマによって異なることと考えられる。

5. 結論

本稿はこれまで、嫌韓情報源として出版物を対象に、嫌韓態度、嫌韓情報を得た媒体、嫌韓情報行動、嫌韓サイトへアクセス、韓国に対するイメージの変化、嫌韓デモ参加、嫌韓空気の感知の有無などについて分析してきた。以上の結果をまとめると以下ようになる。

- (1) 韓国を嫌う態度の割合が高いのは、Will、正論、Voice、SAPIO を情報である。
- (2) インターネットは嫌韓情報の最大の窓口であり、Will、Voice、FRIDAY、SAPIO から嫌韓情報を得ている人ほどその割合が高い。
- (3) 嫌韓に対して積極的に情報行動を行っているのは、Voice、中央公論、諸君、正論から嫌韓情報を得ている人である。
- (4) 韓国に対するイメージが悪くなった比率が高いのは、Voice、嫌韓本、正論、SAPIO から嫌韓情報を得ている人である。
- (5) 嫌韓デモに参加した割合が高いのは、Voice、女性自身、中央公論、Will から嫌韓情報を得ている人である。
- (6) ほとんどの情報源で嫌韓空気を感じる割合は 70% を超えている。
- (7) 嫌韓空気を感じるどころはインターネットがもっとも多く、正論、Voice、SAPIO、Will から嫌韓情報を得ている人が上位にランクインされている。
- (8) 嫌韓言説に同意するのは Voice、正論、SAPIO、Will が上位を占めている。
- (9) 全ての嫌韓情報行動、韓国に対する態度、嫌韓言説に有意であるのは嫌韓本である。
- (10) 大手週刊誌は嫌韓デモ参加と有意な関係であり、嫌韓本とは関係なかった。

注

- (注 1) 週間ダイヤモンド、「日韓関係が断絶した本当のワケ」2015 年 10 月 31 日付。
- (注 2) インターネット以外の媒体の比率は次の割である。新聞 9.5%、放送 16.3%、出版物 7.7%、その他 0.3%となっている。