

シリーズ **5**  
21世紀の社会心理学  
監修 高木 修

# 情報行動の 社会心理学

送受する人間のこころと行動

編集  
川上善郎

●  
⋮  
**執筆者一覧** (執筆順)

- 川上善郎 (かわかみ よしろう) 序章・10章  
成城大学文芸学部教授／専門分野：社会心理学・情報行動論・対人コミュニケーション
- 安藤清志 (あんどう きよし) 1章  
東洋大学社会学部教授／専門分野：社会心理学
- 杉森伸吉 (すぎもり しんきち) 2章  
東京学芸大学教育学部助教授／専門分野：実験社会心理学  
特にリスク社会心理学，文化と個人-集団関係 等
- 川浦康至 (かわうら やすゆき) 3章  
横浜市立大学国際文化学部教授／専門分野：社会心理学  
特にメディアとコミュニケーション
- 斉藤慎一 (さいとう しんいち) 4章  
東京女子大学現代文化学部助教授／専門分野：コミュニケーションの社会心理学，メディア効果研究
- 柴内康文 (しばない やすふみ) 5章  
同志社大学文学部講師／専門分野：社会心理学・コミュニケーション論  
特にコンピュータ媒介コミュニケーション (CMC)
- 水野博介 (みずの ひろすけ) 6章  
埼玉大学教養学部教授／専門分野：社会心理学，メディア論，情報生活論
- 中村 功 (なかむら いさお) 7章  
松山大学人文学部助教授／専門分野：通信の社会心理学
- 田中 淳 (たなか あつし) 8章  
東洋大学社会学部教授／専門分野：社会心理学  
特に集合行動論 (災害研究)
- 堀内圭子 (ほりうち けいこ) 9章  
成城大学文芸学部助教授／専門分野：消費者行動研究
- 三上俊治 (みかみ しゅんじ) 11章  
東洋大学社会学部教授／専門分野：メディアコミュニケーション論



## 監修のことは

社会心理学の原点は社会的に意味のある現象や問題にあり、それが複雑、深刻になるにつれて研究領域は拡大してきました。それゆえに、現象、問題なくして社会心理学は成立、発展しなかつたでしょう。社会心理学は、研究を通じて多くの理論をうち立て、知識を蓄積してきました。しかし、それらを応用して社会的な現象や問題の解明と現実的解決にどの程度寄与してきたかに関しては、厳しい評価が下されています。「社会心理学は、ほとんど、あるいはまったく貢献していない」という批評に私たちは真摯に耳を傾けねばなりません。なぜならば、社会心理学に対する期待は、それでもなお大きく、昨今の社会状況がさらにそれを拡大しているからです。そして、それに応える責任が社会心理学にはあるからです。

さて、諸家が指摘するように、日本の社会は、何百年に一度といわれるほどに混乱し、大きく変動しています。21世紀に歩を進めた社会は、その統制力を失った従前の社会、文化、教育、経済、および政治のシステムや制度に取って代わられるものをしきりに模索しています。

社会心理学は、かつての有り様に反省し、自己の責務を深く受け止めねばなりません。つまり、この過渡期において、激動する現況を見据えて、長年の研究成果に照らして、これからの人間、社会の進む方向性を予見し、より質の高い幸せな生活の実現に向けて努力することを決意しなければなりません。

監修者は、この困難に立って、「シリーズ：21世紀の社会心理学」を企画しました。このシリーズは、対人行動、組織行動、文化行動の主要3領域にまたがり、その総論と各領域の個別問題に関する各論の計10巻で構成し、現在第一線で活躍中の指導的な研究者に編集や分担執筆をしていただくことにしました。

シリーズの巻構成を具体的に示しますと、第1巻「対人行動の社会心理学」、第2巻「組織行動の社会心理学」、第3巻「文化行動の社会心理学」、第4巻「援助とサポートの社会心理学」、第5巻「情報行動の社会心理学」、第6巻「政治行動の社会心理学」、第7巻「消費行動の社会心理学」、第8巻「被服行動の社会心理学」、第9巻「化粧行動の社会心理学」、第10巻「交進行動の社会心理学」となっています。このうち、第1巻、第2巻、第3巻は、社会心理学の主要3領域がそれぞれ概観できる社会心理学の総論ともいべき巻であり、第4巻から第10巻までは、各領域において重要と思われる社会心理学の個別テーマにとくに焦点を当てた各論ともいべき巻です。

このシリーズが提供する最先端の研究成果が、社会心理学に関心をもつ一般読者の皆さんはもとより、初学者から熟成された研究者にも、少なからず役立ち、21世紀における社会心理学の発展がいつそう確かなものになれば、監修者としてこれに勝る喜びはありません。

2001年5月

関西大学 高木 修



## 編者のことば

本書では、情報行動を「私たち」と「社会」とを結びつける行動としてとらえてみたいと思います。情報行動を、社会から情報を入手し、社会に向けて情報を発し、情報の交換を通して人と人とが結びつき、さらにそれらの結びつきを通して社会を動かしていくプロセスと考えたのです。マスメディアが情報行動の中心になる前の社会では、パーソナルなコミュニケーションが情報行動の中心にありました。すべてのことがパーソナルなコミュニケーションによって行われてきたのです。だからこそ、私たち自身が社会を動かしているという実感を感じやすかったかもしれないのです。しかし、20世紀の歴史は、このような楽観主義を完膚なきまでに打ち砕いたのではないのでしょうか。強力なマスメディアは少数の送り手と多数の従順な受け手を生み出しました。マスメディアを通してしか何ひとつ知りえない状態におかれ、それらが伝える情報によってのみ私たちは判断し、行動してきたのです。私たち自身が社会を動かしているという感じからは、とても遠い地点に立つようになってしまったのです。

ところが、1990年代になって登場したインターネットや携帯電話などの新しいパーソナルメディアの登場は、マスメディア支配の世界を大きく変容させようとしています。マスメディアが独占してきた不特定多数への情報発信能力を私たち一人ひとりをもつことが可能になったのです。また、インターネットが作りだす膨大な知識と豊富な情報に、だれもが容易にアクセスできる情報環境を生み出したのです。そしてもっとも重要なことは、拡大された情報発信能力によって、さまざまなハンディキャップや多様な社会的な制約のために自由に交流しえなかった人々を含め、だれもが自由に新しい関係を作り出せるようになったことです。新しいメディアが可能にするパーソナルなコミュニケーションが、多様な形の人々の集まりを可能にしつつあるのです。マスメディア支配の社会のなかでばらばらに切り離された個人が、メディアにサポートされたパーソナルなコミュニケーションによって、再びつながることで、社会を動かす力を獲得するのかもしれない。本書の基調に、私たちの情報行動が、社会を動かすことになるのかという問いを設定してみたいと思います。

本書を、第1部 社会に「開く」、第2部 社会を「知る」、第3部 社会に「つながる」、第4部 社会を「動かす」から構成しました。

第1部 社会に「開く」では、まず自分自身を社会に向けて開くという情報行動について考えます。社会のなかで生きるということは、他者に自分をさらけ出すことです。好むと好まざるとにかかわらず、私たちは「自分」自身を社会に呈示し、同時に、社会から情報を取り入れ「自分」で判断し、意思決定していきます。そのうえで、自覚的に「自己」を表出します。自己呈示と情報行動（1章）、意思決定と情報行動（2章）、そして、メディアを通じた自己表出（3章）について述べます。

第2部 社会を「知る」では、社会についての知識や情報を入手する情報行動に焦点をあてます。マスメディアの発達は、社会について知る方法を大きく変容させました。マスメディ

アという情報環境がどのように私たちに影響を与えたのか(4章),そして,21世紀になって爆発的に発達すると予想される電子メディアが形成する情報環境がどのように私たちに影響を与えるのか(5章),さらに不確定な未来を予想し,予知する情報行動(6章)についても考えてみます。

第3部 社会に「つながる」では,電子メディアを利用した情報行動がどのようにネットワーク形成に影響を与えているかに焦点をあてます。もっとも古くから使われ日常生活に溶け込んでいる電話を中心に話を進めます。固定電話から携帯電話への変化が,どのように既存の人間関係に影響を与えるかをまず述べ(7章),次に,現代社会を支える多様な情報ネットワークが事故や災害によって断絶した場合に,どのようなダメージを社会生活に与えるか(8章)について考えます。

第4部 社会を「動かす」では,情報の従順な受け手から,積極的な送り手へという情報行動の変化が,どのように社会を動かす力となるかを検討します。現代社会を規定する消費行動において(9章),またマスメディアを含めたネットワーク社会のなかで(10章),いかにパーソナル・コミュニケーションが重要かを述べ,最後にインターネットを利用した個人の発言が「社会」を大きく動かした事例から(11章)私たちの情報行動が社会を動かす可能性について述べます。

社会心理学にとってもっとも重要な要因をあげるならば,それは人と人との相互作用です。その相互作用のあり方を大きく変容させるものが,現在進行している情報環境の変化だと思います。だからこそ,21世紀の社会心理学のシリーズの1つに「情報行動の社会心理学」を取り上げる意味があると思います。本書を読んだあとに,携帯電話を使ってメールを交換するときや,インターネットの掲示板をのぞいたときに,それまでと違う新しい人間関係がそこに隠されていることを発見して驚かれると思います。現在進行している情報環境の変化が私たちの人間関係に与える影響に少しでも関心をもっただけならば,本書を刊行した意味があったと思います

最後になりましたが,本書の出版にあたって,北大路書房の石黒憲一さん,奥野浩之さんには,たいへんお世話になりました。寒風の吹きぬける船岡山のふもとで奥野さんと21世紀の社会心理学について語ったのも楽しい思い出です。ありがとうございました。

2001年5月

成城大学 川上善郎

# 情報行動の社会心理学

## もくじ

序章 情報行動の社会心理学	1
1 テレビの登場と情報ということばの変化	1
2 情報行動の誕生	2
3 もうひとつの情報行動の誕生	3
4 情報行動から抜け落ちたもの	4
5 パーソナル・コミュニケーションの復権	4
6 情報行動と自己表現	5
第1部 社会に「開く」	7
1章 自己呈示と情報行動	8
1 自己呈示・印象操作	9
2 戦略的な自己呈示	9
(1) 取り入り (ingratiation)	10
(2) 威嚇 (intimidation)	10
(3) 自己宣伝 (self-promotion)	10
(4) 示範 (exemplification)	11
(5) 哀願 (supplication)	11
3 自己呈示と自尊心の維持	11
(1) 弁解と正当化	11
(2) セルフ・ハンティキャッピング	11
4 他者との連合	12
5 「ほんとうの自分」と自己呈示	12
6 自己呈示のジレンマ	13
(1) 自己呈示の実践にともなうジレンマ	13
(2) 呈示内容の肯定性と信憑性のジレンマ	13
(3) 複数の対象に同時に自己呈示する場合のジレンマ	14
(4) 性役割とのジレンマ	14
(5) 職業上の要請とのジレンマ	14
7 自己呈示と不応行動	15
2章 情報行動と意思決定—異質化と共同・共生のモラル・ジレンマ—	18
1 インターネット社会における意思決定の主体はだれか?	19



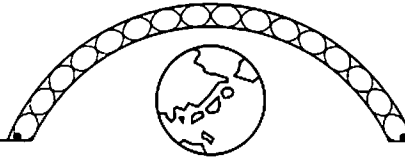
2	ネットワーク社会の権力構造と意思決定	21
(1)	超監視社会化=反民主化の可能性	21
(2)	元気になる(超)少数派	23
3	同質な関心をもつ異質な人々	24
(1)	異質性の高い集団の問題点	25
(2)	異質性の高い集団の利点	25
(3)	異質性を活かすための条件	25
(4)	同質な関心をもつ集団の特徴	26
4	「薄い」メディアとしてのCMC	26
(1)	少ない手がかり情報による判断	26
(2)	手がかり情報の重み付けの増加	27
(3)	FTFを越えるには	27
(4)	電子ブレイクストーリーミング	27
5	おわりに	28
3章	メディアと自己表現	30
1	自己表現とホームページ	31
(1)	「自分」を表現する	31
(2)	多様な自己表現	31
(3)	ホームページと自己表現	31
2	パーソナルホームページ	32
(1)	ホームページの登場	32
(2)	パーソナルなホームページ	33
(3)	パーソナルホームページを開く	34
3	語られる自己から語り合う自己へ	35
(1)	ウェブ日記	35
(2)	自己表現からコミュニティへ	35
4	メディアとしての自己表現——インターネット・スタイル	36
(1)	カミングアウト	36
(2)	自己表現の実験	37



第2部 社会を「知る」 39

4章	マスメディアによる社会的現実の構成	40
1	マスメディアが作り出す主観的現実	41
2	議題設定理論	42
	(1) 理論の基本的枠組み	42
	(2) 議題設定効果の類型	44
	(3) 最近の研究動向	45
3	培養理論	45
	(1) 理論の基本的枠組み	45
	(2) 培養効果の4類型	47
	(3) オリジナル理論の拡張	47
4	2つの理論の比較	49
5	今後に向けて	50
5章	インターネットのつくる情報環境	54
1	インターネットの作り出す環境	55
2	多様な情報環境のもつ意味	56
3	多様性に対する制約条件	58
	(1) 電子会議室におけるグループコミュニケーション	58
	(2) WWWの多様性と等質性	60
	(3) 情報発信者の特性	60
4	大量の情報があふれる環境	61
6章	未来を予見する情報行動—予報・予測・予知・予言—	64
1	未来を知る情報行動の特性	65
2	「予報」「予測」「予知」「予言」ということば	65
3	未来を知ることの「情報価値」	66
4	未来予見のためのモデルや理論の問題	68
5	予言のはずれと予言の自己実現—フィードバックとフィードフォワード	69
6	予言・予言者を待望する心理	71
7	予言をめぐる大衆現象—予言は決してはずれない	71
8	未来予見行動を支える心理—不安と好奇心を中心に	72





第3部 社会に「つながる」 75

7章 携帯電話と変容するネットワーク 76

- 1 携帯電話による影響の種類 77
- 2 携帯電話による影響の実態 79
  - (1) 意識面の影響 79
  - (2) 行動面の影響 80
  - (3) 関係性への影響 81
  - (4) 社会規範の形成 84
- 3 携帯メールについて 85
- 4 まとめ 86

8章 ネットワークの壊れるとき 88

- 1 はじめに 89
- 2 事故が襲うとき 90
  - (1) 世田谷ケーブル火災事故 90
  - (2) 不安 90
  - (3) 電話回線不通への対応 91
- 3 災害が襲うとき 91
  - (1) 阪神・淡路大震災 91
  - (2) 知りたかった情報 92
  - (3) 対応行動 94
- 4 ネットワークが壊れるとき 95
  - (1) 関東大震災 95
  - (2) 朝鮮人虐殺 96
  - (3) 結びに代えて 97

第4部 社会を「助かす」 99

9章 消費者からの情報発信—わるい口コミの影響力— 100

- 1 影響力が強いわるい口コミ 101
- 2 受け手しだいで変わるわるい口コミ 103



3	不満から生まれるわるい口コミ	106
4	わるい口コミの2つの側面	107
5	インターネット上のわるい口コミ	109
<b>10章</b>	<b>ネットワーク社会のなかのパーソナル・コミュニケーション</b>	<b>114</b>
1	はじめに	115
2	マスコミュニケーションの世紀	117
3	テレビのなかのパーソナル・コミュニケーション(1)	119
4	テレビのなかのパーソナル・コミュニケーション(2)	120
5	パーソナル・コミュニケーションのマスコミュニケーション化	122
6	パーソナル・コミュニケーションの公開化と個人化	124
<b>11章</b>	<b>インターネット時代の世論と政治</b>	<b>128</b>
1	公共圏の「構造転換」	129
2	東芝サポート問題と世論の展開過程	129
(1)	東芝サポート問題とは	129
(2)	電子掲示板での議論の展開	130
(3)	「Yahoo! 掲示板」の内容分析	131
(4)	ネット世論の増幅装置としてのマスメディア	132
3	インターネットと国政選挙	133
(1)	1996年国政選挙とインターネット	133
(2)	2000年国政選挙とインターネット	134
4	21世紀型民主政治への胎動	136
(1)	増える政党のホームページ活用	136
(2)	有権者のインターネット利用——落選運動など	136
(3)	長野県知事選挙とインターネット	137
(4)	インターネットで政治は変わるか	137

索引	141
----	-----