

索引

ア行

哀願 11
 言い逃れ 12
 威嚇 10
 意思決定 19, 102
 異質者集団 24
 異質なつながり 57
 一次的影響 77
 一般化された信念 97
 移動体通信 77
 印象形成 102
 印象操作 9
 ～選挙 134
 インターフェイス 55
 インタラクティブ性 133
 インパーソナル効果仮説 47
 ウェブサイト 135
 ウェブ日記 35
 受け手への配慮 108
 うわさ 70, 96
 影響の両義性 86
 栄光浴 12
 FTF: Face-To-Face 26
 MUM 効果 12
 オーティエンスの分離 14
 おしゃべり 120
 オンライン調査 61

カ行

会話 31
 確率事象 66
 カスタマイズ可能性 58
 課題の単純さ-複雑さ 20
 カタルシス 107
 価値関数 102
 カテゴリー化 102
 カミングアウト 36
 カルティベーション理論 42
 寛大性効果 105
 関連性制御 12
 危険回避行動 67
 帰属意識 115
 議題設定効果 42
 規範意識 108
 規範の形成 116
 規範への同調 116
 切り離し 12
 口コミ 100
 グループコミュニケーション 58
 携帯電話 77
 ～の影響の相殺 86
 ～の影響の両義性 86
 ～のガジェット化 80
 ～の機能的代替 86
 ～の組み込まれた強化装置 86
 ～のファッション化 80
 携帯メール 85
 顕出性(重要性)モデル 44
 好意的な態度 104
 公開化の方向 124

50 音順

公共圏 129
 公衆 5, 129
 口承文化 121
 購買行動 100
 ゴシップ 115
 個人内議題 44
 個人利用化 124
 コミットメント 105
 コミュニケーション 2
 ～方向的な～ 2
 言語～ 116
 声の～ 85
 ～志向 34
 政治～ 49
 対面～ 4
 ディス～ 23
 電話～ 78
 匿名的～ 82
 パーソナル・～ 2, 55
 表面的～ 81
 ポケットベルでの～ 81
 メディア～ 37
 コミュニケーション・ゲーム 116
 ～の娯楽目標 116
 ～の作業目標 116
 ～の社会的関係目標 116
 ～の社会的現実目標 116
 ～のフェイス目標 116
 コンサマトリー(自己充足)的利用 86
 コンピュータ・ネットワーク 19

サ行

サーチエンジン 32, 62
 サイバースペース 129
 三次的影響 77
 CMC: Computer-Mediated Communication 26
 自己開示 31
 自己成就 70
 自己宣伝 10
 自己呈示 9, 31
 自己表現 5
 事前否認 12
 示範 11
 市民的公共圏 129
 社会規範の形成 84
 社会情緒的な手がかり 27
 社会的関係目標 116
 社会的現実 119
 社会的勢力 11
 社会的手がかりの減少 26
 社会的な比較 116
 社会的マイノリティ 36
 社会的マッチング現象 28
 社会的抑制の解除 111
 集団形成 58
 集団の結合力 115
 集団力学 25
 終末予言 72
 重要性モデル 44

重要度の認知 43
 主観的現実 41
 主流形成 47
 常態化 81
 消費者行動 100
 消費者の不満反応 106
 情報 3
 ～価値 66
 ～環境 3
 ～空間 129
 ～産業論 1
 ～社会論 2
 ～処理する主体 3
 ～伝達モデル 116
 ～の共有化 21
 ～の局所化 21
 ～の中心性 20
 ～のバンド幅 26
 ～発信志向 34
 ～発信者 61
 ～メディアとの相互作用 3
 ～欲求 89
 信憑性判断 62
 心理的リアクタンズ理論 105
 随伴条件 45
 スキーマの理論 105
 スキャンダル 121
 サイコドラマ～ 121
 スター～ 121
 組織～ 120
 メディア～ 120
 ステレオタイプ 14
 スパイ活動 1
 政治参加 137
 政治的公共圏 129
 正当化 11
 制度過程分析 46
 性役割 14
 世間議題 44
 セルフ・ハンディキャッピング 11
 世論 129
 ～形成 129
 ネット～ 130
 ネット外～ 133
 ネット内～ 133
 戦略的自己呈示 10

タ行

第1次培養効果 47
 対人議題 44
 対人認知 105
 第2次培養効果 47
 第四の権力 120
 多重オーディエンス問題 14
 多メディア・多チャンネル化 51, 97
 多様性 60
 中傷誹謗的発言 131
 超少数派 29
 直接性の感覚 79
 呈示された自己 13

テレビ視聴時間 2
 ～量 47
 伝言サービス 82
 電子会議室 (BBS) 5, 22, 55, 58, 123, 129
 電子掲示板 34, 55, 129
 電子新聞 138
 電子メール 19, 55, 136
 伝送動機 107
 道具的利用 86
 同質集団 26
 等質性 60
 同調者 23
 匿名性 56, 111
 取り入り 10
 ドレンチ (Drench) 効果 48

ナ行

内容分析 48, 131
 二次的影響 77
 日記のタイプ 35
 ニュースの伝播速度 117
 人間関係志向 34
 認知的不協和の理論 73, 104
 認知モデル 44
 ネガティビティ・バイアス 102
 ネットニュース 55
 ネットワーク 69
 ～機能の低下 89
 対人～ 95
 電気通信～ 89
 電話～ 91
 ～の多重性 89
 ～被害 92
 ノストラダムスの大予言 72

ハ行

バーチャル・コミュニティ 55
 ハイコンテクスト 27
 培養効果 47
 培養 (カルティベーション) 理論 42, 45, 60
 パソコン過飽 58, 123, 132
 パノプティコン (一望監視装置) 21
 パラエティ番組 119
 判断保留のアピール 12
 バンドワゴン現象 72
 フィードバック・メカニズム 69
 フィードフォワード・メカニズム 69
 フーメラン効果 105
 フォーラム 123, 129, 131
 娯楽現象 94
 普及過程 62
 フルタイム・インティメイト・コミュニティー 82
 フレーミング 26, 131
 フレーンストーミング 27
 プロスペクト理論 102
 文化指標研究 46
 文芸的公共圏 129
 弁解 11
 磁力描写 47

ホームページ 22, 31, 55, 110, 125, 130
 没個性化現象 26
 ほんとうの自分 12

マ行

マスオーディエンス 2
 マスコミュニケーション 2, 55, 117
 マスメディアの争点強弱度 45
 未来予見 64, 68
 メーリングリスト 55, 129, 137
 メタ釈明 11
 メタ情報 21
 メッセージ・システム分析 46
 メディア 3
 ～環境 51
 ～効果論 45
 電子～ 4
 ～特性 80, 124
 発信者優先～ 91
 文字メッセージ 85
 モラル・ジレンマ 21

ヤ行

優先順位モデル 44
 よい情報 103
 予見情報 67
 予言 66
 ～の自己実現 69, 70
 予測 65
 予知 66
 ～夢 66
 予報 65
 弱い紐帯の活性化 110
 弱い紐帯の強さ 56

ラ行

ライフライン 90
 離散的データベース 57
 ローコンテキスト 26

ワ行

WWW: World Wide Web 55
 ワイドショー 120
 わるい情報 103



監修/高木 修 (たかぎおさむ)

1940年 京都府生まれ

現職：関西大学社会学部教授

学歴：1970年 京都大学大学院文学研究科博士課程満期退学・文博

研究分野：社会心理学・対人行動学

著書：「他者(ひと)を助ける行動」の心理学(共編著) 光生館 1987年

被服と身体装飾の社会心理学：装いのこころを科学する(上・
下巻)(監訳) 北大路書房 1994年

社会心理学への招待：若者の人見行動学(編著) 有斐閣 1995年

被服と化粧の社会心理学：人はなぜ装うのか(監著) 北大路書房 1996年

人を助ける心：援助行動の社会心理学 サイエンス社 1998年

援助とサポートの社会心理学(監著) 北大路書房 2000年 他



編集/川上 善郎 (かわかみよしろう)

1946年 東京都生まれ

現職：成城大学文芸学部教授

学歴：1968年 東京大学文学部卒業

研究分野：社会心理学・情報行動論・対人コミュニケーション

著書：電子ネットワークの社会心理(共著) 誠信書房 1993

わかりあう人間関係(共編著) 福村出版 1996

メディア・サイコロジー(共著) 富士通ブックス 1996

うわさが走る：情報伝播の社会心理 サイエンス社 1997

うわさの謎(共著) 日本実業出版社 1997

情報行動と社会心理(分担) 北樹出版 1999

日本人の情報行動2000(分担) 東京大学出版会 2001

思い起こせば、40年近く研究を続けてきて、2000年6月に還暦を迎えました。理念的態度構造モデルの妥当性を当時最新の分析法であった因子分析法によって検証することから社会心理学の研究を始めました。以来、主として、構造理論を基礎にして、態度変容や態度と行動の一貫性の問題を種々の社会的問題と関連する現実行動で検討してきました。この間、研究の方向づけや内容などに関して貴重な示唆を与えてくれた書物との出会いがありました。そこで、今度は、社会心理学の研究者に少しでもお役に立てることがあればやろうと考えて、本シリーズの監修を引き受けました。

Message

Message

本書は、社会心理学を勉強している人々を読者として想定しています。また、実務でインターネットを利用している人々や、日常生活で携帯電話を利用している人々にも広く読んでもらいたいと考えて編集しました。21世紀は、コンピュータを利用したメディア・コミュニケーションの時代です。メディアを通じたコミュニケーションの社会心理学的な特質を本書を通じて理解してもらいたいと思います。そのことによって、よりよい人間関係を形成し、より適切な自己表現が可能になると思います。

シリーズ 21世紀の社会心理学5

情報行動の社会心理学

2001年5月30日 初版第1刷印刷

2001年6月10日 初版第1刷発行

定価はカバーに表示してあります

監修者 高木 修

編著者 川上 善郎

発行者 丸山 一夫

発行所 (株)北大路書房

〒603-8303 京都市北区紫野十二坊町12-8

電話 (075) 431-0361 (代) FAX (075) 431-9393

振替 01050-4-2083



©2001

印刷/製本 朝日洋社

検印省略 落丁・乱丁本はお取り替えいたします

ISBN4-7628-2218-3 Printed in Japan

全国特殊学級設置学校長協会会長推薦・全国知的障害養護学校校長会会長推薦!

教室からのインターネットと挑戦者たち

チャレンジキッズによる出会い・学び

■編者

佐藤 尚武(滋賀大学教育学部教授,医学博士)

成田 滋(兵庫教育大学学校教育研究センター教授,教育学博士)

吉田 昌義(文部省初等中等教育局特殊教育課教科調査官)

電子ネットワーク上の学びの共同体
(チャレンジキッズ)で展開される,
障害のある子どもたちと教師たちとの,感動的な挑戦!



A5判・186頁
定価(本体1900円+税)

こねっと・プラン推進協議会推薦!

教室がインターネットにつながる日

インターネット利用教育の理論と実践

■編者

深田昭三・玉井基宏・梁岡慎一

2001年,すべての学校にインターネットがやってくる!!

インターネット利用教育の黎明期に何を考え,どのように歩んできたか。大学の研究者,「100校プロジェクト」「こねっと・プラン」参加校の教員等,気鋭の執筆陣が豊富な経験をふまえ,コミュニケーション・ツールとしてのインターネットの【問題点】【魅力】【可能性】【教育との接点】を解き明かす。



A5判・232頁
定価(本体2000円+税)

“電腦暮らし”の**水上勉**氏(作家)推薦

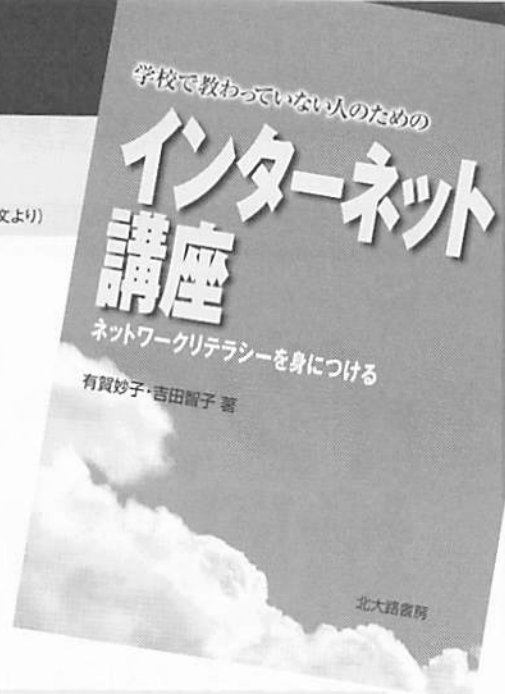
私はこの一冊でたいへん賢くなった気がした。
これまで独学でやってきたことに、自信をつけてもらった。
そして、新しいこともいっぱい学んだ。いい本が出たと思う。(推薦文より)

学校で教わっていない人のための

インターネット 講座

ネットワークリテラシー
を身につける

- 生活の道具になりつつあり、学校でも教えるようになってきた「インターネット」。しかしそこには、当たり前なのが実はできていないネットワーク上での行動が数多く存在する。あなたは果たして大丈夫か？
- インターネット活用の技(技法・コツ・作法)を磨き、自分や他者のネットワーク行動をチェックリスト・ワークシート・演習問題でクリティカルに評価しつつ、ネットワークリテラシーを身につける。



有賀妙子・吉田智子 著
A5判・230頁・定価(本体1800円+税)

●本書サポートページ
<http://www.tomo.gr.jp/Internet/> で「ネットワークを介した問題解決力」をさらにパワーアップ!!

北大路書房のインターネット関連書

トラブルに巻き込まれずにインターネット社会を安全に歩いていくための〈知識〉〈マナー〉〈対策〉

インターネットの 光と影

被害者・加害者にならないための
情報倫理入門

情報教育学会(IEC)・情報倫理教育研究グループ 編
A5判・198頁・定価(本体1600円+税)

急速に普及した「インターネット」は、とても便利である反面、危険なこともいっぱいあります。その利便性(光の部分)と危険性(影の部分)を理解し、知らないうちにネット上で被害者や加害者にならないようにしなければなりません。これらの知識や判断力は、もはや情報社会に生きるすべての生活者にとって必要とされる能力といえるでしょう。

本書で取り扱った「影」の部分

個人情報の漏えい、プライバシー侵害、知的所有権侵害、電子悪徳商法、売買トラブル、詐欺・雲隠れ、有害情報、モラルやネチケットの欠如、チェーンメール、いたずらメール、スパムメール、情報操作、不正アクセス、なりすまし、クラッカー、ネットストーカー……などなど

