


**研究者総覧：金 相美 (KIM, Sangmi)**

氏名（英語併記）	金 相美 (KIM, Sangmi)	
職名	准教授	
所属講座	メディアプロフェッショナルコース	
学位（専攻分野）	博士（社会情報学）・東京大学	
メールアドレス	<a href="mailto:kimsm@nagoya-u.jp">kimsm@nagoya-u.jp</a>	
個人のホームページ	<a href="http://www.lang.nagoya-u.ac.jp/~kim/">http://www.lang.nagoya-u.ac.jp/~kim/</a>	
研究分野	社会情報学	
	社会心理学	
	ニューメディア論	
現在の研究テーマ	社会関係資本とインターネット	
所属学会	ICA（International Communication Association）	
	日本マス・コミュニケーション学会	
	社会情報学会	
主要著書・論文	金相美・小林哲郎（2010）. 「Revisiting the hypothesis of Political Knowledge Gap in Asia's context」 Networking Democracy? New Media Innovations in Participatory Politics Symposium, June 25-27, バベシユ・ボヨイ大学, ルーマニア.	
	小林哲郎・金相美（2010）. 「News Exposure and Political Knowledge in East Asia: Are the Findings in the US Replicable here?」 International Symposium Transnational Connections Challenges and Opportunities for Political Communication, March 24-25, IE 大学, スペイン	
	金相美（2009）. 「文化とインターネット」『インターネット心理学のフロンティア』（三浦麻子・森尾博昭・森尾博昭編）, 251-284, 誠信書房.	
自己紹介文	<p>私（金相美）は、日本と韓国における、情報通信技術（携帯機器、インターネット、テレビ等）の社会的・心理的影響、情報行動、ネットワーク通信、ユビキタスメディア、デジタル技術の社会的・文化的影響、文化、政策を専門にしています。日本社会情報学会より 2004 年度研究奨励賞を賜りました。現在の研究は NII（日本 NII 国立情報学研究所 共同研究（公募型））に採択された「情報パラダイムの転換期における ICT 利用と政治参加との関係に関する研究」を行っています。橋元良明先生の研究プロジェクト（情報行動研究 2005, コニカミノルタ株式会社イメーシング研究所・日本学術振興会により助成を受けたデジタルメディアの変容等）にも取り組んでいます。主な専門</p>	

	<p>領域は以下の通りです。</p> <p>New Media, Information technology and Communication (CMC)</p> <p>Communication Effects and Processes</p> <p>CMC and Social-Psychology</p> <p>I, Sangmi Kim, specialize in social and psychological impacts of communication and information technologies (e.g. mobile devices, Internet, TV, etc), Information Behavior (IB), network communication, ubiquitous media, social and cultural impacts of digital technology, culture, and policy in Japan and S. Korea.</p> <p>・趣味：パワーヨガ(アシュタンガ)と筋トレ、マラソンを通じて体力作りとストレス解消に励んでいます。</p> <p><b>Hobby: Power Yoga (Ashutanga Yoga), Muscle Exercising.</b></p>
<p>受験生へのメッセージ</p>	<p>皆さん、こんにちは。私は大きく次の領域において実証的アプローチによる研究を行っています。似たご関心をお持ちの方は是非一緒に研究しましょう。まず、Eメールにてご連絡をお待ちしております。</p> <p>1. 放送・ニューメディア・情報通信 (Broadcasting, New Media, and Information)</p> <p>現代マス・コミュニケーションのコアとなる放送/ニューメディア/通信/インターネット全般における受容と人々の利用行動に関して実証的アプローチによる分析を行う。</p> <p>【キーワード】情報行動論，情報社会論，ニューメディア論</p> <p>2. コミュニケーションの効果研究 (Communication Effects and Processes)</p> <p>対人間／集団内／集団間コミュニケーションの情報源とチャンネル／メッセージ／受容のプロセスと効果に関する分析及び総合的探索を行う。</p> <p>【キーワード】対人コミュニケーション，マス・コミュニケーションの効果論，政治コミュニケーション，異文化コミュニケーション</p> <p>3. ニューメディア</p>



エッセー「韓国 N 世代白書」2002 年



『インターネット心理学のフロンティア——個人・集団・社会』2009 年

(New Technology and culture)

ソーシャル・メディアや掲示板、チャット等ニューメディアのコミュニケーションの特徴や効果に関する研究を行う。

【キーワード】 ツイッタ (Twitter) , フェースブック (Facebook) , 双方向性, ソーシャル・メディア, 同質性・異質性