

ひとつの到達点——情報・メディア・レトリック

北村日出夫

KITAMURA Hideo

0 本稿の趣旨

本稿は、私（北村）のひとつの到達点を「定義」の形で示し、若干の説明を付したものである。定義は、学界の常識から逸脱したり、日常の使い方からずれたりしている部分が多く、「独りよがり」といわれても仕方がないが、「情報」「表現行為」「コミュニケーション」等々に関する私なりの問題意識から出発した考察の「ひとつの到達点」で、それ自身「過程（道中）」に過ぎない。しかし、「定義」そのものが問題提起（および／あるいは、問題指摘）になっているので、現時点での一種の「テーゼ」（定立）だと私は見做している。

また、取り上げた事項の中には、『テレビ・メディアの記号学』（1985、有信堂高文社）と考え方で変わらないものもある。一種の美意識から、事項間に整合性をもたせたいという動機は強くあるがなかなかむずかしく、自分でも無理をしている——と思うことが多い。批判を率直に受取り、それを生かす姿勢を保ち続けたい。

以下、「定義」はゴチック体で示し、その後に説明を付加する。これらの文章で用いる符号「A」は行為主体、「B」はAからみでの他者、「X」はAの認識対象をおおむね表わす。

1 意味の発生

意味は特定の人間の具体的「行為」に関わって発生する。あらかじめモノに「意味」が備わっているわけではない。

ここでいう「行為」とは、特定の人間の「意識的／概念的」な行動である。また、「行動」とは、人間の心理的・生理的な動きを含んだあらゆる身体的動きをいう。したがって「行為」は「行動」の部分集合である。

金槌には「モノを打つ／モノをたたき込む」といった意味があると誰もが認めているように思えるが、それは金槌の生産者の意図（設計図／期待）通りの使用行為をしたときに発生する意味なのであって、使用の段階で、生産者の意図通りの行為が必ず行なわれるとは限らない。いかなる意味をもつかは、使用者の行為の中で生じる。生産と使用（消費）の各段階を通じて、共通の意味がその生産物に固有に存在しているわけではない。

これを「XがAにとって α という意味をもつ」ということに関していうと、上記の定義は「 α はXに固有に備わっているものではなく、Aの行為との関わりで生じる」ということである。そして、意味 α は、Aにとって独立したものではなく、Aの行為の中で他の可能な意味 β 、 γ ……との関連で α なのである。

おそらく「言語」はこうした意味の発生と関係して生じたものであろう。あるいは、意味の発生が言語の発生を促したといえるかもしれない。

このような行為主体の側からの発想は、本稿の議論の全体を通じての基本的な考え方である。

2 コンテキストとコンテキスト・フリー

「XがAにとって α という意味をもつ」というとき、 α は、Aの行為がある状況の中でXと関

わることで生じる。この「ある状況」をコンテキストという。 α という意味は、特定のコンテキストに依存して生じる。

コンテキストを考慮しない場合を「コンテキスト・フリー」という。

人間行為のあるところには、必ずコンテキストが存在する。

日常用語、あるいは文学の世界では、コンテキストは「文脈」と解されることが多い。ここでは、行為が行なわれる「場／状況」をコンテキストと考える。行為が行なわれる「場」とか「状況」には自然的なものもあれば、社会的なもの、個人的心理的な状況などもある。これらがすべてコンテキストである。したがって、人間の行為は必ず何らかのコンテキストの中で行なわれる。このような状況とか場といえはあまりにも広範囲であるので、何らかの行為を問題にするときには、問題にする行為にもっとも関与的な要素をコンテキストと見做す。

意味は、たんに個人的なものではなく、集団的、または、社会的共通性をもつことがある。何人かの人が類似、もしくは同一のコンテキストの中で金槌で釘を打つこと（＝行為）に用いれば、そのとき金槌の共通の意味が、同一行為をする人達の間で成立する。行為やコンテキストが完全に一致する必要はない。類似的な場合も意味の共通性は生じる。

後述する「記号」は現実のものがなくても、そのものの形象を描くことができる働きをするから、実際の行為が行なわれなくても（コンテキスト・フリーの状況の中で）、記号を手がかりに共通の意味をイメージすることは可能である。

しかし、いつも共通の意味が生じるとは限らないし、行為が異なれば、またコンテキストが異なれば、共通性は成立しない。こうした意味が共通

しないことをトマス・クーンの言葉を借りて「共約不可能性 incommensurability」と名付けてもよい。意味を考察するたいていの場合、共約不可能性があることを前提にすることが大切である。

3 情報とデータ

X が A にとって「意味」として認識されたとき、 X は A にとって「情報」になる。同じ X でも、 A とは異なる B にとって「情報」になるとは限らないし、 A にとってもコンテキストが異なれば「情報」にならない場合がある。

コンテキストを考慮しない場合（コンテキスト・フリー）で、感覚器官が受け取る刺激を「データ」という。刺激になるためには（情報と同様に）物質的基礎が必要であり、データは人間一般に対する普遍性（＝客観性）をもつ。

「データ」が「情報」になるのは、データが特定個人 A の特定コンテキストにおかれて A の行為に関係した（＝意味が発生した）場合である。

この定義にいうデータが世間では情報といわれる。しかし、ここでは情報になるかならないかは特定個人の問題であって、私は、情報それ自身が普遍的で客観性をもって存在しているとは考えない。このような情報に関する考えは『テレビ・メディアの記号学』で述べたものと違いはないが、そこではデータには触れなかった。いまは、「前情報的なもの」を必要とするので、これを「データ」と名付けることにした。

大学における「休講掲示」はそれが掲示板に掲示してある状態ではデータである。たとえば、それをある学生 A がその休講掲示＝データを見て「教室に行く必要がなくなった」というような行為をしたとき、そのデータが学生 A にとっては「情報」になる。自分が登録している科目の休講掲示であったからである。他の学生 B は、休講

掲示されている科目を取っていない場合、データの段階で留まるだろう。たまたまその科目の担当教員を B が知っていて、「相変わらず休講の多い教師だな」という感情をもったとすると、A とは異なる意味の「情報」になる。

情報は意味を必ずもっている。意味のない情報はない。意味が発生する以前のものをデータとよぶ。

「社会に情報が溢れ、情報が社会の重要部分を占め、社会の重要決定要素になった社会」を通常は「情報社会」といつているが、ここで使われている「情報」は私流に言えば「データ」であるから、「情報社会」は「データ社会」あるいは「多データ社会」「データ過剰社会」などと言い換える必要がある。

このように、いささか面倒なことではあるが、「データ」と「情報」を厳密に使い分けることで、情報という言葉を使う意義をより鮮明にした。たとえば、「情報（化）社会論」もこの観点から論じ直すことになる。

4 記号

記号とは情報を**形象 (bild/image)**化するものである。

記号は必ず**コード (code=約束事)**を内在している。

記号はメディアと結びついて具体的なものとして知覚可能になる。

言語はもっとも日常的で一般的な記号である。われわれは、通常、伝えようとする内容（＝情報）を言語で表現する。言語は情報を形象化する。そして、音声言語は音声を、文字言語は文字（文字を表わす身体・道具・装置を含む）を、メディアにした言語（＝記号）である。A が B に伝えようとする情報（当然、意味をもつ）を、言

語という記号を使って、身体（発声器官）・空気（振動）等をメディアにして B に伝えるのが音声言語である。文字言語の場合はそれに即応したメディアを使う。言語は何らかのメディアと結びつかない限り（メディアに乗せない限り）、聞いたり見たりできない、つまり知覚できない。言語は記号であり、音声言語／文字言語は《記号＋メディア》である。

また、コードのない言語はない。たとえば、A と B で日本語がわかるということは、A と B ともに日本語のコードを共有しているからである。言語以外でも、記号といわれる以上はコードを内在している。記号は「何ものかの代わり」をしている。「代わり」は「何ものか」が形象化されたものであり、「何ものか」と「代わり」とをつなぐ約束事とその記号のコードである。

コード（＝約束事）の決め方・決まり方には、A だけの場合、A と B の間の場合、小集団内での場合……、共同体や社会での場合など、さまざまなレベルがある。いずれのレベルでも、何らかのものが記号として働く場合はそのレベルで共有されるコードが必要である。言語は、同一言語圏内では普遍的な通用性をもつコードを内在している。

「記号学」は、このような「記号のシステム」と「記号の働き」を論じる人間の営為である。

5 メディア

意味を内在した情報の形象化である記号——《[意味>情報]→記号》と表記——を知覚可能にするものをメディアといい、メディアは物質に基礎をおく

メディアはその機能として人間関係を媒介する。逆に人間関係を媒介するものがメディアであるといえる。

メディアは、表現行為者によって選択される。

メディアはメディアとして選択されることでメディアになる。

メディアは、身体、紙、電波等々、いずれにしても物質である。「記号を知覚可能にする」という定義から、五感に直接訴えるという意味で、メディアは物質でなければならない。

表現行為過程、あるいは、その延長としてのコミュニケーション過程で、われわれはメディアを選択している。音楽を演奏する場合、自分の声、ギター、ピアノ等々、音を出すものを選択している。このときはじめて、自分の声／ギター／ピアノ等々がメディアになる。声、ギター、ピアノはそれ自身としてはメディアではない。演奏のために演奏者に選択されてはじめてメディアになる。

A が B に何らかの情報を伝えようとするとき、e-mail にするか、電話をかけるか、手紙にするか、人に伝言を頼むか——は A の選択行為で決められ、選択されてそれらはメディアになる。この場合、メディアの選択と記号の選択は相互に関連する。

あらゆる物質はメディアになる可能性をもっているが、ア・プリオリにすべての物質がメディアであるわけではない。「ものみなメディア」ではなく、「ものみなメディアになる可能性がある」ということだ。

あらかじめメディアとして使われることを目的に生産されたものでも、必ずメディアとして使用されるとは限らない。コンテクストによって、電話機で人を殴り、凶器として使用するかもしれない。また、メディアとは異なる目的に使われることを期待して作られたものでも、メディアとして使われることもある。別れの挨拶（情報）としてハンカチを手にもって振った場合、拭うための「ハンカチ」がメディアとして選択されたことになる。

メディアとして作られたものだけがメディアではなく、あらゆるものがメディアとして選択される可能性をもっている。

なお、『テレビ・メディアの記号学』で示した「メディアの階層性」については、現在も考え方は変化していない。

6 ^{ディスカール}言説とテキスト

意味・情報・記号・メディアによって生産されるものを「表現体」または「^{ディスカール}言説 **discours**（英語＝**discourse**）」という。

認識され、解釈される対象すべてを「^{ディスカール}テキスト」という。言説も認識対象になる場合はテキストになる。

表現体＝^{ディスカール}言説を構成する《記号＋メディア》は、言語（音声言語、文字言語）に限らない。映像／匂い／造形……なんであれ、《記号＋メディア》として選択され、主体によって意図的に表現されたものを^{ディスカール}言説という。したがって、舞踊や演劇における身体表現も^{ディスカール}言説である。

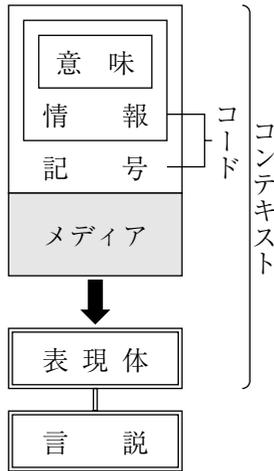
表現体である^{ディスカール}言説に対して「テキスト」は、認識対象すべてをいう。主体が認識＝解釈するものは^{ディスカール}言説だけではない。たとえば、自然現象も、認識（解釈）対象になる場合、解釈する主体にとっては「テキスト」である。テキストは主体が認識対象として生産するものである。コミュニケーション関係における「送り手・受け手」関係は、「生産者・消費者」関係ではなく、受け手もテキストの生産者として登場する。

『テレビ・メディアの記号学』で提示した「記号行動の三類型」、すなわち「表現行為／伝達行為・解読行為／解釈行為」のそれぞれに関わる「作品／メッセージ／テキスト」は、表現の側から見たものが「言説」、認識対象として見たものが「テキスト」であり、解釈行為の対象を「テク

スト」といったのは、今の叙述に沿っている。

なお、この「記号行動」は「情報行動」と同じである。《[意味>情報]→記号》というふうに、それぞれが行動の中で関連して働いているからで、『情報行動論』（1970，誠文堂新光社）では、情報に則して行動を規定したものであり、『テレビ・メディアの記号学』では記号に則して行動を考えた違いはあるが、行動はいずれも同じものである。

7 意味・情報・記号・メディア関連と表現体・言説の参考図



1~6を図示するとこのようになる。

情報と記号をつなぐのが「コード」であり、この図全体を通じて「場」として規定しているのが「コンテキスト」である。

8 データの構造

7の参考図と関連させて、3で示したデータの構造を図示すればこうなる。

データは、まだ[意味>情報]にならない状態の記号がメディアに乗って知覚可能になっているものである。この状態の記号を本稿全体の関連から「空記号」と呼び、それがメディアと結びつい



で知覚可能になっているものを「空表現体」と呼んでおく。

《[]→記号》が空記号である。

9 レトリック

メディアを媒介とする人間の表現行為に関わるすべての技術的営為をレトリックという。

このように、レトリックは通常より広く考える。

表現行為に関わる技術的営為はある種の「工夫」である。

5で述べたメディアの選択もレトリックの構成要素である。e-mailにするか/電話にするか/手紙にするか——というメディアとして何を選ぶかは、まさに、レトリックの問題である。

慣用的には、文字記号の構成に関わる「文飾」「文彩」をレトリックというが、ここでは、それらを含みあらゆる記号構成からメディアの選択に至るまでのすべての行為の技術的な工夫をレトリックという。

別れの挨拶行為として、たんに手だけを振ることとハンカチを手にもってそれを振ることとの違いは、メディアの違いであると同時に、そのメディアを選択した工夫の領域ではレトリックの違いである。

表現行為には必ずレトリックが存在する。レトリックのない表現行為はない。表現行為を論じる時、レトリック論は不可欠である。

本来のリテラシーは「読み書き能力」であるから、リテラシー論は読み書き論であるはずなのだが、このところ、ややもすると「受け取る方法」論になってしまっている嫌いがある。何をどう受け取るかは、何をどう表現するかと不即不離の関

係にあり、もともとリテラシー論はレトリック論と密接に関連している。私は、リテラシー論の表現論部分（読み書きの書く部分）をレトリック論の中に回収するのが適切であると考え、人間行為論の中でレトリック論の重要性を強調したい。

コミュニケーション論においても、当然のことながら、レトリック論が重要部分を占める。

(2001. 12. 05)

(付録)

《私的》情報・メディア等研究史 (1954～)

[◆著書 ♥編書・共著書 ▼論文①=単行本 ◇論文②=紀要 ▽論文③=一般雑誌 †雑文]

(翻訳・新聞コラム・辞典項目は除く)

北村日出夫

【雑誌の号数・編著者名等省略】

- 1957・10▽「広告効果測定に関する一考察」 「広告論叢」 万年社
- 1960・3▽「マス・メディアに対する受け手のイメージ」 「放送朝日」 朝日放送
9▽「政治関心と聴取者」 「放送朝日」 朝日放送
- 1962・6▽「ビジネス・ガールとテレビ視聴行動」 「放送朝日」 朝日放送
9◇「わが国におけるマス・コミュニケーション研究の現状Ⅰ」 「調査と資料」 関西大学経済政治研究所
- 1964・11▼「コミュニケーションの効果とそのプロセス」 『日本の消費者』 ダイアモンド社
12†「“放送人”の昴藤」 「KYOWA AD-REVIEW」 協和広告
- 1966・3a▼「家庭テレビの時代」 『日本の視聴者』 誠文堂新光社
3b◇「テレビ視聴行動分析の一視角」 「人文学」 同志社大学人文学会
- 1967・1◇「『情報行動』試論」 「人文学」 同志社大学人文学会
3▽「『情報行動』と広告」 「広告論叢」 万年社
- 1968・11◇「『情報行動』の理論」 「放送学研究」 NHK 総合放送文化研究所・放送学研究室
- 1969・2▼「広告媒体としての放送」 『放送学概論』 岩崎放送出版社
- 1970・1◆「『情報行動論』 誠文堂新光社
2▽「家庭におけるマスコミ教育と親の態度」 「児童心理」 金子書房
7a▽「“送り手受け手”この図式からの解放が真のコミュニケーションを生む」 「宣伝会議」 久保田宣伝研究所
7b◇「アメリカのマス・コミュニケーション研究の批判——ベレルソンとクラッパーの場合」 「人文学」 同志社大学人文学会
11▽「子供のための情報整理」 「児童心理」 金子書房
- 1971・2a◇「言語としての報道——時枝誠記の言語論からの一考察」 「評論・社会科学」 同志社大学人文学会
2b▽「広告による大衆操作の限界性」 「ブレーション」 誠文堂新光社
3a◇「'70年代社会変化の動向と展望」 「YTV レポート」 読売テレビ放送
3b▼「市民意識の形成と放送」 『テレビと生涯教育』 日本放送出版協会
5▽「現代っ子の思考力——その特色と指導について」 「児童心理」 金子書房
10▽「リサーチ革新の胎動と背景」 「YTV レポート」 読売テレビ放送
12◇「伝達と社会性——時枝理論の検討を通しての表現論序説」 「評論・社会科学」 同志社大学人文学会
- 1972・3▽「言語・情報・記号」 「新聞研究」 日本新聞協会
5▽「マス・コミのコトバ」 「月刊・言語」 大修館書店
7a▽「レジャーと世代——その実態と余暇観の変化について」 「ブレーション」 誠文堂新光社
7b◇「“Seech”と『言論』——翻訳語としての漢語『言論』の問題(その一)」 「評論・社会科学」 同志社大学人文学会
9▽「データ・バンク構想の問題点」 「YTV レポート」 読売テレビ放送
10▼「マス・コミュニケーション受容のプロセス」 『社会学セミナー・4』 有斐閣
- 1973・6▽「家庭における『考えさせる』訓練」 「児童心理」 金子書房

- 10▼「生活情報としての広告、文化情報としての広告」 『新しい社会学』有斐閣
- 11▼「ノーバート・ウィーナーのコミュニケーション論」 『講座コミュニケーションⅠ』研究社
- 12▼「深夜放送」 『講座・現代ジャーナリズムⅤ』時事通信社
- 1974・2▼「マス・コミ時代の到来」 『講座・現代ジャーナリズムⅠ』時事通信社
- 4▼「マーケティング情報の心理」 「ブレーン別冊」誠文堂新光社
- 7◇「都市化と地方自治体の動向」 「評論・社会科学」同志社大学人文学会
- 1975・4a◇「テレビはハプニングである」 「放送文化」日本放送出版協会
- 4b▼「放送と教育」 『放送学概論』ミネルヴァ書房
- 12◇「生活構造とマス・コミュニケーション——1970年前後のクロニクル」 「評論・社会科学」同志社大学人文学会
- 1977・3◇「プロセスとシステム——コミュニケーション研究の方法的整理のために」 「評論・社会科学」同志社大学人文学会
- 6a▼「地方自治体とコミュニケーション」 「京都市政調査会報」京都市政調査会
- 6b▼「研究者の窓——コミュニケーション研究の現在の問題」 「新聞研究」日本新聞協会
- 7a▼「覚える意欲の乏しい子の指導」 「児童心理」金子書房
- 7b▼「コミュニケーション」 『講座・比較文化』第5巻（日本人の技術）研究社
- 10◇「受容行動研究への覚え書き」 「新聞学評論」日本新聞学会
- 1978・4▼「社会生活におけるコミュニケーション」 『現代社会学——資料と解説』アカデミア出版会
- 1979・3a▼「1968・9年の『大学闘争』」 『抵抗と持続』世界思想社
- 3b●『マス・コミュニケーション入門』（Ⅴ 広告） 有斐閣
- 1980・3▼「スポーツとマス・メディアの作用」 「総合ジャーナリズム研究」社団法人東京社
- 10▼「大衆運動と大衆」 「ジュリスト増刊総合特集（日本の大衆文化）」有斐閣
- 1981・6▼「『年齢』と『世代』からみた戦後——世論調査の結果から」 「思想の科学」思想の科学社
- 10●『広告キャッチフレーズ』 有斐閣
- 11▼「メディアがつくる共同体」 『マスコミが事件をつくる』有斐閣
- 1982・5†「現在（いま）記号から」 「同志社学生新聞」同志社学生新聞局
- 5▼「伝統なき『京都』——発想の転換を求める私の『京都』論」 「京都市政調査会報」京都市政調査会
- 9▼「映像コミュニケーション——伝達回路の逆転（座談会）」 『ザ・メッセージ』平凡社
- 11▼「『テレビの費用（コスト）』考」 「思想の科学」思想の科学社
- 1983・1a●『日本のテレビ文化』 有斐閣
- 1b▼「私のスポーツ体験から」 「体育科教育」大修館書店
- 3†「学生の読書と表現力」 「同志社時報」学校法人同志社
- 4†「私と学生と卒業論文」 「書齋の窓」有斐閣
- 8▼「テレビ時代と読者の生活様式——『解説過剰文化』への課題」 「國文學」學燈社
- 1984・2◇「記号学の構想——概念枠提示の試み」 「評論・社会科学」同志社大学人文学会
- 3▼「現代青年の意識と生態——メディア」 「青年心理」金子書房
- 6†「ニューメディア論にかけているもの」 「For Parents and Alumni/Alumnae」同志社大学
- 9▼「学校教育の未来——現状認識と問題解決の方法」 「青年心理」金子書房
- 1985・6◆『テレビ・メディアの記号学』 有信堂高文社
- 1986・1/2▼「プライバシー・ジャーナリズム——問われるのは誰？」 「書齋の窓」有斐閣
- 5▼「テキストとしての『宣言』——記号学から見た〈京都〉の課題」 「京都市政調査会報」京都市政調査会

- 7▽「ファジー集合と都市空間」 「京都市政調査会報」京都市政調査会
- 11a▼「テレビ時代の司祭たち——現代神話のなかのタレント」
『楽しくなければテレビじゃない』フジテレビ出版
- 11b▼「文化のナラティブ・メディア——テレビの神話化とメディア論の課題」
『語り・文化のナラトロジー』（記号学研究6）東海大学出版会
- 1987・1▽「7つの断章=『情報化社会』と都市の活性化」 「京都市政調査会報」京都市政調査会
- 2▽「『情報化社会』のなかの教育のあり方——二値的論理の支配=『管理』に対応して」
「発言'87」ひょうご芸術文化センター
- ◇ “Television is Fiction and Viewers are Observers——Relation Between Television and Viewers in Japan.”
STUDIES OF BROADCASTING, Broadcasting Culture Research Institute, NHK.
- 5a▽「社会理解のための三つの軸と京都の方向性」 「京都市政調査会報」京都市政調査会
- 5b◇「『国語』思想の点検——雑誌『日本語』の時枝論文批判」 「評論・社会科学」同志社大学人文学会
- 9▽「スポーツと地元意識」 「京都市政調査会報」京都市政調査会
- 10▽「『連続』と『非連続』——ジャーナリズムの忘却しているもの」 「京都大学新聞」京都大学新聞社
- 12†「『民主主義』未だし」 「ジュリスト」有斐閣
- 1988・3▽「幻覚の食文化とイベント志向——豊かさの錯覚と地方の主体性」 「京都市政調査会報」京都市政調査会
- 8†「正統派関西弁の崩壊」 「月刊・日本語」株アルク
- 9・11・(89)3・5・7†（5回連載）「記号学入門」 「第一工業製薬・社報」
- 1989・3a†「女性からしか見えない男性——現代『おとこ』論」 「撰陵」向陽社
- 3b◇「記号消費と“MASS RITUAL”——現代日本における社会現象への批判的一考察」
「評論・社会科学」同志社大学人文学会
- 4/5†「『王様は裸だ！——MASS RITUALの演出に対抗しよう」
「マスコミ市民（特集：『天皇』とマスコミ）」日本マスコミ市民会議
- 秋†「吉本現象（トレンド）と蓄園」 「ぎおん」蓄園甲部組合
- 12†「情報化社会と国際化」 「レゴ」同志社大学宗教部
- 1990・1▽「『モノ』とは何か——モノ・記号・メディア」 「青年心理」金子書房
- 3▽「高齢者の学習メディア——学校教育的発想からの脱却」 「教育と情報」第一法規出版
- 4†「かしこい受験生と気楽な大学生」 （マス・メディアと若者①）
- 5†「思考の省力化とマニュアル依存」 （マス・メディアと若者②）
- 6†「お祭り騒ぎとシミュレーション」 （マス・メディアと若者③）
- 7†「『群れ』志向と共同空間の中の個的空間」(マス・メディアと若者④)
- 9†「記号消費社会と社会的課題」 （マス・メディアと若者⑤）
- 10a▽「『事実』であればいいのか——ジャーナリズムの課題と問題点」 「新聞研究」日本新聞協会
- 11†「能動的な表現活動を目指して」（特集：1年生を教室に引きつける試み） 「大学時報」日本私立大学連盟
- 10b†「消費される情報の姿」 （情報・メディア・教育①）
- 11†「揺らぐ『らしさ』の文化」 （情報・メディア・教育②）
- 12†「『プライバシー権』教育の必要性」(情報・メディア・教育③)
- 1991・1†「用意された物語」 （情報・メディア・教育④）
- 3†「24時間闘えますか」 （情報・メディア・教育⑤）
- 1992・1▽「テレビがつくる文化——湾岸戦争に見る」 「時事教養」自由書房
- 1994・1◇「出来事・物語・ジャーナリズム」 「評論・社会科学」同志社大学人文学会

- 7† 「追悼 和田洋一さん」 「マス・コミュニケーション研究」日本マス・コミュニケーション学会
- 9◇ 「『下野守為元の家に入りし強盗、女を取る話』——〈見立て〉によるニュース・レトリック論」
「評論・社会科学」同志社大学人文学会
- 10▽ 「プライバシー問題と『人間＝性悪説』」 「アイ」(株)日本情報センター
- 1995・2▽ 「便利さと人間〈性悪説〉——個人情報保護のためのラディカルな問い」
「アキューム Accumu」京都コンピュータ学院
- 1996・6▽ 「テレビにおける〈音声言語〉の重要性」 「AURA」フジテレビ編成局調査部
- 1997・3▼ 「『判り易さ』とメディア・リテラシー」 『感覚変容の記号論』(記号学研究 17) 東海大学出版会
- 1998・3◇ 「表現技術 rhetoricと読み書き能力 literacyについて——物語社会学のための予備的検討」
「同志社社会学研究」同志社社会学研究学会
- 1998・9† 「『健康』は水戸黄門の葵の御紋」 「SEIKEI-GEKA KANGO」メディア出版
- 1999・8◇ 「ラジオ、20世紀のメディア意味空間の『原点』——《音・声》をモチーフに」
「マス・コミュニケーション研究」日本マス・コミュニケーション学会
- 1999・9▽ 「インターネットは巨大な私語空間——可能性を認めながら議論するしかない」 「新聞研究」日本新聞協会
- 2001・6† 「俯瞰」 「視・展」京田辺芸術家協会
- 2001・12◇ 「敗戦の《跨ぎ方》——岸田国土の1940年頃の言説分析」 「評論・社会科学」同志社大学人文学会