

○小方 孝（東大先端研）、川村洋次（東大総合）

1 はじめに

マルチメディア技術の進展に伴ってソフトウェアにおけるいわゆるコンテンツ開発の重要性が増しつつある。実際にマルチメディア作品やインターネットのホームページなど多くのコンテンツが日々作り出されている。このような現状を背景としてコンテンツ制作に関わる方法論や事業戦略論が必要とされている。本稿では、コンテンツ一般と言うより、マルチメディア技術を物語を表現するための新たなメディア（〔朝日新聞 1996〕に最近の動向が書かれている）として捉え、マルチメディア型物語創造支援のための一つの技術・方法を提案する。映画は当初物語と結び付けて考えられなかったが、先駆的な技術者・芸術家達の実験（例えば〔ツェーラム 1977〕）によって一大物語産業を作り上げて今日に至っている。マルチメディア技術の発展にとっても、異種混交の実験精神が最も重要であり、現状においては多様な試みがあり得るべきであるが、そのためにはこの技術の本質を検討する努力が必要とされる。

以下、本稿では、筆者らが現在行っている物語全般の比較検討を通じて、マルチメディア型物語作品の重要な特性を、環境（消費者等）とのインタラクションを通じた作品の動的可塑性にあると考え、このようなマルチメディア型物語の創造支援の一方向として、物語の普遍的構造・変換部分を知識ベース化・自動化することにより、制作の効率化や創造性を支援するアプローチを提案する。

2 物語の多様性と普遍性

人間は古くから物語を思想や感情を構造化する道具として使ってきた。筆者らが現在進めている物語全般の分析・調査によれば（付録1）、広く物語を表現する形態は語り物、小説、演劇、民話、噂、儀礼、夢のような多くのタイプに分かれ、それぞれが下位ジャンル（演劇なら能、歌舞伎、新国劇など）に分かれている。各物語作品は音声、音楽、画像、映像、文字、肉體動作のような多様な表現メディアによって演出・表現され、本、楽器、映画機器、テレビ、肉體そのもの、コンピュータのような物理的伝送・受容メディアによって消費者のもとに届けられ、消費者は日常的状況において、あるいは舞台や劇場のような非日常的状況においてそれを享受する。このように、人間はこれまで非常に多様な物語の形態（ジャンル、メディア、物語を通じたコミュニケーション）を試みて来た。

しかし、一方であらゆる物語を貫いて成立する構造的普遍性についての議論が行われている。例えば、ブロップは総計31個の機能的動詞の連辞によって民話の構造を定義できるとし〔ブロップ 1987〕、物語文法はこれをもとに物語の構造を生成文法化し〔Rumelhart 1975〕、小方はこれらを人工知能による物語生成の研究に導入することを試みた〔小方 1993〕。小方はこの研究に引き続いて、物語生成過程をいくつかの段階の変換プロセスから成るものとして定義し、それぞれのプロセス及びプロセス間の変換に関わる諸知識の暫定的な集合を定義し、さらにこれを計算機プログラムとして実験した〔小方 1996a, 1996b〕。

このように、物語を検討する場合、その多様性と普遍性の両面から考えて行かなければならない。

3 物語の産出—消費過程

*1 Takashi OGATA E-mail: ogata@ai.rcast.u-tokyo.ac.jp Phone/fax: 045-731-8892

*2 Youji KAWAMURA E-mail: KGH01210@niftyserve.or.jp Phone: 03-3489-1228

上述の研究で小方が定義した物語生成過程は一個人の思考過程のモデルを意図したものであったが、物語生成全体を考えた場合、これを図1のように物語の産出—消費過程の社会的モデルに拡大する必要がある。

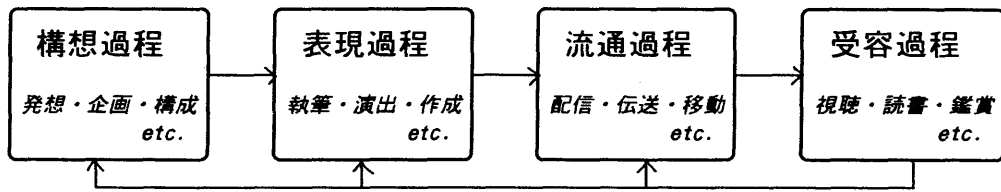


図1 物語の産出—消費過程の社会モデル

この図の最初の部分である構想過程は、作ろうとする物語の構成や概略を決定する段階であり、上述した物語の普遍的構造の側面により強く規定された性格を持っている。付録2に示すのは、いくつかの物語ジャンルのそれぞれの過程における作業内容とそれを担う人員構成を単純化してまとめたものであるが、ここで示したような多くの場合は組織的なプロセスを通じて、実際に世界に現れる物語現象の多様性が実現されていると言える。例えば、ゲルマン神話の物語がオペラになり、王女救出型の民話がテレビゲームになり、学校の世間話が映画や読物になるという、物語どうしの相互変形・変換関係は、構造に基づく変換の積み重ねによって多様性を実現する物語産出—消費過程のいずれかのポイントにおいて、生成経路を任意に変更することができるために可能になる。

4 マルチメディア型物語の特性と方向性の考察

筆者らは、マルチメディア型物語の最大の特徴を、物語の普遍的な構造的要素や諸過程の変換型知識を形式化することにより、物語の多様性を構造・表現・流通・受容の諸レベルにおいて実現できるメカニズムを作品の中に内蔵させることができる点にあると考えている（この点で口承文芸の時代の語り部と親近性がある）。現在、既存の作品（映画等）をデータベース化しネットワークで大量に配信することをもってマルチメディアのメリットと見なすような発想が流通しているが、筆者らの考えでは、マルチメディア型物語が既存の物語形態のためのメディアであることを超えて独自性を獲得するには、データベースの構成要素とすべき内容をさらに断片化し、この断片を組み合わせたり変形させたりする知識すなわち物語自動生成や自動変換知識を定式化することが必要である。付録3は、様々な物語ジャンルの性格を暫定的に数値化したものであるが、旧来の物語形態と比較した場合に顕著になるマルチメディアにおける作品の変容性（可塑性）、人々の作品産出・受容への参加可能性という本質的特性を実現するものとして、こうした技術的・形式的方法を位置付けることができる。これは、書記文芸の支配を脱して口承文芸の性格を再導入するものとも言えるが、あらゆる物語のデジタル化されたシミュレーションとしてのメタ物語としてのあり方を可能とすることにより、全く新しい方向を切り開く可能性を持つものでもある。一方、マーケティング戦略の観点から考えれば、消費者各人の要求に対して1対1で柔軟に対応することを目標とする方向と合致する。

このような技術・方法を実現するには、旧来の多くの物語ジャンルを対象に物語の構造・表現・流通・受容・組織・内容（素材）のあり方を体系的に分析し、これらを適切に表現できる物語創造支援のための知識ベース型情報システムを開発することが課題となる。

5 まとめ

本稿では、マルチメディア型物語の本質的な創造支援のあり方として、従来の様々な物語形態との比較・検討を通じて、物語の作品レベル未満の断片的な構成要素や産出技法を知識ベース化することによって、物語過程そのものを作品内部に組み込むことにより、作品の動的な可塑性や人々の参加性を実現することが重要であることを述べた。これまで、こうした方向で研究の構想を立て[小方 1996c]、物語型広告創造支援[小方 1995a, 1995b]や芸能キャラクター生成のモデル化[川村 1996]などの研究を行って来た。今後は、本稿で断片的に示した物語の構造・内容等の分析とそれに基づく生成・変換機構の開発

や、これらを組み込んだサービス業務等におけるマルチメディア作品の制作を通じ、よりグローバル且つ本質的な観点から次世代の物語ソフト創造のあり方を考えて行きたい。

参考文献

- [朝日新聞 1996] 朝日新聞：何が変わる？電子メディアと文芸。9/17~19（夕刊文化面）。
- [小方 1993] 小方孝：物語生成の計算モデルをめざして。日本認知科学会テクニカルレポート，93-No. 22，pp.52-67。
- [小方 1995a] 小方孝，渡辺光一他：マーケティング／広告統合支援のための物語生成システムの応用の基本的枠組み。経営情報学会誌，Vol.4，No.1，pp.19-42。
- [小方 1995b] 小方孝，渡辺光一：人工知能による広告制作支援システムのための物語型CFの構造分析と広告の物語生成過程の検討。広告科学31集，pp.153-157。（日本広告学会論文賞）
- [小方 1996a] 小方孝他：物語のための技法と戦略に基づく物語の概念構造生成の基本的フレームワーク。人工知能学会誌，Vol.11，No.1，pp.148-159。
- [小方 1996b] 小方孝他：物語生成システムのための物語構造の分析と物語生成過程の検討。認知科学，Vol.3，No.1，pp.72-109。
- [小方 1996c] 小方孝，川村洋次：仮想作者論の構想。日本シミュレーション&ゲーミング学会第8回全国大会発表論文抄録集，pp.85-92。
- [川村 1996] 川村洋次，小方孝：キャラクター生成過程のモデル化。日本シミュレーション&ゲーミング学会第8回全国大会発表論文抄録集，pp.93-97..
- [ツェーラム 1977] C.W.ツェーラム著，月尾嘉男訳：映画の考古学。フィルムアート社。
- [ブロップ 1987] B.ブロップ著，北岡他訳：昔話の形態学。白馬書房。
- [Rumelhart 1975] Rumelhart,D.E.: Notes on a schema for stories. In D.Bobrow & A.Collins(EDs), Representation and understanding: studies in cognitive science, Academic press.

付録1(1) 物語の現象形態

ジャンル	例(下位ジャンル)	表現メディア	伝送/物理状況	コミュニケーション/状況
(A) 作品としての物語				
語り物	声曲(語り物)、平曲、物語譚の談話、百箇前の語り物、合戦譚、本地物(土着録記)、説教節、浄瑠璃、清元、常盤津、講談、説教祭文、でろりん祭文、夜速節	音声/音楽	肉体/楽器	日常/舞台
小説・物語	歌物語、仮名日記、物語、源氏物語等、短編物語集、説古物、浮城物語、歴史物語、仏教説話集、説話物語、軍記物語、江戸小説(仮名草子、浮世草子、洒落本、黄表紙、読本、合巻、滑稽本、人情本)、近・現代小説(戯作文学、政治小説、学業小説、けん本、本社文学、写生文、自然主義文学(私小説、心機小説)、耽美主義文学、史伝(歴史小説)、理想主義文学、新感覺派、70年代文学、左翼文学、推理(探偵)小説、肉体文学風俗小説、戦後派、大衆小説、中岡小説、SF小説)	文字/画像 (音声)	本/(肉体)	日常/舞台
詩	和歌、連歌、漢詩、俳諧、狂歌、川柳、近・現代詩	文字/音声	肉体/本	日常/舞台
歌謡(詞)	祝詞、重命、古代歌謡(記紀歌謡、万葉歌謡、神楽、催馬楽)、仏教歌謡(声明、渡邊、和讃)、今昔、裏曲、謡曲、平曲、小歌、三味線歌謡(そら曲、節歌、浄瑠璃、江戸長唄、端唄、小唄、首領、口説)、歌謡曲/流行歌/舞歌謡(演歌、ジャズボカール、ロックンロール、フォーク、ニューミュージック)	音声/音楽	肉体/楽器	日常/舞台
演劇	原始劇(歌垣、神楽、祝詞)、技楽、舞楽、能楽、田楽、猿楽、能狂言、文楽(人形浄瑠璃)、歌舞伎、壮士芝居、新派、新国劇、新劇、狂言劇、大衆演劇、歌舞演劇、アングラ、前進演劇、舞踏劇(バレエ、クラシック、バレエ、モダンバレエ)、レビュ一、音楽劇(オペラ、宝塚歌劇、ミュージカル、オペレッタ)	音声/音楽 動作	肉体/楽器	舞台
大衆芸能	漫才、漫談 バラエティショー 歌謡ショー 落語	音声/動作/音楽 音声/音楽 音声	肉体/楽器 肉体/楽器 肉体	舞台 舞台 舞台 舞台
絵画	絵巻物 絵語り(びょうぶ絵・歌、絵解き、紙芝居) 日本画、油彩画 漫画	紙(巻物) 紙(巻物/画布)/ 紙(画布) 紙(本)	映画装置 ラジオリ テレビ ビデオ	日常/舞台 舞台/日常 日常/舞台 日常
映像芸術	映画(非劇場映画、テレビドラマ、劇場映画) ラジオドラマ テレビ映画	音声/映像/文字 音声/音楽 音声/映像/文字 音声/音楽/文字	映画装置 ラジオリ テレビ ビデオ	舞台(劇場) 日常 日常 日常
音楽	交響詩 歌曲(芸術歌曲、童謡)	音声/動作 音楽/音声 文字	楽器/肉体 肉体/楽器	舞台 舞台
随筆・随想	随筆・随想	文字	本	日常
(B) 広義の物語的表現				
広告・宣伝	政治的宣伝、商業的宣伝/広告	全媒体が可能	全媒体が可能	全媒体が可能

付録1(2)

ジャンル	例(下位ジャンル)	表現メディア	伝送/物理メディア	コミュニケーション状況
歴史	国家,地域,社会,生物的存在,物理的存在,人間(自叙伝・自伝),企業・組織(社史)	文字/画像	本	日常
報道	ニュース報道,芸能報道,スポーツ報道(新聞記事) ニュース報道,芸能報道,スポーツ報道(テレビ) ニュース報道,芸能報道,スポーツ報道(ラジオ)	文字/画像 音声/音楽/文字/画像/映像 音声/音楽	新聞紙 テレビ ラジオ	日常 日常 日常
演説	政治的演説,学術演説,市民活動の演説,広告・宣伝演説	音声/動作	肉体	舞台/日常
学術	論文,理論	文字	本	日常
記録	訴訟(裁判)記録文,その他の記録類	文字/画像	文書	日常
(C)社会的創発現象としての物語				
噂		音声/動作	肉体	日常
伝承文芸	呪術的祭式 神話,民話,伝説,昔話	音声/動作 音声/動作	肉体 肉体	舞台 日常/舞台
民謡	郷土民謡,わらべ唄,流行歌	音声/音楽	肉体/楽器	日常舞台
民俗芸能	神楽,舞楽,仕事の舞,田楽,風流(太鼓踊,獅子踊,念仏踊,盆踊),小歌舞,綾踊,人形芝居,歌舞伎(地芝居)	音声/音楽/動作	肉体/楽器	舞台
舞踊	日本舞踊,アイヌ舞踊,沖縄舞踊	音声/音楽/動作	作 肉体/楽器	舞台
祭礼	稲作に関する祭,戦いを目的とする祭,死者の魂を呼び迎えて鎮定する祭,集団の繁栄祈願	音声/音楽/動作	肉体/楽器	舞台
儀式	雅楽,舞楽,結婚式,葬式	音声/音楽/動作	肉体/楽器	舞台
(D)現実現象に浸入する物語				
政治における神話	人種的神話,政治教義,ミランダ等	全媒体が可能	全媒体が可能	全状況が可能
談話,対話		音声/動作	肉体	日常
事件		音声/動作	肉体	日常
イベント	スポーツ,政治,社会	全媒体が可能	全媒体が可能	舞台
スポーツ	相撲,プロレス 野球,柔道,サッカー	動作/音声/音楽 動作/音声	肉体/楽器 肉体	舞台 舞台
(E)生理的・心理的現象の中に見れる物語				
夢		音声/映像	肉体(脳)	日常
妄想/夢想	白昼夢,精神分裂病/そう臍症状/不安神経症/(パニック障害)/パラノイア/,その他の精神神経障害等に伴う	音声/映像	肉体(脳)	日常

付録2 物語各ジャンルの産出-消費過程における作業内容と担当者

過程	作業内容	担当者
<読本> 構想 表現 流通 受容	歴史的考証を想像力によって加工し,テーマ・内容概要等を決定. 本文執筆,挿絵制作 製本,書籍問屋・貸本屋で流通過程に乗せる.併せて広告・演出等. 日常の場における読書.	作者,(版元,貸本屋) 作者,浮世絵師,(版元,貸本屋) 版元,貸本屋 読者
<小説(現代)> 構想 表現 流通 受容	テーマ発見,取材,構成・概要・手法等の決定. 本文執筆,挿絵制作. 製本,出版社により流通過程に乗せる.併せて広告・演出等. 日常の場における読書.	作家,(編集者) 作家,画家,(編集者) 編集者,装丁家,出版社,広告,書店 読者
<演劇(現代)> 構想 表現 流通 受容	発想・企画・構想:作品内容,組織スタッフ編成,上演形態等全般的なプランニング.台本作成: 演出:脚本をもとにキャスト,演出スタッフによる稽古,舞台装置等の確定. 実際に上演する舞台への移行(流通=受容).広告・宣伝. 興業:舞台における上演と受容.	プロデューサー 脚本家 演出家,俳優,技術・装置担当,(脚本家),(プロデューサー),(舞台監督) プロデューサー,劇場(会社),広告プランナー 舞台監督,俳優,技術・装置担当, (プロデューサー),劇場(会社),観客
<能> 構想 表現 流通 受容	企画:主に興業主(主にツケ方の一流一派による)の主権による.演目・期間・配役等のプランニング.発想・構想:ジャンルとしては,旧来の民俗芸能・音楽・演劇等を統合して室町時代に成立.脚本も集中的に執筆された.その後僅かに新作の創作もあるが,主体は旧作の演出. 演出:能台本をもとに演者・演出スタッフによる稽古.舞台装置等の確定. 能舞台上に移行(流通=上演).広告・宣伝. 能舞台における上演と受容.	興業主,(脚本家) 能楽師,能役者,演奏者,演出者, 技術・舞台装置担当 興業主 能楽師,能役者,演奏者,技術・舞台装置担当, 劇場の実務者,(演出者),(興業主),観客
<歌舞伎> 構想 表現 流通 受容	企画:主に興業主(座元)の主権による.演目・期間・配役等のプランニング.発想・構想:ジャンルとしては,旧来の民俗芸能・音楽・演劇等を統合して江戸時代以前に発生.脚本は江戸時代に集中的に執筆された.その後,新作の創作もあるが,主体は旧作の演出. 演出:歌舞伎台本をもとに台本整理(省略等)をし,役者の稽古.舞台装置・音楽などの確定. 歌舞伎用劇場に移行(流通=上演).広告・宣伝. 劇場の舞台における上演と受容.	座元,座長,(脚本家) 座長,演出家,(舞台監督),役者, 音楽演奏者,技術・舞台装置担当, 座元,座長 座元,座長 舞台監督,役者,音楽演奏者,技術・舞台装置担当,表方/裏方,観客
<映画> 構想 表現 流通 受容	企画:市場調査,作品のコンセプト,キャスト,スタッフ等のプランニング. 脚本作成:シナリオハンティング及びシナリオ執筆. 製作:シナリオに基づき,撮影・音楽制作,フィルム編集作業等を行い,作品を完成する. 劇場契約,営業,広告・宣伝等.(他メディア展開:例)ビデオワトの場台,ビデオメーカー,販売店,卸を経てビデオ/ビデオでの貸出販売.) 劇場上映.(各メディアによる再生:例)ビデオワト再生装置による受容.	プロデューサー,(配給・興業組織)の持ち手,(プロデューサー) 映画監督,助監督,俳優,技術・装置担当,音楽監督,(プロデューサー) プロデューサー,広告プランナー, 営業員,配給・興業組織 技術担当,観客

付録2(2)

<p><テレビドラマ> 構想 企画:作品コンセプト、キャスト、スタッフ等の企画立案作業。 脚本作成: 表現 製作:シナリオに基づき、撮影・音楽制作、VTR作成等を行い、作品を完成する。 流通 放送、広告・宣伝等。(他メディア展開) 受容 テレビ放映を通じた受容。(他メディアを通じた受容)</p>	<p>プロデューサー、(スポンサー) シナリオライター、(プロデューサー) ディレクター、俳優、技術・装置担当、作曲家、音楽担当、(プロデューサー) 技術担当、広告プランナー、 プロデューサー、テレビ局 視聴者</p>
<p><テレビ報道番組> 構想 取材:原稿執筆、電話、ワープロ、カメラ、16ミリカメラ、録音機器等により、取材情報を収集する。 表現 編集:アウスの原稿へのリポート、フィルム整理・編集(構成・図表挿入等)。 流通 放送:テレビによる放映。 受容 テレビを通じた受容。</p>	<p>放送記者、カメラマン、録音技術者、技術担当 ニュース編集者、ディレクター、技術担当 アナウンサー、ニュースデスク、ニュースリポーター、放送記者、技術担当、ディレクター、テレビ局 視聴者</p>
<p><絵巻物・しよう絵・歌> 構想 絵:行事・遊芸・草木風景・歌枕・名所の景観等を題材に発想。その他先行作品の場面、画題、構図に基づく類型等からの構想もあった。 歌:絵画テーマの追認、新たな発掘、注釈等が発想の原点となる。 表現 絵画の制作、詠歌。 流通 祝賀の宴や重要な儀式のための調度品として利用される。 受容 鑑賞、歌の聴取、批評的享受、新たな創作の題材としての利用等。</p>	<p>画家 歌人 画家、歌人 演出者 鑑賞者</p>
<p><絵巻物・絵解き> 構想 教理、思想的素材(地獄、極楽、曼陀羅等)、説話・物語的素材(伝記、伝説、社寺縁起、靈験たん等)に触発されて発想される。 表現 絵画制作、詞章制作:絵画に添付された短冊形や色紙形に書かれた賛、画賛。絵中に記された画面説明、登場人物の会話・台詞文等の制作。演唱の際の口頭言語を記録した覚書、控、台本等諸資料制作。 流通 神社、寺院、街辻などへの運搬。 受容 上記の場所での上演。</p>	<p>画家、(作者) 画家、(作者)、演者 演者 視聴者(貴族、庶民)</p>
<p><新聞・雑誌広告> 構想 市場調査、コンセプト企画立案、予算、スケジュール、人員、媒体決定等のプランニング作業、広告構成の発想。 表現 コピー、イラスト、デザイン制作と原稿のまとめ。 流通 新聞・雑誌媒体への掲載。 受容 新聞・雑誌の読書。</p>	<p>広告プランナー、スポンサー企業 広告プランナー、コピーライター、イラストレーター、デザイナー 広告プランナー、新聞社、雑誌・出版社、書店、新聞販売店 読者</p>
<p><ラジオ広告(CM)> 構想 市場調査、コンセプト企画立案、予算、スケジュール、人員等のプランニング作業、広告構成の発想。 表現 演出(広告制作):コピー(ナレーション)、効果音、音楽制作、録音、演出によりプリントテープを作成。 流通 ラジオによる放送。 受容 ラジオ放送を聴取する。</p>	<p>広告プランナー、スポンサー企業 広告プランナー、コピーライター、音楽家、(作曲家、編曲者、演奏者、歌手)、技術担当、レクター、声優 広告プランナー、技術担当、ラジオ局 聴者</p>
<p><テレビ広告(CM)> 構想 市場調査、コンセプト企画立案、予算、スケジュール、人員等のプランニング作業、広告構成の発想(演出コンテ等)。 表現 演出(広告制作):コピー制作、音楽制作、撮影などにより、ビデオ</p>	<p>広告プランナー、スポンサー企業 広告プランナー、コピーライター、音楽家</p>

付録2(3)

<p>編集、作成作業を行い、ビデオ原盤を完成。 流通 テレビによる放映。 受容 テレビ放映を視聴する。</p>	<p>(作曲家、編曲者、演奏者、歌手)、 俳優、技術・装置担当 広告プランナー、技術担当、テレビ局 視聴者</p>
<p><噂> 構想 個人的/集会的、意図的/無意識的など様々なモードで発生、伝承。 表現 音声、書記言語により表出。可能性として全表現が可能。 流通 表現一受容の、主体を移動させつつ行われる連鎖により拡散。 受容 日常生活やその他のあらゆる状況(公式的/非公式的)における受容形態が可能。表現と受容は同時的に行われる。受容者はただちに構想過程:表現過程に移行することができる。</p>	<p>人々 人々(産出者) 人々 人々(受容者)</p>
<p><祭(例イザイホー)> 構想 祭の起源:琉球国王と開闢大君は陰暦2月、隔年に久高島に出かけて初禊儀礼を行うときりがあったが、これが後に祭礼化した。おおよそのシナリオ(陰暦1月15日~満月の4日間)ができた。 表現 =流通、受容。舞台:御殿庭。登場者(主役)の女性はこれに参加することにより巫女の1レベルであるナンチュの視覚を得る。</p>	<p>人々(社会的・共同幻想的) 女性達、司祭(外間/内)、観客(島人、外来者)、演出者</p>
<p><夢(形態1)> 構想 現実生活における体験の記憶が構想の源泉となる。 表現 =流通、受容。この記憶が、融合・移動・象徴等の操作や物語構造の利用を経て、視覚的映像や音声・思考等によって表現され、これを表現者=自己と同等の観客=自己が同時に受容する。</p>	<p>人々(個人) 人々(個人)</p>
<p><夢(形態2)> 構想 現実生活における体験の記憶が構想の源泉となる。 表現 この記憶が、融合・移動・象徴等の操作や物語構造の利用を経て、視覚的映像や音声・思考等によって表現される。それをさらに、言語テキスト化、映像(画像)テキスト化する場合もある。 流通 夢を見た人が受容者の所に移動するか、テキストを運搬する。 受容 語りによる受容、諸テキスト形態の読書・鑑賞等による受容、あるいは両者が混合した形態での受容など様々な仕方が可能。</p>	<p>人々(個人) 人々(個人) 人々(個人) 人々(個人)</p>
<p><不安(パニック)障害> 構想 生理的・遺伝的素因、現実体験による抑圧・ストレス等が複合して、身体的故障に直接の原因を持たない妄想(架空の肉体的症状に基づく発作から死へという強い不安・恐怖を伴うストーリー)を生じる。 表現 この妄想の昂進により、急性・一過性パニック症状、あるいはより持続する妄想を伴う不安症状が発生。これが周囲の人々への流通・展開プロセスを経て直接受容過程に入ることあれば自己の内部で閉鎖的に完結することもある(この場合は表現=流通=受容)。 流通 他者へ症状発作が伝達される。 受容 他者が患者の表出状況を見る、あるいは医師がこれを見ることにより、治療コミュニケーション過程に入る(薬劑、精神療法等)。</p>	<p>人々(個人) 人々(個人) 人々(個人)、医師 人々(個人)、医師</p>
<p><電子出版(CD-ROM)> 構想 企画:データ部分(文字、音声、図形)及び検索ソフトウェアの構成レイアウトの設計、制作スタッフ決定、スケジュール等プランニング作業等。 表現 データ部分のCD-ROM制作:デジタル化、録音、スキャナCGの編成、論理構造化、マスタリング、レプリケーションによりCD-ROMを構成・編成・制作する。 流通 検索ソフトウェア制作:詳細設計、プログラム開発 受容 パッケージを流通経路に展開。 コンピュータ・ディスプレイによる鑑賞。</p>	<p>CD-ROMプランナー プランナー、プログラマー、(制作ディレクター)、内容執筆・制作者 プランナー、CD-ROM取次、販売店(ソフト販売店、書店等) 視聴者</p>

