

チャレンジゼミナール

研究課題

《クールメディアと同人作品》

「東方Project」を物語消費という考えを通して見る

メディアは大きく分けて2種類

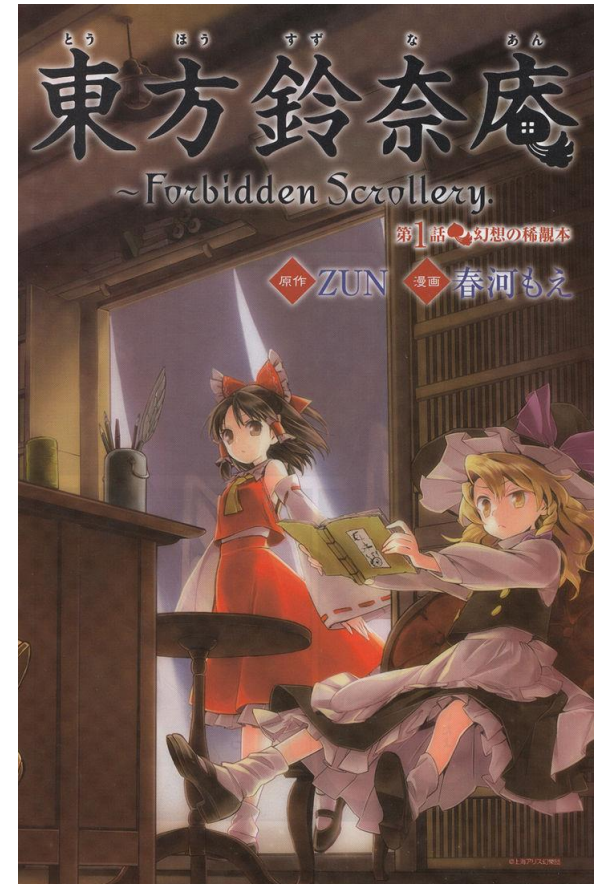
	クールメディア	ホットメディア
情報精細度 (情報量)	低い	高い
受け手の解釈	人によって 異なる	限定的
受け手の参加度	高い	低い
例	会話等	新聞・写真等

資料：『東方Project』

作者：上海アリス幻楽団（ZUN）

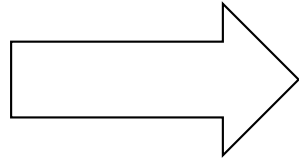
同人作品 → 弾幕系シューティングゲーム
音楽CD

商業作品 → 小説、漫画



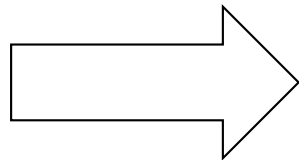
同人作品と商業作品の違い

同人作品



個人やグループで作った
作品を自分たちで製造・販売
までを行う
市場規模は比較的小さめ

商業作品



作品を出版社などに
委託して製造・販売を行う
市場規模は大きめ

「東方Project」とメディアとの関係性

【クールメディア】に属している

理由

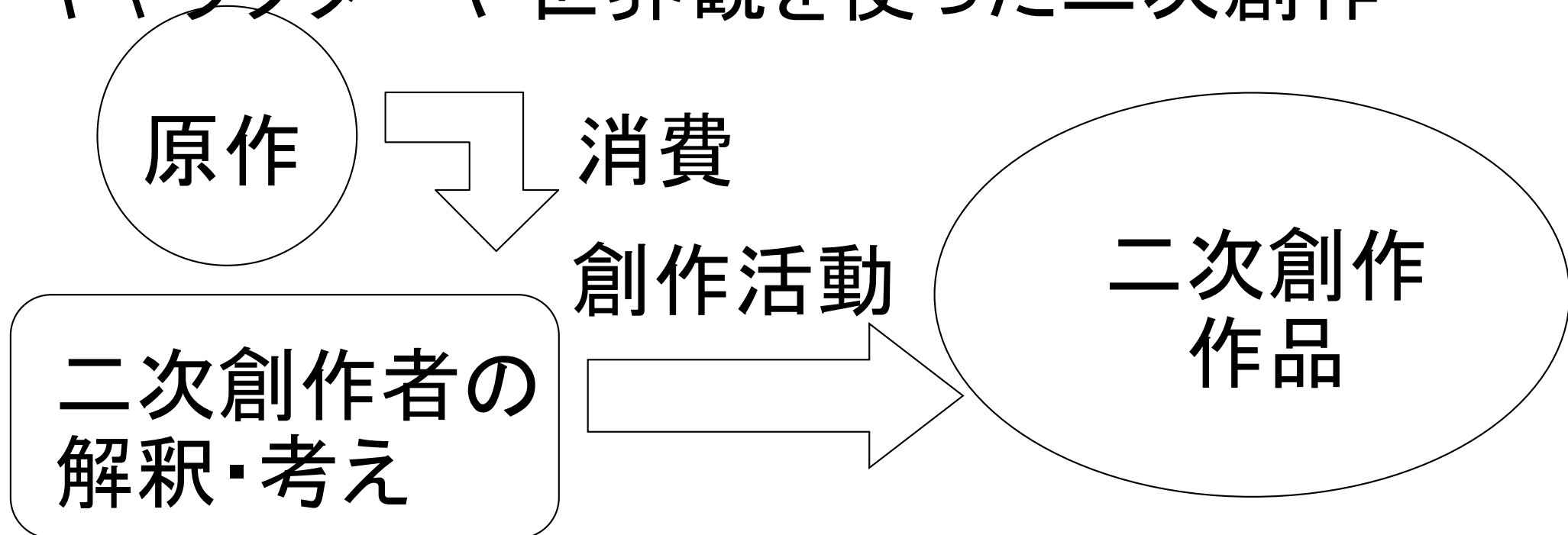
作品のフレームを与えているが、
作品の中身をぼやかして伝えているから
(情報量がフレームに対して少ない)

「東方Project」と物語消費

物語消費：作品を通してその世界観を消費すること

二次創作 公式に許可

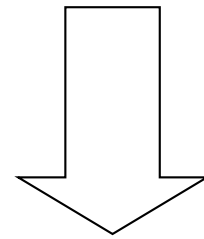
キャラクターや世界観を使った二次創作



同人作品の配布方法の多様化

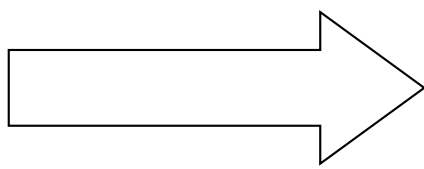
作品の広まりとインターネット

同人即売会(コミックマーケット)
作者が直接相手と会ってやり取りする



インターネットの
普及

作品投稿サイト(nikonikoやpixivなど)を用いて
不特定多数の人に作品を見せられるようになる



作品をより多くの人に知ってもらえる
二次創作・三次創作が増える

まとめ

- クールメディアとは情報の補足が必要な受け手側の参加度が高いメディア
- クールメディア的な作品は二次創作しやすい
- インターネットの普及によって多くの作品に会う機会が増え、二次創作がより活発になった