

# 小田切博 「キャラクターとは何か」 第3章キャラクターの起源と構造

## 1. キャラクター論の混乱

キャラクター論は文化論と産業論が混同されている

「キャラクター文化論」の多くは国内の作品や消費傾向の分析のみを根拠とする←問題がある

★「日本独自」であることをいうためには・・・

「日本以外」のキャラクターコンテンツの表現・受容状況 ⇔ 日本での表現・受容状況  
具体的な比較を行う必要がある

ポップカルチャーの学術的な研究や批評は世界的にみても非常に歴史が浅い

60年代半ば～ 現代文化研究センター（カルチュラルスタディーズのパイオニア）

専門性の不在・学問自体が未整備 → 論者自身が論じたい問題系に応じて必要とされる知識や方法論がどのようなものかという段階から検証しなければならない

まず「マンガとは何か」と定義することから

↑困難、日本の「キャラクター論」の多くは方法的な問題意識が欠落

定義を確立するためには・・・多くの分野を横断的に見渡し、マンガという枠組みのなかで問題を再整理するような学際的な検討が必要

## 2. キャラクターの成り立ち

キャラクター（一般）：小説、マンガ、アニメ、映画といった、フィクション、物語の登場人物のこと

（本来）：性質、特徴、人格 **人物類型**

**人物類型**でのキャラクター分析・・・古代ギリシャ～

ヨハン・カスパール・ラファーター「観相学」⇒現代のマンガやアニメに直接的な影響

（例）ジュディス・ウェクスラー「人間喜劇」、現代マンガの先行形態カリカチュア

ロドルフ・テプフェール「版画物語」コママンガの先駆者

→図像イメージと結びついた「キャラクター」がほぼ確立されていた

文芸領域での「キャラクター」表現の一般化は印刷技術の発展と密接な関連

☆特に印刷・出版史における挿絵画家と作家の関係に注目

（クルックシャンクの主張にしたがうと）ディケンズはクルックシャンクのイラストとキャラクター設定をもとに

『オリヴァー・ツイスト』を書いた＝他の人の手で類型化された「キャラクター」を書いていた

欧米における大衆小説→現代の日本におけるライトノベルの先駆

→マンガやアニメのようなキャラクターコンテンツの直接の祖

大衆向け雑誌の小説 19世紀末に先駆者→1920年代に大ブーム

ヒーローキャラクターが生まれ、SF、ミステリー、ホラー、ファンタジーなど区分も確立

★現代あるような形でのキャラクター消費は1.9世紀末～2.0世紀前半にかけて欧米で確立されたと考えべき

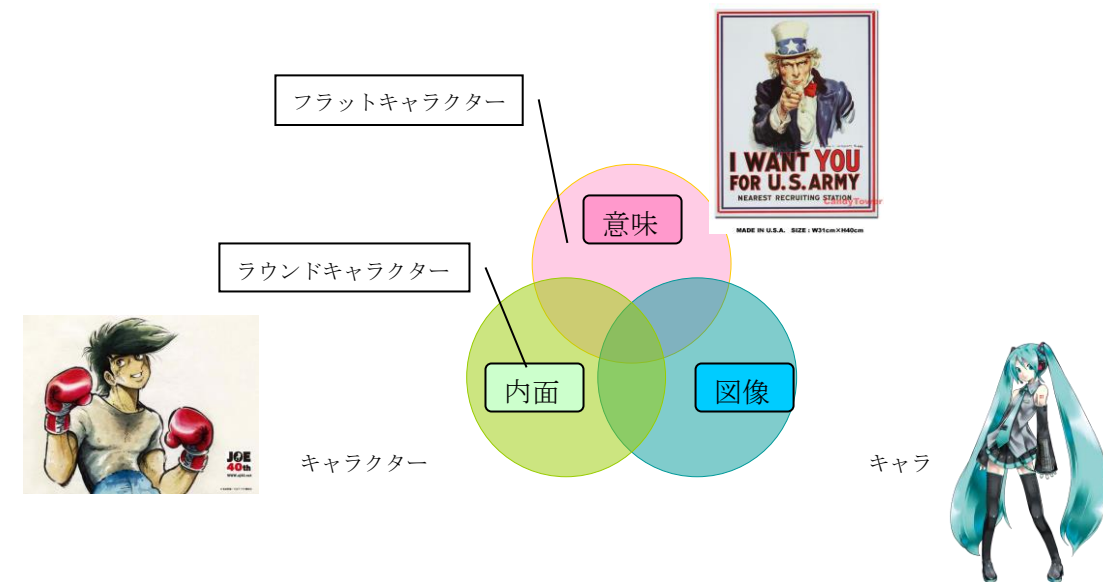
## 3. キャラクターの構造

●小説家E. M. フォスター →類型化された「キャラクター」＝「平面的人物（フラット・キャラクター）」  
（例）ドラえもん、のび太 **記号的な類型**

「内面」を持ち劇中で性格付け自体が変化していくような登場人物＝「立体的人物（ラウンド・キャラクター）」  
（例）矢吹丈 **内面を持った実存**

●マンガ評論家伊藤剛→「簡単な線描で描かれた」絵としてのキャラクターそのものが持つ存在感＝「キャラ」  
物語の登場人物＝「キャラクター」

⇒「キャラクター」は「意味」・「内面」・「図像」の三要素からなる複合体と考えることができるのではないかと



- ・アンクル・サム（アメリカ合衆国を擬人化した人物） → 「内面」の象限があとから追加された
- ・ルイージ→3要素のすべてが何らかのかたちで変化している

「キャラクター」の最大の特徴：融通無碍な性格

- ・3点のどこを起点に発想し、つくられてもいいし、三要素すべてが揃ってなくてもキャラクターは成立しうる
- ・名前と構成要素の一部で同一性が担保されていれば拡張や変形がいくらでも可能

#### 4. キャラクター消費の原点



##### イエロー・キッド (1895～)

アウトコールドによって創造されたキャラクターであり新聞『ニューヨーク・ワールド』の連載1コママンガ「ホーガン通り」に初登場。その後他の作品にも登場するようになり、やがて主役級の扱いとなる。ワールド紙は人気の上昇に伴って他の作家にも「ホーガン通り」を描かせた。これに対しアウトコールドは危機感を感じたのかイエロー・キッドの商標権を申請すると共に他の新聞でイエロー・キッドを主人公とした連載を始める。



このキャラクターの人気により大衆向け新聞二社で  
同一のキャラクターを主人公とした連載漫画が掲載される事態に



生みの親アウトコールドによる商標権申請が却下されると、グッズや広告が溢れかえるようになった

19世紀末～20世紀前半にかけてキャラクター消費が定着した要因 → 大衆向けのマスメディアの登場

キャラクターはイメージとしての具体性を持ちながらも非常に柔軟に拡張や変形できるため複数のメディアにまたがってコンテンツ展開することに向いていた

スーパーマン：ラジオ、映画、テレビなど複数メディアで展開したキャラクタープロパティの先行事例

「キャラクタービジネス」の原型は・・・

19世紀末～20世紀前半にかけて欧米でマスメディアと大衆消費社会の進展とともに成立したと考えてよい

《アメリカ》アウトコールド：プロパティを自分の管理下においてそこから利益を得ようとする発想

↑アメリカではアウトコールド的なキャラクターライセンスの管理、コントロールという発想がその原点であり、標準

《日本》田河水泡：「勝手につくられること」自体に「宣伝効果」を見出す発想

→ 日本におけるキャラクターコンテンツの発展