

Title	S. Liebersonの個人名研究と日本における発展可能性
Author(s)	久山, 健太
Citation	年報人間科学. 2012, 33, p. 1-14
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/4050
rights	
Note	

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

〈研究ノート〉

S. Lieberman の個人名研究と日本における発展可能性

久山 健太

要旨

S. Lieberman は社会学領域における体系的な個人名研究の第一人者である。本稿ではまず、彼の研究から導かれた、理論的帰結を明確にする。

第一に、個人名を社会的に分析する意義として、social taste と流行 (fashion) の動態を極めて明確に観察できる。第二に、個人名の流行過程が下位集団ごとに異なる taste を示している事実を踏まえ、新しい個人名が人々の間で伝播する過程を説明するには「階層別モデル」が適切である。第三に、流行現象に影響を与える様々な要因のうち、外的要因と内的要因とを区別し、たとえ外的要因が存在しない場合であっても、内的要因が単独のメカニズムとして稼働することで、常に流行が変化し続けると結論づけられる。また Lieberman は、個人名の流行に対する外的要因の影響が、従来の言説では過大評価されてきたことを強調する。

Lieberman の理論を日本で検証・発展させる上では、データの入手、文化的・歴史的・言語的背景、名前に付随する社会的属性の問題などが浮上するが、方法面でも理論面でも新たな研究の可能性が開けている。

キーワード

個人名、テイスト、流行、文化資本、集合行為論

はじめに

S. Lieberman は社会学領域における個人名研究の第一人者である (レヴィット・ダブナー 2005=2007: 付注 37)。本稿の目的は Lieberman の議論を整理し、彼が到達した理論的意義を明確化することである。その上で、今後日本でも同様のテーマを社会的な研究として発展させていく場合、どのような方法論的限界があるか、Lieberman の理論はどこまで適用可能性があるかを論じる。1 節では個人名研究全般について説明した上で、2～5 節では Lieberman の研究に焦点を絞る。6 節では日本の研究状況を概観し、7 節では今後の研究可能性を議論する。

1. 社会学領域における個人名の研究

名前 (人名) という存在が人間同士との社会関係を成立させる上で、多様な役割を果たしていることは自明である⁽¹⁾。しかしそれとは対照的に、従来の社会学領域においては、名前を対象とした研究は少数に限られてきた (小林大祐 2001)。一つには、名前それ自体が個人情報の最たるものである、という理由も当然挙げられよう。調査しようにも、一般的な社会調査の方法以上に、調査対象者の匿名性を担保する

ことが難しい。抽象的な議論が主となる哲学、あるいは過去の時代の人物名を対象とする歴史学などの隣接諸学問領域と比べて、現代社会の具体的な名前を扱う上では、特有の困難が常につきまとう。そしてその困難の割に、名前を分析することで得られると期待される知見がこれまで明確化されてこなかったことも、日本の研究事例の少なさに帰結していよう。

とはいえ一方の欧米圏では、比較的多数の名前の研究が社会学領域においても蓄積されてきた。Sue and Telles (2007) あるいは Lieberson and Bell (1992) が、やはり「社会学の名前の研究が少ない」と嘆いてはいるものの、それでも日本と比べるとはるかに多くの研究が行われている。欧米では人種・民族をめぐる差別問題、あるいは移民の文化変容の問題が社会（科）学における主要な研究対象となってきたため、これに関連して個人名研究も誘発されてきたといえる。アメリカの事例では、早い時期の Broom et al. (1955)、近年では Bertrand and Mullainathan (2004)、Fryer and Levitt (2004)、Carpusor and Loges (2006)、Foster (2008) などが挙げられる。命名の際に親が重視する点や、実際の名前に表れる男女差も主要なテーマとなっており、古典とされる Rossi (1965) をはじめ、Rickel and Anderson (1981)、Skipper et al. (1990)、Sue and Telles (2007) などが研究事例として挙げられる。中でも、大規模なデータセットを使用し、最も体系的な研究を行っている社会学者がアメリカの Stanley Lieberson (1933～) である。欧米の個人名の研究史においては、すでに理論面での蓄積も一定程度なされているが、彼の貢献は特に大きなものである。次節以降では、Lieberson の個人名研究の視座、方法、結論を整理しながら、導かれた一般理論を明確化する⁽²⁾。

2.Lieberson の個人名研究—基本的視座—

Lieberson の個人名研究は 1984 年の論文に遡るが、そこでは社会学の俎上に人名という素材が乗りうる事が、試論として示されるにとどまっている (Lieberson 1984)。大規模なデータを用いた本格的な分析は、Lieberson and Bell (1992) において開始された。分析の目的は、個人名における social taste の流行メカニズムを解明することである (以降の Lieberson の研究は、一貫してこの目的を掲げている)。taste とは、ある個人が多くの商品の中から特定種類のものを選択する際、当人の選択に影響する「選好」「趣味」という意味合いに近い概念である⁽³⁾。social taste と表現した場合は、ある共通した社会的属性を持つ人々が、集団的に特定の商品を志向する (すなわち「流行」という現象が生じる)、その選び方のことを表現している。Lieberson は P. ブルデューの概念として著名な「文化資本」と、個々人の経済力の両者が、当人の social taste を規定すると述べる (Lieberson and Bell 1992)⁽⁴⁾。

Lieberson の個人名研究の集大成である *A Matter of Taste* (2000) では、膨大なデータの分析に加え、分析上の彼のスタンスの表明、および理論的モデルの提唱が行われている。まず、彼が個人名を研究対象として選ぶ理由に、名前特有の三つの性質がある (Lieberson 2000: xiii, 25)。第一に、長いタイムスパンかつ国際的な範囲で、分析に耐えうる豊富で良質な出生登録関係のデータが存在する。そもそも名前は毎年生まれた全ての子どもに与えられるものであり、他の事物と比べて絶対数が多いこともデータの豊富さに寄与している。第二に、taste が反映された多くの事物の流行は、商業活動からの影響を多分に受けてしま

うが、個人名は両親が自由に選べるものであるため、そうした影響を受けない。第三に、多くの場合 taste は経済力にも左右されてしまうが、命名に要するコストはゼロであるため、個人名はこの点でも自由である。この第一点に指摘されるデータの豊富さに加え、第二点、第三点の帰結として、流行に作用する「純粋なメカニズム」が個人名を用いることで分析可能となり、表層的な文化変動ではなく、基底に存在する taste を追うことができるのである。

また、理論的前提として、J. S. コールマン（1990=2004-2006）の流行に関する集合行為論の三原理が基礎に置かれていることも、踏まえておくべきであろう。（Lieberson 2000: 33, 143）。第一に、大勢の人間が同時に同一の、あるいは類似した振る舞いをする。第二に、それらの振る舞いを全体として見た場合、その動態は均衡状態には陥らず、常に一時的／連続的变化を見せる。第三に、個々人が見せる振る舞いは独立しておらず、相互に影響を及ぼし合う、ということである。

3. 下位集団における個人名の伝播過程—二つのモデルをめぐる—

前節では Lieberson の基本的な視座を確認した。要約すれば、コールマンの集合行為論を前提として、個人名には流行現象の端的な性格が表れるということである。これを踏まえ、本節ではまず、社会的下位集団 (subgroup) と個人名との関係を核として、Lieberson の分析上の結論を整理する。ついで、Lieberson の実証と理論とを架橋する、流行の伝播過程のモデルを明確化する。

まず、Lieberson が精密な分析を繰り返して観察しようとしているものは、個人名と全体社会との関係だけでなく、各々の下位集団との関係でもある。既述の通り、本格的な分析は Lieberson and Bell (1992) に始まる。このとき彼らが使用したのはニューヨーク州の出生証明書のデータ二十万件弱である。これは子どもの個人名、生年、性別、人種に加え、母親の教育年数も付随したもので、データとしては極めて情報量に恵まれている。そしてマクロなレベルでの流行の移り変わりが、人気の名前のランキングや名前ごとの人口などのデータをもとに描き出され、下位集団ごとの social taste が露わになる。どの個人名が高い人気を集めるかをめぐっては、男女差、人種差、そして母親の教育階層の差が大きく表れた⁽⁵⁾。このことを普遍的に表現すれば、全く命名に関する法的な制限がない社会においてすら、非常に複雑で、しかし強力な志向性が下位集団内部に存続しているといえる。

この延長線上にある研究として Lieberson and Mickelson (1995) では、黒人の間で新しい名前が創造されるという現象を扱っている。A Matter of Taste では、黒人／白人というオーソドックスな二大集団にとどまらず、中国・韓国・日本などの東アジア出身者との比較、さらには白人の中でもルーツの違いから、各々の命名パターンの差異を描き出している（Lieberson 2000: 174, 177, 182）。例えば、アジア人はアメリカ社会の命名慣習に極めて迅速に同化したのに対し、その他の集団では黒人の文化復興運動に共鳴する形で、各々の伝統的な名前の再興が見られるという。また Lieberson et al. (2000) では、両性名 (androgynous name)、すなわち男子／女子両方に使用可能な名前（例えば、Robin や Kim。日本でいうと「薫」「博美」などが該当しよう）を主対象として、男子名と女子名の境界線を議論している。Lieberson and Lynn (2003) では、少し特殊な taste の存在を示唆している。それは、子どもに命名する親たちのうち、ある者はより

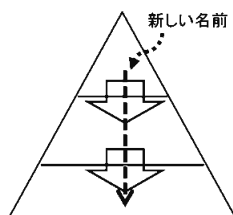
一般的な名前を選考し、また反対にある親たちはより珍しい名前を選好するという、いわば「希少性」に対する taste である⁽⁶⁾。

以上で簡単に述べたように、Lieberson の個々の分析結果を貫徹しているものは、社会の下位集団が各々で異なる taste を子どもの個人名に反映させ、異なる流行の形を見せてきたという事実である。それでは、各下位集団はどのような経路で新しい個人名を採用し、またその個人名は以降どのような形で伝播していくのであろうか。次はこの伝播のモデルについて見ていくことにする。

Lieberson and Bell (1992) に対しては、*American Journal of Sociology* に、フランスの名前研究者 P. Besnard の批判論文が掲載された (Besnard 1995)。Lieberson による反論も同誌に掲載されているが、両者の論争の中から、個人名の流行・伝播を説明するモデルが提示されている (Lieberson 1995)。Besnard の批判のうち、モデルに関わる本質的な内容は、次の通りである⁽⁷⁾。すなわち、分析対象のデータのタイムスパン (1973～85年) が非常に短い。また、個人名の流行の変動には (一) 高階層から下の層へと「魅力的な名前」が模倣 (imitate) される過程 (「trickle-down (=おこぼれ) process」) と (二) 階層ごとの taste の差異 (「class differences in taste」) の両方があるが、Lieberson らはその区別を設けておらず、下位集団ごとの差異を描くことに失敗している。これに対する Lieberson の反論は、次の通りである。すなわち、13年というスパンは、個々の名前の寿命自体を把握するには短すぎるが、流行の変動を観察する上では問題ない長さである。また、(一)、(二) の両方を考慮する必要はあるが、「trickle-down (=おこぼれ) process」はニューヨーク州のデータどころか、Besnard が先駆的な研究として提示したフランス語文献の名前データでも、ほとんど成り立っていない。従って、現代の個人名の流行に関しては「class differences in taste」を重視すべきである。

Besnard と Lieberson 両者の議論の中では、「trickle-down theory」「imitation model」あるいは「class diffusion hypothesis」など様々な用語が使われているので、これ以降では二種類の変容過程それぞれに統一した訳語を与えることにする。上の階層から垂直に模倣されるという (一) の過程を「模倣モデル」、階層ごとに異なる taste が取り込まれるという (二) の過程を「階層別モデル」と呼ぶことにする。「模倣モデル」、「階層別モデル」をそれぞれ簡略な図で表現すると、図1のようになろう。Besnard が示したこの二つのモデルに対し、Lieberson は「階層別モデル」のみが現代の個人名について適合する、と結論を下している。理論的考察を踏まえた普遍性を持つモデルは、Lieberson and Bell (1992) においては示され

模倣モデル



階層別モデル

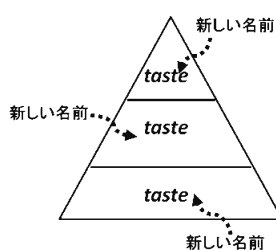


図1 模倣モデルと階層別モデル

ておらず、図らずも Besnard との論争の中で明確化したものだといえよう⁽⁸⁾。

4. 流行現象の歯車メカニズム

前節では Besnard との論争を参照しながら、Lieberson が個人名の流行過程のモデルとして「階層別モデル」を肯定していることを明確化した。それでは「階層別モデル」が彼の最終的な理論的帰結なのであろうか。大著である *A Matter of Taste* の議論を踏まえると、そうとはいえないのである。「階層別モデル」は新しい個人名が採用される際の下位集団（階層）同士の関係を示したものであるのに対し、*A Matter of Taste* では流行の波が生じる要因を動的に捉えるべく、より普遍的なモデルも論じられている。

A Matter of Taste は、従来の論文をはるかに超える量のデータを分析している。アメリカのカリフォルニア州、イリノイ州などの出生証明書に加え、スコットランド、デンマーク、ポーランドなど、欧米の複数の地域の名前のデータを同時に比較可能な形で分析している。しかもそのタイムスパンとしては Besnard(1995)の批判を踏まえたのか、100年以上の長期的な流行の波を検証している。そのデータからは、西洋社会に共通して見られる現象として、19世紀末に至るまで、ある一定数の個人名のみが人口の大半を占有していたという事実が判明する。細かな波こそあったものの、全体としては人気ランキング・個人名の種類の総数とともに極めて安定的に推移していた。その主な理由としては、命名の慣習として、祖名継承法（祖先や親類の誰かの個人名をそのまま新生児に授ける方法）の存在があった。著書の題名が表す事態、すなわち個人名が本格的な流行現象として「Tasteの問題」となったのは、20世紀に入ってからのことである（Lieberson 2000: 36）。

20世紀に生じた社会的な出来事（郊外化など）と個人名の流行との趨勢を比較して見ると、出来事のみでは説明できない流行の盛衰が明らかになった（この分析については、詳しくは次節で扱う）。その結果を踏まえ、Lieberson は次の原理を骨子に据えることになる。Taste には外在的要因（工業化、郊外化、男女間・人種間関係の変化など）、内在的要因（現在の流行の方向や偏り具合など）、特異な歴史的進展（例えばある政治家の台頭によって、その人物の個人名にポジティブ／ネガティブな意味が付与される）という三つの要素が影響している、ということである（Lieberson 2000: 10, 20）⁽⁹⁾。この外的要因と内的要因とはしばしば複雑に絡み合っているが、概念上この両者の明確な区別が不可欠である。個人名の流行り廃りの波に対して、外的要因の影響はしばしば確認されるものであるが、たとえそのような要因が一切存在しなかった場合ですらも、波は変化し続ける。これは、個人名の分布状況それ自体が内的なメカニズムを有しており、これが稼働することで絶え間ない変動が生じる、ということである。この帰納的な理論を、Lieberson は繰り返し強調する（Lieberson 2000: 91, 98, 103, 111, 141, 273, Lieberson and Lynn 2003）。

流行現象の内的メカニズムを成立せしめているものは、「ratchet effect（歯車効果）」である。それは、すでに存在する social taste 自体が新たな taste に影響し、次の時期の流行を規定する、というものである（Lieberson 2000: 93, 98）。「階層別」モデルは、外的要因の影響も受けながら taste が変化することによって、各々の下位集団が独自に新たな個人名を採用し、最終的に集団間での差異が表れる、というものであった。具体的には社会的・経済的階層、あるいは民族集団ごとの慣習、メディアからの影響の受けやすさといっ

た要因が主に想起される。しかし、そうした外的要因の効果を取り除いてなお、現時点での個人名の流行の状況それ自体が、次の時期の変動を発生させる要因となる、というのが「歯車効果」の要諦である。例えば、流行する個人名の栄枯盛衰は、名前そのものが持つ言語的な特徴よりも、ある時点でその名前が帯びている人気度によって大きな影響を受ける (Liebersson and Lynn 2003)。すでにある名前が広い人気を獲得していた場合、珍しさへの選好などを理由に、その名前は次の時点では人気を失う可能性がある。これを *A Matter of Taste* の理論によって言い換えるならば、個人名の人口占有率という流行の内的要因が、次期の流行を決定する要因として働くのである。

内的要因それ自体が、自動的・持続的な流行の変動をもたらす。本稿では、この歯車効果を持った内的なメカニズムを便宜的に「歯車メカニズム」と呼ぶことにする。初期の内的要因と外的要因の複雑な影響によって19世紀末～20世紀初頭に第一期目のtasteが生み出され、それ以降は内的メカニズムの稼働によって個人名の流行は変化し続けているのである (Liebersson 2000: 261)。「歯車メカニズム」は理論的には図2のように表現することが可能であろう。

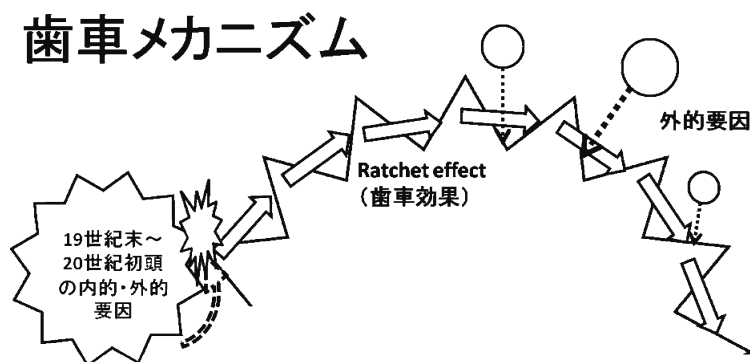


図2 歯車メカニズム

5. 社会的出来事と流行の因果関係

最後に、社会的出来事と特定の個人名の流行との因果関係をめぐり、Liebersson が繰り返し主張する内容に触れておく。端的に言えば、因果関係の安易な特定は慎むべき、という主張である。*A Matter of Taste* では個々の下位集団の分析に入る前に、名前そのものの栄枯盛衰を折れ線グラフとして示した上で、その他様々な外的要因(社会変動)の折れ線との関連性を検証している (Liebersson 2000: 55, 64, 66)。それは「家族の解体」を象徴する離婚率の推移、あるいは郊外人口率、進学率、各種メディアの普及率などである(例えば郊外人口の増加と、男女別の個人名のランキングの変動との比較は、図3のような折れ線グラフの形で示されている)。その結果、いくつかの外的要因は個人名の流行と連動している様子も観察されたが、個人名の動態のかなりの範囲は、そうした要因と結びつけて説明することができないと結論づけている。

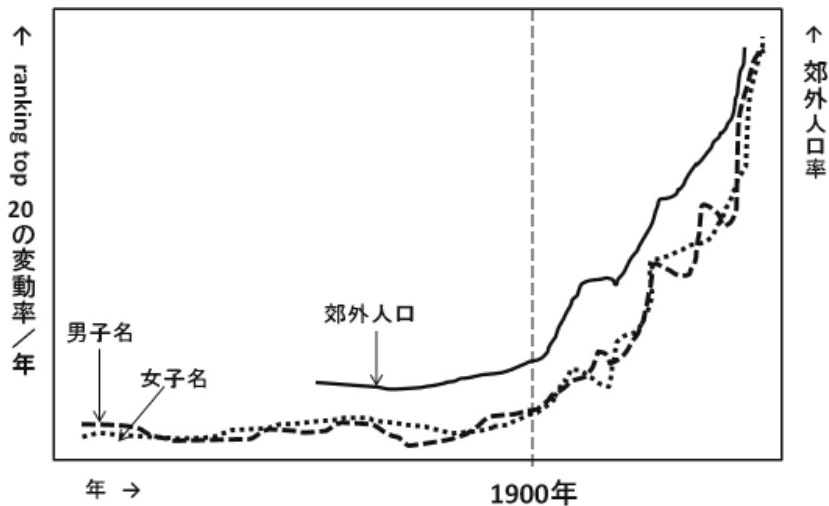


図3 郊外化と個人名の変動（概念図）

特にマスメディアについて Lieberson は詳細に検討し、（従来言われてきたよりはるかに）命名に対する影響力が脆弱であること実証している。ある個人名の流行と、同名の映画俳優やキャラクターなどの人気上昇とを、社会評論家はしばしば安直に結びつけてしまうが、こうした解釈は慎まなければならない (Lieberson 2000: 273)。これから親となる世代がテレビ番組を好むなどの理由で、マスメディアの命名に対する影響は一部認められるものの、大部分は疑似相関に過ぎないか、むしろ逆方向の因果関係を持つ。著名人にあやかって子どもが命名されるというよりは、すでに人気上昇している（少なくとも兆しを見せている）名前を俳優が自分の芸名として、あるいは作家が自作品の登場人物名として採用するのである (Lieberson 2000: 238)。この見解は、個々の名前の流行を示す折れ線グラフの絶頂期と、俳優やキャラクターが人気絶頂となった時期（グランプリ受賞、映画化など）との間に、大抵は大きなタイムラグが生じている事実によって導かれている。例えば、女優マリリン・モンロー（これは芸名であり、彼女の本名は Norma Jeane Baker である）、Marilyn という女子名の 20 世紀半ばの流行は一見前者から後者への因果関係がありそうだが、この判断は早計である。個人名のランキングを詳細に検討すると、先に Marilyn という個人名のピークが来ており（1935 年）、モンローのデビューから人気絶頂に至る時期（1948 ～ 50 年）には、Marilyn の方の人気はむしろ衰退の傾向を見せているのである (Lieberson 2000: 231)。

Lieberson は内的要因のメカニズムを理論化していく過程でも、表層的な解釈を避けるための注意点を述べている。特に強調されている点を挙げると、ある時点での流行を生じさせた要因と、それを衰退に向かわせる要因は明確に区別されるべきであるということ (Lieberson 2000: 165, 262)。また、流行の発生要因自体の生じた時期と、流行の波が顕在化する時期との間には、しばしばタイムラグがあるということである (Lieberson 2000: 268)。

6. 日本の個人名研究の現状

ここまで見てきたように、Liebersonの一連の研究は、個人名の栄枯盛衰を丁寧にたどっていく作業に始まり、より普遍性を持った理論を導いている。本稿の問題関心に沿うならば、彼の理論的帰結は次の三点に集約されよう。第一に、コールマンの集合行為論を基礎におき、個人名を社会学的に分析する意義として、social tasteと流行現象を極めて明確な形で観察できる対象であることを示した。プライベートなものであるはずの命名という行為が、集団行動として観察した場合、驚くほど定式的な流行の波を描くのである。第二に、個人名の流行過程が下位集団ごとに異なる taste を示している事実を踏まえ、伝播の過程として「階層別モデル」が適切であるという結論を得た。第三に、流行現象に影響を与える諸要因のうち外的要因と内的要因とを慎重に区別し、内的要因が単独のメカニズムとして稼働することで、常に流行が変化し続けるという結論を得た（「歯車メカニズム」）。では、これらの Lieberson の知見はどのように活かせるのであろうか。適用可能性の検討は次節で行うこととし、本節ではその前提として、日本の社会学分野における個人名研究の蓄積状況を見ていくことにする。

現代の個人名を計量的に分析しようと試みた、比較的早い時期の研究は、森岡・山口（1985）、寿岳（1990）などが代表的であるが、これらは言語学者の手によるものである。冒頭に述べた通り、他の学問領域と比較して、社会学者が個人名を研究するようになったのは、より後のことである。社会学領域で先鞭をつけたのは片瀬（1993, 2003）と金原（1995）である。その後小林大祐（2000, 2001）、坂井（2005）によっても試みられている。これらの研究では、全て学校の卒業者名簿や合格者名簿から女子の個人名のみを抽出し、経年変化を追ったものである⁽¹⁰⁾。

片瀬（1993）は異なる二つの女子高の合格者名簿から集計された個人名を比較し、「子」の字が接尾辞として入った名前の数が有意に異なることを明らかにした。これについて片瀬は、E. ロジャーズの技術伝播モデルに加え、ブルデューの文化資本論を解釈に用いている⁽¹¹⁾。すなわち、「-子」という接尾辞を入れる命名法が、名門女子校に娘を入れることのできる教育階層において、文化資本として維持されている、ということである。片瀬（2003）はこの分析を踏まえた上で、明治維新から戦後に至るまでの女子名の変化に対して、歴史社会学的な議論を行っている。伝統的に、「-子」という名前は天皇家を中心とする上流階級（階層）に特有のものであった。しかし明治時代に入ってから、教育メディアの普及を通じ、「-子」の命名法が一般庶民層にも広く浸透した（片瀬 2003: 7）。しかし戦後になると、命名の状況は激変する。テレビなどマスメディアの台頭を受け、庶民層は新たな命名法を模索し始め、次第に「-子」という（明治時代以降の）伝統から離れていった。その一方で、伝統的な学校文化と親和的な上流階級（階層）は「-子」の命名法を維持し、結果として「-子」を一種の文化資本と見なしうる今日の状況が生じた、としている（片瀬 2003: 10）。同様の合格者名簿の分析を行った金原（1995）は、文化資本論的な解釈を否定しつつも、戦後生じた命名法の変化にはマスメディアの影響が強く作用しているという解釈を行っている。片瀬と金原の研究は女子名の接尾辞「-子」を命名法の変化の大きな指標と見なしている点、マスメディアの多大な影響を基礎においている点が共通している⁽¹²⁾。

小林大祐（2000, 2001）はある地域の小学校の卒業生名簿に記載された女子名を、戦後数十年のスパンで分析し、命名の音素及び漢字の多様化が進行する傾向を確認している。解釈に用いられるのは、C. レヴィ＝ストロースの「分類」論を踏まえた、上野（1999）の「閉鎖的体系／開放的体系」論、及び J. ボードリヤールの記号消費社会論である。各々の理論の詳細は割愛するが、名前に含まれる要素が拡大していった戦後の一連の過程は、個人化による既存の命名慣習からの解放、あるいは命名体系が閉鎖的なものから開放的なものへと変化したことの流れとして解釈される。

なお個人名自体を計量的に分析した事例ではないが、小林康正（2009）も興味深い研究例なので、言及しておく。近年の命名事情をモノグラフ的に解釈した小林康正は、コピーライターが 1980 年代に命名「業界」に参入したことが契機となり、商業的な動きから親たちが影響を受け、個性的な名前を模索するブームが生じるようになったと指摘している。これは小林大祐（2000）と同じくボードリヤールの記号消費社会論を応用した議論であるが、J. ハーバーマスの「公共空間」論の援用も行っている。

7. 日本における発展可能性

Lieberson の理論・モデルは従来の個人名研究の中でも特に普遍性が高いものと考えられる。彼の分析を日本で追検証、あるいは発展させていくには、どのような問題点、限界点が存在するだろうか。本節では、日本の社会調査一般が置かれている状況とも絡めて問題点を論じ、最後にそれを踏まえた研究の発展可能性について考察を加える。注目する問題点は、以下の三点である。

第一の問題は、データの入手方法である。欧米圏と比較して日本の研究蓄積が非常に限られている実態は、人名が研究対象となりうるかどうかという認識以上に、データの入手に関する状況の大きな違いが影響している可能性がある。Lieberson の体系的な分析を可能にしているのは、十万人分を超える巨大なデータセットとしての出生証明書・記録であり、個人名自体だけでなく付加情報（人種・民族や母親の教育年数など）も得ることができる。それを社会学者が利用することが可能になっており、研究環境にも恵まれているといえよう。対する日本では数少ない先行研究が示すように、名前の持ち主のプライバシー保護に最大限の配慮を払い、名簿などのデータ入手元の匿名性を確保しながら、地道に社会学者自身がデータセットを作成しなければならない。この方法では必然的にサンプル数も限られ、「歯車メカニズム」の有無の検証に耐えうるほどのデータが得られるかが、まず一つの壁である。

第二の問題は、命名行為の背景にある、文化的・歴史的・言語的な差異である。欧米圏内部では、ユダヤ教やキリスト教の影響を受けた、ある程度共通の命名法が形成されており、基本的な比較の素地は固まっているといえる。しかし日本の命名文化の形成過程は欧米と全く異なっており、単純な日米比較、日欧比較は困難である。また言語の差異の問題も、欧米圏内の言語では、全ての名前をアルファベット表記にすることで、基本的には比較が可能となる。一方の日本語には、固有の問題として個人名表記に漢字と仮名の両方が存在しており、経年変化を論じる上では漢字／仮名それぞれの動態を見なければならぬ。

第三の問題として、付加情報として個人名とともに分析に使用しうる、社会的属性に関する問題を指摘する。中でも性別と出身階層については十分な注意が必要である。生年に関しては日本でも比較的統制さ

れたデータセットの作成が可能であろうし、人種差についても在日外国人の名前の存在があるとはいえ、マクロなレベルでは今のところ誤差の範囲と見なせよう⁽¹³⁾。性別は、(男女混合名簿などを用いない限り)、生年と同じレベルで精密なデータが得られよう。しかしながら、Liebersson et al. (2000) のような個人名の男女間比較を厳密に行う場合、何をもって性差マーカー (=男/女であることを明示する言語的要素) とすべきか、という基準が問題として浮上する。Liebersson らは代表的な「-a」という女子名の接尾辞(例えば、Anna, Jessica など)の他に、「-n」「-ie」など複数の性差マーカーを用いている他、両性名も分析の基準としている。日本では体系的な性差の研究は乏しいが、性差マーカーや両性名をそれぞれ新たに選定していく必要がある。もう一つの注意を払うべき属性は、名前を持つ人間の出身階層である。居住地域や教育階層などは、データの出元の属性によってある程度規定される。ただし、社会的属性の帰属の問題、すなわちその属性を持った人物が命名者か被命名者かという違いは、慎重に考慮しておく必要がある。アメリカでは命名者である母親自身の教育データが入手可能であり、命名の階層差を直接的に検証することができる。それとは対照的に、日本においては被命名者の所属する学校・組織などのデータを用いる以上、その出身家庭に関しては間接的に階層を推測するしかない。

以上の限界を踏まえた上で、最後に、Liebersson の理論を日本で検証・発展させる可能性について述べておきたい。前節で扱った日本の先行研究のうち、時期ごとの流行に関する片瀬の議論を Liebersson のモデルで再解釈すれば、明治時代～戦前には上流階級(階層)から庶民層への「-子」のつく名前が浸透する「模倣モデル」が、戦後は各々の階層が異なる taste の名前を志向する「階層別モデル」が親和的である。前節で挙げた先行研究が指摘する範囲でいうと、日本における個人名の流行は、20世紀に入ってから「模倣モデル」が一定期間成立しており、また命名行為に対してメディアや商業主義が強い影響を及ぼしてきたとされる(片瀬 1993, 2003、金原 1995、小林大祐 2000、小林康正 2009)。すなわち日本の状況は、欧米の個人名を分析した Liebersson の主張とはかなり相違している可能性がある。しかし、人気を集める個人名ランキングの変動の分析や、他の社会変動(外的要因)との比較、そして因果関係の慎重な特定など、Liebersson と同水準の厳密な分析は、未だ実践されていないのも事実である。日本の個人名研究は方法面でも理論面でも抜本的に再構築する余地は大いにあり、その上で改めて社会変動と個人名の流行との関係、あるいは個人名の伝播をめぐる下位集団同士の関係を議論するべきであろう。

注

- (1) 「人名」という概念は、個人名 (first name) のみならず、より広範囲の対象を指示する。例えば姓・家名 (family name)、あだ名、偽名、あるいは個人がインターネット上で名乗る仮名 (handle name) なども包括する。それぞれが興味深い社会現象を伴っており、今後の研究が期待されるが、本稿では個人名に焦点を絞って論じることとする。
- (2) その他の体系的な研究事例として、ドイツにおける Gerhards らの研究が挙げられる (Gerhards and Hackenbroch 2000, Gerhards and Hans 2009)。
- (3) これ以降 fashion は「流行」と訳すが、social taste に関しては意味を忠実に再現できる訳語が見当たらないため、英語表記のまま使用する。

- (4) ただし後述するが、命名行為は経済力の影響から独立した研究対象として扱われることになる。
- (5) Lieberson は「階層」と「階級」の用語に厳密な区別を設けておらず、ここでも educational class という語で教育「階層」のことを指示している。本稿では全て「階層」の訳語を用いることとする。
- (6) ある特定の個人名が占有する人口率の変動と、ある特定のランキングの順位の占有人口率とを比較した場合、前者に比較してはるかに後者が安定を保っていることから、この taste の存在が示唆される。
- (7) これ以外の Besnard (1995) の批判を要約すると、一点目として、Lieberson らの「社会学の分野では極めて先行研究が少ない」という記述が問題視されている。Lieberson らは豊富なフランス語による名前研究の歴史を全く参照しておらず、これは英語圏の偏狭主義ではないか、と Besnard は糾弾する。二点目は、1979 年の自分 (Besnard) の論文のコピーを、Lieberson の求めに応じて送ったにも関わらず、それを引用していない、という非難である。なお池上 (2008: 111) によれば、欧州には人名学の厚い蓄積が存在し、1980～90 年代からはコンピューターを用いた大規模な統計的研究が進んでいるという。ここでの人名学とは、名称学 (固有名詞を研究対象とする学問) の下位分類である。ただし、名称学そのものとしてではなく、Besnard の主張する社会学領域での人名研究の蓄積については、残念ながら本稿では十分に把握できていない。
- (8) コールマンの集合行為論を引いた *A Matter of Taste* においても、下位集団内部の流行の伝播過程については、垂直的な階層差を連想させる「模倣」よりも、同質性を前提とした「伝播」という語で表現するのが妥当である、と主張される (Lieberson 2000: 167)。また、Besnard (1995) に再度反論する形で、フランスの個人名の流行も分析の対象としている。個人名以外の事物の流行、あるいは歴史的な時代の個人名については「模倣モデル」が成り立ちうるものの、やはり現代の個人名に対してはほとんど適合しないと結論づける (Lieberson 2000: 146)。
- (9) ただし内的要因と対置して考えた場合、外的要因と特異な歴史的進展とは類似した概念と考えられるので、本稿ではこれ以降「外的要因」の語で有名人の影響なども含めて表現することにする。
- (10) 坂井 (2005) はライフコースの差と名前との関連を試論的に比較したものであり、強い結論が導かれているわけではないので、説明を割愛する。
- (11) Lieberson はブルデューの文化資本概念に一定の意義を認めつつ、命名の流行を説明する上では不十分だとしている。その理由として、まず上層部のみならず下位の階層集団も独自の taste によって新たな名前を開拓しているからであり、再生産を目論む特定の階層に独占されている感が強い文化資本とは、かなり食い違うからである (Lieberson 2000: 256, 263)。また別の理由としては、命名方法は資本と表現するにはあまりに独占困難な知識であり、すぐさま流出してしまう側面が強いからである (Lieberson 2000: 22)。ただしこの文化資本論の捉え方には、改善の余地があるように思われる。というのも、彼自身は文化資本概念を「模倣のモデル」に親和的なものと考えているようであるが、ブルデューの理論は上位階層の再生産にとどまらず、下位とされる集団の文化あるいは taste も場面によっては資本として機能しうることを示唆している (ブルデューの理論の解釈についてはクロスリー (2005=2008)、磯 (2008, 2011) も参照)。後者の問題点についても、資本とされるものは実体を伴う物質に限らず、文化的素養、性向、振る舞いなどの非実体的な要素も含まれるのであり、この点で命名法も資本として解釈可能である (Bourdieu 1986)。
- (12) しかし橋本・井藤 (2011: 23) の指摘によると、明治～大正期 (20 世紀前半) の相当期間において、本名に接尾辞「-子」がつかない女性も、公的な名乗りとしては一種の敬称として「-子」を使うという習慣が存在しており、学校などの名簿もその方法で記載されているのだという (例えば、歌人と謝野晶子の本名は「しよう」である)。これに従えば、「-子」の有無を分析の基準にした場合、経年比較が可能な時期が狭められることになる。
- (13) もちろん、これはマクロな分析をする前提での話であり、決して在日外国人の名前の扱いを蔑ろにして良いという主張ではない。よりミクロなレベルに着目した研究として、ハタノ (2009) は教育現場や自治体における異文化軽視の実態を指摘している。

文献

- Bertrand M., and Mullainathan S., 2004, "Are Emily and Greg More Employable Than Lakisha and Jamal? : A Field Experiment on Labor Market Discrimination". *American Economic Review*, 94: 991-1013.
- Besnard P., 1995, "The Study of Social Taste Through First Names: Comment on Lieberman and Bell". *American Journal of Sociology*, 100: 1313-1317.
- Bourdieu P., 1986, "The Forms of Capital". In Richardson J. Ed., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York, Greenwood: 241-258.
- Broom L., Beem H. P. and Harris V., 1955, "Characteristics of 1,107 Petitioners for Change of Name". *American Sociological Review*, 20-1: 33-39.
- Carpusor A. G., and Loges W. E., 2006, "Rental Discrimination and Ethnicity in Names". *Journal of Applied Social Psychology*, 36-4: 934-952.
- Crossley N., 2005, *Key Concepts in Critical Social Theory*, London, Sage. (=ニック・クロスリー著, 西原和久監訳, 2008, 『社会学キーコンセプト―「批判的社会理論」の基礎概念 57』新泉社.)
- Coleman J. S., 1990, *Foundations of Social Theory*, Belknap Press of Harvard University Press. (=ジェームズ・サミュエル・コールマン著, 久慈利武訳, 2004, 『社会理論の基礎〈上〉』青木書店. ジェームズ・サミュエル・コールマン著, 久慈利武訳, 2006, 『社会理論の基礎〈下〉』青木書店.)
- Foster G., 2008, "Names Will Never Hurt Me: Racially Distinct Names and Identity in the Undergraduate Classroom". *Social Science Research*, 37: 934-952.
- Fryer R. G. Jr., and Levitt S. D., 2004, "The Causes and Consequences of Distinctively Black Names". *Quarterly Journal of Economics*, 119-3: 767-805.
- Gerhards J., and Hackenbroch R., 2000, "Trends and Causes of Cultural Modernization: An Empirical Study of First Name". *International Sociology*, 15: 501-531.
- Gerhards J., and Hans S., 2009, "From Hasan to Herbert: Name- Giving Patterns of Immigrant Parents between Acculturation and Ethnic Maintenance". *American Journal of Sociology*, 114-4: 1102-1128.
- Harvard University Department of Sociology, "Stanley Lieberman": <http://www.wjh.harvard.edu/soc/faculty/lieberson/> (2011年9月13日閲覧)
- 橋本淳治・井藤伸比古著, 板倉聖宣監修, 2011, 『「子」のつく名前の誕生』仮説社.
- リリアン・テルミ・ハタノ, 2009, 『マイノリティの名前はどのように扱われているのか 日本の公立学校におけるニューカマーの場合』ひつじ書房.
- 池上俊一, 2008, 『ヨーロッパの中世 8 儀礼と象徴の中世』岩波書店.
- 磯直樹, 2008, 「ブルデューにおける界概念―理論と調査の媒介として―」『ソシオロジ』 53-1: 37-53.
- 磯直樹, 2011, 「ブルデューとスポーツ社会学」『スポーツ社会学研究』 19-1: 1-15.
- 寿岳章子, 1990, 『日本人の名前』大修館書店.
- 金原克範, 1995, 『“子”のつく名前の女の子は頭がいい』洋泉社
- 片瀬一男, 1993, 「娘の名前―文化変容と女性性―」『日本教育社会学会大会発表要旨集録』 45: 66-67.
- 片瀬一男, 2003, 『ライフ・イベントの社会学』世界思想社.
- 小林大祐, 2000, 「消費社会の記号化過程について―名前における変化から―」『経済社会学会年報』 22: 64-72.

- 小林大祐, 2001, 「名前の社会的分析に向けて—漢字がつくる同一性のなかの差異—」『評論・社会科学』65, 同志社大学人文学会: 23-41.
- 小林康正, 2009, 『名づけの世相史「個性的な名前」をフィールドワーク』風響社.
- Lévi-Strauss C., 1962, *La Pensée sauvage*, Paris, Plon. (=クロード・レヴィ=ストロース著, 大橋保夫訳, 1976, 『野生の思考』みすず書房.)
- Levitt S. D., and Dubner S. J., 2005, *Freakonomics: A Economist Explores the Hidden Side of Everything*, William Morrow & Company. (=スティーヴン・D・レヴィット、スティーヴン・J・ダブナー著、望月衛訳, 2007, 『ヤバい経済学 増補改訂版 悪ガキ教授が世の裏側を探検する』東洋経済新報社.)
- Lieberson S., 1984, "What's in a Name? . . . Some Sociolinguistic Possibilities". *International Journal of the Sociology of Language*, 45: 77-87.
- Lieberson S., 1995, "Reply to Philippe Besnard". *American Journal of Sociology*, 100: 1317-1325.
- Lieberson S., 2000, *A Matter of Taste: How Names, Fashion, and Culture Change*, Yale University Press.
- Lieberson S., and Bell E. O., 1992, "Children's First Names: An Empirical Study of Social Taste". *American Journal of Sociology*, 98-3: 511-554.
- Lieberson S., Dumais S., and Baumann S., 2000, "The Instability of Androgynous Names: The Symbolic Maintenance of Gender Boundaries". *American Journal of Sociology*, 105-5: 1249-1287.
- Lieberson and Lynn, 2003, "Popularity as a Taste: An Application to the Naming Process". *Onoma*, 38: 235-276.
- Lieberson S., and Mikelson K. S., 1995, "Distinctive African Names: An Experimental, Historical, and Linguistic Analysis of Innovation". *American Sociological Review*, 60: 928-946.
- 森岡健二・山口仲美, 1985, 『命名の言語学 ネーミングの諸相』東海大学出版会.
- Rickel A. U., and Anderson L. R., 1981, "Name Ambiguity and Androgyny". *Sex Roles*, 7-10: 1057-1066.
- Rossi A.S., 1965, "Naming Children in Middle-Class Families". *American Sociological Review*, 30-4: 499-513.
- 坂井博通, 2001, 「女子名の「子」の有無によるライフコースの相違」『埼玉県立大学紀要』3: 107-110.
- Skipper J. K. Jr., Leslie P. and Wilson B. S., 1990, "A Technique Revisited: Family Names, Nicknames, and Social Class". *Teaching Sociology*, 18-2: 209-213.
- Sue C.A., and Telles E. E., 2007, "Assimilation and Gender in Naming". *American Journal of Sociology*, 112-5: 1383-1345.
- 上野和男, 1999, 「名前と社会をめぐる基本的諸問題」上野和男・森謙二編『シリーズ比較家族第Ⅱ期 3 名前と社会—名づけの家族史』早稲田大学出版部: 3-27.

Theoretical Frameworks from S. Lieberman's First Name Studies, and Its Applicability to Japan

Kenta KUYAMA

Abstract:

This paper attempts to examine the theoretical frameworks of first name studies that have been revealed by Stanley Lieberman, and to discuss their applicability to Japanese society. The main theoretical consequences introduced by Lieberman's studies are as follows: first, naming is one of the best subjects in which to vividly observe the dynamism of fashion trends and social tastes. Second, the processes by which naming patterns diffuse conform to the "class difference model", accounting for the fact that social subgroups have different naming tastes for each group. Third, though a fashion is affected by various factors, internal effects have independent mechanisms to change the fashion which work even in cases where there is no external (social) incident. In addition to these consequences, Lieberman insists that conventional assertions have overestimated its external effects.

To study first name systematically in Japan with Lieberman's framework, various problems will be indicated: the difficulties in obtaining a large data set when taking into consideration differences in cultural, historical, and linguistic background, and how to account for social attributes as information attached to first names. However, it also should be emphasized that we Japanese sociologists can remodel a first name study in a theoretical and methodological dimension.

Key Words : first name, taste, fashion, cultural capital, collective action theory