

## 姓名学の誕生

—— 大衆新聞の登場と読むことの想像力を中心に ——

小林 康 正

キーワード

占いの近代 メディアの形態論 新聞革命  
読者論 市場社会と「信用」の再定義

はじめに — 「姓名学」研究の射程

姓名判断の問いかけ

「古いブーム」と言われて久しいが、現在も多種多様の占いが流行を繰り返している。そうした中でも、姓名で人の運命を占う姓名判断は根強い人気を誇っているようだ。書店には関連書籍が何冊も置かれ、インターネットにも多くのサイトが存在している。

だが、姓名判断の影響を人気の有無といった他愛のない話として済ませていいわけではない。近年、子どもの名付けに姓名判断を利用する親が増える傾向にあるが<sup>1)</sup>、命名に関与するというこの特異性において、姓名判断は他の占いと同日に論じることのできない「近代」のプロブレマティークを抱え込むことになる。

なるほど、命名はそこに願いや期待を込めるという意味では私的な行為といえるが、そのこと自体が国家への登録であるという点において何よりも公的な出来事なのである。やや大げさな表現になるが、姓名判断は個人の社会制度上の起源の場に介入し、法的支配に呪術的世界観を吹き込むという意味で、合理性の貫徹という近代の前提に揺さ振りを掛けていると見ることもできる。少なくとも、近代国家の政治テクノロジー

が操作対象とする「記号」としての名前を、それとは異なる次元において「象徴」として読み替えようとする実践の極北に、姓名判断は自ずから位置づけられてしまうのである〔小林2005〕。

我々の心性に潜むそうした矛盾の傾向は、たとえば様々な機会に繰り返される署名の際に沸き起こる種々の感興を思えば、多少は想像がつくかもしれない。そこには名前＝記号観に収まり切らない個人的感情と社会的意味の熟合を、そしてそれに起因する呪術的想像力の宿りを発見することができるはずである。いずれにしろ姓名判断は、アンビヴァレントな近代的主体のアイデンティティに深く刻み込まれることのある占いだといえるだろう。

近代における異端的実践としての姓名学

こうした影響やプロブレマティークの重要性に比して、姓名判断について我々が知るところは意外なほどにわずかである。一般的には中国由来の占いとみなされているようでもあり<sup>2)</sup>、またその一方では、昭和初期に熊崎健翁によって発明されたといった断片的な知識が語られたりもする。いずれにしろ、姓名判断がクリティカルな学知から1つの課題として追究されることはほとんどなかった<sup>3)</sup>。

これまで筆者は、「姓名学」<sup>4)</sup>を近代における異端的な実践と位置づけ、それが明治以降の社会や制度、さらには認識様式の変容とのかかわり中で形成されてきたという

見解を取ってきた〔小林2005、2007〕。小稿もそうした見解に基づく研究の一端を担うものである。いまこうした研究視角がもたらす意義について詳しく述べる余裕はないが、かいつまんで言えば、異端なるものへの理解を経由して「近代」のありようを逆照射する点にあるといえよう。その特権的な布置は近代を鋭く剔抉する。ただその貢献の核心は、そうした単純化された結論にあるのではなく、論述の過程を通してそれらの複雑な関係と多彩な様相をできるだけ具体的に開示する点にある。というのは、そうした具体的な問題提示の中にこそ、隣り合いながらもまだ気付くことのない者をつなぐ関心の共有と課題の発見が潜んでいると思われるからである。

こうした探究において紐解かれる問題系を急いで列記するならば、以下のようなものである。すなわち、「国民国家」特有の法・政治テクノロジーの出現、ポスト共同体としての「市場社会」の成立、「科学」を代表とする制度知の公認、近代都市システムの成立と「新中間層」の出現、さらにはその新中間層における「家庭」の誕生、そして、新聞・雑誌など出版メディアによる世界の代替、等々。姓名学は、これらの一覧とその連関によって提示できるような「近代」の編成のなかで、そこに生きる方法として編み出された実践であり、それゆえにいま述べたような解法が有効だということである。

### メディアの形態分析

姓名学の想像力や認識論、あるいは、その実践の形成はこのような様々な社会的な諸関係のうちであり、その成立のための要因を一元的な事象のうち還元することは不可能である。それらは複雑に絡みあった「出来事」として説明されるべきものだろう。ただ実際にそれを記述するためには、便宜的には限られた地点から出発しなければ

ならないのも事実である。

小稿が焦点とするのは、明治30年代前半に起きた「新聞革命」期の大衆新聞による生活世界の代替と姓名学の誕生の関係である。こうした問題設定は、姓名学の想像力とそれを支えた信憑性構造がそうしたメディアとその背後にある社会の変貌と深く結びついていたという仮定に出発している。姓名学のエネルギーはこの時代の市場経済化と立身出世イデオロギーによって供給されていたが、それをリアルなものへと形象化したのは、この時代の大衆新聞であり、その現実化の力であった。

こうした仮定を検証へと導いていくために、小稿では、姓名判断が最初に掲載された大衆新聞・『報知新聞』の形式に着目する。またそれと同時に、姓名学を生み出すような社会の有り様、そして、新聞そのものの有り様、すなわち、生態を複層的に点検していく。

このような資料の形式と生態に対する着目の重要性は、すでに読書のプラチックに関するロジェ・シャルチエの研究や歴史社会学の佐藤健二のうわさ話研究などによって論じられているが〔シャルチエ1993、佐藤1995〕、彼らに倣ってここで問われていることを言い直せば、テキストとしての姓名判断の内容、テキストが依存している新聞という資料の形式、テキストが形成されてきたであろう場を、明らかにすることである<sup>5)</sup>〔佐藤1995：150-1〕。

ここでは、こうしたアプローチをメディアの形態分析と呼ぶことにするが、大衆新聞という当時のニューメディアに関して言えば、管見に及ぶかぎりこうした方法が適応されたことを知らない。そしてそれがこのメディアの今まで述べられなかった側面の1つを明らかにしようとするものでもあることを主張しておきたい。その意味で、姓名判断の形態分析は、大衆新聞の分析、とくにその読者論であることを断っておくべきであろう。

## 1 姓名学の培地としての新聞

### 姓名判断の発明家・佐々木盛夫の登場

明治34年3月29日付の『報知新聞』の1面冒頭に「運命判断の新式（発明家佐々木盛夫氏）」という記事が2段組で掲載された。管見に及ぶ限り、姓名判断が新聞に掲載された最初の事例であるが、これは翌月の10日まで続く全体で9日間の連載であり、その中で財界人・政治家・歌舞伎役者・相撲取り・落語家・芸者・刑事被告人などの有名人の姓名判断がおこなわれている。

この日の記事は、次回から展開される具体的な姓名判断の前口上に当たるもので、その前段では科学でも解明できない「理外の理」の存在から運命説の肯定が主張されているのだが、その論証には、西欧で流行中のスピリチュアリズム（降神術）やクレヤポン（神通術）、骨相術などが動員されている。その上で姓名判断を次のように紹介する。

我国にも易断人相を始めとして幹<sup>かんし</sup>技術とか陶宮術とかいふものがあるが、此頃、岩手の人佐々木盛夫は数年間心を潜めて研究の結果、一種の占術を発明した。ソレは人の姓名を見て其の運命を予測する法で、易断人相幹枝等の諸術以外に一生面を開いたのである。

氏の説によれば、人の姓名といふものは、其の運命を表現して居る。元来漢字は天地万物の形象に基いて作ったもので、人為といへば人為だが、天意も自然に其の中に籠もつて居る。また日本の仮名は発音に基いて作ったもので、其の発音には自然に人間の感情が籠もつて居る。故に姓名の字音と字画と及び其の乾坤<sup>わが</sup>の配置に依りて、其の人の運命が分明るといふので、至極簡単な方式であるが、氏は此の方式に依りて古今幾千百の人物の運

命を割り出して見たが、一も誤つたものがないと言つて居る。

尚ほ氏は改名に依て其の人の運命を一変するを得ると断言して居るが、氏の説を信じて改名を為したる紳士などは随分多いそうだ。〔『報知』1901. 3. 29〕<sup>6)</sup>

ここで姓名判断の発明者として紹介される佐々木盛夫は、1860年（万延元）に盛岡で武士の子として生まれ、維新後に上京し、政治や実業の世界に立身出世を求めたがならず、その原因を探るうちに姓名判断に辿り着いたという人物である〔国鏡社：53-6〕。

彼の姓名判断の人気は、「開業して2年も経たぬに東京における一つの流行となった」（『北海タイムス』原文未見）〔佐々木1903：111〕と伝えられ、また、「都下の貴賤競うて君の門に判断を請ふに至れり。今や門人十数名あり、其門人はその道を以て衣食せり」〔国鏡社：56〕というほどの繁盛ぶりだったという。

こうした成功の背景には当時の世相があった。佐々木自身がまさに当てはまるのだが<sup>7)</sup>、立身出世の戦いに敗れ雌伏せざるをえない人々が世の中に充満していたのである。改名という単純明快な方法は、捲土重来を期する彼らの心を強く捉えた。

佐々木はこうして瞬く間に成功を手に入れたが、その終わりもまたあっけなかった。1903年（明治36）、おそらく自分でも予想しなかった死というものに巡り合い、世間の姓名判断熱も急速に冷めてしまう〔小関1907〕。そのため姓名学者たちは、ブームの再来までに10年近くの歳月を費やさねばならなかった〔小林2005〕。

### 姓名学のアウトプット機能を担う新聞

記事として掲載された姓名判断にはどんなことが書かれていたのだろうか。ここでは最初の人物に選ばれた安田善次郎を例に

その内容について確かめておきたい（『報知』1901. 4. 1）。なお、安田については後に触れるが、安田財閥を一代で築いた当時の実業界で並ぶ者なき成功者であった。

1面冒頭に置かれた記事には「新式 姓名判断」というタイトルが付され、姓名判断の簡単な紹介がなされた後、タイトルと同じ大きさの初号活字で安田善次郎の姓名が記されている。姓名のそれぞれの漢字の右側には乾坤（●○）を、左側には五行（木火土金水）が付されている。

具体的な判断を摘要すると、以下の通りである。まず、徹頭徹尾高運に出来上がっている珍しい人格だと褒めた後、「乾坤」は申し分ない配置で身体の健康を示し、「五行」は「泰山の象」で「他人が自ら高しとするの意」、「読み下し」の語呂も世間に見ない善い姓名だという。姓名五字の「画数」も上等に出来ていて、「大志大望を成し遂げる運格」となっている。そして、これらの判断方法ですべてがいい結果となる場合は珍しいが、「此人許りは能くも揃ひに揃つた上々の運格である」と締めくくっている。

ここに記された判断方法は「乾坤」「五行」「読み下し」「画数」を組み合わせたもので、後に「五則」として整理されるものである〔小林2005：40r〕。他の日をもみても、吉凶善悪の違いはあるが、使われた方法自体は大同小異であり、その後の姓名判断家が踏襲していく判断方法がほぼ完成されていたことが窺える。

判断の中身について改めて確認すれば、佐々木が安田について下した判断は「大志大望を成し遂げる運格」というものであった。しかしながら、実業界第1の立身者を擱まえてこうした結論を下したとしても、それをいわゆる「判断」と呼んでいいのかは躊躇するところであろう。同様に、後日下された判断も世評と食い違った形跡があるわけではない。概して言えば、その人物の経歴と現状を追認的に「占う」か、ある

いはそこから常識的に推論できる範囲の未来を予測しているにすぎないのである。

しかし、それで十分であったという見方もできる。なぜなら、これらの記事は姓名判断の見本の働きをしているにすぎず、その本当の目的は、世間に知れ渡っている「有名人」の経歴事績に照らして、佐々木の判断が誤っていないことを読者に確認させることにあったと思われるからである。真偽のほどは定かでないが、その新奇でもっともらしい能書きを自分に当てはめてみたらどうなるだろうかという好奇心を引き起こせば、それで成功だった。この記事は広告機能をもっていたのである。

実際、佐々木の成功をみれば、この記事に顧客獲得の効果があつたとしていいだろう。これ以後も、佐々木は全国の地方新聞で地元の名士などの姓名判断の記事を掲載している〔佐々木1903〕。さらには、その事実が別の新聞によって孫引きされて報じられるなどして〔中山：419〕、佐々木の名声は広がっていった。こうして彼の事業は成功し、姓名判断の「開祖」の地位を固めていったのである。

新聞が佐々木の成功に役立ったことについては、知人の姓名学者・高階鏡郭の証言がある〔高階1912：1〕。なお高階自身もその紙名を上げ、全国30紙以上で姓名判断をおこなったことを誇示している〔高階：5-6〕。また、新聞の宣伝効果をはっきり伝えるのは、石川啄木が担当した『小樽新報』の海老名又一郎の事例である。海老名は記事の掲載をきっかけとして見事に上客を獲得している〔小林2007：37-40〕。新聞と姓名判断の蜜月関係はその後も見られ、時代は下るが、明治45年頃から始まる本格的姓名学ブームでは、読売新聞に「文壇姓名哲学」が長期連載されている〔小林2005：6〕。

姓名学そのものが時代の風潮にマッチしたということもあつたが、佐々木が競争相手を押しつけて<sup>8)</sup>、唱道者のプライオリテ

ィを手に入れられたのは、他者に先んじて彼が最初に新聞の使用を思いつき、それを大々的に利用していったからだと思われる<sup>9)</sup>。

### 姓名学のインプット機能をもつ新聞

このように新聞は姓名判断の存在を世間に広めるのに役立った。しかし、姓名学にとって新聞が不可欠の道具であると言うとき、それは単なる広告機能以上に重要な意味を持っていた。かりにこれまで述べた内容を新聞によるアウトプット機能と呼ぶならば、姓名学にとってより本質的な意味をもつのは、新聞が果たすインプットの役割である。

明治維新後に導入された諸制度（四民平等、一人一名制の確立、百官名の禁止等）により〔小林2005〕、明治10年前後は名前の混乱期であった〔福沢1878：27-31〕。こうした中で一時的に名乗判断書の需要が高まった。この頃命名の手引書を書いた開明派の萩原乙彦は、「反切」などの名前占いを批判している〔萩原1875〕。その根拠として彼が上げたのは、名乗判断の著作が反切の理を証するのに「億兆ノ人名中屈指ニ足ル数」の古人の例をもって済ませるアド・ホックなやり方であった。

それゆえ、文明開化の世を生きる姓名学者が、こうしたまことにもっともな批判に抗してその妥当性を主張するためには、どうしても「統計」的に〔小関1907：37〕、すなわち、数量的に十分といえる実例を、もう少し当世風な名前と確かな事績でもって示す必要があったのである。

政治・経済・社会面その他の記事で、それこそ数え切れない人名を日々に伝える新聞は、姓名学者にとってみれば、この条件にぴたりと一致する資料の宝庫であった。そこには富豪も政治家も理不尽な死を迎えた衰れな者も、あるいは一夜にして財を失った金持ちも、ありとあらゆる成功と失敗、

慶事と悲劇が、姓名として登場するのである。姓名というインデックスによって万象が検索できるのが新聞というメディアの斬新さであった。姓名学者は当の新聞がそのことに配慮を始めるずっと前から気付いていたのである<sup>10)</sup>。

そうした中での究極的な形式はやはり番付や一覧表であろう。江戸時代の刷り物としてすでに存在したこの認識装置には、近代の新聞においても金満家、戦死者、凱旋者などの一覧が掲載された。メディアの形態論で述べるべきことであるが、やや先走って言えば、新聞に掲載されたこれらの一覧表は、ジャック・グディが指摘するように〔グディ1986〕、ノイズを取り去った後の2項関係のみを表示するそれ自体が識字特有の認識形式であった。だが、ここで重要なのは、一般的な予想に反してそれが必ずしも合理性へと帰着するものではなかったという点である。納税額と姓名、戦死と姓名—この2項以外に一切の情報が剝奪された関係は、姓名を想像力発動の場に仕向ける装置となりえたのである〔小林2005：42、蝦名1898〕。いずれにしる、姓名学者は新聞を精力的に取材し、姓名判断の正当性を根拠付けていった<sup>11)</sup>。

新聞は姓名学の培地であった。姓名学者は新聞からその材料を得て、新聞を発信元として活動を繰り広げていった。こうした反実仮想がどれほど意味のあるものなのか判断が付きかねるが、おそらく新聞というメディアがなかったら、今のような姓名判断も存在しなかったであろう。

### 信憑性のメディア形態論へ

だが、こうした内容でもって、姓名判断と新聞の関係がわかったと思うのであれば、それはまったくの誤解である。さらに、小稿のめざすメディア論的理解のとは口にも立っていないと書いていいだろう。

もう一度、記事のことを思い出してみた

い。この姓名判断の記事は殆ど1面トップで9日間も連載されたのである。こうした事実は、我々にこれまでの検討とはまた別の疑問を投げかけてくるだろう。たとえば、現在の新聞がこのような記事を掲載することはありえるのだろうかという疑問。ないとすれば、それはなぜか。当時の人々と現代人では姓名判断の信憑性に対する感覚が異なるのだろうか。あるいは、当時の新聞は、我々が知っている新聞とは違ったものなのだろうか、等々の疑問である。これらの疑問は、姓名判断という問題を飛び越えて、我々の信憑性構造と当時の人々とのずれ、そして、これを掲載し、彼らの信憑性構造の構築に大きく関わったと思われる当時の新聞の有り様にまで及んでいく。

これまでの記述はこうした疑問にまったくと言っていいほど答えていない。新聞が姓名学のデータベースであり、広告に利用されたといったことは、基本的に姓名学者側の問題である。言い換えれば、読者は信じるかもしれないし、一笑に付すかもしれない。それはわからないのである。「信」の問題は放置されたままである。

この問題が、宗教とメディアに関わるパースペクティブの変容という共通のアポリアを含んでいることに注意したい。「信じることのできない他人の信念」という宗教研究上の難所は、「火星からの襲来」以来、すでにメディア論においても同様に克服すべき論点となっているのであり、ポストモダニズム的世界観の下では、さらに重要性を増している。つまり、メディアにおける世界の代替というテーマ自体がこの問題そのものなのである。

シルバーストーンが指摘するように、メディアからの説得に対して個人や社会集団やジェンダーや国籍によってその対応が異なるという常識を超えて、それでもなおこうした議論を進めていくためには、メディアを経験することだけでなく、メディアが経験に貢献する仕方に目をむけ、そのこと

を経験的であると同時に理論的な仕方で研究する必要があるのだ〔シルバーストーン2003:38-40〕。そして、こうした認識をメディアの形態論で捉えなおせば、具体的な形態をもったメディアがどのように人々の経験に関わっていくのかという問題に置き換えられるのである<sup>12)</sup>。

先に発した素朴だが本質的な疑問に対して直接的な解答を与えることは確かに困難である。しかし、まったく不可能というわけでもない。ここに見られる、姓名学という実践、それを掲載する新聞、そしてそれを読んだであろう読者という3者の間に相互的な関係を想定し、そこに生み出された想像力を、新聞というメディアの形態のあらわれを追跡することで明らかにすることはある程度可能であろう。

そうであるならば、次に以下のことが検討されねばならない。姓名判断を一面冒頭に連載した『報知新聞』とは、いったいどんな新聞で、どんな形態をもち、どんな読者によって読まれていたのだろうか。

## 2 メディア的世界の成立と『報知新聞』の読者像

### 「新聞革命」とメディア的世界の成立

ベネディクト・アンダーソンの出版資本主義と国民国家の結びつきに関する議論〔アンダーソン2007〕がメディア研究にもたらした影響は甚大である。とくに新聞の役割について述べた「同時性」の議論は、国民という幻想の共同体の文化的起源としてそれを位置づけるものとして広く受容されている〔奥1997〕。

こうした問題について、広い意味での新聞史研究において議論を展開したのが山田俊治である〔山田2002〕。山田は創刊から明治10年代までの『読売新聞』を取り上げ、これを大衆新聞と位置づけた上でそこに掲載された記事を詳細に検討している。論点は多岐におよぶが、その結論は、小稿で言

うところ新聞メディアによる世界の代替という問題である。

山田はこの点について、「活字印刷された新聞は、世界のイメージを生成する媒体だったといえる。出来事を代行・表象する新聞は、地縁、血縁などの具体的な人間関係を超越した社会関係をその表象世界に幻視させ、国家や社会のイメージを日常的に供給していた」〔山田2002：258-9〕とし、そうした「活字によって再現前化された表象であるにもかかわらず、新聞は実在に忠実な反映と見なされ、実在以上の存在感をもつようになる」と述べている。

筆者もこうした見解に基本的に賛成である。このような日常性の信任プロセスはすでにボードリアール〔ボードリアール1979〕らによって検討されたとおりであろう。さらに、そこに生じる権威性は「活字信仰」といった言葉で言い古され見逃されてしまうことが多いが、そうした事態の背後にはこのようなプロセスが存在していたことを改めて思い起こす必要がある。そして、そのようにして生み出された活字の「実在以上の存在感」こそ、姓名学の源泉であったということも間違いないのである。

ただ、山田の見解とここでの立場との見逃せない違いもある。まずアンダーソンのメディア論における継承の一部に見られるのだが、こうした新聞に対する需要が市場社会の成立による利害関心と結びついていたことへの配慮が見られないことである。また、それゆえ「新聞革命」という視野がそこには現われてこない。さらにメディア論にとって重要なのは、先述したように、そうしたメディアが経験を具体的にどう媒介したのかという問題でなければならない。メディアだけによって「世界」が変容するわけではなく、そこには様々な経験、何にもまして市場社会化という経験があって、「メディア社会」は誕生を強制されたのである。

ここで言う「新聞革命」とは、日清戦争

を境として起きた大衆新聞の成立のことを指しているが<sup>13)</sup>、メディアによる世界の代替の本格化はこの大衆新聞の登場を待たなければならないというのが小稿の立場である。山田が主として対象に選んだ明治10年代の『読売新聞』はいわゆる小新聞と呼ばれるものであり、完全な意味で「大衆」新聞の段階にあったとはいえない〔山本1981：361，土屋2002：268〕。

そもそも明治草創期の新聞は、政論を主とした高級な論説紙である大新聞と、庶民に親しみやすい娯楽的内容をもつ小新聞に分類されるのが一般的である。しかし、自由民権運動が終息し憲法制定を経て政治の季節が終息に向かうと、大新聞はその光輝を失い、一方の小新聞も購読層の要望の変化から部数が頭打ちになる。明治10年代の終わりから、両者は接近し、報道中心のいわゆる中新聞化が進んでいく〔朝日新聞社1995：132-181〕。

こうした中で、日清戦争を境として新聞に対する人々の要請ははっきりとした変化を見せていく。その内容を一言で言えば、資本主義と市場経済の浸透による経済情報の価値の高まりに対する対応であった<sup>14)</sup>。郵便制度の充実、鉄道の延長、電信や長距離電話の利用、通信社の情報販売などの技術革新によって可能となった広域の市場経済が、新聞の意味を変容させたのである<sup>15)</sup>。

情報とメディアが社会にもたらすこうしたインパクトは、すでに福沢諭吉によってはっきりと予見されていたが〔福沢1879：53-71、杉山2002〕、それを自らの現実として最も早く認識したのは商都大阪の商人たちであった。彼らの要望に応えようとした大阪の新聞は早くから報道本位の体制を作り上げ、東京の新聞を駆逐して、最終的に全国紙に成長する。

たとえば、次に紹介する実業新聞として出発した『大阪毎日新聞』の創刊（1888年）の辞には、そのような意識がはっきりと記されている。

我々有志相協力してもつて新聞紙を発行せんことを企画す。けだし吾人の視力には程度あり、吾人の聴力にもまた際限あり、吾人の音声は窮りなきに達する能はずとすれば、吾人は数千里外を聞くこと能はず、吾人の身辺はいまだ万有を網羅せずとすれば吾人は数千里外を見ること能はざるなり。然り而して吾人社会の交渉とその進歩とは各自己の意志感想を口耳相伝ふるより重要なるはあらず。ここにおいて郵便電信等種々の方便を挙用しもつて吾人官能のおよぼざるところを補ふに至れり。中にも最も多き物件、最も多き説話を一場に集め、これを視、これを聞き、これを伝へもつて吾人の処世上に利益を与ふるものを何とかなす。公平なる新聞紙すなはちこれなり。(新聞発行趣意書)〔毎日新聞社1954：19〕

ここにある言葉は、広漠とした世界を知りたいとするその切実な感覚がまさに「市場」の認識と不可分であったことを表明している。実業に携わる者たちは、遠隔地の情報を伝える「公平なる新聞紙」が「処世上に利益を与ふる」ような時代になったことに逸早く気付いていたのである<sup>16)</sup>。

言い換えれば、新聞というメディアが世界の代替となりえたのは、それが世界を客観的に映し出す鏡だったからではない。そうした世界の広がりを生み出した原動力が「市場」であり、新聞はその一部であった。それは新しい時代の創造に相応しい「バイアス」をもった鏡だった。山本武利は、大衆新聞が掲げた「不偏不党」というモットーが、実のところ商品として成り立つためのカムフラージュだったことを指摘しているが〔山本1973：69-182〕、この創刊の辞にもそれは窺える。

要するに、新聞革命が当時の「市場経済」への「転換」〔ポランニー1975〕の一環であったこと、そして市場経済化した社会とは世界の涯までつながりさらにまた止

めどない活動と更新を続けるような社会であり、そうした世界に接続された生活世界で生きていくためには、直接経験を越えたメディア情報に頼らざるを得なくなったこと、すなわち、そうした「社会を映す鏡」に擬えられた新聞を介してしか自己の生存を保ちえなくなったということなのである<sup>17)</sup>。

なおここで本格的に論及する暇を持たないが、メディアによる世界代替に関するもう一つの重要な論点は、都市というものがもつ場の有り様に関わるものである。都市は、こうした新しい世界の直接経験の場でありながら、実際には、その不可能性を知らしめる存在でもあった。漱石はその著『三四郎』によって、都市の相貌を、忙しく移動する市電とそこに乗降する夥しい人々や無限に拡張を続ける市街として描写するが、主人公はこうした「劇烈な活動」をおこなう「現実世界」と1つ同じ平面に並んでいながら、どこも接触していないことで不安に陥ることになる<sup>18)</sup>〔夏目1909〕。また東京での生存術を詳細に説いた石川天崖の『東京学』は、都市とはそれまでの社会とは異なる未知なる経験で、そこに生活する者の十中八九までが失敗に帰するような場であることを伝えている<sup>19)</sup>〔石川1986〕。都市がもつ抵抗を許さないような不可視で圧倒的な現実こそが、新聞というメディアを切実に要請したのである。

#### 『報知新聞』の紙面改革と新たな読者層

『報知』の前身である『郵便報知』は大新聞として活発に政論を展開したが、弾圧による発行停止の影響もあり、発行部数が伸び悩み、明治10年代も終わり頃になると、紙面改革や値下げなどの経営努力を迫られるようになる。それでも、大衆路線は貫徹せず、その方針が徹底するのは、存亡の危機に瀕した1895年(明治27)も押し詰まってからであった。社主の三木善八は経営と



編集における改革を断行する<sup>20)</sup>。

その社告には、①『報知』への改題、②記者編集スタッフの一新、③政党機関紙であることを廃し、独立独行の新聞となること、④「高等なる絵入新聞」となり、大新聞と小新聞の中庸を行く「平易にして最も高尚に最も正大最も普通なる新聞」となることなどが記され、実際に、平易な記事と総ルビ化、挿画の多用、初号二号活字の多用、毎日6頁立への変更、商況相場の記事の増加などが施行された。

約1年で体制を立て直した『報知』は、3節に述べるような新しい企画・イベント、紙面の改革を次々におこなうが<sup>21)</sup>、それが凶に当たり、日露開戦頃には東京発行の新聞としては第1位の発行部数を誇るようになった〔山本1981：412〕。『報知』は大衆新聞への変身をもっとも鮮やかに成し遂げた新聞であったといえる。

こうした新聞の変貌は紙面を中心とした観点から「通俗化」と呼ばれることが多いが〔小野1922：250-7〕、それはあまりにも紙面だけにとらわれた見方であろう。「通俗化」とは、小野秀雄が指摘するように営業化現象の一面に過ぎず、その本源的な要因は資本主義化による読者層の変貌にあった。

山本武利は、明治30年代前半の新聞読者層を分析した中で、この時期の読者層の新しい動向として「商工階層」を中心にした経済情報への関心の高まりと「下層階層」の登場の2点を上げ〔山本1981：112-5〕、「日本資本主義の発展は社会階層構造を変動させ、商工階層は増大かつ分化し、下層階層も形成される。それとともに商工階層の新聞への関心も変化し、三面記事や新聞小説に代わって、経済情報記事への欲求が前面に出てくる。下層階層にも三面記事さらには社会主義的な論説への関心が生まれる」〔山本1981：115〕としている。新聞事業者は、彼らの欲求に応えるために様々な新技術を動員し、さらには読者の歓心や欲

望を満たすために紙面の改革だけでなく、イベントや関連事業をおこなっていったのである。

このような「新聞革命」の様相を煎じ詰めていえば、①資本主義体制における需要と結果としての識字層の増大という事態に対応するため、輪転機の導入などによって生産性の向上が図られ、②市場化した都市商工層を中心とした需要に応じて、通信社・電話・電報・広告の利用による情報の広域化、迅速化、価値付与が進み、その一方で、③萌芽的な労働者や職工層には「サーカス」としてのイベントや、ルサンチマンの解消としての煽情的上流排撃キャンペーンが提供されたのである<sup>22)</sup>〔有山1995：23-40〕。

こうした「新聞革命」が殆どの新聞で起きたといっても、上記の内容がすべての新聞において同様に展開したわけではない。③は『萬朝報』『二六新報』などが得意とするところであり〔奥1997〕、その一方、②に力を入れたのは、後に全国紙として成功する東西の『朝日新聞』『大阪毎日新聞』、そして東京の『時事新報』『報知』などである。山本の指摘に従えば、前者の読者層が下層階層、後者が商工階層ということになる〔山本1981：101-5〕。いずれにしろ、大衆新聞の勃興は新たな読者層によって支えられた現象であった。

### 「読者の共同性」を紡ぐ物語

『報知』の読者層は、山本が抽出した類型でいえば、商工階層が当てはまるわけだが、その範囲はきわめて幅広く、「豪商」「資本家」「商人」「企業家」「会社員」「銀行員」「番頭」「商店小僧」といった雇用主から使用人までが含まれる。そもそも山本のこのグルーピング自体操作的なものなのである〔山本1981：55-7〕。しかしながら、山本がこうした類型を設けたのはそうした実態がすでにそこにあったからだというの

も事実である。であるならば、1つの「層」としてグルーピングできるのか検討を要するような社会的な立場の異なる者を、どのようにして『報知』は読者として抱え込むことができたのかと問わねばならないだろう<sup>23)</sup>。とりわけ、社会制度を肯定し、社会批判を欠如した態度を示す『報知』に対し〔山本1981:102〕、小僧などの使用人が不平はあったにしても、総じて許容的な捉え方をし、読者でいられたとすれば、雇用関係という立場を超えたある種の価値観の共有を想定してみななければならない。

それを可能にした理由をはっきりとした要因として述べることはできないが、その背景には、将来の暖簾分けに対する使用人側の期待、階級の未分化、急激な階層間移動の可能性の示唆〔墨堤隠士1905〕などが考えられる。下級階層と同じように不遇を託っていたとしても、それ以外の社会的文脈の有り様によっては、未来像が輝きを増すことがあったのである。

では、こうした『報知』の読者たちが共通して求めた理想とはどんなものだったのだろうか。

それを考える上で手掛かりとなるのは、「新聞革命」の進行と軌を一にして到来した成功ブームと実業界の出現である〔キンモンス1995:146-64〕。1902年（明治35）に創刊された雑誌『成功』は、高等小学校への進学や通信教育で裾野を広げた立身出世主義熱に合致し、一大ブームを巻き起こしたが〔竹内1978、1997〕、こうした動向はそれより少し以前から起きていた。立身出世の大衆化の中で、その競争に新しく加わった人々の関心は従前の官途ではなく、実業界へと方向を大きく変えていた<sup>24)</sup>。そして、その頃出版された夥しい立身出世の手引書が語るように、こうした成功熱に冒されている間は、たとえ現実が不遇なものであったにしても、一時的に人々は耐えることができた。そして、学歴の低い小僧たちの欲望を焚きつけたのが、『成功』と並

んで売れ行きを伸ばした雑誌『実業之日本』であった〔キンモンス1995:148-56〕。こうした実業への志向は資本主義の浸透によってもたらされたものであり、大衆新聞と世界を共有する現象であった。

また一方の富豪、資本家、商店主たちも、こうした風潮を本質的に否定することはなかった。彼らも小僧たちと同様に『実業之日本』を読んだが、それはそこに記された成功者たちが「品行」によって現在の地位を勝ち取ったと語られたからである。しかし実際には「成功」は金銭の多寡を尺度として測れるようなものとして認知されていたことも事実である<sup>25)</sup>〔キンモンス1995:149〕。だからこそ、実業家はその資産や納税金額と一緒に肖像写真付きで掲載されて、小僧たちにとって英雄となったのであるが、その成功の原因には品行が語られていたのである。むろん雇用者にとって品行のいい使用人ほど有難い存在はなかった。このように、未来の成功が品行によって達成されるということを経験する限りにおいて、両者は同じ世界に暮らすことができたのである。

しかしながら、こうした小僧と富豪の共同性は、殆どの場合、虚偽意識であった。そして、その幻想はちょっとしたきっかけで暴かれる危険性があった。たとえば、『報知』の投書欄には雇い主に対する小僧の不満が散見し〔山本1981〕、先の見えない商家よりも、新しく可能性のある会社が魅力的に見えるということも当然であった。さらに生き馬の目を抜くような世間の様子を知るにつれて、「成功の秘訣」が「人の小股をすく」うことにあると思う者が出てこないとも限らなかったのである〔内田魯庵1902:272〕。

要するに、『報知』の読者である「商工階層」とは、本来的には2分されるような読者、すなわち、雇用主（商家）と使用人（雇人）という対極的な立場を含み込んでおり、彼らの同床異夢を上手に調和させる

ことを目指して、『報知』は微温的な紙面づくりをおこなっていたのである。その典型が後で触れる「商家と雇人」という連載である。『報知』が標榜した家庭に置かれる新聞とは、主人が読み、家庭の婦人や子どもが読み、さらには使用人までもが読める家族主義的な新聞のことであった〔報知新聞社1941：38〕。

この節で論じた内容を要約しておけば、次のように言えるだろう。姓名判断の登場した明治30年代は、まさに新聞革命の時期に重なっており、その背後には情報化＝市場化という社会の変化があった。言い換えれば、それは広い世界とつながった日常生活を維持するために情報の重要性が増した時代であり、それゆえ新聞は世界を代替する存在に変貌した。姓名判断はそうした時代に出現したのである。

姓名判断が最初に居場所を確保した『報知』は、新聞革命の優等生であった。その読者は新しい社会に対応した商工階層であったが、それを詳しく見れば、実のところ「商家」などの雇用主と「雇人」などの使用人の2つの階層に引き裂かれてもいた。彼らは伝統的な商慣行と急激に進行する市場社会の過渡的な社会に生きており、そうした状況は両者の間に分裂を生む危険を孕んでいた。そうした矛盾を糊塗したのが、「成功」という未来の約束と「品行」という秩序維持の規範のバランスである。彼らの理想はいつ食い違いを見せてもおかしくなかったのである。

### 3 姓名判断と新聞の形態

#### ポイエティックとしての読み

小稿の中心的課題は、姓名判断を受け入れることを可能にする想像力に関する考察であり、そうしたものが新聞メディアによる生活世界の代替とどう関わっているのかを明らかにすることであった。そのために

は、少なくとも次の3者の関係を想定することが必要であった。すなわち、それを要請した社会を視野に含めた上での姓名学の実践と実態、姓名学が培地とし息づいた大衆新聞、そして読者とその生活世界である。つまり姓名学を、市場社会の中で生活世界の代替となった大衆新聞というメディアが、姓名学（者）の働きかけと読者の世界を媒介することでできあがってきたものだと見なすのである。

そのような認識の下、これまで大衆新聞とはどのような意味で生活世界の代替となりえたのか、またそうした新聞と連携した市場化という世界の変貌とそこに暮らす読者の社会意識がどのようなものであったのかということ具体的に記述してきた。

この節では以上の検討を踏まえ、新聞というメディアを通じて、読者たちが姓名学にどのように説得されていったのかということを見ていきたい。しかし、それを個別の出来事として直接に知ることは殆ど不可能であろう。そのような過程は前意識的な過程として本人たちにとっても未明の裡に終えられることが普通だからである。たとえばそこに当事者がいたとして、尋問によって解答が得られるような性質の問題ではない。それゆえ、メディアの形態に注目した分析が有用とされるのである。

読むという実践において、我々はたしかにメッセージを受け取るのであるが、しかしそれは直接的になされるのではない。シャルチエの指摘に従えば〔シャルチエ1993：248, 264〕、それを媒介するのはモノとしての本であり、新聞であり、ディスプレイなのである。それらはそれぞれに独特の有用性と限界をもった形態としてある。くどくどしく説明するまでもなく、読むという行為はそうした形態によって可能にされまた制限される。逆に言えば、そうした可能性と限界を見定めることがメディアの形態分析の出発点である。

そして小稿が貢献を目指すメディアのり

アリティを問題にする場合、メディアの形態分析とは、メディアの経験に対する貢献の仕方へと近づく道筋であるという視点をも持たねばならないことを再度確認しておきたい。

こうした前提に従いながら、ここでは姓名判断の記事の形態を読んでいくことになるが、具体的な作業で言えば、姓名判断の記事を中心に置き、新聞全体の構成、掲載された紙面の構成、記事の配置、配置や内容から見た他の記事との関係、さらには、販売上の戦略と関わる紙面づくりの方針などの諸項目を視野に入れながら、それを多面的かつ重層的に読んでいくということになる。したがって姓名判断の記事がもつ「内容」は中心的課題ではない。それが問題となるのは、あくまで上述した諸項目との関係において意味を帯びるような場合である。そうした多様な可能性の関係の網目を視野に入れることにより、姓名判断の記事を新聞がどのように読ませようとしたのか、読者がどのように読もうとしたのかということをも再構成しようというわけである。こうした分析はその性質上、整然と進めるのは困難であるが、ひとまず指針となるようなものを想定すれば、記号論が言うところのコノテーションへの注目であろう〔バルト1971：195-201〕。

記事が伝えるべきメッセージが持つとすれば、その一方でそれがどんな場所に配置されるかで、それとはまた別の意味を読み込む可能性が生まれてくる。こうしたコノテーションは編集という作業によって意図的に組み合わせられたり、外挿されたメタ・メッセージに結び付けられたりすることもあるが、囲みや縦横の線によって分断された記事によって世界を作り上げる新聞においては、数え切れないほどの読みが可能になっている。むしろそれはいわゆる「拾い読み」「流し読み」「斜め読み」という作法が一般的であるように、読者の側に任されている。新聞を読むという行為は、多様な

二次的編集という意味での生産、すなわち、ポイエティックとして経験されるのである〔セルトー1987〕。

以下では、そうしたコノテーションが生み出される具体的な姿を記述していく。

## 紙面を読む

姓名判断は、新聞というモノを通じてどのように読まれたのだろうか。ここでは、そうした問いの前提として、まず『報知』がどのようなモノであったのか、つまり、どのような紙面構成と読みの可能性をもっていたのかという点に関して、姓名判断の記事が掲載された明治34年4月1日付の『報知』を中心に明らかにしていきたい。

そもそも1面の冒頭記事に姓名判断が掲載されるということ自体、現在の我々の感覚からはかなりの距離がある。1面は新聞の顔であり、社会政治経済の重要事項かスクープ記事が冒頭を飾るとするのが「常識」であろう。だが、当時の『報知』はそうではなかった。

『報知』は1895年（明治28）の年初以降6面立て構成をとっていた。1901年（明治34）時点での各面の内容を大まかに記せば、2面：政治経済、3面：雑報、4面：市況・相場、5面：政治経済、雑報、広告、6面：講談速記、広告ということができるが、1面の内容を一言で概括することは難しい。そして、姓名判断の読みは、こうした簡単には要約できないような内容をもつ1面を解読することから始められるべきだと思われる。

姓名判断の記事が置かれた場所、すなわち、『報知』の1面冒頭記事は、話題の出来事をシリーズ化して連載するというスタイルができあがっていた。1900年（明治33）以降をみても、いくつかのシリーズがあるが、代表的なものとしては「人物と其生活」がある。これは人物レポートのようなものであり、たとえば、最後の俠客とき

れる石定や福沢諭吉の伝記などがその死の直後に連載された。その他には、自社の企画である同年2月の「雇人奨励会」関係の記事などがあった。要するに、読者の関心をそそる話題や自社の宣伝など拡販に利するような題材であれば、それを適宜取り上げるという柔軟な方針がそこには見られるのである。

また1面の紙面構成について、姓名判断が掲載された前後の期間でみれば、この冒頭記事、「職業案内」「婦人と家庭」「商家と雇人」「新刊案内」「英文投書」「日の出嶋」(村井玄斎の連載小説)という記事項目があり、これも現在の新聞とは大きく異なっている。これら項目のうち重要なものについては個々に検討するが、全体的に言って、こうした項目の採用基準が、その速報性や事件の重大性といった点になかったことは確かであろう。

しかしだからといって、『報知』にとって1面が重要でなかったというわけではない。むしろ、1面こそこの新聞の生命線であった。日清戦争を迎えた頃には『報知』の屋台骨はすっかり傾いていたが、これを甦らせたのがここに並べたような創意あふれた記事であり、それによって出来上がった紙面である。とくに「職業案内」「婦人と家庭」「商家と雇人」「日の出嶋」などは、起死回生を成し遂げた原動力として社史に特記されるほどの貢献を果たした企画であった。そして、この後の「日の出嶋」の検討の中で明らかにするように、これらの記事が読者にとって必要とされた「事実」を供給していたということも付け加えておくべきであろう。これらをいわゆる「閑文字」と見なすのは誤りである。

この1面が『報知』再建の立役者であったことは、たとえば、玄斎の小説「日の出嶋」の人気ぶりを知ればよく理解できる〔山本1981:101-2〕。この小説の連載は足掛け6年(1896年7月8日~1901年4月21日)という異例の長きにわたった。編集も

担当した玄斎の方針で連載ものが多く用いられたが、これは新聞の購読において続きものが大きな力を発揮するという経営上の理由によるものであった<sup>26)</sup>。その人気ぶりから、購読者のうち一定の者が、この「日の出嶋」にまず目を通し、続いて他の記事に目をやるという読み方をしていたということも想像できるほどである。いずれにしろ、1面には人気企画が集められており、経営上もっとも重要な紙面であったことは確かである。

こうした役割を担った1面の、しかも冒頭に姓名判断の記事が置かれたということは、それが読者の関心をそれなりに引き起こせると、編集者が期待したからだと思われる。また、それを受けた姓名判断の記事の方にも、読者の関心に近づこうとしてなされた工夫の跡が窺える。

たとえば、話題の有名人を取り上げるというやり方もその一つである。こうした方法は今では占いの常套手段といえるが、この頃はまさに当の大衆新聞などの働きによりようやく有名人という存在が登場した時代であり、その有名性を唯一の基準として分野にかかわらず取り上げてくるというのは新しいやり方であった。

現在の感覚からすると、ここで実業家を選ばれていることにやや不似合いな印象を受けるかもしれないが、当時は彼らの立志伝が多く出版され〔芳賀他2000〕、その偶像化が進んだ時代であり、安田善次郎や浅野総一郎は映画スターのような意味合いをもっていた〔キンモンス1995:156〕。その他には、毀誉褒貶が激しく何かと注目を集めた下田歌子、政治家では大隈重信の政敵であると同時にライバル紙『東京日日新聞』の社長でもある伊東巳代治、また歌舞伎役者、相撲取り、落語家を取り上げるにしても、新進の注目株を選び、さらにアイドル化が起きた芸妓、現在進行中の刑事裁判の被告人などを選んでいる。このように、ただ有名というだけでなく、その時点で読

者たちが知りたいと思うような話題性のある人物を的確に選び、彼らに対する興味関心から姓名判断へと導こうとしたのである<sup>27)</sup>。

しかもその選択は、ランダムなものではなかった。佐々木ははっきりと『報知』の読者をターゲットに据えていた。

というのも、最初に姓名判断の対象とされた安田善次郎は、この姓名判断の記事と同じ場所、すなわち1面冒頭について2週間前まで連載されていたからである。安田が掲載されていたのは、同年3月11日から17日までの「商家と雇人」という欄である。この欄は、善行ある雇人の事蹟、商家の家風及び組織、雇人の待遇法及び教育、主人及び雇人の希望、雇人奨励会に対する注文を投書してもらおうという趣旨のコーナーであったが、安田はこの連載の1人目で、記者による取材記事であった。この第1回目には、実業家としての好模範ぶり、実践躬行ぶりが記されている。連載は6回に及び、一貫して安田の人格と心構えのすばらしさが記され、「品行方正ハ財宝ノ上ニ位ス…」（『報知』1901. 3. 16）という直筆の箴言が大々的に掲げられるという具合であった。

そして繰り返すが、これらの記事はすべて姓名判断と同じ1面冒頭に置かれていたのである。安田の姓名判断を目にした読者は、まずこの2週間前の記事の内容を想起したはずである。それは置かれた位置からいって、この連載記事の「続報」といったおもむきすら感じられたであろう。読者は、そうした記事によって伝えられた偶像化された安田像と判断の内容を直接的に関連させたであろうし、またそうして親しみを増した安田の姓名判断だったからこそ関心をそそられたのかもしれない。「徹頭徹尾高運に出来上がつて居る」（『報知』1901. 4. 1）人格という安田の姓名判断は、こうした記事によって裏書される関係にあった。

こうした事情は、また大物政治家である星亨が逡信大臣の辞任に追い込まれた東京

市鉛管取賄事件の刑事被告人の場合にもあてはまる。当時進行中の公判では、東京市参事官を始めとする特権的な地位にあった人物たちが利権を縦にしたとして罪を問われたが、証人に芸妓が出廷するなど、本筋から外れたゴシップ的な要素も加わり大変関心の高い裁判となった。そのため、『報知』は裁判傍聴記を連載して読者の要求に応えたが、彼らの姓名判断が掲載されたのは、こうした報道が盛んになされ、はたして有罪なのか無罪なのかということに関心が集まったその最中であった。

以上は、どちらかと言えば、姓名学者の意図に属するものであり、それだけで説得に辿り着けたかも不明であるが、読者がそうした参照形式の圏内であったということ自体は間違いないものと思われる。新聞とはそうした記事のネットワークによって読者に世界を感受させるものなのである。

#### 社会のモデルとしての新聞と読みの実践

これまでの紙面分析が姓名判断との直接的な関係から捉えたものとするならば、それ以前に読者たちがそれまでなしてきた慣習的な読みの実践が存在していたはずである。いっそう洞察を深めるためには、この後背地、すなわち、姓名判断の記事とは離れた場所での読者たちの実践の様態を知ることが必要になってくる。ここでは、『報知』の売り物であった「職業案内」「商家と雇人」「日の出嶋」を対象として、そうした読みの可能性を確かめておきたい。

最初に取り上げるのは、姓名判断のすぐ後ろに置かれた「職業案内」欄であるが、これは『報知』の読者の複数性を知るためにもっとも興味深く、読みの枠組みを想定するのに役立つものである。

現在の新聞でも一般的に見られる案内広告であるが、他紙に先駆けて『報知』が1898年（明治31）に始めたものである。こうした広告は閲読率の高く〔内川1976：

104)、また効果もあったとされるが〔内川1976：104、同隣社1907：17〕、『報知』の試みは好評で購読者を増やす大きな力となった。

この記事は「職業案内」と冠されていたものの、実際には職業案内以外にも、土地建物の賃貸借・買取販売、求妻・養子、養子・里子希望者、電話の譲渡、自転車の売買など、きわめて多様な内容を扱っていた点で興味深いが、ここで注目したいのは、この欄が「求むる方」「応ずる方」の2種類に分けられ、求人だけでなく、求職も扱っていた点である。現在では求職者が新聞に自ら広告を出すといったことを殆ど見かけないが、当時は就職活動そのものが制度化されていない時代で、そのうえそこに就職難という困難な状況が重なったため、職を求める多くの者たちがこの3行余に自らの望みを託したのだった。

こうした職業紹介欄が当時にわかに脚光を浴びるようになった理由の一つはこれまでの口入れ業や縁故による採用では思うように人が集まらず、新たな斡旋方法が必要となったことが上げられる。次に、その要因ともなっているのだが、産業革命の進行により職業構造の変化が起きたことが指摘できる。結果、古い営業形態である商家の小僧のなり手が減り、会社などへの就職を希望する者が増えていた。さらには、これに成功ブームという欲望の膨張と現実の不況が重なって、失業者だけでなく、よりよい職業を待望する人々が巷に溢れたのである。「職業案内」が迎えられた背景には、こうした事情があったと思われる。時代の変動とそれを生き抜こうとした人々の欲望が生み出した媒介装置、それが「職業案内」であった。

こうした時代状況は「職業案内」の記載内容からも窺えるが、「求むる方」と「応ずる方」、すなわち、求人側が求める人材と求職者の希望には大きな隔たりがあった。もちろん、日によって多少の変動や例外的

な事例がないではないが、求人のほとんどが10代前半の小僧に集中しているのに対し、求職者は10代後半以上が中心で、書生や会社への就職などを望んでいるというおおよそ傾向は動かない。4月1日には苦学力行で青年を鼓舞した島貫兵太夫の日本力行会が筆耕の求職広告を掲載して注目されるが〔小林2007：56〕、こうした苦学タイプが求職側のもっとも典型的な事例である。

そこには今で言うミスマッチがみられるが、それは当時の世相の一面を如実に映し出したものといえる。「職業案内」はそのような欄が必要となったということも含めて、それ自体が「社会の鏡」であった。

だがそれにとどまらず、ここで我々は、『報知』の読者層である「商工階層」が性格の異なる幅広い読者を含んでいたことをふたたび思い起こす必要があるだろう。この新聞は「商家と雇人」すなわち、雇用者と被雇用者という対極的な場所にいる人々によって読まれていた。であれば、それは「読者の鏡」でもあった。

では、そうした読者はそれぞれこの「職業案内」をどう見たのだろうか。やはりまずは自己の立場に立って読むと考えるのが常識的推論であろう。つまり、商家は適当な小僧はいないものかと目を通すだろうし、雇人はその逆であろう。

そして、ミスマッチが露見する。小僧を求める商家は、「行正篤実にして確かなる身元引受人ある」者（『報知』1901. 3. 13）がないかと「応ずる側」に目を運ぶが、「有望なる銀行会社又は商店へ雇はれたし」（『報知』1901. 3. 5）とか、果ては「目的は高官か大商人。本年の成功疑いなし。養家又は資本家の援助を求む」（『報知』1901. 3. 9）といった身の丈に合わぬ望みを抱く若者たちを発見して、舌打ちしなければならなくなる。一方、現状に飽き足らぬ者たち、あるいは一時凌ぎのために雇人となっている者たちは<sup>28)</sup>、希望に合うだけの職種がないか、少なくとも苦学でき

るような働き場所はないかと「求むる側」に目を通していくが、小僧ばかりが目立つ求人欄に落胆することになる。

両者のすれ違いは、「職業案内」欄だけで発見されるわけではない。『報知』はこの年の2月11日に「雇人奨励会」という一大イベントを開催している。これは拵販活動として試みとして実施されたものと推測されるが、その名目は「主家と雇人の関係を益々善美にし、商売上徳義の発達を図り、雇人が忠実勤勉の念を奨励せむが為め、三年以上商業に勤続する雇人を集めて相互の懇親を得せしめ且つ各種の奨励方法を設け又忠勤拔群なる者に賞杯を贈与せむが為め」（『報知』1901. 1. 24）というものであった。

『報知』は当日の様子を大々的に伝えただけでなく、その前後の数週間にわたって、予告、参加組織の紹介、協賛商家・企業の寄付の掲載、表彰者の紹介、当日のエピソードなどの関連記事を報じながら、その趣旨を徹底させようとする。当日、上野公園に集結した数千人には、福袋や弁当、さらには様々な余興が用意され、商店ぐるみの参加もあり、大きな盛り上がりを見せた。

この奨励会をきっかけに始まったのが、先に紹介した「商家と雇人」の連載である。その最初の登場人物である安田善次郎に「家族的団欒和合こそ双方の利益」（『報知』1901. 3. 13）と答えさせているが、そのように『報知』の目指すところは、一貫して両者の家庭的調和にあった。ただ実際にそうした倫理的規範が求められるのは、この企画の内容が示すように、大抵は雇人の側であった<sup>29)</sup>。

だが、こうした一連のキャンペーンが実施に移されたというそのこと自体が、商家と雇人の立場の食い違いの深刻さを物語っていた。『報知』への投書には、世紀の変更に伴い、この奨励会を期として前世紀の商弊を洗い、雇主相共に商勢拡張に努めよとか、独立営業資金の積み立てるようにし

たらどうかといったものがあった（『報知』1901. 1. 24）。実際、『報知』の成功を真似て4月3日に実施された『二六新報』の「労働者大懇親会」はあまりの反響の大きさとその労働者寄りの姿勢により、警察の干渉を受けるに至る（『二六』1901. 4. 1）。

ここまで「職業案内」「商家と雇人」という2つの記事について、雇人奨励会などの興行的イベントを視野に入れながら、その読み手と読み方の関係を見てきたわけであるが、そこからは新聞が2重の意味で社会を映し出していたことが窺われる。1つは言うまでもなく、記事とそれが伝えるメッセージから社会の有り様が透かし見えるという意味であり、もう1つは新聞の形態とその読みがそのような社会を構築する働きとしてあり、さらにはそれに連携した実際の活動が存在していたという意味である。これは人類学者のクリフォード・ギアーツが文化の役割について言うところのmodel of とmodel for の働きに似ている〔ギアーツ1987〕。つまり、新聞が社会の見取り図として読み取られ、またそうした読みをも含めて設計図の働きをする新聞が社会を現実化していくというような関係がそこには見出されるのである。

さて、こうしたことを踏まえて、村井玄斎の連載小説「日の出嶋」を考えてみたい。「これは富豪の女性とその従兄弟と発明会を設立し新時代に役立つ研究所として運営していくという物語を筋として、その間に科学、道徳、政治、経済、結婚、恋愛といった盛り沢山のトピックスを盛りこんだ教訓臭の強い作品」〔浅井1986：23〕であった。通俗小説として文学の正史から抹消されたこの小説は、しかしながら、紅葉の「金色夜叉」と並ぶほどの人気を誇っていた。『報知』再建の立役者となるほどの「日の出嶋」の人気については、いくつかの理由を上げることができるが、その1つに、物語の展開の中に実用性に富んだ情報がはめ込まれていたことがあった。しかし



ここで言う実用性とは、いわゆるハウツーのみを指しているのではない。それはもっとトータルなものであった。

この小説には、変貌著しい社会の見取り図を提供し、そこでの「処世術や世間的常識を教え込む」〔山本1981：102〕役割が担わされていた。たとえば、姓名判断が掲載された時点でこの小説は最終巻の「朝日の巻」(1901年(明治34))に入っていたが、そこで重要なテーマとなっているのは、「信用」である。ここでの主人公にあたる幸福先生は、海外にも通用する信用を構築するために、人道同盟会を結成し、その綱領に虚言禁止を掲げる。それに対し、敵役の犬山は、逆にこの組織を利用して詐欺を働こうとする。ここで注目したいのは、作中でこうした事態が次のように「社会進歩」として主人公によって説明される点であろう。

悪人の仕事にも第一期と第二期とがあつて第一期の間は嘘の中に正直な処がある、譬へば人の物を盗むのは悪事であるが第一期の時代には人の戸隙を窺つて窃盗を働く(…中略…)、第二期の時代になると善人の顔をして人を欺むく、即ち人の信用を利するのだから嘘の最も深いものだ、(…中略…)第二期に進んで来る世中だから一方に人道同盟会を鞏固にして人の患害を除かねばならんが彼等の如きものがそれを利用せんとするに至つては実に危険千万だ(『報知』1901. 2. 20)

結局、幸福先生の機転と縦横の活躍(ここでは電話などの新しい情報技術が使われていた)により、悪者の企みは悉く粉碎されるのであるが、危うく騙されるところだった商人に向かって、「西洋人」<sup>30)</sup>や幸福先生は商売における資本や信用の重要性を教え諭す。とくに信用の問題は取引の具体的な作法に及んでの説得となるのである。

だがもちろん、信用の重視ということを行い出したのが「日の出嶋」だというわけではない。ちょうどこの時期には多くの信用調査のための装置が企画・考案され、「興信」が喫緊の課題とされていた<sup>31)</sup>。急速に進行した市場の拡張は、見知らぬ相手との交渉を頻繁化させ、必然的に信用(= credit)の再定義を要請したのである。「日の出嶋」はそうした世界の動向をわかりやすく説いたに過ぎない。

しかも、ここで主張される理想はそうした内容ではとどまらない。人道同盟会は、政治、外交や実業などあらゆるものについて新時代の規範となるものとして語られる。つまりこの「日の出嶋」は、市場経済化などによって出現した新時代の見取り図と新しい規範を提供する意図をもっていたのであり、読者たちにとってみれば、これを読むことで新時代を生き抜くための教養を学ぶことができたわけである<sup>32)</sup>。

ただこれを読者、とくに商人の立場に立って捉えなおしてみれば、事はそう簡単でないことがみえてくる。つまり、信用がこれからの社会に立っていく唯一の道であるにしても、「日の出嶋」の悪人の例にみるまでもなく、その信用こそが危機の元凶だったからである。「善人の顔をして人を欺むく」悪人をどうやって見破るのか。そうしたリスクを回避するためにも、新聞の閲読が必要に迫られたのである。

### 姓名判断を読む

姓名判断は、こうした紙面、すなわち、「職業案内」「商家と雇人」「日の出嶋」などによって構成された紙面の中に置かれていた。また姓名判断の記事が、「商工階層」やその周辺を相手に読まれ、その読みの可能性が商家と雇人という両極によって異なる現われを見せたであろうことは、これまでの記述でじゅうぶん過ぎるほど明らかになったと思われる。シャルチエが主張する

ように、印刷文化を理解しようとする者は、「多元的に分化して相矛盾する印刷物の利用法」を見定めなければならないのであり〔シャルチエ1993：264〕、ここでの課題は、この両者について、それぞれの読みの可能態を検討することである<sup>33)</sup>。

まず雇人の場合である。

明治30年代の就学率の向上の中で、高等小学校への進学者が急増するが、この時期に社会に輩出された若者たちこそ、成功ブームによって立身出世に火を付けられた最初の団塊世代であった。『実業之日本』などの雑誌により富豪が彼らのアイドルになっていたことはすでに触れたが、彼らにとって『報知』の1面に掲載されるアメリカの富豪の似顔絵も、そうした立身出世願望を焚きつけるという意味で同じ役割を果たしたと思われる。こうした似顔絵は、「職業案内」欄の真ん中に2段抜きで、たとえば3月14日モルガン、15日にロックフェラーというかたちで唐突に掲載されている。そしてその一段上には、前述の安田善次郎の連載が掲載されているのである。

アスピレーションがこうして増大させられる一方、立身をどう実現していくのかという明確なビジョンやノウハウが彼らのうちにあったわけではない。それまでに出版物としてあった職業案内は、官途を中心とした上流層を対象としたものに限られ〔大橋1896〕、苦学に代表されるタイプの大衆的な需要に応える出版物がようやく現れ始めた頃であった〔吉川1901〕。都会でどのようにして生活の糧を得、どのような段階を経て、どのような職業に辿り着けるかということ、彼らがとりあえず知るためには、新聞などの具体的成功例を知ることが何よりも大事だったのである<sup>34)</sup>。

その意味で『報知』の「職業案内」欄がもたらす情報は、彼らにとってきわめて魅力的であった。「求むる方」から具体的にどんな仕事が存在するのか、そして「応ず

る方」から同世代の者たちの野望の在り処を知り、大志大望と現実との間に細いながらも回路を見出していくことができたのである。

実際、この「職業案内」から成功を手に入れる者も現れた。1898年（明治31）、羽仁もと子はこの欄に掲載された報知新聞の校正係入用に応募して採用された。さらに翌年には、家庭重視の紙面作りと合致して婦人記者に起用され、もと子のその後の歩みが始まっていく。

ただこうした事例はあくまでも少数派で、すでに述べたように、「求むる方」から成功の糸口を見出すことは難しかったと思われる〔同隣社1907：17-8、46-52〕。だがむしろ、成功への熱望は、その困難さによってさらに煽られる面があった〔竹内1997：6-7〕。

資本主義と市場経済が急速に進行する中で起きた「成功ブーム」だったが、その実態は失敗者を大量に生産するような駆り立てという側面が強かった。そのため成功ブームは、「煩悶」「修養」という反動を随伴させることになる。この新しい言説空間の中で、「運命」という問題が浮上し、再定義されていく。筆者は、こうした問題について石川啄木の生涯を題材に検討したが、そこには運命開拓への強固な意志をもちながらも運命説に吸引されるアンビバレントな姿が見出されたのである〔小林2007〕。啄木はその文学的才能を除けば、こうした時代に生きた無資本青年の一典型であった。

啄木がそうであったように、このように自らの将来を何とか切り開こうとして苦悶する彼らが、戯れにしる、自分の未来を姓名判断で占ってみようと思うのは、それほど突飛な振る舞いではなかった〔小林2007：37-9〕。

姓名学は、こうした成功願望の肥大化と失敗の頻発という時代相の中で、「改名」という手段をもって起死回生を囁きかけた。そのとき、『報知』のここに述べたような

紙面は、姓名判断の記事を読むための重要な参照枠として立ち現われてきたと思われる。貧児が真剣に眼差す「職業案内」欄を裂くように、殆ど何の説明もなく唐突に掲げられたアメリカの桁外れの富豪たちの肖像は、それだけで彼らに魔術的な成功の存在と可能性を認めさせる力となったのである。

一方の商家の場合はどうであったろう。

たとえば、雇人奨励会の翌日、彼らはその詳細を報じた大々的な記事を読みながら、同じ紙面に掲載された雇人の使い込みの記事に目を留めたかもしれない（『報知』1901. 2. 12）。また、「職業案内」の野望に駆られる若者の身の程知らずに舌打ちをした後、5面に掲載された報知社「安信所」の業務拡張を伝える広告が目に入り<sup>35</sup>、「身元しらべ」の箇所に興味をそそられたかもしれない（『報知』1901. 3. 29）。そして、自家の使用人たちに思いをめぐらすかもしれない。

そのような読みの経験を経て姓名判断の記事は読まれた。もちろん商家にとっても、姓名判断は自己の運命を占うために読まれることが優先されたかかもしれない。だが、それを使用人に当てはめてみようと思うことも以上のことから十分理由があったのである。

さらに当時は使用人に対する不安が増幅された時代だった。その頃の商家営業の手引書には、必ずと言っていいほど雇人の採用基準の項目が加えられ、そこでは、たとえば、生まれが商家であることや、父母の性質、本人の性質品行などを問うのが一般的であった。しかしながら実際には、こうした点検がすでにならぬことになっていた。旧慣の暖簾分けに代えて給料を払うことや、使用人に積立金を為さしめて不正を防ぐことなどが、雇人の操縦法として付け加えられている〔川越1901：191-204〕。雇人の使い込みのための信用保険が誕

生したのもこの頃である<sup>36</sup>。

当時盛んな宣伝広告で名を馳せた天狗煙草の経営者岩谷松平の雇人採用法は、奇矯なものとして記録されることとなったが<sup>37</sup>、それは人を見分けることのこうした困難さの裏返しだったとみられる。「日の出鳴」がいうように、「第二期」の悪人、すなわち、善人の顔した悪人が跋扈する時代という認識がそこにはある。この時代の姓名学の需要は、こうした人心看破の熱望と文脈を同じくしていたと思われるのである<sup>38</sup>。

姓名判断の記事は、ここでみたような複数の主体による様々な読みの中に置かれていた。記事の取舍選択や重みづけ、読み方などによって蓄積されたコノテーションは、それ以外の場面において身に付けた経験や知識との間で様々な相互作用を繰り返しながら、そうした個々の主体に副うものへと生成されていったのである。

そして、姓名判断のリアリティというものも、こうしたコノテーションのうちに含まれる。もちろん、ここに示したような読みの経験が必ずそうした信念に辿り着くわけではないし、どんなことがあろうと説得されない人々がいることも確かである。だがそれにもかかわらず、姓名判断のリアリティと新聞というメディアの形態が生み出すコノテーションの関係を具体的に明らかにすることは、きわめて重要である。そのような回路の存在が見出されれば、それらの経験の可能性は紙面という具体的な物質性に支えられた社会的なものであって、信じやすい人とそうでない人といった帰属理論を回避する突破口となると思われるのである。

だが、さらにこのことは「信」という状態に関する課題として一歩進めてみる必要を我々に要求している。つまりこの場合、信と不信がカードの表裏を返すように截然と起きると見なしてよいのかということである。たとえば、当時の成功青年に広く見

られる占いに対する魅惑と峻拒というアンビヴァレンツの往還を〔小林2007〕、こうした見方で記述することはできないだろう。

実際、そうした読者の有り様は、紙面の上にも表れている。姓名判断の第1回目の記事（『報知』1901. 3. 29）と同日同一紙面に掲載された「婦人と家庭」欄は、ロンドンで評判となった「香料相学」の内容を伝えているが、紹介の様子は「当るも八卦当らぬも八卦」といったどっちつかずの書きぶりに止まる。こうした曖昧な態度は、研究が進めば立派に原理原則が組織されるかもしれないという姓名判断記事の積極的な主張からは随分と後退した内容となっている。同一紙面のうちに示されたこうした矛盾と混乱は、まさしく読者自身の態度であったとっていいだろう。

姓名判断の読みとそれを促す実践に関して確認されたもう1つの点について整理しておきたい。これまで、商家と雇人という社会的な枠組みに従った読みの実践をトレースしたが、そこには姓名判断の異なる用途が浮上してきた。すなわち、自己の改名と他者の信用判断という2つの目的である。だが、この2つの需要が別の世界観によって生み出されたものでないこと、それどころか、実は同じ世界の異なる表出であるということに注意を向けなければならない。詳述を繰り返さないが、それは市場社会が急激に波及する世界に生み出されたものであった。そのような世界に生きる人々は、限らない自己拡張を宿命づけられる一方、それを可能とするために自己と同様に根拠のない拡張を続ける他者との間で、闘争と調停をおこなわなければならなかった。言い換えれば、広い意味での富の拡大とそれを実現するための信用の供与という市場社会の不可分な関係が、この姓名学の2つの目的にあらわれていたのである。姓名学はそのような新しい社会の新しい実践であった。

おわりに

これまで姓名判断が掲載された新聞の形態からその信憑性構築の回路を探ってきたわけであるが、そこで確認できたことは以下のようなことであつたろう。市場社会の拡大の一環としての新聞革命によって成立した大衆新聞は、そうした市場社会の表象であり、またそのものでもあつた。そのような社会で新聞を読むという行為は、大げさに言えば、世界を生きるという意味さえもつようになっていた。そうしたリアリティを生み出すような読みの実践の中に姓名学はその棲みかを確保したのだが、そのリアリティ自体は新聞がもつ紙面という特殊な形態などに基づき、さらには外部との再帰的な過程を経て創出されたものである。端的に言えばこういう結論になるだろうが、重要なのは簡略化した概説ではなく、本文でトレースしたような読むことの具体的な実践の様態である。きわめて自明な日常性がいかに多様で微細な網目によって構築されているのか。そうした事実は具体性の記述によってしか説得することができないと思われるからである。

小稿が試みた紙面の形態分析は、本来であれば、記事の一定期間内の網羅的分類、1日の紙面における可能な読みの移動、そしてさらにその複合など、その範囲を時間的にも空間的にも拡大していく必要があつたが、割愛せざるをえなかった。それは単に紙幅の都合ということのほか、形態分析自体が汗牛充棟と言われる新聞研究において例外的に未開拓の分野で<sup>39)</sup>、その効用を端的に論じなければならなかったからでもある。その意味では緻密さにおいて不十分だったとしても、こうした研究の可能性を示す役割は果たせたのではないかと考える。

一方、そこで明らかになった姓名判断とそれが存立する世界、すなわち市場社会に

関して十分に論じ尽くせなかった点もいくつかある。小稿で取り上げた「信用」の議論はそのうちの1つである。私見によれば、信用という言葉の意味は、明治20年代後半以降に市場社会に適合するように再構築されていくが、これは小稿でも見たように直接的な対人関係として表面化することが一般的であった。その意味で、姓名学は観相術と同様の役割を果たしたといえるだろう〔ウェクスラー1987、坪井2006〕。しかし、この市場社会の本質はそうした個人の資質を超えた社会のあり方の問題として認識される必要があった。横浜、上毛の織物産地、名古屋と、あたかも怪物の徘徊と接近を知らせるかのごとき「恐慌」についての新聞報道は、それが対面する個人の品行などによって調達できる代物でないことを直感させるに十分であった。そうした新しい流通と情報網によってつながれた広い世界に対応した「興信」こそが、この時代の信用に関する事業の本質であるが、佐々木盛夫の宣伝用の伝記がこうした信用構築の新たな試みの中に置かれていたことは〔国鏡社1901〕、姓名判断が信用概念の形成途次のあわいにすみかを発見した実践であったということ象徴している。アメリカにおける骨相学そうであつたように<sup>40)</sup>、姓名学は流通可能な標準化した指標（姓名！）を持ちえたという点で、旧来の対面的対人解釈格子とは一線を画していたといっていいたいだろう。

さらに本来であれば主題として扱わなければならなかったはずであるが、殆ど触れることのできなかつた問題として活字メディアの特質から生じる呪縛としての姓名学という観点があった。文字の獲得が声の喪失であり、たしかにそれはそうした魔術圏からの脱出を意味したが、佐藤健二が周到に注意を促すように、それは同時に活字印刷による文字の魔術の解放でもあつたに違いない〔佐藤1987：227-47〕。だが、これまでの記述で明らかのように、姓名学の実

践はそうした動向も一筋縄ではないことを語っているのではないだろうか。たとえば、新聞という世界に身を置き、速記という効率化・透明化を何よりも求めた書字法を開発した人物が、大勢の人々を引き連れて姓名学という活字の呪力に帰って行ったことを知るとき、やはり佐藤が指摘するような活字の権威性〔佐藤1987：248-54〕とのかかわりで位置づけられる我々の「主体」の変異体として姓名学は追求されるべきであることを指摘できるであろう。

このように、本論で触れることができたのは、姓名学という実践がもつプロブレマティックの片鱗に過ぎなかったが、それでも、異端的実践に関する課題の発見が、「近代」というものの理解において貢献しえる可能性を示したという点だけは、強調していいだろう。それが広い意味での文化研究上のたしかな沃野であることを確認し、小稿を閉じることとしたい。

#### 注

- 1) たとえば、命名についての手引き兼実例集である『たまひよ名づけ百科決定版』〔たまごクラブ2001：23〕の調査では、名づけで重視したこと1位（30%）が「画数」で、画数を気にしたかという質問には84%が肯定的な回答をしている。姓名判断の利用率の時代差を比較することは簡単ではないが、たとえば、姓名研究家として知られた佐久間英が戦後生まれの小中学生（調査時）1200名余を対象におこなった調査によれば〔佐久間1964：65-6〕、命名者が「姓名判断の易者」だったのは、そのうち6%に過ぎない。佐久間の調査は命名者を尋ねたものであり、前者の結果と単純に比較できないが、関連書籍の出版状況などからしても、姓名判断による命名はむしろ近年増加傾向にあるとみた方が妥当である。少なくとも姓名判断は今に生きる占いと言うべきなのである。なお、現代の流行の背景には、命名方式が音・イメージ優先の傾向を見せていること、さらに、子どもに対する「個性尊重」の圧力が生み出す「完べきな名前」症候群（『朝日』1999. 10. 9）があると思われる。
- 2) 『世界百科事典』平凡社、〔小林2005：42-3〕
- 3) 姓名判断を含め、近代の占いについてもっと

も包括的な見取り図を提供したのは、ジャーナリズムであり〔露木1993〕、宗教学であれ民俗学であれ、講壇の学問はそれを借用しているというのが現実である。なお、国文学者の高橋敏夫〔高橋2003〕は上司小剣の『鱧の皮』の世界を分析した中で姓名判断と国民把握の政治テクノロジーとの関係を論じている。筆者のこの問題について検討は〔小林2005〕を参照。

- 4) 小稿では、「姓名学」という名称を使用する。管見に及ぶかぎり、この用法のもっとも早い使用例は1912年(明治45)と実践そのものの出現に遅れるが、近代的知に対峙するこの実践の様相に注目するならば、姓名学という名称がより適切といえる。姓名学の近代の変遷に関しては、すでに一部述べたことがあるが〔小林2005〕、その総体については別途論じるつもりである。ここでごく短く紹介すると以下のように要約できる。名前に関する占いはおそらく古代にまで遡及することが可能であろうが、我々にとって視野に収めておく必要があるのは、せいぜい江戸期のものである。明治以前の名前の占いはその殆どが姓(氏)ではなくて、名を専一にするものであった。江戸期においては、武士階級といわゆる庶民階級で名前の形式が異なったため、それに対応する占いも異なるものであった。つまり、武士階級は「名乗」に関する「反切」が、庶民階級では「呼名」の「名頭の相性」による占いが主としておこなわれていた。明治になって複名改名慣行を否定した一人一(姓)名制が導入され、「国民」の名前が誕生することで、姓名学の誕生が準備された。こうした制度に起因する名前の混乱を経た後、上位模倣などの影響を受けて、明治後半になると名前の均質化が進行する。こうした前提を踏まえて明治30年代に登場する姓名学は、立身出世に挫折した者たちが「改名」を起死回生の手段に用いて成し遂げようとした「第二種の立身方法」〔柳田1931:384〕でもあった。姓名学の本格的なブームは、1912~15年(明治45年から大正4年)頃に訪れるが、再び脚光を浴びる第2次ブームは大正の終わりから昭和初期に掛けての時期である。このときターゲットに選ばれたのは、「新中間層」の家庭にあって子育てと教育を担当した母親たちであった。彼女らは自分の子の「命名」において姓名判断を利用したのである。それぞれの流行において中心となったメディアは前者が書籍、後者が雑誌であった。
- 5) 佐藤の「クダンの話」をめぐる検討は、小稿のテーマや分析手法において参照すべき点が多い〔佐藤1995〕。たとえば、メディアの転換期という観点から捉えてみれば、この妖獣のうわ

さ話は幕末期の文字と口頭とが葛藤する環境で醸成されてきたものであり、姓名判断は新聞という活字メディアによってそれまでの日常が代替されうる時代に生み出されたものといえる。メディア史を単線的に描くことは誤解を招くことも多いが、クダンと姓名判断を並べてみることは、聴き手論と読者論が切り開くパースペクティブの在り処を教えてくれるだろう。たとえば、クダンにおける証文の「件」という漢字の喚起力と、姓名判断がその基準にすえた「画数」—それは活字印刷と筆記具の変化などによって標準化された一の喚起力は、そのような受け手の想像力とそのメディアが持ちえる強迫性とのかかわりの系譜として論じることができるであろう。

- 6) 以下、『報知新聞』は『報知』と略記し、日付は本文のような表記とする。なお、記事の引用では適宜句読点を改変したり、施したりした。また、ルビは必要と思われるもの以外は除き、改行も施した。以下同様。
- 7) この創唱者と受容者の同質性は「成功」言説の理解にきわめて意味のある論点を提供する〔小林2007〕。
- 8) 佐々木の登場以前にすでに姓名判断の著作は存在していた〔菊池1893、蝦名1898〕。
- 9) 『報知』の佐々木の姓名判断の記事には、広告記事的な雰囲気がある。文章の主語には、紹介者である記者らしきものと判断者である佐々木らしきものが混在しており、主体の不明確さが指摘できる。また、本文においても言及したように、同時代の姓名学者は佐々木の成功が新聞の広告にあるといっている。紙幅の都合上言及できないが、広告の成立と市場化の問題はこうした実践を考える上でも重要である。
- 10) 日本の新聞社で最初に整理部を設けたのは東京朝日で、1911年(明治44)6月1日のことである〔杉村1927:197〕。
- 11) たとえば、明治末期から大阪に本拠を置き植民地にまで活動を広げた小倉鉄堂は、新聞に取材し、犯罪者を殺人、強盗、などに分類して、その犯罪に至る姓名の特徴を明らかにしている〔小倉1914〕。この背景には日露戦後の社会不安とそれによる犯罪学の移入があった。
- 12) このあたりの議論は、吉見の整理〔吉見2004:5-8〕が有用である。また、ここでいう形式とは、イニスのメディアのもつ形態がコミュニケーションの有り様を方向付けるという考えに出発しているが〔イニス1987〕、新聞以降の複合メディアを考える場合、眼前の形式だけでなく、それがもつ他のメディアや技術とのかかわりやその工程なども含めたトータルな内容

を考慮しなければ意味をなさない。たとえば大衆新聞の場合、まずそれが輪転機による活版印刷であるということのほか、取材、入稿、植字…と多人数が関わる分業とそれを統制する編集作業の集積であるということ、電話・電報（そして速記）という外在的な技術と連携することによってできあがっていることなどが加わってくる。その結果、たとえば、分業がうまく成り立つように、記事は縦横の線によって区切られた範囲に落とし込まなくてはならないし、見出しやリードが必要になる。それは本来バラバラなものであることが多いから、編集上の工夫が必要とされる場合も生まれてくるし、それでもなお無関係の内容が並ばざるをえないが、またそれゆえに、拾い読みなどの自由な読み方を提供することになるのである。さらにはまた、連載や続報という方式により新しい形式性を獲得することにもなる。要するに、形式と生態は截然と分断できるようなものではない。

- 13) 「新聞革命」という用語が、ここに記したような事態を指してメディア研究において常用されているわけではない。この用語は佐藤卓己が使用した「電信による「新聞革命」」〔佐藤卓己〕から引用したが、そこで佐藤が革命と呼んでいる一連の内容は、情報技術とそれに連携する制度や機関が都市経済において実現した大衆新聞の商品化のことであり、小稿が「新聞革命」と呼ぶのも、本文で縷述するようにそうした見解を基本としている。
- 14) 各新聞は市況、相場に一面を割くようになっていく。たとえば『都新聞』など〔土方1991: 123〕。
- 15) この時期の新聞社の技術利用は、各新聞社史類が特に項目を設けるところである。たとえば、〔毎日新聞1954: 28-77〕など。なお、電話速記は1899年（明治32）東京大阪間の長距離電話が開通して以降、この時代のもっとも先端的な技術複合であったが、その先陣において目覚ましい活躍を見せたのが速記発明者であり、後に姓名学者・熊崎健翁として一時代を築く時事新報記者・熊崎健一郎その人であった〔浅川1934: 60-3, 247-95〕。
- 16) こうした新聞の効能は、その後文部省「尋常小学校読本」（1903年）に詞文として記されるなどして、広く承認されていく〔内川1976: 89〕。
- 17) 新聞と社会がもつこうした関係についての認識は、すでに当時の人々の間にも広まっていた。たとえば、1903年（明治36）に広告の働きについて紹介した『最新広告法』には、次のような見解が述べられている。「社会日々の状態は悉く新聞紙面に映発して居るから、新聞紙は国民生活のパノラマと称して言ひ過ぎは無いのである。而して国民は文明の度が高ければ高い程、智識に餓ることが烈しく、又多方面に智識を得ることに汲々として居るのである。文明社会は複雑である、生存競争は激烈である、であるから専門の学者は知らず、実業家などは、多方面に智識を得ることを努め、多角形の脳髓を養うことを力めなければ、社会競争に敗を取るかも知れないのである。最も手取り早く他方面の智識を得らるるものは、社会の反影たる新聞に及ぶものはないのである」〔山崎1903: 62-3〕。
- 18) 『三四郎』がいわば都市のエスノグラフィとして読解できることはすでに多くのそうしたアプローチによって試みられているとおりであるが〔若林2002〕、姓名学との関連で押さえておきたいのは、登場人物の美禰子が名刺によってその名をあらわす場面であろう。石井洋二郎が指摘するように、小説という作法において本来であれば音声にとどまらざるを得ないはずの名前も文字として登場してしまうことをあらかじめ回避するような作為が、そこには存在している〔石井1998: 67-71〕。たしかにこうした指摘は傾聴に値するが、当時であってなされた意外に頻繁で多目的な名刺の使用も考慮する必要がある〔石川1986: 399-400, 405-6〕。人との出会いが活字としておこなわれる時代がそこにはあったのである〔石川121〕。
- 19) 石川天崖によれば、東京は無期限の戦場であり、電話電車は戦場における軍艦汽船である。そうした都市百般の設備は決して贅沢物ではなく、なければ一日も生存できない戦具なのである〔石川1986: 7-9〕。石川の著作では、新聞は通信社などと共にそこに加えられている。
- 20) 『報知新聞』の展開に関するここでの記述は主に報知新聞の社史類〔報知新聞社1941、1993〕によっている。
- 21) 小稿 p.98以下。
- 22) 新聞革命は新聞に関わる当事者たちにとっても感じ取られる現象であった。新聞記者の正岡芸陽は新聞の変遷を「第一期 文章に重きを置きし時代、第二期 文章よりも議論に重きを置きし時代、第三期 報道の迅速を尊びし時代」に分類し、現今が第三期であるとする（正岡1901: 30）。
- 23) 山本の読者層の研究は投書を材料としており〔山本1981〕、かならずしも購読者ではないことは注意が必要かもしれない。しかし、3節以降に見るように、『報知』は「商家と雇人」の両方を念頭に編集されていた。
- 24) 明治20年代に始まった政治から実業への関心

- の移行は、この頃になると、明白になってくる。たとえば、1900年（明治33）に出版された『実業家偉人伝』は、政論家が「日常事とするは空中楼阁」であり、「生活社会の消長に於て毫も関係」ないとされ、「不生産の遊民」、社会の「厄介な居候」と断定されてしまう。そして、「此の人類社会は活動的実業家の世界」ということになる〔活動野史1900：2-3〕。
- 25) 富豪は資産や納税額などによってランク付けされた。『報知』の浅野総一郎の姓名判断（1901. 4. 5）において、佐々木が「百万の身代のものも僅かに一万内外の小身代に果つる」という表現を用いているが、姓名判断がこうした思考の圏内にあったことを示す一例である。
- 26) 後述するような読みの慣習に対して、連載という形式がもつ影響力は見逃すべきでない。紙面の形式が分化・固定化し、それが繰り返されるということは、読み自体の形式化を促す。どう読まれるかという点に関して自由度が高いのに対し、個々の読みが慣習化しやすいのが新聞という媒体の1つの特徴といえるだろう。
- 27) 佐々木のこうした人物選択は一貫していた。その後の他紙の場合も、地方新聞ではその地の有名人を、また足尾鉍毒事件が問題化した時には古河市兵衛と田中正造を並べて記事にするなどの工夫を凝らしている〔佐々木1903〕。
- 28) 立身出世を目指して上京した者たちが、苦学の定番としたのが牛乳配達、新聞配達であったが、それらの仕事にありつける方が少なく、その場合は口入屋を通じて、雇人となるのが一般的であったようである〔吉川1901：29-31〕。
- 29) たとえば、3月29日付の「商家と雇人」に紹介されているのは、嗣子の要請を断り、生涯主家に忠義を尽くしている老番頭の話であった。
- 30) 「西洋人」は、まさしくこれから信用を与えなくてはならない、遠く離れた社会の異人を象徴しているが、より直接的には、1899年（明治32）7月に実施された「内地雑居」以後の社会を踏まえた玄斎の構想によるものであろう。内地雑居に対する社会的反応とそこにおける経済人の積極的発言が示す資本主義の進展については、武田晴人〔武田2004：18-47〕を参照。
- 31) 明治30年代から信用調査関係の事業がようやく活発化してくる。その嚆矢というべきものは、1892年に大阪で外山脩造らが中心となって設立した商業興信所であった〔商業興信所1899〕。
- 32) 当時の新聞小説のテーマの動向と新聞の報道路線の関係については、浅井の研究〔浅井1986〕を参照のこと。
- 33) しかしながら、すぐさま付け加えなければならないのだが、姓名判断の読み方を、雇用者と被雇用者という一般的な立場に還元的に説明しようというのではない。彼らはこれまで本文で述べてきたような社会的実践のうちにあるような人々の具体的な立場であり、それらは自らの可能性や願望をも含めた固有性を形成していたようなアイデンティティなのである。
- 34) たとえば、池田錦水の小説〔池田1902〕には、まったくの準備のないまま無銭で上京する者の姿が共感をもって描かれているが、到底成功を約束できるような方法ではなかった。
- 35) 「安信所」は、1900年（明治33）3月に「探偵部」を拡張した調査機関で、いわば興信所、探偵業の類であるが、新聞記者の取材活動のノウハウをそれにあてたものである。
- 36) 戦前の日本の信用保険の特徴は、海外のそれがいわゆる貸し倒れ保険であったのに対し、誠実保険（fidelity insurance）であった点にある。これは1905年（明治38）2月に横浜火災海上運送信用保険株式会社が開始したものであるが〔粟津1909：515-7〕、その取り扱い内容について、同社の広告は「当会社に於て営む信用保険は雇人が窃取、詐取、費消、拐帯を為して雇主に財産上の損害を与へたる時其損害を填補する者なり」（『東京朝日』1905. 2. 4）と宣伝している。
- 37) 岩谷松平は、雇人を採用するに当たり、まず馬を買う前のように歩かせその歩容から徳行一般を推知し、次に演説をおこなわせて、その音声から性質一斑を窺知して、採否を決めたという〔実業之日本社1900：206-7〕。また同時期には、人心看破に利用すべき方法として骨相学の紹介がおこなわれた（『報知』1901. 1. 24、25。『読売』1903. 9. 12～10. 2）。
- 38) 佐々木の実践において、対人利用という用途が勧められた形跡は発見できない。しかしながら、そうした適応の存在を示す傍証はいくつかある。たとえば、10年後の姓名学ブームの中ではこの点をはっきりとその宣伝項目に入れた姓名学者いた〔小林2005：43ℓ〕。
- 39) 『報知』の「紙面構成の分析と、社説の内容分析」をおこなった塚本晴二郎〔塚本1989〕は、新聞研究においてこれまで実証的な紙面分析がおこなわれることは稀であったとしている。ただ、塚本の言う「紙面分析」も、紙面構成の分野分類による数量的な検討であり、紙面の形態分析を意味しているわけではない。
- 40) 19世紀前半のアメリカにおける骨相学の流行は、郵便、写真、頭蓋指数というメディアとそれを利用したシステムによって構築されていた〔サンデー2007〕。



## 引用文献一覧

- 浅井清1986 「ジャーナリズム発展の意味—三十年代前半における新聞と小説」岩波書店『文学』54巻8号
- 浅川隼1934 『日本速記五十年史』日本速記協会
- 朝日新聞社1996 『朝日新聞社史』明治編 朝日新聞社
- 有山輝雄1995 『近代日本ジャーナリズムの構造—大阪朝日新聞白虹事件前後』東京出版
- 粟津清亮1909 『保険学綱要』三書楼
- アンダーソン, ベネディクト 2007 『定本想像の共同体—ナショナリズムの起源と流行』書籍工房早山(白石隆、白石さや訳) Anderson, Benedict 1991 *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*.
- 池田錦水1902 『無銭修学』大学館
- 石井洋二郎1998 『身体小説論—漱石・谷崎・太宰』藤原書店
- 石川天崖1986 『東京学』新泉社(復刻版原著1909)
- 一二三散史1893 『新撰東京実地案内』薫志堂
- イニス, ハロルド・A 1987 『メディアの文明史』新曜社(久保秀幹訳) Innis, Harold 1951 *The Bias of Communication*.
- ウェクスラー, ジュディス1987 『人間喜劇—十九世紀パリの観相術とカリカチュア』ありな書房(高山宏訳) Wechsler, Judith 1982 *A Human Comedy: Physiognomy and Caricature in 19<sup>th</sup> Century Paris*.
- 内川芳美(編) 1976 『日本広告発達史』上 電通
- 内田魯庵1902 『社会百面相』博文館
- 蝦名又一郎1898 『新説 神秘術』薫志堂
- 大橋又四郎編1896 『就職受験案内』少年園
- 奥武則1997 『スキヤングルの明治—国民を創るためのレッスン』ちくま新書
- 小倉鉄堂1914 『姓名と犯罪』日本哲学館
- 小野秀雄1922 『日本新聞史』大阪毎日新聞社 東京日日新聞社
- 活動野史1900 『実業家偉人伝』松崎半造
- 川越次郎1901 『実業立身策』矢島誠進堂
- ギアーツ, クリフォード1987 『文化の解釈学』I 岩波書店(吉田禎吾他訳) Geertz, Clifford 1973 *The Interpretation of Cultures: Selected essays*.
- 菊池准一郎1893 『古今諸名家姓名善悪論 初編』天命堂
- キンモンズ, E. H 1995 『立身出世の社会史—サムライからサラリーマンへ』玉川大学出版部(広田照幸他訳) Kinmonth, Earl H. 1981

- The Self-Made Man in Meiji Japanese Thought: from Samurai to Salary Man*
- グディ, ジャック1986 『未開と文明』岩波書店(吉田禎吾訳) Goody, Jack 1977 *The Domestication of the Savage Mind*.
- 小関金山1907 『人生哲理命名心法』東陽堂
- 国鏡社1901 『立身致富信用公録』国鏡社
- 小林康正2005 「家」をつくる—「姓名学」「乃木家再興問題」「居所指定権」における姓名の近代」京都文教大学人間学研究所『人間学研究』Vol.5
- 小林康正2007 「日本産業革命期における「運命」言説の位相—石川啄木の生涯を参照系として—」京都文教大学『人間学部研究報』第九集
- 佐久間英1964 『お名前拝見』早川書房
- 佐々木盛夫1903 『新式姓名法』哲名堂
- 佐藤健二1987 『読書空間の近代—方法としての柳田国男』弘文堂
- 佐藤健二1995 『流言蜚語—うわさ話を読みとく作法』有信堂
- 佐藤卓己1998 『現代メディア史』岩波書店
- サンデー, スコット・A. 2007 『「負け組」のアメリカ史—アメリカン・ドリームを支えた失敗者たち』青土社(鈴木彦美訳) Sandage, Scott A. 2005 *Born Losers: A History of Failure in America*.
- 実業之日本社1900 『実業家奇聞録』実業之日本社
- シャルチエ, ロジェ1993 「テキスト・印刷物・読書」リン・ハント編(筒井清忠訳)『文化の新しい歴史学』岩波書店 Chartier, Roger "Texts, Printing, Readings" Hunt, Lynn (ed.) 1989 *The New Cultural History*.
- 商業興信所1899 『商業興信所事業案内』商業興信所
- シルバーストーン, ロジャー2003 『なぜメディア研究か—経験・テキスト・他者』せりか書房(吉見俊哉他訳) Silverstone, Roger 1999 *Why Study the Media?*
- 杉村広太郎1927 『新聞紙の内外』日本評論社
- 杉山伸也2002 「いつでもどこでも福沢諭吉—『民情一新』と「文明の利器」—」『福沢諭吉書簡集』第8巻月報 岩波書店
- セルトー, ミシェル・ド1987 『日常実践のポイエティック』国文社(山田登世子訳) Certeau, Michel de 1980 *Art de faire*.
- 高階鏡郭1912 『生児命名姓名判断伝授二百問答』人生哲理高階講究本部
- 高橋敏夫2003 「鱧の皮」における権力的なもの—巡査と姓名判断と女主人の「街」で—」早稲田大学国文学会『国文学研究』139号(3月号)

- 竹内洋1978 『日本人の出世観』学文社  
 竹内洋1997 『立身出世主義—近代日本のロマンと欲望』NHK 出版  
 武田春人2004 『世紀転換期の起業家たち—百年企業への挑戦』講談社  
 たまごクラブ2001 『たまひよ名づけ百科 決定版』ベネッセコーポレーション  
 塚本晴二郎1989 「明治期における大新聞の紙面転換—『報知新聞』の紙面分析を中心として—」日本大学法学会『政経研究』二十六巻第一号  
 土屋礼子2002 『大衆新聞の源流—明治期小新聞の研究—』世界思想社  
 坪井秀人2006 『感覚の近代—声・身体・表象』名古屋大学出版会  
 露木まさひろ1993 『占い師！—ココロの時代の光と影』社会思想社  
 同隣社編1907 『職業発見法』同隣社  
 中山泰昌1934 『新聞集成明治編年史』十一巻 明治編年史頒布会  
 夏目漱石1909 『三四郎』春陽堂  
 芳賀登編他2000 『日本人物情報大系』. 31 皓星社  
 萩原乙彦1875 『皇国名乗大全』小林喜右衛門  
 バルト, ロラン1971 『零度のエクリチュール』みすず書房 (渡辺淳・沢村昂一訳) Barthes, Roland 1953, 1964 *Le Degre Zero de L'ecriture suivi de Elements de Semiologie.*  
 土方正巳1991 『都新聞史』日本図書センター  
 福沢諭吉1878 『福沢文集』巻之一 松口栄造  
 福沢諭吉1879 『民情一新』慶応義塾出版社  
 報知新聞社1941 『報知七十年』報知新聞社  
 報知新聞社・社史刊行委員会1993 『世紀を超えて—報知新聞120年史』報知新聞社  
 ボードリアール、ジャン1979 『消費社会の神話と構造』紀伊國屋書店 (今村仁司・塚原史訳) Baudrillard, Jean 1970 *La societe de consommation: Ses mythes, ses structures.*  
 墨堤隠士1905 『豪商の雇人時代』大学館  
 ポランニー、カール1975 『大転換—市場社会の形成と崩壊—』東洋経済新報社 (吉沢英成訳) Polanyi, Karl *The Great Transformation: The Political and Economic Origins Our Time.*  
 毎日新聞1954 『毎日新聞七十年』毎日新聞社  
 正岡芸陽1901 『新聞社之裏面』新声社  
 柳田國男1931 『明治大正史世相篇』朝日新聞社  
 山崎繁樹1903 『最新広告法』宝文館  
 山田俊治2002 『大衆新聞が作る明治の〈日本〉』日本放送出版協会  
 山本武利1973 『新聞と民衆—日本型新聞の形成過程』紀伊國屋書店  
 山本武利1981 『近代日本の新聞読者層』法政大学出版局  
 吉川庄一郎1901 『東京苦学案内』保成堂  
 若林幹夫2002 『漱石のリアル—計量としての文学』紀伊國屋書店

**ABSTRACT****Superstition held by Typographic Man: Transformation of  
Japanese Fortune-Telling in the Meiji Era**

Yasumasa KOBAYASHI

*Seimei-gaku*, also known as *Seimei-Handan*, (predicting a person's fortune on the basis of his surname and first name) is a popular fortune-telling method in Japan. It is traditionally believed that this method originated in ancient China and later began to be used in Japan; however, in reality, *seimei-gaku* was invented in modern Japan. In 1901, *Sasaki Morio* (1860-1902 ?), the inventor of *Seimei-gaku*, used newspapers to awaken the interest of people.

This paper aims to explore the relationship between the demand for *Seimei-gaku* and large-scale publication of popular newspapers in the early twentieth century. Faith in *Seimei-gaku* was based on the magic of the printed word, and it was created by a media-saturated society. *Seimei-gaku* can be regarded as a superstition held by typographic man.

During this period, the importance of information increased in association with the exponential growth of the market society, and the value of everyday-life experiences in traditional communities declined. Consequently, newspaper became an integral part of people's life. *Seimei-gaku* is considered to be a part of the information provided by newspapers. It had two prominent types that enabled it to achieve its objectives. One was reading a person's mind, and the other, predicting his future. These are the requisite skills for achieving success in an expansionary economy during the development of a market society.