

武吉次朗先生の「新語が映す中国」③

「炒 chao」 中国経済新聞 070815 掲載

日本では毎年12月、漢字能力検定協会が「今年の一語」を選定し、清水寺の買主が筆を振る。一昨年は「愛」で、去年は「命」だった。

中国で商務印書館などが選定した「2006年の一語」は、6月15日付本紙3面で紹介されたように「炒」。日本人はチャーハンを連想する字だが、中国語では「煎る、炒める」以外に「頻りに売買して儲ける」意味がある。去年は「炒」ブームに沸いた一年だった。

いちばん盛んなのが株。「股民」と呼ばれる大衆投資家は1億人を超えた。昔、香港の取引所で終日ボードを見つめる老婆の姿に仰天したことを覚えているが、昨今の中国人の熱の入れ方はそれどころではない。バブルがはじける前に何とかソフトランディングさせないと、たいへんなことになるのは必至だ。

外貨の「炒」は高度の知識が必要な筈だが、これもかなりのブームになっているらしい。

次が「炒地皮」つまり土地ころがし。農地も宅地も政府が関係しているから、そこには役人の腐敗が見え隠れしている。「炒房」は住宅の投機的な売買のことで、自分が住むためではなく、転売してぬれ手で粟をねらう。温州の私営企業家が利益を大都市の住宅投機につぎ込むことから、「温州炒房団」という言葉まで登場した。

6月16日付本紙にもあるように、投機の対象はさまざまな商品へも向けられる。ロコミや意図的な誇大宣伝に踊らされ、蜜蜂が花から花へ移るようにあれこれ手を出す、ほんとうに儲ける人はわずかだろう。近年の「炒」ブームは、「日本人は職人、中国人は商人」という邱永漢氏の巧みな比喻を想起させる。それにしても、小学生のころから「炒」に熱をあげていたら、前回述べた「高技能人材」のように額に汗して働くことの大切さが、ないがしろにされないか、気になるところではある。

「炒」ブームの裏には、近年の社会事情がある。改革・開放で誰でも自由に行動できるようになった半面、これまであった職場や人民公社による最低生活保障の仕組みが崩れ、将来への不安が募っていることと、価値観が多様化したことだ。社会科学院が昨年おこなったアンケート調査によると、人生の追求目標のトップは「家族が楽しく暮らすこと」で、「もっと金儲けする」が続き、「社会への貢献」や「共産主義の実現」は下位に顔を出す。

「炒」にはもう一つの意味がある（「炒作」ともいう）。前述の「意図的に誇大宣伝すること」だ。「炒明星」はスターを天まで持ち上げたり、逆にゴシップやスキャンダルを流して読者や視聴者の好奇心におもねること。「炒新聞」といって、中国の大衆メディアが、ちょっとした事件をセンセーショナルに書き立てるのも、この部類に属する（「新聞」はニュースのこと）。

中国の話だけではない。一昨年、日本のメディアが中国の「反日デモ」の映像をくり返し流すと、「炒作」だ、との批判が中国側から出た。「炒作」はメディアの通弊なのかもしれない。