

中国新疆ウイグル自治区における経済開発と言語変容：バザールを中心に

アナトラ, グリジャナティ
九州大学大学院人間環境府教育システム専攻：博士課程2年

<https://doi.org/10.15017/7374759>

出版情報：国際教育文化研究. 7, pp.97-108, 2007-06-30. Comparative and International Education, Faculty of Human-Environment Studies, Kyushu University

バージョン：

権利関係：



中国新疆ウイグル自治区における経済開発と言語変容

-バザールを中心に-

アナトラ・グリジャナティ

はじめに

「西部大開発」は、中国の西部少数民族地域と東部地域との経済格差を解決するために、新疆ウイグル自治区など12の省自治区を対象に打ち出され、中央主導で進められている一大プロジェクトである。「西部大開発」の重点任務として5つの項目が挙げられており、「特色ある観光業の発展」はその1つである。中国政府は、少数民族地域の生活レベルを向上させ、庶民層まで行き届く開発として観光産業がもつ効果に大きな期待を寄せ、民族の特色や地域文化を強調し、文化伝統に対して誇りを持たせながら、新産業の開発を推進している。西部地区における観光開発は、西部地域の経済を発展させ、東西格差を次第に縮小するための方策であり、その目的は、単に生活水準を向上させることだけではなく、少数民族の住民を開発者の一員に加え、少数民族地域と漢民族地域との経済格差を是正し、少数民族地域の近代化を実現することでもある。

「西部大開発」の対象地域にあたる省・自治区レベルの地方行政においても、それぞれの地域の特色を活かした計画を策定している。新疆では、観光を含めた一連の開発が行われている。そこでは特殊観光、民俗風景の観光、国境地帯観光という3つの観光開発に力を入れ、2010年までに中国内における観光事業の収益順位の15位内に入ることを目指している。2006年の観光業では、観光客が1697万人に達し、観光事業の総収入は159.8億人民元、15.8%増加している^①。しかし、その本格化は、少数民族の文化・言語および社会関係にも地域社会レベルで相応の影響及ぼす可能性もはらんでいる。こうした背景を踏まえ、本稿では、西部大開発にともなう経済変動と少数民族言語および文化の関係について、バザールにおける言語使用の実態やバザールの社会文化的役割を中心に見ていく。新疆における都市部と農村部のバザールの観察およびインタビューを通して、少数民族言語と伝統文化が大規模な経済開発によってどのような影響を受けているかを明らかにする。具体的には主として以下の4点について考察する。第一に、改革開放や西部大開発に伴ってバザールを取り巻く環境がどのように変わっているかという点、第二に、これまでウイグル語のモノリンガルが維持されてきたカシュガルなどの地域では、バザールにおける言語使用はどう変化しているのかという点、第三に、観光開発が進むなか現代化されつつあるバザールは、伝統文化の保持や伝承にどのような影響を与えているの

かという点、第四に、バザールは商品の取引や売買の他にいかなる機能を併せもっているのかという点などである。

I バザールとその地域性

バザールは、イスラム世界に共通する用語であり、密集した商店街、特定の業種が集中する店舗集団、ある週ごとに開催される定期市などを指す。石原（1987）によると、定期市を意味するペルシャ語のバザールという呼称はイスラム圏にのみ特有なものでなく、前近代の多くの地域・国に存在し、それぞれに特有の呼称で呼ばれおり、現在でも、商品経済の進展過程にある多くの国々に存在し、地域経済の重要な役割を果たしている。

新疆においてバザールは、オアシスの経済を支え、ウイグル族コミュニティにおけるネットワークの広がりを発達させ、ウイグル族社会の経済的な自律性を保持する重要な役割を果たしてきた。真田（1999）は、カシュガル農村・都市のバザールが地域の農業生産の基盤の上に商品経済を発達させ、その商品経済によって成り立つ新疆のウイグル・オアシス社会の実態を明らかにしている。換金農業商品の流通はバザール交易で農村の余剰労働力を吸収し、オアシス住民の経済的エネルギーをバザール交易に結集、活性化させてきた。そのエネルギーは人々を都市に向わせ、さらに都市を越えた遠隔地・国際交易へと活動の場を広げていく意志を生み出した。そこではイスラム的経済システムが運用され、歴史的には商品経済のより進んだ中央イスラム世界につながっていったし、現在でも可能性を秘めている。しかし、このような伝統的・歴史的オアシス社会の経済活動は、現在明らかに中国政府の影響のもとで推進されていると論じている（真田 1999：70）。

新疆のバザールは、手工業や副業の発展においても無視できない存在である。バザールは、ウイグル族の伝統的な手工芸や特産品を生産し売買するところであり、伝統文化の維持・伝承といった文化伝達の間でもある。新疆の各地域の地理的な特徴や民族構成の違いによって、バザールにも地域的な変異が現われている。ウイグルイスラム文化のシンボリックな地域として知られているカシュガル地区では、バザールは換金性の高い農業経営と商業経営の間であるだけでなく、ウイグル族の伝統的な手工業、すなわち、女性であれば帽子や刺繍品を作り、それを売る間である。男性であれば、大工、鉄工、彫刻などの技術を習得し、将来的にバザールで店と同時に専門的な技術を有する「Ustam（師匠）」になることがめざされる。そして、そのような技術を次の世代に伝える文化伝達の役割を果たす重要な間となっている。

II 都市部におけるバザールとその変化 - ウルムチ市 -

(1) ウイグル族の商業区

ウルムチ市は、新疆の経済、文化、政治の中心地であるだけでなく、中央アジアの各国に近接し、ユーラシア大陸の東と西を結ぶ文化、宗教、経済の国際的な中継地として注目されている。それはまた47の民族から構成された多民族の大都市であり、シルクロードの新北道の経由地域でもある。新疆統計年鑑（2006）によるとウルムチ市の総人口は、194万人余りであり、そのうち漢族は143万人余りで総人口の73.7%を占めている。ウイグル族は、25万人余りで総

人口の13%を占めている。

ウルムチ市は人民路を境として、南北に2つの顔を擁している。北側は中国の東部の大都市とはあまり変わらないが、それに対し南側は、ウイグルイスラム文化を中心に、顔立ちや服装が漢族と異なる人々の姿が見られ、ウイグルの音楽などエスニックな音楽が聞こえてくる。建物の外観にしても、イスラム教徒の存在を象徴するモスクを形どったものが多く、町全体がエスニックな風景になっている。

この南側の地域には、かつて、ウイグル族の民間経済を支えてきた南門、山西巷、二道橋、競馬場という4つのバザールがあった(図1を参照)。そこには特産品を経営する店が多く、中には旧ソ連から輸入されたものもあり、南新疆のカシュガルなどで生産された手作りの品物も多かった。また、ホータンのシルク、絨毯、新疆の各地域からとれたドライフルーツと新鮮な果物など新疆のあらゆる特産品が売られていた。バザールにおける各店の店主は50歳代の人が多く、彼らのなかには複数の民族語で商談できる人もいた^②。

これらのバザールの歴史を振り返ってみると、新中国成立前、ウルムチ市は人民路を境に漢族が多く居住していた北側は「城内」に、少数民族が多く居住していた南側は「城外」に分けられ、商業区もウイグル族の商業区と漢族の商業区に分かれていた。ウイグル族の商業区は、李天国(2000)も指摘しているように、中央アジアの各都市の経済的特徴が多く見られる南門、山西巷、二道橋、競馬場などのバザールを中心とする「南梁」コミュニティの市場空間として形成されていた。李天国(2000)は、ウイグル族の「南梁」コミュニティのエスニック経済をサービス業(貿易活動を含む)とエスニック伝統手工業に分けて分析しており、エスニック・サービス業については、「漢族のサービス業と異なるものであり、ホスト社会から提供できない独特なサービス・ビジネスである」と指摘している。その中で、中国内外の観光客に最も人気があるものとして挙げられているのは、伝統手工業の工房などがある二道橋と山西巷である。この2つのバザールの担い手は、漢族以外の少数民族商人が多く、その中でもウイグル族が一番多い。生産者と消費者はほぼウイグル族であったため言語に対する不自由はそれほどなく、漢語の必要性もなかった。

改革開放の実施と経済の発展に伴い、バザールを取り巻く環境が大きく変わり、近代的バザール理念と経営方法が新疆にも導入された。特に、90年代に入って打ち出された社会主義市場経済によって中国の大部分の商品の流通は国家の直接コントロールから離れ、市場で自由に流通するようになった。松江ら(1999)によると、1978年、中央が計画的に管理していた消費財は391種類あったものが、93年には、指令的計画管理のもとに置かれたのはたったの9種類しか残っていなかった。市場経済における自由流通によって、沿海地域から新疆に来る漢族商人が増加し、新疆の市場を豊かにした。市場経済体制への転換が進む中で、新疆でも経済の成長とともに、人々の生活レベルも向上した。それは消費者の意識や行動に著しい変化を及ぼし、消費範囲もバザールを乗り越え、バザールの開放性、近代性を求めるようになった。これまで、山西巷や二道橋などウイグル族が経営しているバザールで買い物をしてきた人々が、大十字を中心とした漢族バザールへ流れていく傾向が現われたのである。一方、ウイグル族の商人の中でも漢語がある程度できる者は、早い段階からウイグルの人々に人気がある品物を沿海地域か

ら買い入れたり、あるいは定期的に沿海地域へ通い、卸売市場から直接買い取るなどして豊かになっていった。

(2) 漢族の商業区

漢民族の商業区は、ウルムチ市の北側にある最大のダウNTOWN「大小十字」と「大小西門」を中心とする。ここの漢族の商人たちは、清朝がウルムチを回収した後、ウルムチの経済を建て直すために地方政府の打ち出した措置にしたがって「内地」から入ってきたとされている(李天国 2000:66)。漢族商人が集中しているこの大小十字では、「内地」から各種の商品が運ばれ販売されると同時に、食品店を中心とした夜市が開かれ、地方の特色ある食品が売られた。李天国(2000)は、新疆に商売の目的で入ってきた漢族の「八大商幫」を取り上げ、その歴史的形成を明らかにし、大小十字を二道橋のウイグル族のバザールと対照的な商業区であると指摘している。「この百有余年間の間、文化大革命の時期を除いて、ウルムチの大小十字の漢民族を中心とした商業中心地域と、二道橋のウイグル人を中心とした商業中心地域は、ウルムチの二つの特色を形成していた」のだ。バザールと漢族商業区のこのような住み分けは、現地の言語・文化の住み分けともつながっている。

さらに李天国(2000)は、漢族のウルムチにおける商業活動について孤立したものではなく、現地の少数民族との相互のつながりにおいて捉えている。即ち、「城外」に位置している少数民族の商人とは貿易上で様々な連帯がみられるという。具体的には漢族商人により沿海地域のシルク、陶器など多種多様な商品が新疆に運ばれ、一方、少数民族商人により新疆の特産品が沿海地域まで運ばれた。こうした貿易の中でその時代の民族関係が成立していたという。改革開放後、バザールで活躍してきたウイグルの人々は、改革開放が進んでいる沿海地域に向い、地域価格差を利用しながら、広州、上海、北京の品物を新疆に運び入れている。一方、沿海地域からの商人も、新疆の羊毛、駱駝毛、皮、綿花などを沿海地域へ運ぶことにより沿海地域と新疆との商業往来が増え、それとともにバザールにおける言語使用に変容がもたらされつつある。

また、1992 年から開かれた「ウルムチ市貿易洽談会」(ウルムチ市貿易談合会)により、新疆と沿海地域および外国との貿易交流も頻繁に行なわれるようになっていく。筆者が調査を行った 2006 年は、この談合会が 15 回目を迎え、中国西部における最大の総合的国際盛会となっており、中央アジア、南アジア、西アジアから数多くのビジネスマンが集まっていた。70 余の国や地域から 4 万 5 千人のビジネスマンが訪れており、国内の各省、市からは 1 万余の企業が談合会に参加していた。これは、新疆の社会、経済、文化的発展および個人の発達、企業やその事業の発展に大きな期待をもたらし、また、そこでの共通語である漢語は新疆の各民族・各社会において、その実用性や重要性がより高まっている。

さらに、新疆では 2000 年に始まった西部大開発によって、中央からの経済投資や沿海地域からの漢族資本が増え、漢語を中心とした産業や市場が展開するようになった。例えば、「エスニックマーケット」として知られ 2003 年に成立した新疆国際大バザールでも、それが新疆の代表的な民族的国際型企業でありながら、その商人の 6 割以上は漢族である。このバザールは、観光客に人気があり、海外からの観光客はもちろん、中国の他の地域からの観光客も非常に多

い。ここで商売をしているウイグル族の商人たちの中には、改革開放後、南新疆から移住してきた者が多く、今でも漢語を自由に使えない。若い頃移住した者は、言語の壁を乗り越えるため漢語の塾に通ったり、あるいは成人教育学院（社会経験を有する人を対象に設けた高等教育機関）で漢語教育を受け、漢語能力を身につけている。彼らは、自民族以外の客を獲得するため、漢語を含めた語学能力の必要性に迫られており、一日の商売が終わった後、夜間に各漢語教育機関に通い、語学のトレーニングに努めている。

以下、バザールにおける漢語使用の必要性や商人たちの具体的な対応の様子を筆者のインタビュー調査から見ていきたい。

事例1 アクセサリーの店舗

この店舗は、新疆国際大バザールの一階にある。経営者は現地のウイグル族である。彼女は、南新疆のクチャ市で生まれ、小学校に入学する前ウルムチに引っ越してきた。高校卒業後、大学に入学できず、国営の養鶏場で勤めることになった。2002年にリストラされ、仕事がなくなり2003年からここで店を開くようになったという。彼女は、女性に人気のあるピアス、ネックレス、指輪、ブレスレット、ピンなどを扱っており、それと同じ品物を扱っている店舗が一階にはずらっと並んでいた。このコーナーは、現地の漢族にだけでなく、観光客にも人気がある。彼女の漢語の能力について聞いてみると、読む力と書く力は弱い、日常的な会話はあまり不自由感じていないと答えた。彼女は周りの商人たちからも評価されており、漢語が上手なので私たちより多く儲けているという。観光客が年々増加しているなか、彼女は漢族の客と交渉する際、特に困ることはないようだが、他の外国語ができないため外国人の客に対応できないということで悩んでいる様子だった。

事例2 帽子やスカーフの店舗

この店舗も同じく新疆国際大バザールの一階にある。経営者は、カシュガル出身のウイグル族で、30代前半の夫婦である。彼らは3年前カシュガルから移住してきて、この店を開いた。夫は、カシュガル訛りの漢語を話していたが、妻の方は、片言の漢語しかできなかった。筆者がインタビューをしているとき、広州から観光客が団体で入ってきて、ウイグル族の手工の帽子を買おうとした。そのなかの一人の客がデザインの違う帽子について彼らに質問をしたが二人とも説明ができなかった。筆者が同じ質問をウイグル語でしてみたら、丁寧に詳しく説明してくれた。彼らは、今は観光客が多く、金が儲ける時期であるにもかかわらず、漢語能力が不十分であるため、扱っている品物をアピールできずにいた。また、漢語が自由に使えないため広州や深圳などの経済発展が進んでいる地域に行き、現地の若者たちが欲しがる流行の物を買ってくることもできず、ほとんどカシュガルから持ってきた品物を扱った。

以上のようにウルムチでは、経済の発展に従ってバザールを取り巻く環境が大きく変わっており、バザールでもイスラム系少数民族の間で共用語として使用されてきたウイグル語だけでは、多様化する消費者の要求に応えることができなくなっている。沿海地域からの観光客や漢

族資本の増加によって、漢語の実用性がますます高まっており、人々は経済的な利益を得るためには、漢語能力の必要性を認識し、勉強しようとする意欲を示している。地域社会においては、こうした意欲に応えるために漢語学習の塾が開設されており、大学でも、漢語を含めた語学の夜間コースが開講されている。

Ⅲ 地方におけるバザール - カシュガルとハンエルク郷 -

(1) 地方都市バザール

カシュガルも含めて南新疆では、バザールは都市バザールと定期的に開かれる農村バザールがあり、商品取引などの経済的機能を果たすと同時にさまざまな社会的機能も果たしている。バザールは、その地域の住民の社交の場となっており、1つのコミュニティとしても考えられる。バザールに行けば普段は顔もあわせない友人や親戚にも会うことができ、最新ニュースも伝えられる。また、若い青年たちにとっては出会いの場でもあり、娯楽の場でもある。さらに、ウイグル族の伝統的な楽器、模様を彫刻されている銅器、絨毯、帽子など手工芸術品とその技術を次の世代へ伝えていく文化伝承の場としても重要な機能を果たしている。

カシュガル市のチュマン湖畔 (tuman deryasi) の周辺には「中西亜国際貿易市場」という南新疆では最大規模の総合型バザールがあり、4千余りの店舗や食品街が立ち並んでいる。以前、ここは現地の人が自由に物々交換をする場であったが、改革開放後、一部工芸品も取り入れた商品売買の場となった。辺境貿易経済の成長に伴い、1995年に現在の「中西亜国際貿易市場」へと改造された。その後、西部大開発が「中西亜国際貿易市場」に新たな発展チャンスをもたらした。市政府から6000万余元の資金が投入され、民族伝統をベースにした国際的なバザールとして改築され、国内外の観光客の人気を集めている。市場開発サービス会社の話によると「中西亜国際貿易市場」の管理費だけで年間収益が400万余元に達しているという。

「中西亜国際貿易市場」では、品物は各業種別に分類されており、自動車、大型機械、高級電化製品を除けば、家畜、特産品、手工芸術品、日用雑貨、フルーツや野菜など何でもそろっている。ここにいる商人はウイグル族が最も多く、漢族も一部いる。しかし、ウイグル族の店舗と漢族の店舗は住み分けており、扱う品物も違う。ウイグル族の店舗では、エスニックな品物が多く、漢族の店舗では、「内地」から取り入れた日常雑貨がおいてある。このウイグル族の扮装や服装はウルムチのウイグル族とは大きく異なっており、またそこでは、「内地」から入ってきた品物よりもむしろウイグル族固有の品物が販売されており、パキスタンなどのイスラム文化区から輸入された物も人気である。これは、イスラム文化の浸透と、カシュガル地区の地理的な特徴に由来していると考えられる。カシュガル地区の地理的な特徴は経済にも直接影響を与えている。交通の不便さもあり、長い間閉鎖性と独自の生活圏をもっていたため、近年まで「内地」との経済交流はあまりなかった。その代わり、隣国国境に近いという地理的な特徴を活かし、パキスタンやキルギズスタンとの経済往来が頻繁に行われてきた。筆者は2000年以前のカシュガルを訪れた経験はないが、人々の生活レベルは今よりも相対的に低く、インフラ整備は整っていなかったことは確かである。しかし、西部大開発に伴い、西部への交通網も整備されつつある。新疆においては、第二のシルクロードを目指し、新疆南部鉄道をカシュガル

から中央アジアのウズベキスタンまで延長させることが計画され、空港の拡充工事も始まっている。

筆者が2006年にカシュガルで調査を行っていた時期は観光客の最も多いシーズンであった。ウルムチからカシュガルまでの飛行機は一日に何便もあるにもかかわらず、筆者が乗っていた最終便はほぼ満席だった。乗客には漢族や外国人が多く、ウイグル族の人はあまり見あたらなかった。外部からの観光客の増加とそれに応える観光開発の進行によって、カシュガル市内は、観光価値があると判断された一部の建物を除いて、それ以外の古い建物は取り壊されつつある。こうした観光開発が結果として、現地の経済発展や都市化が進み、使用言語のあり方にも変化をもたらしている。

カシュガル地区の民族構成から見れば、この何年間の間は、定住している漢族の割合はあまり変わっていないが、中部や東部からの流動人口が増えている。その流動人口の一部は、農業に従事しており、春に来て秋に帰る。また一部は、商売をやっている。漢族の商人は、前言之たとおり、「中西亜国際貿易市場」に多少見られるが、その多くは、環疆街や歩行街に集中しており、町の雰囲気も漢化されている。ここには大型ショッピングセンター「環疆貿易城」があり、その店長は漢族であった。しかし雇っている従業員の中には、漢語のできるウイグル族が相対的に多かった。理由を尋ねると、「出稼ぎで来ている漢族はウイグル語ができないため、漢語のできないお客に対応できない」と答えていた。このような漢族資本家の増加は、農業以外の働き口が少ないウイグル族の人々にチャンスを与えているとも言えるが、そのチャンスを生かすにはウイグル語に加え漢語を使用できることが必要となっている。

事例 3 芸術品の店舗

この店舗は、ウイグル族の伝統的な手工芸術品を扱っており、中には、各種の手作り楽器、玉石、ナイフ、銅で造られた芸術品など美術的価値のある物が多かった。経営者は、20代前半の男性であった。彼は流暢な漢語ができ、玉を買うとした漢族の観光客に自分の品物を一所懸命アピールしていた。彼は、義務教育を終えた後、父親の商売を手伝い始めたが、現在は一人でやっているという。漢語の学習歴について尋ねたところ、「学校で漢語を習い始めたときは、それが商売になると思っていなかった。カシュガルでは漢族の人が少ないため使う道がないと思って真面目に勉強しなかった。商売を始めてからは必死に勉強した。今は、英語の夜間コースに通っている。もっと大きい商売をするには語学の力が必要と思う。」と語っていた。

経済開発によって中国各地域からの人の移動が活発化し、ウイグル族のバザール経営にも発展チャンスをもたらした。それと同時に、長い間変わらなかったウイグル語だけのモノリンガル状況にも変化をもたらした。人々の価値観も多様化し、経済的な利益を求め、積極的に漢語を身につけようとしている。では、このような都市バザールに対して農村バザールは経済開発によってどのような変化をみせているだろうか。開発の波は、遠い農村まで届き、それぞれの民族社会に文化的、言語的変容を及ぼしているだろうか。

(2) 地方農村バザール

農村バザールは、地元の農民によって支えられている。ハンエルクバザールは、ハンエルク郷の郷政府の近くで開催されている。ハンエルク郷は、イェンギシェヘル県の中心地から 36.5 km のところに位置している。総人口は 22,446 人、4200 世帯であり、ウイグル、漢族、ウズベク族などの民族が居住している。そのなかではウイグル族がもっとも多い。この郷には、22 の村委会、1 つの農場、54 の村がある。総面積は、86.8 平方 km、8 万ムーの耕地（1 ムー＝6.667 アール）、6480 ムーの草原があり、農業以外の働き口はない。

ハンエルクバザールは、毎週月曜日に開催される新疆で二番目に大きい農村バザールであり、年間 35 回開催される。ここには、ハンエルク郷の他、周辺の 5 つの地域のバザールでの商業許可書を所有する約 600 人の商人が集まる。商人のなかに、商業許可書を持った漢族の商人は一人もいない。また、ここでは、主に農民の日常必要品が提供されており、都市バザールと違って高級な品物は見あたらない。店を開く空間は場所によって利用費が異なっている。

工商管理の係の説明によると、郷行政には資金がないためハンエルクバザールはあまり整備されておらず、本来週に一度開催されるはずのバザールが定期的に開催されていない。農村バザールでは大きなお金を儲けるほどの商売はできない。品物も高品質で高価な物はおいていない。農村バザールは都市バザールと違い、観光客は非常に少なく、来たとしてもそれは外部の人ではなく、その郷の親戚や友人を訪ねてきた客で、バザールで金を使うことはあまりない。現地の公務員たちはほとんど県城に住んでいるため、買い物はそこで済ませている。飲食コーナーでは、色々な食べ物売られていて、商売している雰囲気はあったが、他のコーナーでは、商人同士の雑談が多く見られた。

以上に述べたように、観光客の姿も見られない、観光的な価値のない農村部には西部大開発の波は未だに届いておらず、農民の生活レベルは改善されていない。バザールに集まってくる人々もほぼ現地のウイグル族の農民、あるいは近所の郷のウイグル族の農民であるため漢語使用の必要性はない。逆に、ここで生活している漢族の人々には、ウイグル語の使用が必要とされている。農村バザールの調査は、この一ヶ所で行っていないが、そこが新疆で第二番目の大きいバザールとして位置づけられていることを念頭において、経済開発の農村バザールへの影響、売り手と買い手がどういう人であるか、そして、バザールという空間で使用されている言語の実態はどうであるかなどについてさらに注目していく必要があると思われる。

事例 4 鶏を売る漢族

工商管理の係は、このバザールでは漢族の商人がいないと言っていたが、筆者はそこで鶏を売っていた 40 代前半の漢族の女性に出会った。彼女は、西部大開発が実施された年に四川省から家族でカシュガルにやってきた。主人はウイグル族の人に雇われ畑の仕事をしており、17 歳の娘は、城鎮の高校に行っている。彼女がウイグル族の老人に鶏を売っていた際、買い手がウイグル語で「鶏の足がケガをしているから安くして」と要求してきた。それに対して、売り手である漢族の女性は、ウイグル語で「Bolmaydu（できない）」と返事し、「このぐらいのケガはすぐ治る」と漢語で説明を加えた。しかし、漢語のできない買い手には理解できず、同じこと何回も繰り返していた。彼女に、言葉も文化も違い、子どもが通う学校もないこの郷で、生活

上不自由はないかと聞くと、最初は言葉の障壁が大きく、大変だったが、そのうちウイグル族の文化や習慣などに対して一定の理解ができ、ウイグル語の聞き取りや簡単な会話もできるようになったという。娘にもウイグル族の友達ができた。この社会で食べていくために私たちには、ウイグル文化の理解やウイグル族とネットワークをつくることが欠かせないと語っていた。

事例 5 リサイクル業の漢族

漢族の A 氏は、ハンエルク郷で使えなくなっている鉄などを回収しそれをリサイクル業者へ回すという商売をやっている。彼は現地のウイグルの人々に真面目に働く男と評価されている。彼も 5 年前にここに来たときはウイグル語ができずに本当に困ったと語っていた。そのとき彼を助けたくれたのが電力供給の職員で片言の漢語ができる B 氏であった。それから互いに勉強し、現在でも続けているという。その A 氏も、現在、ウイグル語の聞き取りと簡単な会話はできるようになっているが、城鎮の漢族学校に行っている子どものほうが上手と語っていた。

以上のように、カシュガルのような地方都市バザールにおいては、漢族の観光客や商人の増加によって、人々のビジネス認識も高まり、これまでバザールの共通語であったウイグル語が次第に漢語へと移行する動きが見える。その一方、田舎のバザールをみると必ずしも商売の勝ち負けは漢語ができるか否かという基準で測られるとは限らない。逆に、そこでのマイノリティである漢族は、日々の生活を不自由なく過ごすためには積極的にウイグル語を身につけようとしていた。

おわりに - バザールの未来 -

新疆における言語使用の社会経済的状況について振り返ってみると、新中国成立の時点では、新疆の総人口（4,333,400 人）の 76%がウイグル族であり、漢族は 6.7%しかいなかった。当時、日常生活をはじめ、学校教育や公共的な場までウイグル語が公用語として使用されていた。ところが、改革開放政策や市場の経済化に伴い、漢族が大規模に新疆へ移住し、人口構成に大きな変化をもたらした。1990 年の統計によると、漢族は新疆の総人口（15,155,778 人）の 37.6%（5,695,626 人）まで増加し、これに対してウイグル族の割合は 47.5%（7,194,675 人）まで減少したのである。このような民族構成における逆転によって、漢語が新疆で第二の公用語として使用されるようになっている。

中国鉄道部は、2005 年までに約 1000 億元を投入し、1.8 万キロメートルの路線を建設し、同年 10 月に北京—ウルムチ間と上海—ウルムチ間の高速化を実現することを発表した。この鉄道が開通することによって、大陸と「内地」の往来がさらに容易になり、観光客の増加も期待される。その一方、国内の観光客および海外からの観光客が年々増え、経済改革が本格的に始まり新疆の総人口が増加するなかで、少数民族人口比が低下し、漢族のそれが増加している。王柯（2005）の「少数民族地域に定住する漢族住民の増加によって、中国の経済一体化はさらに進む。全国统一市場が形成されれば、統一のコミュニケーション手段としての言語はまぎれもなく漢語になる」という指摘のとおり、ウイグル族の経済を支えてきたバザールの言語も大

きな変化を見せつつある。中国の市場経済の中で淘汰されてしまわないために、ウイグル族の商人たちの間にも、相対的に市場価値が高い漢語の熟達および漢語学習を重視する傾向がますます強まっている。

本稿では、都市バザール（ウルムチやカシュガル）と農村バザール（ハンエルク）の間に大きな違いが存在していることも明らかにした。具体的には、都市バザールにおいては、換金性の高い商品を扱う傾向が見られ、従来からの伝統的手工芸術品を作る、売するという主に地元民の生活要求に応える機能が薄くなり、観光客の土産物を生産・売買するというビジネス的な機能が強まっている。一方、農村バザールにおいては、市場経済の影響はそれほど及んでおらず、バザールの役割も経済的な利益を得るというより、農民たちが若干の剰余物を相互に交換したり、互いに情報交換をしたり、あるいは、鶏を飼っている人々は闘鶏を楽しむなど、従来からの多様な役割がまだ残されていることが明らかになった。

このように、都市と農村とではバザールのあり方に違いが見られ、それぞれのバザールの条件に応じて言語変容も異なっている。経済開発が進められていくなかで、交通機関の改良などによって今後農村バザールのあり方が変容することも考えられ、それは農村における使用言語の変容にもつながっていく可能性を秘めている。

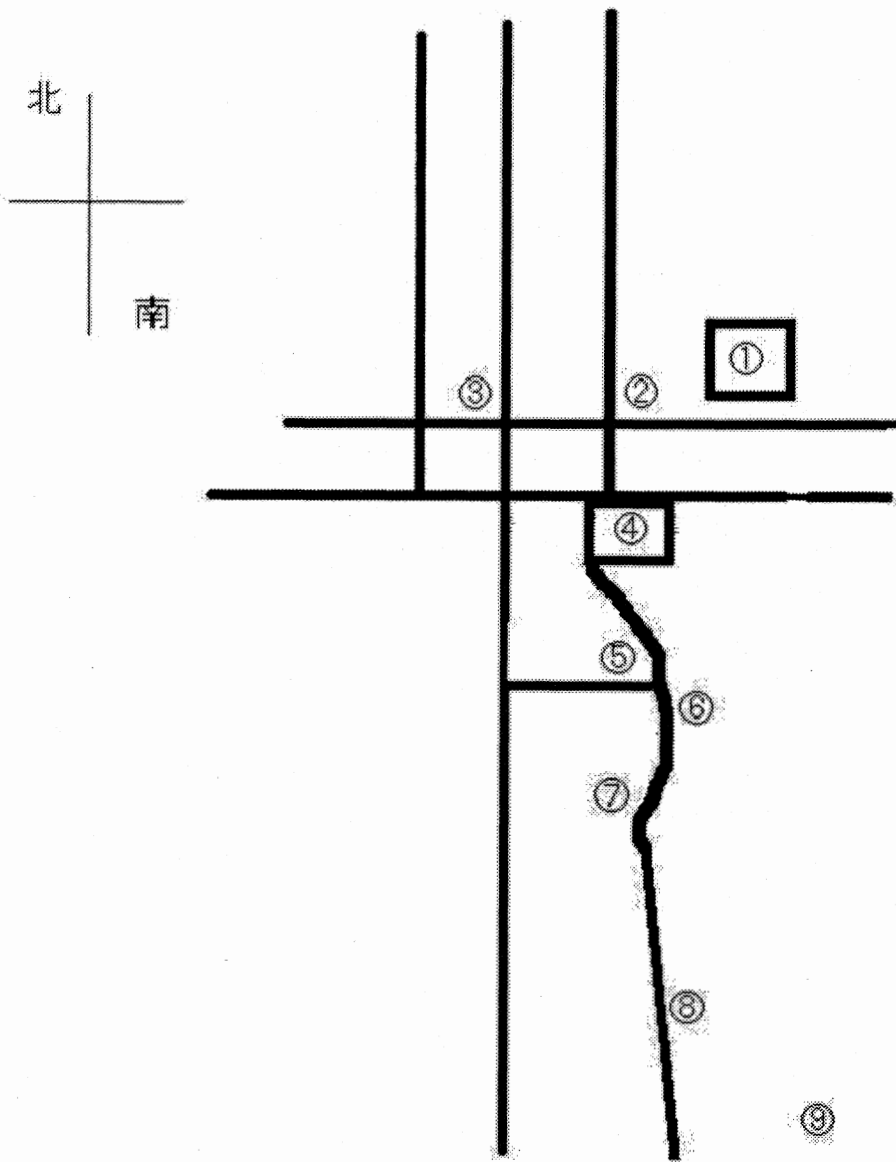
① 新疆ウイグル自治区西部開発領導小組事務局ホームページを参照
<http://www.xjwd.gov.cn/sjmb>.

② そのいくつかの言語とは、カザフ語、キルギズ語、ウズベク語などウイグル語と同じ語族に属している言語を指しており、漢語ができる者はまだ少なかった。

参考文献

- 石原 潤 1987『定期市の研究：機能と構造』名古屋大学出版会
- 王 柯 2005『多民族の国家 中国』岩波新書
- 真田 安 1999「バザール・混沌の奥にある社会システムを求めて」『日中文化研究 15 アジア遊学 1』勉誠出版
- 波平 元辰 編著 2004『雲南の西部大開発』九州大学出版社 163頁～183頁
- 松江 宏他著 1999『現代中国の消費と流通』愛知大学経営総合科学研究所
- 李 天国 2000『移動する新疆ウイグル人と中国社会—都市を結ぶダイナミズム—』ハーベスト社 24頁～124頁
- 保 継剛等著 2005『城市旅行 原理・案例』南開大学出版社 29頁～38頁
- 葛 忠興 主編 2004『中国少数民族地区発展報告』民族出版社 185頁～196頁
- 國務院人口普查事務局／国家統計局人口計司 『中国 1990 年人口普查資料第一冊』中国統計出版社
- 新疆ウイグル自治区地方志編纂委員会編 2006『新疆年鑑—2006』新疆年鑑社

(図1)



①人民広場 ②大小十字 ③大小西門 ④南門

⑤山西巷 ⑥国際大バザール ⑦二道橋 ⑧新疆大学

⑨競馬場

Economic Development and Linguistic Transformation in the Xinjiang Autonomous Region of China - With a Focus on the Bazaar -

Guljennet · ANAYTULLA

The Western Region Development policy is a massive project promoted by China's central government to resolve economic disparities between China's eastern provinces and the minorities ethnic peoples of China's West, being implemented in 12 Prefectures including the Xinjiang Autonomous Region. Amongst 5 essential tasks addressed by the Western Region Development strategy, one is "Development of Distinguishing Tourism." China's government, placing high expectations on the effects of the tourism industry for raising the living standard of the ethnic minority regions and for promoting development that will extend benefit to the common peoples, is promoting the development of this new industry which emphasizes the characteristic regional cultures and contributes to pride in traditional cultures. Measures for tourism promotion in the Western Regions seek to stimulate the economy of the Western Regions as well as to gradually shrink disparities between China's East and West. The measure's purposes are not only to raise living standards, but to involve the citizens of the ethnic minorities as members in development, to resolve economic disparities between China's ethnic minority regions and its Han regions, and to achieve modernization of the ethnic minority regions.

Regional administrations in the provinces and autonomous regions targeted by the Western Region Development policy are designing schemes to vivify the distinctive characteristics of each of their regions. Xinjiang is carrying out a series of development schemes of which tourism is one part. There, special efforts are being devoted to tourism development of Special Tourism, folk tourism, and border regions tourism, with the goal to raise profits of Xinjiang's tourism industry to within the top 15 amongst domestic Chinese tourism by the year 2010. In order to examine relations between economic changes accompanying the Western Region Development and ethnic minority languages and culture, this paper focuses on the present conditions of language usage in the bazaar as well as on the bazaar's sociocultural role. Through observation and interviews in urban and rural bazaars in Xinjiang, I clarify the influence being wrought on ethnic minority languages and traditional culture by large scale economic development.