

みんなくりポジトリ

国立民族学博物館学術情報リポジトリ National Museum of Ethnology

今を生きるストリート・エスノグラフィーの実践：
ストリートが紡ぎ出すカーハビトウスとブリコラージュ：
都市ストリートの知と暴力のスタイル：
創発的共同性に向けて：
隠語からプロパガンダ言語へ：
シェン語のストリート性とその発展的変成

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2010-03-23 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 小馬, 徹 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.15021/00001240

隠語からプロパガンダ言語へ シェン語のストリート性とその発展的変成

小馬 徹
神奈川大学

スワヒリ語を母胎として英語と諸民族語を取り入れ、ここ30~40年の内にナイロビで生まれた都市混成語であるシェン語は、当初、ストリート・チルドレンの言葉とされた。だが、対抗的な社会上層の「シェン語方言」が生まれたことも手伝って、やがて学生のアイデンティティ・メーカーとなる。1990年代にFM放送が自由化されるとこの言語を操る放送人の人気が沸騰して一挙に全国に普及し、エイズ撲滅や民主化の運動にも使われて目覚ましい発展を遂げた。だがケニア政府は、近年、シェン語を二つの公用語（英語とスワヒリ語）に対する最大の脅威と見なして抑圧政策を採ったとされ、実際、放送でシェン語が聞かれる機会はずっと少なくなった。ただし、グローバリズムの真っ只中、ケニアの有力企業の拡販キャンペーン、特に新聞広告ではシェン語が多用され、むしろ重要性を高めている。本稿は、シェン語の生成過程とストリート言語としての特性を概観したうえで、新聞広告で使われたシェン語のキャッチフレーズの具体的な事例の分析から、この言語のストリート性の最近の急激な変質の実態と、その社会的な意味を明らかにする。

- | | |
|------------------------|--|
| 1 はじめに | 4.4. 高等教育の普及と学生たちの回心 |
| 2 隠語からアイデンティティ・メーカーへ | 5 商業キャンペーンとシェン語効果 |
| 2.1. ストリートの言語 | 5.1. エヴァンジェリズムの時代の空気とシェン語 |
| 2.2. 階層的アイデンティティ・メーカー | 5.2. 大企業の拡販キャンペーン |
| 2.3. 学生言葉としてのシェン語 | 6 シェン語と隠れた政治キャンペーン |
| 3 シェン語とポップ文化、政治運動 | 6.1. 新聞広告に託された政治的メッセージ |
| 3.1. 学校から再びストリートへ | 6.2. シェン語と政治キャンペーン |
| 3.2. ストリート・チルドレンの言語の進化 | 6.3. 仮面の政治キャンペーン |
| 3.3. キャンペーン of 言語へ | 6.4. オレンジ色のシンボリズム |
| 4 転機——プロパガンダの言語へ | 6.5. Tingatinga, Tinga, Dinga, Odinga, Oginga Odinga |
| 4.1. 学校教育の脅威としてのシェン語 | 6.6. シェン語の「ストリート性」 |
| 4.2. FM局の変節とラジオ放送事情 | 7 おわりに |
| 4.3. テレビ放送とシェン語 | |

キーワード：シェン語、混成言語、ストリート言語、FM放送、グローバリズム、自由化の波及

1 はじめに

ケニアでは、首都ナイロビで勃興してここ30~40年ほどの内に急速に発展した都市

混成言語、シェン語 (*Sheng'*) が盛んに話されており、今や都市部を中心に全国の若者の間で圧倒的に支持されるようになっていく。

シェン語は、ケニア独立 (1963 年) 後間もなく、多民族が入り交じって住み始めたナイロビの庶民が住む街区で生まれた。植民地時代以来東アフリカで広く用いられている内陸スワヒリ語を母胎に、英語とケニア諸民族語の語彙を吸収して形成されたこの言語は、当初はナイロビの乗合自動車従業員 (や、一説ではストリート・チルドレン) のアイデンティティ・マーカーという社会機能をもっていたとされる。

やがてシェン語は、対抗的な社会上層部の方言とも言えるエンシュ語を生みだし、学生たちのアイデンティティ・マーカーとしても独自の発展を見せた。そして、1990 年代初めに FM ラジオ局の開設が自由化されると、この言語をすすんで多用するアナウンサーやディスクジョッキーに人気集中した。彼らの機知に富む、そして天衣無縫なシェン語が全国の若者たちの心を捉えたがゆえに、民主化やエイズ撲滅を目指す政治的なキャンペーンの言語ともなって、2007 年前半までは目ざましい勢いで発展を見せた。

だがケニア政府は、シェン語を言語教育 (英語とスワヒリ語) 上の最大の脅威と見て再三警告を発してきた。そして 2007 年後半になると、ついに非公式ながら介入を一気に強めて、シェン語の発展を抑止しようとしたといわれている——ただしその背景には、シェン語発展の重要な推進勢力であった学生たちをめぐる社会環境全般の大きな変化があった。その結果、今では、FM 放送でシェン語が聞かれる機会はずっと小さくなった。

しかしながら、シェン語が発展の命脈を絶たれたわけでは決してない。今やケニアもグローバリズムの真っ只中にあり、半官半民の公社を含めたケニアの有力企業の拡販キャンペーンは熾烈な競争を繰り広げている。その PR 戦略においては、シェン語のキャッチフレーズが益々多用され、重要性をむしろ高めているからである。

本稿の目的は、まずシェン語の「ストリートの言語」としての特性とその生成過程を概観したうえで、新聞広告のシェン語のキャッチフレーズから、この言語のストリート性の最近の急激な変質とその社会的な意味を、一つの具体的な事例分析を通じて明らかにすることである。

2 隠語からアイデンティティ・マーカーへ

バントゥ語系のスワヒリ語 (*[lughā ya] Kiswahili*) は、混成共通語 (*lingua franca*) として東部アフリカ全域で商業活動などに広く使われている (話者一億人前後の) 大言語である。ケニア共和国の憲法は、この言語に国家語 (*national language*) の地位を与えている¹⁾。シェン語は、そのスワヒリ語を母体 (*donor*) として、英語の統語法 (文法) と多数の語彙を取り込んで形成された混成言語 (*mixed language*) で、さらにその語彙にはケニアの幾つかの有力な固有語 (民族語) からの、かなり幅広い借用も見られる。

2.1. ストリートの言語

ただし、どの単語も語形か意味内容、またはその両方を独特の仕方では原語から微妙にずらされ、変化させられている（小馬 2004b; 2005a; 2005b）。だから、旧イギリス東アフリカ属領間委員会〔Inter-Territorial Committee〕²⁾が学芸を興す方策として1930年代末から育成した「標準スワヒリ語」(Standard Swahili)や(それを土台に、近年タンザニアが国家政策として現代的な言語への整備を精力的に推し進めている)「造成スワヒリ語」(*Kiswahili sanifu*)の話者、あるいは母語としての海岸スワヒリ語諸方言の話者たちには、即座にシェン語の意味をとることは難しい。こうして、シェン語はケニアの国家的言語政策上、常に公式には無視されるか、厄介な存在であり続けてきたのであり、憲法上の地位は、いわば「姿なき言語」³⁾という変則的なものとなっている（小馬 2005a: 96–103）。

ケニアの人々は、スワヒリ語で、シェン語を「ストリートの言語」(*lugha ya mtaa*)と呼ぶ。この呼び名は、庶民がコミュニケーションの必要に迫られて、日々の暮らしの中でいつの間にか創り出した混成言語という、シェン語の由来を的確に映すものだ。と言うのも、シェン語は、1963年12月末のケニア独立以来（それまではアフリカ人の居住が厳しく制限されていた）首都ナイロビ⁴⁾へと農村部の各地から人々が大挙して流れ込んだ結果忽ちの内に現出した、沸き返るような多言語・多文化状況の中で、ピジンのな内陸スワヒリ語 (Upcountry Swahili) を中核として自然発生的に生まれた、民衆の言語だからである（小馬 2004b: 127）。

人々の間からシェン語を胚胎させる原点となったのは、ナイロビ都心の東側に広がるイーストランドだが、厳密に言えば「本当のイーストランド」と呼ばれる一帯、ことにカロレニ地区 (Kaloleni estate) だったと信じられている。「本当のイーストランド」とは、中級公務員などのやや所得に恵まれた階層が住む地区でも、またスラム地区でもなく、その中間の生活水準にある庶民が住み、エステートと通称される街区である。

そこでは、ケニアの「あらゆる民族」⁵⁾出身者が様々なパターンと濃淡で入り交じって暮らしているのだが、カロレニ地区の住民には（西ナイル語系の）ルオ語話者が多く、「本当のイーストランド」の他の地区には（いずれもバントゥ語系の）キクユ語・カンバ語・ルイヤ語の話者が比較的多いといえる。こうしてシェン語は、民族語の中でも特にルオ語、キクユ語、カンバ語、ルイヤ語からの単語を数多く取り込んでいる。

「本当のイーストランド」の住環境は、概して貧しく、密集した簡便な作りの建物の一室に多人数が同居しているので、(故郷の田舎とは別の意味で) プライバシーの確保もままならないほどの、濃密な対面的な接触関係が見られる。日常会話では、片言まじりの内陸スワヒリ語を柱とする二重言語使用 (diaglossia) や三重言語使用 (triglossia) 状況がどこでも普通に生じていて、ランダムな言語混用やコードの切替え (code switching) が当たり前のように行われてきた。ここに、内陸スワヒリ語とはまた別の存在理由をもつシェン語が生み出される一般的な環境とその背景をなす状況を見出すこと

ができるだろう。

2.2. 階層的アイデンティティ・マーカ

ところが、庶民たち一部には、シェン語はストリート・チルドレンの仲間言葉、ないしは隠語 (argot) として形成されたという、根強い見方がある (Moga 1995a; 1995b)。

ケニア独立後、ナイロビは農村部から押し寄せる雑多な移民を飲み込んで、年々急激な膨張を続けた。その活気溢れる混沌とした生活環境の中で、何らかの理由で親の保護を失って顧みられず、あるいは社会規範を逸脱する子供たちが少なからず生まれた。彼らは、身近な者たちにも真意を気取られにくい、仲間内の独特の符牒を創り出すことによって巧みに秘密を守り、市民や警察の追求の手を逃れようとした。こうした目的で単語内部の音の倒置 (inversion) や民族語からの借用などを手始めとする諸々の工夫がなされ、やがて仲間同士だけに通じる隠語の形成へと発展したのが、シェン語の源流だといっているのである。食べ物やその小さな断片を指す卑近な単語、あるいは「集める」や「盗む」などを言い換えた単語などが多い事実が、その証左として挙げられている (小馬 2004b: 130)。

この見方と部分的にかなりよく重なり合う、別の起源説がある。それは、(ことに都市部で) 庶民の足として欠かせない乗合自動車 (*matau*) 産業の関係者たちの隠語がシェン語生成の母胎であるとする見方である。

公共交通機関が今でもひどく未整備なケニアでは、通勤を初めとする移動・旅行の手段は、大型バスとともに (あるいはそれ以上に大きく) 小型の乗合自動車に依存している。乗合自動車関係者、中でも運転手や、運転手見習いでマナンバ (員数; *manamba*) と呼ばれる客引き兼ターンボーイ兼車掌は、大概スラム地区に住んでいて、元はストリートボーイであった者も少なくないと噂される。そうでなくとも、乗合自動車は車体をけばけばしくペンキ絵で飾りたて、所構わず客を乗り降りさせ、ヒップ・ホップ音楽の大音響を垂れ流しながら猛スピードで走り回り、抜きつ抜かれつしながら客を奪い合う。時には、不当な料金を客に課すこともある。警察は、乗合自動車関係者を交通の秩序と公衆道徳を攪乱させるならず者たちと見て目の仇にし、その取締りに精を出してきた。もっとも、ケニア人には周知の裏事情がある。街角のそここで見られる乗合自動車の頻繁な検問は、交通警官たちが誰彼となく小額の賄賂を強要する、恰好の口実にもなってきたのである (小馬 2004b: 129-130)。

そこで、乗合自動車関係者は、(ストリートチルドレンとほぼ同じ仕方) で警官にはわからない固有の符牒となる用語を次々に作りだした。特に、警官や乗客たちが (不当な) 料金に勘づかないように腐心して、額面の違うそれぞれの貨幣と料金の高をウイットの効いた仕方で言い換えた。また、警官の接近を感知して警告を仲間が発する際には、敵である警官に気取られない言い換えを工夫した。しかも、それらの用語を新しい表現

に次々と切り換え続けている。こうして、現在ではそれぞれの額の貨幣に多彩な呼び名があり、また警官を暗示するシェン語の単語は20を超えている（小馬 2004b: 129-130）。

もう一つ注目には値するのは、広い意味ではやはりシェン語の社会方言ともいえるエンシュ語 (*Engsh*) が、ナイロビのウエストランド地区の若者の間でかなり早く生まれたことである (Abdulaziz and Osinde 1997: 46-62)。シェン (*Sheng'*) という命名は、English という語から中央部の音である *li* を除いたうえで、*eng* と *sh* の語順を倒置して創られたものだと推定できる。これに対して、エンシュ (*Engsh*) とは、そのシェン (*Sheng'*) の語順をもう一度倒置して元に復して、それをスワヒリ語風 (或いはバントウ語風) に発音した命名であるに違いない。それゆえエンシュ語は、別名イングリッシュ語 (*English*) とも言う。つまり、エンシュ語という名は、シェン語という名称のいわば鏡像なのである。これと同じ関係は、両言語 (両方言) の成り立ちについても言える。というのは、シェン語がスワヒリ語を母体 (*donor*) として英単語を大量に取り入れた混成語であるのに対して、エンシュ語は英語を母体 (*donor*) としてスワヒリ語の単語を若干取り入れた混成語だからである。いや、エンシュ語の場合、むしろその話者である社会階層が好んで出入りする高級ホテルやレストラン、あるいは愛用する欧米の贅沢品の固有名を変形して隠語化した数々の単語の方が、スワヒリ語からの借用語以上に目に付く (小馬 2004b: 128-129)。シェン語風ピジン英語と見るべきかも知れない。

しかも、この両言語 (両方言) の名称と構成の対照性は、そのまま、その話者の社会階層の対照性にも通底している。エンシュ語が話されるウエストランドとは、名前の通り、ナイロビの都心を挟んでイーストランドと対峙する位置にある地域だ。植民地時代には白人の住宅地帯だったが、ケニア独立後は、外国からの政治亡命者たち (上層) を含むアフリカ人やインド人のエリートたちの豪壮な邸宅が広がり、その後超モダンなショッピング施設が幾つもできて、今や副都心化が著しい地区である。エンシュ語とは、シェン語に対する反感に触発されたエリート層の若者が対抗的に形成した (スワヒリ語というよりはむしろ英語の) 社会方言である。彼らのシェン話者層への強烈な敵愾心、ならびにシェン話者たちとの差異化を指向する抑えがたいエリート意識、さらにはナイロビ特有の「見せびらかし文化」の発露、それがエンシュ語形成の原動力であると見ることができる (小馬 2004b: 128-129)。

草創期には、無名性・匿名性に媒介される自己拡張の場としてのストリートがもつ、いわば「消極的なストリート性」を体現していたシェン語は、そのカウンター方言として、「見せびらかし文化」を体現するエンシュ語を誘導した段階で、大きな変質を経た、と以上を要約することができるだろう。シェン語は、エンシュ語をその内部に包み込み、しかも自己言及的に一体化することによって、相互に対抗的な階層構造を練り込んだ複合社会である大都市の住民全体の適切なアイデンティティ・マーカーとなった。こうして、過激に自己表出し、プロバガンダする舞台としてのストリートがもつ「積極的なス

トリート性」を獲得する段階に達したと解釈することができる。

2.3. 学生言葉としてのシェン語

さらにシェン語は、それとともに、特定の世代階層のアイデンティ・マーカーとしての社会機能も速やかに獲得していった。その世代階層とは、幼い子供から大学生など、主に実社会に出る前の若者という幅広い若年層である。

ナイロビの子供たちは、否応なくその多言語環境の中で生を受けて成長する。だから、シェン語は母語ではないのだが、自ずから彼らの第一言語 (first language), 即ち日常的にそれを使って思考する言語となっていく。

ただし農村部では、ナイロビとは事情が大きく異なる。そこは、圧倒的に母語の世界である。ナイロビとナイロビによく似た言語環境をもつ大きな地方都市を別にすれば、子供たちがシェン語と出合うのは、10代後半の寄宿制の中学校時代になる。しかもそれら寄宿制中学校の生徒たちは、各地、各民族のエリート予備軍ともいえる優等生たちであり、概して資力のある農民上層部の子弟なのである。

ケニアでは、(ILOの勧告に基づいて、1985年度から)小学校・中学校・大学の各段階での教育の完結性を旨とする、(アフリカでも例外的な)8-4-4制の学校教育制度を採用している。県立中学校への入学者は割り当て制で、定員の85%を県内から優先的に選ぶ。だから、入学者のほとんど全員が、同じ母語の話者である。一方、難関の州立と国立の中学校は広域的に入学者を選抜するので、相対的に高い学力があり、シェン語に深く馴染んだ(別格の規模をもつナイロビを初めとする)都市の(私立の寄宿制小学校)出身者が大半を占めることになる。

その結果、学校生活では、生徒たちは授業中以外の時間帯にはシェン語を常用して意思疎通を図る。そこで、田舎(の公立通学制小学校)出身でシェン語を知らない新入生たちは誰も、入学早々手ひどい文化衝撃と疎外感を味わずには済まない。シェン語がわからない生徒は、まだ文明化(*chanuka*)していない田舎(*ushagoo* または *shaggs*)出だと蔑まれ、一斉に苛めの餌食にされてしまうのだ。そこで田舎出身の新入生たちは、何を差し置いてもまずシェン語を習得しようと死に物狂いになるといわれている。

筆者が長年親しく付き合ってきたキプシギス人の或る若い中学教師(現在)は、そのような状況でコミュニケーション・ツールとしてのシェン語を覚えると、孤独感と劣等感が急激に和らぎ、やがてシェン語の内面化が進んでそれが自我の一部だと感じるようになった、と語ってくれた。こうして、終日シェン語を使って暮らした中学時代の経験が、田舎出のエリート生徒の内面と価値観を一変させるのである(小馬 2005a: 107)。

注目に値するのは、県立中学校の割り当て制が県(すなわち、ほぼ民族の領域に相当)の範囲を超えた広域的な人的交流を強く阻害しているのに反して、非公式の「ストリート言葉」であるシェン語が、民族の垣根を超えたケニア独特の学生文化を育む揺籃の

役目を果たしていることだ。しかも、その影響力は、県立よりも州立、さらに州立よりも国立と、大学進学率が高い有力校になればなるほど強まるのだから、この意味で、シェン語は強くエリート性を帯びることにもなる。それゆえにシェン語は、社会階層としての大学生と特に強い親和性をもつ、特別の言語に既になっているといえよう。

大学には、国立中学校の場合と同じく、割り当て入学制度は適用されない。だから、どこの大学でも学生たちは、出身地を横断して全国規模で入り交じる。すなわち大学という環境には、ベネディクト・アンダーソンがいう「幻想の共同体」(アンダーソン 1987)の生成に繋がるナショナルな意識形成の素地が、(ケニア独立以来の学校制度の順調な発展を通して)用意されているといえよう。またゲルナーは、工業社会の絶えず発展して流動し続ける分業体制は、(変化への柔軟な対応が可能な包括的な訓練の手段となる)規格化された読み書き能力を国家規模の学校教育によって築くことを不可避にし、それが国民国家(=民族国家, nation state)に結果として平等な性格を与えることになった、と述べた。そして、それ以前は固定的だった職業と地位や役割が相対化されて、個人が任意に職業を選択する近代社会では、教育とコミュニケーション能力とを鍵とした高文化こそが雇用と安全の礎であり、アイデンティティの核になるのだと述べている(ゲルナー 2000)。

ケニアでは、学生たちの全国的なコミュニケーション・ツールであり、且つアイデンティティ・マーカーであるシェン語が、現代の学校教育がもつそうしたナショナルな政治機能を文化的な形で、しかも非公式(あるいは無自覚的)に補完している事実を、ここでもう一度確認しておきたい(小馬 2005a: 107-108)。

3 シェン語とポップ文化、政治運動

学生のアイデンティティ・マーカーとなったシェン語。それにさらに若年世代の職業・階層を横断する強い浸透力を与えたのは、1990年代半ばからケニアでも人気が沸騰した、ポップ・ミュージックだった。

3.1. 学校から再びストリートへ

シェン語は、新聞紙上などで、当初「ナイロビ型スワヒリ語」(Nairobi form of Swahili)や「ナイロビ混成雑種」(Nairobi mixed)と表現されていて、一種の好奇心やからかい、または非難の対象になるに過ぎなかった。

管見の限りでは、シェン語の名称が初めて登場するのは、その表現力の豊かさに注目した『日刊ネーション』紙1984年3月14日の特集記事(Gicheru and Gachuhi 1984)である。1980年代終盤には、スワヒリ語とはケニアでは所詮入学試験用の非実用的な言語でしかなく、学校教育を終えれば誰もがシェン語というストリート言語に戻って行く

のだとか (Standard, January 4, 1988), シェン語は「部族主義を超越するコミュニケーションの媒体」であって, 「今やシェン語を話すのは社会的な落伍者, フーリガン, 薬物常用者だけではない」(Dairy Nation, February 4, 1988) というように, 若い世代からの, シェン語に好意的な投書が次第に増え始めている。これは, シェン語が若者たち, 特に大学生らエリート層のアイデンティティ・マーカーとなつて, (上層) 階層的なエンシュ語話者の狭い地域的なアイデンティティをも吸収しつつある動きを窺わせる, 予兆的な現象であつたように思える (小馬 2005a: 108)。

シェン語が 1990 年代半ばからメディア媒体として急激に台頭した一つの重大な背景として, ケニアにおける政治の自由化ならびにそれに連動する電波 (ことに FM 波) の自由化の戦いがあつた。独立以来続いた KANU (Kenya African National Union, ケニア・アフリカ人民族同盟) の独裁体制を覆して複数政党制に改めようとする FORD (Forum of Restoration of Democracy) の政治運動が, 1989 年から 1990 年代初めに盛んになっていった。そして 1990 年から 1991 年末の時期, この運動はさらに次の一つの事件をきっかけに急激な盛り上がりを見せた。1990 年 7 月 7 日に, ナイロビ下町の一角カムクンジの露店群が警察の急襲を受けて破壊され, 抗議した小商人たちが数人射殺される事件が起きる。これを伝え聞いて憤激した人々が市内数カ所で決起して警察と政府に反撃を加えた。すると, 混乱に乗じた略奪も起きて, ナイロビは一時暴動状態に陥った (サバサバ蜂起)。翌 1991 年 7 月 7 日にも, 前年の事件に触発されて, 同様の抗議行動が展開された。こうした事態を憂慮した先進工業諸国, ならびに国際通貨基金 (IMF) と世界銀行は一致して, 援助や融資の前提条件として複数政党制を導入 (復活) するようにケニア政府 (モイ政権) に強い圧力をかけ, 決断を迫った。その結果, 1991 年末にケニア憲法が一部改正され, ついに一党制に終止符が打たれたのである (小馬 2005b: 13)。

3.2. ストリート・チルドレンの言語の進化

1992 年の複数政党制への復帰と軌を一にして FM 波が民間に開放されると, ナイロビを中心に FM ラジオ局が陸続と各地に開局して, その激しい市場騒奪競争が, 間もなくケニアの音楽シーンを一変させた。

1960 年代以来有力だったコンゴのリンガラ音楽, トゥイスト, ケニアの伝統的なベンガやターラブ系の音楽が一斉に後景へと退き, アメリカのポップ文化の圧倒的な影響を受けたラップ, レゲエ, ヒップ・ホップ系の音楽が, 電波を日夜独占するようになったのだ。そして, このケニアのヒップ・ホップ的な音楽シーンを席捲したのが, ストリート・チルドレンから這い上がった幾人もの歌手たちである。英語もスワヒリ語も苦手な彼らは, 自らの生活と思考のための言語 (第一言語) であるシェン語で躊躇なく歌い, 切々と訴えかけた。その幾分野卑でも率直で自在な言語表現が, 同時代のアフリカン・アメリカンの言語であるストリート米語のキッチュな感覚ともうまく噛み合つて,

またたく間に若者たちの心を捉えたのである。彼らはFM ラジオやテレビの番組に頻繁に登場して一躍有名人となり、「セレブ」と呼ばれ、若者からはたちまち役割モデル視されるようになっていったのである。

2003 年末以来、英字日刊新聞各紙が（毎週幾度も無料の付録にする）「マガジン」類で、ヒット・チャートなどの最新音楽情報、アイドルのサクセス・ストーリーやゴシップなどを競い合って頻繁に取り上げ始め、その盛況がシェン語の若年層への普及を強く後押しした。各紙のユーモア・コラムや漫画の科白には至る所にシェン語が溢れていて、「マガジン」は、今や田舎の若者の「シェン語の教科書」として、広く人気を博している。

1990 年代半ば以来の、このようなシェン語の勃興現象を決定的にしたのが、2004 年 11 月末の Y-FM 局の開局だった。この局は、それまでの地域的で影響力も局地的だった小さな FM 局のものとは桁違いに強力な電波を発信し始めた。Y-FM 局の番組は、ケニア国境を超えてウガンダ東部やタンザニア北部でも受信できた。しかもこの局は、若者世代にターゲットを絞って、ニュース、討論、解説などの番組や CM をシェン語で放送するという、画期的な営業政策を採用したのであった（小馬 2005b: 13）。

Y-FM の Y が何の頭文字なのか、局は一度も明らかにしなかった。ただし、人々は youth の頭文字の Y だと信じていた。いずれにせよ、その圧倒的な成功を目の当たりにした他局は、大きな衝撃を受け、間もなく同じ営業政策を前面に打ち出して、臆面もなく追随したのだった。

こうして 2004 年から 2007 年前半の時期には、各 FM 局のアナウンサーやディスクジョッキーはシェン語を話せないと務まらない、と言われるようにさえた。そして先に触れた民主化要求運動の過程でシェン語が人々の心に訴えかける威力の大きさをまざまざと見せつけられた（野党の）政治家たちは、ますますポップスのヒット曲中のシェン語フレーズに敏感に反応するようになっていた。そして、それを巧みに政治キャンペーンのキャッチフレーズ化して、若者の心を掴もうとする戦略をかなり頻繁に巡らすようになったのである（小馬 2004b: 133）。

3.3. キャンペーンの言語へ

前節で紹介した状況は、さらに、広範な反エイズ・キャンペーンのためにシェン語が繰り返し動員されるという、新たな社会現象をも呼び込んだ。実際、連日連夜 FM やテレビで頻繁に放送され、新聞の大紙面にもしばしば登場するエイズ撲滅キャンペーン用のシェン語表現を媒介として、シェン語が幼い児童たちの間にも確実に浸透し始めていた。それに気づいて、全国各地の親たちが深く憂慮していたものである。やがてシェン語が子供たちの第一言語化することによって、自分たちの母語が徐々に駆逐され、ついには衰退してしまうのではないかと。

くわえて 2005 年初め、ケニアの二大紙である『ネーション』と『スタンダード』が、

乗用車などの豪華な商品を抽選で貰える拡販競争を、シェン語の惹句を用いて開始した。前者は Maisha ni poa (人生は素敵だ)、後者は One thao (1000 シリング [が2週間ごとに100人に当たる]) と銘打っていた。これも、見逃せない変化の重要な兆候だった。やがて新聞社に続いて、開業以来業勢を爆発的に拡張し続けている携帯電話サービス会社もまた、競い合って、シェン語で大々的な拡販キャンペーンを繰り広げるようになった。

そうでなくとも、既にナイロビの街の到る所には、シェン語の惹句が溢れ返っていたのである。例えば、交差点には、Palipo na kraudi mob, kuna firesotne (Where is a big crowd, there is Firestone) という大看板が掲げられ、弱小スーパーである Ukwala の買い物袋にも、“BOB for bob, utanunua MOB” (ちょっとづつ [お得] ね、買えるよもっと) と上手に韻を踏んだ惹句が刷られているという具合に (小馬 2005b: 13)。

この雪崩を打ったような大衆言語状況の変化の流れの中で、シェン語的な価値観はエンシュ語の「見せびらかし文化」的な価値観をも一気に呑み込んでしまった——少なくとも、当時はそのように見えた。そして、学生文化とも滑らかに溶け合い、(宗主国である英国の一方的な都合によって設定された) ケニアという領土的枠組み全体を横断する初めての国民的な若者文化を現出させて、その屋台骨となったといえるだろう。

こうして、シェン語には確かな飛躍が約束されたと感じられる状況が生まれた。当時、この「ストリートのスワヒリ語」、あるいは勃興する都市混合言語は、ケニア人の旧世代にとっては宿命であるとさえ思われた民族的アイデンティティの深刻な葛藤と衝突をも乗り越えて、若年世代の間にケニア国民としてのアイデンティティを徐々に形成しつつあるかのようにさえ感じられた。

4 転機——プロパガンダの言語へ

ところが、2007年の後半になると、大きな変化が訪れた。すなわち、シェン語が国民的言語へと発展する胎動の予感が、突如萎んでしまったのである。それには、教育省を初めとする政府機関の意向が大きく関与している。ただし、その「介入」は必ずしも特定の政策ないしは運動として歴然となされたものではなかった。直接は目に見えない圧力が行使されたと、学生などの一部の国民が漠然と感じ、あるいは信じているのである。

しかしながら、それでシェン語の死命が完全に制されたわけでは決してない。この大きな変化の中で、シェン語は商業的・政治的なプロパガンダの言語へと逞ましく変成して、新たな生命と社会的機能を得ようとしているように思われる。

4.1. 学校教育の脅威としてのシェン語

こうした政府の姿勢の背景には、概ね次のような諸事情がある。この節では、まず教

育に関するそれらの事情を取り上げて論じる。

シェン語の普及がケニアの言語教育に持続的に及ぼす（国家から見れば否定的な）影響は、シェン語が形成され出した当初から、エリート層には一貫して感じ取られてきたものであった。そのようなシェン語の影響に対する反発の民間次元での一つの発露が、「対抗シェン語」（counter Sheng⁷）という性格が色濃い社会方言、エンシュ語の形成だったと見て誤らない。

そして1990年代からは、シェン語が反国家語的な脅威となるという批判がいろいろ現実味をもって語られ始め、2000年代に入ると、実際に教育現場に深刻な問題を投げかけるようになってきた。スワヒリ語と英語の混成言語であるシェン語が、もう既に生徒たちの第一言語となって彼らの内面にまで深く浸透していて、学校英語や学校スワヒリ語学習の歴然たる阻害要因として浮上したのである。それは、小中学生の英語とスワヒリ語、ことに全国一斉修了資格試験のスワヒリ語の成績が年々目に見えて低落し続けていた事実が、何よりも雄弁に裏書きしていた。

とりわけケニア政府を震撼させたのは、（学生言葉としてのシェン語現象の発生源であり、流行の波頭でもある）都市エリート校ほど両言語の成績の落ち込みがひどく、むしろ（シェン語の処女地である）辺鄙な田園地帯の無名の（公立）学校の方が相対的に良い成績を収めるという事態が生じ始め、次いで、それがより広く一般化する傾向を見せ始めたことであった。この（政府が退行現象と見た）教育上の一種の逆転現象は、（都市部の若者の第一言語となった）シェン語が話者たちの内面でスワヒリ語や英語と既に不可分に溶け合っているのに、生徒たちがその境界面を感知することも確認することもできなくなった「病的な」事態の露頭、ないしは一断面であると解釈された。こうして、政府や親たちのみならず、動転した都市エリート層の大人たちが深刻な危機感を抱くようになったのである。

ケニア政府や教育関係者は、シェン語を流行させて国家の言語教育の蹉跌と大混乱を招いた元凶としてマスコミを名指して、若者文化に営業戦略的に迎合してシェン語を「垂れ流し」していると、以前にも増して声高な攻撃を加えた。

一例を挙げれば、2004年8月、フェア・ビュー・ホテル（ナイロビ）で開かれた「電子技術2004」セミナーで、ナイロビ大学大学院社会文化開発研究学科長のシテミ教授は、マスコミ各社が正規の言語の犠牲を省みず、無責任にシェン語を賞揚し続けていると非難した。「シェン語はケニアで受け入れられてきたが、今や英語やスワヒリ語を学ぶ大学生さえ挫折させつつ」ある、というのだ。「私たちの学生は、公式のスワヒリ語や英語をあの非公式の言語（シェン語）と区別するのに手こずっており、メディアがこの種の振じれを助長している」と（*Daily Nation*, 2004年8月17日）。

4.2. FM局の変節とラジオ放送事情

シェン語の急激な興隆に対するこうした風向きの急激な変化、あるいは批判的な姿勢を象徴するのが、2007年8月半ば、Y-FM局がHOT-FMへと名称を突然変更した出来事であった。それは、(少なくとも若者たちにとっては)一つの事件だった。既に述べたように、なにしろ、2004年11月末にY-FMが開局して桁違いに強力な電波を発し始めたことこそが、シェン語の爆発的流行を決定付けた要因だったのだから。つまり、この局の躍進にならって、FM各局の(ケニアではプレゼンテーターと呼ぶ)アナウンサーやディスクジョッキーたちが、間もなく一斉にシェン語で聴取者に語りかけ始めたのであった。

だからこそ若者たちは、Y-FM局に寄せる深い共感と信頼を隠さず、Y-FMの頭文字Yは我々 youth の頭文字Yだと、誇らしげに語っていたのだった。(アフリカの他の新興国と同様に)ケニアは、年齢が若ければ若いだけ同齢人口が累進的に増大する、いわゆる「ピラミッド型」の年齢別人口構成をもつ「若い国」だが、若者たちは「シェン語現象」を自分たちのエンパワーメントの隠れもない象徴として受け止めていたのである。

実は、FM波の自由化によって急激に台頭したのは、シェン語だけではない。それぞれの民族語(固有語)が自前のFM局を得て、民族語(の口語)によるマスメディア情報が草の根へと一気に浸透し始めたのだった。もっとも、それ以前にも民族語によるラジオ放送は存在した。ただし、それは質量ともにごく限られたものであり、国有のケニア放送公社(KBC, Kenya Broadcasting Corporation)がほぼ独占していた。

ここで、2007年後半にシェン語FM放送と民族語FM放送が置かれていた状況を正確に理解するために、ケニアの放送事情の歴史をごく簡単に振り返っておこう。

ケニアでは、1963年末の独立後も、旧英国植民地政府から引き継いだ国営のVOK(Voice of Kenya)が、英語とスワヒリ語の二言語による全国放送を長らく独占した。その後、民主化要求運動を受けて1987年に公社化され、VOKはKBCとなった。KBCは、英語地帯(首都ナイロビ)とスワヒリ語地帯(インド洋海岸部)以外では民族語による放送を実施する目的で、ナイロビとともに、ケニア西部の中心都市であるキスムにも地方局を開設している。ナイロビからはギクユ語、カンバ語、エンブ語、メルー語、マサイ語の、またキスムからはカレンジン語、ルオ語、グシイ語、ルイア語、スバ語、テソ語、ポコット語の放送が行われている。

しかし、各々の民族語放送には、(民族の人口規模に応じて)特定の曜日の特定の、しかも限られた僅かな時間帯が割り当てられているに過ぎない。例えば、最も有力な民族語の一つであるカレンジン語による放送は、週日の午前9時から10時45分までと、午後6時半から8時15分まで、土曜日と日曜日は午後5時から8時15分までに過ぎない。この事実から端的に窺われるように、どの民族語による放送も、質量ともにかきわめ

て貧弱なものに止まっている。

一方、1991年のFM波自由化後には、数多くの、しかも多様な業態と方向性をもつ民営のFM局が、首都ナイロビを中心に、各地に開設された。そして、FM波による全国放送を望む民族語局も現れているが、周波数の配分権を握っているケニア通信委員会 (Communications Commission of Kenya) は、頑に拒否し続けている。その背景には「政権党地域」にまで野党の政府批判の声が届くことを恐れる大統領や政府の姿勢がある、とする批判的な声が聞かれる。

ただし現在では、ギクユ語やカレンジン語などの話者人口の大きな民族語には、複数の専用放送局ができています。(ルオ人と並んで反現政権側最大の民族である) カレンジンを例にとれば、既に二局がほぼフルタイムのカレンジン語放送を行っているし、他に可聴域の狭い宗教放送専門の局などもある。中でも、最初にカレンジン民族 (特に、その主要支民族の一つであるナンディ人) が自らの資本を結集して設立した KASS-FM は、24時間完全放送体制を敷いている。同局は、民族性を前面に押し出した番組を編成して人々の圧倒的な支持を得、今や、カレンジン諸方言 (口語) を緩やかな統合に向かわせるほどの影響力を発揮し始めている。一方、現政権とその支持母体であるギクユ人は、その KASS-FM の影響力に危機感を抱いて、追いかけるようにしてカレンジン語の CHAMGE-FM を開いた。むしろ、KASS-FM の影響力の拡大を幾分なりとも削ぐのがその意図である。

4.3. テレビ放送とシェン語

TV放送も、政府 (KBC) の独占が解けると、民間放送局ができて多様化した。しかし、TV放送に用いられる言語は、まだ英語とスワヒリ語に限られている。

特に、ニュースを除くほとんどの番組は英米の放送局が製作した (新旧の) 番組の流用である。田舎では、(特に年輩者を中心に) 性表現を初め、馴染めない風俗や慣行などの細部への感覚的な反発や倫理的な批判が強い。また地方の庶民は、英語だけでなく (母語としての) 海岸スワヒリ語や (タンザニアの国家語としての) 「造成スワヒリ語」、つまりピジンの内陸スワヒリ語とは大きく異なる、それらの権威あるスワヒリ語もよく理解できない。その結果として、目で見ればわかるサッカーやプロレスを初めとするスポーツ番組の人氣が飛び抜けて高くなっている。田舎では、まだ電氣も届いていない所も決して少なくなく、従ってケニアのTVの普及率はきわめて低い。

このような事情から、TV放送の番組それ自体については、シェン語の影響はかなり限られたものであって、FM放送と同列に扱うことはできない。しかしながら、無視できない一面がある。数少ないケニア自前の番組、中でもバラエティー番組への支持は大きく、その登場人物がしばしば無意識の内に、あるいは意図的にシェン語 (的な) 表現を用いるからである。しかも、シェン語の生成と発信のハブとなっている首都ナイロビ

(を初めとする都市部)ではTVも、それなりに普及しているのだ。

今日最も影響力のある芸人の一例は、数人の若者たちが作っているレッドキュラス (Redkyulass) というコメディイ集団である。彼らは、日曜日の午後7時~7時半の全国ニュースに続く30分間というゴールデンアワーに、NTV (Nation TV) で「レッド・コーナー」と題する自前の番組をもっていた——現在では、かつてTVで放送された版に加えて、創作版をCD化して売っているが、相変わらず人気は絶大だ。レッドキュラスは、政治家たちや時の人に扮して、その外見、所作、表情、声色、発言内容などを誠に巧みに真似た滑稽なコントで強烈な風刺劇を展開して、瞬く間に国民的な人気者となった。彼らはしばしば招かれて、米国でも公演を行っている。国民の熱狂に恐れをなしたのか、いつもカモにされている当の大物政治家や役人たちが皆、重要な儀式や行事の賓客に招くなど、彼らへの厚遇を忘れない。

レッドキュラスは、ギクユ人のキアリエ・ジョン (Kiarie John, 愛称 K.J.) が、ケニヤッタ大学の仲間であったトニー・ンジュグナ (Tony Njuguna, ギクユ人) とニャンバネ (Nyambane, グシイ人) を誘って創設したグループである。キアリエ・ジョンは、『日曜ネーション』紙の人気カラー「マガジン」である“Buzz”の一頁を占める“Head on Corrishon”——head on collision を意味するシェン語——セクション (或いは「マガジン」内の独立した「マガジン」) を、様々な意匠を凝らした漫画や言葉のブラック・ユーモアで毎週埋め尽くしてみせる、才気溢れる漫画家=作家でもある。なお、『日曜ネーション』紙は、ケニアきってのメディア産業であるネーション・グループが発行する、ケニア最大の日刊紙『日刊ネーション』の日曜紙である。“Head on Corrishon”の日付のすぐ前には、“K.J. ismus For”の文字が印刷してあって、“Head on Corrishon”がすべてK.J.、すなわちキアリエ・ジョン自身の流儀で編成されていることが宣言されている。

一方、レッドキュラスの創設メンバーではなく、後から加わった人物の一人に、カジャイロ (Kajairo) という名のカンバ人がある。彼は、レッドキュラスのメンバーの中でも、番組を通して常にシェン語で話している者としてよく知られる。しかも彼は、『日曜スタンダード』紙 (ネーション新聞社と並ぶスタンダード新聞社が発行する『スタンダード』紙の日曜紙) の人気カラー漫画「マガジン」である「トゥインクル」の人気コラム、“Mchongomanoz”の言葉書きの作者としても、よく名前を知られている。“Mchongomanoz”自体が、「おちょくり合い」(複数形)とでも訳せるシェン語だ。この欄では、毎回都会っ子と田舎っ子を代表する二人の子供たちが向き合って、お互いにかからかい合うのだが、意図はむろん田舎の風刺にある。

実は、田舎の風刺は「レッド・コーナー」のテーマの1つにもなっているのだが、既に学生言葉としてのシェン語について述べた部分から明らかなおと、田舎(者)を揶揄する傾きは、シェン語に一貫して見られる特性でもある (小馬 2008: 95)。実際、田舎を意味する単語が数多くあり、しかもまだ次々に新しい単語が生み出されている。す

ると、ケニアの学生文化やマスコミがシェン語の体現する価値観の影響を色濃く受けていること、またそれが、都市部を核に形成されつつある現代ケニアの「国民性」に深く通底していることをよく理解できるであろう。

4.4. 高等教育の普及と学生たちの回心

この章の初めで、2007年の後半には政府が目に見えない圧力を行使して「介入」した結果、シェン語の発展の可能性が大きく抑制される事態が生じた（と信じられている）と述べた。しかしながら、事情は決して単純なものでもなく、一面的な判断を慎重に控えなければならない。というのも、ほぼ21世紀を迎えた時点で、（シェン語の強力な推進者だった）学生たち自身のシェン語に対する評価がかなり大きく、しかも急速に変質し始めたことが、十分に察知できたからだ。

シェン語は、（前述のように）1991年末にFM波が自由化されると、それと軌を一にしてポップ音楽の言語となって、持て囃されるようになり、さらに21世紀に入ると新聞の「マガジン」の花となって、マスメディア全般に深く食い入っていった。ただし、1990年代以降に見られたシェン語の全面的な開花を用意したのは、それに先立つ数年間に展開された政治民主化要求（複数政党制への復帰）運動の急激的な高揚に敏感に呼応しながら独特の発達を遂げた、学生言葉としてのシェン語であった。

1980年代後半から1990年代初頭にかけては、熱い政治の時代というケニア全般の空気を受けて、どの大学も「学生たちの反乱」の気分で満ち満ちていた。そして、学生のストライキに次ぐストライキは、いわば日常的な風景にさえなっていたのである。中学校や（8-4-4制が敷かれる1985年度以前は制度的に存在した）高校でも、反抗とストライキは大学に劣らずに頻発していて、しかも負けずに激越なものだった。ストはまるでファッションだったと、当時生徒だった人々が今にして往々述懐するとおりの状況が、実際に見られたのである。

中でも、（リフトバレー州のナクルとモロにキャンパスをもつ）新設のエガートン大学が最も頻繁に学生ストライキに見舞われた大学だった。しかも、同校で実際に起きた次の事件は、今でもその時代を象徴する出来事として語り草になっている。エガートン大学の学生自治組織は、2週間講義を受けた後で2週間ストライキを打つという形で、反抗を長く日常的に継続しようとした。すると、業を煮やした大学当局が、ついに学生の戦略を逆手にとって反撃に討って出た。2週間ごとに講義を受ける学生と休みをとる学生を交互に入れ換える、2交代制システムのカリキュラムに、突然、正式に切り換えてしまったのである。

1990年代は、先に見たように、学生言葉としてのシェン語がラジオやTVの番組と連携しながら多方面へと炸裂していった、シェン語の大躍進の発端となった時期である。そして2000年代に入ると、シェン語はさらに新聞の諸々の「マガジン」やマンガをも

席卷して、地域的には（田舎を舌鋒鋭く揶揄しながら）さらに深く田舎へと、また世代的には（若者向け「マガジン」を通じて）さらに若年層へと広く拡大し、深く浸透していった、とすることができる。

だが2000年代には、シェン語は既に大学生たちの第一言語化として定着していたが、それと同時に、シェン語への両義的な評価と態度もまた確実に増殖していった事実を見逃してはならない。その原因は、何よりもまず、（それまでは少数のエリートといえた）大学生の良好な就職環境が一変してしまったからである。

ケニアでは、独立以来産業部門が目立った成長を遂げないまま、教育部門だけが飛躍的な拡大を遂げ続けてきた。その結果、1990年代末には、中等教育修了認定試験（KCSE: Kenya Certificate of Secondary Education）でそこそこの成績を収めても大学に入学できない生徒が国中に溢れて、深刻な社会問題化した。そこで各大学は、（富裕層を狙って）高額な学費を課す「並行教育コース」を次々に開設して（教員給与改善の切り札にしつつ）、大量の学生を受け入れた。むろん、この事態は間もなく別の一層大きな危機を生み出すことになった。つまり数年後には、「大学は出たけれど」という、大卒者受難の未曾有の時代状況を招き入れてしまったのである。

その頃、故郷の田舎町で自転車タクシー（*bodaboda*）の運転手を始めた大学卒業生の身の上話や、それに類する大卒者の貧乏物語が、ニュースとして新聞の特集記事で大々的に取り上げられて、国民の話題を攫ったものだった。だが、現在ではその類の事情が常態化していて、どこでも身近な現実となってしまった。

大学生たちは、そうした状況変化の過程で、学業上の競争に勝って職を確保しようとストライキを止め、卒業後にはシェン語交じりではない真っ当な英語とスワヒリ語を話そうと必死で努めるようになった。それでも、現実には実に厳しいものだった。

大学生たちの最大の就職口は、植民地時代以来、公務員、中でも学校教員なのだが、財政困難に陥ったケニア政府は、1999年から2003年までの期間、教員採用を完全に停止した。そして2006年までは、退職に伴う補充だけが誠に細々と行われた。新任教員の採用が再開されたのは漸く2007年に入ることだが、新卒者間に止らず既に大量に累積していた大学卒業者たちも巻き込んで、2007年以来、猛烈な就職合戦が繰り広げられることになったのである。

1990年代までは中学卒でも教員に成ることは難しくなかった採用事情が、今や夢のまた夢という状況にある。中学生も大学生も、身を粉にして勉強しなければ、教員採用どころか生きていく道がないという時代が到来したのだ。こうして、学生言葉としてのシェン語が下火になり始めている事態が、確かに肌身に感じられるようになってきた。

しかしながら、学生言葉としてのシェン語の衰退傾向は、そっくりそのままシェン語の衰微を意味するわけではない事実を心に留めておきたい。シェン語は、別の方向へ向かって変質しながら、新たな発展を遂げようとしていると見なければならぬ。

5 商業キャンペーンとシェン語効果

今では、ケニアの人々の宗教的信仰の中核をなしているのは——(コーストと通称される)インド洋岸のイスラム地域を別にすれば——、間違いなくキリスト教である。そればかりか、ケニアはただ単にキリスト教国といえるばかりでなく、新たなキリスト教会(つまり宗派)が世界で最も急激に分立し続けてきた国でもある。しかもそのケニアのキリスト教界全体が、近年グローバリズムの大波を受けて揺れ動き、信仰形態においても急激な変革を遂げつつあるのだ。

こうしたキリスト教の変化は、2000年前後からのケニアの社会情勢、あるいは時代の空気の急激な変化を強く反映しており、現今のシェン語の新たな展開もまた、ケニアのこの全体状況と深く関わり合っている。

5.1. エヴァンジェリズムの時代の空気とシェン語

ケニアのキリスト教の近年の変化の要点は、一言でいえば、19世紀後半から続いてきた「ミッションの時代」の信仰形態が今や急速に衰退へと向かい、エヴァンジェリズムが大都市を席卷していることである。エヴァンジェリズムの運動は、地方都市へも確実に波及しているが、さらに農村部へも徐々に浸透しつつある。

2007年9月現在、ケニアでは既に8,520という膨大な数のキリスト教会(つまり宗派)が既に団体登録している。しかも現在、さらに6,740もの教会が登録申請中だという報告がある(*The Standard*, 2007年9月4日)。

これらの教会は無論プロテスタント系であり、それも大多数がミッションの手を離れて次々と分裂・分立を繰り返してきた、零細な「アフリカ独立教会」なのだ。他方、農村部を主な基盤とするカソリック教会は、各民族の(成年式や割礼などの)儀礼や(一夫多妻制、飲酒などの)伝統や慣習に対して元々寛容だったが、1980年代から一層宥和的な姿勢(すなわち、アフリカ化)を強めてきた。しかしながら、農村部でも、カソリック信徒が確実に漸減し続ける傾向は明白だ。伝統的な地域の共同性に根ざした教区の運営自体が、今日のケニア全体の空気には必ずしもそぐわなくなっている。

要するに、グローバリズムが地球の隅々に行き亘るこの時代の宗教の趨勢は、ケニアでもやはりエヴァンジェリズムの興隆である。首都ナイロビだけでなく、地方の大きな都市にもアメリカやドイツなどから伝導師が直に次々とやってきては大礼拝集会を開き、その様子がTVで放送されて人気を集めている。またケニア人の中にも、自らの教会を設立して大成功を収めたテレ・エヴァンジェリストたちが既において、ある人物が開く礼拝集会は日曜日ごとに民間TV放送局の定時番組として全国中継されて久しい。

それらの礼拝集会に参加する人々は、共同体的な教区の信徒たちとは異なり、自発的でアド・ホックなワーキング・グループをその場で構成する、現代的で都市的な個人た

ちである。彼らは、概して身なりの良い中流の人たちであり、自身や家族の健康や出世、あるいは事業・学業の成功と致富など、あくまでも個人的な救済の達成と現世利益の獲得を夢見て参集してくるのである。

TVのコマーシャルの時間帯や新聞の広告欄を埋めつくす大企業のPRは、いうまでもなく、こうした現代社会の空気に敏感に反応して、その利害感覚に機敏に対応する必要がある。すると、エヴァンジェリズムの信奉と不可分な射幸心に擦り寄り、彼らの現世的な夢をさらに増幅して歓心を買うことを梃子として自社製品の販売拡大を狙うのが、企業の戦略では上策となるだろう。それゆえ、ケニアのマスメディアには、日々、途方もない金額の懸賞広告が満ち溢れ、人目を引こうと競い合っている。

例えば、2007年の半ば、国内最大手携帯電話会社サファリコム社は、多数の自動車（ピックアップ）や自転車（全国で1,010台）などの豪華賞品が貰えるという、“MAUZO POA”と名付けた懸賞付きの拡販キャンペーンを大々的に繰り広げていた。“MAUZO POA”は、“Wonderful Sales”とでも英訳できる、シェン語によるキャッチ・フレーズなのである。

“MAUZO POA”のような拡販キャンペーンの命名の仕方は、決して例外ではない。シェン語表現を拡販キャンペーンのタイトルに採用するのは当然だと見なされ、コピー・ライターは簡明で且つインパクトがあるシェン語のキャッチ・フレーズの「発見・発明」に余念がない。つまりシェン語は、拡販キャンペーンの（いわば特権的な）言語として、今や押しも押されもしない地位を築きつつあるのだ。

なお、上に述べた事情の一端は、2005年の資料（小馬 2005b: 13）に基づいて、既に本稿の第2章第3節で、簡潔に予備的に紹介しておいた。次節では、最新（2007年半ば）の状況を具体的に紹介して、いくつかのキャッチ・コピーに分析を加えてみたい。

5.2. 大企業の拡販キャンペーン

前項で述べたような懸賞広告の手法で拡販キャンペーンを展開することに熱心な企業として、まず嗜好的な飲料を製造・販売する会社、つまり酒造会社や、清涼飲料会社を挙げることができる。

ケニアで半独占的な地位を占めるケニア酒造は、2007年4月から同年8月の期間、(アフリカ象の商標で知られる)主力商品であるタスカ・ラガー・ビール大瓶の拡販キャンペーンを繰り広げた。このキャンペーンでは、“*Tusker na chapaa, chapaa na Tusker*”というシェン語のキャッチフレーズが、戦略的に使われた。懸賞は、王冠の裏側のビニール・クッションを捲れば当たり外れがわかる、という方式。その賞品・賞金は、①タスカ・ラガー大瓶もう一本(当選者550,506人)、②1,000ケニア・シリング(同7,000人)、③1,000,000ケニア・シリング(同3人)、の三段階になっていた。

さて、“*Tusker na chapaa, chapaa na Tusker*”というシェン語のキャッチフレーズの解題

を試みてみよう。“na”の語意は、スワヒリ語でもシェン語でも同意で、日本語の助詞「と」に近い。“chapaa”は、シェン語でカネを意味する数多い単語の一つだが、最新のものではなく、かなり「古典的な」シェン語の一例といえる。次に、キャッチ・フレーズ全体を直訳すれば、「タスカとカネ、カネとタスカ」となる。「タスカを飲んでオカネを当てよう、オカネを当ててタスカが飲める」と意訳すれば、このキャッチ・フレーズの語感をそれほど損なうことなく日本語に移し代えることができそうだ。

このキャンペーンは、新聞紙上と同時に、TV コマーシャルでも繰り返された。TV では、画面が左右に垂直に二分割されていて、まず向かって左側に登場する人物（購買客）がインタビューを受けて、“*Tusker na chapaa*”と答える。これに続いて、向かって右側の画面の数人の人物（やはり購買客）が、“*chapaa na Tusker*”と応じる。すると、背景からもう一人の人物（スポンサー側）が浮上してきて、“All mean the same.”と、英語でコメントするのである。

恐らく、「タスカを飲んでオカネを当てる」のも「オカネを当ててタスカが飲める」のも同じこと、つまり等しくケニア人であることの喜びなのだ、柔らかに訴えかけているのであろう。英語の money やスワヒリ語の“*pesa*”には、「カネ」とでも言おうか、剥き出しの語感があって、やや響きが強すぎる。またこの場合は、同じカネ（オカネ）を意味するシェン語の単語でも、最新流行の隠語性の高いものではなく、既に定着して周知されているものの方が宣伝の目的に叶っていると言えそうだ。

ところで、本稿第3章冒頭では、2007年後半に政府がシェン語を抑圧しようと画策したとする噂があることを紹介した。ただし、一方ではその信憑性の判断は慎重であるべきだとも付言しておいた。

ここで、後者の立場を補強する一つの証左を挙げよう。当時半官半民の公社で——2008年に国民の声を無視して民営化（小馬 2008: 88）——ケニアでは凶抜けた売上高と利益率を毎年記録し続けていた携帯電話通信会社サファリコム社が、2007年8月中旬から、「エア・タイム」拡販キャンペーンを大々的に開始した。やはり、そのキャッチ・フレーズには、“*kwachua*”というシェン語の新造語が組み込まれていた。

一頁全面を使った新聞広告には、そのキャンペーンの名称である“*Kwachua milioni*”が大きく掲げられた。そして、その下には、“Ksh 100 Million to be won!”、さらにその下の行には、“How to *Kwachua*”の惹句が続く。他方、ラジオとTVのコマーシャルでは、“*Kwachua chapaa*”という音声表現も加わっていた。この *chapaa* の含意も、“*Tusker na chapaa, chapaa na Tusker*”という、上述の場合と同じであろう。しかも、“*Kwachua milioni*”と“*Kwachua chapaa*”はほぼ重なり合うはずだから、“*chapaa*”（カネ）は“*milioni*”、つまり“Ksh 100 Million”を暗示している。なお、“Ksh 100 Million”の惹句は、賞金総額が1億ケニア・シリング（1億8千万円弱）であることを示している。ただし、一個人が獲得できる最大の金額は、百万ケニア・シリングであった。

問題は、“*Kwachua*”という、全く耳慣れないシェン語の単語である。もっとも、“*Kwachua*”の意味は、上に挙げた惹句を繰り返し聞いている内に、誰にも推測できる仕組みになっている。また、新聞広告を初めて目にした人でも、“Ksh 100 Million to be won!”という別の惹句を手掛かりにして、“*Kwachua*”が「勝ち取る」の意味であることを簡単に推理できるはずだ。

記号としての“*Kwachua*”には、これ以上特に論ずべきことはない。ところが、人々は“*Kwachua*”の語源をあれこれと推測しては、そこそこで楽しげに論じ合っていた。多くの人々がすぐに思いついたのは、隣国マラウイの通貨がクワチャ (*Kwacha*) であることだった。事実、“*Kwacha*”の語は、以前シェン語でカネを指す単語として使われた一時期があり、今でも死語ではない。そこで、名詞である“*Kwacha*”を(英語のごとく)動詞として用いて「カネを得る」の意味を与え、一方ではスワヒリ語の文法に則って前置詞形“*Kwachua*”(「～からカネを得る、～のためにカネを得る」)を導いたというのである。「～からカネを得る、～のためにカネを得る」の「～」には、前者なら例えば「サファリコム社」や「携帯電話」、後者なら「豊かな暮らし」や「家族の幸せ」などのイメージが、そこはかとなく見え隠れしている。このように、前置詞形“*Kwachua*”は、原形の“*Kwacha*”よりもずっとニュアンスに富んだ適切な語形だと言える。

一方、次のような別の説も聞かれる。シェン語では、新たな造語のために、しばしば元になる単語の音節の位置の入れ換え (*inversion*) を行うが——第1章第2節では、*sheng'* の語自体が English という英単語の音節を入れ換えて作られたとする見解を述べた——“*Kwachua*”もこの仕方で作られたのだろう。つまり元の単語は、スワヒリ語(のありふれた単語)で「勝ち取る、持っていく」を意味する、“*chukua*”である。その音節の前後を入れ換えると“*kua-chu*”となる。これに接尾辞“-a”を加えて動詞らしく外形を整えれば、“*Kwachua*”ができる。試しに、“*Kwachua chapaa*”のフレーズの“*Kwachua*”を“*chukua*”で置き換えると、“*Chukua chapaa*”(オカネを勝ち取れ/オカネをもっておいき)という、ありふれたシェン語表現になる。

これら2つの解釈は、いずれも可能であろう。しかも、どちらが正しいのか、誰にも分からない。間違いなく、キャンペーン関係者の誰かが“*Kwachua*”の語を考案したのだ。しかし、今や“*Kwachua*”は匿名的なストリート言語の資源の一部となっていて、それをどう解釈していかに用いるかは、各人の自由な(楽しみ方の)問題なのだ。

このように、キャンペーンに使われるシェン語表現にはいつも新鮮な語感があり、しかも大概は謎解きの面白さが伴っている。いや、事態は逆であろう。言語感覚を攪乱する謎掛けの挑戦と小さな衝撃を孕むシェン語の新鮮な語感の特性を最大限に生かすこと。それこそが、スワヒリ語や英語ではなく、シェン語がキャンペーンに常用されるようになった何よりの理由だと考えなければならぬ。

ちなみに、その後サファリコム社は、携帯電話による送金システムを新たなサーヴィ

スとして導入した。それは、シェン語で（意味不明の）*bamba*——以前は *sambasa*——と呼ばれる「エア・タイム」（送信時間）を買えば、僅かな手数料でそれを先方で安全且つ容易に現金化できるシステムである。さらに、同社がこのシステムを“M-PESA”（エムペサ）と命名していることにも注意を向けておきたい。

先にも触れたように、“*pesa*”はスワヒリ語の単語で、カネがその内包である。すると、M-PESAは、おそらく“*mail pesa*”か、“*pesa-mailing*”という含意のシェン語表現であると思われる。しかし、M-PESAには、別の解釈をすんなりと許す、独特の面白さがある。つまり、ハイフン付きの“M-”は接頭辞を強く暗示する書法になっているのだが、これをスワヒリ語（ならびにバントゥ語一般）の第三部類名詞を作る接頭辞“m-”とみれば、M-PESAは *mpesa*（ムペサ）、すなわちスワヒリ語の俗語で「金の成る木」を意味する単語になるのだ。

さらに、このM-PESAの解釈を“*Kwachua milioni*”キャンペーンに重ね合わせてみよう。そうすると、次のような呼びかけの声が表面のメッセージの裏側から聞こえてくるように思われるのだが、どうだろうか。遠隔地への送金には、サファリコム社の安全で便利なエア・タイムをM-PESAキャンペーン中に買しましょう。ぐっと節約できて、しかも100万ケニア・シリングだって手に入ります。そう、わが社はあなたの「金の成る木」（M-PESA=*mpesa*）なのです。

商品としてのカネをに最も直接的に関与する企業は、無論、銀行である。だがケニアの銀行各社は、つい、二年前までは途方もない金利の高さのゆえに、庶民には高嶺の花であり、横柄で無礼、いや冷血の誹りさえ免れない高飛車な姿勢を崩さなかった。ところが、K-rep銀行を初めとするマイクロ・バンキングの目ざましい発展に押されて、今年、一斉に、競い合って劇的な政策変換を試みた。要するに、「金の成る木」になろうというのである。

そこで、本章を閉じるに際して、さらに銀行関係のもう一例を具体的に紹介しよう。c f c銀行は、10万~100万ケニア・シリングの庶民向け教育ローンを、しかも無担保で行うと、盛んに宣伝攻勢に出ている。そして、そのキャッチ・フレーズが“No Matata”である。この“No Matata”は、英語の“No problem”とスワヒリ語の“*Hakuna matata*”を途中でコード・スイッチした、単純な、しかも典型的なシェン語表現である。それでもなお、ちょっとした謎解きの風味が加わっている気のきいた表現として、（また庶民本位の政策転換への評価とも相まって）好意的に受け止められている。

6 シェン語と隠れた政治キャンペーン

前章では、シェン語表現、ことにその新造語に付随する謎掛け（＝謎解き）の妙味と、それが人々を楽しませて、強く心を引きつける効果のあり方を論じた。その妙味と効果

は、サファリコム社の場合のように、“*Kwachua milioni*”と M-PESA という表現とを交差して複合させた複雑な含意を活かすキャンペーンの場合に決して限られない。c f c 銀行の “No Matata” という単純なシェン語表現でさえも、なかなか効果的なのである。いや、むしろその単純さゆえの親しみ易さこそが、広くキャンペーンの趣旨が大衆に受け入れられる大切な素地なのかも知れない。

しかし、謎解きの方向性を全く逆にして、謎の複雑さを増して利用することも、十分に考えられる。もしもそうした高度な謎解きを内蔵したシェン語表現が創造されるとすれば、それは政治の領域だと予想してよからう。緊張した政治の舞台では、敵の目をかいくぐって意見を巧みに表明したり、その宣伝効果を無意識の次元にまで及ぼすことが、時には決定的な意味をもち得るからである。

6.1. 新聞広告に託された政治的メッセージ

シェン語についての事例でも、また直接ケニアに関する事例でもないが、我々の記憶にまだ新しいのが、ミャンマーで起きた 2007 年 7 月 23 日の出来事である。

同日、『ミャンマー・タイムズ』紙に、デンマークの Ewshnahtrellek (社?) が、北欧の人々に向かってミャンマーへの旅行を呼びかける広告を掲載した。ところが、広告主名 Ewshnahtrellek の語順を逆さにすると、killer than shwE (殺人者タン・シュエ) と解せる、軍政の最高首脳を痛烈に告発する英語文が浮上してくる。さらに、デンマークの古い詩として引用されていた文章の一節は、頭文字を (折句と見て) 繋げると、freedom となった。いずれも、同国の厳しい検閲を出し抜いて政治的な意見広告をするための巧みな工夫だったのである (『朝日新聞』2007 年 8 月 4 日)。

ちなみに、その後、ミャンマー政府はマスコミ規制を格段に強めた。そして、2008 年 1 月早々、衛星 TV 放送の視聴許可料金を一気に 170 倍にして、ほとんどの国民には支払い不可能な水準に引き上げたのである (『朝日新聞』2008 年 1 月 3 日)。

この事例に見える言語的な工夫は、比較的単純なものである。そうであるのは、ミャンマーの軍事政権の酷い圧政という切羽詰まった状況下では、即効的で、しかも国民に分かりやすい謎解きを案出する必要があったからだろう。

ミャンマーと比較すると、当時 (2007 年半ば) のケニアの一般的な政治状況は、大統領選挙をめぐる二つの陣営が各地で連日激しいキャンペーン合戦を繰り返していたものの、ずっと民主的な雰囲気があって活気に満ち、明るい高揚感を伴うものだった。また、先に具体例を幾つか示したとおり、シェン語による謎掛けには、先に見た『ミャンマー・タイムズ』紙上の意見広告よりもずっと複雑な仕掛けを組み込む余地が十分にある。というのは、何よりも、多重な出自をもつストリート混成言語であるシェン語には、常に (曖昧さと同時に) 幅広い解釈の前線が開けているからである。

次の本章第 2 節では——複雑なレトリックと奥深い含意をもつ新聞広告のシェン語

表現を（第3節以下で）具体的に考察するのに先立って——シェン語がもつ豊かで独特のイメージ喚起力をケニアの政治キャンペーンがどのように利用してきたか、ざっと概観しておきたい。

6.2. シェン語と政治キャンペーン

政治キャンペーンにシェン語を鍵とするキャッチ・フレーズが使われるようになったのは、ほぼ1990年代後半のことである。中でも、前回、すなわち2002年12月27日の総選挙のキャンペーンで野党NARC（虹の連立国民連合）が用いて人気を集めた、“*unbwogable*”が名高い。“*unbwogable*”の語幹は、ルオ語で「打ち破る」を意味する“*bwogo*”を借用したシェン語であり、その前後に英語の接頭辞“un-”と接尾辞“-able”が付けられている。“*unbwogable*”には、全体として、英語の *invincible* に通じる語感がある（小馬2004b: 133）。

ただし、“*unbwogable*”は、NARCが総選挙のキャンペーン用に自ら創りだした言葉ではない。本来“*unbwogable*”は、ヒップ・ホップ音楽のうら若い人気ラップ・デュオである、GidiGidi & MajiMajiが作った流行歌のタイトルとして若者の間で知られた言葉だった。NARCは、このヒット曲に着目して、公式のキャンペーン・ソングに流用したのである。NARCの候補者たちは、立会い演説や街頭演説の最後には必ず、この曲のコーラス部分の歌詞である“Who can *bwogo* me?”を聴衆と合唱して連帯感を高め、人々（ことに若者たち）の心を掴もうとした。そして、まんまと大成功を収めたのであった。

2002年の総選挙では、さらにもう一つ、国民的な人気を博して大ヒットしたシェン語のキャッチ・フレーズがあった。この時、NARCの大統領候補はキバキ（現大統領）だったが、“*Kibaki Tosha!*”の掛け声が国中に満ち溢れたのである。元々“*tosha*”は、スワヒリ語で「十分である」を意味する動詞だ。しかしシェン語では、“*tosha*”は述語形容詞として（しかも主語である名詞のクラスとの「一致」をすっかり無視して、独立で用い）「最高」とか、「言うことなし」の意味を与えられている。“*Kibaki Tosha!*”をスワヒリ語の正式な語法に移せば、“*Kibaki anatosha*”となる——“a-”は三人称単数の主辞、“-na-”は現在時制を表す接辞。だが、これでは語調がモッタリとしてしまい、とても“*Kibaki Tosha!*”の颯爽とした感じは出ない。“*Kibaki Tosha!*”の語感（と音の響き）を生かして意識すれば、「キバキ、決まり！」となるうか。

NARCの国会議員候補たちも、それぞれが自分の名前の後に“*Tosha!*”を加え、例えば“*Kalonzo Tosha!*”という形で用いて、支持者と共に声を張り上げてそれを連呼した。このキャッチフレーズの好感度は高く、“*Radio Citizen Tosha!*”と、ブームに便乗して、自社の宣伝キャンペーンにこれを用いるFM局が現れたほどだった（小馬2004b: 133）。

こうしてNARCは、2002年総選挙で、1963年末のケニア独立以来政権の座にあったKANU（ケニア・アフリカ人民族同盟）をついに打倒して、ケニアの政治史に新たな一

頁を開いたのである。だが、2002年総選挙におけるシェン語キャンペーンの大成功にも関わらず、シェン語が英語教育やスワヒリ語教育に悪影響を与えるとする、批判的な声は納まらなかった。ところが、その弊害を指摘して言い募る政治家、役人、学者が数多い中で、当時 NARC 政権の副大統領であった故ワマルワ・キジャナは、2003年の国会演説で、ケニア人の誰もが作り手であるシェン語を将来国会で用いるべきだと堂々と宣言した。

この発言は多くの知識人に衝撃を与え、賛否両論が飛び交った。ただ、今日のケニアで最も有力な政治家の一人であり、精力的な雄弁家として夙に名の高いライラ・オディンガ——ケニアの現今の政治的大混乱のきっかけとなった2007年末の総選挙では、キバキ大統領の対抗馬——は、ワマルワの発言にすぐに明確な支持を表明した。“*unbwogable*” というシェン語の偉大な流行語を生んだルオ語を自らの母語とする彼は、シェン語がもっている、一気に民衆の心を鷲掴みにする威力をおそらく誰よりも強く実感していたからであろう。

なお、2002年の総選挙では、シェン語によるキャンペーンを活用したのは、専ら野党の側であった。ところが、2007年の総選挙では、現職大統領であるキバキの陣営の一部にもシェン語のキャッチ・フレーズを使おうとする者があった。「キバキ、今度も！」を意味する“*Kibaki Tena!*”がそのキャッチ・フレーズである。「キバキでまた決まり」と意識できよう。“*Kibaki Toshi!*”のシェン語表現が前回の総選挙で収めた大成功を想起して、今回もその御利益にあやかるうしたのでらうか。

さて、本節に続く次の第3節では、(ケニアから見ると)外資系の或る企業の新聞広告のシェン語表現を子細に分析して、そこに密かに込められた(と思われる)政治的メッセージを読み取る試みをしてみよう。

6.3. 仮面の政治キャンペーン

ここで分析の対象とするのは、2007年8月31日に(ケニアの2大英字日刊紙である)『日刊ネーション』、『スタンダード』両紙に掲載された、アメリカ煙草社(American Tobacco Kenya)の一頁全面広告の文言である。それは、“*Shinda Dinga Uwakilishe*”をキャッチ・フレーズとして、同社の紙巻き煙草ポール・モール(Pall Mall)——イギリス英語読みならベル・メル——の拡販のために繰り広げられていた懸賞付きキャンペーンの一環として(8月25日にナクルの町で)実施された、「第2回全国ミニ抽選」の結果を公表するための広告である。懸賞の賞品はトヨタの乗用車や様々な額の現金で、「第2回全国ミニ抽選」では、20,000ケニア・シリング、10,000ケニア・シリング、5,000ケニア・シリングという下位の賞の当選者が抽選で決められ、その住所・身分証番号・氏名が新聞紙上に発表された。

新聞広告では、拡販キャンペーンのキャッチ・フレーズである“*Shinda Dinga*

SHINDA DINGA UWAKILISHE

IMAGINE THAT

PALE MALI

BRITISH AMERICAN TOBACCO

2nd NATIONAL MINI DRAW WINNERS
held on 25th August 2007 in Nakuru.

PRIZE: Kshs. 200,000
Abdullahi Vindan Hassanani
ID No. 21723610
P.O. Box 69026, Mombasa
Omarhale Abdulkadir
ID No. 731577
P.O. Box 124, Nakuru
Samson B. Nwagwi
ID No. 21548206
P.O. Box 17, Ohrya

PRIZE: Kshs. 20,000
Wetwa E.S.
ID No. 3330146
P.O. Box 514-618, Nairobi
Dnyasha B. Rupasariel
ID No. 1976019459003
P.O. Box 1000-39200, Kilifi
Patrick Mutinda Muli
ID No. 13027751
P.O. Box 922-58, Huyeale
Morris N. Njoroge
ID No. 14574273
P.O. Box 378-625, Dagoret
Sarah Mutami Muthengo
ID No. 22578530
P.O. Box 84, Kirumba

Joseph Mwenda Kirimi
ID No. 22533622
P.O. Box 12570, Nyeri
David Mugambi Karoti
ID No. 20692910
P.O. Box 10374, Nakuru
John Rugut
ID No. 24663601
P.O. Box 795, Kericho
Shem Indire
ID No. 7504623
P.O. Box 806, Nakusha
Lydia Kinani
ID No. 12693065
P.O. Box 78, Meru

PRIZE: Kshs. 10,000
Justus Kola
ID No. 22937319
P.O. Box 787, Kileleshwa
Joseph Mutimili Kingari
ID No. 11211766
P.O. Box 101, Embu
Lucy Wanjira Mbatia
ID No. 9813046, Nyahururu
Peter Kimani Karialid
ID No. 11291057
P.O. Box 1746, Naivasha
James Cheplimit
ID No. 52973
P.O. Box 447, Maruyuki
Sofia Juma
ID No. 20125380
P.O. Box 13174, Nakuru

Mtamba Mwarayo
ID No. 10755218
P.O. Box 318, Vidi
Rukovoro Eastace
ID No. 24595752
P.O. Box 5, Jindaramu, Nyeri
Julius Maina Riasi
ID No. 1372500
P.O. Box 506, Nakuru
Joseph Nderera Mwiricha
ID No. 8875682
P.O. Box 2474, Meru
Sofia Juma
ID No. 20125389
P.O. Box 13174, Nakuru
Jadriel Nthabi Anangili
ID No. 25492871
P.O. Box 855, Meru
Joseph Kijalil
ID No. 12652234
P.O. Box 158, Kabarnet
Anthony Kibibi Kinengo
ID No. 7592307
P.O. Box 1490, Karatina
Peter Mugoche M.
ID No. 21481395
P.O. Box 25203, Nairobi

PRIZE: Kshs. 5,000
Cynthia Mwarwaha
ID No. 22949135
P.O. Box 1367, Meru
Douglas O. Ochieng'i
ID No. 23793995

P.O. Box 1190, Kericho
Simon Gilanga Mutamu
ID No. 22983999
P.O. Box 77, Embu
Joel Mutua
ID No. 20253574
P.O. Box 51, Machakos, Kikira
Leon Otharzu
ID No. 25139042, Nairobi
Alice Wangochi W.
ID No. 21929387
P.O. Box 26812-00200, Ruru
J. M. Kivhika
ID No. 6641456
P.O. Box 393, Naivasha
Richard Njiremel
ID No. 13340792, Bomet
Protus Wahiha Wakemasi
ID No. 3939954
P.O. Box 1684, Kitale
Dennis Odior
ID No. 22490157
P.O. Box 13, Mutit
Salim G. Ngongo
ID No. 22850070
P.O. Box 19121, Nairobi
Nancy N. Patel
ID No. 207834
P.O. Box 3700, Kitale
Fredrick Maritini
ID No. 22542682
P.O. Box 21, Otterguru

Dickson Kiranyu Mbondo
ID No. 13066129
P.O. Box 23, Kisumu
Esther Wambui Gichuri
ID No. 22165697
P.O. Box 51, Machakos, Kikira
M. M. Njagi
ID No. 13472205
P.O. Box 11, Mwea
Patrick Kimathi Rirakawa
ID No. 23980435
P.O. Box 5206, Malindi
Benson Tisa
ID No. 2108440
P.O. Box 57410-00200, Nairobi
Peter Wabungu
ID No. 11155805
P.O. Box 2236, Nakuru
John Njuga M.
ID No. 6252933
P.O. Box 117, Galdip
Mwini Wera Likale
ID No. 24058004
P.O. Box 18889-00100, Nairobi
Simon Muthengo
ID No. 22653440
P.O. Box 502, Nyeri
James Njuga
ID No. 0729109
P.O. Box 2236, Nakuru
Emily Nkote
ID No. 22058067

P.O. Box 24, Kiarai
Paul N. Githuro
ID No. 7664338
P.O. Box 738, Naivasha
Lydia Kinani
ID No. 12693065
P.O. Box 78, Meru
Francis Githi Boro
ID No. 21531175
P.O. Box 3694, Kitale
Joseph M. Njuidi
ID No. 5745762
P.O. Box 350, Kagumo
Gordon Mwangi
ID No. 20777936
P.O. Box 1148, Kisumu
Lydia Kinani
ID No. 12693265
P.O. Box 78, Meru

* 2nd National Mini Draw to be held on 25th September 2007 in Mombasa.

図1 アメリカ煙草社の一頁全面広告

“Uwakilisha” が、紙面最上部に大書きされている。まず、このキャッチ・フレーズに籠められたメッセージを読み解かなければならない。

“shinda” は、スワヒリ語（以下では、適宜 Sw. と表示する）で「勝つ、勝ち取る、克服する」を意味する動詞、他方 “dinga” は、シェン語（以下では、適宜 Sh. と表示する）で「自動車、機械」を意味する名詞である。残る “uwakilisha” は、動詞 “wakilisha” の仮定法による丁寧な命令表現だが、スワヒリ語とシェン語では意味がややずれる。すなわち、“wakilisha” はスワヒリ語では「代表する」、シェン語では「歓待する、受け入れる、楽しむ」の意味になる——例えば、ディスコのディスク・ジョッキーが、“Tunawakilisha.”（「楽しませるぜ」）を往々口癖にしている。そういうわけで、“Shinda

Dinga Uwakilisha”の（表面上の）拡販キャンペーンの文脈では、“*wakilisha*”はシェン語でなければならず、“*Shinda Dinga Uwakilisha*”は全体として、「自動車を勝ち得てお楽しみあれ」を意味しているのだ。そして、拡販キャンペーンであれば、この解釈にはいささかも疑念の余地がないように思える。

[<i>Shinda</i>	…… 勝つ、勝ち取る、克服する (Sw.)
	<i>Dinga</i>	…… 自動車、機械 (Sh.)
	<i>wakilisha</i>	…… 代表する (Sw.)／歓待する、受け入れる、楽しむ (Sh.)

しかしながら、この新聞広告が掲載されたのは、2007年12月27日に実施される5年ぶりの総選挙に向けて、与野党の選挙キャンペーンが大々的に展開されている最中の8月であった。この事実を勘案すると、にわかに政治的なメッセージが、“*Shinda Dinga Uwakilisha*”というキャッチ・フレーズの背後から湧き出して来るように感じられるのだ。

いわば実験心理学者ルビンの反転図式のように、ここで図柄と地とが一挙に入れ代わるのは、“*wakilisha*”をシェン語（「歓待する、受け入れる、楽しむ」）からスワヒリ語（「代表する」）へとコード・スイッチする瞬間である。すると、“*Shinda Dinga Uwakilisha*”全体の意味は、「ディングよ、代表せよ、そして享受せよ」へと一変する。そして、ディング (*Dinga*) とは、ティンガ (*Tinga*) という渾名で国民的に知られている野党オレンジ民主主義運動 (ODM) の巨魁、ルオ人のアモロ・ライラ・オディング (*Amolo Raila Odinga*) だと容易に推測されるのである。

ここで、ちなみに言えば、ODMを支持している民族の中でもルオ人と並んで最大の人口を誇るカレンジンの人々は、有声音と無声音を音素として区別しない（できない）。だから、彼らには（口語としての）*Tinga* と *Dinga* は完全に同じ音価をもっていて、全く区別がない。つまり、少なくともカレンジンの人々の間では、この場合“*Shinda Dinga Uwakilisha*”が、無理なく“*Shinda Tinga Uwakilisha*”「ティンガ（オディング）よ、代表せよ、そして享受せよ」の意味で受け止められる可能性が高い。

8月末の時点では、2007年の大統領選挙が事実上、現職のムワイ・キバキ大統領とライラ・オディングの争いになることは、誰の目にも明らかだった。しかも、欧米諸国の政府と企業が幾年も以前から一貫してオディングを支持して資金援助に努めてきたことは、周知の事実だった。だから、“*Shinda Dinga Uwakilisha*”キャンペーンが密かなオディング支援キャンペーンとして企図されていたとしても、少しも不思議はあるまい。欧米諸国や国際機関の間には、キバキ大統領が前任者ダニエル・アラップ・モイ（カレンジン人）と同様、民族主義的な利益誘導を（民族間の利害関係の構図をモイ時代とは逆転させる形で）なおも行っているという不信感が根強く蟠っている。

今度（2007年末）の選挙戦でも、米国のジェネラル・モーターズ (GM) は、4千3百万ケニア・シリング（8千万円弱）もする自社ブランドの高級四輪駆動車ハンマー

(Hummer) を、既にオディングに贈って支援していた。彼がこの車を駆って、まず海岸部へ、次いで勇敢にも北部の半砂漠の荒蕪地帯へと遊説の大遠征を敢行すると、人々は彼の車を金槌 (hammer) を意味する “nyondo” というスワヒリ語で呼び、金槌を象徴する拳を天高く突き上げて歓呼しながら、(障害を金槌のごとく打ち砕いて突き進む) オディングの勇気と草の根への敬意を讃えて、行く先々で大歓迎した。

彼の愛車が “nyondo” (金槌) と渾名された理由が、人々のユーモアなのか、単なる Hummer と hammer との取り違えがそのまま広まったものなのか、判然としない。しかし、かりに単純な誤解であったとしても、その誤解は彼の不退転の行動力だけでなく、一途で且つどこか愛嬌のある人柄への豊かな連想を育んで、一気に人気を高めるといふ絶大な結果をもたらしたのである。

ここに述べたエピソードには、なんとなく悠長で滑稽な味わいがあるが、それにはちょっとした来歴があるだろう。ケニアでは、毎年一度、全国一斉に自動車の整備状況検査が実施され、主な都市では政府の検査部門の責任者が自ら金槌をふるって、一、二台の自動車のナンバー・プレートを外してみせるのだ。この象徴的行為が「執行される」ユーモラスな光景は、毎度撮影されては新聞紙上を飾り、庶民の笑いを誘う一種の「風物詩」にさえなっている。オディングが愛車 Hummer で荒蕪地への遊説遠征に乗り出すという噂を聞き及んで、庶民が即座に連想したのは、金槌と自動車に因む、そのユーモラスな風物詩であっただろう。“nyondo” という卑近なスワヒリ語の単語が、(豪華な四輪駆動車と金槌のズレなど) 一切のズレを含み込んで溶解させると同時に、それらのズレを克服して、巧みにイメージを統合していると言えよう。

6.4. オレンジ色のシンボリズム

問題の、紙巻き煙草ポール・モール (ペル・メル) の拡販キャンペーン広告が新聞に掲載された 2007 年 8 月 31 日というタイミングは、大統領選挙の脈絡ではもう少し意味深長だったのかも知れない。ODM は、2007 年前半に、オディングが率いる ODM (圧倒的多数派) とカロンゾ・ムショカが率いる少数派、ODM-KENYA に分裂してしまった。後者がごく小さな勢力だとはいえ、分裂はキバキ大統領との戦いで僅差の敗戦に繋がり兼ねない懸念材料だった——後に、実際にそうってしまった。だから、“Shinda Dinga Uwakilisho” (「ディングガよ、代表せよ、そして享受せよ」) とは、ODM 全体に向けて団結を呼び掛ける切実なメッセージだと考える学生や教師もいた。

ここで注目しなければならないのは、件の新聞広告の基調をなす色彩である。全面が紅色で、下半分にはやや淡いオレンジ色の大きなインセットの部分があり、その部分には焦げ茶色の文字で懸賞当選者の氏名などが列挙されている。このオレンジ色は、時節柄、即座にオディング率いるオレンジ民主主義運動 (ODM) を連想させた。

また、先に、広告の最上部に “Shinda Dinga Uwakilisho” というキャッチ・フレーズが

大書されていると述べた。だが、より正確に述べれば、“*Shinda Dinga*”が最上部にくる白抜きの一行であり、“*Uwakilish*”はその下の行に回されて、やや小さ目に、しかしここだけが鮮やかなオレンジ色 (in orange) で書かれている。その結果、このオレンジ色は、インセット部分のオレンジ色よりも遙かに強い印象を与えて、一層強く ODM を連想させるのである。

すると、“*Shinda Dinga Uwakilish*”とは、この広告全体の脈絡においては、“*Shinda Dinga Uwakilish in orange*” (デインガよ、オレンジ [民主主義運動] を代表せよ、そして享受せよ) というシェン語表現を暗示しているのではないだろうか。仮りにもしそうであれば、“*Shinda Dinga Uwakilish*” (「デインガよ、代表せよ、そして享受せよ」) は、確かに ODM 全体に向けられた強いメッセージだと言えるだろう。すると、そのように感じている人々が一部には存在する理由を、新聞広告の意識下の効果にも求め、表象文化論や情報論の側面からも補強できるように思える。

6.5. Tingatinga, Tinga, Dinga, Odinga, Oginga Odinga

この広告に関して、もう一つだけ、シェン語の融通無碍な連想と象徴の作用を確認すべき別の作業が残っている。それは、本章第3節で僅かに触れておいた、Tinga (オデインガの渾名) と “*dinga*” (Sh. 自動車) との関係から導き出されてくる、予想外に大きな意味の広がりを読み解くことである。

スワヒリ語では、機械 (tingatinga) の規則立った振動音一般を “*tinga*” という擬声音で表現している。そこから、次の二つの擬声語が生まれた——それは、製粉機が最初に、トラクターがそれに次いで東アフリカにもたらされた、内燃機関を組み込んで大きな振動音を発する2つの機械であったからだ。

[tingatinga	…… 製粉機
	tinga	…… トラクター

さて、オデインガ (Amolo Raila Odinga) が *tinga* (トラクター) と渾名されたのは、彼がかつて率いていた NDP (National Democratic Party) の党章がトラクター (*tinga*) だったからである。

東アフリカ (特に農村部) では、最初自動車はトラクターに比べて馴染みがない機械 (*tingatinga*) だった。だから、自動車もトラクターと区別しないで、しかし共に製粉機 (*tingatinga*) とは差異化して、“*tinga*” と呼ばれていた。しかし、自動車の台数が急激に増えてトラクターに比肩するようになると、両者を単語として区別する必要が生まれた。そこで “*tinga*” は、次のように微妙な差異化によって二分されることになった——ただし、先に述べたとおり、有声音と無声音を音素として区別しないカレンジン語の話者には、口語としては依然として両者の区別は存在しない。

[tinga	…… トラクター
	dinga	…… 自動車

しかしながら、ここで私が試みた二重の差異化はあくまでも一般化したやや図式的なもので、*tingatinga*, *tinga*, *dinga* の区別は、常にどこでも判然としたものではない。全ての機械を *tingatinga* と呼んだ感覚が今でもまだ確かに生き残っていることを思いがけず確認できる場面に往々出くわすことが、ままある。以下に、その一例を紹介しておきたい。

オディンガが率いたNDPが当時の政権党であったKANUと合体した時に、“*tinga*”（トラクター、NDPの党章）が強大な若雄鶏（“*jogoo*”，KANUの党章）に飲み込まれると、揶揄されたものである。すると、オディンガはスワヒリ語で、“*Tingatinga inanguruma.*”と述べて、鋭く反論した。この表現の場合、“*tingatinga*”は（名詞で）トラクターを意味すると一般に受け取られた。すると、“*Tingatinga inanguruma.*”は、「トラクターが（機械）音を轟々と響かせている」と訳せるだろう。一方、主語（の“*tinga*”）が省かれており、“*tingatinga*”が副詞だと見れば、「（トラクターの）轟々たるエンジン音が響いている」と訳すのが適切だろう。ただし、どちらにしても「トラクター（NDP）が、若雄鶏（KANU）の腹を内側から食い破ろうとしているのだ」という含意をもつことは、誰にとっても明らかだった。

こうして、“*tingatinga*”（第一義は製粉機）の語には、“*tinga*”（トラクター）や“*dinga*”（自動車）を含めた、全ての“*tingatinga*”（機械）のイメージが集約されていることが分かるのである。オディンガ自身が自らが組織して率いたNDPの党章として“*tinga*”（トラクター）を選んだ事実に加えて、彼の名前（Odinga）の響きが“*tinga*”に通じることも関係していたかどうかは分からない。ただ、彼の父親で、1963年から1966年にかけて副大統領を務めたジャラモギ・オギンガ・オディンガ（Jaramogi Oginga Odinga, 1912–1994）の名前の連想が、さらにこのイメージの複合体に自ずから流れ込んで他の語と響き交わり、目眩にも似た不思議な複合感覚を誘発させることは事実である。

実は、これに似た命名の遊び感覚は、シェン語にしばしば見られる一つの特徴でもある。ここで一つだけ、そうした例を挙げてみよう。2007年度のOBM（Music of African Origin）賞の最高アフリカ音楽家部門候補に名前が上がったケニア人男性歌手の名前（綴り）、Jua Chaliは、スワヒリ語の俗語である“*jua kali*”（烈日、炎天下での仕事）の綴りの“*k*”を“*ch*”に置き換えたものだ。だが、発音はジュア・カリで、元の語と変わりが無い。これが、意味または音、ないしは綴りの一つ以上の要素を元の語から僅かにずらすという、シェン語の造語法の基本的な規則なのである。

以上本章では、近年、シェン語が言語政治キャンペーンの言語から拡販競争キャンペーンの言語へ切り換わりつつあるばかりでなく、拡販競争キャンペーンの言語を下敷

きにして政治キャンペーンを展開するための言語へも秘かに発展しつつある状況を、具体的な事例を基に報告した。

6.6. シェン語の「ストリート性」

ここまでは、シェン語の発展方向の最新の変化を幾つかの事例に沿って、やや詳細に分析してきた。本稿を閉じるに当たって、そうした具体的な変化を背後で左右している、シェン語の「ストリート性」を論じておかなければならないだろう。

今、都市の人類学を構想する時、マルク・オジェが見通しのよい、一つのエレガントなシエマを提供してくれる。

彼は、「場所」と「非一場所」の一对の概念によって、空間を捉える。ただし、この対概念で「現実の空間と、その空間を使用する者たちが取り結ぶ関係と、この両者を二つながら指している」のだ（オジェ 2002: 244）。つまり「場所」は、「自分自身に対して有する関係」、「他の人々に対して有する関係」、「共通の歴史に対して有する関係」を三重の意味で象徴し、他方、「非一場所」とは「アイデンティティも、他者との関係も、歴史も象徴化されていないような空間」なのである（オジェ 2002: 245）。

オジェはそこから、都市は「秩序と無秩序の混淆物」だが、「雑多なものの混成である一方で人々に親密さをいだかせ」（オジェ 2002: 252）、したがって「すべての人のものであるとともに、一人ひとりのものでもある」と述べている（オジェ 2002: 253）。結局、オジェが「秩序と無秩序の混淆物」である都市に求めるのは、「場所に備わった意味と非一場所に備わった自由とが結合しうるような空間の再構築」（オジェ 2002: 276）なのだ。

本稿では、オジェに倣って、ストリートを「現実の空間と、その空間を使用する者たちが取り結ぶ関係」と、二重に定義したい。そうすると、スワヒリ語（とシェン語）で「ストリートの言語」（*lughya ya mtaa*）と呼ばれる、シェン語のもつ「ストリート性」が、論じ易くなるだろう。

「ストリート・チルドレンの言葉」と呼ばれた初期のシェン語、ならびに乗合自動車関係者の隠語や学生たちのアイデンティティ・マーカーであった頃のシェン語は、都市の「非一場所」性の所産だったと言えよう。それは、田舎という空間と社会関係に過剰に見られる「場所に備わった意味」とことん嘲弄して、都市なる空間（と人間関係）という「非一場所に備わった自由」を奔放に謳歌する、過激な傾きを体現した、都市の言語であった。シェン語の「社会方言」であるとも言える（英語をベースにした）上層のエンシュ語も、ポップス歌手のシェン語もまた、この属性を強くもっていたのだ。

一方、学生言葉としてのシェン語が内破の兆候を見せてきた2000年以降、シェン語は、拡販キャンペーンの方途として急速に発展し始めた。この言語は、「場所に備わった意味」を創り出す象徴化の作用に深く広く浸されていて、ケニア国民の言葉としての

萌芽となる大きな可能性を秘めていると感じられる。例えば、“*tinga*”や“*nyondo*”を例として、具体的に詳しい分析を加えたように、この段階に達したシェン語は、「自分自身に対して有する関係」、「他の人々に対して有する関係」、「共通の歴史に対して有する関係」を三重の意味で象徴する力を今やもっているとと言えるのだ。

7. おわりに

シェン語の母胎であり、また今でも最も力強いシェン語革新の中核であるケニアの首都ナイロビには、むろん「場所」と「非一場所」としての二つの側面がある。そしてまた、首都の顔と庶民の街区の顔の両方を合わせもっている。

かつて白人入植者の町として建設され、キッシンジャー米国務長官が「アフリカに咲いたヨーロッパの花」と賛嘆して止まなかった近代都市ナイロビも、その後止めどもない膨張を続けていて、今やその人口は300万を超えたといわれる。だが、植民地時代の人種差別に代わって、現在でも、経済の差別が庶民をナイロビの都心から遠ざけている。露天商や呼び売り人たちは、自治省・ナイロビ市役所の役人・行政警察官の手で絶え間なく（時には暴力的に）そこから追い払われ続け、露店や商品は容赦なく破壊されてきた。彼らは郊外の街区（「エステート」）やスラムに住み、日々都心の縁辺へと通ってくるのである。その街区では、生活の要に迫られて、新たなシェン語表現が日々続々と生み出されている。そこは、（例えば、職を求めて田舎からやってきた親類縁者の若者たちを、どの家も幾人も受け入れて）過剰な関係性の重圧に恒常的に脅かされながらも、どうか彼らの「場所」であり続けている。

首都としての顔をしたナイロビでは、専ら英語とスワヒリ語が話される——話されなければならない。そこは、学校教育でその両言語（ケニアの公用語と国家語）を身につけた若者が到達することが期待されている（関係性としての）空間なのであるから。

ところが、生徒や学生は学校生活をシェン語で送っているし、自らの学生文化に強い矜持を示してきた。しかし教育部門が、相変わらず狭小な産業部門とはいかにも不釣り合いに肥大し続けて雇用機会が極限まで逼迫した今、学生たちはシェン語を捨てて英語とスワヒリ語へと大きく回帰し始めている。

とはいえ、所詮外国語であり、また学校の言語である英語や（人工的で、且つタンザニアが強力に国家管理する「造成スワヒリ語」の軛に繋がれている）スワヒリ語では、「他の誰でもない自分の、今ここでの思い」を発露させることは難しい。それらの言語でコミュニケーションする空間であるナイロビ（都心）は、つまるところ「非一場所」なのだ。ナイロビの住人は、意味生成の力、つまり象徴性を実現する空間（オジェのいう「場所」）の確保をシェン語空間に求めずにはいられない。こうして、シェン語は郊外やスラムから都心へと日々流れ込み続け、ナイロビの町全体を大きく包み込んで、そ

こを象徴性の空間である「場所」に変えるのだ。

シェン語が空間を「場所」化する力を、機敏な現代ビジネスは見逃さなかった。学生言葉としての反抗の激越さを削ぎ落とした、最新のシェン語は、拡販キャンペーンの恰好のメディアとなって、今や国民的な支持を獲得しつつあると言えるだろう。

ではこの現象は、オジェのいう「スーパーモダニティ」、すなわち「社会との契約関係なしには、一介の消費者にも、一人の旅行者にもなれないような空間」である「経験的な非一場所」(オジェ 2002: 245-246) への譲歩を意味するのだろうか。単純にそう言うべきではないことは、“tinga” や “nyondo” に纏わるエピソードが現実、すなわち多元的に絡み合った複雑な現実と深く響き交していた事実が教えてくれる。

我々が今眼前にしている新たな「シェン語現象」は、むしろ、ケニアの自生的な国民文化の胚胎を予感させてくれるもののように思われる。

注

- 1) しかし、ケニア憲法が英語には与えている「全文書の公用筆記語」としての地位をもっていない。
- 2) 別称は「スワヒリ語委員会」(Swahili Committee)。
- 3) ケニアは、国内で使われている言語を、行政や教育の領域では、①国家語(スワヒリ語)、②公用語(英語)、③土着語(vernacular: スワヒリ語以外の土着の言語)、④外国語(①~③に属さない言語)に分類している。ところが、シェン語はその①~④のいずれにも分類されず、あたかも存在しないような扱いを受けている。
- 4) 植民地時代にアフリカ人が居住を認められていたのは、Mbotela, Shaurimoyo, それに Ziwani の三地区(「エステート」)だけである。一方、「アジア人」地区に指定されていたのが、Eastleigh と Pangani であった。
- 5) ケニア政府は公式に 42 部族(tribe) の存在を認めている。本稿はこれら 42 部族を個々に「民族」と表記している。

文 献

Abudlaziz, M. H. and K. Osinde

1997 Sheng and English: Development of Mixed Codes among the Urban Youth in Kenya. *International Journal of Sociology of Language* 125: 43-63.

Alego-Oloo

1987 Why Local Languages Are Important. *Standard*. October 14.

Amidu, A. A.

1995a Kiswahili: People, Language, Literature and Lingua Franca. *Nordic Journal of African Studies* 4 (1): 104-125.

1995b Kiswahili, a Continental Language: How Possible Is It? (Part I). *Nordic Journal of African Studies* 4 (2): 50-72.

- 1996 Kiswahili, a Continental Language: How Possible Is It? (Part II). *Nordic Journal of African Studies* 5 (1): 84–106.
- アンダーソン, B.
1997 『増補 想像の共同体——ナショナリズムの起源と流行』白石さや・白石隆訳, NTT 出版。
- オジェ, M.
2002 『同時代世界の人類学』森山工訳, 藤原書店。
- ゲルナー, E.
Gicheru, C. and R. Gachuhi
1984 Sheng: New Urban Language Baffles Parents. *Daily Nation*. March 14.
- Githingi, P.
2005 *Language Attitudes: Nairobi People and Sheng* (master's thesis). Michigan State University.
- Githiora, C.
2002 Sheng: Peer Language. Swahili Dialect or Emerging Creole? *Journal of African Cultural Studies* 15 (2): 159–181.
- Iraki, X.
2002 Benefits of Progressing from the EAC to Swahili Republic. *People Daily*. September 23.
- Kariku, P.
2001 Kiswahili Is Exciting When Hosts Are Not Showing Off. *Daily National*. August 16.
- Khalid, A.
1978 *The Liberation of Swahili from European Appropriation*. Nairobi: Kenya Literature Bureau.
- King'ei, G. K. and P. M. Musau
2002 *Utata wa Kiswahili Sanifu and toleo la kwanza*. Nairobi: Didaxis.
- Kioni, K.
2002 'Sheng' Takes Its Toll on Performance of Languages. *Kenya Times*. March 26.
- 小馬 徹
1979 「[象(テンボ)は鼻が長い]か? ——スワヒリ語の総主論序説」『一橋研究』4 (3): 115–132。
1980 「[象は鼻が長い] 構文の提題性をめぐって——スワヒリ語の総主論ノート」『一橋研究』5 (2): 145–154。
2004a 「ma が差した話——スワヒリ語のレッスン」『言語』33 (8): 4–5。
2004b 「ケニアの勃興する都市混合言語, シェン語——仲間語から国民的アイデンティティ・マーカへ」『年報 人類文化研究のための非文字資料の体系化』2: 1–11, 神奈川大学 21 世紀 COE プログラム推進委員会。
2005a 「グローバル化の中のシェン語——ストリート・スワヒリ語とケニアの国民統合」『アジア・アフリカにおける多言語状況と生活文化の動態』pp. 87–111, 東京外国語大学アジア・アフリカ言語文化研究所。
2005b 「Sex? Hapana, tume-chill ——『非文字』の混合言語, シェン語の V サイン」『非文字資料研究』9: 10–13, 神奈川大学 21 世紀 COE プログラム推進委員会。
2008a 「ケニア『2007 年 12 月総選挙後危機』におけるエスノ・ナショナリズム自由化の波及」中林伸浩編『東部および南部アフリカにおける自由化とエスノ・ナショナリズムの波及』pp. 33–77, 神奈川大学人間科学部。

- 2008b 「盗まれた若者革命」とエスノ・ナショナリズム——ケニア「二〇〇七年総選挙後危機」の深層』『神奈川大学評論』25: 83–95。
- 2009 「宣伝広告から「国民文学」へ——ケニアの新混成言語シェン語の力」『歴史と民俗』25: 115–162, 神奈川大学日本常民文化研究所。
- Lieberg, A. A.
1994 Language Colonialism and Development: And the Case of Kiswahili as the Official Language. *Standard on Sunday*. December 30.
- Mazurui, A. and M. Alamin
1998 *The Power of Babel: Language and Governance in the African Experience*. Chicago: University of Chicago Press.
1999 *Political Culture of Language: Swahili Society and the State*. New York: Institute of Global Culture Studies. State University of New York at Bringhamton.
- Mbaabu, I. and K. Nzunga
2003a Sheng: Its Major Characteristics and Impact on Standard Kiswahili and English. *Sheng-English Dictionary* (vide infra).
2003b *Sheng-English Dictionary: Deciphering East Africa's Underworld Language*. Taasisi ya Uchunguzi wa Kiswahili. Chuo Kikuu cha Dar es Salaam.
- Moga, Jacko
1994 Sheng Language. *Radar* 1: 3–17.
1995a Chokora. *Sheng* 1: 4–6, 10–11, 13–14, 17–20.
1995b Chokora. *Sheng* 2: 4–6, 10–12, 14, 21, 23.
1995c Sheng. *Rader* 2: 11–16, 21–23.
- Moga, J. and D. Fee (eds.)
1995 *Sheng Dictionary* (2nd ed.). Nairobi: Ginseng Publishers.
2000 *Sheng Dictionary* (4th ed.). (Magazine ed.). Nairobi: Ginseng Publishers.
2004 *Sheng Dictionary* (5th ed.). Nairobi: Ginseng Publishers.
- Mwansoko, H. J. M.
2003 Swahili in Academic Writing. *Nordic Journal of African Studies* 12 (3): 265–276.
- Mayama, G. M.
1988 'Sheng' Could Develop into a Faster Novel Language. *The Sandard*. January 14.
- Nathan, O.
2003 On Language Rights in Kenya. *Nordic Journal of African Studies* 12 (3): 277–295.
- Ngithi, M. E.
2002 *The Influence of Sheng among the Kenyan Youth on Standard English*. (submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of bachelor of arts). Department of Linguistics and African Languages. University of Nairobi.
- Njogu, K.
2001 Why We Must Elevate the Role of Kiswahili. *East African Standard*. August 10.
- Oduke, C.
1988 Sheng's Very Special Role. *Daily Nation*. February 4. Ogech.
- Richard, H.
1984 Choosing the Right Kind of Kiswahili for Kenya. *Daily Nation*. January 6.

- Rodwell, E.
2001 When Kiswahili Was Still Young. *East African Standard*. March 21.
- Rono, R. K.
2001 We Have No Respect for Kiswahili. *Kenya Times*. March 7.
- Roy-Campbell, Z. M.
1995 Does Medium of Instruction Really Matter?: The Language Question in Africa: Tanzanian Experience. *Utafiti (New Series)* 2 (1-2): 22-39.
- Ruo, K.
1984 Kiswahili Role Is Underscored. *Daily Nation*. September 13.
- Samper, D. A.
2002 *Talking Sheng: The Role of a Hybrid Language in the Construction of Identity and Youth Culture in Nairobi*. Kenya. (Ph. D. dissertation). University of Pennsylvania.
- Shinagawa, D.
2006 Particularities of Sheng in Written Texts. *Journal of Studies for the Integrated Text Science* (Graduate School of Letters. Nagoya University. Japan) 4 (1): 119-137.
- Ssekamwa, J. C. and S. M. E. Lugumba
2001 (1973) *A History of Education in East Africa*. Kampala: Fountain Publishers.
- Sserwanda, G.
1993 V-P Raps Swahili: Kisekkan on Swahili Language. *The New Vision*. March 17.
- 田中雅一
2007 「コンタクト・ゾーンの文化人類学」『コンタクト・ゾーン』1: 31-43, 京都大学人文科学研究所人文学国際センター。
- Tasisi ya Uchunguzi wa Kiswahili
1996 *English—Swahili Dictionary: Kamusi ya Kingereza—Kiswahili*. Dar es Salaam: Chuo Kikuu cha Dar es Salaam.
2001 *Kamusi ya Kiswahili—Kingereza (toleo la kwanza)*. Dar es Salaam: Chuo Kikuu cha Dar es Salaam.
- wa Goro, K.
1994 Writers and the Cultural Conflict. *The People*. February 27–March 5.
- Wandeto, J.
1994 He Vowed Never to Speak Swahili. *Sunday Times*. January 30.
2000 『民族とナショナリズム』加藤節訳, 岩波書店。

