

**UTEUZI WA LUGHA NA MIKAKATI YA KIMAWASILIANO KATIKA
MANDHARI YA LUGHA MJINI ELDORET**

**TASNIFU HIII IMEWASILISHWA KUTIMIZA BAADHI YA MAHITAJI YA
SHAHADA YA UZAMILI KATIKA KISWAHILI KWENYE IDARA YA
KISWAHILI NA LUGHA NYINGINE ZA KIAFRIKA, KITIVO CHA SANAA
NA SAYANSI YA KIJAMII. CHUO KIKUU CHA MOI**

IKIRARI**IKIRARI YA MTAHINIWA**

Tasnifu hii imetokana na utafiti wangu asilia na haijawahi kuwasilishwa katika chuo kikuu chochote kwa ajili ya kutahiniwa.

Serah N. Kuttuny
SASS/PGK /KIS/05/19

Tarehe

IKIRARI YA WASIMAMIZI

Tasnifu hii imewasilishwa ili kutahiniwa kwa ushauri na idhini yetu kama wasimamizi walioteuliwa na Chuo Kikuu cha Moi.

Prof. Dkt. Nathan O. Ogechi
Profesa
Idara ya Kiswahili na
Lugha Nyingine za
Kiafrika
Chuo Kikuu cha Moi

Tarehe

Prof. Robert O. Oduori
Profesa Mshiriki
Idara ya Kiswahili na
Lugha Nyingine za
Kiafrika
Chuo Kikuu cha Moi

Tarehe

TABARUKU

Kwa wazazi wangu wapendwa, marehemu baba yangu Bw. William Kipkutuny Kipsugut Mursoi; endelea kupumzika pema kama alivyokusudia Mwenyezi Mungu na Bi. Miriam Sulu Sugut, kwa kujitolea kwenu na juhudi zenu za dhati. Mlijitolea kwa hali na mali kunilea na kunielimisha pasi kukata tamaa. Fanaka yangu ni kwa ajili yenu.

Eh Mwenyezi Mungu, muumba wa insani wote neema yako yetu nguvu, wasojua hawajui lolote bidii haimbulii patupu, tulifunga na kukaza vibwebwe hatimaye tumefika ukingoni, inshallah tutafuzu

SHUKRANI

Namshukuru Mwenyezi Mungu kwa kuniwezesha kufika hapa; kwa kunipa nguvu, siha njema, ukakamavu na hekima katika safari hii ya masomo. Vile vile, ningependa kukishukuru Chuo Kikuu cha Moi hasa Kitivo cha Sanaa na Sayansi Jamii na Idara ya Kiswahili na Lugha Nyingine za Kiafrika kwa kunipa fursa ya kuzamia katika taaluma hii ya isimu na lugha ya Kiswahili. Shukrani za dhati na za kipekee ziwaendee wasimamizi wangu, Prof. Dr. Nathan Oyori Ogechi na Prof. Robert Oduori, ambao walinishika mkono na kunielekeza vyema katika usomi huu. Walijitolea na kuutenga muda wao mwingi ili kuishughulikia kazi hii. Hakika, bila wao kazi hii haingepiga hatua.

Pia, kwa wahadhiri wote wa Idara ya Kiswahili na Lugha Nyingine za Kiafrika, Chuo Kikuu cha Moi, kama vile Prof. Mosol Kandagor, Prof. Samwel Obuchi, Dkt. Allan Opijah, Dkt. Magdalene Wafula, Dkt. Harriet Ibalala, Dkt. Vincent Magugu, Dkt. Tecla Muge, Mwl. Collins Mumbo, Mwl. John Munyua, na Mwl. Naomi J. Cheron. Asanteni sana kwa ushauri wenu wa mara kwa mara. Mungu aibariki kazi yenu.

Kwa vikundi vyote vivyolijitolea kulijadili mada na kuufanikisha utafiti huu. Taadhima kwa Bi. Rosy wa Rosy's Salon, Wilson wa duka la uchapishaji la Chalache, Bi. Ruth katika duka la vito na vifaa vya umeme (Kapseret Electricals) na Bi. Brenda wa BENWELL kinyozi.

Zaidi ya hayo, shukrani za dhati ziwaendee wazazi na jamaa zangu kwa jumla, juhudi zenu za kunilea, kunisomesha, kunipa motisha na kunipa ushauri katika kila hali ni kumbukumbu isiyoweza kusahaulika. Mumekuwa nguzo kuu kwangu. Mwenyezi Mungu awazidishie neema na baraka tele ili mzidi kuwafaa na kuwakuza wengine.

IKISIRI

Utafiti huu ulichunguza matumizi ya lugha na mikakati ya mawasiliano katika mandhari ya lugha mjini Eldoret. Madhumuni ya utafiti huu yalikuwa kubainisha maudhui mbali mbali na mzagao wao katika mabango, kutathmini kwendana kwa uteuzi wa lugha kwa matarajio ya hadhira lengwa na kuchunguza ufaafu wa vielelezo vya mabango kama mikakati ya kuwasilisha ujumbe kwa hadhira lengwa. Utafiti huu ulijikita katika madai ya nadharia ya lugha-tarajiwa na isiyotarajiwa, baadhi ya madai ya nadharia ya lugha-solo na lugha-bebwa na nadharia ya semiotiki. Data za utafiti huu zilikusanywa katika barabara mbili kuu zilizoteuliwa kimakusudi mjini Eldoret; barabara ya Oginga Odinga na barabara ya Uganda. Makundi manne ya vijana na wazee yalihojiwa na kurekodiwa katikati mwa mji wa Eldoret. Usampulishaji kusudio ulitumika. Matokeo ya utafiti huu yalidhihirisha maudhui mbali mbali na mzagao wao; benki (9.79%), elimu (1.39%), vinywaji (17.48%), bima (1.39%), uganga (0.69%), ajira (0.69%), vyakula (6.99%), Kamari (0.69%), habari na mawalisiano (18.88%), fenicha (0.69%), kilimo (9.09%), uchukuzi (9.09%), michezo (0.69%), bidhaa jumla (14.68%), matibabu (2.79%) na kongamano (2.79%). Pia, tuligundua ruwaza nne za uteuzi wa lugha; Kiingereza (49.65%), ubadilishaji msimbo (32.86%), Kiswahili (14.68%) na Kinandi (2.69%). Hatimaye, utafiti huu ulibainisha kuwa, uteuzi wa ujozi lugha katika mabango hayakuendana na matarajio ya hadhira. Hata hivyo, utafiti huu uling'amua kuwa matumizi ya viziada lugha kama vile picha, rangi na fonti mbali mbali hushadidisha mawasiliano katika matangazo ya mabango. Tasnifu hii inapendekeza kuwa, kwa kuwa mandhari ya lugha mjini Eldoret yameonyesha ubadilishaji msimbo na lugha zisizo thabiti za *Sheng* na *Engsh* huku lugha ya asili ya eneo la mji wa Eldoret, Kinandi, ikitumika kwa uchache sana. Ukweli ni kwamba haiwezekani kujumlisha hali ya mandhari ya lugha nchini Kenya kwa kujikita katika mji mmoja tu. Kwa hivyo, tunapendekeza utafiti zaidi uendeshwe katika miji mingine.

YALIYOMO

IKIRARI.....	ii
IKIRARI YA WASIMAMIZI.....	ii
TABARUKU.....	iii
SHUKRANI.....	iv
IKISIRI.....	v
YALIYOMO.....	vi
JEDWALI.....	ix
BANGO.....	x
MAELEZO YA VIFUPISHO.....	xi
MAELEZO YA VISAWA VYA ISTILAHU KATI YA KISWAHILI NA KIINGEREZA.....	xii
SURA YA KWANZA.....	1
UTANGULIZI WA KIJUMLA.....	1
1.1 Utangulizi.....	1
1.2 Suala la Utafiti.....	7
1.3 Madhumuni ya Utafiti.....	9
1.4 Maswali ya Utafiti.....	9
1.5 Upeo wa Utafiti.....	9
1.6 Chukulizi za Utafiti.....	10
1.7 Mapungufu.....	10
1.8 Umuhimu wa Utafiti.....	10
1.9 Miimo ya Nadharia.....	11
1.10 Mapitio ya Maandishi ya Awali.....	17
1.10.1 Chimbuko na Mahusiko ya Mandhari ya Lugha.....	17
1.11 Mbinu za Utafiti.....	25
1.11.1 Eneo la Utafiti.....	25
1.11.2 Uteuzi wa Sampuli.....	26
1.11.3 Njia za Kukusanya Data.....	26
1.11.4 Vifaa vya Ukusanyaji Data.....	27
1.11.5 Ukusanyaji wa data.....	27
1.11.5.1 Utafiti Mwigo.....	28
1.11.5.2 Uchanganuzi wa Data.....	28
SURA YA PILI.....	29
MJI WA ELDORET KAMA ENEO LA UTAFITI.....	29

2.0 Utangulizi.....	29
2.1 Historia ya mji wa Eldoret.....	29
2.2 Wenyeji wa Uasin Gishu.....	30
2.3 Shughuli za Kiuchumi.....	32
2.4 Hitimisho.....	33
SURA YA TATU.....	34
UWASILISHAJI NA UCHANGANUZI WA DATA.....	34
3.0 Utangulizi.....	34
3.1 Mzagao wa Maudhui na Misimbo.....	34
3.1.1 Uteuzi wa misimbo.....	34
Jedwali 1: Mzagao wa misimbo katika matini za mabango.....	35
Jedwali 2: Mzagao wa ubadilishaji msimbo unaojumuisha <i>Sheng</i> na <i>Engsh</i>	37
3.1.2 Mzagao wa Maudhui.....	38
Jedwali 3: Mzagao wa maudhui.....	38
3.2 Hitimisho.....	41
KWENDANA KWA UTEUZI WA LUGHA PAMOJA NA VIELELEZO	42
.....	
4.0 Utangulizi.....	42
4.1 Kwendana kwa Uteuzi wa Lugha pamoja na Vielelezo mintarafu ya Matarajio ya Hadhira Lengwa.....	42
4.1.1 Biashara ya Uchukuzi.....	42
4.1.2. Mawasiliano.....	45
4.1.3 Vyakula na Vinywaji.....	50
4.1.4 Kilimo.....	52
4.1.5. Benki.....	55
4.1.5.1 Uchanganyaji msimbo wa Kiswahili na Sheng.....	57
4.1.6. Afya.....	60
4.1.7. Vyakula.....	62
4.1.8 Hitimisho.....	64
SURA YA TANO.....	65
5.0 Utangulizi.....	65
MIKAKATI YA VIZIADA LUGHA KATIKA MAWASILIANO.....	66
5.1 Rangi.....	66
5.2 Picha za wanyama, watu na vitu.....	68
5.2.1 Vitu mbali mbali vilionekana katika mabango tuliyokusanya.....	72
5.3 Ubora wa Nyenzo.....	77
5.4 Sarufi.....	79

5.4 Fonti.....	81
5.5 Nambari za simu.....	84
SURA YA SITA.....	87
MATOKEO NA MAPENDEKEZO YA UTAFITI.....	87
6.0 Utangulizi.....	87
6.1 Matokeo ya Utafiti.....	87
6.1.1 Matokeo Kulingana na Lengo La Kwanza.....	87
6.1.1 Matokeo Kulingana na Lengo la Pili.....	88
6.1.2 Matokeo Kulingana na Lengo la Tatu.....	90
6.2 Mchango wa Utafiti.....	91
6.3 Changamoto za Utafiti.....	92
6.4 Mapendekezo.....	93
MAREJELEO.....	95
KIAMBATISHO.....	102
MASWALI YA MIJADALA NYANJANI.....	102
MAJADILIANO YA VIKUNDI.....	103
Kikundi cha Tano.....	110

JEDWALI

Jedwali 1: Mzagao wa misimbo katika matini za mabango.....	35
Jedwali 2: Mzagao wa ubadilishaji msimbo unaojumuisha <i>Sheng</i> na <i>Engsh</i>	37
Jedwali 3: Mzagao wa maudhui.....	38

BANGO

Bango 4.1 Tangazo la uchukuzi.....	43
Bango 4.2 Tanagzo la habari na mawasiliano.....	46
Bango 4.3 Tangazo la Kileo.....	51
Bango 4.4 Tangazo la Kilimo.....	53
Bango 4.5 Tangazo la benki.....	56
Bango 4.6. Tangazo la Mkopo.....	57
Bango 4.7. Tangazo la Mkopo.....	59
Bango 4.8. Tangazo la Afya.....	61
Bango 4.9. Tangazo la Biashara ya Hoteli.....	63
Bango 5.1. Tangazo la Uchimbaji Maji.....	66
Bango 5. 2. Tangazo la Uchukuzi.....	69
Bango 5. 3. Tangazo la Uhamasishaji wa Usajili.....	70
Bango 5.4. Bango la Mipira ya Kondomu.....	72
Bango 5.5. Tangazo la Mafuta ya Kupikia.....	74
Bango 5.6. Tangazo la Dawa ya Mimea.....	76
Bango 5.7.Tangazo la Huduma ya Ukuzaji wa Mbwa.....	78
Bango 5.8. Tangazo la Kileo.....	79
Bango 5.9. Tangazo la Huduma za Benki.....	80
Bango 5.10. Tangazo la Uchukuzi.....	82
Bango 5.11. Bango la Uganga.....	84
Bango 5.12. Tangazo la Bima.....	84
Bango 5.13.Tangazo la Habari na Mawasiliano.....	85

MAELEZO YA VIFUPISHO

RoK	Republic of Kenya
TEHAMA	Teknolojia ya Habari na Mawasiliano
UKIMWI	Ukosefu wa Kinga Mwilini
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
UVIKO-19	Ugongwa wa Virusi vya Korona vya mwaka 2019

MAELEZO YA VISAWE VYA ISTILAHI KATI YA KISWAHILI NA**KIINGEREZA**

Mandhari ya lugha	linguistic landscape
Mwimo	framework
Uteuzi kimfululizo	sequential choice
Uteuzi unaotarajiwa	unmarked choice
Uteuzi usiotarajiwa	marked choice
Uteuzi wa kutalii	exploratory choice
Semiotiki	Semiotics
Usampulishaji kusudio	Purposive sampling

SURA YA KWANZA

UTANGULIZI WA KIJUMLA

Sura hii imetoa habari zinazosaidia kuueleza utafiti ambao, kadiri ya ufahamu wetu, haujashughulikiwa sana sio tu katika taaluma za Kiswahili bali pia katika Afrika kwa jumla walivyodai Puetz & Mundt (2019:9) kwamba “kuna uwakilishi mdogo sana wa utafiti kuhusu mandhari ya lugha ya miji barani Afrika. Hii ni licha ya kwamba kuna taswira nyingi katika eneo la Afrika kusini mwa Sahara - jambo ambalo linazaa mandhari anuai ya matumizi ya lugha mijini”. Kutokana na ukweli wa dai hili, katika sura hii, tumeamua kutoa utangulizi na maelezo ya kuifafanua taaluma ya mandhari ya lugha ya mji kabla ya kutoa habari za kiusuli za utafiti wa kisayansi zinazolenga utafiti wenyewe pamoja na muktadha ambapo uliendeshwa.

1.1 Utangulizi

Utafiti huu ulichunguza mikakati inayotumika kuteua lugha ya kuwasilisha jumbe mbali mbali zinazojitokeza katika mandhari ya lugha katika mji wa Eldoret. Mandhari ya lugha ni taaluma changa katika isimu matumizi (ambayo kufikia wakati wa kuuendesha utafiti huu) ilikuwa imechipuka miongo miwili iliyopita (Lusekelo & Alphonse, 2018; Gorter 2006). Kichokoo cha kuibuka kwa taaluma hii ni chapisho la Landry & Bouhris (1997) na tafiti za baadaye za Ben-Rafael (2006), Gorter (2006) na Backhaus (2007). Katika taaluma ya mandhari ya lugha ya mji, watafiti huchunguza matumizi ya lugha yanayojitokeza katika nafasi za mjini kupitia matangazo ya kibiashara, mabango, na alama nyinginezo. Yaani, pindi tu mtu anapoingia kwenye mji husika, anashuhudia matumizi ya lugha kwenye majina ya barabara, majengo, mabango, vyombo vya usafiri (kama vile, magari, treni, baiskeli, mkokoteni, piki piki, na kadhalika). Uteuzi na matumizi ya lugha huweza kuandamana na vielelezo vya picha na michoro ya rangi mbalimbali ili "kutangaza" mandhari ya mji au eneo. Lugha

hiyo pamoja na vielelezo hutafitiwa katika taaluma ya mandhari ya lugha ya mji au eneo. Kwa hivyo, katika taaluma hii watafiti hawakusanyi data ya maneno ya lugha pekee, bali pia wanakusanya picha na vielelezo vinginevyo vinavyoandamana na matumizi ya lugha ili kuzifanyia uchanganuzi.

Licha ya maelezo hayo, taaluma ya mandhari ya lugha imefafanuliwa kwa namna mbali mbali. Mathalan, Gorter (2006) amedai kwamba tunaweza kubainisha vijejezi viwili: kijejezi kifupi na kijejezi kinachoorodhesha mahusiko ya taaluma ya mandhari ya mji. Kuhusiana na kijejezi kifupi, taaluma ya mandhari ya lugha ya mji “inaashiria mwonekano (visibility) na uwazi wa matumizi ya lugha katika ishara kwenye eneo fulani la matumizi wazi ya lugha katika ishara ya umma na kibiashara katika eneo fulani” (Landry & Bourhis, 1997:23, katika Gorter (2006). Nacho kijejezi kinachoorodhesha mahusiko ya taaluma, kinaeleza kwamba taaluma ya mandhari ya lugha ya mji inashughulika na “lugha ya ishara ya barabara za umma, mabango ya matangazo ya biashara, majina ya barabara, majina ya mitaa, ishara katika maduka pamoja na ishara za umma katika majengo ya serikali” (Landry & Bourhis 1995:25, katika Gorter (2006). Kijejezi hiki kinachoorodhesha mawanda ya taaluma ya mandhari ya lugha ya mji ndicho hutumika sana ingawa wasomi wengine wametoa fafanuzi zaidi. Kwa mfano, Shohamy (2006:110) anaijeleza taaluma ya mandhari ya lugha kama “lugha ambayo hutumiwa katika “nafasi” za umma; inaashiria vipengele halisi vya lugha vinavyojitokeza katika mitaa, soko, shule, ofisi, hospitali na nafasi zozote za umma na hata nafasi za kibinafsi kama vile nyumbani, kama vile majina ya mitaa, ishara za umma, majina ya maduka, matangazo ya kibiashara, nyaraka, magazeti, mabango, vielelezo vinavyotamkwa na visivyotamkwa kama vile picha. Kwa uzi uo huo, Murbll (2015, katika Legere 2022:6) amepanua mawanda zaidi ya taaluma ya mandhari ya lugha ya mji akisema: Popote ulipo duniani leo hii, lugha

inaonekana popote unapotazama. Inatumika kwenye ishara za maduka, bidhaa zinazouzwa madukani, majina ya majengo, menyu, graffiti, viwanja vya ndege, usafiri wa umma, vituo vya kibiashara, notisi, mabango ya matangazo na bidhaa za hodhi.

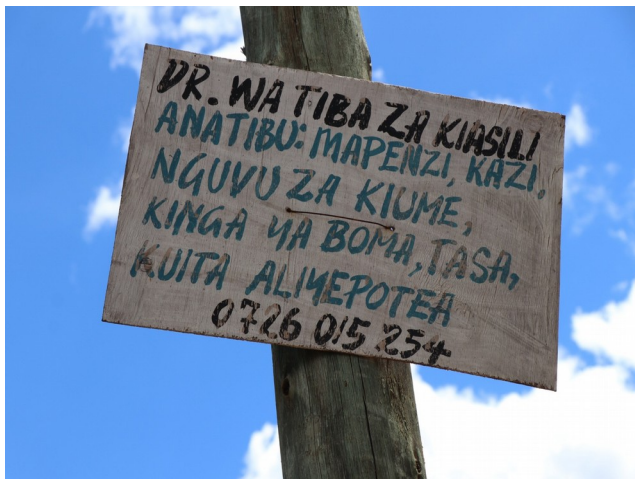
Katika kufafanua zaidi, Murbll (2015) imesisitiza kwamba mandhari ya lugha ya mji ni ya kategoria mbili: kategoria ya juu-chini (yaani ishara za umma zilizobuniwa na dola pamoja na vyombo vya serikali za mitaa) na matumizi ya lugha ya chini-juu (yaani ubunifu wa wenye maduka, biashara za kibinafsi, n.k.). Kufuatia upambanuzi huu, MURBLL imepanua mielekeo miwili ya kisafu iliyobainishwa na Ben-Rafael na wenzake (2006) katika tafiti za mandhari ya lugha ya mji ifuatavyo:

Kategoria	Aina ya kipengele
Juu-chini na elimu,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Taasisi za umma: dini, serikali, manispaa – utamaduni tiba 2. Alama za umma za kijumla 3. Matangazo kwa/ya umma 4. Alama za majina ya mitaa
Chini-juu wakala	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alama za maduka, k.v., nguo, vyakula, vipodozi 2. Alama za biashara za kibinafsi: ofisi, viwanda, 3. Matangazo ya kibinafsi: mauzo au ukodishaji wa majengo au magari <p style="text-align: right;">(Murbll,2015 katika Legere,2022: 7)</p>

Kutokana na vijezezi na fafanuzi tulizorejelea kufikia sasa, katika utafiti huu, tulichukulia taaaluma ya mandhari ya lugha ya mji (eneo) kama jumla ya matumizi hadharani ya lugha katika mabango ya kibiashara, majina ya majengo, vyombo vya usafiri katika maeneo ya mijini pamoja na vielelezo vinavyoandamana na lugha hiyo zikiwemo picha na michoro kwa rangi na fonti mbalimbali. Kwetu, mandhari ya lugha mjini ni taswira ya matumizi ya lugha na vielelezo vwake ambavyo hushuhudiwa katika maeneo ya miji mikubwa na midogo.

Picha zifuatazo ni mifano ya mandhari ya lugha ya mji;

- (1) Maandishi ya matangazo ya mganga wa kiasili yaliyoangikwa katika mlingoti unaobeba nyaya za umeme mjini



- (2) Bango linalotangaza kituo cha kibinafsi kinachotoa huduma za afya



- (3) Bango linalotangaza mazao mbali mbali ya ufugaji wa ng'ombe



(4) Bango linalotangaza shirika linalotoa huduma za mawasiliano ya TEHAMA



(5) Bango linalotangaza usajili wa wananchi kwa ajili ya utambulisho



Miji mingi nchini Kenya inadhahirisha mandhari ya lugha kwa namna mbalimbali kama mifano sita hapo juu inavyoonyesha. Mifano kama hii ndiyo hutafitiwa katika taaluma ya mandhari ya lugha ya mji. Gorter (2006) ametoa ufafanuzi wa mbinu na njia za kuendesha utafiti katika taaluma ya mandhari ya lugha ya mji katika makala yake ya *Methods and techniques for linguistic landscape research: About definitions, core issues and technological innovations*. Amedai kwamba, kwa kuwa hii ni taaluma changa na inadhahirisha isimu matumizi, inachuma nafuu ya mseto wa mbinu, njia na vifaa vya utafiti kutoka taaluma nyingine kama vile fotografia, isimu nadharia, isimu jamii, historia na semiotiki (tazama sehemu 4.0). Data ya taaluma hii ni maneno na vielelezo katika mabango na matangazo yaliyoangikwa milingotini au kutani. Kwa hivyo, watafiti hupiga picha mabango na picha zenye maneno. Ni muhimu ieleweke kwamba licha ya uchanga wa taaluma hii, mandhari ya lugha ya mji yametafitiwa katika miongo miwili iliyopita katika maeneo na mabara ya Ulaya, Asia na Afrika (Lusekelo & Alphonse, 2018). Kadiri tunavyofahamu, kunazo tafiti chache zilizoshughulikia vipengele vya mandhari ya lugha nchini Kenya. Kwa mfano, kuna tafiti zilizochunguza lugha ya vijana katika matangazo ya mabango (Muaka 2014; 2018) ilhali utafiti mwingine uliangazia ubadilishaji msimbo katika matangazo ya benki (Muyuku 2017). Licha ya hayo, maswali kadhaa huibuka kuhusiana na tafiti za

mandhari ya lugha ya mji nchini Kenya: Je, kuna tafiti zozote zilizoendeshwa kwa kuzingatia mwelekeo wa taaluma ya mandhari ya lugha ya mji nchini Kenya? Iwapo zipo, je tafiti hizo zilijihusisha na mabango? Kama ndio, je tafiti hizo zilishughulikia lugha ya mabango pamoja na vielelezo vyao? Isitoshe, ni vipi mabango hayo yamefanya uteuzi wa lugha ili kuwasilisha jumbe zao? Ni vipi uteuzi wa lugha mbalimbali na vielelezo husukwa ili kufanikisha shabaha ya bango husika? Ni vipi uteuzi wa lugha hizo unaakisi uzingatiaji au kutozingatia sera ya lugha kikatiba nchini Kenya (RoK 2010)? Je, tunaweza kubainisha ruwaza za maudhui katika mabango hayo? Nini maoni ya walengwa wa mabango hayo?

1.2 Suala la Utafiti

Kutokana na maswali balagha katika sehemu iliyotangulia, tulichunguza jinsi lugha ilivyoteuliwa pamoja na mikakati ya mawasiliano katika mabango yanayojenga mandhari ya lugha katika mji wa Eldoret, kaunti ya Uasin Gishu. Mji wa Eldoret, ambao ni mji wa tano kwa ukubwa nchini Kenya, una mandhari yake kilugha. Wakoloni walipojenga reli ya kwanza nchini Kenya-Uganda kati ya 1896 na 1901, mji wa Eldoret ulikuwa ni stesheni ya 64 ya reli kutoka bandari ya Mombasa. Hii ndio maana unajulikana kiutani kama *Sisiboo* (SixtyFour). Mji wa Eldoret ni makao makuu ya Jimbo la Uasin Gishu ambalo lilikuwa makao ya makaburu wakati wa ukoloni kati ya 1905 na 1964. Baada ya ukoloni wa Muingereza kung'olewa, watu wa makabila na rangi mbalimbali wameselelea hapa kama vile WaKalenjin, WaKikuyu, WaLuhya, WaLuo, WaKisii, Wazungu na wafanya biashara wa asili ya KiHindi. Hata hivyo, idadi kubwa ya wakaaji wa Uasin Gishu ni WaKalenjin. Aghalabu, nyakati za mchana, watu wengi wanaopatikana mjini Eldoret ni wa asili ya KiKalenjin ikilinganishwa na nyakati za usiku. Hii ni kwa sababu wasemaji wengi wa Kikalenjin ni wakulima wanaokuza mimea na wafugaji wa ng'ombe, mbuzi na kondoo ambao

hupendelea kukaa mashambani na huja mjini kwa shughuli mbali mbali mchana na kurudi mashambani jioni. Wengi wa wasemaji wa lugha nyingine ndio hubaki mjini baada ya jua kutua.

Kuna viingilio viwili kuu za kuingia Eldoret: kwanza, kuna barabara kuu kutoka Kisumu kupitia katikati mwa mji na kuelekea Iten ambayo huitwa Barabara ya Oginga Odinga; na pili, mtu anaweza kuingia mjini Eldoret kutoka Nakuru na kupita katikati mwa mji akielekea Uganda na barabara hii huitwa Uganda Road. Pia kunazo barabara nyingine ndogo ndogo za kuingia mjini na kote kote utashuhudia mandhari ya lugha ya mji.

Utafiti wetu uliendeshwa katika mwelekeo wa taaluma ya mandhari ya lugha ya mji ambapo tulijihusisha sio tu na lugha na mikakati ya mawasiliano bali pia kuchanganua vielelezo katika picha za mabango ambazo ndizo data katika taaluma hii. Hususan, tulilenga mabango yaliyoangikwa kwenye milingoti ya matangazo pembezoni mwa barabara na majengo katika barabara mbili zinazopitia mji wa Eldoret kwa urefu wa kilomita tisa kuanzia katikati mwa mji. Uchanganuzi wa data za picha za mabango uliendeshwa mintarafu ya kanuni za utafiti katika taaluma ya mandhari za lugha mjini. Yaani, tulichuma nafuu ya miimo ya nadharia za isimu jamii ikiambatana na maelezo kuhusu matini katika picha, uteuzi wa rangi, mahali na maeneo ambapo mabango yaliangikwa (Gorter, 2013).

1.3 Madhumuni ya Utafiti

Lengo la utafiti huu lilikuwa ni kuchanganua na kusasambua uteuzi wa lugha na mawasiliano katika mabango ya barabara teule za mji wa Eldoret. Ili kufikia lengo hili tuliniua:

1. kubainisha maudhui mbali mbali na mzagao wake katika mabango.
2. kutathmini kwendana kwa uteuzi wa lugha kwa matarajio ya hadhira lengwa.
3. kuchunguza ufaafu wa vielelezo vya mabango kama mikakati ya kuwasilisha ujumbe kwa hadhira lengwa.

1.4 Maswali ya Utafiti

Utafiti ulijikita katika kujibu maswali ya utafiti yafuatayo:

1. Je, ni maudhui gani yanajitokeza katika mabango ya mji wa Eldoret?
2. Ni vipi uteuzi wa lugha unaofanywa katika mabango unaendana na vielelezo ili kutimiza matarajio ya hadhira mbali mbali?
3. Nini ufaafu wa mikakati ya vielelezo katika kufanikisha maandishi ya mabango kwa hadhira lengwa?

1.5 Upeo wa Utafiti

Utafiti huu ulijikita katika kipengele kimoja kati ya vipengele vingi vinavyoshughulikiwa katika taaluma ya mandhari ya lugha. Yaani, utafiti ulijihusisha na mabango yaliyoangikwa kwenye miti na kwenye milingoti katika barabara kuu za Uganda (Uganda Road) na Kisumu-Iten (Oginga Odinga Road). Mabango yaliyoshughulikiwa yalitumia lugha thabiti za Kiswahili, Kiingereza na KiNandi pamoja na lugha zisizothabiti za *Sheng* na *Engsh*. Mabango haya ni yale yaliyokuwa yameaangikwa katika kipindi cha mwezi mmoja, yaani mnamo Julai, 2021. Utafiti huu haukujihusisha na majina ya majengo, barabara, vyombo vya usafiri pamoja na mabango ya kieletroniki ambayo huzunguka kwenye skrini za televisheni au mabango kwenye mtandao.

1.6 Chukulizi za Utafiti

Utafiti huu ulichukulia kwamba kungekuwa na mabango ambayo yana lugha thabiti na zisizokuwa thabiti. Pia utafiti huu ulichukulia kwamba kiasi cha mabango cha kutosheleza mahitaji ya utafiti wetu kingepatikana. Isitoshe, ilichukuliwa kwamba wasaidizi wa utafiti wangejifunza kwa haraka stadi ya kupiga picha mwafaka za kukamilisha mahitaji ya utafiti.

1.7 Mapungufu

Tuliweza kupata mabango ambayo yamejikunja na hivyo ikawa vigumu kupata picha nzuri. Upungufu huu ulishughulikiwa kwa kutafuta bango jingine kama hilo hilo katika sehemu nyingine ya barabara lakini ambapo bango halikupatikana, tulitafuta usaidizi wa vijana wa mjini Eldoret ambao hupewa vibarua vya kuangika mabango na walitusaidia kuyanyoosha mabango ndiposa tukapata picha nzuri ambayo ilitumika kutoa data za utafiti

1.8 Umuhimu wa Utafiti

Kadri ya ufahamu wetu, huu ulikuwa ni uchunguzi wa awali kabisa kuhusu mabango kwa kutumia misingi ya taaluma ya mandhari ya lugha ya mji nchini Kenya. Pia, kadri ya uelewa wetu, tafiti za awali katika nafasi za umma mijini zinazorejelea lugha zimejikita katika isimujamii pekee bila kujihusisha na vielelezo (k.v., Kariuki, Kanana & Kebeya 2015; Sarah-Odjireh, 2016; Muaka 2018; Muriungi & Mudogo, 2021). Isitoshe, utafiti huu umeibua data za kipekee katika taaluma hii kwani tuna data za umoja lugha, ujozi-lugha, ubadilishaji msimbo, na utatu-lugha zikiwemo KiKalenjin, Kiswahili, Kiingereza na *Sheng* na *Engsh*. Kwa hivyo, upekee wa data zetu umesheheni sio tu lugha thabiti bali pia lugha zisizo thabiti za *Sheng* na *Engsh*.

Kinadharia, utafiti huu una mchango wa aina yake kwani uliongozwa na nadharia za lugha-tarajiwa na lugha-isiyotarajiwa na nadharia ya lugha solo na lugha bebwa (Myers-Scotton, 1993; 1997). Nadharia hizi ziliasisiwa ili kushughulikia masuala ya mtagusano wa lugha kimaongezi na katika muktadha wa isimujamii pekee. Hata hivyo, katika utafiti huu tulizitumia nadharia hizi katika utafiti wa mwelekeo wa mandhari ya lugha katika mji mmoja; mji wa Eldoret.

Kimuktadha na kieneo la utafiti, upekee wa utafiti huu unajitokeza kwa sababu unajihusisha na mji wa tano kwa ukubwa nchini Kenya ilhali tafiti nyingine tunazozijua barani Afrika zimejihusisha na miji mikuu, kwa mfano: Nairobi na Daresalaam (k.v., Bwenge, 2009; Sarah-Odjireh, 2016) au miji inayochukuliwa kuwa mikubwa nchini Tanzania - Arusha, Iringa na Mbeya (Lusekelo & Alphonse, 2018).

1.9 Miimo ya Nadharia

Anavyodai Gorter (2006), tafiti za taaluma ya mandhari ya lugha hutegemea miimo ya nadharia kutoka kwa taaluma nyingine kama vile isimujamii na isimumatumizi. Kwa kufuatana na madai hayo, utafiti huu ulijikita katika madai ya nadharia ya lugha-tarajiwa na isiyotarajiwa (Myers-Scotton 1993a); baadhi ya mihimili ya nadharia ya lugha solo na lugha bebwa (Myers-Scotton 1993b); na nadharia ya semiotiki. Nadharia hizi ziliasisiwa ili kuelezea uteuzi wa lugha unaofanywa na wanaujozi-lugha baada ya utafiti wa miaka mingi alioufanya Myers-Scotton katika mataifa mengi ya Afrika. Tafiti hizo ziliza vitabu viwili ambavyo vinaelezea nadharia zake. Kitabu cha *Social Motivations for Codeswitching: Evidence from Africa* (Myers-Scotton 1993a) kinatoa maelezo ya nadharia ya lugha-tarajiwa na lugha-isiyotarajiwa ilhali *Duelling Languages: Grammatical Structure in Codeswitching* (Myers-Scotton, 1993b) kinaelezea madai ya nadharia ya lugha solo na lugha-bebwa.

Mhimili mkuu wa utafiti huu ni nadharia ya lugha-tarajiwa na lugha-isiyotarajiwa (Myers-Scotton, 1993a). Hii ni nadharia yenye misingi ya uteuzi ya kijamii saikolojia wanaoufanya wanaujozi-lugha. Yaani, wanaujozi-lugha wanafahamu dhima na matumizi ya aina mbalimbali za lugha katika jamii yao. Kutokana na ufahamu huo wa kazi za lugha mbalimbali katika jamii yao, kila wakati wanajamii wanapotagusana wanateua ama lugha moja au lugha kadhaa kutokana na lugha hizo ili kukidhi mahitaji yao mbalimbali ya kimawasiliano. Mahitaji hayo yanahusiana na maudhui mbalimbali na wasikilizaji au wasomaji mbalimbali wanaolengwa katika maingiliano yao kilugha. Mahitaji hayo yanaweza kuwa ni kujenga ukuruba na kuendelea na mazungumzo au kukatiza ukuruba na mtagusano na hivyo kusitisha mazungumzo zaidi.

Katika muktadha wa utafiti huu, bango liliandikwa ama kwa lugha moja au lugha kadhaa kwa kutegemea ujumbe (maudhui) wake na watu wanaolengwa na ujumbe wa bango hilo. Mintaarifu ya Myers-Scotton (1993a), uteuzi wa lugha huweza kutabiriwa kwa njia nne:

- (i) *Uteuzi usiotarajiwa* (marked choice): katika uteuzi usiotarajiwa huwa kuna miktadha ya ujumbe na walengwa ambayo huhitaji uteuzi mwafaka ufanywe kati ya Lugha A na Lugha B. Kuhusiana na ujumbe na walengwa, labda Lugha A ndiyo ingekuwa mwafaka (lugha iliyotarajiwa) lakini msemaji au mwandishi anaamua kuteua Lugha B. Hapa atakuwa ameteua lugha ambayo haitarajiwi katika muktadha wa ujumbe na walengwa. Kwa hivyo, hapa tunashuhudia uteuzi usiotarajiwa. Ijapokuwa ujumbe utapitishwa, huenda uteuzi ule ukavuruga ukuruba na hata kuzuia maongezi au mawasiliano zaidi kwa sababu walengwa hawatakuwa “wamebembelezwa” na kumshabikia msemaji. Katika muktadha wa

mandhari ya lugha ya mji, uteuzi usiotarajiwa huenda ukashindwa kuibembeleza hadhira kuuchangamkia ujumbe na hata kuishabikia bidhaa inayotangazwa.

(ii) *Uteuzi unaotarajiwa* (unmarked choice): Katika muktadha wa ujumbe na wahusika ambapo kuna lugha kadhaa ambazo zinaweza kutumika, kuna lugha ambayo(z) ni mwafaka kuteuliwa. Iwapo msemaji atafanya uteuzi wa lugha hiyo(hizo), basi huo ni uteuzi unaotarajiwa. Katika miktadha ya ujumbe na wahusika fulani, mseto wa lugha kadhaa au ubadilishaji msimbo huenda ukawa ndio uteuzi unaotarajiwa. Mintarafu ya nadharia ya Myers-Scotton (1993a), watumiaji wa lugha wana ujuzi kuhusu uteuzi wa lugha mwafaka: ama uteuzi wa lugha moja au lugha kadhaa.

(iii) *Uteuzi kimfululizo* (sequential choice): Katika mazingira ya wingi lugha, wasemaji wanaelezwa uteuzi wa lugha zinazofaa kutumiwa, lini, kwa nani na kuhusu nini. Wanaelewa wakati ambapo wanaweza kubadilisha kutoka lugha moja hadi nyingine katika duru mbalimbali za mazungumzo yale yale. Wanapofanya uteuzi wa aina ya “kuhama” kutoka lugha moja hadi nyingine, wanakuwa katika uteuzi wa kimfululizo kwa mujibu wa Myers-Scotton (1993a). Hapa mtumiaji wa lugha anateua lugha moja ikifuatwa na lugha nyingine kana kwamba kuna ruwaza fulani inayoongoza uteuzi wake.

(iv) *Uteuzi wa kutalii* (exploratory choice): Mintarafu ya Myers-Scotton (1993a), mtagusano wa wasemaji, hasa wale ambao ndio wanakutana kwa mara ya kwanza, huhitaji ufaraguzi ili kuufanikisha. Huenda ikawa wahusika wote wanaelewa lugha kadhaa lakini huenda hawaelewi ni lugha gani (lugha moja kati ya lugha kadhaa wanazozielewa) au kadhaa (ambazo zinatumiwa moja baada ya nyingine) ni mwafaka

ili kufanikisha mawasiliano yao. Kinachotokea katika hali hii mtumiaji wa lugha hufanya majaribio kadhaa ya kuteua lugha mbalimbali katika juhudi zake za kufanikisha mawasiliano. Mtumiaji lugha hana hakika ni lugha gani ni mwafaka kuteua na labda kuna walengwa kadhaa na angependa kuwasiliano nao wote lakini lugha moja si mwafaka. Kwa hivyo, anatalii kati ya lugha kadhaa akitafuta lugha inayofaa.

Madai ya nadharia ya lugha-inayotarajiwa na lugha-isiyotarajiwa yaliufaa utafiti huu katika kuchanganua aina za uteuzi wa lugha na jinsi teuzi hizo zinavyoendana na maudhui pamoja na walengwa wa mawasiliano husika. Hata hivyo, nadharia ya lugha-tarajiwa na lugha-isiyotarajiwa haielezi iwapo uteuzi wa lugha mbalimbali utakuwa umefanywa ndani ya tungo moja au kati ya tungo na tungo. Ili kufidia upungufu huu tulichuma nafuu ya baadhi ya madai ya nadharia ya lugha solo na lugha bebwa (Myers-Scotton 1993b).

Misingi ya nadharia ya lugha solo na lugha bebwa ni usarufi wa ujozi-lugha. Dai kuu ni kwamba kuna usarufi wakati ambapo lugha zinatagusana na ubadilishaji msimbo kutokea. Isitoshe, kila wakati lugha zinapotagusana, sarufi ya lugha moja ndiyo hutawala uundaji wa tungo. Tungo inaweza kujitokeza kwa sura (mofimu) ya lugha moja lakini sarufi ya tungo huenda ikawa ni sarufi ya lugha nyingine:

1. They came home one one.
wao kuja-wktPITA nyumbani moja moja "Walikuja nyumbani mmoja baada ya mwingine".

2. Us we care for our parents.
sisi sisi -jali kwa wetu wazazi "Sisi tunawajali wazazi wetu".

Ijapokuwa tungo (1) na (2) zina mofimu wazi za Kiingereza, sarufi inayotawala utungaji wazo ni ile ya Kiswahili. Mathalan, katika tungo (1), uradidi wa neno “moja” katika sarufi ya Kiswahili huashiria jinsi mfuatano wa kiima (they) katika tukio la kuja nyumbani. Katika tungo (2), kuna urudufu kimofolojia ambapo maneno ya Kiingereza “us” na “we” yenye maana ya “sisi” katika Kiswahili yanaonekana kama kosa la kisarufi katika Kiingereza. Ukweli ni kwamba katika sarufi ya Kiswahili hakuna ukubaliano kisarufi iwapo viambishi vya ngeli ya kiima pamoja na nambari havitapachikwa katika kitenzi. Katika muktadha wa tungo (2) kiima ni “sisi” ambacho ni ngeli 1 ilhali idadi yake ni wingi na kiambishi cha wingi ni tu- katika kitenzi tu-na-wa-jali. Iwapo tungo hizo zingefuata sarufi ya Kiingereza, basi zingejitokeza hivi:

1¹ They came home one after another.

2¹ We care for our parents.

Kwa hivyo, kijuu juu tungo zile zina maneno ya Kiingereza lakini maneno hayo yamebebwa na sarufi ya Kiswahili. Ndiposa katika nadharia ya lugha solo na lugha bebwa (Myers-Scotton, 1993b), Kiswahili ni lugha solo (lugha ambayo sarufi yake inatawala) ilhali Kiingereza ni lugha bebwa (sarufi ya Kiingereza haitawali tungo).

Nadharia ya lugha solo na lugha bebwa pia inadai kwamba iwapo lugha kadhaa zinatumiwa katika tungo fulani, utokeaji wa mofimu za lugha husika huweza kuwa wa aina mbalimbali: ndani ya neno moja, baina ya sentensi moja na nyingine na ndani ya sentensi moja kama inavyodhihirishwa

Ndani ya neno moja: Neno moja bila kujali kategoria yake kisarufi linaweza kubeba mofimu za lugha tofauti.

5. **Ma-room** mengi yako wazi.

NGL5-chumba mengi yako wazi. "Vyumba vingi havina watu".

Baina ya sentensi moja na nyingine. Kuna uwezekano wa kupata tungo yenye vishazi zaidi ya kimoja ambapo kila kishazi kinajitokeza kwa lugha tofauti:

4. [Wanafunzi walizua vurugu]¹**and** [**also destroyed property**]²

Tungo hii ina kishazi cha kwanza, [Wanafunzi walizua vurugu] kwa Kiswahili ilhali kishazi cha pili kinachotokea baada ya kiunganishi *and (na)* kimejitokeza kwa Kiingereza [also destroyed property – pia wakaharibu mali].

Ndani ya sentensi moja: Katika lugha za Kibantu ambazo ni lugha ambishi bainishi, maneno kadhaa ambayo yanaunda sentensi katika lugha zisizo ambishi bainishi huweza kujitokeza kama neno

moja kupitia mofimu katika neno hilo moja. Kwa hivyo, kunapotokea ubadilishaji msimbo kati ya tipolojia hizo mbili tofauti na lugha ambishi-bainishi ikawa ndiyo lugha solo, sentensi ya neno moja inaweza kuwa na mofimu za lugha mbili tofauti:

5. **Tu-me-separate.**

sisi-HL TMLF-tengana "Tumetengana".

Uchanganuzi tulioufanya katika utafiti huu ulichuma nafuu madai haya ya nadharia ya lugha solo na lugha bebwa ili kushadidia madai ya nadharia lugha-tarajiwa na lugha-isiyotarajiwa.

1.10 Mapitio ya Maandishi ya Awali

Sehemu ya mapitio ya maandishi ya awali iligawanyika katika sehemu tatu kuu: chimbuko na historia ya taaluma ya mandhari ya lugha ya mji; vijelezi vya taaluma ya

mandhari ya lugha; tafiti za mandhari ya lugha mjini na mandhari ya lugha mashambani.

1.10.1 Chimbuko na Mahusiko ya Mandhari ya Lugha

Kama tulivyoieleza katika sehemu ya utangulizi, taaluma ya mandhari ya lugha ni changa na ilianza na chapisho la Landry na Bourhis (1997) na baadaye kufuatwa na kazi za waandishi mbali mbali duniani. Tafiti hizo ni pamoja na: zile za Afrika Kusini (Abongdia & Foncha 2014; Du Plessis 2012), Urusi (Grishaeva 2015), Japan (Wang 2015), Ghana (Taluah & Musah 2015), Marekani (Leeman & Modan 2009), Tanzania (Lusekelo & Alphonse 2018; Legere 2022), na Kenya (Muaka 2018, Muriungi & Mudogo 2021). Mengi ya maandishi haya yanatoa historia inayoonyesha jinsi taaluma ya mandhari ya lugha ya miji imekua mbali na kuonyesha ugiligili wa taaluma yenyewe kutokana na uchanga wa taaluma. Kwa mfano, Lusekelo na Alphonse (2018) wanaanza kwa kujeleza taaluma hii kwa kubainisha kwamba utafiti wa kwanza kuhusu mandhari ya lugha ya miji ulifanywa mjini Quebec nchini Canada mnamo 1997. Lakini tafiti nyingi zikajitokeza miaka mitatu baadaye katika mabara ya Ulaya, Asia na Afrika. Kabla ya tafiti hizi nyingi, Lusekelo & Alphonse (2018) wanadai kwamba taaluma yenyewe ilighubikwa na ukungu. Lakini baadaye dhana na umuhimu wa taaluma ya mandhari ya lugha vikafafanuliwa na mipaka ya taaluma kuwekwa. Licha ya hayo, Leeman & Modan (2009) waliwahi kudai kwamba kutofahamika wazi wazi kwa taaluma hii kulitokana na chukulizi kwamba maandishi na lugha katika majengo viliashiria kipengele cha upangaji wa lugha na sera ya lugha katika isimu jamii bila kuzingatia vielelezo vingine vya lugha hiyo katika miji.

Kihistoria kuna vijejezi kadhaa ambavyo vimetumika kama msingi wa kuifafanua taaluma ya mandhari ya lugha katika jamii. Landry & Bourhis (1997) walijeleza

mandhari ya lugha mijini kama “lugha katika vibao vya barabara za umma, matangazo ya kibiashara, mabango, majina ya mitaa mjini, majina ya barabara, majina ya maduka na vibao katika majengo ya serikali. Vyote huchangia kuonyesha mandhari ya lugha katika eneo fulani ama mji fulani.” Hiki ni kijelezi kilichoasisi taaluma ya mandhari ya lugha ya miji. Hata hivyo, kila kulivyokucha na tafiti zaidi kuendeshwa vijelezi zaidi vinavyohusiana na kijelezi hiki vimetolewa. Kwa mfano, utafiti wa Shohamy (2006) unaeleza mandhari ya lugha ya mji “kwa misingi ya lugha inayooneshwa katika nafasi za umma ikiashiria vipengele halisi vya lugha inavyojitokeza katika barabara, maduka, vituo vya kibiashara, skuli, ofisi, hospitali na nafasi nyingine za umma (na hata za kibinafsi kama vile majina ya maduka, matangazo ya kibiashara, nyaraka, magazeti, mabango na vipengele vingine kama vile picha na michoro” (Shohamy 2006:10). Ingawa kijelezi hiki kinaelekea kushabihiana na kile cha Landry na Bourhis (1997), ufafanuzi zaidi wa taaluma hii umejitokeza katika utafiti wa Ben-Rafael, Shohamy, Amara & Trumper-Hecht (2006:14) ambao walieleza kwa kina “maeneo ambapo mandhari ya lugha hujitokeza kwa wingi na hivyo kuchukuliwa kama kitovu cha chunguzi za mandhari ya lugha; maeneo hayo ni vituo vikuu vya shughuli za kibiashara na maeneo ambapo taasisi kuu za umma zinapatikana”. Hapa ndipo, kwa mujibu wa wasomi tuliowataja, mandhari ya lugha hujitokeza na kurahisisha tafiti za mandhari ya lugha. Kutokana na kijelezi hiki basi vipengele vidogo vidogo vya mandhari ya lugha huweza kushughulikiwa katika tafiti za mandhari ya lugha. Mathalan, mabango ya miji kama eneo la kutafitia mandhari ya lugha (Lusekelo & Alphonse 2018), mabango katika taasisi za elimu, majina ya vibao vya kuelekeza katika vyuo vikuu (Wang 2015; Abongdia & Foncha 2014) majina ya majengo ya biashara mbali mbali (Grishaeva 2015), vibao vinavyoonyesha usajili wa magari (Taluah & Musa 2015), matangazo ya kibiashara gazetini (Kanana Erastus

& Kebeya 2014) na barabara mnamo endeshwa biashara mjini (Cenoz & Gorter 2006).

1.10.1.1 Mandhari ya Lugha Mjini

Kama tulivyoeleza katika chimbuko na mahusiko ya mandhari ya lugha, tafiti chache zilizofanywa awali kuhusiana na mandhari ya lugha ziliegemea utafiti wa mandhari ya lugha jijini. Hata hivyo, imeshuhudiwa kwamba taaluma hii imefikia kuchunguza mandhari ya lugha mijini; katika mji wa Khayelitsha, Afrika Kusini, Stround & Mpendukana, (2009) walichunguza hali ya lugha katika mji huu. Wanagundua kwamba, ingawa lugha inayotawala katika mji huu ni IsiXhosa, mabango mengi yalidhihirisha kutawala kwa Kiingereza katika matangazo mjini humu.

Salo (2012), anachunguza mwonekano wa lugha ya KiSami kusini mwa Calotte. matokeo ya utafiti huu yanaonesha matumizi ya lugha kiwingi lugha na uchomozi wa lugha za kiasili. Katika kutaka kujua misimbo mbali mbali na ruwaza ya lugha ya kimatumizi mijini Adama, Jimma na Sabata, Uhabeshi, Gemechu& Alemayehu (2016) walichanganua picha mia tatu ambazo zinaonyesha hali ya lugha mjini. Kwa hayo, wanapata kuwa mabango katika miji hii yanaonesha ruwaza ya chini juu kwani lugha ya KiAmhariki ina mwonekano zaidi ikifuatwa na Kiingereza na Afan Oromo mtawalia.

Makala ya Kidami (2017), yanadhihirisha wingi lugha katika mandhari ya lugha Dar es Salaam. Anagundua matumizi ya lugha saba ambazo ni; Kiingereza, Kiswahili, Kiarabu, lugha za kiasili, Kichina, Kihindi na Kikorea kimawasiliano. Ingawa lugha hizi zinatumiwa katika matangazo jijini humu, Kiingereza kinachomoza zaidi katika mabango ya matangazo. Aghalabu, Kiswahili imetumiwa kama lugha ya uhamasishaji

na ukaribisho. Kwa upande mwingine, Rosendal (2011) anashuhudia ushamiri wa Kifaransa unaopiku Kiingereza na Kinyarwanda kimatumizi. Yaani, Kifaransa inatumika zaidi katika matangazo ya mabango jijini Kigali, Rwanda.

Utafiti wa kisemitoki uliofanywa na Al-Naimat & Alomoush (2018), unatupambanulia mandhari ya lugha mjini Petra, Jordan. Utafiti huu ulilenga kuchunguza uhusiano uliopo kati ya ufanikishaji wa lugha ya Kiingereza na nyenzo inayotumika kuwasilisha ujumbe kwenye mabango. Mandhari ya lugha mjini Petra inaonesha kuwa, matangazo yalisawiriwa kwenye mawe, vyuma, chupa na vibao tofauti tofauti. Usawiri wa aina hii ulidhihirisha ubora, maendelezo na kudumu kwa bango husika. Mbali na hayo mabango mengine yalisawiriwa kwa karatasi na hasa kwa kutumia herufi kubwa kwa lugha ya Kiingereza. Utafiti huu unafafanua umuhimu wa nyenzo, fonti na rangi katika uwasilishaji wa tangazo katika bango. Kidami (2018), anabainisha kuwa Kiingereza na Kiswahili zinafahamishana kimaudhui. Uchanganuzi wake unaeleza kuwa, matumizi ya fonti na herufi kubwa au ndogo na rangi yameifanya lugha ya Kiswahili kuchomoza zaidi katika mawasiliano ya simu kwenye mandhari ya lugha jijini Dar es Salaam.

Ruwaza ya lugha katika mandhari ya lugha mjini Orkemut, Tanzania, kwa mujibu wa Lusekelo (2019), inatoa taswira ya uwili lugha ya Kiswahili na Kiingereza. Mabango yaliyodhihirisha uwili lugha mjini Orkemut hasa yalikuwa ya matangazo ya shule, makanisa, ofisi za umma na vyumba vya kulala. Kivutio kikuu katika mabango mjini humu ni rangi na fonti. Majina ya makampuni yalisawiriwa kwa fonti kubwa kwa rangi nyeusi iliyokolea ilhali bidhaa na huduma inayotangazwa zilisawiriwa kwa wino mwekundu. Utafiti huu unatuelekeza katika umuhimu wa viziada lugha katika mawasiliano kwenye matini ya mabango. Kama anavyoeleza Noor (2006),

uchanganuzi wa mandhari ya lugha na semiotiki kwa pamoja ni njia muhimu ya kuafikia masuala ya lugha katika eneo maalum.

Kwenye utafiti wa mandhari ya lugha katika maeneo ya umma nchini Malaysia, vikundi vya vijana wa Kichina na Kimalasia vilihusishwa katika mijadala ya kusasambua wingi lugha nchini humo na matokeo ya mijadala hiyo yalionesha mwonekano wa misimbo zaidi ya minne; Kibahasa, Kichina, Kitamili, Kipunjabi na KiOrang Siam ambayo ni lugha kiasili. Hata hivyo, baadhi ya vijana walisema kuwa matumizi ya Kichina huenda yalikuwa ni kwa ajili ya kuwafikia watalii kutoka Uchina (Albury, 2021). Matumizi ya lugha fulani ni njia moja ya kukuza uchumi wa nchi. Madhumuni ya matangazo huafikiwa kwa kulenga hadhira mahususi kupitia kwa lugha inayoleweka.

Lee (2021), anapata matumizi ya wingi lugha zikiwemo Kijapani, Kikorea, Kichina na Kiingereza. Hata hivyo Kikorea kilitumika zaidi katika matangazo ya vyakula ilhali Kiingereza kikadhihirika kimatumizi katika matangazo ya vipodozi vya urembo. Kwa mujibu wa Napu (2024), mabango mia moja ishirini na tatu (123) katika nafasi za umma jijini Gorontalo, mashariki mwa Indonesia yanaonyesha mwelekeo wa juu-chini. Mwelekeo huu unadhihirisha misimbo ya Kiarabu, KiIndonesia na Kiiingereza. Wingi lugha umetawala mawasiliano katika matangazo humu Gorontalo. Mengi kuhusu mandhari ya lugha mjini yanashuhudia mandhari yenye misimbo ya wingi lugha. Ingawa wingi lugha unaonekana kuzagaa katika tafiti hizi, aghalabu panatokea lugha moja inayochomoza katika mandhari ya maeneo hayo.

1.1.1.2 Mandhari ya Lugha Mashambani

Tafiti nyingi za mandhari ya lugha zimejikita na kuegemea katika mandhari ya lugha jijini (Zabrodska&Milani 2014), lakini hivi karibuni dhana ya mandhari ya lugha mashambani imeanza kutafitiwa na upeo wake kupanuliwa (Marinković & Salamurović, 2022). Nchini Afrika Kusini Kotze & Theodorus (2010) anaitafiti mandhari ya lugha mashambani Philippolis, Afrika Kusini. Katika utafiti huu, Kotze anasema kuwa mabango aliyokusanya yalionesha ujozi lugha. Ujozi lugha wa ruwaza ya chini-juu ikiwa asilimia sabini (70%) na ule wa juu-chini ukiwa asilimia thelathini (30%). Katika uchanganuzi wake, anagundua kuwa, lugha zianzotumika zaidi katika eneo hili ni Afrikaans (33%), Kiingereza asilimia moja na lugha za Kiafrika (Sesotho, IsiXhosa na Sestwana). pia, anashuhudia umaarufu wa ujozi lugha wa Afrikaans-Kingereza katika mandhari ya lugha Philippolis. . Katika mandhari ya lugha Capetown, Dowling (2010) anasema kuwa eneo la Capetown imesheheni wingi lugha. Dowling anabainisha mwonekano wa misimbo tatu ambazo ni; Kiingereza, KiXhosa na Kiafrikaans. Hata hivyo katika utafiti wa Dowling matumizi ya Kiingereza yaliapata upokezi hasi miongoni mwa wanajamii wa Capetown. Anasema kuwa matumizi ya lugha za kiasili ni njia moja ya kuepuka ubaguzi wa wasioweza kusoma matini ya lugha za kigeni.

Goebel (2020), anadhihirisha uchnaganyaji misimbo katika utafit wake Indonesia. Utafiti huu unaonyesha uchomozi wa Kiingereza kimatumizi. KiIndoseia na Kisundanese zimetumika ili kuwafikia hadhia mahsusi. zaidi ya hayo, Goebel, anashuhudia maudhui ya vyakula, kidini, benki, vinywaji na biashara ya uchukuzi binafsi (teksti).

Katika utafiti ya mandhari ya lugha mashambani kijijini Hangaen, Uchina kwa mujibu wa Lu et.al. (2020) utafiti wao ulidhihirisha misimbo ya Kichina na Kiingereza. Kwa

sababu kijiji hiki kinachukuliwa kuwa eneo la kiutalii, uteuzi wa lugha unachukua mkondo wa wingi lugha. Utafiti wa mandhari ya lugha kwenye maeneo ya mkoa wa Quezon Ufilipino, Balog & Gonzales (2021) wanashuhudia mapendeleo ya Kiingereza kimatumizi. Hata hivyo, wanapata mwonekano wa ujozi lugha wa ruwaza mseto ya juu-chini pamoja na chini- juu katika mabango waliyoyachanganua. Zaidi ya hayo, wanabaini kuwa nyenzo ambazo zimetumika katika mabango ni turubai, plastiki, chuma na karatasi. Tena, wanagundua kuwa, aghalabu mabango yaliyoandikwa kwa Kiingereza, yamewasilishwa kwa rangi mbali mbali, fonti kubwa na herufi zilizokolezwa wino.

Kwa mujibu wa utafiti wa Marinković & Salamurović (2022), uliofanywa nchini Serbia katika eneo la mashambani Banat, watafiti hawa wanashuhudia ruwaza ya juu-chini katika mabango ambayo mengi yameandikwa kwenye mawe au nguzo za kumbukumbu za makaburini. Jinsi maandishi yalivyosawiriwa katika nguzo hizi inaonyesha kuwa maandishi hayo ni ya kudumu na yanaonekana vyema. Mwonekano wa ujozi lugha wa misimbo mbali mbali ulishuhudiwa; Kilatini-Kijerumani-Kiserbia, Kilatini-Kihungaria-Kijerumani-Kiserbia na Kiromania -Kiserbia-Kibulgaria zinadhihirika katika mabango ya eneo hili. Wawili hawa wanasema kuwa, mandhari ya lugha mjini kamwe haitaakisi hali ya mandhari ya lugha mashambani. Katika mandhari ya lugha mashambani, inadhihirika kwamba lugha lugha za kiasili kwa kiwango fulani zinatumika hata ingawa tu kwa wingi lugha.

Kwa upande mwingine, utafiti ulifanywa Ulaya Uswizi. Utafiti wa mandhari ya lugha mashambani Stockholm Archipelago ulifanywa katika visiwa viwili, Namdo na Svartso Vaino, (2022). Mandhari ya lugha katika maeneo haya yalidhihirisha lugha ya Kiswizi pekee. Vaino (2022) anasema kuwa japo maeneo haya ni ya kiutalii,

ingetarajiwa mwonekano wa Kiingereza kwa sababu wageni wa kila aina wanazuru visiwa hivi. Lakini mabango yaliyokusanywa yanaakisi lugha moja tu ambayo ni msimbo wa Kiswizi.

Utafiti ulionywa mashariki mwa Thailand wilayani Bang Saen, Low (2022) katika utafiti wake uliolenga ukusanyaji wa data kwenye barabara tatu, alishuhudia picha za mabango amabazo aliweza kuzianisha zikionesha mandhari ya lugha ya wingi lugha wenye misimbo minne zikiwemo; misimbo ya KiThai, Kiingereza, Kichina na Kijapani. Hata hivyo, alisasambua kwamba, lugha ya Kiingereza kilichomoza zaidi kimatumizi katika eneo hilo. Kiamudhui, mabango ya kutangaza vyakula na vinywaji yalikiidhiri katika eneo la Bang Saen. Ushahidi wa utafiti wake Low unaonyesha kuwa matumizi ya wingi lugha ni mkakakti wa kimawasaliano katika eneo la Bang Saen.

Katika jimbo la Tongbai, mkoa wa Henan kwenye maeneo ya mashambani Wucheng, Liu & Ma (2023), wanabaini kuwa katika mandhari ya lugha ya eneo la Wucheng inadhihirisha ruwaza za ujozi lugha wa juu-chini na chini-juu. Wanapata kuwa, mabango ya ruwaza ya juu-chini inafikia asilimia 9.4 ilhali ya chini-juu ni asilimia 90.6. Matokeo haya yanaonyesha kuwa ruwaza maarufu ni chini-juu katika eneo hili. Mbali na hayo, wanasema kwamba, mabango ya ujozi lugha katika eneo la Wucheng zinaakisi ruwaza ya lugha za Kichina-Kipinyin, Kichina-Kiingereza, Kichina-Kijapani na Kichina-Kiingereza-Kikorea. Nchini Ufilipino Luna (2023) anashuhudia misimbo Kiingereza na Kimarinduke Tagalog. Zaidi ya hayo, Kiingereza kinaonekana kupendelewa kimatumizi. Ili kuchunguza matumizi ya lugha katika mandhari ya lugha ya Wolkite, Uhabeshi mtatifi Fekede, (2023) anayatafitia mabango kwenye majumba na yaliyoangikwa pembezoni mwa barabara kuu ya Asphalted. Matokeo ya utafiti

wake yanaonyesha ukubalifu na utambuzi wa lugha ya kiasili ya Kiguragina kimatumizi. Fekede anashuhudia misimbo ya wingi lugha. mzagao wa m

isimbo ya Kiguragina, KiAmhariki, Kiingereza. Hata hivyo, misimbo hii inaonyesha ruwaza zifuatazo; misimbo ya Kiguragina-KiAmhariki na Kiingereza-KiAmhariki-Kiguragina. Eneo la Wolkite linashuhudia mabadiliko kimawasiliano kwa kukumbatia wingi lugha. Ingawa inatarajiwa kwamba matangazo mashambani yangewasilishwa kwa lugha mosi ambayo ni lugha ya wenyeji, matokeo yaanonyesha ukinzani wa matarajio hayo kwa kuwa ujozi lugha unapendelewa katika mawasiliano mjini Wolkite.

1.11 Mbinu za Utafiti

Sehemu hii inaeleza michakato halisi tuliyoifanya ili kukusanya data za utafiti na jinsi tulivyozechanganua, kuzisasambua na kuwasilisha matokeo, mahitimisho na mapendekezo.

1.11.1 Eneo la Utafiti

Utafiti huu ulifanywa mjini Eldoret, jimbo la Uasin Gishu. Mji huu uliteuliwa kimakusudi kutoka kwa miji mingine nchini Kenya kwa sababu ya upatikanaji wa data iliyohitajika na pia, mtafiti anaishi mjini Eldoret na ilikuwa rahisi kupata kibali cha kuendesha utafiti kutoka kwa uongozi wa jimbo bila vikwazo. Isitoshe, kama tulivyokwisha eleza (tazama sehemu ya 1.2 na sura ya 2), mji wa Eldoret ni wa tano kiukubwa mintaarafu ya idadi ya wakazi wake na shughuli za kiviwanda, kibiashara na kielimu. Kwa hivyo, kuna mabango mengi, hasa ya kibiashara, yapatikanayo katika mji huu. Pia mabango hayo yameandikwa kwa lugha kadhaa mbali na lugha kuu ya

kiasili katika eneo hili. Mathalan, wingi huu wa mabango pamoja na lugha zilizotumika kuyaandika vilitufanya tuchukulie kwa kwamba tungepata data za kutosha za kuendesha na kuukamilisha utafiti wetu.

1.11.2 Uteuzi wa Sampuli

Tuliteua sampuli yetu kimakusudi (sampuli kusudio) kwa kuzingatia mawazo ya Wahiu & Karugu (2002), wanaohoji kuwa kihakiki matumizi ya sampuli kimakusudi huzalisha matokeo bora yenye kutegemewa hata kama idadi iliyoteuliwa ni ndogo. Usampulishaji kimakusudi humwezesha mtafiti kuteua watafitiwa anaowahitaji katika eneo fulani (Creswell,2014). Usampulishaji huu unatoa nafasi kwa kila picha kwenye idadi jumla ya picha tulizokusanya. Kwa hivyo, tuliteua barabara mbili kuu za Uganda na Oginga Odinga zilizopo mjini Eldoret kwa kujikita katika umbali wa kilomita tisa kutoka katikati mwa mji kila upande, yaani kuelekea Uganda na kuelekea Nakuru-Nairobi na kuelekea Kisumu- Iten.. Kutokana na uzoefu wetu wa mji wa Eldoret, uteuzi huu ulifanywa kwa kuwa urefu huo una mabango mengi kuliko barabara nyingine zote za mji huu

1.11.3 Njia za Kukusanya Data

Katika utafiti huu, data zikusanywa kwa kutumia njia mbali mbali. Data iliyokusanywa ilijumlisha mabango mia moja arobaini na tatu. Njia ya kwanza ya ukusanyaji wa data ilikuwa ni upigaji picha ambapo mtafiti alizuru barabara kuu za Uganda na Oginga Odinga na kuyapiga picha mabango husika kwa kutumia kamera. Pili, tulikusanya kwa njia ya uchunzaji kwa maana kwamba tuliyatazama na kuyasoma mabango katika eneo la utafiti. Njia ya mwisho ilihusu kupanga mijadala ya vikundi. Yaani, katika sampuli iliyoteuliwa tuliandaa kikao cha kujadili kuhusu lugha

na vielelezo katika mabango. Tuliuliza maswali na kuwapa watafitiwa nafasi ya kuyajibu maswali hayo kwa njia ya majadiliano.

1.11.4 Vifaa vya Ukusanyaji Data

Katika kukusanya data za utafiti huu, tulitumia vifaa anuwai. Kifaa cha kwanza kilikuwa kamera aina ya Nikon. Kamera hiyo ilitumika katika upigaji picha za mabango. Kifaa cha pili kilikuwa tepu rekoda ambayo ilitufaa kunasa mazungumzo wakati wa mjadala wa kikundi. Kifaa cha tatu kilikuwa ratiba ya kuongoza mjadala wa kikundi ambacho. Ratiba ya kuongoza mjadala ni orodha ya maswali yaliyoandaliwa mapema ili kusaidia katika udhibiti wa kikundi husika. Maswali hayo yaliulizwa kwa kuzingatia yalivyoorodheshwa katika ratiba. Hatimaye, data hizo zilihifadhiwa katika kinyonyi na kompyuta ili kufanyiwa uchanganuzi.

1.11.5 Ukusanyaji wa data

Tulikusanya data za utafiti katika barabara mbili kuu mjini Eldoret; barabara ya Oginga Odinga na barabara ya Uganda. Tulipiga picha za mabango yaliyoangikwa kwenye milingoti pembezoni mwa barabara hizo kwa kutumia kamera aina ya Nikon na Simu ya Oppo A1K. Tulipanga mijadala ya vikundi; tuliandaa vikao vya vikundi vya kujadili kuhusu lugha na vielelezo katika mabango katika mandhari ya lugha Eldoret. Vikao hivi vilipangwa baada ya kuwajulisha na kuomba idhini ya kuwahusisha watu hao katika utafiti wetu. Tuliuliza maswali tuliyokwisha tunga mapema na kuwapa watafitiwa nafasi ya kuyajibu maswali hayo kwa njia ya majadiliano.

1.11.5.1 Utafiti Mwigo

Kwa mujibu wa Kothari (2004), mara nyingi utafiti mwigo hutumika kama mtambo wa kimajaribio. Kati ya asilimia kumi na ishirini ya sampuli inafaa kutumika katika

shughuli hii. Kwa mtaarafu ya kuthibitisha data yetu , utafiti mwigo ulifanywa kinasibu mjini Eldoret wiki mbili kabla ya utafiti wetu. Hatua hii ilituwezesha kuelewa hali ya lugha mjini Eldoret na pia kutuwezesha kuweka mikakati dhabiti kwa ajili ya utafiti wetu. Nia ya utafiti mwigo ni kuonyesha uthabiti na utegemevu wa utafiti unaoyakinishwa (Cooper & Schindler,2011).

1.11.5.2 Uchanganuzi wa Data

Baada ya kukusanya na kuzihifadhi data za utafiti kwenye kinyonyi na kompyuta, tulifanya unukuzi kwa kuyasikiliza mazungumzo yaliyorekodiwa ili kuyanukuu neno kwa neno katika daftari. Picha zilizopigwa zilitazamwa na kupangwa kwenye majedwali kwa kutegemea lugha, maudhui, picha; za vitu, wanyama na watu, rangimbali mbali na fonti;Sheng ikiwasilishwa kwa italiki mlalo isokolea wino na Engsh ikiwa katika italiki mlalo iliyokolea wino, ilhali lugha ya Kiswahili iliwasilishwa kwa fonti ya kawaida isiokolea wino, Kinandi kuwasiliswa kwa fonti ya kawaida iliyokolea wino na Kiingereza kwa fonti ya kawaida herufi kubwa. Data ziliainishwa, zikatenganishwa na kuchanganuliwa ili kupambanua lugha na mikakati ya mawasiliano katika madhari ya lugha.

SURA YA PILI

MJI WA ELDORET KAMA ENEO LA UTAFITI

2.0 Utangulizi

Sura hii inauelezea mji wa Eldoret ambao ni eneo la utafiti huku ikizingatia historia, watu na lugha, taasisi zilizomo na shughuli zake za kiuchumi, kijamii na kisiasa. Habari hizi zinatoa usuli muhimu ambao unasaidia katika michakato ya uchanganuzi wa data unaofanywa katika sura zinazofuata.

2.1 Historia ya mji wa Eldoret

Mji wa Eldoret uko katika jimbo la Uasin Gishu (RoK, 2010) na ni makao makuu ya jimbo hili. Chimbuko la mji huu ni reli na shughuli za wakulima wa kikoloni wa asili za Kiingereza na Kidachi mwishoni mwa karne ya kumi na tisa na mwanzoni mwa karne ya ishirini. Mji huu unajulikana kiutani kama *Sisibo* [sisi oo]. *Sisibo* ni matamshi ya Kikalenjin kwa neno la Kiingereza, *sixty four* (64), kwa sababu mji huu ulikuwa kilomita sitini na nne kutoka kituo cha reli cha Kibigori palipokuwa na stesheni ya reli. Leo hii neno *Sisibo*, kwa umbo lake la Kiingereza hutumika ili kurejelea maeneo kadhaa mjini Eldoret, mathalan, 64 Stadium, 64 Secondary School, 64 Resort, na 64 Arcade, kwa upande mmoja. Kwa upande mwingine, neno *Sixty Four*, likiwa na umbo la Kikalenjin, linatumika ili kuashira shirika la uchukuzi la magari ya abiria, *Sisibo Sacco*. Mji wa Eldoret pia hujulikana kama *Home of Champions* kwa sababu ya umaarufu wa wanariadha wanaotoka humo ambao hushinda taji mbali mbali kitaifa na ulimwenguni.

Mji huu unaoitwa Eldoret, asili ya neno Eldoret ni neno “Eldare” la lugha ya Kimaasai. Eldare humaanisha mto wenye mawe ambao hupita katikati ya mji wa Eldoret. Leo hii mto huo unaitwa mto Sosiani (Musyoka, 2004).

Ingawa Kenya ilikuwa koloni ya Waingereza ambao walijenga reli ya Kenya-Uganda, chimbuko la mji wa Eldoret linahusishwa na Makaburu wakulima wa asili ya Kidachi na wala si Waingereza. Kihistoria, masetla wengi nchini Kenya walikuwa Waingereza na Makaburu na walimiliki mashamba katika maeneo mbali mbali hususan majimbo ya mkoa wa kati na mkoa wa bonde la ufa. Katika bonde la ufa eneo la Nakuru lilimilikiwa kwanza na Waingereza na Makaburu lakini Makaburu walihamia Eldoret wakiongozwa na Ernest Kruger aliyemiliki shamba la ekari elfu tano.

Waingereza walifuata baadaye na mji wa Eldoret ukagawanywa kuwili huku sehemu moja kuelekea upande wa juu ya barabara ya Uganda ikimilikiwa na Makaburu na sehemu ya chini ikimilikiwa na Waingereza. Vituo muhimu vilivyobainisha tofauti hizi ni hoteli ya Wagon Wheel na shule ya White Highlands (sasa Moi Girls) kwa Makaburu, kwa upande mmoja, na Hill School na Lincon Hotel ambazo zilitumiwa na Waingereza, kwa upande mwingine.

2.2 Wenyeji wa Uasin Gishu

Kabla ya maajilio ya wakoloni, Eldoret (katika Uasin Gishu) ilimilikiwa na wenyeji walioitwa Sirikwa ambao walifuatiwa na Wamaasai. Jamii hizi mbili zilikuwa za wafugaji waliokuwa wakihama hama (Yowe, 1988). Maeneo mengi katika Uasin Gishu yana majina ya Kimaasai kama vile Oletepes, Ngeria, Lolkinyei na Leberio miongoni mwa mengine. Katika karne ya kumi na nane Wanandi (wasemaji wa lahaja mojawapo za Kikalenjin) walipigana vita na Wamaasai wakiongozwa na kiongozi wa jamii ya Wanandi, *Orkoyiot*. Wanandi waliwashinda Wamaasai na hivyo wakatwaa na kumiliki maeneo ya Uasin Gishu (Ochieng, 1985; Shanguhya & Koster, 2014). Wanandi walikuwa wafugaji. Hawa ndio watu ambao wakoloni waliwapata walipoanzisha utawala wao mwishoni wa karne ya kumi na tisa.

Wakati wa ukoloni wa Mwingereza, makabila mengi yaliselelea Eldoret. Watu hao walikuja Eldoret kufanya kazi katika mashamba na biashara za wakoloni. Jamii za makabila ambazo zinawakilishwa kwa wingi mjini Eldoret ni kama vile Wakikuyu, Waluhya, Waluo, Wakisii, Wakamba, Wateso na Waturkana, miongoni mwa jamii nyingine. Kwa hivyo, lugha za jamii hizi, yaani Kikikuyu, Kiluhya, Kiluo, Kikisii, Kikamba, Kiteso na Kiturkana zinazungumzwa mjini Eldoret. Isitoshe, jamii ya Wahindi wa asili ya Kihindi, Kigujerati, Kipunjabi na Kitamili vile vile zimeselelea mjini Eldoret na wao vile vile hutumia lugha zao.

Idadi jumla ya watu wanaoishi mjini Eldoret ni 475,716 (RoK, 2019). Ripoti ya sensa ya 2019 inaonyesha kwamba sehemu kubwa ya watu hawa ni vijana wa kati ya miaka ishirini (20) na thelathini na nne (34) kwa wanaume na wanawake. Kwa hivyo, uwezekano wa matumizi ya lugha ya vijana kama vile *Sheng* na *Engsh* unatarajiwa (Barasa & Mous, 2017; Ogechi, 2019).

Kutokana na kuwepo kwa watu wa asili tofauti kirangi na kikabila, mji wa Eldoret ni mfano wa jumuiya lugha ya wingi lugha. Kwa hivyo, urahisishaji wa mawasiliano unaelekea kufuata sera ya lugha pamoja na uteuzi na utendaji kilugha nchini Kenya. Kwa lugha nyingine, mawasiliano kiupana hurahisishwa kwa matumizi ya lugha rasmi za Kiswahili na Kiingereza (RoK, 2010; Okombo, 2001; Kembo-Sure & Ogechi, 2016), lugha ya taifa – Kiswahili, ubadilishaji msimbo (Ogechi, 2003) pamoja na lugha za vijana mijini za *Sheng* na *Engsh* (Abdulaziz & Osinde, 1997; Ogechi, 2008; Barasa & Mous, 2017). Pia matumizi ya lugha za kiasili za makabila mbali mbali hutumika katika mawasiliano hasa ya kinyumbani. Hata hivyo, kuna uwezekano wa kupata matangazo yanayotolewa kwa lugha za kiasili hususan Kinandi labda kwa sababu Kinandi ndio lahaja inayotumika kwa wingi zaidi ikilinganishwa na lahaja

nyingine za Kikalenjin zinazozungumzwa mjini Eldoret, kama vile Kikeiyo, Kimarakwet, Kikipsigis, Kitugen na Kisabaot.

2.3 Shughuli za Kiuchumi

Kabla ya mkoloni katika mji wa Eldoret na janibu zake, kuna wakaazi waliojihusisha na kilimo cha ufugaji wa ng`ombe, mbuzi na kondoo. Kuingia kwa wakulima wa kikoloni kulipanua shughuli za ukulima na kuanzisha ufugaji wa kuku na kilimo cha mimea kama vile mahindi, ngano na wimbi (Ndege, 2009). Kwa hivyo, maduka yanayouza madawa ya kilimo na pembejeo zake hupatikana kwa wingi mjini Eldoret. Isitoshe, kunayo maghala makubwa ya kuhifadhi nafaka na vyakula vya mifugo.

Mji wa Eldoret pia una viwanda vinavyohusiana na vifaa vya ujenzi kama vile Raiply Woods, Sirikwa Quarry, Topsy Timber, na kadhalika. Viwanda vingine vinajihusisha na utengenezaji wa malighafi ya mavazi kama vile Ken-Knit na Rivatex East Africa Limited (REAL).

Michezo ni kitega uchumi muhimu sana mjini Eldoret hasa katika riadha, soka, voliboli, mpira wa pete na gofu. Ndiposa kuna viwanja kadhaa vya michezo kama vile Kipchoge Keino Stadium, 64 Stadium, Eldoret Sports Club, na Eldoret Club, miongoni mwa nafasi nyingine. Kuambatana na hizi shughuli, biashara za hoteli, kwa ajili ya vyakula na malazi, zimeongezeka katika siku za hivi karibuni. Kuwepo kwa viwanja vya michezo na hoteli kunatoa nafasi ya kuendesha mikutano na makongamano ya aina mbali mbali kama vile siasa, dini, muziki na mafunzo kwa wakulima na mafundi.

Elimu vile vile huchangia katika uchumi ambapo kuna taasisi nyingi kuanzia elimu ya msingi hadi ya vyuo vikuu. Ingawa Chuo Kikuu cha Moi na Chuo Kikuu cha Eldoret

ndivyo vyuo vikuu vyenye makao makuu mjini Eldoret, vyuo vikuu vingine vina mabewa yao mjini Eldoret kama vile vyuo vikuu vya Kenyatta, Nairobi, Kisii na Catholic, miongoni mwa vingine.

Mji wa Eldoret pia una biashara zinazohusiana na shughuli za matibabu. Kwa hivyo, mbali na Hospitali ya Rufaa ya Moi (Moi Teaching and Referral Hospital - MTRH), kuna hopitali kadhaa za kibinafsi zinazoendesha biashara mjini humu.

Ili kurahisisha biashara na utafiti, teknolojia ya habari na mawasiliano ni muhimu. Kwa hiyo, mashirika yanayotoa huduma hii yana ofisi zao mjini Eldoret na huwa yanatangaza huduma zao. Mashirika hayo ni kama vile Safaricom, Airtel, Telkom, Orange, Gotv, Sayare Radio, Dstv na Zuku, miongoni mwa mengine.

2.4 Hitimisho

Katika sura hii, tumetoa maelezo yanayojenja taswira ya mji wa Eldoret kwa kuzingatia makabila na asili ya wakaazi wake. Kwa kufanya hivyo, tumepata kidokezo kuhusu misimbo inayotumika. Pia, tumeonyesha shughuli za kiuchumi na kijamii zinazoendeshwa na, kwa njia hiyo, tumepata fununu kuhusu aina ya matangazo ambayo tunaweza kuyatarajia katika mabango yanayoangikwa kwenye maeneo mbali mbali ya mji. Katika sura inayofuata, tutajihusisha na uchanganuzi wa data za mabango yaliyoangikwa pembezoni mwa barabara mbili kuu za mji wa Eldoret.

SURA YA TATU

UWASILISHAJI NA UCHANGANUZI WA DATA

3.0 Utangulizi

Sura hii inawasilisha data tulizokusanya na kuzichanganua kwa kuzingatia madhumuni ya kwanza ya utafiti: kubainisha maudhui mbali mbali na mzagao wake katika mabango.. Ili kuendesha shughuli hii, tumetumia majedwali yenye takwimu za mzagao wa maudhui na misimbo yao. Uchanganuzi wetu pia umewasilisha mifano halisi ya mabango teule ambayo yamefafanuliwa na kuelezewa kwa kujikita katika nadharia zinazoongoza utafiti huu. Maelezo yetu yameshadidiwa na maoni ya walengwa wa mabango kutokana na mahojiano tuliyoyaendesha.

3.1 Mzagao wa Maudhui na Misimbo

3.1.1 Uteuzi wa misimbo

Tumetumia istilahi msimbo ili kughubika utata wa kiisimu unaojitokeza wakati wa kubainisha lahaja, lugha ama/au msimu. Kwa hivyo istilahi inarejelea mawasiliano kilugha yanayohusu Kiswahili, Kinandi, Kiingereza, *Sheng* na *Engsh*. Kuna misimbo thabiti na misimbo isiyothabiti (Ogechi 2005). Misimbo thabiti ni ile ambayo ina sarufi yake tambulishi na imehimili athari za mabadiliko yanayokumba lugha (Bolbanabad & Hanifi, 2014). Mathalan, Kinandi, Kiswahili na Kiingereza ni misimbo thabiti. Misimbo isiyothabiti ni ile ambayo haina sarufi yake tambulishi na badala yake hutegemea sarufi ya misimbo thabiti. *Sheng* na *Engsh* ni mifano ya misimbo isiyothabiti.

Tulikusanya picha kutoka kwenye mabango mia moja arobaini na tatu (143). Kutokana na picha hizo, kuna ruwaza mbili kuu za uteuzi wa misimbo zilizojitokeza kama inavyoonyeshwa katika Jedwali 1 na Jedwali 2.

Jedwali 1: Mzagao wa misimbo katika matini za mabango

Msimbo	Idadi	Asilimia
Kiingereza	71	49.65
Kiswahili	21	14.68
Ubadilishaji Msimbo	47	32.86
Kinandi	04	2.79
Jumla	143	100

Kwa mujibu wa Jedwali 1, kulikuwa na ruwaza nne (4) za uteuzi wa misimbo katika uwasilishaji wa mabango. Kati ya hizo ruwaza nne, kuna ruwaza tatu (3) zilizotumia misimbo thabiti (Ogechi, 2005) ya Kiingereza, Kiswahili na Kinandi, ilhali ruwaza moja ya ubadilishaji msimbo ilionyesha matumizi ya misimbo thabiti na misimbo isiyo thabiti (Ogechi, 2005). Katika ruwaza hizi, lugha ya Kiingereza kilipendelewa zaidi kwa kuchukua 49.65% (N=71), na kufuatwa na ubadilishaji msimbo kwa 32.86% (N=47), kisha, lugha ya Kiswahili kilikuwa na 14.68% (N=21) na, hatimaye, msimbo wa Kinandi ulikuwa na 2.69% (N=4).

Mji wa Eldoret ni wa tano kiukubwa nchini Kenya lakini haujulikani kama mji wa viwanda bali kwa kilimo ambacho kinaendeshwa katika Kaunti ya Uasin Gishu. Kwa kuwa ni mji wa kilimo, tungetarajia kwamba ama lugha ya Kinandi au/na lugha ya Kiswahili ingetumika zaidi kuliko Kiingereza. Hata hivyo, data zetu zilitokana na mabango yenye maandishi ambayo yanahusishwa na elimu ya kujua kusoma na kuandika. Elimu hiyo ya kusoma na kuandika huendeshwa kwa Kiingereza nchini Kenya ikilinganishwa na nafasi inayochukuliwa na Kiswahili katika elimu (Timammy & Ngala-Oduor 2016). Kwa hivyo, walioandika mabango yale labda waliongozwa na matarajio kuwa walengwa wangesoma Kiingereza kuliko lugha nyingine. Mbali na hayo, takwimu zinaonyesha kwamba kiwango cha kujua kusoma na kuandika nchini

Kenya ni 81.53% ambapo kiwango cha wanaume ni 84.99% na wanawake ni 78.19% (UNESCO, 2020).

Matumizi ya ubadilishaji msimbo kwa 32.86% (N=47) yanaonyesha mapendeleo ambayo yamezagaa katika matumizi sio tu ya kimazungumzo bali pia katika maandishi. Tafiti zimeonyesha kuendelea kukua kwa matumizi ya ubadilishaji msimbo katika elimu na pia uteuzi wa lugha katika biashara nchini Kenya (Jwan & Ogechi, 2004;Erastus, 2004).

Matumizi machache ya Kinandi 2.69% (N=4) yanaashiria lengo la wenye mabango labda kutaka kuifikia hadhira kubwa ya mji wa Eldoret ambao kama tulivyoonyesha katika sura ya pili (rejelea 2.1 na 2.2) una watu wa asili anuwai na wenye kufanya shughuli mbali mbali mjini.

Mzagao wa ubadilishaji msimbo unaonyesha ruwaza nyingine ndogo kama inavyodhihirishwa katika Jedwali 2 ambapo ruwaza ya Kiswahili-Kiingereza imetumika zaidi kwa 41.86% (N=18) katika ruwaza ya ubadilishaji msimbo kiujozi lugha. Huu ni ubadilishaji msimbo wa misimbo thabiti (Kiswahili na Kiingereza). Pia data zetu zinaonyesha ubadilishaji msimbo kiujozi lugha wenye msimbo thabiti na msimbo usio thabiti. Misimbo ya Kiswahili-*Engsh* na Kiswahili-*Sheng* ni ruwaza zenye 6.97% (N=3) mtawalia ilhali ruwaza ya Kiingereza-*Sheng* inachukua 4.65% (N=2).

Ruwaza nyingine ya ubadilishaji misimbo mitatu inaelekea kuwa na mifano ya Kiswahili- Kiingereza-*Sheng* ina 9.3% (N=4). Huu ni ubadilishaji msimbo ambao hutokea kwa nadra kwa sababu ya michakato ya kufanyisha lugha katika ubongo wa

binadamu ilivyodaiwa na nadharia ya lugha-solo na lugha bebwa (Myers-Scotton, 1997, 2001; Ogechi, 2005).

Utafiti wetu umeonyesha ruwaza ambayo, kwa mujibu wa uelewa wetu, ni nadra zaidi kutokea kwa sababu inahusisha ufanyishaji wa misimbo minne. Kulikuwa na mfano mmoja tu wa Kinandi-*Sheng*-Kiingereza-Kiswahili ambao ulijumlisha 2.33 % (N=1). Uchache wa ruwaza hii labda unatokana na sio tu wingi wa misimbo ya kufanyishwa kiisimu-nafsia ili kuzalisha tamko (Myers-Scotton, 2001) bali pia na ukweli kuwa misimbo inayohusika ni tofauti kitipolojia. Kitipolojia, tungo ya Kinandi hufuata mpangilio wa Kitenzi-Kiima-Yambwa (KtKY), ilhali Kiingereza hufuata Kiima-Kitenzi-Yambwa (KKtY). Ingawa Kiswahili hufuata mpangilio wa Kiima-Kitenzi-Yambwa (KKtY), kama Kiingereza, uvumishaji katika Kiswahili hutokea baada ya nomino tofauti na Kiingereza ambacho hufanya uvumishaji kabla ya nomino. Kwa upande wake, *Sheng* ambao ni msimbo usio thabiti, hutegemea sarufi ya Kiswahili (Ogechi, 2005; Githiora, 2018). Tofauti hizi za kitipolojia huenda zimechangia ugumu wa kubadilisha misimbo minne na hivyo kuelezea uchache wa data za ubadilishaji misimbo unaohusisha misimbo minne kama inavyoonyeshwa katika Jedwali 2.

Jedwali 2: Mzagao wa ubadilishaji msimbo unaojumuisha *Sheng* na *Engsh*

Msimbo	Idadi	Asilimia
Kiswahili-Kiingereza	18	41.86
Kiswahili- <i>Engsh</i>	3	6.97
<i>Sheng</i>	12	27.90
Kiingereza- <i>Sheng</i>	2	4.65
Kiswahili- <i>Sheng</i>	3	6.97
Kiswahili-Kiingereza- <i>Sheng</i>	4	9.30
Kinandi- <i>Sheng</i> -Kiingereza-Kiswahili	1	2.33
Jumla	43	100

Jedwali 2 vile vile linaonyesha kwamba *Sheng* inachukua 27.9% (N=12). Matumizi haya makubwa yamejitokeza pia katika tafiti kuhusu matangazo ya biashara nchini

Kenya kwa jumla (Kariuki, Kanana & Kebeya, 2015). Mzagao huu unaweza kwendana na ukweli kwamba watumiaji wengi wa *Sheng* ni vijana (Mazrui, 1995; Mous & Kiessling, 2002; Barasa & Mous, 2017). Kwa mujibu wa Van Mensel et al (2016), matokeo ya uchanganuzi wa mizagao ya misimbo huakisi shughuli za kijamii, hudhihirisha ufanyikaji wa wingi lugha katika miktadha mbali mbali na mabadiliko ya lugha katika jamii.

Kama tulivyokwishataja, mji wa Eldoret una idadi kubwa ya vijana kwa mujibu wa sensa ya kitaifa (2019, RoK). Wao ndio walengwa wakuu wa mabango yaliyopatikana mjini Eldoret.

3.1.2 Mzagao wa Maudhui

Jedwali 3: Mzagao wa maudhui

Mada	Kiingereza	Kiswahi	Kinan	Shen	Ubadilisha	Jumla	Asilimi
	a	li	di	g	ji Msimbo		a
Benki/Pesa	8	1			5	14	9.79
Elimu	2					2	1.39
Vileo/	17	2			6	25	17.48
Vinywaji							
Bima	2					2	1.39
Uganga	1	3				4	2.79
Ajira	1					1	0.69
Vyakula	5	2			3	10	6.99
Kamari	1					1	0.69
Habari na	15	2	1		9	27	18.88
Mawasilian							
o/							
intaneti							
Fenicha	1					1	0.69
Kilimo	11				2	13	9.09
Uchukuzi	8				5	13	9.09
Michezo	1					1	0.69
Bidhaa	7	3	1		9	21	14.68
jumla							

Matibabu /	4		4	2.79
Dawa Kongaman	2	2	4	2.79
o				
Jumla			143	100

Jedwali nambari 3, linaonesha mwonekano wa maudhui mbali mbali yaliyodhihirika katika mandhari ya lugha mjini Eldoret. Kama tulivyokwisha awali, tulikusanya mabango mia moja na arobaini na tatu (143) ambayo tuliyaweka katika vikundi kulingana na mada iliyokusudiwa na mwenye tangazo. Kama anavyosema Manna et al. (2025), utafiti wa mandhari ya lugha katika eneo fulani unaeweza kufichua hali na shughuli za kibiashara na kiuchumi katika eneo hilo.

Utafiti huu ulidhihirisha mzagao wa maudhui mjini Eldoret kama tunavyoonesha ifuatavyo; katika mada ya benki tulikuwa na mabango kumi na manne (14) ambayo yaliwakilisha asilimia 9.79 kimzagao. Mabango mawili (2) yalikuwa ya kutangaza masuala elimu kwa asilimia 1.39. Katika mada ya vileo na vinywaji jumla, tulipata mabango ishirini na tano (25) yakiwa asilimia 17.48. Matangazo ya bima yalikuwa na mabango mawili (2) kwa asilimia 1.39. Vile vile, tulipata jumla ya matangazo manne (4) ya uganga ambayo yalichukua asilimia 2.79 na pia tangazo moja (1) la ajira kwenye asilimia 0.699. Zaidi ya hayo, ilivyonekana katika mada ya vyakula tulipata mabango kumi (10) ambayo ni asilimia 6.99 ikifuatwa na tangazo moja (1) la matangazo ya kamari likiwa ni asilimia 0.699. Katika habari na mawasiliano tulikuwa na mabango ishirini na saba (27) ambayo yaliwakilisha asilimia 18.88. Bango yenye maudhui ya matangazo ya fenicha lilikuwa moja (1) na asilimia 0.699. Kisha, mada ya ukulima/kilimo ilikuwa na mabango kumi na tatu (13) yaliyochukua asilimia 9.09. Kwa upande mwingine, uchukuzi ulikuwa na matangazo kumi na tatu (13) ambayo ni

asilimia 9.09, na katika matangazo ya michezo, tulipata bango moja (1) ambalo ni asilimia 0.699. Hata hivyo, tuliweza kupata matangazo ya bidhaa jumla yaliyokuwa na mabango ishirini na moja (21) yakiwakilisha asilimia 14.68. Pia, tulipata mabango manne (4) yaliyotangaza matibabu na dawa yakichukua asilimia 2.79 na, hatimaye, matangazo ya makongamano mbalimbali yalikuwa manne (4) kwa uwakilishi wa asilimia 2.79.

Mzagao huu wa maudhui unaendena na matarajio ya taswira ya mji wa Eldoret kijamii, kiuchumi na kisiasa. Mji wa Eldoret una wakaazi wanaopata riziki yao ya kila siku kwa kutegemea shughuli za kilimo, biashara na viwanda. Isitoshe, mji huu una taasisi za elimu kuanzia chekechea hadi chuo kikuu. Fauka ya yote, barabara ya Uganda tuliyoitafitia ni njia kuu inayoelekea nchi za maziwa makuu (Uganda, Rwanda na Burundi) pamoja na Sudana Kusini. Kwa hivyo, madereva wa malori yanayosafirisha bidhaa kuelekea nchi hizo hupitia na wakati mwingine hupumzikia hapa kabla ya kuendelea na safari zao. Isisahaulike kwamba, wanaoishi Mjini Eldoret vile vile hushiriki katika siasa ya mashinani na hata kitaifa. Kwa hivyo, si ajabu kwamba maudhui ya mabango ambayo yanajenga mandhari ya Eldoret yatazunguka na kwendana na shughuli hizi za mji.

3.2 Hitimisho

Katika sura hii, tumejaribu kuangazia madhumuni ya kwanza ya utafiti huu: kubainisha maudhui mbali mbali na mzagao wake katika mabango. Kwa kuwa huu ni utafiti wa mandhari ya lugha na suala la lugha ni muhimu, tumebainisha misimbo iliyojitokeza katika mabango pamoja na ruwaza za misimbo hiyo kwa mujibu wa kipashio cha uchanganuzi cha kishazi ambacho hutumiwa katika nadharia ya lugha-solo na lugha-bebwa. Tumebainisha vishazi vya msimbo mmoja mmoja na

ubadilishaji msimbokatika jedwali 2. Pia tumebainisha mzagao wa maudhui ambao unaelekea kwendana na shughuli zinazowapatia riziki wakazi wa Eldoret na huduma wanazohitaji wanaoutembelea mji huu.

KWENDANA KWA UTEUZI WA LUGHA PAMOJA NA VIELELEZO

4.0 Utangulizi

Katika sura iliyopita, tumetumia majedwali na maelezo ili kuwasilisha uchanganuzi wa data na ruwaza zilizojitokeza. Pia tumejaribu kufafanua ruwaza hizo huku tukijikita katika madai ya nadharia za lugha isiyotarajiwa (Myers-Scotton 1993a) lugha solo na lugha bebwa (Myers-Scotton 1993b). Katika sura hii, tunaangazia madhumuni ya pili ya utafiti huu: kwendana kwa uteuzi wa lugha pamoja na vielelezo vya mabango.

4.1 Kwendana kwa Uteuzi wa Lugha pamoja na Vielelezo mintarafu ya Matarajio ya Hadhira Lengwa

Sehemu hii inatathmini jinsi uteuzi wa msimbo na matumizi ya vielelezo vinasaidia kuwasilisha au kuparaganya uwasilishaji wa ujumbe kwa hadhira lengwa. Ili kufanya tathmini hiyo, tumejikita katika maudhui ya bango kama msingi wa ujumbe ambao watunzi wa bango walitarajia kuwasilisha kwa hadhira. Isitoshe, tathmini yetu imechuma nafuu madai ya nadharia ya lugha tarajiwa na lugha isiyotarajiwa, pamoja na lugha solo na lugha bebwa.

4.1.1 Biashara ya Uchukuzi

Shughuli za uchukuzi hutegemea vyombo vya uchukuzi vya aina sita kuu nchini Kenya. Mathalan, uchukuzi wa baiskeli, pikipiki, magari, treni, ndege na meli. Kwa kuwa Eldoret hupatikana katika eneo la bara magharibi mwa Kenya (eneo ambalo liko mbali na bahari na maziwa) shughuli za uchukuzi hutegemea vyombo vya usafiri vya barabarani, yaani baiskeli, pikipiki, na magari (malori na trela). Isitoshe, kuwepo kwa uwanja wa kimataifa wa ndege wa Eldoret, pia hutoa fursa ya shughuli za uchukuzi kwa njia ya ndege.

Mabango tuliyokusanya yalitangaza biashara za uchukuzi na usafirishaji zinazolenga vyombo vya barabarani kama inavyoonyeshwa na mabango yafuatayo:



Bango 4.1 Tangazo la uchukuzi

Bango hili linatangaza magurudumu yanayotengenezwa na mmojawapo wa makampuni nchini Kenya, Kingsway Tyres Limited. Bango hili liliangikwa takriban kilomita mbili na nusu kutoka katikati mwa mji wa Eldoret kuelekea Nairobi. Kiupana na kiurefu bango hili lina upana wa takriban mita nne kwa mita sita, na linaweza kuonekana kutoka umbali wa mita ishirini hivi. Linaelekea kuwalenga wamiliki wa magari na matrekta, kuanzia magari madogo hadi matrela. Wanaomiliki au kuendesha vyombo hivi wanaweza kuwa na elimu ya kusoma au hawana elimu ya kusoma. Isitoshe, elimu hiyo inaweza kuwa inawapa ujuzi wa kusoma, Kiingereza (lugha ya kufundishia nchini Kenya), Kiswahili na lugha za kiasili.

Ili kuwafikia walengwa hawa wote, wabunaji wa bango hili wametumia ubadilishaji msimbo kutatu unaohusu Kiswahili-Kiingereza-*Sheng*.

1 [TYRE ORIGINAL]¹
 [HUDUMA POA]²
 [BEI POA]³

Kwa mujibu wa Myers-Scotton (1993b, 2001), hivi ni vishazi vitatu vya tungo moja yenye ujozi- lugha wa kubadilisha msimbo ambapo kishazi cha kwanza kina mofimu za Kiingereza *TYRE* na *ORIGINAL*. Kishazi cha pili na cha tatu vimetumia mofimu za Kiswahili – *HUDUMA POA*. Inavyoelekea, lugha solo katika tungo hii ni Kiswahili kwa sababu ya mpangilio wa maneno hata kama kishazi cha kwanza kina mofimu za Kiingereza - neno *ORIGINAL* ambalo linavumisha nomino *TYRE*. Mfumo huu wa kuvumisha baada ya neno kuu (nomino) hujitokeza katika sarufi ya Kiswahili. Vinginevyo sarufi ya Kiingereza huwakilisha kivumishi kabla ya nomino. Kwa hivyo, ingekuwa Kiingereza ndio lugha solo, kipashio hiki kingekuwa *ORIGINAL TYRE*. Mfumo uu huu ndio unafuatwa katika vishazi vya *HUDUMA POA* na *BEI POA* ambapo neno *POA* linavumisha nomino *HUDUMA* na *BEI*.

Inaonekana kwamba, katika mfano huu, vishazi vyenye mofimu za Kiswahili ni mfano wa *Sheng* kwani ijapokuwa neno *POA* ni neno la Kiswahili fahiwati yake si ya Kiswahili bali ni fahiwati ya *Sheng*. Katika *Sheng*, neno *POA* hurejelea uzuri au faida. Kwa hivyo, katika muktadha wa tangazo hili na msimbo wa *Sheng*, neno *POA* limetumika kumaanisha bei nzuri.

Uteuzi wa lugha katika bango hili unaelekea kwendana na matarajio ya waliolengwa, kwani huu ni uteuzi unaotarajiwa (Myers-Scotton, 1993a). Katika uteuzi unaotarajiwa msemaji huteua misimbo kadhaa kwa kutegemea makisio yake ya umilisi kilugha wa walengwa wake. Katika muktadha wa bango hili, uteuzi wa Kiswahili, Kiingereza na *Sheng* unaelekea kuwalenga waendeshaji wa vyombo vya uchukuzi ambao wanatumia Kiswahili, Kiingereza na *Sheng* wanaoishi Eldoret.

Isitoshe, uteuzi huu unaweza kuchukuliwa kuwa wa kutalii (Myers-Scotton, 1993a) kwa kuwa wanaolengwa sio watu ambao watalisoma bango kwa wakati mmoja. Mbunaji wa ujumbe wa bango hili alifanya majaribio ya uteuzi ambapo anayesoma Kiingereza pekee yake angepata ujumbe kutokana na kishazi cha kwanza TYRE ORIGINAL. Iwapo msomaji hana umilisi wa Kiingereza, mbunaji wa bango angemfikia kwa kutumia maneno ya Kiswahili katika vishazi vya pili na tatu, HUDUMA POA na BEI POA.

4.1.2. Mawasiliano

Mabango tuliyokusanya katika maudhui haya, yalijumuisha mawasiliano ya kampuni za simu na televisheni. Katika mawasiliano ya kampuni ya simu, tulishuhudia tangazo kuhusu salio la data. Tafiti zimeonyesha kwamba kiwango cha matumizi ya simu za mkono nchini Kenya ni 109% ambapo kuna takriban laini za simu milioni 59.24 zinazotumika nchini kufikia Januari 2021 (Gilbert, 2021). Hii ina maana kwamba matumizi ya simu za mkono yamezagaa sio tu miongoni mwa watu wanaojua kusoma na kuandika Kiingereza pekee, bali pia miongoni mwa watu wasioweza kusoma, na kama wanasoma, wanaweza kusoma ama Kiingereza, Kiswahili na lugha za kiasili kama vile Kinandi. Watu hawa wamelengwa katika mabango yaliyokusanywa mjini Eldoret.



Bango 4.2 Tanagzo la habari na mawasiliano

Bango hili limetumia ubadilishaji msimbo na matini nzima inadhahirisha misimbo minne: Kinandi, *Sheng*, Kiswahili na Kiingereza.

- 2 [Nguno koo 200% StoroBoooonus]¹
- [na]² [200MB Free YouTube]³
- [Ongea zaidi]⁴ [au]⁵ [nunua bundles]⁶ upate bonus kila siku]⁷
- [On Kenya`s Best 4G+ Network]⁸
- [Piga *460#]⁹
- [kujua target yako]¹⁰
- [Nawe Kila Wakati]¹¹

Kwa kuchuma nafuu ya methodolojia ya kuchanganua na kubainisha lugha ya msingi alivyodai Ogechi (2002) na hivyo kuchukulia kwamba bango moja huweza kuwa na vishazi kadhaa, matini ya Bango 2 ina vishazi kumi na moja vilivyotawanyika ifuatavyo: kishazi kimoja cha Kinandi-*Sheng*-Kiingereza, vitano vya Kiswahili, viwili,

vya Kiingereza na vitatu vya Kiswahili-Kingereza. Kwa kuwa matini hii ina vishazi kumi na moja vyenye ruwaza tofauti za uteuzi wa msimbo, tunashuhudia lugha solo kadhaa zilizounganishwa na kuchanganywa ifuatavyo: Kishazi cha ruwaza ya Kinandi–*Sheng*-Kiingereza, yaani:

[**Nguno koo** 200% *StoroBoooonus*]
Sasa ni tamanwokik bogol aeng hadithi marupurupu (Tafsiri)
 “Sasa unapewa marupurupu asili mia mia mbili ya kuongea”

Lugha solo ya kishazi hiki ni Kinandi kwa kutegemea mpangilio wa maneno unaoelekea kuambatana na sarufi ya Kinandi (Barno 2013). Neno 200% linarejelea kiwango cha marupurupu/ziada anachopokea mtumiaji wa simu kutoka kwa kampuni inayouza salio. **Storo Boooonus** ni kipashio cha nomino ambapo nomino **Storo** (story – hadithi) imevumishwa na neno *Boooonus* (bonus – marupurupu/ziada) kulingana na mpangilio wa maneno katika sarufi ya Kinandi. Yaani, kishazi kina mpangilio wa Nomino+Kivumishi. Kwa hivyo, Kiingereza na *Sheng* katika kishazi hiki ni lugha bebwa.

Kuna vishazi vitatu ambavyo ni viunganishi ambayo yote ni ya Kiswahili. Kwa hakika, haya ni maneno ya Kiswahili ambayo hayajachanganya mofimu au silabi za misimbo mingine. Kwa hivyo, Kiswahili kinabaki kuwa lugha solo. Kwa mfano, kwa upande mmoja, kishazi cha pili, “na”, ni neno linalounganisha vishazi viwili: [nguno koo 200% storo boooonus] na [200MB Free YouTube]. Kwa upande mwingine, kishazi cha tano, “au”, ni kilinganishi ambacho kinalinganisha [ongea zaidi] au [nunua bundles]. Kishazi cha kumi na moja, [Nawe Kila Wakati], ni kishazi ambacho kimedondoshwa kiima (Tuko). Kama vishazi vya kwanza viwili vilivyokitangulia, hiki ni kishazi ambacho kinatumia maneno yote ya Kiswahili. Kishazi nambari tisa vile vile ni cha Kiswahili, [Piga *460#]. Katika kishazi hiki, kitenzi, “piga”, ni neno la

Kiswahili ilhali numerali yenye nyota na alama ya reli, [*460#], inaweza kuwasilishwa kwa msimbo wowote kati ya misimbo minne inayohusika katika matini hii (Kinandi, Kiingereza, Kiswahili na *Sheng*). Vyovyote iwavyo, kishazi hiki (nambari tisa) kina Kiswahili kama lugha solo sio tu kwa sababu ya mofimu zake bali pia kwa sababu ya mpangilio wake wa maneno ambao unazingatia mpangilio wa maneno katika sarufi ya Kiswahili.

Vishazi ambavyo vina Kiingereza kama lugha solo ni viwili: kishazi cha tatu [200MB Free YouTube] kimewasilishwa kwa Kiingereza bila kubadilisha msimbo kwani mofimu zake [Free] na [YouTube] ni maneno ya Kiingereza ilhali “200MB” ni numerali ambayo inaweza kuwasilishwa kwa msimbo wowote ikiwemo Kiingereza. Isitoshe, kishazi hiki kina “YouTube” kama neno kuu ambalo limevumishwa awali kwa kuzingatia sarufi ya Kiingereza na maneno, “200MB na Free”. Nacho kishazi nambari nane, “on Kenya`s Best 4G+ Network”, kimewasilishwa kwa mofimu za Kiingereza kikizingatia mpangilio wa sarufi ya Kiingereza na hivyo kuwa na Kiingereza kama lugha solo.

Kuna vishazi vitatu ambavyo vina Kiswahili kama lugha solo katika ubadilishaji msimbo wa Kiswahili-Kiingereza. Kishazi nambari sita [nunua bundles] kinachukuliwa kuwa kinazingatia sarufi ya Kiswahili kwa sababu neno kuu na muhimu katika ujumbe wa kishazi hicho ni kitenzi “nunua” ambacho kina ni neno la Kiswahili. Hii ni kwa kuwa, mpangilio wa maneno katika kishazi hiki unaweza kuwa wa Kiswahili, “nunua salio” (Kitenzi+Nomino) au Kiingereza, ‘buy bundles’ (Kitenzi+Nomino). Tumechukulia kwamba neno muhimu zaidi katika kishazi hiki ni kitenzi “nunua” ambacho kinawasilishwa kwa Kiswahili, kwa sababu kitenzi hiki kingedondoshwa na neno “bundles’ pekee kubaki, basi tungeshuhudia utata

kimawasiliano. Yaani swali lingebaki, "nini kuhusu bundles?". Lakini neno hilo "bundles" lingedondoshwa tubaki na neno "nunua" pekee, utata haungekuwepo kwani mawasiliano yangekamilika kwa kutegemea muktadha wa matini na hususan kwa kurejelea vishazi nambari nne, tano na saba. Kwa hivyo, sentensi "Ongea zaidi" au "nunua upate bonus kila siku" ingemsaidia msomaji kuelewa kinachokusudiwa kwani kinachokusudiwa ni, "bundles" au salio. Hii ni tofauti na utata ambao ungejiri tungekuwa na sentensi, "ongea zaidi au bundles upate bonus kila siku". Kishazi namba kumi, "Kujua Target yako", kina lugha solo ya Kiswahili kwa sababu ya mpangilio wa maneno kisarufi ambapo uvumishaji wa nomino "Target" umefanywa na kuvumishi kimilikishi "yako" ambacho kinajitokeza baada ya neno la kuvumishwa. Ingekuwa Kiingereza ndio lugha solo katika ubadilishaji msimbo wa kishazi hiki, basi tungepata kishazi "kujua yako target". Mpangilio huu, unaboronga mpangilio wa sarufi ya Kiswahili sanifu ingawa unawezekana katika mawasiliano ya kimtindo.

Kutokana na uchambuzi wa lugha solo katika matini yetu, inaelekea kwamba Kiswahili ndio lugha solo iliyozagaa zaidi kwa vishazi vinane ikifuatwa na Kiingereza chenye vishazi viwili na Kinandi chenye kishazi kimoja. *Sheng* haijatumika kama lugha solo katika matini hii ijapokuwa kuna neno moja la *Sheng* "Storo". Kutokuwepo kwa kishazi chenye *Sheng* kama lugha solo ni jambo linalodhihirika katika tafiti kwamba *Sheng* hutegemea lugha nyingine hasa Kiswahili kisarufi (Ogechi, 2005; Githiora, 2008).

Mintarafu ya madai ya Myers-Scotton (1993a), matini hii inaelekea kufanya uteuzi lugha unaotarajiwa. Kama tulivyoeleza awali, mji wa Eldoret una wasemaji wa asili mbali mbali kikabila na kilugha. Ingawa Wanandi ni wengi, lugha ya kati na kati ambayo ingewasaidia wafanyibiashara kuwasiliana na wateja wao ni Kiswahili kama

lugha ya taifa. Hata hivyo, matumizi ya Kiswahili sanifu yangekwamisha mawasiliano kwani baadhi ya maneno katika matini yangetafsiriwa na kuwasilishwa kwa Kiswahili yangeonekana kuwa changamano tofauti na pale ambapo maneno haya yanawasilishwa kwa *Sheng* na Kiingereza. Maneno haya ni “Storo” (story-hadithi), ‘Boooonus” (bonus-marupurupu/ziada), “Free YouTube” (YouTube ya Bure), Bundles (kifurushi cha data/ Salio), On Kenya`s Best 4G+ Network (mtandao bora zaidi wa 4G+ nchini Kenya), Target (Shabaha). Inavyoelekea, tafsiri hizi hazijitokezi kuwa lugha ya kawaida inavyoeleweka na wengi ambao hawajihusishi na matumizi ya Kiswahili sanifu. Hawa ndio wanaolengwa na wenye bidhaa inayotangazwa. Kwa hiyo, kule kuteua ubadilishaji msimbo unaohusisha misimbo ya wakaazi wa Eldoret kunasaidia sio tu wauzaji wa salio ndiposa matini ya bango hili ina uteuzi unaotarajiwa. Matumizi ya lugha ya kiasili ni kitega uchumi. Salo (2012) anasema kuwa, lugha za kiasili ni sehemu ya uchumi duniani hasa ikitumika katika mazingira ya wingi lugha.

4.1.3 Vyakula na Vinywaji

Tulikusanya mabango ishirini na mbili (22) yanayorejelea vyakula na vinywaji katika maeneo ya mji wa Eldoret. Baadhi ya yale ambayo yalihusu vinywaji yalitangaza vinywaji vya kulevya. Kwa mujibu wa shirika la serikali ya Kenya linaloshughulikia matumizi ya pombe na madawa ya kulevya, kuna matumizi makubwa ya pombe na madawa ya kulevya (NACADA, 2022). Matumizi haya yanachangiwa na miongoni mwa sababu nyingi, utangazaji unaofanywa na viwanda na wauzaji kuhusiana na pombe. Vijana wa kati ya miaka 10 na 35 wamejiingiza katika matumizi ya vileo. Matangazo yanayowalenga watumiaji hawa hutumia misimbo ambayo imetia fora miongoni mwao, kama vile, *Sheng* na ubadilishaji msimbo.



Bango 4.3 Tangazo la Kileo

3₁ [Ni SHOWBiz]¹
 [Ni SHOW]²
 [BUT PIA NI BUSINESS]³
 [# SHINEON]⁴

Bango hili linatangaza pombe na lina vishazi vinne ambavyo vinaelekea kutumia *Engsh* kama lugha solo. *Engsh* ni msimbo ambao unatumia sarufi ya Kiingereza na vile vile fonimu za Kiingereza ambazo zimeendelezwa jinsi zinavyotamkwa kisimu (Abdulaziz & Osinde, 1997; Barasa & Mous, 2017). Bango hili lina mchanganyiko wa mofimu wazi za Kiswahili na Kiingereza ambapo mofimu za Kiswahili zinaeleka kutokana na mofimu fiche za Kiingereza. Kwa mfano, katika kishazi cha kwanza na kishazi cha pili inaelekea vimetokana na *it is(it`s)* ambapo katika kiwango fiche vishazi hivi vingekuwa *it is Showbiz, it is show*. Lakini katika hali wazi inajitokeza kama *Ni showbiz, Ni show*. Hali hiyo imejitokeza katika kishazi cha tatu ambapo tuna *Ni Bizness*, katika kishazi cha nne mofimu mbili *Shine* na *On* zimeunganishwa kuwa neno moja na kushadidiwa kwa kutanguliza alama ya reli. Matumizi ya alama ya reli yanaendana na madai kwamba matumizi ya *Engsh* yanayofanywa na vijana yanaazimia kudhihirisha msimbo huo kama msimbo wa kimtindo unaowachomoza

watumiaji wake hususan vijana wanajitokeza kama watu wanaoendana na mitindo ya wakati unaohusika (Spyropolous, 1987; AbdulAziz & Osinde 1997).

Ishara zaidi ya mitindo ya *Engsh* inaoneshwa na maandishi yanayojitokeza kwa matamshi ya kimtindo kwa mfano, *Bizness* badala ya *Business* na vile vile udondoshaji wa silabi kama vile *ShowBiz* ambalo kiurefu ni *Showbusiness* lakini silabi *-ness* imedondoshwa. Katika bango hili, uteuzi wa lugha unaelekea mkondo wa lugha tarajiwa, mintaarafu ya Myers (2003).

4.1.4 Kilimo

Kuhusiana na maudhui ya kilimo, tulikusanya mabango kumi na moja (11) mjini Eldoret. Kama tulivyoeleza awali, wakaazi wa mji huu hujishughulisha na ukulima wa nafaka kama vile: mahindi, ngano na wimbi miongoni mwa nafaka nyingine. Pia wanafanya ufugaji wa mifugo kama vile: ng`ombe, nguruwe, ngamia, kondoo na mbuzi, kwa ajili ya maziwa na nyama.



Bango 4.4 Tangazo la Kilimo

Bango nambari 4.4, ni la kiwanda cha maziwa cha Brookside. Kiwanda hiki hununua maziwa kutoka kwa wakulima na kusindika bidhaa mbalimbali kama vile maziwa lala, mtindi, siagi, samli na kadhalika kabla ya kuuza bidhaa hizo. Ili kukuza mauzo yao, kiwanda hicho hutangaza bidhaa zake kwa njia mbalimbali kama vile redio, runinga, magazeti na mabango.

4. [MKULIMA, NUFAIKA NA BROOKSIDE!]¹
 [NOW UPTO KSH 42 PER KILO]²
 [DELIVER MILK TODAY TO RUIRU FACTORY]³

Bango hili lina vishazi vitatu kimoja kikiwa ni cha Kiswahili na viwili ni vya Kiingereza. Kishazi “Mkulima, Nufaika na Brookside” kina nomino mbili [Mkulima] ambayo imetumika kuhimiza anayelengwa na tangazo hili ambaye ni mkulima ilhali, nomino “Brookside” inataja pale ambapo mkulima anahimizwa alenge. Katika kuhimiza huko, tangazo linamlenga mkulima kwa kumuonesha manufaa ya kuchagua kiwanda cha Brookside. Manufaa yenyewe ni kipato ambacho atakipokea, ndiposa tangazo likasema “nufaika na Brookside”. Kishazi hiki kina lugha solo ya Kiswahili kwa kutegemea mpangilio wake wa maneno. Vile vile, maneno au mofimu zilizotumiwa ni za Kiswahili isipokuwa nomino “*Brookside*” ambalo japo linaonekana ni la Kiingereza neno hili ni jina la kiwanda ambalo linaweza kujitokeza kwa lugha yoyote. Katika muktadha wa Kenya, kuna haki za kibinadamu za lugha ambapo majina ya biashara hujitokeza kwa lugha za Kiswahili, Kiingereza, Kihindi na lugha za kikabila (Ogechi, 2005). Uteuzi huu labda unatokana na athari ya sera ya lugha tangu wakati wa ukoloni ambapo Kiingereza kinaelekea kuwa lugha ya hadhi ikilinganishwa na Kiswahili na lugha za kiasili katika uhusiano wa kitraigolusia (Mkilifi,1972).

Vishazi vingine viwili ni vya Kiingereza na kwa hivyo vina muundo wa umoja-lugha. Hata hivyo, vina mchanganyiko wa maneno ya Kiingereza, vifupisho vya maneno ya Kiingereza, numerali na jina la mahali. Kipashio “Ksh 42” ni ufupisho wa “Kenya Shillings” na numerali 42 ambapo ilitarajiwa katika maelezo ya urefu ile numeral 42 ingeandikwa kikamilifu kama “*forty two*”, kifupisho kingine ni “*Kilo*” ambacho kiurefu ni “*Kilogram*”.

Tunachoshuhudia katika kishazi hiki ni uteuzi wa lugha ya Kiingereza ambapo muundaji wa bango ametumia mtindo usio rasmi wa ‘*Kenya Shillings forty two per*

kilogram". Ili kufikisha ujumbe wake ametumia mtindo huu usio rasmi ambao umezagaa katika matangazo ya kibiashara sio tu nchini Kenya bali pia katika maeneo mengine kama alivyoshuhudia Nurhikmawati (2016) katika utafiti wake kuhusu mitindo ya lugha ya matangazo nchini Indonesia.

Kwa ujumla, bango hili limeteua lugha mbili Kiswahili na Kiingereza na kuzisuka kwa mtindo usio rasmi, yaani lugha inayoelekea kuwa ya mazungumzo ambapo msemaji humuita msikilizaji ili kunata usikivu wake (mkulima,) kabla ya kutoa ujumbe wake. Ujumbe huo umetumia sio tu ubadilishaji msimbo wa Kiswahili na Kiingereza bali ufupishaji wa maneno (*Ksh, Kilo*). Na yote haya yameshadidiwa na kielelezo cha mtungi wa kubebea maziwa yanapokuwa yanasafirishwa na wakulima hadi kwenye vituo vya kampuni ya Brookside vya kukusanyia maziwa. Kielelezo hiki huenga kinafaa kwa sababu kinamvutia mkulima wa maziwa hata kama hana ujuzi wa kusoma na kuandika.

4.1.5. Benki

Kuna mashirika mengi ya kifedha mjini Eldoret kama vile Cooperative Bank, NCBA, Equity, I & M, National, ABSA, Standard Chartered na Diamond Trust. Baadhi ya mashirika haya ni makubwa na yana matawi katika miji mingi ilhali mengine ni madogo. Isitoshe, mashirika mengine huwa ya msisitizo wa wateja wa aina mbalimbali kama vile wakulima, wafanyi biashara, wachuuzi, wachukuzi na waajiriwa (wa serikali na taasisi za kibinafsi). Watu hawa ndio wateja wanaolengwa na mashirika ya benki ambayo yanatoa huduma mbali mbali.

Mabango tuliyoyakusanya kuhusiana na benki yalionesha uteuzi mbali mbali ambapo benki huendesha biashara za kukusanya na kupokea kodi mbali mbali, kutoa mkopo pamoja na kutuma na kupokea pesa. Katika kuwahudumia wateja mbali mbali na

kutoa huduma mbali mbali, mashirika haya ya kibenki hutangaza huduma zao kwa mabango yenye uteuzi wa lugha mbali mbali. Tumeshuhudia ruwaza mbili kuu: lugha moja na ubadilishaji msimbo. Mabango yaliyotumia lugha moja yaliteua ama Kiingereza au Kiswahili kama inavyoonyoneshwa katika mifano ifuatavyo:



Bango 4.5 Tangazo la benki

Ijapokuwa eneo la mji wa Eldoret lina wasemaji wengi wa lugha ya Kikalenjin, bado kuna idadi kubwa ya wakazi wa Eldoret wa makabila mengine ambao wanatumia Kiswahili na Kiingereza. Labda ukweli huu wa mchanganyiko wa wakaaji ambao wanatumia Kiswahili au Kiingereza kama lugha sambazi ndio motisha ya kuteua Kiswahili au Kiingereza katika matangazo ya benki badala ya kuteua Kikalenjin. Pia, mashirika haya yangeteua Kikalenjin katika mabango yao labda yangegharimika zaidi kwa kulenga sehemu ndogo ya wakaaji wa mji wa Eldoret ikilinganishwa na uteuzi wa linguafranka (Kiingereza na Kiswahili) – lugha ambazo bado zinaeleweka na wasemaji wa Kikalenjin. Kwani, chochote kinachowekwa katika umma kinaweza

kusomwa na kufasiriwa (Jeffermans, 2015). Katika bango 5, tunapata matumizi ya lugha mojawatu ambayo ni Kiingereza. Uteuzi wa Kiingereza katika bango hili unalandana na maoni ya Bolton (2012) anayesena kuwa, ukuaji wa Kiingereza umetokana na utandawazi ambao umeathiri uchumi na utamaduni. Kiingereza ni lugha inayohusishwa na uwezo na fahari katika ulingo wa kibiashara (Ross, 1997).

Hata hivyo, kuna uwezekano kwamba baadhi ya wateja wanaolengwa sio wasemaji wa Kiingereza au Kiswahili fasaha au labda mashirika ya benki yanatambua ukweli wa matumizi halisi ya lugha katika jamii ya mji wa Eldoret. Kwa sababu hiyo, mashirika hayo yameamua kutumia uchanganyaji msimbo kama inavyooneshwa na mabango yafuatayo:

4.1.5.1 Uchanganyaji msimbo wa Kiswahili na Sheng



Bango 4.6. Tangazo la Mkopo

6[Unahitaji Boost]¹
 [Jikolee na Mcoop Cash Salary Loan hapo hapo]²

Hili ni tangazo linalonadi mikopo ya benki ya ushirika (Cooperative Bank) . Katika vishazi viwili vya ubadilishanaji msimbo wa Kiswahili-*Sheng*, tunashuhudia matumizi ya mofimu wazi za Kiswahili na Kiingereza katika mfumo wa *Sheng*. Kishazi cha kwanza, *unahitaji Boost?*, kina maneno ya Kiswahili na Kiingereza, *unahitaji*, ambalo ni la Kiswahili linalotumika kwa fahiwati ya Kiswahili na hivyo linaweza kueleweka na msemaji yeyote wa Kiswahili. Neno la pili, *Boost*, ni mofimu ya Kiingereza lakini linatumika katika fahiwati ya *Sheng*. Katika Kiingereza *Boost* kama kitenzi lina maana ya kusaidia au kuhimiza mtu au kitu ili kukuza na kuboresha mathalan: “*Andy boosted him up high enough to reach the keys*”

Kama ilivyo katika sentensi yetu, nomino *Boost* ni chanzo cha uhimizaji au usaidizi ambao matokeo yake ni kuleta ubora. Kwa mfano:

“*The cut in interest rates will give a further boost to the economy*”. Katika muktadha wa kishazi hiki, *Boost* linatumika kama nomino lakini linaashiria pesa wala sio rasilimali yoyote kama ambavyo ingetokea katika lugha ya Kiingereza. Katika kishazi cha pili, *Jiokolee* na papo hapo ni mofimu za Kiswahili ilhali *MCoop Cash salary loan* ni mofimu za Kiingereza.

Ijapokuwa *Jiokolee* ni mofimu ya Kiswahili, fahiwati yake haipatikani iwapo msemaji hana ujuzi wa *Sheng* na fahiwati hiyo ya *Sheng* huwa inabadilika kila kuchao (Beck 2015; Mous & Barasa 2016). Kimsingi na ukweli ulivyo katika Kiswahili, kujiokolea kunaibua fahiwati ya kujinusuru labda mtu anapozama, anashikilia jani, kijiti au kisiki majini ili ajiokoe. Katika muktadha huu, fahiwati ya Kiswahili cha kawaida imepanuliwa katika muktadha wa maswala ya fedha na mikopo. Anayelengwa na tangazo hili anachukuliwa kuwa katika hatari ya kuzama kifedha na anahitaji kitu cha kumuokoa na “mkombozi” huyo ni *MCoop Cash salary loan*.

Ingawa mfumo huu unawalenga wateja walioajiriwa na kupokea mshahara, benki vile vile huwalenga wafanyi biashara na watu wengine wasiokuwa na mshahara kama inavyoonekana hapa:



Bango 4.7. Tangazo la Mkopo

7[Nunua Isuzu]¹

[na]²

[95% Financing from Co-op Bank]³

Bango hili lina vishazi vitatu. Vishazi hivi vinadhihirisha uchanganyaji msimbo. Ruwaza ya msimbo Kiswahili-Kiingereza inaonekana katika tungo la bango hili. Kishazi cha kwanza na cha pili Nunua Isuzu na, vimewasiliswha kwa lugha ya Kiswahili. Matini ya kishazi cha tatu lugha ya Kiingereza imetumika. Maneno ya kishazi cha tatu, 95% Financing from Co-op Bank; ufadhili wa asili mia 95 kutoka

Benki ya Co-op yameunganishwa na mofimu na kwenye kishazi cha kwanza ili kukamilisha tangazo linalokusudiwa. Kule kuunganishwa kwa vishazi vya kwanza na tatu labda ni kumuepusha msomaji hali ya taharuki na maswali ya balagha kutaka kujua nitanunua Isuzu na sina hela? Kwa upande mwingine, matumizi ya numerali 95% huenda ilikusudiwa kusawiriwa kwa Kiingereza ama Kiswahili. Lugha solo ya tangazo hili inaashiria lugha ya Kiswahili tukizingatia kwamba, vishazi vya kwanza na pili vimekamilishwa na kishazi cha Kiingereza. Hata hivyo, mwenye bango huenda alifanya uteuzi wa lugha kwa misingi ya lugha tarajiwa akizingitaia kuwa wenyeji wa Eldoret wana uelewa wa lugha ya Kiswahili na Kiingereza. Mtungaji alitarajia kuwafikia wateja ambao ni wafanyibiashara wa uchukuzi pamoja na wakulima mjini Eldoret kwa imani kuwa wenyeji hawa wana uwezo wa kusoma maandishi hayo. Ufanisi wa matangazo ya mabango hutegemea kile kinachowasilishwa, jinsi pamoja na mbinu ya kimawasaliano inayotumika na mtangazaji (Suditu et.al, 2016). Kwa hivyo, uteuzi wa ujozi lugha ni mkakati ambao tumeshuhudia katika bango hili.

4.1.6. Afya

Imedaiwa kwamba afya inachukua asilimia kubwa ya mzigo wa matumizi ya mataifa mengi barani Afrika na kwamba lugha ni muhimu katika kupunguza au kuongeza janga la magonjwa kwa kutegema matumizi yake katika muktadha wa kutoa huduma za afya au utangazaji wa uenezaji wa ugonjwa (Pauline, 2009). Mbali na magonjwa ambayo yanatokea mara kwa mara kama vile malaria, mafua, kipindupindu, kisukari, na homa ya matumbo, miongoni mwa mengineyo, Kenya imeendesha kampeni za ama kuangamiza magonjwa kama vile kifua kikuu, ukambi, ugonjwa wa kupooza (polio) na ndui. Serikali pamoja na washirika wake, kama vile Shirika la Afya Ulimwenguni, imeendesha kampeni za kutoa habari ya jinsi ya kuzuia kuenea kwa virusi vinavyosababisha magonjwa kama vile UKIMWI na UVIKO-19. Utafiti wetu

ulikusanya mabango yanayotoa habari kuhusu uzuiaji wa magonjwa ya zinaa na msambao wa virusi vya ukimwi.



Bango 4.8. Tangazo la Afya

8[Quality condoms for maximum pleasure and protection]

Tangazo hili lina vishazi viwili ambavyo vyote vimejitokeza kwa Kiingereza. Ijapokuwa tafiti za awali nchini zilionesha matumizi ya *Engsh* na *Sheng* hususan katika muziki na vipeperushi (Ogechi, 2004; Kanana & Kebeya, 2015), wakati wa kueneza habari kuhusu UKIMWI, bango hili limetumia Kiingereza pekee. Hata hivyo, limetumia mtindo wa sentensi sahili na kuna vielelezo vya picha za pakiti za kondomu na wapenzi. Licha ya kutumia Kiingereza ambayo ni lugha ya taifa, ujumbe unafika kwa matumizi tarajiwa. Katika tangazo hili la Trust Condom mbunaji wa bango huenda alitarajia kuifikia hadhira ya wenye kisomo cha kuwawezesha kusoma matini

ya lugha ya Kiingereza, kama tunavyoona katika Wardhaugh (2006) kuwa, wazungumzaji lugha huchagua msimbo mmoja wanapowasiliana katika mazingira na muktadha mahususi. Mijadala ya vikundi nyanjani ilithibitsha ufaafu wa matumizi ya lugha moja hasa dhabiti katika matangazo ya mabango mjini Eldoret. Kichocheo cha uteuzi wa lugha fulani katika matangazo hutegemea; bidhaa/ huduma, hadhira lengwa na lugha zao, eneo pamoja na hali ya kiuchumi ya eneo hilo (Lee, 2019).

4.1.7. Vyakula

Matangazo yanayohusiana na vyakula tuliyoyakusanya yanahusiana na vyakula ambavyo vina mapishi ambayo yanaelekea kufuata mitindo ya kimataifa katika utandawazi. Eldoret kama mji unaoelekea kuwa jiji umeanza kupokea wawekezaji wa mikahawa ambayo ina mapishi na ladha ambazo bado hazijapata mashiko katika mji wa Eldoret. Kwa sababu hiyo, wawekezaji wa mikahawa hii hutangaza bidhaa zao katika mabango kwenye milingoti ya taa za umeme na magari ambayo yana miziki. Lugha inayotumika katika mabango hayo ina uteuzi unaoendana na walengwa tarajiwa.



Bango 4.9. Tangazo la Biashara ya Hoteli

7 [KFC STREETWISE 2 IMEWEZA]¹
 [TWO PIECES OF CHICKEN AND CHIPS]²
 [MEAL FITI AT 350]³

Bango hili lina vishazi vitatu vinavyojumuisha Kiswahili, Kiingereza na *Sheng*. Kishazi cha kwanza, *KFC STREETWISE 2 IMEWEZA*, kina mofimu za Kiswahili na Kiingereza na kujumuisha numerali, 2, badala ya mbili au TWO na kishazi chenye kimefupishwa kwani mbali na kwamba *STREETWISE* inajumuisha vitu viwili ambavyo “vinaweza”, mtungaji hajatueleza nini kinawezwa. Lakini kutokana na muktadha huu, kinachowezwa ni njaa; na mpangilio wa maneno ya kishazi hiki unadhihirisha Kiswahili kama lugha solo. Kishazi cha pili vile vile, *TWO PIECES OF CHICKEN AND CHIPS*, kimefupishwa kwani mwanzo wake labda ungekuwa *It comprises* na kinafuata mpangilio wa Kiingereza kama lugha solo. Kishazi cha tatu ni

ubadilishaji msimbo wa Kiingereza na *Sheng* na vile vile kinajumuisha numerali 350. Neno *Fiti* linalovumisha MEAL lina asili ya Kiingereza. Na numeral 350 kama bei ya chakula hicho inaweza kuwa *Three hundred and fifty au Mia tatu hamsini*. Hata hivyo, kwa kuzingatia mpangilio wa maneno na hasa matumizi ya kihusishi *at* inaelekea kwamba lugha solo ya kishazi hiki ni Kiingereza. Katika mazingira ya mijini ambamo lugha hutagusana na kusukana, athari na matarajio husawiriwa na nguvu ya lugha kuonekana (Mondada, 2000).

Licha ya kupambanua lugha solo na ufupishaji uliojitokeza katika uteuzi huu wa lugha, bango hili halikamiliki kimawasiliano bila ya vielelezo. Vipande viwili vinaeleweka msomaji anapoangalia picha ambayo inaonesha muuzaji au mnunuzi akishikilia vipande vya kuku na kijiboksi cha vibanzi. Uteuzi wa lugha na vielelezo jinsi unavyotokea katika bango hili ni mtindo ambao ulijitokeza katika mabango yote ya vyakula tulivyokusanya.

4.1.8 Hitimisho

Sura ya nne imechanganua data kwa ajili ya madhumuni ya pili ya utafiti huu: kwendana kwa uteuzi wa lugha pamoja na vielelezo vya mabango. Uchanganuzi umeongozwa na nadharia za lugha-solo na lugha-bebwa pamoja nadharia ya lugha (isiyo) tarajiwa (Myers-Scotton, 1993a, 1993b, 2001). Pia tumejadili data zetu za ruwaza mbalimbali kwa kurejelea matokea ya tafiti za awali zinazohusiana na mada hii. Msimbo unaoteuliwa huenda ukawa juu, kushoto au katikati mwa ishara teule. Katika wingi lugha ni vigumu kuweka misimbo yote katika nafasi sawa kwa wakati mmoja ila inategemea maamuzi ya mtumiaji lugha (Spolsky, 2009). Kila lugha inahadhi yake katika nafasi ya wingi lugha.

SURA YA TANO

5.0 Utangulizi

Sura hii imejikita katika upambanuzi wa viziada lugha vilivyotumika katika mabango ya matangazo mjini Eldoret. Kwa kuwa nadharia za Myers-Scotton (1993a; 1993b) haziwezi kutumika kuchanganua viziada lugha katika mawasiliano, uchanganuzi wa data katika sura hii umeongozwa na mkuku wa dhana ya semiotiki. Kama tulivyoeleza katika sura ya kwanza (tazama sehemu ya 1.9), semiotiki ni taaluma ya ishara iliyoasisiwa na wanaisimu Ferdinand de Saussure ambaye alishughulikia dhana ya kiashiria na kiashiriwa. Baadaye Charles Sanders Peirce alisasambua dhana ya semiotiki na kusema kuwa ni dhana inayohusu uchanganuzi wa ishara na maana zake. Kama mkuku wa kinadharia, semiotiki ni mfumo wa alama katika lugha (Nazarova, 1996) na tumetumia semiotiki ili kuchanganua mahusiano na mtagusano baina ya matini, lugha, picha na ufaafu wa matini katika bango ili kusawiri mandhari ya lugha mjini. Mandhari ya lugha ni nafasi yenye nguvu hivyo basi, lugha na malighafi ya kisemiotiki huashiria nafasi za wingi lugha (Moriarty, 2014). Mwelekeo wa kisemiotiki katika madhari ya lugha humwezesha mtafiti kuchukulia ishara zote kwamba zina maana. Matini andishi na semi mbali mbali huakisi semiotiki ya mazingira. Tumelichukua bango zima kama matini moja na kuvichanganua vipengele mbali mbali vikiwemo rangi, michoro, picha, otografia, fonti pamoja na kifaa kilichoandikiwa tangazo yaani, nyenzo (ubao, ukuta, mlingoti au turubai) kama vielelezo vya mawasiliano ya mandhari ya lugha mjini. Kwa hivyo, katika sehemu zifuatazo tumechanganua data kwa kujikita katika rangi, picha za watu, wanyama, au vitu, nembo, sarufi na fonti.

MIKAKATI YA VIZIADA LUGHA KATIKA MAWASILIANO

5.1 Rangi

Katika utafiti huu, tulipata kwamba kila bango liliwasilishwa kwa rangi za kipekee ambazo zinahusishwa na biashara inayotangazwa. Rangi hizo zikiwa za kuvutia au zisizovutia, ziliweza kuambatanishwa katika matini ya matangazo husika ili kufanikisha lengo la mawasiliano katika tangazo hilo.



Bango 5.1. Tangazo la Uchimbaji Maji

Tangazo hili ni kampuni ya Davis & Shirliff na limewasilishwa kwa aina nne za rangi ambazo ni nyeupe, nyekundu, buluu/samawati na nyeusi. Maudhui ya bango hili yanadhihirisha kuwa hili ni tangazo la pampu za maji. Kampuni hii ya Davis & Shirliff hufanya biashara ya uchimbaji wa visima vya maji na kuuza vifaa kama vile

pampu na mabomba ya kusafirishia maji kutoka sehemu moja hadi nyingine (www.davisandshirliff.com).

Kati ya rangi hizi nne, rangi ya samawati ina mwonekano mkubwa zaidi ikilinganishwa na rangi tatu zingine (nyeupe, nyekundu na nyeusi). Samawati huhusishwa na maji hasa bahari, mito, maziwa na vijito. Ni rangi tulivu ambayo inaashiria usafi, unadhifu na inayompa mtu matumaini. Kutokana na haya, huenda kampuni hii ilitumia samawati ili kuvuta makini ya msomaji kwa kuihusisha na uhai unaouhushwa na maji, yaani “maji ni uhai”. Kwa kufanya hivyo, msomaji anashawishika na kuwa na matumaini katika maisha ikiwa atanunua pampu ya maji kutoka Davis & Shirliff. Kwa mujibu wa Taylor (2006) matini ya bango yafaa kuwa finyu na machache, ya kueleweka na kuvutia hasa kwa kuzingatia rangi, ukubwa wa bango na fonti iliyoandikiwa matini. Tunashuhudia rangi mbali mbali katika bango hili kama tunavyoianisha katika aya zifuatazo.

Matumizi ya rangi nyekundu katika matini neno ‘Nimechagua’ yanaonesha hali ya msisitizo fulani. Kwa kawaida, rangi nyekundu ni rangi inayohusishwa na hatari au majanga. Kwa hivyo, imetumika hapa kumgutua msomaji na kumkumbusha kwamba kuna hatari pasipokuwa na maji kwa kuwa maji ni uhai. Hivyo basi, anapogutushwa anaweza kufikiria kutafuta huduma yao ama kununua pampu au kuchimbiwa kisima ili apate maji ya matumizi.

Mbali na hayo, matumizi ya rangi nyeupe yanaonekana katika bango hili. Hii ni rangi inayohusishwa na usafi, amani na utulivu. Kwa hivyo, msomaji anapolitazama bango na kuusoma ujumbe katika bango hilo anapata taswira ya kupata amani anapotumia huduma za kampuni ya Davis & Shirliff. Yaani, huduma za kuuza pampu zenye

uwezo wa kusukuma maji ili kumfikishia mwenye pampu maji nyumbani au shambani mwake na kumpunguzia matatizo ya kuteka au kutafuta maji kutoka maeneo ya mbali.

Hata hivyo, rangi nyeusi imetumika kwa nafasi ndogo sana. Chini ya maandishi ya jina, Davis & Shirliff, kuna maneno “THE”, ”AVAILABLE”, “FOR”...na ”MAGNANABLE” ambayo yameandikwa kwa rangi nyeusi. Ingawa rangi hii inahusishwa na huzuni na bahati mbaya, shirika hili limetumia rangi nyeusi kwa namna ambayo inasema kuwa “hata unapokumbwa na taabu ya maji, tupo hapa kukuondolea shida hiyo na kukupa amani na utulivu kama inavyodhihirika katika rangi nyeupe na samawati zinaoonekana zaidi ya yote katika bango hili”. Rangi yoyote huvutia makini ya msomaji katika bango. Watafitiwa watoa habari walitueleza kuwa, rangi za joto zinavutia zinafanya bango kuonekana kwa urahisi. Kama anvyofafafanua Nizimani (2011) kuwa, rangi katika bango la matangazo ni kiambajengo kinachonata na kuvutia mawazo ya mteja tarajiwa, kwani Pieters et.al, (2010) anasema kuwa, rangi inayotumika katika bango inafaa kuwa angavu na yenye kuvutia. Rangi katika bango huathiri makini ya hadhira (Chen & Cheng, 2014, Balkalf et.al 2005).

5.2 Picha za wanyama, watu na vitu.

Mabango tuliyokusanya yalijumlisha picha mbali mbali zikiwemo picha za wanyama, watu, mimea na vifaa vya matumizi katika shughuli mbali mbali. Tuliweza kuzitambua picha hizo na kuzichanganua kwa mintarafu ya madhumuni ya vielelezo na viziada lugha katika mawasiliano.



Bango 5. 2. Tangazo la Uchukuzi

Bango nambari 2 linatangaza huduma za uchukuzi. Ni tangazo la AutoXpress ambayo inafanya biashara ya uuzaji wa vipuri na vifaa vingine vingi vya magari ya aina mbali mbali. Tulipoendesha utafiti wetu, kampuni hii ilikuwa na matawi matatu mjini Eldoret (auto-xpress.co.ke).

Katika Bango nambari 2, tunamwona mnyama. Mnyama huyo ni mbwa ambaye ameshikilia na kubeba mwavuli kinywani mwake na pia amevaa viatu aina ya magwata. Picha hii inaonesha hali isiyo ya kawaida ambapo tunauliza: imekuwaje mnyama kubeba mwavuli na kuvaa viatu?

Picha hii ya mbwa inajaribu kutoa ujumbe fulani ambao ni tahadhari kabla ya hatari. Yaani, amejihami na mwavuli na magwata ili iwapo hali ya anga itabadilika na kunyesha basi hatakuwa na wasi wasi wowote katika hali hiyo. Kutokana na haya, ni

dhahiri kuwa waipa ya AutoXpress ina uwezo wa kukulinda kutokana na hali mbaya ya anga hasa mvua. Mvua ikinyesha atatumia mwavuli kujikinga na hatatota. Pia magwata yatamsaidia kutembea hata kufurike, bado hatatatizika.

Picha zinaweza kulisimua mawazo ya msomaji, katika utafiti nyanjani kwenye mijadala ya vikundi, baadhi ya watafiti walithibitisha wazo hili. Watafiti wanasema, ili hadhira lengwa ipate ufahamu yakinifu kuhusu matangazo ya bango, matini katika bango ima yashadidiwe na michoro au picha,.Hoja zao ni kama ifuatavyo;

Mtafiti: Mbali na maandishi ni kipi kinakuvutia katika tangazo hili?

Mtu 2: Huyu mwanaume kwa picha ndiye anavutia



Bango 5. 3. Tangazo la Uhamasishaji wa Usajili

Bango hili ni la Wizara ya Mambo ya Ndani na Uratibu wa Serikali ya kitaifa nchini Kenya. Linatangaza shughuli za usajili wa wananchi kwa Huduma Namba. Huduma

Namba iliasisiwa na Rais Mstaafu, Uhuru Kenyatta mnamo Novemba 7, 2013. Usajili huu, ulizinduliwa rasmi mnamo Aprili 2, 2019 kwenye hafla iliyofanyika katika Kaunti ya Machakos (<https://www.the-star.co.ke/news/2019-04-02>).

Shughuli za usajili wa Wakenya zilikumbwa na changamoto mbali mbali ikiwemo hofu ya kuenezwa kwa taarifa za kibinafsi na kutumika vibaya na majangili. Hata hivyo, Mahakama Kuu iliweza kusitisha mpango tata wa utambulisho maalum (Huduma Namba) hadi pale sheria ya kulinda data ya watu binafsi itakapotekelzwa (www.bbc.com/habari-31/1/2020).

Ili kuwashawishi Wakenya kujisajili, serikali ilifanya kampeni za uhamasishaji na kuwasihia wananchi kujisajili. Mbali na matangazo redioni na kwa njia ya runinga, matangazo yalifanywa kwenye mabango katika maeneo tofauti tofauti nchini. Picha iliyopo katika bango hili ni ya aliyekuwa naibu wa rais kwa wakati huo, Dkt. William Ruto ambaye sasa ni rais wa Jamhuri ya Kenya. Kiongozi huyu mashuhuri anaonekana kutabasamu na kuashiria kidole cha gumba.

Kutabasamu na kuashiria kidole cha gumba kwa maana kuwa “iko sawa” ama “ni sawa sawa” yaani kujisajili kwa Huduma Namba ni sawa. Picha yake imeambatanishwa na ujumbe uliopo hapo juu Nimejisaili, je wewe?. Ishara hii inaweza kumshawishi Mkenya ambaye alikuwa na hofu na kususia kujisajili kwa kutokuwa na uhakika wa matokeo yake. Ishara zina upeo wa kisemiotiki na huwasilisha mahusiano katik ya mwashiriaji na mwashiriwa (Bloomert& Maly, 2014).

Ingawa kulikuwa na tetesi kuwa Dkt. Ruto alikuwa ametia baridi katika shughuli hii, aliweza kujisajili na kupata Huduma Namba yake. Wakati wa usajili alisema kuwa ni

shughuli ya usajili wa Wakenya ni muhimu katika upangaji wa taifa (www.the-star.co.ke/news/2019-04-09). Kujisajili kwa Ruto kuliwapa imani Wakenya ambao walikuwa na hofu kuhusiana na mambo ya Huduma Namba na waliweza kujisajili.

Maoni ya vikundi vya majadiliano yalibainisha kuwa viziada lugha huchangia katika ufanikishaji wa mawasiliano.

Mtafiti: Ni kipi kinakuvutia katika bango hili

Mtu1: Ni picha ya huyo mtu amefurahi ni kama ilikuwa furaha kwake

Mhusika mmoja katika kikundi cha majadiliano alipoulizwa kama alivutiwa na chochote mbali na maandishi katika bango husika, alisema kwamba: “picha ya huyo mtu amefurahi ni kama ilikuwa furaha kwake”. Labda bila viziada lugha tangazo halingelivutia makini ya msomaji.

5.2.1 Vitu mbali mbali vilionekana katika mabango tuliyokusanya.



Bango 5.4. Bango la Mipira ya Kondomu

Bango hili linatangaza mipira ya kondomu chapa *Kiss*. Matumizi ya kondomu ni njia muhimu, faafu na endelevu katika kukabiliana na janga la UKIMWI (www.usaid.gov/sites/2022-05) , mimba zisizohitajika, UKIMWI na magonjwa mengine ya zinaa yanatokana na kushiriki ngono bila ya kutumia kinga. Kinga hiyo ni kondomu.

Tangazo hili, lina picha ya pakiti za kondomu katikati mwa bango na juu kushoto kuna watu wawili (wa kike na kiume) ambao wanaashiria mapenzi na mahusiano. Nyuso zao zinaonesha furaha na tabasamu. Labda ni kwa sababu walishiriki ngono kwa kutumia kondomu chapa *Kiss* ambayo huenda iliwanusuru kupata mimba isiyohitajika na pia kuwaepusha na magonjwa ya zinaa.

Matumizi ya picha hizi yanawachamua wasomaji ama walio na afya njema au waliopatwa na janga la UKIMWI au magonjwa ya zinaa na kuwapa hakikisho kuwa bado wangeweza kufurahia maisha ila tu kwa kutumia mipira ya kondomu. Ni bora zaidi picha zikiandamana na matini katika matangazo ya mabango kwa kuwa picha hizo huathiri lengo la mbunaji wa bango (Ghaiath et.al ,2022). Kauli ya watafitiwa katika vikundi vya majadiliano ilionesha kwamba, uambatanishaji wa viziada lugha katika matangazo unaibua msisimuko fulani kwa msomaji kumfanya kudadisi zaidi kuhusiana na tangazo husika. Kama ilivyojadiliwa katika vikundi, tulipata maoni yafuatayo;

Mtafiti: Ni kitu gani kinakuvutia katika tangazo hili

Mtu 2: Ni *design* na *colours*. (Ni muundo wake na rangi)

Mtu 5: Jinsi picha ilivyochorwa na maandishi pia



Bango 5.5. Tangazo la Mafuta ya Kupikia

Hili ni tangazo la mafuta ya kupikia ya *Dola*. Mbali na kuzalisha unga wa nganona unga wa mahindi, Kitui Mills imejitoza katika mikakati ya biashara mseto na kuzalisha mafuta ya kupikia chapa *Dola* (<https://www.businessdailyafrica.com>). Kwa kuwa mafuta haya yameingizwa sokoni hivi majuzi, kampuni ya Kitui Mills haina budi kuyanadi kwa wateja watarajiwa ili mafuta hayo yajulikane katika wanajamii wa mji wa Eldoret.

Katika bango hili, kuna picha ya chombo cha kutilia na kuhifadhi mafuta ya kupikia. Mafuta ya kupikia yanaonekana kumwagika na kuenea katika sehemu palipowekwa chombo hicho. Chini yake kuna picha tofauti tofauti za pakiti za unga chapa *Dola*. Picha hizi zimeambatanishwa na kauli mbiu “Sisi ni DOLA.”

Chombo cha kuhifadhi mafuta kinamchemsha ubongo msomaji au mtazamaji ili aweze kudadisi kwa kina kwa ajili ya kujua kilichomo ndani ya chombo hicho. Katika hali ya kuchemsha ubongo, mafuta yaliyoenea chini yanampa ishara kuwa labda

mafuta hayo yalimwagika kutoka kwenye chombo hicho. Mafuta yaliyoenea yanamuelekeza kwenye chombo ambacho labda kilikuwa kimemiminwa mafuta ambayo ni kiungo cha kupikia.

Tunaona pakiti za aina mbali mbali za unga wa Dola. Picha za pakiti hizo zimewekwa hapo ili labda kutoa ujumbe wa matumizi ya mafuta ya Dola. Unga huo huenda ukatumika kupika chapati, maandazi, mahamri na hata keki. Vyakula hivi vinategemea sana mafuta kama kiungo kikuu katika maandalizi yao. Jinsi mtungaji alivyoweza kudhihirisha uhusiano wa unga na mafuta ni njia stadi ya kufanikisha mawasiliano.

Huenda nia ya mtungaji kutumia picha hii ilikuwa ni kunata makini ya msomaji na kumwelekeza kuithamini bidhaa husika kama tulivyoelezwa na watifitiwa katika mjadala wa vikundi;

Mtafiti: Ni kitu gani kinakuvutia katika tangazo hili?

Mtu4: Maandishi yanaonekana na *colours*

Mtu 3: Mchoro wa mtungi unavuti



Bango 5.6. Tangazo la Dawa ya Mimea.

Bango hili linatangaza kuhusu dawa ya kunyunyizia mimea shambani. Dawa ya Governor ni bidhaa ya kampuni ya Greenlife inayozalisha dawa za kupambana na kwekwe sumbufu shambani (www.greenlife.com). Tangazo hili linatarajiwa kumfikia mkulima yeyote mjini Eldoret. Kama tulivyoeleza katika 2.3 baadhi ya shughuli za kiuchumi mjini Eldoret ni kilimo.

Bango hili linasawiri picha ya mimea ya mahindi. Katika picha hii kuna mimea aina mbili, mahindi yaliyochipuka tu na mbele yake tunapata mahindi yaliyokwishakua na yako tayari kuliwa. Shambani palipochipukia mahindi ni pasafi, hamna magugu yoyote yaliyomea miongoni mwa mahindi ama hata kando kando ya shamba. Magugu hudhoofisha afya ya mimea shambani na huweza kurudisha chini mazao ya mkulima.

Hali ya usafi katika shamba hili, yaani shambani hamna magugu. Usafi huu unarejelea uwezo na matokea ya matumizi ya dawa inayotangazwa. Kwa hayo tunaona, hapo chini panapo mahindi ambayo yamenawiri na kuwa tayari kuliwa kwa kuwa yalihifadhiwa na kukingwa dhidi ya magonjwa na wadudu waharibifu.

Mtungaji wa bango hili amechora taswira ya ufanisi wa kilimo iwapo mkulima atatumia dawa ya *Governor* kukabiliana na kwekwe shambani mwao. Taswira hii inaweza kumpa mkulima sio tu himizo bali pai matumaini ya kuteua na kujaribu dawa ya *Governor*. Ili kushadidia taswira hii, mijadala ya vikundi ilionesha kuwa matumizi ya picha yana uwezo wa kumfanya msomaji kupata picha ya kile kinachowasilishwa bila ya kusoma maandishi ambatanishi. Mmoja wao alieleza jinsi bango lilivyomvutia:

Mtafiti: Je, ni kipi kinakuvutia katika tangazo hili?

Mtu 2: Picha

Mtu 1: Kitu *yenye wana advertise* hapa ni dawa, na naona shamba safi. Picha hii

inavutia kwa sababu shamba linaonekana safi sana na mimea imekua.

Watafitiwa kwenye vikundi walisema kuwa bango hilo liliweza kuwavutia kwa kuwa wangeweza kuoanisha picha ya shamba, mimea iliyonawiri na dawa iliyotangazwa. Kwa hayo, wanapata kuelewa azma ya mwenye bango kuwa anatangaza kuhusu kilimo na ubora wa dawa ya *Governor*.

5.3 Ubora wa Nyenzo

Kwa mujibu wa Scollon & Scollon (2003), nyenzo ni mahali mnamoandikiwa maandishi. Nyenzo inayotumika husawiri ubora na hali ya kudumu. Ubora na kudumu kwa nyenzo hutegemea uwezo na chaguo la mwenye bango. Kwa mintarafu ya utafiti wetu nyenzo inawezakuwa dutu, kibao ,karatasi na kitambaa miongoni mwa nyenzo

nyingine. Mabango tuliyoyakusanya yalikuwa yameandikwa kwa nyenzo za aina mbali mbali zilizoonesha uwezo wa mwenye bango kifedha.



Bango 5.7. Tangazo la Huduma ya Ukuzaji wa Mbwa.

Bango hili linatangaza huduma za mafundisho na mazoezi kwa mbwa. Tangazo hili limesawiriwa kwenye kibao kilichopakwa rangi nyeupe na kuangikwa kwenye mlingoti wa umeme pembezoni mwa barabara. Ubora wa bango hili ni hafifu ikizingatiwa kuwa sehemu ya bango imeanza kuchubuka rangi. Kwa hivyo, bango hilo halitadumu. Uamuzi wa mwenye bango hili kukitumia kibao hiki unadhihirisha kuwa labda hangelimudu bango la kuchapishwa kwa dutu inayodumu. Hata hivyo, ingawa ametumia nyenzo ya aina hii, mtangazaji ameweza kufanikisha mawasiliano aliyoyakusudia.



Bango 5.8. Tangazo la Kileo

Hili ni tangazo la kinywaji, aina ya pombe inayoitwa *Senator*. Kinywaji hiki ni bidhaa ya East African Breweries Limited (www.eabl.com). Tangazo hili limeandikwa kwa dutu ya kuchapishwa ambayo inaonekana nadhifu na bora kuliko ile iliyoandikwa kwa mkono kwenye kibao au karatasi. Mbali na ubora wake inaonekana kwamba ni ya kudumu na pia thamani na gharama yake ni ya juu. Biashara za kampuni ya East African Breweries Limited huzoa faida ya mauzo kila mwaka (www.eabl.com). Kwa hivyo, kampuni hii ina uwezo wa kugharamia bango kama hili. Nyenzo ni elementi muhimu katika matangazo. Mijadala ya vikundi ilithibitisha kuwa bango lililosawiriwa kwenye bango uchwara tu haliwezi kuvutia. Walisema kuwa, unadhifu wa nyenzo unawezesha mawasiliano katika mabango.

5.4 Sarufi

Sarufi ya lugha ni muhimu katika mawasiliano yoyote. Kama anavyotueleza Matinde (2012), sarufi ni taaluma ya lugha inayochunguza na kuchanganua kanuni mbali mbali zinazotawala lugha. Sarufi ya lugha ni taratibu anazozifuata mtumiaji lugha kwa

mazungumzo na maandishi. Lugha inapotumika kwa kuzingatia arudhi zake basi ujumbe utaweza kufikishwa na kueleweka ipasavyo.



Bango 5.9. Tangazo la Huduma za Benki

Hili ni bango linalotangaza biashara ya Benki ya Co-operative Bank. Mjini Eldoret, Benki ya Co-operative ina matawi matatu katikati mwa mji. Hata hivyo, kuwepo kwa benki hii huenda ni kwa sababu ya biashara mbali mbali na shughuli za ukulima zinazopatikana katika mji wa Eldoret. Katika bango hili, taarifa imetolewa tu. Ujumbe huu, POKEA PESA KUTOKA NG`AMBO KUPITIA CO-OP BANK umewasilishwa kwa Kiswahili sanifu. Lugha ambayo imetukia hapa ni sahili na ujumbe umewasilishwa kwa njia inayoeleweka kwa msomaji yeyote, kama avyosema Taylor et.al. (20006), matini katika bango la matangazo yafaa kuwa sahili , kueleweka na

kuvutia. Kama tulivyotaja mbeleni, mji wa Eldoret ina watu wa viwango mbali mbali kielimu.

Hata hivyo, ingawa Kiswahili na Kiingereza ni lugha rasmi nchini Kenya, mtungaji wa bango hili ameteua Kiswahili ili kuwafikia labda wasioweza kusoma na kuelewa ama Kiingereza, Sheng au Kinandi. Mbali na kuwa Sentensi hii haijaanza na nomino, inaonekana kuwa labda neno 'mteja' limedondoshwa kimakusudi ikitegemewa kuwa yeyote atakayesoma maneno hayo ataelewa tu kwa urahisi. Hoja mbali mbali ziliweza kufikiwa katika mijadala ya vikundi kuhusiana na ufaafu wa lugha, watafitiwa walisema kuwa, uteuzi wa lugha ya Kiswahili ni bora katika matangazo ya aina hii. Waliendelea kudokeza kwamba, kwa kuwa mji wa Eldoret ina wakulima wengi na hasa huenda hawaelewi lugha ya Kiingereza matumizi ya Kiswahili ni mwafaka na kuliwezesha mawasiliano katika bango hili.

5.4 Fonti

Kwa mujibu wa McCarthy & Mothersbaugh (2002), fonti ina ushawishi mkubwa katika matangazo ya kibiashara. Kuna aina tofauti tofauti za fonti na zinatumiwa kwa njia mbali mbali ili kuteka makini na kuibuia hisia chanya kwa msomaji wa maandishi katika tangazo.



Bango 5.10. Tangazo la Uchukuzi

Hili ni bango linalotangaza biashara ya magurudumu aina ya Michelin na BFGoodrich ambayo yanatengenezwa na kampuni ya Kingsway Tyres. Kwa mujibu wa bango hili, fonti mbali mbali zimetumika katika uwasilishaji wa ujumbe. Fungu la maneno “XmaSS bila StreSS” limeandikwa kwa fonti aina ya *Colonna MT* ambayo haionekani nadhifu na inafikisha ujumbe kwa kuchanganya ndimi. Yaani, mtungaji amechanganya Kiswahili na Kiingereza na pia neno Xmass limedondoshwa kutoka kwa neno Christmas. Hata hivyo, kuna uwezekano kuwa mwandishi huyu aliteua aina hii ya fonti kwa kuwa inawakilisha hali ya lugha mjini Eldoret ambapo huenda anaamini kuwa ubadilishaji wa fonti katika kifungu kimoja cha maneno, unaweza kumvutia msomaji. Kwa upande mwingine, katika neno FREE fonti iliyotumika ni *Candara* ambayo imetumika kusesitiza 12 MONTH iliyoandikwa kwa fonti ya *Arial Narrow* kwa wino uliokolea. Ili kusesimua hisia zaidi, mtungaji wa tangazo

alibadilisha fonti kwenye ujumbe maalum ambao ni “TYRE DAMAGE GUARANTEE” kwa kutumia fonti ya *Arial Narrow* isiyokolea wino na *Bahnschrift Bold Condensed* mtawalia.

Upande wa chini kulia, neno PLUS limewasilishwa kwa fonti aina ya *Bahnschrift SemiBold Condensed* italiki. Chini yake, vifungu cha maneno “FREE DASHCAM” na “FOR EVERY 4 TYRES” vimeandikwa kwa mifumo ya fonti aina ya *Calibri* na *Franklin Gothic Book* mtawalia. Matumizi ya fonti tofauti tofauti katika tangazo hili la Kingsway Tyres, yanaonesha uhuru wa uandishi katika matangazo ya mabango kwa nia ya kutaka kuchochea hisia za msomaji. Kauli za watafitiwa katika mijadala ya vikundi inaonesha kuwa, maandishi yanapowasilishwa kwa njia fulani, kuna uwezekano wa kuongeza mwonekano wa ujumbe unaokusudiwa. Baadhi ya kauli hizo ni kama ifuatayo;

Mtafiti: Je, ni kipi kinakuvutia katika tangazo hili?

Mtafitiwa: Ni *design* ama *colours*.

Mtafitiwa : Jinsi picha ilivyochorwa na maandishi pia inavutia”.

Kauli hizi zinafafanua kuwa licha ya maandishi katika tangazo lolote, uambatishaji wa picha na uteuzi wa namna ya kuandika kwa fonti mbali mbali unachangia pakubwa katika ufikishaji wa ujumbe unaowasilishwa. Fonti nzuri na inayosomeka huwezesha mwonekano wa kile kinachowasilishwa kwenye matangazo ya mabango (Garvey et.al. 2016). Matini yanayosawiriwa kwa fonti imara na maandishi makubwa yanayoweza kusomeka hurahisisha usomaji wa bango hilo. Kwayo, Grigaliūnaitė et al. (2016) anasema kuwa, wateja lengwa hupendelea na kuvutiwa na matini yaliandikwa kwa fonti kubwa.

5.5 Nambari za simu

Mfanyibiashara yeyote hutarajia kuuza bidhaa zake na kupata faida mwishowe. Hata hivyo, wengi wao hutegemea kuwa wanafaa kujiuza kwa namna yoyote ile ili waweze kutanua mawanda yao kibiashara. Kupitia mawasiliano ya simu wafanyibiashara wanaweza kupokea majibu kutoka kwa wateja wao kuhusiana na hali ya huduma walizopata. Mara nyingi iwapo mteja mtarajiwa anatafuta bidhaa fulani, anaweza kuuliza uliza na kupata kuelekezwa kwa duka ama ofisi fulani. Wengine huchukua nambari za simu, ili waweze kuwasiliana na yeyote yule anayeelekezwa kwake.



Bango 5.11. Bango la Uganga



Bango 5.12. Tangazo la Bima.



Bango 5.13. Tangazo la Habari na Mawasiliano

Picha za mabango nambari 11 hadi 13 zinadhihirisha kuwa njia moja ya mawasiliano katika mabango ni kupitia kwa nambari za simu pamoja na nambari elekezi. Matumizi ya nambari hizilabda yanaweza kumsisimua msomaji kuwa na hamu ya kutaka kujua zaidi kuhusu huduma au bidhaa inayotangaziwa pale. Kwa mfano, hapo awali tuna tangazo la kitabibu ama mganga (tazama bango nambari 11) ambaye amejitangaza kuwa anatatua shida mbali mbali. Kulingana na mganga huyu, njia pekee ya kumfikia ni kupitia kwa simu na ili kutimiza haja yake ameweka nambari zake za simu 0717 572 345 baada ya ujumbe. Mtungaji wa tangazo hili anatarajia kupigiwa simu na wateja watarajiwa.

Katika bango nambari 12 la Fidelity Insurance, nambari za simu zinaonekana hapo chini. Namba za simu 0709 988 000 ni nambari za kipekee ambazo ni rahisi kushika akilini. Nambari hizi zikipigwa inatarajiwa kuwa kutakuwa na mhudumu ambaye ataipokea simu na kumsaidia yule mteja mtarajiwa, labda kwa kujibu maswali yake na kumwelekeza zaidi. Ingawa kuna njia nyingine za mawasiliano kama vile barua, barua

pepe miongoni mwa mengineyo, mtungaji wa bango ameteua kutumia mawasiliano ya simu kwa kuwa labda kwake ni njia rahisi na mwafaka wa kuwasiliana na wateja.

Nambari elekezi zinaonekana kwenye bango nambari 13 la Safaricom. Hii ni kampuni kubwa inayotoa huduma za mawasiliano na intaneti nchini Kenya. Kwa mujibu wa www.standardmedia.co.ke utafiti wa IPSOS unaonesha kuwa Safaricom imeratibiwa kuwa kampuni nambari moja ya kutoa huduma za mawasiliano nchini Kenya. Huduma zake kama vile M- Pesa zina umaarufu zaidi nchini. Mwenye bango anasema DIAL *555# . Yaani, “bonyeza nyota tano tano tano na alama ya reli” ili upate huduma za kununua data na uweze kufurahia kuwasiliana na wenzako kwa njia ya WHATSAPP bila wasi wasi wa kuishiwa na data.

Matumizi ya numerali katika mabango huenda ni tukio la kisaikolojia. Mtungaji wa bango anapotumia numerali badala ya maneno kwa mfano, angeliandika “bonyeza nyota tano tano tano na alama ya reli” kwa nafasi ya *555# labda hakungemvutia msomaji. Kwa mujibu wa Erachalu (2015), lugha maalum na ya kipekee hutumika katika matangazo ya mabango ili kuisitiza na kunaksi bidhaa na huduma inayotangazwa. Matumizi ya numerali pengine yana nguvu na mnato fulani unaoweza kuibua hisia chanya kwa mteja mtarajiwa na kumpa utashi wa kuwasiliana na mwenye bidhaa kwa kuwa ni rahisi kuhifadhi akilini. Katika mijadala nyanjani, waatafitiwa walisema kuwa kuwepo kwa nambari za simu kunawaelekeza zaidi kuwafikia wenye bidhaa au huduma inayotangazwa.

SURA YA SITA

MATOKEO NA MAPENDEKEZO YA UTAFITI

6.0 Utangulizi

Sura hii ni hitimisho la utafiti wetu. Inatuteleza kuhusu matokeo ya utafiti, mchango wa utafiti, changamoto tulizokabiliana nazo katika utafiti na mapendekezo ya utafiti kuhusiana na matokeo tuliyoyapata.

6.1 Matokeo ya Utafiti

Utafiti huu ulijikita katika uteuzi wa lugha na mikakati ya mawasiliano katika mandhari ya lugha mjini Eldoret. Matokeo ya utafiti huu yalifafanuliwa kwa kuzingatia mihimili ya nadharia ya lugha-tarajiwa na isiyotarajiwa, lugha-solo na lugha bebwa pamoja na nadharia ya semiotiki.

6.1.1 Matokeo Kulingana na Lengo La Kwanza

Lengo la kwanza katika utafiti huu lilikuwa ni kubainisha maudhui mbali mbali na mzagao wao katika mabango. Tulikusanya mabango mia moja arobaini na tatu (143). Tuliyakagua na kuyaweka kwenye ruwaza kulingana na ujumbe uliobainisha maudhui yake. Kutokana na uchambuzi huu, tulipata mabango kumi na nne (14) yenye maudhui ya pesa na shughuli za benki. Mabango mawili (2) yalikuwa ya elimu, ishirini na tano (25) yalidhihirisha maudhui ya vileo na vinywaji huku bima na uganga vikiwa na mabango mawili (2) na manne (4) mtawalia. Kwa kuongezea kwa hayo, mabango ya vyakula yalikuwa kumi (10), la ajira likiwa bango moja (1) na kamari lilikuwa bango moja (1). Zaidi ya hayo, mabango ishirini na saba (27) yalidhihirisha maudhui ya habari, mawasiliano na intaneti, huku bango moja (1) likiwa la fenicha, shughuli za kilimo zilijitokeza katika mabango kumi na tatu (13) ilhali maudhui ya

uchukuzi na michezo yalikuwa na mabango kumi na mitatu (13) na bango moja (1) mtawalia.

Maudhui ya mabango haya yalidhihirisha kwamba, shughuli mbali mbali za kibiashara hufanyika mjini Eldoret. Hata hivyo ni bayana kuwa maudhui yaliyohusiana na habari, mawasiliano na intaneti yaliongoza kwa idadi kwa mabango ishirini na saba (27), yakifuatiwa na vileo/vinywaji yaliyokuwa ishirini na tano (25), maudhui ya benki na uchukuzi yakiwa kumi na nne (14) sawia katika nafasi ya nne. Ingawa mji huu unajulikana na kuhusishwa na shughuli za kilimo, nafasi ya tano tulikuwa na maudhui ya kilimo na mabango kumi, na tatu (13), maudhui yaliyochukua nafasi sita yalikuwa mabango kumi (10) yenye maudhui ya vyakula. Hatimaye, katika nambari ya saba tulikuwa na mabango manne (4) juu ya uganga. Shughuli za elimu na bima zilikuwa katika nafasi ya nane na mabango mawili sawia huku maudhui ya ajira, fenicha, kamari na michezo yakiwa ya tisa na bango moja kila mmoja. Hali hii ilibainisha mzagao wa maudhui ulioegemea katika biashara za habari na mawasiliano pamoja na vileo/vinywaji na kuonesha kuwa mzagao wa maudhui katika ajira, fenicha, kamari pamoja na michezo ni finyu.

Uundaji wa mabango katika maudhui mbalimbali ulienda sako kwa bako na sera ya lugha nchini Kenya na matumizi halisi ya misimbo mbalimbali mjini Eldoret. Inafaa tukumbuke kwamba Kenya ni nchi yenye wingi lugha (Kembo-Sure, Waitiki na Ogechi 2006) ambapo kikatiba Kiswahili na Kiingereza ni lugha rasmi, Kiswahili ni lugha ya taifa na lugha nyingine zote zinalindwa (RoK 2010).

6.1.1 Matokeo Kulingana na Lengo la Pili

Lengo la pili katika utafiti huu lilikuwa ni kutathmini kwendana kwa uteuzi wa lugha pamoja mintaarafu ya matarajio ya hadhira lengwa. Matini katika mabango

tuliyokusanya na kuchanganua yalidhihirisha ruwaza nne (4) za uteuzi wa lugha katika uwasilishaji wa matangazo katika mabango. Katika ruwaza hizi, msimbo wa Kiingereza kilitawala na 49.65% na kufuatwa na ubadilishaji msimbo kwa 32.86%, kisha, Kiswahili kilikuwa na 14.68 % na, hatimaye, lugha ya Kinandi kilikuwa na asilimia 2.69%.

Ruwaza ya matumizi ya lugha ilionesha kuwa Kiingereza kilipendelewa zaidi na watungaji wa mabango. Ingawa Kiswahili kipo katika kiwango kimoja na Kiingereza kama lugha za taifa kiupangaji lugha nchini Kenya, kilitokea kuwa cha tatu kimatumizi. Ubadilishaji msimbo kwa upande mwingine ulionekana kupendelewa kuliko Kiswahili. Ijapokuwa wengi wa wenyeji wa mji wa Eldoret ni WaKalenjin, lugha ya Kinandi ilitumika padogo zaidi.

Mzagao wa ubadilishaji msimbo ulivyonekana katika mandhari ya lugha mjini Eldoret, ulibainisha mizagao ya lugha thabiti na lugha isiyothabiti ambazo zilisawiriwa kwa ruwaza zifuatazo; Kiswahili-Kiingereza, Kiswahili-*Engsh*, *Sheng*, Kiingereza-*Sheng*, Kiswahili-*Sheng*, Kiswahili-Kiingereza-*Sheng* na Kinandi-*Sheng*-Kiingereza-Kiswahili. Ruwaza hizi za ubadilishaji msimbo zimeonesha kupendelewa kwa Kiswahili-Kiingereza na asili mia arobaini na moja nukta nane sita (41.86), ikifuatwa na *Sheng* iliyokuwa na asilimia ishirini na saba nukta tisa (27.90), misimbo ya Kiswahili-Kiingereza-*Sheng* ilikuwa tatu na asili mia tisa nukta tatu (9.30) ruwaza za misimbo ya Kiswahili-*Engsh* na Kiswahili-*Sheng* zilitokea katika nafasi sawia zikiwa na jumla ya asili mia sita nukta tisa saba (6.97), msimbo wa Kiingereza-*Sheng* ulikuwa na asili mia nne nukta sita tano (4.65) na hatimaye tulishuhudia msimbo wa kipekee wa Kinandi-*Sheng*-Kiingereza-Kiswahili uliokuwa na uwakilishi wa asili mia mbili nukta tatu tatu (2.33). Kwa sababu lugha zote zinalindwa kikatiba na kuna

haki za kibinadamu za lugha nchini (Ogechi 2005), matumizi halisi ya lugha/misimbo yamejidhihirisha katika mandhari ya lugha mjini Eldoret. Kwa kujikita katika nadharia ya lugha-solo na lugha-bebwa (Myers-Scotton 1993b), utafiti huu ulidhihirisha ruwaza mbali mbali za misimbo katika mabango.

6.1.2 Matokeo Kulingana na Lengo la Tatu

Lengo la mwisho katika utafiti huu, ulilenga kuchunguza uteuzi wa lugha na ufaafu wa mikakati inayotumiwa katika maandishi ya mabango mbali mbali ili kuwasilisha ujumbe kwa hadhira lengwa mjini Eldoret. Ili kutimiza lengo hili, tulitumia vikundi vya mijadala kutathmini ufaafu wa lugha na mikakati ya kimawasiliano katika matangazo.

Baadhi ya watafitiwa walithibitisha kuwa matumizi ya ujozi lugha sio njia mwafaka ya kimawasiliano. Sababu ya wao kusema hivi ni kwa sababu wanahisi kuwa uchanganyaji misimbo uliwakanganya hasa matumizi ya lugha kama vile Sheng miongoni mwa maneno ya Kiswahili au Kiingereza ndani ya matini ya Kinandi yalikuwa na utata. Walisema kuwa ujumbe haungeweza kueleweka. Walionelea kuwa ikiwa mtungaji angelitumia lugha moja katika bango, basi ujumbe ungeeleweka. Kwa upande wao, mkakati wa uchanganyaji misimbo haufai katika matangazo mjini Eldoret. Kama ilivyo, Čalovková (2022) anasema kuwa matumizi ya lugha anuwai katika mabango inatupa taswira kuhusu hali ya lugha, uwezo na hadhi ya lugha katika jamiilugha.

Zaidi ya hayo, mijadala ya vikundi iliafikia kwamba, watungaji wa mabango walifanikisha ujumbe kwa kutumia viziada lugha kama vile picha za watu, mimea, wanyama na watu mbali mbali. Picha hizo za kuvutia zilinasa makini ya msomaji. Mbali na picha, watafitiwa walieleza kuwa matumizi ya rangi na fonti tofauti tofauti

yalishadidisha mawasiliano katika mabango mjini Eldoret. Mijadala tuliofanya ilidhihirisha kuwa, vielelezo na vizaida lugha ni kama sumaku inayomvuta msomaji kuangalia na kusoma yaliyomo kwenye bango linalotangaza bidhaa ama shughuli fulani mjini Eldoret.

6.2 Mchango wa Utafiti

Utafiti huu, umetoa mchango kuhusiana na sio tu hali ya lugha mjini Eldoret kupitia mandhari ya lugha bali pia umetoa taswira juu ya matumizi halisi ya lugha katika mojawapo wa miji ya Kenya. Kutokana na utafiti imeonesha wazi kwamba, sera ya lugha ya nchi kikatiba huweza kumulikwa katika mandhari ya lugha ya mji. Pia iwapo kuna haki za kibinadamu za lugha ambapo sheria ya nchi inaheshimu lugha zote, thabiti na zisizo thabiti, basi kuna uwezekano wa misimbo ya nchi kujitokeza katika matumizi ya shughuli mbalimbali hususan kupitia mandhari ya lugha mijini.

Kimbinu za utafiti, utafiti huu umeonesha kwamba kamera ni kifaa muhimu sana katika ukusanyaji wa data za lugha na isimu kupitia mabango. Utafiti huu umeweka wazi kwamba ufanisi wa matumizi ya kamera hutegemea sana aina ya kamera pamoja na ujuzi wa mpiga picha. Inaelekea kwamba ipo haja ya wataalamu wa isimu kuwekeza katika kamera za kisasa na kujifunza upigaji wa picha. Pia kuna haja ya kujifunza namna ambavyo data za kamera zinaweza kupakuliwa na kutumiwa katika tafiti za isimu na lugha.

Utafiti huu pia umeonesha kwamba nadharia za isimu jamii na semiotiki zinaweza kutumiwa katika tafiti za mandhari ya lugha mjini. Walivyodai waasisi wa taaluma ya mandhari ya lugha mjini, taaluma hii huchuma nafuu ya methodolojia na nadharia za taaluma nyingine. Kutokana na ushauri huo, utafiti huu umefikia tamati kwa kuchuma nafuu kwenye nadharia zilizobuniwa kwa ajili ya masuala ya isimu jamii, yaani lugha-

solo, lugha-bebwa na nadharia ya lugha (isiyo)tarajiwa (Myers-Scotton, 1993a, 1993b) na nadharia ya semiotiki (Nazarova, 1996). Kutokana na matumizi ya nadharia hizo, tumeweza kufichua na kuelezea sio tu maudhui bali pia ruwaza mbali mbali za matumizi ya lugha katika mji wa Eldoret. Tumeonyesha jinsi ambavyo data zinaweza kuchanganuliwa kwa kuzingatia masuala ya kijamii (Myers-Scotton (1993a) na muundo wa tungo (Myers-Scotton, 1993b) pamoja na kazi za viziada lugha vinavyoandamana na matumizi ya lugha (Nazarova, 1996).

Utafiti huu pia una mchango wa kidata kwani umebainisha data za kipekee katika taaluma ya isimu Afrika. Mbali na data za lugha za Kiswahili na Kiingereza, utafiti huu umekusanya data za misimbo ya Kinandi, *Sheng*, na *Engsh*. Data hizi ni kama hazina kuu kwa tafiti za isimu Afrika.

6.3 Changamoto za Utafiti

Utafiti huu ulihusisha upigaji wa picha katika barabara mbili kuu mjini Eldoret. Hata hivyo, shughuli hii haikuwa rahisi kwa kuwa mtafiti alikumbana na vijana wawili ambao walizua fujo kwa tetesi kuwa walikuwa wanapigwa picha bila idhini yao. Kwa unyenyekevu, tuliweza kuzungumza nao na kuwahakikishia kwamba picha tulizokuwa tukichukua zilikuwa za mabango tu kwa ajili ya utafiti. Pia, wakati mwingine hali ya anga ilikuwa tete yaani, kuwepo kwa ukungu na jua kali kulisababisha kiwaa katika picha zetu. Hali hii, ilifanya shughuli ya upigaji picha kuwa ngumu lakini tuliweza kuzipiga picha hizo wakati hali ya anga ilipokuwa sawa. Baadhi ya watafitiwa katika mijadala ya vikundi walikuwa na uoga wa kujieleza na kuchangia mada ya utafiti mjini Eldoret.

6.4 Mapendekezo

Baada ya kuukamilisha utafiti huu, maswali kadhaa yalionekana kuwa yanahitaji majibu kupitia kwa tafiti nyingine ambazo tunapendekeza. Kwanza, uchunguzi wa utafiti huu ulijikita katika barabara mbili kuu mjini Eldoret. Ijapokuwa mji huu una barabara zaidi ya mbili, tulikusanya data zetu katika barabara hizi mbili tu. Kutokana na haya, tunapendekeza utafiti zaidi mjini Eldoret kwa kuzingatia eneo lote la mji na barabara nyingine za mji huu.

Pili, utafiti wetu umeibuka na ugunduzi kuhusu ukweli wa mambo katika matumizi halisi ya lugha kupitia mandhari ya lugha nchini ambapo sera ya lugha kikatiba inazichomoza lugha ya Kiswahili kama lugha ya taifa na Kiswahili na Kiingereza kama lugha rasmi. Ukweli ni kwamba mandhari ya lugha mjini Eldoret yameonyesha ubadilishaji msimbo na lugha zisizo thabiti za *Sheng* na *Engsh* huku lugha ya asili ya eneo la mji wa Eldoret, Kinandi, ikitumika kwa uchache sana. Swali ni: je, hali iko hivi katika miji mingine? Ukweli ni kwamba haiwezekani kujumulisha hali ya mandhari ya lugha nchini Kenya kwa kujikita katika mji mmoja tu. Kwa hivyo, tunapendekeza utafiti zaidi uendeshwe katika miji mingine.

Tatu, utafiti wetu umeendeshwa katika mji nambari tano nchini Kenya. Ingekuwa bora utafiti zaidi uendeshwe katika miji mikubwa ya kwanza minne ili kubainisha hali katika mandhari ya lugha ya miji hiyo. Isitoshe, tafiti za kiulinganishi zinaweza kufanywa kati ya miji yenye viwanda vingi na, kwa hivyo, wasemaji lugha wa asili tofauti.

Nne, kwa kuwa utafiti huu ulifuata mwelekeo wa nadharia ya lugha tarajiwa, lugha solo na baadhi ya mihili ya nadharia ya semiotiki, tunapendekeza kama utafiti

mwingine wa mandhari ya lugha unaweza kufanywa kwa kuzingatia na kujikita katika nadharia nyingine za taaluma ya isimu jamii ama isimu matumizi.

Mwisho, kwa mintaarafu ya madhumuni ya utafiti huu, tunapendekeza kwamba utafiti mwingine kama huu unaweza kufanywa ila kwa kutegemea madhumuni na malengo tofauti na tuliyoyatumia katika utafiti wetu. Hatua hii itasaidia katika kufafanua zaidi kuhusu mandhari ya lugha mjini Eldoret.

MAREJELEO

- (1993b). *Duelling Languages: Grammatical Structure in Codeswitching*. Oxford: Clarendon Press.
- (2000). Does Sheng have a Kiswahili grammar? *Annual Publication in African*
- (2005). *Trilingual Codeswitching in Kenya: Evidence from Ekegusii, Kiswahili, English and Sheng*. Hamburg: University of Hamburg.
- (2007). *Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*. Clevedon: Multilingualism Matters.
- (2009). Rules and regulations in linguistic landscaping: A comparative
- (2012). *Business Signs in Dar es Salaam; a Sociolinguistic Perspective*. Florida: University of Florida.
- (2018). *Sheng: Rise of a Kenyan Swahili Vernacular*. Woodbridge Suffolk: James Carrey.
- (2018). The Impact of Youth Language on Linguistic Landscapes in Kenya and Tanzania. *African Youth Languages* ((Research Gate). DOI:[10.1007/978-3-319-64562-9_6](https://doi.org/10.1007/978-3-319-64562-9_6). In book: African Youth Languages.123-145.
- (2018). The Impact of Youth Language on Linguistic Landscapes in Kenya
- (2021) Geosemiotic Analysis of Signs in the Linguistic Cityscape of China. *International Journal of Language and Linguistics*. Vol. 9, N. 4, 226-232.
- Abdulaziz, M.H & Osinde (1997). Sheng and English: development of mixed codes among urban youth in Kenya. *International Journal of the Sociology of Language*. Berlin, New York: Walter de Gruyter.
- Abongdia, A. J. & Foncha, W. J. (2014). Language ideologies in the linguistic landscape of one university in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 5 (.7):
- Al- Naimat, G.K & Alomoush, O.I, (2018). The Englishization of Materiality in the Linguistic Landscape of a Southern Jordanian City Arab World. *English Journal (AWEJ)* 9: 4: 88-107 DOI: <https://dx.doi.org/10.24093/awej/vol9no4.6>.
- Albury, J.N (2021). Linguisticlandscape and Metalitnguistic talk about Societal Multilingualism. *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*. Vol. 24. No. 2. 207-223.

- and Tanzania. March 2018. DOI:[10.1007/978-3-319-64562-9-6](https://doi.org/10.1007/978-3-319-64562-9-6): African Youth Languages (pp. 123-145).
- Backhaus, P. (2006). Multilingualism in Tokyo: A look into the linguistic landscape. *International Journal of Multilingualism* 3 (1): 52-66.
- Balog, P & Gonzales, E, (2021) From Linguistic Landscapes to Teaching Resources: A Case of Some Rural Areas in the Province of Quezon. *International Journal of Arts, Sciences and Education*, 1(2), 23–44. Imepakuliwa kutoka: <https://www.ijase.org/index.php/ijase/article/view/14>
- Barasa, N.S & Mous, M. (2017). Engsh, a Kenyan middle class youth language parallel to Sheng. *Journal of Pidgin and Creole Languages* 32 (1): 48-74.
- Barno H.C, (2013). Muundo wa kimofosintaksia wa kitenzi (Kt) cha Kinandi kwa mtazamo wa Kiunzi cha Kanuni Finyu (Ktf). *Nordic Journal of African Studies* 22 (4): 213-235.
- Beck, R. M. (2015). Sheng: An urban variety of Swahili in Kenya. Katika: Nassenstein, N. & Hollington, A. (whr.) *Youth Language Practices in Africa and Beyond*. 51-79 Berlin Muoton De Gruyter.
- Ben-Rafael, E., et. al (2006). Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel. Katika: Gorter, D. (mhr.). *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*. 7-37. Clevedon: Multilingual Matters Ltd.
- Bolbanabad, A. M. & Hanifi, R. (2014). The effect of language changes on culture cause by producing knowledge and technology. *International Journal of Social and Humanistic Sciences* 39:20-28.
- Bwenge, C. (2009). Language choice in Dar es Salaam's billboards. Katika: McLaughlin, F. (mhr.). *The Languages of Urban Africa.*, 152-177. London: Continuum International Publishing Group.
- Cenoz, J. & Gorter, D. (2006). Linguistic landscape and minority languages: An Introduction. Katika; Gorter, D. (mhr.). *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*. Kurasa 67 - 82. Clevedon: Multilingual Matters Ltd.
- Dilshad, R. M., & Latif, M. I. (2013). Focus Group Interview as a Tool for Qualitative Research: An Analysis. *Pakistan Journal of Social Sciences (PJSS)* 33 (1): 191-198.
- Du Plessis, T. (2012). *The Role of Language Policy in Linguistic Landscape Changes in a Rural Area of Free State Province of South Africa*. University of South Africa Press.

- Fekede, M. (2023). Language use in the Linguistic Landscape of Wolkite. *GLOCAL AFALA*. 2023.
- Garvey, et. al. (2016). The Effect of Font Characteristics on Large Format Display. *Interdisciplinary Journal of Signage and Wayfinding*.
- Gemechu. T & Alemayeu. F, (2016). An analysis of linguistic landscape of selected towns in Oromia: An ethnolinguistic vitality study.
- Gilbert, G. (2021) *East African Journal of Information Technology* Vol 4 No 1 (2021): East African Journal of Information Technology -Articles RFID-Based Automated Supermarket Self-Billing System.
- Githiora, C. J. (2002). Sheng: peer language, Swahili dialect or emerging Creole? *Journal of African Cultural Studies* 15 (2): 159-181.
- Goebel. Z (2020). Semiotic Landscape; Sacling Indonesia Multilingualism.
- Gorter, D. (2006). *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*. Clevedon: Multilingual Matters Ltd.
- Grishaeva, E.B. (2015). *Linguistic Landscape of the City of Krasnoyarsk*. [Volume 200](#), 22 August 2015, Pages 210-214. Elsevier Ltd.
<https://www.businessdailyafrica.com>
- Jwan, J. O. & N. O. Ogechi 2004. Bilingual Education for Street Children in Kenya; Evidence from Language Mixing. *Journal of Language and Learning* 2, 2: 1740-.27.
- Kanana, F. E. & Kebeya H. (2014). Functions of Urban and Youth Language in the New Media: The Case of Sheng in Kenya. Katika: Hurst-Harosh, E. & Erastus, F. K. (whr.). *African Youth Languages: New Media, Performing Arts & Sociolinguistic development*. Kurasa 15-52. Cham, Switserland: Pallgrave Macmillan.
- Kariuki, A., F. E. Kanana & Kebeya, H. (2016). The growth and use of advertisements in selected businesses in Kenya. *Journal of African Cultural Studies* 27 (2): 229-246.
- Katika: Zsiga, E. C., Boyer, O. T. & Kramer, R. (whr.) *Languages in Africa: Multilingualism, Language Policy, and Education*, 137-157. Washington, DC: Georgetwon University Press.
- Kembo-Sure, & Ogechi, N.O (2016). Literacy through a foreign language and children's rights to education: an examination of Kenyans medium of instruction policy. *Nordic Journal of African Studies*, 25 (1),92-106.

- Kidami, R. P. (2018). Matumizi ya lugha katika mandhari-lugha ya jiji la Dar es Salaam: Ulinganishi wa dhima za Kiswahili na Kiingereza. *JULACE: Journal of the University of Namibia Language Centre*, 2(1), 134–157. Retrieved from <https://journals.unam.edu.na/index.php/JULACE/article/view/1311>.
- Kothari, C.R. (2004). *Research Methodology. Methods and Techniques*. 2nd Edition, New Age International Publishers, New Delhi.
- Kotze, C & Theodorus du Plessis. (2010). Language visibility in the Xhariep: A comparison of the linguistic landscape of three neighbouring towns. *Language Matters: Studies in the Languages of Africa*, 41 (1): 72–96.
- Landry, R. & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*. 16: 23-49.
- Landscape: Expanding the Scenery*, 157-172. New York and London:
- Leeman, J & Modan, G. (2009). Commodified language in Chinatown: A contextualized approach to linguistic landscape. *A Journal of Sociolinguistics*. 13/3, 2009: 332–362. George Mason University, Virginia and The Ohio State University.
- Legere, K. (2022). African linguistic landscapes: Focus on English. *Language in Africa* 3(1): 3-30.
- Linguistic Landscapes in Multilingual
Linguistic Landscapes in Multilingual
Linguistic Landscapes in Multilingual
Linguistics (APAL) 3: 5-25.
- Liu & Ma (2023). English in a rural linguistic landscape of globalizing China: Language commodification and indigenous resistance. August 2023. [English Today](#). DOI:10.1017/S0266078423000135. License. [CC BY 4.0](#)
- Luna, C.A (2023) Exploring the Linguistic Landscape of a Heritage Town in the Island Province of Marinduque, Philippines. *International Journal of Arts, Sciences and Education*. ISSN: 2799 - 1091 Volume 4 Issue 2 | 2023 Page No. 203-215 <https://ijase.org> 203
- Lusekelo, A (2019). The Linguistic Situation in Orkesumet, an Urban Area in Simanjiro District of Tanzania <http://dx.doi.org/10.4314/ujah.v20i1.2>
- Lusekelo, A. & Alphonse. C. (2018). The linguistic landscape of urban Tanzania: An account of the language of billboards and shop-signs in district headquarters. *Journal of Language, Technology & Entrepreneurship*, 9.
- Mahyuni, M et. al (2023). Linguistic Landscape and Markedness Conceptualization in Commercial Ads. *World Journal of English Language*. V.13.

- Marinković. A & Salamurović.A, (2022). The Rural Linguistic Landscape of Banat. Published Online: 11 Jan 2023 Volume & Issue: Volume 28 (2022) - Issue 1: 51-79 DOI: <https://doi.org/10.12775/eec.2022.003>.
- McCarthy, M.S & Mothersbaugh. D (2002), Effects of Typographic Factors in Advertising-Based Persuasion: A General Model and Initial Empirical Test.July 2002.[Psychology and Marketing](#) 19(7 8):663 – 691,DOI:[10.1002/mar.10030](#).
- Mkilifi, M. H. A (1972) Triglossia and Swahili English Bilingualism in Tanzania. *Language in Society*, 1 (2): 197-213.
- Moriarty, M (2014). Languages in motion: Multilingualism and mobility in the linguistic landscape. *International Journal of Bilingualism* 2014, Vol. 18(5) 457–463
- Muaka, L. (2014). Language use in the advertisements as a reflection of speakers' language habits.
- Murbll. (2015). What are linguistic landscapes? <https://murbll.wordpress.com/what-is-linguistic-landscapes/> (Katika mtandao wa “Map of the urban linguistic landscape”)
- Muriungi, S. W. & Mudogo, B. A. (2021). Linguistic landscape in a multilingual context: A case of Kenyan universities. *LLT Journal: A Journal on Language and Language Teaching* 24 (2): 450-460
- Musyoka, R. (2004). *Informal Land Delivery Processes and Access to Land for the Poor in Eldoret, Kenya*. Nairobi: University of Nairobi Library.
- Muyuku, J. A. (2017). The patterns of language-mixing and print adverts of commercial banks and mobile telecommunications firms in Kenya. *International Journal of Education and Research* 5: 27-40.
- Myers-Scotton, C. (1993a). *Social Motivations for Codeswitching: Evidence from Africa*. Oxford; Clarendon Press.
- NACADA (2022). *National Survey on the Status of Drugs and Substance Use in Kenya*. Nairobi: NACADA.
- Napu, N. (2024). Linguistic landscapes in multilingual urban settings: Insights from translation perspectives.2024. *Studies in English Language and Education* 11(1):530-548. DOI:10.24815/siele.v11i1.29559.
- Nazarova, T. (1996). *Linguistic and Literary Semiotics*.M.MSU.

- Ndege, P. (2009) Colonialism and its Legacies in Kenya. Lecture delivered during Fulbright- Hays Group project abroad program: July 5th- August 6th 2009 at the Moi University.
- Noor, A. O (2006). Visualising Change: Linguistic and Semiotic Landscape of Tutong Town. *Southeast Asia: A Multidisciplinary Journal*. Volume 20, Issue 2: 41-56.
- Nurhimawati, H. J. S. (2016) Language style of advertisement in High End Magazine. *Tamaddun Joournal Bahasa Sastra Dan Budaya* 15 (12): 65-72. Ochieng, 1985.
- Ochieng, W. R. (1985). *History of Kenya*. Mcmillan Kenya. 1985-168.
- Ogechi, N. O. (2002). The base language question in Ekegusii, Kiswahili, English and Sheng codeswitching in Kenya. Katika: Schumann, T., Reh, M., Kiessling, R. & Gerhardt, L. (whr.). *Aktuelle Forschungen zu afrikanischen Sprachen*, 93-114. Koeln: Ruediger Koeppel Verlag.
- Okombo, O. (2001). *Language Policy: The Forgotten Parameters in African Development and Governance*. Nairobi: University of Nairobi, 2001.
- Pauline, L.& Tribe, R. (2009) Working with interpreters across language and culture in mental health. *A journal of Mental Health*. (3): 233-241. DOI: 10.1080
- perspective. Katika: Shohamy, E. & Gorter, D. (whr.). *Linguistic Perspectives*
- Perspectives
- Perspectives
- Puetz, M. & Mundt, N. (2018). Multilingualism, multimodality and methodology: Linguistic landscape research in the context of assemblages, ideologies and (in)visibility: An Introduction. Katika: Puetz, M & Mundt, N. (whr.). *Expanding the Linguistic Landscape: Linguistic Diversity, Multimodality and the Use of Space as a Semiotic Resource*, 1-22. Bristol: Multilingual Matters. Republic of Kenya, (2010). *The Constitution of Kenya. Language Policy in Kenya*. Article 7. Nairobi. Kenya.
- Republic of Kenya, (2019). *Kenya Population and Housing Census Results*. www.knbs. Kenya National Bureau of Statistics. Nairobi. Kenya.
- Routledge.
- Salo, H (2012) Using Linguistic Landscape to Examine the visibility of Sami Languages in the North Calotte.
- Scollon, R & Scollon, S. (2003). *Discourse in Place: Language in the Material World*. London: Routledge.

- Shanguhya & Koster, (2014). Land and Conflict in Kenya's Rift Valley: Historical and Contemporary Perspectives. *Contemporary Africa (Research Gate)* DOI: [10.1057/97811374441349](https://doi.org/10.1057/97811374441349).
- Shohamy, E (2006) *Language Policy: Hidden Agendas and New Approaches*. London: Routledge.
- Spyropoulos, M. 1987. Sheng: Some preliminary investigation into a recently emerged Nairobi Street language. *Journal of the Anthropological Society of Oxford* 18(2): 125–136.
- Stroud, C. & Mpendukana, S. (2009). Towards a material ethnography of linguistic landscape: multilingualism, mobility and space in a South African township. *Journal of Sociolinguistics*, 13 (1), 363-386.
- Syrjälä, V (2022). Linguistic Landscapes in the Stockholm Archipelago—Producing and Reflecting a Sense of Place Languages, 7(1): 37 <https://doi.org/10.3390/languages7010037>.
- Taluah, A.R. & Musah. A. (2015) Moving Poetics: A Linguistic Analysis of Inscriptions on Vehicles. *The Dawn Journal* 4 (2): 1126-1139.
- Timammy, R. & Ngala-Oduor, J. (2016). The treatment of Kiswahili in Kenya's education system. *The University of Nairobi Journal of Language and Linguistics* 5: 174-194
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), (2020). Literacy Rate, youth total. UNESCO Institute of Statistics. Kenya.
- Urban Settings: Insights from Translation
 Urban Settings: Insights from Translation
 Urban Settings: Insights from Translation
- Vaino, S. (2022) Linguistic Landscapes in the Stockholm Archipelago—*Producing and Reflecting a Sense of Place Languages*, 7(1): 37 <https://doi.org/10.3390/languages7010037>
- Van Mensel, L., Vandenbroucke, M., & Blackwood, R. (2016). Linguistic Landscapes. In O. Garcia, N. Flores, & M. Spotti (Eds.), *Oxford Handbook of Language and Society*. Oxford: OUP.
- Wang, J. J. (2015). Linguistic Landscape on Campus in Japan- A Case Study of Signs in Kyushu University. *Intercultural studies* XXIV (1): 123-144.
- www.bbc.com/habari-31/1/202
- www.davisandshirliff.com
- www.eabl.com
- www.greenlife.com

www.standardmedia.co.ke

www.the-star.co.ke/news/2019-04-09

www.usaid.gov/sites/2022-05

Zabrodskaia, A & Milani, T.M (2014) Signs in context: Multilingual and multimodal texts in semiotic space. June 2014. *International Journal of the Sociology of Language*. 2014(228):1-6 DOI: [10.1515/ijsl-2014-0002](https://doi.org/10.1515/ijsl-2014-0002)

KIAMBATISHO

MASWALI YA MIJADALA NYANJANI

1. Je, unaweza kusoma na kuelewa ujumbe katika bango hili?
2. Je, ni lugha gani imetumika pale?
3. Je, lugha ambayo imetumika inafaa?
4. Mbali na maandishi, ni kipi kinakuvutia katika bango hili?
5. Ni yapi maoni yako kuhusu matumizi ya lugha katika bango hili?

MAJADILIANO YA VIKUNDI

Kikundi Cha Kwanza

Bango (i)



Mtafiti: Unaweza kusoma na kuelewa ujumbe katika bango hili?

Mtu 1&2: Naam

Mtu 3: Inaeweleva

Mtafiti: Je, lugha ambayo imetumika katika tangazo hili inafaa?

Mtu 3: Kwangu mimi inafaa kwa sababu hii ni *bank* sa` kila mtu anatumia *bank* so

inafavour kila

mtu wakubwa, wadogo wenye wanaelewa Kiswahili, Kiingereza pamoja na wenye wanaelewa Sheng

Mtafiti: Kwa hivyo unasema lugha ambayo imetumika katika tangazo hili ni Sheng ama

ni Kiswahili

Mtu 3: Si sheng vile iko na Kiswahili ,Kiingereza na Sheng pia ndani yake,

wamechanganya yote

Mtu 2: Kulingana na mimi hii lugha inafaa lakini kuna wenye hawaelewi sheng, mimi

naona Sheng haingekuwa hapo.

Mtu 1: *Okay* kwangu mimi naweza sema, Sheng haingetumika kwa sababu Eldoret is *a*

cosmopolitan town so na watu wengi lugha inatumika sana hapa ni kiswahili. Wangetumia Kiswahili *ju most of the people* wanaelewa

Mtafiti: Mbali na maandishi ni kipi kinakuvutia katika picha hii

Mtu 2: Huyo mwanaume kwa picha ndio anavutia

Kikundi cha Pili

Bango (ii)



Mtafiti: Je, unaweza kusoma na kuelewa

Mtu 2: Naam naweza kusoma na kuelewa

Mtafiti: Ni lugha gani imetumika hapo

Mtu 2: Kiswahili na Kiingereza

Mtu 3: Naweza kusoma na kuelewa naona wametumia Kiswahili na Kiingereza kidogo

Mtu1: Inaeleweka

Mtafiti: Je, lugha hiyo inafaa

Mtu 3: Kwangu mimi naona inafaa kwa kuwa wakulima wengi hawaelewi Kizungu *that's why* wametumia Kiswahili kwa wingi

Mtu 2: Inafaa

Mtafiti: Je, ni kipi kinakuvutia katika picha hii

Mtu 2: Picha

Mtu 1: Kitu chenye *wanaadvertise* hapa, ni Brookside, ni maziwa na naona *the person,*

tumeoneshwa ngombe hapa na hii *container* ya maziwa. Inafaa

Kikundi cha tatu**Bango (iii)**

Mtafiti: Je, unaweza kusoma na kuelewa ujumbe katika bango hilo

Wote: Ndio

Mtafiti: Je, unaweza kunisomea

Mtu 1: KFC STREETWISE IMEWEZA. TWO PIECES OF CHICKEN AND CHIPS.

MEAL

FITI AT 350.

Mtafiti: Je, kulingana na nyinyi, lugha ambayo imetumika inafaa

Mtu 1: Ndio

Mtu 2: Inafaa kwa sababu kila mtu anaweza kusoma sana sana ni lugha ya kisasa ambayo *youth* wanaweza kutumia na wanaelewa kwa haraka

Mtafiti: Mbali na maandishi ni kipi kimekuvutia katika tangazo hili

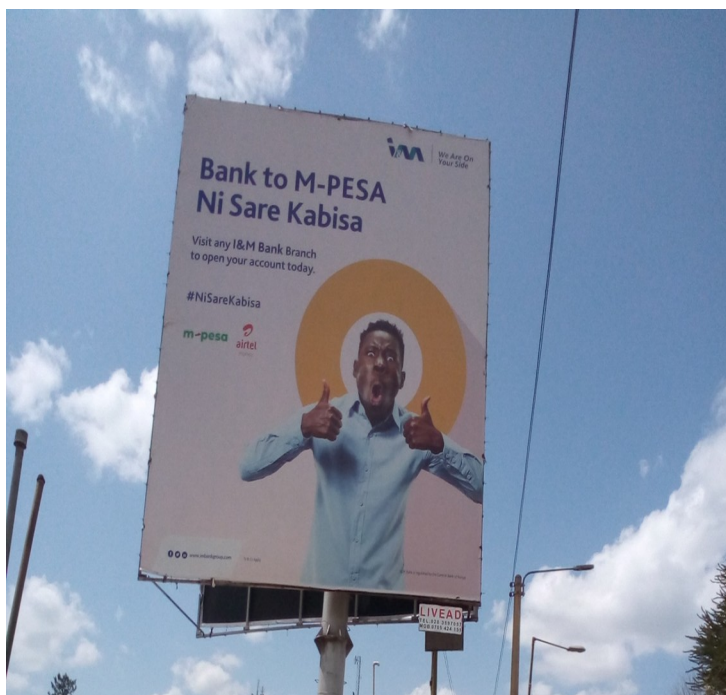
Mtu 2: Meal Fiti at 350

Mtu 1: Imeweza

Mtu 3: Streetwise tu

Kikundi cha Nne

Bango (iv)



Mtafiti: Je, unaweza kusoma na kuelewa ujumbe katika picha hii

Mtu 1: Naweza soma

Mtafiti: Unaweza kusoma haya

Mtu 1: *Bank to M-pesa* ni sare kabisa

Mtafiti: Ni lugha gani imetumika

Mtu 1: Kiingereza na Kiswahili imechanganywa hapo

Mtu 2: Eh, naweza

Mtu 3: Nitaelewa. Naweza kusoma na nielewe

Mtu 4: *Bank to M-pesa* ni sare kabisa. Hiyo ni KiSheng

Mtafiti: Je, hii lugha inafaa

Mtu 4: Haifai ,kuna wenye hawaelewi hiyo sheng

Mtu 3: Kama wamama wazee hawataelewa

Mtu 5: Inategemea ni nani unataka kupata, watu gani kama ni *teenagers* ama wazee.

Kwa hivyo haifai.

Mtu1: Kwangu inafaa kwa kuwa hapa tuko na vijana, ni *mix*

Mtafiti: Ni kipi kinakuvutia katika bango hili

Mtu1: Ni picha ya huy

o mtu amefurahi ni kama ilikuwa furaha kwake

Mtu 3: Venye alifurahi, ni mambo ya *Bank* kupata pesa

Kikundi cha Tano

Bango (v)



Mtafiti: Je, unaweza kusoma na kuelewa yaliyomo katika picha hii

Mtu1: Naweza kusoma vizuri, na naona imeandikwa kwa lugha ya Kikale. Na inasoma

hivi Anyinyidab Purple ko sunlight Lavender so inaeleweka vizuri

Mtu 2: Naweza kusoma na kuelewa. *Although ni mixture ya English and Kikale*

Mtu 3: Naona imeandikwa kwa lugha ya kinyumbani na Kiingereza naelewa yote.

Lugha ya kinyumbani ni Kikalenjin

Mtu 4: Kiswahili *matakasei komie. ielewenakse ngaro pichainik ak ngalek che kakisire*

kutit. Ko u anyinyindab Purple ko Sunlight Lavender.

Mtu 5: Hii picha nimeona na nimeelewa. Imeandikwa kwa lugha ya KiKalenjin ambayo

inaashiria utamu wa hii Sunlight ukitumia

Mtafiti: Je, lugha ambayo imetumika inafaa

Mtu 2: Hapana. Hiyo lugha imechanganya Kikalenjin na Kiingereza hapo sijaelewa *anyinyindab purple, what is purple?* Sijaelewa. Lugha haifai, ingekuwa Kiingereza au Kiswahili au KiKalenjin pekee yake ingefaa.

Mtu 1: Haingefaa vile tukichukulia kwamba Eldoret ina watu mbali mbali ambao sio WaKalenjin, tangazo limetangazia wakale wala sio kila mtu basi ujumbe hautawafikia wote

Mtu 4: Inafaa kwa sababu kuchanganya lugha ni muhimu.

Mtu 5: Eldoret ina makabila mengi ingefaa kutumika lugha ambayo inaeleweka kwa kila mtu mwenye anaishi mjini

Mtu 3: Amechanganya ndimi ametumia lugha mbili tofauti. Angetumia lugha moja haswa lugha ya Kiswahili. Hiyo ndio lugha inayoeleweka kwa wengi

Mtafiti: Ni kitu gani kinakuvutia katika tangazo hili

Mtu 2: Ni *design* ama *colours*, inaonesha kuwa ukitumia hiyo sabuni inang`arisha nguo

mpaka zinametemeta

Mtu 5: Jinsi picha ilivyochorwa na maandishi pia

Mtu4: Maandishi yanayonekana na *colours*

Mtu 3: Michoro ya maua imerembeshwa na inavutia.