

Sheng kama Lugha ya Biashara jijini Nairobi: Masiala ya Kijamii Yanayoathiri Nafasi yake katika Utangaziaji wa Biashara

Oyinda Patrick¹, Ayub Mukhwana¹ na Lisanza Muaka²

¹Chuo Kikuu cha Nairobi

²Chuo Kikuu cha Howard

Ikisiri

Sheng ni lugha kipindi chini Kenya ambayo imeenea katika utangaziaji wa biashara mbalimbali jijini Nairobi kwa sababu ni lugha pendwa nchini Kenya hasa miongoni mwa vijana na ambao ndio walio wengi. Vijana wengi jijini Nairobi hutumia Sheng na kuiona kama lugha inayowapa ujitambulishaji, mvuto wa kiujumisia na ubunifu wa aina yake hasa inapotumika katika utangaziaji wa biashara jijini Nairobi. Sheng pia imeonekana kutumiwa na wauzaji bidhaa walio na sifa tofauti tofauti za kijamii kama vile umri na jinsia ili kuivutia hadhira lengwa na kujitambulisha nayo. Lengo kuu la makala haya ni kubainisha masiala ya kijamii yanayoathiri nafasi ya Sheng katika utangaziaji wa biashara jijini Nairobi. Hii ni kutokana na hali kwamba katika karne hii Sheng imetagua kimatumizi jijini Nairobi hasa katika utangaziaji wa biashara mbalimbali zikiwemo zile za kimataifa. Data kwa ajili ya Makala haya ilikusanywa na mtafiti kwa kutumia hojaji, mahojiano na uchunguzi shiriki. Watafitiwa 80 ambao ni wauzaji bidhaa walichaguliwa kimaksudi na kushirikishwa. Nadharia ya Maafikiano ya Mawasiliano iliyoasisiwa na Giles na Wenzake (1970) na Nadharia ya Mchezo iliyoasisiwa na John von Nuemann na Oskar Morgentern (1944) pamoja na mikondo ya hivi karibuni kuzihusu nadharia hizi zilitumiwa katika uchanganuzi wa data. Matokeo tuliyopata yameonyesha kuwa kunayo masiala mbalimbali ya kijamii ambayo huathiri matumizi ya Sheng katika utangaziaji wa biashara jijini Nairobi. Miongoni mwayo kukiwepo jinsia, umatabaka, viwango vya elimu, umri na mahali pa makazi ya wahusika jijini Nairobi.

Maneno Muhimu: *Utangaziaji, Biashara, Mazungumzo, Nadharia ya Mchezo*

Utangulizi

Sheng ni lugha inayopendwa na vijana nchini Kenya. Lugha hii imeonekana kutagaa na kukumbatiwa na wauzaji bidhaa mbalimbali nchini hususan jijini Nairobi, ambao ni mji mkuu wa Kenya, kutangazia bidhaa zao. Chunguzi za awali kama vile (Mazrui 1995, Abdulaziz na Osinde 1997, Ogechi 2005 na Muaka 2011) zimetambua kuwa lugha ya Sheng ilichipuka katika maeneo ya *Eastlands* kama vile Kaloleni jijini Nairobi. Hata hivyo, lugha hii imesambaa na hata kukiuka mipaka ya kitabaka (Mukhwana 2015) na kiumri kinyume na awali ambapo Sheng ilichukuliwa kuwa lugha ya watu maskini, vijana na watu wasioelimika (Githiora 2018). Isitoshe, Sheng ni lugha ambayo Mutonya (2008) na Kariuki na wenzake (2015) wanaeleza kuwa imesambaa jijini Nairobi katika utangaziaji wa biashara mbalimbali zikiwemo zile rasmi na za kimataifa.

Sheng, kulingana na hali ilivyo sasa, hutumika na wauzaji bidhaa mbalimbali kutangazia bidhaa zao kwa wateja lengwa jijini Nairobi. Hata hivyo, matumizi ya lugha hii yameonekana kuathiriwa na masiala mbalimbali ya kijamii ambayo uchunguzi huu umelenga kubainisha. Miji na majiji nchini Kenya hushuhudia hali ya wingi lugha kutokana na mchanganyiko wa watu walio na lugha asilia tofauti (Muaka 2011). Hali hii ya wingi lugha imeshamiri zaidi katika jiji la Nairobi ambapo kuna watu wa makabila na matabaka yote yaliyo nchini Kenya. Isitoshe, kuna wageni au wahamiaji kutoka mataifa mbalimbali ya Afrika na wale wanaotoka kwenye mabara ya Asiya, Uropa, Marekani Kaskazini, Marekani Kusini na Australia ambao wengi wao vilevile huchangamkia lugha hii. Hivyo basi, inahalisi kusema kuwa wakazi wa Nairobi wanatofautiana katika vipengele mbalimbali kama vile jinsia, umri, elimu, dini, imani, asili, mwonjo na mwono ulimwengu kutegemea aina za lugha wanazozichangamkia katika mawasiliano yao. Kwa hivyo, swali kuu katika uchunguzi huu ni: Je,

matumizi ya Sheng katika mawasiliano ya kibiashara jijini Nairobi huathiriwa vipi na masiala mbalimbali ya kijamii?

Nadharia ya Maafikiano ya Mawasiliano na Nadharia ya Mchezo pamoja na mikondo ya hivi karibuni kuzihusu nadharia hizi zimetumika katika uchanganuzi wa data kwa kuzingatia swali kuu la uchunguzi huu.

Masiala ya Kijamii Yanayoathiri Nafasi ya Sheng katika Utangazaji wa Biashara jijini Nairobi

Kutokana na matokeo ya uchunguzi wetu, masiala mbalimbali ya kijamii yalibainika kuathiri matumizi ya Sheng miongoni mwa wauzaji bidhaa katika utangazaji wa biashara jijini Nairobi. Suala la kwanza lililojitokeza ni jinsia ya wahusika. Matokeo katika makala haya yameonyesha kuwa suala la jinsia huathiri matumizi ya Sheng katika utangazaji wa biashara katikati mwa jiji la Nairobi. Imebainika kuwa watu wa jinsia ya kiume huchangamkia matumizi ya Sheng katika utangazaji wa biashara katikati mwa jiji la Nairobi kuliko wale wa jinsia ya kike. Hali hii inaonyesha kuwa lugha mbalimbali katika mazingira husika hutazamwa kwa namna tofauti na wanajamiilugha kutegemea jinsia zao. Ifuatayo ni mifano iliyojitokeza nyanjani ambayo inadhihirisha kuwepo kwa hisia na chukulizi tofauti miongoni mwa wauzaji bidhaa kuhusu matumizi ya Sheng katika utangazaji wa biashara katikati mwa jiji la Nairobi:

Muuzaji A (Jinsia ya kike)

Mtafiti: Sawa. Je, wewe hutumia Sheng kutangazia bidhaa zako.

Muuzaji A: Apana.

Mtafiti: Kwa nini?

Muuzaji A: Kastomas wangu watanichukuliaje nikiwaongelea kwa Sheng. Wataniona kama siko serious!

Muuzaji B (Jinsia ya kiume)

Mtafiti: Poa poa. Mbona unatumia Sheng kutangazia bidhaa zako?

Muuzaji B: Sheng ni rahisi na inafanya mtu kuongea haraka kuliko Kiswahili na

Kiingereza. Wakenya wengi apa Nairobi sana sana mayuths honge Sheng sana.

Kulingana na majibu ya wauzaji bidhaa ambayo yamenukuliwa neno kwa neno, suala la jinsia huathiri matumizi ya Sheng katika utangazaji wa biashara katikati mwa jiji la Nairobi. Muuzaji bidhaa **A** ambaye ni wa jinsia ya kike alisisitiza kuwa yeye hatumii Sheng kutangazia bishara au kuzungumza na wateja wake kwa sababu, kulingana naye, Sheng ni lugha inayodhihirisha kutoichukulia shughuli ya uuzaji bidhaa kwa uzito ufaao. Kulingana na muuzaji bidhaa huyo wa kike, Sheng ni lugha isiyofaa kutumiwa katika utangazaji wa biashara katikati mwa jiji la Nairobi kutokana na uhusishwaji wake na wazungumzaji ambao hawatilii uzito masuala husika. Kimsingi, wanawake aghalabu hupenda lugha zinazowakweza kihadhi na ambazo zinawasaidia kudumisha urembo wao wanaouthamini. Hali hii inashabihiana na maoni ya Githinji (2014) kwamba wanawake hupenda kuzungumza Kiingereza kwa sababu ni lugha inayowatambulisha kama watu wa hadhi ya juu, waliosoma na wale wanaotilia uzito masuala husika katika jamiilugha.

Muuzaji wa bidhaa **B** ambaye ni wa jinsia ya kiume naye alieleza kuwa yeye huhusisha Sheng katika mawasiliano yake ya kibiashara kwa sababu lugha yenyewe ni rahisi na humwezesha kuongea haraka na wateja wake hususan vijana. Isitoshe, alisisitiza kwamba Sheng ni lugha inayozungumzwa kwa upana na vijana jijini Nairobi hali ambayo humfanya pia kuitumia ili kujitambulisha na wao na kuwavutia kwa nmna ya kipekee. Hali kama hii inaonyesha kuwa wanaume huwa tayari kuyakumbatia mabadiliko yakiwemo yale yanayohusu matumizi ya lugha yanayotokea katika jamiilugha ikilinganishwa na wanawake. Hii ni kwa sababu wanawake, kutokana na majibu yaliyotolewa nao, huchukua muda kuyakagua mabadiliko yanayotokea katika jamii kama vile matumizi ya lugha ili wasije wakautia doa urembo wao ambao ni sehemu muhimu katika maisha yao.

Suala la umatabaka, kulingana na majibu ya watafitiwa, pia huathiri matumizi ya Sheng miongoni mwa wauzaji bidhaa katika utangazaji wa biashara katikati mwa jiji la Nairobi. Makala haya yamebaini kuwa wauzaji bidhaa wanaotoka katika tabaka la juu na lile la kati aghalabu hutumia

Kiingereza na Kiswahili kuwasiliana na wateja wao wanapofika kununua bidhaa zao. Sababu iliyojitokeza ni kuwa wao hutumia lugha hizo tajwa ili kudumisha hadhi zao za kitabaka katika jamii na kujiepusha na matumizi ya lugha inayoweza kuwatweza kihadhi. Isitoshe, wauzaji bidhaa wanaotoka katika matabaka ya juu na kati waliohojiwa walieleza kuwa bidhaa wanazouza kama vile mavazi ya bei ghali na na vifaa vya kielektroniki kama vile friji aghalabu hulenga wateja walio na mapato ya juu na ambao wengi wao pia hutoka katika tabaka la juu na lile la kati.

Jambo muhimu lililojitokeza ni kuwa baadhi ya wauzaji bidhaa vijana kutoka kwenye matabaka ya juu na kati walikiri kuhusisha Sheng katika mazungumzo yao na baadhi ya wateja, hasa vijana wenzao wanaofika kununua au kuuliza bei za bidhaa. Lengo lao kuu la kutumia Sheng katika mazungumzo yao namna walivyoungama huwa kuwavutia, kujitambulisha nao, kuonyesha mwingiliano wa kimakundi ili washawishike na kununua bidhaa husika. Hata hivyo, walisisitiza kwamba wao hutumia baadhi ya maneno ya Sheng iwapo wateja vijana wanaofika madukani mwao watasikika wakitumia maneno ya Sheng. Kwa mfano, waliotoa mfano wa kauli 'Niaje buda?' kumaanisha 'Habari yako mwanaume?' ambayo baadhi ya wateja wao vijana hupenda hutumia wanapofika kununua au kuulizia bei za bidhaa kama vile friji.

Ufuatao ni mfano wa mazungumzo baina ya muuzaji wa mashine za kuoshea nguo na mtafiti ambaye alijifanya kuwa mteja wake katikati mwa jiji la Nairobi:

Muuzaji C: Karibu.

Mteja: (Anamwanguka kisha anakaribia dukani). Sasa brathe.

Muuzaji C: Poa sana. Sema. Karibia brathe.

Mteja: Asante. Ningependa kununua mashine ya kuoshea nguo. Unauza doo ngapi?

Muuzaji: Kuna tofauti. Kuna za ngiri thirty, ngiri forty, ngiri hamsini, ngiri sitini na ngiri mia moja.

Mteja: Wah! Nimeona pia unajua Sheng sana. Mbona wewe hutumia Sheng?

Muuzaji C: (Anacheka kidogo). Sheng ndiyo lugha vijanaa wengi wanaelewa na wanapenda Nairobi. Naitumia ili tueleweane poa na haraka. Ukitaka kuwaattract lazima ujaribu kuitumia ili muelewane upesi.

Kulingana na muuzaji bidhaa C ambaye ni kijana kutoka kwenye tabaka la juu, Sheng ndiyo lugha inayoshabikiwa zaidi na vijana jijini Nairobi. Yaani, ni lugha ambayo inapendwa na vijana wengi na ambayo huwapa nafasi ya kujitambulisha ipasavyo kama kundi la wanajamii husika. Haikosi kuwa hii ndiyo sababu iliyomfanya muuzaji bidhaa C, jinsi alivyoungama, kutumia Sheng kama mkakati wa kuwavutia wateja hasa vijana katika biashara yake ili kuzidisha mauzo. Kwa hivyo, ni ishara kuwa Sheng imevuka mipaka ya kitabaka jijini Nairobi ambapo inatumiwa pia na vijana wa tabaka la juu kinyume na awali ambapo lugha iliyotumika katika tabaka hili la juu ni Kiingereza. Sheng ni lugha ambayo ilizaliwa jijini Nairobi na imehimili vikwazo mbalimbali hadi ikakuwa, ikatagaa na sasa imejipenyeza katika matabaka yote yaliyo jijini Nairobi. Zaidi ya hayo, lugha hii pia inahusishwa katika miktadha mbalimbali rasmi ukiwemo muktadha wa biashara kutangazia bidhaa.

Majibu ya wahojiwa pia yalibainisha kuwa wauzaji bidhaa jijini Nairobi, hasa vijana, wanaotoka katika tabaka la chini hutumia Sheng kwa kiasi kikubwa kutangazia bidhaa zao. Hii ni kutokana na mazingira wanamoishi kama vile Kangemi, Kawangware, Umoja, Embakasi, Kariobangi, Kaloleni, Makongeni na Kayole ambamo wakazi wengi, hususan vijana, hutumia Sheng katika mawasiliano yao ya kila siku. Hivyo basi, kutokana na suala la mazoea ya matumizi ya Sheng, imegundulika kuwa wauzaji bidhaa katikati mwa jiji la Nairobi wanaotoka kwenye maeneo tajwa huhusisha maneno ya Sheng katika matangazo yao ya biashara hata bila kutarajia. Hali hii inaashiria suala la mpishano wa lugha kwenye akili za wazungumzaji ambapo Sheng na lugha nyingine kama vile Kiswahili na Kiingereza zinashindania nafasi ya kutumiwa kimazungumzo. Hata hivyo, ni kutokana na mazoea ya wazungumzaji husika kutumia Sheng ambapo wao hujipata kila mara wakitumia maneno ya Sheng hasa yale yanayorejelea pesa katika matangazo ya biashara zao. Mifano ya meneno hayo ya Sheng, hasa yanayorejelea pesa, tuliyopata katika kazi hii ni 'soo' (mia moja), 'punch' (mia tano) na 'ngiri' (elfu moja).

Makala haya yamebaini kuwa wakazi wa matabaka mbalimbali jijini Nairobi, hasa vijana, wameathiriana katika mitindo yao ya kimaisha, suala ambalo pia limeathiri matumizi yao ya lugha katika mahusiano yao ya kila siku. Hii ndiyo maana baadhi ya wauzaji bidhaa vijana wanaotoka katika tabaka la juu walisema kuwa Sheng ni lugha inayowapa nafasi ya kujieleza kibunifu, haraka na inayowasaidia kuficha siri zao ikilinganishwa na Kiingereza. Hali hii imewafanya kupenda Sheng kinyume na awali ambapo vijana wanaotoka katika matabaka ya juu waliiona Sheng kama lugha chafu na iliyohusishwa na watu maskini na wanaotoka kwenye mitaa duni kama vile Umoja, Dandora, Kaloleni na Kariobangi jijini Nairobi.

Umri ni suala jingine ambalo lilibainika kuathiri matumizi ya Sheng katika utangazaji wa biashara jijini Nairobi. Ilidhihirika kuwa umri wa wateja ni suala ambalo huwafanya wauzaji bidhaa ama kutumia au kutotumia Sheng katika utangazaji wa biashara zao katikati mwa jiji la Nairobi. Vijana wengi ambao ni wauzaji bidhaa walikiri kuwa wao huhusisha Sheng katika utangazaji wa bidhaa zao wakilenga kujitambulisha na kuwavutia vijana wenzao. Hali hii inadhihirisisha kwamba Sheng ni lugha inayohusishwa zaidi na vijana jijini Nairobi na ambayo huwasaidia kujitambulisha na kuonyesha umoja miongoni mwao. Yaani, ni lugha ambayo imebeba utamaduni mpya ambao vijana vijana jijini Nairobi wanashabikia.

Iligundulika pia kuwa wauzaji wa bidhaa ambazo zinalenga vijana kama vile viatu, nguo, vipodozi na rununu aghalabu hutumia maneno ya Sheng, hasa yanayorejelea pesa kama vile 'doo' kutangazia bidhaa hizo ili kuwavutia wanunuzi lengwa. Ifuatayo ni mifano ya maoni ya wauzaji bidhaa jijini Nairobi walio na umri tofauti kuhusu swali: *Je, wewe hutumia Sheng kutangazia bidhaa zako?*

Muuzaji D (aliye na umri wa miaka kati ya 18-35): Ndiyo. Sheng ni lugha inayotumiwa na watu wengi. Vijana wengi hutumia lugha hii kila wakati ili kuvutia makastomers katika bishara zao. Sheng hutumika sana na vijana kwa sababu inaleta fun.

Muuzaji E: (aliye na umri wa miaka kati ya 36-55): La. Wateja wangu wengi hawaelewi Sheng.

Mifano ya maoni ya watafitiwa ambao tumewarejelea hapo juu imeakisi hali ya matumizi ya Sheng katika mawasiliano ya kibiashara katikati mwa jiji la Nairobi kuathiriwa na suala la umri. Muuzaji D ambaye ni kijana alisisitiza kuwa yeye huhusisha Sheng katika utangazaji wa bidhaa zake kwa sababu ni lugha inayozungumzwa na kundi kubwa la watu hasa vijana na ni lugha inayovutia. Kutokana na uchunguzi wa mtafiti, ilibainika kuwa idadi kubwa ya wateja waliofika katika duka la muuzaji D kununua au kuulizia bei za bidhaa kama vile vipokea sauti na rununu walikuwa vijana. Isitoshe, lugha walioonekana kuitumia katika mawasiliano yao ni Sheng ambapo walichanganya maneno ya Sheng na yale ya Kiswahili au Kiingereza. Ifuatayo ni mifano ya kauli zilizoshuhudiwa:

'Niaje buda' kumaanisha 'habari yako mwanaume'

'Hizo maearphones in doo ngapi?' kumaanisha 'unauzaje vipokea sauti hivyo?'

Mifano ya kauli za wateja vijana, ambao tumewanukuu neno kwa neno, waliofika dukani kununua au kuulizia bei za bidhaa kama vile vipokea sauti inadhihirisha wazi jinsi idadi kubwa ya vijana jijini Nairobi wanapenda kutumia Sheng. Kwa hivyo, matumizi ya Sheng miongoni mwa vijana jijini Nairobi kwa kiwango kikubwa yanaashiria kuwepo na kukua kwa jamiilugha iliyo mbioni kuimarisha mitindo na mielekeo mipya ya matumizi ya lugha.

Muuzaji bidhaa E aliye na umri wa makamo alikana kuhusisha Sheng katika utangazaji wa bidhaa zake kwa sababu alifahamu kuwa wateja wengi aliolenga katika biashara yake hawafahamu Sheng. Uchunguzi wetu ulionyesha kuwa bidhaa alizouza kama vile majokofu aghalabu hulenga wateja wanaotoka katika matabaka ya juu na kati ambao hupenda kuzungumza Kiingereza ili kujitambulisha na kujitofautisha na wanaotoka katika tabaka la chini. Uchunguzi shiriki ambao mtafiti alifanya ulionyesha kuwa wateja wengi waliofika katika duka hilo walizungumza Kiingereza kwa kiwango cha juu na wengine Kiswahili. Hali hii ilidhihirisha ukweli wa jibu lililotolewa na muuzaji bidhaa E aliye na umri wa makamo kuwa wateja wengi wanaofika dukani mwake hawatumi lugha ya Sheng.

Suala jingine lililojitokeza ni mahali pa makazi ya wauzaji bidhaa jijini Nairobi. Iligundulika katika uchunguzi huu kuwa idadi kubwa ya wauzaji bidhaa katikati mwa jiji la Nairobi huishi kwenye

mitaa iliyoko katika maeneo ya Eastlands, Kawangware na Kangemi. Idadi ya wauzaji bidhaa tuliokumbana nao wanaoishi katika mitaa ya kifahari kama vile Kileleshwa ni ya chini sana. Ilibainika kuwa idadi kubwa ya wauzaji bidhaa katikati mwa jiji la Nairobi wanaokaa katika mitaa ya Kawangware, Kangemi, Githurai na mitaa iliyoko *Eastlands* kama vile Embakasi, Umoja na Kariobangi wameajiriwa kuuza bidhaa katika biashara husika. Wengi wao wameajiriwa katika biashara zinazohusu uuzaji wa viatu na nguo katika maduka yanayomilikiwa na wafanyabiashara Wahindi na Wakenya katikati mwa jiji la Nairobi. Zaidi ya hayo, uchunguzi huu ilionyesha kuwa biashara za uuzaji wa rununu na vifaa vingine vya kielektroniki kama vile redio, runinga na vipaza sauti pia zilikuwa na idadi kubwa ya vijana. Hata hivyo, data tuliyopata ilionyesha kuwa vijana hao huishi katika mitaa ya watu wa mapato ya chini ambayo tumekwisha kutaja hapo juu. Hii ni kutokana na malipo wanayopewa ambayo yanawawezesha tu kuishi katika mitaa iliyo na watu wengi wa tabaka la chini kama vile Kawangware, Kangemi na Umoja.

Uchunguzi wetu, kupitia kwa mahojiano na uchunguzi shiriki, ulibainisha kuwa kuna ushindani mkubwa sana katika uuzaji wa bidhaa kama vile rununu, viatu, na mavazi hususan yanayolenga vijana katikati mwa jiji la Nairobi. Kutokana na majibu ya watafitiwa wetu, Sheng ni lugha inayotazamwa kama lugha ya kikundi hasa vijana jijini Nairobi na vile vile lugha ya 'Wanairobi' kwa jumla kulingana na mabadiliko ya kilugha yanayoshuhudiwa sasa. Jiji la Nairobi linaashiria kupanuka kwa utamaduni, katika matumizi ya lugha, ambapo kulingana na Buliba (2006) upanukaji wa utamaduni husababisha kupanuka kwa lugha. Hali hii ya upanukaji wa utamaduni jijini Nairobi ndiyo imesababisha kupanuka kwa Sheng kimatumizi na kujipenyeza katika mawasiliano ya kibiashara katikati mwa jiji la Nairobi. Kwa hivyo, kila mfanyabiashara hujibidiisha kutumia lugha pendwa au kuajiri vijana walio na uwezo wa kutumia lugha pendwa kama vile Sheng vilivyo kuwasiliana na wateja lengwa ili kuwavutia na kuwashawishi kununua bidhaa zinazouzwa.

Kutokana na hali ya uhaba wa nafasi za ajira, matokeo ya kazi hii pia yameonyesha kuwa idadi kubwa ya vijana jijini Nairobi wanakumbwa na hali ngumu ya maisha na hivyo kulazimika kuishi kwenye mitaa ya watu wa mapato ya chini ambako Sheng hutumika sana. Kwa hivyo, mazingira hayo wanamoishi huwaathiri kilugha ambapo wao huzoea kuzungumza Sheng katika mawasiliano yao ya kila siku. Wauzaji vijana hao waliohojiwa walikiri kuwa Sheng huwatambulisha vyema na wenzao na kurahisisha mawasiliano miongoni mwao ikilinganishwa na Kiswahili sanifu au Kiingereza ambacho hutumika zaidi katika mitaa ya kifahari kama vile Westlands, Kileleshwa na Runda jijini Nairobi. Hivyo basi, lugha ya Sheng, kulingana na matokeo tuliyopata katika makala haya, imedhihirika kuwa mkakati muhimu unaotumiwa na wafanyabiashara wa bidhaa kama vile viatu, rununu, vifaa vingine vya kielektroniki kama vile vipokea sauti na mavazi yanayolenga vijana ili kuwapiku wenzao katika uuzaji bidhaa katikati mwa jiji la Nairobi.

Matokeo tuliyopata yaliashiria kuwa wauzaji bidhaa tuliowachagua kimaksudi na kuwashirikisha katika utafiti wetu wanaishi katika mitaa ifuatayo:

Jedwali 1: Mitaa ambapo watafitiwa wanaishi jijini Nairobi

| Mtaa | Uhusishaji wa Sheng katika utangazaji wa biashara katikati mwa jiji la Nairobi | | Jumla |
|-------------|--|----|-------|
| | Ndio | La | |
| Kawangware | 8 | 1 | 9 |
| Kangemi | 6 | 1 | 7 |
| Uthiru | 3 | 0 | 3 |
| Dagoreti | 2 | 1 | 3 |
| Makadara | 2 | 0 | 2 |
| Umoja | 3 | 0 | 3 |
| Roysambu | 5 | 2 | 7 |
| Kasarani | 6 | 1 | 7 |
| Dandora | 2 | 0 | 2 |
| Kahawa West | 2 | 0 | 2 |
| Mathare | 3 | 0 | 3 |

| | | | |
|--------------|-----------|-----------|-----------|
| Embakasi | 8 | 1 | 9 |
| Imara daima | 2 | 2 | 4 |
| Utawala | 3 | 1 | 4 |
| South B | 2 | 1 | 3 |
| Buruburu | 2 | 1 | 3 |
| Parklands | 1 | 2 | 3 |
| Kileleshwa | 3 | 1 | 4 |
| Runda | 0 | 2 | 2 |
| Jumla | 63 | 17 | 80 |

Kulingana na data iliyo kwenye jedwali la 1, wauzaji bidhaa wengi jijini Nairobi wanaoishi katika mitaa ya watu walio na mapato ya chini kama vile Kawangware, Kangemi na Embakasi hutumia Sheng katika utangazaji wa bidhaa wanazouza. Majibu ambayo walitoa yaliashiria kuwa matumizi yao ya Sheng katika utangazaji wa biashara katikati mwa jiji la Nairobi yametokana pakubwa na mazoea yao katika matumizi ya lugha yenyewe kutokana na mazingira wanamoishi. Yaani, wao huzungumza Sheng zaidi katika shughuli zao za kila siku katika mitaa wanamoishi. Wao walikiri kwamba malipo wanayopata katika kazi zao, hasa wale ambao wameajiriwa kuuza bidha katika biashara mbalimbali, ni ya chini mno na yanaweza tu kuwaruhusu kuishi katika mitaa ya watu wa tabaka la chini kama vile Kawangware na Kangemi.

Data tuliyopata, jinsi ilivyo katika jedwali la 1 pia imeonyesha kuwa wauzaji bidhaa katikati mwa jiji la Nairobi wanaotoka katika mitaa ya kifahari ni wachache. Hata hivyo, ilidhihirika kuwa biashara nyingi katikati mwa jiji la Nairobi zinamilikiwa na wakazi wa mitaa ya kifahari kama vile Lavington, Runda, Karen, Kileleshwa, Westlands ambao wameajiri watu mbalimbali hususan vijana kutangaza na kuuza bidhaa husika. Hata hivyo, jambo la kushangaza na la muhimu ambalo lilijitokeza katika uchunguzi huu ni kwamba wauzaji bidhaa wanaoishi katika mtaa wa kifahari wa Kileleshwa walikubali kutumia Sheng katika utangazaji wa biashara zao. Kati ya watafitiwa wanne walioshirikishwa katika utafiti huu, ambao wanaishi katika mtaa wa Kileleshwa, watatu walikubali kutumia Sheng huku mmoja pekee akikana. Watafitiwa hao waliokiri kutumia Sheng katika mawasiliano yao ya kibiashara walikuwa vijana. Hili ni jambo linaloonyesha mabadiliko ya kijamii katika matumizi ya lugha kwa sababu vijana wengi hasa wanaoishi katika mtaa wa kileleshwa wangetarajiwa kutumia Kingereza zaidi au Kiswahili katika mazungumzo yao ili kuhifadhi hadhi yao kitabaka.

Muda ambao wauzaji bidhaa wameishi jijini Nairobi ni suala jingine ambalo limebainika kuathiri matumizi yao ya Sheng katika utangazaji wa biashara. Jedwali lifuatalo linaonyesha muda ambao watafitiwa (wauzaji bidhaa) katikati mwa jiji la Nairobi wameishi jijini Nairobi. Wauzaji bidhaa hawa walitoa majibu tofauti kulingana na swali waliloulizwa ‘Je, wewe hutumia Sheng kutangazia biadhaa zako?’

Jedwali 2: Muda ambao wauzaji bidhaa wamekaa jijini Nairobi na maoni yao kuhusu Uhusishaji wa Sheng katika utangazaji wa biashara

| Muda wa kukaa jijini Nairobi | Ndio | La | Jumla |
|------------------------------|------|----|--------------|
| Miaka 1-2 | 11 | 4 | 15 |
| Miaka 3- 5 | 18 | 6 | 24 |
| Miaka 5 na zaidi | 36 | 5 | 41 |
| Jumla | | | 80 |

Majibu ya watafitiwa, jinsi yanavyojitokeza kwenye jedwali la 2, yanaashiria kuwa wauzaji bidhaa 41 kwa 80 waliochaguliwa kimaksudi wamekaa Nairobi kwa miaka mitano na zaidi. Isitoshe, wauzaji bidhaa hawa ambao wamekaa Nairobi kwa miaka mitano na zaidi ndio wanaotumia Sheng kwa kiasi kikubwa kutangazia bidhaa zao ikilinganishwa na wale ambao wameishi Nairobi kwa muda wa chini ya miaka mitano. Hali hii imeonyesha kuwa muda ambao mtu hukaa katika jamiilugha yoyote iliyo na

wingilugha, kama vile jiji la Nairobi, huathirika katika matumizi yake ya lugha. Hii hutokana na suala la mwingiliano wa watu katika shughuli mbalimbali za kijamii zikiwemo zile za elimu, michezo na biashara. Hali iwapo hivi, jinsi watifitiwa wenyewe walikiri, idadi kubwa ya watu huchangamkia lugha inayoonekana kupendwa na kuchukuliwa kama kiashiria cha ‘uanajiji’ jinsi Sheng inavyoonekana jijini Nairobi hususan miongoni mwa vijana. Kwa hivyo, ni wazi kuwa shinikizo la rika pamoja na ari ya kutaka kutambuliwa hufanya vijana wengi ambao huhamia na hukaa jijini Nairobi kwa muda wa miaka mitatu na zaidi kuikumbatia Sheng kama lugha pendwa na muhimu katika mawasiliano yao.

Wauzaji bidhaa 36 kwa wale 41 tuliyowahusisha na ambao wamekaa jijini Nairobi kwa muda wa miaka mitano na zaidi walikiri kuhusisha Sheng katika utangazaji wa biashara zao. Kauli ya kijumla iliyojitokeza kwao ni kuwa Sheng ni lugha ambayo wamezoea kuizungumza na marafiki zao, hasa katika mitaa wanamoishi kama vile Kawangware, Kasarani na Embakasi. Isitoshe, majibu yao yalibainisha kuwa Sheng ni lugha ambayo wamelazimika kujifunza kwa muda huo waliokaa Nairobi kutokana na uhalisia wa mambo kuwa Sheng imekuwa lugha asilia ya vijana wengi jijini Nairobi. Kauli hii inaafafana na maoni ya Bosire (2006) kuwa Sheng imekuwa lugha asilia ya vijana jijini Nairobi.

Lifuatalo ni jibu ambalo muuzaji bidhaa F alitoa kuhusu sababu yake ya kutumia Sheng katika utangazaji wa bidhaa zake:

Muuzaji F: Mimi hutumia maneno ya Sheng. Waingereza walisema kuwa ukienda Roma fanya vile Waruma wanafanya. Nairobi ndio biashara yafanywa sana kutumia Sheng.

Jibu la muuzaji F ambaye tumemnukuu neno kwa neno hapo juu limeonyesha kuwa wauzaji bidhaa wengi jijini Nairobi huhusisha Sheng kutangazia bishara zao kwa sababu ni lugha ambayo imeenea zaidi katika jiji hili. Isitoshe, hali iliyopo inaonyesha watu wengi wanaohamia jijini Nairobi kutoka mashambani kwa nia ya kufanya biashara hawana budi kuhusisha Sheng katika mawasiliano yao ya kibiashara iwapo watalenga idadi kubwa ya vijana kama wateja wao. Yaani, wafanyabiashara hao hawatakuwa na budi kutumia lugha itumiwayo na washindani wao ili kuimarisha mauzo yao katika mazingira yaliyo na ushindani mkubwa iwapo wateja wao lengwa ni vijana.

Matokeo yaliyo katika jedwali la 2, pia yanaonyesha kuwa ni wauzaji bidhaa 5 pekee kati ya 41 ambao wamekaa Nairobi kwa miaka mitano na zaidi ambao walikana kutumia Sheng katika utangazaji wa biashara zao. Jambo la kusisitiza hapa ni kuwa wauzaji bidhaa hawa walionyesha kutopenda lugha ya Sheng kwa madai yao kuwa Sheng ni lugha ambayo haina hadhi yoyote katika jamii hasa jijini Nairobi. Kwao, waliona kuwa Kiingereza na Kiswahili ndizo lugha zifaazo kutumika katika utangazaji wa biashara jiji Nairobi kwa sababu ni rasmi na ambazo zinatambulika kikatiba nchini Kenya. Mawazo yao yaliakisi kauli ya Higgins (2009) kuwa Kiingereza ndiyo lugha iliyofaa kutumika katika utangazaji wa biashara jijini Nairobi hapo awali. Kwa hivyo, mawazo ya watafitiwa hao watano ni ya kihifadhina na ambayo yalionyesha mitazamo ya kikale kuhusu nafasi ya Sheng katika jamiilugha ya jiji la Nairobi.

Ilidhihirisha pia kuwa wauzaji bidhaa 18 kati ya 24 ambao wamekaa jijini Nairobi kati ya miaka 3 na 5 hutumia Sheng kutangazia bidhaa zao huku wauzaji sita pekee wakipinga matumizi ya lugha hii katika mawasiliano yao ya kibiashara. Maoni ambayo tulipata kutoka kwa wauzaji bidhaa katika kundi hili kuhusu kutumia au kutotumia Sheng katika utangazaji wa biashara zao yalishabihiana na yale tuliyopata kwa wauzaji bidhaa ambao wamekaa Nairobi kwa miaka mitano na zaidi. Hali ambayo imedhihirika katika makala haya ni kuwa Sheng ni lugha ambayo imetagaajijini Nairobi na kwamba wakazi wengi wa jiji hili, hasa vijana, wamezoea kuitumia katika mawasiliano yao yakiwemo yale ya kibiashara. Kwa hivyo, vijana wanaozuru Nairobi kutoka mashambani kwa nia ya kutafuta ajira kama vile biashara hulazimika kujifunza Sheng ili waweze kujitambulisha na kuafikiana na wateja anuwai ambao ni wapenzi wa lugha hii katika biashara zao.

Idadi ya wauzaji bidhaa katikati mwa jiji la Nairobi, kulingana na data kwenye jedwali la 2, ambao wamekaa Nairobi kati ya mwaka mmoja na miaka miwili ni ya chini zaidi. Hata hivyo, idadi kubwa ya wauzaji bidhaa katika kundi hili walioshirikishwa walikiri kuhusisha Sheng katika utangazaji wa

biashara zao. Wauzaji bidhaa 11 kati ya 15 walikubali kuhusisha Sheng. Wao walidai kwamba Sheng ni lugha ambayo wamezoea kuongea hata walipokuwa shuleni na vyuoni. Zaidi ya hayo, walisisitiza kwamba huwawia rahisi kujieleza na kuonyesha ubunifu wa kimawasiliano katika utangazaji wa bidhaa zao wanapotumia Sheng kuliko lugha nyingine kama vile Kiingereza na Kiswahili. Ufuatao ni mfano mwingine wa jibu la muujazi wa bidhaa kijana:

Muuzaji G: Sheng hunisaidia kueleza wateja wangu vizuri ninapoongoea na wao. Ni lugha ambayo imekubaliwa hata na walio na elimu ya juu na pia wale ambao hawana elimu ya juu.

Jibu la mtafitiwa G linaonyesha kuwa Sheng ni lugha ambayo imekubaliwa na wakazi jijini Nairobi walio na viwango tofauti vya elimu. Hii inaonyesha kuwa Sheng ni lugha ambayo imepata umaarufu katika mawasiliano yakiwemo yale ya kibiashara kutokana na kuhusishwa kwake na suala la ‘ujiji’ hususan miongoni mwa vijana. Yaani, ni lugha ambayo inatumiwa kama kipimo cha ‘Wanairobi’ waliopevuka, wabunifu na wanaokwenda sambamba na mitindo mipya ya maisha. Kulingana na maoni ya muuzaji G, Sheng imejitokeza kama lugha sawazishi na unganishi ambayo huwezesha kuwepo kwa mawasiliano kati wanajamii walio na viwango vya juu vya elimu na walio na viwango vya chini vya elimu hususan katika mazingira ya kibiashara. Kwa hivyo, wanunuzi wasio na umilisi wa Kiingereza au Kiswahili sanifu hupata fursa ya kuwasiliana na kuelewana na wauzaji husika ambao wana kiwango cha juu cha elimu na vile vile wanafahamu lugha ya Sheng.

Suala la sita ambalo lilijitokeza kuathiri matumizi ya Sheng katika utangazaji wa bidhaa jijini Nairobi ni mahali pa kuzaliwa pa wauzaji bidhaa. Imebainika katika Makala haya kuwa baadhi ya wauzaji bidhaa walizaliwa jijini Nairobi huku wengine wakiwa walizaliwa mashambani na kuhamia jijini baadaye. Uhamiaji wao jijini Nairobi, namna watafitiwa walivyoeleza wenyewe, ulisababishwa na kutafuta ajira, elimu, kujiunga na familia zao au rafiki zao. Miongoni mwa wauzaji bidhaa 80 waliohusishwa, 46 walizaliwa jijini Nairobi huku 34 wakiwa walizaliwa mashambani na kuhamia jijini Nairobi baadaye. Jedwali la 3 hapo chini linaonyesha muhtasari wa matokeo tuliyopata:

Jedwali 3: Watafitiwa waliozaliwa jijini Nairobi na mashambani

| Waliozaliwa Jijini Nairobi | | Waliozaliwa Mashambani | |
|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| 46 | | 34 | |
| Hutumia Sheng Kutangazia bidhaa | Hawatumii Sheng kutangazia bidhaa | Hutumia Sheng kutangazia bidhaa | Hawatumii Sheng kutangazia bidhaa |
| 39 | 7 | 24 | 10 |

Data tuliyopata, namna yalivyo katika jedwali la 3, inaashiria kuwa wauzaji bidhaa wengi katikati mwa jiji la Nairobi walizaliwa jijini Nairobi na kukulia katika jiji hili. Isitoshe, wengi wao wamekulia katika mitaa ya watu wa mapato ya chini kama vile Kayole, Kariobangi na Embakasi ambapo lugha inayotumiwa zaidi katika mawasiliano ya kila siku ni Sheng. Hata hivyo, wao huchanganya Sheng na maneno mengine ya Kiswahili, Kiingereza na hata yale ya lugha zao asilia kwa sababu ni mtindo ambao wamezoea kutumia katika mazingira yao. Haikosi kuwa hii ndiyo maana watafitiwa 39 kwa 46 waliozaliwa jijini Nairobi walikiri kuwa wao hutumia Sheng kutangazia bidhaa zao. Watafitiwa hawa walisisitiza kuwa Sheng ni lugha bora ya kutangazia bidhaa jijini Nairobi kwa sababu ni lugha ambayo wanaiona kwamba inapendwa na wakazi wengi wa jiji hili husana vijana. Kwa hivyo, wauzaji bidhaa hao hubadilisha lugha yao katika mazingira kama haya kwa kujua au kutojua, jinsi Elhami (2020) anavyosema, ili wapate kuelewana na wateja wao lengwa. Watafitiwa pia waliongeza kuwa Nairobi ni jiji linaloshuhudia mabadiliko ya kijamii, kiuchumi na kisiasa kwa kasi. Mabadiliko haya, kulingana na wao, yamechangia kwa kiasi kikubwa kuwepo kwa miono ulimwengu mipya hususan kuhusu lugha zinazotumiwa katika shughuli mbalimbali kama vile utangazaji wa biashara.

Sheng ni lugha ambayo imejitokeza katika makala haya kuwa lugha pendwa na mali muhimu kwa watu hasa vijana ambao wamezaliwa na kukulia jijini Nairobi. Wao wamezoea kuzungumza Sheng kuliko lugha nyingine kama vile Kiswahili na Kiingereza kutokana na hali kuwa Sheng ni lugha sahili, inayovutia na inayowapa nafasi ya kubuni maneno bila sheria funge. Wauzaji bidhaa 7 walikana kuhusisha Sheng katika utangazaji wa biashara zao. Kauli iliyojitokeza kulingana na majibu

yao ni kuwa wao hawapendi Sheng na kwamba wateja wanaofika kununua bidhaa katika biashara zao aghalabu hutumia Kiswahili au Kiingereza. Kwa hivyo, hali hii huwalazimu kutumia lugha rasmi kama vile Kiingereza au Kiswahili kutokana na urasmi wa wateja wanaotarajia katika biashara zao.

Data iliyokusanywa ilidhihirisha kuwa wauzaji bidhaa 34 kwa wale 80 walioshirikishwa walizaliwa mashambani na kuhamia jijini Nairobi baadaye. Hata hivyo, ilijitokeza kuwa idadi kubwa ya wauzaji bidhaa waliozaliwa mashambani na kuhamia jijini Nairobi hutumia Sheng kutangazia bidhaa zao. Wauzaji bidhaa 24 kwa 34 waliozaliwa mashambani walikiri kutumia Sheng huku 10 pekee wakikakana kuhusisha Sheng katika utangazaji wa biashara zao. Watafitiwa waliokiri kuhusisha Sheng walieleza kuwa Sheng ni lugha ambayo wamezoea kuizungumza na kwamba ni lugha ambayo inawasaidia kujenga usawa miongoni mwao. Yaani, Sheng ni lugha ambayo haiwabagui kikabila na kielimu. Nao wauzaji bidhaa kumi waliozaliwa mashambani walikana matumizi ya Sheng katika utangazaji wa biashara kwa kusisitiza kuwa hawana ujuzi bora wa kuitumiwa. Kwa hivyo, hali hiyo huwafanya kutoitumia lugha hii kwa kuchelea kuchekwa au kudunishwa na wenzao hasa wanaolewa Sheng zaidi kuwashinda.

Lugha mzazi ya wauzaji bidhaa jijini Nairobi pia imedhihirika kuathiri matumizi ya Sheng katika mawasiliano ya kibiashara jijini Nairobi. Uchunguzi shiriki ulibainisha kuwa wauzaji bidhaa wanaozungumza lugha mzazi kama vile Kikuyu, Kijaluo, Kiluhya, Kikamba hutumia Sheng kwa kiasi kikubwa katika mawasiliano yao ya kibiashara. Sababu iliyojitokeza ni kuwa idadi kubwa ya wakazi jijini Nairobi, hususan vijana, huzungumza lugha mzazi tajwa na hutumia Sheng zaidi kama lugha yao pendwa. Isitoshe, lugha mzazi ambazo tumetaja hapo juu ndizo huchangia zaidi katika kubuni baadhi ya msamiati wa Sheng unaotumiwa katika mawasiliano. Mfano uliojitokeza ni kuwa idadi kubwa ya vijana wanaouza bidhaa katikati mwa jiji la Nairobi ni Wakikuyu na lugha wanazopenda kuzungumza zaidi ni Sheng na Kikuyu. Zaidi ya hayo, msamiati mwingi wa Sheng jijini Nairobi huundwa kutokana na maneno ya Kikuyu. Baadhi ya mifano ya maneno ya Sheng tuliyopata ni *'nduthi'* ambalo humaanisha pikipiki kwa Kikuyu na *'mukuru'* ambalo humaanisha *'wazazi wa kike au mama'* kwa Kikuyu.

Makala haya pia yamebainisha kuwa wauzaji bidhaa wanaotoka katika sehemu ya pwani ya Kenya aghalabu hutumia Kiswahili katika mawasiliano yao ya kibiashara. Hawa, kulingana na uchunguzi wetu, walikulua katika mazingira ambamo Kiswahili ndiyo lugha inyozungumzwa zaidi na ni lugha yao asilia. Kwa hivyo, wao wamezoea kuizungumza na ni rahisi kwao ikilinganishwa na lugha zingine zilizopo kama vile Kiingereza. Hali hii pia ilijokeza miongoni mwa wauzaji bidhaa ambao wanatoka katika maeneo ya Kaskazini mwa Kenya ambao walisikika wakizungumza Kisomali na Kiswahili sahili zaidi katika biashara zao. Kulingana na majibu yao, ilibainika kuwa wao hutumia Kiswahili sahili kuongea au kuwashawishi wateja wao. Isitoshe, iligundulika kwamba hao walio na asili ya Kisomali huhusisha lugha yao asilia kuongea na wateja ambao wanaonekana kuwa wa asili yao. Wauzaji bidhaa waliosikika wakitumia Sheng kuongea na wateja wao walitumia msamiati mchache wa sheng hasa ule unaorejelea pesa kama vile *'soo tano'* kumaanisha mia tano katika Kiswahili sanifu.

Mtafiti alipata nafasi ya kuzungumza na muuzaji bidhaa mmoja anayetoka katika maeneo ya Kaskazini mwa Kenya ambaye alieleza kuwa yeye amezoea kuongea lugha yake asilia na hulazimishwa tu kuzungumza Kiswahili sahili na Kiingereza ili aweze kuelewana na wateja wake anuwai jijini Nairobi. Aliongeza kuwa yeye hajazoea kuongea Sheng kwa sababu ni lugha inayobadilika kimaana na kimuundo kila wakati. Hali hii humuwia vigumu kuelewa baadhi ya maneno ya Sheng yanayotumiwa kutokana na kubadilika kwa maana au uundaji wa msamiati mpya katika lugha hii.

Suala la mwisho ambalo lilibainika kuathiri matumizi ya Sheng katika utangazaji wa biashara jijini Nairobi ni dini. Maoni tuliyopata kutoka kwa watafitiwa tuliowachagua kimaksudi yalionyesha kuwa wauzaji bidhaa katikati mwa jiji la Nairobi ambao ni wafuasi wa dini za kikristo hutumia Sheng zaidi kuliko wale ambao ni wafuasi wa dini ya kiislamu. Hii inatokana na matumizi ya Sheng katika makanisha mbalimbali ya kikristo katika baadhi ya mahubiri ili kujitambulisha, kuwachangamsha na kuwavutia vijana kuhudhuria ibada na maombi. Kuhusishwa kwa lugha ya Sheng katika mawasiliano

kwenye madhehebu ya kikristo kumefanya wafuasi wa dini husika kuchangamkia lugha hii na hata kuzoea kuitumia kimawasiliano katika mazingira mbalimbali yakiwemo yale ya kibiashara. Mtafiti alijifanya kuwa mnunuzi wa bidhaa husika ambapo alipata nafasi ya kuzungumza na muuzaji bidhaa **H** aliyekuwa na maoni yafuatayo kuhusu Sheng:

Muuzaji H: Karibu kastoma. Kamu ucheki!

Mtafiti: Poa.

Muuzaji H: Unaoneje hii? Iko fiti sana (akiashiria suruali ndefu).

Mtafiti: Iko sawa bro. Mbona unatumia Sheng kuongea na wateja wako?

Muuzaji H: Sheng ni lugha ya mtaa. Ukienda mitaani, shuleni na hata church watu huongea Sheng.

Majibu ya muuzaji **H** ambayo tumenukuu neno kwa neno yanadhihirisha kuwa matumizi ya Sheng kimawasiliano mitaani, shuleni na hata makanisani yamechangia katika kuenea kwa lugha hii jijini Nairobi. Hali hii imewafanya wakazi wengi jijini Nairobi ambao ni waumini wa dini ya kikristo kuzoea kuitumia na hata wale ambao ni wauzaji wa bidhaa kuihusisha katika mawasiliano yao ya kibiashara. Kwa hivyo, Sheng ni lugha ambayo makala haya yamebainisha kuwa huihutia hadhira, hususan vijana, inapotumiwa katika mazingira mbalimbali yakiwemo yale ya kibiashara kutangazia bidhaa mbalimbali.

Data tuliyopata kupitia kwa hojaji na mahojiano na watafitiwa kuhusu suala la dini pia imeonyesha kuwa wauzaji bidhaa wengi jijini Nairobi ambao ni wafuasi wa dini ya Kiislamu hawahusishi Sheng katika mawasiliano yao ya kibiashara kwa kiasi kikubwa. Sababu iliyojitokeza katika majibu yao ni kuwa wao hupenda kuzungumza lugha ya Kiswahili zaidi kwa kuwa ni lugha ambayo wameizoea tangu kuzaliwa kwao na wanaipenda zaidi. Isitoshe, uchunguzi shiriki uliofanywa katika baadhi ya misikiti jijini Nairobi ulionyesha kuwa aghalabu mashehe huzungumza Kiswahili sanifu kama njia ya kuonyesha urasmi wa mahubiri yao. Yaani, Sheng, kulingana na watafitiwa walioshirikishwa ambao ni Waislamu, si lugha rasmi ambayo inapaswa kuhusishwa katika mahubiri yao misikitini.

Hitimisho

Makala haya yamebaini kuwa masiala mabimbali ya kijamii huathiri matumizi ya Sheng katika utangazaji wa biashara katikati mwa jiji la Nairobi. Masiala hayo ya kijamii yaliyojitokeza wazi katika makala haya ni jinsia ya wauzaji bidhaa, umatabaka, umri wa wauzaji bidhaa, mahali pa makazi pa wauzaji bidhaa jijini Nairobi, muda ambao wauzaji bidhaa wameishi jijini Nairobi, mahali pao pa kuzaliwa, lugha mzazi na dini ya wauzaji bidhaa. Hata hivyo, makala haya yameonyesha kuwa masiala ya lugha mzazi na dini ya wauzaji bidhaa jijini Nairobi huathiri matumizi ya Sheng katika utangazaji wa biashara jijini Nairobi kwa kiwango cha chini ikilinganishwa na masiala mengine yaliyotajwa hapo juu. Kwa hiyo, ukabila na dini si masiala muhimu yanayoathiri matumizi ya Sheng katika biashara jijini Nairobi. Data tuliyopata katika uchunguzi wetu pia imeashiria kuwa Sheng ni lugha ambayo matumizi yake katika utangazaji wa biashara katikati mwa jiji la Nairobi hutofautiana kulingana na sifa za kijamii za wahusika kama vile umri na jinsia. Lugha ni kipengele ambacho huzaliwa, hukua na kuimarika au hata kufa kulingana na mazingira inamozaliwa na kutumiwa. Kwa misingi hii, Sheng ni lugha ambayo ilizaliwa jijini Nairobi katika maeneo ya *Eastlands* jinsi (Ogechi 2005 na Momanyi 2009) wanavyosema na imepigana na vikwazo na vikwamizi ilivyowekewa hapo awali na mahafidhina wa lugha hadi ikapata nafasi katikati mwa jiji la Nairobi hasa katika utangazaji wa biashara mbalimbali.

Majibu ya watafitiwa walioungama kuhusisha Sheng katika mawasiliano yao ya kibiashara yaliashiria kuwa Sheng ni lugha ambayo wameizoea kuitumia katika shughuli zao nyingi za kila siku. Isitoshe, imebanika katika makala haya kuwa Sheng ni lugha ambayo imetagaajijini Nairobi kutokana na shughuli mbalimbali za kijamii na kiuchumi kama vile siasa, elimu, dini, muziki na biashara. Sababu nyingine iliyojitokeza ni kuwa Sheng ni lugha rahisi ya kutumika katika mawasiliano na hivyo huwawia rahisi wauzaji bidhaa husika hususan vijana kuitumia kwa ubunifu wa kipekee ili kuwavutia wanunuzi mbalimbali wanaolenga katika biashara zao.

Marejeleo

- Abdulaziz, M.H. na Osinde, K. (1997). Sheng and English: Development of Mixed Codes among the urban youths in Kenya. *Journal of Sociology of Language*. Volume 125: 43-63.
- Bosire, M. (2006). Hybrid Languages: The case of Sheng. Selected Proceedings of the 36th Annual Conference on African Linguistics. Cascadilla Proceedings Project.
- Buliba, S. na wenzake (2006). *Isimujamii kwa Wanafunzi wa Kiswahili*. The Jomo Kenyatta Foundation.
- Elhami, A. (2020). Communication Accommodation Theory: A brief Review of the Literature. *Journal of Advances in Education and Philosophy*.
- Giles, H., Coupland, N., & Coupland, J. (1991). Accommodation Theory: Communication, Context and Consequence. Katika H. Giles, J. Coupland, & N. Coupland (Eds.), Contexts of accommodation: Developments in Applied Socio-linguistics.
- Githinji, P (2014). *Kwa Miaka Hamsini Sheng Imekitunza Kiswahili au Imekiua?* Miaka Hamsini ya Kiswahili nchini Kenya. Simala I, Chacha L na Osore M (eds). Twaweza Communications, Nairobi.
- Githiora, C. (2018). Sheng: The Expanding Dormains of an Urban Youth Vernacular. *Journal of African Cultural Studies*. Volume 30, 2018- Issue 2.
- Higgins, C. (2009). *English as a local Language: Post- colonial Identities and Multilingual Practices*. Salisbury, UK. MPG Books Group.
- Kariuki, A., Kanana, F.E. & Kebeya, H. (2015). The Growth and use of Sheng in Advertisements in selected Businesses in Kenya. *Journal of African Cultural Studies*. Vol. 27. No. 2, 229-246.
- Kenya Population 2019. (Demographics, Maps and Graphs). (n.d). Retrieved from <http://worldpopulationreview.com/countries/kenya-population/>
- Mazrui, A. (1995). *Slang and Code Switching. The Case of Sheng in Kenya*. Afrikanistische Arbeitspapiere 42: 168-169.
- Momanyi, C. (2009). Effects of Sheng in Teaching of Kiswahili in Kenyan Schools. *Journal of Pan African Studies*. Vol.2 no.8.
- Muaka, L. (2011). Language Perceptions and Identity among Kenyan Speakers. *Selected Proceedings of the 40th Annual Conference on African Linguistics*. Winston Salem University. North Carolina.
- Mukhwana, A. (2015). Sheng and English: What they Are and what they Are Not. *International Journal of Scientific Research and Innovative Technology*. Vol.2. No.1.
- Mutonya, M. (2008). Swahili Advertising in Nairobi: Innovation and Language Shift. *Journal of African Cultural Studies*. Vol. 20. No. 1.
- Mwangi k. Zhou Joyce na Jun Yu, (2019). A case Study to the Application of the Kenyan “Sheng “Language in Marketing. *Journal of Marketing Development Competiveness*. Vol.13 (5)
- Ogechi, N. (2005). On Lexicalization of Sheng. *Nordic Journal of African Studies*. 14 (3): 334-355. Municipality (Uganda). *International Journal of the Sociology of Language*, 170, 1–41.

