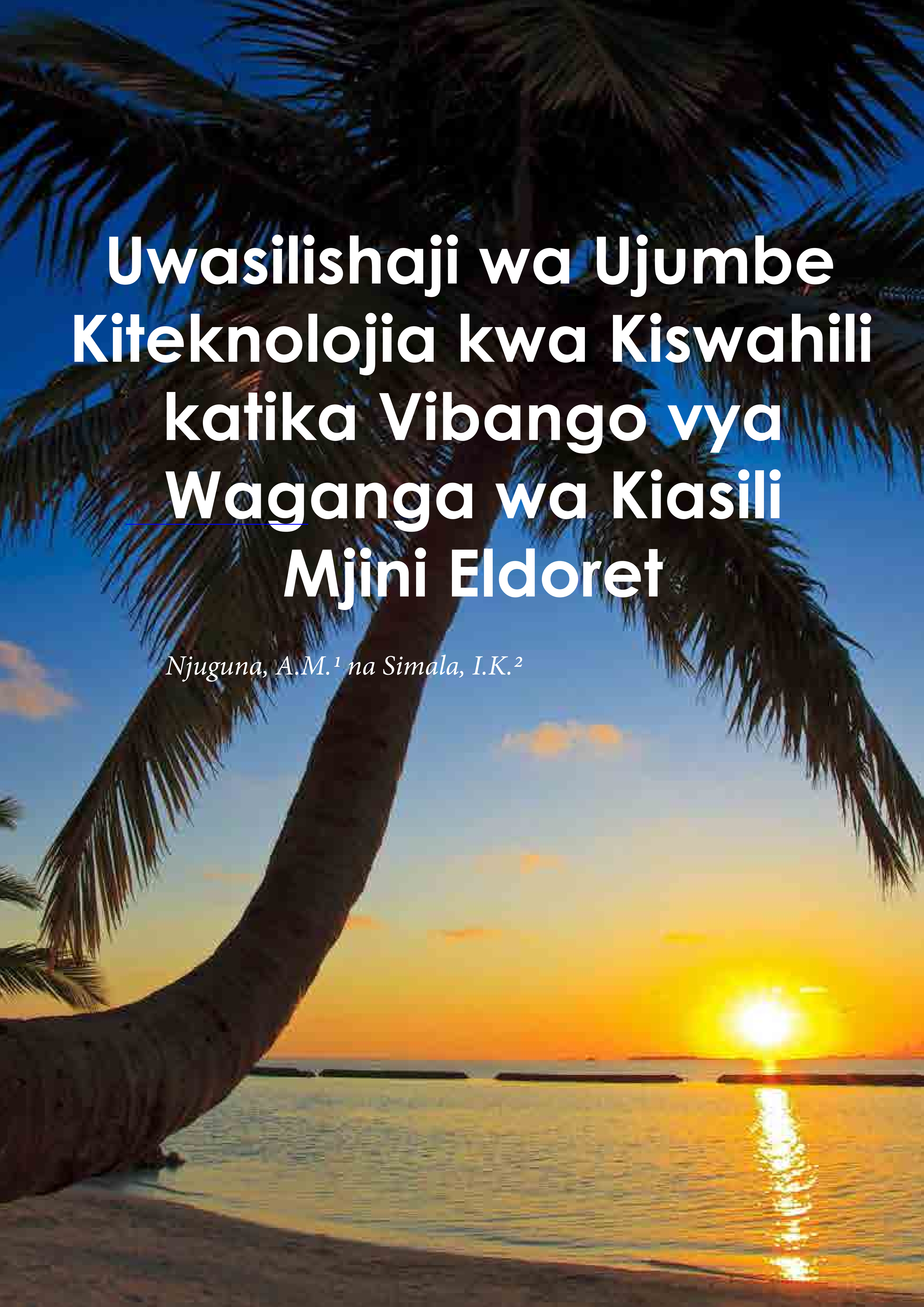

Uwasilishaji wa Ujumbe Kiteknolojia kwa Kiswahili katika Vibango vya Waganga wa Kiasili Mjini Eldoret

Njuguna, A.M.[1] na Simala, I.K.[2]

IKISIRI

Makala hii inachunguza namna Kiswahili kinavyotumika kuwasilisha ujumbe wa kibiashara katika vibango vya waganga wa kiasili mjini Eldoret, Kenya. Utafiti unaongozwa na Nadharia ya Muundo wa Taarifa ya Mathesius, inayosisitiza kuwa maana ya ujumbe hutegemea si maudhui pekee, bali pia mpangilio wa taarifa ndani ya matini. Data zilikusanywa kwa kupitia, upigaji picha na unukuzi, kisha zikachanganuliwa kwa mkabala wa kimaelezo na kifasiri. Matokeo yanaonyesha kuwa vibango hivi ni miundo ya kimkakati ya mawasiliano inayounganisha lugha, mpangilio wa taarifa, rangi, ukubwa wa maandishi na viashiria vya mawasiliano ya moja kwa moja kama nambari za simu. Kiswahili kilibainika kufanya kazi si kama chombo cha kubeba ujumbe tu, bali kama teknolojia ya kijamii inayorahisisha uelewekaji, kusisitiza vipashio vya maana na kuchochea mwitikio wa haraka wa hadhira. Aidha, uchanganuzi umeonyesha kuwa muundo wa taarifa hutanguliza vipashio vyenye uzito mkubwa wa kimawasiliano, hivyo kuimarisha mvuto, uelewekaji na ushawishi wa tangazo. Tofauti za kijamii kati ya maeneo ya hadhi ya chini, ya kati na ya juu pia huathiri namna ujumbe unavyopangwa na kufupishwa. Makala inahitimisha kuwa vibango hivi vinapanua mjadala kuhusu mandhari ya lugha, mawasiliano ya biashara na nafasi ya Kiswahili katika uchumi usio rasmi wa mijini katika Afrika ya Mashariki ya sasa kwa namna mpya.
Maneno Muhimu: *Uwasilishaji wa ujumbe, teknolojia ya mawasiliano, Kiswahili, vibango vya matangazo, waganga wa kiasili, muundo wa taarifa*

1.0 Utangulizi

Wataalamu mbalimbali wamelishughulikia suala la uwasilishaji wa ujumbe katika matangazo ya mabango, vibango na maandishi mengine ya hadhara kwa mitazamo tofauti ya kidiskosi, kiisimu-jamii na kisemiotiki. Cook (2001) anaeleza kuwa tangazo haliwezi kueleweka kama mkusanyiko wa maneno pekee, bali linapaswa kutazamwa kama tukio la kidiskosi linaloundwa na lugha, picha, muktadha wa kijamii, malengo ya mtoa ujumbe na matarajio ya mpokeaji. Kwa mtazamo huu, maana ya tangazo hutokana na mwingiliano wa vipengele mbalimbali vinavyolifanya lisomeke, lieleweke na lishawishi hadhira lengwa. Landry na Bourhis (1997) nao wanaweka msingi wa kuelewa maandishi yanayoonekana katika maeneo ya umma kupitia dhana ya mandhari-lugha. Kwao, alama za barabarani, mabango ya matangazo, vibango vya biashara, majina ya mitaa na maandishi katika majengo ya umma huunda mandhari-lugha yenye kazi mbili kuu: kutoa taarifa kwa watumiaji wa nafasi ya umma na kuashiria uwepo, hadhi na nguvu ya kijamii ya lugha inayotumika. Kwa upande wa usemiotiki wa taswira, Kress na van Leeuwen (2006) wanaonesha kuwa maana katika matini za kuona haijengwi na maandishi pekee, bali pia na rangi, ukubwa wa herufi, nafasi ya vipashio, mpangilio wa taarifa, fremu, mwelekeo wa macho na uhusiano kati ya vipengele vya lugha na taswira. Katika muktadha unaokaribiana na matangazo ya tiba za asili, Adegoju (2008) anaonesha kuwa matangazo ya dawa za mitishamba hutumia mikakati ya balagha inayolenga kujenga imani, kuhalalisha huduma, kuwasilisha madai ya ufanisi na kuchochea mwitikio wa haraka kutoka kwa hadhira.

Mjadala huu umeendelezwa zaidi na watafiti miaka ya hivi karibuni, hasa kuanzia mwaka 2020, ambao wameonesha kuwa maandishi ya hadhara yanapaswa kuchunguzwa kama nyenzo hai za mawasiliano ya kijamii, kiuchumi na kiteknolojia. Mulyawan (2020), katika uchunguzi wake wa alama za kibiashara za nje kwa mtazamo wa mandhari-lugha ya kimultimodi, anaonesha kuwa vibango vya biashara si tu vielelezo vya utangazaji, bali ni miundo ya kuona inayosimamia namna taarifa zinavyopangwa, zinavyopewa uzito na zinavyotafsiriwa na wapita njia. Hoja hii ina umuhimu mkubwa kwa utafiti wa vibango vya waganga wa kiasili kwa kuwa inaonesha kuwa mpangilio wa maneno, ukubwa wa maandishi, nafasi ya jina la mhudumu, orodha ya huduma na nambari za simu ni sehemu ya sarufi pana ya mawasiliano ya hadhara. Hong (2020) naye anaendeleza mjadala huu kwa kuonesha kuwa utafiti wa mandhari-lugha unaweza kufaidika na mbinu za kisasa za uchanganuzi wa picha za mitaani, kwa kuwa maandishi ya umma hutoa ushahidi kuhusu muundo wa kijamii, mabadiliko ya maeneo ya mijini na namna lugha zinavyoshiriki katika kutengeneza taswira ya jiji. Ingawa Hong anajikita zaidi katika mbinu za uchanganuzi wa picha na data za mitaani, mchango wake unasisitiza kuwa maandishi ya umma yanaweza kusomwa kama data muhimu ya maisha ya mji. Vinagre (2021) anaongeza kwamba mandhari-lugha ni rasilimali ya uelewa wa kijamii na kimawasiliano kwa sababu humwezesha msomaji kusoma lugha ndani ya mazingira yake halisi ya matumizi.Kwa mtazamo huu, vibango vya matangazo havipaswi kutazamwa kama maandishi yaliyotengwa na jamii,bali kama matini zinazopatikana katika mazingira ambayo yana watu,

harakati, uchumi, mahitaji, hofu, matarajio na maamuzi ya kila siku. Malinowski, Maxim na Dubreil (2020) nao wanaendeleza fikra hii kwa kusisitiza kuwa mandhari-lugha hujenga uelewa wa mahali, utamaduni na ujifunzaji wa lugha kupitia matini za kimultimodi zinazopatikana katika nafasi za umma. Kwa maana hiyo, lugha inayoonekana kwenye vibango ina uhusiano wa moja kwa moja na mahali ilipo, hadhira inayolengwa na shughuli za kijamii zinazozunguka eneo hilo. Katika muktadha wa Afrika, Legère (2022) anaonesha kuwa mandhari-lugha ya bara hili huakisi ushindani, hadhi na matumizi ya lugha katika maeneo mbalimbali ya kijamii, ikiwa ni pamoja na mabango, vibango vya biashara, maandishi ya majengo na alama za hadhara. Ilonga (2023), kwa upande wake, anaonesha kuwa alama za lugha katika maonesho ya biashara ya Sabasaba jijini Dar es Salaam hubeba kazi za taarifa, ishara, nguvu za kijamii, utambulisho wa makundi na mantiki ya uchaguzi wa lugha. Mchango wa Ilonga ni muhimu katika makala hii kwa kuwa unakaribisha mjadala wa Afrika Mashariki kuhusu namna lugha, biashara na nafasi za umma zinavyoingiliana katika mawasiliano ya hadhara.

Kwa jumla, watafiti hawa wanakubaliana kuwa uwasilishaji wa ujumbe katika mabango na vibango vya hadhara ni mchakato wa kimkakati unaohusisha lugha, taswira, muundo, nafasi, hadhira na muktadha wa kijamii. Hata hivyo, pamoja na upana wa misingi hiyo ya kinadharia na kiuchambuzi, bado kuna pengo kuhusu namna Kiswahili kinavyofanya kazi ndani ya vibango vya waganga wa kiasili katika mazingira mahsusi ya mijini ya Afrika Mashariki. Cook (2001) anazungumzia diskosi ya matangazo kwa upana wake wa kimfumo. Landry na Bourhis (1997) wanatoa msingi wa kuelewa maandishi ya umma kama mandhari-lugha. Kress na van Leeuwen (2006) wanaelekeza mjadala kwenye sarufi ya taswira na usemiotiki wa mawasiliano. Adegoju (2008) anachambua balagha ya matangazo ya tiba za mitishamba katika muktadha wa Nigeria. Mulyawan (2020), Hong (2020), Vinagre (2021), Legère (2022) na Ilonga (2023) wanaendeleza mjadala wa alama za hadhara, lugha za mijini na kimultimodi katika mazingira tofauti. Hata hivyo, miongoni mwa tafiti hizi, hakuna inayochunguza kwa kina jinsi Kiswahili kinavyotumiwa kama nyenzo kuu ya kusanifu, kupanga na kuelekeza ujumbe katika vibango vya waganga wa kiasili mjini Eldoret.

Mbali na ukosefu wa utafiti wa kina kuhusu vibango vya matangazo ya mawasiliano ya waganga wa kiasili kwa Kiswahili, uchunguzi mahsusi wa uwasilishaji wa ujumbe kidijitali katika vibango hivyo haujafanywa kwa kiwango cha kutosha. Hali hii inaonesha kuwepo kwa upungufu wa kiuchambuzi katika kuunganisha matumizi ya Kiswahili, teknolojia ya uwasilishaji wa ujumbe, mandhari-lugha ya mijini na uchumi usio rasmi wa Afrika Mashariki. Vibango vya waganga wa kiasili vinapatikana katika maeneo ya mijini ambako kuna ushindani mkubwa wa huduma, mvutano wa kuvuta umakini wa hadhira na hitaji la mawasiliano ya haraka. Kwa hiyo, lugha inayotumika katika vibango hivyo haichaguliwi kiholela, bali hupangwa kimkakati kwa kuzingatia uwezo wake wa kuvuta macho ya msomaji, kuibua tatizo, kupendekeza suluhisho, kujenga uhalali wa mtoa huduma na kumwelekeza msomaji katika hatua inayotarajiwa, kama vile kupiga simu, kutuma ujumbe au kufika mahali pa huduma.

Katika makala hii, dhana ya teknolojia haitumiki kwa maana finyu ya vifaa vya kidijitali pekee. Inatumika kwa maana pana inayojumuisha mbinu, taratibu, miundo na nyenzo zinazowezesha ujumbe kuzalishwa, kupangwa, kusisitizwa, kusambazwa na kufikishwa kwa hadhira kwa ufanisi. Kwa maana hiyo, kibango ni teknolojia ya mawasiliano. Mpangilio wa taarifa ndani ya kibango ni teknolojia ya kuelekeza usomaji. Uteuzi wa Kiswahili ni teknolojia ya kijamii inayorahisisha ufikikaji wa ujumbe kwa hadhira pana ya mijini. Urudiaji wa nambari za simu, matumizi ya maneno yenye nguvu ya kihisia, utangulizaji wa jina la mganga, upangaji wa orodha ya matatizo na matumizi ya kauli za moja kwa moja ni mikakati inayofanya kibango kitende kazi kama kifaa cha mawasiliano ya haraka katika mazingira ya ushindani wa umakini.
Kwa msingi huo, vibango vya waganga wa kiasili havipaswi kuchukuliwa kama maandishi mepesi ya kibiashara yasiyo na uzito wa kiuchambuzi. Ni matini za kijamii zinazobeba uchaguzi wa lugha, usimamizi wa umakini wa msomaji, mbinu za ushawishi, mikakati ya kuhalalisha huduma na viashiria vya kuchochea hatua.

Mtazamo huu unaafikiana na hoja ya Cook (2001) kwamba tangazo ni tukio la kidiskosi, na pia na hoja ya Kress na van Leeuwen (2006) kwamba maana huibuka kutokana na mwingiliano wa vipengele vingi vya kisemiotiki. Aidha, unaendana na mawazo ya Mulyawan (2020) na Ilonga (2023), ambao wanaonesha kuwa alama za hadhara na vibango vya biashara hufanya kazi kama mifumo ya kimawasiliano inayounganisha lugha, taswira, nafasi na nguvu za kijamii.

Makala hii, kwa hiyo, inachunguza uwasilishaji wa ujumbe kiteknolojia kwa Kiswahili katika vibango vya waganga wa kiasili mjini Eldoret. Hoja kuu ni kwamba Kiswahili katika vibango hivi si lugha ya kubeba taarifa pekee. Ni rasilimali ya kimkakati inayotumika kusanifu maana, kupanga ngazi za taarifa, kujenga mvuto wa kibiashara, kuhalalisha mtoa huduma na kuelekeza hadhira katika mwitikio unaotarajiwa. Hivyo, utafiti huu unakusudia kuziba pengo ambalo tafiti zilizotangulia zimeliacha wazi kwa kutoipa uzito wa kutosha data hai ya Kiswahili inayopatikana katika anga za umma za mijini. Bila uchunguzi wa kina wa vibango hivi, mjadala kuhusu diskosi ya matangazo, mandhari-lugha na usemiotiki wa mawasiliano katika Afrika Mashariki unabaki pungufu, kwa sababu unakosa ushahidi unaotokana na matumizi halisi ya Kiswahili katika uchumi usio rasmi wa miji.

Madhumuni ya makala hii ni matatu. Kwanza, kubainisha namna Kiswahili kinavyotumiwa kuunda na kuwasilisha ujumbe katika vibango vya waganga wa kiasili mjini Eldoret. Pili, kuchunguza jinsi vipengele vya kimuundo na kisemiotiki vinavyoshirikiana na Kiswahili katika kupanga taarifa na kuelekeza usomaji wa hadhira. Tatu, kufafanua kwa nini vibango hivi vinaweza kueleweka kama teknolojia za mawasiliano ndani ya maisha ya kila siku ya mji. Kutokana na madhumuni hayo, makala hii inaongozwa na maswali yafuatayo: Kiswahili kinawasilishaje ujumbe kiteknolojia katika vibango vya waganga wa kiasili mjini Eldoret? Ni vipengele gani vya lugha, muundo na taswira vinavyotumiwa kusuka na kuelekeza taarifa? Na ni kwa namna gani vibango hivyo hufanya kazi kama teknolojia za mawasiliano katika uchumi usio rasmi wa mijini?

Makala hii inaongozwa na Nadharia ya Muundo wa Taarifa inayohusishwa na Mathesius (1975). Nadharia hii inaeleza kuwa maana ya ujumbe haitegemei maudhui pekee, bali pia namna taarifa inavyopangwa ndani ya sentensi au matini. Kwa mujibu wa mtazamo huu, vipashio vya taarifa hupangwa kwa kuzingatia uzito, umuhimu na nafasi yake katika uelewekaji wa hadhira. Taarifa inayotakiwa kuvuta umakini huweza kutangulizwa, kurudiwa au kupewa msisitizo maalumu, ilhali taarifa ya ufafanuzi huwekwa katika nafasi inayounga mkono ujumbe mkuu. Hivyo, muundo wa taarifa huwa chombo muhimu cha kudhibiti namna hadhira inavyopokea, inavyopanga na inavyotafsiri ujumbe katika muktadha fulani wa kijamii.

Katika uchanganuzi wa vibango vya matangazo ya waganga wa kiasili, nadharia hii inafaa kwa sababu inaonesha namna upangaji wa taarifa unavyotumika kimkakati kufanikisha mawasiliano ya haraka na yenye athari. Vibango hivi mara nyingi hutanguliza taarifa zenye uzito mkubwa kama jina la mganga, aina ya tatizo, suluhisho linalodaiwa, au maelekezo ya hatua ya kuchukua. Baada ya hapo, huongezwa vipengele vya ufafanuzi kama orodha ya huduma, madai ya uzoefu, maeneo ya asili, nambari za simu na kauli za kuhimiza mwitikio. Matumizi ya sentensi fupi, kauli za moja kwa moja, maneno yenye nguvu ya kihisia, urudiaji wa miundo na mpangilio wa vipashio vya taarifa huchangia kurahisisha ufasiri na kuimarisha athari ya ujumbe kwa hadhira ya mijini. Kupitia mtazamo huu, muundo wa taarifa hauonekani kama kipengele cha kisarufi pekee, bali kama mkakati wa kimawasiliano unaoongoza uzalishaji, usambazaji na uelewekaji wa maana katika vibango vya hadhara.

Msingi wa Nadharia

Makala hii inaegemezwa kwenye Nadharia ya Muundo wa Taarifa ya Vilem Mathesius, kama inavyodhihirika katika mkabala wake wa kiutendaji kuhusu uundaji wa sentensi na usambazaji wa taarifa ndani ya matini (Mathesius, 1975). Kwa mujibu wa nadharia hii, ufanisi wa mawasiliano haujengwi na maudhui ya ujumbe pekee, bali pia na namna taarifa zinavyopangwa,

zinavyogawanywa, na zinavyopewa uzito wa kimaana katika mtiririko wa matini. Hivyo basi, maana ya ujumbe haipatikani tu katika kile kinachosemwa, bali pia katika namna kinavyosemwa, sehemu kinapowekwa, na nafasi yake katika kuongoza uelewekaji wa hadhira.

Katika mtazamo wa Mathesius (1975), matini si mkusanyiko wa vipashio vya lugha visivyo na mwelekeo, bali ni mfumo wa kiwasilishaji unaosukwa kwa utaratibu mahsusi ili kuelekeza usomaji, kuibua umakini, na kubainisha kiini cha ujumbe. Hoja hii ndiyo inayofanya Nadharia ya Muundo wa Taarifa kuwa msingi mwafaka kwa uchunguzi wa vibango vya waganga wa kiasili, kwa sababu vibango hivyo hutegemea uchache wa nafasi, uteuzi wa vipashio vya lugha, na mpangilio wa taarifa ili kufanikisha mawasiliano ya haraka lakini yenye athari kwa hadhira lengwa. Kwa msingi huo, uchunguzi wa makala hii unaondoka katika mtazamo unaoyaona vibango kama vyombo vya kubeba habari tu na badala yake kuvitazama kama matini za kimkakati zinazounda maana kupitia upangaji wa taarifa.

Mhimili wa kwanza wa nadharia hii ni mpangilio wa taarifa. Kwa mujibu wa Mathesius (1975), mpangilio wa vipashio vya ujumbe ndani ya matini huwa na dhima ya kuelekeza namna ujumbe utakavyopokewa na kufasiriwa. Katika makala hii, mhimili huu ulitumika kuchanganua data kwa kubainisha ni vipashio gani vya ujumbe vilitangulizwa katika kibango na ni vipi vilivyofuatizwa. Uchanganuzi huo ulilenga kueleza mantiki ya mfuatano wa taarifa na namna mfuatano huo ulivyotumika kuongoza macho na umakini wa msomaji. Ilibainika kuwa vipashio vinavyowekwa mwanzoni mwa vibango mara nyingi hubeba kazi ya kuvuta hadhira kupitia kauli za tahadhari, utambulisho wa huduma, au misemo ya mvuto, ilhali vinavyofuata hujenga maelezo ya ziada, uthibitisho wa madai, au mwelekeo wa hatua inayotarajiwa kuchukuliwa. Kwa hiyo, mpangilio wa taarifa katika vibango vilivyochanganuliwa ulionekana kuwa mkakati wa kimawasiliano unaosimamia uelewekaji wa ujumbe badala ya kuwa mpangilio wa kawaida wa kisarufi.

Mhimili wa pili ni mgawanyo kati ya taarifa inayojulikana na taarifa mpya. Kwa mujibu wa Mathesius (1975), matini huwasilisha taarifa kwa namna inayomtoka msomaji katika eneo la maarifa yanayoweza kutambulika kwa urahisi kuelekea kwenye taarifa mpya inayobeba kiini cha mawasiliano. Katika uchanganuzi wa data, mhimili huu ulitumika kufafanua jinsi vibango vya waganga wa kiasili vilivyosuka ujumbe kwa kuanzia na kauli au vipashio vya jumla vinavyoweza kumvutia au kumkaribisha msomaji, kabla ya kuelekea kwenye madai mahususi kuhusu uwezo wa mganga, aina ya huduma, au njia za mawasiliano. Kwa namna hii, uchambuzi ulionesha kuwa vibango hivyo havikutoa taarifa kwa mkupuo, bali vilijengwa kwa hatua zinazomwezesha msomaji kuingia taratibu katika kiini cha tangazo. Hivyo, mhimili huu ulisaidia kufichua mantiki ya ujenzi wa maana kwa kuzingatia uhusiano wa taarifa zinazotambulika na zile mpya ndani ya matini.

Mhimili wa tatu ni msisitizo wa taarifa. Mathesius (1975) anaonesha kuwa katika matini, si kila kipashio hubeba uzito sawa wa kimaana; baadhi ya vipashio hupewa hadhi ya juu kwa sababu ndivyo vinavyobeba dhamira kuu ya mawasiliano. Katika makala hii, mhimili huu ulitumika kuchanganua namna vipengele fulani vya lugha vilivyopewa uzito wa kimkakati ndani ya vibango. Uchanganuzi ulihusu uteuzi wa maneno, ufupi wa kauli, matumizi ya marudio, kauli za mvuto, na upangaji wa vipashio katika maeneo yenye uwezo mkubwa wa kuvuta macho ya msomaji. Kupitia mhimili huu, ilidhihirika kuwa vibango vya waganga wa kiasili hutumia lugha ya Kiswahili kwa namna ya kushawishi na kuelekeza, kwa kusisitiza vipashio vinavyolenga kuibua hamu, kujenga imani, na kuhalalisha huduma inayotangazwa. Hivyo, msisitizo wa taarifa ulijitokeza kama mbinu muhimu ya kuzipa baadhi ya sehemu za ujumbe nguvu zaidi ya kiushawishi na kiutendaji.

Mhimili wa nne ni utendaji wa muundo wa taarifa katika kufanikisha lengo la mawasiliano. Kwa mujibu wa Mathesius (1975), mpangilio wa taarifa ndani ya matini huwa na kusudio mahsusi la kiwasilishaji. Ndani ya muktadha wa utafiti huu, mhimili huu ulitumika kuchunguza jinsi vibango vya waganga wa kiasili vilivyojengwa ili kuzalisha mwitikio fulani kutoka kwa hadhira.
Hapa vibango havikuchunguzwa kama maandishi ya taarifa ya kawaida, bali kama matini zenye malengo mahsusi ya kuvuta usikivu, kushawishi imani, na kuhamasisha hatua ya moja kwa moja kama vile kupiga simu, kuulizia huduma, au kumtafuta mtoa huduma.

Kwa hiyo, mhimili huu ulisaidia kuonesha kuwa muundo wa taarifa ni sehemu ya utendaji wa tangazo lenyewe, kwa kuwa huunganisha ujumbe na hatua inayotarajiwa kutoka kwa mpokeaji.

Katika makala hii, matumizi ya Nadharia ya Muundo wa Taarifa yalipanuliwa pia kueleza uamilifu wa vipengele vya kiteknolojia katika usukaji wa ujumbe. Ingawa Mathesius hakuandika katika mazingira ya teknolojia za kisasa za mawasiliano kama zinavyoeleweka leo, mkabala wake unatoa nafasi ya kuchunguza jinsi muundo wa taarifa unavyoweza kutumiwa kufanikisha mawasiliano ya haraka na yenye mwitikio wa moja kwa moja. Kwa msingi huo, uchanganuzi wa data ulitazama vipengele kama nambari za simu, ufupi wa matini, na mpangilio wa taarifa unaomwelekeza msomaji moja kwa moja katika hatua ya kuwasiliana kama sehemu ya utendaji wa kiteknolojia wa ujumbe. Hapa, teknolojia haikueleweka kwa maana finyu ya vifaa vya kidijitali pekee, bali kwa maana pana ya mbinu zinazowezesha ujumbe kufikishwa, kupokewa, na kutekelezwa kwa haraka kupitia mpangilio wa kiisimu. Kwa hiyo, lugha ya Kiswahili katika vibango hivyo ilijitokeza si kama chombo cha kutaja huduma tu, bali kama nyenzo ya kuratibu upatikanaji wa huduma yenyewe.

Kwa kuzingatia mihimili hiyo, uchanganuzi wa data katika makala hii haukuishia kubainisha maudhui ya vibango pekee, bali uliingia ndani zaidi kuchunguza jinsi maudhui hayo yalivyoundwa, yalivyopangwa, na yalivyotumika kimkakati kuathiri hadhira. Kupitia mhimili wa mpangilio wa taarifa, makala ilifafanua mantiki ya mfuatano wa ujumbe. Kupitia mhimili wa taarifa inayojulikana na taarifa mpya, ilieleza jinsi msomaji alivyoingizwa hatua kwa hatua katika kiini cha tangazo. Kwa mhimili wa msisitizo wa taarifa, ilionesha vipashio vilivyopewa uzito mkuu wa kimawasiliano. Nayo dhana ya uamilifu wa kiteknolojia ilisaidia kufichua jinsi lugha na mpangilio wa matini vilivyoratibiwa ili kuharakisha mwitikio wa hadhira.Kupitia nadharia hii, makala inaonesha kuwa vibango hivyo si matini za kawaida za matangazo, bali ni miundo ya mawasiliano inayotumia Kiswahili kwa ustadi wa kimkakati ili kuvuta hadhira, kuelekeza ufasiri, kusisitiza dhamira kuu, na kurahisisha mawasiliano ya kibiashara katika mazingira ya mijini. Kwa hiyo, Nadharia ya Muundo wa Taarifa imewezesha makala hii kubainisha kuwa maana katika vibango vya waganga wa kiasili haijengwi na maneno yaliyotumika pekee, bali pia na namna maneno hayo yanavyopangwa, yanavyosisitizwa, na yanavyohusishwa na hatua inayotarajiwa kutoka kwa msomaji. Mkabala huu umeonesha kuwa usukaji wa taarifa katika vibango hivyo ni mchakato wa kimakusudi unaounganisha uteuzi wa lugha, mpangilio wa ujumbe, mvuto wa kimaana na uamilifu wa kijamii. Aidha, nadharia hii imefaa katika kufichua nafasi ya Kiswahili kama lugha inayoweza kubeba mikakati ya ushawishi, uelekezaji na utekelezaji wa mawasiliano ya kibiashara katika sekta isiyo rasmi. Kwa msingi huo, matumizi ya Nadharia ya Muundo wa Taarifa katika makala hii mepanua uelewa wa vibango vya waganga wa kiasili
kama matini changamano za kijamii, kiisimu na kiutendaji zinazodhihirisha namna lugha inavyotumika kupanga maana na kuongoza mwitikio wa hadhira katika mandhari ya mijini.

Mbinu za Utafiti

Utafiti huu ulitumia mbinu za uchunzaji, upigaji picha na unukuzi katika kukusanya data kuhusu mawasiliano ya Kiswahili yanayojitokeza katika vibango vya matangazo vya waganga wa jadi mjini Eldoret. Mbinu hizi zilitekelezwa ndani ya mkabala wa kimaelezo na kifasiri, kwa kuwa lengo la utafiti halikuwa kupima data kitakwimu, bali kufafanua na kutafsiri namna lugha, mpangilio wa taarifa na rasilimali za kimuonekano zinavyoshirikiana katika kujenga maana na kuielekeza kwa hadhira lengwa. Kwa msingi huo, uchunzaji ulitoa hatua ya awali ya kutambua na kufuatilia vibango katika mazingira yake halisi ya kijamii na kimawasiliano. Hatua hii ilimwezesha mtafiti kuvichunguza vibango hivyo si kama matini zilizojitenga, bali kama matukio hai ya mawasiliano yanayojengwa na mandhari ya mji ambamo hutokea. Hivyo, ukusanyaji wa data ulizingatia muktadha wa matumizi ya vibango, jambo lililoruhusu uchanganuzi kuhusisha ujumbe, namna ulivyowasilishwa na mazingira yaliyoubeba.

Aidha, upigaji picha ulitumika kama nyenzo kuu ya kuhifadhi data katika hali yake asilia. Mbinu hii iliwezesha kurekodi vibango bila kupoteza vipengele muhimu vya kimuundo na kitaswira vinavyochangia ujenzi wa maana. Kupitia picha, mtafiti aliweza kuhifadhi maandishi pamoja na usanifu mpana wa ujumbe, ikiwemo mpangilio wa vipashio vya taarifa, matumizi ya rangi, ukubwa na uzito wa herufi, mgawanyo wa nafasi na muonekano wa jumla wa kibango. Kwa hiyo, upigaji picha haukuwa tu utaratibu wa kuhifadhi data, bali pia mbinu ya kudhibiti uhalisia wa mawasiliano kama ulivyojitokeza katika hadhara.

Matokeo ya Utafiti

Sehemu hii inawasilisha matokeo ya uchunguzi kuhusu namna Kiswahili kinavyotumika kama chombo cha uhabarishaji wa kiteknolojia, jinsi muundo wa taarifa unavyoathiri mawasiliano, na namna tofauti za kijamii zinavyoelekeza matumizi ya teknolojia ya mawasiliano katika vibango vya waganga wa kiasili mjini Eldoret. Matokeo yanaonyesha kuwa uwasilishaji wa ujumbe katika vibango hivi ni mchakato wa kimkakati unaounganisha lugha, mpangilio wa taarifa, na muktadha wa kijamii ili kufanikisha ufikishaji wa maana kwa hadhira lengwa.

Kiswahili kama Chombo cha Uhabarishaji wa Kiteknolojia

Matokeo ya uchunguzi yanaonyesha kuwa Kiswahili ndicho chombo kikuu cha uhabarishaji wa kiteknolojia katika vibango vya waganga wa kiasili mjini Eldoret. Katika muktadha huu, Kiswahili hakikujitokeza kama lugha ya kubeba taarifa tu, bali kama rasilimali ya msingi inayowezesha uundaji, upangaji na usambazaji wa maana ndani ya mfumo mpana wa mawasiliano ya mijini.

Kwa upande mmoja, matokeo ya utafiti yalibainisha kuwa Kiswahili kina nafasi muhimu katika kuwezesha upatikanaji na uelewekaji wa ujumbe kwa hadhira pana katika mazingira ya kijamii yenye mseto.

Hali hii inatokana na uwezo wa lugha hii kufikisha taarifa kwa namna iliyo wazi, ya ya moja kwa moja na inayoweza kufikiwa na watu wa matabaka mbalimbali ya mijini. Katika vibango vilivyochunguzwa, matumizi matumizi ya msamiati rahisi, unaosomeka kwa haraka, pamoja na sentensi fupi na kauli zenye mwelekeo wa moja kwa moja, yalisaidia kupunguza utata wa ujumbe na kuongeza kasi ya uelewa kwa msomaji. Kwa msingi huo, Kiswahili hakikujitoke za kama lugha ya lugha ya mawasiliano ya kawaida pekee, bali kama nyenzo ya kimkakati inayora hisisha ufikishaji wa ujumbe kwa walengwa tofauti katika muktadha wa mijini.

Vilevile, uchunguzi ulionyesha kuwa Kiswahili hufanya kazi ndani ya teknolojia ya maandishi yaliyochapishwa kwa namna inayowezesha taarifa muhimu kupewa uzito maalumu katika kibango. Katika data iliyochunguzwa, maneno au virai vilivyobeba kiini cha ujumbe mara nyingi vilitangulizwa au kuwekwa katika nafasi zinazoonekana kwa urahisi. Mpangilio huo uliwezesha msomaji kutambua kwa haraka ujumbe mkuu wa kibango kabla ya kuendelea kusoma maelezo mengine. Hali hii inaonyesha kuwa Kiswahili hutumiwa si kwa madhumuni ya kueleza taarifa pekee, bali pia kama rasilimali ya kupanga, kuongoza na kudhibiti namna ujumbe unavyopokewa, unavyofasiriwa na unavyohusishwa na mahitaji ya hadhira lengwa.

Kadhalika, matokeo yanaonyesha kuwa Kiswahili hushiriki katika teknolojia shirikishi ya mawasiliano kwa kuunganisha maandishi ya kibango na hatua ya utekelezaji inayotarajiwa kutoka kwa msomaji. Uwepo wa nambari za simu katika vibango uliifanya lugha isibaki katika kiwango cha maandishi tuli, bali kuwa sehemu ya mchakato mpana wa kimawasiliano unaomwezesha msomaji kuchukua hatua ya moja kwa moja baada ya kupokea ujumbe. Kwa namna hii, maandishi ya Kiswahili yalifanya kazi sambamba na taarifa za mawasiliano ili kuhamisha ujumbe kutoka katika hatua ya kusomwa kwenda katika hatua ya kuitikiwa. Kwa mantiki hiyo, Kiswahili kilibainika kuwa daraja muhimu kati ya dhamira ya mtangazaji na mwitikio unaotarajiwa kutoka kwa hadhira.

Aidha, ufanisi wa Kiswahili katika vibango hivi uliimarishwa zaidi kupitia ushirikiano wake na vipengele vya kimuonekano kama vile rangi, mpangilio wa nafasi, ukubwa wa herufi na namna maandishi yalivyowekwa katika kibango. Vipengele hivi vilisaidia kuupa ujumbe mvuto wa macho, kuainisha taarifa zenye umuhimu zaidi na kumwelekeza msomaji katika namna ya kuupokea ujumbe. Ushirikiano huo unaonyesha kuwa Kiswahili katika vibango vya matangazo ya waganga wa kiasili hakifanyi kazi kwa kujitegemea, bali hujengwa ndani ya mkakati mpana wa kimultimoda unaounganisha lugha na muonekano. Kwa hivyo, lugha na vipengele vya kuona hushirikiana katika kuongeza mvuto, uelewekaji na athari ya ujumbe katika mazingira ya mijini.

Muundo wa Taarifa na Athari zake za Kimawasiliano

Matokeo ya uchunguzi yanaonyesha kuwa muundo wa taarifa ni mhimili mkuu unaoelekeza ufanisi wa mawasiliano katika vibango vya waganga wa kiasili. Vibango vilivyochunguzwa vilibainika kujengwa juu ya mantiki ya mawasiliano ya haraka, ambapo taarifa hupangwa kwa ufupi, kwa msisitizo, na kwa lengo la kumfikia msomaji ndani ya muda mfupi.

Kwa kuanzia, ilibainika kuwa vibango vingi hutanguliza vipashio vya taarifa vyenye uzito mkubwa wa kimaana, hasa vile vinavyoashiria suluhisho, uwezo, au matokeo yanayotarajiwa. Mpangilio huu huifanya taarifa muhimu ionekane mapema, na hivyo kumwelekeza msomaji kutambua kiini cha ujumbe kabla hajashughulika na maelezo mengine. Kwa msingi huo, muundo wa taarifa ulionekana kuwa mbinu ya kusimamia usomaji wa ujumbe kwa namna ya kimkakati.

Sambamba na hilo, uchunguzi ulionyesha matumizi makubwa ya sentensi fupi, virai, na orodha za maneno zenye uzito wa kimaana. Badala ya kutoa maelezo marefu, vibango vilijikita katika vipashio vichache lakini vyenye msongamano mkubwa wa maana. Mbinu hii ilipunguza mzigo wa ufasiri kwa msomaji na kuongeza kasi ya uelewekaji wa ujumbe.Isitoshe, ilibainika kuwa urudiaji wa miundo fulani ya lugha ulitumika kama mbinu ya kuongeza msisitizo wa ujumbe. Orodha za huduma, matumizi ya maneno yanayoashiria uwezo au uhakika wa matokeo, na upangaji wa taarifa kwa mtindo wa kurudiarudia vilisaidia kuongeza kukumbukika kwa ujumbe. Hivyo, muundo wa taarifa haukubaki kuwa kipengele cha kisarufi pekee, bali ulijitokeza kama nyenzo ya kuongeza nguvu ya ushawishi wa kimawasiliano. Hatimaye, matokeo yanaonyesha kuwa vibango vilikuwa na tabia ya kutanguliza matokeo kuliko maelezo ya kina. Msomaji alielekezwa kwanza katika kile anachoweza kupata kabla ya kupewa maelezo ya ziada. Mkabala huu unaendana na hali ya mawasiliano ya mijini, ambapo hadhira hutegemewa kusoma kwa haraka na kufanya maamuzi kwa msingi wa taarifa fupi lakini zenye uzito mkubwa wa maana.

Tofauti za Kijamii na Matumizi ya Teknolojia ya Mawasiliano

Ilibainika katika uchunguzi huu kwamba matumizi ya teknolojia ya mawasiliano katika vibango vya waganga wa kiasili hubadilika kulingana na muktadha wa kijamii wa eneo husika. Tofauti hizo zilijitokeza wazi katika maeneo ya hadhi ya chini, ya kati na ya juu, na zilidhihirisha kuwa uwasilishaji wa ujumbe hujengwa kwa kuzingatia matarajio, uwezo wa ufasiri, na hali ya kijamii ya hadhira lengwa.

Matokeo katika maeneo ya hadhi ya chini

Katika maeneo ya hadhi ya chini kama Langas, matokeo yanaonyesha kuwa vibango vilijengwa kwa kuzingatia uwazi, ufupi na uharaka wa ujumbe. Kibango cha **KIB1** kilionyesha mpangilio unaotanguliza taarifa za msingi za kimawasiliano, hususan utambulisho wa mtoa huduma na namba ya simu. Hii inaashiria kuwa kwa hadhira ya eneo hili, taarifa ya muhimu zaidi si maelezo marefu bali utambulisho wa mhusika na njia ya mawasiliano ya haraka.Aidha, uchunguzi ulionyesha matumizi ya orodha ya huduma zilizoainishwa kwa mfululizo, kama vile biashara, utasa, siasa, kesi na kinga boma. Orodha hiyo ilifanya kazi kama mkusanyiko wa taarifa mpya zinazovuta umakini wa msomaji kwa haraka.

Hakukuwa na maelezo ya kina kuhusu kila huduma, bali maneno hayo yalitegemewa kujieleza yenyewe kwa kutumia maarifa ya kijamii ya hadhira. Hivyo, matokeo yanaonyesha kuwa katika maeneo ya hadhi ya chini, teknolojia ya mawasiliano hujengwa juu ya uchumi wa lugha, msongamano wa maana na hitaji la kufikisha ujumbe kwa haraka.

Matokeo katika maeneo ya hadhi ya kati

Uchambuzi wa **KIB2** ulionyesha mpangilio wa taarifa ulioratibiwa zaidi, ambapo jina la mhusika, kiashiria cha utaalamu, aina za huduma, na namba ya simu vilitolewa kwa utaratibu unaoeleweka.

Ilionekana wazi kuwa matumizi ya cheo kama **DR.** yalikuwa mkakati wa kuongeza uaminifu wa ujumbe mbele ya hadhira ya eneo la hadhi ya kati. Tofauti na vibango vya hadhi ya chini, hapa kulijitokeza pia kipengele cha ushirikishwaji wa mteja kupitia kauli kama ukimweleza, ambazo zinadokeza mawasiliano ya kimchakato badala ya ahadi ya moja kwa moja tu. Kwa hiyo, katika maeneo ya hadhi ya kati, teknolojia ya mawasiliano ilitumika si kwa lengo la kufikisha ujumbe tu bali pia kwa kujenga uhalali, imani na utaratibu wa kijamii.

Matokeo katika maeneo ya hadhi ya juu

Katika maeneo ya hadhi ya juu kama Elgon View, matokeo yanaonyesha kuwa vibango vilikuwa na maandishi machache, mpangilio uliorahisishwa, na matumizi ya lugha ya udokezi.

Kibango cha **KIB3** kilionyesha mkakati wa kupunguza taarifa zilizo wazi huku kikidumisha uzito wa maana kupitia uteuzi wa maneno uliobeba ishara ya mamlaka, utaalamu na usiri.Ilionekana kuwa kipashio kama **DR. MKAMBA MAPENZI** kilibeba kwa pamoja utambulisho wa mhusika, mamlaka yake na eneo la huduma bila kuhitaji maelezo marefu. Tofauti na vibango vya hadhi ya chini na vya hadhi ya kati, hapa kiini cha habari hakikuwekwa wazi moja kwa moja, bali kilifichwa ndani ya uteuzi wa maneno machache yenye uzito mkubwa wa kijamii. Hii inaonyesha kuwa hadhira ya maeneo ya hadhi ya juu ilitegemewa kuwa na uwezo mkubwa wa kufasiri maana kwa kutumia maarifa ya kijamii na uzoefu wa kimazingira.

Vilevile, namba ya simu ilijitokeza kama kipengele muhimu cha kiteknolojia, lakini kwa mtindo wa tahadhari na usiri zaidi kuliko ilivyo katika maeneo mengine. Kwa msingi huo, matokeo yanaonyesha kuwa katika maeneo ya hadhi ya juu, matumizi ya teknolojia ya mawasiliano hujengwa juu ya uchache wa maandishi, udhibiti wa taarifa, na matumizi ya lugha ya udokezi inayolinda faragha ya hadhira lengwa.

Hitimisho

Makala hii inaonesha kwa uthabiti kwamba vibango vya waganga wa kiasili mjini Eldoret haviwezi tena kufasiriwa kama maandishi ya pembezoni au nyenzo duni za utangazaji wa biashara isiyo rasmi. Badala yake, ni matini makini za kimawasiliano zinazodhihirisha kwa namna iliyo wazi jinsi Kiswahili kinavyofanya kazi kama teknolojia ya kijamii ya kusuka habari, kuelekeza ufasiri, na kuunganisha mtangazaji na hadhira ndani ya mazingira changamani ya mjini.

Kwa kulitumia wazo la Muundo wa Taarifa la Mathesius kama mhimili wa uchambuzi, makala imebainisha kuwa nguvu ya vibango hivi imo si katika wingi wa maelezo, bali katika uteuzi wa vipashio vya taarifa, upangaji wake wa kimkakati, na ushirikiano wake na rasilimali za kimuonekano zinazoongeza uzito wa ujumbe. Kwa msingi huo, lugha inayojitokeza katika vibango hivi si chombo cha kueleza huduma pekee, bali ni mfumo tendaji unaoratibu usikivu, unajenga imani, unasimamia matarajio ya msomaji, na unahamasisha hatua ya papo hapo.

Zaidi ya hayo, makala imeonesha kuwa uwasilishaji wa ujumbe katika vibango hivi hufungamana kwa karibu na muktadha wa kijamii wa hadhira lengwa. Tofauti zilizobainika kati ya maeneo ya hadhi ya chini, ya kati na ya juu zinathibitisha kuwa usukaji wa habari si jambo la nasibu, bali ni tendo la kimawasiliano linalobadilishwa kwa kuzingatia uwezo wa ufasiri, matarajio ya kijamii, na mazingira ya matumizi ya ujumbe husika.

Hivyo, uchache au wingi wa maandishi, uwazi au udokezi wa kauli, pamoja na namna mawasiliano ya moja kwa moja yanavyowekwa, vyote vinajitokeza kama sehemu ya mbinu mahsusi za kufanikisha athari inayotarajiwa kwa hadhira tofauti. Hoja hii inaifanya makala hii kutoa mchango mpana zaidi katika mijadala ya mandhari ya lugha, mawasiliano ya biashara, na nafasi ya lugha za Kiafrika katika uchumi usio rasmi.

Kwa hivyo, makala hii inasisitiza kwamba uchambuzi wa vibango vya waganga wa kiasili unapaswa kuhamishwa kutoka mtazamo wa kuyaona kama vielelezo vya kawaida vya biashara ndogo na badala yake kuingizwa katika mjadala mpana wa kitaaluma kuhusu uzalishaji wa maana, teknolojia za mawasiliano, na uhai wa Kiswahili katika miji ya Afrika ya leo. Ndani ya mwelekeo huo, mchango mkuu wa makala hii uko katika kuonesha kuwa Kiswahili si lugha ya mawasiliano tu, bali ni nyenzo hai ya kimkakati inayobeba, inapanga, na inawezesha utekelezaji wa ujumbe katika ulimwengu wa sasa unaounganisha maandishi, mazingira ya kijamii, na teknolojia rahisi za mawasiliano. Kwa maana hiyo, makala hii si tu inaziba pengo la maarifa kuhusu vibango vya waganga wa kiasili, bali pia inapanua upeo wa namna tafiti za lugha za Kiafrika zinavyoweza kuchangia kwa nguvu katika nadharia na uchambuzi wa mawasiliano ya kimataifa

MAREJELEO

Adams, Y., Nyakoe, D. G., & Okal, B. O. (2017). Discourse of the traditional medicine streetadvertisement in Kisumu, Kenya. *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences,* 2(7), 497–503. https://saudijournals.com/media/articles/S-JHSS-27497-503.pdf

Adegoju, A. (2008). A rhetorical analysis of the discourse of advertising herbal medicine in Southwestern Nigeria. *Linguistik Online, 33(1). https://doi.org/10.13092/lo.33.528*

Barnard, M. (2005). *Graphic design as as communication.* Routledge.

Blommaert, J. (2010). *The sociolinguistics of globalization*. Cambridge University Press.

Blommaert, J. (2013). *Ethnography, superdiversity and linguistic landscapes.* Multilingual Matters.

Castells, M. (1996). *The rise of the network society.* Blackwell.

Cook, G. (2001). *The discourse of advertising* (2nd ed.). Routledge.

Couldry, N. (2019). Media, society, world: *Social theory and digital media practice.* . Polity Press.

Hong, S. Y. (2020). Linguistic landscapes on street-level images. *ISPRS International Journal of Geo-Information, 9(1), 57* https://doi.org/10.3390/ijgi9010057

Ilonga, E. (2023). Language contest in the linguistic landscape of Sabasaba International Trade Exhibitions in Dar es Salaam, Tanzania. *Journal of Humanities and Social Sciences, 12*(2), 38–58.

Ingolo, B. A. (2018). Language use in urban public signage in Africa. *Journal of African Cultural Studies, 30(2), 145–160.*

Kihara, J. G. (2019). *Language, advertising, and urban communication in Kenya.* Nairobi University Press.

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication.* Arnold.

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). Routledge.

Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: A *empirical study. Journal of Language and Social Psychology, 16(1),* 23–49.

Legère, K. (2022). African linguistic landscapes: Focus on English. *Language* in Africa, 3(1), 3–30. https://doi.org/10.37892/2686-8946-2022-3-1-3-30

Machin, D. (2016). *Visual communication. De Gruyter Mouton.*

Malinowski, D., Maxim, H. H., & Dubreil, S. (Eds.). (2020). *Language teaching in the linguisticlandscape: Mobilizing pedagogy in public space.* Springer.

Mathesius, V. (1975). *A functional analysis of present-day English on a general linguistic basis. Mouton.*

McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man.* McGraw-Hill.

Mulyawan, I. W. (2020). Reading visual design of outdoor signs in Kuta: A case study of multimodal linguistic landscapes. *Cogent Arts & Humanities, 7*(1), Article 1748987. https://doi.org/10.1080/23311983.2020.1748987

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations (5th ed.).* Free Press.

Vinagre, M. (2021). The linguistic landscape: Enhancing multiliteracies through decoding signs in public spaces. In T. Beaven & F. Rosell-Aguilar (Eds.), Innovative language pedagogy report (pp. 23–28). Research-publishing.net.

KIB 1

PROF MUSA
0725770758
MGANGA WA:
BIASHARA
UTASA
SIASA
KESI
KINGA BOMA

KIB 2

DR. MKAMBA
MAPENZI
0722455211