UJASIRIAMALI WA KISWAHILI NCHINI KENYA

Cherono N. Jescah
jessnamc@gmail.com
na
Ogechi, N. Oyori
ogechinathan@yahoo.com

Chuo Kikuu cha Moi
Idara ya Kiswahili na Lugha Nyingine za Kiafrika
2018, Moi University Press

Ikisiri

Makala hii inatathmini shughuli za kiujasiriamali nchini Kenya kwa kutumia 'Kiswahili'. Shughuli zinazoangaziwa zinajikita katika maeneo mbalimbali ambamo aina fulani za Kiswahili zinajitokeza kwa kuzingatia kwamba kuna "viswahili" vingi vinavyotumiwa nchini Kenya. Neno viswahili katika muktadha huu linatumika kwa maana ya aina mbalimbali za Kiswahili zisizo sanifu ambazo zinapatikana katika shughuli za kila siku zinazoendeshwa na binadamu. Viswahili hivi hutokana na wazungumzaji kutoka makabila na maeneo mbalimbali nchini Kenya wanaokitumia Kiswahili. Tumeendesha mjadala unaojaribu kuonyesha jinsi gani ujasiriamali wa Kiswahili umechangia katika kukua kwa Kiswahili katika kipindi cha zaidi ya miaka hamsini iliyopita. Mjadala huu umeongozwa na dhana ya ujasiriamali kama inavyofasiriwa na taaluma ya uchumi kwa kuiegemeza katika muktadha wa uchumi na lugha. Kwa hivyo, tumeangazia ujasiriamali katika shughuli mbalimbali kama vile vyombo vya habari, biashara kupitia mabango na uchapishaji. Isitoshe, tathmini imefanywa ili kudhihirisha athari chanya na hasi kisarufi na kimawasiliano katika kukua kwa Kiswahili kutokana na matumizi yake kiujasiriamali ili kufichua msambao wa athari hizo kwa mataifa mengine ya Afrika Mashariki.

Maneno ya msingi: *Ujasiriamali, Viswahili, Kiswahili*

Utangulizi

Zaidi ya miaka 50 iliyopita, mataifa ya kwanza ya kiafrika yalijinyakulia uhuru kutoka kwa minyororo ya kikoloni ya Wazungu - ama Waingereza, Wafaransa au Wareno. Katika kuendesha tawala zao, wakoloni hawa walikuwa na sera ya kuzitumia lugha zao pakubwa kwa shughuli nyingi; na lugha za kiafrika, Kiswahili kikiwemo, hazikutumiwa sana (Spolsky, 2006:93). Kwa kiasi fulani, shughuli za kupigania uhuru pekee ndizo zilielekea kutoa kipaumbele kwa lugha za kiafrika. Kwa mfano, Kiswahili kilitumiwa nchini Kenya na Tanzania na vyama vya KANU na TANU mtawalia katika kuwahamasisha wananchi kuhusu unyayasaji wa kikoloni na kuwarai kupigania haki zao na uhuru wa nchi zao (k.m. Chiragdin & Myampala, 1977; Ogechi, 2002a, 2011; Legere, 2006). Hivyo basi, inaelekea kwamba Kiswahili kilikuwa na nafasi au hadhi ya chini kikilinganishwa na lugha za kikoloni katika mataifa mengi ya kiafrika zaidi ya miaka 50 iliyopita.

Nchini Kenya, hata baada ya kujishindia uhuru mnamo 1963, imedaiwa kwamba shughuli nyingi, hata za mabaraza ya wakuu wa wilaya na wakuu wa tarafa, ziliendeshwa kwa Kiingereza na wakalimani wakatumiwa (Ogechi 2002a). Mathalani, Tume ya Elimu iliyoongozwa na Profesa Ominde – Tume ya Ominde - (Rok, 1964) ilipendekeza kwamba Kiswahili kitumike

kuhadithia katika shule za msingi hadi darasa la tatu; na zaidi ya yote hakikutahiniwa katika mtihani wa mwisho wa shule za misingi. Sasa, miaka 52 imepita tangu wakati huo na kuna mabadiliko yaliyotokea kisiasa, kijamii na kiuchumi sio tu barani Afrika bali pia katika taifa la Kenya. Nchi hii inaongozwa na rais wa nne kwa sasa, idadi ya watu inakaribia milioni 40 (KNBS, 2010), vipo vyuo vikuu na vyuo vikuu vishiriki 31 vya umma (CUE, 2015) na kuna idadi kubwa ya wanafunzi katika shule za msingi na sekondari, kuna soko huru kwa bidhaa nyingi zikiwemo sarafu za kimataifa kufuatia kuporomoka kwa ukuta wa Berlin mnamo 1989, na hata vyombo vya habari havitingwi tena na udhibiti wa dola, na kadhalika. Kutokana na mabadiliko hayo tunajiuliza: Je, hali na matumizi ya lugha kwa jumla imebadilika vyovyote vile? Je, sera ya lugha imebadilika kwa vyovyote na iwapo imebadilika, lugha ya Kiswahili sasa ina nafasi gani? Je, katika nafasi kilichopewa Kiswahili, kinachangia vipi katika uchumi na maendeleo ya nchi? Isitoshe, matumizi ya Kiswahili yanajikita tu katika nafasi yake kisera au Kiswahili kinajisukuma na kupanua nafasi hiyo? Iwapo kinajisukuma, athari yake ni ipi katika matumizi halisi ya lugha nchini Kenya na uchumi kwa jumla? Je, kina ushindani wowote kutoka kwa lugha nyingine thabiti[1] au zisizo-thabiti?

Makala hii inajaribu kutoa majibu kwa baadhi ya maswali haya hususan ikizingatia ujasiriamali wa lugha ya Kiswahili katika kukieneza na kukikuza Kiswahili pamoja na uchumi wa Kenya katika miaka 52 iliyopita. Kwa hivyo, kwa namna fulani, mjadala wetu unafanya ulinganishi kati ya hali ilivyokuwa miaka 52 au kadhaa iliyopita na hali ilivyo sasa hivi. Makala hii imepangwa ifuatavyo: sehemu ya 2 inaangazia dhana ya "ujasiriamali" pamoja na kufafanua dhana za "uwezo" na "uwezeshaji lugha" ambazo zimeongoza mjadala huu. Muktadha wa lugha nchini Kenya umefafanuliwa katika sehemu ya 3 ilhali sehemu ya 4 inaeleza data ambazo zinahusishwa katika mjadala na maeneo ambamo tunashuhudia ujasiriamali wa Kiswahili. Sehemu ya 5 inatoa hitimisho.

Ujasiriamali, Uwezo na Uwezeshaji wa Lugha

Makala hii imeegemezwa katika dhana tatu; "ujasiriamali", "uwezo" na "uwezeshaji kilugha" ambazo ni muhimu tuzitolee maelezo ya jinsi tunavyozielewa na kuzitumia. "Ujasiriamali" ni dhana ambayo iliibuka mnamo miaka ya 1700 huku ikiwa na fasiri mbalimbali. Kimsingi inachukuliwa kwamba ujasiriamali ni tabia ya kuthubutu au kujasiri kuanzisha biashara au mradi hata kama kuna hatari ya kuanzisha mradi huo lakini mjasiriamali anakusudia kupata faida. Isitoshe, inadaiwa kwamba uvumbuzi ndio swala la kimsingi katika ujasiriamali ambapo wajasiriamali wanaweza kuanzisha au kuzalisha bidhaa zinazohitajika sokoni lakini bidhaa hizo huwa hazijagunduliwa kufikia wakati wa kuzivumbua.

Kwa hivyo, katika ujasiriamali tunashuhudia mabadiliko ya kutekeleza mambo kwa mbinu au njia ambayo ni tofauti na ilivyokuwa awali. Hii ndio maana mchumi Joseph Schumpeter (1893-1950) amedai kwamba wajasiriamali ni waangamizaji wanaoanzisha njia mpya na mbinu bora ambazo matokeo yake ni kuangamiza njia na mbinu za awali za utekelezaji. Kwa kushikilia fikra ii hii, Peter Drucker (1909-2005), ameongezea kwamba mjasiriamali ni yule anayeangazia mabadiliko, akayaitikia na kuchuma nafuu ya mabadiliko hayo ili kujifaidi. Katika ulimwengu

[1] Kwa mujibu wa Ogechi (2002b), lugha thabiti ni ile ambayo haibadilikibadiliki kwa haraka kimsamiati na kisarufi, k.v. Kiswahili, Kiingereza, Kikalenjin, n.k. ilhali lugha isiyo thabiti ni ile inayobadilikabadilika kwa haraka, kwa mfano Sheng, Engsh, lugha ya mtaani, n.k.

wa sasa, wachumi wanaafiki kwamba ujasiriamali ni kiungo muhimu cha kukuza uchumi na kupanua nafasi za ajira na mapato mbali na kupunguza umaskini kama ilivyodaiwa na kamati ya kutoa ushauri ya OECD (2003) kwa mataifa yote kwamba "….sera za kukuza ujasiriamali ni muhimu sana zibuniwe na zitekelezwe na kila taifa ili zisaidie kubuni nafasi za ajira na kuleta ukuaji wa kiuchumi".

Inavyoelekea ni kwamba katika ujasiriamali kuna kuthubutu kufanya mabadiliko katika shughuli za kuzalisha mali na kujenga uchumi wa nchi. Katika kufanya hivyo, inaelekea kwamba mabadiliko bora ya kiujasiriamali ni yale yanayobebwa na kulindwa na sheria za nchi. Kwa muktadha wa makala hii, tunachukulia kuwa ujasiriamali ni kuchuma nafuu ya mabadiliko labda ya kiubunifu ya watumiaji wa lugha, kama vile kuibuka kwa aina mbalimbali za matumizi ya Kiswahili (k.v. lugha ya mtaani[2], lafudhi za kikabila[3] na Sheng[4]). Pia tunatumia ujasiriamali kumaanisha kufanya mageuzi katika mipango na sera ya lugha kwa ajili ya maendeleo (Kembo-Sure & Ogechi 2006) na hasa kufanya mabadiliko katika Kiswahili kwa ajili ya kupata manufaa kiuchumi kwa mtu binafsi, mashirika, viwanda na hata nchi kwa jumla. Muktadha wa ujasiriamali huu wa Kiswahili ni matumizi yake nchini Kenya katika kipindi cha miaka 52 iliyopita; yaani tangu mwaka wa 1963.

Kwa kuwa kuna kuthubutu ambako kunaweza "kuangamiza", tunahisi kwamba uwezo ni kiungo muhimu katika ujasiriamali wa lugha hasa lugha ambayo si ya kimataifa bali ni lugha ya kikanda (Ogechi, 2011) jinsi kilivyo Kiswahili. Hivyo basi dhana za "uwezo" na "uwezeshaji kilugha" ni muhimu katika mjadala huu. Dhana hizi zimejadiliwa na wataalamu kadhaa (k.m. Simala, 2002; Ryanga, 2002; Kishe, 2002; Fishman, 2006). Madai yao yanaelekea kulandana na madai ya Ogechi, (2011:69) kwamba:

> ….. *lugha ina uwezo wakati ambapo inatumika katika nyanja nyingi maishani na ina uwezo wa kimawasiliano miongoni mwa wanajamii wengi kimazungumzo na kimaandishi aghalabu bila kuhitaji tafsiri.*

Zaidi ya haya, lugha inawawezesha watu, "kuelewa na kufanya maamuzi yaliyokitwa katika uweledi kuhusu afya na usafi, kilimo, elimu ya uraia, maslahi ya kiuchumi pamoja na masuala yanayohusiana na mambo mengine ya hali yao njema" (Mugambi, 2007:23). Lugha pia inakuwa ya uwezo wakati ambapo ina nguvu za kisiasa, kiuchumi na kijamii (Crystal, 2000). Kwa hivyo, ujasiriamali wa Kiswahili umechunguzwa kwa kuangalia jinsi ambavyo Kiswahili kimepata uwezo katika kipindi cha miaka 52 iliyopita. Katika uchambuzi wetu, tumekuwa makini kubainisha uvumbuzi uliopatikana katika Kiswahili na hivyo kuibuka kwa viswahili ambavyo

---

[2] Lugha ya mtaani katika muktadha wa Kiswahili cha Kenya ni kile Kiswahili kisichokuwa sanifu ambacho watu husikika wakikitumia katika mawasiliano yao ya kila siku wakiwa majirani mitaani na hata wapita njia mitaani hasa mijini.

[3] Viswahili vya kikabila ni badalia za Kiswahili zinazosikika nchini Kenya zikiwa na athari ya matamshi, sarufi na hata maana za makabila mbalimbali ya Kenya. Mathalani, *Wafula ni mlinzi anayengoja nje ya jengo kuu,* ni sentensi iliyoathiriwa na Kiluya ambapo kungoja kuna maana ya kulinda.

[4] Msimbo usiokuwa thabiti ni ule ambao sarufi yake, pakubwa, imejikta katika Kiswahili na hutumiwa pakubwa na vijana nchini Kenya ingawa matumizi yake sasa yamezagaa kwa baadhi ya watu wakubwa na katika maeneo mengi yasiyo rasmi ya matumizi ya lugha.

vimesaidia katika kukuza ujasiriamali nchini Kenya katika maeneo ya kibiashara, kisiasa na hata katika vyombo vya habari.

Muktadha wa Lugha Nchini Kenya

Hali ya kiisimujamii nchini Kenya ni changamano kwani kuna lugha za kizungu, Kiarabu na zile za kiasili. Idadi ya lugha hizi inatofautiana tofautiana kutegemea marejeleo anayoyataja mtafiti (Ogechi, 2003). Hata hivyo, inachukuliwa kwamba Kenya ina lugha 43 (Kembo-Sure, 2013). Kikatiba, Kiswahili na Kiingereza ni lugha rasmi, Kiswahili ni lugha ya taifa ilhali lugha nyingine zote za kiasili zinatakiwa kutambuliwa na kukuzwa na serikali (RoK, 2010) na zina nafasi ya kutumika tu nyumbani na katika mawasiliano ya kiukoo/kinyumbani pekee miongoni mwa watu wa familia (Ogechi, 2009). Ni wazi kwamba kutokana na hali ya kitraiglosia[5] nchini (Mkilifi, 1971), lugha hizi 43 ziko katika viwango mbalimbali vya uwezo na kwa hakika hadhi ya Kiswahili imeimarika sana tangu mwaka wa 1963.

Kwa muda mrefu, Kiingereza pekee kilitambuliwa kama lugha rasmi na Kiswahili kilikuwa lugha ya taifa tu. Isitoshe, kufikia 1983, Kiswahili hakikutahiniwa katika mtihani wa mwisho wa shule za msingi na katika shule za upili kilikuwa somo la hiari (RoK, 1964, 1976, 1981, 1999). Kiswahili kimeanza kutumika katika nyanja nyingi rasmi baada ya mapendekezo ya Tume ya Mackay (RoK, 1981) ambapo mtaala wa shule umebadilika na kuathiri sio tu mfumo wa elimu bali pia uandishi na uchapishaji katika Kiswahili (Ogechi, 2004).

Mbali na kwamba Kiswahili kina hadhi sasa, aina nyingi za viswahili zimeibuka nchini Kenya (Munyua, 2002). Kuna viswahili visivyofuata sarufi vinavyozungumzwa na watu wa makabila mbalimbali, Kiswahili cha jamii ya Wahindi na, Sheng na Engsh (Osinde, 1986; Mazrui, 2000; Ogechi, 2011). Ikikumbukwa kwamba wanasiasa wana uwezo mkubwa wa kuathiri matumizi ya lugha, matumizi ya aina fulani ya Kiswahili yamezagaa sana katika shughuli za wanasiasa wanapojumuika na wananchi hasa tangu 1990 mfumo wa kisiasa wa vyama vingi ulipoanzishwa tena. Kwa hivyo, viswahili hivi vyote pamoja na Kiswahili sanifu vimechangia katika kukiwezesha Kiswahili ili kitekeleze majukumu mbalimbali ya ujasiriamali. Aina hizo mbalimbali za Kiswahili, kwa hivyo, zitajumuishwa katika mjadala wetu. Katika kufanya hivyo, tunatambua kwamba hata tafiti zinazohusu lugha za kiutandawazi kama vile Kiingereza, zimetambua launi zake mbalimbali (Kembo-Sure, 2013) ambazo zinaitwa viingereza (Englishes).

Data na Maeneo mnamoshuhudiwa Ujasiriamali wa Kiswahili

Data za makala hii ni mifano ya viswahili vya aina mbalimbali nchini Kenya katika shughuli za kiujasiriamali. Data hizo zimetoka kwenye matangazo katika vyombo vya habari, mabango na uchapishaji kwa Kiswahili. Data za vyombo vya habari tulizipata baada ya kuongozwa na orodha ya vipindi vya televisheni kwa juma zima inayochapishwa katika magazeti ya *Daily Nation* na *The Standard*. Kisha tukavichagua kimakusudi vile vya Kiswahili, tutakavyoviorodhesha na baadaye kuvitazama na kuvisikiliza. Kwa baadhi yavyo tumedondoa vipande vya vipindi ambavyo tumevitoa humu makalani ili kushadidia maelezo yetu. Vipande hivyo vilikuwa mada

[5] Traiglosia ni uteuzi na matumizi ya lugha mbalimbali kwa shughuli na miktadha mbalimbali kijamii katika mazingira ya ujozi lugha ambapo kila lugha ina hadhi inayotofautiana na lugha nyenzake.

ya diskosi[6] (Ogechi 2002c) ya wahusika katika kipindi tulichokiteua cha televisheni. Pia tulisikiliza redio na kudondoa matangazo ya biashara yaliyonuiwa kukuza bidhaa kwa kutumia aina fulani za viswahili.

Kuhusiana na mabango, nathari zetu zilitekwa na mabango makubwa yaliyotundikwa kandokando mwa barabara zinazozunguka mji wa Eldoret Chuo kikuu cha Moi kiko nje ya mji wa Eldoret unaopatikana katika Bonde la Ufa yapata kilomita 300 magharibi mwa mji mkuu, Nairobi). Pia tulikusanya baadhi ya maneno ya mabango yaliyotundikwa kwenye majengo, hasa ya ghorofa, mjini humo. Machapisho ya tafsiri yalipatikana mitaani na hasa katika kituo cha magari ya abiria mjini Eldoret. Wachuuzi wa vijitabu vya tafsiri huyazunguka magari ya uchukuzi wa abiria wakivitangaza vijitabu vya tafsiri za Kiswahili kwa wanaosafiri. Tulinunua baadhi ya vijitabu hivi kutoka kwa mchuuzi mmoja ambaye alitupeleka kwa duka la uuzaji wa jumla wa vitabu hivi. Mbali na kuvitathmini vijitabu tulivyovinunua, tulifanya mahojiano na mchuuzi na mwuzaji wa jumla wa vijitabu hivyo. Hususan tulitaka kujua kutoka kwa mwuzaji wa kijumla ni muda gani amekuwa akiviuza vitabu hivi, anavipata wapi na anauza takriban nakala ngapi kwa siku.

Vyombo vya Habari

Vyombo vikuu vya habari nchini Kenya viko katika vikundi viwili; vya kale vinavyojumuisha redio, televisheni na magazeti (Danmole, 2010), na vya kisasa ambavyo vinajumuisha tarakilishi, simu za rununu, vipepesi na tovuti (Ogechi & Bosire-Ogechi, 2011). Kwa muda mrefu, sera ya lugha kuhusu televisheni na redio ilisisitiza matumizi ya Kiswahili sanifu au Kiingereza sanifu katika matangazo yote yaliyopeperushwa. Kufikia miaka ya mwanzo ya mwongo wa tisini, televisheni na redio vilimilikiwa na serikali chini ya shirika la KBC (*Kenya Broadcasting Corporation*) na, kwa hivyo, mabadiliko ambayo yangeruhusu ujasiriamali wa lugha hayakuruhusiwa. Matumizi haya rasmi yalikithiri hata katika vipindi ambavyo vingefurahisha na kufanikiwa kwa kutumia lugha isiyo rasmi. Hata hivyo, baada ya kuporomoka kwa ukuta wa Berlin, mabadiliko yaliingia na vituo vingi vya redio hasa za FM vikafunguliwa (Musau, 2000; Orao, 2009).

Vituo vya televisheni vya kibinafsi kama vile: NTV, K24, Qtv, CITIZEN, SAYARE na DAYSTER TV vikafunguliwa. Isitoshe, vituo vya redio vya kibinafsi navyo vilifunguliwa kama vile MILELE FM, QFM, REDIO MAISHA, CITIZEN na REDIO JAMBO. Katika televisheni, ujasiriamali wa Kiswahili umejitokeza kwa sababu vipindi vya Kiswahili vimeongezeka tofauti na awali ambapo ni habari pekee iliyotolewa kwa Kiswahili. Mathalani, Qtv ina vipindi vya burudani kwa aina fulani ya Kiswahili vinavyopeperushwa hewani kila jioni. Vinaitwa "*Jioni si jioni tena! Vipindi freshi vyenye kicheko murwa"* kama inavyoonyeshwa katika Jedwali 1.

Jedwali 1: Orodha ya vipindi vya jioni vya Qtv

Siku	**Kipindi**
Jumatatu	*Hekaya za Likobe*
Jumanne	*Mombasati*

[6] Mada ya diskosi katika mazungumzo ni duru ya msemaji inayoanzisha mada fulani wanayoizungumzia wahuska na duru ya mwisho inapoishia mada hiyo kabla ya mada nyingine kuanzishwa kimazungumzo.

Jumatano	*Joni*
Alhamisi	*Maisha bure*
Ijumaa	*Moto*
Jumamosi	*Jambazz*

Vipindi hivi ni vya kuburudisha na burudani yenyewe inaanzia pale ambapo mtazamaji anaona anwani ya kipindi. Baadhi ya anwani zinaashira burudani kwani hazijatumia Kiswahili sanifu. Kwa mfano, *Mombasati* kinachotokea Jumanne kina anwani inayotakana na jina la mji wa *Mombasa*. Lakini kutokana na ubunifu kama inavyotakikana katika ujasiriamali, mwandalizi wa kipindi ameongeza silabi *–ti* ambayo inamfanya mtazamaji kuvutiwa na kutarajia kitu kigeni. Hivi ndivyo ilivyotokea katika *Jambazz* kipindi cha Jumamosi ambapo kuna udondoshaji wa wa silabi *–i* mwishoni mwa neno *Jambazi,* na silabi hiyo imefidiwa na nyongeza ya *–z* ya ziada. Mtazamaji anayetumia Engsh atakuwa ametekwa na kuvutiwa kukitazama kipindi hiki. Ni muhimu tukumbuke kwamba wanaomiliki kituo cha televisheni wana nia ya kujipatia faida na faida hiyo haitokani na utazamaji bali na matangazo ya biashara yanayopeperushwa vipindi hivi vya burudani vinapokuwa vinaendelea. Wenye matangazo hayo huyalipia na wanayalipia kwa sababu wanajua kwamba vipindi husika vina watazamaji wengi ambao ndio soko la bidhaa zao.

Kuongezeka kwa vipindi hivi labda kunatokana na wamiliki wa vyombo hivi kung'amua kwamba soko la wasikilizaji wa Kiswahili Sanifu na kisicho sanifu ni pana likilinganishwa na soko la wasikilizaji wa Kiingereza hasa baada ya kupungua kwa bei ya vijisanduku vya televisheni na kusambaa kwa umeme katika sehemu nyingi za nchi. Katika kuhakikisha kwamba wamejishindia faida kutokana na mauzo yao, vyombo hivi vya televisheni na redio vimechuma nafuu ya mabadiliko ya kijamii kisheria ambapo pana uhuru wa matumizi ya lugha katika vyombo vya habari. Uhuru huu unatumiwa kiujasiriamali pale ambapo, kwa baadhi ya vipindi vyao, vituo hivi vinavitumia viswahili vya Kenya ambavyo si sanifu:

(i) Muktadha

Kipindi cha televisheni cha Citizen kiitwacho 'Papa Shirandula' cha Jumanne tarehe 26/09/2013. Wahusika, Mama Naliaka na Bi. Nyagothie wanazungumza kuhusu maisha ya ndoa.

Mama Naliaka: ….huyu mwanamume wangu Sirandula nikisa nipatia mimi mimba, ninataka kuchukua huyo mtoto changu ninaenda kuoa kwa msee mwingine…

Bi. Nyagothie: Katika ndoa kunakuwanga na matatiso lakini hiso matatiso rasima siangaliliwe, moja isipotatuliwa kutakuwa na ingine…na ingine…

Mama Naliaka: Wacha nikuambie kitu Bi Nyagotho. Afadhali mimi nakwambia ***this time, divorce*** wangu na Sirandula ninaisa kabisa. Afadhali niende …. Mimi bado musichana mdogo… Bill Clinton nikiniona mimi… si yeye utani***noki***! Mbona nikuwe nikisumbuana na huyu tumbo karai. Sirudi kwangu, nitakaa hapa kwako… lasima utanivumilia

Bi Nyagothie: **Aterere**..! hebu turudie hii maneno…

Katika mfano huu, kuborongwa kwa sarufi kumefanywa ili kuwavutia na kuwateka wasikilizaji ambao watafurahishwa, kuchekeshwa na wakati uo huo kupata ujumbe unaolengwa. Waandalizi wa vipindi hivi ni wajasiriamali waliogundua kuwepo kwa soko kubwa la wasikilizaji ambao

labda huchoshwa kwa matumizi ya lugha sanifu kwa muda mrefu bila ucheshi na labda msamiati wake wa Kiswahili peke yake huenda ukawapita.

Isitoshe, wale ambao wanafadhili vipindi hivi ni wajasiriamali kwa sababu matangazo ya bidhaa zao hutolewa pale vipindi hivi vinapoendelea kupeperushwa katika televisheni na redio. Kwa hivyo, waandalizi wa vipindi na wafadhili wanaangamiza mtindo wa kuendesha shughuli za kikale kwa Kiswahili na viswahili nchini Kenya na hivyo kujiimarisha kiuchumi.

Hali kama hii, iwapo si zaidi ya hii, inajitokeza vilevile katika vituo vya redio vya FM ambavyo vimeongezeka sana (Kawoya & Makokha, 2009). Ongezeko la vituo vya redio limeambatana vile vile na ongezeko la vipindi na matangazo ya Kiswahili katika vituo hivyo kama vile *Redio Citizen* inayoendesha vipindi vyake siku nzima kwa Kiswahili. Idhaa nyingine za FM ni kama vile Milele FM na Redio Maisha ambazo huendesha matangazo yao kwa Kiswahili. Wanaomiliki vituo hivi wanaruhusu vipindi visivyotumia lugha sanifu katika orodha ya vipindi vyao mbali na vipindi vingine vya Kiswahili sanifu na Kiingereza kama Jedwali 2 linavyoonyesha.

Jedwali 2: Vipindi vinavyohusisha Kiswahili - QFM na Redio Maisha

Qfm kila siku Jumatatu		**Redio Maisha kila siku ya Jumanne**	
Wakati	**Kipindi**	**Wakati**	**Kipindi**
4.00	Tambira	4.00	Kumekucha
6.00	Changamka	6.00	Maisha Asubuhi
10.00	Kazi Burudani	10.00	Staarabika
1.00	Maafte	1.00	Upeo wa Redio Maisha
4.00	Q Drive	1.30	Iz Vipi
8.00	Tuliza	4.00	Mishe mishe
12.00	Vuka na Style	7.00	Upeo wa Redio Maisha
		8.00	Skika sasa
		9.00	Maji Makuu
		12.00	Hakuna Kulala

Jedwali 2 linaonyesha vipindi vya stesheni mbili, Qfm na Redio Maisha ambapo baadhi ya vipindi vina anwani za kuteka nathari kama vile *maafte, vuka na style, Iz vipi na Skika sasa. Maafte* ni neno la Sheng linalotokana na kiambishi *ma-* cha wingi katika Kiswahili na kimeambishwa katika mzizi wa neno la Kiingereza *afternoon* lililofupishwa kuwa *afte* baada ya kudondoshwa kwa *–rternoon*. Kimatamshi, tunajua kwamba vijana wanaotumia Sheng wangefidia udondoshaji huu na irabu *–e* ndefu ile kutamka *Maaftee.* Mfano wa *vuka na style* nao ni Sheng ambapo kuna mchanganyiko wa Kiswahili *vuka na* na Kiingereza *style* (mtindo). Kipindi hiki hutokea saa sita usiku wakati siku nyingine inapoanza na kwa hivyo wasikilizaji wanaburudishwa washerehekee kuvuka kwa siku mpya kimtindo.

Mtindo huu wa kuburudisha umetumiwa na Redio Maisha pale ambapo kuna vipindi vya *Iz Vipi* na *Skika sasa*. *Iz Vipi* ni mfano wa Sheng kwani sarufi inayofuatwa hapa ni ya Kiswahili ambapo ingawa neno *iz* laelekea kutokana na Kiingereza *Is*, mpangilio wa maneno katika sentensi ya Kiswahili ndio umetawala hapa. *Iz* ina kisawe cha *ni* katika Kiswahili na hivyo anwani hii kwa

Kiswahili ingekuwa *ni vipi?* Kiulizi *vipi* kiko katika mahali pake sahihi mintarafu ya sarufi ya Kiswahili inayoruhusu kiulizi kuja mwanzo au mwishoni mwa sentensi tofauti na Kiingereza ambacho hakitoi uhuru huu. Ingawa huu mfano umetumia sarufi ya Kiswahili, labda kuna burudani zaidi wakati ambapo maneno yaliyotumika waziwazi yanatamkika kama Kiingereza na Kiswahili na kwa njia hiyo huenda akaburudika msikilizaji anayeipendelea lugha hii. Mtindo kama huo umetumika katika *Skika sasa* ambapo silabi ya kwanza ya neno sikika imedondosha irabu -*i*- na kuleta matamshi yanayoelekea mtindo wa Kiingereza. Matumizi haya yana ubunifu ambao ni muhimu sana katika ujasiriamali. Labda azma yake ni kuwateka wasikilizaji wanaopendelea msimbo huu na kwa kufanya hivyo kukiwezesha kituo husika kupata mashirik ya kudhamini kipindi hicho na hatimaye kituo kikapata mapato zaidi.

Mabango

Mabango ni matangazo makubwa ya kimaandishi yanayobandikwa kwenye milingoti, kando kando mwa barabara, kwenye kuta za majengo au vile vile kutundikwa kwenye paa za majengo. Mabango vile vile yanaweza kuchorwa kwenye magari na pia yanaweza kuwa ni maandishi yasiyosonga au yanayosonga mfano wa televisheni (Bwenge, 2009). Kuzinduliwa kwa mabango nchini Kenya ni tukio la hivi majuzi, yaani ni badiliko la kiujasiriamali la wafanyi biashara ambao wanataka kuimarisha biashara zao na wanaomiliki mabango wakitaka kujipatia pato kutokana na huduma zao za mabango. Wanaotangaza ni wajasiriamali pia kwa kuwa katika siku za hivi majuzi wanajaribu kutumia lugha yenye uwezo wa kuwafikia wanunuzi au wateja wengi wa bidhaa zao. Katika utafiti wetu tumeshuhudia mifano kadha wa kadha ambayo inatumia Kiswahili sanifu na vile vile viswahili vya aina mbalimbali nchini Kenya:

(ii)Burudika na coke

Burudika na coke

Cocacola

Hili ni tangazo la kinywaji maarufu cha Cocacola ambacho bei yake ikilinganishwa na vinywaji vingine ni afadhali (Shilingi 25). Hivyo basi kinaweza kununuliwa na wananchi wengi wa viwango vyote vya kiuchumi katika maeneo yote nchini. Kwa hivyo, kule kutumia Kiswahili katika mabango makubwa yanayoonekana kwa umbali ni hatua ya kiujasiriamali. Mbali na kulilenga soko hili la watumiaji wa Kiswahili, wanaotumia mabango wamelenga soko kubwa nchini Kenya la wanunuaji ambao wanatumia aina ya Kiswahili cha mtaani (Reuster-Jahn & Kiessling, 2006). Wengi wa watumiaji wa lugha hii ni vijana ambao hupenda kujiburudisha na

lugha za mitaani na bidhaa ambazo zinatangazwa kwa kutumia lugha hii ya mtaani (Mazrui & Mphande, 1995; Githiora, 2002):

(iii) Tangazo la Cocacola

Mimi ni yule ***chizi*** anayewanunulia Coca cola watu asiowajua!

Africa 2chizike

Katika mfano huu, neno *chizi* lina asili ya Kiswahili kwa maana ya mwenda wazimu. Katika muktadha wa Sheng' lina maana ya mtu wa ajabu lakini wa kupendeka ambaye ana tabia ya kuwafurahisha watu kwa kinywaji cha Cocacola. Wabunaji wa bango hili pia wameandika viambishi *tu*- kwa numerali *2.* Kuna uwezekano kwamba vijana wanaotumia aina hii ya Kiswahili watapata kuvutiwa na maandishi ya lugha hii ya kufurahisha na katika kule kufurahishwa, kuna uwezekano kwamba watapata mvuto wa kununua bidhaa za Coca cola. Kwa kufanya hivyo, wauzaji wa bidhaa hii watakuwa wametumia kipaji chao cha ujasiriamali kwa kutumia mbinu mpya ya kutangaza bidhaa na kuimarisha mauzo yao.

Matumizi ya lugha hii ya mtaani yamezagaa katika siku za hivi majuzi hasa katika biashara ya kuuza bima katika mabenki. Katika siku za hivi majuzi nchini Kenya, kutokana na mabadiliko ya kisheria yaliyozaa soko huru, idadi ya mabenki imeongezeka sana. Mabenki hujipatia mapato yao mengi kutokana na bima na hata riba ya mikopo wanayotoa. Hata hivyo kuwepo kwa idadi kubwa ya mabenki huku idadi ya wateja wa kununua bima hizo ikiwa haijapanuka kuna maana kwamba ni lazima kila benki itafute mbinu mpya za kuwatafuta wateja wa bima na mikopo. Kwa hivyo, mbinu za kiujasiriamali za matumizi ya mabango yenye lugha ya kuvutia na labda picha kutumika katika kutangaza biashara za benki zimeonekana:

(iv)Tangazo la Bima

Tuta – kusort.
Unahitaji bima?

CO-OPERATIVE BANK OF KENYA
BANK
We are you

Usitie shaka,
Tembelea tawi lolote la Co-op Bank.

Katika mfano huu, sentensi ya kwanza *"tuta-kusort"* ni mfano wa aina ya Kiswahili cha mtaaani ambapo neno *"sort"* la asili ya Kiingereza linatumika kwa maana ya kusuluhisha matatizo ya kifedha ya mtu. Matumizi yake bila shaka ni kuteka nathari kwa mpita njia anayesoma bango lenye maandishi haya. Katika kule kutekwa, anashawishika kutembelea tawi lolote la Co-operative Bank. Pia kuna uwezekano kwamba atajinunulia bima na hivyo kuimarisha biashara na benki husika.

Uchapishaji

Shughuli za uchapishaji wa vitabu vya kiada, vya ziada na vile vya kijumla hutegemea soko na mauzo yanayopatikana. Soko linategemea uwezo wa kiuchumi wa wanunuaji pamoja na lugha inayotumika katika uchapishaji. Mauzo makubwa yanapatikana katika vitabu vya kiada vya shule za msingi na sekondari (Chakava, 1992; Callaghan, 1997). Kwa muda mrefu, sera ya lugha katika elimu nchini Kenya haikutoa nafasi ya uchapishaji kwa lugha ya Kiswahili. Kwa hivyo, machapisho ya Kiswahili yalikuwa ni machache:

Jedwali 3: Vitabu vya kiada vilivyochapishwa

Lugha/mwaka	**1985**	**1986**	**1987**	**1988**	**1989**	**Jumla**
Kiswahili	28	38	30	54	69	219
Nyingine- za kienyeji	2	5	3	9	25	44
Kiingereza	82	110	161	161	263	777
Nyingine-za kigeni	3	-	-	-	2	5
Jumla	**115**	**153**	**194**	**224**	**359**	**1045**

Chanzo: **Chakava (1996**)

Kwa hivyo, wafanya biashara wachapishaji hawakufanikiwa walipochapisha kwa Kiswahili. Kubadilika kwa sera ya elimu na lugha nchini Kenya tangu 1983, (RoK, 1981) kuliandamana na mabadiliko katika uandishi na uchapishaji wa Kiswahili (Ogechi, 2004). Kuanzia 1983, Kenya ilianzisha mfumo wa elimu wa 8-4-4 ambapo Kiswahili kilifanywa kuwa somo la lazima la kutahiniwa kitaifa kutoka shule ya msingi hadi kidato cha nne. Pia matokeo mazuri katika Kiswahili au Kiingereza yalichangia kuamua iwapo mtahiniwa angejiunga na vitivo kama vile uhandisi na utabibu katika chuo kikuu. Kwa kuwa Kiswahili kilitangazwa kuwa lugha ya

kutahiniwa nchini Kenya, vitabu vingi vya kiada vilihitajika na wajasiriamali wachapishaji wakalenga macho yao katika machapisho ya Kiswahili. Machapisho hayo yameongezeka sio tu kwa vitabu vya kiada bali vilevile katika vitabu vya wasomaji wa kijumla.

Kama Jedwali 3 linavyoonyesha, kuna ujasiriamali wa Kiswahili kwa wachapishaji ambao walibadilisha mtindo wao kutoka kwa Kiingereza hadi kwa Kiswahili ili kujichumia mapato. Hawakutaka kupoteza nafasi za soko la Kiswahili lilipopanuka kutokana na kubadilika kwa sera na mitaala ya elimu. Mbali na machapisho hayo, ukosefu wa chombo cha dola cha kuratibu vitabu vya kufundishia Kiswahili, hasa katika viwango vya chekechea, kulizalisha wajasiriamali wa aina nyingine ya kipekee. Kasumba mbovu ya Kikenya kwamba yeyote anajua Kiswahili imewafanya matapeli kuchapisha vijitabu ambavyo wanadai ni vya watoto wa chekechea na madarasa ya mwanzo shuleni. Utavipata vijitabu hivyo vikichuuzwa kwenye vituo vya mabasi na maduka ya maeneo ya mabanda katika miji mikuu na mara nyingi vitabu hivyo huwa vimechapishwa Nairobi. Mifano ya vijitabu hivyo tulivyonunua katika kituo cha basi cha Eldoret ni: *New Edition Translation English-Kiswahili, New Advanced Translations from English to Kiswahili* na *Hujambo Mtoto Tujifunze Kusoma*. Kwa hakika, ubora wa vitabu hivi unatia wasiwasi. Ijapokuwa baadhi ya tafsiri ni shwari, kuna makosa mengi ya kihijai na hata tafsiri mbovu. Katika *New Advanced Translations from English to Kiswahili* tulishuhudia mifano ifuatayo:

Kiingereza	**Tafsiri mbovu**	**Tafsiri nzuri**
Artist	mchoraji	msanii
Attack	kufamia	-vamia
Butcher	mtu anaye chinja	bucha
Cabbage	mboga	kabichi
Cake	mkate mtamu	keki
Canoe	dau jebaba	mtumbwi
Carrot	aina ya mboga	karoti
Dare	jaribu	-thubutu/-jasiri
Entice	kusingizia	-shawishi/-laghai

Hii ni mifano tu kati ya maneno mengi ambayo yana makosa kitafsiri na kimaendelezo. Licha ya haya, mahojiano yetu na mwuzaji wa jumla wa vitabu hivi yalifichua kwamba anauza takriban vijitabu mia moja kwa shilingi za Kenya hamsini (US$ 0.5 kwa kujikita katika viwango vya ubadilishanaji wa sarafu mnamo Septemba 2015) kila siku. Bila shaka wachapishaji wa vijitabu hivi ambavyo husambazwa kote nchini Kenya wanajipatia fedha nyingi kila siku. Hawa ni wajasiriamali wa kweli ambao wamechuma nafuu kubadilika kwa soko la Kiswahili katika elimu.

Kinachosikitisha ni kwamba wachapishaj wa magazeti hawajakuwa makini kuongeza magazeti ya Kiswahili nchini Kenya. Badala ya idadi kuongezeka kutoka kwa *Taifa Leo* na *Kenya Leo*, idadi hii ilipungua pale ambapo gazeti la *Kenya Leo* lilifungwa.

Hitimisho

Azma ya makala hii ilikuwa ni kutathmini jinsi ambavyo kumekuwa na ujasiriamali wa Kiswahili katika kipindi cha miaka 52 iliyopita. Kwa kujikita katika maeneo matatu ya matumizi ya aina za viswahili pamoja na Kiswahili sanifu, pale ambapo kilijitokeza, tumeendesha mjadala uliodhihirisha mbinu za kiujasiriamali kwa Kiswahili. Tumetoa mifano halisi ili kushadidia mjadala wetu. Imedhihirika kwamba katika kipindi cha miaka 52 Kiswahili kimepata mabadiliko na kupanuka kikiwa na viswahili kadhaa. Kupanuka huko kumetokana sio tu na sheria za dola kupitia kwa tume mbalimbali zilizozungumzia Kiswahili pamoja na Katiba mpya ya Kenya (RoK, 2010) bali pia kimejisukuma na kubadilika kadri siku zilivyokuwa zinapita. Imekuwa wazi kwamba mabadiliko ya sheria na katiba pia yaliandamana na mabadiliko kiuchumi na kisiasa yakiwa na athari kwa jamii kwa jumla na Kiswahili nchini. Katika hali hiyo mjadala wetu umeonyesha jinsi Kiswahili (katika sura zake mbalimbali) kilivyopata uwezeshaji na wajasiriamali wakachuma nafuu ya uwezeshaji huo.

Kwa ujumla, ni dhahiri kwamba kuna ujasiriamali wa Kiswahili kwa maana kwamba kumetokea ukuaji kiuchumi kwa kutumia viswahili. Hata hivyo, tukichukulia kwamba ujasiriamali unaweza kuangamiza mbinu za kale na hata uchumi, mjadala wetu haukufanikiwa kupata maangamizi ya kiuchumi yoyote yaliyohusishwa na Kiswahili. Maangamizi pekee yanayoweza kudaiwa kuwepo ni matumizi yasiyo ya kisarufi kupitia kwa Sheng na viswahili – jambo ambalo limedaiwa kuwa lina athari kwa umilisi wa lugha miongoni mwa wanajamiii na matokeo mabaya ya mtihani katika somo la Kiswahili (Momanyi, 2009). Hata hivyo hili ni jambo linalohitaji utafiti zaidi.

Vifupisho vilivyotumika

KANU Kenya African National Union
TANU Tanganyika African National Union
OECD Organization for Economic Co-operation and Development
RoK Republic of Kenya

Marejeleo

Bitugi, E. M. (2007). Taaluma ya tafsiri katika vyombo vya habari nchini Kenya; matatizo, changamoto na mustakabali wake. Katika Njogu, K. (Mhr.) *Kiswahili na Elimu Nchini Kenya.* (Kurasa 158-170). Nairobi: Twaweza Communications.

Bwenge, C. (2009). Language choice in Dar es Salaam's billboards. Katika McLaughlin, F. (Mhr.) *The Languages of Urban Africa.* London: Continuum.

Callaghan, E. (1997). Is indigenous publishing essential for a developing country such as Kenya to develop culturally? Katika *The Culture of Publishing.* http://www.brookes.ac.uk/schools/apm/publishing/culture/1997/callagha.html. 12.08.2000

Chakava, H. (1992). Books and reading in Kenya. *Studies on Books and Reading* 13 (UNESCO).

-------------- (1996). *Publishing in Africa: One Man's Perspective.* Nairobi: East African Educational Publishers.

Chiraghdin, S. & M. Mnyampala. (1977). *Historia ya Kiswahili.* Nairobi: Oxford University Press.

Crystal, D. (2006). *Language and the Internet.* Cambridge: Cambridge University Press.

CUE (2015). Universities Authorised to Operate in Kenya. www.cue.or.ke. 11/9/15. 18.51

Danmole, H. O. (2010). From the global to the local: The media and Islam in Nigeria, 1979 -2007. Katika A. G. Adebayo, O. C. Adesina & R. O. Olaniyi (Mhr.) *Marginality and Crisis: Glabalization and Identity in Contemporary Africa.* (kurasa 89-196). New York: Lexington Books.

Fishman, J. A. (2006). Sociolinguistics: More power(s) to you! (On the explicit study of power in sociolinguistic research). Katika Martin Puetz, Joshua A. Fishman & JoAnne Neff-van Aertselaer (Whr.). Kurasa 3-12.

Githiora, C. (2002). Sheng: Peer language, Swahili dialect or emerging Creole?. *Journal of African and Cultural Studies* 15, 2: 159 – 81.

Kawoya, V. & Makokha, J. S. (2009). The case for Kiswahili as a regional broadcasting language in East Africa. *The Journal of Pan African Studies,* 2 (8) 11-35.

Kembo-Sure. (2013). *Literacy, Language and Liberty: The Cultural Politics of English as Official Language in Africa.* Eldoret: Moi University Press.

Kembo-Sure & Ogechi, N. O. (2006). Language planning and language reform in Kenya. Katika Kembo-Sure, S. Waitiki & N. O. Ogechi (Whr) L*anguage Planning for Development in Africa.* Eldoret: Moi University Press. *Kurasa* 37 – 54.

Kishe, A. M. (2003). Kiswahili as a vehicle of unity and development in the Great Lakes Region. *Language, Culture and Curriculum* 16, 2: 212 – 217.

KNBS (2010) *The 2009 Kenya Population and Housing Census*. Nairobi: KNBS

Legere, K. (2006). JK Nyerere of Tanzania and the empowerment of Kiswahili. Katika Martin Puetz, Joshua A. Fishman & JoAnne Neff-van Aertselaer (Whr.). Kurasa 373-404.

Matu, P. M. (2009). Newspaper reporting of the run-up to the 1997 Kenyan general election. *Journal of Intra-African Studies,* 1, 37-53.

Mazrui, A. (1995). Slang and codeswitching: The case of Sheng in Kenya.

Afrikanistische Arbeitspapier 42: 168-179.
Mazrui, A. M. & Mphande, L. (1990). How is a codemixer's grammar organized? Evidence from Sheng. Makala iliyowasilishwa katika kongamano la kila mwaka la 21 la Isimu Afrika , Aprili 12-14, 1990.
Mohochi, S. (2000). Kiswahili na vyombo vya habari nchini: Matatizo katika matumizi ya lugha. Katika K. Njogu na wenzake (Whr.) *Kiswahili katika Karne ya Ishirini na Moja (Kiswahili in the 21st Century).* Cape Town: Centre for Advanced Study of African Society. Kurasa 147-157.
Momany, C. (2009). The effects of 'Sheng' in the teaching of Kiswahili in Kenyan schools. *The Journal of Pan African Studies* 2, 8: 127 – 138.
Mugambi, P. (2007). Media and the growth of Kiswahili. *Jahazi: Culture, Arts and Performance* 1, 2: 23-26.
Munyua, J.G. (2002). The Emerging Viswahili and Kiswahili Research. Katika I.K. Simala (Mhr.). *Utafiti wa Kiswahili.* Eldoret: Moi University Press. Kurusa 97-107.
Musau, P. M. (2001). Freeing the airwaves or cultural enslavement: The case of media in Kenya. Katika N. L. Shitemi na wenzake (Whr.). *Kiswahili: A Tool for Development; A Multidisciplinary Approach.* Eldoret: Moi University Press. Kurasa 36 – 42.
OECD (2003) *OECD Review of SME and Entrepreneurship Issues and Policies at National and Local Levels in Poland. Report on Local Dimension.* www.trentooecd.org. 11/9/2015. 18.32 jioni.
Ogechi, N. O. (2002a). *Mbinu za Mawasiliano kwa Kiswahili.* Eldoret: Moi University Press.
------------- (2002b). The base language question in Ekegusii, Kiswahili, English and Sheng codeswitching in Kenya. Katika T. Schumann, M. Reh, R. Kiessling & L. Gerhadt (Whr.) *Aktuelle Forschungen zu afrikanischen Sprachen.* Köln: Rüdiger Köppe. Kurasa. 93-114.
----------- (2002c). *Trilingual Codeswitching in Kenya; Evidence from EkeGusii, Kiswahili, English and Sheng.* Hamburg. University of Hamburg.
---------- (2003). On Language Rights in Kenya. *Nordic Journal of African Studies* 12, 3: 277 – 295.
---------- (2004). Athari za mabadiliko ya mitaala ya Kiswahili katika uandishi na uchapishaji. *Swahili Forum* IX: 92 – 104.
--------- (2007). Building bridges through trichotomous youth identities in Kenya; Evidence from code-choice. Katika K. Njogu & G. Oluoch-Olunya (Whr.) *Cultural Production and Social Change in Kenya; Building Bridges.* Nairobi: Twaweza Communications. Kurasa 129-150.
--------- (2008). Sheng as a youth identity marker: Reality or Misconception. In K. Njogu (Mhr.) *Culture, Performance and Identity; Paths of communication in Kenya.* Nairobi: Twaweza Communications. Kurasa 75 – 92.
--------- (2009). The role of foreign and indigenous languages in primary schools. The case of Kenya. *Stellenbosch Papers in Linguistics PLUS 38: 143-158.*
---------- (2011). *Themes in Language, Education and Development in Kenya.*
---------- & E. Bosire-Ogechi (2011). Identity and the new communication technologies: Evidence from Kenya. Katika D. N. Wachanga (Mhr.) *Cultural Identity and New Communication Technologies: Political,*

Ethnic and Ideological Implications. Hershey PA: IGI Global. Kurasa 23-49.

Orao, J. (2009). The Kenyan indigenous languages and the mass media: Challenges and opportunities. *Stellenbosch Papers in Linguistics PLUS,* 38, 77-86.

Osinde, K. (1986). Sheng: an investigation into the social and structural aspects of an evolving language. Tasnifu ya BA. Chuo Kikuu cha Nairobi: Nairobi (Haijachapishwa).

Puetz, M., J. A. Fishman & J. N. Aertselaer (Whr.) (2006). *'Along the Routes to Power' Explorations of Empowerment through Language.* Berlin: Muton de Gruyter.

Reuster-Jahn, U. & R. Kiessling (2006). Lugha ya mitaani in Tanzania; The poetics and sociology of a young urban style of speaking. *Swahili Forum 13 (Special Issue).*

RoK (1964). *Report of the Kenya Education Commision.* Nairobi: English Press Ltd.

--------- (1976). *Report of the National Committee on Educational Objectives and Policies (Gachathi Report).* Nairobi: Government Printer.

---------- (1981). *The Report of the Presidential Working Committee on the Establishment of the Second University in Kenya.* Nairobi: Government Printer.

---------- (1999). *Totally Integrated Quality Education and Training (TIQET). Report of the Commission of Inquiry into the Educational System of Kenya.* Nairobi: Government Printer.

-------- (2010). *The Constitution of Kenya.* Nairobi: Government Printer.

Ryanga, C. W. (2002). Indigenous languages and national identity. Katika: Francis R. Owino (mhr.) *Speaking African; African Languages for Education and Development.* Cape Town: CASAS.

Simala, I. K. (2002). Empowering African languages for sustainable development. Katika Francis R. Owino (mhr.) *Speaking African; African Languages for Education and Development.* Cape Town: CASAS. Kurasa 45 – 54.

Shitemi, N. L. (2011). *Kubidhaaisha na Kuwezesha Lugha kama Sarafu ya Kiuchumi na Kijamii: Kielelezo cha Taaluma za Kiswahili na Tafsiri.* Eldoret: Moi University Press.

Spolsky, B. (2006). Language policy failures. Katika Martin Puetz, Joshua A. Fishman & JoAnne Neff-van Aertselaer (Whr.). Kurasa 87 – 106.