

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi



SUMAIT UNIVERSITY JOURNAL

EDITORIAL BOARD

Prof .Yunis Abdille Musa

Chief Editor

Dr. Fowzi Mohamed Barrow

Editor

ASSISTANT EDITORS

Dr. Mohamed Saleh Mohamed

Dr. Nassor Hamad Bakari

Mr. Mohamed Haji Ali

Mrs. Mwanatumu Ali Hassan

Mr. Burhan Hatibu Muhunzi

EDITORIAL ADVISORY BOARD

Prof. Hamed Rashid Hikmany

(Chairman) SUMAIT University

Prof. Mustafa Adam Rushash

Zanzibar University

Prof. Al said Ahmed.

The State University of Zanzibar

Prof. Mohammed Al sheikh

The State University of Zanzibar

Prof. Msafiri Mshewa

SUMAIT University-

Prof. Mohamed Ali El-Kamil

International University of Africa, Sudan

Dr. Miraji Ukuti Ussi

Commission for Tourism, Zanzibar

The Chief Editor,

SUMAIT University Journal of Scientific Studies,

P.O. Box 1933,

Zanzibar, Tanzania

Ph. +255-24-223-9396

E-mail: sumaitcrpc@gmail.com, abuikrama@yahoo.com, fowzaan75@gmail.com

Website: <http://www.sumait.ac.tz>

Annual Subscription: USD 60 (2 issues) for institutions, And USD 30 (2 issues) for individuals

ISSUE NO: 3- DESEMBER 2017

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Saade Said Mbarouk ♥

Abstract

This paper discusses the revelation of Postmodernism Theory in Walensi novel. In this analysis, Postmodernism Theory is identified by looking at the founders, the central ideas found in general and the way these ideas were developed in literary work. This paper also focuses on different themes that are portrayed using post modernism techniques and the way these themes emerged in Walensia novel. These thoughts are elucidated by using political, economical and sociological conditions that are identified by the writer through different examples from their social life. The Postmodernism techniques used in this analysis are stream of consciousness, magic realism, fantasy, metafiction, paranoia, pastiche, fragmentation and intertextuality. The paper aims at analyzing these techniques in order to decipher the messages embedded therein that enable the reader to explore multiplicity of meanings.

UTANGULIZI

Nadharia hii ya Usasabaadaye ilianzishwa katika karne ya 20. Kumekuwa na kauli tofauti zinazoeleza kuhusu waasisi wake.. Miongoni mwa wanaohusishwa na nadharia hii kupitia kazi zao ni pamoja na Lord Byron's Satire, Don Juan, Thomas Carlyle's Resartus, Alfred Jarry, Arthur Rimbaud, Oscar Wilde, Bertolt Brecht na wengineo (Sharma na Chaudhry, 2011).

Kwa vile Usasabaadaye umetokana na nadharia ya usasa, inaaminika kuwa, mawazo ya nadharia hii yameendelezwa zaidi kutokana na nadharia ya Usasa. Harland (1999) anaeleza kuwa Usasa umeibuka baada ya Vita vya Kwaza vya Dunia. Sababu kuu inayodaiwa kusababisha kuibuka kwa usasa, ni uvujwaji wa haki na uovu wa kijamii uliotokana na ukandamizaji wa vita hivyo. Kutokana na hali hiyo, waandishi waliepukana na mbinu za kijadi na kuanza kitu kipya. Walioongoza njia hii ya Usasa walikuwa ni wataalamu kama Ezra Pound, T. S. Eliot, T. E. Hulme, Virginia Woolf, James Joyce W. B. Yeats, na Franz Kafka (Harland 1999).

Kadiri jamii ilivyoendelea kubadilika, nadharia hiyo ya Usasa ilianza kupata changamoto na kuibuka mawazo mapya ambayo yalipinga kwa kiasi fulani baadhi ya mawazo ya wanausasa na kuibuka kwa nadharia ya Usasabaadae. Dhana hizi mbili zote kwa jumla, Usasa na Usasabaadaye zote hutumika kuelezea mielekeo ya kiutamaduni na kisanaa inavyohusishwa kwa kiasi kikubwa na karne ya ishirini. Ingawa kuna mambo yanayolingana kati ya nadharia hizi, bado kuna vitu vinavyotofautisha nadharia hizi kama anavyothibitisha Brian McHale (1991).

♥ Mhadhiri Msaidizi, Idara ya Lughawiya, Chuo Kikuu cha Abdulrahman Al-Sumait, Zanzibar

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

“Although many postmodern works have developed out Modernism, modernism is characterized by an epistemological dominant while Postmodernism works are primarily concerned with questions of ontology”

Hivyo dhana ya Usasa hutumiwa kuelezea au kuzitambulisha sifa mpya za dhamira, tanzu, dhana na mitindo ya kifasihi inayohusishwa na miongo ya kwanza ya karne hii hasa baada ya Vita vya Pili vya Dunia. Msingi wa nadharia hizo ni kujitenga na msingi wa kijadi wa sanaa na utamaduni uliokuwako.

Wanafalsafa wa tapo hili, walidadisi juu ya misingi ya miundo ya kijamii, kidini, kimaadili na mitazamo ya kijadi kuhusu binadamu kama kiumbe. Hivyo mazingira kwa wakati huo yalikuwa ni kichocheo cha kujitokeza kwa tapo hilo.

Mazingira hayo ya vita yalisababisha uvunjifu mkubwa kuhusu haki za binaadamu, pamoja na maendeleo ya ukuaji wa utamaduni wa kimagharibi. Kutokana na hali hiyo palihitajika njia, mbinu na miundo tofauti ya kutazama hali hiyo ya uvunjifu huo. Hii ni moja miongoni mwa sifa muhimu katika Nadharia ya Usasa na Usasabaadaye.

Kazi za Fasihi za Usasabaadaye huleta changamoto kwa wasomaji. Hivyo huhitaji wasomaji wake wawe ni wenye umakini na waliochangamka, wanaochangia kwa pamoja kuunda maana na sio wanaosubiri kula tu. Huwapa changamoto wasomaji wake kujiuliza maswali akilini yanayohitaji matumizi ya akili, na kuelewa tajiriba ya fasihi iliyoenea katika utamaduni wa jamii hiyo. Ni zao la karne ya ishirini na usomaji wa kazi za Usasabaadae zinatufanya tuzamie katika taaluma yetu ya Fasihi katika kiwango kipana.

MISINGI YA NADHARIA YA USASABAADAYE

Mbinu moja maarufu katika mkondo huu ni mtiririko wa fikra tambuzi (stream of conscious). Hii ni mbinu ya kisimulizi inayojitokeza katika kazi za kinathari. Ni mbinu ambayo mwandishi huitumia kwa kumjenga muhusika wake akiwa na mawazo marefu yanayompitikia akilini. Mawazo haya ya ndani aliyonayo mhusika huwasilishwa kwa mapana na marefu.

Sifa nyingine katika mkondo huu wa Usasabaadaye, ni kukiuka kwa misingi ya uhalisia. Hivyo uhalisia kwake si kielelezo cha msingi. Kutokana na sifa hiyo hujitokeza upuuzaji wa kaida na kanuni za kimsingi za usawiri wa wahusika, muundo wa msuko, matumizi ya mandhari, udhahirishaji na uendelezaji wa wahusika. Pia mabadiliko ya wazi katika muundo wa lugha pamoja na uwiano wa lugha na usimulizi. Hivyo waandishi hutumia mitindo mipya ya kisanii pamoja na kushughulikia masuala ambayo yamepuuzwa. Kutokana na msingi huo usasa na usasabaadaye unakuwa na sanaa iliyojibagua na kujitenga na kaida zilizokubalika kuhusiana na Fasihi.

Wahusika katika Usasabaadae wanakuwa tofauti na wale tuliowazoea. Na hili ni jambo la msingi sana kwa sababu hudhahirisha kwa kiasi kikubwa kuwa, suala la mhusika ni la kiitikadi.

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Wahusika wake hawaishi kwenye ulimwengu unaolingana moja kwa moja na ulimwengu halisi tunaouelewa.

Msingi mwingine, ni matumizzi ya mbinu nyengine za kifantasia. Hizi ni mbinu zinazotumiwa ambazo zimewekewa msingi wa matarajio fulani ya kimaadili. Hutumia ufabulishaji inayotumika kuelezea mbinu ya ki-istiara, mchezo wa lugha na athari za uhalisia hafifu. Mfano katika *Babu Alipofufuka*, kwa kutumia Muungu wa Kiyunanai *PROTEOUS* kuonesha ugeugeu wa viongozi wa kitaifa na kimataifa na *Mzingile* imejengwa ki-ishara. (Wamitila, 2002).

Vilevile, katika kazi ya Usasabaadae hujitokeza vipande vipande (fragmentation), mwingiliano matini, na (pastiche) - ikiwa na maana ya uchangayaji elementi nyingi kama inavyowasilishwa na fujo nyingi au maelezo mengi yaliyojaa katika jamii za Usasabaadaye. Inawezekana kuwa ni mchanganyiko wa tanzu nyingi unaounda usimulizi wa kipekee. Kwa mfano, Umberto Eco ametumia kazi ya upelelezi, ngano za majitu (fairytales) na masimulizi ya kinathari ya sayansi (Sharma na Chaudhary (2011).

Dhana hii ya 'fragmentation' pia inaelezwa na Mwamzandi (2013) kama anavyosema, makala inatambua kuwepo kwa uhalisiamazingaombwe anauona una sifa ya usasabaadaye kutokana na mambo mengi yaliyofumbatwa humo, mna vipande vidogo vidogo vya simulizi zisizokuwa na muwala wala zisizochukuwana vyema. Mwamzandi anaonesha sifa mbili kwa wakati mmoja na kwamba, Uhalisiamazingaombwe na vipande vipande (fragmentation) ni sifa muhimu katika Usaabaadaye.

Pia sifa nyengine zinazotumika katika kazi za Usasabaadaye ni mbinu ya 'metafiction'- ni matumizi ya mbinu nyingi tafauti na zana na usimulizi. Dhana hii inahusishwa na mwandishi wa Kimarekani William Gass. 'Metafiction' ni moja ya sifa iliyotawala katika kazi za Usasabaadae. Ni mbinu ambayo hutumika kuonesha uhusiano unaojitokeza katika kazi unaoweka mpaka kati ya kazi ya kubuni na uhalisi. Mbinu hii pia humuwezesha msomaji kubuni maana ya matini ya fasihi na kuonesha tafauti kati ya umbo la fasihi ya zamani na ya kisasa; na kumfaya msomaji kuwa ni mshiriki katika uundaji wa maana katika kazi ya fasihi (Waugh 1984).

'Metafiction' katika kazi za Usasabaadaye pia huangaliwa kwa mtazamo wa kihistoria, 'historical metafiction' dhana ambayo ilianzishwa na Linda Hutcheon kurejelea riwaya ambazo zinabuni matukio ya ukweli ya kihistoria na wahusika (Hutcheon, 1980, Pynchon na Dixon, 1997).

Mwingiliano matini na Uhalisia mazingaombwe ni mbinu zinazochukua nafasi kubwa katika kazi za usasabaadaye. Haen (2005) anathibitisha kuhusu uhalisia mazingaombwe kwa kusema, "uhalisia mazingaombwe ni tawi mahsusi la Usasabaadaye."

Anaendelea kuonesha sifa nyengine za Usasabaadaye kama vile kujirejearejea maneno, uziada uliopindukia, uanuwai, mseto wa vitu na mwingilianomatini. Vile vile kuchezea na

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

kunyumbuusha uthabiti wa wahusika na usimulizi, kukanganya wasomaji kwa makusudi na kufuta mipaka katika dhana, vitu, au hali tafauti” Haen (2005).

Mwingilianomatini katika kazi za Usasabaadaye pia unaoneshwa katika matumizi ya ‘Palimpsestic technique’ ambayo ni mbinu ya uandishi inayotumika kuandika matini mpya kwa kutumia safu ya mawazo ya kazi za zamani na kuitengeneza kuwa na maana mpya (Macey, 2000).

Pia kuna matumizi ya ‘technoculture na hyperreality’ ambayo yanaitwata ‘cultural logic of late capitalism’ na kuelezwa kuwa, kwa mujibu wa mantiki ya jamii zilizosogea mbele zaidi ya ubepari hadi katika zama za mawasiliano yaliyofungamanishwa na matangazo, video na nafasi ya matokeo kama hayo. Waandishi wengi wa Usasabaadaye huiakisi hali kama hiyo katika kazi zao kwa kubuni matokeo yanayomulika matangazo halisi kwa kuwaweka wahusika wao katika hali ambayo hawawezi kuiepuka teknolojia (Jameson, 1999).

Sifa nyengine wanayotumia waandishi wa Usasabaadaye ni wehu au ukichaa (Paranoea) kama inavyoelezwa na Sharma na Chaudhary (2011), sifa ambayo imetumika sana katika kazi ya Thomas Pynchon na Joseph Heller (2009).

“..the sense of paranoia, the belief that there’s an ordering system behind the chaos of the world is another recurring postmodern theme. For postmodernism no ordering system exist so a search for order is fruitless and absurd...”

Hii inawafanya kuwa na hisia kwamba jamii za kisasa haziwezi kuelezeka au kufahamika. Hivyo wanamini kuwa, fujo hizo pia huathiri dhamira zinazoandikwa katika kazi za Usasabaadaye. Katika jamii, fujo hizo huogopesha na huelekea hali ya ukichaa kwa kazi za Usasabaadaye.

Sifa nyengine inayojitokeza ni ubwege. Ubwege ni dhana inayohusishwa sana katika utanzu wa tamthilia lakini pia huweza kupatikana katika riwaya. Dhana kuu katika ubwege ni kuwa mwandishi huwajenga wahusika wake kuwa na kauli zisizo na mantiki katika mazungumzo yao lakini huambatana na kauli za ucheshi, ubwabwaja, matumizi ya usingizi na ndoto, kicheko na kilio, matumizi makubwa ya sitiari, jazanda na ishara.

Muhtasari wa Riwaya ya Walenisi

Katika riwaya hii, mwandishi ameonesha safari ndefu ya mwanadamu hasa katika tajriba ya maisha yake. Amebainisha kuwa kila leo inaathiri kesho yetu na kwamba kikomo cha hali moja si hatima, bali ni mwanzo wa hali nyengine. Dhana kama hii ilidhihirishwa na Eliot (2011) katika shairi lake “ East Cocker” lililoanza kwa “ Mwanzo wangu ndio mwisho wangu” na kuishia “ mwisho wangu ndio mwanzo wangu”. Dhana hii imehusishwa pia katika riwaya ya *Walenisi*.

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Mkangi (1995) ametumia dhana hii kuonesha maisha ya mhusika Dzombo kupitia hukumu aliyopewa na hakimu wa mahakama nchini mwake. Dzombo alipelekwa kwenye kituo cha sayari na kuiingizwa katika chombo cha sayari kwa lengo la kutekelezwa hukumu yake ya kifo. Huu ulitarajiwa kuwa ni mwisho wa maisha ya Dzombo katika dunia yake. Chombo hiki kilitumiwa na viongozi madhalimu, kuwa ni chombo cha kifo na maangamizi kwa wale wanaojaribu kuhoji kuhusu utawala wa ukandamizaji au kutetea haki zao.

Ingawa kwao waliona wamefanikiwa kumtokomeza Dzombo lakini kwa upande wa Dzombo, chombo hicho kilibadilika na kuwa chombo cha kumpa uhai mpya na kumjengea utu, kujitambua na pia kuwa na mtazamo mpya wa kimaendeleo kuhusu nchi yake.

Dzombo alihukumiwa kifo na mahakama hiyo ya nchi yake kwa kudaiwa kuwa amevunja sheria za nchi. Kosa lake kubwa ni kuhoji haki yake , pamoja na kutaka kuwaamsha wengine katika jamii hiyo. Ingawa chombo hiki kilitumika kumuua Dzombo lakini kiligeuka kuwa chombo cha mauti na uhai na pia kuwa ni zao la utafiti wa kuondoa ujinga na magonjwa. Maneno waliyokuwa wakiyawaza jamaa zake wakati sayari ilipokuwa ikivuma tayari kumtokomeza Dzombo yalisadifu. Waliwaza rohoni kama anavyothibiisha mwandishi.

“Hiki chombo hakikupaswa kuwa cha mauti ” ... Kilikuwa chombo cha kupalia angani ili mtu ajisikie yuko huru. Uhuru usiokuwa na kikomo. Si chombo cha kumtokomeza mtu, bali ni chombo cha zao la utafiti – na tokea lini utafiti ukazaa mauti.” (uk. 2).

Mahakama na wote waliokuwako katika nchi hii walifikiri Dzombo ameangamizwa na sayari ya kifo. Badala yake, Dzombo aliweza kuimiliki Sayari hiyo kwa ujabari na ujasiri kabisa, huku ikimuonesha njia kutokana na imani yake katika maisha. Imani ambayo ilimuongoza kule ambako hakukudhania. Chombo kilimwepusha na hukumu hii ya kifo, na kilimpeleka katika ulimwengu mpya, uliojaa matumaini. Ulimwengu huo mpya ulikuwa ni funzo analoweza kulitumia katika mwanzo wake mwengine arudipo duniani alikotoka.

Maisha ya Dzombo katika nchi ya Walenisi, ni taashira ya safari ya maisha, yenye kumzonga katika akili yake na kumfanya ajiulize yeye ni nani, anatoka wapi, na anakwenda wapi katika mustakbali wa maisha ya jamii yake. Ni Safari inayoangalia mshikamano wa historia wa jana, leo na kesho.

Katika safari hiyo anakabilia na vikwazo tafauti ambavyo mwandishi anavitaja kwa kutumia taashira nyengine iitwayo ‘majabali’ ya ujinga, magonjwa na jabali la udhalimu. Dzombo alipambana na majabali hayo ya maangamizi na kuepukana na kifo. Sayari inamfikisha katika nchi ya Walenisi (wale ni sisi na sisi ni wale).

Walenisi ni nchi iliyojaa matumaini na mshikamano wa binadamu. Hukumu ya kifo inakuwa si tishio tena kwa Dzombo. Ulikuwa ni mwanzo wake mpya katika safari ya maisha iliyoambatana na elimu muhimu kwa jamii yake. Nchi ya Walenisi ilikuwa imeendelea sana na imepiga hatua kubwa sana katika nyanja zote za maisha kisiasa kiuchumi na kijamii. Ni nchi iliyoheshimu utu

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

na ubinadmu unaohitajika kwa kila mwanajamii. Katika nchi hiyo alikutana na wenyeji wake waliompokea kwa mapenzi makubwa na ukarimu wa hali ya juu. Alipelekwa katika safari ya ‘Utu’ ambako bado alionesha yale maisha ya uchoyo na ubinafsi wa duniani alikotoka ya ‘*kubahatika*’.

Dzombo alipata fursa ya kutembelea maeneo mbalimbali kujionea hatua kubwa ya maendeleo ya sayansi na teknolojia yaliyofikiwa katika nchi hiyo ya Walenisi. Alipata fursa ya kufunzwa maana ya ‘*mapenzi na utu*’ na kufanya utafiti wa kuwaelewa wachuna ni nani. Hukumu ya kifo duniani au kama alivyokuita baadaye ‘Jehnamu’ ilikuwa ni njia ya kumfikisha katika urazini kamili. Daraja hiyo aliipata kupitia hatua kwa hatua mpaka alipofika katika hali ya mabadiliko yake kifikra na kivitendo. Alifikia hali ya kujitambua na mabadiliko ya kuwa na nafsi mpya yenye utu na mapenzi ya kweli kama walivyo Wawalenisi wengine.

Dzombo alipowasili Walenisi alikuwa hajitambui. Kwani hakuelewa kama amefika mbinguni kwa Mungu au yuko katika ulimwengu gani. Kutokana na ufanisi na utu uliofikiwa Walenisi. Kwake yeye maji ya uzima ilikuwa ni kitu muhimu kilichompitikia akilini mwake. Na Wawalenisi walifikiria kuwa Dzombo ni kiumbe waliotabiriwa kuwa atatoka Mbinguni – Duniani.

Dhana hii inatoa taswira ya maisha baada ya kifo ambayo inaaminiwa na waumini wengi wa dini. Hivyo inaonekana kuwa Dzombo amepewa sifa ya mkombozi iliyojitokeza. Sehemu ya mwisho ya riwaya, inamuonesha Dzombo amemuoia Binti Fikirini na namna anavyoingwiwa na hamu ya kutaka kurudi kwao duniani (Jehnam) ili kuwakomboa wananchi katika jamii yake. Safari hiyo pia aliifurahia sana mkewe, kwani alisema alikuwa akiisubiri kwa hamu kubwa baada ya Dzombo kukata shauri ya kurudi duniani alikotoka.

Usasabaadaye Katika Walenisi

Sehemu hii itaangalia namna Usasabaadaye ulivyojidhihirisha katika riwaya ya Walenisi. Udhihirishaji huu utaoneshwa kwa kutumia vipengele vya dhamira hasa kwa kuzingatia Nyanja za kisiasa, kiuchumi na kijamii.

Hali ya kiuchumi

Suala la uchumi limejadiliwa kwa upana kabisa katika riwaya ya Walenisi. Mwandishi ametumia taswira ya nchi ya Walenisi na Duniani. Pia ametumia taswira ya Jehanam kama kiwakilishi cha mataifa mbalimbali barani Afrika. Mwandishi ameona kuwa nchi hizi ziko nyuma kiuchumi kutokana na mfumo mbaya uliopo uliojaa utegemezi wa misaada; mfumo unaoiweka jamii katika umasikini na ufukara mkuwa; matumizi mabaya ya sayansi na teknolojia; hali ya kisiasa ikiwemo uongozi mbaya ukishindikizwa na ukoloni mambo leo

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Umaskini

Mwandishi amemtumia mhusika Dzombo kuonesha dhamira ya umasikini. Mhusika anaonekana akiishi katika dimbwi la ufukara. Hali ya umaskini wake unadhihirishwa kupitia mawazoni mwake. Wakati huo alikuwa ameshahukumiwa kifo duniani na tayari yuko Walenisi.

Katika ulimwengu huo mpya, amekutana na maendeleo makubwa ya kiuchumi yaliyomfanya akumbuke hali aliyokuwanayo Duiani – Jehanamu. Anaelezea alivyokumbana na vikwazo vingi vya umasikini kama vile kuishi katika kibanda kilicho na hali mbaya kabisa, ambacho hakukimiliki lakini alikodi. Alikosa hata mafuta ya taa ya kuwasha usiku kutokana na umasikini. Umasikini uliwasababisha kubaguliwa hata katika kupata mahitaji ya lazima (uk. 69- 74).

“Kama ilivyo kawaida mafuta ya taa – kwingine huitwa ya maji yakawa hayapatikani. Si kwa kuwa kisima chake kimekauka – la hashu, ela ni basi tu. Lilikuwa tatizo la mnyonge msonge . . . Wachuuzi wangapi walimwambia,”hakuna mafuta” na kisha kitambo kidogo kuona wengine akiwauzia? . . . “Eee bwana, si sasa hivi umeniambia huna mafuta?” akalalama. Naye mwenye duka kwa ufidhuli akamhakikishia.... nimeshakwambia hakuna – ala! . . . “Usinisumbue! Ondoka haraka - ama wataka nikuitie polisi?” (uk.70).

Umaskini pia unaonekana katika nyumba ya Dzombo kama anavyoonesha mwandishi kupitia mawazo ya Dzombo aliyewaza akilini namna alivyofanyiwa dhihaka na rafiki yake Maskini Jeuri na baadaye kuongozana hadi nyumbani kwake alikowakuta mkewe na watoto wake hadi magharibi hiyo hawajarudi shamba. Mwandishi anaeleza,

“mkewe na wanawe walikuwa bado hawajaja kutoka shamba. Humo mwake, viti vilikuwa vibao vitatu. . . . Dzombo alichukua kibatali kutoka kijitini alipokiangika – kijiti chenyewe kilikuwa kimeshindiliwa udongoni; kwa upesi akavuta kidomo chake. Kikining’inia kwa utambi wa tambara chafu . . . Hapo walipokuwa wameketi ndipo hapohapo pa kulala, kupikia na kuzungumza na pa kila kitu ambapo nyumba zapaswa kusitiri . . .” (uk.72).

Hali aliyonayo Dzombo ni hali waliyonayo watu wengi katika jamii za Kiafrika. Kuishi maisha yasiyo na uhakika hata wa kupata chakula cha siku moja. Kuishi katika mazingira hatarishi dhidi ya maradhi ya kuambukiza kwa kukosa vyoo na hewa safi; kuishi nyumba zisizo na madirisha zinazoweza kusababisha maradhi kama homa za uti wa mgongo na maradhi mengine ya kuambukiza. Hii ni hali inayoonesha umasikini uliopindukia.

Ijapokuwa jamii imezoweza kusikia kuwa tumepiga hatua kubwa ya maendeleo, na kwa vile jamii imekosa ufahamu juu ya nini maendeleo, viongozi wengi hutumia mwanya huo kuwadanganya wananchi huku wakijinufaisha wao na aila zao; na wale wa tabaka la chini wakaendelea kulemaa na maendeleo yasiyo na elimu bora kwa watoto wao, ukosefu wa huduma na dawa katika hospitali mbalimbali, ukosefu wa maji safi pamoja na mengine mengi ambayo wao na watoto wao katu wasingeweza kuyavumilia.

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Hali hii inaiweka jamii katika matabaka. Tabaka la juu linalohodhiwa na viongozi wa serikali na wafanya biashara wakubwa, masetla na wajanja wengine na tabaka tawaliwa linalokusanya wakulima wadogo wadogo, wafanyakazi ambao ni sawa na vibarua katika jamii hiyo.

Wakati wote huo Dzombo alikuwa katika dimbwi la mawazo, yaliyomchukuwa kwa muda mrefu, yaani (stream of conscious) huku akifikiria vurugu ya maisha ya duniani alikotoka.

Mbinu ya fikra tambuzi (stream of conscious) ilikuwa ni moja ya mbinu muafaka waliyotumia wanausasabaadaye ambayo ameitumia Mkangi katika kuonesha ukiukaji wa haki za binadamu na uonevu wa kuwagawa wananchi kitabaka na kuweza kuonesha yale maovu yanayotendwa ndani ya jamii hiyo iliyokuwa imejaa umaskini na ufukara. Tabaka la juu huwanyonya tabaka la chini kwa kuwatumikisha kwa malipo kidogo sana. Mwandishi ametumia kwa uwazi mbinu hiyo kwa lengo la kuibua dhamira hiyo ya umasikini wa Dzombo.

Mwandishi amemjenga muhusika Dzombo anawaza kwa muda mrefu akilini mwake, wakati tayari alikuwa *Walenisi*, wala asingetarajia kukutana tena na hali kama hiyo anayoiwaza.

Kulingana na mawazo ya wanausasa na usasabaadaye, wanaona kuwa, dunia hii imekuwa ni ya vurugu hivvyo hata fasihi inayowasilishwa inakuwa sawa na jamii yenyewe ilivyo. Harland anaeleza:

“Usasa umekuja baada ya vita vya kwanza vya dunia kama ni vita vya baadaye vitokanavyo na hali ya mabadiliko yaliyoenea katika jamii . . . Vita hivi vilianzisha hali ya kushuku maendeleo na busara dhidi ya mwanadamu na utu wake . . . Hapakuwa na uwezekano wa kupuuza hali ya zoezi hilo la maisha ya kila siku . . . na kuondosha fikra za kinjozi. Kutokana na kuenea kwa uovu wa kijamii na ukandamizaji wa kivita waandishi waliepukana na mbinu za kijadi. Mbinu mpya za Usasa na usasabaadaye zilibuniwa ili kuonesha uovu unaofanywa na vurugu ya maisha yaliyopo” (Harland, 1999).

Hivyo ni dhahiri kuwa vurugu hiyo inaonekana vya kutosha katika riwaya hiyo ya Walenisi na hasa vurugu ya kiuchumi.

Mbinu nyengine iliyotumika kuonesha hali hii ya kiuchumi ya ukandamizaji na unyonyaji ni mbinu ya kisayansi. Dzombo alifanya utafiti mkubwa katika nchi ya Walenisi. Utafiti huu ulikuwa ni njia muhimu kwa Dzombo kuweza kuwaelewa Wachuna ambao ndio waliokuwa wameuhodhi uchumi wa Wawalenisi na kuwanyonya walio wengi kutokana na ujanja wao kama inavyoonekana katika dondoo lifuatalo:

“Pendekezo langu ni hili . . . Tumempeleka ziara nyngi, tumemwonesha mengi . . . Kwa hiyo badala ya kumwambia sisi Wachuna walikuwa ni akina nani ningependekeza wazo lililodokezwa na Mtu -Binti Heshima. Nalo ni kwamba, Mtu - Dzombo akajivumbulie mwenyewe – ama mwasemaje wenzangu?”

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Kutokana na utafiti huo, mwandishi alimtumia mhusika Dzombo, aliyetumia mbinu za kisayansi (utafiti) kusimulia visakale tafauti vilivyosababisha kuibuka kwa tawala na koo tafauti za Wachuna kama vile, Wachuna wa Moto, Wachuna wa Wachawi, Simba, Masonara, Wafua vyuma, na wengineo. Utafiti huo ulionesha namna tawala zilivyojipa hadhi na kujineemesha kiuchumi na koo za tawala za Kiafrika zilivyotumia ujanja na kuwanyonya wenzao na kuwabagua. Mwandishi anathibitisha kama ifuatavyo:

“. . . Miaka nenda miaka rudi koo za Wachuna zikawa zimejipanua vilivyo. Jamii bila Wachuna ilionekana haikuwa kamilifu. Kwa hivyo walizidi kujitenga kimaisha . . . Jamii ikawa sasa imejigawa vipande viwili vya mji na shamba, mla na mliwa na. daraja za akili au tani.”

Kupitia kisakale cha Watoto Mapacha na kutokana na ripoti ya utafiti wa Dzombo, Wawalenisi waliweza kujitambua, hadi kufikia maendeleo makubwa ya kiuchumi.

Maelezo hayo kwa jumla yanatuonesha namna mwandishi alivyochanganya mbinu nyingi kama utafiti, simulizi za visakale mbalimbali na matumizi ya sitiari kama ‘Wachuna’ sentensi fupifupi, na hata kurudiarudia maneno ili kuibua dhamira na ujumbe aliotaka uwafikie wasomaji wake kama ilivyo katika kazi za fasihi za usasabaadaye. Kama inavyoelezwa, “Wavumbuzi (avant garde) wa kiusasa vilevile wana imani kubwa juu ya ukweli kamili, haki na maadili, kwenye mitazamo yao kila kitu kinaweza kuelezwa kivitendo ndani ya mipaka ya uchunguzi wa kisayansi.” Mushengyezi (2003).

Hivyo, mbinu hiyo ya utafiti aliyotumia Dzombo imeweza kuonesha mifumo ya uchumi ilivyojitokeza kama, ujima uliokuwepo mwanzo katika jamii za Kiafrika na namna mfumo huo ulivyoondoka na kuingia mfumo wa kinyonyaji na kipepari; namna mataifa ya kigeni yalivyoshirikiana na Wachuna kuendeleza ukoloni na namna Wawalenisi walivyoweza kujikomboa na kufikia mfumo wenye usawa na demokrasia, iliyowawezesha kuwa na uchumi imara.

Mbinu hii ya uchanganyaji wa mambo mengi pia ni miongoni mwa sifa za usasabaadaye ambayo pia imeelezwa na kujadiliwa na wataalamu mbali mbali kama, (Sharma na Chaudhary (2011), Barret (1997) na Nicol (2009).

Hali ya Kisiasa

Uongozi ni suala lililoshughulikiwa sana na kuelezwa kwa upana katika Riwaya ya Walenisi. Mwandishi ametumia sehemu mbili tafauti kuonesha uongozi katika serikali za Kiafrika unavyoendeshwa. Uongozi uliokosa haki na demokrasia kwa wanyonge. Ameeleza uongozi wa mabavu na ubaguzi kati ya tabaka la chini na la juu linalotengenezwa makusudi ili kuwanyima na kuzinyakua haki za wanyonge.

Kwanza Mkangi ameuonesha Uongozi mbaya kupitia Duniani alikoishi Dzombo kabla kutokomezwa ndani ya Sayari kwa hukumu ya kifo.

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

“. . . Hakimu aliingia kama malaika wa mauti humo mahakamani . . . zama hizo mahakama hazikuwa zikifuata sheria kwa mujibu wa kulinda ama kutetea wala kudumisha haki za binadamu . . . Ingawa Dzombo hakuwa anatarajia huruma yoyote alipigwa na butwaa la bumbuwazi kwa hukumu aliyopewa kwani baada ya kusimama tu, hakimu bila hata kusita, akatamka “Kifo!” . . .” (uk. 1).

Maneno hayo yanaonesha jinsi uongozi barani Afrika unavyokandamiza raia. Kitendo cha mahakama kumhukumu kifo Dzombo si kitendo cha haki kutokana na kosa alilodaiwa kuwa ametenda. Kama anavyoeleza mwandishi kwa kutumia kejeli.

“. . .Tumetoka ushenzini” mnyongaji halali akawa anaendelea, “ Ndio sababu mtawala akawa hataki kuuwa watu kikatili kama wafanyavyo watawala wengine . . .”liiii...” umati ukamkatiza. Kuona hivi, alimgeukia kwa haraka Dzombo na akafoka. “Dzombo, kifo ni kifo na hakuna kurudi nyuma tena. Haki hizi ni za kifo, na *Sayari* ni jeneza. Hakuna ambaye amerudi kutueleza – kama hangekuwa kifo. Maneno haya ya mwisho aliyatilia mkazo wa kimadaha, ili kuonesha ushupavu wake na kuzidi kuwatia watu hofu . . .” (uk. 5).

Kauli kama hizi za vitisho na ujabari ni maarufu sana katika tawala mbalimbali barani Afrika. Viongozi walio madarakni. hawaoni hata aibu kudhihirisha udikteta wao. Lengo ni kuwafumba midomo wale wote wanaojaribu kuwaamsha walio katika usingizi. Pia kutumia vyombo vya dola kuwadhalilisha wanyonge na kuwabambikiza kesi kwa uonevu na dhulma.

Mwandishi ametumia sitiari ya *Jabali la Ujinga* kuonesha hali hiyo ya kijamii, kama anavyobainisha, jabali hili lilichongwa kwa matofali ya ujinga wa kijamii na kadiri binadamu alivyokuwa akijaribu kujinasua na ujinga wa kimaumbile ndivyo alijikuta akisongwa na ujinga wa kijamii. Ujinga huo anauthibitisha kwa kusema:

“. . .Tofali kubwa na zito ni lile lililomfanya mjinga kuonekana mwerevu , na mwerevu kuonekana mjinga, mwehu kuonekana timamu, muuwaji kuonekana mlinda usalama, msema kweli kuonekana mwendawazimu, na busara kutoka kwa wasaliti! Hakukosa kuona kuwa ni itikadi hii ndio iliyowapofusha wengi na kusababisha ile safari yake. Mikasa ya safari hii ikaanza kumjia. . .(uk 13).

Kutokana na hali hiyo ya ujnga wa jamii, Dzombo alifukuzwa kazi kwa tajiri yake lakini hata baada ya kujari katika kilimo, mazao yake yote yaling’olewa na kulazimishwa kulima mazao ya biashara wayatakayo mabwana wakubwa. Jambo hili lilikuwa ni chanzo cha kuhukumiwa kifo kwani baada ya kuyavuna mazao hayo na kupeleka kwenye ofisi zinazostahiki, hakuambulia kitu ispokuwa madeni na kuhoji kwake ilikuwa ni kosa kubwa lililomfanya ahukumiwe kifo (Uk.16-21).

Hali kama hiyo ya viongozi kuzuia wanajamii kuuliza maswali, ama kuhoji juu ya haki zao ni dalili kuwa viongozi hao hawathamini utawala bora. Huu ni uuwaji wa demokrasia na kumnyima raia uhuru wake wa kujieleza.

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Mwandishi pia anaonesha namna baadhi ya viongozi walivyokuwa wanaendeshwa tu, si viongozi wenye uwezo wa kuongoza ila ni watu wanaongozwa na watu walio nyuma ya pazia na wao kubakia kama wanasesere (uk. 7). Hali hiyo inatokana na athari za kikoloni, na ukoloni mamboleo iliyojitokeza hata katika kazi yengine za fasihi kama vile *Amezidi*, kati ya mfanyakazi na boshi.

Kupitia maelezo hayo, tunona sifa moja muhimu inayojitokeza katika kazi za Usaabaadaye ya muingiliano matini. Kazi hizo zote zimeonesha athari za ukoloni mamboleo ulitokana na ukoloni na kuziacha jamii katika ulemavu wa utegemezi na utabaka; jambo ambalo katu haliwezi kuondoka pasipokuwa na demokrasia ya kweli na ushirikiano wa dhata miongoni mwa wana jamii.

Kwa upande wa pili, mwandishi ameonesha uongozi mbaya wakati wa Wachuna katika Walenisi. Hali hiyo inaoneshwa kupitia ripoti ya utafiti wa Mtu – Dzombo, kama unavyoeleza:

“... Wachuna waliweza kueneza uchuna wao baada ya kumiliki tambo la uchawi, moto na kuzifanya kuwa tambo moja linalojulikana kwa jina la *fyanduzi* au serikali kwa kiduniani. Tambo la uchawi ndio jungu la uganga, dini na sayansi. Tambo la moto ni jungu la ufundi, uhandisi na teknolojia ambapo tambo la mabavu ni jungu la uwezo, nguvu, vyeo na madaraka , . . Figa la uongo, Figa la ulafi, Figa la ujinga. (uk. 186).

Utafiti wa Dzombo, unaonesha namna mwandishi alivyoweza kukitumia kipengele cha kupotosha historia (historical distortion) na hasa (historicalgraphic metafiction) katika kubuni kazi yake. Mbinu hii ya usasabaadaye, huonekana kupitia kwa mwandishi anapowasilisha matukio mengi yaliyoingiliana (overlap). Kwa mfano, ameonesha matatizo ya duniani – Jehanam na Walenisi huku akionesha mafanikio ya Walenisi.

Mbinu hiyo aliyoitumia mwandishi, imeonesha matukio mengi na wakati huo huo, Dzombo yuko katika motifu za safari ya kuangalia maendeleo ya Wawalenisi. Matatizo ya Wawalenisi yaliyowapata wakati wa Wachuna yanaelezewa lakini wakati huo huo Dzombo alikuwa akikumbuka matatizo ya Duniani- Jehenamu alikotoka.

Hali ya Kijamii

Ukosefu wa Huduma za Jamii

Ukosefu wa huduma za jamii kama elimu ni suala analolizungumzia mwandishi katika *Walenisi*. Amejaribu kutumia taswira kuu iliyobeba sitiari iliyotawala katika maelezo yake Kama ni ishara ya ukosefu wa elimu. Ametumia Jabali la *Ujinga*. Ujinga huu ulikuwa umemvaa mhusika ndugu yake Dzombo. Mwandishi amemchora ndugu yake Dzombo Kama kielelezo cha jamii kubwa ya watu wa tabaka la chini waliokosa elimu.

Kwanza amemchora kuwa ni mtu asiyejitambua kutokana na kukosa elimu. Hali hii inadhihirishwa kupitia mawazo anayoyawaza Dzombo wakati yumo katika *Sayari* kuelekea

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

asikokujuwa. Kupitia mhusika huyo, mwandishi anaeleza jinsi Dzombo alivyofikiri muktadha wa ofisini kwa tajiri kati yake na tajiri pamoja na ndugu yake. Hali hii inadhihirisha ujinga miongoni mwa wanajamii katika jamii hiyo.

“. . . Dzombo anasemma eti unamsingizia.” Tajiri akasema. “unakataaje?” Nduguye akawa anamlilia na mikono ya kulalama. “Umesahau pale juzi uliponiambia kuwa ufukara wetu unatokana na kunyanyaswa kwetu?” Akamwuliza kwa sauti ya unyenyekevu iliyomfurahisha tajiri wao, “Ooo...!”, na huku akitabasamu kidogo, “sasa nakumbuka” akasema. Lakini sikusema kunyonya ama uje umnyonye,” akamweleza. “Kumbe!” Basi sikufahamu . . .basi nilifikiria tungekuwa sawa nami nimnyonyapo. . . Alinyamaza kwa muda kisha akauliza: “Kwani kunyanyasa kuna maana gani?” (uk.14- 15).

Mazungumzo hayo ni kielelezo thabiti kuwa jamii hii ina watu wajinga wasiokuwa na elimu, na wasiojielewa wao ni nani. Kwa bahati mbaya, hata wale ambao wangejaribu kuwazindua hawakuweza kuitumia nafasi hiyo kutokana na kudhibitiwa kwao. Wale wa tabaka la juu lililokuwa limepata elimu, liliwakana waamshaji na kuendelea kuwadanganya wajinga waendeleo kuwa wajinga zaidi. Walizuiliwa haki hiyo ya msingi Kwa makusudi ili waweze kuwatawala zaidi.

Ukosefu wa elimu unaoneshwa tena na mwandishi katika nchi ya Walenisi wakati wa Wachuna ambapo katika mazungumzo aliyobebeshwa mhusika Mtu – Wazo, wakati alipokuwa akisimulia hadithi kuhusu ulaghai wa Wachuna na namna walivyowafanyia raia wakati huo kwa sababu ya kukosa elimu.

Aliona kuwa, kwa sababu Wachuna wengi hawakuwa na kisomo waliogopa kwa urahisi na na kudanganywa kwa haraka. Wale waliokuwa na kisomo walinunuliwa kwa ajili ya ubinafsi wa kupindukia waliona. Jambo lililofanya upinzani uchukuwe muda mrefu kuimarika kabla ya wao kujitambua kuwa adui wao alikuwa ni mmoja.

Hali kama hii inaonesha aina ya vurugu iliyopo ndani ya jamii inayotokana na mifumo ya kibepri na ubinafsi uliopo na kuwaweka wengine kutokuwa na matumaini ya maisha.

Ukosefu wa huduma za kijamii pia unaonekana katika sekta ya afya. Mwandishi ametumia taswira ya Jabali la Magonjwa kuonesha namna nchi zetu za Kiafrika zinavyoshindwa kupambana na maradhi mengi ambayo yanaikumba jamii. Pia baadhi yake hutokana na uzembe na kutokuthaminiwa kwa masikini. Maradhi mengine hasa kwa upande wa watoto hutokana na umasikini wa wazazi wao. Utabaka nao pia ni kikwazo. Kutokana na utabaka huo hujitokeza mgawanyiko mkubwa wa utolewaji wa huduma za afya kati ya watawala na wale mayahe; kama anavyoonesha mwandishi:

“Mabatobato ya tete maji yalimwisha . . .ya ndui yakawa alama iliyomkumbusha kutotahadhari kwake . . . Magonjwa ya matumbwitumbwi yalimkwaruza alipowahi kuhepa kimbunga cha mbuba, upele na mafunza . . .kohozi la kifaduro, homa ya minyoo, baridi yabisi, safura macho,

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

masikio na kichocho aliweza kuyaona kwa mbali. . . lau haingekuwa kugongwagongwa na kokoto zito la homa ya malaria angeweza kuepuka bila dosari yoyote.” (uk, 24).

Mwandishi anataja maradhi mbalimbali yaliyomo katika jamii zetu. Kuna yale ambayo yamefanyiwa juhudi na kutokomezwa na yale ambayo bado yanaendelea kuzithakili jamii zetu. Aliendelea kuonesha tatizo la maradhi kwa kusema:

“Maombi yake hayakukubaliwa kwani ghafla aliweza kuona vipande viwili vya marasimi na kwashiakoo vimejikita njiani mwake. Miamba hii ilikuwa ni ya kitabaka, na kwa hiyo ilijiketisha pale bila woga ama aibu yoyote.” (uk. 24).

Maelezo hayo yamejaa lugha za tamathili, kama tash-hisi, na kubeba sitiari ya hali ya juu. Lugha za picha na ishara kemkem kama, jabali la maradhi, alilolijenga kwa usanii wa hali ya juu. Hii ni sifa inayopatikana katika matini ya usasabaadaye yenye utata kufahamika, jambo linalomfanya msomaji azame sana kwenye matini ili aweza kufasili maana za sitiari hizo.

Mwandishi ametumia njia hiyo kwa makusudi ili kutaka kuonesha dhamira ya huduma zisizo na ubora na vikwazo mbalimbali, matatizo ya maradhi tafauti amabayo yanaikumba jamii. Huduma mbovu za afya pia zilizungumziwa katika nchi ya Walenisi wakati wa Wachuna ambazo zilikuwa zikitolewa kwa ubaguzi.

Maelezo haya yanatilia mkazo zaidi mawazo ya wana usasabaadaye ambao hujitafautisha na wanausasa. Barrett (2009) anaelezea tafauti kati ya Usasa na Usasabaadaye kwa kusema Usasa unatafuta mawasilano ya ujumla (universality) ambapo Usasabaadaye unaainisha tafauti. Tafauti hizo kwa mujibu wa West (1993) zinahusiana na masuala ya mauwaji ya tawala (exterminism empire), utabaka (class), ukabila (race,) jnsia (sexual orientation), umri, utaifa, asili na maeneo,

Dhamira nyengine aliyoionesha Mkangi ni matumizi ya teknolojia za kisasa aliyoyaonyesha katika hali ya uhai na uchanya. Kwanza ameonesha namna teknonojia hiyo inavyotumika kwa kuangamiza jamii. Kwa mfano, sayari imetumika kumuulia Dzombo na watu wengine ambao wametiwa humo na hawakurudi tena.

Pili ameonesha matumizi mazuri ya teknolojia katika Walenisi ambapo kuna matumizi ya teknolojia nyingi katika Nyanja tafauti za kijamii kama vile usafiri wa haraka wa ‘Trimi’ ambao hauharibu mazingira. Hata katika majumba, viwanda, kilimo, huduma tafauti hutumia teknolojia za kisasa, zenye ufanisi mkubwa kwa maendeleo ya jamii hiyo. Mwandishi anaeleza hayo kwa lengo la kuonesha umuhimu wa matumizi ya teknolojia kwa maendeleo ya jamii. Lakini pia anaonesha iwapo itatumika vibaya itakuwa na athari kubwa kwa jamii kwani badala ya maendeleo itakuwa ni maangamizi kwa jamii.

Matumizi ya teknolojia katika Usasabaadaye, ni mbinu maarufu, kama inavyoithibitishwa Nicol (2009) ambapo watunzi wa Usasabaadaye hubuni matokeo yanayomulika ukweli unaotangaza kwa kuwaweka wahusika katika hali isiyoepuka teknonojia. Mwandishi ametumia wahusika

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

tafauti kuonesha matumizi ya teknolojia. Kwa upande wa duniani kupitia msimamizi wa sayari inyotumika kwa maangamizi na katika Walenisi teknolojia hutumika kwa maendeleo endelevu jamii.

HITIMISHO

Kwa jumla nadharia ya Usasabaadae ni nadharia inayofaa sana katika uhakiki wa kazi nyingi za kisasa ambazo zimebadili mtindo wa kiuandishi kutoka katika uhalisia na kuigia katika mbinu mpya za kiuandishi.

Tumeona namna Uasabaadaye ulivyotumika kuonesha dhamira katika riwaya ya Walenisi. Dhamira hizo zimechunguzwa kutokana na sifa tafauti za nadharia hii. Na kufafanuliwa kwa kuhusishwa na sifa hizo. Kupitia mbinu hizo, makala imeonesha dhamira tafauti za kiuchumi, kisiasa na kijamii na namna zinavyoathiri maendeleo jamii.

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Marejeo

- Bowers, M. A.(2004) *Magic(al) Realism: the New Critical Idiom*. Routledge: USA.
- Brian, H.C. (1965). *Postmodernist Fiction*. Routledge, London
- Hitchen, L (n.d). *Historical Metafiction: Parody and Intertextuality of History*. www.ieas.unudeb.hu/admin/file_3553.pdf.
- Jameson, F (1990). *Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism*. Duke University Press: Durham.
- Malanga, P.S. & Bakize, L. H (2012). *Kioo cha Lugha, Jarida la Taasisi ya Taaluma za Kiswahili*. Dar es salaam
- Mkangi, K. (1995) *Walenisi*. East Africa Education Publisher. Nairobi
- Nicol, B (2009). *The Cambridge Introductio to Postmodernism*. University Press. United Kingdom.
- Salami, Mahmoud (1992). *John Fowles's Fiction and the poesics of postmodernism*. Univesity Press, Sisilian Avenue. London.
- Sharma, R & Chaudhary (2011). *Comman Themes and Techniques of Postmodernism Literature of Shakespear*. International Journal Educational Planning & Administration, Vol.1, No.2.
- Ward, G, (2003) *Post modernism*. Hodder Headline Ltd. UK.

- [https://www.reseachgate.net/publication/29044833_The Historiographic_metafiction_writing_of_power_and_the_power_of_writing_historiographic_metafiction_in](https://www.reseachgate.net/publication/29044833_The_Historiographic_metafiction_writing_of_power_and_the_power_of_writing_historiographic_metafiction_in).
- www.saylor.org/site/wpcontent/uploads/2015/03/modernism.pdf
- www.uab.ro/reviste_recunoscute/philologica_2003_tom2/44.lupsa_marinela.pdf . 10/ 2/2016.
- www.uwo.ca/english/undergraduate/courses/pdf/summer14syllabi/3554e_sd.pdf
- www.terrybarrettosu.com/pdfs/B_PoMo_97.pdf. 5/3 /2016.
- www.ripublication.com/ijepa.1n2_11pdf. 18 /4/2016.
- [www.terrybarrettosu.com/pdf /Barett%20\(208\)%20Aproaches% 20to%20postmodernismpdf](http://www.terrybarrettosu.com/pdf/Barett%20(208)%20Aproaches%20to%20postmodernism.pdf). 4/5 2016.
- www.symbiosiscollege.edu.in/wpcontent/uploads/2015/03/modernismBackground.pdf. 12/2/2016
- www.Flowerdart.net/courses/article/Jameson_Postmodernism_cultural_logic_late_caitalism. 6/ 4 /2016.

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

UCHUNGUZI WA MATUMIZI YA LUGHA KATIKA MATANGAZO YA BIASHARA.

Ulfat Abdulaziz Ibrahim,[♥]

Abstract

*This article is based on commercial advertisement discourse in which the author explored language and its use in various business scenarios to meet communication needs. The article is guided by the Wretch's Theory of Communication (1990) and the Fairclough Critical Discourse Analysis (1995). Data was obtained from the advertisements that appeared in the **The Citizen, Zanzibar Leo, An-nuur, The Guardian, Daily News and Majira** newspapers. The findings of this study showed that language is the most important link in communication between the seller and the buyer. The author discovered the use of non-linguistic and linguistic elements which have a positive influence on beneficiaries. There are some advertisements that used short and others long explanation. In addition, there are some that purposely used grammatical errors and code mixing (English & Kiswahili), colored font, pictures etc. The study also discovered that some advertisements used legal language. Lastly, the author recommends the use of required and appropriate language in commercial advertisement to avoid fraud as well as misuse of the Swahili language.*

Ikisiri

*Makala hii imejikita katika Diskozi ya matangazo ya biashara ambapo mwandishi amelenga kuchunguza lugha pamoja na matumizi yake katika matangagazo mbali mbali ya biashara katika kukidhi haja ya mawasiliano. Makala hii imeongozwa na nadharia ya mawasiliano ya Wertsch, (1990) na nadharia ya uchambuzi wa ndani wa diskozi ya Fairclough (1995). Data zilizotumika zimepatikana kutoka katika magazeti mbali mbali ya nchini Tanzania. Magazeti hayo ni **Mwananchi, Zanzibar Leo, An-nuur, The guardian, Daily news na Majira**. Matokeo ya uchunguzi huu yanaonesha kwamba, Lugha ni kitu muhimu sana katika mawasiliano kati ya muuzaji na mnuunaji. Mwandishi amegundua matumizi ya vipengele vya kiisimu na visivyo vya kiisimu ambavyo vyote hivyo vina athari chanya kwa walengwa. Kuna baadhi ya matangazo hutumia lugha ya maelezo mafupi na matangazo mengine maelezo yake huwa marefu, makosa ya kisarufi na kuchanganya lugha, maandishi ya rangi, picha n.k. Pia lugha za kisheria hutumika katika baadhi ya matangazo. Mwisho makala hii mwandishi anasisitiza kutumia lugha inavyotakiwa kwa ufasaha, ili kuepusha ulaghai pamoja na kuiharibu lugha (Kiswahili).*

1.0 UTANGULIZI

[♥] Mkufunzi, Idara ya Lughawiya, Chuo Kikuu cha Abdulrahman Al-Sumait, Zanzibar

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Uchunguzi wa lugha na matumizi yake katika maisha ya jamii unatokana na uwanja wa taalauma ujulikanao kama Diskozi. Diskozi inafanya uchambuzi wa mawasiliano baina ya watu na vipi mawasiliano hayo yanavyoathiriwa na mazingira kama mahala, wakati, hali, na matukio katika jamii. Huu ni aina ya utafiti ambao umejikita katika kuchunguza mawasiliano kwa kupitia matini. Katika mazungumzo na maandishi lugha ndio nyenzo kuu. Hivyo basi katika diskozi, hujikita katika uchunguzi wa sifa za lugha katika maisha ya jamii kwa kuangalia tofauti zilizoko, maisha ya watu pamoja na uhusiano wao. Lugha hutumika kama chombo cha mawasiliano kwa kupashiana ujumbe na hisia (Brown & Yule, 1983). Lugha hutumika kujenga umoja, mshikamano na ushirikiano miongoni mwa wanajamii.

Makala hii imejikita kuchunguza matumizi ya lugha ya matangazo mbalimbali katika baadhi ya magazeti. Magazeti ni chombo muhimu sana cha mawasiliano ya umma, ndicho chombo kilicho kikongwe zaidi kuliko redio, televisheni, sinema, na video. Mbali na kuelimisha magazeti hutumika kutangaza biashara mbali mbali (Mwansoko, 1991). Lugha hutumika katika matangazo, na ndio kiunganishi kikuu baina muuzaji na mnunuzi. Matangazo hutekeleza majukumu tofauti kama vile kuarifu, kueleza, kuonya, kuelimisha na pia kupanua uchumi wa nchi, kutokana na faida inayopatikana. Vilevile lugha hutumika ili kuelezea aina fulani ya mazungumzo au maandishi. Lugha katika matangazo ya biashara huwa na upekee wake. Lugha hii huwa ni yenye porojo na wingi wa chuku. Ni lugha yenye mvuto na ushawishi mkubwa (Gitau, 2015).

Kwa wale waandishi wanaotumia magazeti haitoshi kwao kuwa na msamiati mkubwa wa Kiswahili na kuifahamu vyema sarufi ya Kiswahili. Kilicho muhimu zaidi ni kujua jinsi ya kuzitumia zana hizi za kiisimu na zisizo za kiisimu kwa namna inayofaa na inayokidhi mazingira haya maalumu ya mawasiliano.

Uchunguzi wa matumizi ya lugha katika matangazo ya biashara yataegemea kwa baadhi ya magazeti yanayopatikana hapa nchini Tanzania. Katika utafiti huu yametumika magazeti yafuatayo: Mwananchi, Nipashe, Annuur, The Guardian, Daily News, Zanzibar Leo na Majira.

2.0 NADHARIA ZILIZOONGOZA UTAFITI

2.1 Nadharia ya mawasiliano

Ni nadharia ilioasisiwa na Wertsch (1990), ambayo inazungumzia mtazamo wa lugha kama mawasiliano. Hii inamaana ya kuwa, mazungumzo au maandishi baina ya watu wawili hutokea kwa kutumia mpangilio wa sehemu tatu.

- Muanzishaji/mpelekaji mawasiliano
- Namna ya mawasiliano/njia ya mawasiliano
- Mlengwa/mpokeaji mawasiliano.

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Taarifa/ habari ambayo inatokana mtu anaejulikana kuwa ni **muanzishaji** mawasiliano huweza kumfikia mlengwa au **mpokeaji** kutokana na **njia ya mawasiliano**. Njia moja wapo ya mawasiliano ni lugha. Muazishaji hutumia lugha katika kueleza kitu fulani, inaweza kuwa kwa njia ya mazungumzo au maandishi, kutokana na njia hizo mpokeaji au mlengwa huweza kupokea kile kilichotumwa na muanzishaji.

Kadhalika katika matangazo ya biashara ambayo mwandishi aliyachunguza, amegundua kuwa muuzaji hutumia lugha kutangaza biashara yake, na anaweza kutumia hata kama atakiuka baadhi ya kanuni za lugha ilimradi aweze kukifisha kwa mnunuzi kwa njia ya ushawishi mkubwa. Nadharia hii imetoa muongozo katika kubaini mambo matatu. Kwanza muazishaji/mpelekaji mawasiliano (Tangazo katika Gazeti), pili lugha inayotumika katika matangazo. Tatu mnunuzi ambaye ni mpokeaji mawasiliano kutokana katika lile tangazo. Hivyo basi mnunuzi ambaye ndio mlengwa huweza kupata taarifa juu ya bidhaa au huduma fulani au huduma ambayo anaihitaji kwa kutegemeana ushawishi ataokaoupata kutoka katika lugha iliyotumika.

2.3 Nadharia ya uchunguzi wa ndani wa Diskozi (Critical Discourse Analysis-CDA)

Ni nadharia ilioanzishwa na Fairclough (1995) ambayo imejikita katika uchunguzi wa diskozi. Kupitia nadharia hii tunachunguza kwa ujumla mazungumzo na maandishi kwa mtazamo kijamii na kiisimu. Kupitia nadharia hii tumechambua matumizi ya lugha katika matangazo kwa mkabala wa kiisimu na usio wa kiisimu (Hillary (1997). Vile vile uchambuzi huu utahusisha baadhi ya vipengele vya kazi vijenzi zilizoelzwa na Gee (2005) ambayo ni **umuhimu, vitendo, utambulisho** pamoja **usambazaji wa mahitaji ya jamii**. Hayo yote yamefanyika kupitia matangazo mbalimbali ya biashara kutoka katika magazeti ambayo mwandishi ameyatumia.

3.0 Dhana ya Matangazo ya Biashara

Utangazaji ni shughuli ya kusambaza taarifa za kibiashara kuhusu bidhaa fulani TUKI (2002). Njia hii inaweza kuwa ni kwa radio, televisheni au hata magazetini. Katika gazeti, huwa ni matini ambayo mwandishi huitayarisha kwa lengo la kumvuta mteja avutike na bidhaa au huduma ile. Kwa kutumia lugha ya uwashawishi matangazo huwavutia wanunuzi ili kununua bidhaa fulani.

Lugha huchaguliwa kwa uangalifu kwa kuzingatia ujumbe husika. Matumizi ya michoro na hata picha katika matangazo ya biashara hayawezi kufaulu bila kutolewa maelezo kwa kutumia lugha. Lugha inapotumika inaambatanisha michoro/picha na ujumbe ambao unarahisisha uelewa wa bidhaa /huduma inayotangazwa, na hata kusaidia kubakisha kumbukumbu kwa walengwa (Gitau , 2015).

Matangazo hufanywa kwa namna tofauti, yapo ambayo hufuata kanuni za lugha na mengine hayafuati. Ulaghai uliokithiri umetawala katika matangazo mengi ya biashara. Mfumo huu wa matangazo ya biashara upo wa aina nyingi sana hivyo ni vyema tukajifunza baadhi ya matangazo yaliyojaa ulaghai kama alivyoeleza Gitau (keshatajwa) ili tuwe makini wakati wa kufanya

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

manunuzi.

Yapo matangazo yanayotolewa katika mfumo wa aina mbalimbali yakionesha bidhaa zinazouzwa kwenye duka husika likiwa na bei halisi na punguzo maalum kwa muda maalum. Matangazo ya aina hii hujulikana kama *Informative advertisement* na ni mazuri kwa kuwa yanamfanya mnunuzi aweze kuchagua bidhaa akiwa nyumbani na huku akiwa na uhakika na bei, hivyo kupanga bajeti kulingana na kipato chake.

Aina ya pili ya matangazo ya biashara ni yale yanayohusisha bidhaa ambazo zimejiingea umaarufu ulimwenguni pote. {*Brand name Advertising*}. Naamini kuwa wengi sio wageni wa bidhaa kama *Sony, JVC, Nokia* kwa upande wa vifaa vya Elektroniki.

Mara nyingi bidhaa za aina hii huwa zinajiuzwa zenyewe kutokana na umaarufu na uimara wake, ingawa bei yake ni ghali.

Aina ya tatu ya matangazo ni yale ambayo hayamtendei haki mteja, kwa kutumia lugha laghai kushawishi wateja, ambapo lugha inayotumika inakuwa inaukweli lakini inapotosha kwa upande mwingine. Tangazo hili humfanya mnunuzi aamini kitu ambacho si cha kweli. Aina hii ya tangazo la biashara hujulikana kama *Deceptive Advertising*.

Aina zote hizo hujitokeza katika matangazo ya biashara. Lugha ndio inayotumika kucheza na akili za watu ili kuvutia kinachotangazwa. Hakuna shaka kuwa matangazo ya biashara yana umuhimu mkubwa katika uchumi wa nchi. Ni dhahiri kwamba moja ya misingi ya matangazo ya biashara ni kukaririwa kwa lengo la kumvutia mteja na kupata faida kubwa. Kukaririwa sana kwa Tangazo la biashara humnyima mtu fursa ya kutafakari na mlengwa hupata mashinikizo na hatimaye kununua bidhaa au huduma ambayo hakukusudia. Wafanyabiashara daima hulenga mauzo zaidi ili faida zao zipande juu. Kwa hivyo, wao hujitahidi kuitumia lugha kwa namna yoyote hata kama watawunja kanuni za kisarufi za lugha wanayoitumia.

Baadhi ya wataalamu ambao huweza kuhitaji kuchunguza lugha ya utangazaji ni pamoja na wanaisimu, wanaisimujamii. Wanaisimu hutaka kuelewa jinsi lugha hutekeleza jukumu lake katika diskozi mbalimbali. Hii ina maana kwamba mbinu za kiisimu zinazotumiwa katika utangazaji huchunguzwa kuona namna mbinu hizi zinavyobadilika kila uchao. Isitoshe wanaisimujamii hudhamiria kuona namna utangazaji unavyoathiri thamani, mitazamo na hulka za wanajamii.

3.1 Sifa za Matangazo ya Biashara

- I. Uso-ubinafsi wa mawasiliano ili kuufikia umma mpana: lengo ni kuwavutia wateja wote ili bidhaa au huduma ziweze kuwafikia walio wengi na sio watu fulani maalumu..
- II. Kutoa habari kamili na za kweli kuhusu umuhimu wa kinachotangazwa. Lengo mteja aweze kuelewa na kuweza kuifuata bidhaa na huduma kwa haraka.

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

- III. Matumizi ya lugha shawishi ili kuibua mtazamo chanya akilini mwa mteja: ili kuwajengea imani na upendo wateja juu ya bidhaa au huduma inayotangazwa.
- IV. Kusisitiza kuuza bidhaa kwa wingi ili kupata faida wala si kutaka kupata faida.
- V. Kumwezesha mteja kufanya uchanganuzi kulingana na matakwa yake ya bajeti. Uchaguzi mwema humridhisha mteja na kumfanya kufurahia.
- VI. Huhusishwa na ubunifu mkubwa. Pale ujumbe wa mtangazaji huwiana na matarajio ya mteja.

3.2 Muundo wa Tangazo

Kwa mujibu wa Leech (1972:59), tangazo la biashara huwa sehemu kuu tatu zifuatazo:

- Kichwa (sehemu inayobeba jina au anuani ya tangazo)
- Mwili (sehemu kuu yenye ujumbe unaowasilishwa kwa walengwa ambayo huweza kugawanywa katika vijisehemu vidogo).
- Mwisho (huwa na saini na nembo au muhuri wa mtangazaji, anwani yake) pamoja na habari za ziada kama vile bei ya bidhaa au mshahara)

Kwa kurejelea magazeti ambayo yametumika katika utafiti huu, mtafiti amegundua kuwa matangazo yaliyomo katika magazeti haya yako katika mpangilio maalumu. Kila tangazo lina sehemu ya kichwa, mwili na mwisho. Vipengele vyote hivyo vinafanikisha lengo kuu la mawasiliano kati ya muuzaji na mnunuaji. Lugha imewakilishwa na vitu mbali mbali kama vile maandishi, picha, michoro na rangi ili kuweza kumfanya mnunuaji aelewe kile anachotaka kukinunua. Hii inatokana na lengo la makala haya kuyachunguza matangazo kupitia vipengele vya kiisimu na visivyo vya kiisimu ni moja kati ya malengo ya makala haya.

4.0 VIPENGELE VYA MATANGAZO YA BIASHARA KATIKA MAGAZETI YA TANZANIA.

Tangazo la kibiashara hutambuliwa kupitia muoano baina ya nduni za kiisimu na zisizo za kiisimu zilizomo kwenye tangazo. Kwenye sehemu hii tutaanza na vipengele visivyo vya kiisimu ambavyo ni muhimu katika matangazo ya biashara.

4.1 Kichwa cha tangazo (Anuani ya Tangazo)

Kichwa cha Tangazo ni kauli inayotoa habari au manufaa ya kinachotangazwa, aghalabu kwa maandishi makubwa, yenye lengo la kuvuta nadhari ya msomaji kwa haraka na kumchochea kutaka kusoma tangazo lenyewe. Hiki ndicho kipengele cha kwanza ambacho huvuta nadhari ya

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

mteja ili kuliwazia tangazo lenyewe. Kichwa hutumiwa kutoa muhutasari wa ujumbe uliomo kwenye tangazo .

Kwa mujibu wa Wells na wenzake (2000: 324-325), vichwa vya matangazo huwa muhimu kwa sababu mbili. Kwanza, huwa na ujumbe unaoshawishi walengwa kuendelea kusoma, na ikiwezekana kukinunua kinachotangazwa. Pili, vichwa vya matangazo huokoa muda wa watu ambao hawana wakati wa kusoma yote kwa kuwawezesha kusoma vichwa pekee. Huwa kipengele muhimu mno kwani ndicho humkaribisha mteja kwenye tangazo. Katika hali kama hii, kichwa hujumuisha jina la bidhaa ambalo huwa na athari kubwa kwa hadhira. Mfano katika gazeti la “*Nipashe, Jumatano, tarehe 10, Mei, 2017*”. Tangazo la Simu ya aina ya *Samsung Galaxy s8*



(Nipashe, Jumatano, tarehe 10, Mei 2017)

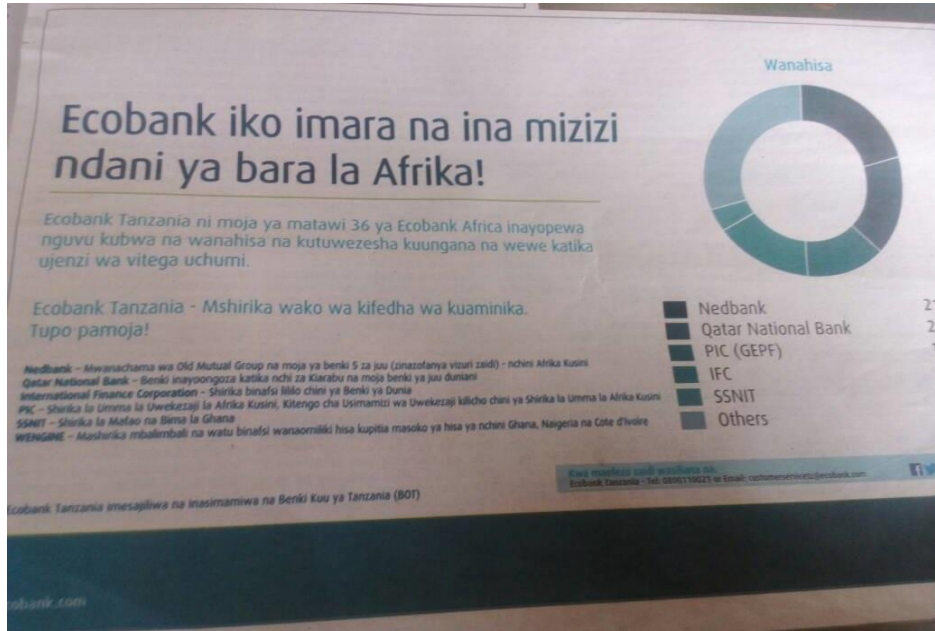
Kichwa cha Tangazo katika tangazo hili kimeanza na ujumbe “*now available Galaxy S8|S8+* “. Ikiwa na maana ya kuwa sasa Galaxy S8 inapatika. Kichwa hichi ni kwa ajili ya kuwavuta watu wengi. Kwani mara nyingi aina za simu kubwa huanzia katika nchi tajiri kisha ndio hufikia katika nchi masikini kama vile Tanzania.

Vile vile katika gazeti hilo la *Mwananchi* ,la tarehe 10, Mei 2017, katika tangazo jingine, kichwa cha tangazo kimeandikwa maneno yenye ujumbe mzito wa kumshawishi mteja. Maneno hayo yameandikwa kwa hati zenye ukubwa wa kuonekana wazi, pia maneno hayo yamekolezwa.

“ *Ecobank iko imara na ina mizizi ndani ya bara la Afrika*”

Ujumbe huu ni wa kumshawishi yeyote atakaesoma tangazo hizi aweze kufahamu ubora na ukubwa wa *Ecobank*. Vile vile ujumbe huu unamhararisha mteja kwamba *Ecobank* ni ya muda mrefu. Aidha maandishi ya kichwa cha tangazo hili yanamvuta msomaji kutokana na ukubwa wake. Tazama picha ifuatayo:

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi



(Nipashe, Jumatano, tarehe 10, Mei 2017)

Anuani nyengine inaonekana katika gazeti hilo hilo. Katika tangazo la bahati na sibu la BIKO. Kichwa cha tangazo hilo nalo limeanza kwa ujumbe ambao una taharuki fulani ya kutaka mtu aendelee kusoma ili eweze kuelewa kwa ndani kilicho maanishwa.

BIKO “Ijue nguvu ya Buku”

Katika kichwa cha tangazo hili, mteja anajengewa taharuki ya kuwa na hamu ya kufahamu hiyo nguvu itokanayo na buku. Hii ni kutokana na ujumbe uliobebwa katika kichwa cha tangazo. Ama kwa upande wa maandishi ukubwa wa maandishi pamoja na wino mkolezo katika kichwa cha tangazo hili nalo linamvuta msomaji. Kutokana maandishi hayo na sehemu ambayo imejitokeza imebainika kuwa ndio sehemu ya anuani ya tangazo.

Katika tangazo jingine la gari limeanza na ujumbe ambao umezoeleka. Tangazo la kampuni ya magari ya Nissan.

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi



Ni msembo ambao umezoeleka katika awamu hii ya uongozi wa Rais Magufuli .Ujumbe huu unamaanisha kwamba hapa ni kufanya kazi tu . kampuni hii imetumia anuani hii kwa kujinasibisha nayo kutokana uwezo wao wa kutengeneza vitu vilivyoboza.

Kwa kuzingatia aina ya ujumbe, vichwa vya tangazo vinaweza kugawanywa kwenye makundi mawili makuu – vya moja kwa moja na visivyo vya moja kwa moja. Wells, W. Burnett na Sandra (2000: 325) wanasema vichwa vya moja kwa moja hutambua bidhaa kwa kuzingatia jina lake badala ya manufaa yake. Hata hivyo, aina hii ya vichwa wakati mwingine vinaweza kukosa kumwelekeza msomaji kwenye ujumbe unaowasilishwa.

Vichwa visivyo vya moja kwa moja pia hutoa habari kama vile ya moja kwa moja lakini kwa njia tofauti. Hivi huonyesha ujumbe mkuu wa tangazo na vinamwelekeza msomaji kwenye athari chanya za kinachotangazwa.

Mfano katika tangazo la kampuni ya magazeti ya *The citizen, Mwananchi, Mwanaspoti* katika gazeti la Mwananchi, Ijumaa, la tarehe 3, Machi, 2017. Kichwa cha tangazo hili kimeandikwa katika mfumo wa swali kwa mfano,

“Can your paper come to you?”

Kichwa cha tangazo hiki sio cha moja kwa moja. Kwa sababu anuani hii haitoi taarifa ya moja kwa moja juu ya ni kitu gani kinachoelezwa. Mteja atalazimika kusoma zaidi, Kwani mteja itamchukua muda kuelewa kuelewa kilichokusudiwa.

4.2 Mwili katika Tangazo (Maudhui ya Tangazo)

Wells, Burnett, na Sandra (2000: 326) wakifafanua mwili katika tangazo wanasema hii ni matini ya tangazo. Sehemu hii ndio yenye maudhui ya tangazo. Mwili wa tangazo hukuza zaidi ujumbe uliodokezwa kwenye kichwa na kutoa maelezo kuhusu nduni, manufaa na maelezo ya jinsi ya

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

kutumia bidhaa inayohusika. Sharti sehemu hii iwe faafu, ya kupendeza na yenye matokeo yanayotarajiwa kwa sababu lengo lake kuu ni kuwashawishi walengwa na kuwataka kuchukua hatua fulani. Hivyo basi, inafaa iwe wazi kiasi cha kueleweka kwaurahisi.

Katika gazeti la Majira, Jumatano, la terehe 14, Disemba, 2016. Tangazo la Tamasha la “Green peace Music”, katika mwili wa tangazo hili, pana maelezo yakutosha juu ya kichwa cha tangazo. Maelezo hayo yanaeleza tamasha hilo ni la nani, pia maelekezo ya namna ya kushiriki pamoja na anuani za wanaohusika na Tamasha hilo. Tazama picha ifuatayo:



(Majira, Jumatano, la terehe 14, Disemba, 2016)

Vile vile katika gazeti la An-nuur, tangazo la nafasi za masomo lilitangazwa na Taasisi ya “Islamic Propagation Centre”. Katika sehemu ya mwili wa tangazo hili nayo ina maelezo ya kutosha na yaliyo wazi. Mwili unaeleza Shule hizo ni zipi na zinapatikana wapi, pia sehemu hii inaeleza sifa ambazo muombaji anatakiwa awe nazo. Tazama picha ifuatayo:



Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Sehemu hii ni muhimu sana kwani humsaidia mteja kupata maelezo ya ziada yatokanayo na kichwa cha tangazo. Ashton (2003: 77) anapendekeza baadhi ya kanuni za kuwawezesha watangazaji kuunda matangazo ya biashara yatakayowavutia na kuwapendeza wateja. Kanuni ya kwanza ni kwamba mwili unafaa kuzingatia manufaa ya bidhaa na wala si sifa zake kwa sababu lengo kuu ni kuonyesha kile kilicho muhimu kwa wasomaji na jinsi kile kinachotangazwa hutosheleza matakwa mahususi ya wateja. Pili, huwa na picha ili kuweka mambo wazi na kwa mvuto. Tatu, mwili huibua maswali ambayo huchochea akili ya msomaji.

4.3 Mwisho wa Tangazo la Biashara

Kipengele hiki nacho kimejitokeza katika matangazo yote ambayo mtafiti aliyashughulikia. Kama ilivyobainishwa sehemu iliyotangulia (rejelea 3.2) sehemu hii hujumuisha mambo mbalimbali. Hujitokeza mwishoni mwa tangazo. Katika magazeti yaliyoshughulikiwa kipengele hiki kinabainishwa kwa kuwekwa anuani ya kampuni au Taasisi inayotangaza. Tazama picha za matangazo katika sehemu zilizotangulia.

5.0 Vipengele vya kiisimu katika Matangazo ya Biashara

Katika matangazo ya biashara mtangazaji kwa namna fulani hujihisi yuko huru kutumia lugha anavyotaka, bila kufahamu kwamba kile anachokifanya kina athari kwa msomaji wa tangazo. Athari hizo zinaweza kuwa hasi au chanya. Hebu tuchunguze baadhi ya vipengele vingine ambavyo tumevigundua katika matangazo yaliyochunguzwa katika utafiti huu.

5.1 Kuchanganya lugha

Hali hii inajitokeza pale ambapo unasoma gazeti la Kiingereza ndani yake unakuta tangazo la Kiswahili, au unasoma gazeti la Kiswahili ndani yake unakuta tangazo la Kiingereza. Hii ina athari kwa msomaji gazeti. Kwani anaweza hata asilisome hilo tangazo kutokana na kumbadilishia njia ya mawasilino.

Kwa mfano katika Gazeti la Mwananchi, Ijumaa, la tarehe 3 Machi, 2017. Hili ni gazeti la Kiswahili, ndani yake muna tangazo la tenda lililotolewa na Taasisi ya Elimu Tanzania, “*Tanzania Institute of Education*” tangazo hili licha ya kuwa limo katika gazeti la Kiswahili, limeandikwa kwa lugha ya Kiingereza.

Mfano mwingine umepatikana katika gazeti la *Daily News*, Jumatatu, tarehe 30, Januari, 2017. Ni gazeti la Kiingereza, ndani yake mna tangazo la Zabuni lililotangazwa na Halmashauri ya Ilala ambalo limeandikwa kwa Kiswahili.

Aidha, baadhi ya waandishi wa habari bado wanaendelea na mazoea ya kutumia maneno ya Kiingereza katika taarifa zao za Kiswahili. Hali hii sio tu inakiuka misingi ya kisarufi, bali inaonesha vilevile kuathirika kwake na lugha za Kimagharibi.

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Angalia, kwa mfano, taarifa ifuatayo iliyotolewa na gazeti la Majira, Jumatano, tarehe 14, Disemba, 2016. Katika tangazo la Tamasha la Green Peace Music.

“WITO KWA WASANII WOTE!

Haya sasa, fursa hiyo!!!

Ewe msanii wa muziki. Kamata nafasi jilandikishe

na Tamasha la Green Peace Music, 2017,

upate onyeshwa kazi yako jukwaani live”

Vilevile katika gazeti la Zanzibar Leo, Jumatatu, tarehe 19, Disemba 2016. Tumeona kwamba waandishi wakichanganya lugha kwa mfano;

“Download Album nzima kabla hajamalzai kumimina...”

Vilevile Imekuwa ni kawaida ya waliowengi kuandika ufupisho usioendana nao. Maelezo huwa ni ya lugha nyingine (Kiswahili) na vifupisho ni vya lugha nyingine (Kiingereza).

Mfano katika gazeti la Daily News, Jumatatu, Januari, 2017

Shirika la Viwango Tanzania, Jina hili lilipaswa kuandikwa hivi SHIVITA kama ni kifupisho chake. Makosa yanayofanyika ni pale tunapoita Shirika la viwango Tanzania (TBS), Swali la kujiuliza ni je TBS ni ufupisho cha *Shirika la viwango Tanzania* au ni tafsiri yake? Jibu ni hapana. TBS ni *Tanzania Bureau of standards*. Kwahivyo ni Tafsiri na sio ufupisho wake kama ambavyo waandishi wamatangazo wanavyolitumia.

5.2 Lugha ya mkato

Katika baadhi ya matangazo hutumika lugha ya mkato katika kufikisha ujumbe kwa mteja. Lugha hii ndani yake huwa na matumizi ya nambari pamoja na alama ambazo huelezea kitu fulani. Mtangazaji huona maelezo marefu huweza kuchukua nafasi kubwa katika tangazo kubwa na kusababisha kugharamika zaidi. Kwa mfano, Tangazo la magari la kampuni ya Kijapani. Limetumia lugha ya mkato

“BUY 2 OR MORE GET USD 500 OFF PER VEHICLE”

Katika tangazo hili mwandishi ameweka picha za magari na sentensi hiyo. Mwandishi amekusudia kuelezea punguzo la bei, badala ya kutumia maelezo marefu ameweka picha ya gari na kusema “*nunua mbili au zaidi upate punguzo la dola 500 kwa kila gari*”.

5.2.1 Matumizi ya tungo fupi.

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Ili kupunguza matumizi makubwa ya nafasi katika magazeti ambayo yanakwenda sambamba na kupunguza gharama za uchapishaji, waandishi wa habari wakati mwingine hutumia tungo fupi katika matangazo ya biashara.

Kwa mfano: katika gazeti la Mwananchi. Tarehe 3, Machi, 2017.

“Tambua, Hamasika, Songa mbele”

Tungo hii imebeba ujumbe mkubwa ambao mwandishi angeweza kueleza kwa sentensi, au maelezo marefu juu ya kutambua hicho kinachotangazwa, kuhamasika juu ya kinachotangazwa, na kufanya maamuzi juu ya kinachotangazwa.

Vile katika gazeti la Mwananchi, Jumatano, tarehe 10, Mei 2017

“Hapa kazi tu”.

Usemi huu umetumika katika kampuni ya gari ya Nissan. *“Hapa kazi tu”* ni msemu uliozoeleka katika serikali hii ya awamu ya tano, ukisisitiza kufanya kazi kwa bidii. Hivyo basi mwandishi ametumia tungo hii fupi ili kuelezea uwezo na uimara wa gari hiyo.

5.3 Lugha ya mazungumzo

Baadhi ya wandishi hutumia lugha ya mazungumzo katika maandishi ili alete utofauti katika tangazo lake na liweze kuvutia wateja hususan wale ambao wanatumia lugha au msamiati hiyo. Matumizi ya lugha ya mazungumzo yanaonekana katika gazeti la Majira, Jumatano, 14, Disemba, 2016.

Katika tangazo la Tamasha la Green Peace Music.



(Majira, Jumatano, tarehe 14, Disemba, 2016)

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

“WITO KWA WASANII WOTE!”

Haya sasa, fursa hiyo!!!!

Ewe msanii wa mziki. Kamata nafasi jandikishe.....

Jaza fomu yako leo!”

Katika tangazo hili tumeona maneno kama “haya sasa”, “fursa hiyo!!!!” pamoja na matumizi ya alama za uakifishaji (!!!), hivi ni viashiria vya lugha ya mazungumzo.

Hivyo ni vipengele vya kiisimulugha ambavyo tumeweza kuvibaini katika matangazo mbali mbali ya biashara kutoka katika magazeti ya Tanzania. Hata hivyo kuna vipengele vingine ambavyo si vya kiisimu (non linguistic elements) ambavyo hutumika katika matangazo ya biashara kwa lengo la kumfanya mteja aweze kuitambua, kuipenda, kuinunua na kuitumia.

6.0 Vipengele visivyo vya kiisimu

6.1 Rangi

Rangi huwa muhimu katika matangazo ya biashara kwa sababu hutumiwa kuwavuta wateja. Rangi mbalimbali huwakilisha uzuri wa kinachotangazwa. Maana inayoashiriwa na rangi mbalimbali hutegemea bidhaa yenyewe ilivyopakwa rangi. Vile vile rangi hutumika kumvuta msomaji. kuna baadhi ya matangazo huwekwa rangi zaidi ya mbili.

Kwa mfano katika gazeti la *Daily News* la Jumamosi, tarehe 30, Januari 2017. Tangazo la kampuni ya *Masumin Printways & stationers LTD*. Ni tangazo la kushiriki katika maadhimisho ya miaka 10 ya Habari leo. Tangazo hili lina rangi Manjano, Buluu, Nyekundu, Nyeusi, Nyeupe, Rangi ya chungwa. Tazama picha ifuatayo:



(*Daily News* la Jumamosi, tarehe 30, Januari 2017.)

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Pia katika gazeti la An-nuur la Ijumaa, tarehe 22-28, Julai 2016. Tangazo la “Taasisi ya Islamic Propagationn centre” la nafasi za kidato cha tano, nalo lina mchanganyiko wa rangi tofauti kama vile manjano, kijani, nyeusi na nyeupe.

6.2 Picha na Michoro

Picha na michoro ni vipengele muhimu katika matangazo ya biashara. Huhitaji nguvu chache kutoka kwa msomaji ili kuupata ujumbe unaowasilishwa. Hizi picha kwa kawaida huonyesha zawadi au utatuzi uletwao na bidhaa ambayo huvuta nadhari kwa urahisi.

Kwa mfano tangazo la kampuni ya *Masumin Printways & stationars LTD*, katika gazeti la Daily News la Jumamosi, tarehe 30, Januari 2017 (Taz.uk.14). Katika Tangazo kuna matumizi ya picha mbalimbali zinazoonyesha Zawadi ambazo mshiriki atajishindia, zikiwemo picha za madaftari, kalamu, fulana na picha kubwa ya boksi lililofungwa mfungo wa zawadi.

Matumizi ya picha katika matangazo ya biashara kwa umma yamejadiliwa na Ashton (2003: 20) anayesema kwamba kwa kawaida watu huangalia picha kwanza kabla ya kusoma maandishi kwa kuwa picha huaminiwa kuboresha uelewa na ufahamu kwa kasi. Katika magazeti mengi imeonekana kwamba matangazo ambayo hutumia picha huwa hayana maelezo marefu. Mfano mwingine ni katika Gazeti la *The Guardian*, Jumatatu 6, Februari, 2017. Tangazo la biashara ya magari ambalo limewekwa picha zipatazo 5 za magari, maelezo machache tu.

Nao Arens, Weigold, M. Arens, C. (2009: 350) wanaamini kwamba kinachoonyeshwa kwa kutumia picha huwa muhimu kama kile kinachosemwa ikiwa hakitakuwa muhimu zaidi kwa sababu matumizi ya vipengele visivyo vya maneno katika utangazaji wa biashara huchukua nusu ya mawasiliano. Vilevile Wells, W. Burnett, J. na Sandra. M (2000: 295) wanaunga mkono matumizi ya picha katika matangazo ili kuvuta umakini kwa watu na kuwachochea kusoma tangazo zima hivyo huwashawishi kwa kuthibitisha ukweli kuhusu picha waliyoiona.

Kutokana na matumizi ya lugha katika matangazo ya biashara kuwa na athari kubwa. Hivyo basi tumeona ipo haja ya kuendelea mbele kwa kuchunguza matangazo ya biashara kwa kupitia kazi vijenzi (*building Tasks*). Tutachunguza na kuchambua kazi vijenzi kama alivovianisha Gee, (2005) kwa kuhusisha matangazo katika magazeti ambayo yametumika katika utafiti huu. Lugha inadhima nyingi kupitia kazi vijenzi tutajikita katika vipengele vichache ambavyo ni umuhimu wa lugha, vitendo (wito, onyo, taarifa, n.k), utambulisho, na usambazaji wa mahitaji ya jamii.

7.0 Kazi vijenzi kwa mujibu wa Gee (2005)

7.1 Umuhimu wa Lugha

Lugha hutumika ili mawasiliano yawe na umuhimu na thamani. Umuhimu wa mawasiliano unatokana na kuelewana baina ya mzungumzaji na msikilizaji. Lugha ndio hazina ya mawasiliano kwani watu hutumia lugha ili waweze kuwasiliana. Katika lugha ya maandishi kuna picha, alama na michoro mbalimbali ambayo hufanikisha mawasiliano.

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Tukirejelea matangazo ya biashara watangazi hutumia ubunifu wa lugha ilimradi tangazo hilo lieleweke na liweze kuleta athari kwa msomaji. Hebu tuchunguze mifano ifuatayo:

Katika gazeti la Mwananchi. tarehe 3, Machi, 2017.

“Tambua. Hamasika.Songa mbele”

Katika mfano huu tunaona mwandishi ameandika tungo yenye maneno matatu tu, lakini maneno hayo aliyotumia yana ujumbe mzito, ni ya kumtaka msomaji aweze kuitambua vizuri bidhaa inayo tangazwa, pia ashawishike kuitafuta pamoja na kuitumia. Hapa tunaona umuhimu wa lugha.

Mfano mwingine ni katika gazeti la Majira, Jumatano, 14, Disemba, 2016. Katika tangazo la Tamasha la Green Peace Music.

“WITO KWA WASANII WOTE!

Haya sasa, fursa hiyo!!!!

Ewe msanii wa mziki. Kamata nafasi jiandikishe

na Tamasha la Green Peace Music,2017,

upate onyeshwa kazi yako jukwaani live ”

Hapa mwandishi ametumia lugha ya mazungumzo ili kuweza kumvuta msomaji aweze kuelewa kile ambacho kinatangazwa.

Umuhimu tunauona pale ambapo mwandishi hujaribu kila aina ya mbinu (kuchanganya lugha, kutumia misemo maarufu, picha) kuhakikisha lugha anayoitumia inaeleweka vizuri.

7.2 Vitendo

Lugha inaweza kutumika kwa njia tafauti. Ikiwa ni pamoja na kuwaamsha watu, kuwaita na hata kuwachangamsha. Matumizi ya lugha ya mazungumzo katika matangazo ya biashara ni kubainisha matumizi ya lugha katika njia ya mazungumzo ya kawaida pamoja na kitendo cha wito. Mfano katika tangazo la Tamasha la Green Peace Music .

“WITO KWA WASANII WOTE!”

Haya sasa, fursa hiyo!!!!

Ewe msanii wa mziki. Kamata nafasi jiandikishe

na Tamasha la Green Peace Music,2017,

upate onyeshwa kazi yako jukwaani live ”

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

(Majira, Jumatano, 14, Disemba, 2016.)

7.3 Utambulisho

Lugha inaweza kutumika kukutambulisha nafasi, rika, au wadhifa fulani. Hii inatokana na aina ya mazungumzo. Katika matangazo ya biashara lugha inayotumika hutoa utambulisho wa walengwa wa tangazo hilo.

Mfano, tangazo la maadhimisho ya miaka 10 ya kampuni ya *Masumin Printways & stationers LTD*.

Katika maelezo yake "...watoto waliozaliwa 21/12/2006 na wengine waliokuwa na miaka 10..." Lugha hii hapa imetutambulisha kuwa walengwa ni watoto.

Vile vile tangazo la tamasha la muziki la *Green Peace Music*, katika gazeti la Majira, Jumatano, 14, Disemba, 2016.

“WITO KWA WASANII WOTE!

“...Ewe msanii wa mziki. Kamata nafasi jiandikishe

na Tamasha la Green Peace Music,2017,

upate onyeshwa kazi yako jukwaani live ”

Kutokana na maelezo au maudhui ya tangazo hili, linabainisha kwamba walengwa waliokusudiwa hapa ni wasanii wa muziki.hivyo basi lugha imebeba dhima ya kutambulisha.

7.4 Usambazaji wa mahitaji ya jamii

Matangazo mengi yanasaidia katika kupata huduma na bidhaa mbalimbali ambazo ni muhimu katika maisha ya kila siku. Kwa mfano:

Tangazo la huduma ya mtandao wa simu - gazeti la Zanzibar Leo, Jumatau,tarehe 19 Disemba ,2016.

Tangazo la nafasi za masomo - Gazeti la An-nuur, Ijumaa 22-28, Julai 2016

Tangazo la vifaa vya ujenzi - Gazeti la Mwananchi, Ijumaa, 3, Machi 2017

Tangazo la nafasi za udereva - Gazeti la Mwananchi, Ijumaa, 3, Machi 2017

8.0 Hitimisho

Kutokana na uchambuzi huu wa vipengele vya kiisimu na visivyo vya kiisimu pamoja na kazi vijenzi tumeweza kuona thamani ya lugha katika mawasiliano hususan katika matangazo mbalimbali ya bidhaa na huduma. Thamani ya Lugha katika matangazo ya Biashara iko

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

sambamba na matumizi ya vitu vyengine kama vile picha,michor, rangi na Kadhalika. Aidha matumizi ya picha ambayo yanapelekea tafsiri katika lugha hukidhi haja hiyo ya mawasiliano kwani mnunuzi huweza kununua kutokana na uelewa wake juu ya lugha iliyotumika, picha na michoro mingine iliyotumika katika huduma pamoja na rangi katika bidhaa hiyo. Hivyo basi watangazaji wanatakiwa wawe makini na matumizi ya lugha kwani ndio sababu ya kuwavuta wateja au kuwafukuza.

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Marejeo

- Ares, W.N.W (2009). *Contemporary Advertising*. Irwin: McGraw-Hill.
- Ashton, R (2003). *Copywriting in a Week*. London: Hodder Healine Group.
- Brown, FG & Yule, G (1983) *Teaching the Spoken language*. Cambridge.
- Gee, J.P (2005) *An introduction to Disourse Analysis. Theory and Methods*. Routledge 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon OX14 4RN.
- Gitau, W (2015) *Sajili ya Matngazo ua Biashara: Mtazamo wa Kipragmatiki*. Tasnifu ya Uzamili, Chuo Kikuu cha Nairobi.
- Hillary.J (1997) *Critical Discourse Analysis as a Research Tool*. Journal: Discorse; Studies intheultural Politics of Education.. Vol.18: No.3
- Leech, G. N (1972). *English in Advertising*. London: Longman.
- Mwansoko, H.J.M (1991). *Mitindo ya Kiswahili Sanifu*. Dar Es Salaam University Press, uk(78).
- Regina, W (2015). *Sajili ya Matangazo ya Biashara: Mtazamo wa Kipramatiki*. Chuo Kikuu cha Nairobi. Kenya
- TUKI, (2002). *English- Kiswahili Dictionary*. Dar-es-salaam, TUKI.
- TUKI, (2000). *Kamusi ya Kiswahili Sanifu*. Dar-es-salaam, TUKI.
- Wells, & N.W. (2000). *Advertising: Principles and Practice*. New Jersey: Prentice –
- Wertsch, J. (1990). *The voice of rationality in a sociocultural approach to mind*. In L. Moll (Ed.), *Vygotsky and education: Instructional implications and applications of sociocultural psychology* (pp. 111-126). New York: Cambridge University Press Hall.
- Samsung. (Mei 10, 2017). *Now Availabe Samsung Galaxy S8 / S8+* [Tangazo katika gazeti la Nipashe]. Mei 10.
- Ecobank. (Mei 10, 2017). *Ecobank iko imara Na Ina mizizi ndani ya Bara la Afrika* [Tangazo katika gazeti la Mwananchi]. Mei 10.
- The Citizen. (2016 Disemba 03). *Can your paper come to you?* [Tangazo katika gazeti la The Citizen]. Disemba 03.
- The Green Peace Festival. (Disemba 14, 2017). *Tamasha la Green Peace Music*. [Tangazo katika Gazeti la Majira]. Disemba 14

Usasabaadaye Katika Riwaya ya Walenisi

Islamic Propagation Centre. (Julai 22-28, 2017). *Nafasi za Kidato cha Tano kwa Mwaka wa Masomo 2016/2017*. [Tangazo katika gazeti la An-nuur]. Julai 22-28.

Magazeti

Daily news, 30, Januari, 2017

The Guardian, 6, Februari, 2017

Majira, 14, Desemba, 2016

Zanzibar Leo, 19, Desemba, 2016