



# Matumizi ya Lugha katika Mandhari-Lugha ya Mji wa Njombe: Uchanganuzi wa Maandishi Katika Mabango ya Pikipiki

Leopard Jacob Mwalongo

*The Open University of Tanzania*

## Uwasilishaji wa Makala

Kupokelewa: 2024-12-28

Kurekebishwa: 2025-04-08

Kukubaliwa: 2025-04-10

Kuchapishwa: 2025-04-12

## Maneno Muhimu

Dhima

Maana

Mandhari-lugha

Semiotiki ya kijamii

## Jinsi ya Kurejelea Makala:

Mwalongo, L. J. (2025). Matumizi ya Lugha katika Mandhari-Lugha ya Mji wa Njombe: Uchanganuzi wa Maandishi Katika Mabango ya Pikipiki. *Journal of Kiswahili and Other African Languages*, 3(1), 21-28.

## Ikisiri

Makala haya yamechunguza matumizi ya lugha katika mandhari-lugha ya mji wa Njombe, kwa kujikita katika maandishi yanayopatikana kwenye mabango ya pikipiki mjini humo. Lengo la utafiti lilikuwa ni kubainisha lugha inayotumika katika mabango ya pikipiki mjini Njombe. Aidha, utafiti ulilenga kuchanganua matumizi ya lugha katika muktadha wa jamii husika. Makala yaliongozwa na Nadharia ya Semiotiki ya Kijamii kama ilivyofafanuliwa na Michael Halliday (1978). Nadharia hii husisitiza kwamba lugha inaweza kuchunguzwa kikamilifu katika vipengele vya maana na dhima kwa kuihusisha na muktadha wa matumizi katika jamii husika. Data zilikusanywa kwa njia ya ushuhudiaji, upigaji picha na mahojiano huru. Data zilizokusanywa ziliwasilishwa kwa njia ya kimatelezo na takwimu. Matokeo ya utafiti yalibainisha kuwa 83.5% ya maandishi kwenye mabango ya pikipiki yalitumia lugha ya Kiswahili. Asilimia 16.5 ya maandishi iliyobaki ilijikita katika vikundi vitatu vya matumizi ya lugha, kila kikundi kikichukua 5.5%. Vikundi hivyo ni pamoja na maandishi yaliyochanganya Kiswahili na lugha ya kiasili, yale yaliyokuwa ya lugha ya kiasili pekee na yale ya lugha ya kigeni pekee. Aidha, ilibainika kuwa maandishi kwenye mabango ya pikipiki yalitumika kutekeza dhima mbalimbali kama vile kuhimiza umuhimu wa bidii na kazi, uadilifu, na uvumilivu. Isitoshe, baadhi ya maandishi yalitumika kujitambulisha na kujinasibisha, kuonyesha imani ya dini katika maisha ya binadamu pamoja na kubainisha uhuru alionao mtu katika kufanya maamuzi. Uelewa wa dhima hizi ulitokana na uelewa wa maana ya maandishi kwenye mabango hayo uliojikita katika muktadha wa jamii husika.

Copyright © 2025



## Utangulizi

Tafiti zinazohusu mandhari-lugha zimeibuka kwa wingi katika miaka ya 2000. Gorter (2006) na Gorter na Cenoz (2007) wanaeleza kuwa tafiti nyingi zinazohusiana na mandhari-lugha zimekuwepo tangu miaka ya 1997 kutokana na maendeleo ya stadi za isimu jamii na isimu tumizi. Mandhari-lugha ni taaluma inayoshughulikia lugha zinazotumika katika maeneo ya umma. Wakitoa fasili ya dhana hii, Landry na Bourhis (1997) wanaeleza kuwa mandhari-lugha ya maeneo fulani hurejekea lugha zinazotumika katika maeneo ya umma kama vile ishara za barabarani, matangazo ya biashara, mabango, majina ya mitaa, majina ya mahali, ishara katika maduka ya biashara, na ishara katika



majengo ya serikali. Kama anavyoeleza Kawonga (2019), fasili hii imekubaliwa na wataalamu mbalimbali wakiwemo Gorter (2006; 2013); Backhaus (2007); Shohamy na Gorter (2009); na Blommaert (2013). Hata hivyo, fasili zao zina tofauti ndogo ndogo za msisitizo na mielekeo ya kinadharia. Kuhusu udhaifu wa tafiti juu ya mada ya utafiti Landry na Bourhis (1997), Gorter na Cenoz (2007) wanadai kuwa ishara na maandishi kwenye magari hazijahusishwa, licha ya kuwa maandishi haya ni sehemu ya mandhari-lugha ya eneo fulani. Ni kutokana na udhaifu kama huu ambapo wataalamu mbalimbali wamejaribu kuibuka na fasili jumishi ya maandishi katika maeneo ya umma. Kwa mfano, Gorter (2006) anaeleza mandhari-lugha kama matini yoyote yanayoonekana hadharani kwa lengo maalum, ambapo kila mtu anaweza kuiona bila kizuizi. Maandishi kwenye vyombo vya usafiri ni sehemu ya mandhari-lugha ya eneo fulani. Makala haya yamezingatia matumizi ya lugha katika vyombo vya usafiri, hususan maandishi, kwenye mabango ya pikipiki mjini Njombe.

Utafiti wa Spolsky na Cooper (1991) ulikuwa na mchango mkubwa katika maendeleo ya taaluma ya Mandhari-lugha (Gorter na Cenoz, 2007). Katika kazi yao, Spolsky na Cooper (1991) walibainisha vipengele vitatu vya kuifafanua lugha. Kipengele cha kwanza kinazingatia dhima na matumizi ya ishara mbalimbali, huku kipengele cha pili kikizingatia vifaa vilivyotumika kuunda ishara hizo (k.m. chuma, mbao). Kipengele cha tatu kinajikita katika kubainisha ni lugha gani zinazotumika katika maeneo ya umma. (iwe ni lugha moja, uwililugha au ni wingilugha). Maelezo haya ya Spolsky na Cooper (1991) yalikuwa na umuhimu katika utafiti huu kwa sababu yaliweka msingi wa kuangalia mandhari-lugha katika mji wa Njombe kwa kuzingatia ni lugha zipi zinazotumika katika maandishi ya mabango ya pikipiki pamoja na dhima ya maandishi hayo.

Suala la mandhari-lugha limeshughulikiwa na wataalamu mbalimbali kama vile Gorter (2006, 2013), Backhaus (2007); Gorter na Cenoz (2007); Shohamy na Gorter (2009); Blommaert (2013); Peterson (2014, 2017) na Kawonga (2019). Utafiti wa Peterson (2014, 2017) na ule wa Kawonga (2019) ulikuwa na umuhimu sana katika makala haya kwa kuwa ulijikita katika nchi ya Tanzania katika majiji ya Dar es Salaam na Mbeya mtawalia. Kwa mfano, Peterson (2014) aliangalia matumizi na dhima za lugha katika mandhari-lugha ya jiji la Dar es Salaam. Utafiti wake ulionyesha kuwa Dar es Salaam ni jiji lenye matumizi ya wingilugha. Lugha zilizotumika ni pamoja na Kiingereza, Kiswahili, lugha za kiasili, Kiarabu, Kichina na Kikorea. Lugha ya Kiingereza ndiyo iliyoongoza kimatumizi ikifuatiwa na Kiswahili, huku lugha zingine zikitumiwa kwa kiasi kidogo sana. Lugha zilizotumika zilikuwa na majukumu mbalimbali yakiwemo kukaribisha na kushawishi wateja wanunue bidhaa, kutambulisha bidhaa, jamii mbalimbali na Imani za kidini. Aidha, Peterson (2017) alilinganisha dhima za Kiswahili na Kiingereza katika mandhari-lugha ya jiji la Dar es Salaam kwa kujikita katika uwanja wa biashara. Matokeo ya utafiti wake yalibainisha kuwa baadhi ya dhima zilishabihiana katika lugha zote mbili, huku baadhi ya dhima zikijikita katika Kiingereza au Kiswahili pekee. Lugha ya Kiingereza pia iliongoza kimatumizi. Alieleza kuwa matumizi mengi ya Kiingereza yalitokana na maendeleo ya kisayansi na kiteknolojia na dhima yake ilikuwa ya kiishara kuliko kimawasiliano. Hata hivyo, utafiti ulidhihirisha kuwa Kiswahili ndiyo lugha ya kimawasiliano kwa kuwa inaweza kuwafikia watu wengi zaidi katika mji wa Dar es Salaam. Utafiti wa Peterson (2014; 2017) unatofautiana na utafiti huu kwa vile ulijikita katika uwanja wa biashara katika jiji kuu la Dar es Salaam, huku utafiti huu ukijikita katika sekta ya usafiri katika mji wa Njombe. Aidha, utafiti huu umejikita katika maeneo ya vijijini katika mji wa Njombe huku utafiti wa Peterson ukifanyika katika Jiji kuu la Dar es Salaam, nchini Tanzania.

Utafiti wa Kawonga (2019) uliangazia nafasi ya Kiswahili katika mandhari-lugha ya jiji la Mbeya, Tanzania. Utafiti wake ulijikita katika mabango ya matangazo ya makampuni ya mawasiliano ya



simu. Matokeo yalionyesha kuwa lugha ya Kiswahili ilichukua nafasi ya kwanza katika mandhari-lugha ya jiji la Mbeya, kwa kuzingatia mpangilio na idadi ya maneno, pamoja na ukubwa wa maandishi. Utafiti wa Kawonga (2019) na ule wa Peterson (2014, 2017) umedhihirisha kuwa nafasi ya lugha fulani hutofautiana kutegemea mandhari-lugha yanayotafitiwa na uwanja unaozingatiwa. Kwa mfano, utafiti wa Peterson ulidhihirisha kuwa Kiingereza kilitawala jijini Dar es Salaam kwenye uwanja wa biashara, huku utafiti wa Kawonga ukidhihirisha kuwa Kiswahili kilitawala jijini Mbeya katika mabango ya mawasiliano ya simu. Hivyo, kuna umuhimu wa kufanya utafiti katika maandishi kwenye mabango ya pikipiki mjini Njombe ili kubainisha matumizi ya lugha katika eneo hili.

### **Misingi ya Kinadharia**

Makala haya yaliongozwa na Nadharia ya Semiotiki ya Kijamii kama ilivyofafanuliwa na Michael Halliday katika kitabu chake, *Language and Social Semiotics* (1978). Halliday anaeleza kuwa lugha na jamii ni dhana zinazolingiliana na zinapaswa kuchunguzwa kwa pamoja. Kwa hivyo, lugha haiwezi kutenganishwa na jamii. Kwake, tunapoichunguza lugha ni lazima tuitazame katika muktadha wa kijamii. Aidha, nadharia hii husisitiza kwamba lugha inaweza kuchunguzwa kikamilifu katika vipengele vya maana na dhima kwa kuihusisha na muktadha wa matumizi katika jamii husika. Katika kujadili kipengele cha maana, Halliday anaeleza kuwa uundaji wa maana wa ishara zozote zile ni tendo la kijamii. Anafafanua zaidi kuwa ishara zinazotumiwa na binadamu katika mawasiliano zina maana, na uundaji wa maana hizo huwa umeathiriwa na jamii husika, utamaduni wao na historia yao. Nadharia hii ilikuwa na manufaa katika makala haya katika kubainisha maana zinazojitokeza katika maandishi kwenye mabango ya pikipiki ili kuweza kuelewa dhima zinazotokana na maandishi hayo katika muktadha wa jamii pana ya Watanzania.

Katika kujadili kipengele cha dhima, Halliday (1978) anaeleza kuwa mtu binafsi huwa sehemu ya jamii fulani kupitia lugha. Kwake, jamii inahusu mahusiano, na mahusiano hayo huonesha malengo au dhima ya jamii husika. Katika uchambuzi wa lugha, Nadharia ya Semiotiki ya Kijamii inasisitiza kuwepo kwa muumano kati ya matini (lugha), muktadha na muundo wa kijamii. Halliday anaitazama lugha kama mfumo wa kipekee wa ishara ulio na dhima maalum, na ambao unaweza kutumiwa kueleza maana mbalimbali za ishara. Kwa hivyo, lugha hutekeleza dhima fulani katika muktadha wa jamii husika. Nadharia hii ilitumika kubainisha dhima mbalimbali zilizojitokeza katika maandishi kwenye mabango ya pikipiki za mji wa Njombe.

### **Mbinu za Utafiti**

Makala haya yalijikita katika mkabala wa utafiti Kitaamuli. Katika mkabala wa Kitaamuli, lengo kuu huwa ni kupata uelewa wa kina na tajiriba ya data badala ya kufanya majumuisho kwa takwimu (Creswell & Poth, 2018). Makala haya yanatokana na data za msingi zilizokusanywa kutoka katika mabango ya pikipiki arobaini (40) katika mji wa Njombe. Vituo hivyo ni pamoja na, Mjimwema, Chauginge, Kambalage, Stendi Mpya, Lutilage na Stendi ya Zamani. Mbinu zilizotumika kukusanya data ni uchunguzi, upigaji picha na usaili. Mbinu ya utazamaji ilitumiwa na mtafiti ili kubaini pikipiki zenye mabango yaliyo na maandishi mbalimbali. Mtafiti alipiga picha maandishi kwenye mabango ya pikipiki na hatimaye kuyanakili kwenye daftari. Maandishi hayo yalipangwa kwa mujibu wa lugha iliyotumika pamoja dhima zilizojitokeza. Vilevile, mtafiti aliwahoji wamiliki na waendeshaji wa pikipiki ishirini na nane (28) waliokuwa na maandishi kwenye pikipiki zao. Lengo lilikuwa ni kujua maana zilizowasilishwa na maandishi hayo. Ujuzi wa maana ya maandishi hayo ulimwezesha mtafiti kubaini dhima zinazolengwa na maandishi hayo. Wamiliki wa pikipiki waliohojiwa walipatikana asubuhi walipokuja kwa standi kufanya biashara. Usampulishaji nasibu ulitumiwa kuteua mabango arobaini (40) yenye maandishi mbalimbali. Maandishi yaliyoandikwa kwenye



pikipiki moja yalichukuliwa kama bango moja katika utafiti. Aidha, mtafiti alitumia utafiti maktabani ili kupata habari zaidi zinazohusiana na mada na malengo ya utafiti. Uchambuzi wa maandishi hayo ulifanyika kwa mujibu wa Nadharia ya Semiotiki ya Kijamii. Matokeo ya utafiti yaliwasilishwa kwa njia za maelezo na kitakwimu.

### **Matumizi ya lugha katika Mandhari-lugha ya Mji wa Njombe**

Utafiti huu uliofanyika Mjini Njombe ili kuchanganua maandishi katika mabango ya pikipiki mjini humo. Mji wa Njombe ni mojawapo ya wilaya katika Mkoa wa Njombe unaopatika katika Nyanda za Juu-Kusini nchi ya Tanzania. Maeneo haya yana takribani lugha sita za kiasili (Kiswahili, Kimavemba, Kilupembe, Kipangwa, Kikinga na Kimaswamu) na lugha tatu za kigeni (Kiingereza, Kiarabu na Kichina) zinazozungumzwa (Nyagava, 1988). Hata hivyo, utafiti huu ulibainisha kuwa maandishi katika mabango ya pikipiki yalijikita zaidi katika lugha ya Kiswahili, ikiwa ni asilimia themanini na tatu nukta tano (83.5%) ya maandishi yote yaliyokusanywa. Maandishi yaliyotumia lugha ya Kiswahili pamoja na lugha nyingine za kiasili yalikuwa asilimia tano nukta tano (5.5%). Aidha, maandishi ya Lugha nyingine za kiasili pekee (isipokuwa Kiswahili) yalikuwa asilimia tano nukta tano (5.5%) huku maandishi yenye lugha za kigeni pekee yakichukua asilimia tano nukta tano (5.5%). Matumizi ya lugha yenye maandishi mchanganyiko (Kiswahili na lugha za kiasili), yale yenye lugha za kiasili pekee na yale yenye lugha za kigeni yalikuwa ya kiwango kidogo sana yakilingamishwa na matumizi ya Kiswahili pekee. Matumizi mengi ya Kiswahili katika mabango ya pikipiki katika mji wa Njombe yaliambatana na ukweli kuwa Kiswahili ndiyo lugha ya mawasiliano ya kila siku nchini Tanzania (Peterson 2017). Aidha, Mekacha (2011) anaeleza kuwa Watanzania wanaoifahamu lugha ya Kiswahili ni zaidi ya asilimia tisini (90%). Inavyobainika ni kuwa katika biashara iliyojikita katika sekta ya usafiri, hususan, mabango ya pikipiki, wamiliki na waendeshaji wa pikipiki wanalenga kufanikisha mawasiliano kati yao na wateja wao kwa kutumia lugha ya Kiswahili ambayo inaeleweka kwa watu wengi. Hivyo mabango haya yana dhima ya kibiashara na kueneza ujumbe fulani kwa jamii ya watumiaji wa lugha.

### **Dhima ya Maandishi katika Mabango ya Pikipiki Mjini Njombe**

Lugha ni chombo cha mawasiliano katika jamii. Matumizi ya lugha hurejea maana zinazowasilishwa na lugha katika mchakato wa mawasiliano (Backhaus, 2007). Kama wanavyosema Cenoz na Gorter (2008), lugha ya maandishi hutumika kuwasiliana kupitia ishara mbalimbali katika maeneo ya umma. Wanaeleza kuwa baadhi ya ishara hizi huarifu tu kuhusu mahali bidhaa fulani inakopatikana huku ishara nyingine hasa za matangazo ya kibiashara zikitoa ujumbe wa kuwashawisha wateja wanunue bidhaa fulani. Ni bayana basi kuwa maandishi katika maeneo ya umma huwa na maana inayowasilishwa na maana hizo hulenga kutekeleza dhima tofauti. Ni kutokana na ukweli huu ambapo sehemu hii imejadili dhima tofauti zinazojitokeza katika maandishi kwenye mabango ya pikipiki mjini Njombe. Dhima zilizoshughulikiwa ni pamoja na zile za kuhimiza umuhimu wa bidii na kazi, uadilifu, uvumilivu, dhima ya kujitambulisha na kujinasibisha, imani ya kidini na uhuru alionao binadamu wa kufanya maamuzi.

### **Bidii na Kazi**

Kazi ni sehemu muhimu za shughuli za jamii fulani. Kamusi ya TUKI (2019) inaeleza kazi kama shughuli anayoifanya mtu. Kazi hiyo inaweza kutumia nguvu za akili au/na nguvu za mwili ili kufikia lengo fulani. Aghalabu, lengo hilo huwa ni kuleta faida ya kiuchumi itakayomwezesha mtu kujikimu kimaisha. Jamii nyingi huthamini bidii katika kazi ili binadamu aweze kujinufaisha kiuchumi. Ni bayana kuwa wamiliki na waendeshaji wa pikipiki waliotafitiwa katika Mji wa Njombe walifanya kazi hii ya usafiri kwa lengo la kijinufaisha kiuchumi. Hivyo, wanahimiza umuhimu wa



kuwa na bidii kazini siyo tu katika sekta hii ya usafiri bali pia katika shughuli zote anazojihusisha nazo binadamu ili kujikimu. Haya yanadhihirika kupitia maandishi kama vile *Kazi iendelee, Supu ya mawe, Mzee wa mpunga na Vipi? Bado buku hesabu itimie* kwenye mabango ya pikipiki mjini Njombe yanadhibitisha hayo:

Alipoulizwa ni kwa nini aliandika maneno *kazi iendelee* kwenye bango la pikipiki yake, dereva wa pikipiki alisema hivi: “Niliandika *kazi iendelee kuwaarifu wateja wangu kwamba mradi mimi nipo hai lazima kazi hii yangu (ya pikipiki) iendelee.*” Maneno haya yanalenga kuwahimiza wanajamii kufanya kazi mradi wako hai ili waweze kujikimu kimaisha.

Bango lingine linalohimiza bidii ya kazi lilikuwa na maneno *Supu ya mawe*. Mwendeshaji wa pikipiki alisema kuwa alitumia neno *mawe* kijazanda kuonesha kuwa kazi ya kuendesha pikipiki ni ngumu. Aidha, neno *supu* limetumika kijazanda kuonesha mafanikio. Kwa hivyo, ili mtu aweze kupata mafanikio ni lazima ajikaze na atie bidii katika kazi yake. Kadhalika maneno *Mzee wa mpunga* kwenye bango la pikipiki nyingine yalitumika kuonesha umuhimu wa kutia bidii katika kazi. Ingawa neno ‘mpunga’ lina maana ya mmea unaozaa mchele, maana ya neno hili imebadilika kutegemea muktadha wa matumizi yake katika jamii husika. Neno mpunga kama lilivyotumika ni neno la mtaani linalomaanisha fedha. Kwa hiyo, maneno *Mzee wa mpunga* yametumika kurejelea mtu anayetafuta pesa. Hii ina maana kuwa wamiliki na waendesaji wa pikipiki wana bidii ya kutafuta pesa. Upanuzi wa maana ya neno kutegemea muktadha wa matumizi yake katika jamii fulani unaambatana na Nadharia ya Semiotiki iliyotumika katika makala haya. Na kama ilivyo katika Nadharia ya Semiotiki maneno ambayo ni sehemu ya lugha hutumika kutimiza dhima fulani katika jamii husika. Dhima ya meneno haya ni kuhimiza wanajamii kuwa na bidii ya kazi.

Maneno *Vipi? Bado buku hesabu itimie* pia yana dhima ya kuhimiza bidii ya kazi. Neno buku ni jina la kimtaa lenye maana ya shilingi elfu moja. Kwa mujibu wa mahojiano na mwendeshaji wa pikipiki, baadhi ya waendesaji pikipiki siyo wamiliki wa pikipiki hizo. Kwa hivyo, huwa wanapeleka hesabu za fedha kwa wamiliki wa pikipiki hizo. Maneno *Vipi? Bado buku hesabu itimie* yana maana kuwa bado kuna kiasi cha shilingi elfu moja kilichosalia kabla hesabu ya pesa zinazohitajika na mmiliki wa pikipiki zitimie. Hii inawapelekea kuthamini hata kiasi kidogo cha pesa ili fedha zinazohitajika zitimie. Ni muhimu basi kufanya kazi kwa bidii kwani hesabu haiwezi kukamilika bila kuwa na shilingi elfu moja.

### Umuhimu wa Uadilifu

Uadilifu katika jamii huleta mshikamano wa jamii husika. Kwa mujibu wa TUKI (2019) Uadilifu ni neno linalotumiwa kuelezea mwenendo mwema. Vitendo vya uadilifu hubainishwa kupitia mambo tofauti kama vile heshima, utu, uaminifu, haki na kadhalika. Maandishi katika mabango ya pikipiki mjini Njombe yalidhihirisha umuhimu wa kuwa na uadilifu siyo tu katika sekta ya usafiri bali pia katika jamii kwa jumla. Kwa mfano, kulikuwa na mabango yenye maandishi kama vile *wema ni akiba, ubinadamu kazi na penye chuki si bure wema ulitangulia*. Maandishi haya yanaonesha wazi kwamba wamiliki na waendesaji wa pikipiki wanathamini vitendo vya uadilifu kama vile wema na ubinadamu. Katika maneno *wema ni akiba*, jamii inahimizwa kutenda mema kwa kuwa mema aliyotenda kwa mtu huenda yakamfaa kwa wakati fulani katika maisha yake. Maandishi haya yanaambatana na ukweli wa methali maarufu kuwa akiba haozi. Kwa mfano, ikiwa mwendeshaji wa pikipiki atamsaidia mwenzake aliyeharibikiwa na pikipiki yake, huenda naye akipata changamoto kutakuwa na mtu wa kumsaidia. Aidha, maandishi *ubinadamu kazi* yametumiwa kuihimiza jamii kuwa na utu wanapozifanya kazi zao.



### Unyenyekevu katika Jamii

Unyenyekevu ni jambo lingine linalohimizwa kwenye mabango ya pikipiki. Haya yanadhihirika kupitia bango lenye maandishi *Bosi hanuniwi*. Katika mahojiano yetu, mwendeshaji wa pikipiki yenye bango hili alipoulizwa kwa nini aliyatumia maneno haya alisema hivi: “*Mwenye chombo anachohitaji ni hesabu zake tu. Hakuna mambo mengine. Hata kama amekosea wewe utamfanya nini? Utamchekea tu na hesabu zake utapeleka tu!*” Neno *chombo* katika muktadha huu limetumika kurejelea pikipiki. Kama ilivyoenezewa katika Nadharia ya Semiotiki, maana ya neno fulani hueleweka katika muktadha wa matumizi yake katika jamii husika. Mwendeshaji wa pikipiki aliyeajiriwa hana budi kunyenyekea kwa mwajiri wake ili kudumisha uhusiano mwema kati yao, pamoja na kuidumisha kazi yake. Kwa jumla mwajiriwa yeyote anafaa kunyenyekea na kutekeleza maelekezo ya mkubwa wake bila kuhoji ni kwa nini amesema au amefanya alichokifanya. Sambamba na hilo, hatakiwi kuzozana na mwajiri wake hata kama mwajiri huyo ndiye mwenye makosa. Ukweli huu unadhihirika pia katika maandishi; *sema amina* kwenye mojawapo ya mabango. Neno *amina* ni kiitikio cha dua au sala chenye maana ya *na iwe hivyo* (TUKI, 2019). Maneno haya yametumiwa kijazanda kuleta maana ya kukubali jambo ili kumaliza au kuzuia mzozo. Maandishi haya basi yanahimiza unyenyekevu kama njia ya kuzuia migogoro katika jamii. Ingawa ni kweli kuwa unyenyekevu ni kiungo muhimu katika uhusiano wowote, msimamo wa mtafiti ni kuwa unyenyekevu haupaswi kuzingatiwa na upande mmoja katika mahusiano yoyote (yakiwamo mahusiano ya mwajiri na mwajiriwa). Mwajiri pia anatakiwa kuwa mnyenyekevu kwa kukubali kukosolewa anapokosea.

### Umuhimu wa Kustahimili Changamoto za Maisha

Maisha huandamana na changamoto mbalimbali, kama vile za kikazi, kiuchumi, kisiasa au kijamii. Wamiliki na waendeshaji wa pikipiki hupatwa na changamoto mbalimbali katika kazi zao, na aghalabu hulazimika kuvumilia. Maandishi yanayohimiza uvumilivu yaliyojitokeza katika mabango ya pikipiki mjini Njombe ni kama vile *Ubinadamu kazi, mwanzo mgumu na supu ya mawe*. Mwendeshaji mmoja wa pikipiki aliyeulizwa kwa nini aliandika *ubinadamu kazi* kwenye pikipiki yake alisema:

*Kaka, kazi ya 'bodaboda' ni ngumu sana. Unakutana na watu wanaokusumbua, wanaokulaumu na mwishowe wanakulipa hela kwa shida, tena kidogo kuliko bei ya kawaida, na unavumilia. Huu ndio ubinadamu. Kesho yake mtu huyo huyo anakuhitaji ukamfanyie kazi na huna budi kuifanya. Ndiyo maana niliandika ubinadamu kazi.*

*Bodaboda* ni jina lilalotumika mitaani kurejelea pikipiki. Asili ya neno hili ni neno la Kiingereza 'Border' lililotoholewa na kuwa *boda* lenye maana ya mpaka kati ya nchi moja na nyingine. Matumizi ya neno hili yalitokana na sababu kuwa pikipiki ndizo zilitumiwa zaidi na wafanyabiashara kuvuka kutoka nchi moja hadi nyingine. Kwa mfano, walitumia pikipiki kuvuka kutoka Tanzania hadi Kenya na kinyume chake. Kwa hivyo, pikipiki zilibandikwa jina *bodaboda* kurejelea hali ya kuvusha watu kutoka mpaka mmoja wa nchi hadi mpaka wa nchi nyingine. Uelewa wa jina *bodaboda* unaandamana na mihimili ya Nadharia ya Semiotiki ya Kijamii kuwa maana ya neno hueleweka katika muktadha wa jamii husika. Kwa mujibu wa mahojiano yaliyonukuliwa hapo juu, matumizi ya maneno *Ubinadamu kazi* yaliteuliwa kimaksudi na mwendeshaji wa pikipiki kueleza kuwa kazi yenyewe ina ugumu wake hasa unaotokana na kudhulumwa kwa njia mbalimbali. Hata hivyo, ni lazima mwendeshaji pikipiki awe na uvumilivu ili aweze kuendelea na kazi hii. Maandishi haya yanahimiza binadamu kuvumilia changamoto anazokumbana nazo katika maisha haya.



Umuhimu wa uvumilivu pia ulidhihirika kupitia maneno *Mwanzo mgumu* yaliyoandikwa kwenye pikipiki nne kati ya 40 zilizochunguzwa. Maandishi haya yametumiwa kuonesha kuwa siyo rahisi kuanza kitu au jambo fulani. Hivyo, jamii inahimizwa kujifunza kuwa na uvumilivu katika maisha ya kila siku. Huenda mambo yakawa rahisi na mtu akafanikiwa maishani baadaye.

### **Utambulisho na Ujinasibishaji**

Kila binadamu huwa na mambo anayoyaenzi na kuyaonea fahari. Kwa kawaida hupenda kujitambulisha au kujinasibisha nayo. Mambo hayo yanaweza kuwa ni nchi fulani, mkoa, kijiji, kampuni, ukoo maarufu au kabila fulani na kadhalika. Baadhi ya maandishi katika mabango ya pikipiki yaliyotumika kutekeleza dhima hii ni pamoja na: *Mzungu, Luponde kwetu, Sunlg* na *Nyarusi*.

*Sunlg* ni aina ya pikipiki kutoka Uchina. Mwendeshaji wa pikipiki alitumia neno hili kuitambulisha pikipiki yake kwa maana aliionea fahari, akataka kujinasibisha nayo. Neno *Luponde* nalo ni jina la kijiji kimojawapo katika wilaya ya Njombe, nchini Tanzania. Mwendeshaji wa pikipiki aliyeandika maneno *Luponde kwetu* kwenye bango la pikipiki alisema hivi: “*Luponde ndiko nyumbani. Hivyo, najionea fahari kutoka huko. Napenda kila mtu alifahamu hilo.*” Hivyo, mwendeshaji wa pikipiki hii alitaka kujitambulisha na kujinasibisha na mahali alipotoka, yaani Luponde, kwa maana alijivunia kutoka huko.

Neno *Mzungu* lina maana ya mtu mwenye asili ya Ulaya (TUKI, 2019). Japo asili ya mwendeshaji wa pikipiki yenye maandishi ‘*Mzungu*’ kwenye bango lake hakuwa na asili ya Ulaya, alitaka kujinasibisha na hulka alizoziengi kutoka kwa watu wa Ulaya. Mojawapo ya hulka hizo ni kujali wakati kama alivyoeleza katika maneno yafuatayo: “*Kaka mie nafanya kazi kama Mzungu. Najali muda. Ninaenda na kurudi haraka...Ukitaka kuamini nipe kazi*”. Hivyo, mwendeshaji pikipiki alilenga kujinasibisha tu na hulka za *Mzungu* alizoziengi.

### **Imani za kidini**

Imani za Kidini ni kipengele kimojawapo kilichojitokeza katika utafiti huu. Dini imeonekana ni sehemu muhimu katika maisha ya jamii. Jamii nyingi huamini kuwa kuna nguvu inayozidi uwezo wa binadamu na ambayo huathiri maisha yao kwa njia moja au nyingi. Nguvu hii huhusishwa na imani za kidini kuhusu Mungu. Maandishi yenye jumbe za kidini zilizoko katika mabango ya pikipiki ni kama vile *Mungu hajaribiwi* na *Kila hatua dua*. Maandishi yanayosema *Mungu hajaribiwi* yalitumika kubainisha nguvu alizonazo Mungu, na kuwa maamuzi yake ni halali na hayana ubishi. Dhima ya maandishi haya ni kuhimiza wanajamii kumhofu Mungu na kukubali maamuzi yake juu ya maisha ya binadamu. Katika maandishi *Kila hatua dua*, mwendeshaji wa pikipiki alitumia maneno haya kuonesha udhaifu wake kama binadamu. Hivyo, lazima amwombe na kumtegemea Mungu ili afanikiwe maishani.

### **Uhuru wa Kufanya Maamuzi**

Ingawa jamii inahimizwa kumtegemea Mungu, kila mwanadamu ana hiari ya kuchagua anavyopenda kuishi. Maandishi *Ishi unavyopenda* yanasisitiza ukweli huu. Hata hivyo, maandishi haya yametumika kutahadharisha watu kuwa kwa kila maamuzi wanayoyafanya kuna athari zake, ziwe nzuri au mbaya. Aidha, maandishi haya yanahimiza wanajamii kutojilinganisha na wenzao. Kila mtu anafaa kuishi anavyopenda.

### **Hitimisho**

Makala haya yamejadili matumizi ya lugha katika mandhari-lugha ya mji wa Njombe kwa kujikita katika maandishi ya kwenye mabango ya pikipiki mjini humo. Imebainika kuwa Kiswahili



kimetawala kimatumizi kwa kuwa ndiyo lugha inayotumiwa kwa wingi katika mawasiliano ya kila siku. Lugha kwenye mabango hayo imetumika kutekeleza dhima tofauti kama vile kuhimiza umuhimu wa bidii na kazi, uadilifu na uvumilivu. Aidha, maandishi mengine yametumiwa kwa lengo la kujitambulisha au kujinasibisha na watu au mahali fulani, kuonesha imani za kidini pamoja na kuonesha uhuru alionao binadamu katika kufanya maamuzi. Makala haya yatakuwa sehemu ya dafina muhimu katika taaluma ya mandhari-lugha. Tafiti nyingine zinaweza kufanyika katika maeneo mengine yenye uwililugha au wingilugha.

### **Marejeleo**

- Backhaus, P. (2007). *Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*. Multilingual Matters.
- Blommaert, J. (2013). *Ethnography, Superdiversity, and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*. Multilingual Matters.
- Cenoz, J., & Gorter, D. (2008). *Language Economy and Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. Taylor and Francis Group.
- Creswell, J. I., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches, 4<sup>th</sup> Edition*. SAGE Publications.
- Gorter, D., & Cenoz, J. (2007) Knowledge about Language and Linguistic Landscape. In N. H. Hornberger (Chief Ed.) *Encyclopedia of Language and Education, 2<sup>nd</sup> revised edition pp 1-13*. Springer Science
- Gorter, D. (2006). *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*. Multilingual Matters.
- Gorter, D. (2013). Linguistic Landscape in a Multilingual World. In: *Annual Review of Applied Linguistics*. Multilingual Matters.
- Halliday, M. A. K. (1978). *Language and Social Semiotic. The Social Interpretation of Language and Meaning*. University Park Press.
- Kawonga, G. A. (2019). *Nafasi ya Kiswahili katika Mandhari Lugha: Uchambuzi Kifani wa Mabango ya Matangazo ya Makampuni ya Mawasiliano ya Simu*. Tasnifu ya Uzamili, Chuo Kikuu cha Dar es Salaam.
- Landry, R., & Bourhis, R. (1997). Linguistic Landscapes and Ethnolinguistic Vitality. An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23-49.
- Nyagava, S.I. (1988). *A history of Bena to 1908*, Unpublished PhD, University of Dar es Salaam. Dar es Salaam.
- Peterson, R. K. (2014). *Matumizi na Dhima ya Lugha katika Mandhari-lugha ya Jiji la Dar es Salaam*. Tasnifu ya Uzamifu, Chuo Kikuu cha Dar es Salaam.
- Peterson, R. K. (2017). Matumizi na Dhima ya Lugha katika Mandhari-lugha ya Jiji la Dar es Salaam: Ulinganisho wa Dhima za Kiswahili na Kiingereza. *JULACE: Journal of University of Namibia Language Centre*, 2(1), 134-155.
- Shohamy, E., & Gorter, D. (2009). *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. Routledge.
- Spolsky, B., & Cooper, R. (1991). *The Languages of Jerusalem*. Clarendon Press.
- TUKI. (2019). *Kamusi ya Kiswahili Sanifu*. Oxford University Press.