

Matumizi ya lugha katika mandhari-lugha ya jiji la Dar es Salaam: Ulinganishi wa dhima za Kiswahili na Kiingereza

*Rhoda Peterson Kidami,
University of Dar es Salaam, Tanzania*

Abstract

Numerous studies have been undertaken on the uses of language in the linguistic-landscape of various cities in the world, for instance in Bangkok, Tokyo, Vilnius, Amsterdam, and Gaborone. Those studies revealed that the number of multilingual communities is increasing in the linguistic-landscape, with English use increasing more and more. The question is, what is the language use situation in the linguistic-landscape of Dar es Salaam city? The aim of this paper is to answer that question as well as comparing the functions of Kiswahili and English languages in the linguistic-landscape of Dar es Salaam city. Data were gathered through photographing, interview and observation. The findings of this study revealed the use of seven languages in the area of study. Furthermore, some language functions are similar to both languages (Kiswahili and English) while others are specifically to either Kiswahili or English.

Keywords: linguistic-landscape, language use, language functions, Kiswahili, English

Utangulizi

Lengo la makala hii ni kuchunguza lugha zinazotumiwa katika mandhari-lugha ya jiji la Dar es Salaam kisha kulinganisha dhima za lugha ya Kiswahili na za Kiingereza katika eneo hilo. Makala hii ina sehemu kuu nne. Sehemu ya kwanza ni utangulizi ambao umeundwa na vipengele vidogovidogo kama vile muundo wa makala, maana ya mandhari-lugha, mbinu zilizotumiwa kukusanya data nadharia iliyotumiwa kuchambua data, pamoja na. Sehemu ya pili inahusu lugha zilizodhihirika kutumiwa katika mandhari-lugha ya jiji la Dar es Salaam kisha ulinganishaji wa dhima za lugha ya Kiswahili na za Kiingereza. Nayo sehemu ya tatu ni hitimisho.

Maana ya mandhari-lugha

Mandhari-lugha⁴ ni maandishi yaliyoko katika sehemu za wazi au hadharani. Maandishi hayo yanaweza kuonwa na kila mtu, kwa mfano, nje au ndani ya maduka, migahawa, baa, benki, ofisi mbalimbali za serikali na zile za binafsi, na kadhalika. Maandishi yaliyopo pembezoni mwa barabara na kwenye viwanja vya michezo ni sehemu mojawapo pia ya mandhari-lugha (Ben-Rafael na wenzake 2006; Muth 2008). Tafiti chache zinazohusu mandhari-lugha zilifanywa kwenye miaka ya 1970, kwa mfano Masai (1972),⁵ Rosenbaum na wenzake (1977),⁶ na Tulp (1978),⁷ kama walivyorejelewa na Backhaus (2007). Pamoja na tafiti hizo, watafiti wengine walichunguza eneo la mandhari-lugha katika miaka ya 1990. Kufanyika kwa tafiti hizo, pamoja na sababu zingine, kulihamasishwa na uhamiaji wa watu katika miji mbalimbali ambako kulisababisha kutumika kwa lugha zaidi ya moja katika maeneo hayo, kuwapo kwa matangazo mengi ya kibiashara hasa mijini, na uvumbuzi wa kamera za kidijiti ambazo zinarahisisha ukusanyaji wa maandishi mengi kwa muda mfupi (Cenoz na Gorter, 2008; Edelman, 2010). Mifano ya watafiti waliochunguza maeneo ya mandhari-lugha ni pamoja na Huebner (2006), Ben-Rafael na wenzake (2006), Backhaus (2007), Muth (2008), Edelman (2010), Kotze (2010), na Rosendal (2010). Tafiti zao zinadhihirisha kuwa kiwango cha jamiilugha ulumbi kinazidi kuongezeka katika mandhari-lugha ya miji waliyoitafiti huku matumizi ya Kiingereza yakizidi kuongezeka.

Tafiti hizo zilizotajwa zimefanywa kama uchunguzi kifani, hivyo ni vigumu kujumuisha matokeo ya tafiti hizo katika maeneo mengine ulimwenguni ambayo hayajatafitiwa. Hali hii inatokana na kwamba mandhari-lugha huhusisha sehemu zenye wanajamii, kama vile madukani, maegeshoni, ofisini, mitaani, pembezoni mwa barabara, relini, kwenye viwanja vya michezo, n.k. Kwa hiyo mandhari-lugha ni nembo ya jamii (Ben-Rafael na wenzake, 2006). Aidha, nembo ya jamii fulani haiwezi kutumiwa kuwakilisha jamii nyingine kwa sababu jamii zinatofautiana kimazingira, kisiasa, kiuchumi, kimila na kidesturi. Hivyo basi, tafiti mbalimbali bado zinahitajika katika mandhari-lugha ya maeneo mengine ambayo hayajatafitiwa, kwa mfano Dar es Salaam, ili kukuza ufahamu wa jinsi eneo la mandhari-lugha linavyoweza kutumiwa kuchunguza vipengele

4 Istilahi hii ni tafsiri ya Kiingereza linguistic-landscape.

5 Masai alichunguza matumizi ya lugha kwenye maduka yaliyopo eneo la Shijuku Tokyo, hususan maandishi yanayorejelea majina ya biashara. Lugha zilizobainika kutumiwa katika eneo hilo ni Kijapani pamoja na lugha za kigeni, kama vile Kiingereza, Kifaransa, Kihispaniola, Kichina, Kijerumani na Kirusi.

6 Rosenbaum na wenzake walichunguza matumizi ya lugha ya Kiingereza katika eneo la Keren Kayemet, mashariki mwa jiji la Yerusalem na kuonesha kuwa pamoja na matumizi ya Kiebrania, lugha ya Kiingereza pia ilikuwa ikitumiwa.

7 Tulp alichunguza matumizi ya Kifaransa katika mabango makubwa mjini Brussels, eneo ambalo awali lilitawaliwa na matumizi ya lugha ya Kidachi.

mbalimbali vya kiisimujamii.

Jiji la Dar es Salaam lina maeneo mengi. Hivyo, mandhari-lugha ya maeneo ya Posta⁸ na Kariakoo ndiyo yaliyochunguzwa kwa sababu ni vigumu kuchunguza maeneo yote ya jiji hilo katika makala hii pekee. Maeneo hayo yameteuliwa kutokana na umaarufu wa shughuli za kibiashara zinazofanyika jijini Dar es Salaam. Isitoshe, kwa kuwa maandishi nayo ni mengi, yaliyochunguzwa ni yale yanayohusu sekta ya biashara⁹, hususani yaliyoandikwa mbele ya maduka. Data zilikusanywa kwa kutumia mbinu ya upigaji picha ambapo picha mia nne (400) zilipigwa kwa kutumia kamera ya kidijiti. Idadi hiyo ilitumiwa kwa sababu ilionekana kwamba inatosha kutoa taarifa za kuaminika kuhusu matumizi na dhima za lugha katika eneo la utafiti. Vilevile mbinu ya ushuhudaji ilitumiwa ambapo bidhaa zinazouzwa ndani ya maduka zilishuhudiwa ili kutathmini matumizi ya lugha zilizoandikwa kwa kuyahusisha na muktadha wa kibiashara. Nayo mbinu ya mahojiano ilitumiwa kuwadadisi wafanyabiashara kuhusu sababu za uchaguzi wa lugha walizozitumia katika maduka yao.

Nadharia ya semiotiki-jamii (Halliday, 1978) ndiyo iliyotumiwa katika utafiti huu. Msingi wa nadharia hii ni kwamba lugha inaweza kuchunguzwa kikamilifu katika vipengele vya maana na dhima kwa kuihusisha na muktadha wa matumizi. Katika nadharia hii, Halliday ameanisha dhima za lugha katika makundi matatu ambayo ni dhima za kitajiriba, kimtagusano nafsi na dhima za kimatini. Dhima za kitajiriba zinahusu utoaji wa taarifa au habari zinazotokana na tajiriba mbalimbali walizozipata watu katika maisha yao ya kila siku. Dhima za kimtagusano-nafsi ni zile ambazo lugha hutumiwa na watu kuchangamana katika jamii ili kuanzisha na kudumisha uhusiano baina yao. Kadhalika, dhima za kimtagusano-nafsi zinahusu pia kutumia lugha kuathiri mitazamo ya watu wengine kuhusu mambo mbalimbali yaliyopo katika jamii. Kwa upande wa dhima za kimatini lugha hutumiwa kutoa ujumbe kutokana na mpangilio mzuri pamoja na ushikamani wa matini zinazohusika.

Matumizi ya lugha katika mandhari-lugha ya jiji la Dar es Salaam

Kama ilivyo katika miji ya Bangkok, Tokyo, Vilnius, na Gaborone, mandhari-lugha ya Posta na Kariakoo jijini Dar es Salaam yamedhihirika kuwa na matumizi ya wingilugha. Lugha zilizobainika kutumiwa katika mandhari-lugha ya Dar es Salaam ni saba. Jedwali namba 1 linaonesha kwa muhtasari matumizi ya lugha hizo kama yalivyodhihirika katika eneo la utafiti.

8 Eneo la Posta linafahamika pia kwa jina la City Centre. Jina la Posta ambalo ndilo linalotumiwa sana jijini Dar es Salaam limetokana na kuwa makao makuu ya Benki ya Posta nchini Tanzania yapo katika eneo hilo.

9 Biashara ni shughuli za uuzaji na ununuzi (TUKI, 2004).

Lugha	Maduka	Asilimia (%)
Kiingereza	246	61.5
Kiswahili	22	5.5
Kiarabu	03	0.75
Kiingereza na Kiswahili	109	27.25
Kiingereza na lugha za asili	05	1.25
Kiingereza na Kichina	04	1
Kiingereza na Kiarabu	04	1
Kiingereza na Kihindi	04	1
Kiswahili na Kiarabu	02	0.5
Kiingereza na Kikorea	01	0.25
Jumla	400	100

Jedwali 1: Matumizi ya Lugha katika Mandhari-lugha ya Posta na Kariakoo Jijini Dar es Salaam (Chanzo: Data za Uwandani)

Kama inavyoonekana katika jedwali namba 1, lugha zilizodhihirika kutumiwa katika mandhari-lugha ya eneo la utafiti ni Kiingereza, Kiswahili, lugha za asili, Kiarabu, Kichina, Kihindi, na Kikorea. Hata hivyo, lugha hizo haziwiani kimatumizi, zingine zimetumiwa kwa kiasi kikubwa ilhali zingine zimetumiwa kwa kiasi kidogo. Lugha ya Kiingereza ndiyo iliyotumiwa kwa kiasi kikubwa katika mandhari-lugha ya Posta na Kariakoo ikilinganishwa na lugha zingine. Asilimia sitini na moja nukta tano (61.5%) ya maduka yote yaliyotafitiwa ni yale yenye maandishi ya lugha ya Kiingereza pekee. Lugha hiyo ya Kiingereza imefuatiwa kimatumizi na kundi lenye matumizi mchanganyiko kati ya lugha ya Kiingereza na Kiswahili. Maduka hayo yenye maandishi mchanganyiko kati ya lugha ya Kiingereza na Kiswahili yamedhihirika kuwa ni asilimia ishirini na saba nukta mbili tano (27.25%). Kundi linalofuata kimatumizi ni maduka yenye maandishi ya lugha ya Kiswahili pekee ambayo ni asilimia tano nukta tano (05.5%).

Lugha ya Kiswahili ndiyo inayotumiwa sana katika mawasiliano ya kila siku nchini Tanzania ikilinganishwa na lugha ya Kiingereza. Lugha ya Kiswahili inaeleweka kwa zaidi ya asilimia tisini (90%) ya Watanzania wote ilhali Watanzania wanaomudu vizuri lugha ya Kiingereza hawazidi asilimia tano (05%) (Brock-Utne, 2000; Mekacha, 2011; Roy-Campbell na Qorro, 1997). Pamoja na hayo, kama tulivyokwishaona, lugha ya Kiingereza imetumiwa kwa kiasi kikubwa katika mandhari-lugha ya Posta na Kariakoo ikilinganishwa na lugha ya Kiswahili. Matumizi hayo ya lugha ya Kiingereza yanaonekana kusababishwa na hali ya baadhi ya

bidhaa zinazouzwa madukani kuwa na majina ya Kiingereza. Kwa hiyo, bidhaa mbalimbali zinapoandikwa nje ya maduka ili kuzitambulisha kwa wateja huandikwa kwa majina hayo ya Kiingereza. Mathalani, bidhaa kama kompyuta, kompyuta pakato, simu, pikipiki, vifaa vya kompyuta, na vifaa vya simu vimedhihirika kuandikwa *computer, laptops, phones, motorcycles, computer accessories* na *phone accessories*. Matumizi hayo ya lugha ya Kiingereza kutokana na majina ya bidhaa kuwa katika lugha hiyo yanadhihirishwa pia na mmiliki mmoja wa duka la vifaa vya elektroniki katika mandhari-lugha ya Posta ambaye anasema;

Bidhaa nyingi humu dukani zimeandikwa kwa majina ya lugha ya Kiingereza. Tukiyatafsiri kwa Kiswahili watu wanaweza wasielewe vizuri vitu tunavyouza. Hata hivyo, mimi mwenyewe bidhaa nyingine humu ndani sijui zinaitwaje kwa Kiswahili, kwa mfano laptop, memory card¹⁰ na nyingine nyingi.

(Mmiliki wa duka katika mandhari-lugha ya Posta jijini Dar es Salaam)

Isitoshe, katika baadhi ya maeneo watumiaji wa bidhaa zinazouzwa madukani wana uelewa wa lugha ya Kiingereza, hivyo kuifanya lugha hiyo iendelee kutumiwa katika maeneo hayo. Kwa mfano, eneo la Posta wakati wa mchana huzingirwa na watumishi mbalimbali wa ofisi za serikali, mashirika binafsi ya kitaifa na ya kimataifa, ambao wengi wao wana uelewa wa lugha ya Kiingereza. Pamoja na hayo, matumizi makubwa ya lugha ya Kiingereza katika mandhari-lugha ya Posta na Kariakoo jijini Dar es Salaam yanadhihirisha suala la hadhi za lugha nchini Tanzania. Lugha ya Kiingereza nchini Tanzania inapewa hadhi ya juu na baadhi ya wanajamii kuliko Kiswahili na lugha za asili (Msanjila, 2003; Mekacha, 2011). Hadhi hii ya lugha ya Kiingereza imetokana na kuwa ina uamilifu mkubwa katika ngazi za juu kabisa za jamii ya Tanzania. Mathalani, lugha hiyo inatumiwa kwa mawasiliano ya kimataifa, elimu ya juu, utungaji wa sheria, na shughuli za mahakama za juu. Kwa hiyo, watu wanaomudu lugha hiyo ndio pia wenye nguvu za kimamlaka na kimadaraka katika jamii (Mekacha, 2011). Kutokana na hali hiyo, haishangazi kuona lugha ya Kiingereza inatumiwa katika mandhari-lugha ya eneo ambalo haitumiwi sana katika mawasiliano ya kila siku. Kutokana na hadhi kubwa ya lugha ya Kiingereza katika jamii ya Watanzania, watu wengi wangependa kuifahamu na kuitumia ili wahisi kwamba wamo kwenye kundi la wenye mamlaka na madaraka katika jamii.

¹⁰ Tafsiri ya laptop kwa Kiswahili ni kompyuta pakato na memory card ni kadi kumbukizi.

Lugha zingine zaidi ya Kiingereza na Kiswahili zimedhihirika kutumiwa katika eneo la utafiti kwa asilimia zisizozidi tano (05%) kwa kila lugha. Nazo ni lugha za asili, Kiarabu, Kichina, Kihindi, na Kikorea. Isitoshe, lugha hizo zimetumiwa kwa kuambatanishwa ama na lugha ya Kiingereza au ya Kiswahili isipokuwa kwa lugha ya Kiarabu. Lugha hiyo ya Kiarabu imetumiwa katika baadhi ya maduka bila kuambatanishwa na maandishi ya lugha nyingine. Maduka yenye maandishi mchanganyiko kati ya lugha ya Kiingereza na lugha za asili ni asilimia moja nukta mbili tano (01.25%), lugha ya Kiarabu na ya Kichina ni asilimia moja (01%), lugha ya Kiingereza na ya Kiarabu ni asilimia moja (01%), lugha ya Kiingereza na ya Kihindi ni asilimia moja (01%), lugha ya Kiarabu pekee ni asilimia sifuri nukta saba tano (0.75%), lugha ya Kiswahili na ya Kiarabu ni asilimia sifuri nukta tano (0.5%), na lugha ya Kiingereza na ya Kikorea ni asilimia sifuri nukta mbili tano (0.25%).

Lugha za Kihindi, Kichina, na Kikorea ni *lugha za kigeni*¹¹ nchini Tanzania. Lugha hizo hazina uamilifu mkubwa nchini humo, kwa mfano hazitumiwi katika mawasiliano ya kimataifa, elimu ya juu, mahakama za juu, na katika utungaji wa sheria. Isitoshe, lugha hizo za kigeni hazitumiwi kwa mawasiliano ya kawaida ya kila siku miongoni mwa Watanzania. Kutokana na kutokuwapo kwa uamilifu mkubwa wa lugha hizo za kigeni nchini Tanzania, zimetumiwa kwa kiasi kidogo katika eneo la utafiti jijini Dar es Salaam ili kutambulisha umiliki wa biashara. Kwa mfano, neno moja la Kihindi huweza kuchanganywa na maandishi ya lugha ya Kiingereza ili kutambulisha kuwa mmiliki wa biashara hiyo ni Mhindi. Wakati mwingine, lugha hizo za kigeni zimetumiwa kuonesha kuwa bidhaa zinazouzwa zimetengenezwa katika nchi ambazo wanatumia lugha hizo. Mathalani, miongoni mwa maduka yaliyodhihirika kuwa na maandishi ya lugha ya Kichina, mojawapo ni duka la pikipiki zinazotengenezwa na kampuni ya *Wuyang* iliyoko nchini China. Kwa upande wa lugha ya Kiarabu, nayo ni lugha ya kigeni lakini yenye muktadha tofauti wa kimatumizi nchini Tanzania. Lugha hiyo inatumia katika uwanja wa dini, hususani ya Kiislamu. Katika mandhari-lugha ya eneo la utafiti, lugha hiyo ya Kiarabu imehusishwa zaidi na dini ya Kiislamu. Maandishi ya Kiarabu yamedondolewa kutoka katika *Kurani Tukufu* na kuandikwa mbele ya maduka.

Nazo lugha za asili sio lugha za kigeni nchini Tanzania lakini zimetumiwa kwa kiasi kidogo pia katika mandhari-lugha ya Posta na Kariakoo. Nchini Tanzania, lugha hizo za asili zinatumiwa na jamii mbalimbali zinazounda jamiilugha pana ya Watanzania wanaotumia Kiswahili.

11 Lugha za kigeni ni lugha tofauti na lugha mama zilizopo katika mazingira ambayo hazitumiwi kwa mawasiliano katika nyanja mbalimbali na pia wanaweza kuwapo watu wachache tu wenye uelewa wa lugha hizo (Zhang, 2005; Awasthi, 2007). Kwa fasili hii, katika utafiti huu Kiingereza kimefasiliwa kuwa lugha ya pili na sio lugha ngeni nchini Tanzania.

Aidha, lugha hizo hutumiwa zaidi vijijini tofauti na mijini kwani ndiko wazungumzaji wake wengi waliko (Legére, 1992; Msanjila, 2003; King'ei, 2010). Hata hivyo, Dar es Salaam ni jiji lenye mchanganyiko wa watu wengi kutoka mikoa yote ya Tanzania, Afrika Mashariki, na hata nje ya Afrika Mashariki. Kwa hiyo, lugha hizo za asili zimetumiwa kwa kiasi kidogo kwa sababu zinaeleweka kwa jamii ndogondogo za Kitanzania ilhali uwanja wa biashara unahusisha watu wote jijini Dar es Salaam. Kwa upande mwingine, kiasi kidogo cha matumizi ya lugha za asili katika mandhari-lugha ya Posta na Kariakoo kinaweza kutafsiriwa kuwa kinatokana na hadhi za lugha hizo nchini Tanzania. Lugha za asili zinaonekana kuwa na hadhi ya chini zikilinganishwa na lugha ya Kiswahili na ya Kiingereza. Hadhi hii ya chini imetokana na lugha hizo kutopewa majukumu ya kiserikali na kiutawala nchini Tanzania. Kwa mfano, lugha hizo hazitumiwi kwenye shughuli mbalimbali za kiserikali, kama vile bungeni, mahakama kuu na za rufaa, shuleni, na kadhalika. Lugha hizo zimebakia kuwa za mawasiliano ya kifamilia, kiutamaduni, na mazungumzo yasiyokuwa ya kiofisi hasa kwa watu wenye asili ya kabila moja (King'ei, 2010; Mekacha, 2011). Kwa ujumla, pamoja na kuwapo kwa matumizi ya wingilugha katika mandhari-lugha ya Posta na Kariakoo jijini Dar es Salaam, matumizi ya lugha hizo zinazounda wingilugha hayawiani kati ya lugha moja na nyingine.

Dhima za lugha katika mandhari-lugha ya jiji la Dar es Salaam

Ingawa eneo la utafiti limeshirika kutawaliwa na matumizi ya wingilugha, katika sehemu hii tutamakinikia dhima za lugha ya Kiswahili na za Kiingereza pekee. Tukianza na lugha ya Kiswahili, imedhihirika kuwa na dhima zifuatazo; ushawishi wa kibiashara, ukaribisho, uchanuzaji wa imani za kidini, utambulisho na utoaji wa taarifa mbalimbali za kibiashara. Dhima hizi zitajadiliwa moja baada ya nyingine katika sehemu ndogondogo zinazofuata.

Ushawishi wa kibiashara

Lugha ya Kiswahili imedhihirika kutumiwa kwa ushawishi wa kibiashara katika mandhari-lugha ya jiji la Dar es Salaam. Maneno ya Kiswahili yenye ushawishi wa kibiashara yametumiwa kuwavutia wateja katika biashara mbalimbali. Ushawishi huo umedhihirika hasa katika maduka ambayo kuna mchanganyiko wa maandishi ya lugha ya Kiingereza na ya Kiswahili. Katika maduka hayo, maandishi ya lugha ya Kiingereza yametumiwa kwa pamoja na maneno ya Kiswahili yenye ushawishi wa kibiashara. Vielelezo vifuatavyo vinadhihirisha hoja hii:

Kielelezo 1: Maandishi yaliyoandikwa mbele ya maduka katika eneo la Kariakoo

Jijini Dar es Salaam

Maneno ya Kiswahili yanayoonekana katika kielelezo namba 1 yanawashawishi wateja kuhusu biashara zinazofanywa katika maduka hayo. Tukianza na neno la Kiswahili *nafuu*, limetumiwa kwa ushawishi wa kibiashara katika duka la kwanza ambalo ni la vipuri vya pikipiki (*Motorcycle Spares*). Neno hilo linadokeza kuwa vipuri vya pikipiki vinavyouzwa humo ni vya bei nafuu. Nayo maneno *cheka nao* yametumiwa katika duka la vifaa vya simu (*Phone Accessories*) kudokeza kuwa katika duka hilo wauzaji ni watu wenye furaha, hivyo wanamkaribisha mteja ili waweze kufurahi pamoja naye.

Matumizi ya maneno ya Kiswahili kwa lengo la kuwavutia wateja yamedhihirika pia katika mahojiano yaliyofanywa kati ya mtafiti na wafanyabiashara waliotumia mchanganyiko wa maandishi ya lugha ya Kiswahili na lugha zingine, kama vile Kiingereza na Kiarabu. Katika kundi hili, wahojiwa walikuwa ni watano (05), wanne (04) wenye maduka yenye maandishi ya Kiswahili na Kiingereza na mmoja (01) mwenye duka lenye maandishi ya Kiswahili na Kiarabu. Wahojiwa wote watano (05) walisema kuwa Kiswahili ni lugha ya biashara nchini Tanzania. Aidha, miongoni mwa waliohojiwa ni mmiliki wa duka la vifaa vya simu ambaye aliulizwa sababu za kutumia maneno *cheka nao* katika duka lake na kusema:

Kucheka na kutabasamu ndio nguzo za biashara. Wewe unategemea uwe unauza duka halafu umekasirika watu watakusogelea kweli? Kucheka ni ishara ya furaha na ukaribisho kwa wateja. Hata wewe ungekuwa umekasirika tusingezungumza vizuri na pengine ningekukatalia hata kupiga picha duka langu.

(Mmiliki wa duka katika mandhari-lugha ya Kariakoo jijini Dar es Salaam)

Huduma kwa wateja ni kipengele muhimu katika biashara. Mwonekano wa muuzaji ni sehemu ya huduma kwa wateja kwani huweza kumvutia au kumfukuza mteja kama anavyosema mmiliki wa duka aliyehojiwa. Hivyo, maneno *cheka nao* yametumiwa kuwavutia wateja kwenda kupata huduma katika duka hilo. Katika kipengele cha ushawishi wa kibiashara, lugha ya Kiswahili imetumiwa pia kuwashawishi wateja kuwa bidhaa zinazouzwa ni bora. Tazama mifano ifuatayo kwa ufafanuzi zaidi:

Kielelezo2: Maandishi yaliyoandikwa mbele ya maduka. Picha ya kwanza imepiga Posta na ya pili Kariakoo Jijini Dar es Salaam

Tukirejelea maandishi yaliyopo katika duka la kwanza kwenye kielelezo namba 2, lugha za Kiingereza na Kiswahili zimetumiwa kutangaza pikipiki aina ya Hibao. Ingawa aina ya bidhaa imetajwa kwa lugha ya Kiingereza (*MOTORCYCLE*), ushawishi kwa wateja kuhusu uzuri wa bidhaa hiyo umetolewa kwa lugha ya Kiswahili (*ZIPO NYINGI LAKINI HIBAO KIBOKO YAO*). Maneno haya ya Kiswahili yanamshawishi mteja kuwa ingawa zipo pikipiki za aina nyingi, aina ya Hibao ndiyo bora. Hali kadhalika, neno la Kiingereza *STORE* ambalo kwa Kiswahili ni duka (TUKI, 2000) limetumiwa kwenye kielelezo namba 2 kutambulisha duka la urembo. Nayo maneno ya Kiswahili *NJOO UJIPATIE UREMBO WA UHAKIKA NA WA KIMATAIFA* yametumiwa kuwashawishi wateja kununua urembo unaopatikana katika duka hilo. Maneno *UREMBO WA UHAKIKA* yanashawishi kuwa urembo unaouzwa katika duka hilo ni mzuri.

Lengo la biashara ni kuuza bidhaa kwa wateja ili kupata faida. Aidha, ili wateja wanunue bidhaa zinazouzwa lazima wavutiwe na bidhaa hizo pamoja na huduma zinazotolewa katika maduka yanayohusika. Lugha ya Kiswahili imetumiwa kuwavutia wateja katika biashara mbalimbali ndani ya eneo la utafiti. Kwa kutumia maneno yenye ushawishi, kama vile *cheka nao*, na *nafuu*, lugha hiyo ya Kiswahili imetumiwa kuanzisha uhusiano kati ya wafanyabiashara na wateja wao. Katika nadharia ya semiotiki-jamii, hii ni dhima ya kimtagusano-nafsi ambayo lugha hutumiwa na wanajamii kutagusana ili kuanzisha, kudumisha, na kuendeleza mahusiano miongoni mwao.

Lugha ya ukaribisho

Lugha ya Kiswahili imedhihirika kuwa ya ukaribisho katika maduka mbalimbali jijini Dar es Salaam. Ingawa lugha ya Kiingereza imetumiwa pia kuwakaribisha wateja, matumizi yake sio makubwa kama yalivyo ya lugha ya Kiswahili. Ukaribishaji wa wateja kwa upande wa lugha ya Kiswahili umedhihirika kwenye matumizi ya maneno *karibu*, *karibuni*, *karibuni wateja*, na *karibuni sana*. Kwa upande wa lugha ya Kiingereza, neno *welcome* ambalo tafsiri yake kwa Kiswahili ni *karibu* (TUKI, 2000) limetumiwa kwa ukaribisho katika baadhi ya maduka.

Maduka yaliyodhihirika kuwa na maneno ya ukaribisho kwa wateja katika eneo la utafiti ni kumi na moja (11). Kati ya maduka hayo, lugha ya Kiswahili imetumiwa katika maduka tisa (09) ambayo ni asilimia themanini na moja nukta nane (81.8%) ambapo lugha ya Kiingereza

imetumiwa katika maduka mawili (02) tu ambayo ni asilimia kumi na nane nukta mbili (18.2%). Kwa hiyo, ingawa lugha nyingi zimetumiwa katika mandhari-lugha ya Posta na Kariakoo jijini Dar es Salaam, lugha ya Kiswahili ndiyo iliyotumiwa zaidi kuwakaribisha wateja. Wakati mwingine lugha ya Kiingereza imetumiwa kutoa taarifa zingine lakini ukaribisho umefanywa kwa lugha ya Kiswahili. Hebu tazama vielelezo vifuatavyo kwa ufafanuzi zaidi:

Kielelezo 3: Maandishi yaliyoko mbele ya maduka, picha ya kwanza imepigwa Kariakoo na ya pili Posta, Jijini Dar es Salaam

Maandishi yaliyotawala katika picha ya kwanza kwenye kielelezo namba 3 ni ya lugha ya Kiswahili isipokuwa neno moja la Kiingereza *juice*. Katika duka hilo, maneno *karibuni wateja* yametumiwa kuwakaribisha wateja kununua mayai, kuku wa kienyeji na kisasa, samaki wabichi, juisi, na maji ya chupa. Katika duka la pili, ingawa maandishi ya lugha ya Kiingereza ndiyo yaliyotawala, neno la Kiswahili *karibuni* ndilo lililotumiwa kuwakaribisha wateja. Kama ilivyo dhima ya kimtagusano-nafsi katika nadharia ya semiotiki-jamii (Halliday, 1978), maneno ya lugha ya Kiswahili yametumiwa kutagusana kati ya wafanyabiashara na wateja ili kuanzisha mahusiano ya kibiashara. Matumizi ya Kiswahili katika kuwakaribisha wateja yanadokeza kuwa lugha hiyo inaeleweka kwa wateja wengi ikilinganishwa na lugha zingine. Kwa hiyo, hata kama mteja haelewi lugha zingine zilizotumiwa kutambulisha aina ya biashara au kutaja bidhaa zilizomo ndani ya duka, neno *karibu* linaweza kumkaribisha na hatimaye kuona mwenyewe bidhaa zinazouzwa.

Uchanuzaji wa imani za kidini

Binadamu wana imani mbalimbali katika maisha yao kutegemeana na mambo wanayokumbana nayo kila siku, kwa mfano imani za kidini. Aidha, imani hizo zinaweza kuchanuzwa kwa watu wengine kwa kutumia lugha. Katika mandhari-lugha ya Posta na Kariakoo jijini Dar es Salaam, lugha ya Kiswahili imedhihirika kutumiwa kuchanuzwa imani, hususani za kidini, kuliko lugha ya Kiingereza. Tazama picha ifuatayo kwa ufafanuzi zaidi:

Kielelezo 4: Maandishi ya lugha ya Kiswahili na Kiingereza mbele ya duka la vifaa vya ujenzi lililoko Kariakoo Jijini Dar es Salaam

Katika duka la vifaa vya ujenzi linaloonekana kwenye kielelezo namba 4 kuna mchanganyiko wa maandishi ya lugha ya Kiswahili na ya Kiingereza. Lugha ya Kiingereza imetumiwa kuonesha kuwa chumba hicho ni duka (*STORES LTD*). Isitoshe, lugha hiyo ya Kiingereza

imetumiwa kutambulisha sanduku la barua (*P.O BOX 6004*). Kwa upande wa lugha ya Kiswahili, msomaji anapoonza maneno ya Kiswahili *MALI YA MUNGU* anaweza kufikiri kuwa bidhaa zinazouzwa dukani humo zinahusiana na imani kuhusu Mungu. Hata hivyo, duka hilo ni la vifaa vya ujenzi ambavyo havina ujumbe wowote unaohusiana na Mungu. Mifano ya bidhaa hizo ni rangi za nyumba, saruji, vigae vya sakafuni, masinki, misumari, nyaya za umeme, na kadhalika. Kwa hiyo, inaonekana maneno *MALI YA MUNGU* yametumiwa na mwandishi kueleza watu wengine kuhusu imani yake kwa Mungu. Maneno hayo yanadokeza imani ya mhusika kuwa mali zote duniani zinamilikiwa na Mungu. Hivyo, anashuhudia kwa watu wengine kuwa hata mali aliyonayo ni ya Mungu. Hebu tuone mfano mwingine unaonesha jinsi lugha ya Kiswahili ilivyotumiwa katika mandhari-lugha kuchanua imani, hususani za kidini:

Kielelezo 5: Maandishi yaliyoandikwa mbele ya duka la vitu mchanganyiko lililoko Kariakoo Jijini Dar es Salaam

Hali kadhalika, katika duka la vitu mchanganyiko linaloonekana kwenye kielelezo namba 5, kuna maandishi ya lugha ya Kiingereza na ya Kiswahili. Lugha ya Kiingereza imetumiwa kutambulisha kuwa duka hilo linamilikiwa na mtu anayeitwa STEVEN (*STEVEN SHOP*). Isitoshe, anuani pamoja na namba za simu zimetolewa kwa lugha hiyo ya Kiingereza (*P.O BOX 4256, TEL 2181353, MKUNGUNI STR NO 19, DSM*). Kwa upande wa lugha ya Kiswahili, msomaji anapoonza maneno *YESU ANAOKOA* anaweza kufikiri kwamba katika duka hilo kuna bidhaa zinazohusiana na Yesu, kwa mfano Biblia, kanda za nyimbo, na kadhalika. Pamoja na hayo, ndani ya duka hilo hakuna bidhaa zozote zinazohusiana na Yesu kuwa mwokozi. Kinyume chake kuna bidhaa mchanganyiko, kama vile kandambili, mafuta ya kupikia, soda, mikate, sabuni za kufulia, nafaka, vocha, na kadhalika. Kwa hiyo, maneno *YESU ANAOKOA* yanaonekana kutokuhusiana moja kwa moja na bidhaa zinazouzwa bali uchanuzaji wa imani ya mwandishi kuhusu dini yake. Maneno hayo yanaashiria kuwa mmiliki wa duka hilo anaamini ukristo. Kwa hiyo, anachanua imani yake kwa watu wengine kuwa Yesu ni mwokozi. Isitoshe, anaonesha rejea kuwa imani yake imejengeka katika kitabu cha Luka 19 mstari wa 10 (*LK 19:10*). Katika nadharia ya semiotiki-jamii lugha ni chombo cha kuelezea tajiriba mbalimbali za watu. Nayo lugha ya Kiswahili imedhihirika kutumiwa katika mandhari-lugha ya eneo la utafiti kuelezea tajiriba za kiimani.

Utambulisho na utoaji wa taarifa mbalimbali za kibiashara

Lugha ya Kiswahili imedhihirika pia kutumiwa kutoa taarifa mbalimbali

za kibiashara. Lugha hiyo imetumiwa kutambulisha aina za maduka kama ni ya nguo, vifaa vya ujenzi, vioo vya magari, vyombo vya jikoni, dawa za kilimo, maabara, na kadhalika. Kielelezo kifuatacho kinadhihirisha matumizi hayo ya lugha ya Kiswahili:

Kielelezo 6: Maandishi yaliyoandikwa mbele ya maduka. Picha ya kwanza imepigwa Posta na ya pili Kariakoo Jijini Dar es Salaam

Maandishi ya lugha ya Kiswahili kama yanavyoonekana katika kielelezo namba 6 yametumiwa kuonesha kuwa maduka hayo ni ya bidhaa gani. Bidhaa hizo hazikutajwa mojamoya bali zimetambulishwa kiujumla kwa kutumia maneno jumuishi. Katika duka la kwanza kwenye kielelezo namba 6 kwa mfano, maneno *duka la vifaa vya watoto* yametumiwa kutambulisha kuwa kwenye duka hilo kuna bidhaa mbalimbali zinazokidhi mahitaji ya watoto. Neno jumuishi *vifaa* limetumiwa kuwakilisha bidhaa nyingi za watoto zilizomo dukani. Bidhaa zilizodhihirika kuuzwa katika duka hilo ni midoli, mipira ya kucheza, vyombo vya kulia, nguo, viatu, vitanda, mabegi ya shule, na kadhalika. Vivyo hivyo, katika duka la pili kwenye Kielelezo namba 6 maandishi *duka la urembo na shanga* yanatambulisha bidhaa zilizomo ndani ya duka. Aina moja ya bidhaa ambayo ni *shanga* imetajwa moja kwa moja. Kwa upande mwingine, neno *urembo* limetumiwa kuwakilisha bidhaa mbalimbali zinazotumiwa kwa urembo. Bidhaa zilizodhihirika kuuzwa dukani humo ni mafuta ya kupaka, dawa za nywele, manukato, rangi za kucha na midomo, nywele za bandia (rasta), mikufu, bangili, na hereni. Katika kipengele hichohicho cha utoaji wa taarifa za kibishara, yapo maduka ambayo yametaja bidhaa mahususi moja kwa moja. Hebu tuone mifano mingine kwa ufafanuzi zaidi:

Kielelezo7: Duka la kwanza ni la samaki wabichi na la pili ni mgahawa. Picha zote zimepigwa Kariakoo Jijini Dar es Salaam

Kama inavyoonekana katika kielelezo namba 7, lugha ya Kiswahili imetumiwa kuonesha bidhaa zinazouzwa kwenye maduka hayo. Katika duka la kwanza wameonesha kuwa wanauza samaki na wamewataja kwa majina kuwa ni *nguru, jodari, changu, tasi, vibua, pweza, ngisi, mzia*, na *papa*. Vivyo hivyo, vyakula vinavyouzwa katika mgahawa vimetajwa kwa majina kuwa ni *wali, ugali, chapati, chai, soda, maji, na maziwa*.

Matumizi ya lugha katika kielelezo namba 7 yanadokeza jinsi majina ya bidhaa yanavyochangia hali ya matumizi ya lugha katika mandhari-lugha, hususani katika muktadha wa kibiashara. Bidhaa mbalimbali huandikwa nje ya maduka ili kuzitangaza kwa wateja. Kwa hiyo, kama

bidhaa nyingi zimeandikwa kwa lugha fulani, basi lugha hiyo inatumiwa kwa kiasi kikubwa katika mandhari-lugha. Hivyo basi, ingawa lugha ya Kiswahili imetumiwa kutambulisha bidhaa mbalimbali zilizomo madukani, matumizi yake sio makubwa kama ilivyo kwa lugha ya Kiingereza. Lugha hiyo ya Kiingereza, kama ilivyokwishaelezwa, imetumiwa kwa kiasi kikubwa katika eneo la utafiti kutokana na majina ya bidhaa kuwa katika lugha hiyo. Kwa upande wa utoaji wa taarifa mbalimbali za kibiashara, lugha ya Kiswahili imetumiwa pia kutoa hadhari kwa wateja, hususani kuhusu malipo. Kielelezo kifuatacho kinadhihirisha hoja hii:

Kielelezo 8: Maandishi yaliyoandikwa mbele ya Mgahawa ulioko Kariakoo Jijini Dar es Salaam

Maandishi yanayoonekana katika kielelezo namba 8 yapo mbele ya mgahawa. Vyakula vinavyouzwa katika mgahawa huo ni kama vile chai, chapati, maandazi, vitumbua, wali, chipsi, mayai, ugali, samaki, nyama, na kadhalika. Aidha, neno la Kiswahili *TAFADHALI* limetumiwa kuwasihia wateja kuhusu mambo mawili. Jambo la kwanza ni suala la malipo. Maneno *LIPA KWANZA* yametumiwa kuwataarifu wateja kuwa wanatakiwa kulipa kwanza kabla ya kupata huduma ya chakula. Maneno haya yanaashiria kwamba pengine wapo wateja ambao wakipata huduma ya chakula kabla ya kulipa, baadaye huondoka bila kulipa.

Jambo la pili ni mienendo ya watu wengine ambao sio wanunuzi wa chakula katika mgahawa huo. Maneno *HII SEHEMU YA BIASHARA SIO SEHEMU YA MAONGEZI* yanadokeza kuwa wapo watu wanaokwenda mgahawani hapo kwa lengo la kupiga soga na sio kupata huduma ya chakula. Kwa hiyo, hadhari inatolewa kwao kuwa hiyo ni sehemu ya biashara na sio sehemu ya maongezi. Isitoshe, maneno *JIHESHIMU NA UHESHIMIWE* yametumiwa kuisisitiza kuwa tabia ya kwenda katika eneo hilo la biashara kwa nia ya maongezi tu sio heshima. Hivyo basi, wahasika wanatakiwa kuzingatia hadhari hiyo ili waheshimiwe na watu wengine. Kwa kujikita katika nadharia ya semiotiki-jamii (Halliday, 1978), lugha ya Kiswahili katika mgahawa huo (Kielelezo 8) imetumiwa kwa dhima ya kimatini. Lugha hiyo imetumiwa kutoa ujumbe kwa kuzingatia mpangilio mzuri na ushikamani wa maneno yaliyopo katika matini inayohusika.

Matumizi ya lugha ya Kiswahili ya kutolea hadhari yanaashiria kuwa lugha hii ndiyo inayoeleweka zaidi kwa wateja. Mteja anaweza asielewe bidhaa zilizotambulishwa kwa maandishi lakini akaziona dhahiri dukani. Isitoshe, kwa maandishi yaliyoambatanishwa na picha, mteja anaweza kuelewa bidhaa zilizomo dukani kwa kutumia picha hizo. Kwa upande wa utoaji wa hadhari au ujumbe nyeti kwa wateja, lugha

inayoeleweka kwa watu wengi ndiyo hutumiwa ili ujumbe uwafikie watu wengi iwezekanavyo. Hivyo basi, ingawa ni katika duka moja, matumizi ya lugha ya Kiswahili katika utoaji wa hadhari yanadokeza kuwa hiyo ndiyo lugha inayoeleweka kwa wateja walio wengi katika eneo la utafiti.

Hali ya lugha ya Kiswahili kutumiwa katika utoaji wa taarifa nyeti imedhihirika pia kwenye maduka ambayo yamehamishwa kutoka sehemu yalipokuwa awali. Maduka matatu (03) yamedhihirika kuwa na maandishi yanayotoa ujumbe kuhusu kuhamishwa kwa shughuli za kibiashara. Taarifa hizo za uhamaji katika maduka yote matatu zimetolewa kwa lugha ya Kiswahili. Mifano ifuatayo inadhihirisha dhima na matumizi hayo ya lugha ya Kiswahili:

Kielelezo 9: Maandishi yaliyoandikwa mbele ya vyumba vya biashara ambavyo shughuli hizo zimehamishiwa katika vyumba vingine

Lugha ya Kiingereza na ya Kiswahili zimetumiwa katika maduka yanayoonekana kwenye kielelezo namba 9. Katika picha ya kwanza, jina la duka lipo kwa lugha ya Kiingereza (*PEACE EYE CENTRE*). Vilevile, kifupisho cha neno la Kiingereza *call (cal)* ambacho kwa Kiswahili ni *piga simu (TY)*¹², kimetumiwa kutambulisha namba za simu. Kifupisho kingine cha neno la Kiingereza *opposite (opp)* ambacho kwa Kiswahili ni *mkabala* (TUKI, 2000), kimetumiwa kuelekeza duka lilipohamishiwa. Pamoja na hayo, ujumbe kuhusu kuhamishwa kwa duka umetolewa kwa lugha ya Kiswahili kwa kutumia neno *TUMEHAMA*. Baada ya taarifa ya uhamaji, lugha ya Kiswahili imeendelea kutumiwa kuelekeza duka lilipohamishiwa (*TUMEHAMIA NYAMWEZI*). Vivyo hivyo, katika duka la pili taarifa za uhamaji zimetolewa kwa lugha ya Kiswahili kisha namba za simu zikatambulishwa kwa neno la Kiingereza *call*.

Matumizi ya lugha ya Kiswahili katika utoaji wa taarifa za uhamaji yanatoa dokezo fulani kuhusu dhima za lugha katika mandhari-lugha ya eneo lililotafitiwa. Ingawa ni maduka machache yaliyodhihirika kuhamishwa, yaani matatu (03) kati ya mia nne (400), hakuna lugha nyingine iliyotumiwa kutoa taarifa za uhamaji zaidi ya lugha ya Kiswahili. Isitoshe, katika maduka hayo taarifa zingine, kama vile majina ya maduka, zimetolewa kwa lugha ya Kiingereza isipokuwa taarifa za uhamaji zilitolewa kwa Kiswahili. Matumizi haya ya lugha yanaonesha kuwa Kiswahili ndiyo lugha inayowafikia watu wengi zaidi kuliko lugha zingine katika eneo lililotafitiwa.

Nayo lugha ya Kiingereza, kama ilivyo katika miji mingine ulimwenguni (Huebner, 2006; Backhaus, 2007; Muth, 2008; Akindele, 2011) matumizi yake yameonekana kuwa ya kawaida katika mandhari-lugha ya jiji la

¹² Katika makala hii kifupisho hiki kinamaanisha tafsiri yangu.

Dar es Salaam. Lugha hiyo imedhihirika kutumiwa katika utambulishaji wa biashara, ushawishi wa kibiashara, mawasiliano ya kielektroniki, na utoaji wa taarifa za kibiashara. Dhima hizi zimejadiliwa katika sehemu zinazofuata.

Utambulisho wa kibiashara

Lugha ya Kiingereza imedhihirika kutumiwa katika mandhari-lugha ya Posta na Kariakoo jijini Dar es Salaam kutambulisha aina za biashara, kwa mfano migahawa, saluni, maduka makubwa ya kujihudumia, maduka ya dawa, na kadhalika. Utambulisho huo wa kibiashara umedhihirika zaidi kwenye maduka ambayo lugha ya Kiingereza imetumiwa kwa kuambatanishwa na maandishi ya lugha ya Kiswahili. Katika maduka hayo, lugha ya Kiswahili imetumiwa kutoa taarifa mbalimbali huku lugha ya Kiingereza ikitambulisha aina ya biashara. Kielelezo kifuatacho ni mfano mmojawapo unaoonesha jinsi lugha ya Kiingereza ilivyotumiwa kutambulisha aina ya biashara:

Kielelezo 10: Maandishi ya Kiswahili na Kiingereza katika mgahawa ulioko Posta Jijini Dar es Salaam

Katika kielelezo namba 10 kuna matumizi ya lugha ya Kiswahili na ya Kiingereza. Lugha ya Kiingereza imetumiwa kutambulisha aina ya biashara kuwa ni mgahawa, yaani *restaurant* kwa Kiingereza. Pamoja na hayo, lugha hiyo ya Kiingereza haikutumiwa kuorodhesha aina ya vyakula vinavyopatikana katika mgahawa huo. Badala yake, vyakula hivyo vimeorodheshwa kwa Kiswahili. Kwa hiyo, lugha ya Kiingereza imetumiwa kutambulisha aina ya biashara huku taarifa zingine zikitolewa kwa lugha ya Kiswahili. Mgahawa unaoonekana katika kielelezo namba 10 upo katika eneo la Posta ambalo lina wageni wengi kutoka nje ya Tanzania. Hata hivyo, inaonekana kuwapo kwa wageni katika eneo hilo sio sababu ya mgahawa huo kutambulishwa kwa Kiingereza. Hali hiyo ni kutokana na kuwa lugha iliyoshuhudiwa ikitumiwa wakati wa uuzaji wa vyakula ni Kiswahili. Hivyo, inaonekana wateja wengi wana ufahamu wa lugha hiyo ya Kiswahili. Aidha, kuwapo kwa wateja wanaofahamu Kiswahili katika kielelezo namba 10 kunadhihirishwa pia na orodha ya vyakula iliyoandikwa kwa Kiswahili bila tafsiri yoyote ya lugha zingine. Kwa hiyo, lugha ya Kiswahili imetumiwa kwa sababu wapo wateja wanaoelewa lugha hiyo. Ingawa wapo wateja wanaoelewa lugha ya Kiingereza kama ilivyokwishaelezwa, lugha hiyo imebainika kutumiwa kutambulisha biashara kutokana na kufasiliwa kuwa lugha ya biashara. Hali hiyo imedhihirika katika mahojiano yaliyofanywa kati ya mtafiti na baadhi ya wamiliki wa maduka waliotumia lugha ya Kiingereza. Kwa mfano, mmiliki mmoja wa duka lenye maandishi ya Kiingereza katika

eneo la Posta anasema:

Kiingereza sio lugha yetu lakini Watanzania wengi wanaelewa kuiandika na kusoma. Kwa kuwa ndiyo lugha ya biashara siku hizi watu wanaiandika kwenye maduka ingawa kuongea ni suala lingine kabisa. Kiukweli wapo Wazungu wengi tu wanaokuja hapa dukani kununua simu na vifaa vingine vya umeme na tunaongea nao kwa Kiingereza na wengine wanachanganya na Kiswahili.

(Mfanyabiashara wa duka la vifaa vya kielektroniki, Posta jijini Dar es Salaam)

Maneno hayo ya mfanyabiashara wa vifaa vya kielektroniki yanadokeza kuwa lugha ya Kiingereza imetumiwa kwa sababu kuna wateja wanaoelewa lugha hiyo. Maneno hayo yanadokeza pia kuwa lugha hiyo imetumiwa kutokana na kufasiliwa kuwa lugha ya biashara ingawa mfanyabiashara huyo anakiri kuwa inatumiwa zaidi kimaandishi. Hali hii kama ilivyokwishaelezwa imedhihirika katika baadhi ya maduka ambayo yana maandishi ya Kiingereza lakini lugha inayotumiwa kwa mawasiliano ni Kiswahili. Pamoja na hayo, data za utafiti huu zinadhihirisha kuwa matumizi ya lugha ya Kiingereza yanaonekana kuwa ya kimazoea zaidi ya kimawasiliano. Hali hii ni kutokana na kuwa majina ya biashara yanaandikwa kwa lugha ya Kiingereza lakini taarifa zingine za kibiashara hutolewa kwa lugha ya Kiswahili. Isitoshe, matumizi ya lugha ya Kiingereza kimazoea yanadhihirishwa na mahojiano yaliyofanywa na mtafiti kwa wafanyabiashara wachache waliotumia lugha ya Kiingereza. Mahojiano hayo yalifanywa ili kubaini sababu za wafanyabiashara hao kutumia lugha ya Kiingereza katika maduka yao. Wahojiwa wanne (04) ambao maduka yao yalikuwa na maandishi ya lugha ya Kiingereza walisema kuwa Kiingereza ndiyo lugha ya biashara ulimwenguni. Mfanyabiashara mmoja mwenye duka la nguo katika eneo la Kariakoo anasema:

Kiingereza ndio lugha ya biashara. Kiswahili kitatupeleka wapi katika karne hii ya utandawazi. Hata huko China tunakofuata hizi nguo Kiingereza kina msaada mkubwa sana kuliko Kiswahili.

(Mfanyabiashara wa duka la nguo, Kariakoo jijini Dar es Salaam).

Aidha, mfanyabiashara huyo anaonekana kutoa hoja zinazokinzana. Ingawa anasema kuwa Kiingereza ndiyo lugha ya biashara, alipoulizwa kuhusu lugha anayotumia kuwasiliana na wateja wake alitoa majibu tofauti. Mfanyabiashara huyo anasema kuwa wateja wengi anawasiliana nao kwa kutumia lugha ya Kiswahili. Lugha ya Kiingereza huitumia kwa wateja wachache wasioelewa lugha ya Kiswahili, kwa mfano

Wazambia na Wamalawi. Hata hivyo, wapo wateja wanaotoka nchi za nje wenye uelewa wa lugha ya Kiswahili. Wateja hao huwasiliana na wauzaji wa maduka kwa kutumia lugha ya Kiswahili. Hivyo basi, inaonekana katika baadhi ya maduka lugha ya Kiingereza inatumiwa kimazoea kuwa ni lugha ya biashara. Matumizi ya lugha ya Kiingereza kimazoea sio kwa nchi ya Tanzania pekee bali hata katika nchi zingine. Hoja hii inathibitishwa na Kasanga (2012) ambaye alichunguza sababu zinazochochea matumizi ya lugha ya Kiingereza katika mandhari-lugha ya nchi ya Jamhuri ya Kidemokrasia ya Kongo. Kasanga (keshatajwa) anasema kuwa kuna mazoea yaliyojengeka katika nchi mbalimbali, ikiwamo Jamhuri ya Kidemokrasia ya Kongo, kuwa lugha ya Kiingereza ina ushawishi wa kibiashara. Hivyo, wakati mwingine matumizi ya lugha ya Kiingereza hayategemei umahiri wa wateja bali mazoea yaliyojengeka miongoni mwa wafanyabiashara na jamii kwa ujumla kuhusu lugha hiyo.

Ingawa lugha ya Kiingereza imedhihirika kutumiwa katika mandhari-lugha ya eneo la utafiti kimazoea, kwa upande mwingine lugha hiyo imetumiwa kutambulisha makampuni makubwa ya kibiashara. Majina ya makampuni hayo yametumiwa kutangaza, kudumisha, na kuendeleza biashara yanazozifanya. Mifano ya makampuni hayo kama yalivyodhihirika katika mandhari-lugha ni *Tronic* inayohusika na vifaa vya umeme, *Xerox* inayohusika na mashine za kupigia chapa na kutolea nakala, na *Ceramics* inayohusika na vigae na vifaa vingine vya ujenzi. Makampuni mengine ni *Tecnobrain* inayotoa huduma za teknolojia ya habari na mawasiliano na *Generaltyre* inayohusika na matairi ya magari. Kama ilivyoelezwa katika nadharia ya semiotiki-jamii, lugha hutumiwa na wanajamii kuanzisha na kudumisha uhusiano baina yao (Halliday, 1978). Hivyo basi, lugha ya Kiingereza imetumiwa na wafanyabiashara kuanzisha mahusiano ya kibiashara kwa kutambulisha biashara zao kwa lugha hiyo.

Ushawishi wa kibiashara

Pamoja na kuwa lugha ya Kiingereza haitumiwi sana kwa mawasiliano ya kila siku nchini Tanzania ikilinganishwa na lugha ya Kiswahili (Brock-Utne, 2000; Roy-Campbell na Qorro, 1997), maneno ya Kiingereza yametumiwa kushawishi wateja kununua bidhaa zinazouzwa madukani. Isitoshe, maneno hayo ya Kiingereza yametumiwa kuwashawishi wateja kuwa huduma zinazotolewa katika maduka hayo ni nzuri na za kuridhisha. Hebu tuone kielelezo kifuatacho kwa ufafanuzi zaidi:

Kielelezo 11: Maandishi ya lugha ya Kiingereza mbele ya duka la samani lililoko Posta Jijini Dar es Salaam

Maneno ya Kiingereza *Royal Furnishers* yanayoonekana katika Kielelezo namba 11 yanaweza kutafsiriwa kwa Kiswahili kuwa ni *Wauzaji wa samani za hali ya juu* (TY). Kiwango hicho kinatokana na matumizi ya neno *royal* ambalo tafsiri yake kwa Kiswahili ni *a-kifalme* (TUKI, 2000). Neno hilo linawashawishi wateja kuwa samani zilizomo katika duka hilo ni za hadhi ya kifalme kwa hiyo ni nzuri na za kiwango cha juu. Jedwali lifuatalo linaonesha mifano mingine ya maneno ya Kiingereza yaliyodhihirika kutumiwa kwa ushawishi wa kibiashara katika eneo la utafiti.

Maneno ya Kiingereza	Tafsiri kwa Kiswahili (TY)	Bidhaa zinazouzwa
Service with a smile	Tunahudumu kwa tabasamu	Vifaa vya ujenzi
We care for your health	Tunajali afya yako	Dawa za binadamu
Perfect printing products	Vifaa bora vya kupigia chapa	Vifaa vya kupigia chapa
Royal tailoring accesories	Vifaa vya ushonaji vya hadhi ya juu	Vifaa vya ushonaji nguo
Original stella - enhancing your natural beauty	Stella halisi - hukuongezea urembo wako wa asili	Saluni ya kike
For you, classic boutique	Duka la nguo za kisasa kwa ajili yako	Nguo

Jedwali 2: Mifano ya Maneno ya Lugha ya Kiingereza Yaliyotumiwa kwa Ushawishi wa Kibiashara Jijini Dar es Salaam Chanzo: Data za uwandani

Mifano iliyotolewa katika jedwali namba 2 inadhihirisha jinsi maneno ya lugha ya Kiingereza yalivyotumiwa katika ushawishi wa kibiashara kwenye mandhari-lugha ya jiji la Dar es Salaam. Maneno yaliyokolezwa wino katika jedwali hilo huwashawishi wateja kuwa bidhaa au huduma zinazotolewa katika maduka hayo ni nzuri na za kuridhisha. Tukianza na neno *smile* ambalo tafsiri yake kwa Kiswahili ni *tabasamu*, limetumiwa katika duka la vifaa vya ujenzi kuonesha kuwa huduma zinazotolewa humo ni nzuri. Uzuri huo unatokana na kuwa neno *tabasamu* linamaanisha hali ya kuwa na furaha. Kwa hiyo, maandishi *tunahudumu kwa tabasamu* yanaashiria kuwa wateja katika duka hilo wanahudumiwa vizuri kwa sababu hatutegemei mtu afanye jambo baya huku akitabasamu. Nalo neno la Kiingereza *care* ambalo tafsiri yake kwa Kiswahili ni *jali*, limetumiwa kwenye duka la dawa. Neno hilo

linashawishi kuwa huduma zinazotolewa katika duka hilo zinategemea mahitaji ya kiafya ya wateja. Ushawishi huo wa kibiashara unadhihirika kwa kurejelea maneno *tunajali afya yako* yaliyoandikwa mbele ya duka hilo la dawa. Hali kadhalika, neno *perfect* ambalo kwa Kiswahili ni *bora*, limetumiwa katika duka la vifaa vya kupigia chapa kuwashawishi wateja kuwa vifaa hivyo ni bora. Kinyume cha neno bora ni duni. Kwa hiyo, matumizi ya neno hilo yanaweza kumaanisha kuwa vipo vifaa *duni* vya kupigia chapa lakini vinavyopatikana katika duka hilo ni vile vilivyo *bora*.

Maneno mengine ya Kiingereza ambayo kimatumizi yanalandana na neno *perfect* ni *royal*, *original*, na *classic*. Neno *royal* kwa mfano, katika muktadha huo wa uuzaji wa vifaa vya kushonea nguo linaweza kutafsiriwa kuwa ni hali ya kuwa katika hadhi ya juu. Neno hilo limetumiwa kuonesha kuwa bidhaa zinazouzwa katika duka hilo ni nzuri kwani ni za hadhi ya juu. Nalo neno *original* limetumiwa kuonesha kuwa rasta aina ya *stella* zinazouzwa katika saluni hiyo sio za bandia bali ni rasta halisi. Rasta hizo halisi humwongezea mteja urembo wake wa asili. Katika duka la nguo, neno la Kiingereza *classic* limetumiwa kuonesha kuwa nguo zinazouzwa katika duka hilo ni za kisasa. Kama ilivyoenezwa katika nadharia ya semiotiki-jamii, lugha hutumiwa na wanajamii kuanzisha uhusiano baina yao (Halliday, 1978). Maneno ya lugha ya Kiingereza yenye ushawishi wa kibiashara yametumiwa kujenga uhusiano chanya wa kibiashara kati ya wafanyabiashara na wateja wao.

Mawasiliano ya kielektroniki

Katika mandhari-lugha ya Posta na Kariakoo, lugha ya Kiingereza imedhihirika kuwa ni lugha kuu ya mawasiliano ya kielektroniki, kama vile katika simu, baruapepe, na hata faksi. Tukianza na mawasiliano kwa njia ya simu, kati ya maduka mia nne (400) yaliyochunguzwa, maduka mia moja thelathini na mbili (132), sawa na asilimia thelathini na tatu (33%), yalikuwa na maandishi yaliyoambatanishwa na namba za simu. Lugha zilizotumiwa kutambulisha namba hizo za simu ni Kiingereza na Kiswahili. Maneno ya lugha ya Kiingereza yaliyotumiwa ni *contact*, *tel* (*telephone*), *mob* (*mobile*), *call*, *cell*, na *hotline* ambayo yalirejelea namba za simu za wamiliki wa biashara zinazohusika. Kwa upande wa lugha ya Kiswahili, maneno *simu* au *kwa maelezo zaidi* yalitumiwa kurejelea namba za simu. Kielelezo kifuatacho kinaonesha uwiano wa matumizi ya lugha ya Kiingereza na ya Kiswahili katika utambulishaji wa namba za simu:

Kielelezo 12: Ulinganishi wa matumizi ya lugha ya Kiingereza na ya Kiswahili katika utambulishaji wa namba za simu

Kama inavyoonekana katika kielelezo namba 12, lugha ya Kiingereza imetumiwa kwa kiasi kikubwa kutambulisha namba za simu ikilinganishwa na lugha ya Kiswahili. Lugha hiyo ya Kiingereza imetumiwa katika maduka mia moja ishirini na tano (125) ambayo ni asilimia tisini na nne nukta saba (94.7%) ya maduka mia moja thelathini na mbili (132). Kwa upande wa Kiswahili, lugha hiyo imetumiwa kwenye maduka saba (07) tu ambayo ni sawa na asilimia tano nukta tatu (05.3%). Matumizi makubwa ya lugha ya Kiingereza katika utambulishaji wa namba za simu yanadhihirisha kuwa lugha hiyo inahusishwa na uwanja wa mawasiliano, hususani ya kielektroniki. Hali hii inaonekana katika baadhi ya maduka ambayo taarifa zingine zimeandikwa kwa lugha ya Kiswahili isipokuwa utambulishaji wa namba za simu pekee uliotolewa kwa lugha ya Kiingereza. Vilevile, matumizi ya lugha ya Kiingereza yametawala katika utoaji wa namba za faksi katika maduka. Maduka yaliyotoa namba za faksi ni thelathini na mbili (32). Kati ya maduka hayo, maduka thelathini na moja (31) ambayo ni asilimia tisini na sita nukta tisa (96.9%) neno la Kiingereza *fax* limetumiwa. Kwa upande wa lugha ya Kiswahili, neno la Kiswahili *faksi* limetumiwa katika duka moja (01) ambalo ni asilimia tatu nukta moja (3.1%).

Vivyo hivyo, katika utoaji wa anuani za baruapepe, lugha ya Kiingereza imedhihirika kutumiwa kwa kiasi kikubwa. Kati ya maduka ishirini na mbili (22), neno *email* limetumiwa katika maduka ishirini na moja (21) ambayo ni asilimia tisini na tano nukta tano (95.5%). Nalo, neno la Kiswahili *baruapepe* limetumiwa kwenye duka moja (01) tu ambalo ni sawa na asilimia nne nukta tano (04.5%). Mchakato wa kupeana namba za simu, anuani za baruapepe, na faksi unaonesha jinsi lugha ya Kiingereza ilivyotumiwa kuendeleza na kudumisha mawasiliano kati ya wafanyabiashara na wateja wao. Hii ni dhima mojawapo ya lugha kama ilivyoelezwa katika nadharia ya semiotiki-jamii, hususani katika dhima za kimtagusano-nafsi (Halliday, 1978). Matumizi ya lugha ya Kiingereza katika utoaji wa namba za simu, anuani za faksi, na baruapepe yanadokeza kitu fulani zaidi ya utoaji wa anuani hizo. Kama wanavyosema Laundry na Bourhis (1977), matumizi ya lugha katika mandhari-lugha yanaweza kuwa na maana zaidi ya taarifa zinazodhihirika kwa uwazi na kufunua ukurasa mwingine wa taarifa za kiishara. Kwa mtazamo huu tunaweza kusema kuwa matumizi ya lugha ya Kiingereza katika mandhari-lugha ya Posta na Kariakoo yanaashiria kuwa lugha hiyo inahusishwa na usasa na maendeleo ya sayansi na teknolojia. Hali hii ni kutokana na kuwa lugha ya Kiingereza imetumiwa kutambulisha njia hizo za kisasa za mawasiliano, yaani namba za simu, baruapepe, na faksi. Hizi ni njia za kisasa zaidi za mawasiliano zikilinganishwa na njia zingine, kama vile, barua na mazungumzo ya ana kwa ana.

Utoaji wa taarifa za kibiashara

Lugha ya Kiingereza imetumiwa katika mandhari-lugha ya eneo la utafiti kutoa taarifa mbalimbali za kibiashara. Mathalani, taarifa kuhusu aina za bidhaa zilizomo madukani pamoja na muda wa saa za kazi. Chunguza kielelezo kifuatacho kwa ufafanuzi zaidi:

Kielelezo 13: Maandishi ya lugha ya Kiingereza mbele ya duka la vifaa vya kuandikia na vifaa vingine Kariakoo Jijini Dar es Salaam

Hali kadhalika, katika kielelezo namba 13 lugha ya Kiingereza imetumiwa kutoa taarifa mbalimbali za kibiashara. Maneno ya Kiingereza *WHOLESALE* na *RETAIL* ambayo tafsiri yake kwa Kiswahili ni *JUMLA* na *REJAREJA* (TUKI, 2000), yametumiwa kutoa taarifa kuhusu jinsi ya uuzaji wa bidhaa katika duka hilo. Mteja anaweza kununua bidhaa zilizomo dukani kwa jumla au rejareja. Isitoshe, lugha hiyo ya Kiingereza imetumiwa kuonesha bidhaa zinazopatikana katika duka hilo. Bidhaa hizo ni kadi za salamu (*Greeting cards*), zawadi (*Gift Items*), vifaa vya kuandikia (*Stationery*) na midoli (*Toys*). Hivyo basi, lugha ya Kiingereza imetumiwa katika mandhari-lugha ya Dar es Salaam kutoa taarifa mbalimbali za kibiashara. Kama inavyofafanuliwa katika nadharia ya semiotiki-jamii (Halliday, 1978), lugha ni chombo kinachotumiwa na wanajamii kuanzisha uhusiano baina yao. Kwa mantiki hiyo, lugha ya Kiingereza imetumiwa na wafanyabiashara kuanzisha uhusiano wa kibiashara baina yao na wateja kwa kutoa taarifa mbalimbali za kibiashara kwa kutumia lugha hiyo.

Hitimisho

Makala hii imedhihirisha kuwapo kwa matumizi ya wingilugha katika mandhari-lugha ya jiji la Dar es Salaam, hususani katika uwanja wa biashara. Lugha zilizodhihirika kutumiwa ni saba ambazo ni Kiingereza, Kiswahili, Kiarabu, Lugha za asili, Kichina, Kihindi, na Kikorea. Nayo lugha ya Kiingereza imetawala kimatumizi ikifuatiwa na lugha ya Kiswahili kisha lugha zingine zimetumiwa kwa kiasi kidogo sana. Baadhi ya dhima zimedhihirika kushabihiana kati ya lugha ya Kiingereza na ya Kiswahili, kwa mfano; ushawishi wa kibiashara pamoja na utambulisho na utoaji wa taarifa mbalimbali za kibiashara. Kwa upande wa lugha ya Kiingereza imedhihirika kuhusishwa na mawasiliano ya kielektroniki. Nayo lugha ya Kiswahili imetumiwa kama lugha ya ukaribisho, uchanuzaji wa imani za kidini, na utoaji wa taarifa mbalimbali, kama vile kuhamishwa kwa biashara. Hata hivyo, mjadala katika makala hii unaonesha kwamba ingawa lugha ya Kiingereza ndiyo

inayotawala katika mandhari-lugha ya eneo la utafiti, matumizi yake ni ya kiishara zaidi ya kimawasiliano. Lugha hiyo inahusishwa na usasa na maendeleo ya sayansi na teknolojia. Aidha, Kiswahili imedhihirika kuwa ndiyo lugha inayoweza kuwafikia watu wengi katika eneo la utafiti. Hali hii ni kutokana na kwamba taarifa zilizohitajika kuwafikia watu wengi zilitolewa kwa Kiswahili, mfano hadhari na uhamishaji wa biashara.

Marejeo

- Akindede, D. O. (2011). Linguistic landscapes as public communication: A study of public signage in Gaborone Botswana. *International Journal of Linguistics*, 3(1), 1-11.
- Awasthi, J. (2007). Second language acquisition: Where we are heading to. *Journal of Nelta*, 12(1&2), 13-17.
- Backhaus, P. (2007). *Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Ben-Rafael, E.; Shohamy, E.; Amara, M. H. & Trumper-Hecht, N. (2006). Linguistic landscape as a symbolic construction of the public space: The case of Israel. *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 52-66.
- Brock-Utne, B. (2000). *Whose education for all? Recolonization of the African mind*. New York: Falmer Press.
- Cenoz, J. & Gorter, D. (2008). The linguistic landscape as an additional source of input in second language acquisition. *IRAL*, 46, 267-27.
- Edelman, L. (2010). *Linguistic andscape in the Netherlands: A study of multilingualism in Amsterdam and Friesland*. Amsterdam: Landelijke OnderzoekSchool Taalwetenschap.
- Halliday, M. A. K. (1978). *Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning*. Baltimore: University Park Press.
- Huebner, T. (2006). Bangkok's linguistic landscapes: Enviromental print, codemixing and language change. In D. Gorter (Ed.), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism* (pp. 31-52). Clevedon: Multilingual Matters.
- Huebner, T. (2009). A framework for the linguistic analysis of linguistic landscapes. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic-landscapes: Expanding the scenery* (pp. 70-87). New York: Taylor and Francis:.
- Kasanga, L. A. (2012). English in the Democratic Republic of Congo. *World Englishes*, 31(1), 48-69.
- King'ei, K. (2010). *Misingi ya Isimujamii*. Dar es Salaam: Taasisi ya Taaluma za Kiswahili.

- Landry, R. & Bourhis R. (1997). Linguistic landscapes and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23-49.
- Legère, K. (1992). Language shift in Tanzania. In B. Matthias (Ed.), *Language death: Factual and theoretical explorations with special reference to East Africa* (pp. 99-115). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Mekacha, R. (2011). *Isimujamii: nadharia na muktadha wa Kiswahili*. Dar es Salaam: Taasisi ya Uchunguzi wa Kiswahili.
- Msanjila, Y. P. (2003). Kushuka kwa hadhi ya lugha za jamii nchini Tanzania. *Nordic Journal of African Studies*, 12(3), 296-309.
- Muth, S. (2008). Multiethnic but multilingual as well? The linguistic landscape of Vilnius. *Norddeutsches Linguistisches Kolloquium*, 9, 121-141.
- Rosendal, T. (2010). Linguistic landscapes: A comparison of official and non-official language management in Rwanda and Uganda, focusing on the position of African languages. PhD, Gothenburg University.
- Roy-Campbell, Z. & Qorro, M. (1997). *The language crisis in Tanzania: The myth of English versus education*. Dar es Salaam: Mkuki na Nyota Publishers.
- TUKI. (2000). *Kamusi ya Kiingereza - Kiswahili*. Dar es Salaam: Taasisi ya Uchunguzi wa Kiswahili.
- TUKI. (2004). *Kamusi ya Kiswahili Sanifu*. Dar es Salaam: Taasisi ya Uchunguzi wa Kiswahili.
- Zhang, Jun. 2005. On general principles of second language acquisition. *Sino-US English Teaching*, 2(7), 20-24.