ISSN 2348-3156 (Print)
International Journal of Social Science and Humanities Research ISSN 2348-3164 (online)
Vol. 14, Issue 4, pp: (122-133), Month: October - December 2026, Available at: www.researchpublish.com

Dhima za Maana za Kipragmatiki katika Tambo za Mashabiki wa Mpira

[1]Emiliana Orest Ngowi, [2]Dkt. Mussa Omary Amanzi

[1]Mhitimu, Idara ya Kiswahili, Chuo Kikuu cha Waislamu cha Morogoro, S.L.P 1031, Morogoro, Tanzania, 0757838085

[2]Idara ya Kiswahili, Chuo Kikuu cha Waislamu cha Morogoro, S.L.P 1031, Morogoro, Tanzania, 0713697564

DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.23414330

Published Date: 16-October-2026

Ikisiri: Utafiti huu, ulichunguza dhima za maana za kipragmatiki katika tambo za mashabiki wa mpira wa miguu, kwa kuzingatia mifano kutoka kwa mashabiki wa timu za Simba na Yanga. Maana za kipragmatiki zina nafasi muhimu katika kufafanua ujumbe uliokusudiwa na wazungumzaji kulingana na muktadha wa matumizi ya lugha. Katika tambo za mashabiki wa mpira, maana hizi hutumika kuonesha hisia, mitazamo, utambulisho wa mashabiki, ushindani na msimamo wao dhidi ya timu pinzani. Aidha, tambo hizo zinaweza kutumika katika kuhamasisha timu, kujenga mshikamano miongoni mwa mashabiki, kudhihaki wapinzani na kuonesha kujiamini kuhusu ushindi wa timu zao. Utafiti huu ulitumia mkabala wa kitaamuli katika ukusanyaji na uchanganuzi wa data. Data zilichanganuliwa kwa kuzingatia muktadha wa matumizi ya tambo na maana zinazokusudiwa na mashabiki. Pia, katika kujibu maswali ya utafiti, ilitumika Nadharia ya urekebishaji mawasiliano kama mwongozo wa kutafuta ufumbuzi wa tatizo. Matokeo ya uchambuzi yanaonesha kuwa tambo hizo hubeba na kuwasilisha dhima mbalimbali za kipragmatiki zinazochangia katika ujenzi na uimarishaji wa mawasiliano ndani ya makundi ya mashabiki. Dhima ya kwanza ilikuwa ni dhima ya utambulisho na mshikamano wa kikundi, dhima ya kuhamasisha na kuchochea hisia, dhima ya burudani na ucheshi wa lugha na mwisho dhima ya ubunifu wa lugha. Matokeo pia yalionesha kuwa maarifa ya awali ya wasikilizaji kuhusu timu, wachezaji, historia ya mechi na ushindani uliopo kati ya timu mbalimbali husaidia kufasiri ujumbe uliokusudiwa katika tambo. Hivyo, tasnifu hii ina mchango mkubwa katika taaluma ya Isimu ya Kiswahili na inatarajiwa kuongeza uelewa kuhusu nafasi ya pragmatiki katika kuchambua lugha inayotumiwa na mashabiki wa mpira wa miguu na namna lugha hiyo inavyotekeleza dhima mbalimbali za kimawasiliano katika jamii.

1. UTANGULIZI

Kwa mujibu wa Halliday (1994), lugha ni mfumo wa kisemiotiki wa kijamii unaotumiwa na binadamu kuwasiliana na kutengeneza maana katika mazingira mbalimbali ya kijamii. Matumizi ya lugha hutofautiana kulingana na mazingira ya mawasiliano, uhusiano baina ya wazungumzaji na lengo la mawasiliano husika. Katika taaluma ya isimu, pragmatiki ni tawi linalochunguza namna maana inavyopatikana na kufasiriwa kwa kuzingatia muktadha wa matumizi ya lugha. TUKI (2004), anaeleza kuwa, maana ya maana ni nomino iliyo na maana ya tafsiri ya kitu au jambo, maelezo ya kufanya jambo lieleweke waziwazi, sababu au kisa na heshima, akili, busara na vilevile kusudio. Hivyo maana ni neno linalodokeza fahiwa nyingi (Rej: Matinde (2012) akiwanukuu Ogden na Richards (1923). Kwa mfano, Crystal (1987) ametumia sentensi tofauti kuonesha jinsi neno maana linavyodokeza fahiwa mbalimbali. Kwa ujumla, katika sentensi hizo, neno maana hurejelea kama: Fasili, hoja, ujumbe, ishara, mwitiko na ukweli. Maelezo hayo yana maana kwamba, neno maana ni tata kwa sababu hudokeza fahiwa nyingi zisizo na ukomo. Hata hivyo, licha ya utata huo Matinde (keshatajwa) anaonesha kuwa uchunguzi wa maana ni sehemu muhimu katika taaluma ya Isimu maana. Kwani, taaluma hii huchunguza jinsi maneno na sentensi hudokeza maana katika hali anuwai za kila siku kupitia maneno, tungo usemi na hata matini. Licha ya umuhimu huo ulioelezwa katika kuchunguza maana ya maana; bado kuna ugumu wa kupata maana ya neno maana. Hii ni kwa sababu, neno hilo limeelezwa tofauti kulingana na tofauti za taaluma (taz. Amanzi, 2022).

ISSN 2348-3156 (Print)
International Journal of Social Science and Humanities Research ISSN 2348-3164 (online)
Vol. 14, Issue 4, pp: (122-133), Month: October - December 2026, Available at: www.researchpublish.com

Aidha, katika taaluma ya sarufi, maana huchunguzwa kupitia taaluma ya semantiki na taaluma ya pragmatiki. Katika taaluma ya semantiki, maana zinazochunguzwa ni zile maana msingi na maana ziada kutoka katika maana msingi katika kiwango cha neno na sentensi (Massamba, 2004). Katika taaluma ya pragmatiki, maana zinazochunguzwa ni zile maana zinazotokana na makusudio ya msemaji na kama zinavyotafsiriwa na msikilizaji kulingana na muktadha husika (Amanzi, 2022). Maana katika taaluma ya pragmatiki huchunguzwa katika vipengele mbalimbali kama vile: Kipengele cha umaanilizi, udhanilizi, uchopezi, uolezi, ualamizi, tendo uneni n.k. Uwepo wa vipengele hivyo tofauti ni ishara kuwa maana hizo huangaliwa kwa jicho tofauti. Hii ina maana kuwa, vipengele hivyo vya kipragmatiki ndivyo vinavyotumika katika uchambuzi wa maana hizo zinazotokana na makusudio ya msemaji na namna alivyotafsiri msikilzaji katika muktadha husika (Willen 2006). Maaana za kipragmatiki zinaweza kuchunguzwa katika nyanja tofauti za kimawasiliano miongoni mwa nyanja hizo ni michezo, biashara, siasa n.k.

Katika michezo maana za kipragmatiki zinaweza kuchunguzwa kupitia lugha ya michezo au lugha za mashabiki wa michezo hiyo. Miongoni mwa lugha za Mashabiki wa michezo ni tambo za mashabiki hao. Tambo za mashabiki wa mpira wa miguu zimebeba maana mbalimbali za kipragmatiki. Vilevile, tambo za mashabiki ni aina ya matamshi au kauli ambazo mashabiki huzitumia katika muktadha wa michezo hasa mpira wa miguu, kwa nia ya kuonesha hisia, msisimko, au kuathiri mazingira yanayowazunguka. Hii inaonesha kuwa lugha ya mashabiki ni zaidi ya taarifa ni zana ya kijamii, kihisia, na kiutambulisho (Kibe 2013). Mpira wa Miguu Tanzania ni mchezo ambao ulianzishwa na shirikisho la soka Tanganyika (TFA) mwaka 1930 na kuhusishwa kwenye shirikisho la mpira duniani (FIFA) mwaka 1968 (Ricky, 2014). Mashabiki wa mpira wa miguu Tanzania hususani, wa vilabu vikubwa vya Simba na Yanga hawaishiwagi maneno ya tambo pindi linapokuja swala la kutetea nembo ya klabu zao wanazoshabikia (Issavibe, 2025).

Aidha, zipo tafiti mbalimbali zilizochunguza vipengele vya kipragmatiki (taz. Khavai, 2017; Kibiki na Malangwa 2018; Ngari, 2022; Katui, 2020; Kopkoech, 2021; Kibiki na Malangwa, 2021 kwa uchache). Tafiti hizo zimebainisha vipengele hivyo na kuchambua maana mbalimbali kutoka katika vipengele hivyo vya kipragmatiki. Kwa mfano, Kibiki na Malangwa (2020) walichunguza kipengele cha kialami pragmatiki na kuchambua maana zake. Pamoja na tafiti hiyo, kumekuwa na mkanganyiko mkubwa wa uchambuzi wa maana hizo kiasi cha kupelekea kutoeleweka msingi wa maana hizo ni upi hasa? Kwa mfano, Kevogo na Mwenje (2023) katika uchambuzi wao wa maana za kipragmatiki katika maneno ya kidini wanataja maneno kwa mfano, neno "inua" wanasema maana ya kiisimu ni *kuleta kitu kilicho mahali palipo chin*i lakini maana ya kipragmatiki ya kidini ni *kubadilika kutoka katika hali duni na kuwa katika hali bora*. Ukichunguza maana ya kipragmatiki iliyoelezwa ni kama upanuzi wa maana tu ambayo inatokana na maana msingi, yaani ni maana ya ziada kutoka maana msingi. Maana ya ziada kutoka katika maana msingi ni uchambuzi wa maana za kisemantiki na sio za kipramatiki (Rej: Habwe na Karanja, 2004; Ngari, 2022). Kutokana na upitiaji wa maandiko mbalimbali yanayohusiana na utafiti huu, mtafiti alibaini kuwa kuna maana za kipragmatiki katika tambo za mashabiki wa mpira ambazo hazikuelezwa katika tafiti mbalimbali. Kutokana na hilo mtafiti aliona kuna haja ya kuchunguza zaidi maana za kipragmatiki katika tambo za mashabiki wa mpira ili kubainisha tambo za kipragmatiki ambazo hazikuelezwa katika tafiti tangulizi pamoja na kuweka bayana dhima za maana hizo. Hivyo makala hii iliongozwa na malengo mahususi mawili, Kwanza, kuainisha vigezo vinavyounda maana za kipragmatiki katika tambo za mashabiki wa mpira. Pili, kubainisha maana za kipragmatiki katika tambo za mashabiki wa mpira.

2. KIUNZI CHA NADHARIA

Nadharia ya Urekebishaji Mawasiliano (NUM) iliyoasisiwa na Giles (1973). Kulingana na nadharia hii, vipengele vya kisaikolojia na vya kijamii huhusishwa na kuwekwa pamoja katika kuamua mtindo wa mawasiliano kwa ajili ya mwingiliano au mtagusano wa kijamii. Katika maendeleo yake, nadharia hii ilitumiwa katika uchunguzi na uchanganuzi wa mambo mbalimbali. Nadharia hii huyagusia pia masuala yanayohusiana na utambulisho wa wanajamii kwa kuzingatia mizizi ya imani, utamaduni na itikadi katika uamuzi wa matumizi ya lugha. Giles anaongeza kuwa vigezo vya kiutambuzi husababisha mzungumzaji kukimbilia kubadili na kuchanganya msimbo pamoja na mabadiliko yoyote yanayoweza kujitokeza katika mazungumzo. Lengo kuu la mabadiliko hayo ni kusisitiza au kupunguza tofauti za kijamii katika mawasiliano. Mathalani, mtu akitaka kukubalika katika hali yoyote ya kijamii anapaswa kutumia mbinu makutano ambapo hujitahidi kufanikisha mawasiliano yake na watu wa jamii husika kwa kujinasibisha nao. Kwa upande mwingine, mtu akiona kuwa hana haja ya kukubaliwa na wanajamii fulani anatumia mbinu muachano ambazo humtofautisha nao kabisa.

Kwa kuzingatia maelezo ya msingi ya NUM ya Giles (1973), nadharia hii imejikita katika misingi ifuatayo: Mosi, nadharia hii inachukulia lugha kama kitambulisho cha jamii. Pili, nadharia hii inachukulia kuwa, mawasiliano hufanyika kwa

ISSN 2348-3156 (Print)
International Journal of Social Science and Humanities Research ISSN 2348-3164 (online)
Vol. 14, Issue 4, pp: (122-133), Month: October - December 2026, Available at: www.researchpublish.com

kuzingatia kanuni mbalimbali. Hii ina maana kwamba, ili lengo la mawasiliano liweze kufikiwa hakuna budi kuzingatia kanuni mbalimbali za mawasiliano. Tatu, nadharia hii inatazama kuwa, mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika. Kwa kuzingatia misingi hiyo, utafiti huu ulitumia misingi miwili (msingi wa pili na msingi wa tatu) katika kuchambua na kuwasilisha data kuhusu maana za kipragmatiki katika tambo za mashabiki wa mpira huku mifano ikitazamwa kwa mashabiki wa Simba na Yanga. Hii ni kwa sababu, misingi hiyo imejikita katika kutazama namna mawasiliano yanavyofanyika.

Dhima za Maana za Kipragmatiki katika Tambo za Mashabiki wa Mpira

Sehemu hii inawasilisha uchambuzi wa data kwa kuzingatia lengo la tatu la utafiti, ambalo lililenga kuchumbua dhima za maana za kipragmatiki katika tambo za mashabiki wa mpira wa Simba na Yanga. Uchambuzi huu umejikita katika namna matumizi ya lugha yanavyozalisha maana zinazotegemea muktadha wa kijamii, kitamaduni na kimawasiliano miongoni mwa mashabiki hao. Matokeo ya uchambuzi yanaonesha kuwa tambo hizo hubeba na kuwasilisha dhima mbalimbali za kipragmatiki zinazochangia katika ujenzi na uimarishaji wa mawasiliano ndani ya makundi ya mashabiki.

Kwa ujumla, dhima nne kuu zimebainishwa, ambazo ni: kujenga na kudumisha utambulisho na mshikamano wa kikundi; kuhamasisha na kuchochea hisia za mashabiki; kutoa burudani kupitia ucheshi na ubunifu wa lugha; kudhibiti mienendo ya wanakundi pamoja na kutoa onyo; na kuibua ubunifu wa lugha unaodhihirisha umahiri wa kimawasiliano. Dhima hizi zilichambuliwa na kuwasilishwa kwa kuzingatia msingi wa tatu wa (NUM). Pia, dhima zinaakisi namna lugha inavyotumika si tu kama chombo cha mawasiliano, bali pia kama nyenzo ya kijamii inayobeba maana fiche, msimamo, na mikakati ya kiutendaji inayotegemea muktadha husika. Hivyo, tambo za mashabiki zinaibuka kama eneo muhimu la uchunguzi wa maana za kipragmatiki katika mazingira halisi ya matumizi ya lugha.

Dhima ya Utambulisho na Mshikamano wa Kikundi

Kwa mujibu wa Tajfel na Turner (1979), lugha inaweza kutumika kama nyenzo muhimu ya kujenga na kuonesha utambulisho wa kijamii pamoja na mshikamano wa kikundi, ambapo watu hujitambulisha kupitia alama, mitazamo na mitindo ya usemi inayowaunganisha na kundi fulani. Aidha, Bucholtz na Hall (2005) wanaeleza kuwa utambulisho hujengwa na kuwasilishwa kupitia matumizi ya lugha katika muktadha wa kijamii, ambapo watumiaji wa lugha hutumia mikakati mbalimbali kama vile kujitambulisha moja kwa moja, matumizi ya viwakilishi vya umoja na wingi, pamoja na lugha ya hisia ili kudhihirisha uanachama wao. Katika data za mashabiki wa mpira wa miguu, ilibainika kwamba mashabiki hutumia lugha kwa ubunifu ili kujitambulisha na timu zao, kujenga mshikamano wa kikundi, na kuonesha hisia kali za uhusiano na timu husika. Kauli zao zinaakisi si tu utambulisho wa mtu binafsi bali pia utambulisho wa pamoja unaojengwa kupitia lugha ya ushabiki. Jedwali Na. 4.9 linaonesha data hizi.

Jedwali Na. 4.9: Data za Utambulisho na Mshikamano wa Kikundi

Na.	Data/Kauli za Shabiki	Namna ya Utambulisho
1	“Kikosi chetu ni hatari sio kama chao.”	Matumizi ya kiwakilishi cha wingi “chetu” yanaonesha utambulisho wa pamoja na mshikamano wa kikundi.
2	“Timu yetu sio mabua; hatuwezi kupoteza leo.”	Matumizi ya *“yetu”* yanaonesha uanachama wa moja kwa moja na kujiunganisha na timu.
3	“…tunahitaji timu yoyote ile tukutane nayo… Hatuchagui.”	Matumizi ya *“tunahitaji” na “hatuchagui”* yanaonesha mshikamano na kujiamini kama kundi.
4	“Sisi tunamfunga kama kawaida.”	Matumizi ya “sisi” yanaashiria utambulisho wa kikundi na uzoefu wa pamoja.
5	“Hao ndio wanaotupa furaha.”	Matumizi ya “wanaotupa” yanaonesha uhusiano wa kihisia kati ya mshabiki na timu.

Chanzo: Uwandani (2025)

Jedwali Na. 4.9 linaonesha data kuhusu namna mashabiki wa mpira wanavyojijenga kiutambulisho kupitia kauli zao mbalimbali uwanjani na katika mahojiano ya mashabiki. Kauli hizi zinaonesha jinsi lugha inavyotumika kama chombo cha kujitambulisha, kujenga mshikamano wa kikundi, kuimarisha uhusiano wa kiitikadi na timu husika, pamoja na kuonyesha hisia za kiushabiki. Aidha, baadhi ya kauli hizo hubeba misingi ya utani, kejeli, hisia kali, na msimamo wa kijamii unaoambatana na ushindani wa soka kati ya timu pinzani. Data hizi zimefafanuliwa kwa undani kama ifuatavyo:

Katika data hapo juu, kuna semi zinazotokana na uolezi. Uolezi mara nyingi hutumika kuonesha namna mashabiki au wanajamii wanavyojinasibisha na kundi lao pamoja na kuonesha mshikamano dhidi ya makundi mengine. Kupitia matumizi ya lugha, wazungumzaji huweza kuonesha hisia za kujivunia, uaminifu, ushindani na utambulisho wa pamoja katika mazingira mbalimbali ya kijamii kama vile michezo. Data ifuatayo kutoka katika jedwali inaonesha namna msemaji anavyojenga utambulisho wa kikundi chake kupitia matumizi ya lugha ya kulinganisha na kujisifu.

" Kikosi chetu ni hatari sio kama chao."

Chanzo: SHKPK

Kauli "Kikosi chetu ni hatari sio kama chao" inaonesha matumizi ya kiwakilishi "chetu" kinachomjumuisha msemaji ndani ya kikundi na kuimarisha mshikamano na utambulisho wa pamoja, huku ikijenga upambanuzi wa wazi kati ya "sisi" na "wao" na kusisitiza ubora wa timu katika muktadha wa ushindani wa soka. Kwa mujibu wa Hymes (1974), maana ya lugha hutegemea muktadha wa matumizi. Brown na Levinson (1987), wanaeleza kuwa, matumizi ya lugha huimarisha utambulisho wa kikundi kwa kujenga mshikamano wa ndani huku yakitofautisha na kudhalilisha kundi la nje. Maelezo haya yanashadidiwa na Nadharia ya NUM, inayoamini kuwa, mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika. Kwa hiyo, msemaji hutumia mkakati wa kulinganisha ili kuimarisha mshikamano wa kikundi chake. Maana ya kipragmatiki ya usemi huu ni kwamba msemaji anamdhalilisha na kumdunisha mpinzani kwa kuonesha kuwa ni dhaifu na amezoea kushindwa, huku akijenga taswira ya ubora na ushindi endelevu wa timu yake.

" Timu yetu sio mabua; hatuwezi kupoteza leo."

Chanzo: SHKPN

Maana ya kipragmatiki ya usemi huu ni kwamba msemaji anahamasisha na kujiamini kwa timu yake na mashabiki wake, huku akisisitiza kuwa ushindi ni wa lazima na kushindwa si chaguo. Kwa mujibu wa Hymes (1974), maana ya kauli hutegemea muktadha wa matumizi. Kauli "Timu yetu sio mabua; hatuwezi kupoteza leo" inaonesha matumizi ya lugha ya kuhamasisha na kujenga mshikamano wa kikundi, ambapo msemaji anaonesha imani kubwa, kujivunia timu yake kama yenye nguvu na isiyoweza kushindwa katika mazingira ya ushindani wa soka. Maana hii inaelezeka vizuri kupitia nadharia ya NUM, inayoamini kwamba mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika.

Hivyo, kauli hii inaonesha wazi utambulisho wa shabiki anayejihusisha moja kwa moja na klabu mojawapo kupitia matumizi ya viwakilishi vya umiliki na nafsi ya wingi kama "yetu" na "hatuwezi," vinavyojenga hisia ya umiliki na mshikamano wa kikundi. Maana fiche ya kauli hii inaakisi kiwango cha juu cha kujiamini, matumaini na msimamo thabiti wa ushindi, ambapo usemi "sio mabua" hutumika kama tamathali ya kudharau udhaifu na kusisitiza uimara wa timu, huku "hatuwezi kupoteza leo" ikiimarisha ari ya pamoja na mtazamo wa ushindani.

"…tunahitaji timu yoyote ile tukutane nayo.… Hatuchagui".

Chanzo: SHKKK

Kauli "…tunahitaji timu yoyote ile tukutane nayo… Hatuchagui" inaonesha matumizi ya viwakilishi vya nafsi ya wingi kama "tunahitaji" na "hatuchagui" vinavyodhihirisha ujumuishaji wa msemaji ndani ya kundi na kuhalalisha mshikamano wa pamoja katika muktadha wa ushindani wa soka. Kisemantiki, "mabua" ni kitu kisicho na nguvu, lakini kimuktadha linatumika kuashiria udhaifu wa timu pinzani. Nadharia ya NUM inaamini kuwa mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika. Hii inaonesha kuwa lugha inatumika kuchochea hisia na kujenga matumaini. Kidhamira, kauli hii inaonesha utambulisho wa mshabiki kupitia matumizi ya nafsi ya wingi kama "tunahitaji" na "hatuchagui," vinavyojenga mshikamano wa kikundi, kujiamini na mtazamo wa ushindani usio na hofu dhidi ya wapinzani. Msemaji anajiweka kama sehemu ya timu au kundi la mashabiki, akionesha utayari wa kukabiliana na changamoto bila ubaguzi. Maana fiche ya kauli hii inaashiria ujasiri, umoja na imani ya pamoja katika uwezo wa timu. Kipragmatiki, kauli hii inalenga kuhamasisha, kujitambulisha na kuhalalisha msimamo wa kikundi katika muktadha wa ushindani wa soka.

" Hao ndio wanaotupa furaha ."

Chanzo: SHKKN

ISSN 2348-3156 (Print)
International Journal of Social Science and Humanities Research ISSN 2348-3164 (online)
Vol. 14, Issue 4, pp: (122-133), Month: October - December 2026, Available at: www.researchpublish.com

Kauli “hao ndio wanaotupa furaha, matumizi ya urejeleo “wanaotupa” inaashiria ujumuishaji wa kihisia kati ya mshabiki na timu, hivyo lugha hutumika kuhalalisha uhusiano wa karibu na mshikamano wa kikundi katika mazingira ya ushabiki wa soka. Kwa mtazamo wa Hall (1997), utambulisho hujengwa kupitia alama za kihisia na kitamaduni, ambapo hapa furaha inakuwa kiashiria cha uhusiano huo. Aidha, Bucholtz na Hall (2005) wanaeleza kuwa utambulisho hutengenezwa kupitia lugha ya hisia na nafasi ya kijamii. Katika mtazamo wa Brown na Gilman (1960), matumizi ya lugha ya karibu huimarisha mshikamano kati ya mshabiki na timu. Kwa mtazamo wa NUM, kuwa mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika.

Kauli hii inaonesha utambulisho wa kihisia wa mshabiki kupitia uhusiano wa karibu kati yake na timu, ambapo matumizi ya “wanaotupa” yanaashiria kuwa furaha ya mshabiki hutokana moja kwa moja na mafanikio ya timu. Msemaji anajihusisha na kundi kwa mtazamo wa pamoja, akionesha kuwa hisia zake zimefungamanishwa na utendaji wa timu. Maana fiche ya kauli hii ni kwamba timu si chombo cha burudani tu bali chanzo cha hisia, utambulisho na kuridhika kijamii.

Dhima ya Kuhamasisha na Kuchochea hisia

Kwa mujibu wa Aristotle (2007), lugha inaweza kutumika kama nyenzo ya kushawishi, kuhamasisha na kuchochea hisia za wasikilizaji kupitia mbinu za kisanaa zinazolenga kugusa hisia na kuibua mwitikio wa kihisia. Aidha, Wodak (2001) anaeleza kuwa watumiaji wa lugha hutumia mikakati kama kujigamba, kusisitiza, kurudia na matumizi ya lugha yenye hisia kali ili kujenga msukumo na uhamasishaji katika makundi ya kijamii. Katika data za mashabiki wa mpira wa miguu, ilibainika kwamba mashabiki hutumia lugha kwa namna ya kuchochea ari, kuimarisha kujiamini na kuhamasisha wenzao kuelekea ushindi, hasa katika mazingira ya ushindani mkali. Kauli zao zinaonesha matumizi ya lugha yenye msisitizo, matumaini na uhakika unaolenga kuibua nguvu ya pamoja ya kikundi. Jedwali Na. 4.10 linaonesha data zinazohusiana na matumizi haya ya maana kadirifu katika tambo za mashabiki wa mpira.

Jedwali Na. 4.10: Data za Kuhamasisha na Kuchochea Hisia

Na.	Data/Kauli za Shabiki	Mbinu ya Hamasa na Hisia
1	“Nakuahidi, mnyama analiwa leo kweupe.”	Uhakika na msisitizo (kujenga imani na kuhamasisha ushindi)
2	“Mechi ya tarehe 16… tunampiga mtu nyingi sana… nina kikosi kikali sana.”	Msisitizo na matumizi ya lugha yenye hisia kali (kuongeza ari na kujiamini)
3	“Kwa kikosi hiki, lazima mpinzani achapike nyingi.”	Kusisitiza ubora (kujenga matumaini na nguvu ya ushindi)
4	“Kikosi chetu ni hatari sio kama chao.”	Kujigamba na kulinganisha (kuimarisha utambulisho wa kundi na ari ya ushindani)
5	“Sisi tunamfunga kama kawaida.”	Kurudia na kudokeza uzoefu wa ushindi (kuhamasisha kwa msingi wa mafanikio ya awali)

Chanzo: Uwandani, 2025

Jedwali Na. 4.10 linaonesha data kuhusu namna mashabiki wa timu za Simba na Yanga wanavyotumia lugha ya hamasa na hisia ili kuchochea ari, ujasiri na mshikamano wa kiushabiki kabla na wakati wa michezo. Kauli hizi zinaonesha matumizi ya lugha ya kujigamba, kujiamini, na kuhamasisha kikundi, ambapo mashabiki hujenga taswira ya ushindi wa uhakika, matumaini makubwa, na msukumo wa pamoja wa kupambana dhidi ya wapinzani. Aidha, baadhi ya kauli hizo husisitiza mshikamano wa kikundi na nia ya kuvunja rekodi au “mwiko” wa matokeo ya awali, jambo linaloongeza hisia za ushindani mkali katika soka. Data hizi zimefafanuliwa kwa undani kama ifuatavyo:

Katika mawasiliano ya mashabiki wa soka, lugha hutumika kama nyenzo ya kuhamasisha, kuchochea hisia na kuonesha msimamo wa kikundi kabla au wakati wa ushindani. Wazungumzaji hutumia semi zenye msisitizo, jazba na kujiamini ili kuongeza morali ya wenzao na kuonesha matarajio ya ushindi. Data ifuatayo kutoka katika jedwali inaonesha namna dhamira ya msemaji inavyojitokeza kupitia matumizi ya lugha ya kuhamasisha na kujenga imani ya ushindi.

"Nakuahidi, mnyama analiwa leo kweupe. "

Chanzo: SHKPN

Kauli “Nakuahidi, mnyama analiwa leo kweupe” inaonesha matumizi ya lugha ya uhakika kupitia kauli “nakuahidi” pamoja na tamathali “mnyama,” ambavyo vinaashiria kujigamba na kuthibitisha ushindi wa timu dhidi ya mpinzani. Msemaji anatumia lugha ya uhakika (“nakuahidi”) kuimarisha msimamo na kuhamasisha kundi. Kwa mujibu wa Bakhtin (1986), lugha hubeba sauti za kijamii zinazoshindana. Kwa mtazamo wa NUM kuwa, mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika. Tamathali ya “mnyama” humrejelea mpinzani kwa njia ya ishara, huku “analiwa kweupe” ikimaanisha kushindwa wazi bila ubishi. Maana fiche ya kauli hii ni kwamba ushindi unaonekana kama jambo lisilo na shaka bali ukweli unaokubalika ndani ya kundi. Kipragmatiki, kauli hii ina dhima ya kuhamasisha, kujenga hali ya kujiamini na kuonesha uhakika wa msimamo, huku pia ikipunguza nafasi ya mashaka au mjadala kuhusu matokeo ya mchezo katika muktadha wa ushindani wa soka.

"Mechi ya tarehe 16… tunampiga mtu nyingi sana… Nina kikosi

kikali sana".

Chanzo: SHKPK

Kauli “Mechi ya tarehe 16… tunampiga mtu nyingi sana… nina kikosi kikali sana” inaonesha uolezi kupitia matumizi ya viwakilishi kama “tunampiga” na “nina” vinavyomrejelea msemaji na kundi lake kwa njia ya ujumuishaji, hivyo lugha hutumika kuimarisha utambulisho na mshikamano wa kikundi katika mazingira ya ushabiki wa soka. Maana fiche ni kwamba ushindi hauonekani kama uwezekano bali kama jambo lililo karibu kutimia. Kwa mujibu wa Duranti (1997), lugha hujenga uhalisia wa kijamii, hivyo msemaji anaunda taswira ya ushindi kupitia kauli hizi. Wodak (2011) anaonesha kuwa lugha huimarisha utambulisho wa kikundi, huku “tunajihamini” ikidhihirisha mshikamano. Ukimrejelea Giles katika nadharia yake ya NUM anaeleza kuwa mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika. Hivyo, kauli hii inaonesha mbinu ya kuhamasisha na kujigamba ambapo shabiki anatumia lugha ya uhakika na msisitizo kuonesha matarajio ya ushindi kabla ya tukio. Matumizi ya nafsi ya wingi kama “tunampiga” hujenga mshikamano wa kikundi na kumweka msemaji ndani ya timu au jamii ya mashabiki. Maana ya kipragmatiki inayopatikana ni kwamba msemaji anasisitiza ushindi mkubwa na wa mara kwa mara dhidi ya mpinzani, huku akijenga hisia za kujiamini, fahari, na mshikamano ndani ya kundi lake.

“ Kwa kikosi hiki, lazima mpinzani achapike nyingi.”

Chanzo: SHKKN

Kauli “Kwa kikosi hiki, lazima mpinzani achapike nyingi” inaonesha uolezi kupitia matumizi ya kielezi “hiki” kinachorejelea kikosi cha msemaji kwa njia ya ukaribu na umiliki wa kihisia, hivyo lugha hutumika kuimarisha mshikamano wa kikundi na kusisitiza ubora wa timu katika ushindani wa soka. Kwa mujibu wa Dijk (2006), lugha hujenga mitazamo ya kikundi kwa kuunda picha ya ushindi na kupunguza nafasi ya upinzani. Aidha, Fairclough (2010) anaeleza kuwa lugha hubeba nguvu ya kiitikadi inayoinua hadhi ya kundi dhidi ya wengine. Mawazo haya yanaungwa mkono na Nadharia ya NUM inayotazama kuwa, mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika. Msemaji anajenga taswira ya ushindi wa wazi kwa kutumia neno “lazima,” linalopunguza uwezekano wa matokeo mbadala. Maana fiche ni kwamba timu imefikia kiwango cha juu cha ubora kinachowafanya wapinzani waonekane dhaifu.

Maana ya kipragmatiki ya usemi huu ni kwamba timu inayozungumziwa ina uwezo mkubwa kiasi cha kumfanya mpinzani apate kipigo kikubwa, na kauli hii pia inaonesha kujiamini na kujivunia kwa msemaji kuhusu ubora wa timu yake.

“ Kikosi chetu ni hatari sio kama chao.”

Chanzo: SHKPK

Kauli “Kikosi chetu ni hatari sio kama chao” inaonesha matumizi ya udhanilizi kwa kudokeza kuwa timu ya msemaji tayari ina nguvu, ubora na uwezo mkubwa wa ushindani kuliko wapinzani. Matumizi ya kiwakilishi “chetu” huimarisha mshikamano wa kikundi, huku neno “hatari” likijenga taswira ya timu yenye uwezo mkubwa wa kushinda. Katika usemi huu, maana ya kipragmatiki ni kwamba msemaji anasisitiza ubora wa kikundi chake na kudharau au kupunguza hadhi ya kikundi pinzani, huku akijenga hisia ya umoja na kujivunia ndani ya kundi lake. Aidha, usemi “sio kama chao” unadokeza udhaifu wa wapinzani bila kuutaja moja kwa moja, hivyo kuendeleza hisia za ushindi na ubora wa upande wa msemaji.

ISSN 2348-3156 (Print)
International Journal of Social Science and Humanities Research ISSN 2348-3164 (online)
Vol. 14, Issue 4, pp: (122-133), Month: October - December 2026, Available at: www.researchpublish.com

Nadharia hii inatazama kuwa, mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika. Kauli "Kikosi chetu ni hatari sio kama chao." inaonesha mbinu ya kujigamba na kujenga utambulisho wa kikundi kupitia matumizi ya kiwakilishi cha umiliki "chetu," kinachosisitiza mshikamano na utofauti kati ya "sisi" na "wao." Msemaji anaipa timu yake sifa ya nguvu na ubora huku akipunguza hadhi ya wapinzani. Kauli hii inaendana na usemi "Unyonge tunautoa leo. Tuna uhakika asilimia mia moja," unaosisitiza uhakika wa ushindi na kuondoa mashaka. Maana fiche ni kwamba udhaifu unakataliwa kabisa na ushindi unawekwa kama jambo la lazima.Aidha, Wodak (2015) anaonesha kuwa misisitizo kama "asilimia mia moja" huongeza nguvu ya kauli na kuondoa shaka. Bucholtz na Hall (2005) wanaeleza kuwa mbinu hizi huimarisha utambulisho wa kikundi kama washindi. Katika mtazamo wa urekebishaji wa mawasiliano, lugha ya msisitizo hutumika kuongeza mshikamano na morali ya pamoja. Kipragmatiki, kauli hizi ni vitendo-uneni vya kuhamasisha na kuhalalisha ushindi kabla ya tukio la ushindani. Tudondoe data ifuatayo:

"Sisi tunamfunga kama kawaida ".

Chanzo: SHKKK

Kipragmatiki, kauli "Sisi tunamfunga kama kawaida" inaonesha matumizi ya kiwakilishi "sisi" kinachomjumuisha msemaji ndani ya kundi na kuimarisha mshikamano, utambulisho wa pamoja na kujiamini katika ushindani wa soka. Maana ya kipragmatiki ya usemi huu ni kwamba msemaji anasisitiza ushindi mkubwa unaotarajiwa kwa kuurejelea ushindi wa mara kwa mara wa zamani, hivyo kujenga matarajio, kujiamini, na mshikamano miongoni mwa mashabiki. Kwa mujibu wa van Leeuwen (2008), lugha huhalalisha vitendo kwa kuwasilisha matokeo ya uhakika. Fairclough (2015), anaekeza kuwa, lugha ya msisitizo hujenga uhalisia unaochochea vitendo. Hii ni kwa sababu katika nadharia hii, mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika. Kauli hii inaendana na usemi "Tukipoteza leo ndo basi ubingwa. Hivyo, lugha hubadilishwa kuwa ya msukumo ili kuimarisha mshikamano wa kikundi. Kipragmatiki, kauli hizi ni vitendo-uneni vya kuhamasisha, kuchochea juhudi na kuimarisha imani ya ushindi.

Dhima ya Burudani na Ucheshi wa Lugha

Kwa mujibu wa Attardo (2001), lugha inaweza kutumika kama nyenzo ya burudani na ucheshi kwa kuibua vichekesho vinavyotokana na ubunifu wa kimtindo, ukiukaji wa matarajio na matumizi ya maana zisizo za moja kwa moja. Aidha, Dynel (2009) anaeleza kuwa watumiaji wa lugha hukidhi dhima hii kwa kutumia mbinu kama kuzidisha chumvi, tashbihi, michezo ya maneno na ishara zinazochochea kicheko na kuleta urahisi wa mawasiliano katika makundi ya kijamii. Katika data za mashabiki wa mpira wa miguu, ilibainika kwamba mashabiki hutumia lugha ya ucheshi na kejeli ili kuburudisha, kupunguza mvutano wa ushindani na wakati huo huo kudhalilisha wapinzani kwa njia ya kifani na ya kisanaa. Kauli hizi zinaonesha ubunifu wa lugha unaochanganya hisia, utani na taswira za kijamii zinazoeIeka ndani ya muktadha wa ushabiki wa soka. Jedwali Na. 4.11 linaonesha data hizi.

Jedwali Na. 4.11: Data za Burudani na Ucheshi wa Lugha

Na.	Data/Kauli za Shabiki	Mbinu ya Burudani na Ucheshi
1	Mwandishi: Unaizungumziaje safu yenu ya ulinzi ya mechi iliyopita? Shabiki: Tulimpiga mtu tano, na yeye hakuliona lango, shehe.	Kuzidisha chumvi na lugha ya picha (kuibua kicheko kwa kusisitiza ushindi mkubwa)
2	"**Shabiki 1:** Kwani Baleke umemsahau? **Shabiki 2:** Aaaa, Baleke ndo mnyama gani? Pale kuna mchezaji pale?"	Tashbihi na lugha ya mafumbo (kuchekesha kwa kufananisha timu na kitu kilichoshiba)
3	"Yeye amezoea kufungwa ndio maana hawezi kujigamba."	Kejeli ya moja kwa moja (kumfanya mpinzani aonekane dhaifu kwa mtindo wa ucheshi)

Chanzo: Uwandani (2025)

Jedwali Na. 4.11 linaonesha data kuhusu namna mashabiki wa timu za Simba na Yanga wanavyotumia lugha ya burudani na ucheshi katika mawasiliano yao ya kiushabiki uwanjani na kwenye mahojiano. Kauli hizi zinaonesha matumizi ya mbinu mbalimbali za kisanii za lugha kama vile ucheshi wa ishara, kuzidisha chumvi, kejeli, ulinganisho wa kuchekesha, na michezo ya maneno inayojenga utata wa kufurahisha. Kupitia mbinu hizo, mashabiki hujenga mazingira ya burudani, kupunguza ukali wa ushindani, na wakati mwingine kutumia ucheshi kama njia ya kudhihaki wapinzani kwa njia ya kificho au ya moja kwa moja.

ISSN 2348-3156 (Print)
International Journal of Social Science and Humanities Research ISSN 2348-3164 (online)
Vol. 14, Issue 4, pp: (122-133), Month: October - December 2026, Available at: www.researchpublish.com

Katika mazingira ya ushabiki wa soka, mashabiki hutumia lugha ya taswira, mafumbo na ucheshi ili kuongeza msisimko, kuhamasisha wenzao na kujenga hali ya matarajio kabla ya mechi. Matumizi ya semi za ishara huwapa mashabiki nafasi ya kuwasilisha hisia zao kwa namna ya ubunifu huku yakiongeza mshikamano wa kijamii ndani ya kundi. Data ifuatayo inaonesha namna lugha ya taswira inavyotumika kuchochea hisia na kuimarisha utambulisho wa kiushabiki.

Mwandishi: Unaizungumziaje safu yenu ya ulinzi ya mechi iliyopita?

Shabiki: Tulimpiga mtu tano, na yeye hakuliona langa, shehe.

Chanzo: Radio (eFM), Sport HQ, 2/4/2020, 3:00

Kauli "Tulimpiga mtu tano, na yeye hakuliona langa, shehe" ni ya udhanilizi kwa sababu inachukulia kama ukweli uliokubalika kwamba kulikuwa na ushindi mkubwa na udhaifu wa mpinzani bila kuuthibitisha moja kwa moja, bali kuwasilisha taarifa hiyo kama jambo lililo wazi ndani ya muktadha wa ushindani wa soka. Goffman (1974) anaeleza kuwa mawasiliano ni utendaji wa kijamii unaojenga taswira ya kikundi. Nadharia ya NUM inaamini kuwa, mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika. Matumizi ya namba "tano" yanaongeza taswira ya ushindi mkubwa, huku sehemu ya "hakuliona langa" ikisisitiza udhaifu wa mpinzani kwa njia ya kisanii na ya kuchekesha. Neno la kumalizia "shehe" linaongeza ladha ya mazungumzo ya mtaani na ucheshi wa kijamii.

Maana fiche ni kwamba timu inaoneshwa kama yenye nguvu kubwa na nidhamu ya juu kiasi cha kupita mipaka ya kawaida ya michezo. Hivyo, maana ya kipragmatiki ni kwamba shabiki anakataa kuwa timu yake itashindwa. Kauli hii inaonesha mbinu ya majigambo yenye ucheshi na kuzidisha chumvi ambapo mshabiki anatumia lugha ya dhihaka na msisitizo kuonesha ubora mkubwa wa timu yake dhidi ya mpinzani.

Shabiki 1: Kwani Baleke umemsahau?

Shabiki 2: Aaaa, Baleke ndo mnyama gani? Pale kuna mchezaji pale?

Chanzo: SHKKU

Katika data "Baleke ndo mnyama gani? Pale kuna mchezaji pale?" maana yake hutegemea muktadha wa ushindani wa soka na dhamira ya msemaji, si tafsiri halisi ya maneno. Msemaji hataki kujua Baleke ni mnyama gani kweli, bali anamdharau na kubeza uwezo wake kama mchezaji. Aidha, swali "Pale kuna mchezaji pale?" linatumika kumkejeli kuonesha kuwa msemaji hamtambui Baleke kama tishio au mchezaji mwenye uwezo mkubwa. Kauli hii pia inaonesha dhima ya burudani na ucheshi wa lugha kupitia dhamira ya msemaji, kwa sababu matumizi ya kejeli, dhihaka na maswali ya kimzaha huleta hali ya kuchekesha na kuvutia wasikilizaji katika mazungumzo ya soka. Hivyo, msemaji hutumia lugha ya mzaha kuongeza ladha ya mazungumzo huku akimdhalilisha mpinzani wake kiushabiki. Maana fiche ya kauli hizo ni kuimarisha hadhi ya upande mmoja huku ikipunguza uzito wa hoja au nafasi ya mpinzani katika ushindani. Kwa mujibu wa Lakoff (1993), lugha hutumia mifumo ya ulinganisho kuunda maana za kijamii na kiutambuzi. Fairclough (2015) anaeleza kuwa kejeli huimarisha nafasi ya kiitikadi ya msemaji kwa kudhoofisha mpinzani.

Billig (2005) anaonesha kuwa ucheshi na kejeli hudhibiti uhusiano wa nguvu kati ya makundi. Katika mtazamo wa NUM, lugha ya ucheshi na ulinganisho hutumika kuimarisha mshikamano wa kikundi na kuonesha ubora wa timu. Kipragmatiki, kauli hizi ni vitendo-uneni vya majigambo na kejeli vinavyoburudisha, kuhamasisha na kuimarisha utambulisho wa mashabiki. Kwa mtazamo wa NUM kuwa mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika. Mashabiki hutumia lugha ya kejeli, mchezo wa maneno na majigambo kama njia ya kuburudisha na kuonesha ushindani dhidi ya wapinzani. Matumizi ya lugha hizi huwasaidia mashabiki kujenga ukaribu wa kijamii, kuimarisha utambulisho wa kikundi na kudhoofisha hadhi ya wapinzani kupitia ucheshi. Data ifuatayo inaonesha namna uolezi unavyotumika kuzalisha burudani na ucheshi wa lugha katika mazingira ya ushabiki wa soka.

"Yeye amezoea kufungwa ndio maana hawezi kujigamba ."

Chanzo: SHKKN

Kauli "Yeye amezoea kufungwa ndio maana hawezi kujigamba" inaonesha matumizi ya uolezi kupitia kiwakilishi "yeye" kinachomrejelea mpinzani kwa njia isiyo ya moja kwa moja, hivyo lugha hutumika kuendeleza kejeli na kudhalilisha hadhi ya mpinzani katika muktadha wa ushindani wa soka. Kwa mujibu wa Crystal (2003), ucheshi mara nyingi hutokana na utata wa maana unaoruhusu tafsiri zaidi ya moja. Maana fiche ya kauli hizo ni kuimarisha utambulisho wa kikundi kwa njia ya ucheshi na kudhoofisha hadhi ya mpinzani kupitia kejeli na utata wa lugha. Kwa mtazamo wa NUM, kuwa mawasiliano

ISSN 2348-3156 (Print)
International Journal of Social Science and Humanities Research ISSN 2348-3164 (online)
Vol. 14, Issue 4, pp: (122-133), Month: October - December 2026, Available at: www.researchpublish.com

huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika. Matumizi ya kejeli na utata wa lugha huimarisha mshikamano wa kikundi na kuleta ucheshi katika kijamii. Maana ya kipragmatiki ya usemi huu ni kwamba msemaji anamdhalilisha na kumdunisha mpinzani kwa kuonesha kuwa ni dhaifu na amezoea kushindwa, huku akijenga taswira ya ubora na ushindi endelevu wa timu yake.

Kwa ujumla, matokeo yanaonesha kuwa mashabiki wa mpira wa miguu hutumia lugha ya ucheshi kama nyenzo ya burudani, kupunguza ukali wa ushindani, na wakati huohuo kujenga mshikamano wa kikundi kupitia utani, kejeli, michezo ya maneno, taswira za kisitiari na kuzidisha chumvi. Kauli zao hujenga maana zinazokiuka uhalisia wa moja kwa moja ili kuibua kicheko, ukaribu wa kijamii na wakati mwingine kudhoofisha hadhi ya wapinzani kwa namna ya kisanaa na ya kijamii. Kwa mujibu wa Nadharia ya Urekebishaji Mawasiliano, wasemaji hubadilisha mitindo yao ya lugha kulingana na muktadha ili kuongeza mvuto wa kijamii, kuimarisha mshikamano wa kikundi na kuendana na mazingira ya ushindani wa soka. Hii inaonesha kuwa ucheshi si tu kipengele cha burudani bali pia ni mkakati wa mawasiliano unaobeba malengo ya kijamii na kiitikadi. Aidha, kupitia ucheshi, mashabiki hujenga utambulisho wa pamoja na kuimarisha mipaka kati ya “sisi” na “wao.” Hivyo, tambo za ucheshi huchangia katika kudhibiti hisia za ushindani, kuimarisha mahusiano ya ndani ya kikundi na kudumisha utamaduni wa ushabiki wenye mwingiliano wa kijamii na kiishara.

4.3.4 Dhima ya Ubunifu wa Lugha

Kwa mujibu wa Crystal (2008), lugha inaweza kutumika kama nyenzo ya ubunifu kwa kubuni misemo mipya, kubadili miundo ya maneno na kutumia mbinu za kisanaa zinazoongeza mvuto na athari ya mawasiliano. Aidha, Carter (2004) anaeleza kuwa watumiaji wa lugha hukidhi dhima hii kwa kutumia mikakati kama sitiari, urudiaji, uundaji wa misemo mipya, lugha ya mitaani na michezo ya maneno ili kuibua maana mpya na kuimarisha mawasiliano ya kijamii. Katika data za mashabiki wa mpira wa miguu, ilibainika kwamba mashabiki hutumia ubunifu wa lugha kama njia ya kujieleza, kuburudisha na kudhalilisha wapinzani kwa mbinu za kisanaa na kijamii. Kauli zao zinaonesha matumizi ya lugha yenye ufundi wa sauti, picha za kisitiari na ubunifu wa kimtindo unaoendana na mazingira ya ushindani wa soka. Jedwali Na. 4.13 linaonesha data hizi.

Jedwali Na. 4.12: Data za Ubunifu wa Lugha

Na.	Data/Kauli za Shabiki	Mbinu ya Ubunifu
1	“Tukimuona mgumu sana, tunamwalika Raisi. Simba mpinzani mbele ya Raisi ni sawa sawa na siagi kwenye jua. Isipoyeyuka, ni kiporo cha ugali wa mtama aina ya udo au jiwe.”	Ubunifu wa semi za kisanaa
2	“Tunamvuta masharubu yake.”	Sitiari ya kudhalilisha mpinzani kwa kuonesha mnyama mkali asie na uwezo wa kujitetea
3	“Tunamgonga na tunamgonga tena.”	Urudiaji wa msisitizo kuleta athari ya kisanaa
4	“Kwa hiyo pale ni mwendo wa gusa achia twende kwao.”	Lugha ya mitaani yenye mchanganyiko wa vitendo vya kisoka
5	“Achana na hao Makorokoro FC. Jezi imejaa makorokoro.”	Uundaji wa majina ya kejeli ili kuchekesha wakimaanisha jezi ya mpinzani ina matangazo mengi

Chanzo: Uwandani, 2025

Jedwali Na. 4.13 linaonesha data kuhusu namna mashabiki wa timu za Simba na Yanga wanavyotumia ubunifu wa lugha katika kujenga maana, kuwasilisha hisia, na kuimarisha ushindani wa kisoka kwa njia ya kisanii. Kauli hizi zinaonesha matumizi ya mbinu mbalimbali za ubunifu wa lugha kama vile uundaji wa misemo mifupi yenye mvuto wa kisauti, matumizi ya sitiari za kisoka zenye kudhalilisha au kuonesha nguvu ya timu, urudiaji wa maneno kwa ajili ya msisitizo wa kisanii, matumizi ya lugha ya mitaani inayoambatana na vitendo vya mchezo, pamoja na uundaji wa majina ya kejeli yanayolenga wapinzani. Kupitia mbinu hizi, mashabiki huweza kuwasilisha ujumbe wao kwa njia ya ubunifu unaochanganya ucheshi, hisia, na ushindani wa kijamii. Data hizi zimefafanuliwa kwa undani kama ifuatavyo:

Dhamira ya msemaji inajitokeza kupitia matumizi ya lugha bunifu katika mawasiliano ya mashabiki wa soka. Lugha ya ushabiki mara nyingi hujengwa kwa misemo mifupi, yenye mvuto wa kisauti, kejeli, majigambo na ishara zinazobeba maana pana zaidi ya maneno yaliyotamkwa. Kupitia ubunifu huo wa lugha, mashabiki huwasilisha hisia za ushindi, ubabe, mshikamano wa kikundi na mtazamo wao kuhusu wapinzani. Aidha, matumizi ya lugha bunifu huwasaidia mashabiki

ISSN 2348-3156 (Print)
International Journal of Social Science and Humanities Research ISSN 2348-3164 (online)
Vol. 14, Issue 4, pp: (122-133), Month: October - December 2026, Available at: www.researchpublish.com

kujenga utambulisho wa kijamii na kuimarisha athari ya ujumbe katika mazingira ya ushindani wa soka. Data ifuatayo kutoka kwenye jedwali inaonesha namna mashabiki wanavyotumia lugha bunifu yenye mdundo wa kisauti, kejeli na majigambo ili kuwasilisha dhamira zao katika mawasiliano ya ushabiki wa soka:

"Tukimuona mgumu sana, tunamwalika Raisi. Simba mbele ya Raisi ni sawa sawa na siagi kwenye jua. Isipoyeyuka, ni kiporo cha ugali wa mtama aina ya udo au jiwe ".

Chanzo: SHKPK

Kauli “Simba mbele ya Raisi ni sawa sawa na siagi kwenye jua” na “Isipoyeyuka, ni kiporo cha ugali wa mtama aina ya udo au jiwe” kwa sababu maana yake hutegemea muktadha wa ushindani wa soka na dhamira ya msemaji, si maana halisi ya maneno. Msemaji anatumia lugha ya picha, kejeli na ucheshi kuonesha kuwa timu pinzani hupoteza nguvu au uwezo inapocheza mbele ya Raisi. Aidha, matumizi ya maneno kama “siagi kwenye jua” na “kiporo cha ugali wa mtama” yanaonesha dhima ya ubunifu wa lugha kwa kuwa msemaji ametunga semi za kisanaa ili kufanya ujumbe uwe wa kuvutia, wa kuchekesha na wenye msisitizo mkubwa. Kwa mujibu wa Crystal (2008), lugha ya michezo hutumia ubunifu wa sauti na misemo mifupi ili kuongeza mvuto na nguvu ya kihisia kwa wasikilizaji. Hivyo, ubunifu huo huongeza ladha ya mazungumzo, huibua hisia kwa wasikilizaji na kuonesha ustadi wa matumizi ya lugha katika mazingira ya soka. Ukimrejelea Giles katika nadharia yake (NUM) anaeleza kuwa mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika. Hivyo, kauli inalenga kuchochea hisia za ushindi na mshikamano wa kikundi. Kipragmatiki, kauli hii imebeba dhima ya majigambo na kejeli kinacholenga kuimarisha hadhi ya timu na kudhalilisha mpinzani ndani ya muktadha wa ushabiki wa soka.

“ Tunamvuta masharubu yake ”

Chanzo: SHKPN

Kauli “Tunamvuta masharubu yake” inatumia sitiari kumwakilisha mpinzani kama mwenye nguvu na mamlaka yanayoweza kudhibitiwa, hivyo “kuvuta masharubu” kimuktadha humaanisha kumdhalilisha na kumtawala mpinzani kiushindani katika mazingira ya soka. Kauli hii imebeba upragmatiki kwa sababu maana yake halisi si kuvuta masharubu ya mtu kweli, bali hutegemea muktadha wa matumizi. Katika mazingira ya soka, kauli hiyo hutumiwa kisitiari kumaanisha kumdhibiti, kumdhalilisha au kumzidi uwezo mpinzani kiushindani. Kauli hii inaonesha matumizi ya sitiari ya kisoka inayobeba maana ya kumdhalilisha mpinzani kwa kumfananisha na mnyama mkali ambaye masharubu yake yanawakilisha nguvu na mamlaka yake uwanjani, hivyo kuvuta masharubu kunamaanisha kumdhoofisha na kumtawala kiushindani.

Kwa mujibu wa Lakoff na Johnson (1980), sitiari ni mfumo wa kufikiri unaoelekeza kuelewa uzoefu mmoja kupitia mwingine, hivyo mpinzani huwasilishwa kama kiumbe hatari kinachoweza kudhibitiwa. Charteris-Black (2004) anaeleza kuwa sitiari za kijamii hujenga taswira za nguvu na udhibiti. Mawazo haya yanaungwa mkono na Nadharia ya NUM inayoamini kuwa mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika.

Hivyo, maana fiche ya kauli hii ni kuonesha hali ya ubabe wa kikundi cha mashabiki dhidi ya mpinzani, ambapo ushindi au ushindani unaelezwa kwa lugha ya kitamathali yenye ukali wa kihisia na kijamii. Vilevile, kauli hii huimarisha picha ya ushindi wa upande mmoja. Kwahiyo, matumizi ya sitiari kali huongeza mshikamano na hisia za pamoja miongoni mwa mashabiki. Kipragmatiki, kauli hii ni imebeba kejeli na majigambo kwa lengo la kuimarisha hadhi ya timu na kudhalilisha mpinzani kupitia picha ya kudhibiti nguvu zake.

Data ifuatayo kutoka katika jedwali inaonesha namna mashabiki wanavyotumia urudiaji wa maneno kama mbinu ya kisanaa na kimawasiliano katika kusisitiza ushindi na nguvu ya kikundi:

“ Tunamgonga na tunamgonga tena ”

Chanzo: SHKPN

Katika kauli hii “Tunamgonga na tunamgonga tena” maana yake hutegemea muktadha wa ushindani wa soka, si maana halisi ya kumpiga mtu. Kipragmatiki, kauli hiyo ni ya udhanilizi kwa kuwa inadokeza kuwepo kwa ushindi au matukio ya awali ya kuifunga timu pinzani. Kauli hii inaonesha mbinu ya urudiaji inayotumika kuongeza msisitizo wa kitendo na kuleta athari ya kisanaa na ya kihisia katika mawasiliano ya mashabiki wa soka. Maana fiche ya kauli hii ni kuonesha dhamira ya ushindi wa mara kwa mara na kudumu dhidi ya mpinzani, ambapo urudiaji wa kitenzi “tunamgonga” unajenga taswira ya nguvu isiyokoma na ubabe wa kimchezo.

ISSN 2348-3156 (Print)
International Journal of Social Science and Humanities Research ISSN 2348-3164 (online)
Vol. 14, Issue 4, pp: (122-133), Month: October - December 2026, Available at: www.researchpublish.com

Kwa mujibu wa Halliday (1994), urudiaji katika lugha husaidia kuimarisha mshikamano wa maana na kuongeza uzito wa ujumbe ndani ya muktadha wa mawasiliano. Aidha, Tannen (2007) anaeleza kuwa urudiaji ni kipengele cha mtindo wa mazungumzo kinachotumika kuleta msisitizo, mshikamano na athari ya kihisia kwa msikilizaji. Mawazo haya yanaungwa mkono na Nadharia ya NUM inayoamini kuwa mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika. Hivyo, wasemaji hurekebisha mtindo wa lugha ili kuimarisha utambulisho wa kikundi, ambapo hapa urudiaji unatumika kama mbinu ya kuimarisha mshikamano wa mashabiki na nguvu ya pamoja. Kipragmatiki, kauli hii ina majigambo yanayolenga kuimarisha morali ya kikundi na kuonesha msimamo wa ushindi wa kudumu dhidi ya mpinzani kupitia msisitizo wa kitendo cha kurudiwa.

" Kwa hiyo pale ni mwendo wa gusa achia twende kwao ."

Chanzo: SHKKN

Kauli "Kwa hiyo pale ni mwendo wa gusa achia twende kwao." inaonesha matumizi ya lugha ya mitaani iliyochanganywa na msamiati wa kisoka unaoelezea mchakato wa haraka wa mchezo kwa mtindo wa mazungumzo usio rasmi. Upragmatiki upo katika kauli "mwendo wa gusa achia twende kwao" kwa sababu maana yake haiwezi kueleweka kwa tafsiri ya moja kwa moja ya maneno pekee, bali hutegemea muktadha wa soka na matumizi ya lugha ya mitaani. Kwa mujibu wa Wardhaugh (2010), lahaja na lugha ya mitaani huonesha utambulisho na mshikamano wa kikundi. Blommaert (2005) anaeleza kuwa maana ya lugha hutegemea muktadha na mahusiano ya nguvu, hivyo kauli hii hueleweka zaidi ndani ya ushabiki wa soka. Hii ni kwa sababu katika nadharia hii ya NUM, mawasiliano huathiriwa na mambo mbalimbali yakiwamo mazingira ambapo mawasiliano hayo hufanyika.

Hivyo, kauli hii inaonesha matumizi ya lugha isiyo rasmi yenye lengo la kusisitiza kasi, ustadi na mashambulizi katika mchezo wa soka. Maana fiche ya kauli hii ni kuonesha mkakati wa ushindani wenye kasi na ujasiri, ambapo "gusa achia" inaashiria pasi za haraka na mpangilio wa kiufundi unaolenga kuvunja ulinzi wa mpinzani na kusonga mbele kwa kujiamini hadi eneo la ushindani la mpinzani. Kipragmatiki, kauli hii ni majigambo yanayolenga motisha na uratibu wa kiishara unaolenga kuhimiza mbinu ya ushambuliaji na kuimarisha imani ya ushindi kupitia lugha ya mazoezi ya uwanjani.

" Achana na hao Makorokoro FC. Jezi imejaa makorokoro."

Chanzo: SHKKU

Kauli "Achana na hao Makorokoro FC. Jezi imejaa makorokoro" ni ya uolezi kwa sababu neno "Makorokoro" linatumika kama kiolezi cha kejeli kumrejelea mpinzani na hali ya jezi yake kwa njia ya dharau na ucheshi. Upragmatiki uliopo katika kauli ni kwamba maana yake hutegemea muktadha wa mazungumzo ya soka na dhamira ya msemaji, si maana ya kawaida ya maneno hayo. Hivyo, matumizi hayo yanaibua maana ya dharau, ucheshi na kubeza timu pinzani katika mazingira ya ushindani wa soka. Kwa mujibu wa Bakhtin (1981), lugha ya kijamii mara nyingi hujengwa kwa mchanganyiko wa sauti za kejeli, utani na upinzani.

3. HITIMISHO

Makala hii imegusia dhima za maana za kipragmatiki katika tambo za mashabiki wa mpira kwa kuonesha dhima zinazotokana na maana za kipragmatiki na maana za kipragmatiki zinazopatikana kutokana na dhima hizo. Aidha makala hii ni muhimu katika sekta ya michezo, habari na mawasiliano na sekta ya elimu hususani kwa wadau wa Kiswahili katika uga wa pragmatiki. Hivyo, kunahitajika makala zitakazo angalia upande mwingine kama siasa kwa lengo la kuchambua hotuba, kauli za viongozi, ushawishi, kejeli na namna lugha inavyotumiwa kuwasilisha misimamo au kushawishi hadhira.

MAREJELEO

[1] Amanzi, M. O. (2022). *Kirahisishi cha Semantiki na Pragmatiki ya Kiswahili*. Zanur General Enterprises.

[2] TUKI. (2004). *Kamusi ya Kiswahili Sanifu*. Oxford University Press / TUKI, Dar es Salaam.

[3] Habwe, J. na Karanja, P. (2007). *Misingi ya Sarufi ya Kiswahili*. Nairobi: Phoenix Publishers.

[4] Matinde, R. S. (2012). *Dafina ya Lugha Isimu na Nadharia, kwa Sekondari, Vyuo vya Kati na Vyuo Vikuu*. Mwanza: Serengeti Education Publishers.

[5] Ogden, C. K., & Richards, I. A. (1923). *The meaning of meaning*. Kegan Paul.

[6] Kipkoech, K. S. (2021). *Urejelezi katika gazeti la Taifa Leo: Mtazamo wa kipragmatiki*. Tasnifu ya Uzamili, Chuo Kikuu cha Nairobi.

[7] Mwenje, L. S. & Kevogo, S. A. (2023). Athari za mabadiliko ya maana katika lugha ya Kiswahili: Mifano kutoka matini za kidini. *Kioo cha Lugha*, 21(1), 75–91.

[8] Ngari, C. J. (2022). Uamilifu wa kipragmatiki wa kirai nomino (KN) katika Kiswahili. *East African Journal of Swahili Studies / Jarida la Afrika Mashariki la Masomo ya Kiswahili*, 5(1), 330–340. https://doi.org/10.37284/jammk.5.1.853

[9] Crystal, D. (2008). *The Cambridge Encyclopedia of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.

[10] Bakhtin, M. M. (1981). *The dialogic imagination: Four essays* (M. Holquist, Ed.; C.

[11] Bakhtin, M. M. (1986). *Speech genres and other late essays.* University of Texas Press.

[12] Billig, M. (2008). *Laughter and ridicule:* Towards a social critique of humour. Sage. Blackwell.

[13] Blommaert, J. (2005). *Discourse: A critical introduction.* Cambridge University Press.

[14] Aristotle. (2007). *On rhetoric: A theory of civic discourse* (2nd ed., G. A. Kennedy.

[15] Crystal, D. (2008). *The Cambridge Encyclopedia of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.

[16] Fairclough, N. (2010). Critical discourse analysis: The critical study of language (2nd) *Falisafa ya Utafiti*, 278, 89

[17] Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices.* Sage.

[18] Hymes, D. (1974*). Foundations in sociolinguistics: An ethnographic approach. Jarida la Afrika Mashariki la Masomo ya Kiswahili*, 5(1), 330–340.

[19] Carter, R. (2004). *Language and creativity*: The art of common talk. Routledge.

[20] Cengage Learning.Company.

[21] Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.

[22] Attardo, S. (2001). *Humorous texts: A semantic and pragmatic analysis.* Moutonde

[23] Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). Politeness: Some universals in language usage. Cambridge University Press.

[24] Charteris-Black, J. (2004). Corpus approaches to critical metaphor analysis. Palgrave Macmillan.

[25] Dynel, M. (2009). Beyond a joke: Types of conversational humour. Language and Linguistics Compass, 3(5), 1284–1299. https://doi.org/10.1111/j.1749-818X.2009.00152.x

[26] Goffman, E. (1974). Frame analysis: An essay on the organization of experience. Harper & Row.

[27] Halliday, M. A. K. (1994). An introduction to functional grammar (2nd ed.). Edward Arnold.

[28] Lakoff, G. (1993). The contemporary theory of metaphor. In A. Ortony (Ed.), Metaphor and thought (2nd ed., pp. 202–251). Cambridge University Press.

[29] Leeuwen, T. van. (2008). Discourse and practice: New tools for critical discourse analysis. Oxford University Press.

[30] Turner, V. W. (1979). Process, performance, and pilgrimage: A study in comparative symbology. Concept Publishing Company.

[31] van Dijk, T. A. (2006). Discourse and manipulation. Discourse & Society, 17(3), 359–383. https://doi.org/10.1177/0957926506060250

[32] Wardhaugh, R. (2010). An introduction to sociolinguistics (6th ed.). Wiley-Blackwell.

[33] Wodak, R. (2011). The discourse of politics in action: Politics as usual (2nd ed.). Palgrave Macmillan.

[34] Wodak, R., & Meyer, M. (Eds.). (2015). Methods of critical discourse studies (3rd ed.). SAGE Publications.