JUZ.12
2014

VOL.12
2014

KIOO CHA LUGHA

JARIDA LA TAASISI YA TAALUMA ZA KISWAHILI
(Journal of the Institute of Kiswahili Studies)



Chuo Kikuu cha Dar es Salaam
(University of Dar es Salaam)

MHARIRI MKUU
Shani Omari

MHARIRI MSAIDIZI
Rhoda Peterson

©TAASISI YA TAALUMA ZA KISWAHILI 2014

KAMATI YA UHARIRI

Dkt. S. Omari	-	Mhariri Mkuu
Dkt. R. Peterson	-	Mhariri Msaidizi
Dkt. E.S. Mosha	-	Mkurugenzi, TATAKI
Prof. A. Lihamba	-	Chuo Kikuu Kishiriki cha Elimu Mkwawa
Prof. J. Mbele	-	Idara ya Kiingereza, Chuo Kikuu cha St. Olaf, Marekani
Prof. J.S. Madumulla	-	Chuo Kikuu cha Eckenforde
Prof. M. Mbatiah	-	Idara ya Isimu na Lugha za Kiafrika, Chuo Kikuu cha Nairobi
Prof. F.E.M.K. Senkoro	-	Taasisi ya Taaluma za Kiswahili
Dkt. E.K. Sekwiha-Gwajima	-	Idara ya Fasihi ya Kiingereza
Dkt. S. S. Sewangi	-	Baraza la Kiswahili la Taifa (BAKITA)

WASHAURI WA WAHARIRI

Prof. E. Kezilahabi	-	Chuo Kikuu cha Botswana, Botswana
Prof. Doz. Dkt. Sc. K. Legère	-	Chuo Kikuu cha Goteborg Sweden
Dkt. C. L. Mwita	-	Chuo Kikuu cha Kenyatta, Kenya
Prof. M.M. Mulokozi	-	Chuo Kikuu cha Dar es Salaam
Prof. M. Hauner	-	Chuo Kikuu cha Wisconisn-Madison, Marekani
Prof. R. Mukama	-	Chuo Kikuu cha Makerere, Uganda
Prof. S.A.M. Khamisi	-	Chuo Kikuu cha Bayreuth, Ujerumani

ADA KWA MWAKA

Afrika ya Mashariki	-	Shilingi za Kitanzania 5,000/=
Kwingineko	-	US $ 40 (kwa ndege)

Habari za Mkondoni

Jarida hili linapatikana pia Mkondoni kupitia Wavuti ya majarida ya Kiafrika Mkondoni. AJOL katika www.ajol.info na pia katika wavuti ya Chuo Kikuu cha Dar es Salaam www.iks.udsm.ac.tz . Aidha, ikisiri za jarida hili zinapatikana pia katika Taasisi ya Masomo ya Kiafrika, Chuo Kikuu cha Leiden.

Kwa mawasiliano tumia anwani ifuatayo:

MHARIRI MKUU,
Kioo cha Lugha,
Taasisi ya Taaluma za Kiswahili,
Chuo Kikuu cha Dar es Salaam,
S.L.P. 35110,
Dar es Salaam, Tanzania.

YALIYOMO

Ukurasa

Asili na Chimbuko la Wazungumzaji wa Kimakunduchi: Hoja za Kihistoria
Mussa. M. Hans 1

Uhifadhi na Upanuzi wa Wigo wa Matumizi wa Lugha ya Kiswahili nchini Tanzania
Anna M. Kishe 13

Matatizo ya Tafsiri katika Matini za Kitalii Nchini Tanzania
Hadija Jilala 27

Maneno ya Heshima katika Kiswahili: Utendi wa Wazungumzaji Wazawa Kulingana na Rika na Jinsi zao Mjini Zanzibar
Hassan G. Haji 48

Filamu za Kiswahili nchini Tanzania: Athari za 'Kauli' za Wasambazaji-Wauzaji kwa Wasanii na Jamii
Vicensia Shule 58

Usimulizi katika *Utenzi wa Swifa ya Nguvumali*
Rosemary N. Burundi, Mwenda Mukuthuria na
Enock S. Matundura 73

Mbinu za Utunzi wa Nyimbo Ndefu katika Ngoma ya *Wigashe*
Christopher B. Budebah na *Leonard H. Bakize* 87

Kufungamana kwa Fasihi Simulizi na Riwaya ya Kiswahili ya Kimajaribio: Uchambuzi wa Visasili katika *Bina-Adamu*
Joviet Bulaya na *Aswile M. Mkumbwa* 100

Affinity between Poetry and Philosophy: Investigation of Muzale's *Nakuomba*
Method Samwel 113

Mapitio ya Kitabu: *Mabepari wa Bongo* (2007)
Esther J. Masele 131

Filamu za Kiswahili nchini Tanzania: Athari za 'Kauli' za Wasambazaji-Wauzaji kwa Wasanii na Jamii

Vicensia Shule

Ikisiri

Baadhi ya tafiti zilizofanyika katika tasnia ya filamu za video (filamu) za Kiswahili nchini Tanzania zimeonesha kuwa kuna uhusiano wa moja kwa moja kati ya utayarishaji filamu na uuzaji wake. Uhusiano huo ni ule unaoonesha jinsi mchakato wa utayarishaji filamu unavyoweza kuathiri ubora wa filamu, hususan ukosefu wa elimu na taaluma ya filamu kwa wasanii. Pamoja na hayo, tafiti hizo hazikuweza kuweka bayana namna usambazaji unavyoweza kuathiri ubora wa filamu. Makala haya yanalenga kujenga hoja kuwa ubora wa filamu Tanzania ni suala linalochangamana zaidi na mfumo wa usambazaji na uuzaji wa filamu kuliko utayarishaji. Lengo hasa ni kuonesha jinsi ambavyo ubora wa filamu za Tanzania unavyopangwa na wasambazaji-wauzaji na siyo warudufishaji-wasambazaji au wasanii-watayarishaji kama inavyoonekana katika tafiti zilizotangulia. Kauli mbalimbali za wadau hao ndizo tunazozichanganua katika makala haya.

1.0 Utangulizi

'Ubora' wa filamu[1] za Kiswahili nchini Tanzania una uhusiano wa moja kwa moja na mfumo wa utengenezaji (Shule, 2011). Shule anaendelea kuonesha kuwa kukosekana kwa ujuzi na ubunifu kunaweza kuathiri ubora wa filamu nchini Tanzania. Pia, utayarishaji wa filamu ni suala la kitaaluma na kitaalamu linatotakiwa kuelezewa kwa uwiano wa mafanikio na changamoto badala ya utamaduni wa kuangalia tasnia ya filamu katika upungufu pekee. Mhando (2000) kwa upande mwingine anaamini kuwa ukuaji wa filamu za Kiafrika unaakisi kwa pamoja mifumo iliyopo ya utengenezaji na usambazaji. Hivyo basi, makala haya yanachambua na kuonesha namna 'ubora' wa filamu za Kitanzania ulivyojikita zaidi katika kuiridhisha mifumo ya usambazaji na uuzaji wa filamu kuliko mchakato wa utayarishaji. Makala haya yamegawanyika katika sehemu tano; sehemu ya kwanza ni utangulizi. Sehemu ya pili inazungumzia mchakato wa utayarishaji, usambazaji na uuzaji wa filamu nchini Tanzania. Sehemu ya tatu inaangalia jinsi biashara ya filamu inavyofanyika na changamoto zake. Sehemu ya nne inaangalia nafasi ya mamlaka za dola zinazohusika na tasnia ya filamu na namna zinavyoweza kushirikiana katika kuboresha tasnia hiyo nchini Tanzania. Sehemu ya mwisho ni hitimisho.

Utafiti uliozaa makala haya umehusisha wadau mbalimbali wa filamu, wakiwemo waandishi wa habari za magazeti, redio na runinga,

---

[1] Filamu zinazozungumziwa katika makala haya ni zile zinazotayarishwa nchini Tanzania katika lugha ya Kiswahili kwa kutumia kamera za video, zikihusisha wasanii-watayarishaji wa Kitanzania, na kufungashwa katika dividi.

wanunuzi/watazamaji, wasanii-watayarishaji, warudufishaji-wasambazaji, wafanyabiashara, wasambazaji-wauzaji wakubwa na wasambazaji wadogo katika mikoa yote ya Tanzania Bara, isipokuwa Kagera. Mahojiano yamefanyika kwa njia mbalimbali kwa kipindi kilichoanzia mwezi Novemba 2010 hadi Disemba 2014. Kuna mahojiano yaliyofanyika ana kwa ana, kupitia simu na ujumbe wa simu, vipindi vya moja kwa moja vya redio na runinga na kwa njia ya mtandao hasa barua pepe na *Facebook*. Pia, makala haya yametumia filamu ya *Chungu* kama mfano katika kuonesha changamoto za usambazaji na uuzaji wa filamu nchini Tanzania pale utayarishaji unapokamilika.

Chungu (2011) ni filamu iliyotungwa na kuongozwa na Kimela Billa. Filamu inaonesha jinsi tamaa ya uongozi katika ngazi ya udiwani inavyoweza kuleta madhara katika jamii. Shemtoi (Richard Mshanga) anataka kuwa diwani kwa gharama yoyote ili aweze kujinufaisha na rasilimali za jamii yake. Kwa kumwogopa Mama Sheki (Donatha Assey) ambaye ndiye anayekubalika kwenye jamii kuwa diwani, Shemtoi anaamua kuwahonga watu ili wasambaze tuhuma za uchawi. Tuhuma kuwa Mama Sheki ni mchawi zinasambaa kwa kasi kiasi cha kuonekana adui kwenye jamii; mtu anayeua watu kila kukicha. Kutokana na unyonge wa kukataliwa hata na watoto wake, Mama Sheki anaamua kuvunja chungu. Hadithi hii imejikita katika simulizi za jadi kuhusu dhana ya chungu inavyohusishwa na uhai wa binadamu. Katika simulizi hizi, inasadikika kuwa iwapo mtu atafanya kosa au atasingiziwa kufanya kosa, chungu kitakapovunjwa, kitaleta mtikisiko, kwa kuondoa uhai wa mtu au watu waliohusika katika sakata hilo.

Ingawa simulizi hii ni ya miongo mingi iliyopita katika jamii mbalimbali za Kitanzania, mwandishi wa filamu aliweza kuihuisha na ikaweza kuwakilisha muktadha wa Tanzania ya leo. Utayarishaji wa filamu ya *Chungu* pia ulihamasishwa na matokeo ya tafiti mbalimbali zilizofanyika katika tasnia ya filamu nchini Tanzania. Moja ya tafiti hizo ni ule wa Kamin (2011). Kamin anaonesha wazi kuwa wapenzi na wanunuzi wa filamu za Kiswahili za Kitanzania wanapenda kuona filamu mbadala zinazozungumzia maudhui ambayo ni mbadala wa 'simulizi za mapenzi' zilizozoeleka katika filamu nyingi za Kitanzania.

2.0 Utayarishaji, Usambazaji na Uuzaji Filamu nchini Tanzania

Kwa mujibu wa Landry (2000), katika tasnia za ubunifu (filamu ikiwa ni mojawapo), 'bidhaa' yoyote ile hupitia hatua tano. Landry ameweka hatua hizo katika muundo wa nguzo tano ambapo DACST (1998) na Joffe na Newton (2008) wameziweka katika mnyororo wa thamani. Mnyororo huo unaanza na ubunifu. Hatua hii ya mwanzo mara nyingi haihusiani na pesa moja kwa moja

kwani inaweza kufanyika bila kuhitaji pesa. Hatua inayofuata ni uzalishaji na utayarishaji, halafu usambazaji. Hii inafuatiwa na mfumo wa kumfikia mteja; na mwisho ni namna mteja (mtazamaji) anavyoipokea bidhaa inayohusika. Hatua hii inakamilisha mzunguko na kurudisha taarifa zinazojenga hatua ya mwanzo. Muundo wa nguzo tano wa Landry unaakisi kwa kiasi fulani tasnia ya filamu nchini Tanzania, ila matokeo ya utafiti huu yanaonesha kuwa kuna utofauti. Katika suala la utayarishaji dhidi ya usambazaji na uuzaji wa filamu nchini Tanzania, nguzo hizo hujipanga upya. Hii ni kwa sababu usambazaji ndio unaoanza na kutoa wazo la mwanzo. Haynes (2011:75) anatanabahisha kuwa huu ni utaratibu wa mfumo wa kibepari kwani hakuna muuzaji atakayepoteza muda kumfundisha mnunuzi bidhaa ya kununua badala yake atamuuzia kile anachotaka kununua. Haynes anaonesha wazi kuwa hili ni tatizo linalotokana na mfumo wa soko uliojengwa kwa kufuata matakwa ya wanunuzi.

Mfumo wa utayarishaji filamu kitaalamu unaanza kwa kubuni wazo, kuandika muswada, na tafsiri ya muswada, mambo ambayo hufanywa na mwongozaji wa filamu, uigizaji, upigaji picha na uhariri wake. Ingawa filamu ya *Chungu* ilitumia takribani mwaka mmoja katika utayarishaji wake; 'kwa kawaida' filamu nyingi za Kitanzania hukamilika katika kipindi kifupi, hata kwa wiki moja (Kamin, 2011). Mfumo wa usambazaji na uuzaji filamu huanzia pale utayarishaji unapokamilika. Kwa Tanzania mfumo wa usambazaji na uuzaji filamu unahusisha mwigizaji, mwongozaji na mtayarishaji kwenda kwa mrudufishaji, msambazaji na muuzaji, ambaye ndiye anayemuuzia filamu mnunuzi au mtazamaji wa filamu. Inaweza kushangaza kidogo kuona mwigizaji akihusika au hata mwandishi wa muswada na usambazaji na uuzaji wa filamu. Hali hii ina uhusiano na mfumo wa hakimiliki kama ilivyoainishwa kwenye Sheria ya Hakimiliki ya mwaka 1999 (*URT*, 1999). Kwa mujibu wa sheria hii, mtayarishaji kabla ya kupewa hakimiliki ya filamu analazimika kuonesha mikataba ya umiliki wa muswada, mkataba kati yake na wabunifu wa muziki na sauti kama wapo, na mwongozaji. Hivyo basi, msanii analazimika kuwa mwandishi-mwigizaji-mwongozaji-mtayarishaji ili 'kukwepa' kuonesha mikataba hiyo na kupewa hakimiliki ya filamu kwa urahisi.

Kwa kuwa tayari ana hakimiliki, msanii-mtayarishaji anaweza kuingia mkataba na mrudufishaji au msambazaji kwa kumuuzia haki zote bila kujali mgawanyo wa mrabaha kwa wahusika wengine. Filamu nyingi zilizoko sokoni zimetengenezwa katika mfumo huu. Mfano mzuri ni wa filamu za Steven Kanumba (1984 - 2012) kama vile *Uncle JJ* (2010), *Young Billionaire* (2010) na *This is It* (2010). Ameandika miswada, akaigiza, akaongoza na kuzitayarisha. Filamu nyingine ni *Moses* (2011), *The Shock* (2011), *Deception* (2011), na *Devil Kingdom* (2011); ameigiza, akaongoza na kuzitayarisha. Aidha, *Because of You*

(2012), *Big Daddy* (2012), *Ndoa Yangu* (2012) na *Love & Power* (2013) ameigiza na kuzitayarisha. Hata filamu ya *Chungu* (2011) inayotumika katika kujadili makala haya nayo kwa kiasi fulani imeathiriwa na mfumo huu kwani mwandishi wa muswada ndiye mwongozaji.

Baada ya filamu kukamilika, kama nilivyogusia hapo juu, filamu hupelekwa kwa msambazaji. Wasambazaji wengi hufanya kazi ya kurudufu na katika muktadha wa Tanzania tunapata kundi la mrudufishaji-msambazaji. Wengi wa warudufishaji-wasambazaji wakubwa nchini Tanzania ni Watanzania wenye asili ya Kihindi (Wahindi). Mrudufishaji-msambazaji ndiye anayewauzia wasambazaji wakubwa ambao nao aidha huuza moja kwa moja kwa wanunuzi au kwa wasambazaji na wauzaji wadogo katika sehemu nyingine za nchi. Wasambazaji-wauzaji huwauzia wauzaji wa rejareja kama wale wanaotembeza dividi barabarani, maarufu kama wamachinga ambao hufikisha filamu kwa mnunuzi. Wengi wa wasambazaji-wauzaji ni Watanzania asilia.

Katika nchi nyingi za Ulaya na Amerika, kampuni zinazopewa vibali vya kurudufu, mara nyingi haziruhusiwi kusambaza. John Kitime (2013), mmoja wa wanamuziki nguli wa Tanzania anasema kuwa Tanzania hakuna sheria inayomkataza mrudufishaji kuwa msambazaji. Ukosefu wa sheria ya aina hiyo ndio unasababisha hawa wasambazaji kudanganya kiasi cha nakala zilizorudufiwa na kusambazwa kwa kuwa wao ndio wanaotengeneza hizo nakala. Pia makala haya yanaona kuwa zaidi ya hapo ni rahisi kwa mrudufishaji-msambazaji kusambaza kwa 'wizi' kazi za mtu mwingine au hata za mteja aliyeleta kwa ajili ya kurudufu. Hivyo basi kunahitajika utaratibu au sheria itakayotenganisha kazi za mrudufishaji na msambazaji filamu nchini.

3.0 Kariakoo: Kitovu cha Usambazaji na Uuzaji Filamu Tanzania

Biashara ya filamu nchini Tanzania imejikita katika jiji la Dar es Salaam; na Kariakoo ndicho kitovu cha uuzaji wa filamu za Kitanzania na nyingine kutoka Afrika, Ulaya, Marekani na Asia. Filamu zinapofika Kariakoo husambazwa nchi nzima kupitia wasambazaji-wauzaji wakubwa walioko hapo ambao nao huwauzia wasambazaji-wauzaji wadogo na wauzaji wengine walioko mikoani na nje ya nchi. Ieleweke kuwa filamu nyingi za Kiswahili za Kitanzania huanzia kwa warudufishaji-wasambazaji, ambapo kama tulivyosema awali wengi wao ni Watanzania wenye asili ya Kihindi kwenda kwa wasambazaji-wauzaji wakubwa ambao wengi wao ni Watanzania wenye asili ya Tanzania (Waswahili). Miongoni mwa warudufishaji-wasambazaji hao ni Steps Entertainment na Pilipili Entertainment. Hii haimaanishi kuwa hakuna warudufishaji-wasambazaji ambao ni Watanzania wenye asili ya Tanzania, wapo ila nguvu yao ni ndogo katika soko. Wengi wao hawana mitaji mikubwa na hawafanyi kazi kwa umoja kama

ilivyo kwa warudufishaji-wasambazaji wenye asili ya Kihindi. Baadhi ya warudufishaji-wasambazaji ambao ni Watanzania wenye asili ya Tanzania ni Prion Promotions na Five Effects.

Wasambazaji-wauzaji wakubwa ndio wanaowauzia wasambazaji-wauzaji wadogo na wauzaji wa rejareja Tanzania nzima na nje ya nchi. Ingawa kumekuwa na mkanganyiko wa usambazaji ambapo warudufishaji-wasambazaji (wenye asili ya Kihindi) wamekuwa wakiwauzia hata wauzaji wa rejareja kwa kupitia maduka yao yaliyopo mikoani na nje ya nchi katika ukanda wa Afrika Mashariki na Kusini, bado wasambazaji-wauzaji wakubwa wenye asili ya Tanzania ndio wanaohusika na mauzo makubwa ya filamu za Kiswahili za Kitanzania. Salehe (2012), mmoja wa wasambazaji-wauzaji wakubwa wa Kariakoo anasema:

> [...]Wahindi wana maduka yao ya rejareja karibu kila mkoa na mengine Rwanda, Burundi, Uganda, Kongo na kadhalika. Wauzaji wao wa rejareja hata wakinunua pungufu ya nakala kumi, huwa wanauziwa kwa bei ya jumla. Hii ina maana hawa Wahindi wanashindana na sisi...Ingawa wanatubana sana, bado sisi [wasambazaji-wauzaji wakubwa] ndio tunauza nakala nyingi kwani hatuchagui filamu ya kuuza; tunauza kila tunayopokea ili mradi tupate faida.

Kwa upande wa warudufishaji-wasambazaji nao wana madai tofauti dhidi ya wasambazaji-wauzaji wakubwa. Mmoja wa warudufishaji-wasambazaji (ambaye hakutaka kutajwa jina) anasema, "Ingawa [wasambazaji-wauzaji wakubwa] wanafanya kazi nzuri, wengine si waaminifu. Wanatuibia kazi zetu na kuzisambaza kama halali. Ndio maana ni muhimu tuwe na maduka yetu wenyewe ili kusimamia usambazaji kila mahali".

Makala mbalimbali kama vile ya Mwakalinga (2010), Kamin (2011) na Editor (2012) yamezungumzia kuhusu kuwapo mtindo wa kuhodhi soko la filamu unaofanywa na warudufishaji-wasambazaji wenye asili ya Kihindi na namna mtindo huu unavyoathiri ubora wa filamu za Kiswahili za Kitanzania. Mbali na kuhodhi soko kunakofanywa na wasambazaji wenye asili ya Kihindi, katika usambazaji na uuzaji wa filamu ya *Chungu* imebainika kuwa wasambazaji-wauzaji wakubwa wa filamu za Kitanzania, wengi wakiwa ni Watanzania wenye asili ya Tanzania, ndio hasa mawakala wa ukiritimba huo wa kuhodhi soko, wakitumia mbinu mbalimbali.

Katika makala haya tunajadili mbinu hizo kupitia kauli zao ambazo zimekuwa zikijirudia mara kwa mara kutoka kwa wasambazaji-wauzaji wakubwa wa filamu za Kitanzania wenye asili ya Tanzania. Hawa ni wafanyabiashara ambao wanashiriki katika usambazaji na uuzaji wa filamu zinazotoka nje na

zinazotengenezwa Tanzania kwa zaidi ya miaka kumi na tano. Wamefanya biashara ya filamu kutoka wakati filamu zikiwa katika mikanda ya video hadi sasa wakati wa dividi. Wafanyabiashara hawa hawajihusishi na utayarishaji filamu na wala hawana uhusiano wa moja kwa moja na waigizaji au wasanii-watayarishaji. Uamuzi kuwa filamu inafaa au haifai sokoni unatokana na uzoefu wao wa kuuza filamu kwa wasambazaji-wauzaji wadogo na wauzaji wa rejareja kama wamachinga. Uzoefu huo ni kama kauli hizi zifuatazo zinavyobainisha:

(a) *"Haina part 1&2, haitauzika"*

"Hii filamu haina part 1&2 haitauzika kwani wateja wetu wamezoea hivyo," anasema Mzee Adam (2012) mmoja wa wasambazaji-wauzaji wakubwa wa filamu Kariakoo. Filamu ya *Chungu* ni ya dakika 97 na iko katika dividi moja tu. Mfumo wa soko la filamu za video Tanzania umelazimisha kwa takribani muongo mmoja sasa kugawa filamu katika sehemu mbili. Sababu kubwa inayotolewa na warudufishaji-wasambazaji ni kuwa utaratibu huu unasaidia katika kupambana na uharamia wa filamu (Mwakalinga, 2010: 25). Ingawa mfumo huu unaonekana kuwakera wapenzi wengi wa filamu za Kiswahili za Kitanzania, umekuwa ukiendelea; na zaidi uharamia wa filamu nao umeshamiri. Mmoja wa watendaji wa zamani wa asasi ya kusimamia hakimiliki nchini Tanzania (COSOTA) anasema, "wengine [wanaoshiriki katika kupambana na uharamia] walikuwa maharamia hadi mwishoni mwa miaka ya 2000 kabla ya kuamua kurasmisha biashara zao kama warudufishaji na wasambazaji".

Kwa upande mwingine wasanii-watayarishaji wamekuwa wakilaumiwa na wapenzi wa filamu kwa kugawa filamu moja katika sehemu mbili wakati filamu ni moja na kuwalazimisha kununua filamu moja kwa bei ya filamu mbili. Single Mtambalike (2013)[2] ambaye hujulikana zaidi kama Richie Rich, mmoja wa wasanii-watayarishaji nguli wa filamu za Kiswahili nchini Tanzania anasema, "Hatuupendi huu mfumo [wa kugawa filamu sehemu mbili] kabisa, lakini tutafanya nini? Mfumo wa dividi mbili unamyonya mnunuzi kuliko kupambana na uharamia kama wanavyosema [warudufishaji-wasambazaji]". Hivyo basi ingawa wasanii-watayarishaji wa filamu wamekuwa wakilalamikiwa na wapenzi wa filamu kwa kutoa filamu za 'vipande vipande' na zilizojaa matangazo ya biashara. Ukweli ni kuwa wao siyo hasa wa kulaumiwa, kwani wanalazimishwa na warudufishaji-wasambazaji kufanya hivyo kwa kulaghaiwa kuwa hiyo ndiyo njia ya kupambana na uharamia wa filamu.

[2] Single Mtambalike akihojiwa na waandishi wa habari katika Hoteli ya Marumaru, Zanzibar wakati wa Tamasha la Filamu la Nchi za Majahazi (ZIFF) tarehe 05.07.2013.

Kamin (2011: 13) naye ana mtazamo kama wa Single Mtambalike kuwa mfumo huu unalenga kumnyonya mnunuzi kuliko kupambana na uharamia kwani wasambazaji-wauzaji wanapata faida mara mbili kwa kuuza filamu moja katika nakala mbili. Pia warudufishaji-wasambazaji wanapata fursa ya kuuza dividi tupu (ambazo hazijarekodiwa) nyingi zaidi, mara mbili ya kiwango cha kawaida kwani wengi wao ndio wanaoingiza dividi tupu nchini au kuzitengeneza. Wasambazaji-wauzaji wakubwa nao wanafurahia hali hiyo kwani ni njia ya kupata faida zaidi.

Ingawa kihistoria, ugawaji huu wa filamu katika sehemu mbili ulianzishwa na warudufishaji-wasambazaji, pia, kuna tatizo la ujuzi hafifu wa waandishi wa miswada katika kutengeneza hadithi. "Waandishi wengi hawana ujuzi wa kuandika miswada hivyo wanalazimisha kuirefusha filamu bila sababu," anasema Charles Kayoka (2013), mmoja wa walimu wa uandishi wa hadithi katika Idara ya Sanaa na Sanaa za Maonesho, Chuo Kikuu cha Dar es Salaam. Na wakati mwingine inabidi kujazia filamu kwa matangazo ya bidhaa nyingine za mrudufishaji-mtengenezaji. Kwa kuwa masanii-mtayarishaji anatakiwa kutimiza masharti ya mrudufishaji-msambazaji ni wazi kuwa mhariri hana uhuru wa kurekebisha au kukosoa mfumo wa sehemu mbili.

Naye Mkurugenzi Mtendaji wa Tamasha la Filamu za Kiafrika la Arusha (AAFF), Akpor Otabele (2014)[3] mwenye asili ya Nigeria anaonesha wazi jinsi mambo yalivyobadilika katika tasnia ya filamu ya Nigeria (Nollywood). Anasema:

> Nollywood wenyewe wameshaachana na mtindo wa kutoa filamu katika sehemu zaidi ya moja. Nollywood 'mpya' kama inavyoitwa sasa, inalazimisha kuwa na dividi moja tu, na sura mpya za waigizaji. Watu wengi hawapendi kuona sura za zamani. Hata hivyo wako ghali sana na vigumu kufanya nao kazi.

Hii ni wazi kuwa, hata tasnia ya filamu nchini Tanzania ambayo imekopa mambo mengi kutoka Nollywood, inatakiwa kubadilika ili kuweza kujiweka katika nafasi nzuri ya kutambulika kimataifa.

(b) *"Kwa bei ya jumla tuliyozoea, haitauzika"*

Ingawa inaonekana hakuna bei elekezi au bei kikomo katika suala zima la usambazaji wa filamu, ukweli ni kuwa bei zipo na zinajulikana ingawa zimepangwa na kikundi kidogo cha watu wenye 'nguvu' katika soko la filamu.

---

[3] Akpor Otabele alikuwa anachangia hoja katika Mkutano wa wadau wa filamu wa Afrika Mashariki katika Hoteli ya Mount meru, Arusha tarehe 12.03.2014.

Bei hizi, mfano shilingi 1700/= (kama US$1) ni bei ya jumla kwa nusu filamu kwa kipindi cha mwaka 2011-2014. Hii inamaanisha bei ya jumla ya filamu nzima ni shilingi 3400/= (kama US$2).

Hata hivyo, mmoja wa warudufishaji-wasambazaji wakubwa, Steps Entertainment, imetangaza bei mpya ya shillingi 1,500/= kwa filamu (pungufu ya US$1) kuanzia mwaka 2015 (Filamucentral, 2014). Bei hii ni ya chini ukilinganisha na gharama za mchakato mzima wa kutengeneza filamu. Hivyo itakuwa vigumu kwa watayarishaji kuboresha utayarishaji wa filamu. Iwapo kila kitu kitafanywa kwa kufuata sheria za Tanzania ikiwa ni pamoja na kulipia kibali cha kufanya kazi za sanaa kutoka Baraza la Sanaa la Taifa (BASATA), kulipia vibali vya kutengeneza filamu kutoka Bodi ya Filamu na Michezo ya Jukwaani, kulipia kuweka stempu za kodi, kulipia kodi ya ongezeko la thamani na ushuru wa forodha (kwa kazi zinazorudufishiwa nje), kuwalipa waigizaji ujira stahiki, kulipia gharama za matangazo ya filamu, na gharama nyingine ndogondogo, ni wazi kuwa itachukua muda kuwa na filamu zilizotengenezwa kwa uwekezaji mkubwa.

Kwa upande mwingine warudufishaji-wasambazaji ambao wamehodhi soko la usambazaji wanadai kuwa inawalazimu kupanga bei hiyo ya chini ili kupambana na uharamia wa filamu. Ukweli ni kuwa kwa upande mmoja, bei hizi ni za kuhodhi soko, kuhakikisha hakuna mtu atakayeweza kuuza filamu ambaye hahusiani na 'kundi dogo' la warudufishaji-wasambazaji wanaojuana, wanaoingiza dividi tupu, makasha na wenye mitambo ya kurudufisha. Kwa upande mwingine, iwapo warudufishaji-wasambazaji wanapata faida kubwa, maana yake ni kuwa kwa kila filamu inayouzwa faida inatokana na kuuza filamu katika sehemu mbili. Kishuga (2012), muuzaji wa filamu wa Kariakoo anasema:

> Hizi bei zinawekwa ili kukamata soko na kuhakikisha hakuna mfanyabiashara mdogo anayeweza kubakia akifanya biashara. Warudufishaji-wasambazaji hawawezi kupata hasara kwa sababu faida yao haitokani na mauzo ya dividi bali ya dividi tupu na makasha yake. Hata hivyo hawaagizi tena toka nje, wanatengenezea kila kitu hapa Dar.

Filamu ambazo haziko katika sehemu mbili inakuwa vigumu kuuzwa kwa sababu mbili. Kwanza, kwa bei ya jumla ya shilingi 1,700/= inakuwa ni hasara kwa mrudufishaji-msambazaji. Pili, hata zikiuzwa kwa shilingi 2,000/= kwa bei ya jumla wasambazaji na wauzaji wanadai ni ghali; hivyo hazitauzika. 'Woga' huu wa kuwa filamu haiko katika sehemu mbili na bei ni zaidi ya shilingi 1,700/= upo zaidi kwa wasambazaji-wauzaji wakubwa wenye asili ya Tanzania wanaotumiwa na warudufishaji-wasambazaji wenye asili ya Kihindi wakati wa kusambaza

filamu za watayarishaji-wasambazaji wenye asili ya Tanzania. Hii imedhihirika pale warudufishaji-wasambazaji (wenye asili ya Kihindi) kwa mara ya kwanza walipoanza kutoa filamu katika sehemu mbili lakini ndani ya kifungashio kimoja cha bahasha na kuuza kwa bei ya jumla ya shilingi 3,500=; kwa mfano, filamu ya Steven Kanumba *Ndoa Yangu* (2012). Hakukuwa na malalamiko kutoka kwa wasambazaji-wauzaji wakubwa (wenye asili ya Tanzania) kuhusu ughali wa bei hiyo zaidi ya kutumia kila mbinu za biashara kusambaza kwa sababu ilikuwa ni filamu inayouzika haraka sana.

(c) *"Iko kwenye bahasha haitauzika"*

Hii ni kauli ambayo imekuwa inajirudia mara kwa mara. Sababu inayotolewa ni kuwa wateja wa filamu wanapenda filamu ambazo zimefungashwa katika kasha. Ukweli ni kuwa wengi wa warudufishaji-wasambazaji au kampuni zao tanzu ndizo zinazoingiza dividi tupu na makasha nchini Tanzania. Kama ilivyo kwa biashara ya dividi, ndivyo hivyohivyo wanavyouza makasha. Kwa wauzaji wa rejareja wanaotembeza filamu barabarani, maarufu kama wamachinga, wao wamezoea kupanga bei kwa kutazama 'sura' ya mteja. Musa (2012), mmoja wa wamachinga wanaotembeza dividi katika mitaa ya Ubungo jijini Dar es Salaam, anasema, "Ni rahisi kumbambikizia mtu bei ya juu kwa sababu haya makasha ya plastiki yanaongeza ubora katika mwonekano". Hivyo inapokuwa katika kasha ni rahisi kumtajia mteja bei ya juu kwani inaonekana kama bidhaa yenye thamani zaidi ingawa dividi inayokuwa ndani inaweza kuwa ya ubora hafifu.

Wasambazaji-wauzaji wakubwa (wenye asili ya Tanzania), wasambazaji-wauzaji wadogo na wauzaji hupenda filamu zilizoko kwenye kasha kwani ni rahisi kuzifanyia uharamia, yaani kutengeneza nakala zao na kuziuza bila mrudufishaji-msambazaji kugundua. Hii inatokana na ukweli kuwa makasha yanapatikana kwa urahisi na kurudufu karatasi yenye picha ya kwenye kasha ni rahisi pia. Hii ni tofauti na kifungashio cha bahasha kinachofunikwa na jaribosi yenye lakiri kwani ufungashaji huu humlazimu anayetaka kufanya uharamia aende kiwandani kutengeneza. Hivyo, bei ya kurudufu kiharamia itakuwa haina tofauti sana na bei halali, hivyo kupunguza faida. Baadhi ya warudufishaji-wasambazaji wakubwa wenye asili ya Kihindi wameanza kuweka filamu katika kifungashio cha bahasha na wasambazaji wakubwa wenye asili ya Tanzania hawaonekani kuhoji mtindo huo. Cha kushangaza, katika kazi za sanaa zinazouza zaidi ni za muziki wa injili. Kazi nyingi zinasambazwa na warudufishaji-wasambazaji Watanzania wenye asili ya Kihindi na ziko katika kifungashio cha bahasha na bei yake ni ghali kuliko filamu za kawaida.

(d) *"Haisambazwi na kampuni 'fulani', haina waigizaji wenye majina, haitauzika"*

Kwa kuwa mfumo wa usambazaji wa filamu umehodhiwa na kundi dogo la warudufishaji-wasambazaji wanaoagiza dividi tupu, makasha na wenye mitambo ya kurudufisha, wamefanikiwa pia kuwagawa wasanii-watayarishaji na kuwalazimisha kupeleka kazi zao ili waweze kuzisambaza. Matokeo yake ni kuwa waigizaji na wasanii-watayarishaji wanalazimika kujigawa katika makundi kulingana na sera za mrudufishaji-msambazaji. Vilevile, kwa kuwa baadhi ya warudufishaji-wasambazaji 'wanawamiliki' wasanii hao (kwa mikataba waliyoingia), wanalazimika kuwatumia wasanii hao hao hata kama si mahiri hivyo kubana fursa za wasanii wengine ambao pengine ni mahiri zaidi katika kuigiza na pengine watazamaji wangependa kuwaona.

Single Mtambalike (2013) anasema, "kati yetu sisi *big five*[4] ni wachache sana tunaoweza kukubali kufanya kazi bila mikataba ya Wahindi. Wengi wetu sisi ni waoga, tunaiogopa kesho hivyo lazima tuendelee kunyanyasika tu kwa Wahindi." Hata hivyo, 'msanii mkubwa' wa filamu ni dhana 'tata' kwani msanii anayeonekana mkubwa pengine ni kwa vile ameigiza filamu nyingi katika kampuni fulani ya mrudufishaji-msambazaji, ambaye amehodhi soko, na siyo umahiri wake.

(e) *"Hiyo filamu nimeshauza, haiuziki"*

Kumeibuka aina nyingine ya uharamia wa filamu. Aina hii ni ile ya kutoa filamu yenye jina linalofanana kabisa na filamu nyingine au linalokaribiana. Kwa mfano, baada ya filamu ya *Chungu* kupata tuzo ya filamu bora ya Kitanzania toka Tamasha la Filamu la Nchi za Majahazi (ZIFF) mwaka 2012, kumetokea filamu nyingine yenye jina *Chungu* ambayo ina sehemu 1 na 2, iliyofungashwa kwenye kasha na kutengenezwa na Zena Productions. Kuwepo kwa filamu nyingine ya *Chungu* kwa kiasi kikubwa kumeathiri usambazaji wa filamu ya *Chungu* katika baadhi ya maeneo, hasa nje ya Dar es Salaam kama Tanga, Arusha na Iringa. Sam (2012), mmoja wa wasambazaji wakubwa wa Kariakoo alipotakiwa kusambaza filamu ya *Chungu* alisema, "tatizo nimeshauza filamu kama hiyo; haitauzika".

Ingawa suala la hakimiliki ni la kisheria, bado ni suala linaloathiri usambazaji na ubora wa filamu. Chama cha Hakimiliki (COSOTA) wanadai kuwa wao hawahusiki na kulinda majina ya filamu, bali kilichomo katika filamu. Suala

[4] Ni jina wanalojiita/walilokuwa wanajiita wasanii wakubwa watano wa filamu nchini. Wasanii hao ni Jacob Steven (JB), Single Mtambalike (Richie Rich), Vincent Kigosi (Ray), Mussa Issa (Cloud 112) na Steven Kanumba.

kama hili linawafanya warudufishaji-wasambazaji kuwa na wasiwasi wa kupata hasara iwapo uharamia utafanyika. Kwa mantiki hiyo, inakuwa vigumu kwa msanii-mtayarishaji kugharimia filamu kwani hana uhakika kama warudufishaji-wasambazaji watapenda kuinunua. Kama msanii-mtayarishaji atapenda kuwa mrudufishaji-msambazaji anapaswa kutafuta namna ya kupata nguvu ya wasambazaji-wauzaji wakubwa ili kuisambaza bila vikwazo na pia kuweka mikakati ya kupambana na uharamia. Tatizo lililopo kwa sasa ni wasambazaji-wauzaji wakubwa kutokuwa tayari kununua filamu kwa bei tofauti na iliyopangwa na kundi dogo la warudufishaji-wasambazaji ambao ni Watanzania wenye asili ya Kihindi.

4.0 Nafasi ya Mamlaka za Dola

Kwa kuangalia changamoto hizi za usambazaji na uuzaji wa filamu za video ambazo zinawiana moja kwa moja na ubora wa utayarishaji wa filamu Tanzania, ni wazi kuwa kunahitajika mkakati wa kuboresha mchakato wa 'kurasmisha' tasnia ya filamu. Taasisi za serikali kama Baraza la Sanaa la Taifa (BASATA), Chama cha Hakimiliki (COSOTA) na Bodi ya Filamu na Michezo ya Jukwaani wamejitahidi kuboresha mazingira ya utayarishaji filamu nchini Tanzania lakini bado suala la usambazaji filamu halijaweza kuwekewa mwongozo stahiki. Kwa mfano, BASATA wamefanikisha kuanzishwa kwa mashirikisho manne ya wasanii Tanzania, likiwepo Shirikisho la Filamu Tanzania (TAFF). Ingawa suala la kujitegemea, uhuru wa kujiamulia mambo na uendelevu wa TAFF bado vina utata, haya yote hayafuti ukweli kuwa kuundwa kwa Shirikisho la Filamu nchini Tanzania ni hatua muhimu kwa mustakabali wa tasnia ya filamu.

Bodi ya Filamu na Michezo ya Jukwaani imefanikisha kupitishwa kwa kanuni mpya mwaka 2012 'zinazoipa meno' Sheria ya Filamu na Michezo ya Jukwaani ya mwaka 1974. Kwa mfano, sasa Bodi inaweza kukagua filamu zote zinazotengenezwa Tanzania na zile zinazoingizwa kutoka nje na kuzipa madaraja. Inaweza pia kudhibiti utayarishaji wa filamu kwa kudhibiti utoaji wa vibali na zaidi inaweza kuchukua hatua za kisheria kwa watu wanaokiuka utaratibu wa utayarishaji filamu uliowekwa. Haya ni mafanikio ingawa bado kuna maswali mengi ambayo hayajajibiwa kuhusu nguvu ya bodi hii kufuatilia makosa ya wazi ya kisheria yanapofanyika. Kama ilivyoainishwa mwanzoni mwa makala haya, wastani wa filamu 10 hutengenezwa na sita huingia sokoni. Hata hivyo, filamu nyingi hazikaguliwi na bodi na zilizokaguliwa siyo zote zinazoweka wazi vibali vya madaraja ya filamu yanayohusika kama sheria inavyotaka. Pia, kumekosekana motisha kwa wale wanaofuata taratibu ukilinganisha na uhuru walionao wale wasiofuata sheria.

Iwapo Bodi ya Filamu itafanya kazi ipasavyo itasaidia kujua angalau kwa uhakika zaidi idadi ya filamu zinazotengenezwa Tanzania kwa mwaka, watayarishaji, wasanii, warudufishaji na wasambazaji. Pia, itasaidia kujua idadi ya filamu zinazoingizwa kutoka nje na wasambazaji wake. Takwimu hizi zitasaidia sana katika kujua mchango wa tasnia ya filamu katika pato la taifa kwani kuna filamu zinazotengenezwa lakini haziingii sokoni kwa sababu moja au nyingine.

COSOTA (1999) kwa kiasi fulani imefanikiwa kutoa elimu ya Sheria ya Hakimiliki na Hakishiriki. Lakini kwa upande wa pili uharamia wa filamu umeendelea kukua kwa kasi kubwa na wakati mwingine kulazimisha wasanii-watayarishaji na warudufishaji-wasambazaji kuamua kuzunguka mitaani kukamata kazi haramu wakishirikiana na Jeshi la Polisi. Tatizo la uharamia lipo si tu kwenye kazi za filamu za Kiswahili za Kitanzania bali pia kwa filamu za Kiingereza kutoka nje zinazowekewa masimulizi ya Kiswahili (Krings, 2010: 30).

Kesi nyingi za uharamia wa filamu bado zimeendelea kuamuliwa kwa adhabu zisizolingana na uzito wa makosa na hasara anazopata mrudufishaji-msambazaji. Changamoto nyingine ni upungufu katika sheria ya Hakimiliki ya mwaka 1999 ambapo ofisi ya hakimiliki inafanya kazi pia ya kukusanya mrabaha. Kiutendaji, hizi ni kazi mbili tofauti; kazi ya hakimiliki ndiyo inayotakiwa kusimamiwa na mamlaka ya dola na kuachia jumuiya za ukusanyaji mirabaha kujiongoza kwa kanuni na taratibu za wanachama wake.

Kwa kuangalia jinsi ambavyo taasisi hizi za dola kama BASATA, Bodi ya Filamu na COSOTA zinavyofanya kazi ni wazi kuwa suala la kuunganisha taasisi hizi na Mamlaka ya Mapato Tanzania (TRA) kupitia mpango wa stempu za kodi ni jambo la msingi ingawa lina changamoto zake. Mpango wa kutoa stempu za kodi kwa bidhaa za filamu na muziki umeanza kutumika rasmi toka Januari, 2013. Mpango huu umesaidia harakati za 'kurasmisha' tasnia ya filamu hasa kwa kukusanya kodi. Ukusanyaji kodi unaweza kuwa sehemu ya kuongeza ubora, ushindani, ubunifu na zaidi kuonesha mchango wa tasnia ya filamu katika pato la taifa. Stempu hizi zikitumika vizuri zinaweza kuwa mwanzo wa kupanga bei elekezi ya jumla kwa bidhaa za filamu.

Utaratibu huu wa stempu za kodi ingawa unaonekana kuwa na lengo chanya, ni wazi kuwa hakuna ushahidi wa kutosha kuwa utatatua matatizo yote. Kwa mfano, iwapo wasanii-watayarishaji hawatakuwa na mitaji ya kutengeneza filamu na hawawezi kukopesheka ni lazima watajikuta katika mikono ya warudufishaji-wasambazaji, yaani walewale wenye ukiritimba wa kupokea kazi

zao kwa ajili ya kusambaza. Hii ina maana kuwa utaratibu wa stempu za kodi unaweza kugeuka mpango wa kuwafukarisha wasanii-watayarishaji na kuwahalalishia warudufishaji-wasambazaji faida zisizo na kipimo. Mamlaka ya Mapato Tanzania ina wajibu wa kuuelimisha umma na hasa wafanyakazi wake katika sehemu zote inazofanya kazi ili kuelewa lengo la stempu za kodi kuwa ni hasa kupanua wigo wa kukusanya kodi ili kupunguza urasimu kwa wasanii pale wanapokwenda kutaka huduma hii katika maeneo mbalimbali nchini. Pia, iwapo Shirika la Viwango Tanzania (TBS) halitafanya kazi ya kukagua ubora wa dividi zinazoingizwa nchini, bado tutaendelea kuwa na dividi zisizo na ubora zinazotumika katika kurudufishia filamu kama ilivyo hivi sasa, ambazo mara nyingi huharibika mara tu zinapochezwa. Kuna haja ya kuhakikisha jeshi la polisi nchini kupitia kitengo chake cha Miliki-ubunifu kinafanya kazi yake kwa ufanisi ikiwa ni pamoja na kutoa elimu kwa polisi na wadau wengine kuelewa maana ya miliki-ubunifu na jinsi inavyolindwa kisheria.

Ingawa lengo la makala haya si kujadili mafanikio na changamoto za utekelezaji wa stempu za kodi unaofanywa na Mamlaka ya Mapato Tanzania (TRA) ni wazi kuwa iwapo taasisi inayohusika kama BASATA, Bodi ya Filamu na COSOTA hazitatatua matatizo yaliyopo ikiwa ni pamoja na kurudisha imani kwa wadau, bado wasanii na wasanii-watayarishaji hawataona mabadiliko katika kipato kama wanavyotarajia. Vilevile kwa wadau wa filamu, hakutakuwa na mabadiliko ya ubora, zaidi ya kuhisi dola imeongeza urasimu katika tasnia ya filamu kwa lengo la kuwanyonya wasanii na wasanii-watayarishaji kwa kisingizio cha kurasmisha tasnia ilhali inapanua wigo wa kukusanya kodi.

Kwa ujumla kuna haja ya kupanua wigo na mifumo ya usambazaji filamu za Tanzania zaidi ya Kariakoo ili kuwafikia wanunuzi wengi. Zipo njia nyingi ila mojawapo ni kuhamasisha uuzaji wa filamu kwa njia ya mitandao. Njia hii itasaidia kuuza filamu za Tanzania nje ya mipaka bila usumbufu mkubwa. Pili, ni kutumia mashirika na taasisi mbalimbali kama Shirika la Posta ambalo lina mtandao mpana wa ofisi takribani nchi nzima. Mitandao mingine ni wauza vitabu na wasambaza magazeti, wauzaji wa vocha na wale wanaotoa huduma za pesa kwa njia ya simu kupitia kampuni za simu za mikononi, mashirika ya ndege na taasisi nyingine kama sehemu za usambazaji filamu. Katika hili Mhando (2005:11) anashauri kuanzishwa kwa vituo vya utoaji habari kwa ajili ya usambazaji wa filamu. Tatu, kuna haja ya kuunganisha filamu na tasnia nyingine, hususan utalii ili kusaidia katika kujitangaza. Njia mojawapo ni kuanzisha Mamlaka ya Tasnia za Ubunifu itakayofanya kazi ya kuhakikisha filamu na bidhaa nyingine za ubunifu zinaendelea kutengenezwa na kusambazwa ili kutoa ajira zaidi, kuongeza kipato na kutangaza ubunifu uliopo Tanzania nje ya mipaka.

5.0 Hitimisho

Makala haya yameonesha wazi kuwa tatizo la ubora wa filamu za Tanzania unachangiwa kwa kiasi kikubwa na mfumo wa usambazaji na uuzaji wa filamu kuliko utayarishaji. Pia, wahusika wakubwa katika suala zima la usambazaji ni wasambazaji-wauzaji, wengi wao wakiwa Watanzania wenye asili ya Tanzania kuliko warudufishaji-wasambazaji wenye asili ya Kihindi, kama inavyodhaniwa. Huenda yanayotokea nchini kwenye usambazaji vilevile hutokea sehemu nyingine Afrika zenye mifumo inayofanana na Tanzania katika utayarishaji wa filamu. Zinahitajika tafiti linganishi kuthibitisha haya. *Chungu* imetoka katika kipindi cha mpito wakati uharamia unaendelea, Shirikisho la Filamu (TAFF) likianza kuweka mifumo ya kufanya kazi, Bodi ya Filamu ikiwa inatekeleza kanuni mpya, TRA wakiwa wanatekeleza mpango wa stempu za kodi na COSOTA wakiwa katika mchakato wa kurekebisha Sheria ya Hakimiliki ya 1999. Haya yote yanaweza kuchangia kuleta mabadiliko chanya au hasi katika tasnia ya filamu.

Tunapozungumzia tasnia ya filamu nchini Tanzania, muundo wa nguzo tano wa Landry (2000) unaparaganyika, yaani badala ya kuanza na ubunifu kuelekea kwenye usambazaji, mfumo unaanza na usambazaji ili kupanga ubunifu. Hii ina maana kuwa maamuzi ya wasambazaji-wauzaji (wafanyabiashara) ndiyo yanayopanga mfumo wa utayarishaji uweje kiasi kwamba hata suala la ubora linapangwa na mfumo wa soko na hauanzii katika hatua za ubunifu.

Marejeo

Billa, K. (Director). (2011). *Chungu* [Motion Picture]. Tanzania.

DACST. (1998). *The South African Publishing Industry: Cultural Industries Growth Strategy (CIGS)*. Retrieved October 24th, 2011, from www.info.gov.za/view/DownloadFileAction?id=70498

Editor. (2012). *Filamu Bongo Inalipa ama Hailipi?* Retrieved November 23, 2012, from Bongo5: www.bongo5.com/filamu-bongo-inalipa-ama-hailipi-08-2012/

Filamucentral. (2014). 'Wasanii walia na maharamia filamu kushushwa bei kuuzwa 1500 tu'. Retrieved December 20th, 2014, from www.filamucentral.co.tz/2014/12/19/wasanii-walia-na-maharamia-filamu-kushushwa-bei-kuuzwa-1500tu/#more-5396

Haynes, J. (2011). *African Cinema and Nollywood: Contradictions*. Retrieved March 2012, 15th, from www.ojs.gc.cuny.edu/index.php/situations/article/view/745/1194

Joffe, A., & Newton, M. (2008). *The Creative Industries in South Africa.*

Retrieved October 24, 2011, from www.labour.gov.za/downloads/documents/research-documents/Creative%20Industries_Dol_Report.pdf

Kamin, L. (2011). *Swahiliwood: A Platform for Enter-Educate Feature Films.* Dar es Salaam: Media For Development International.

Kayoka, C. Mahojiano na mtafiti tarehe 08 Septemba 2013.

Kishuga. Mahojiano na mtafiti tarehe 08 16 Agosti 2012.

Kitime, J. Mahojiano na mtafiti tarehe 09 September 2013.

Krings, M. (2010). *Turning Rice into Pilau: The Art of Video Narration in Tanzania.* Retrieved March 15, 2012, from www.veejays-derfilm.ch13.de/download/Turning_rice_into_pilau_The_art_of_video_narration_in_Tanzania.pdf

Landry, C. (2000). *Creative City.* London: Earthscan Publications Ltd.

Mhando, M. (2000). *Approaches to African Cinema Study.* Retrieved October 24, 2011, from Senses of Cinema: www.sensesofcinema.com/2000/8/african/

Mhando, M. (2005). *Participatory Video Production in Tanzania: An Ideal or Wishful Thinking?* Retrieved October 24, 2011, from www.tanzanet.org/int/journal/tznetjournal_07_2005_partic_video_prod.pdf

Musa. Mahojiano na mtafiti tarehe 04 Septemba 2012.

Mwakalinga, M. (2010). Shifting Economy, Shifting Cinema: Tanzania and Its Cinema. *unpublished.*

Mwakalinga, M. (2010). *The Political Economy of the Film Industry in Tanzania: From Socialism to an Open Market Economy 1961-2011.* UMI.

Mzee Adam. Mahojiano na mtafiti tarehe 04 Septemba 2012.

Salehe. Mahojiano na mtafiti tarehe 16 Agosti 2012.

Sam. Mahojiano na mtafiti tarehe16 Agosti 2012.

Shule, V. (2011). Tanzanian Films: Between Innovation and Incompetence. in David Kerr (Ed.), *African Theatre 10: Media and Performance* (pp. 39-49). London: James Currey.

URT. (1999). *Copyright and Neighbouring Rights Act 1999.* Dar es Salaam: Government Priter.