

**JINSIA NA KABILA KATIKA MUUNDO WA MAZUNGUMZO NA
UTENDAJI WA UNYENYEKEVU: MFANO WA BIASHARA YA MIRAA
MIONGONI MWA WASOMALI NA WAMERU
MTAANI EASTLEIGH, NAIROBI-KENYA**

KING'ANG'I JUDITH GAKII

**Tasnifu iliyowasilishwa katika Shule ya Masomo ya Shahada za juu kwa minajili
ya kutimiza baadhi ya Mahitaji ya Shahada ya Uzamili katika Kiswahili,
Chuo Kikuu Cha Egerton**

CHUO KIKUU CHA EGERTON

NOVEMBA, 2018

UNGAMO NA IDHINI

UNGAMO

Tasnifu hii ni kazi yangu binafsi na haijatolewa kutahiniwa kwa mahitaji ya shahada yoyote katika chuo kikuu chochote kile.

Sahihi:

Tarehe

King'ang'i, Judith Gakii

AM12/33515/14

IDHINI

Tasnifu hii imewasilishwa kwa idhini yetu kama wasimamizi walioteuliwa rasmi na Chuo Kikuu cha Egerton.

Sahihi.....

Tarehe:.....

Prof. Furaha Chai, PhD

Idara ya Lugha, Isimu na Fasihi

Chuo Kikuu cha Pwani

Sahihi

Tarehe :.....

Dkt. Fred Simiyu Wanjala, PhD

Idara ya Kiswahili na Lugha Zingine za Kiafrika

Chuo Kikuu cha Kibabii

HAKIMILIKI

©2018, King'ang'i Judith Gakii

Haki zote zimehifadhiwa. Hairuhusiwi kamwe kuiga, kutafsiri, kunakili au kuhifadhi tasnifu hii kwa jina au mfumo wowote ule pasi na idhini ya mwandishi au Chuo Kikuu cha Egerton.

TABARUKU

Kazi hii naitabaruku kwa wazazi wangu wapendwa Bw. Isaac King'ang'i M'ithai na Bi. Margaret Kalayu King'ang'i. Kwa mapenzi yenu kwangu yasiyo na kipimo, Mungu awabariki.

SHUKRANI

Kwanza shukrani zangu za dhati ninamtolea Mwenyezi Mungu kwa neema, rehema na fadhili zake ambazo ni mpya kila siku, na kwa ulinzi wake tangu nilipoanza masomo yangu hadi kukamilika kwake. Wakati mwingine mambo yaliniwia magumu lakini kwa kumtegemea, niliweza kufua dafu.

Pili, shukrani kutoka moyoni mwangu ziwaendee wasimamizi wangu wapendwa Prof. Furaha Chai na Dkt. Fred Simiyu Wanjala kwa kunipa wosia, kunishika mkono na kunielekeza kwa subira katika safari nzima ya elimu yangu ya uzamili. Kazi hii ilianza kama wazo tu ambalo halikuwa hata limenakiliwa karatasini. Wazo langu lilikomaa na kuwa pendekezo la utafiti ambalo sasa hivi ni tasnifu! Ninawashukuru sana kwa kuisoma kazi yangu na kunirekebisha kwa umakini na uvumilivu mwingi. Ninawavulia kofia wasimamizi wangu hawa! Chuo kilinipa wasimamizi lakini niliibuka na marafiki mwishoni. Mola awazidishie siku zenu hapa duniani ili muwafaidi wengi katika safari zao za kiakademia.

Tatu, ninawashukuru wahadhiri katika Idara ya Fasihi, Lugha na Isimu chuoni Egerton kwa mchango wao wenye busara na hekima. Dkt. M. Gwachi, Dkt. A. H. Taib, Dkt. Kipsabit, Dkt. Khaemba, Dkt. Bartoo, Dkt. Gacheiya, Bw. Amollo, Bw. Muindi, Bw. Kwambai, Bw. Kahiro na Bw. Mayoyo ambao wote kwa njia moja au nyingine walinihimiza na kunitia moyo wa kuendelea na masomo yangu pasi na kukata tamaa. Bw. Amollo, kwa kuisoma kazi yangu na kunisaidia katika utafsiri wa baadhi ya dhana, nakushukuru sana. Prof. Kitetu kwa mchango, maelekezo na wosia ulionipa ili kuiboresha kazi yangu-Mungu akubariki. Bila mwongozo wenu nisingeweza kusafiri salama katika bahari hii ya elimu.

Nne, shukrani zangu za dhati namtolea mwalimu wangu Dkt. Gacheiya aliyenifundisha tangu nikiwa mwaka wa kwanza hadi wa nne chuoni Egerton na kunitia mshawasha wa kuendeleza masomo yangu nikiwa ningali kijana. Baada ya kukamilisha shahada katika sanaa, nilimwendea mwalimu kwa mawaidha kuhusu kuendeleza masomo yangu katika Kiswahili. Hapo ndipo alinichukua na kunielekeza hadi ofisini kwa Dkt. Chai (ambaye sasa ni Prof. Chai) na kunieleza kuwa “iwapo unataka kuzamia Kiswahili huyu ndiye ‘daktari’ sasa.” Na kweli hapo sasa alikuwa ameniweka katika mikono salama ambayo ingenibeba hadi mwisho.

Tano, natoa shukrani zangu kwa wanafunzi wenzangu, Bw. E. Sifuma, Bi.W. Maryanne, Bw. H. Omanga, Bw. R. Musembi na Melvine O. kwa kuwa karibu nami. Mijadala na mihadhara yetu ilitupa nguvu za kulisukuma gurudumu la usomi pamoja hadi mwisho.

Sita, shukrani zangu za dhati pia ziwaendee wote walionifaidi na kutoa mchango katika kufanikisha utafiti wangu nyanjani. Sitawasahau Bw. J. Kimathi, Bw. Ayale, Bw. Sabir, Bw. Ali Kuss, P. Mugaa, 'Mende', Bw. Gitonga, Sammy, 'Omosh', Brian, Simon, Stanley, David, Murangiri, Zakayo, Thuraira, 'Mende', Mama Zainabu, Mama Farhiya, Mama Fiona, Gakii, Karani, Pius, Patrick, Mwere, Muthuri, Baariu, Thangicia na 'Kidero' kwa kujitolea kunisaidia kila nilipohitaji msaada wenu. Mngelisia kunipa data ambayo niliihitaji, basi tasnifu hii isingelikuwepo. Kwa hilo ninawaombea Mungu ili na wana wenu pia waweze kusaidiwa kama mlivyonisaidia mimi.

Saba, ningependa kuwashukuru wazazi wangu wapendwa Bw. Isaac King'ang'i M'ithai na Bi. Margaret Kalayu King'ang'i kwa mapenzi, malezi na mawaidha tangu utotoni. Ninawashukuru kwa kunitia mshawasha kusoma kwa bidii tangu nilipokuwa mdogo huku mkinihimiza kuwa elimu ni ufunguo wa maisha. Pia, kwa kuyafadhili masomo yangu hadi kiwango hiki. Babangu mzazi kwa mapenzi yako ya Kiswahili tangu ukiwa kijana ulikuwa umenunua riwaya na tamthilia nyingi ulizokuwa ukisoma. Bila shaka ninaiendeleza ndoto yako. Mungu awabariki wazazi na awalinde siku zote za maisha yenu. Pia, ninawashukuru ndugu zangu Martin, David, Joachim, Robert, Juster, Brian na Roy kwa kunihimiza na kunitia moyo hata pale nilipohisi kutokuwa na nguvu za kuendelea. Mlikuwepo nami kwa hali na mali mkinijua kuwa mliona fahari sana kwangu, jambo ambalo lilinichochea kufanya bidii hata zaidi.

Mwisho, sitosahau kumshukuru binamu yangu L. Kibwi kwa kunikaribisha nyumbani kwake Kilifi, kwa wiki mbili ambazo nilienda kumwona mhadhiri wangu kwa ajili ya tasnifu. Ulinitunza na kunipa malazi mema kwa kipindi kizima hicho. Kwa hilo sitousahau uhisani wako. Na iwapo kuna wengine ambao nimesahau kuwataja lakini walinisaidia kwa njia moja au nyingine kufanikisha kazi hii, nyote kwa pamoja ninawashukuru asante na kuwatajia baraka zake Mungu.

IKISIRI

Mazungumzo huwawezesha wanadamu kupitisha hisia zao na kumudu mazingira yao. Umahiri wa kimawasaliano ni chombo muhimu katika kuwasaidia wanadamu kufanikisha maingiliano yao. Kujihusisha na kudumisha mahusiano yasiyo na migogoro huhusisha ushirikiano na utendaji wa unyenyekevu baina ya waingilianaji. Katika utafiti huu, mtafiti alichunguza muundo wa mazungumzo baina ya wauzaji na wanunuzi wa miraa pamoja na mikakati ya unyenyekevu waliyoitumia. Malengo matatu mahususi yaliyouongoza utafiti huu yalikuwa ni: ubainishaji muundo wa mazungumzo baina ya wanunuzi na wauzaji wa miraa, kisha kutathmini namna vigezo vya jinsia na kabila la washiriki vilivyoathiri muundo wa mazungumzo na kutathmini namna vigezo vya jinsia na kabila vilivyoathiri utendaji wa unyenyekevu katika maingiliano hayo ya biashara ya miraa. Utafiti huu uliongozwa na nadharia mbili; Uchanganuzi wa Uzungumzaji na Nadharia ya Unyenyekevu. Mbinu za ukusanyaji data zilikuwa utazamaji katika hali asilia madukani pa kuuzia miraa, kurekodi mazungumzo na mijadala katika vikundi viini. Data ilinukuliwa kwa Kiswahili na kufanyiwa uchanganuzi wa yaliyomo. Uteuzi wa sampuli ulifanywa kimakusudi na kwa kuzingatia Mtazamo wa Maingiliano ya Kijamii ili kubainisha washiriki 48. Data ilikusanywa katika barabara za 8, 10 na 12 mtaani Eastleigh katika jimbo la Nairobi, nchini Kenya. Data iliwasilishwa katika nukuu na majedwali ili kuonyesha umaratokezi wa mikakati mbalimbali ya unyenyekevu. Utafiti huu ulibainisha kuwa washiriki wa biashara ya miraa walizingatia misamiati mbalimbali ya kufungua, kujirekebisha, kukata kalima na kufunga maongezi yao. Muundo wa mazungumzo wa mzungumzaji-mmoja-kwa-wakati-mmoja haukuzingatiwa na kukawa na aina mbili za ubadilishaji zamu: sahili na changamano. Mikakati mbalimbali ya unyenyekevu ilitumiwa na wanunuzi na wauzaji kila walipozungumza. Kwa mfano: kuamkua kwa kuita mnunuzi *boss, baba, brother, wariah, Engineer* ili wasionekane kushinikiza wanunuzi wao, kubadili msimbo, matusi, kushukuru na kuagana. Utafiti huu umetoa maarifa na mchango katika masomo ya uchanganuzi wa usemi kwa kuzingatia mahusiano ya kijinsia, kikabila, kimamlaka na unyenyekevu. Matokeo haya yatawafaidi wachanganuzi wa muundo wa mazungumzo ikizingatiwa ufunguzi, ubadilishaji zamu na ufungaji katika miktadha anuwai ya kijamii. Waundaji sera nchini Kenya watafaidi pia, kwani lugha ikitumiwa vyema itawaunganisha wanajamii wa jamii mbalimbali.

ABSTRACT

Conversations surround our daily encounters and its the successful conversations that we undertake, that help us conquer the challenges that we face. However, for an interaction to be successful, co-operation while doing turns is needed amongst the participants. Interactants involved in a conversational exchange should try to maintain each other's self-esteem by employing politeness strategies since social interactions are geared towards co-operation. Therefore, this study aimed at analysing the conversation structure among the selected negotiations between miraa buyers and sellers. The research was based on three objectives: firstly, identifying the conversation structure of miraa negotiations by traders, secondly, establishing the implication of gender and ethnicity of the traders on the conversation structure during the negotiations and thirdly, determining the implication of gender and ethnicity on the politeness strategies employed by traders during the conversational exchange. The study was guided by two theories: Conversation Analysis theory and Politeness Theory. Direct Observations, audio-recording and Focused Group Discussions were conducted to obtain data. Purposive sampling and Milroy's Social Network Approach were used to identify the 48 participants from 8th, 10th and 12th streets in Eastleigh, Nairobi Kenya. The spoken samples of the conversations between the miraa buyers and sellers were later on transcribed in Kiswahili. Content analysis was done on the transcripts and tables showing the politeness strategies employed were derived. The study revealed that the traders used simple and complex turntaking structures, the repair process was either self or other-initiated. The females' communication style shifted to the 'rudeness standards' set by the male while meekness was associated with buyers with ill-intentions. They employed different politeness strategies such as use of honorifics like *boss*, *brother*, *Engineer* to minimize imposition. Codeswitching was another politeness strategy that intercultural participants made use of especially whenever the seller or buyer was tempted to utter mean statements to the other conversant. The findings from this study will be important to scholars in applied linguistics and interactional sociolinguistics. The findings will have wider implications on important concepts like; gender, intercultural relations, power relations, and politeness in intercultural communication. This study will also contribute positively to policies towards national integration whereby language can be used as a tool to break or maintain the existing social ties in intercultural interactions.

YALIYOMO

UNGAMO NA IDHINI	ii
HAKIMILIKI	iii
TABARUKU	iv
SHUKRANI	v
IKISIRI	vii
ABSTRACT	ii
DIBAJI YA MAJEDWALI	v
DIBAJI YA VIPUPISHO VYA MANENO	vi
SURA YA KWANZA: UTANGULIZI	1
1.1 Usuli wa Mada	1
1.2 Suala la Utafiti.....	5
1.3 Madhumuni ya Utafiti	5
1.4 Maswali ya Utafiti.....	6
1.5 Umuhimu wa Utafiti.....	6
1.6 Upeo na Mipaka ya Utafiti	7
1.7 Ufafanuzi wa Istilahi	9
SURA YA PILI: MAPITIO YA MAANDISHI NA MISINGI YA NADHARIA .10	
2.1 Utangulizi	10
2.2 Mapitio ya Maandishi.....	10
2.2.1 Miraa kama Bidhaa ya Biashara	10
2.2.2 Maingiliano ya Kibiashara.....	12
2.2.3 Maingiliano ya Kikabila	13
2.2.4 Uchanganuzi Usemi	14
2.2.5 Muundo wa Mazungumzo	15
2.2.6 Unyenyekevu katika Mazungumzo	22
2.2.7 Unyenyekevu wa lugha kutegemea jinsia	23
2.3 Misingi ya Nadharia	25
2.3.1 Nadharia ya Uchanganuzi wa Uzungumzaji	25
2.3.2 Nadharia ya Unyenyekevu.....	27
2.4 Hitimisho	30
SURA YA TATU: MBINU ZA UTAFITI	31
3.1 Utangulizi	31

3.2 Muundo wa Utafiti	31
3.3 Mahali pa Utafiti	32
3.4 Umma Lengwa	32
3.5 Uteuzi wa Sampuli	32
3.6 Ukusanyaji wa Data	33
3.6.1 Utazamaji.....	33
3.6.2 Kunasa na Kurekodi Sauti	34
3.6.3 Mijadala katika Vikundi Viini.....	34
3.7 Uchanganuzi na Uwasilishaji wa Data.....	35
3.8 Maadili ya Utafiti	35
SURA YA NNE: UCHANGANUZI NA UWASILISHAJI WA DATA	37
4.1 Utangulizi	37
4.2 Muundo wa Mazungumzo.....	37
4.2.1 Vifunguzi vya Mawasiliano.....	38
4.2.2 Ubadilishanaji Zamu.....	42
4.2.3 Ukataji Kalima.....	45
4.2.4 Urekebishaji.....	48
4.2.5 Ufungaji wa Mazungumzo	50
4.3 Athari ya Kabila na Jinsia kwa Muundo wa Mazungumzo miongoni mwa Wauzaji na Wanunuzi	53
4.3.1 Jinsia na Muundo.....	54
4.3.2 Ukabila na Muundo	62
4.4 Mikakati ya Unyenyekevu	70
4.4.1 Maamkuzi	72
4.4.2 Maneno ya Heshima ya Kutaja.....	73
4.4.3 Mzaha au Utani na Vichekesho	75
4.4.4 Maombi.....	77
4.4.5 Ubadilishaji Msimbo	79
4.4.6 Makaribisho	81
4.4.7 Matumizi ya Misamiati ya Biashara	82
4.4.8 Upungungakaji wa Unyenyekevu.....	85
4.4.9 Matusi	86
4.4.10 Kushukuru na Maagano.....	90

4.4.11 Hitimisho	92
SURA YA TANO:MUHTASARI, HITIMISHO NA MAPENDEKEZO.....	93
5.1 Utangulizi	93
5.2 Muhtasari wa Matokeo.....	93
5.3 Hitimisho	95
5.4.1 Muundo wa Mazungumzo katika Biashara ya Miraa	95
5.3.2 Mikakati ya Unyenyekevu katika Biashara ya Miraa.....	97
5.4 Mapendekezo Kutokana na Utafiti.....	98
MAREJELEO.....	99
KIAMBATISHO 1: FOMU YA IDHINI.....	105
KIAMBATISHO 2: RATIBA YA UCHUNGUZI.....	106
KIAMBATISHO 3: MWONGOZO WA MAHOJIANO KATIKA VIKUNDI KIINI.....	107
KIAMBATISHO 4: KIBALI CHA UTAFITI KUTOKA NACOSTI.....	108
KIAMBATISHO 5: RAMANI YA JIMBO LA NAIROBI, ENEO LA EASTLEIGH.....	109
KIAMBATISHO 6: ALAMA ZA UNUKUZI	110
KIAMBATISHO 7: TUNUKUZI YA DETA	111

DIBAJI YA MAJEDWALI

Jedwali 1: Kielelezo cha Mikakati ya Unyenyekevu kutoka Brown na Levinson (1987:60).....	29
Jedwali 2: Uteuzi wa Sampuli.....	33
Jedwali 3: Vidokezo na Utokeaji wa Muundo wa Mazungumzo	37
Jedwali 4: Mikakati ya Unyenyekevu katika Mazungumzo kutokana na deta	71
Jedwali 5: Msambao wa misamiati iliyotumika katika maamkuzi	72

DIBAJI YA VIPUPISHO VYA MANENO

K.H.J.	- Keshatajwa
K.M.	- Kwa mfano
K.V.	- Kama vile
UK	- Ukurasa
S.S.J	- Sacks, Schegloff na Jefferson

SURA YA KWANZA

UTANGULIZI

1.1 Usuli wa Mada

Lugha ndiyo huwasaidia wanadamu kujenga mahusiano ya muda au ya kudumu. Wanaohusiana kilugha huweza kubadilishana fikra au kuisitiza misimamo wanayoishikilia kuhusu maswala ya kimaisha. Mahusiano yote hufanyika kwa lengo la kukabili na kutatua matatizo ya kijamii ya kila siku. Baada ya kutoa kauli hii basi ni muhimu kuisitiza kuwa lugha humwezesha mwanadamu kujitambulisha kama mwanajamii-lugha mojawapo wa lugha zipatikanazo ulimwenguni. Jamii zote kwa hivyo zaweza kujitambulisha kwa kuzingatia lugha yao ya kwanza au lugha moja maalumu waliyojifundisha kama lugha ya pili.

Maingiliano yoyote ya kijamii huzingatia lugha (Yule, 1996). Lugha ni chombo muhimu kinachowawezesha watu kuendeleza shughuli zao za kila siku. Lugha ni kama mafuta yawekwayo kwenye gari ili liweze kwenda. Goodwin na Heritage (1990), wananukuliwa na Liddicoat (2007) wakieleza kuwa wazungumzaji hupata kukubalika au kukataliwa kama watu binafsi au kama mmoja wa jamii mahususi wanayotoka kila wanaposhiriki katika mazungumzo.

Binadamu anaposhiriki katika mazungumzo huwa anawakilisha utamaduni, jinsia, kabila, makazi, tabaka, umri, dini na hata nafsi zao wenyewe. Hii ni kutokana na ukweli kuwa mwanajamii hujifunza mengi kutokana na jamii yake ya kuzaliwa. Anapokua basi huwa anafikiria na kutenda kulingana na imani za jamii yake. Imani hizi hujidhihirisha katika mazungumzo yake. Watu kutoka tamaduni na jinsia tofauti huwa na njia tofauti za kujieleza na kujionyesha katika mazungumzo (Coates, 2004).

Kila wakati watu wanapotangamana kimazungumzo, huwa wana nia kuu ya kukubalika au kupendeka na wenzao (Goffman, 1967). Nia hiyo ya kutaka kupendeka au kukubalika na wanakikundi, ndiyo huwashinikiza watumiaji lugha kutumia lugha kwa njia mbali mbali.

Kwa mfano, iwapo mzungumzaji anazijali hisia za mwenzake, hawezi akatumia maneno ‘machafu’ au akamkatiza kauli mwenzake anapokuwa akizungumza. Baadhi ya sheria hizi hazijaandikwa mahali popote bali watumiaji lugha huzingatia au kuzikiuka kutegemea uhusiano au muktadha ambapo wao hujipata kimazungumzo. Labov (1972) alisema kuwa ni umilisi wa lugha ambao huwasukuma wazungumzaji

kushirikiana katika mazungumzo. Ushirikiano katika mazungumzo waweza kuhusisha mchakato mzima wa kubadilishana zamu au kufanya urekebishaji wakati mtu anapomkatiza kauli mwenzake. Pia ushirikiano wa kimazungumzo unaweza ukashirikisha matumizi na utendaji wa unyenyekevu baina ya wazungumzaji.

Unyenyekevu ni njia mojawapo ambayo watu huzingatia ili pawe na ushirikiano katika maingiliano. Unyenyekevu husaidia kuleta mshikamano na kujali maslahi ya mwonekano wa washiriki wengine katika mazungumzo. Unyenyekevu hudhihirishwa kila mara lugha inapotumika. Hata hivyo, ambacho huchukuliwa kuwa kitendo chenye kusheheni au kudhihirisha unyenyekevu ni tofauti sana kutegemea muktadha, washiriki na asili ya kijamii ya wazungumzaji (Hoffman, 1991). Unyenyekevu katika mawasiliano huwasaidia washiriki kuwasiliana kwa njia sambamba. Hata hivyo, wakati mwingine dhahirisho la upole linapokosa kutambuliwa na watumiaji lugha, panatokea hali ya kutoelewana na mawasiliano huenda yakavunjika. Hali kama hii inapotokea, washiriki wa uzungumzaji huhitajika kurekebisha mwelekeo wao wa kutumia lugha ili mawasiliano yaendeleo na pia waonekane wanajali hisia za wenzao. Huku kujali hisia za watu wanaohusika katika mazungumzo, ndilo huwa dhahirisho la upole katika matumizi ya lugha (Leech, 1983).

Katika Afrika Mashariki, Kiswahili ni lugha ya matumizi mapana na lugha inayowaunganisha watu ya eneo hilo. Maingiliano mengi ya kijamii katika nchi za Afrika Mashariki huendelezwa kwa lugha ya Kiswahili. Japo watu katika eneo hilo hutumia lugha ya Kiswahili katika shughuli nyingi ikiwemo biashara, Watanzania ni maarufu katika kutumia lugha iliyojaa misamiati yenye unyenyekevu wakilinganishwa na watu kutoka mataifa mengine kama vile Kenya (Ulimwengu, 2015).

Nchini Kenya, kuna makabila mengi yanayoingiliana na kushirikiana kilugha katika shughuli za kijamii. Wardhaugh (2006), anafafanua kuwa watumiaji lugha huzingatia vipengele kadha wanapotumia lugha; namna za kuzungumza, uchaguzi wa maneno na eneo la kijiografia, jamii, kabila, ujinsia na sheria zinazoongoza mawasiliano kulingana na mahitaji ya kijamii. Kwa hivyo nchini Kenya, washiriki wa maingiliano, huingia katika maingiliano hayo wakiwa wametawaliwa na tamaduni za jamii yao na ujinsia wao. Kwa mfano, Njambi (2015), aligundua kuwa wauzaji na wanunuzi wa nguo kutoka jamii ya Gikuyu huzingatia vipengele vya jinsia na muktadha kwa namna wanavyozingatia unyenyekevu. Hivi kwamba iwapo ni katika mazingira ya dukani,

muuzaji huzungumza kwa kuzingatia unyenyekevu mwingi kwa kuwa anatangamana na mteja mahususi. Katika uuzaji wa mahali palipo wazi, wauzaji hutumia misamiati ya jumla kuwaita wateja kwa sababu wanataka kuvutia wateja wa jinsia zote.

Maingiliano hutokea baina ya watu kutoka jamii na jinsia tofauti nchini Kenya. Maingiliano hayo huzuka kwa nia ya watu kufanikisha shughuli zao za kila siku. Biashara ni mojawapo ya maingiliano ambayo hutokea katika jamii. Kuna biashara za aina nyingi ambazo wanajamii huhijusisha nazo kama njia ya kujipatia mtaji na kutafuta riziki mifano ni kama vile uuzaji nguo, nafaka, vileo na hata vitabu.

Kisayansi miraa huitwa *Catha edulis*. Beckerleg (2009) anaeleza kuwa miraa kwa kawaida, inajulikana kama *khat*, *qat*, *chat*, *gomba*, *veve*, *mairungi* au *miraa*. Ni mti ambao hukua katika sehemu kubwa ya Afrika na Asia ya Magharibi kati ya nyanda 5000 na 6500 juu ya usawa wa bahari. Kilimo na matumizi ya miraa ilitambuliwa tangu karne za zamani, na imekita mizizi katika tamaduni za Yemen, Ethiopia na sehemu ya Igembe na Embu nchini Kenya. Miraa hutafunwa na kutoa maji machungu na ni kileo cha wastani kitoacho kemikali ziiwazo *Cathinone* na *Cathine*. Kutoka sehemu hizi, huwa inatafunwa na pia kuuzwa ili kuinua uchumi wa wakulima. Miraa hutolewa shambani na kupakiwa katika vifurushi vya kilo kumi (*kibunda*), kilo moja (*gitundu*) na *shurba* (kifurushi kimoja kati ya vijifurushi sita vinavyounda kilo moja) (Carrier, 2007).

Vifurushi hasa vya kilo kumi kumi, ndivyo hupakiwa kwenye magari vikiwa vimefungwa katika magunia na kusafirishwa mijini tofauti nchini Kenya. Miraa husafirishwa kwa magari ambayo huendeshwa kwa mwendo wa kasi sana kwani ni bidhaa inayoharibika upesi, kwa hivyo kuchelewa kwake kwaweza kuleta hasara kubwa kwa wakulima na wafanya biashara. Miraa huwafikia watu wengi katika miji tofauti, takwimu zikionyesha kuwa kadri kilo 12,000 za miraa husambazwa nchini kila siku, na kilo 4,320,000 kila mwaka. Kiwango kikubwa cha miraa hufikishwa Nairobi na hasa sehemu ya Eastleigh, Pumwani-kituo kikuu cha usambazaji. Katika eneo hili pia, miraa ambayo husafirishwa hadi nchi nyingine hupakiwa katika maboxi maalumu na hufikishwa katika kituo cha ndege cha Wilson na nchi kama vile Somali, Ethiopia na magharibi hufikiwa. Kadri kilo 112,613 hupitia kituoni cha ndege cha Wilson kuelekea Somali kila mwezi na 1,351,356 kila mwaka. Hii ni ishara kuwa soko kubwa la miraa ni Wasomali (GOK, June 1996).

Ijapokuwa soko la Uropa na nchi nyingine za Ulaya uuzaji wa miraa umesitishwa kwa sasa kutokana na madai kuwa miraa inatoa kemikali zenye kulevywa WHO (2014), ukulima na biashara yake itaendelea hapa nchini kutokana na faida za kiuchumi wanayopata watu wa jamii mbili (Wameru na Wasomali). Yeyote atajapo au kusikia miraa ikitajwa, ambacho humjia akilini huwa ni Wameru kama wauzaji na Wasomali kama watafunaji wakuu na ndio huhusika katika mauzo ya nje ya miraa (Beckerleg & Sheekh, 2005). Goldsmith (1988), anaeleza kuwa wanaume ndio huhusika sana katika biashara ya miraa na wengi ni wa kutoka eneo la Meru. Hata kama kuna wale wa kutoka jamii nyingine ambao pia wameingia katika biashara hii ili kuondoa ukiritimba wa jamii hizo mbili kuhusika, watu kutoka jamii hizi mbili wamesalia kuwa wahusika wakuu.

Wameru na Wasomali kwa hivyo huingiliana katika biashara ya miraa tangu karne ya 18. Watu kutoka jamii hizi mbili wanajulikana kwa kutaka maendeleo na ufanisi kazini. Vilevile, jamii hizi mbili huwa na mitazamo tofauti kuhusu unyenyekevu na namna ya kufanya unyenyekevu. Miriti (2012), aligundua kuwa ijapokuwa watu kutoka jamii hizi mbili (Wasomali ambao ni wasemiti na Wameru ambao ni Wabantu) wanatoka katika jamii zenye ukoo tofauti kabisa, wao wanaunganishwa na lugha ya biashara katika soko la Muringene na Maua. Sababu kuu ni kwamba watu wanaotoka katika jamii na tamaduni zinazotofautiana, huelewa na kukubali sheria za kimaingiliano kabla ya kujihusisha na mazungumzo (Gumperz, 1982). Katika soko hilo la miraa, lugha inayoonekana kuwa mwiko katika jamii, inakubalika na inatumiwa na wauzaji na wanunuzi.

Katika mazingira ya biashara, huwepo pande mbili za watu wanaoingiliana; wanunuzi na wauzaji wa bidhaa. Fauka ya watu kuingia katika maingiliano ya kibiashara wakiwa na tofauti za kikabila na kitamaduni, watu hao huingia katika maingiliano wakiwa na sifa za ujinsia. Mukuni (2016), akizingatia utafiti wa Miriti (2012), alichunguza maingiliano ya wauzaji na wanunuzi wa miraa katika jimbo la Embu. Aligundua kuwa Wambeere wa jinsia zote hutumia maneno yaliyo mwiko katika soko la miraa. Maneno-mwiko hutumika ili kuwashawishi wanunuzi kununua na pia kujitambulisha na soko la miraa. Hata hivyo, King'ei (2010) anaeleza kuwa madhumuni makuu ya mawasiliano katika biashara ni kuwavutia wateja na kuwafanya kuamini kuwa bidhaa ama huduma wanazouziwa ni za kiwango cha juu na ni thamani bora kwa pesa zao. Kwa kuzingatia hoja ya King'ei (k.h.j), mtafiti alibaini kuwa kulikuwa pengo la kimaarifa kuhusu

muundo wa mazungumzo uliotumiwa washiriki wa biashara wa miraa, na namna walivyozingatia mikakati mbalimbali ya unyenyekevu. Utafiti huu kwa hivyo, ulitekelezwa ili kubainisha namna washiriki teule kutoka jamii za Somali na Ameru walibadilishana zamu na kutenda unyenyekevu kwani vipimo vya unyenyekevu siyo lugha mwiko tu bali kuna mikakati mingineyo ambayo watu hutumia kudhihirisha unyenyekevu katika maingiliano. Mshawasha wa kufanya utafiti kuhusu matumizi ya lugha katika biashara ya miraa, yalitokana na ukweli kuwa vijiti vya miraa hupoteza ladha yake pindi tu vitolewapo kwenye miti ya miraa, Carrier (2005). Watumizi wake hupendelea sana kuinunua miraa hiyo ikiwa miororo iwezekanavyo kabla ya kupoteza madini yanayowaletea waraibu ladha. Hamu hiyo ya kuipata na kununua miraa ikiwa miororo ndiyo husababisha matumizi ya lugha iliyo ya kipekee. Tatizo hilo ndilo lilimsukuma mtafiti kuchunguza lugha katika muktadha husika.

1.2 Suala la Utafiti

Mazungumzo huathiriwa na vipengele vya kijamii kama vile; cheo, uhusiano baina ya wazungumzaji, umri, kiwango cha elimu, tabaka, muktadha, jinsia, kabila na vinginevyo. Vipengele hivi huchukuliwa kuwa na athari nafsia au athari yenye mwingiliano kwa jinsi vinavyoleta mabadiliko katika muundo wa mazungumzo na utendaji wa unyenyekevu. Harakati zinazohusu mmea wa miraa huwa zinatendwa kwa wepesi sana. Muda huwa ni kiungo muhimu sana kiasi cha kila dakika na sekunde kugharamiwa. Wepesi huo huathiri hata matumizi ya lugha inayozingira biashara hiyo. Ijapokuwa tafiti za awali zilionyesha kuwa lugha ya soko la miraa ilisheni maneno mwiko, utafiti huo haukupambanua namna vipengele vya kabila na jinsia viliyoathiri mfanyiko mzima wa mazungumzo baina ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa ya miraa.

Basi, utafiti huu ulichunguza namna kabila na ujinsia wa washiriki ulivyoathiri muundo ambao mazungumzo yalichukua na pia utendaji wa unyenyekevu baina ya washiriki wa jamii ya Somali na Ameru.

1.3 Madhumuni ya Utafiti

Lengo kuu la utafiti huu lilikuwa ni kuchunguza jinsi ukabila na jinsia ya mshiriki inavyoathiri muundo wa mazungumzo na utendaji wa unyenyekevu baina ya washiriki wa biashara ya miraa kutoka jamii ya Ameru na Somali. Kwa hivyo, madhumuni mahususi yalikuwa ni:

- i. Kubainisha muundo wa mazungumzo baina ya wauzaji na wanunuzi katika biashara ya miraa.
- ii. Kutathmini namna muundo wa mazungumzo unavyoathiriwa na kabila na jinsia ya washiriki wa biashara ya miraa.
- iii. Kupambanua mikakati ya unyenyekevu inayotumiwa na washiriki wa kabila na jinsia tafitiwa katika mazungumzo ya biashara ya miraa.

1.4 Maswali ya Utafiti

- i. Ni muundo gani wa mazungumzo ulizingatiwa na wauzaji na wanunuzi katika biashara ya miraa?
- ii. Je, kabila na jinsia ya washiriki inaathiri vipi muundo wa mazungumzo katika biashara ya miraa?
- iii. Ni mikakati ipi ya unyenyekevu inayozingatiwa na washiriki wa kabila na jinsia tafitiwa ili kufanikisha mazungumzo?

1.5 Umuhimu wa Utafiti

Mtafiti anakusudia kubainisha muundo wa mazungumzo, na utendaji wa unyenyekevu katika muktadha wa biashara nchini Kenya, mahususi katika biashara ya miraa. Washiriki wakuu wa biashara ya miraa ni watu kutoka jamii ya Meru ambao ni wakuzaji na waliobobea katika biashara hiyo na watu wa asili ya Somali wanaoishi nchini Kenya. Watu kutoka jamii hizi mbili huwa wenye bidii na wanadaiwa kuwa wenye 'hasira na ukali' wakilinganishwa na watu wa jamii zingine nchini Kenya Kobia na Miriti (2014). Madai haya, huzua hisia kuwa washiriki hutumia lugha kwa njia ya 'kipekee' katika maingiliano yao. Mukuni na wengine (2016), wanaeleza kuwa soko la miraa huwa limesheheni lugha iliyo na maneno makali na japo aligundua kuwa maneno hayo yana uamilifu wake katika soko kama vile 'kujitambulisha na lugha ya soko la miraa'. Maarifa machache yanapatikana kuhusu jamii hizi mbili wanavyoingiliana katika biashara na namna wao huzingatia muundo wa mazungumzo na kutenda unyenyekevu ili kufanikisha maingiliano yao ya kibiashara.

Mwishoni mwa utafiti huu, mtafiti amefanikiwa kuonyesha matokeo yaliyodhihirisha muundo wa mazungumzo, na utendaji wa unyenyekevu baina ya watu wa jamii mbili na jinsia tofauti katika maingiliano ya kibiashara. Maarifa ya utafiti huu, yatumika katika uwanja wa isimu jamii hasa uchanganuzi wa usemi kwani mazungumzo yalichanganuliwa kuonyesha hatua mbali mbali za mazungumzo na jinsi wazungumzaji

wanavyojadiliana hadi kuafiki mapatano. Vilevile, matokeo yatafaa wasomi katika uwanja wa pragmatiki kwani lugha iliyochunguzwa ilitumika katika muktadha mahususi wa kijamii kwa madhumuni ya kubainisha baadhi ya maswala ya kijinsia, kimamlaka na kikabila. Zaidi ya hayo, maarifa haya yatakuwa na umuhimu kwa waundaji sera kama vile watatuzi wa migogoro na wanaoeneza sera za utangamano na ushikamano wa kijamii hasa mikakati ya unyenyekevu ambayo huzingatiwa na washiriki wa biashara ya miraa (kama jamii wakilishi za makabila yanayotangamana nchini) ilipopambanuliwa. Mwisho, matokeo ya utafiti huu yatakuwa na mchango kwa taasisi za kibiashara hasa katika kuwafafanulia vitendo na maneno ambayo huvutia na kuimarisha uteja katika mazingira ya biashara ili kufaulisha biashara za watu binafsi na nchi nzima kuimarika kiuchumi kwa ujumla.

1.6 Upeo na Mipaka ya Utafiti

Utafiti huu ni wa kiisimu, na ulijikita kwenye uwanja wa pragmatiki. Mtafiti alijihusisha na matini zungumzwa na wala siyo matini andikwa. Mtafiti alichunguza muundo wa ubadilishanaji zamu katika mazungumzo ya kibiashara na wala siyo miktadha mingine ya mazungumzo. Watafiti wa hapo awali kuhusu mada hii kama vile Miriti (2012) wamechunguza lugha katika soko la miraa katika eneo la Muringene na Maua, na Miriti akagundua kuwa ni lugha iliyosheheni maneno mwiko japo inakubaliwa hivyo katika mazingira hayo. Mukuni (2015) kwa kuendeleza utafiti awali wa Miriti (k.h.j.) anaeleza kuwa msamiati mwiko unaozingatiwa katika biashara ya miraa una uamilifu katika soko lile kwani ni njia mojawapo ya mshiriki kujitambulisha na kukubalika na vilevile kupata kupunguziwa bei ya bidhaa. Kwa hivyo, utafiti huu haukuchunguza lugha mwiko bali mtafiti alionyesha mikakati ya unyenyekevu na ubadilishanaji zamu baina ya wauzaji na wanunuzi. Nadharia ya unyenyekevu ya Brown na Levinson (1987) ni pana mno na matafiti alijikita katika mikakati michache tu ili kubainisha vitendo vya unyenyekevu. Waliochunguzwa ni wauzaji na wanunuzi wa kike na kiume wa umri tofauti kutoka jamii ya Wameru na Wasomali wapatikanao katika eneo la Eastleigh. Kujikita katika utafiti wa maongezi yafanywayo na watu wa jamii hizi mbili, ni kwa sababu wao ndio washiriki wakuu wa biashara ya miraa nchini Kenya. Pia, uchunguzi wa mazungumzo baina ya watu wa makabila mawili tu, ulimfaa mtafiti kwani nchini Kenya kuna kadri makabila 43 na ingekuwa vigumu kuchunguza wanunuzi na wauzaji kutoka kila kabila. Baada ya kufanya utafiti, changamoto moja ilijitokeza kwamba, ilikuwa ni vigumu kudhibiti idadi ya watu waliofika dukani ili

kununua miraa. Hivyo tatizo la kimaadili la kutowaaarifu wanunuzi wote kuwa uzungumzi wao ulikuwa unarekodiwa lilichipuza. Hata hivyo, mtafiti alihakikisha kuwa mnunuzi aliyefika kununua akiwa wa kwanza pamoja na muuzaji wake waliarifiwa na kukubali kabla ya mazungumzo yao kunaswa.

1.7 Ufafanuzi wa Istilahi

Jinsia ni hali ya kuwa mwanamke au mwanamme. Katika utafiti huu, istilahi hii ilitumiwa kurejelea mwanamke au mwanamume kutoka jamii za Wameru na Wasomali.

Tahayuri ni neno ambalo mtafiti ametafsiri kutokana na 'Face'. Kulingana na utafiti huu, neno hili lilitumika kurejelea hisia au hali ya kawaida ya mtu baada ya kuambiwa jambo.

Unyenyekevu ni kukubaliana na wengine ili kupunguza utofautianaji kwa minajili ya kufanikisha maingiliano. Katika utafiti huu, neno hili lilitumika kuonyesha namna msemaji hutumia lugha ili kufaidi mwenzake au kupunguza kutokubaliana.

Zamu ni ambapo 'angalau' mtu mmoja huzungumza kwa kipindi kimoja.

SURA YA PILI

MAPITIO YA MAANDISHI NA MISINGI YA NADHARIA

2.1 Utangulizi

Sura hii imegawika katika sehemu mbili kuu; sehemu ya kwanza ni mapitio ya maandishi na sehemu ya pili ni nadharia za utafiti. Mtafiti alitathmini na kuhakiki maandishi mbalimbali ambayo yalihusiana na mada na akaonyesha namna maarifa hayo yalivyofaidi na kutofautiana na utafiti lengwa. Vilevile, alitoa maelezo ya nadharia, mihimili ya nadharia hizo na jinsi nguzo za nadharia husika zilivyotumika katika utafiti huo.

2.2 Mapitio ya Maandishi

Katika sehemu hii, mtafiti alipitia maandishi yaliyohusiana na mada ya utafiti kulingana na mpangilio wa madhumuni ya utafiti na yalipewa vichwa kutegemea kilichojadiliwa katika sehemu hiyo.

2.2.1 Miraa kama Bidhaa ya Biashara

Kisayansi, miraa huitwa *Catha edulis*. Beckerleg (2009) anaeleza kuwa inajulikana kama *khat*, *qat*, *chat* nchini Ethiopia au *miraa*, *gomba*, *veve*, *mairungi* nchini Kenya. Ni mti ambao hukua katika sehemu kubwa ya Afrika na Asia ya Magharibi kati ya nyanda 5000 na 6500 juu ya usawa wa bahari. Kilimo na matumizi ya miraa hutambuliwa karne za zamani, na imekita mizizi katika tamaduni za Yemen, Ethiopia na sehemu ya Igembe na Embu nchini Kenya. Miraa hutafunwa na kutoa maji machungu yaliyo na kemikali *Cathinone* na *Cathine* ambayo ni kileo cha wastani (Schorno & Steinegger, 1978). Kemikali hii ndiyo husemekana kulevya au kuzua msisimko wa mawazo. Utafiti lengwa ulizingatia lugha iliyotumika katika mazingira ya uuzaji na ununuzi wa bidhaa inayofikiriwa kuwa ‘kileo’ jambo ambalo lilitarajiwa kuzua maswala ya kimaadili baina ya wasomi.

Weir (1985) na Kennedy (1987) wanaeleza kuwa Wayemeni wengi hutumia pesa nyingi kununulia miraa na muda mwingi katika kutafuna miraa. Vilevile nchini Kenya, watu wengi hutafuna miraa kama njia moja ya kupitisha wakati, au ili wapate motisha wa kutekeleza majukumu kwani miraa huwawezesha kuwa macho kwa vipindi virefu vya wakati. Nchini Kenya, kulingana na Chanler (1893) na Newmann (1982), miraa hupatikana kwa wingi katika sehemu ya mashariki mwa nchi na hasa katika jimbo la Meru- gatuzi dogo la Igembe (maeneo bunge ya Igembe ya kati, Igembe kusini na

Igembe Kaskazini). Goldsmith (1988), anaeleza kuwa watu wanaopatikana katika maeneo bunge hayo ni Watigania na Waigembe ambao ni wazungumzaji wa lugha ya Kimeru. Watu hawa ndio huhusika kwa wingi katika uuzaji wa miraa hapa nchini (Carrier, 2007). Hivyo, wameshiriki katika biashara zinazohusisha mmea wa miraa, huku asilimia 60 ikitegemea mapato yake. Kwa upande wa pili, Wasomali ni maarufu katika ununuzi na utafunaji wa miraa (Beckerleg & Sheekh, 2005). Hawa, wanafafanua kuwa Wasomali ambao ni wengi wao ni wakimbizi kutoka Somalia huishi Eastleigh nchini Kenya na hufanya biashara za aina nyingi na zaidi hununua viwango vikubwa vya miraa na hata kuhusika katika mauzo ya nje ya bidhaa hiyo. Maarifa haya yalikuwa muhimu katika utafiti huu kwa sababu yalimsaidia mtafiti kufahamu na kujikita katika jamii mojawapo kuu ya wanunuzi wa miraa nchini Kenya. Vilevile, yalimsaidia mtafiti kufahamu eneo ambapo watu wa jamii ya Wasomali walipatikana kwa wingi- Eastleigh jambo ambalo lilimwezesha mtafiti kuwapata washiriki kwa urahisi.

Carrier (k.h.j.) naye anaeleza kuwa miraa hufungwa katika vifurushi vya uzani wa kilo kumi *kibunda* au kilo moja *gitundu* na vilevile *shurba* ambavyo ni vijifurushi vidogo vidogo vilivyofungwa pamoja ili kuunda kilo moja. Vifurushi hivyo vya kilo kumi ndivyo hupakiwa kwenye magunia na kusafirishwa kutoka eneo la Nyambene ambapo inakuzwa kwa kiasi kikubwa kupitia gari au ndege hadi sehemu tofauti hapa nchini kama vile Isiolo, Garrisa, Nairobi, Nakuru, na Mombasa. Kupitia mauzo ya nje, Wameru na Wasomali hufaidi kiuchumi ikikisiwa kwamba mauzo ya mmea huu ni dola 2345 za Marekani kila mwaka (CRA, 2013). Miraa huwafikia watu kutoka mataifa mengine kama vile Somali, Amsterdam USA, Canada, Sweden japo nchi nyingine kama UK miraa imepigwa marufuku na kutajwa kuwa dawa za kulevya (WHO, 2014).

Goldsmith (1994), anawataja Wameru kama washiriki wakuu katika biashara ya miraa nchini Kenya. Jambo ambalo lilimsukuma mtafiti kuchunguza matumizi ya lugha ya watu kutoka jamii hiyo. Bernard (1972) anaipa miraa yenyewe kipaumbele kuwa ni sauti ya Wameru. Maarifa haya ni muhimu katika utafiti huu kwani yanaeleza jamii mojawapo kuu ya wanaohusika katika biashara ya miraa. Umaarufu wa Wameru katika biashara ya miraa ndio ulimsukuma mtafiti kuchanganua lugha waliyotumia Wameru katika uuzaji na ununuzi.

2.2.2 Maingiliano ya Kibiashara

Gumperz (1982), anaeleza kuwa wanajamii hutambua na kukubali sheria za maingiliano kila mara wanapoingiliana kilugha. Katika biashara, huwa kuna pande mbili za washiriki-wauzaji na wanunuzi. Kulingana na maarifa ya Gumperz, sharti waingilianaji wote watambue na kukubali sheria za kimaingiliano zilizopo katika muktadha wao wa mawasiliano.

Marriott (1993), aliyeshughulikia biashara baina ya Wajapani na Waustralia anaeleza kuwa mazingira ya kibiashara huwahitaji wauzaji kuwajali wateja wao kwa kudumisha huduma bora. Anaeleza kuwa ufanisi wa biashara hujengwa katika uteja na huduma njema. Vilevile, King'ei (2010), anaeleza kuwa muuzaji anapaswa kuyajali maslahi ya mnunuzi kwa kuwapa huduma bora na kuwauzia bidhaa zilizo za thamana. Mtafiti kwa hivyo alichunguza jinsi washiriki walivyozingatia lugha ili kuimarisha uteja na kuongeza mauzo, ili wateja wao wahisi kuwa huduma yao ilikuwa bora.

Hassan (2000), alifanya utafiti wake kuhusu watu wa jamii-lugha tofauti wanavyoingiliana kimazungumzo. Alibainisha kuwa wazungumzaji walishirikiana katika kufasili na kuelewa maana kwa kuzingatia mbinu kama vile; urudijaji, ufafanuzi, kuuliza na kujibiwa maswali. Utafiti huu una uhusiano na utafiti lengwa kwani mtafiti alitumia mbinu na vifaa vya kukusanya deta kama alivyotumia Hassan. Vifaa hivi ni kama vile kurekodi mazungumzo na uchunguzi wa ushiriki.

Kwa upande wake, Miriti (2012), alichunguza maingiliano ya kibiashara ya miraa, baina ya Wasomali na Waigembe katika eneo la Muringene na Maua. Katika utafiti huu mtafiti alilenga kubainisha mikakati ya kimazungumzo ambayo wanajamii hawa waliitumia katika ununuzi na uuzaji wa bidhaa hiyo. Alibainisha kuwa walizingatia mikakati kama vile, utengaji, ushirikishaji, ukosefu wa urasmi na ukavu wa kimsamiati (ambao mara nyingi ulikuwa ni matusi). Utafiti huu unalingana na utafiti-lengwa kwa namna nyingi kama vile; jamii- tafitiwa ilikuwa moja, mbinu na vifaa vya kukusanya data vilikaribiana na upekee wa mazungumzo kati ya wauzaji na wanunuzi wa miraa ndio uliwasukuma watafiti wote wawili. Hata hivyo, utafiti-lengwa ulichunguza Wasomali na Wameru wakishiriki moja-kwa-moja kibiashara katika eneo la Eastleigh na wala siyo soko la Muringene au Maua. Pia, utafiti ulilenga kuchunguza namna muundo wa mazungumzo ulivyoendeshwa na washiriki wa biashara ya miraa pamoja na kuchunguza mikakati ya unyenyekevu waliyozingatia katika mazungumzo.

Naye Mukuni (2016), akizingatia matokeo ya utafiti wa Miriti (k.h.j.) alichunguza sababu za kinafsia-jamii zilizowapelekea wanabiashara katika soko la miraa (*muguka*) Kiritiri- Embu kutumia lugha–mwiko. Alibainisha kuwa utumizi wa lugha mwiko ulikuwa na umuhimu maalumu wa kutambulisha wauzaji na wanunuzi wa soko hilo. Washiriki walizingatia lugha mwiko kama kitambulisho cha rejesta ya sokoni mwa miraa. Lugha hiyo ilitumika ili kushawishi wauzaji kuwapunguzia bei ya bidhaa ya miraa. Maarifa yaliyotokana na tafiti hizi yalimsaidia mtafiti katika kubainisha vipashio vya kimuundo huku akichunguza mikakati ya unyenyekevu waliyozingatia wauzaji na wanunuzi. Jambo ambalo utafiti huu ulinua kuchunguza ni jinsi washiriki wa biashara ya miraa walibadilisha zamu kimazungumzo pamoja na kuzingatia mikakati ya unyenyekevu.

2.2.3 Maingiliano ya Kikabila

Watu kutoka jamii, tamaduni, taifa na lugha mbalimbali huingiliana kila mara ili kufanikisha shughuli zao za kila siku. Jamii kama vile za Kiasia, huwa na imani za ukomunisti-kujali maslahi ya watu wengine wanaotoka katika jamii zao. Jamii za kimagharibi kwa upande wake hushikilia misingi ya kibepari ambapo kila mtu hujali maslahi yake mwenyewe. Mawasiliano yanayohusisha watu kutoka kabila tofauti husheheni chembechembe za utamaduni wa kila mmoja anayehusiana. Haya huwa ni matokeo ya lugha kwani lugha ni mali ya jamii (Scollon & Scollon, 2001). Kabila kulingana na Phillips (2007), ni migawanyiko iliyojengwa kutokana na mbari mbalimbali katika jamii na huletwa na mirengo ya kisiasa kwani binadamu wote ni sawa. Utofauti katika tamaduni, desturi, imani na lugha ndio huzua na kuendeleza tofauti za kikabila katika jamii (Brubaker, 1999).

Lugha ni chombo muhimu katika jamii. Eckert (2003) anaeleza kuwa lugha husaidia wanajamii kuendeleza mahusiano na kudhihirisha mipaka ya utangamano wao. Ni kupitia lugha mtu huwa mwanajamii halisi kwani lugha humwezesha kujihusisha na kujitambua kama mmoja wa kikundi fulani cha watu ulimwenguni. Maarifa haya kuhusu maingiliano ya kikabila yalitumika katika utafiti huu kupima semi za washiriki katika biashara ya miraa. Washiriki kutoka jamii hizi mbili wana mienendo sawa kwa mfano, wana bidii kazini, wana ‘hasira’ nyingi, na hawana subira (Miriti, 2012). Walichunguzwa wakifanya maingiliano katika mazingira asilia ya kibiashara, ili

kudhihirisha maarifa ya kimazungumzo ya unyenyekevu na muundo wa mazungumzo yao.

Hassan (2000) alichunguza namna mazungumzo hufanyika baina watu wa jamii tofauti. Alibainisha kuwa mazungumzo baina yao yalizingatia mikakati mingi ya kusuluhisha matatizo ya kimuundo kama vile urekebishaji, ukataji-kalima, urudiaji na ufafafanuzi. Alieleza kuwa baadhi ya mikakati hii iliwasaidia wazungumzaji kupata kuelewana na kuafikia lengo la mazungumzo baina yao. Ujumbe huu ulimfaidi mtafiti kwa sababu utafiti wake ulihusisha watu walio wa jamii tofauti na kwa kuwa baadhi ya sifa za muundo wa mazungumzo alizoainisha Hassan (k.h.j.) zingemfaa.

2.2.4 Uchanganuzi Usemi

Uchanganuzi usemi ni taaluma ambayo imetafitiwa na wasomi wengi. Kwa mfano, Benveniste (1971), alifafanua kuwa uchanganuzi hufanywa kwa semi na matini zilizoandikwa au kuzungumzwa: kila usemi hukisiwa kuwa hutolewa kwa mshiriki ambaye huhusika moja kwa moja katika mbadilishano wa ujumbe. Foucault (1972) kwa upande wake, alitazama semi kama mpangilio wa maneno ya watu ambayo hutolewa katika maingiliano na ambayo huthibitiwa na muktadha maalumu. Mtafiti alizingatia maarifa haya kuwa semi huathiriwa na muktadha kuonyesha kuwa muktadha ambao huzingira biashara ya miraa ni maalumu na unaweza ukatafitiwa kwa kuzingatia maneno ambayo washiriki hutoa.

Crystal (1987), kwa upande wake, alieleza kuwa uchanganuzi usemi hulenga kubainisha muundo au mfanyiko wa mazungumzo ambayo hufanyika katika hali asilia za kijamii. Alichukulia semi kama mfanyiko ulioshikamana na kubadilishana maana baina ya mzungumzaji na msikilizaji. Semi ambazo hutolewa katika mahusiano ya kijamii hubadilika kulingana na muktadha. Jinsi miktadha ya kijamii ilivyo mingi, ndivyo matumizi ya lugha kutegemea miktadha hiyo ilivyo mingi. Utafiti huu ulijikita katika muktadha wa kibiashara ambapo biashara ya miraa ilitolewa kimakusudi na mtafiti. Mazungumzo kati ya wanunuzi na wauzaji pamoja na vikundi vya watu wanaozingira biashara hiyo walichunguzwa na kumsaidia mtafiti kuutumia mfano huo kama matini ya uchanganuzi. Hivyo usemi katika utafiti huu ulichukuliwa kama mfanyiko wa kijamii ambao huhusisha lugha.

Schffrin (1994) naye akaeleza kuwa uchanganuzi wa usemi ni usomi wa lugha unaovuka mipaka ya sentensi. Usemi ni matini itokanayo na mazungumzo au maandishi. Wasomi wa lugha hujikita na uchanganuzi wa semi ambazo mara nyingi huwa ni vipande vya lugha vinavyotumika katika miktadha ya kijamii. Semi hizi ni kama vile, uzungumzi baina ya daktari na mgonjwa, mahojiano ya kikazi, zamu kama zinavyotukia baina ya wafanya biashara, mahusiano baina ya mzazi na mwanawe au mwalimu na mwanafunzi. Semi zitokanazo na mahusiano ya kijamii zinaweza kuchanganuliwa na kubainisha maarifa chungu nzima kuhusu muundo wa jamii kisiasa, kiimani, kiitikadi au kifalsafa. Haya yote yanawezekana kupitia matumizi ya pragmatiki ambayo hutusaidia kufafanua maongezi ya watu na kubainisha wanayomaanisha kutegemea muktadha (Yule, 1996).

Uchanganuzi wa semi kwa hivyo, husheheni maswala ya kijamii (Gee, 1999). Maarifa haya yalinufaisha utafiti lengwa kwa sababu wanunuzi na wauzaji wa miraa ni watu kutoka jamii tofauti na wote wanapotangamana wanabeba mawazo kutoka jamii zao. Kwa hivyo, utafiti huu ulichunguza baadhi ya semi zao kwa kuzingatia vipengee vya 'kufanya' unyenyekevu kubainisha namna jinsia na watu wa tamaduni mbili teule walivyozingatia mpishano wa zamu na vipashio vingine vya lugha katika mazungumzo yao.

2.2.5 Muundo wa Mazungumzo

Mazungumzo ndiyo huongoza mahusiano yote yanayozingatia lugha. Hata hivyo, mazungumzo hayo huchukua miundo tofauti tofauti kutegemea taasisi ya kijamii ambapo mazungumzo hayo hutolewa. Schegloff (1972), Schegloff na Sacks (1973) walionyesha miundo ya kijumla ya mazungumzo. Walijishughulisha na mazungumzo ya kawaida ambayo hufanyika kila siku mara tu lugha inapotumiwa kuwasilisha ujumbe. Kwa mfano, walikusanya data yao katika mazungumzo baina ya watu walioshiriki katika mijadala ndani ya mahakama, maongezi baina ya marafiki, maongezi ya kibiashara, pamoja na maongezi baina ya daktari na mgonjwa. Mazungumzo katika kila mojawapo ya miktadha hiyo ya kawaida walipodondoa mifano na kuyachanganua, Schegloff (1972), Schegloff na Sacks (1973) walibainisha kuwa yalichukua muundo tofauti.

Muundo kulingana na Goodwin (1981) na Sacks na wengine (1974) ulihusu mchakato wa ubadilishanaji zamu baina ya washiriki wa mazungumzo. Schegloff (1968);

Schegloff na Sacks (k.h.j.) walisema kuwa muundo ulipaswa kuwa hali ambayo washiriki wa mazungumzo hujirekebisha na kurekebisha semi za wengine na taabu ambazo hutokea katika mchakato mzima wa urekebishaji, kusikia na kuelewa ujumbe maalumu.

Kwa maoni yao, Drew na Heritage (1992); Heritage (1997), mazungumzo yanapaswa kuangaliwa kama yanavyotokea katika taasisi mbalimbali za kijamii kwani washiriki katika taasisi zile wanasheheni uelewa wa sheria ambazo zinaongoza taasisi hizo. Kwa hivyo, matumizi ya lugha sharti yaathiriwe na sheria hizo. Katika utafiti huu, mtafiti alichanganua muundo wa mawasiliano baina ya washiriki wa biashara. Katika muundo yeye alichanganua ufunguzi, ubadilishanaji zamu, urekebishaji, na ufungaji wa mazungumzo.

Yieke (2002) alifanya utafiti wake kuhusu namna jinsia mbalimbali hujieleza katika mazingira rasmi ya kikazi na iwapo palikuwepo na ubaguzi wa kijinsia. Katika utafiti wake, alichunguza namna maswali, ubadilishaji wa zamu, ukataji kalima na upangaji wa mada ulivyotekelezwa. Alichunguza namna wanawake na wanaume walivyotangamana na walivyotumia lugha kujieleza katika mikutano pale kazini. Aligundua kuwa jinsia na mamlaka ya wahusika yalikuwa na athari ya moja kwa moja kwa namna wanawake na wanaume walivyotangamana kazini. Hata hivyo, ilitambuliwa jinsia ya iliathiri mahusiano zaidi kuliko mamlaka. Haya yalitokana na mitindo ya wanaume ya kuzungumza ambayo ilitofautiana na mitindo waliyoitumia wanawake. Utofauti katika mitindo ya kimazungumzo miongoni mwa wanawake na wanaume, ndiyo ilichangia katika kuendelea kubaguliwa kwa wanawake kazini. Utafiti huu ulimfaidi mtafiti kwani aliweza kubainisha mamlaka na utofauti wa kimuundo ulivyojitokeza katika mazungumzo yaliyoshirikisha wanawake na wanaume katika biashara ya miraa.

2.2.5.1 Ufunguzi katika Mazungumzo

Sacks (k.h.j.), anaeleza kuwa mazungumzo ya kawaida katika jamii huchukua muundo maalumu ambapo mmoja kati ya wanaowasiliana huwa na msukumo fulani wa kuanzisha mazungumzo. Anayetangulia basi huchukua nafasi ya mwanzilishi na ndiye huamua ni njia ipi atakayoanzisha yale maingiliano. Hivi kwamba, kila jamii, jinsia, umri na kiwango cha ukaribu wa uhusiano baina ya washiriki huamua namna kwa

mfano salamu hutolewa (Schegloff, 1979). Hivyo, kutegemea uhusiano, umri, jinsia, na utamaduni wake huamua atakavyozingatia lugha kimawasiliano.

2.2.5.2 Upishanaji Zamu katika Mazungumzo

Upishanaji zamu ni mojawapo ya vijenzi vya muundo wa mazungumzo. Maoni ya wataalamu wa uchanganuzi usemi katika mazungumzo ya taasisi za kijamii zilizo rasmi ubadilishaji zamu unaweza ukakisiwa kuwa utachukua muundo maalumu ya taasisi ile. Katika maingiliano ya kawaida hata hivyo, huwa ni vigumu kukisia muundo wa ubadilishanaji zamu ambao maongezi yatachukua kwani hubadilika kulingana na muktadha na washiriki wa mazungumzo (Sacks, Schegloff, & Jefferson, 1974). Washiriki katika uzungumzi hubadilishana nafasi za msikilizaji- mzungumzaji katika tukio la maingiliano. Sacks (k.h.j) wazungumzaji hutakiwa washirikiane katika kujenga na kudumisha muundo sambamba wa mazungumzo. Mzungumzaji mmoja-kwa-wakati-mmoja ndiye hutakiwa kuzungumza. Mzungumzaji hushikilia nafasi yake na kudhibiti uzungumzi wakati anatoa kauli yake, kabla ya kumpa mwingine usukani huo. Haitakiwi kuwepo na nafasi wazi ambapo hakuna mtu anazungumza wala kukatitiza kalima mzungumzaji mwingine anapokuwa akizungumza. Kila mzungumzaji alipaswa kutambua ishara na vidokezo vya sauti na ishara za mzungumzaji ili kutambua kukamilika kwa usemi huo kabla ya kutoa kauli yake. Huu ndio muundo wa mazungumzo walioupendekeza. Kulingana nao, ukataji kalima ni ukiukaji wa haki za mzungumzaji husika. Pia walieleza kuwepo kwa upishanaji zamu usio sambamba ni kufeli kwa mazungumzo baina ya wazungumzaji.

Edelsky (1981), hata hivyo akizingatia utafiti wa Sacks na wenzake (1974), alisema kuwa ingekuwa ni vigumu sana kudumisha muundo huo wa mzungumzaji mmoja-kwa-wakati-mmoja katika mazungumzo ya ana kwa ana. Kulingana naye, zamu katika mazungumzo ya kawaida baina ya watu wengi haziwezi kudhibitika kwa kuwekewa kanuni. Alitambua aina nyingine ya jukwaa au nafasi za uzungumzaji ambayo ilishirikisha watu wengi kwa wakati mmoja. Kulingana naye, watu wengi wanaweza kuzungumza kwa nafasi moja na wote wakawa wanachagiza na kusaidiana kuwasilisha wazo lililoanzishwa na mmoja wao. Kulingana naye, siyo nafasi ya mzungumzaji mmoja ya kuzungumza iliyo na umuhimu baina ya watangamanaji bali ni kuwepo kwa mawasiliano.

Mawazo ya Edelsky yalitiwa nguvu na utafiti wa baadaye uliofanywa na (Coates, 2013). Alibainisha kuwa washiriki wa kike walio marafiki wanapokuwa wakizungumza katika makundi, huzungumza kwa kukatizana na kuongeza kauli ya wazungumzaji wenza. Kila anayechagiza au kuendeleza kauli ya mwenzake hakuwa akikatiza kauli bali alikuwa akitoa mchango wake na kushiriki katika mchakato mzima wa mazungumzo. Coates alieleza kuwa kukatiza kauli au kuzungumza kwa watu wengi wakati mmoja baina ya wazungumzaji wa kike kulidhihirisha urafiki. Pia, kulifasiriwa kuwa si ukiukaji wa haki za mzungumzaji. Kila kauli iliyotolewa iliongeza ladha na ushirikiano wa wazungumzaji. Alibainisha kuwa wazungumzaji wa kike waliweza kuzungumza na kusikiliza kwa usambamba.

Kwa upande wake Meinhof (1997), washiriki wa kiume walipendelea kuzungumza mmoja baada ya mwingine bila kuchagiziana usemi na bila kukatizana kauli hadi wakamilishe semi zao. Kulingana naye, wanaume walipendelea kuzungumza kila mmoja kwa wakati wake. Lakini iwapo kulikuwa na nia ya kujitambulisha kama marafiki, basi palikuwepo na washiriki wawili au zaidi waliotoa kauli za kuchagiza usimulizi au habari iliyotolewa na mmoja wao. Matokeo ya tafiti hizi yalimsaidia kuchunguza namna wazungumzaji wa biashara ya miraa walivyopishana zamu zao katika mazaungumzo yaliyoshirikisha jinsia moja au za mseto.

Katika utafiti wake uliohusu maongezi katika simu Schegloff (1986), alibaini kuwa anayepiga simu huwa ndiye wa kwanza kuchukua zamu ya kwanza na pindi inapolia katika ng'ambo ya pili, anayeishika au kuitika huwa ndiye mpokezi. Pia anaeleza kuwa kushikwa kwa simu katika ng'ambo ya pili kunaashiria ukubalifu wa mpokezi kushiriki katika mawasiliano. Ile hali ya kupokea simu ya anayepigiwa pia ni ukubalifu wa kuchukua zamu yake ya mazungumzo. Anaeleza kuwa hali ya kupigwa na kuitikwa kwa simu inaonekana kuwa jambo la kawaida japo huwa limebeba maana ya kijamii hasa kutegemea uhusiano wa washiriki. Hivi kwamba kuitika ile simu ni ufunguzi wa maingiliano kati ya anayepiga na anayetitika na watakachokisema pia kinadhibitiwa na uhusiano uliopo baina yao.

Kulingana na Sacks (1992), kuna sheria katika mazungumzo ya Kiingereza cha Amerika inayosema kuwa 'mtu mmoja asiongee zaidi ya mara moja bali awape wengine nafasi ya kuzungumza kabla ya kuongea mara nyingine.' Katika mazungumzo ya kawaida, washiriki hupishana zamu ili kufanikisha mawasiliano baina yao. Hata

hivyo wakati mwingine hali ya kukatana kalima hutokea pale ambapo wazungumzaji hushindwa kubaini ni nani kati ya washiriki anayepaswa kuzungumza. Hali hii ya ukataji kalima hutatiza mawasiliano kuendelezwa kwa njia iliyo sambamba.

Tannen (1984) anaeleza kuwa ukataji kalima mara nyingine hudhihirisha maswala ya kimamlaka au mshikamano katika mazungumzo. Anazidi kueleza kuwa wazungumzaji wengine huamini kuwa ndio walio na ujumbe kuhusu mada husika na hivyo kuchukua zamu kubwa kuliko wale washiriki wenzao katika uzungumzi. Vilevile, kuzungumza kwa wakati mrefu basi huleta hali ya wenzake kutaka kuzungumza na ndio huzua ukataji kalima. Hali hii ya ukataji kalima ilichunguzwa kwa mintarafu ya kabila na jinsia katika maingiliano ya kibiashara ili kubainisha iwapo wanaokata kalima wanajaribu kudhihirisha mahusiano yapi kutokana na jinsia ya washiriki wenza.

Mills (2003) anaeleza kuwa kuna tofauti za kimuundo kuhusu mazungumzo ya wanawake na wanaume kwa namna wanavyozingatia upishanaji zamu huku akidhihirisha kuwa wanaume ndio hukatiza kalima kwa wingi wakilinganishwa na wanaume. Kwa kuzingatia maarifa haya, mtafiti alichunguza namna jinsia tofauti katika biashara ya miraa hupishana zamu. Na ni jinsia gani hukata kalima kwa wingi. Iwapo pana ukataji kalima kwa wingi ina maana ipi kuhusu uhusiano wa washiriki.

Coates (2003) alifanya utafiti kuhusu mazungumzo yanayofanyika baina ya vikundi vilivyojumisha wanawake au wanaume pekee na vingine vilivyoshirikisha mseto wa jinsia zote. Alibainisha kuwa wanawake hushirikiana na kuchagiziana kauli zao. Wanaume kwa upande wao huzungumza kwa namna inayowatambulisha marafiki ‘walio katika kundi-ndani’ kwa kushiriki katika kicheko au kuwadhihaki wanaotanbuliwa kuwa wa ‘kundi-nje’. Pia washiriki wa kiume walitoa kauli ndefu mmoja kwa wakati mmoja ikilinganishwa na wanawake ambao walizungumza wengi kwa wakati mmoja. Washiriki wa kiume katika vikundi vilivyohushisha wanaume pekee. Katika vikundi vya kimseto, washiriki walidhihirisha sifa zilizochanganya mtindo wa kike na ule wa kiume katika mazungumzo. Sifa za mazungumzo baina ya jinsia mbalimbali katika tafiti za Coates, zilimsaidia mtafiti katika kuchanganua na kudondoa mifano katika tunukuzi zilizotokana na deta wake.

2.2.5.3 Urekebishaji katika Mawasiliano

Urekebishaji katika Uchanganuzi wa Uzungumzaji, ni hali ambapo mzungumzaji hugundua makosa katika usemi alioutoa au usemi uliotolewa na mwenzake na kujaribu

kuukosoa aidha kwa kuurudia usemi ule akizingatia marekebisho au pale ambapo pametokea mgongano katika mazungumzo baina ya wazungumzaji (Fromkin, 1971).

Kwa upande wake, Liddicoat (2007) alifafanua kuwa urekebishaji ni hali ambayo hutokea baina ya wazungumzaji ili kutatua baadhi ya shida ambazo hujitokeza mazungumzoni. Shida hizo hutokana na hali za ubadilishanaji zamu na ukatanaji kalima ambazo hudhihirika mara nyingi maongezini. Urekebishaji huweza kutokea pale ambapo mzungumzaji amekosa msamiati mwafaka wa kutumia mazungumzoni, na huenda akarejelea usemi wake pindi tu akumbukapo msamiati ule. Kila hili linapotokea, huwa ni urekebishaji.

Schegloff *et al.* (1977) waliorodhesha na kufafanua aina nne za urekebishaji;

- a. Ujirekebishaji binafsi; msemaji hugundua makosa katika usemi wake na kuurudia upya akizingatia marekebisho ya makosa aliyoyagundua katika usemi wake uliotangulia.
- b. Ujirekebishaji uliochochewa na msikilizaji wa usemi kugundua kuwa kuna makosa yaliyotokea katika usemi wa mwenzake.
- c. Mwingine kujirekebisha baada ya kugundua kuwa amekosea katika usemi wake. Au iwapo usemi wake umedhuru hisia za mwenzake.
- d. Mwingine kujirekebisha kwa sababu ameelezwa na msikilizaji kuwa amekosea katika usemi wake. Msikilizaji humwacha msemaji ajikosoe mwenyewe (Hutchby & Wooffit, 2002).

Wazungumzaji hubadilishana nafasi za kufanya urekebishaji katika mazungumzo ilimradi pasitokee matatizo baina yao. Baadhi ya matatizo hayo yaweza kuwa na madhara ya kukosa kuelewana au hata kudhuru hisia za washiriki wa mazungumzo. Schegloff na wenzake (1977), alimalizia mjadala wake kwa kuasa kuwa ijapokuwa mchakato wa urekebishaji ni mwepesi na hutokea bila ya wazungumzaji kugundua, waweza kuleta madhara na kuvunja mahusiano hasa unapokosa kutekelezwa ipasavyo. Mtafiti basi alichunguza njia tofauti tofauti walizozingatia washiriki katika biashara ya miraa ilimradi mazungumzo yao yakamilike kwa usambamba. Mahusiano hayo yalikusisha watu kutoka jamii tofauti hali ambayo ilikuwa ya muhimu sana katika kutathmini urekebishaji. Pia mtafiti alichunguza urekebishaji uliotokana na kauli zilizotolewa kwa lugha isiyofahamika na mshiriki mwezake kwa sababu za kuwa

wazungumzaji wa jamii tofauti. Pia, mtafiti alichunguza urekebishaji uliotokana na ukatizaji kauli kati ya wazungumzaji.

2.2.5.4 Ufungaji wa Mazungumzo

Schegloff na Sacks (1973), walieleza kuwa mazungumzo hayafungwi kwa mpigo mmoja bali hukamilishwa kwa utaratibu fulani ambao huwafaa wazungumzaji husika. Madai yao yalitokana na hali ambayo ilikuwa inawasumbua wasomi kuhusu muundo ulioafiki wa kufunga mazungumzo. Katika jarida lao kuhusu kubainisha ukamilishaji wa mazungumzo, Schegloff na Sacks walieleza kuwa wazungumzaji huhakikisha wamemaliza yale yote walitaka kuzungumzia kabla ya kufunga mazungumzo baina yao. Mawazo haya, yalikuwa na umuhimu katika utafiti huu kwani wazungumzaji wa biashara ya miraa walipokamilisha mchakato wa kukagua, kuchagua na kulipa pesa ya bidhaa ndipo tungenesema kuwa walikuwa wamekamilisha kilichowapelekea kuzungumza. Kwa hivyo, mtafiti alichunguza mazungumzo na kutathmini jinsi ambavyo wanunuzi walitamatisha mazungumzo baada ya kukabidhiwa au kulipia bidhaa ya miraa.

Liddicoat (2007) alifafanua kuwa wazungumzaji huzingatia mbinu tofauti za kutua mazungumzo yao. Mambo muhimu ambayo yalionyesha kufungwa kwa mazungumzo ni kama vile;

- a) Msamiati wa kuaga. Pindi tu wazungumzaji walipoanza kusema maneno ya kuaga kama vile kwaheri, basi mazungumzo hayo yalikuwa yanatamatika. Hata hivyo alifafanua kuwa mazungumzo hayo yangukuwa yamekamiliika tu, iwapo pande zote mbili za wazungumzaji waliagana. Mtafiti alichunguza maneno hasa ya kutamatisha mazungumzo baina ya washiriki wa biashara ya miraa.
- b) Msamiati wa kukubaliana na mzungumzaji mwenza. Iwapo wazungumzaji walikubaliana kwa jambo sawa, basi mazungumzo yalikuwa yanafika tamati. Maarifa haya yalimfaidi mtafiti kwani alichunguza muundo wa lugha ya kujadili bei ya bidhaa hadi muuzaji na mnunuzi walipokubaliana bei sawa.
- c) Mmoja wa wazungumzaji kuomba kuondoka. Iwapo mmoja wa wazungumzaji alihisi kuwa alipaswa kuondoka, basi hiyo ilikuwa ishara kuwa mazungumzo yao yangekatika kwa ghafla. Katika mazungumzo ya washiriki wa biashara ya miraa, walichunguzwa wakijadili bei ya bidhaa na walivyotumia lugha kuomba kuondoka baada ya kununua.

- d) Ahadi za kupata kuwasiliana baadaye. Iwapo mazungumzo yalifungwa kwa ghafla, au kukawa na jambo la dharura ambalo liliwahitaji wazungumzaji kutamatisha mazungumzo yao kwa ghafla, huenda mmoja wao akaahidi kuendeleza mazungumzo baadaye (Button, 1991). Ahadi hiyo, iliashiria kuwa palikuwa na uwezekano wa kuendeleza mahusiano baina ya wazungumzaji, na kuwa palikuwa na nafasi nyingine ya kuwasiliana au kutangamana baina ya washiriki. Katika biashara ahadi kama hizi zilipotolewa na wanunuzi ilikuwa ni ishara kwamba huduma za kununua miraa siku ifuatayo au baadaye ilikuwa imehakikishwa. Ahadi hiyo pia ilionyesha uhusiano wa muuzaji na mnunuzi na uteja wake.
- e) Shukrani. Schegloff (1974), katika uchanganuzi wa mazungumzo ya simu alieleza kuwa wakati mmoja wa wazungumzaji kwenye simu walipotoa shukrani zao, basi ilikuwa ni ishara kuwa mazungumzo yao yalifaribia kukamilika. Katika mazungumzo ya biashara ya miraa pia, mtafiti alichunguza shukrani zilizotolewa na wauzaji au wanunuzi wa miraa kama ishara ya kutamatisha mazungumzo baina ya washiriki. Mtafiti alichunguza aina mbalimbali za utamatishaji wa mazungumzo baina ya wauzaji na wanunuzi huku akidondoa mifano kutoka kwenye mazungumzo yao.

2.2.6 Unyenyekevu katika Mazungumzo

Unyenyekevu ni dhana ambayo imeelezwa na wasomi wengi. Katika utafiti huu, dhana ya unyenyekevu inachukuliwa kama tukio la kipragmatiki. Hii ina maana kuwa unyenyekevu unatambulika iwapo muktadha maalumu wa mazungumzo umebainishwa. Fraser (1990) alieleza unyenyekevu katika vikundi vitatu; kikundi cha kwanza alikiita kanuni zinazothibiti mazungumzo ('conversational-maxims') ambazo ziliondoshwa na Leech (1983). Kulingana na Leech, wazungumzaji hushiriki katika ubadilishanaji wa mawazo ambayo huongozwa na kanuni maalumu.

Politeness is 'Costly to the speaker' or 'beneficial to the hearer'.

(Leech (1983a: 107-8))

Msemaji hutoa usemi ambao unaonyesha upole kwa malengo ya kumfaidi mpokeaji ili maongezi yaendeleo kwa njia isiyoleta mgogoro.

(Tafsiri ya mtafiti).

Msemaji huchukulia kuwa ni jukumu lake kujali athari ambayo maneno yake yatakuwa nayo kwa mpokeaji. Kwa kufanya vile, mazungumzo huendelezwa na wazungumzaji

kwa njia isiyozua mgogoro baina ya washiriki wa mazungumzo. Kikundi cha pili, alieleza kuwa msemaji hujali tahayuri yake katika jamii ('Face management') kama ilivyoorodheshwa na Goffman (1967). Kikundi cha tatu, Fraser (1990) alipendekeza unyenyekevu uangaliwe kama sheria ambazo huongoza maingiliano. Hivi kwamba, kila anayeingia katika tukio la kuingiliana, sharti atambue sheria na kuzielewa kabla kujitosa na kutoa mchango wake kama mmoja wa washiriki wa uzungumzi.

Hata hivyo, utafiti huu ulijikita katika mwongozo wa mwonekano ulioasisiwa na Goffman. Kulingana na Goffman, kila binadamu huwa na matamano ya kukubalika na kupendeka na wenzake wanaoingiliana nao. Binadamu pia hupendelea kutoshinikizwa kufanya jinsi ambavyo yeye binafsi hapendelei kufanya. Kwa hivyo, mwingilianaji huwa na mwonekano ambao angependa kuudumisha na unaovutia. Hali ya kutaka kupendeka na wengine husababisha waingilianaji kujali maslahi ya wenzao hali ambayo baadaye ilipata kurejelewa kama unyenyekevu.

Brown na Levinson (1987) nao waliendeleza dhana ya tahayuri na kutambua aina mbili za mwonekano. Walitambua mwonekano hasi na mwonekano chanya mtawalia. Mwonekano chanya walifafanua kama vitendo au maneno ambayo mshiriki wa maingiliano hutamani kusikia kutoka kwa wenziwe. Kwa mfano usemi kama vile, "Gari lako lapendeza sana." Usemi kama huo unaujenga mwonekano wa anayeupokea kwa sababu anafahamu kuwa vitu vyake ni vya thamani kwa macho ya wenzio. Anayezingatia aina hii ya unyenyekevu huwa na nia ya kutaka kupendeka, kukubaliwa au kuonyesha mshikamano baina ya kundi anaingiliana nao.

Kwa upande mwingine, Brown na Levinson (k.h.j.) walifafanua mwonekano hasi kama matamano ya kila binadamu kwamba maombi au vitendo vyake havipingwi au kuzuliwa na yeyote. Matakwa haya ya kutotaka maombi yao kupingwa na wengine ndiyo huwashinikiza watu kutumia misamiati kama vile; tafadhali, naomba, sumile, kwa hisani yako na mengine katika semi zao. Brown na Levinson (k.h.j.) waliorodhesha mikakati mitano ambayo inaweza kutumika kubainisha unyenyekevu katika semi za washiriki wa uzungumzi. Mikakati hiyo ilifafanuliwa kwa kina mwishoni mwa sura hii.

2.2.7 Unyenyekevu wa lugha kutegemea jinsia

West na Zimmerman (1975) walichanganua maongezi baina ya washiriki wa kiume na kike katika duka la vyakula na kugundua kuwa utofauti mkubwa baina ya maongezi kati

ya wanaume na wanawake. Baadhi ya utofauti hutokana na viwango vya unyenyekevu ambavyo hutumika katika usemi za jinsia hizi mbili.

Labov (1966), (1972), Trudgill (1972), Eckert na McConnell-Ginet (1992) wanaeleza kuwa wanawake ndio hutumia lugha sanifu, ya upole na yenye unyenyekevu mwingi. Sababu wanazotoa ni pamoja na kuwa wanawake hujali lugha ambayo watoto kama waendelezi wa jamii watajifunza wanapokua, kwani wanawake wanahusika moja kwa moja katika malezi ya watoto wakilinganishwa na wanaume. Maelezo yao kuwa wanawake hawatumii maneno yenye kuzua unyanyapaa na hujali hisia za wenzao wakilinganishwa na wanaume, ambao hutumia lugha kavu na isiyo na hisia nyingi kuashiria uhuru, umahiri na kujiamini katika ujuzi wao wa lugha. Wanawake kwa upande wao hutumia lugha yenye upole na heshima jambo ambalo hudhihirisha unyonge wao, kujali hisia za wenzao, kujieleza kihisia na utangamano baina yao. Maarifa haya yalimsaidia mtafiti katika kutambua mifano ya semi zilivyotolewa na washiriki wa jinsia zote. Alidondoa vipande hivyo kulingana na sifa zilizo rodheshwa na namna jinsia tofauti zilivyotumia lugha na wateja wao katika muktadha wa kibiashara.

Hata hivyo, De Klerk (1997) anasema kuwa mifumo ya lugha inayoeleza Labov na Eckert (k.h.j.), imebadilika kutokana na mpito wa wakati pamoja na tofauti za unyenyekevu baina ya jinsia zote mbili kukosa kudhihirika wazi. Chanzo cha mabadiliko hayo ni kuwa, masuala ya uana na jinsia yamebadilika kutokana na ukengeushi na pia mahusiano ya kijamii na matumizi ya lugha kubadilika. Maarifa haya yalikuwa muhimu katika utafiti huu kwa sababu mtafiti alichunguza muundo wa mazungumzo baina ya wauzaji na wanunuzi wa jinsia tofauti ili kubaini iwapo muundo wa lugha ya wanaume na wanawake ulitofautiana.

Njambi (k.h.j.), kwa upande wake, alitafiti kuhusu mifumo ya unyenyekevu ambayo wanabiashara wa jamii ya Gikuyu hutumia katika soko la nguo. Aligundua kuwa katika soko, wauzaji hudinda kutaja wanunuzi wa jinsia yoyote wanaponadi bidhaa. Haya huongeza nafasi ya kununuliwa kwa bidhaa zao na watu wa jinsia mbili. Pia, kutotaja majina ya watu kunadhihirisha unyenyekevu kulingana na jamii ya Wagikiyu. Katika utafiti huu, maarifa haya yalikuwa muhimu kwani yalimsaidia mtafiti kuangalia kwa kina jinsi wauzaji na wanunuzi walivyotaja wateja wao.

Miriti (k.h.j.), akizingatia lugha ya wafanya biashara baina ya Waigembe na Wasomali katika soko la Muringene na Maua, aligundua kuwa wafanya biashara wa kiume hutumia lugha mwiko kwa kiwango kikubwa. Kulingana naye, mitazamo ya kutisha ya Brown na Levinson (1987) inadhihirika na kudumishwa baina ya wauzaji.

Kwa kuzingatia maarifa haya, mtafiti alichunguza iwapo muundo wa mazungumzo ulizingatiwa bila kujihusisha na maneno mwiko wanayotumia wauzaji na wanunuzi.

Kutokana na mapitio ya maandishi aliyoyaeleza mtafiti, ni dhahiri kuwa tafiti za awali hazijachunguza muundo wa mazungumzo baina ya jamii mbili tafitiwa (Wasomali na Wameru). Ijapokuwa utafiti wa Miriti ulichunguza mikakati ya mazungumzo baina ya watu wa jamii hizo mbili, yeye alitafiti mazungumzo ya sokoni kwa jumla. Utafiti huu kwa hivyo ulizama ndani na kuchunguza muundo wa mazungumzo ya ana kwa ana baina ya watu mahususi dukani pa kuuziwa na wala siyo sokoni tu.

2.3 Misingi ya Nadharia

Utafiti huu uliongozwa na nadharia mbili; Nadharia ya Uchanganuzi wa Uzungumzaji iliyoasisiwa na Sacks, Schegloff na Jefferson (1974), na Nadharia ya Unyenyekevu mkabala wa Brown & Levinson (1987). Mtafiti alieleza kwa kifupi waasisi wa nadharia moja baada ya nyingine, mihimili yake na jinsi zilivyotumika katika utafiti huu.

2.3.1 Nadharia ya Uchanganuzi wa Uzungumzaji

Nadharia hii iliasisiwa na mwanasosholojia Sacks katika miaka ya (1960). Aligundua kuwa mazungumzo yanayotekelezwa na binadamu huwa yana mpangilio fulani kama vile ubadilishanaji zamu katika maongezi ya simu au baina ya watu katika taasisi za kijamii. Sacks alitoa mifano ya maongezi baina ya daktari na mgonjwa, mwalimu na mwanafunzi, hakimu na mshtakiwa au mzazi na mwanawe ili kuonyesha muundo wa maongezi yao ya ana kwa ana. Akichochea na maarifa ya Sacks, mwanasosholojia mwingine Goffman (1967), alieleza kuwa maongezi ya ana kwa ana, huchukua mpangilio maalumu na washiriki hushirikiana katika kudumisha mwonekano wa wenzao katika mkabala mzima wa maongezi. Garfinkel (1967), kwa upande wake alichangia katika kuendelea kwa nadharia hii kwa dhana ya ethnometholojia. Garfinkel, alieleza kuwa watu huzingatia tamaduni zao wanapotumia lugha na jinsi tamaduni zilivyo nyingi basi ndivyo watumizi lugha wanazo njia tofauti tofauti za kutumia lugha kwa minajili ya kuendelea mazungumzo na mawasiliano. Garfinkel pia, alieleza kuwa watu hutumia maarifa waliyojifunza kutokana na jamii walizozaliwa katika

kuhusiana na wenzao kwa sababu lugha ni mojawapo ya kitambulisho cha utamaduni wa mtu.

Sacks (1974), alieleza kuwa zamu ndicho kiini cha maongezi yoyote yale yawe ya ana kwa ana au ya simu. Alieleza kuwa msururu wa kupishana zamu baina ya wazungumzaji hudhibiti mazungumzo. Washiriki wa uzungumzaji hubaini vidokezo vya kuonyesha nafasi za kuchukua zamu. Wakizingatia mihadhara ya Sacks, Jefferson na Schegloff (1974), walieleza kuwa wazungumzaji hubainisha zamu zao na kuwa ‘angalau mtu mmoja tu anapaswa kuzungumza katika kipindi kimoja cha wakati (Sacks, 1992)’. Pia walieleza kuwa mazungumzo yanapaswa kufanyika pasi na ukataji kalima wala kuwepo na hali kutobaini zamu ipi ni ya nani. Iwapo basi watu wengi watazungumza kwa wakati mmoja basi mfanyiko wa mazungumzo utakuwa umejaa ukataji kalima ambalo huzuia mafanikio ya mazungumzo. Kulingana na Sacks na wenzake (k.h.j.) kuzungumza kwa watu wengi kwa wakati mmoja au kukosa kuelewa zamu bayana, ni uvunjaji wa kanuni na haki za mzungumzaji anayezungumza.

2.3.1 Mihimili ya nadharia ya Uchanganuzi wa Uzungumzi

Heritage (1984) anaeleza misingi mitatu ya nadharia hii;

- i. Mazungumzo huwa na vifunguzi na vitamatishi. Hivi kwamba, mazungumzo hufuata misamiati maalum ambayo huashiria kuwa yanaanza na vilevile kukamilika.
- ii. Mazungumzo ya kawaida yana mpangilio wa kimuundo; kwa kawaida mazungumzo huwa na mpangilio wa kiwango fulani. Hivi kwamba angalau mtu mmoja azungumze kwa kipindi kimoja cha wakati.
- iii. Mazungumzo huwa yamejengeka katika muktadha mahususi kama vile; darasani, hospitali, kanisani, kazini, sokoni, shuleni, na biasharani.
- iv. Hali ya muundo inaweza kukiukwa na kukiukwa kwa muundo pia kukawa na maana yake.

Katika utafiti huu, mihimili mitatu ya nadharia hii ilitumika kwa sababu muktadha umebainishwa (maingiliano baina ya wauzaji na wanunuzi wa miraa kutoka jamii ya Wameru na Wasomali wanaopatana Eastleigh, Nairobi).

- i. Mazungumzo huwa na vifunguzi na vitamatishi. Mtafiti alichunguza jinsi wauzaji na wanunuzi katika biashara ya miraa waliyafungua mazungumzo pamoja na kuyatamatisha.

- ii. Mazungumzo ya kawaida yana mpangilio wa kimuundo. Mtafiti alizingatia mhimili huu kubainisha muundo wa ubadilishaji zamu baina ya washiriki wa biashara ya miraa.
- iii. Hali ya muundo inaweza kukiukwa na kukiukwa kwa muundo huo pia ukawa na maana yake. Mtafiti atachunguza ukiukaji wa muundo hasa kuhusu mpishano zamu na masharti ya angalau mtu mmoja kuzungumza kwa kipindi kimoja cha wakati unavyoathiri utendaji wa unyenyekevu katika mahusiano ya biashara ya miraa.

Hata hivyo, nadharia hii haikumfaa mtafiti kikamilifu kubainisha namna watu wanavyoshirikiana katika kubadilishana zamu na kufahamu njia za utendaji unyenyekevu katika mawasiliano ili kudumisha muundo wa kimaingiliano. Ndioposa mtafiti aliangazia nadharia ya pili.

2.3.2 Nadharia ya Unyenyekevu

Nadharia hii ililiasisiwa kutokana na mawazo ya Goffman (1967) ya mwonekano wa mtu mbele ya washiriki wa uzungumzi. Alieleza kuwa mtu huwa na nia ya kupendeka na vitendo vyake kukubalika na wengine pasi na kushinikizwa na yeyote kutenda mambo kwa njia fulani. Alieleza kuwa mwonekano huo hupata kutishiwa na wengine kila mara maingiliano hutokea. Kutokana na mawazo hayo ya Goffman, Brown na Levinson (1987) walibainisha aina mbili za mwonekano ambazo ni aina mbili za unyenyekevu. Aina ya kwanza waliyoita mwonekano chanya, ni mbinu anayoitumia mshiriki wa maingiliano, kuzua semi zenye kukubalika ili watimize malengo yao ya maingiliano (kukubaliana au kupendeka na wengine ndilo lengo la kutenda aina hii ya unyenyekevu).

Kwa upande wa pili, mwonekano hasi ni hali ambapo mshiriki wa maingiliano hupenda kujitambulisha kama mshiriki aliye na mwelekeo binafsi na wengine bila kutaka kushinikizwa kutenda kwa njia fulani (lengo lake ni kutotaka matendo yake kuzuiliwa au kucheleweshwa na yeyote katika kipindi fulani cha wakati. Kwa mfano, iwapo anataka kumwona mwalimu, anataka amwone wakati huo huo. Iwapo utamwambia kuwa asubiri kidogo kwa kuwa mwalimu anashughulikia mwanafunzi mwingine, basi utakuwa unaathri mwonekano wake kwa njia iliyo hasi. Brown na Levinson (k.h.j.) walieleza kuwa, wakati mwingine waingilianaji huhisi kuwa matendo au maneno ya wengine hudhuru au kukandamiza mwonekano wao. Kutokana na vitendo au maneno

yanayotishia mwonekano, walieleza njia za kuokoa mwonekano (kujiepushia tahayuri) ambayo kwa neno jingine ndilo huitwa unyenyekevu.

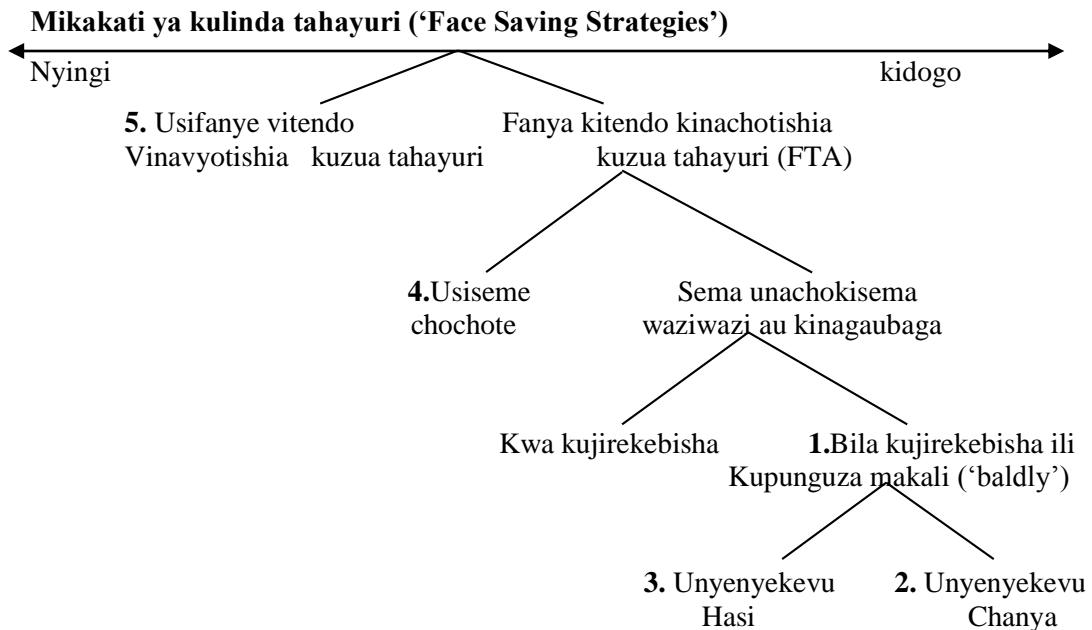
Unyenyekevu basi ni namna ya kutumia lugha kwa nia ya kuhifadhi hisia au mwonekano wa wale wanaohusika katika maingiliano, huku kila mwingilianaji akitilia maanani kuwa mwonekano wa mwenzake uko hatarini kila mara na kwa hivyo kuamua kuchagua mikakati ya namna fulani. Brown na Levinson (k.h.j) mbinu mbili za kutambua kuwa mwonekano umethuriwa na namna za kukabiliana na tishio hilo;

- Matendo ya kujiepushia tishio kwa mwonekano ulio chanya (unyenyekevu chanya)
- Matendo ya kujiepushia tishio kwa mwonekano ulio hasi (unyenyekevu hasi)

Kutokana na mionekano hii miwili ya unyenyekevu, Brown na Levinson waliorodhesha mikakati mitano ya kukabiliana na tishio kwa mwonekano na hii ndiyo mihimili ya nadharia hii kama ifuatavyo:

- i. Sema waziwazi kumaanisha kuwa useme chochote unachopenda bila kujali maslahi au mwonekano wa mwenzako
- ii. Unyenyekevu chanya-utakachokisema kiwe ni kwa ajili ya kutaka kupendwa au kukubaliana na kikundi cha watu mnaoingiliana nao.
- iii. Unyenyekevu hasi – utakachokisema ni kwa minajili ya kutotaka kushinikizwa au kuzuiliwa kutenda kwa njinsi utakavyo.
- iv. Usiseme chochote- nyamaza tu na utende bila kusema maneno yoyote.
- v. Usifanye au kusema kitakacholeta tishio kwa mwonekano wa wenzako.

Brown na Levinson walitumia kielelezo matawi kifuatacho kuonyesha njia ambazo hutumika kuteua mkakati wa kutumia unyenyekevu;



Jedwali 1: Kielelezo cha Mikakati ya Unyenyekevu kutoka Brown na Levinson (1987:60)

Mihimili mitatu ilitumika katika utafiti huu.

- i. Sema chochote unachokisema bila kujirekebisha kwa kutishia mwonekano wa mwingine. Mhimili huu ulimsaidia mtafiti kubainisha semi ambazo zilionekana kuzua tahayuri na ambavyo waliopokea au kuzitoa walihisi kuhusu kauli kama hizo.
- ii. Unyenyekevu hasi. Mhimili huu ulimwezesha mtafiti kubainisha jinsi wauzaji waliitisha au kuomba kuuziwa miraa na maneno yaliyotumika ili wasihisi kuwa mionekano yao imetishiwa au kugandamizwa.
- iii. Unyenyekevu chanya. Mhimili huu ulimsaidia mtafiti kubainisha kama ukabila au ujinsia wa mshiriki uliathiri namna alivyotumia lugha yake. Hivi kwamba aliyetumia lugha alifanya vile kwa kutaka kupendeka na mwenzake kwa sababu walitoka katika kabila lake au walikuwa wa jinsia moja au tofauti. Mhimili huu pia ulimwezesha kutambulisha iwapo kulikuwa na faida au gharama ambayo mnunuzi au muuzaji alipata kwa kutumia lugha kwa kutimiza malengo ya kikundi-ndani.

2.4 Hitimisho

Katika sura hii, maandishi ya awali yalihakikiwa yakiwemo ya miraa kama bidhaa ya biashara, uchanganuzi wa usemi, upishanaji zamu katika maingiliano, urekebishaji, maingiliano ya kikabila, maingiliano ya kijinsia, unyenyekevu misingi ya nadharia na mihimili ya nadharia. Kutokana na yaliyopitiwa ilibainika kuwa muundo wa mazungumzo kama vile; upishanaji zamu, ufunguzi, ukataji kalima, urekebishaji pamoja na utendaji wa unyenyekevu katika maingiliano ya kibiashara baina ya Wameru na Wasomali haukuwa umechanganuliwa na ndiposa utafiti huu ulilenga kujaza pengo hilo la kimaarifa.

SURA YA TATU

MBINU ZA UTAFITI

3.1 Utangulizi

Sura hii inaeleza muundo wa utafiti, mahali pa utafiti, umma uliolengwa, vifaa na ukusanyaji data, uchanganuzi na uwasilishaji wa data pamoja na masuala ya kimaadili.

3.2 Muundo wa Utafiti

Utafiti huu ulizingatia muundo wa kithamano. Mkabala wa kiufasiri maelezo. Maelezo fasiri mengi yalitumika kwa kutolea mifano na kufafanua baadhi ya semi au vitendo vya washiriki wa utafiti. Kothari (2004) anaeleza kuwa tafiti za kimaelezo ni zile ambazo hutumika kupima viwango vya tabia fulani ya binadamu kwa kuifafanua ili kudhihirisha ni nini haswa huwasukuma watu kutenda au kusema namna wanavyotenda katika jamii.

Creswell (2009) anaeleza kuwa utafiti wa kithamano hutumia maelezo mengi badala ya takwimu. Huwa ni njia ya kueleza baadhi ya tabia ambazo hudhihirishwa na wanajamii katika miktadha halisi ya jamii. Mtafiti huchunguza namna watu wanaotafitiwa hutenda na kuhisi au kuzungumzia maswala yao katika mazingira asilia ya kijamii ambapo ni mtafiti huenda kuwatafuta watafitiwa nyanjani na wala si kuwaleta katika maabara. Kutokana na tabia na matendo yanayorudiwa rudiwa na watafitiwa, mtafiti huweza kukisia au kuelewa ni kwa nini watafitiwa hutenda kama wanavyotenda.

Katika utafiti huu takwimu chache pia zilizingatiwa ili kuonyesha umaratokezi wa mikakati ya utendaji wa unyenyekevu baina ya washiriki. Kiambatisho 2 kilionyesha baadhi ya matendo na tabia ambazo mtafiti alikuwa akizitazama katika maingiliano ya moja kwa moja baina ya mnunuzi na muuzaji. Kiambatisho 3 nacho kilionyesha mada ambazo zilijadiliwa na mtafiti na washiriki katika vikundi viini. Mtafiti alizingatia tafiti za Schegloff (1987) zilizohusu mawasiliano ya kimaingiliano katika miktadha ya kijamii ili kubainisha na kueleza sifa asili na bainifu za sajili walizoteua washiriki. Data katika utafiti huu ilikuwa ni maongezi yaliyotokana na maingiliano baina ya muuzaji na mnunuzi pamoja na majadiliano yaliyotekelezwa katika vikundi viini.

3.3 Mahali pa Utafiti

Utafiti ulifanyika katika mtaa wa Eastleigh, jimbo la Nairobi, kaunti ndogo ya Kamukunji, eneo bunge la Kamukunji katika wadi ya Eastleigh Kaskazini. Mtaa huu upo upande wa mashariki kutoka katikati mwa jiji la Nairobi (**Tazama kiambatisho 5 cha ramani katika ukurasa 109**). Idadi ya wakaazi wa Eastleigh kutokana na takwimu ni 44,037,656 wengi wao ni wakiwa ni watu wenye asili ya nchi jirani ya Somali waliofika mtaani humo kama wakimbizi katika miaka ya 1990. Jamii hii hujihusisha na biashara za aina nyingi na kuchangia pakubwa katika kuimarisha uchumi wa nchi ya Kenya. Wasomali ni wengi katika eneo hili ambapo miraa imekuwa ikiuzwa na jamii ya Wameru kwa miaka kadha (Carrier, 2007). Eastleigh ni eneo lililo maarufu sana katika uuzaji na usambazaji wa miraa (Beckerleg & Sheekh, 2005) na ndiyo maana mtafiti alichagua eneo hilo la utafiti.

3.4 Umma Lengwa

Katika utafiti huu, umma uliolengwa ni wauzaji na wanunuzi wa miraa nchini Kenya. Umma uliotafitiwa ni wauzaji na wanunuzi miraa kutoka jamii ya Wameru na Wasomali wa jinsia ya kike na kiume waliopatikana katika eneo la Eastleigh, katika jimbo la Nairobi. Washiriki 48 walichunguzwa katika maingiliano yao asilia ya kibiashara. Matokeo yaliyotokana na utafiti huu yalijumulishwa kwa umma unaoshiriki katika shughuli za ununuzi na uuzaji wa miraa nchini Kenya baina ya makabila makuu mawili - Wameru na Wasomali.

3.5 Uteuzi wa Sampuli

Sampuli iliteuliwa kimakusudi. Mtafiti aliwateua washiriki kwa kuzingatia jinsia na kabila lao. Mtazamo wa kimaingiliano ya kijamii au uelekezi wa Milroy (1987) ulitumika katika kuteua washiriki, ambapo mshiriki wa kwanza aliteuliwa kimakusudi, kisha muuzaji wa kwanza alimwelekeza mtafiti kwa mshiriki mwingine aliye na sifa kama zake kutegemea jinsia au kabila hadi mtafiti akawatambua idadi ya washiriki 48 waliotumika katika utafiti huu. Mtafiti pamoja na msaidizi wake walifika dukani waliyoteua kimakusudi na kujitambulisha kwa muuzaji (ambao wengi walikuwa ni marafiki au wenye uhusiano wa kibiashara na mtafiti msaidizi). Baada ya utambulisho, mtafiti na msaidizi wake walitembelea maduka hayo kwa mara nyingi hadi (mtafiti) akawa haonekani kuwa mgeni tena kwa washiriki wa biashara hiyo. Mtafiti alirekodi mazungumzo ya moja kwa moja kati ya muuzaji na mnunuzi kumi, baada ya kuwajuzi

kuwa alikuwa anarekodi uzungumzi wao. Kulingana Dorneyi (2007), tafiti za kiisimu zinaweza kujumisha washiriki thelathini pekee. Hii ni kutokana na uwezekano wa urudiaji kwani deta huwa ni ya kimazungumzo. Hata hivyo kurekodi mazungumzo pekee hakukutosha, kwa hivyo mtafiti alishirikisha washiriki wengine katika mijadala ya vikundi viini ili kupata ufafanuzi wa baadhi ya dhana zilizogunduliwa katika kurekodi. Washiriki ishirika ni na wanane waliwekwa katikivikundi viini vitatu -kila kikundi kikiwa na washiriki tisa na kujadili maswala kuhusu utumizi-lugha katika biashara ya miraa. Jumla ya watu 48 ilitumika kama idadi wakilishi ya washiriki wa biashara ya miraa katika eneo la Eastleigh.

Washiriki katika maingiliano ya moja kwa moja (kuuza na kununua) 20				Washiriki katika majadiliano ya vikundi viini 28				Jumla 48
Wameru 10		Wasomali 10		Wameru 14		Wasomali 14		48
Kiume 5	Kike 5	Kiume 5	Kike 5	Kiume 7	Kike 7	Kiume 7	Kike 7	48

Jedwali 2: Uteuzi wa Sampuli

3.6 Ukusanyaji wa Data

Data ilikusanywa kwa kuzingatia utazamaji muundo (wa kushiriki na usio wa kushiriki) na majadiliano yaliyofanyika katika vikundi viini.

3.6.1 Utazamaji

Muundo wa utazamaji wa kushiriki na usio wa kushiriki ulizingatiwa katika utafiti huu. Mbinu ya utazamaji usio wa kushiriki, kama alivyoeleza Kothari (2004), ni hali ambapo mtafiti huenda mahali ambapo kitendo anakichotafiti kinatendekea lakini yeye mwenyewe hashiriki katika kutenda vitendo hivyo. Pia, anaeleza mbinu ya kushiriki katika utazamaji kama hali ambapo mtafiti huenda nyanjani na kushiriki moja kwa moja katika yale yanayoendelezwa na washiriki lengwa wa utafiti. Katika utafiti huu, mtafiti alishiriki katika kununua na kuuza miraa ili apate data asilia pasipo kuonekana au kuchukuliwa na wenyeji kama mtu aliyejidukiza katika maingiliano yao.

Vilevile, mtafiti kama mshiriki katika utangamano wa kuuza na kununua bidhaa aliuliza ya maswali moja kwa moja ili kupata ufafanuzi wa baadhi ya tabia na matumizi ya lugha ambazo zilimvutia na kuchangia katika kufanikisha malengo ya utafiti wake.

Fauka ya hayo, baadhi ya matendo au mambo muhimu ambayo mtafiti aliyashuhudia yalinukuliwa daftarini na yakafafanuliwa katika mijadala ya vikundi viini (Tazama **kiambatisho 2 katika Uk. 106**) ambacho ndicho kilikuwa mwongozo wa Utazamaji).

Utazamaji usio wa kushiriki pia ulimfaidi mtafiti. Mtafiti alitazama tu mara 14 na hakushiriki bali aliwaacha washiriki 28 wa ununuzi na uuzaji kutenda vitendo vyao kwa njia iliyo asilia. Kutoshiriki kulimfaa mtafiti kwani washiriki walitoa semi zao pasi na kuathiriwa na uwepo wa mtafiti. Data iliyotokana na utazamaji ilikuwa nzito mno kwani ilikuwa ni matokeo ya hali halisia ya vitendo na maneno kama yalivyotolewa na wasemaji. Hata hivyo, mbinu ya utazamaji ilikuwa na upungufu wake. Upungufu huu ni kama vile data kukosa ufafanuzi kwani mtazamaji alitazama tu. Upungufu huu ndio uliomshinikiza mtafiti kutumia mbinu ya kurekodi.

3.6.2 Kunasa na Kurekodi Sauti

Kunasa ni kurekodi kisauti matukio asilia kama yanavyojitokeza nyanjani. Hii ni mbinu mojawapo ambayo mtafiti alitumia ili kunasa mazungumzo baina ya wauzaji na wanunuzi pamoja na mijadala katika vikundi viini. Kinasa-sauti kiliwekwa chini ya meza ambayo iliwatenganisha wauzaji na wanunuzi. Mazungumzo ya moja kwa moja baina ya muuzaji na mnunuzi yalinaswa, yakasikilizwa na hoja muhimu zikadondolewa ambazo zilitumiwa kuongoza mijadala katika vikundi viini. Ukusanyaji huu wa data ulizua data iliyotunukuliwa na kutumika katika uchanganuzi.

3.6.3 Mijadala katika Vikundi Viini

Baada ya kukusanya na kurekodi maingiliano ya moja kwa moja baina ya wauzaji na wanunuzi, mtafiti na washiriki teule waliokuwa wamerekodiwa huku wakinunua au wakiuza walishiriki katika mijadala. Kulingana na Stokes na Blackburn (2001), vikundi viini, ni nyenzo muhimu ya kutafiti hasa pale ambapo maoni ya watafitiwa kuhusu jambo fulani linalotafitiwa hujadiliwa. Stokes na Blackburn (k.h.j.) wanazidi kueleza kuwa, jinsi watafitiwa wanavyotumia lugha kueleza suala husika huwa ni muhimu sana kwani huashiria wanavyohisi. Mtafiti alitumia mbinu hii kupata maelezo na hisia za watafitiwa kuhusu lugha na utendaji wa unyenyekevu katika biashara ya miraa mtaani Eastleigh. Mtafiti alikuwa na maswali aliyokuwa ameyanukuu kutokana na utazamaji ambayo aliwauliza washiriki.

Mijadala ilifanyika katika vikundi viini vitatu. Kila kikundi kilikuwa na washiriki tisa walioteuliwa kimakusudi na mtafiti. Njia aliyotumia mtafiti kuamua walioshiriki katika mijadala, ni pale aliwaomba baadhi ya wanunuzi kushiriki baada ya kununua miraa yao. Pia mtafiti alifika Eastleigh mapema kabla ya miraa kufika madukani na hapo alipata nafasi ya kujadili mada tofauti na wauzaji. **Kiambatisho 3 katika Uk. 107** kilitumika kama mwongozo wa mijadala baina ya mtafiti na washiriki katika vikundi viini. Mtafiti alielekeza mijadala hiyo huku akiandika hoja muhimu katika daftari pamoja na kunasa majadiliano baina ya washiriki wa vikundi kwa kinasu sauti.

3.7 Uchanganuzi na Uwasilishaji wa Data

Mtafiti aliichanganua data kithamano kwa kuzingatia mfumo wa unukuzi wa Heritage (1984), ambapo mtafiti alinukuu maongezi, ili kubainisha baadhi ya uzingatiaji wa vipengele vya kimuundo k.v. ufunguzi, ubadilishanaji zamu, ukataji kalima, ufungaji na utendaji wa unyenyekevu katika lugha zungumzwa baina ya wanunuzi na wauzaji wa miraa. Cameron (2001), anaeleza kuwa Nadharia ya Uchanganuzi wa Uzungumzi huhusisha kunukuu maneno na vitendo vya watumizi lugha katika hali asilia na kisha kuchanganua semi zao ili kupata maarifa mengi tu, ambayo yaweza kupatikana katika kipande hicho. Kwa kuzingatia maarifa ya Cameron (k.h.j.), tunukuzi baina ya wanunuzi na wauzaji pamoja na majadiliano katika vikundi viini yalifanyiwa uchanganuzi wa yaliyomo bila kubadilisha chochote.

Mazungumzo baina ya washiriki yalinukuliwa kwenye karatasi kwa lugha ya Kiswahili na wakati wa kunukuu mazungumzo yalipewa kodi maalumu kutegemea jinsia na kabila la washiriki. Maarifa kuhusu mikakati ya unyenyekevu waliyoitumia na mabadilishano ya zamu baina ya washiriki wa biashara ya miraa kitongojini Eastleigh yalibainishwa kulingana na madhumuni ya utafiti pamoja na mihimili ya nadharia. Data iliwasilishwa kwa kutumia majedwali na maelezo ili kuonyesha umaratokezi wa mikakati ya unyenyekevu miongoni mwa washiriki wa jinsia na kabila tofauti.

3.8 Maadili ya Utafiti

Katika tafiti za nyanjani, mtafiti hutarajiwa kuzingatia maadili ya utafiti. Katika utafiti huu, mtafiti aliwajulisha wasimamizi wa soko na viongozi wa serikali tawala katika eneo la utafiti kuhusu utafiti aliokuwa akitekeleza ili awe huru kutangamana na watu sokoni bila kuogopa kushukiwa na washiriki wa biashara. Kufanya hivi, kulimsaidia mtafiti kukusanya data iliyo asilia kabisa kwani washiriki hawakubaini wala kushuku

kuwa maingiliano yao yalikuwa yanarekodiwa. Kabla ya kurekodi mazungumzo kati ya muuzaji na mnunuzi wa kwanza. Hata hivyo, changamoto iliyokumba utafiti ni kwamba mtafiti hangeweza kuwaarifu wanunuzi wote kuwa mazungumzo yao yalikuwa yakirekodiwa. Washiriki waliokuwa tayari kurekodiwa wakinunua waliombwa kushiriki katika mijadala ya vikundi viini. Waliodinda kushiriki au mazungumzo yao kurekodiwa pia walihakikishiwa kuwa hawangerekodiwa. Vilevile, katika vikundi viini, mtafiti alijieleza kwa washiriki kuwa anashughulikia vipashio vya lugha wanayotumia katika biashara, na wala siyo miraa kama bidhaa. Zaidi ya hayo, aliwaeleza washiriki wa mijadala katika vikundi viini kuwa maongezi yao yangerekodiwa na yangetumika kwa sababu za kitafiti pekee. Fauka ya hayo, aliwahakikishia kuwa majina yao halisi yangebanwa na kupewa kodi maalumu (k.m. MM001A, SM001B **tazama Kiambatisho 6, Uk. 110**) katika uchanganuzi wa data. Mtafiti aliwahakikishia wenye maduka kuwa majina ya maduka yao pia yangebanwa katika unukuzi wa data iwapo kuna pale yanapotajwa katika maongezi baina ya mnunuzi na muuzaji.

Watafiti wasaidizi wanaofahamika kama wanunuzi au wauzaji walitumika katika kurekodi baadhi ya maingiliano. Eastleigh ni mojawapo ya maeneo nchini Kenya ambayo yamehusishwa na ukosefu wa usalama hivyo ilibidi mtafiti kutembea katika eneo hilo mchana na akiandamana na marafiki wanaofahamika katika sehemu hiyo ili kurahisisha maingiliano na ushiriki kwenye utafiti. Vilevile, mtafiti aliwaeleza washiriki wa vikundi kiini kuhusu madhumuni ya utafiti wake. Mtafiti alitafuta vibali kutoka afisi za uongozi katika eneo la Eastleigh na taasisi ya utafiti wa sayansi na teknolojia (NACOSTI)-**Tazama kiambatisho 4, Uk. 108** kabla ya kutangamana na kutekeleza utafiti katika eneo hilo.

SURA YA NNE

UCHANGANUZI NA UWASILISHAJI WA DATA

4.1 Utangulizi

Katika sura hii mtafiti amewasilisha data kufuatia mpangilio wa madhumuni matatu ya utafiti na nadharia mbili za utafiti; Uchanganuzi wa Uzungumzi Sacks, Schegloff na Jefferson (1974) na Nadharia ya Unyenyekevu Brown na Levinson (1987). Maswali ya utafiti ambayo yalikusudiwa kupata majibu katika sura hii yalikuwa ni; kwanza, mazungumzo baina ya wanunuzi na wauzaji huchukua muundo gani? Pili, vigezo vya ukabila na jinsia ya wauzaji na wanunuzi huathiri vipi muundo wa mazungumzo baina ya watu kutoka jamii ya Wasomali na Wameru? Tatu, ni mikakati gani ya unyenyekevu huzingatiwa na wanunuzi na wauzaji kutoka jamii ya Wasomali na Wameru katika biashara ya miraa? Matokeo yaliwasilishwa kupitia maelezo fasiri na majedwali ya kuonyesha umaratokezi .

4.2 Muundo wa Mazungumzo

Sehemu hii inashughulikia lengo la utafiti huu, ambalo lilikuwa ni kubainisha muundo wa mazungumzo baina ya wauzaji na wanunuzi katika biashara ya miraa. Kuhusu muundo wa mazungumzo, Heritage (1984), anaeleza kuwa muundo ambao uzungumzi huchukua hutekelezwa na washiriki pasi na ufahamu wao wa moja kwa moja (unconsciously). Kwamba, washiriki hawaamui mpangilio wa mazungumzo yao kabla ya mazungumzo yenyewe kufanyika, bali hutokea tu kiuasili. Kwa hivyo, washiriki huwa wanashirikiana katika kuendeleza mazungumzo yao ili kufanikisha lengo lao la kuzungumza. Kuhusu muundo, mada zilizojadiliwa ni pamoja kama zinavyoodheshwa kwenye **jedwali 3** ni: ufunguzi wa mazungumzo, ubadilishanaji zamu, ukataji kalima, urekebishaji na ufungaji wa mazungumzo katika biashara ya miraa.

VIGEZO	VIASHIRIA	KUWEPO	KUTOKUWEPO
VIFUNGUZI	SALAMU	√	×
UBADILISHAJI ZAMU	ZAMU SAHILI	√	×
	ZAMU CHANGAMANO	√	×
UKATAJI KALIMA	MNUNUZI MMOJA	×	√
	WANUNUZI WENGI	√	×
UREKEBISHAJI	KIBINAFSI	√	×
	MWINGINE	√	×
UFUNGAJI	MAAGANO	√	√

Jedwali 3: Vidokezo na Utokeaji wa Muundo wa Mazungumzo

Mfano 2:

1. Sm_N7a: [giza]giza mzuri kilo moja lete..((anakabidhiwa kilo moja ya miraa na anaanza kuikagua))
2. Mm_z1a: si umerudisha?
3. Sm_N7a : leta kilo mzuri. Tafadhali.
4. : Iko Kazi mingi
5. : wewe iko na mchezo eeh
6. Mm_z1a: [wee shika
7. :Wariah hakuna miraa.

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 111)

Sm_N7a alikuwa na haraka, ndiposa alifika dukani akiomba miraa aina ya giza na alitaka auziwe bei ya shilingi elfu moja. Haya yote aliyatenda ilmuradi aokoe muda ambao angekuwepo pale dukani. Kutokana na mifano hii, ufunguzi wa mazungumzo haya yalikuwa ya kimakusudi tu, na kwa sababu za kuokoa muda wa mnunuzi Sm_N7a. Pia, maamkuzi yalizingatiwa na baadhi ya wanunuzi na wauzaji kama njia mojawapo ya kufungua au kuanzisha mazungumzo. Maamkizi hayo yalikuwa ya aina tofauti: kuna wanunuzi waliofika dukani na kumwita muuzaji kwa jina lake, pili kuna wauzaji waliojituma kuwaamkua wateja wao.

Mfano 3:

1. Mm_z8d: Sema *my brother* (sema ndugu yangu)
2. Mm_z8d: hii miraa mzuri kabisa
3. Sm_N11d: haina maji?
4. Mm_z8d: Hapana haina maji hata
5. Sm_N11d: haiya haiya haiya
6. Mm_z8d: Kwani unataka miraa kavu?
7. :Hii iko na maji?
8. :Wewe iko meno si ndio?
9. Sm_N11d: aa hii ni safi
10. Mm_z8d: Mbili?
11. Sm_N11d: Nifungie hii moja eeh.
12. Mm_z8d:Haya sawa *Engineer*.Sawa *brother* (sawa ndugu) ((mnunuzi anaondoka))

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo d Uk. 116)

Katika **mfano 3**, Mm_z8d anamwamkua mnunuzi wake kwa kusema, ”sema *my brother*.” Kwa kumuuliza mnunuzi amweleze hitaji lake, Mm_z8d alikuwa tayari kumhudumia. Kisha baada ya salamu, anamkabidhi Sm_N11d miraa na kuisifia bidhaa yake, “ni miraa mzuri kabisa” ili Sm_N11d ashawishike kuinunua.

Salamu zilipotolewa na mhudumu katika mazingira ya kikazi, zilimshawishi anayepewa huduma kuhisi akiwa huru zaidi katika utangamano anaoshiriki Rice na wenzake (2013). Mfano 3 unakubaliana na mawazo ya Rice na wengine (2013), kwani SM_{N11d} anapokosa kuipenda miraa aliyokabidhiwa na MM_z8d anahisi kuwa anao uhuru wa kuitisha miraa nyingine hadi ainunue ile inayomridhisha.

Katika mazingira ya biashara ya miraa, kuulizwa useme ulitaka nini na muuzaji, ilikuwa ni kama salamu (**Tazama mazungumzo katika Kikundi Kiini B**). Hii ni kwa sababu kuwa muuzaji alikuwa amekamilisha kuwauzia waliotangulia na kwa wakati huo, msaada wake angeutoa kwako. Katika mazungumzo mengine, maamkuzi yalikuwa ya aina tofauti. Mnunuzi alipofika dukani, alimwita muuzaji kwa jina lake rasmi au la utani. Kuitwa kwa jina, ulikuwa ni kifunguzi cha mawasiliano baina ya aliyeitwa na aliyeita. Kwa mfano;

Mfano 4:

1. SM_N2h : *Patrick Lumumba, nipe quarter*
2. MM_z2h : *Sema askofu, wewe ni askofu kweli? Wewe imani yako ni ya pastor*
3. :Imani kidogo eeh
4. SM_N2h :Hii imani ya *mapastor* ndio inatusumbua sana...

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo h Uk. 122)

Katika mfano 4, SM_N2h anamwita muuzaji Patrick Lumumba. Kiasili jina lake lilikuwa ni Patrick lakini kutokana na ulumbi na umaarufu wa Patrick Lumumba anayejulikana hapa nchini Kenya, aliitika tu. Ijapokuwa halikuwa ndilo jina lake rasmi, MM_z2h aliitika na kugundua utani aliokuwa nao SM_N2h . Ndiposa katika kauli ya pili, MM_z2h alimwita ‘askofu’ na kisha kuendelea kusema kuwa alikuwa na imani ndogo ndogo. Kwa hivyo, kutokana na uhafifu wa imani wa SM_N2h , MM_z2h alitarajia kuwa SM_N2h angetoa pesa kidogo kwa miraa aliyotaka kuinunua. Ufunguzi kati ya washiriki hawa wawili SM_N2h na MM_z2h ni wa kibaribu sana ndiposa kuna kutaniana. Ni kinaya kuwa anamwita askofu kwani mwislamu hawezi kuwa askofu. Uhusiano wa kibaribu baina ya washiriki ndio unaoeleza aina hii ya ufunguzi wa mawasiliano kati yao. Ukaribu huu kati ya waweza kuwa umeletwa na uteja wa mara nyingi wa SM_N2h katika duka la MM_z2h .

Mfano 5:

1. Fs_N1a: xxxxx...
2. Mm_z1a: eeh
3. Sm_N2a: xxxxx!mambo
4. Sm_N6a xxxxx!
5. Mm_z3a: Sema *boss*

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 110)

Katika **mfano 5** , kauli 1,3 na 4 muuzaji anitwa kwa jina lake na wanunuzi ambao wanamwita kwa kusudi la kuteka nadhari yake ili aanze mazungumzo nao. Kuita kwa jina la muuzaji katika mfano huu ni vifunguzi vya mazungumzo.

Maoni ya wanakikundi kuhusu salamu na ufunguzi wa mazungumzo kati ya washiriki wa biashara ya miraa yalikuwa ni haya.

MTF: Je, kuna wateja hufika dukani na kusema sasa, mambo, nuizie?

MM001B: Hakuna. Labda wale wamekuja kununua miraa na wanataka deni tu.

SM001B: Eeeh

MTF: So ukiona mtu anakuja kununua na kuanza kukwambia ooh sasa,poa, umekuwaje

SM003B: Lakini iko, iko kidogo wenye wanakuja na kukusalimia kwa upole na wanakupigisha *stori* na hata wananunua miraa bado. Iko.

MM002B:Lakini unajua eti huwa inalingana na watu kulingana na vile ameingia.

MM003B:Kama mtu ameingia akiwa *rude*, itabidi apelekwe hivyo hivyo.

SM003B: Iko kama 10% wenye wanakuja na upole, wanakuuliza mambo, habari za watoto, na wanakugotesha tu, iko..

MM003B: Lakini wengi wao wale wanakuja na salamu na *stori* nyingi wanakuja kukopa au pesa yao haitoshi.

MTF: Kwa hivyo ukiona mtu amekuja na *stori* nyingi, wewe kama muuzaji unaanza kufikiria kuhusu kukopwa...

(Rejelea kiambatisho cha Kikundi Kiini B Uk. 141)

Kutokana na mfano huu, washiriki wanahisi kwamba asilimia 10% tu ya wanunuzi ndio hufika dukani na kutoa salamu zilizo halisi. Asilimia 90% ya wanunuzi wengine wanapofika na kuanza kutoa salamu na kumjulua muuzaji hali yake na ile ya familia yao, ilikuwa ni njama tu ya kutaka kupata mkopo kwani fulusi zao za kununulia miraa huenda hazitoshi. Ujuzi wa kutambua ujanja wa salamu ambazo hutolewa na wanunuzi ndizo huenda zimechochea wauzaji na wanunuzi kutofungua mazungumzo yao kwa salamu au maamkuzi ya aina yoyote, kama tutakavyoona baadaye. Mazungumzo yalianza katika upeo ambapo ni kupewa bidhaa na kuanza kuikagua pasi hata kuzungumza mara nyingine.

4.2.2 Ubadilishanaji Zamu

Kulingana na Jefferson (1986) na Schegloff (1996), zamu ni usemi uliokamilika unaotolewa na mshiriki mmoja wa mazungumzo ambao haujakatizwa na mshiriki yule mwingine. Kwa hivyo, katika mazungumzo kuna msururu wa washiriki kutoa semi zao mmoja baada ya mwingine. Hizi ndizo waliziita vijonzi. Vijonzi ni zamu mbili ambazo hupaswa kuandamana, hivi kwamba sehemu ya kwanza inapotokea hulazimisha kuwepo kwa sehemu ya pili. Mifano ya vijonzi ni kama vile, salamu-kiitikio, maombi-kusaidiwa au kukataliwa, mwaliko- kukubalika au kukataliwa (Schegloff & Sacks, 1973). Katika biashara ya miraa pia, kuna zamu ambazo zilitokea baina ya wauzaji na wanunuzi. Zamu hizi zinatokea kwa muundo mbalimbali kama ifuatavyo:

Mfano 6:

1. M_{mz}7c: unataka karatasi ngapi leo?
2. S_{mN}10c: Hapana leo mimi sitaki nyingi. Mimi nataka karatasi moja tu.
3. M_{mz}7c: shika. ((Akimkabidhi s_{mN}10 ajifungie kifurushi chake cha miraa mwenyewe))
4. S_{mN}10c: Hapana. Wewe ndio utajua utafunga vipi. Mimi sijui.
5. M_{mz}7c: wewe ndio utazoea kujifungia sasa
6. S_{mN}10c: eeh.Mimi nitazoea kuzishikashika.nitazoea.*Next time* mimi nitajifungia mwenyewe. Hakuna haja nikusumbue mimi *daddy*.. nitazoea tu.

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo c Uk. 115)

Katika **mfano 6**, tunaona kuwa kauli 1, 3, 5 zinatolewa na $M_{m_z}7$. Na kauli 2, 4, 6 kutolewa na $S_{m_N}10c$. Kama Yule (1972) anavyoeleza, mazungumzo huchukua muundo maalumu ambapo mzungumzaji wa kwanza hutoa kauli yake, kisha mzungumzaji wa pili 2, kisha mzungumzaji 1 tena na mzungumzaji 2 tena na muundo huo hurudiwa kila mara. Mfano wa 6, unakubaliana na mawazo ya (Yule k.h.j.). Maelezo yanayoweza kutolewa ni kuwa, hakukuwa na wateja wengi katika wakati huo hivyo muuzaji 7 alikuwa na wakati mzuri tu wa kumsikiliza mnunuzi 10, au walikuwa marafiki hivi kwamba aliona ni vyema amhudumie vizuri kwani katika kauli 6 anamuuliza “unataka karatasi ngapi leo.” Hiyo ni ishara kwamba alikuwa mteja wake wa kila siku. Pia, huenda muuzaji alikuwa amechoka kwa hivyo hakutaka kelele nyingi. Sababu nyingine yaweza kuwa alikuwa amemaliza miraa na mteja $S_{m_N}10c$, alikuwa baadhi ya wateja wa mwisho kabla ya kulifunga duka lake.

Pia kuna zamu ambazo hutokea ambapo mnunuzi anaomba na maombi yake kukataliwa.

Mfano 7:

1. $M_{m_z}5b$: *wariah* hii ni pesa ngapi?
2. $S_{m_N}8b$: [Nipatie mimi miraa yangu
3. $M_{m_z}5b$: [nikupatie nini? nikupatie miraa?, hii ni pesa ngapi?
4. :unaota ama?
5. : [wewe uko na wazimu?

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo b Uk. 112)

Kutokana na **mfano 7**, muuzaji alikataa kumuuzia kwa sababu pesa zake ni kidogo au kila alipokuja dukani aliwasumbua wauzaji. Ndipo $M_{m_z}5$ alimuuliza maswali ya balagha katika kauli 3,4 na 5. Maombi ya wanunuzi yaliweza kukataliwa kwa wateja ambao walizoea kuwasumbua wauzaji au kila mara kutaka kuuziwa bei ya chini zaidi ilhali miraa waliyotaka ni ghali. Maelezo haya yalipatikana katika maelezo ya muuzaji $M_{m_z}1$

Mfano 8:

1. sm_N7a:harakisha please wee..
2. sm_N8a: leta shamba ya maana ...shamba ya maana leta..
3. :leta...leta miraa wariah lete miraa
4. Sm_Z2a: miraa mimi siuzi..
5. Mm_Z1a: Maongezi ya kando ((akimzungumzia Mm_Z2 kwa lugha yake ya kwanza)) (*nukwona kinya xxxxxx atikwenda umwenderia... gutiri ukwenda umwona.kuru ii guti muntu uticie waa bwake. Ontu igoro naracokerie miraa ugoro na akugite ekirwe. (Unaona hata xxxx hataki kumuuzia? Kila mtu hataki kumuuzia kwa sababu ya ujinga wake. Huyu ni mbwa huyu, hakuna mtu anataka kumwona. Kama jana alirejesha miraa masaa ya usiku na alikuwa amesema awekewe)*)

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 112)

Wauzaji Mm_Z1a, Mm_Z2a na Sm_Z2a walimweleza kuwa hawakuwa wakiuza miraa ilhali walikuwa dukani pale kuwauzia watu bidhaa hiyo. Katika kauli ya 5, Mm_Z1a alieleza kuwa mteja huyo husumbua na kwamba hakuna mtu hutaka kumwona. Maelezo hayo yalionyesha kuwa ijapokuwa aliiona miraa na wale waliofika dukani baada yake walipata huduma ilhali yeye aliambiwa kuwa hawakuwa wakiuza miraa au hakukuwepo na miraa.

Zamu zilizingatiwa na washiriki ijapokuwa si kwa umakini sana kwa sababu watu wengi walifika dukani na kuhitaji huduma za wauzaji wachache ambao walikuwa dukani. Iwapo ulifika pale na ‘hadithi’ nyingi ilhali biashara ilikuwa ‘imeshika’ ilibidi ufukuzwe ili uwaondokee wengine wanunue na kuuziwa kwani hadithi zako nyingi zingetatiza maelewano baina ya muuzaji na wateja wake **(Rejelea mjadala katika Kikundi Kiini B Uk. 140)**

Kulingana na matokeo ya utafiti, ilibainika kuwa mazungumzo katika biashara ya miraa huchukua mipangilio mbalimbali ya ubadilishaji zamu. Mipangilio hiyo ilibadilika kutegemea wanunuzi waliofika dukani kwa wakati mmoja. Iwapo wanunuzi waliofika dukani ni wengi (kama sita), na walihitaji msaada wa muuzaji mmoja au wawili, basi palikuwa na ukatanaji kalima mwingi na zamu za mnunuzi mmoja zilibaki zimesubirishwa hadi pale ambapo mnunuzi mwingine alihudumiwa kwanza, kisha

zamu yake kurejelewa. Hatimaye, wanunuzi wote walishughulikiwa. Mpangilio huo wa zamu ulionekana kuwa changamano mno, na ulitokana na udharura wa kuuza na kununua katika biashara ya miraa kutokana na hali ya kuharibika haraka kwa bidhaa hiyo. Ingawa kusubirishwa kwa zamu kungeonekana kama sababu ya kuonyesha ujeuri kwa wanunuzi, washiriki walielewa kwamba wasingeweza kuhudumiwa wote kwa wakati mmoja na hivyo basi walikubali kusubiri pasipo na kuudhika. Mpangilio wa moja kwa moja wa zamu pia ulidhihirika pale ambapo muuzaji hakuwa na wanunuzi wengi hivyo akawa na nafasi ya kuwasiliana na mteja wake kwa utaratibu. Jukwaa la mazungumzo lilimilikiwa na kila mnunuzi. Hii ndiyo sababu kuu iliyomfanya kila mnunuzi kufika na kuomba huduma bila kutambua uwepo wa waliofika mbele yake ambao walikuwa wanapata huduma. Matokeo haya yanakubaliana na yale ya awali aliyofanya (Edelsky, 1981).

4.2.3 Ukataji Kalima

Kulingana na Jefferson na Schegloff (k.h.j.), zamu ni usemi uliokamilika unaotolewa na mshiriki mmoja wa mazungumzo ambao haujakatizwa na mshiriki yule mwingine. Sacks (k.h.j.), anaeleza kuwa mazungumzo ya kawaida katika jamii huchukua muundo maalumu wa ubadilishanaji zamu, ambapo mmoja kati ya washiriki huwa na msukumo fulani wa kuanzisha mazungumzo. Kulingana na Sacks, mazungumzo hupaswa kuwa yenye mpangilio. Kwamba, mtu asizungumze kabla ya zamu yake ya kuzungumza ama huku mwenzake akizungumza hali ambayo huzua ukataji kalima. Alieleza kuwa ukataji kalima hutatiza mawasiliano.

Katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi katika biashara ya miraa kwa mfano, watu wengi walipatikana wakizungumza kwa wakati sawa. Mazungumzo yanayoshirikisha jinsia ya kiume pekee, Coates (2013) anafafanua kuwa huwa yamesheheni kukatizana kalima. Ukatizana kalima huu hutokana na hali ya kila mwanamume mshiriki wa uzungumzi kuwa na ubabe (Meinhof, 1997). Ubabe huo ndio humsukuma kutaka kuzungumza kabla ya mwenzake, kwani iwapo utamruhusu mwenzako kuzungumza kabla yako, basi ni ishara ya unyonge. Katika mazungumzo ya biashara ya miraa kama mtafiti atakavyodhihirisha kwa mifano, wanunuzi na wauzaji walikatikazana kalima.

Mfano 9,

1. ((SM_N13e na SM_N14e wakizungumza kwa kisomali))
2. SM_N13e : leta gazeti((anajifungia mwenyewe miraa yake kisha anataka kuondoka))
3. SM_N14e:mimi [nifungie] yangu
4. Mm_Z9e : [unaenda wapi] wewe Kwenda
5. SM_N13e: [Gitonga
6. MM_Z9e eeh]
7. SM_N13e: ni [mbili amechukua] *Quarter* [mbili Moja na moja
8. MM_Z9e : [wewe wacha haramu wewe]
9. SM_N13e: aa wewe wacha wewe bwana
10. SM_N14e: hii [ni halali bwana]
11. SM_N13e: hii ni halali angalia..
12. MM_Z9e: ((akimkaripia SM_N14e)) [wee! kaa huko bwana..
13. : Kaa na miraa mbali huko]sawa?

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo e Uk. 117)

Katika **mfano 9**, SM_N13e na SM_N14e baada ya kuuziwa, SM_N13e anataka kujifungia miraa mwenyewe kabla ya Mm_Z9e aone iwapo kiwango cha miraa alichotaka kujifungia kilikuwa sawa- yaani iwapo SM_N13e hakuwa amejifunga kiwango kikubwa kuliko ile aliyoilipia. Kwa hivyo, katika kauli ya 4 Mm_Z9e anabidika kumuuliza iwapo anataka kwenda wapi haraka hivyo kabla ya Mm_Z9e kudhibitisha kiwango alichokuwa amefunga SM_N13e. Katika kauli zao, wanakatizana kauli kwa nia ya kutaka kujua iwapo miraa ya kiwango kinachofaa imechukuliwa na wanunuzi ni sawa.

Wakati SM_N14e anajaribu kujiingiza katika mazungumzo yaliyoshirikisha Mm_Z9e na SM_N13e, katika kauli ya 12, Mm_Z9e anamkaripia kwani yuko katika kazi yake na lengo lake kuu ni kuuza na wala si kuacha wateja wakachukua miraa iliyo mingi. Kuhusu ukataji kalima, wanakikundi walikuwa na haya ya kusema,

MTF: Je kuhusu muundo na hasa ukataji kalima, nimegundua kuwa watu wengi huongea kwa wakati mmoja na hakuna mtu humwacha mwingine aongee kwanza. Je hiyo *system* ya kuongea mmoja kwa mmoja iko kweli? Juu mimi nimeona watu hufanya *interruption* sana . Je nyinyi mnaonaje kuhusu hilo?

MM003B:Eeh iko

MM001B: **Unajua unaweza ukasema hivyo, kwa maana huenda umekuja ile *peak hours*. Sasa wewe umekuja kupeana stori nyingi badala ya kusema ile miraa unataka upewe na ukianza kupeana *story* nyingi unaweza ukaambiwa sema kile unataka**

ama uende. Hasa wakati biashra imeshika sana na kuna watu wengine wanataka kuuziwa na wewe uko hapo na maneno mingi mingi. Lazima ukatizwe.

SM002B: Ee lazima ukatizwe kwa sababu kila mtu anataka kuuziwa haraka haraka ili aende kuanza starehe yake mapema.

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini B Uk. 136)

Starehe katika muktadha huu ni kuenda kutafuna miraa yake mapema. Kwa hivyo ule ukataji kalima unatokana na haraka na uharibikaji wa miraa kama alivyoeleza Carrier (2005). Kulingana na Carrier, shughuli zote zinazozingira bidhaa ya miraa hufanyika kwa upesi kwani miraa huwa na kemikali *Cathinone* inayoharibika haraka pindi mmea wenyewe unapotolewa kwenye mti wa miraa. Uharibikaji huu wa miraa basi huenda ndicho chanzo cha wateja wafikapo dukani na kuzungumza kwa wakati sawa kwani kila mmoja wao hutaka kuhudumiwa haraka.

Katika **mfano 10**, wanunuzi watatu walifika dukani kwa wakati sawa. Wote wanamwita muuzaji mmoja na wote wanahitaji huduma kutoka kwake. Kwa hivyo mazungumzo yao yanaonekana kama ifuatavyo:

Mfano 10,

6. F_{S_N1a} : xxxx
7. M_{m_z1a} : eeh
8. S_{m_N2a} : xxxx!mambo
9. S_{m_N6a} : xxxxxx!
10. M_{m_z3a} : *Sema boss...*

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 112)

Katika **mfano 10**, wanunuzi F_{S_N1a} , S_{m_N2a} na S_{m_N6a} walitaka huduma kutoka kwa muuzaji M_{m_z1} . Kwa hivyo, ili mazungumzo yawe na mpangilio, M_{m_z1a} alimwitika mnunuzi aliyemwita kwanza F_{S_N1} na kisha akanyamaza alipoitwa na S_{m_N2a} na S_{m_N6a} kwani huenda alikuwa anashughulikia mteja wake wa kwanza F_{S_N1a} . Kwa kuwa muuzaji sharti awape wateja wake huduma nzuri na ya kuwaridhisha Walya (1995), ilibidi muuzaji mwenzake M_{m_z3a} , aingilie kati ili wateja S_{m_N2a} na S_{m_N6a} wasione kana kwamba wanapuuzwa. Kuna dhihirisho la ukataji kalima baina ya wazungumzaji katika soko la miraa kwani wengi wao huenda dukani wakiwa na haja ya kuhudumiwa pindi tu wanapofika pale. Kwa mfano, kauli yake M_{m_z3a} , alikuwa ikatize uzungumzi uliokuwa ukiendelea baina ya kauli 6 na 7. Hata hivyo nia yao

haikuwa kukata kalima, bali uharaka wa kutaka huduma ndio uliowalazimisha kukatiza kalima.

Cha msingi mno kuhusu miraa ni uharibikaji wake wa haraka. Kemikali *Cathinone* hubadilika na kuwa cathine pindi tu inapotolewa mtini. Ijapokuwa kuna ile ambayo hukaushwa na kuuzwa nchini Ethiopia, hapa nchini watafunaji hupendelea kuipata miraa yao ikiwa freshi. Uharibikaji huo wa miraa ndio huathiri biashara ya miraa na vivyo hivyo lugha inayotumika kwenye biashara huathirika (Carrier, 2007).

4.2.4 Urekebishaji

Urekebishaji ni hali ambapo mzungumzaji hugundua makosa katika usemi wake au wa mwenzake na kuchukua jukumu la kujikosoa au kumrekebisha mwenzake. Kulingana na Grundy (2000), urekebishaji au ufafanuzi wa kauli aliyoitoa msemaji, huwa ni mojawapo ya mikakati ya unyenyekevu ambayo hutumiwa na wazungumzaji. Urekebishaji huweza kufanywa na mzungumzaji mwenyewe baada ya kugundua hitilafu katika usemi wake, au ukafanywa na mzungumzaji wa pili baada ya mgongano wa kauli za wazungumzaji wawili. Katika mazungumzo haya tulichunguza baadhi ya urekebishaji baina ya wazungumzaji na kupata urekebishaji katika mazungumzo yafuatayo;

Mfano 11,

1. SM_Z1f: Kitambo si amenunua kwako?
2. :Wee kwenda huko wewe.
3. :mkundu yako>>
4. Smz1f: Hii ni biashara ee...
5. MM_N1f : ((Mnunuzi mwingine akiingia))((Akicheka)).. hata hajalipa
6. Sm_Z1f : aa xxxxx
7. MM_N1f: Ikwega (salama)
8. SM_N1f: *fyam* (salama)
9. Mm_N1f: Hata hii inatosha ((karatasi ya kufungia miraa))
10. Smz1f: Ni ya watu tofauti
11. MM_N1f: Weka yote tu kwa hii moja
12. :Ninaweza *nikawithdraw*?
13. Smz1f : Ee
14. MM_N1f : Mbona hukuwa unanikumbusha wewe...
15. Smz1f : Ee ni sawa sawa baba. Asante. *Welcome* lakini sawa?
16. : Karibu karibu ee baba ee ...
17. : Sindio kila siku mimi nakuona..ee
18. : xxxxxx ni *Mutonyakwe* (ndugu wa kiume)mimi ni msomali sawa?

19. :Sawa sawa *mukuru* (*Mzee*)?
 20. MM_N1f: Ee?
 21. Smz1f: Gikundi kwako ni *mutanonyakwe* (ndugu wa kiume)mimi ni msomali ee
 22. : yeye ndiye anasema hata ukikata hamsini, unapata hata risasi...
 23. : na hata si wewe peke yako, miraa inauzwa hivyo kila mahali sivyoy?
 24. :Eeh kweli*2
 25. :ee sawasawa baba
 26. :aa Mimi hata sijakuongelesha mbaya
 27. :Sawa?
 :ee sawa sawa boss ((MM_N1f anaondoka))

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo f Uk. 119-120)

Katika kauli 4 ya **mfano 11**, Smz1f anamkumbusha kuwa aliyokuwa akiifanya ni biashara. Hii ilikuwa njia moja ya kumtaka asiichezee kazi yake kwa kutolipa miraa aliyouziwa. Pia anamkumbusha katika kauli ya 18 na 21 kuwa yeye alikuwa anafanya kazi ambayo ametumwa na kuwa hawezi akauza bei ya chini. Baada ya kugundua kuwa alidhuru hisia za mwenzake, ndipo alipofafanua na pia kuomba msamaha. Katika kauli 26 na 27, Smz1f alimuuliza MM_N1f iwapo ‘alimwonglesha mbaya’ na iwapo ilikuwa vile, basi ansamehe.

Urekebishaji unaonekana pia anapomweleza kuwa yeye ni msomali na kuwa ambaye anamiliki miraa alikuwa ndugu ya mnunuzi (yaani ni Mmeru mwenzake) na wala siyo ndugu yake yeye (kwani yeye ni Msomali). Kwa hivyo si kwamba alikataa kumpunguzia bei ya miraa kwa sababu ya kabila lake (msomali) bali ni kwa sababu ya masharti ambayo alikuwa amepewa na mmeru aliyemiliki miraa hiyo.

Mfano 12,

18. Smz1f : xxxxxx ni *Mutonyakwe* (ndugu wa kiume)mimi ni msomali sawa?
 19. :Sawa sawa *mukuru* (*Mzee*)?
 20. MM_N1f: Ee?
 21. Smz1f: xxxx kwako ni *mutanonyakwe* (ndugu wa kiume)mimi ni msomali ee
 22. : yeye ndiye anasema hata ukikata hamsini, unapata hata risasi...
 23. : na hata si wewe peke yako, miraa inauzwa hivyo kila mahali sivyoy?

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo f Uk. 120)

Pia, SM_Z1f aliendelea kumweleza MM_N1f kuwa si yeye pekee aliyeuziwa vile bali ni kila mteja aliyefika kununua. Urekebishaji huu ulifanyika mradi kumridhisha ambaye alihisi ni kama kwamba alibaguliwa. Urekebishaji pia, ulijitokeza pale ambapo wazungumzaji wawili walikatana kauli kutokana na kuzungumza katika mpumuo mmoja. Katika tukio kama hili, mmoja wao aliyegundua kwanza, alirudia usemi wake. Katika **mfano 13**, MM_Z9e na SM_N13e wanakatana kalima kwani inaonekana kuwa hawakuelewana kuhusu bei na aina ya miraa ambayo SM_N13e alitaka kuinunua.

Mfano 13,

1. SM_N14e: xxxxxxxx
2. MM_Z9e: mmmm
3. SM_N13e: Mimi bado ninakungoja.../
4. MM_Z9e:/Unaningojea kwa nini?
5. SM_N13e: Ili miraa mzuri unipatie
6. MM_Z9e: Na hiyo uko nayo ni nini?
7. SM_N13e: Ebu pia wewe shika uangalie hata wewe
8. MM_Z9e: Hiyo ni miraa ya maana hata mimi najua
9. SM_N13e: Ebu shika angalia// hata wewe
10. MM_Z9e: //Naangalia nini
11. SM_N13e: Wewe ndugu yangu,... angalia wewe mwenyewe
12. : Hata wewe mwenyewe hukuli// hii hata
nikikupatia
13. MM_Z9e: sikuli kwa nini miraa yangu yote

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo e Uk. 118)

Katika kauli 11 na 12, SM_N13e anamweleza kuwa hiyo miraa si mizuri na hata akimpa yeye MM_Z9e hatatafuna. Hata hivyo, MM_Z9e anamrekebisha na kumweleza katika kauli 13 kuwa yeye ataitafuna yote akijapewa kwani ni yake yote. Urekebishaji unaofanya na MM_Z9e ni mojawapo ya mikakati tu ya lugha ya biashara, ambapo muuzaji wa bidhaa atazisifu bidhaa zake zote mbele ya mnunuzi.

4.2.5 Ufungaji wa Mazungumzo

Kama alivyoeleza Schegloff na Sacks (k.h.j.), mazungumzo huwa hayakamiliki tu, bali wanaoshiriki hushirikiana katika kuyahitimisha. Liddicoat (2000), akidondoa mifano kutoka kwa mazungumzo na tafiti zilizofanywa awali, aliorodhesha kadri mbinu tano za kuonyesha namna hufungwa na wa shiriki wa uzungumzi. Nazo ni kama vile; maagano, shukrani, ahadi za kuzidi kuzungumza baadaye, kukubaliana kuwa wakamilishe uzungumzi na mmoja wa waungumzaji kuomba kuondoka. Katika

muktadha wa biashara ya miraa, wazungumzaji walizingatia mbinu zifuatazo kuyakamilisha mazungumzo yao.

Mfano 14,

1. SM_N1g: Xxxxxx ni hivyo? Ni xxxxxxxx?
2. MM_Z1g: Wee hapana nani anaitwa xxxxxx hiyo pesa imeenda kwa kikuyu wewe bwana
3. SM_N1g: itarudi tu. Sawa lakini?
4. MM_Z1g: Eeh ni sawa. Tutaonana siku ingine Mungu akipenda eeh
5. SM_N1g: Eeh sawa ((huku akiondoka))

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo g Uk. 121)

Katika **mfano 14**, mazungumzo haya yanaanza kukamilika baada ya SM_N1g kulipia bidhaa aliyoichagua kwa kumtumia MM_Z1g pesa kwenye simu. Katika kauli 3, SM_N1g anasema, “sawa lakini?” Swali hili linaonyesha kuwa alihitaji idhini ya kuondoka kutoka kwa MM_Z1g, ambaye alimwitikia katika kauli ya 4 na wakawa wamekubaliana. Fauka ya makubaliano yao, MM_Z1g anazidi kumwahidi kuwa wataonana siku nyingine Mungu akipenda. Kauli ya 4 inamlazimu SM_N1g kukubaliana na MM_Z1g kisha anaondoka.

Katika mazungumzo mengine, muuzaji na mnunuzi walipokosa kukubaliana kuhusu bei ya miraa, mnunuzi aliondoka tu baada ya kuikagua kagua miraa na kukosa iliyo mpendeza.

Katika **mfano 15** ufuatao, sm_N7a alitaka kuuziwa na miraa. Hata hivyo, anaigusa gusa na kuikagua kagua jambo linalomkasirisha mm_Z1a ambaye katika kauli 5 anamrejelea sm_N7a kama mjinga. Kubadilisha msimbo kwa mm_Z1a katika kauli 4, ndiko kunakotufahamisha kuwa sm_N7a hakuwa mteja wake wa siku nyingi.

Mfano 15,

1. sm_N7a: wariah hakuna miraa? lete miraa na harakisha *please* kuna kazi nyingi sana leta
2. Mm_Z3a: shika.. *do you want this?* (Unataka hii?)
3. mm_Z1a: ka aregere kugura na aguraa uju? (Kwani amekataa kununua pale huwa ananunua huko 12?)
4. Mm_Z3a: *uriku?* (Nani?)
5. mm_Z1a: *kiaa ki kiwitia miraa kii..(mjinga huyu anayeitisha miraa)*
6. : *Aukinya njira aita ii?* (Amekasirika akaenda eh?)

((sm_N7a baada ya kukagua miraa kwa wakati mrefu anaondoka bila kuinunua))

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 112)

M_{mz}3a anauliza katika kauli 3 mbona sm_N7a hakuwa ananunua huko 12th ambako yeye alizoea kununua. sm_N7a anagundua kuwa wauzaji hawana haraka ya kumhudumia kama alivyopenda na ndipo anaondoka bila kuaga au kusema neno.

Mfano 16;

1. Sm_N9b: [Shurba kubwa basi uzia ... tafadhali]
2. M_{mz}5b : [Sasa unaongea nini tena xxxxxx na wewe]
3. Sm_N9b: shurba kubwa nataka mimi.. tafadhali
4. M_{mz}5b: munenkere kubwa (Mpe hyo kubwa basi)
:Lete ((akichukua pesa)
5. Sm_N9b: Nataka hiyo uko nayo wewe. ((akipewa kisha anakagua kagua)) leta ile umenipatia kwanza.
6. : Hakuna kitu unaongeza?
7. M_{mz}5b :Bwana tuheshimiane Kuso na wewe bwana (ananyamaza na kuondoka)
8. M_{mz}6b: *uyu ena thina imbiu hujuu..kwi ntuku ancumburire mwaka ndatura ndamutia ni (huyu ana tamaa sana. Kuna siku alinisumbua hadi nikatoka mimi nikamwacha)*

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo b Uk. 112)

Katika **mfano 16** pia, Sm_N9b anaondoka bila kuaga baada ya kupewa onyo kali na M_{mz}5b ambaye aliona kuwa alikuwa anamsumbua kwa kumwitisha miraa anakagua, anaitisha mingine vivyo hivyo. Jambo ambalo lilimkera M_{mz}5b.

Mazungumzo mengine, yalitamatishwa kwa kukubaliana baina ya muuzaji na mnunuzi. Kwa mfano, katika **mfano 17** ufuatao, M_{mz}1j na SM_N1j walikubaliana kukamilisha mazungumzo yao kwa kusema, “baadaye.”

Mfano 17,

1. M_{mz}1j :baadaye baadaye..((akimkabidhi SM_N1 miraa yake))
2. SM_N1j: Na uache wasiwasi wewe.
3. :Sawa baadaye baadaye mzae.((SM_N1j anaondoka))

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo j Uk. 122)

Kuhusu utamatishaji wa mazungumzo katika biashara ya miraa, inadhihirika kuwa watafiti walibainisha kuwa washiriki hawakutoa maneno mwafaka ya kushukuru kama vile asante baada ya huduma. Kinyume na kawaida ya maongezi mengine ya miktadha ya kijamii, Schegloff na wenzake (1974), mazungumzo ya biashara ya miraa yalikamilika baada ya kulipia bidhaa na washiriki kukubaliana tu kukamilisha

mazungumzo yao kwa kusema ‘sawa.’ Pia, waliweka ahadi za kukutana baadaye (labda kesho yake) ambapo wangenunua miraa tena. Kuhusu utamatishaji wa mazungumzo ya biashara ya miraa wanakikundi walikuwa na haya ya kusema.

1. Mtf: je kuna maneno ambayo unaweza ukataja ya unyenyekevu katika biashara ya miraa?
2. JIBU LA WENGI: ((kicheko)) aa hakuna...
3. MM002B: si labda matusi..
4. ((kicheko cha wote))
5. MM003B: ee labda matusi. Hakuna hata kusema asante..
6. FM003B: ee matusi ndio nyingi. Asante ya nini.. wengine wanakuita sawa mkundu.
7. SM004B: Asante ya nini, na hakuna tafadhali. Tafadhali ya nini? Ni leta miraa kwa sababu hakuna kuomba.

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini A Uk. 134)

Kutokana na yaliyojadiliwa katika sehemu hii, muundo wa mazungumzo katika ununuzi wa miraa huwa huu; mnu

nuzi alifika dukani, kuomba miraa, kuikagua, kujadili bei na kukubaliana na kisha kuilipia na kuondoka. Imani kwamba ‘pesa ni yangu’ na ‘ni mimi ninanunua’ na wala ‘hakuna kuomba’ ndiyo sababu kuu ya kutotumia misamiati ya kushukuru baada ya kupata huduma. Ukataji kalima ulikuwepo kwa sababu ya uhitaji wa wanunuzi kupata huduma za haraka.

4.3 Athari ya Kabila na Jinsia kwa Muundo wa Mazungumzo miongoni mwa Wauzaji na Wanunuzi

Sehemu hii inashughulikia lengo la pili la utafiti huu, ambalo lilikuwa ni kutathmini namna muundo wa mazungumzo ulivyoathiriwa na kabila na jinsia ya washiriki wa biashara ya miraa. Mtafiti alichunguza athari ya ukabila na jinsia ya washiriki kwa muundo wa mazungumzo bila kujikita katika vijimada vya muundo kama alivyofanya katika lengo la kwanza la utafiti. Mifano ilitolewa kwa ujumla ili kuonyesha mabadiliko au mfanano wa muundo wakati lugha ilitumiwa na wanaume na wanawake katika mazingira ya biashara ya miraa. Mtafiti alishughulikia athari ya jinsia kwa muundo wa mazungumzo, kisha akaangazia athari ya ukabila kwa muundo wa mazungumzo ya biashara ya miraa.

4.3.1 Jinsia na Muundo

Kulingana na Tannen (1990) mazungumzo huchukua muundo tofauti yanapotekelezwa na kundi la wanaume au wanawake. Pia kuna utofauti wa semi zitolewazo na wanawake na vilvile wanaume katika mazungumzo yanayoshirikisha jinsia zote mbili. Tannen (1990) anatuasa kuwa wanaume na wanawake hufasiri matukio katika ulimwengu kwa njia tofauti sana. Utofauti huu wa kuutazama ulimwengu huwapelekea kutoa semi ambazo ni tofauti (Coates, 2004).

Mtafiti aliigawa mifanano na tofauti hizo katika vijishehemu viwili na kisha kutoa hitimisho kuhusu waliyobainisha kama ifuatavyo:

Katika mazungumzo wa biashara ya miraa, mazungumzo ya wanaume na wanawake yanadhihirisha utofauti wa namna fulani.

4.3.1.1 Muundo wa Mazungumzo ya Wanaume katika Biashara ya Miraa

Kulingana na Tannen (1990), wanaume hukatiza wanaume wenzao kauli kama njia ya kudumisha ubabe baina yao. Katika mfano 18, wazungumzaji walikatana kauli mmoja baada ya mwingine.

Mfano 18,

1. SM_N14e: Nataka miraa mzuri kabisa..
2. : Lete miraa mirefu
3. MM_Z10e: ndio ilienda ya kwanza
4. MM_Z9e : Sawa. Ooh
5. ((SM_N13e na SM_N14e wakizungumza kwa kisomali))
6. SM_N13e : leta gazeti((anafungiwa miraa yake kisha anaondoka))
7. SM_N14e:mimi //nifungie yangu
8. MM_Z9e : unaenda wapi wewe Kwenda
9. SM_N13e: xxxxxx
10. MM_Z9e : eeh
11. SM_N13e: ni mbili amechukua// *Quarter* mbili Moja na moja
12. MM_Z9 e: wewe wacha haramu// wewe]
13. SM_N13e: aa wewe wacha wewe bwana
14. SM_N14e: //hii ni halali bwana]
15. SM_N13e: hii ni halali angalia..
16. MM_Z9e: ((akimkaripia SM_N14)) wee kaa huko bwana..
17. : Kaa na miraa mbali huko sawa?

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo e Uk. 117)

Katika **mfano 18**, SM_N14e na SM_N13e washiriki walikatizana kauli kila mmoja wao akijaribu kumwonyesha MM_Z9e kuwa alichokisema ni cha kweli. Ukatizana kauli huu ni mojawapo ya sifa ambazo Tannen (k.h.j.) aliorodhesha kama idhibati ya ubabe baina

ya wanaume. Ukatizana kauli baina ya wanunuzi na wauzaji ilikuwa ni sifa moja iliyoonyesha athari ya jinsia ya kiume kwa uendeshaji wa mazungumzo katika biashara ya miraa. Matokeo ya utafiti huu kwa hivyo yalikubaliana na maarifa ya hapo awali ya Tannen (k.h.j.).

Mazungumzo ya wanaume pia yalisheheni ukavu (Yule 1996). Mtafiti alitambua hili kutokana na sentensi zao kudhibitiwa na kuamrisha na kutokuwepo na vinogezo vya sentensi kama zile zitolewazo na wanawake. Maarifa haya yalitokana na kauli walizotoa wanunuzi na wauzaji mtawalia.

Mfano 19,

1. sm_N7a: *wariah hakuna miraa?lete miraa na harakisha please kuna kazi nyingi sana leta*
2. Mm_Z3a: *shika.. do you want this? (Unataka hii?)*
3. mm_Z1a: *ka aregere kugura naa aguraa uju?(Kwani amekataa kununua pale huwa ananunua huko 12?)*
4. Mm_Z3a: *uriku? (Nani?)*
5. mm_Z1a: *kiaa ki kiwitia miraa kii.. (mjinga huyu anayeitisha miraa)*
6. :*Aukinya njira aita ii? (Amekasirika akaenda eh?)*
7. sm_N7a: *((baada ya kukagua miraa kwa wakati mrefu anaondoka bila kuinunua))*

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 112)

sm_N7a anapofika dukani tu, ijapokuwa aliwapata wenzake wakipata huduma ile ile aliyokuwa akiitaka, hakusubiri nafasi yake ifikiwe. Alianza kwa kuwauliza katika kauli 1, “wariah hakuna miraa?lete miraa na harakisha...”Badala ya kuomba kufanyiwa huduma, yeye aliuliza iwapo hakukuwa na miraa na iwapo haikuwepo basi aelezwe haraka ili aende kwani kuna kazi nyingi alipaswa aifanye. Msamiati aliotumia wa ‘Lete’ na ‘harakisha’ ndio ulioifanya kauli yake kuwa shurutishi.Hata hivyo, mijadala katika vikundi viini ilikanusha maoni hayo.

Mfano,

1. SM002A: “Ayee si utupatie miraa mbwa wewe!” wanasema hivyo
2. MTF: Je wanapokuja kununua,huja na kutanguliza kuongea kwa salamu kama mambo-poa n.k.?
3. SM002A: Hakuna kawaida hapo, *customer* akikuja kwangu aanze hizo story za mambo,habari za watoto,najua hana pesa.

4. MM002A: Hiyo ni ya kuuza nguo ama vitu zingine, ama anakuja kukopa
5. SM001A: Huyo ni mtu hana shilingi, hana pesa
6. MM003A: Huyo ameamua hiyo siku kukopa
7. MM001A: Huyo mtu hana pesa. Mtu ako na pesa anakuja anagonga meza na kukwambia, Mbwa niuzie miraa, na siombi!
8. MTF: Na hiyo ndiyo kawaida yenu?
9. JIBU LA WENGI: Ee ni kawaida kabisaa

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala katika Kikundi Kiini A Uk. 122)

Wanaume pia walikatiza kauli wanawake walionunua nao kama njia mojawapo ya kuonyesha mamlaka, udhibiti na ubabe (West & Zimmerman, 1975). Katika mazungumzo baina ya jinsia mbili, mwanamke alionekana kusubiri wanaume wapewe huduma kwanza, kabla yake kupata huduma ile ile.

Mfano 20,

8. FS_{N1a}: ..nita futie miraa mzuri..
9. Mm_{Z3a}: [ai mimi sina miraa nyingine mama.
10. mm_{Z1a}: [akizungumza kwa kimeru..rekana na kamuka kaa ka nthu kaa(achana na haka kamama kamwenda wazimu haka)
11. Sm_{N6a}: tafuta mamiti mzuri. Leta mamiti..
12. sm_{N7a} : madam songa weee
13. _____: [leta na harakisha please
14. _____: wariah hakuna miraa? lete miraa na harakisha please kuna kazi nyingi sana leta
15. _____: wee *madam* songa weee ((akimzungumzia FS_{N1}))
16. _____: harakisha *please* wee..
17. sm_{N8a}: leta shamba ya maana ...shamba ya maana leta..
18. _____: leta...leta miraa wariah lete miraa
19. Sm_{Z2a}: miraa mimi siuzi..

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 111)

Ijapokuwa sm_{N7a}, alimpata FS_{N1a} dukani alimwambia, “madam songa weee” ili auziwe kwanza, na hatumwoni FS_{N1a} akinung’unika wala kuikaidi amri ya kuambiwa asonge.

Pia, sm_{N8a} anapofika dukani, anaitisha miraa yake bila kuwajali waliokuwa hapo awali. Huyo ni pamoja na FS_{N1a} ambaye sasa ingembidi asubiri watu wawili wapewe huduma kabla yake.

4.3.1.2 Muundo wa Mazungumzo ya Wanawake katika Biashara ya Miraa

Je, wanawake huzungumza kwa namna iliyo tofauti au inayolingana na wanaume? Mtafiti alilitathmini swali hili kwa kuzingatia mazungumzo ya biashara ya miraa.

Katika mazungumzo ya wanawake katika biashara ya miraa, mtafiti alibainisha yafuatayo; Mwanamke alipofika dukani hakuwa anafahamu miraa iliyo mizuri kama wanaume wenza. Hivyo yeye anasema apewe miraa ya green ilhali wanaume wanaonunua husema miraa kwa jina miraa ambayo wanataka.

Mfano 21,

1. FS_{N1a}: Niuzie miraa wewe
2. Mm_{Z1a}: [Unataka nini wewe..
: ((ka unenkere shoka ii yite bwana))..shika umpe shoga huyu aende bwana..
3. Mm_{Z3a}: aa hapana ombaa..
4. FS_{N1a}: Pande gani.. niuzie miraa wewe
5. FS_{N1a}: sitaki hiyo, nataka rangi ya hii...
6. Mm_{Z3a}: [Hautaki rangi ya hiyo... unataka rangi ya ...
FS_{N1a}: [nataka rangi ya green..
7. Mm_{Z3a}: Unataka green? Green (nipee nyingine ya green-
akimzungumzia mm_{Z1})
8. Sm_{N6a}: -ehe!kuna nyingine tena?
9. Mm_{Z3a}: {[Aa ulikuwa unataka hapa?
10. Sm_{N6a}: [eeh..
11. Mm_{Z3a}: [aii Pole pole nilikuwa nahudumia mama hapa sikuwa nimekusikia mimi...
12. : [((Mm_{Z3a} akizungumzia mm_{Z1})) *Muka arienda ya green baba, nachanuki akarigara uyu nakumenya uu akuga..* (huyu mwanamke anataka ya green baba, amechanuka sana, anaelewa anachokisema)

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 112)

Mwanamke alipouza, alitumia lugha kwa njia iliyoonekana 'kumtongoza' mwanamume, jambo lililoonyesha unyonge wa mwanamke kwani alitumia jinsia yake kuwashawishi wanaume kununua tofauti na wanaume ambao walitumia fujo nyingi na sentensi kavukavu katika kuuza (Tannen, 1990).

10. SM002A: Lugha yao ni tofauti sana na yetu. Hiyo yao haina lugha ya kutukanana. **Atauza ni kama anakukatiana ni kama anamgeuzia Kiswahili.** Ni ukweli yake kuwa **anakuangalia na zile macho na uchukue miraa mbaya na pesa mob.** Mwanamume kwa upande

mwingine, unamwalia mpaka akupee kitu unataka na kwa pesa unataka.

11. SM004A: **Dame kabla auze miraa, watauza lakini watu watachoka na hiyo miraa haraka. Siwezi ambia dame vile naweza nikaambia mwanamume**
12. MM001A: *Plus* siwezi kumwambia miraa yake ni mbaya na vile ananiangalia na macho **zinakaa sijui aje sexy**((kicheko kutoka kwa wengi.))
13. Jibu la wengi: eeeh inakuwanga hivyo ((kicheko tena cha wengi))
14. MM005A: Ni hivyo tu watu wanaongea. Ni hivyo tu **(Rejelea kiambatisho cha Mjadala katika Kikundi Kiini A Uk. 125-126)**

Mwanamke pia alipofika dukani kununua miraa alikuja amejitanda kanga kwenye uso, au badala ya kusimama nje ya duka kwenye dirisha ambapo wengine (wanaume) walinunulia, yeye aliingia dukani kupitia mlango wa nyuma na kukaa ili auziwe akiwa ndani.

1. MM001B: Biashara yenyewe imechukuliwa kuwa ni ya wanaume na wanunuzi wengi ni wanaume.
2. MTF: Niligundua kuwa wanawake wanapokuja kununua huwa wanapita kwa mlango wa nyuma ilhali wanaume hununua wakiwa dirishani au kwa kutumia mlango wa mbele. Mbona hivyo?
3. Jibu kutoka kwa wengi: aaa kuna **wengine huwa hawatahangi kuonekana**
4. MTF: Kwani kuonekana kuna nini?
5. SM003B: aa unajua shida yao, mara ingine unaweza ukapata wanaume ndio wamejaa kwa dirisha na mwanamke huenda ni mmoja au wawili. **Sasa yeye ni kama hataki kusimama na hao wanaume au wanaume wale wako nje wanapelekwa sana sasa yeye anataka kuingia ndani ili aongee na muuzaji polepole au kwa utaratibu.**
6. MM003A: Lakini hiyo inalingana sana na *tribe* za kisomali. Kuna wale wanajua kuwa *tribe* zao **ziko hapo na anaogopa aonekane nao, na wale hawatahangi kuonekana na watu wao. Lakini kuna yule, anajua kuwa hakuna mtu anamjua hapo kwa hivyo atakuja anunue tu, na kuna either wale hupewa za**

kujisaidia na miraa ni kitu ya starehe na akionekana akinunua hatawahi kupewa tena kwa hivyo anaingia ndani ili anunue.

7. MTF: Si dini, *power* au *religion* inafanya wafanye hivyo?
8. Mm002B: Yeye anaogopa kuonekana na watu wa kwao kama *brother* yake, au *uncle*, au mtoto wake. Huenda anaogopa kuonekana.

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini A na B uk.124, 144)

Kuingia dukani kuliashiria mamlaka ambayo wanaume walikuwa nayo na mwanamke alikuwa hana. Mazingira ya miraa yalidhibitiwa na wanaume, kwa hivyo mwanamke alikuwa hatambuliwi. Hakutaka kuonekana na ndiposa aliingia dukani ili azungumze kwa upole na muuzaji. Kama alivyoeleza Carrier (2007) hata hivyo, idadi ya wanawake wanaoshughulika katika biashara ya miraa inaendelea kuongezeka kadri miaka inavyozidi. Aibu nayo, ya kuonekana na hata kujitokeza hadharani wakitafuna imeendelea kupungua na kuonekana kama jambo la kawaida. Haya ni matokeo yanayotofautiana na ya awali ya Labov (1972) kuwa wanawake wanatumia lugha ya upole.

"...Lakini kuna wale pia wanakam *direct* tu kama wanaume na hata hawaogopi mtu wowote tu kama wanaume na wanasema lete miraa! Kama wanaume tu!" SM001B.

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini A Uk. 126)

Haya yanatokana na ukweli kuwa wanawake hasa wa jamii za Kisomali ndio huuza miraa kwa wingi kuliko wanaume wa jamii ya Somali.

1. MTF: Sijaona wanaume wa Kisomali wakiuza miraa kwa wingi.
2. SM002A: Huwa wanauza Alele lakini si wengi. Hata ukienda Somali **95% ni wanawake ndo wanauza. Wanawake ndio huuza sana.** Utawapata wanawake wengi kuliko wanaume. Business ya miraa haiwezi kutembezwa na wanaume. Wanawake ndio huweza kuuza sana. Nimeenda hata Somali pale miraa inatumwa na inauzwa. **Wamama ndo wanauza huwezi ukapata wanaume kwa sababu wanaume watatafuna yote na hawatauza hata! Wamama wako na *discipline*.**

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini katika Uk. 135)

Kutokana na hali hii, wanawake ndio walio na uwezo wa kuuza miraa, bila kuitafuna na kisha kupunguza mapato yao. Wanaume wakijapewa jukumu hilo, huenda wakaitafuna yote. Ndiposa wanawake wa Kisomali walionekana kama kiungo muhimu katika biashara ya miraa. Pia, waliuza miraa iliyo ya bei nafuu ikilinganishwa na ile inayouzwa madukani na wauzaji Wameru. Miraa hiyo ya bei nafuu ilisaidia wale ambao hawana pesa ya kutosha ili kununua iliyo ghali ilhali walihitaji kutafuna. Jambo ambalo lilileta usawa baina ya watu wote wa jamii ya watafunaji.

Kwa mfano, mwanamke alipofika dukani na kupata wanaume waliojaa dirishani pa kuuziwa miraa, alitulia kwanza kabla ya kuomba kuuziwa. Jambo la kimsingi katika biashara hii ni kuwa biashara yenyewe imedhibitiwa na wanaume. Kwa hivyo wanawake wachache sana au mmoja mmoja ndio walipatikana wakinunua au kuuza bidhaa ya miraa. Wanawake ambao waliuza kwa upande wake hawakumiliki maduka ya kuuzia kama walivyo wanaume, bali walipatikana mahali pa wazi au wameezeka vijibanda kando kando mwa barabara na kuuzia pale. Pia, waliuza miraa ambayo ilikuwa ya bei ya chini na isiyo ya dhamana kama ile inayouzwa na wanaume wenza. Hili huwaweka katika nafasi iliyobaguliwa wakilinganishwa na wanaume.

1. MM002B: **Lakini pia wanaume hawatambuangi macustomer wanawake sana. Kwa upande wa kununua ni mwanamume ako na buying power kuliko mwanamke.**
2. MM001B: Pia mwanamume akiamua kununua **atakuja hata kesho, lakini mwanamke atakuja mara moja kwa wiki au hata asikuje.**
3. SM001B: Na hata akiolewa na chali saa ingine anaambiwa aachane na miraa na anawacha miraa.
4. Jibu la wengi: ee Inakuwanga hivyo saa
5. MM004B: **Sasa utapata kuwa, macustomer wanaume ndio wanatambuliwa sana**
6. MTF: Wanaume wanatumbuliwa kwa sababu ya *consistency*?
7. MM004B: Ee imechukuliwa tangu kitambo kuwa biashara ya miraa ni ya wanaume. Kwa maana tuseme kutoka zamani wakati biashara ya miraa ilianza, wanawake wa Kimeru hawakuwa wameingia Nairobi. Hakuna wale walikuwa wanafanya hiyo biashara, hiyo biashara ilikuwa ya wanaume. Na ungeonekena ukifanya biashara kama hiyo ukiwa mwanamke, ungeonekana ukiwa mtu si wa kawaida.
8. MM003B: Ee wako, lakini si wengi

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini B Uk. 146)

Biashara ya miraa imedhibitiwa na wanaume na hayo ndiyo maelezo makuu ni kwa nini kadri asilimia 99 % ya wanaume walipatikana wakinunua na kuuza miraa.

4.3.1.3 Muhtasari Kuhusu Mfanano na Utofauti wa Muundo Kutegemea Jinsia

Wanawake walipooneka na wauzaji wakija walirejelewa kwa kiambishi 'ka'. Na walipozungumza, waliita kwa sauti iliyolegea. Hawakuita kwa sauti ya kuamrisha kama walivyofanya wanaume.

Mfano,

1. Mm_z4a: habari yenu? Niaje ?
2. Sm_n5a: xxxxxx!
3. Fs_z1a: niPatie, ..((sauti iliyolegea))
4. Mm_z1a: ((akimzungumzia Mm_z3 kwa Kimeru)).. *tikau kamuka kangii aria nako tikau*.. ndio hako kamwanamke kako kengine ongea nako
5. Mm_z1a:*Niatia miraa ikari ii indi* (Hii miraa inakaa aje hii sasa)
6. Mm_z2a: *mbia ikura bwana*..(change imekosekana wewe..)
7. Mm_z1a: sasa wewe unaniambia nini...

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 112)

Wanakikundi kiini A hata hivyo, walihisi kuwa wanawake na wanaume washiriki wa biashara ya miraa walitumia muundo sawa wa mazungumzo.

1. MTF: **Lakini lugha ya wanaume na wanawake hufanana, au ni tofauti na ya wanawake?**
2. JIBU LA WENGI: **ni same ! ni same!**
3. MM003A: **Kwanza wamama ndio wanatukanana zaidi**
4. SM001A: **Hao kwanza ndio wako na matusi hapa**((akiashiria kwenye midomo))matusi yao!...
5. SM002A: **"Ayee si utupatie miraa mbwa wewe!"** wanasema hivyo
6. MTF: Je wanapokuja kununua,huja na kutanguliza kuongea kwa salamu kama mambo-poa n.k.?
7. SM002A: Hakuna kawaida hapo, *customer* akikuja kwangu aanze hizo **story za mambo,habari za watoto,najua hana pesa.**
8. MM002A: **Hiyo ni ya kuuza nguo ama vitu zingine, ama anakuja kukopa**
9. SM001A: Huyo ni mtu hana shilingi, hana pesa
10. MM003A: **Huyo ameamua hiyo siku kukopa**
11. MM001A: **Huyo mtu hana pesa. Mtu ako na pesa anakuja anagonga meza na kukwambia, Mbwa niuzie miraa, na siombi!**
12. MTF: Na hiyo ndiyo kawaida yenu?
13. JIBU LA WENGI: Ee ni kawaida kabisaa

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini A Uk. 125)

Kwa kutamatisha, muundo wa mazungumzo ya wanaume na wanawake yalilingana kwa namna walivyoitisha na kulipia miraa, ila msamiati wa wanaume ulikuwa wa matusi na wa kuamuru wauzaji kuliko wa wanawake waliotumia sauti zilizolegea na kuwa na subira na (wakati mwingine kuonyesha sifa za ukavu na isiyo na subira). Matokeo yalikubaliana na ya De Klerk (1997) kuwa mtindo wa kuzungumza miongoni mwa wanaume na wanawake unaendelea kukaribiana huku wanawake wakionekana kuiga mitindo ya kiume ya kuzungumza.

4.3.2 Ukabila na Muundo

Katika mahusiano kati ya jamii mbili, muundo wa mazungumzo unaweza kufafana au ukatofautiana kutegemea athari za kimaingiliano (Liddicoat, 2007). Katika mazungumzo ya miraa, Wasomali na Wameru walionyesha kuwa na mtindo uliofanana. Wote walitumia sentensi za kuamrisha walipotaka kupata huduma.

Mfano 22,

13. sm_N8a: leta shamba ya maana ...shamba ya maana leta..
14. _____: leta...leta miraa wariah lete miraa
15. sm_Z2a: miraa mimi siuzi..
16. Mm_Z1a: ((Maongezi ya kando))(nukwona kinya xxxx atikwenda umwenderia... gutiri ukwenda umwona.kuru ii guti muntu uticie waa bwake. Ontu igoro naracokerie miraa ugoro na akugite ekirwe. (Unaona hata xxxx hataki kumuuzia? Kila mtu hataki kumuuzia kwa sababu ya ujinga wake. Huyu ni mbwa huyu, hakuna mtu anataka kumwona. Kama jana alirejesha miraa masaa ya usiku na alikuwa amesema awekewe)
17. mm_Z1a: [wee nini wewe miraa gani wewe]
18. sm_N7a: [giza]giza mzuri kilo moja lete..
19. mm_Z1a: si umerudisha?
20. Sm_N7a: leta kilo mzuri. Tafadhali.
21. _____: Iko Kazi mingi...wewe iko na mchezo eeh
- mm_Z1a: [wee shika
22. mm_Z1a :Wariah hakuna miraa

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 111)

Katika kauli 17, 18 na 24 wanunuzi waliomba kupewa huduma kwa kusema 'leta'. Muuzaji sm_Z2a ijapokuwa ni wa jamii yake (Kisomali), naye alimwambia hauzi katika kauli 19. Jibu hilo ndilo lililomsukuma mm_Z1a kubadilisha msimbo ili kumtenga sm_N8a katika mazungumzo. Mm_Z1a alisema katika kauli 20 kuwa hata hakutaka kumuuzia sm_Z2a kwa sababu ya ujinga wa sm_N8a.

Kutokana na mazungumzo haya, kutumia lugha ya mama ambayo sm_N8a hakuielewa, kungeonekana kama ni ubaguzi lakini ni mkakati mojawapo wa unyenyekevu alioutumia mm_Z1a ili kumwepushia soni sm_N8a. Kwa sababu sm_N8a hangependa kusikia akisemwa kuwa “ana ujinga na kuwa Mm_Z1a hakuna anapenda kumwona huyo mbwa...”

Katika mazungumzo mengine, ilionekana kuwa muuzaji Mmeru aliwahurumia wanunuzi walioshindwa kununua au hawakuwa na hela ya kutosha. Katika mfano 23, wasomali wawili walifika kununua miraa, mmoja wao alikuwa na mia tano na mwenzake alikuwa na mia tatu, wao walihitaji kuuziwa ‘*quater*’ ya miraa. Baada ya kuuziwa, mmoja wao aliamua kuchukua kiwango kikubwa kuliko mwenzake jambo lilimsukuma muuzaji (Mmeru) kumhurumia na kumuuzia *shurba* moja iliyokuwa akiiomba.

Mfano 23,

1. Mm_Z6b: [Aii ..nyinyi mmezidi..
2. Sm_N8b: [nani? sisi?
3. Mm_Z5b: [eeh nyinyi
4. Sm_N8b: [sisi hapana zidi.
5. Mm_Z5b: [Miraa bei imeshuka halafu aii]
6. Sm_N8b : [Ni huyu tu.. Sio mimi mzee..]
7. Sm_N9b : eti unasema nini wewe, Eti mimi sina pesa.
8. :Kwani ni ajabu kuwa hakuna pesa?]
9. Sm_N8b: [Sina pesa..mwambie tu
10. Sm_N9b: [nini wewe unaongea nini wewe.. shoga wewe
11. Sm_N9b: [Shurba kubwa basi uzia ... tafadhali
12. Mm_Z5b : [Sasa unaongea nini tena Kuso na wewe
13. Sm_N9b: shurba kubwa nataka mimi..
tafadhali
14. Mm_Z5b: munenkere kubwa (Mpe hyo kubwa basi)
:Lete ((akichukua pesa)
15. Sm_N9b: Nataka hiyo uko nayo wewe.((akipewa kisha anakagua kagua))leta ile umenipatia kwanza.: Hakuna kitu unaongeza?
16. Mm_Z5b :Bwana tuheshimiane Kuso na wewe bwana
(ananyamaza na kuondoka)
17. Mm_Z6b: *Huyu ena thina imbii huju..kwi ntuku ancumburire mwaka ndatura ndamutia ni (huyu ana tamaa sana). Kuna siku alinisumbua hadi nikatoka mimi nikamwacha)*

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo b Uk. 114)

Kutokana na mfano huu, wauzaji waliwahurumia wateja wao wakati mwingine. Mnunuzi Sm_N9b aliuliza katika kauli 16 “Na mimi sina pesa ingine...:Sasa nifanye nini... Nianze kushikashika watu wanapita kwa barabara?” Hali hiyo ndiyo iliyomsukuma Mm_Z5b amwite Sm_N8b angalau arudi ampe mwenzake Sm_N9b miraa *shurba* moja. “((akimwita Sm_N8b kwa sauti)). Wewe patia kuso moja wewe...:Wewe... mpatie moja..”Pia urafiki ulichangia katika kuadhiri muundo wa mazungumzo baina ya muuzaji na mnunuzi. Ilibainika kuwa iwapo wazungumzaji walikuwa wamenunua na kuuziwa na mtu mmoja kwa kipindi kirefu cha wakati, basi mazungumzo yao yalikuwa na ukaribu. Kwa mfano, mazungumzo yafuatayo yalikuwa baina ya Mm_Z7c na Sm_N10c ambaye baada ya kununua miraa, hata alianza kujifungia kifurushi chake ndipo Mm_Z7c akaanza kumfundisha kuifunga.

Mfano 24,

14. Mm_Z7c: unataka karatasi ngapi leo
15. Sm_N10c: Hapana leo mimi sitaki nyingi. Mimi nataka karatasi moja tu.
16. Mm_Z7c: akiichukua miraa kutoka kwa sml1 na kuanza kuipanga ili amfungie
17. Sm_N10c: nimeishika vizuri eeh. Nimejaribu,
18. Mm_Z7c: na vile umeishika kama mtu anafunga mandazi au nini.Miraa unashika vizuri, sio kufunga ikilegealegea
19. Sm_N10c: ooh miraa unashikanisha hivi kwanza eeh halafu unaweka eeh
20. Mm_Z7c: Hata mgomba ukiishika wewe si itaisha yote?
21. Sm_N10c: okey :Unashika vizuri eeh. Kumbe miraa haitaki pole pole.

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo b Uk. 115)

Katika **mfano 24**, Mm_Z1j alikiri kuwa SM_N1j ni rafiki yake. Hata kama ulikuwa ujanja wa SM_N1j kutaka kujua SM_N1j alipotoa miraa mizuri kiasi kile wapi, inadhihirika kuwa walikuwa na uhusiano wa kiurafiki.

Mfano 25,

1. : ((anafika dukani huku ameshikilia miraa aliyonunua mahali kwingine. Mm_Z1j anamwomba ili aiangalie.))
2. SM_N1j: si wewe ni rafiki yangu?
3. SM_N1j:ee
4. Mm_Z1j: si ndio?
5. SM_N1j: Ee
6. Mm_Z1j: na hii umetoa wapi?
7. SM_N1j:acha stori nyingi wewe
8. Mm_Z1j : Huyu wewe ametoa upande gani?
9. SM_N1j: nimwekwambia acha stori nyingi
10. Mm_Z1j: nakuuliza umetoa 8th ama 12th?

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo j Uk. 121)

Hali kama hii inaonyesha kuwa baada ya kutangamana kwa kipindi kirefu cha wakati, mahusiano baina ya watu kutoka kabila hizi mbili (Wameru na Wasomali) uliimarika na kukatokea ukaribu. Haya yalithibitishwa na maoni ya baadhi ya wanavikundi katika vikundi viini.

22. MTF: Je mnaweza mkasemaje kuhusu uhusiano wa Wameru na Wasomali? Je ni miraa pekee inawaunganisha?
23. SM001A: Iko vitu mingi sana... kila kitu! Kila kitu!
24. MTF: Miraa ikijaondolewa siku moja, uhusiano wenu utaendelea ama utakatika?
25. JIBU LA WENGI: Aaaaa sioni..
26. MM001A: Itakuwa lakini itakuwa *hostile*
27. SM001A: Iko, uhusiano iko
28. MM003A: Wengine ni watu wazuri sana. Kuna urafiki sio miraa pekee...
29. SM003A: Lakini ikiwa *the factor* ni miraa inawaunganisha *in one way or the other*
30. MTF: Miraa ikijaondolewa?
31. SM002A: **Inawafanya kwanza waunganike kuwa kitu kimoja na wakaanishe pamoja**
32. MM001A: Bila miraa mimi sioni kutakuwa na uhusiano na msomali wowote. Miraa ndio *catalyst*. Kwanza huku Eastleigh
33. MM004A: **Uhusiano wa mmeru na msomali huenda ukaendelea hata kama miraa haiko, lakini kitu kubwa ni juu ya miraa**

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini A Uk. 130)

Washiriki wa kikundi kiini walihisi kuwa shida zinazoikabili miraa kama vile kutangazwa kuwa ni mihadarati na kuharamishwa katika nchi mbali mbali, kuliwaathiri watu wa jamii zote mbili.

Hata hivyo, walisema kuwa, “hata miraa ipigwe marufuku vipi, na bora kuna Wasomali wako na meno, basi miraa itatafunwa milele.” Kauli hii ni ishara tosha kuwa miraa na biashara zote zinazoizunguka miraa zitaendelea kuwepo siku za usoni.

Katika biashara ya miraa, hata palipokuwa na Mmeru na Msomali dukani, Wasomali waliokuja kununua walionelea ni heri wauziwe na Wameru kwani ndio walifahamu miraa bora. Wakati tu ambao Msomali alikubali kuuziwa na msomali mwenzake, ni

pale ambapo alifahamu Kisomali tu na ikamwezesha kuzungumza lugha hiyo na msomali muuzaji ili apate huduma. Iwapo hakufahamu Kiswahili au Kiingereza azungumze na muuzaji wa jamii ya Ameru, basi alionelea auziwe na Msomali mwenzake. Kwa upande mwingine, wameru waliamua kuuziwa na wameru wenzao tu kwani wanaamini kuwa msomali hafahamu chochote kuhusu miraa.

1. MTF: Niligundua kuwa kama ni dukani, na kuna wauzaji wawili (msomali na mmeru) msomali hupendelea kuuziwa na msomali, je ni kweli?
2. JIBU LA WENGI: aaai hakuna
3. SM003B: Sio wengi. Na sio lazima
4. MM001B: hata pale unapata msomali anauza, saa ingine si eti ni juu ni msomali mwenzake, **wengine ni juu ya lugha ni kwa sababu wengine hawaongei kiswahili ama kizungu so wanaamua wauziwe na msomali ili waongee kisomali**
5. SM002B: Ee wengi wao wanajua kisomali pekee wengi wao. Hawaelewi lugha zingine. Kuna wale wametoka Somalia, wameingia Kenya kama hawajakaakaa kenya wajue Kiswahili, na wanajua kisomali pekee na ndio lugha wanaweza wakaongea na kuelewa, hapo ndio utapata msomali mwenzako kwa duka uamue ndiye anakuuzia
6. MM001B: **Maana msomali mwenyewe anaamini kuwa ni mmeru tu ndiye anajua miraa mizuri ya kumuuzia kuliko msomali**

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini B Uk. 148)

4.3.2.1 Muhtasari kuhusu Utofauti katika Muundo

Katika utafiti huu, utofauti wa muundo baina ya jamii mbili zilizotafitiwa katika mahusiano ya kibiashara ulidhihirika. Iligunduliwa kuwa wanaume ndio wamezama na kubobea katika biashara hiyo (kwa kununua na kuuza), ikilinganishwa na wanawake. Wanaume ndio walio na uwezo wa kifedha na ndiposa walikuwa wateja wa siku nyingi.

1. SM002B: Sisi dini yetu ya kiislamu vile inasema ni mwanamke na mwanamme si *equal*. Hatuko sawa. Hatutoshani. Mwanamke ni 50 na mwanamume ni 100. Yaani hata tuseme wakoseane mwanamke akujiwe, watu wa hiyo familia yake watalipwa si *same*, kama ni *dame* watapewa 50, na kama ni *chali* 100.
2. MTF: Sasa tunaweza kusema kuwa ni dini inaleta tofauti hiyo?

3. SM001B: Ee dini ya kiislamu ni hivyo, mwanume ni *first level*. Na mwanamke anakuja nyuma.
4. MM002B: Lakini pia wanaume hawatambuangi *customer* wanawake sana. Kwa upande wa kununua ni mwanamume ako na *buying power* kuliko mwanamke.
5. MM001B: Pia mwanamume akiamua kununua atakuja hata kesho, lakini mwanamke atakuja mara moja kwa wiki au hata asikuje.
6. SM001B: Na hata akiolewa na chali saa ingine anaambiwa aachane na miraa na anawacha miraa.
7. Jibu la wengi: ee Inakuwanga hivyo saa
8. MM004B: Sasa utapata kuwa, *customer* wanaume ndio wanatambuliwa sana
9. MTF: Wanaume wanatambuliwa kwa sababu ya *consistency*?
10. MM003B: Ee *either* kwa kuuza na kununua sasa

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini B Uk. 148)

Wanawake wa jamii ya Kisomali ndio waliouza miraa kwa wingi ikilinganishwa na wanawake wa Ameru.

SM002A: Wasichana wa Meru hawajawahi kuwa washiriki wa miraa, maybe wapike chai ya kutafunia. Hakuna mtu ashawahi kuelewa ni kwa nini ...wao hupika tu chai ili wapate pesa. Tena hii biashara haitaki uchukulie kila kitu mtu anasema ni ukweli. **Juu wanawake huwa wanasumbuliwa na *opinion* za mdomo na ukae juu jamaa atakuja akutukane akutukane na ukose kukasirika. Wanawake hukasirika ovyo so hawawezani na kuuza miraa kama wanaume.**

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini B Uk. 134)

Pengine wanawake wa Kisomali wanaiweza biashara hii kuliko wanaume wenza. Haya yanatokana na uvumilivu wao kazini.

34. MTF: Sijaona wanaume wa Kisomali wakiuza miraa kwa wingi.
35. SM002A: Huwa wanauza *Alele* lakini si wengi. Hata ukienda Somali 95% ni wanawake ndo wanauza. Wanawake ndio huuza sana. Utawapata wanawake wengi kuliko wanaume. *Business* ya miraa haiwezi kutembezwa na wanaume. Wanawake ndio huweza kuuza sana. Nimeenda hata

Somali pale miraa inatumwa na inauzwa. Wamama ndo wanauza huwezi ukapata wanaume kwa sababu wanaume watatafuna yote na hawatauza hata! Wamama wako na discipline.

36. MM001A: Hakuna mtu huwaambia wasiuze, wanaume,
37. MTF: Wanawake wakija kununua na kuuza huwa *wamerelax* tu ikilinganishwa na wanaume
38. MM003A: *Mostly* wanawake wa Alele hawakujangi kununua *first time*, kuna mama anapiga simu anawekewa anakuja kuchukua tu. Hakuna kuongea. Si kama wanaume. Halafu bei ni *fixed* si kama hii ya kuja kuongea (*kunegotiate*) kama ni 1000 ni 1000. Yaani ingine unaweza *kunegotiate*. Ni tofauti.
39. MTF: lakini wanaume nimeona wanauza mingi na wanauzia ndani ya nyumba na wanawake wanauzia nje. Kuna tofauti?
40. MM001A: Ni kama kuuza nguo ya karatasi na ya mtumba kwa *open market*. *Quality* si moja. Inamaanisha kama *unaafford* kulipa space ya kuuzia wewe uko na kitu ya maana.
41. SM002A: Yaani duka na yule wa nje, wa nje anatafuta watu wa kugonga na miraa mbaya.

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini B Uk. 133)

Hata kama wanawake waliuza miraa kwa wingi, waliuza miraa iliyo ya kiwango cha chini. Fauka ya hayo, wao waliuzia kandokando mwa barabara ambapo waliweka meza na kwa msaada wa kivuli cha mwavuli. Hii ilikuwa ni ishara kuwa hawakuwa na uwezo wa kifedha kama walivyokuwa wanaume ambao walikokodi nyumba (duka) la kuuzia.

Kwa hivyo, muundo wa mazungumzo wa Wameru iwapo aliyeuza ni Mmeru ulikuwa huu, alifika dukani na kuomba miraa kwa lugha ya Kimeru na kwa sababu hiyo alipata bidhaa nzuri. Iwapo aliyekuwa dukani ni mwanamume wa Kisomali, basi alihudumiwa naye kwa lugha ya Kiswahili. Kwa upande mwingine, Msomali alipofika dukani na kupata wauzaji wawili- Mmeru na Msomali, (iwapo alifahamu lugha ya Kiswahili, basi aliuziwa na Mmeru kwa sababu aliamini kuwa Mmeru ndiye alifahamu miraa iliyo bora kuliko Msomali) na iwapo hakufahamu Kiswahili alizungumza Kisomali na Msomali

mwenzake ili ampe huduma. Lugha kwa hivyo, ilikuwa ni chombo muhimu katika kuamua muundo wa mazungumzo ya washiriki.

4.3.2.2 Muhtasari Kuhusu Mfanano wa Muundo

Jamii mbili zilizochunguzwa katika mazungumzo ya kibiashara, hujulikana na kutambulikana hapa nchini kama jamii za watu ambao wana ari kazini na wasio na subira nyingi. Ndiposa kukatokea kukatana kauli kwa kiwango kikubwa katika mazungumzo baina ya muuzaji na mnunuzi. Lakini ukataji kalima huo, haukuzuia kufanikiwa kwa mauzo na kila muuzaji na mnunuzi kuondoka dukani kama hajaridhika.

Kulingana na matokeo ya utafiti, ilibainika kuwa mazungumzo katika biashara ya miraa huchukua mipangilio mbalimbali ya ubadilishaji zamu. Mipangilio hiyo ilibadilika kutegemea wanunuzi waliofika dukani kwa wakati mmoja. Iwapo wanunuzi waliofika dukani ni wengi (kama sita), na walihitaji msaada wa muuzaji mmoja au wawili, basi palikuwa na ukatanaji kalima mwingi na zamu za mnunuzi mmoja zilibaki zimesubirishwa hadi pale ambapo mnunuzi mwingine alihudumiwa kwanza, kisha zamu yake kurejelewa. Si kwamba yule aliyeita kwa sauti ya juu ndiye aliyehudumiwa, bali wote walihudumiwa kutegemea mpangilio wao wa kufika pale dukani. Hatimaye, wanunuzi wote walishughulikiwa. Mpangilio huo wa zamu ulionekana kuwa changamano mno, na ulitokana na udharura wa kuuza na kununua katika biashara ya miraa kutokana na hali ya kuharibika haraka kwa bidhaa hiyo (Carrier, 2005). Ingawa kusubirishwa kwa zamu kungeonekana kama sababu ya kuonyesha ujeuri kwa wanunuzi, washiriki walielewa kwamba wasingeweza kuhudumiwa wote kwa wakati mmoja na hivyo basi walikubali kusubiri bila kuudhika. Mpangilio wa moja kwa moja wa zamu pia ulidhihirika pale ambapo muuzaji hakuwa na wanunuzi wengi hivyo akawa na nafasi ya kuwasiliana na mteja wake kwa utaratibu.

Pili, biashara ya miraa mtaani Eastleigh ni biashara ambayo hufanyika kwa wakati maalumu. Limekuwa jambo la kimazoea kwa wauzaji na wanunuzi wa vizazi hadi vizazi kuwa miraa huwasili mtaani Eastleigh katika mida ya saa nane hadi saa tisa (kutegemea upatikanaji wake kule Meru au kutegemea ukasi wa gari lililotumika kama nyenzo ya usafirishaji). Katika ile mida ya saa tisa-saa kumi, biashara huwa imenoga na wanunuzi hutaka kufika madukani mapema ili wapate bidhaa iliyo safi (kwani miraa ni mmea unaokauka na kuharibika haraka hivyo kupoteza ladha yake kwa watafunaji). Udharura huu wa kufanya mambo ndio huchangia pakubwa katika matumizi ya lugha

legevu na hivyo kuifanya rejesta hii kuwa na upekee. Maadamu ni jambo ambalo limefanyika kwa miaka mingi, watu wanaojipata katika pilka pilka za biashara hiyo ‘hawajali’ namna wanavyozingatia lugha na kukatana au kutozingatia muundo wa ubadilishanaji zamu ulio na taratibu. Matokeo haya yanakubaliana na matokeo ya Miriti (2012) ambaye alieleza kuwa washiriki wa jamii hizi mbili wamekubaliana na wameshirikiana katika kufanikisha biashara baina yao kwa kutumia lugha kwa njia iliyo maalumu katika muktadha wa biashara hii.

4.4 Mikakati ya Unyenyekevu

Sehemu hii inashughulikia lengo la tatu la utafiti huu, ambalo lilikuwa ni kupambanua mikakati ya unyenyekevu iliyotumiwa na wauzaji na washiriki wa kabila na jinsia tafitiwa katika mazungumzo ya biashara ya miraa. Katika utafiti huu, mazungumzo baina ya wauzaji 10 na wanunuzi 10 waliokuwa wakitangamana moja kwa moja katika kujadiliana bei ya miraa walichunguzwa ili kutambua mikakati ya unyenyekevu iliyotumiwa ili kufanikisha mauzo.

Baada ya kutambua mikakati ya unyenyekevu kutokana na mazungumzo, mtafiti aliwasaili wanakikundi 28 waliogawika katika vikundi vitatu. Mijadala hiyo ndiyo iliyotoa thibitisho au ufafanuzi wa baadhi ya dhana ambazo mtafiti alikuwa amebainisha katika utazamaji wa shughuli ya kuuza na kununua. Mtafiti aliigawa na kuainisha mikakati ya unyenyekevu katika kategoria zifuatazo za wauzaji na wanunuzi ili kuonyesha umaratokezi wa kila mkakati:

Mikakati	Mnunuzi		Muuzaji	
	Umaratokezi	%	Umaratokezi	%
Maamkuzi	10	10.5	8	5.8
Maneno ya heshima ya kutaja k.m, engineer, brother	12	12.6	25	18.2
Mzaha au utani	3	3.2	7	5.1
Vichekesho	5	5.2	5	3.6
Maombi	10	10.5	5	3.6
Kushukuru	6	6.5	10	7.2
Ubadilishaji msimbo	11	11.5	20	14.5
Makaribisho	3	3.2	13	9.4
Matumizi ya misamiati ya kibiashara	6	6.5	16	11.6
Upungukaji wa unyenyekevu	15	15.6	15	10.9
Matusi	5	5.2	6	4.3
Maagano	9	9.5	8	5.8
Jumla	96	100%	138	100%

Jedwali 4: Mikakati ya Unyenyekevu katika Mazungumzo kutokana na deta iliyotunukuliwa na mtafiti

Kutokana na jedwali 1, mikakati iliyotumika kwa asilimia kubwa zaidi 18.2% kwa upande wa wauzaji ni matumizi ya maneno ya heshima ya kutaja. Mkakati huo ulifuatwa na matumizi ya ubadilishaji msimbo uliochukua asilimia 14.5%. Mkakati uliokuwa wa tatu ni wa matumizi ya misamiati ya biashara na ukawa na asilimia 11.6%. Mkakati wa nne kwa wingi wa matumizi ni wa upungukaji wa unyenyekevu uliozoa asilimia 10.9%. Mkakati wa tano, ulikuwa wa makaribisho na ulikuwa na asilimia 9.4%. Kushukuru kukawa ndio mkakati wa sita kiutumikaji na kukachukua asilimia 7.2%. Mkakati wa saba ukawa ni wa maamkuzi na maagano uliowakilishwa kwa asilimia 5.8%. Mzaha na utani ukachukua asilimia 5.1% huku matusi yakizoa asilimia 4.3%. Mikakati iliyotumika kwa uchache zaidi ni ya maombi na vichekesho kwa asilimia 3.6 % mtawalia.

Kwa upande wa pili, wanunuzi walizingatia mikakati ya unyenyekevu iliyotumiwa na wanunuzi ni kama ifuatavyo. Mkakati uliotumika zaidi ni wa upungukaji wa

unyenyekevu uliochukua asilimia 15.6%, kisha matumizi ya msamiati wa kutaja wa heshima-asilimia 126%, kisha ubadilishaji wa msimbo 11.5%, halafu maamkizi yakazoa 10.5%, maagano yalichukua asilimia 9.5%, matumizi ya msamiati wa biashara pamoja na kushukuru yalikuwa na asilimia sawa ya 6.5%. Matusi na vichekesho vilikuwa na asilimia 5.2% kila mojawapo. Mikakati iliyokuwa na asilimia ya chini zaidi kimatumizi ni pamoja na mzaha na makaribisho ambayo yalichukua asilimia 3.2% pekee. Mtafiti alifafanua mikakati iliyoorodheshwa katika *jedwali 1* kwa kina katika vijisehemu vifuatavyo:

4.4.1 Maamkuzi

Msamiati uliotumika katika maamkuzi	
Wauzaji	Wanunuzi
Sema brother	Niaje, Vipi
Aye, sema	Aye, daddy
Sema boss	Vipi boss
Sema engineer	Itakuwaje, Sema

Jedwali 5: Msambao wa misamiati iliyotumika katika maamkuzi

Kutokana na kielelezo 1, wauzaji na wanunuzi walitumia maneno tofauti kuamkua wenzao kabla ya kupokea huduma.

Kwa **mfano 26**,

1. Sm_Z12e :aa sema wariah..
2. Sm_N14e: Nataka miraa mzuri kabisa..
3. : Lete miraa mirefu

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo e Uk. 117)

Katika **mfano 26**, Sm_Z12e ndiye alimwamkua Sm_N14e kwa kumwambia, “sema wariah..” Maamkuzi kulingana na Wei (2010), humfanya mteja ahisi huru na kuwa mhudumu alikuwa tayari kumpa huduma. Katika **mfano 26** aliona ni vyema amuamkue mteja wake kwani angeanza tu kumuuliza alitaka nini angeonekana ni kana kwamba uwepo wa mteja ulimuudhi. Kwa hivyo angeonekana mjeuri jambo ambalo hangependelea kufasiriwa vile kwa sababu alihitaji yule mnunuzi arejee tena na tena pale dukani kwake kupata huduma zake. Brown na Levinson (1987), walieleza kuwa kumwamkua mteja kwa mfano, ni dhihirisho la unyenyekevu chanya, kwani muuzaji aligundua uwepo wa mnunuzi na kuwa alikuwa tayari kumkidhia mahitaji yake. Katika muktadha huu, Sm_Z12e kwa mfano aligundua uwepo wa binadamu mwenzake Sm_N14e,

ambaye kufika kwake dukani kulikuwa ni ishara ya kutaka kununua miraa. Kwa hivyo, SM_Z12e alijituma kumtimizia haja yake ya kumpa huduma na ndiposa akamwamkua katika kauli 1.

4.4.2 Maneno ya Heshima ya Kutaja

Brown na Levinson (k.h.j.) walibainisha kuwa, kutumia maneno ya mtajo ya heshima mazungumzoni ni mkakati wa unyenyevu na hulenga kuepushiana tahayuri baina ya wazungumzaji. Maneno ya heshima ya kutaja yanapotumika, huwa ni tendo la kimakusudi kwa anayetumia, kwani hudinda kuonekana kushinikiza maswala yake kwa mzungumzi mwenza. Matumizi ya maneno ya heshima ya kutaja ndio mkakati uliotumika kwa asilimia kubwa zaidi na wauzaji na wanunuzi waliotumia 18.2% na 12.6% mtawalia. Kwa upande wa wauzaji kwa mfano,

Mfano 27;

1. MM_Z9e: Baba tafadhali tuheshimiane [ndugu yangu]
2. SM_N14e: [Sorry sorry]
3. MM_Z9e: Heshima ni kitu mzuri. Baba tafadhali, tafadhali, tafadhali nakuomba. Nakuambia heshima ni mzuri,
4. SM_N14e: eh ni mzuri
5. MM_Z9e: basi enda baba tafadhali. Enda ndugu yangu.

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo e Uk. 118)

Muuzaji MM_Z9e alijaribu kumwomba kwa heshima SM_N14e aondoke baada ya kushindwa kuelewana bei ya miraa. Alitumia maneno *tafadhali, ndugu yangu, tuheshimiane* akimsihi mnunuzi aondoke pale biasharani. Alimkumbusha pia, katika kauli ya 3 kuwa heshima lilikuwa ni jambo zuri kwa hivyo akubali tu na kuondoka pale dukani mwake kauli 5. Asilimia 18.2% ilidhihirisha kuwa heshima katika kuwataja wanunuzi ilikuwa muhimu zaidi katika udumishaji wa wateja. Kwa upande wake, SM_N14e alimwambia *sorry*, kuonyesha kuwa alikuwa amegundua makosa yake na kwa hivyo aliomba msamaha. Brown na Levinson (1987), walieleza kuwa kuomba msamaha ni tendo la unyenyekevu kwani mzungumzaji hugundua athari ya semi zake na kuomba msamaha kwa mpokezi wa usemi.

Katika **mfano 27** basi washiriki wa uzungumzi waligundua kuwa walikosa na ndipo walitumia maneno ya kuomba msamaha ili kuepushiana tahayuri na kuonekana kujali mahitaji ya wenzao. Kuhusu matumizi ya maneno ya heshima ya mtajo, Njambi (2015) aligundua kuwa wauzaji wa nguo mjini Thika walitumia mkakati wa kutaja kwa heshima kwa maneno kama vile: *ny'ina wa Njoki (mother to Njoki) au mai ndia (my*

dear) au *my sister* ili kuwaonyesha heshima wateja wake. Matokeo ya utafiti huu yanakubaliana na yale ya awali ya Njambi (2015), kwani mtafiti pia aliwapata wateja waliofanyiwa uchunguzi wakitumia misamiati kama vile *baba*, *mzee*, *ndugu yangu* n.k.

Katika **mfano 28**, Mm_Z5b alimrejelea mteja wake kama *baba* naye Sm_N8b akamwita *mzee*. Kutaja hivi, kulikuwa na lengo la kuwafanya wanunuzi wahisi kuwa wameenziwa kwani maneno waliyotumia kutaja yalibeba maana ya upendo na heshima kipragmatiki.

Mfano 28,

1. Mm_Z5b: miraa ya mia nane huwezi pata **baba**
2. Sm_N9b na Sm_N8b: ((wanabadilisha msimbo na kuzungumza kwa Kisomali))
3. Sm_N8b: **mzee**, niwekee yangu basi..
:nipatie hiyo yangu basi..
i. .. :sawa?
4. Mm_Z6b: Sasa mtagawana shurba moja basi muende

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo b Uk. 113)

Katika **mfano 29**, Mm_Z3a alimrejelea mnunuzi wa kike F_SN1a kama *mum*. Tamko hilo la Mm_Z3a lilikuwa la kimakusudi ili amwonyeshe F_SN1a kuwa naye pia alikuwa na dhamani kama wale wanunuzi wengine wa kiume. Kauli yake Mm_Z3a pia ilitokana na hali ya kwamba F_SN1a alihisi kuwa amesahaulika na alikuwa ameanza kukasirika. Katika kauli 21 na 22, F_SN1a anaonekana kujawa na hamaki.

Mfano 29,

18. **Sema boss..**
19. Sm_N1a: (baada ya kusubiri hela yake kwa kipindi kirefu)... Mambo gani hii...
20. Mm_Z1a: kwani wee[wee..
21. F_SN1a: [wewe shi]da gani (kwa hasira) eeh...

22. :Kwani iko shida gani...((akisema kwa kutoridhika))

23. :niuzie miraa mzuri((akizungumza kwa sauti ya chini.))
24. Mm_Z3a: **ngoja niwashe taa mum**
25. F_SN1a: Niuzie miraa wewe
26. Mm_Z1a: [Unataka nini wewe..
: ((ka unenkere shoka ii yite bwana))..**shika umpe shoga huyu aende bwana..**
27. Mm_Z3a: aa hapana ombaa..
28. F_SN1a: Pande gani.. niuzie miraa wewe!
29. F_SN1a: **sitaki hiyo, nataka rangi ya hii**

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 111)

Katika kauli 65, F_{SN1a} anasema rangi ya miraa ambayo anaitaka yeye. Hili linaashiria kuwa pana mahitaji ambayo F_{SN1a} anayo, na anajua kuwa M_{Mz3a} anao uwezo wa kuyatimiza. Kwa hivyo F_{SN1a} anazingatia mkakati wa unyenyekevu wa kusema waziwazi-kutaja anachokitaka, “sitaki hiyo, nataka rangi ya hii.” Hali hiyo inamshinikiza M_{Mz3a} atende kwa namna F_{SN1a} anavyotaka (kwa kusudi la kuwa mnyenyekevu) kwa sababu kama muuzaji, yuko pale kwa ajili ya kutimizia wanunuzi wake haja zao.

4.4.3 Mzaha au Utani na Vichekesho

Mzaha na vichekesho katika muktadha wa biashara hii ulichukuliwa kuwa hali ambapo washiriki wa mazungumzo walitoa semi ambazo zilikusudiwa kudhihaki. Kutokana na jedwali la umaratokezi, mkakati huu ulikuwa mojawapo ya ile ilichukua asilimia kidogo sana. Kwa mfano, upande wa wanunuzi, mkakati huu ulizoa asilimia 3.2% pekee, ilhali wauzaji waliutumia kwa asilimia 5.1%. Vichekesho pia, vilichukua asilimia ndogo zaidi ambapo wanunuzi walitumia 5.2% na wauzaji 3.6%. Lengo kuu la wazungumzaji kutumia masihara katika biashara huwa ni kuzua ukaribu au kuvunja urasmi ambao mara nyingi huwepo baina yao (Grundy , 2000). Katika mazingira ya biashara ya miraa, mifano kama hii ilidhihirika;

Mfano 30,

1. SM_{N1g} : 1500 mimi iko nayo
2. MM_{Z1g} : Aaa huwezi sema hivyo *my brother*. 1500 kidogo sana
3. : ((baada ya kuzungumza na wauzaji wengine kwa dakika moja)): Wariah umeamua aje
4. : ((Kwa sauti ya chini))Elfu mbili leta na usiseme nimekuuzia hiyo bei
5. SM_{N1g} : xxxxxx ni hivyo? Ni xxxxxxxx?
6. MM_{Z1g} : **Wee hapana nani anaitwa xxxxxx hiyo pesa imeenda kwa kikuyu wewe bwana**
7. SM_{N1g} : itarudi tu. Sawa lakini?

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo g Uk. 121)

Katika mfano 30, baada ya SM_{N1g} na MM_{Z1g} kukubaliana bei ya miraa, SM_{N1g} aliamua kumtumia pesa kwenye rununu. Hapo ndipo MM_{Z1g} alimdhiki SM_{N1g} kuwa jina alilotamka SM_{N1g} si lake, bali ni la Kikuyu (kauli 6). MM_{Z1g} alikusudia kudhihaki kwa kusema kuwa jina lililosemwa na SM_{N1g} kuwa limepokea pesa si lake. Hata hivyo,

SM_N1g hakuonekana kutishika kwani alisema kuwa hata kama hiyo pesa ilienda kwa Kikuyu, bado ingerudi (kauli 7). Kutopatwa na wasiwasi kwake SM_N1g, kuliashiria kuwa alitambua utani wa MM_Z1g.

Katika **mfano 31**, Sm_N10c alipokabidhiwa miraa na Mm_Z7c ajifungie, ndipo alipoeleza kuwa yeye hangeweza kufunga labda Mm_Z7c amsaidie. Tunamwona Mm_Z7c akimfundisha kufunga miraa kwa kumpa maelezo bayana katika kauli 7.

Mfano 31;

1. Mm_Z7c: shika. ((Akimkabidhi sm11 ajifungie kifurushi chake cha miraa mwenyewe))
2. Sm_N10c: Hapana. Wewe ndio utajua utafunga vipi. Mimi sijui.
3. Mm_Z7c: wewe ndio utazoea kujifungia sasa
4. Sm_N10c: eeh.Mimi nitazoea kuzishikashika.nitazoea.Next time mimi nitajifungia mwenyewe. Hakuna haja nikusumbue mimi daddy.. nitazoea tu.
5. Mm_Z7c: akiichukua miraa kutoka kwa sm11 na kuanza kuipanga ili amfungie
6. Sm_N10c: nimeishika vizuri eeh. Nimejaribu,
7. Mm_Z7c: na vile umeishika kama mtu anafunga mandazi au nini.Miraa unashika vizuri, sio kufunga ikilegealegea
8. Sm_N10c: oooh miraa unashikanisha hivi kwanza eeh halafu unaweka eeh
9. Mm_Z7c: Hata mgomba ukiishika wewe si itaisha yote?
10. Sm_N10c: okey
11. :Unashika vizuri eeh. Kumbe miraa haitaki pole pole.
12. Mm_Z7c: lakini inataka kutolewa polepole
13. Sm_N10c: Kuna siku nilikuwa na miraa kwa mfuko nikidhani miraa iko kumbe ni maganda iko tu... iliisha kitambo (akisimulia kichekesho)
 - a. ((kisha anaondoka))

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo c Uk. 115)

Katika kauli 7, Mm_Z7c alimweleza kuwa Sm_N10c alikuwa amefunga miraa kama ‘mandazi’ kwa sababu ilikuwa imefungwa huku imelegea. Sm_N10c aligundua utani huo, kisha akacheka. Kicheko hicho ndicho kilisababisha Sm_N10c asimulie kisa (kauli 13) ambacho kilimchekesha Sm_N10c.

Kutokana na takwimu katika jedwali 3, mikakati ya utani na vichekesho ilitumika kwa uchache zaidi. Hali hiyo ilisababishwa na uuzaji na ununuzi wa miraa ulifanyika katika kipindi kifupi cha wakati baina ya mteja mmoja na mwingine, na kwa hivyo hamna muda mwingi wa kufanya utani au mzaha kati ya muuzaji na mnunuzi. Jambo

lilosababishwa na uharibikaji wa haraka wa bidhaa hiyo (miraa) Carrier (2015). Kwa hivyo, wateja walinunua mapema ili waanze 'starehe' zao za utafunaji mapema. Matokeo hayo ni sawia na yaliyodhihirishwa na wauzaji, ambao walitumia asilimia 3.6 pekee ya vichekesho. Ilibainika katika mijadala kuwa, hapana nafasi ya kutaniana kwa sababu hapana muda wa kufanya hivyo.

MM001B: Ee hiyo iko. Unajua unaweza sema hivyo, kwa maana unaweza kuja ile *peek hours*. Sasa wewe umekuja kupeana *story* nyingi badala ya kusema ile miraa unataka upewe. Na sasa ukianza kupeana *story* nyingi utasikia ukiambiwa "ni nini unataka, sema ile unataka ama uende." Kwa sababu umekuja wakati ambayo biashara imeshika sana, na kuna wengine wako hapo (*customers*) wanangoja kuuziwa na wewe uko hapo na *story* zako nyingi. Lazima utakatizwa katikati.

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini B Uk. 143)

4.4.4 Maombi

Katika biashara hii, maombi yalifanyika kwa namna tofauti baina ya wauzaji na wanunuzi. Mkakati huu wa unyenyekevu ulichukua asilimia chache kwa upande wa wauzaji waliotumia 3.6% ya maneno ya kuomba. Kwa upande wao, wanunuzi walitumia mkakati wa kuomba kwa asilimia 10.5%.

Katika mfano 32, maombi aliyofanya $S_{m_N}9b$ katika kauli 1 ni kuwa auziwe *shurba* kubwa. Alifahamu kuwa $M_{m_Z}5b$ alikuwa na haki ya kutosikiliza na kutenda kama alivyoomba, na ndipo alitumia msamiati wa kuomba *tafadhali* katika kauli 1 na 3. Brown na Levinson (1987), walifafanua kuwa maombi humtia soni mpokeaji wa kauli, kwani huhisi kuwa uhuru wake wa kuamua na kutenda jinsi anavyopenda huwa umetishwa. Maombi kwa hivyo ni mojawapo ya mikakati hasi ya unyenyekevu. Kutokana na uhuru wa $M_{m_Z}5b$ kutishwa na maombi yaliyotolewa na $S_{m_N}9b$, alimweleza mwenzake $M_{m_Z}6b$ katika kauli ya 4 ampe hiyo *shurba* kubwa.

Mfano 32,

1. $S_{m_N}9b$: [Shurba kubwa basi uzia ... tafadhali
2. $M_{m_Z}5b$: [Sasa unaongea nini tena Kuso na wewe
3. $S_{m_N}9b$: shurba kubwa nataka mimi..
tafadhali
4. $M_{m_Z}5b$: ((akimweleza mwenzake, $M_{m_Z}6b$)) munenkere kubwa
(Mpe hiyo kubwa basi)

5. :Lete ((akichukua pesa)
6. . Sm_N9b: Nataka hiyo uko nayo wewe. ((akipewa kisha anakagua kagua))leta ile umenipatia kwanza.: Hakuna kitu unaongeza?
7. Mm_Z5b :Bwana tuheshimiane Kuso na wewe bwana (ananyamaza na kuondoka)
- 8 Mm_Z6b: Huyu ena thina imbii huju..kwi ntuku ancumburire mwaka ndatura ndamutia ni (huyu ana tamaa sana. Kuna siku alinisumbua hadi nikatoka mimi nikamwacha)

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo b Uk. 114)

Hata hivyo, maombi ya Sm_N9b kusikilizwa na muuzaji yalikuwa na mipaka. Hata baada Mm_Z5b ya kusema Sm_N9b apewe shurba kubwa, Sm_N9b aliendelea kukagua miraa (kauli 6) akirejesha jambo ambalo halikumpendeza Mm_Z5b. Katika kauli 7, Mm_Z5b alimtahadharisha kuwa, "Bwana tuheshimiane Kuso na wewe bwana (ananyamaza na kuondoka) Maombi ya Mm_Z5b na Sm_N9b ni tofauti. Maombi yaliyotolewa na Mm_Z5b yalikuwa ya kumpa onyo Sm_N9b kwani hakuwa anaridhika na alikuwa na tamaa nyingi kama alivyoeleza Mm_Z6b katika kauli 8. Mm_Z5b alikuwa amekasirishwa na tabia yake ya kutoridhika kila alipopewa miraa alikagua na kuirejesha.

Katika mfano 33, maombi ya yalikataliwa na Mm_Z1a ijapokuwa sm_N7a alitumia misamiati ya kuomba kama vile *please*.

Mfano 33,

1. sm_N7a:[leta na harakisha please
2. Mm_Z1a:wariah hakuna miraa?lete miraa na harakisha please kuna kazi nyingi sana leta
3. sm_N7a:wee madam songa weee ((akimzungumzia FS_N1))
4. sm_N7a:harakisha please wee..

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 111)

Ni kutokana na mfano huu 33, tulipobainisha matumizi mengine ya unyenyekevu kama alivyotambulisha (Grundy , 2000). Grundy alieleza kuwa kufafanua sababu za kutenda jambo fulani, ni mfanyiko wa unyenyekevu. Kwa hivyo sm_N7a alitumia unyenyekevu alipoeleza kuwa alikuwa na haraka na alikuwa na kazi nyingi sana (kauli 2).

Mfano 34,

Katika mfano 34, kauli 7, Mm_Z9e alimwomba SM_N14e aondoke pale dukani baada ya kushindwa kuelewana. Basi SM_N14 aliitikia maombi ya Mm_Z9e na kuondoka.

1. MM_z9 e: Lete miraa wewe
2. SM_N13e: Ngoja basi wariah wewe
3. : ((kwa mzaha)) Iko hapa
4. MM_z9e: Baba tafadhali tuheshimiane ndugu yangu//SM_N14
Sorry sorry//
5. MM_z9e: //Heshima ni kitu mzuri. Baba tafadhali,
tafadhali, tafadhali nakuomba . Nakuambia heshima ni
mzuri,
6. : eh ni mzuri
7. MM_z9e: basi enda baba tafadhali. Enda ndugu yangu.
((SM_N14e anatoka dukani na kuondoka))

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo e Uk. 118)

4.4.5 Ubadilishaji Msimbo

Kubadilisha msimbo katika mazungumzo ya miraa baina ya wauzaji na wanunuzi. Mkakati huu wa unyenyekevu ulichukua asilimia kubwa sana ikilinganishwa na mikakati mingine iliyotumika. Wanunuzi kwa mfano walitumia asilimia 11.5% ya mkakati huu, huku wauzaji wakitumia jumla ya asilimia 14.5%. Mazungumzo katika utafiti huu yalishirikisha watu kutoka jamii na lugha tofauti. Kwa hivyo makisio ya kubadilisha msimbo yalikuwa ni ili mtumizi lugha awatenge waliokuwa wa lugha na jamii hiyo nyingine. Kwa mfano, kutokana na mazungumzo ya mfano 35, mm_z1a alibadilisha msimbo ili kumtenga Sm₇a katika mazungumzo. Mm_z1a alitambua kuwa alichokuwa anakusudia kukisema hakingempendeza kama mteja iwapo angekisema kwa lugha aliyofahamu Sm_N7a. Kwa hivyo, mm_z1a walishirikiana na mm_z3a ili wamtenge Sm_N7a kwani walijali uteja wake. Ijapokuwa Sm_N7a (katika kauli 7 na 9) alikuwa na tabia ambazo hazikupendeza, wauzaji walihitaji arejee pale siku nyingine kununua. Kujali huku kwa maslahi ya wazungumzaji wenza ni unyenyekevu kulingana na Goffman (1967). Ndiposa mm_z3a alichagua kubadilisha msimbo ili asiweze kudhuru hisia za mwenzake katika mazungumzo.

Mfano 35,

7. mm_z1a: *ka aregere kugura na aguraa nara 12 uju?* (Kwani amekataa kununua pale huwa ananunua huko 12?)
8. Mm_z3a: *uriku?* (Nani?)
9. mm_z1a: *kiaa ki kiwitia miraa kii..* (mjinga huyu anayeitisha miraa)
10. Sm_N7a : *Aukinya njira aita ii?* (Amekasirika akaenda eh?)
11. : ((baada ya kukagua miraa kwa wakati mrefu anaondoka bila kuinunua))

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 112)

Katika mfano 36, ubadilishaji wa msimbo ulitumika kama mkakati wa kumtenga mnunuzi pia.

Mfano 36,

8. FS_{N1a}: sitaki hiyo, nataka rangi ya hii...
9. Mm_{Z3a}: [Hautaki rangi ya hiyo... unataka rangi ya ...
FS_{N1a}: [nataka rangi ya green..
10. Mm_{Z3a}: Unataka *green*? *Green*(nipee nyingine ya green-
akimzungumzia mm_{Z1})
11. Sm_{N6a}: -*hey!*kuna nyingine tena?
12. Mm_{Z3a}: {[Aa ulikuwa unataka hapa?
13. Sm_{N6a}: [eeh..
14. Mm_{Z3a}: [aii Pole pole nilikuwa nahudumia mama hapa
sikuwa nimekusikia mimi...
15. :[(Mm_{Z3a} akizungumzia mm_{Z1})] *Muka arienda ya green
baba, nachanuki akarigara uyu nakumenya uu akuga.. (huyu
mwanamke anataka ya green baba, amechanuka sana, anaelewa
anachokisema)*

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 111)

Katika kauli 15, Mm_{Z3a} alibadilisha msimbo ili apate nafasi ya kumseng'anya FS_{N1a}. Kutokana na usemi wake Mm_{Z3a} ndipo tulielewa kuwa mwanamke akitambua rangi ya miraa iliyo bora 'green' basi ndiko walikoita 'kuchanuka'. Ni kauli hii iliyoonyesha kuwa iwapo mwanamke si makini katika biashara ya miraa basi huenda akajipata ameuziwa miraa mibovu kwa kutofahamu miraa iliyo bora.

Mfano 37,

1. sm_{N7a} : madam songa weee
2. _____: [leta na harakisha please
3. _____: wariah hakuna miraa? lete miraa na harakisha *please*
kuna kazi nyingi sana leta
4. _____: wee madam songa weee ((akimzungumzia FS_{N1}))
5. _____: harakisha please wee..
6. sm_{N8a}: leta shamba ya maana ...shamba ya maana leta..
7. _____: leta...leta miraa warrior lete miraa
8. Sm_{Z2a}: miraa mimi siuzi..
9. Mm_{Z1a}: Maongezi ya kando (*nukwona kinya xxxxx atikwenda
umwenderia... gutiri ukwenda umwona.kuru ii guti muntu
uticie waa bwake. Ontu igoro naracokerie miraa ugoro na
akugite ekirwe. (Unaona hata xxxxxx hataki kumuuzia? Kila
mtu hataki kumuuzia kwa sababu ya ujinga wake. Huyu ni
mbwa huyu, hakuna mtu anataka kumwona. Kama jana
alirejesha miraa masaa ya usiku na alikuwa amesema
awekewe)*
10. mm_{Z1a}: [wee nini wewe miraa gani wewe]
11. sm_{N7a}: [giza]giza mzuri kilo moja
lete..

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 111)

Katika mazungumzo haya, ubadilishaji msimbo umefanywa na wauzaji ili wamtenge mnunuzi. Katika kauli ya 9, $M_{m_2}1a$ alieleza kuwa hata $S_{m_2}2a$ hataki kumuuzia $s_{m_N}7a$ (kauli 8). Hili linaonyesha kuwa wauzaji wote pasi kuegemea jamii yao, walishirikiana ili kupinga kuwapa huduma wanunuzi waliozua shida.

Katika utafiti huu wauzaji na wanunuzi wa jamii moja walibadili msimbo kutoka kwa lugha ya Kiswahili hadi lugha ya kwanza (Kisomali au Kimeru) ili kuwatenga wale wa jamii nyingine. Walipotumia lugha ya Kimeru kwa mfano, wauzaji wa jamii ya Wameru walitaka kuwaepushia tahayuri wanunuzi wa Kisomali.

4.4.6 Makaribisho

Makaribisho ni mkakati uliotumika kwa asilimia ndogo zaidi na wanunuzi 3.2% kwa sababu walifika dukani na kukaribishwa na wauzaji 9.4% ambao walikuwa dukani. Makaribisho yaliandamana na maamkizi katika mazungumzo. Kwa hivyo, mkakati huu wa unyenyekevu ulikuwa na uchache sana kwa sababu mazungumzo yalianza karibu na upeo wake ambapo mnunuzi aliitisha bidhaa na kuendelea na mazungumzo ya kujadiliana bei. Makaribisho yalifanyika kwa uchache na wanunuzi kwani walifika dukani na kuitisha bidhaa kwa kusema *leta*. Wakati mwingine, wanunuzi walipaaza sauti wakiwa mbali na duka lenyewe mradi tu ateke nadhari ya wauzaji ili akifika tu apate huduma.

Mfano 38,

1. $M_{m_2}3a$: ingia// ingia ingia ingia iko
2. $S_{m_2}2a$: Toka hapo toka hapo wewe
3. $M_{m_1}a$:

[toka, shuka hapo wewe]((simu yake inalia, akiwa anazungumza kwa simu))..sawasawa baba, sawa aye..)

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo a Uk. 109)

Katika mfano 38, muuzaji aliwakaribisha wanunuzi katika kauli 1. Makaribisho ni njia mojawapo ya kufanya wanunuzi wahisi huru njia ya unyenyekevu ya kufungua mazungumzo (Liddicoat, 2007). Katika mfano 39, $M_{m_2}8d$ alimkaribisha $s_{m_N}11d$ kwa kumwamkua. Baada ya salamu, mazungumzo ya kawaida yaliendelea ambapo $s_{m_N}11d$ na $M_{m_2}8d$ walijadili bei ya miraa hadi mwishoni akanunua na kuondoka.

Mfano 39;

1. $M_{m_2}8d$: Sema my *brother* (sema ndugu yangu)
2. $M_{m_2}8d$: hii miraa mzuri kabisa
3. $s_{m_N}11d$: haina maji?
4. $M_{m_2}8d$: Hapana haina maji hata

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo d Uk. 116)

4.4.7 Matumizi ya Misamiati ya Biashara

Mkakati mwingine wa unyenyekevu uliotumika katika mazungumzo katika biashara ya miraa, ni matumizi ya msamiati wa biashara. Kutumia lugha kutegemea muktadha maalumu kama alivyoeleza Brown na Levinson (1987), ni unyenyekevu kwani hupunguza nafasi ya kutokea mgogoro baina ya wazungumzaji. Wazungumzaji hutambua mazingira waliyopo na hivyo kubadilisha nadhari yao ikawa ya muktadha ule tofauti na mahali pengine kijamii. Mkakati huu ulitumiwa kwa asilimia 6.5% na 11.6% na wanunuzi na wauzaji mtawalia.

Katika **mfano 40**, baada ya SM_N1g kutaja kiwango cha pesa alichokuwa nacho, MM_Z1g alimweleza kuwa hawezi kusema hivyo katika kauli 2. Kauli hiyo ya MM_Z1g ilikuwa ni njia ya upole ya kusema kuwa pesa aliyoitaja SM_N1g ilikuwa kidogo sana ikilinganishwa na bidhaa aliyohitaji kununua. Katika kauli ya 3, MM_Z1g alizidi kutumia mkakati wa unyenyekevu ambapo alimnong'onezea SM_N1g kuwa angemuuzia ile bei kwa hisani bali asimweleze mnunuzi mwingine kuwa alinunua bei ile pale. Iwapo angehisi kuwa alifanyiwa mapendeleo basi angeondoka pale dukani huku amefurahia na huduma. Huu ni mkakati chanya wa unyenyekevu.

Mfano 40,

1. SM_N1g : 1500 mimi iko nayo
2. MM_Z1g : Aaa huwezi sema hivyo *my brother*. 1500 kidogo sana ((baada ya kuzungumza na wauzaji wengine kwa dakika moja))
3. MM_Z1g : *Wariah* umeamua aje: ((Kwa sauti ya chini)) Eifu mbili leta na usiseme nimekuuzia hiyo bei

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo g Uk. 121)

Katika **mfano 41**, Mm_z8d alimwamkua na kuzidi kuisifu bidhaa yake kwa mnunuzi Sm_N11d alipiga hatua mbele kumshawishi kuwa bidhaa yake ni nzuri na safi (kauli 2, 4 na 7). Mm_z8d alichukua miti michache kutoka kwenye kifurushi alichokuwa anamwonyesha Sm_N11d akatafuna katika kauli 2 ilimradi amdhihirishie kuwa ilikuwa mikavu na wala haikuwa na maji kama alivyosema Sm_N11d kuwa hakutaka miraa ambayo ilikuwa na maji. Mm_z8d alimuuliza maswali ya balagha katika kauli 6,7 na 8. Maswali haya yaliulizwa ili kumchochea Sm_N11d kufikiria na kuamini kuwa bidhaa ile ilikuwa safi kabisa.

Mfano 41,

1. Mm_z8d: *Sema my brother* (sema ndugu yangu)
2. Mm_z8d: hii miraa mzuri kabisa ((akichukua miti michache na kuanza kuitafuna))
3. Sm_N11d: haina maji?
4. Mm_z8d: Hapana haina maji hata
5. Sm_N11d: haiya haiya haiya
6. Mm_z8d: Kwani unataka miraa kavu?
7. :Hii iko na maji?
8. :Wewe iko meno si ndio?
9. Sm_N11d: aa hii ni safi
10. Mm_z8d: Mbili?
11. Sm_N11d: Nifunge hii moja eeh
12. Mm_z8d: Haya sawa *Engineer*. Sawa *brother* (sawa ndugu) ((mnunuzi anaondoka))

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo d Uk. 115)

Matendo ya Mm_z8d yalikuwa ni matumizi ya lugha ya biashra kwa nia ya kumshawishi Sm_N11d anunue bidhaa yake, na mwishoni alifanikiwa kumuuzia kwani aliagiza afungiwe katika kauli 10.

Katika **mfano 42** hapa chini, SM_N13e alisema katika kauli 3 kuwa miraa ilikuwa *kama dawa*. Kwa kumpongeza SM_N13e, muuzaji MM_z9e naye alimweleza kuwa aliona kuwa yeye alifahamu maana ya miraa (kauli 2) kwa sababu alichagua kifurushi kizuri kati ya alivyokuwa akiviua MM_z9e.

Mfano 42,

1. SM_N13e: xxxxxx.
2. MM_z9e : Mimi najua, naona wewe unajua maana ya miraa wewe
3. SM_N13e: Miraa kama dawa
4. MM_z9e: Haya sawa baba aye
5. : ((Akizungumza kwa simu)) Kilo mbili giza?
6. : Sawa sawa baba

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo e Uk. 117)

Katika **mfano 43** SM_N1g na MM_z1g walilalamika kuwa kuna ukame na kuwa mambo ni magumu. Lengo la MM_z1g lilikuwa ni ili auze miraa yake kwa bei iliyomletea faida. Kwa upande wake, SM_N1g lengo lake lilikuwa ni ili MM_z1g amhurumie “kwa kuwa kulikuwa na ukame na MM_z1g alikuwa anaelewa,” ili akubali hela chache alizokuwa nazo. Wote walizingatia lugha ya biashara ili kufanikisha mazungumzo baina yao, kila mmoja wao akitaka kuivuta kamba kwake.

Mfano 43,

1. SM_N1g: iko ukame si unaelewa?: eeh najua. Ukame iko kila mahali
2. MM_Z1g: 2700 leta
3. SM_N1g: 2700 mingi, mingi sana
4. MM_Z1g: Hapana si mingi *brother*
5. :Sahii mambo ni ngumu, ngumu sana

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo g Uk. 121)

Katika **mfano 44**, muuzaji alichukua vipande vichache vya miraa na kumkabidhi mnunuzi SM_N1g atafune ili aridhike na bidhaa ambayo alitaka kununua. MM_Z1g pia yeye alitafuna ili adhibitishie mnunuzi kuwa miraa ilikuwa miororo kama alivyopenda mnunuzi. Tendo la MM_Z1g kumpa mnunuzi miraa achague aliyoipenda (kauli 1, 6) pia lilikuwa ni unyenyekevu kwa upande wa muuzaji, kwa sababu mnunuzi angeondoka pale dukani akiwa amefurahishwa na huduma. Kufurahi huku ndiko kungemfanya arejee pale dukani siku nyingine kununua na pia kuwapendekezea rafiki zake kununua katika duka hilo. Matokeo haya yanakubaliana na utafiti wa awali wa Marriott (1993) aliyeleza kuwa huduma njema huwa ndilo lengo la kila mwanabiashara. Kupata na kupokea huduma njema hunawirisha biashara.

Mfano 44,

1. SM_N1g: Leta ingine bwana, hii mimi siwezi: achana na hii bwana mimi siwezi
2. MM_Z1g:hii ni ngumu((akichukua kijiti kimoja kutoka kwa kifurushi alichokuwa akimwonyesha muuzaji na kuanza kutafuna))
3. MM_Z1g:Tafuna miraa kwanza, huwezi kuangalia miraa kwa macho na useme ni ngumu
4. MM_Z2g: hata hii ni safi sana
5. MM_Z1g: hii ni ngumu?miraa migumu inakaa hivi?:Hiyo siyo ngumu.
6. SM_N1g:Tafuta ingine..
7. MM_Z1g: Tafuna miraa kwanza(akimpa vipande vichache vya kutafuna) :huwezi kuangalia miraa kwa macho na kusema miraa ni ngumu..

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo g Uk. 120)

Kwa hivyo, matumizi ya lugha ya biashara katika mazungumzo ya baina ya wauzaji na wanunuzi ulikuwa ni mkakati muhimu wa unyenyekevu uliotumika ili kudumisha wateja na kufanikisha mauzo kwa lengo la kujipatia mtaji hasa kwa wauzaji. Matumizi ya mkakati huu pia unatia nguvu utafiti wa awali wa King'ei (2010), kuwa sharti utoaji huduma uwe na nia ya kumridhisha mpokeaji huduma hiyo.

4.4.8 Upungukaji wa Unyenyekevu

Maoni ya Brown na Levinson (1987) kuhusu upungukaji wa unyenyekevu ni kuwa washiriki wa uzungumzi hudhibiti hisia zao mradi kutotofautiana na kutowaudhi washiriki wenzao wanaotaka wachukue msimamo wao. Katika kufanya hivi, wazungumzaji wanaweza wakakubaliana na semi ambazo zimetolewa na wengine (ijapokuwa wakati mwingine kishingo upande) ili kuepuka migogoro ya kimazungumzo. Kama mkakati wa unyenyekevu, mzungumzaji hujaribu asitofautiane na mzungumzaji mwenzake anayeonekana kushinikiza mawazo yake kwake. Katika mazungumzo wa biashara ya miraa, mkakati huu ulidhihirika kimatumizi kwa asilimia 15.6% na 10.9% na wanunuzi na wauzaji mtawalia. Katika mifano ifuatayo watafiti walijadili na kutoa mifano katika mazungumzo ili kuonyesha mara ambapo upungukaji wa unyenyekevu ulionekana;

Mfano 45,

1. ((akimkabidhi MM_Z9e noti la shilingi elfu moja))
2. SM_N13e: xxxxx, unauza pesa ngapi hii,
3. MM_Z9e : Unanipatia pesa ngapi hii,
4. : Mimi nauza miraa 12, ((1,200))
5. SM_N13e :Sasa mimi niko na mia saba
6. MM_Z9e : Enda ukanunue mia saba. sitaki hiyo mimi.
7. MM_Z9e: Giza achana nayo wewe chukua *kangeta* wewe bwana. Ukiona hiyo ni nyingi ((1,200))...
8. :ai acha bwana Nimesikia XXX akisema. Sio mimi
9. MM_Z9e: Achana basi nayo basi baba. Achana na Giza nunua *kangeta* basi.

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo e Uk. 118)

Katika mfano 45, MM_Z9e alimpendekezea SM_N13e anunue *Kangeta* kama hangeweza kununua *giza*. Katika kauli 7 MM_Z9e alimweleza SM_N13e aachane na miraa iliyo ghali na achukue ya pesa zake zilivyokuwa ambayo ilikuwa *kangeta*. Kutolea mnunuzi wazo alikofanya MM_Z9e ilikuwa ni unyenyekevu kwani hakutaka kumwambia SM_N13e kuwa pesa yake haikutosha na kuwa aondoke. Alimpa nafasi ya kuamua iwapo alipenda kutumia miraa mingine ambayo iligharimu pesa iliyoshabihiana na aliyokuwa nayo. Iwapo SM_N13e angekubali kuchukua miraa aliyopendekazewa, angekuwa amefanya vile kwa hiari, kwa kuzingatia wasia wa MM_Z9e bila kushinikizwa. Kwa hivyo, kutoa wazo kwa MM_Z9e kuwa SM_N13e achukue *Kangeta*, hakukumaanisha kuwa hela alizokuwa nazo SM_N13e si za thamani au zilikuwa kidogo, bali ni kuwa miraa aliyokuwa akihitaji kununua ilikuwa ghali. Hata kama MM_Z9e alijua kuwa pesa ya SM_N13e ilikuwa

kidogo ikilinganishwa na bidhaa aliyotaka, MM_Z9e hakumweleza SM_N13e waziwazi bali alitumia njia ya mzunguko kusema vile. Huu ulikuwa mkakati wa unyenyekevu.

Mfano 46,

1. MM_Z9e: Hii haiwezi hata ukiimba. Hata uende pale uimbe wimbo wa kisomali siwezi
2. MM_Z9e: Unanunuanga pesa ngapi
3. SM_N13e :Aki Mungu moja
4. MM_Z9e: Unanunuanga pesa ngapi? Acha kuniambia Mungu moja.

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo e Uk. 119)

Katika **mfano 46**, SM_N13e aligundua kinaya katika usemi wa MM_Z9e ndiposa alisema “Mungu moja” katika kauli 3. Katika kauli 1, baada ya MM_Z9e kumweleza SM_N13e kuwa hawezi kumuuzia kwa pesa alizokuwa nazo, MM_Z9e alimuuliza huwa ananunua pesa ngapi. Huku kusaili SM_N13e ili afahamu ni pesa ngapi yeye hununua katika maduka mengine, ilikuwa ni njia tu ya kutaka kumwelewa mteja wake ili amshawishi anunue kutoka kwake. Pia MM_Z9e kutumia maneno yasiyo ya waziwazi kusema kuwa hatamuuzia SM_N13e katika kauli 1, ni mkakati wa unyenyekevu.

Mfano 47,

1. MM_Z9e :Basi acha
2. :Mimi nimekataa pesa yake.
3. SM_N13e: Murithi wewe ndiye unanisumbua.
4. MM_Z10e: Yako si pesa. Pesa yako inanuka.
5. SM_N13e:Pesa yangu inanuka sivyo? Wewe utaona kama utanipata hapa kesho
6. MM_Z9e: Tuma wewe utoke kwa nyumba
7. : Xxxxxx toka upeleke nuksi(usumbufu) zako huko. Kisirani wewe
8. ((SM_N13e Anaondoka.))
Maongezi ya kando ((MM_Z9 watu kama hawa ni wezi hawa, wanaweza wakakuchanganya hadi miraa ipotee. Na ukiuzia wane kama hawa utachoka sana akili))

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo e Uk. 120)

Katika **mfano 47**, MM_Z10e alimwambia SM_N13e kuwa pesa zake zinanuka. Kwenye kauli 4, SM_N13e alirudia kauli ile ili kupunguza makali ya maneno yale, huku akitishia kutorudi pale dukani kununua tena keshoye.

4.4.9 Matusi

Kulingana na Yule (1996), matusi ni mojawapo ya mikakati ya unyenyekevu chanya inayotumika na watu ambao wana uhusiano wa karibu au ambao wangependa kudumisha urafiki. Katika mazungumzo ya biashara ya miraa, matusi yalitumika kwa

wingi na watu ambao walikuwa ‘wamezoeana’. Katika mijadala ya vikundi viini, watafiti walibainisha kuwa matusi hayakuudhi waliotukwa.

42. MTF: Lakini lugha ya wanaume na wanawake hufanana, au ni tofauti na ya wanawake?
43. JIBU LA WENGI: *ni same ! ni same!*
44. MM003A: **Kwanza wamama ndio wanatukanana zaidi**
45. SM001A: Hao kwanza ndio wako na matusi hapa((akiashiria kwenye midomo))matusi yao!...
46. SM002A: **“Ayee si utupatie miraa mbwa wewe!” wanasema hivyo**
47. MTF: Je wanapokuja kununua, huja na kutanguliza kuongea kwa salamu kama mambo-poa n.k.?
48. SM002A: Hakuna kawaida hapo, *customer* akikuja kwangu aanze hizo *story* za mambo, habari za watoto, najua hana pesa.
49. MM002A: Hiyo ni ya kuuza nguo ama vitu zingine, ama anakuja kukopa
50. SM001A: Huyo ni mtu hana shilingi, hana pesa
51. MM003A: Huyo ameamua hiyo siku kukopa
52. MM001A: Huyo mtu hana pesa. Mtu ako na pesa anakuja anagonga meza na kukwambia, Mbwa niuzie miraa, na siombi!
53. MTF: Na hiyo ndiyo kawaida yenu?
54. MTF: Lakini huo ni unyenyekevu kweli?
55. MM001A: Ee ni unyenyekevu ya ajabu
56. SM002A: Wamezoea. Ni tabia yao yaani.
57. SM001A: Pia sisi(wanunuzi) tunajua ni kawaida na tuko sawa
58. MM001A: Hakuna mtu huchukulia au husikia vibaya
59. SM003A: Mahali mtu huwa hatukanani mtu huwa haendi, mahali mtu ataenda kununua na kukaa tu na hatukanwi, miraa haitashika
60. JIBU LA WENGI: Ee ni kawaida kabisaa

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini A Uk. 125)

Kutokana na kauli 55 kutukanana katika biashara ya miraa kulionyesha unyenyekevu wa ajabu. Pia, katika kauli 59, iwapo mnunuzi alienda dukani ambapo hakukuwa na matusi hakupendelea kurudi pale kwa sababu huenda miraa haikuwa mizuri na hata ‘haingeshika.’ Matokeo haya yanakubaliana na aliyoyaeleza (Yule, 1996).

Pia, walihisi kuwa lugha ya wanaume na wanawake ilifanana na kuwa wanawake walitukanana kwa urahisi kama wanaume walivyotukanana (kauli 45,46, na 47). Haya

ni matokeo yanayokiuka tafiti za awali kuwa wanawake hutumia lugha ya upole na unyenyekevu kuliko wanaume (Eckert & McConnell-Ginet, 1992). Waliokosa kutumia lugha ya matusi walionekana kutokuwa na unyenyekevu katika mazingira hayo ya biashara ya miraa kwa sababu walitenda kinyume na yaliyozoeleka na wengine. Walibezwa na kusemwa kuwa, “hawana kakitu” au walitaka kukopa miraa.

61. SM002A: Hakuna kawaida hapo, customer akikuja kwangu aanze hizo story za mambo, habari za watoto, najua hana pesa.
62. MM002A: Hiyo ni ya kuuza nguo ama vitu zingine, ama anakuja kukopa
63. SM001A: Huyo ni mtu hana shilingi, hana pesa
64. MM003A: Huyo ameamua hiyo siku kukopa
65. MM001A: Hyo mtu hana pesa. Mtu ako na pesa anakuja anagonga meza na kukwambia, Mbwa niuzie miraa, na siombi!

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini A Uk. 127)

Matumizi ya matusi yalichukua asilimia ya wastani 5.2% na 4.2% ya mikakati ya unyenyekevu iliyotumika biasharani. Waliotumia matusi, walitaka kuonekana kama wamilisi wa lugha ya pale biasharani na pia ili wajitambulisha na wanakikundi-shiriki wa biashara ya miraa (in-group identity). Matokeo haya yanatia nguvu yale ya awali ya Yule (1996) ambaye alisema kuwa wanaume haswa, ndio hutumia matusi ili kujitambulisha na wanakikundi wenzao. Waliotukanwa nao, hawakuwa ni wageni bali ni watu (wanunuzi au wauzaji) waliopata kutangamana kwa wakati mrefu hivyo kujenga urafiki na pia mazoeano. Matokeo haya yalikubaliana na yale ya utafiti wa Miriti (2012) ambaye alibainisha kuwa Wameru na Wasomali hutumia matusi katika soko la miraa. Alifafanua kuwa, hakuna kikundi chochote kilihisi kuwa kimedhurika kihisia walipopokea au kutoa matusi kutoka kwa wenzao. Mukuni (2015), kwa upande wake aligundua kuwa Waembu katika soko la miraa la Kiritiri walitumia matusi kama mkakati maalumu wa kutaka kupunguziwa bei ya miraa, kwa sababu kutumia matusi kulimuunganisha mnunuzi na wanakikundi wengine wa miraa.

Katika utafiti huu, matumizi ya matusi yalitumiwa kwa wingi na wanaume, ambao walikuwa ni washiriki wakuu biasharani wakilinganishwa na wanawake.

1. SM001A: [Hata kama unaniuzia miti mbaya]. Hata kama natoka huko Meru kwa kukula kioski na nimekuta mmekaa chini nimeanza kukula miraa... na kama mimi haijanibamba, lazima nimtusi huyo mtu....
2. JIBU LA WENGI:ee
3. MM001A: **Kila matusi haikuwangi kwa ubaya. [Hiyo matusi**
4. SM002A:**[Si ubaya... hapo hakuna ubaya**
5. MM001A: Mimi hukuanga **side** ya kutukana lakini haikuwangi kwa ubaya
((kicheko cha wote))
6. MM001A: Na tena haishiki. Mkiongea vizuri kama watu wanauziana nini, haitashika hiyo miraa. matusi isipokuwa .. hapo kazi hakuna.
7. SM002A: **Pia yeye lazima mwenye ananunua atukanane**
8. MTF: mbona?
9. SM002A: Anaona hiyo kutukanana si kitu..
10. SMM003A: **Kesho pia niko hapo kwa hapo nakwambia kumamako jana ulinipatia miraa aina gani?**
((wote wanacheka))
11. SM003A: Unasikia? Hapo hakuna kitu...
12. MM002A: **Haikuwangi matusi ya roho mbaya. Saa ingine inakuwa for fun.**
13. SM001A: **haikuwi kwa roho mbaya ama nini... maanake ni kwa mdomo tu... ni kama anaenjoy**
14. MM001A: Hakuna mwenye huchukulia kama ni *offence*
15. SM002A: Cheki hakuna kufanya hivyo kwa mtu wowote
16. SM001A: **Hakuna kitu unaweza ukafanya bila. Hakuna kuomba.** Lakini yule mtu hajui anaweza fikiria mambo mbaya

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini A Uk. 124)

Kulingana na wanakikundi, matusi yalifanya miraa iwapendeze watafunaji (kauli 6). Wanunuzi wasipotukanwa, waliamini kuwa walichouziwa kilikuwa cha thamani ya chini.

MM001A: **Na tena haishiki. Mkiongea vizuri kama watu wanauziana ninii, haitashika hiyo miraa. matusi isipokuwa .. hapo kazi hakuna.**

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini A Uk. 124)

Maoni ya wanakikundi wengine yalidhihirisha haya.

7. MTF: Je, mbona kuna matusi mengi katika mazungumzo?
8. MM003B: Matusi zingine ni za kukusifu. ((kicheko))
9. MM001B: mimi naweza sema, kulingana na lugha zote mbili-wasomali na wameru huwa kuna matusi. Kwa wameru enyewe unajua matusi ni kama kitu ya kawaida, na kwa wasomali pia matusi ni kama kitu cha kawaida. Sasa kwa ile biashara, inakuwa ni kama ni ya watu ambao wako na vitu zinarelate, kwa sababu wote wamezoea kutusiana. Kwa hivyo, hata matusi ikitolewa, hakuna mwenye anaona matusi ikiwa kitu kubwa.
10. MTF: Na matusi hazuii biashara kuendelea kwa sababu wamedhuriwa kihisia?
11. JIBU LA WENGI: Aii hapana..hakuna kitu kama hiyo
12. MM002B: Noo matusi haiwezi kuzuia biashara kuendelea..
13. MTF: Hatasema kwamba umenitusi sitakuja kununua kwako tena?
14. SM003B: hapana. Kwanza ukimtukana ndio atakuja tena hata kesho yake. Hata ukitupa pesa yake huko kwa barabara, ataenda achukue ile pesa na aongezee nyingine hadi itoshe yenye unataka. hawezi jali, na hataenda kwa mwingine mwenye anauza miraa, atanunua hapoa hapo kwako tu.

(Rejelea kiambatisho cha Mjadala wa Kikundi Kiini B Uk. 139)

4.4.10 Kushukuru na Maagano

Mtafiti alichanganua mikakati hii miwili kwa pamoja kwani mara nyingi shukurani zilitolewa na wauzaji au wanunuzi baada ya kupokea huduma, kisha wakaaga na kuondoka. Katika maingiliano baina ya wauzaji na wanunuzi katika biashara ya miraa, washiriki walitumia maneno ya kushukuru na kuaga kama mikakati ya unyenyekevu. Asilimia 6.5% na 7.2% ya wanunuzi na wauzaji walishukuru mtawalia. Wanunuzi na wauzaji walifunga mazungumzo kwa maagano ya asilimia 9.5% na 5.8% mtawalia. Matamko mengi ya wanunuzi yalizingatia misamiati iliyoashiria shukurani baada ya kuuziwa. Maneno kama vile; *aye, sawa boss, kesho, poa* yalitumika. Kushukuru kulidhihirisha kuwa wanunuzi waliridhika na kupendezwa na huduma waliyopewa na kwa hivyo walitumia mkakati wa unyenyekevu wa kushukuru. Kulingana na Brown na Levinson (1987), shukurani huwa ni mkakati wa unyenyekevu chanya. Kwa hivyo, kushukuru kulikuwa ni njia moja ya kuleta makubaliano baina ya muuzaji na mnunuzi.

Maagano hutokea pale ambapo mazungumzo baina ya washiriki hufika kikomo, baada ya kila mmoja wao kusaidika na kutimiza mahitaji yake ya kimaingiliano (Grundy , 2000). Katika biashara ya miraa, lililowaleta pamoja washiriki ni kununua na kuuza miraa. Mkakati huu wa unyenyekevu ulitumika kwa asilimia 9.5% kwa upande wa wanunuzi, na asilimia 5.8% kwa wauzaji. Asilimia hizi zilionyesha kuwa wanunuzi ndio walioaga kwa wingi, kwani walihisi kuwa wao ndio walikuwa wamepata usaidizi. Nao wauzaji waliwaaga wanunuzi wao, ilimradi wawakaribishe kununua kutoka kwao siku iliyofuata au ili wanunuzi wao wahisi kuwa muuzaji alishukuru kwa kununua kutoka kwao. Kuaga kulikuwa ni njia mojawapo ya kuonyesha unyenyekevu kwani kulisisitiza kujali maslahi ya mwenzake, kwa kutotaka mazungumzo yakatike tu kwa ghafla .

Mfano 48,

1. SM_N1g: Xxxxxx ni hivyo? Ni xxxxxxxx?
2. MM_Z1g: Wee hapana nani anaitwa xxxxxx hiyo pesa imeenda kwa kikuyu wewe bwana
3. SM_N1g: itarudi tu. Sawa lakini?
4. MM_Z1g: Eeh ni sawa. Tutaonana siku ingine Mungu akipenda eeh
5. SM_N1g:Eeh sawa((huku akiondoka))

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo g Uk. 121)

Katika mfano 48, alimweleza mwenzake katika kauli 10 kuwa wangeonana Mungu akipenda, na mwenzake kukubali katika kauli 11. Hata hivyo, kuna mazungumzo mengine ambayo yalikamilishwa kwa kutofautiana baina ya muuzaji na mnunuzi. Katika mfano huu, SM_N13e alielezwa atume pesa kisha aondoke na MM_Z9e. Fauka ya hayo, SM_N13e aliamrisha aondoke kwani pesa zake zilinuka na aondoe kisirani chake pale dukani. SM_N13e alitisha katika kauli ya 5 kuwa hangefika pale dukani kesho yake kununua miraa tena.

Mfano 49,

1. MM_Z9e :Basi acha
2. :Mimi nimekataa pesa yake.
3. SM_N13e: Murithi wewe ndiye unanisumbua.
4. MM_Z10e: Yako si pesa. Pesa yako inanuka.
5. SM_N13e:Pesa yangu inanuka sivyo? Wewe utaona kama utanipata hapa kesho
6. MM_Z9e: Tuma wewe utoke kwa nyumba
7. : Xxxxxx toka upeleke nuksi(usumbufu) zako huko. Kisirani wewe

8. ((SM_N13e Anaondoka.)) Maongezi ya kando ((MM₂9 watu kama hawa ni wezi hawa, wanaweza wakakuchanganya hadi miraa ipotee. Na ukiuzia wanne kama hawa utachoka sana akili))

(Rejelea kiambatisho cha Mazungumzo e Uk. 118)

4.4.11 Hitimisho

Katika kuhitimisha sehemu hii, ilibainika kuwa wanunuzi na wauzaji katika biashara ya miraa, walitumia miundo mbalimbali katika mawasiliano yao. Kwa upande mmoja kuna waliofungua mazungumzo yao kwa salamu na kuaga baada ya kupata huduma. Na kwa upande mwingine, kuna waliokosa kufungua kwa salamu wala kushukuru baada ya huduma. Hata hatua hizi za muundo zilipokosa kuwepo, haikuonekana kama kulikuwa na ukiukaji wowote wa muundo wala kuhujumu mawasiliano. Kulingana na washiriki iwapo mnunuzi alikuwa na haraka sana alihudumiwa na kutoamkua kwake hakukuwa na tatizo lolote. Muundo wa zamu ulibadilika kulingana na idadi ya wanunuzi waliofika dukani kwa kipindi kimoja. Zamu zingine zilitokea kwa hatua zilizo sahili, na nyingine zikatokea zikiwa zimechangamana (pale ambapo zilisubirishwa na kurejelewa baadaye). Washiriki waliepushiana soni kwa kuzingatia mikakati mbalimbali ya unyenyekevu kama vile; kuomba, kutumia misamiati ya kibiashara, kuamkua, kuaga, kushukuru ili wasionekane kama ambao walishinikiza wenzao kutenda jinsi walivyopenda. Washiriki walibaini ya kuwa katika biashara, kuna upande mmoja unaotoa huduma, na upande wa pili ukipokea huduma hizo. Hivyo kulikuwa na kutegemeana na sharti kila aliyeshiriki katika uzungumzi aridhishwe.

SURA YA TANO

MUHTASARI, HITIMISHO NA MAPENDEKEZO

5.1 Utangulizi

Katika sura hii, kama njia ya kuhitimisha tasnifu, dhana tafitiwa na zinazojibainisha katika sura tangulizi yanaangaziwa. Mtafiti anawaelekeza wasomaji wake kimuhtasari kulingana na malengo ya utafiti, hitimisho na mapendekezo ya utafiti wa baadaye.

5.2 Muhtasari wa Matokeo

Matokeo ya utafiti huu yalielezwa kulingana na madhumuni ya utafiti.

Katika lengo la kwanza, mtafiti alidhamiria kuchunguza muundo wa mazungumzo baina ya wauzaji na wanunuzi katika biashara ya miraa. Vipengele muhimu vilivyochunguzwa ni vifunguzi, ubadilishanaji zamu, ukataji kalima, urekebishaji na maagano.

- a) Ilibainika kuwa salamu kama ishara ya kufungua mazungumzo zilikuwepo na mara nyingine kutokuwepo. Jinsi salamu zilitolewa na washiriki, zilitegemea sana uhusiano uliokuwepo baina ya muuzaji na mnunuzi. Mara nyingine walipenda kujitambulisha na desturi za wanakundi-ndani ndiposa mara nyingine wakatamia hata matusi au kugonga meza. Matokeo haya yalikubaliana na aliyoeleza Yule (1996) kuwa wanakundi-ndani huamua na huwa na ufahamu wa sheria na kanuni zinazoongoza mazungumzo yao.
- b) Mazungumzo yalichukua miundo mbalimbali kutegemea wanunuzi waliohitaji msaada wa muuzaji kwa wakati mmoja hivyo kukaibuka zamu sahili na changamano. Zamu changamano zilikuwa zinakatizwa au kuwachwa wazi kwa muda iwapo wateja walikuwa wengi na kurejelewa baada ya kumaliziwa kwa mteja mmoja. Kusubirisha kwa zamu (kauli) hizi kulikuwa kwa makusudi kwani muuzaji angekosa kufanya vile angekanganyika na kukosa kupata pesa baada ya mauzo. Jukwaa la mazungumzo lilimilikiwa na wanunuzi wote, zamu hazikuzingatiwa na ukatizaji wa kauli ulidhihirika.

Kuhusu lengo la pili, mtafiti alikusudia kutathmini namna ukabila na jinsia ya washiriki iliathiri muundo wa mazungumzo.

- a) Ilibainika kuwa kibadiliki cha jinsia kiliathiri muundo wa mazungumzo kwani wanawake walitumia sentensi fupifupi na sauti ya upole wakati mwingine ikilinganishwa na wanaume waliotumia sentensi kavu na kuamrisha kwingi kila wakati. Wanunuzi wa kiume walimiliki jukwaa la mazungumzo na walikatana

kalima kwa wingi. Matokeo haya yalithibitisha yaliyoandikwa hapo awali na Coates (2013).

- b) Kwa kuwa wanaume ndio waliothibiti mazingira ya kibiashara, wazungumzaji wa kike walitoa kauli chache. Wanaume wa Kisomali kwa upande wao walikatiza kauli kwa wingi na kurekebisha kauli zao walipogundua kuwa zilikuwa na makosa au kudhuru hisia za wauzaji (Wameru). Wanunuzi wa Kisomali waliaga na kushukuru baada ya kupata huduma wakilinganishwa na wanaume wanunuzi kutoka jamii ya Wameru. Vigezo vya ukabila na athari yake kwa muundo wa mazungumzo baina ya wauzaji na wanunuzi pia vilichanganuliwa katika lengo hili. Iitambuliwa kuwa jinsia ya kiume kutoka jamii zote mbili (Wasomali na Wameru) ndio waliodhibiti biashara ya miraa ikilinganishwa na wanawake. Hali hii ilitokana na mipangilio ya kihistoria ya kijamii hasa ya Ameru (Carrier, 2007).
- c) Wanawake wachache sana walishiriki katika uuzaji na utafunaji wa miraa. Wanawake walionunua, mara nyingi walikuwa hawajui miraa iliyo mizuri na waliishia kununua iliyo mibovu. Wanawake kutoka jamii zote mbili walitekeleza wajibu wa kiusaidizi kama vile upishi wa chai, uuzaji wa maji, peremende, mifuko ya kufungia miraa au vitafunio vingine kama njugu karanga.
- d) Wanawake walitumia lugha iliyojaa mahaba walipowauzia wanaume ili wawapumbaze kifikra kusudi wanunue miraa yao iliyo 'mibovu'. Wanawake wa jamii ya Kisomali waliuza miraa kwa wingi japo ilikuwa miraa ya bei iliyo ya chini ikilinganishwa na iliyouzwa na wanaume kutoka jamii ya Ameru.

Hata hivyo wanakikundi walikubaliana kuwa lugha ya wanawake na wanaume ilikuwa sawa na yenye matusi hivyo kukiuka baadhi ya sifa za utafiti wa awali kuwa lugha ya wanawake ni safi na sanifu na yenye unyenyekevu.

Katika lengo la tatu, mtafiti alichunguza mikakati ya unyenyekevu iliyotumika baina ya wazungumzaji na namna vigezo hivyo vilivyodhihirishwa na washiriki kutoka kabila na jinsia moja au tofauti katika mazingira ya kibiashara ya miraa. Unyenyekevu kama ulivyojitokeza katika mazungumzo baina ya wauzaji na wanunuzi wa biashara hiyo pia ulichunguzwa.

- a) Ilibainishwa kuwa mikakati ya unyenyekevu iliyotumika ni pamoja na: kutaja kwa heshima k.v. *boss, brother, engineer, ndugu, baba, mzee*, kuamkua washiriki wengine.

- b) Washiriki walizingatia mikakati mingine k.v. kutumia vichekesho na utani iwapo walikuwa marafiki, kushukuru na kuaga baada ya kupata huduma pamoja na kubadilisha msimbo wakati walitaka kusema maneno yasiyofurahisha na ambayo yangezua soni kama njia mojawapo ya kuepushiana tahayuri.
- c) Ingawa tafiti za awali zilionyesha kuwa matusi yanatumika kwa wingi katika soko la miraa, utafiti wetu umebainisha kuwa katika biashara ya miraa, pia kuna kiwango kikubwa cha lugha ya heshima ambayo hutumika na washiriki. Tofauti na Miriti (2012), na Mukuni (2016), ambao walitafiti biashara ya miraa katika soko, utafiti huu ulihusisha wauzaji na wanunuzi katika maduka mahususi na kwa hivyo kulikuwa na mikakati ya unyenyekevu zaidi kuliko matusi. Ikikisiwa kuwa matumizi ya matusi katika soko yalikusudiwa kuvutia wateja kwa kuvuta nathari za wanaopita.
- d) Pia, ilibainika kuwa lugha ya matusi ilipotumika na wauzaji kwa wateja wao, (wateja) waliamini kuwa bidhaa waliyouziwa ilikuwa bora kuliko wakati lugha haikuwa na matusi.

Katika maduka yapatikanayo Eastleigh, kuna uhusiano wa karibu kati ya wauzaji na wanunuzi, jambo ambalo lilidhihirishwa na unyenyekevu kama vile maamkuzi, kushukuru, makaribisho na hata matumizi ya maneno ya heshima ya mtajo. Matusi yalikuwa ni mojawapo ya mikakati ya unyenyekevu ambayo walitumia kujitambulisha na washiriki wengine walio wa kikundi-ndani katika soko la miraa. Hivi kwamba waliozingatia lugha 'safi' na ya heshima walionekana kuwa ni wageni katika biashara au walikuja nia mbaya- ya kukopa miraa. Matusi, ingawa kwa kiasi kidogo yalitumika kama mkakati wa kuonyesha utangamano kwa ambavyo hakuna mshiriki aliyeonekana kukasirika baada ya maneno ya matusi.

5.3 Hitimisho

Utafiti huu ni awamu ndogo tu katika uchanganuzi wa muundo wa mazungumzo na umebainisha utajiri wa kiisimu katika biashara ya miraa. Tasnifu hii inahitimisha utafiti huu kwa mujibu wa madhumuni ya utafiti ifuatavyo:

5.3.1 Muundo wa Mazungumzo katika Biashara ya Miraa

- a) Ilibainishwa kuwa muundo wa mazungumzo hubadilika kutegemea udharura ambao mnunuzi huwa nao anapofika dukani. Iwapo mnunuzi alikuwa na haraka sana, hakujikita katika baadhi ya hatua za mazungumzo kama vile salamu,

ubadilishanaji zamu au urekebishaji kwa sababu alifika na kuomba miraa na kukabidhiwa, kuikagua kuilipia na kisha kuondoka.

- b) Kwa upande mwingine, muundo wa mazungumzo ulikuwa taratibu iwapo mnunuzi na muuzaji walikuwa marafiki waliozoeana. Hali hii ilipotokea, palitokea zamu za karibu na za moja kwa moja. Kulikuwa na utani na vichesho baina ya washiriki waliokuwa wamejenga uteja wa muda mrefu.
- c) Jukwaa la mawasiliano lilimilikiwa na watu wote ndiposa kukatoka ukatanaji na ukamilishianaji wa kauli.
- d) Muundo wa ubadilishaji zamu ulikuwa unazingatiwa hata kama wateja waliofika dukani walikuwa wengi kwa kipindi cha wakati. Hata kama zamu nyingine zilisubirishwa, mzungumzaji alizirejelea na kuziendelea alipoziachia.

Hali hii ilitokea pale ambapo mnunuzi alipokabidhiwa miraa na kuanza kuikagua huku amenyamaza. Baada ya kuikagua na kuamua miraa ambayo ataibeba, basi aliendelea uzungumzaji wake na muuzaji ambaye wakati wote huu (wakati yule wa kwanza alikuwa akikagua na kufanya uamuzi) alikuwa kimuuzia mteja mwingine. Matukio haya ya kukabidhiwa na kukagua kwa bidhaa kwa wateja wengi kwa wakati mmoja ndiko kulisababisha kuwepo kwa uchangamano wa zamu pamoja na ukatanaji wa kauli.

- e) Mtafiti aliwasilisha baadhi ya maneno yaliyotumika na washiriki katika kufungua maingiliano baina yao, kisha alieleza baadhi ya mipangilio ya upishanaji zamu baina ya washiriki. Mnunuzi alihakikisha kuwa aliyefika dukani na aliyehitaji huduma ya dharura alihudumiwa kwanza. Katika kufanya hivyo aliwahifadhi wateja wake. Kwa wale ambao walichelewa kukubaliana bei waliyoelezwa na muuzaji, hata kama walikuja saa moja kabla ya wanunuzi wengine, wale waliokubali bei ya miraa walihudumiwa kwanza na kuondoka. Muuzaji hakujali muda ambao mteja alisimama pale dukani mradi tu mteja huyo alipe pesa ambazo alipaswa kulipa kabla ya kuibeba bidhaa. Kuna wateja ambao walipa sauti zao lakini hilo halikuzuia mnunuzi kuendelea kumhudumia aliyefika kwanza. Muuzaji aliendelea kumhudumia yule aliyekuwa akihudumiwa kwanza na aliyepaza sauti alibidika kusubiri zamu yake.
- f) Maagano baada ya wauzaji na wanunuzi yalifanyika kwa uchache sana kwani baada ya huduma, wanunuzi waliondoka tu na kwenda zao. Muundo wa

mazungumzo katika biashara ya miraa hauzingatiwi kwa kina kwani shughuli zote zinazozingira bidhaa ya miraa hufanywa kwa upesi kwa sababu ya uharibikaji na upotezaji wa ladha wa miraa. Udharura huo huendelezwa hata katika harakati za uuzaji na ununuzi na huathiri muundo wa mazungumzo baina ya wauzaji na wanunuzi.

- g) Utozingatiaji wa hatua za muundo wa mazungumzo kwa hivyo haukuzuia kukamilika kwa maingiliano miongoni mwa washiriki wa biashara ya miraa. Ilibainika kuwa washiriki hawakujali hata hatua hizo za kimuundo zilipokosa kuzingatiwa.

5.3.2 Mikakati ya Unyenyekevu katika Biashara ya Miraa

Kimsingi inabainika kuwa washiriki wa biashara ya miraa walizingatia mikakati anuwai ya unyenyekevu ili kufanikisha utangamano wao bila migogoro. Mikakati hii ilitumiwa na wauzaji na vilevile wanunuzi. Kama ilivyoonyeshwa katika sura ya nne, asilimia ya utumizi wa mikakati hiyo ilibadilika badilika. Mikakati hiyo ilikuwa ni kama vile:

- a) Kuamkua wakati wa kufungua mazungumzo kama njia ya kulinda uhuru wa mtangamanaji-mwenza kupendelea kushiriki katika mazungumzo. Maamkuzi yalitekelezwa kwa njia tofauti kama vile kutaja jina la mshiriki iwapo walifahamiana, katika maingiliano mengine kuitisha miraa tu ilikuwa ni njia ya kuamkua.
- b) Matumizi ya msamiati wa kibiashara, kubadilisha msimbo ili kumwepushia mshiriki wa kabila jingine soni. Mkakati huu ulijitokeza sana kwa sababu maingiliano yaliyochunguzwa yalishirikisha washiriki wa jamii-lugha mbili tofauti. Kimsingi, washiriki hawa hutumia lugha mbili tofauti (Kimeru na Kisomali). Kubadilisha msimbo kutoka kwa Kiswahili hadi kwa lugha za kwanza baina ya washiriki basi ilikuwa ni njia moja ya kuwatenga wale ambao walikuwa wa jamii-lugha hiyo nyingine. Ilibainika kuwa kila walipochagua kubadilisha msimbo, walikusudia kutoa semi ambazo iwapo zingesemwa kwa Kiswahili, huenda zingewakera washiriki-wenza. Mkakati huu ulitumika kimaksudi ili kuepushiana tahayuri miongoni mwa washiriki.
- c) Kushukuru baada ya kupata huduma, na kuagana baada ya kukamilisha mazungumzo ili kumpa muuzaji nafasi ya kuwahudumia wanunuzi wengine.

- d) Matumizi ya matusi kama mkakati maalumu, ulionyesha kuwa washiriki walifahamu matakwa ya wanakundi-ndani katika biashara ya miraa. Washiriki walifahamu na kukubali kuwa matumizi ya matusi katika biashara hii na waliotumia au kuyatoa walifanya vile kimakusudi ili wakubalike katika biashara hiyo ya miraa. waliopokea matusi nao kwa kutohisi kuwa tahayuri zao zilikuwa zimedhurika, ilikuwa ni ishara kuwa lugha katika biashara ya miraa ni legevu kama zilivyo sajili nyingine zisizo rasmi.

Utafiti wa tasnifu hii umefanikiwa katika kufafanua dhana ya unyenyekevu na unavyotekelezwa na washiriki katika biashara ya miraa wajipatao katika mazingira sawa ya kimazungumzo katika jamii. Aidha, umefanikiwa katika kueleza muundo wa mazungumzo ya kibiashara.

5.4 Mapendekezo Kutokana na Utafiti

Baada ya kufanya uchanganuzi wa mazungumzo baina ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa ya miraa kwa minajili ya kupambanua muundo wa mazungumzo na mikakati ya unyenyekevu iliyozingatiwa na washiriki wa jinsia na ukabila tofauti, mtafiti anapendekeza yafuatayo:

- a) Kwanza, utafiti zaidi ufanywe kuhusu athari ya umri kwa muundo wa mazungumzo baina ya washiriki wa makabila mawili yaliyochunguzwa.
- b) Pili, utafiti wa ziada kuhusu lugha inavyotumika wakati makabila mengine yanaposhiriki katika ununuzi na uuzaji wa miraa nchini Kenya.
- c) Tatu, utafiti kuhusu nafasi ya lugha ya matusi katika ufanikishaji wa biashara ya miraa katika jamii.
- d) Nne, kuwe na utafiti wa kina kuhusu nafasi ya lugha yenye mamlaka katika biashara ya miraa.

MAREJELEO

- Anderson, D. M., Beckerleg, S., Hailu, D., & Klein, A. (2007). *The Khat Controversy: Stimulating the drugs debate*. Oxford: Berg Press.
- Baariu, N. S., & Malaku, C. G. (2015). Mapping (Khat) by Remote Sensing in Meru County, Kenya. *International Journal of Remote Sensing Applications (IJRSA)*, Volume 5, doi: 10.14355/ijrsa.2015.05.006.
- Beckerleg, S. (2009). Khat chewing as a new Ugandan leisure activity. *Journal of East African Studies*, 3(1), 42-54.
- Beckerleg, S., & Sheekh, N. (2005). A view from the refugee camps: new Somali Khat use in Kenya. *Drugs & Alcohol today*, Vol 5 issue 3 pp 25-27.
- Benard, F. (1972). *The East of Mount Kenya: Meru Agriculture in Transition*. Munich: Weltforum Verlag.
- Benveniste, E. (1971). *Problems in General Linguistics*. Coral Gables F.A.: University of Miami Press.
- Boyce, C., & Neale, P. (2006). Conducting In-depth Interviews: A Guide for Designing and Conducting In-depth Interviews for Evaluation Input. *Monitoring and Evaluation -2*, 1-16.
- Brown, G., & Yule, G. (1983). *Discourse Analysis*. New York: Cambridge University Press.
- Brown, P., & Levinson, S. (1987). *Politeness: Some Universals in Language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brubaker, R. (1999). The Menichean myth: Rethinking the distinction between civic and ethnic nationalism. Kwenye K. A. In Hanspeter Kriesi, *Nation and National Identity*. Chur, Switzerland: Rugger publishers.
- Cameron, D. (2001). *Working with Spoken Discourse*. London: Sage Publishers.
- Carrier, N. C. (2007). *Kenyan Khat; The Social Life of a Stimulant*. Boston: Brill Leiden.
- Carrier, N. M. (2005). The Need for Speed: Contrasting time- frames in the social life of Kenyan miraa. *Africa*, 75(4) 539-558.
- Chanler, W. (1893). *Through Jungle and Desert :Travels in Eastern Africa*. London: Macmillan.

- Coates, J. (2003). *Men Talk : Stories in the Making of Masculinities*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Coates, J. (2004). *Women, Men and Language : A Sociolinguistic Account of Gender Differences in Language; third edition*. London: Pearson Education Limited.
- Coates, J. (2013). *Women, Men and Everyday Talk*. London: Palgrave Macmillan.
- Coates, J. (2013). *Women, Men and Language: A Sociolinguistic Account of Gender Differences in Language (3rd ed)*. New York: Routledge Publishers.
- CRA. (2013). *County Budgets: 2013-2014*. Nairobi, Kenya: A Publication of the Commission on Revenue Allocation (CRA).
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. London: Sage publications Ltd.
- De Klerk. (1997). Expletives and Masculinity. *Johnson, Sally & Meinhof, Ulrike (eds)*, 144-158.
- Dornyei, Z. (2007). *Research Methods in Applied Linguistics: Qualitative, Quantitative and Mixed methodologies*. Oxford: Oxford University Press.
- Eckert, P. (2003). *Language and Gender*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Eckert, P., & McConnell-Ginet, S. (1992). Think practically and look locally :language and gender as community-based practice. *Annual Review of Anthropology*, 21:461-90.
- Edelsky, C. (1981). Who's got the floor? *Language in Society*, Vol 10 (3) pp. 383-421.
- Fraser, B. (1990). Perspectives on Politeness. *Journal of Pragmatics* 14(2), 219-36.
- Fromkin, V. (1971). The Non-Anomalous Nature of Anomalous Utterances. *Language*, 50-72.
- Garfinkel, H. (1967). *Studies in Ethnomethodology*. Engelwood Cliffs NJ: Prentice hall.
- Gee, J. P. (1999). *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method*. Psychology Press.
- Goffman, E. (1967). *Interaction Ritual: Essays on Face-Face Behaviour*. Garolen City, New York: Anchor/ Doubleday.
- GOK. (June 1996). *Catha Edulis (Miraa) : A Detailed Review focusing on Its Chemistry, Health Implication, Economic, Legal, Social, Cultural, Religious, Moral Aspects and Its Cultivation*. Nairobi: National Council for Science and Technology; NCST NO.40.

- Goldsmith, P. (1988). *The Production and Marketing of Miraa in Kenya. In Satisfying Arica's food needs (ed). R. Cohen, London: Lynne Rienner Press.*
- Goldsmith, P. (1994). Symbiosis and Transformation in Kenya's Meru District. *Symbiosis and Transformation in Kenya's Meru District. PHD Thesis University of Florida.*
- Goody, E. (1980). *Questions and Politeness: strategies in social interaction. Cambridge: Cambridge Press.*
- Grice, H. (1975). Logic and Conversation. In P. Cole, *Syntax and Semantics* (pp. Volume 3 pp 113-127). New York: Academic Press.
- Grundy, P. (2000). *Doing Pragmatics 2ed.* London: Arnold Publishers.
- Gumperz, J. (1982). *Language and Social Identity.* United Kingdom: Cambridge University Press.
- Habwe, J. (2010). Politeness Phenomena: A Case of Kiswahili Honorifics. *Swahili Forum, 17: 126-42.*
- Hassan, A. (2000). *Communication in Intercultural Discourse. Unpublished M.A. Thesis.* Nairobi: Kenyatta University.
- Heritage, J. (1984). Conversation Analysis and institutional talk: analysing data. Kwenye D. Silverman, & (ed), *Qualitative Research: Theory, method and Practice* (kur. 161-182). London: Sage Publishers.
- Heritage, J. (1984). *Garfinkel and ethnomethodology.* Cambridge: Polity Press.
- Hjort, A. (1974). *Trading Miraa: From School Leaver to Shop Owner in Kenya.* Lausanne: The International Council on Alcohol and Addictions.
- Hjort, A. (1979). *Savanna Town: Rural Ties and Urban Opportunities in Northern Kenya.* Stockholm: The International Council on Alcohol and Addictions.
- Hoffman, C. (1991). *An Introduction to Bilingualism.* New York: Longman Inc.
- Hutchby, I., & Wooffit, R. (2002). *Conversation Analysis: Principles, Practices and Applications.* Cambridge UK: Polity Press.
- Jambi, C. (2015). An Analysis of Politeness Strategies in Gikuyu: A Case of Thika Sub-County, Kenya. *Kenyatta University a Unpublished Thesis.*
- Jefferson, G. (1973). A case of precision timing in ordinary conversation : overlapped tag-positioned address terms in closing sequences. *Semiotica, 9: 47-96.*
- Jefferson, G. (1984). Transcription notation. Kwenye J. A. (eds), *Structures of Social Interactions.* New York: Cambridge University Press.

- Kennedy, J. G. (1987). *The Flower of Paradise*. Dordrecht: Reidel.
- King'ei, K. (2010). *Misingi ya Isimu Jamii*. Dar es Salaam: TUKI.
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology: Methods & Techniques*. New Delhi: New Age International Publishers Limited.
- Kress. (1985). *Linguistic Process in Socio-Cultural Practice*. Victoria: Deakin University press.
- Labov, W. (1966). The linguistic variable as a structural unit. *Washington Linguistic Review*, 3: 4-22.
- Labov, W. (1972). *Sociolinguistic Patterns*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Lakoff, R. (1975). *Language and Woman's Place*. New York: Harper & Row publishers.
- Leech, G. (1983). *Principles of Pragmatics*. London: Longman Publishers.
- Liddicoat, J. A. (2007). *An Introduction to Conversation Analysis*. London: Athenaeum Press Ltd.
- Meinhof, U. H. (1997). *Language and Masculinity*. Cambridge: Blackwell Publishers Ltd.
- Mills, S. (2003). *Gender and Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Milroy, L. (1987). *Language and Social networks*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Miriti, G. (2012). Politeness and Speech Accomodation in inter-cultural business negotiations: A case of Igembe and Somali miraa traders. Nairobi: unpublished thesis.
- Mukuni, D. M., Ileri, A. M., Nthiga, P. M., & Owili, F. A. (2016). The Social Function of Swearing in a Miraa Market Environment. *Arts and Social Sciences Journal*, vol 7 issue 2; 1000187.
- Newmann, A. (1982). *Elephant Hunting in East Equatorial Africa*. Bulawayo: Books of Zimbabwe.
- Patrick, P. L. (1991). The Speech Community. Kwenye P. T. JK Chambers, *Handbook of Language Variation and Change* (kur. pg 41-50). Oxford: Blackwell publishers.
- Phillips, A. (2007). *Multiculturalism Without Culture*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

- Ragin. (1994). *Constructing social research: the unity and diversity of method*. Thousand Oaks: CA, Pine Forge Press.
- Rice, A., Austin, J., & Gravina, N. (2013). Increasing Customer Service behaviours using Manager-Delivered Task Clarification and Social praise. *Journal of Applied Behavioural Analysis*, volume 42(3).
- Sacks, H. (1992). Lectures on Conversation. *Cambridge, MA, Blackwell*, 2: 32-66.
- Sacks, H., Schegloff, E., & Jefferson, G. (1974). A Simplest Systematics for the Organisation of Turn Taking for Conversation. *Language*, 50(4).
- Schegloff, A., & Sacks, H. (1973). Opening Up Closings. *Semiotica*, VIII,4 pages 289-327.
- Schegloff, E. A. (1987). *Between Macro and Micro : contexts and other connections*. In : J. Alexander et al., *The macro-micro link*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Schegloff, E. A. (2007). *Sequence Organisation in Interaction: A Primer in Conversation Analysis : Vol I*. Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Schegloff, E. A., & Sacks, H. (1973). Openings and Closings. *Semiotica*, 8: 289-327.
- Schegloff, E. A., Jefferson, G., & Sacks, H. (1977). The preference for Self-Correction in organisation of Repair in Conversation. *Language*, 53(361-82).
- Schiffrin, D. (1994). *Approaches to Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Schorro, H. X., & Steinegger, E. (1978). The phenylalkylamines of *Catha edulis* Forsk. The absolute configuration of cathinone. *Narcotics Laboratory Studies on the chemical composition of khat*, IX:1-11.
- Scollon, R., & Scollon, S. w. (2001). *Intercultural Communication: A Discourse Approach, 2eds*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Slade, D., & Thornbury, S. (2006). *Conversion: From Description to Pedagogy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stokes, R., & Blackburn, D. (2001). Breaking Down the Barriers using Focus Groups to research small and medium sized enterprises. *International Small Business Journal*, Vol 19(1) pages 44-67.
- Tannen, D. (1990). *You Just Don't Understand*. New York: William Morrow and Co. Inc.

- Trudgill, P. (1972). Sex, covert prestige, and linguistic change in the urban British English of Norwich. *Language in Society*, 1: 179-96.
- Ulimwengu, J. (January 3, 2015). *Barking Kenyans, begging Tanzanians: When is politeness not good for you?* Imechukuliwa toka The East African: <http://www.theeastafrican.co.ke/OpEd/comment/When-is-politeness-not-good-for-you/-/434750/2577230/-/item/1/-/hb1gwk/-/index.html>
- Walya , E. (1995). *Discourse Strategies in Banking Discourse*. Kenyatta University: M.A Thesis.
- Wardhaugh, R. (2006). *An Introduction to Sociolinguistics-Fifth Edition*. United Kingdom: Blackwell Publishing Ltd.
- Weatherall, A. (2002). *Gender, Language and Discourse*. New York: Routledge Publishers.
- Weir, S. (1985). *Qat in Yemen*. London: British Museum Press.
- West, C., & Zimmerman, D. H. (1975). Sex Roles, Interruptions and Silences in Conversation. Kwenye N. Henley, & Thorne, *Language and Sex: differences and Dominance*. Rowley: Newbury House. Cambridge polity press.
- Wodak, R., & Van Dijk, T. A. (2000). *Racism at the Top. Parliamentary Discourses on Ethnic Issues in Six European States*. Klagenfurt: Drava.
- Yieke, F. (2002). *Language and Discrimination: A study of gender and discourse in workplaces in Kenya*. Austria: Phd Thesis: University of Vienna.
- Yule, G. (1996). *Pragmatics*. New York: Oxford University Press.

KIAMBATISHO CHA WATAFITI

KIAMBATISHO 1: FOMU YA IDHINI

KIAMBATISHO 1: FOMU YA KUKUBALI KUSHIRIKI KATIKA UTAFITI

Tafadhali unaombwa kusoma maelezo yafuatayo kwa makini:

Jina langu ni **King'ang'i Judith Gakii** mwanafunzi wa shahada ya uzamili katika Kiswahili **nambari ya usajili AM12/33515/14** katika **Chuo Kikuu cha Egerton Idara ya Fasihi, Lugha na Isimu**. Ili kutimiza mahitaji ya shahada hii, sharti kufanya utafiti wa kiisimu utakaojishughulisha na kutaka kubainisha miundo ya mazungumzo baina ya wanabiashara wa miraa kutoka jamii ya Wameru na Wasomali. Mtafiti anachunguza kwa kina jinsi wanabiashara kutoka jamii hizi mbili hushirikiana na kufanya unyenyekevu katika mazungumzo yao. Kutokana na hili, naomba kibali chako cha kushiriki katika utafiti huu. Kushiriki kwako katika utafiti huu ni muhimu ili kupata habari na deta zitakazoniwezesha kuandaa tasnifu yangu. Naahidi kuwa habari na deta zote katika utafiti huu zitatumika kwa ajili ya usomi pekee. Naahidi kwamba habari zote utakazonipa hazitatumiwa kwa vyovyote vile dhidi yako, kiafya kijamii na kiusomi. Aidha, unathibitishwa kwamba hutatambulishwa kwa jina lako halisi bali utapewa jina la kikodi la utafiti ili kuhakikisha kuwa utambulisho wako halisi umesalia kuwa siri kwa manufaa yako. Aidha unahakikishiwa kuwa una uhuru wa kuamua kushiriki, kutoshiriki, kujiondoa katika utafiti wakati wowote pasi kulazimishwa. Una uhuru wa kuomba habari zako kutohusishwa katika utafiti bila kulazimishwa kutoa sababu zozote. Iwapo unakubaliana na kauli hizi, unaombwa kuweka jina lako, sahihi na tarehe katika nafasi iliyoachwa hapa chini kama idhini na ukubalifu wako wa kushiriki katika utafiti.

Jina.....,

Sahihi.....,

Tarehe.....

Iwapo utakuwa na maswali yoyote kuhusu utafiti huu, waweza kuwasiliana nami moja kwa moja:

Mtafiti mwenyewe: KING'ANG'I JUDITH GAKII – 0713-178-338

KIAMBATISHO 2: RATIBA YA UCHUNGUZI

MTAFITI ALICHUNGUZA YAFUATAYO NYANJANI

- a. Mwonekano wa muuzaji na mnunuzi- ni wa kabila, jinsia gani na anauzia nani kutoka kabila au jamii gani.
- b. Vituo na namna za kubadilisha zamu- Ni jinsia au watu kutoka kabila gani wanaochukua zamu nyingi au kukata kalima?
- c. Ukataji kalima, urekebishaji katika mazungumzo.
- d. Mikakati ya unyenyekevu inayozingatiwa- kwa mfano salamu, maneno mwafaka yenye kuonyesha heshima au unyenyekevu, vianzo, maagano, matumizi ya misamiati ya biashara.

KIAMBATISHO 3: MWONGOZO WA MAHOJIANO KATIKA VIKUNDI KIINI

Naazimu kupata habari za kweli kuhusu maswala ya lugha, ushirikiano na unyenyekevu baina ya wanabiashara wa miraa wa jinsia na kabila tofauti katika vikundi vyao. Katika kikundi kiini inatarajiwa kila mwanakikundi atashiriki kikamilifu na kwa hiari. Sharti kila mshiriki ampe mwenzake muda wa kusema maoni yake bila kukatana kalima. Maoni ya kila mmoja ni muhimu.


- a) Uhusiano wa wameru na wasomali katika biashara ya miraa.
- b) Lugha ya biashara ya miraa kama vile; ukataji kalima, urekebishaji, ubadilishaji zamu, maagano.
- c) Unyenyekevu ni nini na matendo yenye kuonyesha unyenyekevu kulingana na wanakikundi huwa yapi.
- d) Kukata kalima katika mazungumzo huwa na maana au matokeo yapi katika kuendelea kwa mazungumzo (maoni ya kila mwanakikundi yanatakikana).
- e) Lugha yenye matusi katika soko la miraa.
- f) Baadhi ya mambo ambayo mtafiti atakuwa ameyachunguza wakati wa kurekodi maingiliano ya moja kwa moja.
- g) Biashara ya miraa katika siku za usoni

KIAMBATISHO 4: KIBALI CHA UTAFITI KUTOKA NACOSTI


THIS IS TO CERTIFY THAT:
MISS. JUDITH GAKII KINGANGI
of EGERTON UNIVERSITY, 731-60600
MAUA, has been permitted to conduct
research in Nairobi County


on the topic: **MAZUNGUMZO KATIKA**
BIASHARA YA MIRAA:MFANO WA
UCHANGANUZI WA LUGHA BAINA YA
WASOMALI NA WAMERU MTAANI
EASTLEIGH, NAIROBI-KENYA

for the period ending:
4th December,2018


.....
Applicant's
Signature


Permit No : **NACOSTI/P/17/45108/20357**
Date Of Issue : **4th December,2017**
Fee Received :**Ksh 1000**





.....
Director General
National Commission for Science,
Technology & Innovation

CONDITIONS

1. The License is valid for the proposed research, research site specified period.
2. Both the Licence and any rights thereunder are non-transferable.
3. Upon request of the Commission, the Licensee shall submit a progress report.
4. The Licensee shall report to the County Director of Education and County Governor in the area of research before commencement of the research.
5. Excavation, filming and collection of specimens are subject to further permissions from relevant Government agencies.
6. This Licence does not give authority to transfer research materials.
7. The Licensee shall submit two (2) hard copies and upload a soft copy of their final report.
8. The Commission reserves the right to modify the conditions of this Licence including its cancellation without prior notice.

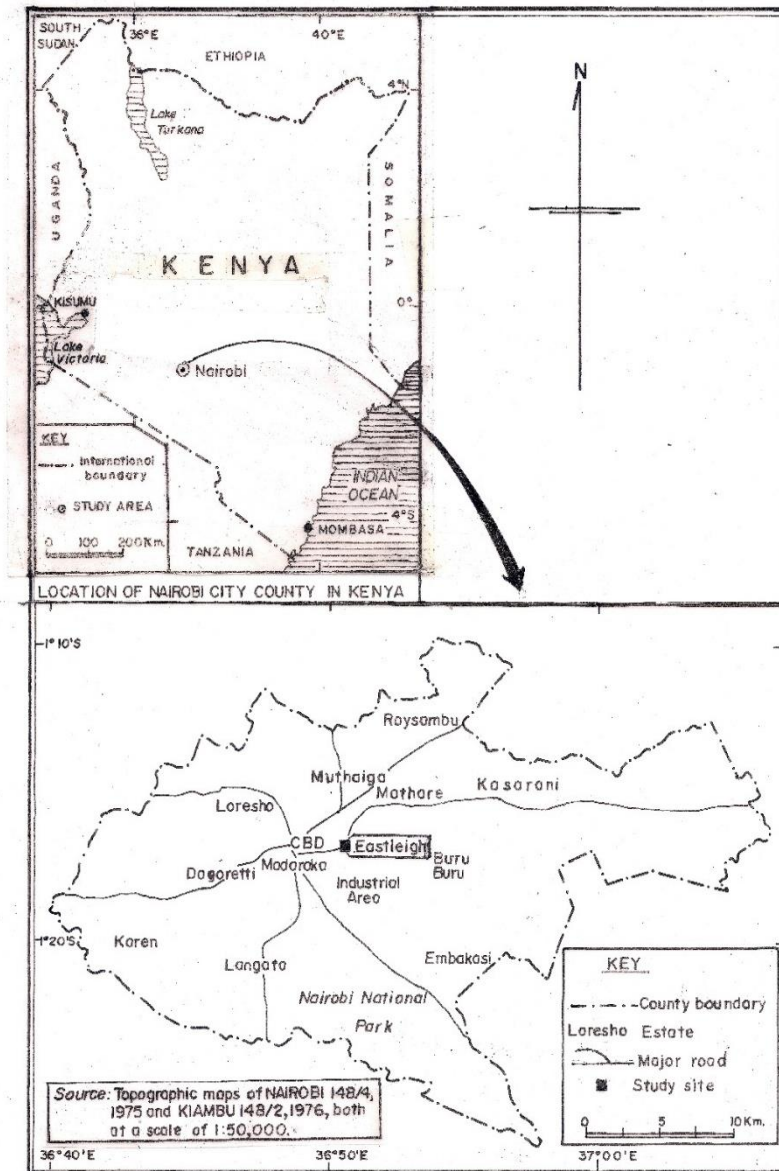

REPUBLIC OF KENYA


National Commission for Science,
Technology and Innovation

RESEARCH CLEARANCE
PERMIT

Serial No.A **16784**
CONDITIONS: see back page

KIAMBATISHO 5: RAMANI YA JIMBO LA NAIROBI, ENEO LA EASTLEIGH



Ramani 1: Eneo la Utafiti la Eastleigh

KIAMBATISHO 6: ALAMA ZA UNUKUZI

Zimetolewa katika Sacks, Schegloff na Jefferson (1984)

[] “paradesi” -ukataji kalima wa mzungumzaji na mzungumzaji mwenzake ama wazungumzaji wawili au zaidi wakizungumza kwa wakati mmoja

(**maneno**) -ufasiri katika Kiswahili

((**maneno**)) -maelezo ya ziada yaliyotolewa na mtafiti

(-)- tunukuzi isiyosikika vyema na haingeweza kuandikika.

___ “kistari kirefu” -mkatizo wa kauli kwa ghafla.

(-) “Kistari kifupi” - kituo kirefu

MM_Z1, MM_Z2... washiriki wa kiume wauzaji wa jamii ya Ameru

SM_Z1, SM_Z2 ... washiriki wa kiume wauzaji wa jamii ya Somali

MM_N1, MM_N2 washiriki wa kiume wanunuzi wa jamii ya Ameru

SM_N1, SM_N2... washiriki wa kiume wanunuzi wa jamii ya Somali

FS_Z1, FS_Z2... washiriki wa kike wauzaji wa jamii ya Somali

FS_N1, FS_N2... washiriki wa kike wanunuzi wa jamii ya Somali

FM_Z1, FM_Z2... washiriki wa kike wauzaji wa jamii ya Ameru

FM_N1, FM_N2... washiriki wa kike wanunuzi wa jamii ya Ameru

MM 001A,B,C MM 002A,B,C... washiriki wa kiume wa jamii ya Ameru

SM 001A,B,C, SM 002A,B,C... washiriki wa kiume wa jamii ya Somali

FS 001A,B,C, FS 002... washiriki wa kike wa jamii ya Somali

FM 001, FM 002... washiriki wa kike wa jamii ya Ameru.

Maandishi ya kiitaliki (k.m. *brother*)... maneno yasiyo ya Kiswahili

Maandishi yaliyokolezwa (k.m. **alisema**)... mifano iliyodondolewa kwenye tunukuzi

xxxxxx... zilitumika kubana jina halisi la duka au wazungumzaji maalumu walioitwa kwa majina yao.

KIAMBATISHO 7: TUNUKUZI YA DETA

SM_N= msomali mwanamme mnunuzi, **SM_Z**=Msomali mwanamme Muuzaji
MM_Z=mmeru mwanamme muuzaji, **MM_N**=mmeru mwanamme mnunuzi
FS_N=mwanamke msomali mnunuzi, **FM_Z**= mwanamke mmeru muuzaji, **MTF**= mtafiti
A,B= Vikundi viini

MAZUNGUMZO a

((Ni katika barabara ya 8th mtaani Eastleigh katika duka la xxxxxx, ni mwendo wa saa kumi , MM_Z1a yuko dukani akivipanga vifurushi vya miraa SM_N1a anafika na mazungumzo yao kuanza. Baadaye wateja SM_Z2a, SM_N3a, SM_Z3a, SM_N6a, FS_N1a wanafika na mazungumzo mengine kuendelea))

1. SM_N1a : ebu shika hii miraa bwana
2. SM_Z2a : ((ananyamaza huku akiichukua miraa iliyokataliwa na mteja SM_N1a))
3. MM_Z1a: ((akimweleza muuzaji sm2kwa kimeru)) a mende kamukulu kaugwikumiria ka kathoania kakona miraa imiega kushinda iji (Mende kwani haka kamzee kanakuringia, kanadhani katapata miraa mizuri kuliko hii mahali pengine)
4. MM_Z1a: kii i kinamba 2 isaak aurire rwarii kana?,,,akikagua ..aiii (hii ni namba 2 isaak amenunua leo?
5. SM_N3a : **murume**[^]
6. SM_Z1a: ((wakizungumza kwa lugha mama na sm_N3))
7. MM_Z1a: ((akimzungumzia sm_Z1 kwa kimeru)) (*Miraa endia kali wee bwana*)miraa uza ghali leo wee bwana
8. SM_Z1a:((akimkabidhi mm_Z1 noti la elfu moja... akimwambia SM_N3a kwa Kisomali)) ..Leta mia tano
9. MM_Z2a:
kibuanene ni bira xxxxx akwendenderia ba rasta (inafanana na ingine baariu anauzia kina rasta)
10. MM_Z1a: *ibuo kinya ba baariu bena ikari?* (hata kina xxxxxx wako na miraa inakaa hivi?) ((akitoa kijiti kimoja))... kamole, (matusi)
:ontu muntu uu aramena iji toyo miraa imiega saidi ya ira ya igoro (huyo jamaa anakataa miraa leo na vile ni mzuri kuliko ya jana)
11. MM_Z1a: ka murume (shika mzee)
i. mukuru akwona miraa -mzee amepata miraa?
12. MM_Z2a: //bado
13. MM_Z3a: ingia// ingia ingia
ingia iko
14. SM_Z2a: Toka hapo toka hapo wewe

15. Mm1a:
[toka,shuka hapo wewe]((simu yake inalia, akiwa anazungumza kwa simu))..sawasawa baba, sawa aye..)
16. Mm2a: [amepata?
17. :{[Eeh ameipata sahi, ingepotea tu
18. Mm1a: Hapana haingepotea hata ingeachwa kwa peter
19. :((Mm1a akifungua sanduku la kuhifadhi pesa na kusaka ndani)) Sina change mimi bwana... kabuasa! Kabuasa! tafuta tano mbili hapo nje kwa nanii
20. Mm2a: Sipati tano mbili mimi (.)
21. Mm1a: [Aa wewe tafuta pesa ya kumrudishia mteja bwana .. unataka tumrudishie customer nini wewe^..
22. Sm4a: Miraa mzuri?^
23. Mm3a: [sana (.)
24. Sm4a: [miraa mingi]
25. Mm3a: [kabisaa]
26. Mm2a: Hawa wanasema hakuna change ...
27. Mm1a: Sasa unasema nini wewe...si utafute mahali pengine. Unadhani hatutapatiana change ama? unakaa kama mshamba wewe? Si utafute change kwingine? Unakaa aje kama maasai wewe..
28. Mmz 4a: habari yenu? Niaje ?
29. Sm5a: Ananiah!
30. Fs1a: niPatie, ..((sauti iliyolegea))
31. Mm1a: ((akimzungumzia Mm3 kwa Kimeru)).. tikau kamuka kangii aria nako tikau).. ndio hako kamwanamke kako kengine ongea nako
32. Mm1a:Niatia miraa ikari ii indi (Hii miraa inakaa aje hii sasa)
33. Mm2a: mbia ikura bwana..(change imekosekana wewe..)
34. Mm1a: sasa wewe unaniambia nini...
35. Fs1a: gitongaa...
36. Mm1a: eeh
37. Sm2a: Gitonga!mamboo
38. Sm6a: Gitosh!
39. Mm3a : Sema boss..
40. Sm1a: (baada ya kusubiri hela yake kwa kipindi kirefu)...Mambo gani hii...
41. Mm1a: kwani weewe..
42. Fs1a: [wewe shida gani (kwa hasira) eeh...
43. :Kwani iko shida gani...((aki))
:niuzie miraa mzuri((akizungumza kwa sauti ya chini.))
44. Mm3a: ngoja niwashe taa mum
45. Fs1a: Niuzie miraa wewe
46. Mm1a: [Unataka nini wewe..
: ((ka unenkere shoka ii yite bwana))..shika umpe shoqa huyu aende bwana..

47. Mm_Z3a: aa hapana ombaa..
48. Fs_N1a: Pande gani.. niuzie miraa wewe
49. Fs_N1a: sitaki hiyo, nataka rangi ya hii...
50. Mm_Z3a: [Hautaki rangi ya hiyo... unataka rangi ya
...
Fs_N1a: [nataka rangi ya green..
51. Mm_Z3a: Unataka green? Green (nipee nyingine ya
green-akimzungumzia mm_Z1)
52. Sm_N6a: -hey!kuna nyingine tena?
53. Mm_Z3a: {[Aa ulikuwa unataka hapa?
54. Sm_N6a: [eeh..
55. Mm_Z3a: [aii Pole pole nilikuwa nahudumia mama hapa
sikuwa nimekusikia mimi..
56. :[(Mm_Z3a akizungumzia mm_Z1)) Muka arienda ya green
baba, nachanuki akarigara uyu nakumenya uu akuga.. (huyu
mwanamke anataka ya green baba, amechanuka sana, anaelewa
anachokisema)
57. mm_Z1a: Munenkere inya shurba inene... (mpe shurba
kubwa kubwa hata)
58. Mm_Z3a: [eeh icio nkwenenda kumunenkera (eeh
ndizo nataka kumpa hata.. hizi tano
59. :Ithano itigana (tano haitatosha..)
60. Fs_N1a: [lete...((anachukua na kuanza kuikagua))
61. Mm_Z3a: ((akizungumza peke yake))Miraa sahii
wakikataa kuweka shurba 20 sahii atajichomea
62. mm_Z1a: Lete mia mbili bwana ...
63. Sm_N6a: [ai hakuna ingine baba..
((akihifadhi pesa kwenye sanduku la pesa))
64. Fs_N1a: ..nitafutie miraa mzuri..
65. Mm_Z3a: [ai mimi sina miraa nyingine mama..
66. mm_Z1a: [akizungumza kwa kimeru..rekana na
kamuka kaa ka nthu kaa(achana na haka kamama kamwenda
wazimu haka)
67. Sm_N6a: tafuta mamiti mzuri. Leta mamiti..
68. Fs_N1a: Gitonga niuzie miraa mzuri
69. Mm_Z1a : [Hakuna miraa nyingine
70. Fs_N1a : [Na si ndio hii]
71. Mm_Z1a : [Gani]
72. Fs_N1a : [si ndio hii]
73. Mm_Z1a : [aa Si umekataa hii
74. Fs_N1a : [Patia
hiyo
75. Mm_Z1a :ka ukathanie kabuasa (shika ukapatie
kabuasa)..((anakabidhiwa nyingine))
76. Mm_Z1a: nani ameleta mia tano yake huku?
77. :Nani alimpa yule mzee change ya mia
tano?((akiuliza wanunuzi waliosimama kwenye dirisha))
78. Sm_N7a: miraa iko? Akiuliza kutoka mbali
79. :giza kia ngiri lete, harakisha..
80. :miraa gitonga..
81. Mm_Z1a :pius enderia uju miraa(uzia huyu miraa)

82. sm_N7a : madam songa weee
83. _____ :[leta na harakisha please
84. _____ :wariah hakuna miraa?lete miraa na harakisha please kuna kazi nyingi sana leta
85. _____ :wee madam songa weee ((akimzungumzia FS_N1))
86. _____ :harakisha please wee..
87. sm_N8a: leta shamba ya maana ...shamba ya maana leta..
88. _____ :leta...leta miraa warrior lete miraa
89. Sm_Z2a: miraa mimi siuzi..
90. Mm_Z1a: Maongezi ya kando(nukwona kinya mende atikwenda umwenderia... gutiri ukwenda umwona.kuru ii guti muntu uticie waa bwake. Ontu igoro naracokerie miraa ugoro na akugite ekirwe. (Unaona hata mende hataki kumuuzia? Kila mtu hataki kumuuzia kwa sababu ya ujinga wake. Huyu ni mbwa huyu, hakuna mtu anataka kumwona. Kama jana alirejsha miraa masaa ya usiku na alikuwa amesema awekewe)
91. mm_Z1a: [wee nini wewe miraa gani wewe]
92. sm_N7a: [giza]giza mzuri kilo moja lete..
93. mm_Z1a: si umerudisha?
94. Sm_N7a: leta kilo mzuri. Tafadhali.
95. _____ :Iko Kazi mingi...wewe iko na mchezo eeh
96. mm_Z1a: [wee shika
97. _____ :Wariah hakuna miraa?
98. FS_N1a: kangeta mzuri iko? Eeh gitonga
99. [Ngapi?
100. Sm_Z2a : [Bushka..
101. FS_N1a: weee gitonga ongea?
102. Mm_Z1a :Eehh
103. Sm_Z2a: wee toka katikati. Weee..Leta miraa nikufungie..
104. Mm_Z2a: weee mwarabu.. mburi ciaku ciwiritue mno. Wee mbuzi wako wamefurahi sana wakati huu
105. Mm_Z1a: Mburi cia maana ii thaii eeh (hawa mbuzi wa maana sana hasa wakati huu wa mvua..)
106. sm_N7a: wariah hakuna miraa?lete miraa na harakisha please kuna kazi nyingi sana leta
107. Mm_Z3a: shika.. do you want this? (Unataka hii?)
108. mm_Z1a: ka aregere kugura na aguraa uju? (Kwani amekataa kununua pale huwa ananunua huko 12?)
109. Mm_Z3a: uriku? (Nani?)
110. mm_Z1a: kiasa ki kiwitia miraa kii.. (mjinga huyu anayeitisha miraa)
111. _____ :Aukinya njira aita ii? (Amekasirika akaenda eh?)
112. Sm_N7a: ((baada ya kukagua miraa kwa wakati mrefu anaondoka bila kuinunua)) mazungumzo yanakamilika baada ya dakika 10

MAZUNGUMZO b

((Ni katika barabara ya 10th, mtaani Eastleigh masaa ya aduhuri baada ya miraa kuwasili katika duka la xxxxx. Muuzaji Mm_z5b anapanga miraa yake kabla ya mnunuzi Sm_N8b kufika na kumkabidhi pesa . Mm_z5b anashangaa kwa sababu pesa ambazo amepewa na Sm_N8b ambazo ni kidogo ikilinganishwa na miraa ambayo anataka. Mazungumzo yao yanaanza na kuendelea kabla ya wanunuzi wengine Mm_z6 na Sm_N9b kufika.))

1. Mm_z5b: wariah hii ni pesa ngapi?
2. Sm_N8b: [Nipatie mimi miraa yangu
3. Mm_z5b: [nikupatie nini?,nikupatie miraa?, hii ni pesa ngapi?
4. :unaota ama? :[wewe uko na wazimu?
5. Sm_N9b: [wewe nipatie yangu basi(.)nipatie yangu
6. Sm_N8b: sawa wewe kula miraa yako basi peke yako.twende basi.Huwezi ukatupatia ya mia nane? Mimi mia nane niko nayo sasa.
7. Mm_z5b: Mimi siuzi miraa mimi
8. Mm_z5: ni nini?
9. Mm_z6b ((akimweleza Mm_z5)) anataka shurba mbili tu huyu
10. Mm_z5b: si umpe basi ...
11. Mm_z5b: si umpe ndio hii?
12. Mm_z5b: [mpe hizo..
13. Sm_N8b: kitu kama hiyo. Gawa mara mbili sasa..
14. Mm_z6b :((akitaka kuifunga)) hapo ndio uchumi imetufikisha
15. Mm_z6b: [Aii ..nyinyi mmezidi..
16. Sm_N8b: [nani? sisi?
17. Mm_z5b: [eeh nyinyi
18. Sm_N8b: [sisi hapana zidi.
19. Mm_z5b: [Miraa bei imeshuka halafu aii]
20. Sm_N8b : [Ni huyu tu.. Sio mimi mzee..]
21. Sm_N9b : eti unasema nini wewe, Eti mimi sina pesa.
22. :Kwani ni ajabu kuwa hakuna pesa?]
23. Sm_N8b: [Sina pesa..mwambie tu
24. Sm_N9b: [nini wewe unaongea nini wewe.. shoga wewe
25. Mm_z6b : [Si maajabu kutokuwa na pesa bwana
26. Mm_z5b : huyu hajaM//
27. Mm_z6b : Si ajabu
28. Sm_N9b :Sasa mimi nimemwambia niko na mia tatu yeye iko na mia tano.. mia nane quarter utupimie mimi na yeye
29. Mm_z6b: Sasa mnaona mnaniingiza kwa mambo ingine ya kuwaongezea shurba moja?
30. Sm_N9b: [Na mimi sina pesa ingine...:Sasa nifanye nini... Nianze kushikashika watu wanapita kwa barabara?
31. Mm_z6b: [eeh
32. Sm_N9b: [Leta quarter tukule pamoja mimi na yeye, mia nane chukua

33. Mm_Z5b: miraa ya mia nane huwezi pata baba
34. Sm_N9b na Sm_N8b: ((wanabadilisha msimbo na kuzungumza kwa Kisomali))
35. Sm_N8b: mzee, niwekee yangu basi..
:nipatie hiyo yangu basi..
i. .. :sawa?
36. Mm_Z6b: Sasa mtagawana shurba moja basi muende
37. Sm_N8b: nipe karatasi basi..
38. :Chukua...mpe ndizi nyinyi
39. Sm_N9b: [Patia mimi shurba moja kubwa
40. Mm_Z5b: [sina shurba moja]
41. Sm_N9b: [Iko]
42. Mm_Z5b: [hakuna!]
43. Sm_N9b : [Mia tatu?]
44. Sm_N8b : baada ya kufungiwa yake[Mpatie hata moja tu bwana
45. Mm_Z5b : [Hakuna bwana]
46. Mm_Z5b: si wewe ume...:Akimgeukia na kumuuliza mm6.Ni igana omunenkera? (Umempa ngapi kwani?)
47. Mm_Z6b: {tatu..
48. Mm_Z5b: [halafu:[iu yuutiwa irie u? Hiyo inabaki michache ifanyiwe nini?
49. Sm_N9b: wapi ile inabaki wapi?:wapi ile inabaki sasa
50. Mm_Z5b : [Hakuna ingine baba...:Ongea na master akupatie shurba moja kula..
51. Sm_N9b: [eeh
52. Mm_Z5b: Ongea na master akupatie shurba moja kula..
53. Sm_N9b: ((akijaribu kumwita Sm_N8 ambaye tayari ameshaenda)) Umeambiwa unipatie shurba moja.
54. Mm_Z5b: ((akimwita Sm_N8 kwa sauti)). Wewe patia kusmoja wewe...:Wewe... mpatie moja
55. Sm_N9b: wewe kuja bwana..wewe wariah
56. Mm_Z6b: ((akimsemesha Mm_Z5 kwa kimeru)) enderia uju shurba yeke imwe ira akwenda aite (muuzie basi shurba yake moja ambayo anataka aende basi)
57. Mm_Z5b: shurba iriku...aaa.. kwanza urabamenyererie tabia imbii muno.. riu ringi uribua muntu eja akwira umwenderia nusu ya shurba.(shurba gani anataka.. kwanza watu umewazoesha tabia mbaya sana siku hizi. Siku nyingine utasikia mtu akija hapa anasema niuzie nusu ya shurba sasa)
58. Mm_Z5b: gutiri..miraa niranjiririe kura nawe (acha, miraa imeanza kukosa sasa... ngoja tu! Utaona.)
59. Mm_Z5b: muthanie tu nuntu miraa niingii (mpe tu kwa maana miraa ni nyingi kwa sasa.
60. :Miraa iruku yiingii etera wone uu yitite kuura. Utikwona uu yutuwa speedi.. (miraa gani iko nyingi. Ngoja tu kidogo uone vile inaenda kuwa mingi. Si unaona vile inaisha spidi)
61. Sm_N9b: [Shurba kubwa basi uzia ... tafadhali

62. Mm_Z5b : [Sasa unaongea nini tena Kuso na wewe
 63. Sm_N9b: shurba kubwa nataka mimi.. tafadhali
 64. Mm_Z5b: munenkere kubwa (Mpe hyo kubwa basi)
 :Lete ((akichukua pesa)
 65. Sm_N9b: Nataka hiyo uko nayo wewe.((akipewa kisha anakagua kagua))leta ile umenipatia kwanza.: Hakuna kitu unaongeza?
 66. Mm_Z5b :Bwana tuheshimiane Kuso na wewe bwana (ananyamaza na kuondoka)
 67. Mm_Z6b: Huyu ena thina imbii huju..kwi ntuku ancumburire mwaka ndatura ndamutia ni (huyu ana tamaa sana. Kuna siku alinisumbua hadi nikatoka mimi nikamwacha)

MAZUNGUMZO c

((Ni katika barabara ya 12th, masaa ya aduhuri baada ya miraa kuwasili katika duka la xxxxxx. Muuzaji Mm_Z7c yupo dukani kabla ya Sm_N10c kuwasili. Anambidhi Sm_N10c miraa. Sm_N10c anashangaa ni aina gani hiyo ya miraa ambayo anapewa. Mazungumzo yao yanaanza na kuendelea.))

14. Sm_N10c: wariah wariah wariah ni nini ni nini hii vitu unanipatia hii miraa
 15. Mm_Z7c: eeh
 16. Sm_N10c: hii baree:Eh hii miraa
 17. Mm_Z7c: Eti nini:wewe unaongea nini wewe
 18. Sm_N10c: ((Akikagua kagua miraa))
 19. Mm_Z7c: Lete hiyo uko nayo kwa mikono hiyo nimekuchagulia. Ile imelala mbaya zaidi ndio nimekuchagulia
 20. Sm_N10c: [mbona inaka kama baree imelala?
 21. Mm_Z7 c: [eeh imelala sana.
 22. Sm_N10c :Eeh hyo ni kama imelala,:Inaka ya jana, ya leo,
 23. :((Akifungiwa na mm7 kifurushi kimoja alichodhirishwa nacho kwenye gazeti. Na kutiliwa kwenye mfuko wa plastiki.))
 24. Mm_Z7c: unataka karatasi ngapi leo
 25. Sm_N10c: Hapana leo mimi sitaki nyingi. Mimi nataka karatasi moja tu.
 26. Mm_Z7c: shika. ((Akimkabidhi sm11 ajifungie kifurushi chake cha miraa mwenyewe))
 27. Sm_N10c: Hapana. Wewe ndio utajua utafunga vipi. Mimi sijui.
 28. Mm_Z7c: wewe ndio utazoea kujifungia sasa
 29. Sm_N10c: eeh.Mimi nitazoea kuzishikashika.nitazoea.Next time mimi nitajifungia

mwenyewe. Hakuna haja nikusumbue mimi daddy.. nitazoea tu.

30. Mm_z7c: akiichukua miraa kutoka kwa sm11 na kuanza kuipanga ili amfungie
31. Sm_N10c: nimeishika vizuri eeh. Nimejaribu,
32. Mm_z7c: na vile umeishika kama mtu anafunga mandazi au nini. Miraa unashika vizuri, sio kufunga ikilegealegea
33. Sm_N10c: oooh miraa unashikanisha hivi kwanza eeh halafu unaweka eeh
34. Mm_z7c: Hata mgomba ukiishika wewe si itaisha yote?
35. Sm_N10c: okey
36. :Unashika vizuri eeh. Kumbe miraa haitaki pole pole.
37. Mm_z7c: lakini inataka kutolewa polepole
38. Sm_N10c: Kuna siku nilikuwa na miraa kwa mfuko nikidhani miraa iko kumbe ni maganda iko tu... iliisha kitambo (akisimulia kichekesho)
 - a. ((kisha anaondoka. Mazungumzo yanakamilika baada ya dakika 6.))

MAZUNGUMZO d

((Ni katika barabara ya 12th mtaani Eastleigh katika duka la xxxxxx, ni mwendo wa saa kumi, MM_z8d yuko dukani akivipanga vifurushi vya miraa SM_N11d anafika na mazungumzo yao kuanza.))

1. Mm_z8d: Sema my brother (sema ndugu yangu)
2. Mm_z8d: hii miraa mzuri kabisa
3. Sm_N11d: haina maji?
4. Mm_z8d: Hapana haina maji hata
5. Sm_N11d: haiya haiya haiya
6. Mm_z8d: Kwani unataka miraa kavu?
7. :Hii iko na maji?
8. :Wewe iko meno si ndio?
9. Sm_N11d: aa hii ni safi
10. Mm_z8d: Mbili?
11. Sm_N11d: Nifunge hii moja eeh.
12. Mm_z8d: Haya sawa Engineer. Sawa brother (sawa ndugu)
((mnunuzi anaondoka))

MAZUNGUMZO e

((Ni katika barabara ya 10th mtaani Eastleigh katika duka la xxxxxx, na mwendo wa saa kumi na moja hivi. MM_z9e yuko dukani akihesabu pesa fulani kwa sauti baada ya kukatiza usemi uliokuwa ukiendelea kati yake na MM_z10e. SM_N13e anapofika tu, MM_z9e anamwagiza MM_z10e amletee miraa ya *Kangeta*. Mazungumzo yao yanaendelea))

1. Sm_z12e: Ati^
2. Mm_z9e: akihesabu 352 (elfu saba)

3. : Miraa ya Gm imeenda?
4. SM_N13e: Lete Murithi kangeta hapo,lete hiyo.
5. : Lete lete
6. SM_Z12e :aa sema wariah..
7. SM_N14e: Nataka miraa mzuri kabisa..
8. : Lete miraa mirefu
9. MM_Z10e: ndio ilienda ya kwanza
10. MM_Z9e : Sawa. Ooh
11. ((SM_N13e na SM_N14e wakizungumza kwa kisomali))
12. SM_N13e : leta gazeti((anafungiwa miraa yake kisha anaondoka))
13. SM_N14e:mimi //nifungie yangu
14. Mm_Z9e : unaenda wapi wewe Kwenda
15. SM_N13e: Murithi
16. MM_Z9e : eeh
17. SM_N13e: ni mbili amechukua// Quarter mbili Moja na moja
18. MM_Z9 e: wewe wacha haramu// wewe]
19. SM_N13e: aa wewe wacha wewe bwana
20. SM_N14e: //hii ni halali bwana]
21. SM_N13e: hii ni halali angalia..
22. MM_Z9e: ((akimkaripia SM_N14)) wee kaa huko bwana..
23. : Kaa na miraa mbali huko sawa?
24. SM_N13e: Murithi.
25. MM_Z9e : Mimi najua, naona wewe unajua maana ya miraa wewe
26. SM_N13e: Miraa kama dawa
27. MM_Z9e: Haya sawa baba aye
28. :((Akizungumza kwa simu)) Kilo mbili giza?
29. : Sawa sawa baba
30. SM_N14e: Mirithi
31. MM_Z9e: mh
32. SM_N13e: Mimi bado ninakungoja
33. MM_Z9e:Unaningojea kwa nini?
34. SM_N13e: Ili miraa mzuri unipatie
35. MM_Z9e: Na hiyo uko nayo ni nini?
36. SM_N13e: Ebu pia wewe shika uangalie hata wewe
37. MM_Z9e: Hiyo ni miraa ya maana hata mimi najua
38. SM_N13e: Ebu shika angalia hata wewe
39. MM_Z9e: Naangalia nini
40. SM_N13e: Wewe ndugu yangu, angalia wewe mwenyewe
41. : Hata wewe mwenyewe hukuli hii hata nikikupatia
42. MM_Z9e: sikuli kwa nini miraa yangu yote
43. :((Akizungumzia mnunuzi mwingine wa miraa aliye kando ya MM_Z9e)) wewe, huyu hapa ndio anatoatoa miraa, acha niangalie kwake
44. ((Mnunuzi akikana madai kuwa ana miraa))mimi sina miraa
45. MM_Z9e: Wacha na miraa((kwa sauti iliyojaa kutahadharisha))

46. :((Akizungumza na mnunuzi mwingine SM_N14 ambaye ameingia dukani akiwa na fujo na haraka nyingi))wewe wacha haraka wewe!
47. SM_N14e: mimi tunaenda tu
48. MM_Z9e: Unaenda [wapi?]
49. SM_N14e: [Kazi]
50. MM_Z9e: [Unaenda].
51. SM_N14e: [Eeh]
52. ((SM_N13e na SM_N14e Wakikagua miraa na kuzungumza kwa kisomali))
53. MM_Z9e: Walahi Mungu moja walahi ni elfu moja mia tano
54. MM_Z9e: Lete
55. :[miraa wewe!]
56. SM_N13e: [Ngoja]
57. MM_Z9 e: Lete miraa wewe
58. SM_N13e: Ngoja basi wariah wewe
59. :((kwa mzaha))Iko hapa
60. MM_Z9e: Baba tafadhali tuheshimiane ndugu yangu//SM_N14 Sorry sorry//
61. MM_Z9e: //Heshima ni kitu mzuri. Baba tafadhali, tafadhali, tafadhali nakuomba . Nakuambia heshima ni mzuri,
62. SM_N14: eh ni mzuri
63. MM_Z9e: basi enda baba tafadhali. Enda ndugu yangu. ((SM_N14e anatoka dukani na kuondoka))
64. MM_Z9e: Lete miraa wewe!
65. SM_N13e:Eeh wewe shika
66. : Aya Murithi kuja unifungie hii miraa shika
67. ((Akifungiwa na mwingine.))
68. SM_N13e: Nifungie na gazeti yote sasa
69. : Murithi nipatie karatasi yangu sasa. Nipee karatasi mbili
70. MM_Z9e: Wewe acha, karatasi mbili hapana.Hii tabia mmefundishwa huko 12 ya karatasi mbili hapana.
71. SM_N13e: wee acha, nipee karatasi ((akipokea karatasi mbili))
72. SM_Z12e: Usiguze miraa yangu tafadhali. Please, noo tusikosane
73. ((SM_N13e akimkabidhi MM_Z9e noti la shilingi elfu moja))
74. SM_N13e: Murithi, unauza pesa ngapi hii,
75. MM_Z9e : Unanipatia pesa ngapi hii,
76. : Mimi nauza miraa 12,((1,200))
77. SM_N13e :Sasa mimi niko na mia saba
78. MM_Z9e : Enda ukanunue mia saba. sitaki hiyo mimi.
79. MM_Z9e: *Giza achana nayo wewe chukua kangeta wewe bwana. Ukiona hiyo ni nyingi ((1,200))...*
80. :ai acha bwana Nimesikia XXX akisema. Sio mimi

81. MM_Z9e: Achana basi nayo basi baba. Achana na Giza nunua kangeta basi.
82. SM_N13e: Hapana
83. : Aki Mungu moja
84. MM_Z9e: Acha kuniambia Mungu moja.wewe ndiye unauza.Sasa wewe ndio unaona utaniambia bei. Kwenda basi
85. :Wewe ndio unaona uniambie
86. SM_N13e: Wacha kuharibu customer bwana gitonga
87. MM_Z9e: Si kuharibu
88. SM_N13e: Wewe unaharibu
89. MM_Z9e: Chukua kangeta achana na giza basi
90. SM_N13e: Shika
91. MM_Z9e: Nishike nini siwezi chukua. Siwezi chukua. Siwezi
92. :Chukua kangeta achana na giza
93. MM_Z9e: Basi chukua wewe mwenyewe basi kwa nguvu
94. SM_N13e: Hapana sio nguvu
95. MM_Z9e: Hii haiwezi hata ukiimba. Hata uende pale uimbe wimbo wa kisomali siwezi
96. MM_Z9e: Unaunuanga pesa ngapi
97. :Aki mungu moja
98. MM_Z9e: Unanunuanga pesa ngapi? Acha kuniambia mungu moja.
99. SM_N13e: 1200
100. MM_Z9e:na hii
101. SM_N13e: ((giza)) 2400
102. MM_Z9e : 2400 kwa nani?
103. : Basi achana na giza chukua kangeta
104. SM_N13e: Hapana
105. MM_Z9e :Basi acha
106. :Mimi nimekataa pesa yake.
107. SM_N13e: Murithi wewe ndiye unanisumbua.
108. MM_Z10e: Yako si pesa. Pesa yako inanuka.
109. SM_N13e:Pesa yangu inanuka sivyo? Wewe utaona kama utanipata hapa kesho
110. MM_Z9e: Tuma wewe utoke kwa nyumba
111. : Xxxxxx toka upeleke nuksi(usumbufu) zako huko. Kisirani wewe
112. ((SM_N13e Anaondoka.))
Maongezi ya kando ((MM_Z9 watu kama hawa ni wezi hawa, wanaweza wakakuchanganya hadi miraa ipotee. Na ukiuzia wane kama hawa utachoka sana akili))

MAZUNGUMZO f

((Ni katika barabara ya 8th mtaani Eastleigh katika duka la xxxxxx, na mwendo wa saa kumi unusu hivi. SM_Z1f yuko dukani akikagua na kupanga miraa iliyoletwa. MM_N1f. Anawasili. Anataka kuchukua miraa ambayo alikuwa amelipia kisha akaondoka. Mazungumzo yao yanaanza na kuendelea)

1. SM_Z1f: Kitambo si amenunua kwako?
2. :Wee kwenda huko wewe.
3. :mkundu yako>>
4. Smz1f: Hii ni biashara ee...
5. MM_N1f : ((Mnunuzi mwingine akiingia)) ((Akicheka)).. hata hajalipa
6. Smz1f : aa weewe
7. MM_N1f: Ikwega (salama)
8. SM_N1f: *fyam* (salama)
9. Mm_N1f: Hata hii inatosha ((karatasi ya kufungia miraa))
10. Smz1f: Ni ya watu tofauti
11. MM_N1f: Weka yote tu kwa hii moja
12. :Ninaweza nikawithdraw?
13. Smz1f : Ee
14. MM_N1f : Mbona hukuwa unanikumbusha wewe...
15. Smz1f : Ee ni sawa sawa baba. Asante. Welcome lakini sawa?
16. : Karibu karibu ee baba ee ...
17. : Sindio kila siku mimi nakuona..ee
18. : Gikundi ni *Mutonyakwe* (ndugu wa kiume)mimi ni msomali sawa?
19. :Sawa sawa *mukuru* (*Mzee*)?
20. MM_N1f: Ee?
21. Smz1f: Gikundi kwako ni *mutanonyakwe* (ndugu wa kiume)mimi ni msomali ee
22. : yeye ndiye anasema hata ukikata hamsini, unapata hata risasi..
23. : na hata si wewe peke yako, miraa inauzwa hivyo kila mahali sivyo?
24. :Eeh kweli*2
25. :ee sawasawa baba
26. :aa Mimi hata sijakuongelesha mbaya

27. :Sawa?
28. :ee sawa sawa boss ((MM_{N1f} anaondoka))
((mazungumzo yao yanakamilika))

MAZUNGUMZO g

((Ni katika barabara ya 12th mtaani Eastleigh katika duka la xxxxxx, na mwendo wa saa kumi na moja hivi. MM_{Z1g} yuko dukani na amemaliza kuuuzia mteja mmoja ambaye yuko karibu kuondoka. SM_{N1g} anawasili na kuona miraa aliyouziwa mteja aliyetangulia. Anauliza MM_{Z1g} amuuzie miraa kama hiyo na ndipo mazungumzo yao yanaanza na kuendelea.))

1. SM_{N1g}: Leta giza kama hii
2. MM_{Z1g}: eeh
3. SM_{N1g}: Leta giza kama hii :Mimi sioni miraa mizuri
4. MM_{Z1g}: Eeh
5. SM_{N1g}: sioni miraa mzuri
6. MM_{Z1g}: kula kangeta achana na giza
7. SM_{N1g}: Aki!
8. MM_{Z1g}: eeh
9. SM_{N1g}: Leta ingine bwana, hii mimi siwezi: achana na hii bwana mimi siwezi
10. MM_{Z1g}:hii ni ngumu((akichukua kijiti kimoja kutoka kwa kifurushi alichokuwa akimwonyesha muuzaji na kuanza kutafuna))
11. :Tafuna miraa kwanza, huwezi kuangalia miraa kwa macho na useme ni ngumu
12. MM_{Z2g}: hata hii ni safi sana
13. MM_{Z1g}: hii ni ngumu?miraa migumu inakaa hivi?:Hiyo siyo ngumu.
14. SM_{N1g}:Tafuta ingine..
15. MM_{Z1g}: Tafuna miraa kwanza(akimpa vipande vichache vya kutafuna) :huwezi kuangalia miraa kwa macho na kusema miraa ni ngumu..
16. SM_{N1g}: Ni Ngapi? :Miraa ni ngapi?
17. MM_{Z1g}: ((Akimwona mteja kwa umbali))Mzee hajji! Habari?

18. SM_N2g: Salama sana:Ebu niwekee quarter moja mzuri nakuja
19. MM_Z1g: Sawa Hajji
20. SM_N1g: iko ukame si unaelewa?: eeh najua. Ukame iko kila mahali
21. MM_Z1g: 2700 leta
22. SM_N1g: 2700 mingi, mingi sana
23. MM_Z1g: Hapana si mingi brother:Sahii mambo ni ngumu, ngumu sana
24. SM_N1g: 1500 mimi iko nayo
25. MM_Z1g: Aaa huwezi sema hivyo my brother. 1500 kidogo sana:()((baada ya kuzungumza na wauzaji wengine kwa dakika moja)): Wariah umeamua aje:(Kwa sauti ya chini)Elfu mbili leta na usiseme nimekuuzia hiyo bei
26. MM_Z1g: ((Akiwaeleza wauzaji mwenzake MM_Z2:))Mukuru narie miraa rwarii ni ntina ngui nayo ni (acha mzee atafune miraa leo, mimi sina shughuli nayo)
27. MM_N1g:Utina miraa rwarii? (hakuna miraa leo?)
28. MM_Z1g: Ntina muraa yungi no yumwe njira ii (sina miraa hata moja upande huu)
29. MM_Z1g: Miraa ukona imiega murume endu etera muntu uju ete (miraa mizuri utapata lakini subiri huyu mtu aondoke).
30. SM_N1g: Xxxxxx ni hivyo? Ni xxxxxxxx?
31. MM_Z1g: Wee hapana nani anaitwa xxxxxx hiyo pesa imeenda kwa kikuyu wewe bwana
32. SM_N1g: itarudi tu. Sawa lakini?
33. MM_Z1g: Eeh ni sawa. Tutaonana siku ingine Mungu akipenda eeh
34. SM_N1g:Eeh sawa((huku akiondoka))
((mazungumzo yao yanakamilika))

MAZUNGUMZO h

((Ni katika barabara ya 12th mtaani Eastleigh katika duka la xxxxxx, na mwendo wa saa kumi hivi. MM_Z1h yuko dukani. SM_N1h anaita kutoka mbali kwa utani. Mazungumzo yao yanaanza na kuendelea.))

1. SM_N2h: Patrick Lumumba, nipe quarter
2. MM_Z2h: Sema askofu, wewe ni askofu kweli? Wewe imani yako ni ya pastor
3. :Imani kidogo eeh
4. SM_N2h :Hii imani ya mapastor ndio inatusumbua sana...
(Mazungumzo yao yanaendelea kwa dakika zingine tano))

MAZUNGUMZO j

>>> ((Ni katika barabara ya 8th mtaani Eastleigh katika duka la xxxxxx, na mwendo wa saa kumi unusu hivi. SM_N1j anafika dukani huku ameshikilia miraa aliyonunua mahali pengine. Mm_Z1j anauliza SM_N1j ampe aione kwa lengo la kutaka kujua aliitwa wapi. Hapo ndipo mazungumzo yao yanaanza na kuendelea.))

4. SM_N1j: ((anafika dukani huku ameshikilia miraa aliyonunua mahali kwingine. Mm_Z1 anamwomba ili aiangalie.))
5. Mm_Z1j: si wewe ni rafiki yangu?
6. SM_N1j:ee
7. Mm_Z1j: si ndio?
8. SM_N1j: Ee
9. Mm_Z1j: na hii umetoa wapi?
10. SM_N1j:acha stori nyingi wewe
11. Mm_Z1j : Huyu wewe ametoa upande gani?
12. SM_N1j: nimwekwambia acha stori nyingi
13. Mm_Z1j: nakuuliza umetoa 8th ama 12th?
14. ((Maongezi ya kando huku akikagua miraa))
15. Mm_Z2j: leo ni siku ya timu bry eeh
16. Mm_Z1j: ee oo leo ni siku ya timu kubwa ee?
17. Mm_Z1j ((akimzugumzia Mm_Z2j kwa lugha ya kwanza)) aaa i miraa e nguvu. Ina aumite na ii? (aaa hii ni miraa ya nguvu sana. Ametoa wapi hii?)
18. SM_N1j: Unafanya miraa yangu nini?
:eti unafanya namna hii[
19. Mm_Z2j: yaani atigwitikia (yaani haamini)
20. Mm_Z1j :Eti nafanya namna gani?

21. : pole. Pole.
22. SM_N1j: wewe mzee wewe.
23. : wewe ongezea[kidogo acha mambo ya pole.
24. Mm_Z1j: pole.[
25. SM_N1j: ongezea] wewe acha mambo ya pole. Kwani pole ni msichana kwa kitanda?
26. : ongezea.
27. Mm_Z1j :baadaye baadaye..((akimkabidhi SM_N1 miraa yake))
28. SM_N1j: Na uache wasiwasi wewe.
29. :Sawa baadaye baadaye mzae.

((SM_N1j anaondoka))

KIKUNDI KIINI A

1. MTF: Ningependa kujua vile mahusiano yenu huwa baina ya wasomali na wameru[
2. SM001A: [Hata kama unaniuzia miti mbaya]. Hata kama natoka huko Meru kwa kukula kioski na nimekuta mmekea chini nimeanza kukula miraa... na kama mimi haijanibamba, lazima nimtusi huyo mtu....
3. JIBU LA WENGI:ee
4. MM001A: Kila matusi haikuwangi kwa ubaya. [Hiyo matusi
5. SM002A:[Si ubaya... hapo hakuna ubaya
6. MM001A: Mimi hukuanga side ya kutukana lakini haikuwangi kwa ubaya
((kicheko cha wote))
7. MM001A: Jamaa amekupatia pesa yake nyingi ukampatia tuvitu au tumiti tundogo umfungie hata akikutukana hakuna ubaya hapo.
8. SM001A: Eee hakuna ubaya hapo...
9. MM001A: Na tena haishiki. Mkiongea vizuri kama watu wanauziana nini, haitashika hiyo miraa. matusi isipokuwa .. hapo kazi hakuna.
10. SM002A: Pia yeye lazima mwenye ananunua atukanane
11. MTF: mbona?

12. SM002A: Anaona hiyo kutukanana si kitu..
13. MM001A: Kwanza uulize huyu ni customer yangu..
lazima mtu atukanane kila saa
14. MFT: na mtu hachukulii kama...
15. JIBU LA WENGI: aaa hapana
16. SMM003A: Kesho pia niko hapo kwa hapo nakwambia
kumamako jana ulinipatia miraa aina gani?
((wote wanacheka))
17. SM003A: Unasikia? Hapo hakuna kitu...
18. MM002A: Haikuwangi matusi ya roho mbaya. Saa
ingine inakuwa for fun.
19. SM001A: haikuwi kwa roho mbaya ama nini...
maanake ni kwa mdomo tu... ni kama anaenjoy
20. SM001A: Hapo ni kama unaenjoy tu sister!
21. MTF: Lakini ni kama ni sawa kweli?
22. MM001A: Hakuna mwenye huchukulia kama ni offence
23. SM002A: Cheki hakuna kufanya hivyo kwa mtu wowote
24. SM001A: Hakuna kitu unaweza ukafanya bila. Hakuna
kuomba. Lakini yule mtu hajui anaweza fikiria mambo
mbaya
25. JIBU LA WENGI: Ee ni kweli
26. MM001A: mtu anayesimama kando hawezi elewa kile
mnafanya...
27. SM002A: Anaweza dhani hata watu hawa wanapigana
ama nini! Watadhania hivyo
28. SM001A: Unasikia sisty? Hiyo ni biz yetu
29. MTF: Lakini lugha ya wanaume na wanawake
hufanana, au ni tofauti na ya wanawake?
30. JIBU LA WENGI: ni same ! ni same!
31. MM003A: Kwanza wamama ndio wanatukanana zaidi
32. SM001A: Hao kwanza ndio wako na matusi
hapa((akiashiria kwenye midomo))matusi yao!...
33. SM002A: "Ayee si utupatie miraa mbwa wewe!"
wanasema hivyo

34. MTF: Je wanapokuja kununua, huja na kutanguliza kuongea kwa salamu kama mambo-poa n.k.?
35. SM002A: Hakuna kawaida hapo, customer akikuja kwangu aanze hizo story za mambo, habari za watoto, najua hana pesa.
36. MM002A: Hiyo ni ya kuuza nguo ama vitu zingine, ama anakuja kukopa
37. SM001A: Huyo ni mtu hana shilingi, hana pesa
38. MM003A: Huyo ameamua hiyo siku kukopa
39. MM001A: Huyo mtu hana pesa. Mtu ako na pesa anakuja anagonga meza na kukwambia, Mbwa niuzie miraa, na siombi!
40. MTF: Na hiyo ndiyo kawaida yenu?
41. JIBU LA WENGI: Ee ni kawaida kabisaa
42. MTF: Lakini huo ni unyenyekevu kweli?
43. MM001A: Ee ni unyenyekevu ya ajabu
44. SM002A: Wamezoea. Ni tabia yao yaani.
45. SM001A: Pia sisi (wanunuzi) tunajua ni kawaida na tuko sawa
46. MM001A: Hakuna mtu huchukulia au husikia vibaya
47. SM003A: Mahali mtu huwa hatukanani mtu huwa haendi, mahali mtu ataenda kununua na kukaa tu na hatukanwi, miraa haitashika
48. MTF: Je kuna mpangilio kweli katika mazungumzo ya kuuza miraa?
49. JIBU LA WENGI: eeee
50. MM004A: Kuna mpangilio kwa sababu akiuliza ni pesa ngapi nami nitamjibu. Lazima nimuulize unataka ngapi, anachukua miraa anakagua, akiipenda anakwambia kama ni $\frac{1}{4}$ ama ni $\frac{1}{2}$ unamfungia
51. MM003A: Anataka giza ama kangeta ngapi kwanza,
52. SM001A: Maswali iko, unataka kiasi gani, miraa gani?
53. SM003A: Unataka shurba moja moja, mbili..

54. MM001A: Hata bei mnanegotiate..
55. SM001A: Hata bei ni kuamua..
56. MTF: Je mnaweza mkasemaje kuhusu uhusiano wa Wameru na Wasomali? Je ni miraa pekee inawaunganisha?
57. SM001A: Iko vitu mingi sana... kila kitu! Kila kitu!
58. MTF: Miraa ikijaondolewa siku moja, uhusiano wenu utaendelea ama utakatika?
59. JIBU LA WENGI: Aaaaa sioni..
60. MM001A: Itakuwa lakini itakuwa hostile
61. SM001A: Iko, uhusiano iko
62. MM003A: Wengine ni watu wazuri sana. Kuna urafiki sio miraa pekee...
63. MM004A: Ukisikia msomali akiongea, utasikia uhusiano yao na wameru unafaa usikie... ukiletea msomali pesa yao kwa miraa, nao wameru wanapeleka pesa yao kwa duka kununua manguo. Kwa hivyo hawawezi kukosana, kwa hivyo ni mandugu
64. SM003A: Lakini ikiwa the factor ni miraa inawaunganisha in one way or the other
65. MTF: Miraa ikijaondolewa?
66. SM002A: Inawafanya kwanza waunganike kuwa kitu kimoja na wakaanishe pamoja
67. MM001A: Bila miraa mimi sioni kutakuwa na uhusiano na msomali wowowte. Miraa ndio catalyst. Kwanza huku Eastleigh
68. SM001A: Kwanza ukienda huko Meru, huko town ya Meru, unawaona Wasomali wengi sana vile wanakaanga na kuishi
69. MM004A: Uhusiano wa mmeru na msomali huenda ukaendelea hata kama miraa haiko, lakini kitu kubwa ni juu ya miraa
70. MM001A: Urafiki ulianza juu ya miraa hata kama siku hizi imekuwa kawaida... ilianza juu ya miraa

71. MTF: Miraa ilianza kuuzwa na wameru na wasomali lini hivi?
72. MM002A: Tuseme 1950,60 huko
73. MM001A: Kumaanisha hakukuwa na biashara ... imeevolve kama biashara zingine.. biashara imeanza kuwa recognised kitu 1970. Miraa ilianza kuuzwa Eastleigh peke yake na watu wachache. Lakini Wasomali wanunua siku hizi hadi kwa mashamba. Anakodisha shamba, anunua miraa na kutafuta watu wa kuchuna hadi iende sokoni. Lakini kwa hii yote, lazima akuwe na wingman mmeru.
74. SM001A: Lazima, lazima awe na mmeru wa kumsaidia.
75. MM001A: Lakini msomali ndiye ako na pesa yako ya miraa kwa mfuko na ... zamani ilikuwa mpaka Mmeru awape hadi miraa ya kupeleka Mogadishu...
76. SM002A: Kila mtu ako na mtu wake. Kama ni msomali, ako na mmeru wake.
77. SM003A: Lakini biashara imechange sana, si kitambo sana, inflation imeaffect kila biashara. Hakukuwa na kuuza chini ya kilo. Nusu haikuwa inauzwa, ulikuwa ununua kilo kama shilingi 500, 600 lakini sahihi ni maelfu. Giza ilikuwa inauzwa 600 kilo. Na kila mtu angeafford
78. SM002A: Siku hizi ni shurba. Kuna time hata hatukuwa tunajua mambo ya shurba na quartre. Kilo tu ndio ilikuwa inauzwa. Hata nusu ilikuja hivi karibuni. Ilikuwa inauzwa makilo tu
79. MM001A: Unawauzia kilo wanaenda kukatana huko mbele. Lakini siku hizi hata shurba moja unauza, ama mbili
80. MTF: Mbona watu wengine hurusha pesa? Je, huo ni upole kweli?
81. MM001A: Yaani kurusha haikuwani rudeness. Kwa miraa hiyo si rudeness

82. SM002A: Wanakuanga wamezoeana. Ni kuzoeana. Haikuwangi rude. Kama ni mara ya kwanza yake kununua kwako, atakupea kwa mkono na kwa heshima.
83. SM005A: hakuna hiyo
84. MM001A: Lakini kama mmezoeana na customer wako wa kila wiki ambaye hata akiwa mbali anakupigia anakwambia umwekee miraa basi hata kurusha pesa si mbaya
85. MTF: Nikagundua kuwa wameru wamejifunza maneno ya lugha ya kisomali, na wasomali wakajifundisha maneno ya kisomali
86. SM002A: Ee ni ukweli. Kwa mfano nikikuja dukani niambie xx "leta maanka poa wewe." Na ni mmeru, ataelewa kwa sababu anajua maanka ni miraa tamu
87. MTF: Mbona watu wa tribe moja hubadilisha lugha na kutumia lugha yao ya kwanza wanapokuwa wakinunua? Ni ili wale wengine wasisikie?
88. SM002A: ee ni ukweli. Ni ukweli
89. MM001A: Saa ingine ni kwa sababu kuna customer hajui Kiswahili au Kiingereza sasa itabidi ujifunze majina mbili tatu za kisomali kwa sababu ako na pesa yake alipie kitu anataka aende
90. MTF: Lakini mbona wengine nilisikia wakiitana nywele ngumu wakirejelea wameru? Huo si ukabila?
91. JIBU LA WENGI: aaaaaa hapana haikuwangi kwa ubaya
92. :Aaaa hiyo ni utani tu... hapana
93. MM002A: Hiyo si matusi, ni kama kuita mtu mkono mmoja-mkono mmoja juu ako na mkono mmoja. Hiyo ni culture yao. si kwa ubaya na sio matusi. Inakuwanga brutal honesty.
94. MTF: Mbona wanawake wakikuja kununua wankuja na mlango wa nyuma badala ya mlango wa mbele?
95. SM002A: Wengine hawataki kununua pamoja na watoto wao, wengine hawataki kuonekana na brother,

- sister,baba au watu wa familia yake. Wengine hawataki kuonekena na watu wao juu ya legacy
96. MTF: Si kwamba mwanamke hapaswi kununua?
97. JIBU LA WENGI: Aaa hapana. Huwa inategemea na duka gani
98. SM002A: Yaani ni nafsi yake, wanaona wasionekane na uncle, cousin, watoto au watu watamchukulia vibaya. Lakini kuna wengine hawaogopi mtu wowote na anachukua kama wanaume wengine
99. MM001A: Wananunua kwa duka ambayo hawajulikani na wananunua kutoka mbele ama aulize kama kuna mahali fulani hapo auziwe...atumane
100. SM004A: Kama anaona ni aibu kuonekana, atakwambia kwa kinjaro umsundie (umfichie)
101. MTF: Si mambo na dini au gender?
102. MM001A: Si mambo na gender au dini, kuna wanaume wengine hujificha pia
103. SM002A: Wanaume wengi wanakulanga kama wamejificha, ama anasimama kwa gate na anajua utajua anataka nini
104. MTF: Nilidhani huenda wanawake wa Kisomali hawapaswi kuchew?
105. SM002A: Wameru hata ndio hawachew. Wasomali huchew kwanza sana
106. MM001A: Hakuna mtu huwakataza wa kimeru kutafuna, lakini hawatafunangi
107. MTF: Sijaona wanaume wa Kisomali wakiuza miraa kwa wingi.
108. SM002A: Huwa wanauza Alele lakini si wengi. Hata ukienda Somali 95% ni wanawake ndo wanauza. Wanawake ndio huuza sana. Utawapata wanawake wengi kuliko wanaume. Business ya miraa haiwezi kutembezwa na wanaume. Wanawake ndio huweza kuuza sana. Nimeenda hata Somali pale miraa inatumwa na inauzwa. Wamama ndo

wanauza huwezi ukapata wanaume kwa sababu wanaume watatafuna yote na hawatauza hata! Wamama wako na discipline.

109. MM001A: Hakuna mtu huwaambia wasiuze, wanaume,
110. MTF: Wanawake wakija kununua na kuuza huwa wamerelax tu ikilinganishwa na wanaume
111. MM003A: Mostly wanawake wa Alele hawakujangi kununua first time, kuna mama anapiga simu anawekewa anakuja kuchukua tu. Hakuna kuongea. Si kama wanaume. Halafu bei ni fixed si kama hii ya kuja kuongea(kunegotiate) kama ni 1000 ni 1000. Yaani ingine unaweza kunegotiate. Ni tofauti.
112. MTF: lakini wanaume nimeona wanauza mingi na wanauzia ndani ya nyumba na wanawake wanauzia nje. Kuna tofauti?
113. MM001A: Ni kama kuuza nguo ya karatasi na ya mtumba kwa open market. Quality si moja. Inamaanisha kama unaafford kulipa space ya kuuzia wewe uko na kitu ya maana.
114. SM002A: Yaani duka na yule wa nje, wa nje anatafuta watu wa kugonga na miraa mbaya.
115. MTF: Lakini bado wako na customer wao bado? Wameru hununua kwa wanawake wa kisomali?
116. MM003A: Wameru hutafuna miraa si quality, hawezi akaenda kununua miraa quality. Ananunua veve ya mia tano. Lakini hanunui mbaya
117. SM002A: Wasomali wa Alele hununuliwa na watu hawakuji kila siku, huwa wanalipa hata per month. Yaani wanawake wanakupatia deni unamlipe hata mwisho wa mwezi.
118. SM005A: Kwa duka mara nyingi lazima ulipe cash, hata ikiwa ni deni itafika mahali isimame baada ya siku kama mbili. Mwanamke huwezi ukacheza na kazi yake kwa hivyo lazima ulipe deni yake

119. SM002A: Wasichana wa Meru hawajawahi kuwa washiriki wa miraa, maybe wapike chai ya kutafunia. Hakuna mtu ashawahi kuelewa ni kwa nini ...wao hupika tu chai ili wapate pesa. Tena hii biashara haitaki uchukulie kila kitu mtu anasema ni ukweli. Juu wanawake huwa wanasumbuliwa na opinion za mdomo na ukae juu jamaa atakuja akutukane akutukane na ukose kukasirika. Wanawake hukasirika ovyo so hawawezani na kuuza miraa kama wanaume
120. MM001A: kwa duka mara nyingi unafaa ulipe cash, hata ikiwa ni deni itafika mahali isimame baada ya siku kama mbili. Lakini mwanamume huwezi ukacheza na biashara yake.
121. SM002A: Lugha yao ni tofauti sana na yetu. Hiyo yao haina lugha ya kutukanana. Atauza ni kama anakukatiana ni kama anamgeuzia Kiswahili. Ni ukweli yake kuwa anakuangalia na zile macho na uchukue miraa mbaya na pesa mob. Mwanamume kwa upande mwingine, unamwangalia mpaka akupee kitu unataka na kwa pesa unataka.
122. SM004A: Dame kabla auze miraa, watauza lakini watu watachoka na hiyo miraa haraka. Siwezi ambia dame vile naweza nikaambia mwanamume
123. MM001A: Plus siwezi kumwambia miraa yake ni mbaya na vile ananiangalia na macho zinakaa sijui aje sexy((kicheko kutoka kwa wengi.))
124. Jibu la wengi: eeeh inakuwanga hivyo ((kicheko tena cha wengi))
125. MM005A: Ni hivyo tu watu wanaongea. Ni hivyo tu...

((Mjadala ulikamilika baada ya saa moja. Mtafiti aliwashukuru wanakikundi kwa mchango wao katika kuufankisha utafiti wake.))

KIKUNDI KIINI B

1. MTF: Je, mnaweza mkasema nini kuhusu uhusiano wa wameru na wasomali katika biashara ya miraa?
Je uhusiano wenu ni wa ndugu-ndugu au ni biashara ya miraa inawaunganisha?
Hilo ndilo swali la kwanza ambalo ningependa tulijadili leo
1. MM001B: Ebu rudia swali tena
2. MM003B: Tunaweza tukasema hiyo biashara ndio factor kubwa ile imewashikanisha. Lakini si yote kwa sababu kuna biashara nyingine ndogondogo zile zinawaunganisha kama vile za nyumba, za manguo, za usafiri pia zimewaunganisha. Lakini miraa ndio ile main
3. MTF: Na miraa ikijaondolewa, tunaweza tukasema kuwa mipaka ya wameru na wasomali ni hii.. kiutangamano?
4. MM001B: No uhusiano wetu na wasomali umeanzia kwa miraa. miraa ndio pioneer. miraa imekuwa msingi wa uhusiano wetu. Haya mambo mengine yamekuja yamepata uhusiano ambao umejengwa na miraa. kwa hivyo hata miraa ikijaondolewa leo, uhusiano unaweza ukaendelea lakini utakuwa umedidimia.
5. SM001B: Lakini hauwezi ukadidimia kabisa juu kuna wale hata wameoana. Kuna wasom wengi sana wenye wameoana.
6. JIBU LA WENGI: eee kuna wengi sana ambao ni wasomali wameolewa na wameru
7. MM002B: Kwanza wengi wameoana wale wanakaa maua. Wengi sana.
8. JIBU LA WENGI: hata sisi tunapanga kuona wasomali bado..((kicheko))

9. SM001B: Eee inakuanga hivyo
10. MTF: Kwa hivyo uhusiano wa Wameru na Wasomali si ule tunaweza kusema ni wakulazimisha bali huwa automatic
11. MM004B:Eeh huwa ni automatic kwa sababu kama ungekuwa wa kulazimisha haungekuwa umekaa huo muda wote
12. MTF: Je mnaweza mkasema nini kuhusu lugha katika biashara ya miraa? Kwa mfano mimi nimegundua kuwa saa nane saa tisa hivi eastleigh huwa iko standstill. Watu wote wanaenda Pumwani kungoja miraa na kuna heka heka nyingi tu.
13. MM004B: Generally miraa kutoka kwa shamba huwa ni vigorous. Wale wa kutransport nao wana wanakuanga hivyo hivyo na masaa yao, wa kungoja pia wako na masaa yao , wa kupeleka mtu wa kukula hivyo hivyo.. hadi miraa itemwe.
14. MM001B:Ee mpaka ifike mahali pake yaani
15. MM002B: miraa haina polepole, miraa inachunwa haraka, ipelekwe kwa magari haraka, magari ikuje haraka, itolewe kwa magari haraka na inunuliwe kwa haraka
16. MM004B: Generally miraa iko na hiyo tabia ya kukua vigorous sana
17. MTF: Je, tunaweza tukasema kuwa hiyo biashara vile inafanywa chapchap ndio inasababisha robust language use?
18. SM002B: Unajua hiyo ni kama kawaida kwa sababu ni kama na ikitoka hukomiraa inahitaji haraka. Kutoka kwa shamba, juu inaharakishwa kwa shamba, pia utakuwa unaharakishwa kuchuna, ukitoka huko, pia inapelekwa kwa gari mbio, nayo gari inaondoka mbio inaleta hapa,nao customer ambao wanaletewa,wataacha kazi zingine ili wakuje hapa haraka na hawataki kuwastiwa

- time ili watoke mahali hapo. Haraka haraka iko kila mahali. Kwa hivyo generally ni kazi ya haraka haraka.
19. MTF: Hii haraka haraka inaletwa na nini?
 20. MM003B: miraa ni kitu inaharibika haraka. Miraa, Quality ya miraa inaendana na time zake. The more miraa iko fresh, the more iko na quality mzuri.
 21. SM002B: ee the more iko fresh. Ndio maana unaona, usipoipeleka haraka hata ifike jioni na iwe haijharibika, haitakuwa na the best quality kama ile ilifika mapema. Miraa vile imetolewa tu kwa shamba na vile itapelekwa hadi ifike mahali itakuwa inapelekwa haraka ndio itakuwa na quality the best.
 22. MM003B:Miraa ikilala inachange hata taste.
 23. SM002B:Ee inachange taste kabisa. Hata ikifika late,huwa imechange taste.
 24. SM001B:Na kuna mwenye pia anatakanga ikiingia tu mapema, achukue haraka,aanze haraka, ndio amalizane nayo haraka ndio aende kulala mapema. Juu wengine kesho yake wako job na kitu kama hiyo.
 25. SM002B:Ee juu kuna wengine wako na kazi za serikali hivi, kuna mahali wengine wanafanya kwa maorganisation hivi..
 26. SM003B:Kuna pia ujeuri mwingi sana wa watu katika miraa
 27. MM003B: ee kweli naturally kwa miraa kuna kaviolence unique
 28. SM003B:Lakini mara nyingi huwa inadepend na customer
 29. MM003B: Miraa ni unique kwa commodities zingine. Ukiuza vitu zingine unabembeleza customer, unafanya etc lakini kwa miraa, mwenye anauza na mwenye ananunua wote hawabembelezanangi...
 30. MM002B:Wote wanatukanana..

31. SM001B: ee ujeuri wa miraa unaanza kwa roots, ukikuja hata kwa shamba, wakati mtu anachuna, utasikia mtu ameenda polepole unaskia amepewa tusi kubwa, wewe nini na nini wewe harakisha.. juu hata kwa gari bado matusi iko.. wewe nini nini panga miraa haraka..
32. SM002B: Ee lazima umtusi ili afanye haraka.. ni kama unamharass hivi, hakuna mambo ya polepole...
33. MM003B: Ee miraa ikiwekwa kwa gari lazima ujeuri uko.
34. MM001B: Hata wakati wa kutoa kwa gari.. ujeuri uko.
35. SM001B: Na hata customer mwenyewe akiuziwa anatusiwa bado, na yeye pia atusiana kwanza anakuja anabang meza..
36. SM003B: Lakini mara nyingi huwa inadepend na customer. Unajua customer mpya hauwezi ukaanza tu kumtukana. Hapana. Mpaka muwe mmezoeana. Lakini mtu mmezoeana naye, unaweza ukamtukana.
37. SM001B: lakini eeh inadepend na customer. Customer mpya atakuja tu auziwe poa, hivyo hivyo.. lakini kama mimi xx anaweza akanitukana na mimi pia nimtusi... ((kicheko))
38. MM002B: Lakini mtu sijui siwezi nikamtusi...
39. SM002B: Lakini sikiza, kila mtu anaconsumingi miraa huwa anajua nikienda kila mahali lazima nitusiwe hata nikiwa mgenia au si mgeni
40. MM003B: Lakini kuna wale ambao hawatusiwi
41. MTF: Lakini tunaweza tukasema kuwa lugha ya wanaume na wanawake inafanana au inatofautiana kwa kiwango chochote kile?
42. SM002B: Ee tunaweza tukasema tofauti tu ni kidogo. Unajua wanawake hawasimamangi hapo kwa mlango
43. MM001B: ujeuri ikifika kwa upande wa wanawake inapungua kwa maana hata wao wenyewe wakati wanakuja

kununua miraa, hawakuji na ujeuri ule, kwa maana biashara yenyewe imechukuliwa kama ni ya wanaume na hata wanunuzi wengi ni wanaume

44. MTF: Basi mbona wanawake wanakuja kununua wakitumia mlango upande wa nyuma?
45. SM003B: Wengine huwa hawataki kuonekana..
46. JIBU LA WENGI: Ee ((kicheko)) wengi huwa hawatangi kuonekana.
47. MTF: Kwani kuonekana kuna nini?
48. SM003: aa unajua shida yao, mara ingine unaweza ukapata wanaume ndio wamejaa kwa dirisha na mwanamke huenda ni mmoja au wawili. Sasa yeye ni kama hataki kusimama na hao wanaume au wanaume wale wako nje wanapelekwa sana sasa yeye anataka kuingia ndani ili aongee na muuzaji polepole au kwa utaratibu.
49. SM001B: Inaweza kuwa vevye yeye ameingia ndani, kuna mtu wowote hata wasomali wengine, kuna wenye hawatakangi wajulikane kama wanakula miraa. Sasa akikam anaweza akaingia ndani au na mlango wa nyuma au akuonyeshe ile anataka. Au pia asimame mbali huko kwa gate aambie mtu leo anasikia kukata na anatuma mtu amchukulie kwa sababu hataki wasomali wengine wajue. Inakuwanga hivyo yaani hawataki waonekane ka anakula miraa. Wengine pia hupiga simu ili waletewe miraa hadi kwa nyumba. Bora tu wasijulikane wanatafuna. Lakini kuna wale pia wanakam direct tu kama wanaume na hata hawaogopi mtu wowote tu kama wanaume na wanasema lete miraa! Kama wanaume tu!
50. MM003B: Lakini hiyo inalingana sana na tribe za kisomali. Kuna wale wanajua kuwa tribe zao ziko hapo na anaogopa aonekane nao, na wale hawatakangi kuonekana na watu wao. Lakini kuna yule, anajua kuwa hakuna mtu anamjua hapo kwa hivyo atakuja anunue tu, na kuna either wale hupewa za kujisaidia na miraa ni

kitu ya starehe na akionekana ukinunua hatawahi kupewa tena kwa hivyo lazima aingie ndani ili anunue au aingie na mlango wa nyuma.

51. SM001B: Lakini kuna wale wananunua na pesa yao so haogopangi mtu wowote
52. MM003B:Eeh wale wako independent hawaogopangi mtu
53. SM001B: Na bado inaweza kuwa ni vile tu ako na heshima yake na hataki aonekane, yeye binafsi yake kwa sababu yeye ni mwanamke lakini hataki aonekane akinunua miraa
54. MTF: Si dini, power au religion inafanya wafanye hivyo?
55. SM002B: Sisi dini yetu ya kiislamu vile inasema ni mwanamke na mwanamme si equal. Hatuko sawa. Hatutoshani. Mwanamke ni 50 na mwanamume ni 100. Yaani hata tuseme wakoseane mwanamke akujiwe, watu wa hiyo familia yake watalipwa si same, kama ni dame watapewa 50, na kama ni chali 100.
56. MTF:Sasa tunaweza kusema kuwa ni dini inaleta tofauti hiyo?
57. SM001B: Ee dini ya kiislamu ni hivyo,mwanaume ni first level. Na mwanamke anakuja nyuma.
58. MM002B: Lakini pia wanaume hawatambuangi macustomer wanawake sana. Kwa upande wa kununua ni mwanamume ako na buying power kuliko mwanamke.
59. MM001B: Pia mwanamume akiamua kununua atakuja hata kesho, lakini mwanamke atakuja mara moja kwa wiki au hata asikuje.
60. SM001B: Na hata akiolewa na chali saa ingine anaambiwa aachane na miraa na anawacha miraa.
61. Jibu la wengi: ee Inakuwanga hivyo saa
62. MM004B: Sasa utapata kuwa, macustomer wanaume ndio wanatambuliwa sana

63. MTF: Wanaume wanatumbuliwa kwa sababu ya consistency?
64. MM003B: Ee either kwa kuuza na kununua sasa
65. MTF: Lakini niligundua kuwa wanawake wengi wa Kisomali ndio wanauza miraa na sio wanaume?
66. MM003B:Ee wasomali.. lakini wasomali wengi hawanunui kwa wanawake!
67. MTF: Mbona?
68. SM001B:Upande ya business ya wasomali, yaani upande wa miraa,wanawake ndio wako top. Vile wanawake wanatembeza siku hizi vyenye iko, vile wanawake wanatembeza hiyo miraa, mwanaume hawezi tembebeza. Vile ile doh ataingiza chali hawezi ingiza hivyo.
69. MM001B:Chali atakula
70. SM001B:Ee chali atakula veve..
71. MM003B:Ee lakini kwa msomali na mmeru, msomali atachagua mmeru kwa sababu ya ile notion ya mmeru ndiye anajua miraa poa
72. SM01B:Lakini msomali hatatoboa kwa
73. MM001B: Lakini hata mwanamke aweke miraa hapo nje, wale wengi wasomali watachagua kuuziwa na mmeru. Wengi..si kusema ni wote lakini
74. SM003B: Hata wenye wanatuma miraa Somalia wengi ni wanawake ndio wako na hiyo job
75. MM001B: Ee wengi
76. SM001B: Ee kwanza siku hizi,
77. MTF: Kwa upande wa Wameru nao niligundua kuwa wanaume ndio wanauza miraa kwa wingi.
78. MM003B:Ee 99%
79. MTF: ee 99% ni wanaume.Na kwa wanawake ni mmoja mmoja..
80. SM002B: Na kwa upande wa wasomali 90% ni wanawake

81. MM001B: Sababu kubwa ya wasomali ni kuwa wanaume watakula ile miraa. Watakula hadi ile wanauza na hata faida.
82. ((Kicheko cha wengi))
83. SM001B: ee yaani business ya miraa hawataweza kumaintain
84. MM003B:Ee hawawezi kumaintain sababu utatuma kilo tano, watakula tatu ((kicheko))
85. SM001B: Ee lakini si biashara zote, ni ya miraa tu watashindwa kumaintain. Kwa sababu yeye upande wa miraa ni ule upande yake yeye anaenjoy. Kwa hivyo atakuwa ameipangia kwa ukubwa
86. FM001B: Lakini pia kwa upande wa wameru kuna wanawake huchuna miraa huko meru
87. MTF: kuna wenye huchuna ee.. lakini kwa kuuza huku eastleigh sijaona wengi..
88. FM002B: Kuna wale huwa kwa soko, lakini si wengi bado..
89. MTF: Sababu ya wanawake wameru kuwa wachache yaweza kuwa ni ipi? Je, ni kwamba mwanamke hapaswi?au nini?
90. MM004B: Ee imechukuliwa tangu kitambo kuwa biashara ya miraa ni ya wanaume. Kwa maana tuseme kutoka zamani wakati biashara ya miraa ilianza, wanawake wa Kimeru hawakuwa wameingia Nairobi. Hakuna wale walikuwa wanafanya hiyo biashara, hiyo biashara ilikuwa ya wanaume. Na ungeonekena ukifanya biashara kama hiyo ukiwa mwanamke, ungeonekana ukiwa mtu si wa kawaida.
91. MM003B:Ee wako, lakini si wengi
92. MTF: Je, katika biashara kuna unyenyekevu kweli...
93. MM001B: Hakuna! hapo nayo si ni kama unakuja kununua miraa na unataka deni?

94. MTF: Kwa hivyo ukiona mtu akija aanze kusema sasa-poa, habari ya kwako n.K. Haipo?
95. SM001B: Ee iko, kuna wale wanakuja hivyo kwa upole wanakusalimia poa, wanakupigia story na bado atabuy miraa, iko ee iko
96. SM003B: Lakini unajua bado italingana na vile mtu ameingia...
97. MM001B: Lakini wale wanakujanga hivyo ni wale hawana pesa ya kutosha na wanataka deni au ni wageni katika biashara hiyo...
98. SM003B:Kuna wale wanakuja kwa upole na wengine wanakuja wakiwa rude...Mtu mwenye ameingia rude..
99. SM001B: lakini iko kama 10% wenye wanaingia na upole na wanakuuliza habari yako, oo habari ya watoi na kukugotea, iko..
100. MM002B: Lakini wale wanakuja hivyo, wengi wao ni wenye wanataka kukopa. Wakikuja na upole wao ujue wanakuja kukukopa
101. MM003B: Ama hawana pesa inatosha..huwanga ni hivyo..
102. MTF: mnaweza mkasemaje kuhusu interruption, yaani kukatana kauli katika mazungumzo?
103. MM001B: Ee hiyo iko. Unajua unaweza sema hivyo, kwa maana unaweza kuja ile peek hours. Sasa wewe umekuja kupeana story nyingi badala ya kusema ile miraa unataka upewe. Na sasa ukianza kupeana story nyingi utasikia ukiambiwa "ni nini unataka, sema ile unataka ama uende." Kwa sababu umekuja wakati ambayo biashara imeshika sana, na kuna wengine wako hapo(customers) wanangoja kuuziwa na wewe uko hapo na story zako nyingi. Lazima utakatizwa katikati.
104. MTF: Je, mbona kuna matusi mengi katika mazungumzo?
105. MM003B: Matusi zingine ni za kukusifu.((kicheko))

106. MM001B: mimi naweza sema, kulingana na lugha zote mbili- wasomali na wameru huwa kuna matusi. Kwa wameru enyewe unajua matusi ni kama kitu ya kawaida, na kwa wasomali pia matusi ni kama kitu cha kawaida. Sasa kwa ile biashara, inakuwa ni kama ni ya watu ambao wako na vitu zinarelate, kwa sababu wote wamezoea kutusiana. Kwa hivyo, hata matusi ikitolewa, hakuna mwenye anaona matusi ikiwa kitu kubwa.
107. MTF: Na matusi hazuii biashara kuendelea kwa sababu wamedhuriwa kihisia?
108. JIBU LA WENGI: Aii hapana..hakuna kitu kama hiyo
109. MM002B: Noo matusi haiwezi kuzuia biashara kuendelea..
110. MTF: Hatasema kwamba umenitusi sitakuja kununua kwako tena?
111. Jibu la wengi: aaa hapana.
112. SM002B: Hakuna kitu kama hiyo
113. SM003B: hapana. Kwanza ukimtukana ndio atakuja tena hata kesho yake. Hata ukitupa pesa yake huko kwa barabara, ataenda achukue ile pesa na aongeze nyingine hadi itoshe yenye unataka. hawezi jali, na hataenda kwa mwingine mwenye anauza miraa, atanunua hapoa hapo kwako tu.
114. MTF: Je wauzaji hudumishaje wateja? Yaani anafanyaje ili mtu anunue kwake kila siku?
115. MM003B: Hiyo mimi naonanga, the main issue ya kumaintain customers wako ni ile quality ya miraa yenye utampatia. Kwa biashara ya miraa, ile imani ndio inafanyanga mtu akuwe customer wa mtu kabisa. Saa ingine ukimuuzia miraa mzuri, hata siku utaanza kumpatia miraa mbaya, imani tu itakuwa ya miraa yako tu ni mzuri
116. MM002B: Naturally, biashara ya miraa inakuanga na kitu inaitwa loyalty. Hiyo ni trait ile kubwa sana

- katika biashara ya miraa. mtu anajua miraa ya fulani na fulani ni mzuri, na hivyo na ni hivyo, na kama si hiyo hakuna. Sasa hiyo ndio imekuwanga kwa miraa sana.
117. SM001B: kuna yule anakuja kununua na juu amezoea kununua hapo na anajua miraa ni poa, hata aangalii..anachukua tu anaenda
118. MM003B: Lakini kuna pale ataenda kununua, na juu hajazoea ataangalia zaidi na hata bado akiitafuna haimbambi na ni juu si ya yule amezoa kula kwake.
119. SM003B: Lakini akienda kwa xx na anajua huwa anampatia kitu poa, haangalii hata, atafunga tu akienda
120. MM003B: Lazima mketi na customer wako,mkae na yeye ndio ucreate hiyo loyalty
121. MM001B: Lazima ujenge jina. Jina inauza, ndio mtu akisikia miraa imetoka kwako, anajua kuwa ni kitu mzuri bila hata kuonja. Customer akisikia tu miraa ni ya duka fulani ataamini ni mzuri hata kama ni mbaya
122. SM002B: Unajua kama huwa anachukua miraa kwa duka yako, hata iuzwe pesa ngapi lazima achukue. Unaweza ukasikia inauzwa kwingine 1000 na ni the same quality of miraa, na yule wake anauza 2000, bado ataenda kwa wake wa 2000 juu amezoea kununua huko, juu anaamini miraa yake ni poa
123. MTF: Niligundua kuwa kama ni dukani, na kuna wauzaji wawili(msomali na mmeru) msomali hupendelea kuuziwa na msomali, je ni kweli?
124. JIBU LA WENGI: aai hakuna
125. SM003B: Sio wengi. Na sio lazima
126. MM001B: hata pale unapata msomali anauza,saa ingine si eti ni juu ni msomali mwenzake,wengine ni juu ya lugha ni kwa sababu wengine hawaongei kiswahili ama kizungu so wanaamua wauziwe na msomali ili waongee kisomali

127. SM002B: Ee wengi wao wanajua kisomali pekee wengi wao. Hawaelewi lugha zingine. Kuna wale wametoka Somalia, wameingia Kenya kama hawajakaaka Kenya wajue Kiswahili, na wanajua kisomali pekee na ndio lugha wanaweza wakaongea na kuelewa, hapo ndio utapata msomali mwenzako kwa duka uamue ndiye anakuuzia
128. MM001B: Maana msomali mwenyewe anaamini kuwa ni mmeru tu ndiye anajua miraa mizuri ya kumuuzia kuliko msomali
129. SM001B: Na si eti na madame pekee huwa wanajifichanga, kuna hata machali wanakulanga miraa, wengi tu. Najua hata xx anawajua, huwa hawatakangi kuonekana wakinunua kwa sababu hawajulikani kwao kuwa wanatafuna miraa. Kwa hivyo nikitaka kununua miraa nitaita mtu kama xxx nimwambie niaje kamanimesimama mbali kama huko DAY TO DAY huko, nimwambie niaje ebu nikamishie huko leo nakata, ananikamishia juu sitaki kusimama kwa shop ili nionekane. Juu wengi pia huwa hapo
130. SM002B: mavijana tu rika yangu wanakuwa wanajificha, juu hawataki kuonekana. Wanakuwanga hivyo
131. MM002B: Lakini hii story ya pikipiki ama cab imeleta vitu za kama customer hakuji dukani. Anakaa nyumbani, anapiga tu simu na miraa unaletewa miraa yako.
132. MTF: kwa hivyo customer wengine hawafiki dukani?
133. MM002B: Ee wengi hawakuji kwa hivyo ni rahisi sana kuwretain customer kama hao.
134. SM003B: Lakini kitu tunasema ni kuwa kwa biashara zote, hakuna ingine iko na imani kama biashara ya miraa. Kwa maana mlaji wa miraa anaweza

kuwa ndio anataka kuanza au hata anatoka mahali pengine anapata kuwa mimi hununua mahali fulani. Mimi nitamweleza mahali mimi hununua miraa na ataamini hiyo miraa ni mizuri, nimpee namba ya simu na apige simu aitithe miraa na hajawahi fika kwa hiyo duka, na ataamini ni miraa nzuri kabisa

135. SM002B: Na utamwambia pesa unatoanga unamwambia mimi hutoa pesa fulani, na hiyo ndio atatoa pia yeye.

136. MTF: Tunaweza tukasema nini kuhusu future ya miraa?

137. MM003B: Technology imeanza kuchange biashara ya miraa, sio kama zamani. Sahii si lazima customer afike kwa duka, sahi hata pesa inalipwa kwa Mpesa, na wengine wako na till number, wengine wanaitisha mpaka picha kwa whatsapp anaangalia, saa ingine anakwambia nitumie picha ya miraa ile iko nione quality yake nikiwa hapa, si lazima akuje kwa duka. Kwa hivyo, future ya miraa inaonekana kuwa technology pia ita affect sio kama ile ya zamani mtu alikuwa anakuja anashika, anakurushia. Anaamini kuwa miraa yako ni mzuri tu hata kama ameona picha pekee kwa simu. So si kama zamani

138. MTF: Imani ni muhimu sana ee? Hivi kwamba..

139. MM002B: Loyalty sana, sio ile fake. Hivi kwamba ikiwa utamkosea, na mwingine amfurahishe anahamia huko tu hivyo

140. MTF: Uhusiano wa Wameru na wasomali ni upi? Kuna mipaka kwa njinsi wanavyotangamana?

141. MM001B: In terms of market na loyalty, tukisema tu ukweli, wasomali ndio the main market. Watu wengi wananunua miraa kabisa ni wasomali. Hata London, Kenya au mahali miraa yote tu huendanga wengi

ni Wasomali, hata hapa Eastleigh. Kwa Mmeru, msomali ndio namba one, lakini kuna kabila zingine lakini hakuna wengine wanaaminiana kama wasomali na wameru. Sana sana, juu mmeru hawezi akampa mtu wa kabila zingine deni lakini msomali atapewa deni, na yeye atalipa. Msomali anaweza akaenda shambani Meru ananunua miraa kwa shamba, anasema nitaleta pesa nikipeleka miraa na anakubaliwa. Na analeta. Lakini kabila zingine hawezi enda na afanye hivyo....

142. FS001B: Na analeta akisema ataleta.
143. SM001B: Hawezi enda huko na achukue kwa shamba, aa hapana hata apewe au akubaliwe..
144. MM002B: So kuna hiyo chemistry imekuwa kwa miaka mingi kati ya mmeru na msomali.
145. MM001B: Unajua zamani kulikuwa na hiyo boarder sasa ulikuwa unaulizia. Boarder ilikuwa kuwa Wasomali hawaendi meru kutafuta miraa, hiyo ndio ilikuwa boarder, kuwa ni sisi wameru tuwalettee miraa na nyinyi mtununulie, lakini wakafanya wameru wakawa na imani nao, mpaka wasomali wameruhusiwa hata wanaenda kununua kwa mashamba sasa
146. MM003B: Hata London ulikuwa unatumia mtu haujui miraa, na inaenda tu na anakulipa na hakuji na hajai kukuona na wewe hujawahi kumwona. Mnafanya biashara yenu nyinyi wawili, Msomali na Mmeru na hamjawahi kuonana na biashara inaendelea tu kama kawaida. Ni ngumu sana kwa hizi kabila zingine. Ni ngumu.
147. SM001B: wewe tu unasikianga tu jina yake. Mpaka amiss tu one day mpaka akuje
148. MTF: Na wanawake je, wa Kisomali wakiuza lugha iko vipi ?
149. SM003B: wanawake wanatumia lugha ya kukatiana na lugha tamu.. ee tamu.. inakuanga hivyo kwa

wanawake wa kisomali wakiuza. Lugha yao ni ya kufurahisha siyo lugha ya kutusiana hata. Juu ni dame unajua hata ukiona ikiwa si sawa hauwezi ukamtusi, juu ni dame. Utaona ni aibu

150. MM003B: iko difference kwa lugha kati ya mwanauume na mwanamke, juu at the end of the day, quality ya miraa ndio itaamua pale utanunua na urudi kesho na hata kesho kutwa. Nikienda nikule kwa mwanamke aniongeleshe vizuri na nikienda kwa mwanamume aniongeleshe vibaya, ile miraa nitasikia ikiwa mzuri ndio nitarudi tena

151. FM002B: Lakini si tulisema kuwa wanaume hata wakiongea mbaya si eti huwa wanamean vibaya..

152. MM003B: Ee.. lakini, kwa kununulia mwanamke au mwanamume, ile miraa tu mzuri ndio utarudi ununue. Wanawake wanauza ndio, lakini hawanunuliwi sana, kwa sababu hatuwezi kusema kuwa wanauza kuliko wanaume.

153. MM002B: Na biashara ya miraa sio kama zile zingine kama nguo utasema, wakati nilienda kununua nguo pale yule mwanabiashara pale alioniongelesha vizuri. Miraa ni quality. Hata urushiwe, utarudi pale pale tu!

154. MM003B:Watu husema kuwa miraa ya yule ni mzuri, miraa ya yule ni mzuri. Hiyo ndio lugha ya miraa. Miraa yake inakuwanga mzuri.

155. MTF: si ni nani aliuza?

156. JIBU LA WENGI : aaaa hakuna.. no no no

157. SM001B: No. Ni miraa. Ni quality

158. MTF:Na miraa ikijabaniwa, nani anaumia zaidi, ni mmeru, msomali au ni serikali?

159. JIBU LA WENGI: Ni wote. Ni wote

160. FS001B: Ni wote ndio wataumia

161. SM001B: Ni wote lakini sana sana ni Wameru juu ndio wengi wanategemea source of income.
162. MM002B: Wameru wataumia juu ndio wamepanda. Lakini kwa biashara pia kuna wasomali wataumia juu wanategemea pesa ya miraa sana
163. Kama ni biashara ya Somali hata wengi wataumia ni wasomali kwa sababu kama London 90% walikuwa ni wasomali. Kama somali 99% ni wasomali. So ikibaniwa, though haiwezi baniwa saa hii juu ni cash crop, hata ikijabaniwa nchi zingine. Losers bado wako, kwanza miraa inaingiza pesa nyingi sana nchini, kwa hivyo serikali pia itaumia, ile ya London ilikuwa inaingiza 3 million saa hii hakuna, so lazima nyinyi wote mlose
164. FS002B: Lakini sana sana Wameru. Si unaona duka zingine sasa wanauza maji, na walikuwa wanauza miraa vile ilibaniwa huko
165. MM001B: Lakini kitu unapaswa kujua, miraa si miraa peke yake. Mtu anauza njugu, anafaidika juu ya miraa kununuliwa, mtu anauza sigara, mtu anauza maji, chai, soda mwenye ploty juu amerentisha duka, mtu wa kuuza gunia, box za kupack miraa ya majuu, hata mtu wa ndege, wenye gari, cess juu gari za miraa hulipa cess, mtu wa piki piki watu wengi wa kabila zingine wenye nyumba ambazo zimerentiwa na wameru na wasomali, siyo wameru na wasomali tu wataumia.. wote wanaumia indirectly through miraa
166. SM002B: Nilikuwa nataka kurudia kuhusu hii ya mwanamke akiuza miraa. Sasa hiyo, kuna vyenye pia wanauzanga, unaonanga wale macustomer wake wenye huwa anauzia, wanajuana ni kabila moja yeye hawezi lipa daily ile pesa. Sasa huyu atahold ile pesa yake huku akilipia customer yake akimpea na deni, huyu akichukua dolar yake per month tuseme ni sister yake au mama

yake amemtumia kutoka majuu,ndio anakuja anampee doh yake tuseme ni kama 10,000 ama ni 20,000 yenye anam dai analeta hiyo yote per month. Hiyo month mzima huyo msichana ndiye atamlipia, atakaa na hiyo gharama yake.halafu alipwe pesa yake.wengi wao wanakuwanga hivyo.

167. MTF: Hii ni imani kubwa sana, kama vile mlisema.

168. JIBU LA WENGI: Ni ukweli.

169. Na utapata hiyo ndiyo analisha watoto wake nayo na anasurvive hivyo tu.

170. MTF:Na ukiulizwa kutaja majina ya unyenyekevu yanayotumika katika biashara ya miraa unaweza ukaorodhesha kama yapi?

171. JIBU LA WENGI: ((Kicheko))aa labda matusi

172. FM002B: aa matusi ndiyo mengi.

173. JIBU LA WENGI: Hakunanga hata kusema asante.((Kicheko))

174. FM001A: wengine husema tu sawa mkundu.. na wanaenda ((kicheko cha wote))

175. SMO03B: Ee wengine hata mtu akishamuuzia yeye hata anakutusi

176. SM001B: Hakuna hata pole au tafadhali

177. MM003B: biashara hii hainanga asante, pole au tafadhali. Tafadhali ya nini. Ni ulete.

178. SM002B: Wengine utapata hata amekuongezea hata shurba ya juu na unamwambia asante mkundu

179. MM001B:Hata kama hana pesa, anakuambianga tu sina pesa ingine na kwani utafanya nini?

180. FS002B: Ama aseme, jana uliniuzia miraa mbaya anakwambia we kwenda ukanunue mahali ingine usiniletee wewe

181. MM004B: Lakini jina ya heshima yenye iko kwa wingi labda mtu akuite baba pekee

182. MM002B:Ee. Ama hii pesa umeleta kama ndio utakuja nayo kesho basi usikuje
183. MTF: Huo ndio unyenyekevu e?
184. FM002B:Ama ukileta swara,kama hakuna pesa, kesho hakuna miraa ingine
185. MM002B: ee. Ama kesho miraa itapanda. Usikuje kama hautaongeza pesa
186. MTF:Sasa hayo ndiyo maagano ya leo e?
187. MM002B:Ee hivyo tu na hakuna kusema asante.

((Mjadala ulikamilika baada ya dakika hamsini. Mtafiti aliwashukuru wanakikundi kwa mchango wao katika kuufankisha utafiti wake.))