

**KATIKA MAWASILIANO YA WAHUDUMU WA BODABODA
NA ABIRIA: UCHUNGUZI KIFANI WA KAUNTI NDOGO YA
MBOONI, MAKUENI,
KENYA**

FAITH MBITHE KATHUKYA

**TASNIFU HII YA UTAFITI IMEWASILISHWA ILI KUTOSHELEZA
BAADHI YA MAHITAJI YA SHAHADA YA UZAMILI KATIKA
KISWAHILI KATIKA CHUO KIKUU CHA EMBU**

AGOSTI, 2025

UNGAMO

Tasnifu hii ya utafiti ni kazi yangu asilia na haijawahi kuwasilishwa mahali pengine kwa mahitaji ya shahada au tuzo nyingine yoyote.

Sahihi.....

Tarehe.....

Faith Mbithe Kathukya

Idara ya Sayansi ya Jamii

E556/1651/2022

Tasnifu hii ya utafiti imewasilishwa kwa ajili ya kutahiniwa kwa idhini yetu kama wasimamizi wa Chuo.

Sahihi.....

Tarehe.....

Dkt. John Khaisie Wanyama

Idara ya Sayansi ya Jamii

Chuo Kikuu cha Embu

Sahihi.....

Tarehe.....

Dkt. Timothy Kinoti M'Ngaruthi

Idara ya Sayansi ya Jamii

Chuo Kikuu cha Embu

TABARUKU

Naitabaruku kazi hii kwa marehemu wazazi wangu: mama yangu Christine Katile Kathukya na baba yangu David Kathukya Musyoki. Kunileta humu duniani, kunilea na kunisomesha hadi Mola alipowawezesha kumenipa fursa ya kufika nilipo sasa.

SHUKRANI

Namshukuru Mola kwa uongozi wake kutoka mwanzo hadi kilele cha safari hii ndefu. Rehema zake ndizo zimenineemesha na kuniwezesha katika kuitamatisha kazi hii.

Kwa njia ya kipekee nashukuru uongozi wa Chuo Kikuu cha Embu kwa kuyafadhili masomo yangu kwa muda huu wote. Kusingelikuwepo ufadhili huu, ndoto yangu isingelitimia. Kwa hivyo, Mola apate kuwaneemesha kwa hisani hii kubwa.

Shukrani zangu za dhata ziwafikie wasimamizi wangu Dkt. John Khaisie Wanyama na Dkt. Timothy Kinoti M’Ngaruthi kwa kunielekeza, kuniongoza na kuihakiki kazi yangu. Nawashukuru sana kwa kuwa hamkuchoka kutembea nami katika safari nzima. Mlinihimiza nijibidiishe nilipokaribia kukata tamaa. Mlijituma na kujinyima mengi ili mpate muda wa kuisoma kazi yangu. Mtabaki kwenye kumbukumbu zangu daima. Rabana awakirimie mibaraka yake ya kipekee.

Nawashukuru wahadhiri wote wa idara ya Masomo ya Jamii katika Chuo Kikuu cha Embu walionijengea msingi wa kuenzi taaluma ya Kiswahili. Isitoshe, nawashukuru walioipitia kazi hii kwa kunipa maoni yaliyonisaidia kuiboresha. Nawashukuru washikadau wote katika Chuo Kikuu cha Embu waliohakikisha kuwa mikutano imeandaliwa ili kuiwasilisha kazi hii katika ngazi mbalimbali.

Naishukuru familia yangu kwa kuwa nami katika safari hii ndefu. Kwanza, nimtambue marehemu mamangu Christine Kathukya kwa kunishajiisha na kunipa uelekezi usiomithilika. Alinitia moyo kama mwana na kunielekeza katika kutimiza ndoto yangu. Siwezi kuufumbia macho mchango wake mkuu. Namshukuru mpwa wangu Ethan Mwendwa kwa kuniimbia mara kwa mara, *“When Jesus is in the vessel I can smile at the storm”*. Wimbo huu ulinitia moyo na nishati katika kuikamilisha safari hii.

Shukrani kwa wanafunzi wote wa shahada ya uzamili katika Kiswahili kwa kunitia moyo katika safari hii. Kwa rafiki zangu Bessy Kageni, Abigael Cheron, Caroline Wanjiku, Rachael Gitiha, Brian Mulonzi, Michael Nyaga na Kenneth Wambua, shukrani kwa uelekezi mwema mlionipa wakati wowote nilipokwama katika kuitekeleza kazi hii. Kwa wahojiwa wote, shukrani kwa kuwezesha ufanisi wa utafiti huu. Michango yenu ilikuwa nguzo kwa utafiti huu.

YALIYOMO

UNGAMO	ii
TABARUKU	iii
SHUKRANI	iv
YALIYOMO	v
ORODHA YA MAJEDWALI	ix
ORODHA YA MICHORO	x
ORODHA YA VIAMBATISHO	xi
ORODHA YA VIFUPISHO	xii
MAELEZO YA ISTILAHU	xiii
IKISIRI	xiv
ABSTRACT	xv
SURA YA KWANZA	1
UTANGULIZI	1
1.1 Usuli wa Mada	1
1.2 Suala la Utafiti	4
1.3 Malengo ya Utafiti	5
1.4 Maswali ya Utafiti.....	5
1.5 Umuhimu wa Utafiti	5
1.6 Upeo wa Utafiti	6
SURA YA PILI	8
MAPITIO YA MAANDISHI NA MISINGI YA NADHARIA	8
2.1 Utangulizi.....	8
2.2 Mapitio ya Maandishi	8
2.3 Yaliyoandikwa Kuhusu Mada.....	10
2.3.1 Mikakati ya Upole	10
2.3.2 Sababu za Kuzingatia au Kukiuka Matumizi ya Kanuni za Upole.....	12
2.3.3 Athari ya Matumizi ya Mikakati ya Upole kwa Mawasiliano.....	14
2.4 Misingi ya Nadharia.....	16
2.4.1 Matendo Yanayoathiri Uso.....	18
2.5 Mihimili ya Nadharia ya Upole	19
2.5.1 Mkakati Chanya wa Upole	19
2.5.2 Mkakati Hasi wa Upole	19
2.5.3 Mkakati Ndani ya Rekodi.....	20
2.5.4 Mkakati Nje ya Rekodi	20

2.5.5 Mkakati wa Kutosema Chochote.....	20
2.6 Hitimisho.....	21
SURA YA TATU	22
MBINU ZA UTAFITI.....	22
3.1 Utangulizi.....	22
3.2 Mkabala wa Utafiti.....	22
3.3 Eneo la Utafiti	22
3.4 Walengwa.....	23
3.5 Uteuzi wa Sampuli	23
3.6 Ukusanyaji wa Data	24
3.7 Uchanganuzi wa Data	25
3.8 Maadili Yaliyozingatiwa.....	26
3.9 Hitimisho.....	27
SURA YA NNE.....	28
MATOKEO YA UTAFITI.....	28
4.1 Utangulizi.....	28
4.2 Muundo wa Uchanganuzi	28
4.3 Ubainishaji wa Mikakati ya Upole.....	30
4.3.1 Mkakati Chanya wa Upole	30
4.3.1.1 Kudokeza Matokeo Chanya	30
4.3.1.2 Kumjali Msikilizaji	31
4.3.1.3 Kujitambulisha na Mwenza.....	33
4.3.1.4 Kuzidisha Makubaliano	35
4.3.1.5 Kumsifu Msikilizaji	37
4.3.1.6 Kutoa Ahadi	37
4.3.2 Mkakati Hasi wa Upole	39
4.3.3 Mkakati Ndani ya Rekodi.....	40
4.3.3.1 Mahusiano ya Msemaji na Msikilizaji	41
4.3.3.2 Lengo la Kumfaidi Msikilizaji	42
4.3.3.3 Muktaba wa Dharura.....	44
4.3.4 Mkakati wa Kuwa Nje ya Rekodi.....	45
4.3.4.1 Kutoa Kauli zenye Utata	46
4.3.4.2 Kutoa Vidokezi.....	48
4.3.5 Mkakati wa Kutosema Chochote.....	50

4.4 Sababu Zinazochochea Uzingatiaji wa Mikakati ya Upole	53
4.4.1 Faida au Matokeo ya Matumizi	53
4.4.1.1 Kuanzisha Mawasiliano	53
4.4.1.2 Kuzua Ladha na Utani katika Mawasiliano	54
4.4.1.3 Kufanikisha Maelewano na Makubaliano.....	56
4.4.1.4 Kukwepa Kuwakosea Wengine.....	57
4.4.1.5 Kumjengea Mtu Sifa	58
4.4.1.6 Kudhihirisha Maadili	59
4.4.1.7 Kuvutia Watu.....	60
4.4.1.8 Kumjulia Mtu Hali	65
4.4.2 Kudhihirisha Heshima Kutokana na Tofauti za Kimamlaka.....	66
4.4.3 Tofauti za Mahusiano	67
4.4.4 Uzito wa Tendo la Kutishia Uso.....	68
4.4.4.1 Kuzingatia Mipaka ya Abiria	68
4.4.4.2 Kudhihirisha Hali ya Urazini	69
4.5 Sababu za Ukiukaji wa Matumizi ya Mikakati ya Upole	70
4.5.1 Kumchukulia Mhudumu kama Mhitaji	70
4.5.2 Madharau ya Wahudumu.....	71
4.5.3 Kuokoa Muda	72
4.6 Athari za Kutumia Mikakati ya Upole katika Mawasiliano	72
4.6.1 Hudumisha Heshima.....	73
4.6.2 Hufanikisha Mawasiliano	74
4.6.2.1 Kumshawishi Abiria na Kurahisisha Makubaliano.....	74
4.6.2.2 Kuzua Hali ya Kuridhishwa na Mawasiliano.....	76
4.6.2.3 Kuzua Kilele cha Furaha katika Mawasiliano	77
4.6.2.4 Kufanikisha Lengo la Mawasiliano	78
4.6.3 Huleta Athari ya Raghba kwa Mawasiliano	79
4.6.3.1 Sifa ya Mawasiliano ya Msemaji	79
4.6.3.2 Kuvuta Makini ya Wahusika katika Mawasiliano.....	80
4.6.4 Kuokoa Muda wa Mawasiliano	82
4.6.5 Kupoza Hisia za Hasira	83
4.6.6 Kudumisha Mahusiano	84
4.6.6.1 Kujenga Msingi wa Mawasiliano ya Baadaye na Urafiki.....	84
4.6.6.2 Kuwa Huru Kujieleza Wakati wa Shida.....	86

4.6.6.3 Kusaidia watu Katika Kufahamiana.....	87
4.7 Athari ya Kutotumia Mikakati ya Upole katika Mawasiliano	88
4.8 Hitimisho.....	89
SURA YA TANO	90
MAJADILIANO, HITIMISHO NA MAPENDEKEZO	90
5.1 Utangulizi.....	90
5.2 Majadiliano ya Matokeo ya Utafiti	90
5.2.1 Mikakati ya Upole katika Mawasiliano	90
5.2.2 Sababu za Kuzingatia au Kukiuka Matumizi ya Mikakati ya Upole.....	94
5.2.3 Athari za Kutumia au Kutotumia Mikakati ya Upole.....	95
5.3 Hitimisho.....	96
5.4 Mapendekezo	98
5.5 Hitimisho ya Sura.....	99
MAREJELEO	100
VIAMBATISHO	110

ORODHA YA MAJEDWALI

Jedwali 1: Data ya Kimsingi ya Wahudumu wa Bodaboda na Abiria.....	52
Jedwali 2: Muhtasari wa Matokeo ya Utafiti ya Lengo la Kwanza	93

ORODHA YA MICHORO

Mchoro 4.1: Muundo wa Uchanganuzi wa Data	29
Mchoro 5.1: Mchoro wa Maratokezi ya Mikakati ya Upole	93

ORODHA YA VIAMBATISHO

Kiambatisho I: Maswali Elekezi ya Wahudumu wa Bodaboda.....	110
Kiambatisho II: Maswali Elekezi ya Abiria.....	112
Kiambatisho III: Mwongozo wa Uchunzaji.....	114
Kiambatisho IV: Kibali cha Kushiriki katika Utafiti cha Watafitiwa.....	115
Kiambatisho V: Ramani ya Eneo la Utafiti.....	117
Kiambatisho VI: Leseni ya NACOSTI.....	118
Kiambatisho VII: Cheti cha Idhini ya Maadili.....	119

ORODHA YA VIFUPISHO

A1	Abiria wa kwanza
AA1	Abiria wa kwanza katika kituo A (1 inabadilika kutegemea idadi ya abiria katika orodha.)
AM1	Mhudumu wa bodaboda wa kwanza katika kituo A
BA2	Abiria wa pili katika kituo B
BM2	Mhudumu wa bodaboda wa pili katika kituo B
CA3	Abiria wa tatu katika kituo C
CBE	Competence Based Education
CM3	Mhudumu wa bodaboda wa tatu katika kituo C
DA4	Abiria wa nne katika kituo D
DM4	Mhudumu wa bodaboda wa nne katika kituo D
EA5	Abiria wa tano katika kituo E
EM5	Mhudumu wa bodaboda wa tano katika kituo E
ERC	Ethical Research Committee
Ktj.	Keshatajwa
M1	Mhudumu wa bodaboda wa kwanza
MA1	Mhojiwa ambaye alikuwa ni abiria wa kwanza
MM1	Mhojiwa ambaye alikuwa ni mhudumu wa bodaboda wa kwanza.
NACOSTI	National Commission for Science, Technology and Innovation
NTSA	National Transport and Safety Authority
SACCO	Saving and Credit Cooperative Organizations
TUKI	Taasisi ya Uchunguzi wa Kiswahili

MAELEZO YA ISTILAHU

Abiria (mteja)	Mtu anayepokea huduma ya uchukuzi wa bodaboda.
Bodaboda	Chombo cha kubebea abiria na mizigo kilicho na magurudumu mawili na injini. Pia huitwa pikipiki.
Mhudumu wa bodaboda	Mtu anayeendesha bodaboda kama chombo cha uchukuzi (Mwanabodaboda).
Mkakati chanya	Mkakati ambao msemaji hutumia ili kuhakikisha kuwa haudhuru uso wa msikilizaji kwa kumfanya msikilizaji ajihisi amekubalika na kuthaminiwa.
Mkakati hasi	Mkakati wa upole ambao msemaji hutumia anapozungumza na kumwachia msikilizaji uhuru wa kufanya jambo bila kuhisi amelazimishwa.
Mkakati wa kuwa ndani ya rekodi	Utaratibu unaotumiwa na watu waliozoeana kama vile marafiki na wanafamilia. Wakati wa kuwasiliana msemaji hupitisha ujumbe moja kwa moja bila kujali hisia za msikilizaji.
Mkakati wa kuwa nje ya rekodi	Mkakati ambao humfanya msikilizaji afikirie lengo la mazungumzo bila msemaji kutaja moja kwa moja matakwa yake.
Mkakati wa upole	Utaratibu wa kutumia lugha kwa kuzingatia vipengele vya upole.
Tendo la kutishia uso	Jambo lolote linalomfanya mtu ahisi amedunishwa na kudhalilishwa.
Upole	Hali ya mtu kuwa mtulivu na kuwa na uwezo wa kujali hisia za wengine wakati wa maongezi kwa kutumia maneno yasiyo na ukali.
Uso	Thamani ya jamii anayojitwalia mtu anapoingiliana na wengine. Haiba ya mtu.

IKISIRI

Bodaboda ni baadhi ya vyombo vya usafiri ambavyo hutumika kote ulimwenguni ili kukidhi utashi wa usafiri kwa wanadamu. Utafiti huu ulijikita katika kuchunguza mikakati ya upole na namna wahudumu wa bodaboda wanaizingatia au kuikiuka wanapoingiliana na wateja wao. Mawasiliano mema huchochea uwezo wa wahudumu wa bodaboda wa kuvutia na kudumisha uhusiano wao na abiria. Ufanisi wa mazungumzo haya hutegemea uwezo wa wanaohusika kutumia mikakati ya upole. Wanajamii hutumia mikakati ya upole ili kujaribu kulinda nyuso zao au za wanaotagusana nao. Utafiti huu ulitathmini mikakati ya upole kama inavyotumika katika mawasiliano baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria katika eneo la Mbooni lililo katika Kaunti ya Makueni. Utafiti huu uliongozwa na Nadharia ya Upole. Usampulishaji ulifanywa kimakusudi ili kupata sampuli ya data iliyokuwa na sifa za kuwezesha ufikiaji wa malengo ya utafiti. Utafiti huu wa kithamano ulihusisha uchunzaji wa mawasiliano 26 kati ya wahudumu wa bodaboda na abiria kisha mahojiano 58 yaliyohusisha wahudumu wa bodaboda 30 na abiria 28 kutoka kwa vituo vitano. Idadi hii ya sampuli ilitokana na ufikiaji wa kiwango kifu kwenye mchakato wa ukusanyaji data. Mbinu za kukusanya data katika utafiti huu zilikuwa ni uchunzaji na mahojiano ya moja kwa moja ambapo mawasiliano yalirekodiwa kwa kutumia kinasa sauti. Mawasiliano yaliyokuwa yamerekodiwa yalisikilizwa na kunakiliwa kwa ajili ya uchambuzi. Uchanganuzi wa data katika lengo la kwanza ulihusisha kuhakiki na kuelezea kwa kina kauli zilizotumika katika mawasiliano ili kubainisha mikakati ya upole kwa kuzingatia mihimili ya nadharia husika. Kwa lengo la pili na la tatu, data kutoka kwa watafitiwa ilihakikiwa na kuelezwa kwa kuelekezwa na nadharia ya upole. Kulingana na matokeo ya lengo la kwanza, mikakati yote ya upole ilitumika katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria ila mkakati chanya wa upole, mkakati ndani ya rekodi na mkakati nje ya rekodi ulitumika kwa wingi. Mkakati hasi na wa kutosema chochote ulitumika kwa kiwango cha chini. Lengo la pili lilidhihirisha kuwa, ili kuzingatia matumizi ya mikakati ya upole wahudumu wa bodaboda na abiria huchochewa na faida au matokeo tarajiwa, tofauti za mahusiano kama vile ya umri, haja ya kutaka kuonyesha heshima kwa sababu ya tofauti za kimamlaka na hali ya kutaka kukabiliana na uzito wa tendo la kutishia uso. Hata hivyo, matumizi ya mikakati ya upole hukiukwa kwa sababu ya machukulio, madharau na haraka. Matokeo katika lengo la tatu yalidhihirisha kuwa, matumizi ya mikakati ya upole huwa na athari chanya kwa mawasiliano kama vile; kudumisha heshima, kuleta athari ya raghba, kuokoa muda, kufanikisha mawasiliano, kupoza hisia za hasira na kujenga mahusiano thabiti kati ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Kwa upande mwingine, ukiukaji wa matumizi ya mikakati ya upole ulidhihirisha athari hasi kwa mawasiliano kama vile kuzungumzia mada nyeti hadharani na kusitisha mawasiliano baada ya nyuso kutishiwa. Matokeo haya yanaonyesha umuhimu wa mikakati ya upole katika kuboresha mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Utafiti huu unawapendekezea watunga sera katika sekta ya bodaboda wabuni na watekeleze sera zinazolenga kuhimiza matumizi ya lugha ya upole kama mkakati wa kuboresha uzoefu na hali ya kuridhika kwa abiria. Vilevile, utafiti huu unatoa mchango muhimu katika taaluma ya Isimujamii na Pragmatiki, hivyo ni wenzo muhimu kwa tafiti za baadaye.

ABSTRACT

Bodaboda (motorcycle) is among the means of transport utilized worldwide to meet the transportation needs of people. This study focused on investigating politeness strategies and how the bodaboda riders observe or violate them as they interact with their clients. Effective communication significantly influences the extent to which bodaboda riders can attract and retain clients. The success of these conversations is dependent on those involved in utilizing the politeness strategies. People in society use politeness strategies to save their own face or of those they interact with. The study evaluated how politeness strategies are applied in conversations between bodaboda riders and their clients at Mbooni area in Makueni County. Politeness Theory guided this research. Purposive sampling was used to obtain a sample that had characteristics to facilitate the achievement of the research objectives. This qualitative study involved 26 observations of conversations between bodaboda riders and clients, and 58 interviews consisting of 30 bodaboda riders and 28 clients from five stations. The sample size was determined upon achieving data saturation during the data collection process. Data collection methods were observation and one-on-one interviews where the conversations were captured using a sound recorder. The recorded conversations were listened to and transcribed for analysis. For objective one, the analysis involved critical description of expressions used in the conversations in order to identify politeness strategies based on the theory tenets. For objective two and three, politeness theory guided the review and interpretation of the data obtained from respondents. The study results in objective one revealed that politeness strategies were utilized in conversation between bodaboda riders and clients with positive politeness strategy, on-record strategy and off-record politeness strategy being widely used. The negative and silence strategy were used to a lesser extent. For objective two the study revealed that the bodaboda riders and clients were prompted by anticipated payoffs, social distance factors such as age, the necessity to demonstrate respect due to power differences, and the need to address the potential impact of face-threatening acts. However, the use of politeness strategies is violated because of assumptions, contempt and haste. In objective three the findings showed that the use of politeness strategies has a positive impact in conversation such as maintaining mutual respect, creating attraction, saving time, achieving communication, calming angry emotions and building strong rapport between bodaboda riders and their clients. On the other hand, violation of politeness strategies showed negative impact such as sensitive topics being discussed in public and conversations breakdown due to threatening of the faces of the interlocutors. These findings underscore the crucial role of politeness strategies in conversations between bodaboda riders and their clients. Based on the findings, this study recommends that policymakers in the bodaboda sector formulate and implement policies that promote politeness as a strategy for enhancing customer experience and satisfaction. Furthermore, the study contributes to the existing body of scholarly knowledge in Sociolinguistics and Pragmatics, hence providing a resource for future researchers.

SURA YA KWANZA

UTANGULIZI

1.1 Usuli wa Mada

Utafiti huu ulidhamiria kuchunguza mikakati ya upole katika mazungumzo baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Lugha ni mfumo wa sauti ambao hutumiwa na wanajamii wenye utamaduni sawia kuwasiliana (Omenukwa, 2024). Sauti hizi huwa ni ishara zinazotolewa kwa hiari ili kuwasilisha mawazo, maoni na mahitaji (Sapir, 1921). Hangwei (1999, kama alivyonyukuliwa katika Malangwa, 2017) anaona kuwa lugha ni uhai wa utamaduni. Jamii ina mambo yanayohusu mbeko na hufumbata maneno na matendo yanayokubalika. Hivyo, kwa njia moja au nyingine hufanikisha mawasiliano ya wanaohusika katika mazungumzo.

Usafiri ni swala la kimsingi katika maisha ya mwanadamu kwani kila mtu huhitaji chombo cha kusafiria kutoka sehemu moja hadi nyingine. Kulingana na Okyere na Wenzake (2022), kuna njia tofauti za uchukuzi kama vile za angani (Ndege), majini (Dau, Meli) na barabani (Mabasi, Mabasi-madogo, Bajaji, Bodaboda - pikipiki zinazotumika kusafiria). Bodaboda ni neno ambalo limetoholewa kutoka kwa neno la Kiingereza 'Border-border'. Lilizaliwa kutokana na ile hali ya kusafirisha bidhaa kuvuka mpaka wa Uganda kwenda Kenya na vinginevyo katika miaka ya sitini. Baiskeli ndizo zilitumika kwa wingi, na baada ya kuimarika katika miaka ya baadaye, zikageuka kuwa Bodaboda (Okebiro, 2022). Mbali na kusafirisha bidhaa, Bodaboda ni chombo cha usafiri ambacho hutumika sana kote ulimwenguni kubebea abiria. Baadhi ya nchi zinazotumia mbinu hii ya usafiri kwa wingi ni Rwanda, Nigeria, Uganda, Tanzania na Kenya. Nchini Rwanda, uchukuzi huu umepiga hatua kimaendeleo kwani wanabodaboda hupewa kifaa cha kidijitali ambacho hutumiwa kufuatilia kila bodaboda ili kuwapata wanabodaboda wanaohusika katika utekelezaji wa vitendo vya uhalifu kwa urahisi (Olingo, 2022). Isitoshe, kule Nigeria hutumiwa kwa wingi kubebea abiria na mizigo yao na hujulikana kwa jina Okada (Arosanyin, 2010). Kwa mujibu wa Amone (2021) vijana wa Uganda kaskazini wamejiingiza katika biashara hii kwa sababu huwapa kipato cha kila siku tofauti na kilimo ambacho kinaweza kikaathiriwa na hali ya anga na wakulima huhitajika kusubiri kwa muda mrefu ili kupata mazao. Nchini Tanzania kwa mujibu wa Luinga (2021), vijana wengi wamejihusisha na kazi ya kuendesha bodaboda ili kujipatia kipato.

Msukumo wa utafiti huu ulitokana na ithibati kwamba, wahudumu wa bodaboda hupatikana kote ulimwenguni lengo likiwa kujiendeleza kimaisha. Nchini Kenya, uchukuzi wa bodaboda ni sekta inayoaminika kwa kubuni ajira kwa vijana. Serikali imetumia mbinu kabambe ili kuboresha huduma katika sekta hii. Mojawapo ya mbinu hizi ni kupendekeza usajili wa bodaboda zote katika Chama cha Ushirika wa Akiba na Mikopo (SACCO) husika na kuwapa wanabodaboda leseni na nambari ya utambulisho wa kipekee. Isitoshe mnamo tarehe 7, Aprili katika uzinduzi wa bajeti ya 2022-2023, aliyekuwa Waziri wa Hazina Ukur Yatani alisema kuwa, serikali ilipendekeza marekebisho ya sheria katika sekta ya uchukuzi ambapo wanabodaboda wangelazimika kuwachukulia bima wateja wao (Treasury, 2022). Jambo hili lililenga kurahisisha huduma katika sekta hii. Sababu ni kuwa, wanabodaboda na abiria wangukuwa wamelindwa na mpango wa bima. Kati ya juhudi hizi za kuboresha sekta hii ya bodaboda, namna ya kutumia lugha kama vile matumizi ya mikakati ya upole katika mazungumzo haijaangaziwa kwa kina.

Baadhi ya wahudumu wa bodaboda hutumia lugha ya kuwakosea heshima wahudumu wenzao, abiria wasiokubaliana nao na hata wanaoendesha vyombo vingine vya usafiri. Kwa mfano, kwa bahati mbaya ajali inapohusisha bodaboda na gari badala ya kusuluhisha tatizo husika kwa amani, aghalabu wanabodaboda hukosa adabu katika mawasiliano yao na kuzua vita vinavyosababisha wengine kuumia kama ilivyoshuhudiwa katika ajali iliyotokea Kitengela (Mwadosho, 2024; Kurgat, 2024; Munene, 2024). Kuna visa vilivyoriptiwa katika gazeti la Taifa Leo vilivyosawiri wahudumu wa bodaboda wakihusika katika uhomaji wa magari yaliyohusika katika ajali na wanabodaboda katika maeneo ya Homabay na Mombasa (Adminleo, 2018; Kurzweil, 2018; Opondo na Kiprop, 2018). Visa hivi huweza kudhibitiwa ikiwa mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria yanahusisha matumizi ya mikakati ya upole. Hii ni kwa sababu lugha ambayo msemaji na msemzwa hutumia katika mazungumzo huchangia ufanisi wa mawasiliano (Daulay na wenzake, 2022). Isitoshe, visa vya ajali vinaweza vikapungua kwani vingi husababishwa na utovu wa nidhamu wa kukiuka sheria zilizobainishwa na Mamlaka ya Usafiri na Usalama Barabarani (NTSA) (Adamba, 2019; Mburu, 2024).

Zaidi ya hayo kuna visa vingi vya uhalifu vinavyoripotiwa kila uchao vinavyohusisha wahudumu wa bodaboda. Kwa mfano, kuna tukio lililoripotiwa Nairobi la unyanyasaji wa kijinsia kwa dada mmoja aliyekuwa na umri wa miaka thelathini na miwili. Mwanadada huyu alikuwa akiendesha gari lake aliposhtukia amemgonga mtu na wanabodaboda wamemzuilia wakiwa na ghadhabu. Kundi hilo la wanabodaboda lilimshambulia mwanamke huyo bila kutoa fursa ya kusikiliza maelezo yake wala kufuata taratibu stahiki za kisheria katika kushughulikia mzozo. Tukio hili linadhihirisha ukosefu wa uelewa kuhusu mbinu sahihi za utatuzi wa migogoro kama vile matumizi ya lugha ya upole miongoni mwa baadhi ya wahudumu wa bodaboda (Otieno, 2022, Maina, 2022, Medza, 2022). Isitoshe, baadhi ya wanabodaboda pia huhusika katika visa vinavyohusu utapeli wa mali (Opondo na Kiprop, 2018).

Katika eneo la Mbooni katika kaunti ya Makueni, mwanabodaboda mmoja aliuliwa na watu aliokuwa amewabeba kama abiria. Kisa hiki kinadhihirisha changamoto kubwa za kimawasiliano kati ya wahudumu wa bodaboda na abiria, hasa udhaifu wa mawasiliano ya awali kabla ya kusafiri ambapo haja ya kujitambulisha huwa muhimu. Wengine hujitwalia abiria bila kutathmini asili yake, kumsafirisha abiria bila kuwa na uhakika kuhusu aendako au kutofikia matarajio mengine ambayo husababisha migogoro. Katika hali hii, ikiwa wahusika hawana ufahamu wa kutatua migogoro kwa amani kama vile matumizi ya mikakati ya upole, huzua vurugu zinazoibua mauti kama ilivyotokea katika kisa hiki (STK Media Kenya, 2025; Soo TV, 2025). Hivyo ni muhimu kufanya utafiti huu kwa kuwa kupitia matumizi ya lugha ya upole katika mawasiliano visa kama hivi vinaweza kupungua.

Kulingana na ripoti iliyotolewa mwaka wa 2017 katika *2015 Kenya National Adolescent and Youth Survey* (NAYS) ya kaunti ya Makueni, ajira kuu ya vijana inatokana na uchukuzi wa bodaboda, Wizara ya Kilimo na vibarua (NCPD, 2017). Mbooni ni sehemu ya kaunti ya Makueni ambapo vijana takriban 1000 hunufaika kutokana na biashara hii ya bodaboda. Kati ya hao, wanabodaboda 250 wamejisajili katika SACCO ya Mbooni ya bodaboda (Mwenyekiti wa chama cha wanabodaboda wa Mbooni, 2024). Ikiwa wahudumu wa bodaboda watumia mikakati ya upole wanapozungumza na abiria, watapata mlahaka kwao na kuweza kupata fedha za kukidhi mahitaji yao na kufikia mojawapo ya malengo ya 2030 ya kustawisha maendeleo endelevu (Vision 2030 Team, 2006). Kwa sababu ufanisi wa uchukuzi

wa bodaboda hutegemea sifa za lugha ya uchukuzi kama vile yenye upole, ucheshi na ushawishi, uti wa mgongo wa utafiti huu ni kuchunguza mikakati ya upole katika mawasiliano ya wanabodaboda na abiria.

Katika hali halisi, uchumi wa nchi umezorota mno (Ndung'u, 2023). Wahudumu wa bodaboda huhitaji kuwasiliana na wateja wao ili wajipatie kipato. Mawasiliano haya yataadumishwa ikiwa wataweza kuzingatia matumizi ya mikakati ya upole ili kutowakwaza wanaotangamana nao. Isitoshe tija yake itadhihirika kwa wanabiashara wadogo wadogo kwani wao hutegemea sana wahudumu wa bodaboda ili kusafirisha bidhaa zao kwenda na kutoka sokoni na hivyo kuimarisha uchumi wa nchi. Utafiti huu utawafaa wahudumu hawa katika kuboresha huduma ya sekta yao kwa kufahamu namna bora ya kuwasiliana na wanajamii ili kuhakikisha kuwa hawaendi kinyume na matamano yao.

1.2 Suala la Utafiti

Utafiti huu ulichunguza mikakati ya upole katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Visa vingi vinavyoripotiwa kwenye vyombo vya habari nchini Kenya vinadhihirisha changamoto za kimawasiliano zinazotokea kati ya wahudumu wa bodaboda na wanaotangamana nao katika sekta hii ya uchukuzi. Baadhi yao hutumia lugha ambayo huvuruga mawasiliano na wakati mwingine kuzua vita vinavyosababisha mauti kama ilivyodhihirishwa na kisa kilichotokea katika eneo la Mbooni. Hii ni ithibati kwamba baadhi yao hawafahamu umuhimu wa matumizi mwafaka ya mikakati ya upole katika mawasiliano. Hali hii inahalalisha haja ya kuchunguza mawasiliano ya wanabodaboda na abiria katika eneo la Mbooni. Kuna tafiti kadhaa ambazo zimefanywa na wataalamu mbalimbali kuhusu suala la upole kwa kutumia Nadharia ya Upole ya Brown na Levinson (1987) ila hakuna utafiti wowote ulioshughulikia kwa kina mikakati ya upole katika mawasiliano ya wanabodaboda na abiria. Kutokana na pengo hili, palionekana kuwepo kwa haja ya utafiti huu kufanywa.

1.3 Malengo ya Utafiti

Utafiti huu uliongozwa na malengo matatu

1. Kubainisha mikakati ya upole inayotumika katika mawasiliano baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria wa eneo la Mbooni katika Kaunti ya Makueni.
2. Kufafanua sababu zinazowafanya wahudumu wa bodaboda na abiria wa eneo la Mbooni katika Kaunti ya Makueni kuzingatia au kukiuka matumizi ya mikakati ya upole.
3. Kuchanganua athari za kutumia au kutotumia mikakati ya upole kwa mawasiliano kati ya wahudumu wa bodaboda na abiria wa eneo la Mbooni katika Kaunti ya Makueni.

1.4 Maswali ya Utafiti

1. Mikakati ipi ya upole hutumika katika mawasiliano baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria wa Mbooni katika Kaunti ya Makueni?
2. Sababu zipi huwafanya wahudumu wa bodaboda na abiria wa eneo la Mbooni katika Kaunti ya Makueni kuzingatia au kukiuka kanuni za upole katika mazungumzo yao?
3. Athari zipi hudhihirika kutokana na kutumia au kutotumia mikakati ya upole kwa mawasiliano kati ya wahudumu wa bodaboda na abiria wa eneo la Mbooni katika Kaunti ya Makueni?

1.5 Umuhimu wa Utafiti

Kupitia utafiti huu, mawasiliano thabiti miongoni mwa wanajamii yanaweza kujengwa. Hili linawezekana ikiwa kila wahusika wa mazungumzo watumia lugha ambayo haitawavunjia mwenzao heshima. Hivyo, kuwafaa wanabodaboda na abiria kwani unaweza kusaidia katika uteuzi wa maneno ambayo wakiyatamka hayata vuruga mawasiliano kati ya wasemeza na wasemezwa.

Isitoshe, utafiti huu unaweza kuchangia katika kuimarisha matumizi nyoofu ya lugha ya Kikamba na Kiswahili. Pamoja na hayo, unazidisha maarifa ya kitaaluma katika Isimujamii na Pragmatiki kwa kuipa lugha maana hasa inapohusishwa na wanabodaboda katika muktadha wa uchukuzi wa bodaboda. Matokeo ya utafiti huu

yatakuwa wenzu muhimu kwa watafiti wa baadaye watakojihusisha na uga huu. Kielimu, utafiti huu una mchango katika kufikia lengo la Elimu ya Kiumilisi (CBE) ambalo ni kuwawezesha wanafunzi kupata ujuzi na umilisi wa mawasiliano na ushirikiano.

Katika Kaunti ya Makueni, utafiti huu unaweza kusaidia katika kuimarisha uchumi kwa kuwajaza wahusika katika sekta ya bodaboda kuhusu mbinu mwafaka za kuwasiliana na abiria ili kufikia azma yao ya kila siku. Wahudumu wa bodaboda hutegemea shughuli hii kujikimu na ikiwa watatumia mikakati ya upole katika mawasiliano yao na abiria, watapata kipato cha ziada cha kumudu mahitaji yao hasa wakati huu ambapo gharama ya maisha inazidi kupanda. Kipato cha wanabodaboda kinapoimarika, huchangia uchumi wa nchi.

Matumizi ya lugha ya upole katika sekta ya bodaboda ni silaha madhubuti ya kuibadilisha sekta hii kuwa nguzo ya maendeleo jumuishi nchini Kenya. Kwa kutumia lugha ya upole, serikali pamoja na washikadau wake wana nafasi ya kuibadilisha sekta ya bodaboda kuwa chombo cha kuendeleza jamii, kukuza maadili, kurahisisha usafiri, kuimarisha usalama na kuchochea ukuaji wa uchumi. Kuboresha huduma katika sekta hii, kunaweza kufanikisha Malengo ya Maendeleo Endelevu ifikapo mwaka 2030.

1.6 Upeo wa Utafiti

Utafiti huu ulichunguza namna wahudumu wa bodaboda huzingatia au hukiuka matumizi ya mikakati ya upole wanapotagusana na abiria ili kufanikisha mazungumzo yao. Ulifanyika katika Kaunti Ndogo ya Mbooni iliyo katika Kaunti ya Makueni, Nchini Kenya. Walengwa katika utafiti huu walikuwa ni wahudumu wa bodaboda na abiria wa jinsia zote, ambapo mawasiliano yao yalichunguzwa. Mtafiti hakujikita katika maudhui ya mazungumzo bali alichunguza namna ambavyo lugha inatumika katika mawasiliano kwa kuangazia kauli zilizosemwa kwa misingi ya upole kulingana na Nadharia ya Upole (Brown na Levison, 1987). Maudhui na lugha kimsingi huambatana ila mtafiti hakuangazia kuhusu yaliyosemwa yalivyo nini ila alijikita kwa kipengele cha yalivyosemwa (yaliyosemwa yaliwasilishwa vipi?), sababu za kusemwa vile na athari zake kwa mawasiliano. Sababu ya kutoshughulikia maudhui kwa undani ni kuwa si baadhi ya malengo ya utafiti huu. Mbinu zilizotumika katika kufikia malengo haya ni uchunzaji na mahojiano kwa kuzingatia muundo

uchunguzi kifani. Sehemu hii ilichaguliwa kama eneo la utafiti kwa sababu uchukuzi wa bodaboda hutumika sana kuliko mbinu nyingine za uchukuzi. Takriban wanabodaboda 1000 hupatikana katika eneo hili (Mwenyekiti wa chama cha wanabodaboda Mbooni, 2024). Isitoshe, mtafiti hangeweza kufanya utafiti kote nchini kwa sababu ya kigezo cha muda. Ukusanyaji data ulifanyika kwa kipindi cha miezi miwili. Hivyo, sehemu hii ni kiwakilishi cha wanabodaboda na abiria wanaoweza kupatikana mahali popote nchini.

SURA YA PILI

MAPITIO YA MAANDISHI NA MISINGI YA NADHARIA

2.1 Utangulizi

Katika sura hii, yaliyoandikwa awali kuhusu mada yameelezwa huku uhusiano na tofauti zilizopo kati ya tafiti za awali na utafiti huu zikidhihirishwa. Isitoshe, sehemu hii imeeleza kuhusu nadharia iliyoongoza utafiti huu na mihimili iliyotumika.

2.2 Mapitio ya Maandishi

Kwa mujibu wa United Nations (2025), lugha ni chombo muhimu cha mawasiliano. Isitoshe, Sovu (2021) anaeleza kuwa, lugha ni kitambulisho cha jamii na huwawezesha wanajamii kuwasiliana. Hivyo basi, lugha ni kipengele muhimu cha mawasiliano katika jamii. Mfinyanzi anapofinyanga vyungu hutumia udongo. Wanadamu nao hutumia lugha kuwasiliana. Kwa hivyo, lugha ni malighafi ya mawasiliano na bila lugha shughuli ya mawasiliano baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria haiwezi kutimia. Kila lugha ina utamaduni ulio na maneno yanayoonyesha upole. Maneno yanayotamkwa na mtu, huwa yamechujwa na kuchaguliwa akilini na uteuzi huo huongozwa na miiko ya jamii. Itikadi hizi hufumbata aina za lugha zinazokubalika na zisizokubalika kutumika katika jamii. Hii ni kwa sababu, lugha anayozungumza mtu humtambulisha na huakisi utamaduni wake (Potongwane, 2022). Bila mawasiliano mwafaka binadamu watakwama na kushindwa kutekeleza malengo yao kama ilivyokuwa wakati wa ujenzi wa mnara wa Babeli (M'Ngaruthi, 2021). Kwa sababu hiyo, utafiti huu ulichunguza jinsi mikakati ya upole hutumiwa na wahudumu wa bodaboda wanapoingiliana na abiria.

Kwa mujibu wa TUKI (1990) upole ni ule uwezo wa mtu kuwa mtulivu na mtaratibu. Upole ni sifa muhimu sana inayokuzwa katika dini ya Kikristo na Kislamu. Kwa kukinukuu kitabu kitakatifu cha Biblia, toleo la King James (KJV), katika Wakolosai 3:12, Wakristo wanahimizwa wajitwike upole. Maandiko haya matakatifu yanaeleza kuwa, upole unapendeza na una nguvu nyingi katika kuboresha mawasiliano. Kwa kurejelelea Qur'an, upole ni ile hali ya mtu kuwa mtulivu na kutozungumza kwa hamaki, akiudhiwa halipuki kwa hasira na kupaza sauti bali hutulia kwa subira (Qur'an, 25:63). Katika hali hii ya subira, msemaji anaweza kuchakata maneno akilini na kuteua yale yasiyoibua hisia za kudunishwa au kudhalilishwa kwa msikilizaji.

Upole katika lugha hufanikisha mtagusano wa watu katika jamii kwa njia inayostahili (Maginnis, 2011). Kulingana na Juma (2016), kila jamii ina tamaduni au kaida zake zinazowasaidia watu kuwasiliana kwa amani bila migogoro yoyote.

Tiryakian na Goffman (1967) wanaeleza kuwa, upole ni kigezo cha kudhihirisha mwonekano wa nafsi ya mtu kupitia namna mtu anatumia lugha anapozungumza na wengine. Katika hali hii watumiaji lugha hujaribu kwa vyovyote vile kuokoa nyuso za wanaotangamana nao. Huwa ni vigumu kutenganisha lugha na utamaduni kwani hivi ni vipengele vinavyochagizana. Hii ni kwa sababu, lugha hubeba na kurithisha utamaduni na utamaduni hubeba amali zote za jamii (Ngugi wa Thiong'o, 1986; M'Ngaruthi, 2019). Mawasiliano hutokea tu pale ambapo usemi katika lugha unaleta maana. Maana hizi huamuliwa na utamaduni na hapa ndipo utasikia watu wakitaja baadhi ya maneno yanayokubalika na yale yasiyokubalika kutumika katika miktadha ya jamii fulani (Song, 2010). Kwa mujibu wa Thennavan na Chandra (2017), muktadha ni suala muhimu la kufasiri lugha. Neno moja linaweza kuwa na maana tofauti kutegemea muktadha wa utamaduni husika (Daulay na wenzake, 2022). Hivyo, kinachofasirika kuwa upole hutegemea muktadha wa matumizi.

Brown na Levinson (1987) wanadhihirisha kwamba, hata ingawa tamaduni za jamii zinatofautiana, huwa zina sifa binafsi za upole. Kulingana na mawazo yao, upole hupunguza ukali wa tamko na kufunika matendo yote yanayotishia uso. Lugha si nyenzo tu ya kuwasilisha maana za maneno, habari au kufanya mambo kwani wakati mwingine hufumbata matamko yasiyoelezeka kidhana. Kwa mfano, ni vigumu kueleza matamko kama vile; “mmm...., aaah..., wooui.., eh..” kidhana lakini yana umuhimu katika mawasiliano. Yanadhihirisha kwamba kuna ushirikiano kati ya mzungumzaji na msikilizaji na huleta muwala katika mawasiliano (Dingemanse, 2025). Kwa mfano, mtu anapomsabahi mwingine, nia yake si kupata jibu tu bali ni njia ya kuleta watu pamoja na kudumisha mahusiano yao. Kulingana na Febriantini na wenzake (2021), Lugha huchukua mifumo tofauti kama vile lugha ya kuzungumza au ya ishara.

Kwa mujibu wa Malinowski (1923, kama alivyonukuliwa katika Korta, 2008), ili kuelewa kikamilifu kuhusu kinachoendelea, haitoshi tu kuelewa maana ya maneno. Mtu anafaa kuelewa kinachosababisha watu kusema kile wanakisema na jinsi wanavyokisema katika muktadha mahususi. Kwa sababu hii, pamoja na kubainisha

mikakati ya upole na athari zake, utafiti huu ulichunguza kuhusu sababu zinazowafanya wahudumu wa bodaboda kuzingatia au kukiuka mikakati ya upole wanapozungumza na abiria pamoja athari zake kwa mawasiliano.

2.3 Yaliyoandikwa Kuhusu Mada

Kuna baadhi ya tafiti za awali ambazo zimechunguza mambo yanayohusiana na mada ya utafiti huu. Tafiti hizo ni kama zifuatazo.

2.3.1 Mikakati ya Upole

Brown na Levinson ni waasisi wa dhana ya upole (Johnson na wenzake, 1988). Waliendeleza dhana ya uso wa mtu iliyowekewa msingi na Goffman (1967). Brown na Levinson (1987) walisisitiza kwamba, katika mazungumzo watu hutumia mikakati ya upole ili kuhifadhi nyuso za wenzao. Brown na Levinson waliweka msingi wa uainishaji wa mikakati ya upole kama vile: mkakati chanya, hasi, ndani ya rekodi, nje ya rekodi na mkakati wa kutosema chochote/kutotenda kitendo cha kuathiri uso. Maoni haya yalikuwa na mchango katika utafiti huu kwani yalisaidia katika uainishaji wa mikakati ya upole. Utafiti huu ulichangia mawazo ya Brown na Levinson kwa kuchuguzi sababu zinazowafanya wahudumu wa bodaboda na abiria kuzingatia au kukiuka mikakati ya upole katika mawasiliano yao.

Aidha, Farida na Yuliana (2019) walichunguza jinsi mikakati ya upole hutumika baina ya wanafunzi na wahadhiri wao kupitia jumbe fupi za *WhatsApp*. Walirejelea jumbe 57 kutoka kwa wanafunzi sita wa Chuo Kikuu cha Bandung. Kwa kurejelea Nadharia ya Upole ya Brown na Levinson, waligundua kuwa, wanafunzi wengi walitumikiza mikakati yote ya upole ila mkakati hasi na wa kuwa ndani ya rekodi ulitumika kwa kiasi kikubwa. Utafiti wa Farida na Yuliana (Ktj.) unahusiana na utafiti huu kwa sababu ulichunguza mikakati ya upole ukiongozwa na Nadharia ya Upole ya Brown na Levinson ambayo pia iliongoza utafiti huu. Tofauti iliyopo ni kwamba, utafiti wao ulizingatia jumbe fupi za wanafunzi kwa wahadhiri kwenye mtandao wa *WhatsApp* kinyume na utafiti huu ambao ulichunguza maongezi ya ana kwa ana kati ya wahudumu wa bodaboda na abiria.

Isitoshe, uchunguzi ulifanywa kuhusu matumizi ya mikakati ya upole katika mawasiliano kati ya mhadhiri na wanafunzi katika somo la Bayolojia (Nugrahanto na Hartono, 2020). Matokeo ya utafiti wao yalionyesha kuwa, mikakati ya upole

ilitumika wakati wa maingiliano. Mikakati ya upole iliyodhihirika ilikuwa ni; mkakati chanya, mkakati hasi, mkakati ndani ya rekodi na mkakati nje ya rekodi. Utafiti wao ulichangia utafiti huu katika kuainisha mikakati ya upole kwa kuzingatia Nadharia ya Upole. Utafiti huu ni tofauti na wake kwa kuwa hauangazii mawasiliano ya wahadhiri na wanafunzi bali wahudumu wa bodaboda na abiria.

Utafiti wa Olorunsogo (2020) ulikuwa wa kimajaribio na alichunguza jinsi mikakati ya upole ilitumika katika hospitali za kibinafsi. Alinua kuchunguza iwapo madaktari walitumia mikakati ya upole walipokuwa wakitagusana na wagonjwa katika hospitali za Ibadan, Nigeria. Matokeo yalionyesha kuwa, madaktari walitumia mkakati wa ndani ya rekodi walipokuwa wakiongea na watu wazima na kutumia mkakati chanya wa upole wakiwahudumia watoto. Wagonjwa nao walijibu kulingana na mkakati uliotumiwa. Tufiti hizi zinahusiana kwa sababu ya mwelekeo sawa wa kinadharia na kutofautiana kwa misingi ya kwamba utafiti wa Olorunsogo ulitokea katika muktadha wa matibabu/hospitalini nao huu ulifanyika katika uwanja wa uchukuzi wa bodaboda.

Aidha, Njuki na Ireri (2021) walichunguza namna Wabunge wa Bunge la Kitaifa la Kenya hutumia mikakati chanya na hasi ya upole katika mawasiliano. Waligundua kuwa wabunge hutumia mikakati chanya na hasi ya upole ili kupunguza athari kwa uso. Utafiti wa Njuki na Ireri unahusiana na utafiti huu kwani walibainisha baadhi ya mikakati ya upole iliyochunguzwa na utafiti huu kwa kurejelea Nadharia ya Upole. Utafiti wa Njuki na Ireri ulichunguza upole katika mawasiliano ya wabunge kinyume na utafiti huu uliolenga upole katika mawasiliano wahudumu wa bodaboda na abiria.

Surjowati (2021) alichunguza mikakati ya upole inayotumika na wanafunzi walio na asili na tamaduni ya tofauti. Utafiti wake ulibainisha mikakati miwili ya upole ambayo ni mkakati chanya na hasi. Mikakati chanya ulidhihirisha matumizi ya mbinu kama vile: Kuepuka kutokubaliana, kutoa ahadi, chuku na kutafuta kukubaliana. Mikakati hasi ya upole iliyotumika ilihusisha kuomba msamaha na kuwa mtorajua. Utafiti wa Surjowati (Ktj.) ulichangia utafiti huu kwa kutoa mwanga wa kuanisha mikakati chanya na hasi ya upole na mbinu zake. Utafiti huu unatofautiana na wa Surjowati kwani yeye aliangazia upole katika mawasiliano ya wanafunzi kutoka kwa asili tofauti ilhali utafiti huu ulijikita katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria katika Kaunti Ndogo ya Mbooni, Makueni, Kenya.

2.3.2 Sababu za Kuzingatia au Kukiuka Matumizi ya Kanuni za Upole

Baadhi ya watafiti walichunguza namna mikakati ya upole ilitumika katika mawasiliano kwenye vyombo vya habari. Kwa mfano Ann (2014), alichunguza mikakati ya upole kama inavyotumika katika kipindi cha Bi. Mswafari cha kuwapa mawaidha wanandoa katika Runinga ya Citizen kila Jumamosi jioni baada ya habari za saa moja jioni. Alinuia kuonyesha endapo vipindi hivi hujali nyuso za wahusika wa mazungumzo ambapo aligundua kuwa Bi. Mswafari alitumia faridi mahususi kwa nia ya kumfanya msikilizaji ajihisi vizuri. Utafiti wa Ann (Ktj.) ulikuwa na mchango kwa kazi hii kwani uliuwekea mradi huu misingi ya kinadharia. Alidokeza mojawapo ya sababu ya matumizi ya mikakati ya upole jinsi utafiti huu ulivyofanya ila kuna tofauti. Utafiti huo ulijikita kwa maongezi katika vyombo vya habari kinyume na utafiti huu uliochunguza maongezi ya ana kwa ana kati ya wahudumu wa bodaboda na abiria katika sekta ya uchukuzi.

Naye Machira (2015) alichunguza namna upole hutumiwa na wahusika wakuu katika tamthilia ya *Mbaya Wetu* wanapoingiliana na wahusika wadogo. Alichunguza namna wahusika hujijengea sifa kupitia upole. Kwa kuhakiki utafiti wa Machira, sababu zilizofanya wahusika kutumia mikakati ya upole katika tamthilia hii ni kufanya mawasiliano yafanikiwe na kuweza kujijengea sifa. Utafiti wake una mchango katika utafiti huu kwani umesaidia kung'amua baadhi ya sababu ambazo hufanya wahusika kutumia mikakati ya upole na una mwelekeo sawa na utafiti huu kinadharia. Tofauti ya utafiti huu na wa Machira ni kwamba wake uliangazia upole wa wahusika katika utanzu wa fasihi andishi (tamthilia). Kinyume na utafiti wake, utafiti huu uliangazia mawasiliano halisi ya wanabodaboda na abiria ambao ni wahusika halisi.

Utafiti mwingine ulifanywa katika kazi ya fasihi uliochunguza mikakati ya upole na uana (Nyambwogi, 2016) . Nia ya Nyambwogi ilikuwa ni kubainisha kauli za wahusika waliotumia mikakati ya upole katika tamthilia ya *Natala* na kulinganisha matumizi yake kijinsia. Alitumia mtazamo wa nadharia ya Brown na Levinson (1987) kuhusu mikakati ya upole. Aligundua kuwa jinsia zote hutumia mikakati ya upole ila kila mojawapo hujikita kwa mkakati mmoja bainifu. Kwa mfano, wahusika wanawake walitumia mkakati chanya nao wahusika wa kiume walitumia mkakati hasi ili kufanikisha maudhui. Kwa kuhakiki utafiti huu wa Nyambwogi, waandishi wa tamthilia huwasawiri wahusika wakitumia mikakati ya upole ili kuwajengea sifa

za kijinsia na kufanikisha uwasilishaji wa maudhui. Utafiti huu una uhusiano na mradi huu kwani uliangazia mkakati wa upole kwa kutumia nadharia sawia. Kinyume na utafiti wa Nyambwogi uliorejelea makala yaliyoandikwa, utafiti huu ulishughulikia mazungumzo halisi ya moja kwa moja baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria.

Kadhalika Nyangi (2017), alichunguza utoupole katika filamu za Kiswahili kutoka Tanzania. Alichanganua kauli za wahusika kwenye filamu kwa kutumia Nadharia ya Utoupole ya Culpeper (1996). Alibainisha kuwa waigizaji walitumia mikakati ya utoupole kimakusudi ili kuhasiri nyuso za waigizaji wenzao. Utafiti wa Nyangi (Ktj.) ulikuwa wenye mchango kwa utafiti huu kwani unatoa mwanga wa mojawapo ya sababu ya ukiukaji wa matumizi ya mikakati ya upole ambayo ni kuhasiri nyuso za wengine. Utafiti huu unatofautiana na wa Nyangi kwa sababu yeye aliangazia jinsi waigizaji wa filamu walivyotumikiza utoupole nao utafiti huu uliangazia upole katika mazungumzo halisi baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria kwa kuelekezwa na nadharia tofauti.

Isitoshe, Wafula (2019) alichunguza mikakati ya utoupole katika tamthilia ya *Pango* ya Kyallo Wadi Wamitila. Aligundua, kuwa wahusika katika tamthilia hii walitumia utoupole ili kudhuru nyuso za wenzao na kufifisha au kukatiza mawasiliano miongoni mwao. Utafiti huo unahusiana na huu kwani unadokeza sababu ya kutozingatia matumizi ya mikakati ya upole. Tofauti iliyopo ni kwamba, Wafula alishughulikia utoupole katika kazi ya tamthilia ilhali utafiti huu ulishughulikia upole katika mazungumzo halisi kati ya wahudumu wa bodaboda na abiria.

Fitriyani na Andriyanti (2020) walifanya uchunguzi wa upole katika maingiliano ya mwalimu na wanafunzi katika somo la Kiingereza kama Lugha ya Kigeni (EFL). Waligundua kuwa, matumizi ya mikakati ya upole ilichangiwa na sababu kama vile: tofauti za kiumri, mamlaka, tofauti za kimahusiano na msimamo wa kitaasisi. Ijapokuwa utafiti wao ulikuwa tofauti na huu, matokeo ya utafiti wao ulichangia utafiti huu kwa kutoa mwanga kuhusu baadhi ya sababu za kuzingatia au kukiuka matumizi ya mikakati ya upole.

Utafiti mwingine ulifanywa kuhusu aina za mikakati ya upole na kiwango cha upole kinachotumika na wanafunzi wa Kiingereza wanapomba msaada (Thanh na wenzake, 2022). Waligundua kuwa mikakati ya upole hutumika ili kudumisha

mahusiano na kukwepa kudhuru nyuso za wengine. Uhusiano wa utafiti wao na huu ni kuwa ulitumia mwelekeo sawa wa kinadharia. Tofauti iliyopo ni kuwa, wao uliangazia kuhusu aina za mikakati ya upole katika maongezi ya wanafunzi kinyume na utafiti huu ulioangazia sababu za uzingatiaji na ukiukaji wa upole katika mawasiliano ya wanabodaboda na abiria.

Haryanto na wenzake walifanya utafiti kuhusu upole katika maongezi ya kipindi cha kinachoelekezwa na Najwa Shihab kutoka nchi ya Indonesia (Haryanto na wenzake, 2024). Walijikita katika uchunguzi wa mchango wa upole katika maongezi ya kisiasa. Waligundua kuwa mkakati chanya wa upole ulitumika zaidi katika mawasiliano hayo kwa sababu ya hadhi ya wahusika, kiwango cha ulazimishwaji na tofauti za kimahusiano. Utafiti wao una uhusiano na huu kwani ulidokeza baadhi ya sababu ya kuzingatia au kukiuka matumizi ya mikakati ya upole. Tofauti ya utafiti wao na huu ni kwamba, wao waliangazia upole katika maongezi ya kisiasa katika kipindi cha *Mata Najwa* ilhali utafiti huu ulichunguza sababu zinazowachochea wahudumu wa bodaboda na abiria kuzingatia au kukiuka matumizi ya mikakati ya upole.

2.3.3 Athari ya Matumizi ya Mikakati ya Upole kwa Mawasiliano

Utafiti wa Kioko (2021) ulidadisi namna mikakati ya upole hutumiwa na wahudumu wa magari ya umma wanapotagusana na abiria katika mji wa Matuu. Kioko alitumia nadharia ya Brown na Levinson (1987). Athari ya matumizi ya mikakati ya upole iliyobainika ni kufanikiwa katika kufikia malengo ya wahudumu wa magari. Utafiti wa Kioko unachangia kazi hii kwani unahusu upole katika sekta ya uchukuzi ambao ni uti wa mgongo wa utafiti huu. Isitoshe, ulitumia maongezi ya moja kwa moja ili kupata data sawia na utafiti huu. Utolinganifu wa utafiti huu na wa Kioko ni kwamba, alijikita tu kwa wahudumu wa magari ya uchukuzi ambayo hubeba abiria wengi kwa wakati mmoja kinyume na utafiti huu ambao ulijifunga kwa wanabodaboda ambao huhitajika kubeba abiria mmoja tu. Kuna nafasi bora ya kuchunguza upole katika mazungumzo ya wahudumu wa bodaboda na abiria kwani ni sharti wazungumze moja kwa moja kinyume na magari ambapo wakati mwingine mabango hutumiwa kuwasiliana na abiria. Isitoshe, utafiti wake alifanyia katika mji wa Matuu tofauti na utafiti huu ambao ulifanyika katika eneo la Mbooni.

Kwa mujibu wa Muge (2018), changamoto wanazokumbana nazo wahusika wa vipindi vya *Sobetab Kapchi* (maisha ya jamii) katika KASS FM ni wahusika kutatizika katika mazungumzo. Waendeshaji wa kipindi hiki hukabiliana na changamoto hizo kwa kutumia mikakati ya upole. Baadhi ya athari zilizodhihirika kwa kuzingatia matumizi ya mikakati ya upole ni kukuza heshima baina ya msemaji na msikilizaji, mazungumzo kudumishwa hadi mwisho na mashabiki kupata mvuto na kufurahishwa na uzingatifu wa mikakati ya upole. Uhusiano uliopo kati ya utafiti wake na huu ni kwamba, Muge (Ktj.) alichunguza maongezi halisi ya watu sawia na mawasiliano yaliyoangaziwa na utafiti huu. Tofauti na utafiti wa Muge uliochunguza uchanganuzi wa upole katika chombo cha habari, utafiti huu ulizingatia mawasiliano ya ana kwa baina ya wanabodaboda na abiria katika mazingira yao halisi.

Nyabuto (2021) alihakiki vitendo vya wahutubu vilivyolenga nyuso za wajane katika muktadha wa mazishi. Alibaini kuwa, wahutubu walijaribu wawezavyo katika kudumisha nyuso za wajane hasa kwa kumakinika katika uteuzi wa maneno. Athari alizogundua ni kuwa matumizi ya mikakati ya upole ilichangia katika udumishwaji wa heshima za kihisia, uimarishwaji wa mahusiano, ujenzi wa ujasiri na kuyafanya maombolezo kuendelea bila utata. Utafiti wa Nyabuto unahusiana na huu kinadharia na ulidokeza baadhi ya athari ya matumizi ya mikakati ya upole katika mazungumzo. Tofauti iliyopo ni kwamba, Nyabuto aliangazia vitendo vinavyotishia nyuso za wajane katika rambirambi ya mazishi kinyume na utafiti huu uliochunguza upole katika mawasiliano halisi ya wahudumu wa bodaboda na abiria.

Utafiti mwingine kuhusu matumizi ya lugha ya upole katika mazungumzo ya wauza na wanunuzi wa bidhaa za promosheni katika Kisiwa cha Ugunja ulifanywa na Ali (2022). Aligundua kuwa, upole ulijenga heshima katika mawasiliano ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa hizo, kujenga ukuruba baina ya wauzaji na wanunuzi na kuchangia katika kuongeza mauzo na faida. Utafiti wake ulichangia huu kwa kuwa ulibainisha baadhi ya athari za matumizi ya mikakati ya upole. Tofauti iliyopo katika utafiti wake ni kuwa, ulichunguza upole katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa za promosheni ilhali utafiti huu ulichunguza upole katika mawasiliano ya wanabodaboda na abiria.

Kwa kurejelea utafiti wa Wafula uliodokezwa hapo awali, athari iliyodhihirika ya matumizi ya utoupole katika tamthilia ya *Pango* ni kufanikisha uwasilishaji wa maudhui, kujengea wahusika sifa na kuweza kuvunja mawasiliano baina ya wahusika (Wafula, 2019). Utafiti wake unahusiana na utafiti huu kwani unadhihirisha baadhi ya athari za kutumia utoupole. Utafiti huo ulizingatia utoupole katika kazi ya fasihi ambayo ni tamthilia tofauti na utafiti huu uliochunguza upole katika mawasiliano halisi ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Inaaminika kuwa matumizi ya mikakati ya upole inapozingatiwa au kukiukwa huwa na athari katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria.

Sehemu hii ya mwauo wa maandishi, imerejelea makala yalioandikwa kwa lugha ya Kiswahili na Lugha ya Kiingereza. Sababu ya kurejelea machapisho ya Kiingereza ni kuwa kuna machapisho machache ya Kiswahili yanayohusiana na mada ya utafiti huu.

2.4 Misingi ya Nadharia

Nadharia iliyoelekeza utafiti huu ilikuwa ni Nadharia ya Upole ya Brown na Levinson (1987). Hawa ni wataalamu Wamerika walioasisi nadharia hii katika karne ya ishirini. Nadharia hii imewavutia wataalamu wengi wa lugha kwa kuwafanya wachote maarifa kwayo na kuipambanua katika mikondo tofauti. Kuna wataalamu wengine ambao walihakiki nadharia hii na kupinga mawazo yake kama vile Culpeper (2011) aliyeeleza kuwa, kila jamii ina lugha yake iliyo na maneno ya upole na huenda maneno hayo yakatofautiana kutoka jamii moja hadi nyingine. Kimsingi nadharia hii ina machukulio matatu ambayo ni; kila mtu ana uso, usemi wowote ule unaweza kuathiri uso na kuwa kila wakati wa mazungumzo, watu hujitahidi kutumia mikakati ya upole ili kupunguza athari kwa nyuso za wahusika katika mazungumzo. Wataalamu hawa wanaridhia kwamba, tamaduni za jamii hutofautiana ila wanashikilia msimamo kwamba, kuna sifa bia za upole. Mawasiliano ni swala muhimu katika jamii zote ulimwenguni na huweza kuwa nyoofu wakati ambapo mikakati ya upole hutumika. Hivyo ni muhimu kuchunguza matumizi ya lugha ya upole katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria wa eneo la Mbooni ili kudumisha huduma katika sekta hii.

Goffman (1967) ndiye aliyeanzisha dhana ya uso na Brown na Levinson wakaiendeleza. Goffman alisema kuwa, uso ni thamani chanya ya kijamii ambayo mtu hujipa anapotangamana na watu wengine. Uso huwa ni haiba ya mtu katika jamii na ndio maana watu wanapoingiliana katika jamii huhakikisha wameigiza tabia njema ili wajitwalie picha nzuri kutoka kwa jamii. Upole huonyeshwa wakati mtu anazingatia au kukiuka kaida fulani. Alisisitiza kuwa kuna aina mbili za uso. Kwanza, kuna uso chanya ambao huwa na matamano ya kukubalika, kuheshimiwa, kutambuliwa na kufurahishwa. Uso hasi hutamani kuwa na uhuru katika mazungumzo bila kulazimishwa au kutingwa na vikwazo vyovyote na pia katika kutekeleza matendo anuwai (Brown na Levinson, 1987). Kulingana nao, vigezo vinavyoongoza uteuzi wa mikakati ya upole ni kama vile: faida tarajiwa, tofauti za mamlaka, tofauti za mahusiano na uzito wa tendo la kutishia uso. Brown na Levinson (Ktj.) walipendekeza kwamba ushirikiano baina ya wahusika katika mazungumzo ni muhimu ili kuhifadhi uso. Dhana ya ushirikiano katika mazungumzo ilifafanuliwa vyema na Grice (1975, kama alivyonyukukiwa katika Davies, 2000). Kanuni za Ushirikiano ni kama zifuatavyo kulingana na Grice (Ktj.);

- i. Kanuni ya kiasi - ambapo mtu anapaswa kutoa kiwango cha kutosha cha habari, asitoe habari nyingi zisizohitajika asije akachosha wanaosikiliza, asiwapotezee muda ama pia kuzua utata katika kufasiri lengo la mawasiliano kwa kutumia maneno mengi zaidi kupita kiasi. Isitoshe mzungumzaji asitoe habari chache mno ambazo zinazua utokamilifu wa habari, taharuki na labda makisio yasiyo ya kweli. Kwa kuhakiki kanuni hii, kuna hitilafu kwa sababu, kiwango kinachotumika kupima kiasi cha habari hakibainishwi na pana uwezekano wa wanaohusika kutojieleza kikamilifu.
- ii. Kaida ya ubora inaeleza kuwa msemaji ajaribu kutoa mchango ulio wa kweli katika mazungumzo. Katika kanuni hii, kuna kanuni ndogo zinazosema kuwa mtu asiseme kile anachoamini ni uongo na asiliseme jambo ikiwa hana ushahidi wa kutosha kulihusu. Matumizi ya kanuni hii yana umuhimu kwani inafanya maongezi kuwa ya kutegemeka na kuwaepusha watu kutokana na kesi zinazoibuliwa na usemi potovu. Kwa kuichanganua kanuni hii, kuna utata kwa sababu ikiwa mtu amepatwa na hali inayohatarisha maisha yake, atatoa mchango wa kweli au ataokoa maisha yake?

- iii. Kaida ya uhusiano inasisitiza kuwa mtu anapozungumza ajikite katika mada, azungumzie tu yale yanayohusiana na mada inayojadiliwa. Uzingatifu wa kanuni hii unasaidia katika kupunguza utata na kuleta mantiki ya mawasiliano. Si rahisi kuzingatia kanuni hii kwani matukio hubadilika kila wakati na yanaweza kubadilisha yanayozungumziwa kutegemea mandhari.
- iv. Kaida ya namna, inasisitiza kuhusu jinsi ya kusema kile kinachosemwa. Kanuni hii inapendekeza matumizi ya maneno yanayoeleweka, kuepuka utata, kusema kwa ufupi na kuhakikisha kuna mpangilio mzuri wa mawazo. Kanuni hii hukiukwa hasa pale ambapo msemaji anazua dhana ya umaanisho na kile angetaka kusema anaona huenda kitaathiri uso wa mhusika katika mazungumzo kwani si rahisi kusema mambo yote moja kwa moja.

Watumiaji wa lugha hukiuka kimakusudi kanuni za Grice kwa sababu ni tabia ya binadamu kumaanisha kisichosemwa au kumaanisha zaidi ya kile kinachosemwa. Hapa ndipo udokezi au umaanisho hudhihirika. Wasikilizaji huelewa maana ya msemaji kutokana na muktadha husika. Ukiukaji wa kanuni ya Grice ya namna ulisaidia katika kutambua mkakati wa kuwa nje ya rekodi katika nadharia ya Brown na Levinson (1987) ambayo iliongoza utafiti huu. Ushirikiano katika mazungumzo baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria wa eneo la Mbooni ulidhihirisha ufanisi wa matumizi ya mikakati ya upole.

Dhana ya uso chanya na uso hasi inayoelezewa na Nadharia ya Upole ni muhimu katika utafiti huu. Nadharia hii ya Brown & Levinson (1987) inaweka wazi matamano ya uso chanya na hasi na ujuzi huo ulisaidia mtafiti katika kutambua mambo yanayoenda kinyume na matamano hayo. Isitoshe, ulirahisisha tendo la kubainisha matamko yanayokidhi mahitaji ya uso (mikakati ya upole) katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Hivyo, Nadharia ya Upole ilidhihirika kuwa faafu katika utafiti huu.

2.4.1 Matendo Yanayoathiri Uso

Mambo yote yanayohitilafiana na matamano ya uso chanya au hasi huwa yanaathiri uso. Haiba ya msemema au wa msemema inaweza kuathiriwa kupitia kwa lugha zungumzwa, toni ya mazungumzo na pia ishara uso. Kwa mujibu wa Brown na Levinson (1987), tamko lolote la msemema linaweza kuathiri uso wa msikilizaji. Kuna

matendo kadhaa yanayoathiri uso wa msemaji na msikilizaji. Kwa mfano; matusi, kejeli, kutokubaliana, kusingiziwa, kuamrisha, kuonya/kutahadharisha, kumkumbusha mtu jambo, kuomba, kuagiza, kuomba msamaha, kutodhibiti hisia, kukubali kusifiwa, kushukuru na hata kutoa vijisababu vya kutofanya jambo fulani. Ili kudhibiti athari kwa uso kuna mikakati ya upole inayotumika katika kulinda uso. Mikakati hii hutumika ili kuhakikisha kuwa hakuna kumdhalilisha mtu au kumfanya ahisi vibaya kujihusu. Ufahamu wa matendo haya ulisaidia katika kutambua mambo yanayodhuru uso katika mazungumzo ya wahudumu wa bodaboda na abiria wa eneo la Mbooni na namna wahusika wanajukumika kuokoa nyuso za wenzao kwa kutumia mikakati ya upole.

2.5 Mihimili ya Nadharia ya Upole

Mihimili ya nadharia ya Upole imeelezwa kama ifuatavyo:

2.5.1 Mkakati Chanya wa Upole

Mkakati huu hutumika kwa ajili ya kuzuia athari kwenye uso chanya wa msikilizaji. Kulingana na Nadharia ya Upole ya Brown na Levison (1987), mikakati chanya ya upole inahusisha; kuzidisha kukubaliana na kupunguza kutokubaliana kati ya msemaji na msikilizaji, kumsifu msikilizaji ili kuhifadhi uso wake badala ya kumkashifu, kutumia maneno yenye ucheshi yanayotekena hisia za msikilizaji, kumtambua msikilizaji kama rafiki na kumtaja kwa jina lake la kitaaluma.

2.5.2 Mkakati Hasi wa Upole

Mkakati huu huwa umelenga uso hasi wa msikilizaji unaodhamiria kuondoa hisia za kulazimishwa kwa msikilizaji. Hutumika pale ambapo msemaji anaona kuwa, kile anadhamiria kusema kitamtaka msikilizaji ajukumike kwa namna fulani na angependa amuepushe na hali ya kujihisi ameshurutishwa. Mkakati huu huhusisha matumizi ya maneno yanayopunguza ukali wa tamko. Kwa mfano badala ya kusema; ‘Caro, nirudufishie nakala hii’ mtu anaweza kusema, ‘Tafadhali Caro, unaweza nirudufishia nakala hii kama hujajukumika sana?’ Msikilizaji ataachwa na uhuru wa kutenda kwa hiari hata kama ni ombi linalomtaka atekeleze kitendo.

2.5.3 Mkakati Ndani ya Rekodi

Huu ni mkakati ambao hutumika na watu walio karibu kimahusiano kama vile marafiki na wanafamilia. Mkakati huu ni kama thibitisho la kigezo cha ukaribu au umbali wa mahusiano kati ya msemaji na msikilizaji kinachoamua ni kiwango kipi cha upole kinafaa kutumika. Mkakati huu huwa haujali hisia za msikilizaji. Kwa mfano, “Niletee maji!” Hapa msemaji anatoa amri bila kumjali msikilizaji. Hii ni kwa sababu ya uhusiano alionao na msikilizaji na katika hali hii msikilizaji huchukulia kauli hizi kuwa za kawaida tu. Ujumbe husemwa moja kwa moja bila mzunguko.

2.5.4 Mkakati Nje ya Rekodi

Brown na Levinson (1987) wanasema kuwa mkakati huu huhusisha matumizi ya maneno ya mzunguko. Ujumbe husemwa moja kwa moja. Msemaji hufanya hivi kimakusudi ili kuhakikisha kuwa hajaathiri uso wa msikilizaji. Kwa mfano, unapomtaka mtu afunge dirisha, badala ya kusema moja kwa moja unatumia maneno ya mzunguko kama vile; “Ninahisi baridi”. Baada ya kusema kauli hii unamwachia msikilizaji uhuru wa kujaribu kutambua ulichomaanisha mwenyewe. Nia ya msemaji ilikuwa ni kudokeza ujumbe wake ili apate manufaa kwa kutomlazimisha msikilizaji. Mkakati huu hutegemea sana pragmatiki ambapo maana hufasiriwa kulingana na muktadha.

2.5.5 Mkakati wa Kutosema Chochote

Brown na Levinson (1987) wanaeleza kuwa, huu ndio mkakati ulio bora kwani hauzui athari za kuuathiri uso wa msikilizaji. Mtu asipotamka maneno au matendo yanayoathiri uso huwa amehifadhi uso wake na ule wa msikilizaji.

Nadharia ya upole ya Brown na Levinson (Ktj.) ilisaidia katika kujenga mantiki ya utafiti huu kwani data iliyokusanywa kutoka nyanjani ilipangwa katika makundi kwa kuongozwa na mihimili hii ili kuelekeza uchanganuzi wa data. Nadharia ya Upole ilibainisha na kuonyesha uhusiano wa vigeu katika utafiti huu. Isitoshe, ilielekeza utunzi wa malengo na maswali yaliyoongoza utafiti na katika uteuzi wa sampuli ya utafiti.

2.6 Hitimisho

Sura hii imeshughulikia mapitio ya maandishi kulingana na malengo ya utafiti. Tafiti za awali zilizohusiana na mada hii zimefafanuliwa. Sehemu hii imeelezea namna ambavyo tafiti za awali zilisaidia katika kuainisha baadhi wa mikakati ya upole, kutokeza sababu za matumizi yake na athari zake kwa mawasiliano. Hata hivyo, imeeleza namna utafiti huu unatofautiana na tafiti za awali. Isitoshe, nadharia pamoja na misingi yake imejadiliwa na ufaafu wake kudhihirishwa kwenye utafiti huu.

SURA YA TATU

MBINU ZA UTAFITI

3.1 Utangulizi

Sura hii imeeleza kuhusu mbinu za utafiti, eneo la utafiti, walengwa wa utafiti, jinsi sampuli zilichaguliwa, ukusanyaji wa data, kuchanganuliwa kwake na maadili yaliyozingatiwa.

3.2 Mkabala wa Utafiti

Utafiti huu ulitumia mkabala wa kimaelezo. Utafiti wa kimaelezo ni ule unaomwezesha mtafiti kutambua, kufafanua au kuweka wazi tatizo la utafiti kupitia data ambayo hukusanywa kwa nia ya kulifanya lieleweke vizuri (Wanyama na wenzake, 2018). Muundo uliotumika ni wa uchunguzi kifani. Muundo huu ulionekana kuwa faafu katika kujibu swali kuhusu ni kwa nini wahudumu wa bodaboda na abiria huzingatia au kukiuka matumizi ya mikakati ya upole. Hii ni kwa sababu huwezesha upataji wa data ya kina kwa kujibu swali la kwa nini na vipi (Duevel, 2019). Kupitia muundo huu, data ya kina iliweza kupatikana. Mbinu zilizotumika ni uchunzaji ambapo mtafiti alishiriki katika kutazama watafitiwa, na mahojiano ya moja kwa moja (Sharma, 2022; Simon, 2014). Katika kuwasaili na kuchunza tabia za wahudumu wa bodaboda na abiria katika eneo la Mbooni, mtafiti alirekodi mawasiliano yao ili kuhakikisha kuwa hakuna ujumbe uliopotea. Mbinu hizi mbili zilitumiwa kwa sababu moja inafidia mapungufu ya ile nyingine na kufaa katika kufikia malengo kwa kuyajibu maswali ya utafiti huu na kuonyesha uhusiano wa vigeu.

3.3 Eneo la Utafiti

Data ya uchanganuzi ya utafiti huu ilikusanywa nyanjani katika eneo la Mbooni lililo katika Kaunti ya Makueni, Nchini Kenya (Kiambatisho V). Eneo hili lilituliwa kwa sababu aina ya uchukuzi unaotafitiwa hutumika kwa wingi ikilinganishwa na mbinu nyingine za usafiri na kuwa chanzo cha ajira kwa vijana wengi katika eneo hili. Sababu nyingine ni kwamba, barabara zinazoelekea kila pembe katika eneo hili ni chache na magari ya usafiri huwa ni machache. Hivyo, bodaboda hutumika zaidi kuliko magari kwani huwa na uwezo wa kupenya hadi vijijini bila tatizo kwa kupanda na kushuka milima na mabonde yaliyo katika eneo hili kwa lengo la kukidhi utashi

wa vyombo vya kusafiria. Mathalani, katika eneo hili uchukuzi wa bodaboda umesaidia kibiashara, kubebea abiria na mizigo na hata kuwasafirisha wanafunzi wanaohudhuria masomo katika shule za kutwa. Eneo la Mbooni lina tabia nchi ya mvua ya wastani, inayofaa kwa kilimo cha mazao ya chakula, huku uchumi ukiegemea kilimo na biashara ndogo kama vile uchukuzi wa bodaboda. Kwa sababu hii, utafiti huu ulichunguza aina ya lugha ambayo wahudumu hawa wa bodaboda hutumia wanapotangamana na abiria ili kuimarisha mawasiliano yao.

3.4 Walengwa

Walengwa ni kundi la watu, vifaa au vitu ambavyo kwavyo sampuli huteuliwa kwa ajili ya kipimo (Kombo na Tromp, 2006). Eneo la Mbooni lina wanabodaboda wapatao 1,000 wanaobeba abiria kwa ajili ya kujipatia kipato (Mwenyekiti wa chama cha wanabodaboda wa Mbooni, 2024). Wote walioendesha bodaboda kama chombo cha usafiri walikuwa wa jinsia ya kiume. Waliohusika katika utafiti huu ni wahudumu wa bodaboda na abiria wanaopata huduma ya uchukuzi kutoka kwa wahudumu hawa katika eneo la Mbooni. Yaliyolengwa hasa ni mawasiliano yao kwa lengo la kuonyesha mikakati ya upole, sababu za matumizi yake na athari za matumizi ya upole kwa mawasiliano.

3.5 Uteuzi wa Sampuli

Uteuzi wa sampuli hutegemea ni nani, ni nini, ni wapi na ni lini uchaguzi wa chanzo cha data unafanyika (Tracy, 2020). Utafiti huu ulikuwa wa kithamano uliotumia muundo wa uchunguzi kifani. Katika utafiti huu, idadi kamili ya sampuli iliamuliwa na kiwango cha uenezi wa data (Mason, 2010) wakati wa ukusanyaji wa data. Usampulishaji kimakusudi ulitumika ili kupata sampuli iliyokuwa na sifa ambazo zingemwezesha mtafiti kuyafikia malengo ya utafiti. Wahudumu wa bodaboda waliochaguliwa ni wale ambao huendesha bodaboda kama chombo cha uchukuzi wa abiria katika eneo la Mbooni na wenye tajriba ya miezi miwili kuendelea. Ili kubainisha waliokuwa na uzoefu huo, kipindi cha kabla ya ukusanyaji wa data kuanza kilizingatiwa. Kwa upande wa abiria, aliyepata huduma ya moja kwa moja kutokana na uchukuzi wa wanabodaboda tofauti, alihusika katika utafiti huu. Mtafiti aliwahoji watafitiwa ili kutambua iwapo walikuwa na sifa hizi kabla ya kushiriki kwenye utafiti. Sababu ya kuzingatia tajriba katika uteuzi wa sampuli ni kuhakikisha uwezo

wa wahojiwa wa kuyajibu maswali ya utafiti vyema na kwa mapana ili kupata data toshelevu na ya kuaminika.

Ili kupata data ya kimsingi ya kusaidia katika uchanganuzi, mtafiti alibainisha kiumri makundi mawili ya watafitiwa (Miaka 18-35 na 36 na zaidi) ambapo jinsia zote zilihusishwa. Hii ni kwa sababu kulingana Nadharia ya Upole ya Brown na Levinson (1987), uhusiano baina ya wanaowasiliana huamua kiwango cha upole kinachotumika. Ili kupata data ya kubainisha makundi haya, mtafiti aliwahoji watafitiwa. Eneo la Mbooni lina kata nne ambapo katika kila kata pana vituo vya bodaboda maalum. Hivyo, wahusika walio na sifa zilizobainishwa hapo juu waliteuliwa katika vituo hivi kimakusudi ili kuhusika katika utafiti huu. Vituo vilivyozingatiwa ni vile vilivyobainika kuwa rasmi na maarufu katika eneo la Mbooni. Mtafiti alichunza mawasiliano ishirini na sita (26) baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria kwa kuelekezwa na mwongozo wa uchunzaji. Sababu ya kuchunza mawasiliano ishirini na sita katika vituo tofauti ni kuhakikisha uthabiti wa tabia zilizochunzwa. Aidha aliweza kuteua wahojiwa katika vituo vitano alivyozuru na kuweza kuwafanyia usaili hadi pale ambapo kiwango cha uenezi wa data au kifu kiliweza kudhihirika. Kwa mahojiano ya wahudumu wa bodaboda, kiwango kifu kilifikiwa katika idadi ya thelathini (30) na kwa mahojiano ya abiria kikadhihirika katika idadi ya ishirini na nane (28). Uteuzi wa watafitiwa ulisitishwa katika kiwango hiki kwa kuwa uteuzi wa watafitiwa zaidi haukuleta habari yoyote mpya kwa sababu ya ukifu wa data. Wote waliohusika kwenye mahojiano ya utafiti huu walikuwa hamsini na wanane (58). Hivyo, Sampuli ya utafiti huu ilikuwa 84.

3.6 Ukusanyaji wa Data

Data ni ujumbe au hoja zinazokusanywa na kuwa msingi wa kuamua suluhu la tatizo fulani (Sharma, 2022). Nyanjani mtafiti alikusanya data halisi ambapo alitumia mbinu za uchunzaji na mahojiano. Data halisi ya utafiti huu ilikuwa ni maneno, virai, vishazi, sentensi, kauli na aya ambazo zilizingatia upole katika mawasiliano kulingana na Nadharia ya Upole ya Brown na Levinson (1987). Ili kupata data ya lengo la kwanza, mtafiti alirekodi mawasiliano yoyote ya wahudumu wa bodaboda na abiria kabla ya kusafiri na machache ya baada ya kusafiri. Alirekodi mawasiliano yao kwa kutumia kinasa sauti huku akichunza tabia zao kwa kuelekezwa na mwongozo wa uchunzaji (Kiambatisho III). Mtafiti alirekodi baadhi ya mawasiliano

baada ya kusafiri ila ilibainika kuwa, sio walengwa wote wa utafiti waliwasiliana baada ya kusafiri. Vifaa vilivyotumika ni kinasa sauti na kipakatalishi ili kuhifadhi sauti ambazo zilikuwa zimenaswa na kupiga chapa. Diski mweco ilitumika kama hifadhi badala. Ili kupata data ya lengo la pili na la tatu, maswali elekezi (Kiambatisho I) yalimwongoza msaili katika kuwahoji watafitiwa. Katika kubainisha mikakati ya upole katika mazungumzo baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria, mtafiti alisikiliza mazungumzo kuhusu mada anuwai yaliyonaswa na kuhifadhiwa kwenye diski. Baada ya kusikiliza kauli zilizorekodiwa, alizinakili katika daftari na kujumuishwa na zile alizozinakili wakati wa uchunzaji. Kauli ambazo zilizingatia matumizi ya mikakati ya upole kulingana na Nadharia ya Upole ya Brown & Levinson (Ktj.) zilichaguliwa na kuorodheshwa kidayolojia kwa mfumo wa Alfabeti. Vitambulishi vya kipekee vilitumika badala ya majina halisi ya watafitiwa ili kuhakikisha usiri wa data. Kwa mfano;

Mfano 1:

Mhudumu 1(AM1):

Abiria 1(AA1):

3.7 Uchanganuzi wa Data

Data ya utafiti huu iliainishwa kwa kuelekezwa na mihimili ya Nadharia ya Upole ya Brown na Levison (1987). Uchanganuzi wa data ulizingatia malengo na maswali ya utafiti. Katika lengo la kwanza, kauli zilizodhihirisha matumizi mikakati ya upole zilitafsiriwa kutoka kwa lugha ya Kikamba hadi Kiswahili na kuelezwa kikamilifu kwa njia ya kihakiki. Tafsiri huru ilitumika kwa kuwa inaeleza kwa usahihi maana halisi ya lugha chanzi bila kuzua utata. Aina hii ya tafsiri huhakikisha kuwa maana iliyolengwa na msemaji imewasilishwa vyema na kwa usahihi kwenye lugha lengwa. Kwa mujibu wa TUKI (2004), kuhakiki ni kufanya uchambuzi wa ndani kabisa wa maandishi na kufafanua mambo mbalimbali yaliyomo. Hivyo, mtafiti alisoma kauli alizokuwa amezinakili na kwa njia ya kihakiki, akaziteua zile zilizohusisha matumizi ya mikakati ya upole. Kisha alizifafanua na kuzichambua kwa kina kulingana na mihimili ya nadharia husika. Zile ambazo hazikuhusiana na utafiti huu alizipuuzwa na kuzingatia zilizolenga lengo la utafiti huu moja kwa moja. Muhtasari wa mikakati ya

upole iliyodhihirika katika mawasiliano ya watafitiwa ulijazwa katika jedwali na mchoro wa pai.

Kwa kuelekezwa na Nadharia ya Upole, majibu ya watafitiwa ya malengo ya pili na ya tatu yalichanganuliwa. Ili kutambua hoja kuu kutoka kwa data ya mahojiano, mtafiti aliipitia kwa kina mara kwa mara na kufanya usimbaji. Isitoshe, mtafiti alihakiki data iliyosimbwa na kuunganisha pamoja iliyokuwa na uhusiano. Kupitia mchakato huu mtafiti alipata hoja kuu (maudhui) zilizoonyesha sababu zinazowachochea wahudumu wa bodaboda kutumia au kukiuka upole na athari zake katika mawasiliano. Hoja hizi zilielezwa na kuchambuliwa kwa undani na kushadidiwa na mifano kutoka kwenye data ya utafiti. Kulingana na maelezo ya Salamzadeh (2020), matokeo ya utafiti wa kithamano yanaweza kuwasilishwa kwa kueleza. Hivyo, matokeo ya uchanganuzi wa data ya malengo ya pili na ya tatu yaliwasilishwa kwa njia ya maandishi.

3.8 Maadili Yaliyozingatiwa

Mtafiti alipata ridhaa ya kukusanya data kutoka kwa Bodi ya mafunzo ya Uzamili ya Chuo Kikuu cha Embu. Kwa kuwa utafiti huu ulihusisha binadamu, mtafiti alipata idhini kutoka kwa Kamati ya Ukaguzi wa Maadili ya Utafiti (ERC) kutoka kwa Chuo Kikuu cha Pwani (Nambari: ISERC/MA/010/2024) kabla ya utafiti halisi kufanywa (Kiambatisho VI). Hatua hii ilichukuliwa ili kuhakikisha ulinzi wa haki za watu waliohusika katika utafiti huu. Isitoshe, hatua hii ilihakikisha kwamba pendekezo la utafiti liliafiki miongozo ifaayo ya kimaadili kabla ya utafiti halisi kufanywa kama walivyoeleza Fletcher na White (Fletcher, 2015; White, 2020). Isitoshe, mtafiti alipata kibali kutoka kwa Tume ya Kitaifa ya Sayansi, Teknolojia na Uvumbuzi (Kiambatisho V) baada ya chuo kumruhusu kukusanya data (Nambari: NACOSTI/P/24/38653).

Mbali na hayo, barua za kuingiliana na watafitiwa katika eneo la utafiti zilipatikana kutoka kwa Kamishena (Nambari: MKN/CC/ADM.6/1 VOL.VI/24) na Mkurugenzi wa Elimu wa Kaunti ya Makueni (Nambari: MKN/C/ED/5/33/VOL.11/214). Mtafiti alizingatia mbeko za jamii na makubaliano ya muda ambao watafitiwa walipendekeza kuwa tayari kuhusika kwenye utafiti huu bila kuwalazimisha. Waliohusika walitoa idhini yao ya kushiriki kwenye utafiti kimazungumzo. Data ambayo mtafiti aliipata, aliwasilisha kwa uaminifu bila mapendeleo (Dooly na

Wenzake, 2017). Isitoshe, mtafiti aliwahakikishia wahojiwa kuwa ujumbe walioutoa ungehifadhiwa vyema na kutumika kwa ajili ya utafiti pekee. Aliwahakikishia kuwa, data waliyoitola haingevuruga biashara yao wala kuhatarisha maisha yao kwa vyovyote vile na kuwaomba idhini ya kurekodi majibu yao ya mahojiano. Seti moja ya maswali elekezi ilitumika kwa wahojiwa wote ili kuhakikisha usawa. Pia, mahojiano yalifanyika katika vituo vitano tofauti ili kuhakikisha uthabiti wa data. Aidha, tafiti zote zilizorejelewa zilitambuliwa katika sehemu ya marejeleo ya utafiti.

3.9 Hitimisho

Katika sura ya tatu, mbinu za utafiti zilizotumika zimeshughulikiwa. Mtafiti ameeleza alivyowateua watafitiwa kwa kutumia usampulishaji wa kimakusudi. Mchakato uliofuatwa katika ukusanyaji, uchanganuzi na uwasilishaji wa data umefafanuliwa. Kupitia usampulishaji kimakusudi, mtafiti aliwateua wahojiwa waliokuwa na sifa za kumwezesha kujibu maswali ya utafiti. Kupitia mbinu ya mahojiano na uchunzaji, mtafiti alikusanya data toshelevu ambapo uchanganuzi kihakiki ulifanywa na matokeo kuwasilishwa kwa njia ya maelezo. Isitoshe, maadili yaliyozingatiwa kuanzia mwanzo hadi mwisho wa utafiti yameelezwa.

SURA YA NNE

MATOKEO YA UTAFITI

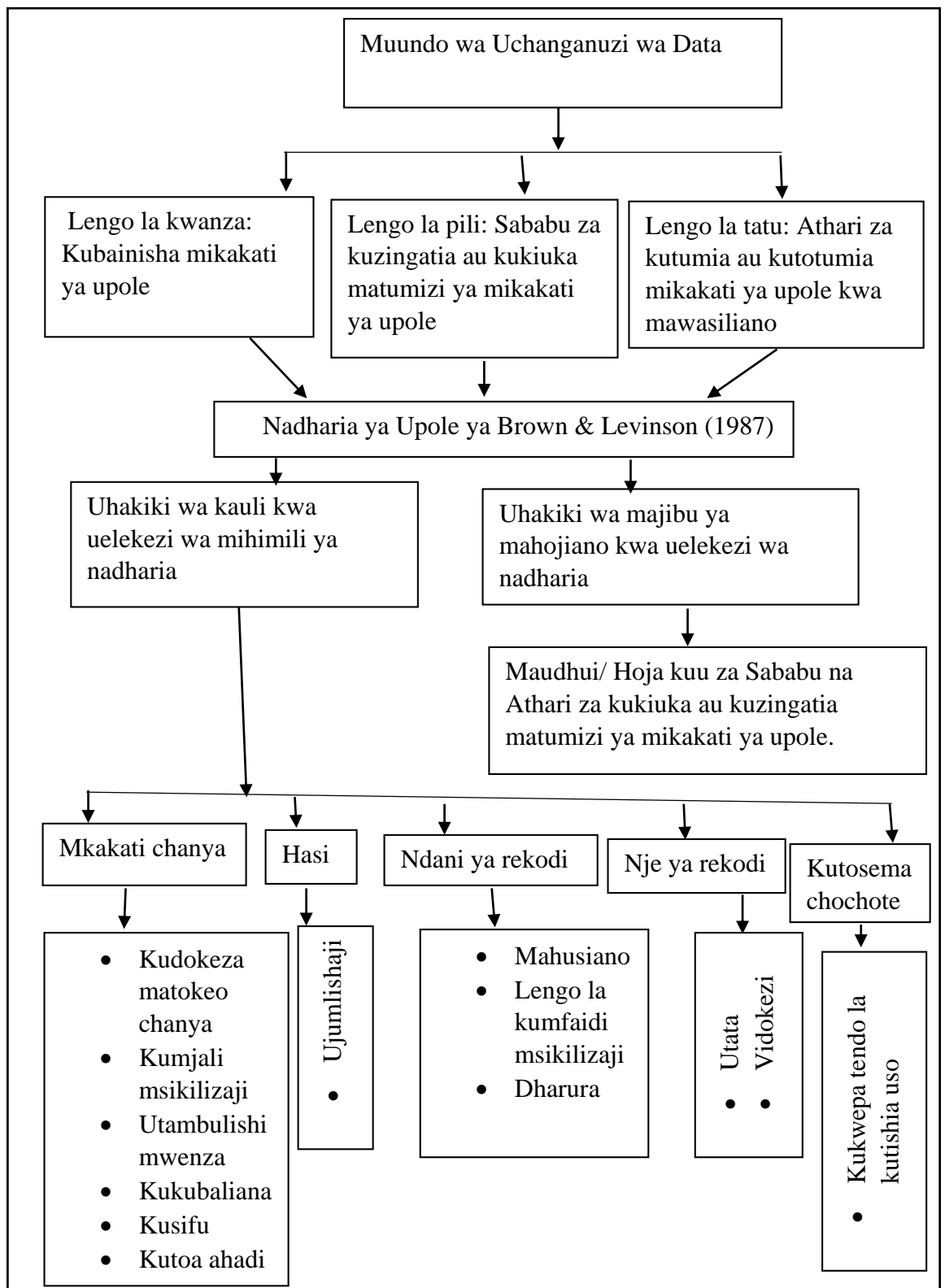
4.1 Utangulizi

Sura hii inahusu uchanganuzi wa data unaodhihirisha matokeo ya utafiti. Matokeo haya yamewasilishwa kulingana na malengo ya utafiti huu. Mwishoni, hitimisho la sura limetolewa.

4.2 Muundo wa Uchanganuzi

Mfumo uliofuatwa katika uchanganuzi ulielekezwa na malengo ya utafiti na mihili ya Nadharia ya Upole ya Brown na Levison (1987). Data ilichanganuliwa na kupangwa kuanzia lengo la kwanza hadi la mwisho. Katika lengo la kwanza, mtafiti alibainisha mikakati ya upole iliyotumika katika mawasiliano ya wanabodaboda na abiria katika Kaunti Ndogo ya Mbooni, iliyo katika Kaunti ya Makueni, Nchini Kenya. Katika lengo la pili mtafiti alichambua sababu zinazowachochea au kuwafanya wanabodaboda na abiria kuzingatia au kukiuka upole wanapowasiliana. Pamoja na hayo, uchanganuzi wa athari za kutumia au kutotumia mikakati ya upole katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria ulitekelezwa.

Ili kufikia lengo la kwanza, mihimili ya Nadharia ya Upole ilitumika ili kubainisha mikakati ya upole katika mawasiliano ya wanabodaboda na abiria. Kauli zao ziliweza kuhakikiwa ili kubainisha zilizingatia upole. Mikakati ya upole iliyobainika ni kama vile: mkakati chanya, hasi, ndani ya rekodi, nje ya rekodi na mkakati wa kutosema chochote. Mikakati bainifu ilidhihirisha matumizi ya mbinu mbalimbali kama inavyoonyeshwa kwenye mchoro. Katika lengo la pili na la tatu, urejeleaji wa misingi ya Nadharia ya Upole na uhakiki wa majibu ya maswali ya mahojiano ulifanyika. Hatua hii ilisaidia katika kuchambua na kuchanganua sababu na athari mtawalia za matumizi ya mikakati ya upole katika mawasiliano ya wanabodaboda na abiria. Muundo wa uchanganuzi wa data umedhihirishwa kwa mchoro 4.1 ufuatao.



Mchoro 4.1: Muundo wa Uchanganuzi wa Data (Chanzo: Mchoro wa Mtafiti)

4.3 Ubainishaji wa Mikakati ya Upole

Mkakati wa upole ni utaratibu wa kutumia lugha kwa njia ambayo ni bora zaidi na ambayo haiwakwazi wengine (Sahib na wenzake, 2022). Kwenye mchakato wa mawasiliano, wahusika katika mazungumzo hujaribu kuhakikisha kuwa wamejali mahitaji ya nyuso za wengine. Ikiwa mahitaji ya uso hayazingatiwi tendo la kutishia uso wa msikizaji hutokea (Acheampong na Kwarteng, 2021). Utafiti huu ulitambua matendo kadhaa yanayotishia nyuso za wahudumu wa bodaboda na abiria. Utafiti huu ulibainisha mikakati mitano ya upole ambayo ni: mkakati chanya, mkakati hasi, mkakati ndani ya rekodi, mkakati wa nje ya rekodi na mkakati wa kutosema chochote. Mikakati hii imefafanuliwa kwa kina katika sehemu inayofuata.

4.3.1 Mkakati Chanya wa Upole

Mkakati chanya wa upole hutumika katika muktadha ambao msemaji na msikilizaji hawajuani vyema. Mkakati huu husisitiza kwamba msemaji na msikilizaji hulenga jambo moja ambalo ni kuhifadhi uso chanya (Brown na Levison, 1987). Uso chanya hutamani kuheshimiwa, kutambuliwa, kuthaminiwa, kujaliwa na mambo haya yote ndiyo msemaji huzingatia ili kuhakikisha kuwa haudhuru uso chanya wa msikilizaji. Matokeo ya utafiti yalidhihirisha mbinu mbalimbali za mkakati chanya katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Mbinu hizi ni kama vile: kudokeza matokeo chanya, kumjali msikilizaji, kujitambulisha na mwenzake, kuzidisha makubaliano, kumsifu msikilizaji na kutoa ahadi kwa msikilizaji.

4.3.1.1 Kudokeza Matokeo Chanya

Hii ni hali ya kutarajia jambo fulani lifanywe na msikilizaji. Hali hii ya msemaji hujulikana kama mrajua. Msemaji huwa na tumaini kwamba, msikilizaji atatekeleza jambo linalomfaidi. Kwa mfano;

Mfano 1

AA1: *Ai nyie ndiendete oyu; nienda uthumuanga vaa* (Mimi siendi saa hii; nataka kupumzika hapa).

Matokeo ya utafiti yalidhihirisha kuwa abiria wa kwanza katika kituo A alionyesha matumizi ya udokezaji wa matokeo chanya. Katika mfano 1, msemaji ambaye ni abiria 1 (A1) aliyechukua nafasi ya msikilizaji hapo awali, anadokeza matokeo

chanya kwa msikilizaji wake kwa kutumia maneno kama vile “saa hii”. Maneno haya yanampa mhudumu wa bodaboda tumaini kwamba, hata kama abiria hasafiri wakati uo huo pana tumaini la kupata abiria baadaye siku hiyo.

Katika mfano mwingine wa kudhihirisha udokezi wa matokeo chanya, abiria 2 (A2) alisema;

Mfano 2

AA2: *Mbona vaa ni vaseo, kana nduenda ndiungama stage kwenyu?*

(Mbona hapa ni pazuri, ama hutaki nisimame kwenye kituo chenu?)

Katika kauli iliyotajwa hapo juu, hata kama msemaji anatafuta jibu kutoka kwa msikilizaji wake kuhusu mahali pa kupumzika, anadhihirisha msimamo wake kwanza kwa kusema, “Mbona hapa ni pazuri...?” Msemaji anadokeza matokeo haya kwa njia isiyo ya moja kwa moja ili kuhakikisha kuwa, anaokoa uso wa msikilizaji na kufikisha hoja yake aliyokusudia kama ilivyopendekezwa na Brown & Levison (1987). Alidhamiria kumhakikishia msikilizaji wake kuwa aliposimama palikuwa pema na alikuwa ameridhika. Alifikisha ujumbe huu kwa busara ili asiudhuru uso chanya wa msikilizaji wake.

4.3.1.2 Kumjali Msikilizaji

Matokeo ya utafiti yalidhihirisha kuwa wahusika wa mazungumzo waliwajali wasikilizaji wao. Kumjali msikilizaji ni mkakati chanya wa upole ambao hulenga kuhifadhi haiba chanya ya msikilizaji. Hili hutokea kwa kumshughulikia msikilizaji, kumtambua, kumsifu na kumtukuza ili ajihisi vyema. Kupitia hali hii, msemaji hudhihirisha hali ya kujali mahitaji ya msikilizaji. Kulingana na Nadharia ya Upole, mtu anapomjali msikilizaji huwa ameuhifadhi uso wake chanya. Jambo hili huepusha wanaowasiliana kutokana na hatari ya kutoelewana na kufanikiwa kwa kudumisha shughuli ya mawasiliano (Lakoff, 1973).

Mfano 3

AM1: *Notuthi ngakwonia vandu ukathumuanga?* (Si twende nikuonyeshe mahali upumzike?).

AA1: (Anatabasamu.)

Mhudumu wa bodaboda 1 alimpata abiria amesimama kisha akamhurumia kwa kumwomba waandamane akamwonyeshe mahali pa kupumzika. Kauli ya mhudumu wa bodaboda wa kwanza katika kituo A (AM1) inadhihirisha hali ya kumjali abiria. Kwa tathmini ya mhudumu wa bodaboda, anaona kuwa mahali ambapo msikilizaji wake yupo haparidhishi. Ili kumshughulikia abiria, anamwomba aende akamwonyeshe mahali ambapo angepumzika. Baada ya kusikia hivyo, abiria anatabasamu kudhihirisha furaha na kuridhia kauli ya mhudumu wa bodaboda. Hii ni dhihirisho kuwa, msemaji alimjali msikilizaji wake na alitamani ahisi vyema, afurahie na aridhike kwa kupata mahali pema pa kupumzika bila bughudha.

Katika mfano mwingine, mhudumu wa bodaboda aliona abiria amesimama na kumzungumzia kama ifuatavyo;

Mfano 4

CM2: *Wienda ukuwa ta indii?* (Unataka kubebwa saa ngapi?)

CA3: *Onekalanga.* (Nikikaakaa.)

CM2: *Na nengi kavila tikaaya.* (Basi kiti ndicho kile.)

Mhudumu 2 alikuwa akimjali abiria kwa kumwuliza kuhusu wakati ambao angependa kubebwa. Tayari alikuwa ametambua hitaji la abiria la kusafiri na alikuwa anataka kumshughulikia. Abiria alipomjuza kuwa angekaa kwa muda kabla ya kusafiri, alizidi kumjali kwa kumwonyesha mahali pa kupumzika akisubiria wakati wa kusafiri. Kwa kufanya hivyo, mhudumu wa bodaboda alihifadhi uso chanya wa abiria wake kwa kumfanya ahisi kuwa amekubalika na kuthaminiwa. Matokeo haya yalikubaliana na yale ya Ann (2014) aliyegundua kuwa, mikakati chanya ya upole ilitumika ili kuwafanya wasikilizaji wahisi vyema kujihusu.

4.3.1.3 Kujitambulisha na Mwenza

Huu ni mkakati ambao msemaji hutumia kwa kujiweka katika kundi moja na msikilizaji. Mkakati huu hujumuisha matumizi ya anwani za kutajia mtu, lugha au lahaja, misimu na jagoni (Brown na Levinson, 1987). Isitoshe, hutoa maelezo ya kimsingi ambayo huzidisha ukuruba miongoni mwa wanakundi wenza. Vitambushi vya kimakundi vilivyodhihirika zaidi katika utafiti huu vilikuwa ni vya majina ya ukoo kama vile; Mwanangu, dada, babu, shangazi na nyanya. Vitambulishi vya ukoo vilivyodhihirika kwa wingi vilikuwa vya jinsia ya kike ikilinganishwa na vya jinsia ya kiume. Hii ni kwa sababu, wahudumu wa bodaboda waliopatikana katika eneo la utafiti walikuwa wa jinsia ya kiume. Hivyo, walitumia vitambulishi hivi kwa wanawake na chache kwa jinsia ya kiume. Matokeo ya utafiti yalionyesha kuwa wahusika walitumia mitajo hii zaidi walipokuwa wanazungumza na watu wa jinsia tofauti. Vitambulishi hivi vinadhihirika katika mifano ifuatayo;

Mfano 5

AA4: *Mwana uyu wakwa nde thina (anampa pesa;) vatiala kakumi.*
(Mwanangu huyu hana shida (anampa pesa;) pamebaki shilingi kumi.)

Mfano 6

BM3: *Sister, koenda tithi vandu?* (Dada, kwani unataka twende mahali?)

BA5: *Ngitite kuthumuanga o vaa.* (Ninapumzika tu hapa.)

BM3: Ni sawa,

Mfano 7

BM4: *Aunt wina wia? Wienda uvika va?* (Shangazi, una kazi? Unataka kufika wapi?)

BA6: *(Atheke) Aiee, ona ndiendete oyu.* (Akitabasamu) Hapana, hata siendi saa hii.)

Mfano 8

EM5: *Mwaitu tithi.* (Nyanya twende.)

(Mlengwa wa ujumbe anatabasamu.)

EA7: (Mhudumu akifungua kamba ya kufunga mizigo) *Untheetye na mbesa syiana utanathasya?* (Mhudumu akifungua kamba ya kufunga mizigo) Utaniteremsha na pesa ngapi?)

EM5: *One fifty* (mia na hamsini)

EA7: (*Atukite*) *Aiie, ni vathuku.* (Akikunja uso) Hapana, ni kubaya.)

EM5: *Ni sawa ni veuseuva.* (Sawa, hali itakuwa sawa)

Katika lugha ya Kikamba, mtu anapomrejelea mwenzake kama *mwana uyu wakwa* (mwanangu huyu), kama ilivyobainika katika mfano 5, huashiria kuwa mnenaji ana umri mkubwa kuliko mnenewa. Abiria 4 alitumia jina hili kwa mhudumu wa bodaboda ili kumfanya ahisi kukubalika na kuthaminiwa. Kwa kumwita *Mwanangu* mnenaji alikuwa amemtia katika kundi sawa na watoto wake. Kwa upande mwingine, mhudumu wa bodaboda wa 5 alianzisha mazungumzo na mama mkongwe kwa kumwita nyanya. Jina *Mwaitu* (nyanya) ni la heshima katika jamii ya Wakamba na hutumika kurejelea walio na umri sawa na mzazi wa baba au mama ya mtu. Mhudumu wa 5 alitumia jina hilo ili kuhifadhi uso chanya wa msikilizaji kwa kumfanya ahisi ametambuliwa na kuheshimiwa. Alilenga kudumisha uhusiano mwema kati yake na abiria ili iwe rahisi kufikisha ombi lake la kutaka kumsafirisha na kupata mlahaka.

Isitoshe, mhudumu 3 alitumia jina “Dada” kumrejelea abiria wake. Neno hilo, hutumika kurejelea ndugu wa karibu wa kike wa rika ya dada ya anayezungumza. Kwa kutumia jina hilo alimfanya abiria wake ahisi amekubalika, kuthaminiwa na kutambulishwa kama wazawa wa tumbo moja. Aidha, mhudumu 4 alitumia mtajo wa “Shangazi” ili kumwomba abiria nafasi ya kumsafirisha. Alilenga kumwonyesha kuwa, anamthamini na kumheshimu na hivyo kuwa rahisi kuwasilisha ujumbe wake kwa njia isiyokwaza. Hali ya kutabasamu kwa aliyelitwa Shangazi, kulionyesha kuwa alifurahia na kuridhishwa na mtajo huo. Mtajo huo ulimfanya ajihisi kuwa

ameheshimika. Maelezo haya yanaungwa mkono na mhojiwa wa ishirini na moja (MM21) wa utafiti huu aliyeonyesha namna ambavyo huwasiliana na abiria wake kwa kusema:

“Sister, Aunt, nau kana mwaitu nitiendete?... timetaa uu mewe muyo nundu meona twamane ndaia. (Dada, shangazi, babu ama nyanya tunaenda?... Sababu ya kuwaita hivyo ni wahisi furaha na waone tumewapa heshima)” MM21.

Mhojiwa huyu alibainisha kuwa yeye hutumia majina kama vile: *Sister* (dada), *Aunt* (shangazi), *Nau* (babu) na *Mwaitu* (nyanya) ili kuonyesha heshima kwa abiria na kumfanya ahisi furaha. Maoni haya yanaenda sambamba na maelezo ya Nadharia ya Upole ya Brown na Levison (1987) yanayofafanua kuwa, mkakati chanya wa wa upole hutumika ili kumfanya msikilizaji ahisi vyema. Isitoshe, humfanya ahisi kuwa ametambuliwa na kuthaminiwa na msemaji.

4.3.1.4 Kuzidisha Makubaliano

Kutokubaliana ni kinyume cha kukubaliana na huchukuliwa kwa mtazamo hasi. Hii ni kwa sababu, huonekana kama chanzo cha mizozo na ili kuepuka hali ya kutoelewana upole hutumika (Lakoff, 1973). Hali ya kukubaliana huweza kufikiwa kwa urahisi ikiwa msemaji ana imani, maoni na hata matamano sawa na msikilizaji. Kutafuta kukubaliana hupunguza hali ya kutoelewana kati ya msememeza na msememeza wakati wa mawasiliano. Kuzidisha kukubaliana husaidia katika kuhifadhi uso chanya wa wahusika katika mawasiliano (Brown na Levinson, 1987).

Matokeo ya utafiti yaligundua mawasiliano yafuatayo yaliyodhihirisha hali ya kutafuta kukubaliana katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria.

Mfano 9

AM6: *Aiii nimuitha mwambumisya mwa na mwieli nenyu. (Mtakuwa mmeniumiza na mko wawili nanyi.)*

AA8: *Aiiee, ningunena. (Hapana, nitakupa.)*

Katika mfano wa 9, mhudumu 6 (AM6) anawasilisha malalamishi yake kwa abiria ya kuonyesha kutokubaliana naye. Ili kutafuta kukubaliana, abiria 8 anamhakikishia

kuwa atashughulikia malalamishi yake kwa kumpa fedha alizohitaji. Abiria 8 anamwambia mhudumu 6 hivyo ili kuhakikisha kuwa ameulinda uso wake chanya kwa kuepuka kutokubaliana naye.

Katika muktadha mwingine, mawasiliano ya mhudumu wa bodaboda na abiria yanadhihirisha kutafuta makubaliano. Mhudumu wa bodaboda anajaribu kukubaliana na abiria kuhusu nauli atakayolipa. Kila mmoja anaonekana akipendekeza kiwango tofauti cha nauli. Ili hawa wawili waridhike, mbinu ya kuzidisha makubaliano hutumika ili kuleta maelewano. Mfano ufuatao unadhihirisha haya.

Mfano 10

AM7: *Ninamuola mbau lisai. Vaa vakuanawa na yiana lakini ninamuola mbau lisai.* (Nimewapunguzia ishirini pandeni. Watu hubebwa na mia hapa na nimewapunguzia ishirini pandeni.)

AA9: *Ndwosa seventy?* (Huwezi kuchukua sabini?)

AM7: *Naku seventy ni munini.* (Sabini ni ndogo nawe.)

AA9: *Aiie naku kuma vaa?* (Hapana, kutoka hapa?)

AM7: *Ni sawa lisai.* (Ni sawa pandeni.)

Katika mfano 10, mhudumu alijaribu kukubaliana na abiria kuhusu nauli ambayo angelipa. Ili kumshawishi abiria na kumfanya ahisi vyema, alimfahamisha kuwa amepunguzia shilingi ishirini. Aliongeza maelezo kwamba, katika hali ya kawaida watu hulipa mia moja ili kufanya abiria ahisi amethaminiwa na kujaliwa zaidi kwa kupunguziwa kiasi hicho cha nauli. Hata hivyo abiria alipendekeza kiwango cha chini cha nauli kuliko kile alichopendekeza mhudumu. Ili kuleta makubaliano, hata kama mhudumu 7 alilalamikia shilingi sabini, alikubali kubeba abiria kwa fedha walizopendekeza kwa kusema *ni sawa pandeni*. Neno *sawa* lilitumika kuashiria kukubaliana ambako huhifadhi uso chanya wa msikilizaji. Mifano hio imedhihirisha kuwa kutafuta makubaliano kati ya msemaji na msikilizaji huhifadhi uso chanya wa wahusika katika mawasiliano na kukubaliana na maoni ya Brown na Levinson (1987). Matokeo haya hayajashadidia maoni ya Schiffrin (1984) kuwa,

kutokubaliana hakufai kuonekana kama chanzo cha matokeo hasi bali kunaweza kuwa ishara ya kujenga mahusiano thabiti bila kuathiri mawasiliano.

4.3.1.5 Kumsifu Msikilizaji

Kuna mambo kadhaa vinavyochangia utoaji wa sifa kwa mtu kama vile; mwonekano wa mtu, mavazi, uwezo wa mtu wa kutekeleza jambo na hata umiliki wa mali. Kumtukuza au kumsifu mtu hulenga kujenga mshikamano wake na mwenzie na pia kupunguza matendo yanayoweza kuathiri uso wa msikilizaji. Huo utathmini chanya humfanya msikilizaji ahisi vyema kujihusu (Brown na Levinson, 1987). Kulingana na Brown na Levinson (Ktj.), kupitia kusifu, msemaji huwasilisha mtazamo wake chanya kuhusu msikilizaji. Tendo la kumsifu msikilizaji hufaulu ikiwa; msikilizaji ana ubora wa kusifiwa, kama msemaji anaamini kuwa ubora huo unavutia na ikiwa angependa msikilizaji wake afahamu kuwa amevutiwa na ubora huo. Matokeo ya utafiti yalionyesha kuwa baadhi ya wahudumu wa bodaboda na abiria walitumia mkakati huu katika mawasiliano. Mfano ufuatao unadhihirisha msemaji akimsifu msikilizaji wake.

Mfano 11

AM8: *Wamina soko nduumbita ngwinukye, wi sonko na smati.*
(Ukimaliza kununua si utaniita nikupeleke nyumbani, wewe ni tajiri na mrembo.)

AA10: (Anatabasamu) Sawa.

Mhudumu wa bodaboda 8 anatumia maneno *Sonko* (tajiri) na *Smati* (mrembo) kimakusudi ili kumsifu msikilizaji wake. Mbali na kupitisha ujumbe wake wa kutaka kumbeba yule abiria, ametumia maneno ya kumsifu ili kuwasilisha hisia zake kuhusu mwonekano wa msikilizaji wake, lengo likiwa ni kumfanya ahisi vyema kujihusu. Kwa kurejelea jibu la mlengwa, aliweza kukumbatia sifa hizo kwa ishara ya kutabasamu. Kupitia kusifu, mhudumu wa bodaboda 8 alifanya abiria wake ahisi vyema na kuweza kudumisha uso wake chanya.

4.3.1.6 Kutoa Ahadi

Kutoa ahadi ni kitendo cha kuwekeana miadi na mtu mwingine. Msemaji humfahamisha msikilizaji kwamba atatekeleza jambo fulani. Agano la kutimiza

jambo hutolewa ili kumfanya msikilizaji afurahi (Brown na Levinson, 1987). Matokeo ya utafiti yalionyesha kuwa baadhi ya wahudumu wa bodaboda na abiria walitoleana miadi katika mazungumzo yao ili kuhakikisha kuwa uso wa kila mhusika umelindwa. Miadi iliyodhihirika ni kama ifuatayo;

Mfano 12

AA10: *Natialilwa ningukwita.* (Nikibakisha pesa nitakuita.)

Abiria 10 (AA10) anatoa ahadi kwa mhudumu wa bodaboda kwa kumwambia kuwa akibakisha pesa baada ya kununua anavyohitaji atamuita amebebe. Abiria hajamwambia moja kwa moja kwamba, huenda hana fedha za kutosha ila ametoa ahadi kwa kutumia dhamira tegemezi ili kuhakikisha kuwa amehifadhi uso chanya wa msikilizaji.

Mfano mwingine wa mawasiliano yaliyodhihirisha utoaji wa ahadi ni ufuatao;

Mfano 13

BM9: *Wakwata uthi niovaa.* (Ukianza kuenda niko hapa.)

BA11: *Withaa vaa?* (Huwa unakaa hapa?)

BM9: *Aiee nikweteela mbaka ila ukoka.* (Hapana nitakusubiri hadi ule wakati utakuja.)

Mhudumu 9 anamuarifu abiria mahali atamkuta. Abiria anarudia maneno yake kwa kuuliza, “*Withaa vaa?* (Huwa unakaa hapa?)” ili kupata hakikisho. Mhudumu 9 akwepa kitendo cha kudhuru uso wa abiria kwa kuwa anafahamu kuwa, huwa hakai hapo kila wakati. Mhudumu wa bodaboda anahifadhi uso chanya wa msikilizaji wake kwa kumpa ahadi kwamba, atamsubiri hadi ule wakati atarejea. Hivyo, kupitia uneni wake, alifanikiwa kutimiza mahitaji ya uso chanya wa msikilizaji wake.

Katika muktadha mwingine, abiria anaomba kupunguziwa nauli naye mhudumu wa bodaboda anampa ahadi ya kumpunguzia siku nyingine.

Mfano 14

EA12: *Utukuaa muno waile utuola.* (Huwa unatubeba sana. Unafaa kupunguza.)

EM10: *Ngamuola yiingi*. (Nitawapunguzia ile siku nyingine.)

Kulingana na kauli ya abiria 12, mhudumu wa bodaboda 10 alikuwa amewapa huduma ya usafiri kwa muda mrefu. Mtazamo wa abiria ulidhihirisha kuwa, huyo mhudumu angewatunuku kwa kuwapunguzia gharama ya usafiri. Ili kuhakikisha kuwa amehifadhi uso chanya wa msikilizaji, mhudumu wa bodaboda alikwepa kuwaambia abiria kuwa hangewapunguzia siku hiyo na badala yake kuahidi kuwa angewapunguzia siku nyingine. Sababu ya kukwepa kuwaambia hivyo ni kuwa, hakutaka kuutishia uso chanya wa msikilizaji.

Mkakati chanya katika utafiti huu ulijitokeza kwa wingi ili kudumisha nyuso chanya za wahusika katika mawasiliano. Wahudumu wa bodaboda na abiria walitumia mkakati huu ili kuwafanya wengine wajihisi vyema. Matokeo ya utafiti huu yalikubaliana na yale ya Kioko (2021) yaliyoonyesha kuwa, mkakati chanya huwa faafu sana katika kudumisha uso chanya katika mkutadha wa biashara ya uchukuzi.

4.3.2 Mkakati Hasi wa Upole

Mkakati hasi hutumiwa na msemaji ili kuwasilisha mahitaji yake kwa msikilizaji kwa njia ambayo haimlazimishi. Mkakati huu hulenga kupunguza makali ya tamko iwapo linahusu ombi na kumwachia msikilizaji uhuru wa kuchagua iwapo atatekeleza au la. Msemaji hutumia mkakati huu wa upole kwa kuwa anafahamu kuwa msikilizaji ana uwezo wa kukataa au kukubali. Baadhi ya mikakati hasi ya upole ni kama vile; msemaji kutumia kauli za mzunguko zilizosheheni dhamira tegemezi, msemaji kujidunisha na kumtukuza msikilizaji, kuomba, mbinu ya kujumlisha msemaji na msikilizaji na hata kubashiri matokeo hasi (Brown na Levinson, 1987). Katika utafiti huu, mbinu moja ndiyo iliyoonekana kutumika kwa wingi. Katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria, mbinu ya ujumlishaji ilitumika ili kukwepa kumlenga msikilizaji mahsusi.

Kwa kutumia mbinu ya ujumlishaji, msemaji huwa haangazii mlengwa binafsi badala yake huwasilisha anachokisema kwa hadhira nzima. Anayewasilisha ujumbe huwa na uhakika kuwa, akifanya hivyo hatadhuru uso wa msikilizaji wake na pia atakuwa na uwezo wa kufikisha ujumbe wake kwa njia faafu.

Mfano 15

AM11: *Notinuke...* (Tunaweza kwenda nyumbani...)

AA13: *Aiee, ti oyu.* (Hapana, si sasa hivi.)

Katika mfano uliobainishwa hapo juu, mhudumu wa bodaboda anamwomba abiria waende nyumbani kwa kusema “Tunaweza kwenda nyumbani”. Ili kuhakikisha kuwa hajadhuru uso wa msemaji, anatumia mbinu ya ujumlishaji ili asije akautishia uso wa msikilizaji. Mofu “*tu*” katika neno *tunaweza* imetumika kimakusudi kuonyesha wingi. Inamjumuisha msemaji na msikilizaji pamoja. Msemaji hamwambii mlengwa wake moja kwa moja aende nyumbani, badala yake anapunguza makali hayo kwa kujihusisha katika kitendo hicho cha kwenda nyumbani. Katika kufanya hivyo alipunguza makali ya tamko na vilevile aliweza kufikisha ujumbe wake wa kuomba kumsafirisha abiria kwa njia isiyokwaza.

Katika muktadha mwingine msemaji alitumia mbinu ya ujumlishaji kama ilivyobainishwa kwa mfano ufuatao.

Mfano 16

DM12: *Tiendei nenyu* (Nanyi twendeni)

DA14; *Katundu kana?* (Katundu ama?)

DM12: *Yii* (Naam)

DA14: *Aiie, umunthi eka tukanyange.* (Hapana, wacha tutembeo leo.)

Mhudumu wa bodaboda 12 (DM12) anatumia mbinu ya kujumlisha ili kuwaomba abiria wake kwenda mahali panaitwa Katundu. Anafanikiwa kufikisha ujumbe huu wake kwa kusema ni kana kwamba anasafiri na wao kuelekea Katundu. Kwa kusema hivyo, mhudumu wa bodaboda anawafanya wasikilizaji wake kuhisi kutoingililiwa kwani hawalengi moja kwa moja. Badala yake anapunguza makali ya kauli yake kwa kujiweka kama mmoja wa walengwa wa ujumbe huo kwa kusema “*Nenyu tiendei* (Nanyi twendeni)”.

4.3.3 Mkakati Ndani ya Rekodi

Kulingana na Nadharia ya Upole, mkakati wa kuwa ndani ya rekodi huhusisha uwasilishaji wa ujumbe kwa njia kavu. Msemaji hulenga kufikisha ujumbe moja kwa

moja kwa msikilizaji wake bila kujali mahitaji yake ya uso. Huu ndio mkakati unaoshadidia maoni ya Grice (1975) kuwa, ujumbe unafaa kufikishwa kwa msikilizaji kwa njia ya uwazi bila utata wowote. Hivyo mkazo si kwa uso bali huwa kwa ujumbe unaopitishwa. Mkakati huu wa upole hufanikishwa ikiwa kuna tofauti za mamlaka, kuna jambo linalofaa kushughulikiwa katika muktadha wa dharura, ikiwa usemi /tendo linalenga kumfaidi msikilizaji na ikiwa msemaji na msikilizaji wana uhusiano wa karibu kama vile marafiki, wanarika ama pia wanafamilia. Mikakati ndani ya rekodi iliyodhihirika katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria ni kama ifuatayo;

4.3.3.1 Mahusiano ya Msemaji na Msikilizaji

Ikiwa msemaji ana uhusiano wa karibu na msikilizaji, huwa anasema mambo bila kujali uso wake (Brown na Levinson, 1987). Hili hudhihirika ikiwa wanaozungumza wana umri sawa, cheo sawia kazini, marafiki au ni wanafamilia. Kauli ifuatayo inadhihirisha hayo.

Mfano 17

AM13: (Kwa mhudumu mwenzake) *Mbona Kahindi withaa wi bado, enda wose wia nuya vaya itina. Ivetange kethaa niwiie kila kyaku nakwa ngaya kyakwa.* (Mbona Kahindi hujakomaa, nenda upate kazi ni ile pale nyuma. Ondoka hapa kama ushakula yako nami nile yangu)

Mhudumu wa bodaboda 13 (AM13) anazungumza na mhudumu mwenzake bila kujali uso wake. Anamwambia moja kwa moja kwa kutaja jina lake halisi na kusema “Kahidi hajakomaa”. Haya ni maneno ambayo yana uwezo mkubwa wa kutishia uso wa Kahindi lakini sababu yametajwa na rafiki yake waliye na uhusiano wa karibu naye, anayapuuza na kupokea ujumbe jinsi ulivyo. Isitoshe, mhudumu wa 13 anamwambia, “Ondoka hapa kama ushakula yako nami nile yangu”. Kwa kutumia kauli hii, anafikisha ujumbe kwa msikilizaji wake moja kwa moja. Anamuagiza aondoke ili apate nafasi ya kuwasiliana na abiria. Anamkumbusha kuwa, hata kama alimsafirisha siku nyingine hapo awali, hana haki ya kutaka kumsafirisha tena. Kwa

njia hii, msemaji alihakikisha kuwa ujumbe wake ulimfikia mhudumu mwenzake wake kwa njia ya uwazi.

Katika muktadha mwingine mkakati huu unadhihika ifuatavyo.

Mfano 18

BM14: *Nii ngambe ukua maeema.* (Nitaenda kubeba mahema kwanza.)

BA15: *Nuu usu ukwie?* (Ni nani huyo alikufa.)

Baada ya mhudumu wa bodaboda 14 kusema atasafirisha mahema kwanza, abiria anafikiria kwa haraka na kuchukulia kwamba mahema hupelekwa mahali kuna matanga. Kisha anamwuliza moja kwa moja bila kujali uso wa msikilizaji wake, “Ni nani huyo alikufa”. Suala la kifo katika jamii nyingi ikiwemo ya Wakamba, halizungumziwi ovyoovyo. Mara nyingi maneno ya tasfida hutumika ili kupunguza makali ya neno *kufa*. Kwa mfano katika jamii ya Wakamba, wengi husema “*Niwitiwe*” ambapo tafsiri yake ya Kiswahili ni “Aliitwa”. Huwa wanasema fulani aliitwa na Mungu kama njia mbadala ya kuelezea kuwa fulani alikufa. Sababu ya kutotaja kifo moja kwa moja ni kuwa, huwa ni suala nyeti katika jamii na mara nyingi hutia watu uwoga na kudhuru nyuso zao (Muia, 2003). Abiria 8 alikiuka kaida hii kwa kuuliza mhudumu wa bodaboda 14 moja kwa moja bila kujali uso wake. Hii ni kwa sababu ya uhusiano wake wa karibu na msikilizaji. Hivyo, lengo lake halikuwa kwa uso wa msikilizaji bali kupata jibu kuhusu hali halisi.

4.3.3.2 Lengo la Kumfaidi Msikilizaji

Utafiti ulionyesha kuwa, ikiwa msemaji anaona kuwa anachodhamiria kukisema kitamfaidi msikilizaji wake, mara nyingi hutumia mkakati ndani ya rekodi kufikisha ujumbe wake. Huwa hajali uso wa msikilizaji wake kwa kuwa kwa maoni yake, msikilizaji anafaidika (Brown na Levinson, 1987). Mkakati huu unadhihirika katika kauli ifuatayo;

Mfano 19

AM15: *Wienda utwawa va?* (Unataka upelekwe wapi?)

AA16: *Katundu.* (Katundu.)

Katika mfano 19, mhudumu wa bodaboda 15 anauliza abiria 16 moja kwa moja, “Unataka kupelekwa wapi?” Tamko hili linamtambulisha abiria kama mhitaji, jambo ambalo lina uwezo wa kutishia uso wake. Katika mkutadha huu, msemaji anaona kuwa kwa sababu abiria angefaidika, hana haja ya kutumia maneno ya kuhifadhi uso wa msikilizaji wake. Hivyo, anawasilisha ujumbe wake moja kwa moja.

Mfano ufuatao pia unadhihirisha matumizi ya mkakati ndani ya rekodi ambapo msemaji anachukulia kuwa kitendo cha usemaji kitamfaidi msikilizaji.

Mfano 20

BM16: *Nuendete?* (Unaenda)

BA17: *Aiee, ndiendete nyie.* (Hapana, mimi siendi.)

Katika mawasiliano yaliyobainishwa hapo juu mhudumu wa bodaboda anamwuliza abiria kama anaenda kwa lengo la kufahamu kama anahitaji kusafirishwa. Mhudumu wa bodaboda aliuliza, “Unaenda?” kwa kuwa aliona kuwa abiria alihitaji kusafiri hivyo angefaidika. Kwa sababu hio aliwasilisha ujumbe huo kwa uwazi na kumwachia abiria uhuru wa kuchagua kama atasafirishwa au la. Mkazo mkuu aliutia kwenye ujumbe aliotaka kuuwasilisha.

Katika muktadha mwingine, mhudumu alimwambia abiria wake kuwa alitaka kumbeba bila kujali mahitaji yake ya uso hasi. Mfano ufuatao unabainisha hayo.

Mfano 21

CM17: *Nienda ukukua.* (Nataka kukubeba)

CA18: *Wienda ungua undwae va?* (Unataka kunibeba unipeleke wapi?)

CM17: *Nthungoni.*

CA18: *Nthungoni? Aiie, ndiendete Nthungoni.* (Nthungoni? Hapana, siendi Nthungoni.)

Mhudumu wa bodaboda 17 (CM17) anawasilisha ujumbe wake kwa njia ambayo inaudhuru uso hasi wa msikilizaji ambao haupendi kuingililiwa. Mhudumu alimwambia msikilizaji wake, “Nataka kukubeba”. Msemaji alitumia maneno hayo

kwa kuwa, msikilizaji wake angefaidika moja kwa moja kutokana na kitendo chake cha hisani ya kutaka kumbeba. Hakuona haja ya kutumia maneno kwa lengo la kuhifadhi uso wa msikilizaji. Aliona ni bora kumfikishia msikilizaji wake ujumbe huo mwema kwa njia ya moja kwa moja kama ilivyopendekezwa na Brown & Levinson (1987) na Grice (1975).

4.3.3.3 Mukhadha wa Dharura

Mkakati wa ndani ya rekodi hutumika ikiwa kuna jambo ambalo linafaa kushughulikiwa kwa dharura. Huwa hakuna muda wa kutafuta maneno ya kuhifadhi uso kwa kuwa nia huwa ni kuwasilisha ujumbe lengwa kwa upesi. Matokeo ya utafiti huu yalidhihirisha hali za dharura zilizowalazimu wahudumu wa bodaboda na abiria kutumia mkakati ndani ya rekodi.

Mfano 22

BM18: *Kindu wa Musembi*, (Mke wa Musembi.)

BA19: *Ni wa Nzioka musenzi uu*. (Mimi ni wa Nzioka, shenzi wewe)

Katika mfano 22, abiria 19 alitembea akiandamana mumewe kuelekea mahali mhudumu 18 alikuwa. Mhudumu wa bodaboda 18 (M18) anapomwona anamwita kwa sauti, “*Kindu wa Musembi* (Mke wa Musembi)”. Kulingana na abiria 19, kauli hiyo haikuwa ya kweli. Ili kuirekebisha kauli hiyo na kuepuka kutoelewana kati yake na mumewe baada ya hapo, alitumia mkakati ndani ya rekodi ili kurekebisha mtajo huo. Alielewa kuwa, jambo hilo lilikuwa la dharura na lingefaa kushughulikiwa papo kwa hapo kwa kuwa hakukuwa na muda mwingine mwafaka. Ili kurekebisha kosa hilo, alitumia tusi “*shenzi*” ili kusisitiza uzito wa ujumbe wake kwa msikilizaji wake kwa kusema “Mimi ni wa Nzioka, shenzi wewe!” Abiria alilenga kuweka ujumbe wake wazi kwa mhudumu na kumjuza kuwa yeye si wa Musembi bali ni wa Nzioka. Mkakati huu ulimsaidia kuwasilisha uzito wa ujumbe wake kwa njia mwafaka na ya haraka.

Hali hii inadhihirika pia katika mukhadha ufuatao.

Mfano 23

EM19: *Kwamba unenga musaala mbee wa mandu ala angi onthe.*

(Kabla ya mambo yote, nipe mshahara kwanza.)

EA20: (Baada ya kushuka, abiria anaanza kutafuta pesa mfukoni kisha anampa.)

Katika mfano wa 23, mhudumu wa bodaboda 19 anamfikisha abiria wake mahali alikuwa anaenda kisha abiria anashuka. Kwa kuwa mhudumu huyu anafahamu kuwa anaweza akapata abiria mwingine wakati wowote ule, hali hiyo ya haraka inamsukuma kumwitisha abiria wake nauli kwa njia ya moja kwa moja kwa kusema, “Kabla ya mambo yote, nipe mshahara kwanza.” Alilenga kufikisha ujumbe wake wa kutaka malipo papo hapo bila kutilia maanani mahitaji ya uso ya abiria wake. Hakutaka kujua huduma yake ya kumsafirisha abiria ilikuwaje, hakutaka kujua kama abiria amepoteza chochote walipokuwa wakisafiri au hata kuthibitisha hali yake iko vipi? Alichotaka kwa wakati huo ni nauli. Kwa hivyo, alitumia mkakati ndani ya rekodi kwa sababu ya udharura wa muktadha wa wanapofanyia kazi.

Matokeo ya mkakati huu yalikubaliana na ya Farida na Yuliana (2019) waliobainisha kuwa, mkakati ndani ya rekodi huwa ni faafu katika kufikisha ujumbe kwa msikilizaji. Katika utafiti huu, mkakati huu ulitambulika kuwa bora katika kuwasilisha ujumbe kwa njia ya moja kwa moja katika muktadha wa uchukuzi wa bodaboda..

4.3.4 Mkakati wa Kuwa Nje ya Rekodi

Huu ni mkakati unaoenda kinyume na maoni ya Grice (1975) yanayoeleza kuwa, ujumbe unafaa kuwasilishwa moja kwa moja. Kwa mujibu wa Lakoff (1973), kunazo kaida mbili ambazo huongoza mawasiliano. Kaida mojawapo aliyotambua ni ya uwazi iliyoenda sambamba na maelezo ya Grice (Ktj.). Kaida ya pili iliyotililiwa mkazo mkuu na Lakoff (Ktj.) ni kaida ya upole. Kaida ya upole humwelekeza msemaji katika kupanga maneno yake kwa njia ambayo haitaudhi msikilizaji na kudhuru uso wake. Badala yake ujumbe huwasilishwa kwa njia ambayo inalenga kuhifadhi uso wa msikilizaji (Brown na Levinson, 1987). Mtazamo wa kipragmatiki hutumika katika kufasiri maana kwa kuwa, mara nyingi msemaji humaanisha zaidi ya anachokisema au humaanisha kile asichokisema (Searle, 1969). Matokeo ya utafiti

huu yalidhihirisha matumizi ya kauli zenye utata na vidokezi kama mbinu za mkakati wa kuwa nje ya rekodi.

4.3.4.1 Kutoa Kauli zenye Utata

Utata hudhihirika wakati ambapo maneno au kauli zenye maana zaidi ya moja hutumika katika mawasiliano. Aidha, hubainika ikiwa kauli haina maana iliyo wazi. Msemaji huwasilisha kauli na kumwacha msikilizaji wake afanye ufasiri. Kupitia hali hii, msemaji huwa amehifadhi uso wa msikilizaji. Baadhi ya kauli zenye utata zilizobainika katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria ni kama zifuatazo:

Mfano 24

BM20: *Sister, koenda tithi vandu?* (Dada, kwani unataka twende mahali?)

BA21: *Ngitite kuthumuanga o vaa.* (Napumzika tu hapa.)

BM20: Ni sawa.

Kwa kurejea mfano 24, mhudumu wa bodaboda 20 (BM20) alimwuliza abiria wake kama angependa asafirishwe kwenda mahali. Badala ya kujibu moja kwa moja kwa kusema ndio au la, msemaji alitumia kauli yenye utata ili kuhakikisha kuwa hakudhuru uso wa msikilizaji wake. Aliposema “Napumzika tu hapa” alimwachia msikilizaji uhuru wa kutambua alichomaanisha mwenyewe kwani kauli hio inaweza ikafasiriwa kwa namna tofauti. Kwa mfano, kwa kutumia kauli hiyo, huenda msemaji alitaka kumfahamisha msikilizaji wake kuhusu alichotaka kufanya wakati huo au alitaka kumwambia kuwa hakutaka waende mahali popote. Badala ya kusema moja kwa moja kuwa haendi anatumia kabadala cha kutoenda. Alinuia kufikisha ujumbe wake kwa njia ambayo si ya wazi na ambayo inalinda uso wa mhudumu wa bodaboda 20. Kwa kujibu “sawa”, mhudumu wa bodaboda alionyesha kutambua alichokimaanisha abiria.

Mfano mwingine unaodhihirisha utata ni ufuatao;

Mfano 25

CM21: *Nounenga wia usu ngakwambatya* (Si unipe hio kazi nikupandishe)

CA22: *Woonna nauma niitha namukosea. Ve syindu naile umunenga.*
(Nikiondoka nitakuwa nimemkosea. Kuna vitu nafaa kumpa.)

Mhudumu wa bodaboda 21 (M21) anaomba abiria kazi ya kumsafirisha. Anapomjibu, abiria 22 anatumia mkakati wa nje ya rekodi ili kufikisha ujumbe wake kwa mhudumu wa bodaboda. Kauli hii “Nikiondoka nitakuwa nimemkosea. Kuna vitu nafaa kumpa” inamfanya mhudumu kupata maana zaidi ya moja. Mhudumu wa bodaboda anaweza akaelewa kuwa, abiria amesema hatompa hio kazi kwa njia isiyo ya moja kwa moja. Pili, huenda angempa kazi hiyo ila alihofia kuwa angemkosea mtu mwingine. Isitoshe, sababu nyingine ya kutoenda naye ni kuwa, kuna vitu alihitaji kumkabidhi aliyekuwa anamsubiri moja kwa moja. Kwa hivyo badala ya kukataa ombi la mhudumu wa bodaboda moja kwa moja, abiria anampa vijisababu ili ajing’amulie alichokimaanisha. Kwa kufanya hivi, abiria alihakikisha kuwa alihifadhi uso wa mhudumu bodaboda 21.

Katika muktadha mwingine, abiria anatumia mkakati wa nje ya rekodi ili kupinga madai ya mhudumu wa bodaboda. Mhudumu wa bodaboda aliona abiria mtarajiwa amesimama, amekimya na kusongea karibu naye. Ili kuepuka kudhuru uso wake binafsi, alitumia madai kwamba abiria alisema jambo ila hakulisikia vyema ili kuomba kumsafirisha abiria. Hili linadhihirishwa na mawasiliano yafuatayo;

Mfano 26

EM22: *Wiasyaa nuukuwa?* (Umesema utabebwa?)

EA23: *Aiee, koinaneena.* (Hapana, sijaongea.)

Kwa mfano, alitumia kauli “*wiasyaa nuukuwa?* (Umesema utabebwa)” ili kumdhihirishia abiria utouhakika wake wa alichosikia ili kulinda uso wa abiria na kufikisha ujumbe wake kwa njia isiyo ya wazi. Abiria naye kwa upande wake, hakutaka kujibu moja kwa moja kwa kusema hakutaka kubebwa. Badala yake alitumia kauli yenye utata kwa kusema kuwa hakuongea. Kauli hii ina utata kwa kuwa huenda abiria alimaanisha kuwa ikiwa mhudumu angejieleza vyema

angekubali asafirishwe. Pili, kwa kusema hakuongea huenda alikuwa anakana madai ya kusema kuwa alihitaji kusafirishwa. Abiria 23 alipotumia kauli hii yenye utata, alihepa kuhasiri uso wa mhudumu wa bodaboda 22 na kumwachia uhuru wa kupata fasiri ya jibu hilo.

4.3.4.2 Kutoa Vidokezi

Kwa mujibu wa Brown na Levinson (1987), msemaji hutumia vidokezi ili kuelekeza msikilizaji wake katika kutambua anachokimaanisha. Vidokezi husaidia uelewekaji vinapofungamanishwa na muktadha mahususi. Kwa mujibu wa Grice (1975) kuhusu namna ya uwasilishaji wa ujumbe, vidokezi havifai kutumika kwani huenda vikafasiriwa visivyo na hivyo kupotosha maana lengwa. Vidokezi hivi visivyotumika kwa njia inayostahili, huweza kuleta utata na kukaganya maana (Sarila na wenzake, 2023). Mkakati huu unapotumika vyema, huwa ni bora sana katika mawasiliano. Baadhi wa wahudumu wa bodaboda walitumia vidokezi kufikisha ujumbe wao kwa abiria ifuatavyo;

Mfano 27

CM23: *Ngali ya kwenda nino naku.* (Gari ya kwenda nyumbani ndio hii.)

CA24: *Ndyinukite oyu.* (Siendi nyumbani saa hii.)

Mfano 28

EM24: *Ngali tino.* (Gari ni hii)

EA25: *Aiee, nyie ndiendete oyu.* (Hapana, siendi saa hii)

Katika mfano wa 27 na 28, mhudumu wa bodaboda 23 na 24 wanatumia kauli “Gari ya kwenda nyumbani ndio hii” na “Gari ni hii” mtawalia ili kutoa fununu ya ujumbe wanaotaka kupitisha. Neno *gari* limetumika kimakusudi kwani huwakilisha chombo kinachotumika katika kutoa huduma ya usafiri kwa abiria na huwa na magurudumu manne. Hata ingawa bodaboda ina magurudumu mawili, inatekeleza kazi sawia na gari. Hivyo, wahudumu wa bodaboda wa 23 na 24 walitumia neno *gari* kudokeza suluhu la kukidhi utashi wa usafiri kwa abiria. Ujumbe ulipitishwa kwa njia ya mzunguko na hali ambayo haingedhuru uso wa abiria.

Katika mfano ufuatao pia tunashuhudia udokezaji ambapo mhudumu wa bodaboda anamwona abiria akisongea karibu naye kisha anasema, “Usiku umeanza kuingia” kama ifuatavyo.

Mfano 29

DM25: *Naikwatukai* (Usiku umeanza kuingia)

DA26: *Aiee, ndiendee naumina tyotiendete.* (Hapana, naendelea kumalizia twende.)

Mhudumu wa bodaboda 25 adokeza lengo la mawasiliano kwa kumkumbusha abiria kuwa usiku umeingia. Hivyo, alimaanisha kuwa angehitaji chombo cha kusafaria hata ingawa hakusema ujumbe huo moja kwa moja. Msemaji alitumia mkakati huu ili kukwepa kuonekana ni kana kwamba anamlazimisha msikilizaji wake. Abiria 26 alionyesha kuwa alielewa ujumbe wa mhudumu wa bodaboda wa 25 kwani alimwarifu kuwa alikuwa anamalizia kununua vitu ili aje wasafiri. Kwa kufanya hivyo, walihakikisha kuwa uso wa kila mmoja wao ulihifadhika.

Katika muktadha mwingine mhudumu wa bodaboda anamkuta abiria ameketi chini na kuanza kumuuliza anachowazia. Katika hali hii, msemaji anajaribu kumtayarisha msikilizaji wake kuhusu ujumbe anaotaka kumpa ili ahakikishe kuwa haudhuru uso wake kwa vyovyote vile (Brown na Levinson (1987)). Hili linadhihirika katika mfano ufuatao;

Mfano 30

DM26: *Wikite masavu meva* (Unafanya hesabu gani)

DA27: *Kongwika masavu na ngitite outulia* (Sifanyi hesabu yoyote; nimetulia tu)

DM26: *Ndung'aiite uu?* (Hupandi hivi?)

DA27: *Aiie, nduona nekala nthi nithumue.* (Hapana, huoni nimeketi chini nipumzike.)

Mhudumu wa bodaboda 26 alitaka kujua ikiwa abiria 27 alitaka kusafiri. Ili kufikia azma hii, alitumia kauli za mzunguko kwa kutaka kujua hali yake ili aweze kupata nafasi ya kupitisha ujumbe wake kwa njia isiyo wazi. Badala ya kumwuliza abiria

moja kwa moja iwapo angependa kusafiri, anamwuliza iwapo anaelekea upande wa juu, ili asije akaudhuru uso wake kwa namna yoyote ile.

4.3.5 Mkakati wa Kutosema Chochote

Katika mkakati huu msemaji hukwepa kitendo chochote kilicho na uwezo wa kuathiri uso wa msikilizaji kwa kunyamaza. Kulingana na Brown na Levinson (1987), mkakati huu ni salama kwani hukwepa kudhuru uso wa msikilizaji. Hii ni kwa sababu tamko lolote lile lina uwezo wa kutishia uso wa msikilizaji. Baadhi ya wahudumu wa bodaboda walidhihirisha matumizi ya mkakati huu kama ifuatavyo;

Mfano 31

AM27: *Na nduete o yiana.* (Leta tu mia.)

AA28: *Twi eli?* (Tukiwa wawili?)

AM27: *(Ananyamaza kwanza) Ete tiliile vaa.* (Leta tuwekelee hapa.)

Mhudumu wa bodaboda 27 (M27) alikutana na abiria wawili waliotaka kusafirishwa. Alimfahamisha mmoja wao kuhusu nauli aliyohitajika kulipa ili kufikishwa walipotaka kwenda. Ili kuthibitisha, abiria aliuliza mhudumu iwapo hicho ndicho kiwango cha nauli walichohitaji kulipa wakiwa wawili. Mhudumu 27 alipokabiliwa na swali hili, alijali uso wa msikilizaji wake na kuamua kutotenda kitendo chochote kinachoweza kuudhuru uso wa abiria. Alinyamaza badala ya kusema kuwa pesa hizo hazitoshi kwa watu wawili na kuwaomba wamkabidhi mizigo yao kama ishara ya kukubali kuwabeba kwa nauli waliyopendekeza.

Katika muktadha mwingine mkakati huu unadhihirika ifuatavyo:

Mfano 32

AM28: *Wiisa uthi saa syiana?* (Utaenda saa ngapi?)

AA29: *(Ananyamaza.)*

Mhudumu 28 alitaka kufahamu wakati mahususi ambao abiria angependa kusafiri. Abiria alikosa kusema chochote kwa huyu mhudumu ili kuhifadhi uso wake. Tayari alikuwa ameona kuwa, huyo mhudumu alitaka kumsafirisha ila hakutaka kudhuru uso wake kwa kumtajia wakati ambao hana uhakika nao au hata kwa kusema kuwa,

hangehitaji kusafirishwa kwa bodaboda. Badala yake, abiria alinyamaza na kuacha mhudumu afasiri kimya chake.

Mkakati wa kutosema chochote pia ulitumiwa katika mfano wa 33 kama ifuatavyo:

Mfano 33

BA30: *Nuu usu ukwie?* (Nani huyo alikufa?)

BM29: (Ananyamaza kwa sekunde) *Nithi kiembeni na ndyuka. Ti sawa?* (Nitaenda Kiembeni na nikuje. Si ni sawa?)

BA30: *Yii* (Naam)

Abiria 30 anauliza swali moja kwa moja kwa njia ambayo haifurahishi katika muktadha wa kijamii. Swali lake la “Nani huyo alikufa” linahusu tanzia, suala ambalo ni nyeti na huzua hofu na huzuni miongoni mwa wanajamii. Kuna maneno ambayo hutumika ili kupunguza makali ya kifo ila msemaji hakuyatilia maanani. Mhudumu wa bodaboda alikerwa na swali hilo na kuamua kumjibu msikilizaji wake kwa kimya. Kwa kutumia kimya, alikwepa kunena maneno ambayo yangehitilafiana na mahitaji ya uso wa msikilizaji wake. Kimya hicho kilitumika kimakusudi kama njia ya upole ya kumfanya msikilizaji afikirie tena kuhusu alichokisema. Kule kubadilisha mada ya mazungumzo baada ya kimya cha msemaji, kulimaanisha kuwa ujumbe uliopitishwa kupitia kimya ulifasirika kama ilivyokusudiwa.

Ili kujibu swali la pili la utafiti kuhusu sababu za kuzingatia au kukiuka mikakati ya upole, wahusika hamsini na wanane (58) walihusika katika utafiti huu kama inavyodhihirishwa na jedwali lifuatalo.

Jedwali 1: Data ya Kimsingi ya Wahudumu wa Bodaboda na Abiria

Maelezo ya Kimsingi	Kiwango/ Kundi	Maratokezi	Asilimia
Umri	18-35	41	71%
	36 kwenda juu	17	29%
	Jumla	58	100%
Jinsia	Kiume	40	69%
	Kike	18	31%
	Jumla	58	100%
Kiwango cha Elimu	Shule ya msingi	18	31%
	Shule ya upili	19	33%
	Astahada	5	9%
	Stahada	13	22%
	Shahada	3	5%
Jumla	58	100%	

Chanzo: Data ya Nyanjani (2024)

Uchanganuzi wa data ya kimsingi ulibainisha kuwa, wahudumu wa bodaboda na abiria waliokuwa na miaka 18-35 walikuwa wengi (71%) ikilinganishwa na waliokuwa na miaka 36 na zaidi (29%). Hii ni kwa sababu biashara hii huhusishwa na vijana katika eneo hili. Utafiti huu ulishirikisha jinsia zote mbili. Jinsia ya kiume ilikuwa na asilimia kubwa (69%) ikilinganishwa na jinsia ya kike iliyokuwa na asilimia thelathini na moja (31%). Kilichochochea idadi kubwa ya jinsia ya kiume ni kuwa wahudumu wa bodaboda waliopatikana katika eneo la utafiti walikuwa wa jinsia ya kiume. Wanabodaboda walipowazungumzia abiria wa kike walitumia upole zaidi ikilinganisha na walipowazungumzia abiria wanaume. Hii ni kwa sababu ya tofauti ya mahusiano ya kijinsia katika jamii. Kuhusu kiwango cha elimu, waliohitimu shule ya upili walikuwa wengi zaidi kwa asilimia thelathini na tatu (33%) wakifuatwa na waliohitimu shule ya msingi (31%). Hii ni kwa sababu baada ya kuhitimu kwenye shule ya msingi na shule ya upili, sio wote wanaoendeleza masomo yao hivyo kujiingiza katika biashara ya uchukuzi wa bodaboda ili kujipatia kipato. Waliohitimu stahada walikuwa asilimia ishirini na mbili (22%), astahada (9%) na shahada walikuwa asilimia 5 (5%). Idadi hii ilidhihirika kwa kuwa hata baada ya kupata elimu ya juu, baadhi yao hukosa ajira na kujiingiza katika sekta ya bodaboda ili kujikimu. Ilibainika kuwa watu waliokuwa wamepata elimu ya juu walikuwa na uwezo bora wa kutumia mikakati ya upole katika mawasiliano yao

ikilinganisha na wale ambao walikuwa na kiwango cha chini cha elimu. Sehemu ya kwanza katika uwasilishaji wa matokeo ya lengo la pili imeshughulikia sababu zinazochoea uzingatiaji wa mikakati ya upole. Sehemu ya pili imeangazia sababu zinazochoea ukiukaji wa mikakati ya upole katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria.

4.4 Sababu Zinazochoea Uzingatiaji wa Mikakati ya Upole

Kunazo sababu kadhaa zinazowachoea watu kuzungumza jinsi wanavyozungumza katika miktadha mbalimbali zikiwemo kaida za kiisimu na kijamii. Kulingana na Brown na Levinson (1987), kuna kaida za upole ambazo huongoza watu katika mawasiliano ili kuhakikisha kuwa, watu wanahifadhi nyuso za wenzao. Matokeo ya utafiti yalibainisha sababu kadhaa zinazowachoea wahudumu wa bodaboda na abiria kuzingatia mikakati ya upole wakati wa mawasiliano. Sababu hizo zimepangwa katika kategoria nne ambazo ni; faida au matokeo ya matumizi, kudhihirisha heshima kutokana na tofauti za kimamlaka, mahusiano na uzito wa tendo la kutishia uso.

4.4.1 Faida au Matokeo ya Matumizi

Utafiti ulionyesha mikakati ya upole hutumika kwa sababu ya tija ya matumizi yake kwa mawasiliano. Faida dhamiriwa zilizobainika katika utafiti huu ni kama vile:

4.4.1.1 Kuanzisha Mawasiliano

Ilibainika kuwa, mikakati ya upole hutumika kwa kuwa ni njia mojawapo ya kuanzisha mawasiliano. Watu wanapokutana kwa mara ya kwanza, msemaji huweza kuonyesha upole kwa kumsalimu msikilizaji kabla ya maongezi mengine. Kauli hii inadhihirishwa na mfano ufuatao;

*Ndyoosa ngamukethya ta kindu kya mbee na ngamukulya tuendete va?
Nimukethasya nundu uneeni woonthe wambiiaa na ngethi. (Kitu cha kwanza huwa namsalimu na kumuuliza tunaenda wapi? Huwa namsalimu kwa kuwa maongezi yoyote yanaanza kwa salamu.)*
MM16

Mhojiwa wa 16 alisema kuwa, ili kudhihirisha upole huwa anamsalimu abiria wake kwanza. Sababu ya mhojiwa kumsalimu abiria ni kuwa, huamini kwamba mawasiliano yoyote yale yanafaa kuanza kwa salamu. Hii ni kwa sababu huwa na athari chanya kwa mtu binafsi na kuweza kudumisha uso wa msikilizaji. Salamu huwa na umuhimu mkubwa katika mawasiliano kwani hudhihirisha upole na huchangia hisia za ustawi na kujenga mahusiano (Ascigil na wenzake, 2025). Kwa hivyo, hutumika kama mbinu ya kuanzisha mawasiliano baina ya mhudumu wa bodaboda na abiria na kuweza kujenga uhusiano mwema baina yao. Mfano ufuatao unadhihirisha haya katika mawasiliano ya moja kwa moja ya wahudumu wa bodaboda na abiria.

AM5: Mambo?

AA6: Poa.

AM5: *Ndiona toendaa usembwa vandu.* (Naona unataka kukimbizwa mahali)

AA6: *Aiee ti oyu* (Hapana si saa hii)

AM6: *Ni sawa.* (Sawa)

Mhudumu wa bodaboda 5 katika kituo A anatumia mkakati chanya wa upole ili kuleta athari chanya kwa uso wa msikilizaji. Alitumia salamu kama mkakati wa upole mwanzoni mwa mawasiliano. Alilenga kujenga msingi wa mawasiliano na kumwonyesha msikilizaji wake kuwa anamjali. Kupitia hali hii, hisia za ustawi wa mahusiano huimarika kwani mawasiliano huanzishwa vyema. Matokeo haya yanakubaliana na utafiti wa Dirgantara na Gunawan uliogundua kuwa salamu zina jukumu muhimu sana katika kuanzisha mawasiliano (Dirgantara na Gunawan, 2024).

4.4.1.2 Kuzua Ladha na Utani katika Mawasiliano

Kulingana na mmoja wa wahojiwa, mikakati ya upole hutumika ili kuleta utani katika mazungumzo. Lugha ya upole inapotumika, wahusika (mhudumu wa bodaboda na abiria) hubadilishana maneno vyema na kuzua utani. Utani kimsingi ni hali ya mzaha wanaofanyiana watu bila kuleta chuki au kero. Haya yanathibitishwa na kauli hii;

Wakulya customer kana nimuendete yambaa ukuignore mukaexchange o words ite sya woo na baadaye aketikila.

(Unapomwuliza abiria kama mnaenda huwa anakupuuza kwanza na baada ya kubadilishana maneno ya masihara anakubali.) MM2

Lugha ya upole inapotumika, maneno yasiyokera hutumika na hivyo kuzua utani katika mawasiliano. Utani huwa na umuhimu katika mawasiliano kwani huimarisha mwingiliano wa wahusika katika mazungumzo. Isitoshe, hali ya kutumia masihara huleta furaha katika mawasiliano na kupunguza hali ya mvutano (Taylor na wenzake, 2022). Hii ni kwa sababu mawasiliano ya aina hii husheheni ucheshi, hivyo kuwafurahisha wahusika katika mazungumzo. Kwa mfano:

CM13: *Na nengi kavila tikaaya.* (Basi kiti ndicho kile)

CA14: *Kavila keva? (Ayoolota ivia)* (Kiti gani? (Anaelekeza kidole kwa mawe)

CM13: *Tikaya nduthi uthumuange na tiithi. Naile ukuivya nesa ona uni ukambita.* (Ni kale nenda upumzike na tuende. Nafaa kukulipisha vizuri hata kesho uniite.)

Katika mfano huu, mhudumu wa bodaboda 13 katika kituo C anatumia mkakati chanya wa upole kuzua utani katika mawasiliano. Kwa kusema “Basi kiti ndicho kile” alionyesha kumjali msikilizaji wake ila ndani yake palikuwa na utani. Mwitikio wa mshangao “Kiti gani?” unadhihirisha utani wa kejeli, kwa kuwa kilichoelekezewa kidole si kiti bali ni mawe. Kule kuyaita mawe “kiti” kunageuza hali ya kawaida kuwa ya kuchekesha kwa kuwa ni vigumu kupumzika kwa kukalia mawe. Isitoshe, mhudumu wa bodaboda anazidi kudhihirisha utani kupitia ubunifu wa lugha ya kibiashara kwa kusema kuwa “Nafaa kukulipisha vizuri hata kesho uniite”. Hivyo, mikakati ya upole hutumika ili kuzua utani katika mawasiliano.

Katika muktadha tofauti, mhojiwa mwingine alisema kuwa, wakati wa kuwasiliana na abiria lugha ya upole hutumika kwa kuwa huleta ladha katika maongezi. Ladha katika muktadha huu inawakilisha mhemko wa mazungumzo. Inaonyesha namna ambavyo mazungumzo huwa ya kupendeza na kuvutia. Kwa mfano, matumizi ya salamu ambazo kwa mujibu wa Brown na Levinson (1987) hudhihirisha upole, huleta ladha katika mawasiliano. Kauli ifuatayo inadhihirisha hayo;

Tutumiaa oila polite language na etiquette kidogo. Kukethania ni kawaida nundu nikuetaa muyo wa ngewa (Huwa tunatumia ile lugha

ya upole na yenye adabu kiasi. Salamu ni kawaida kwani huleta ladha ya maongezi.) MM4

MM4 anasisitiza kuwa, upole unapotumika hufanya maongezi kuwa matamu. Upole huu hudhihirika kupitia matumizi ya salamu ambayo ni njia mojawapo ya kuonyesha upole (Brown na Levinson, 1987). Kulingana na MM4, upole huwa ni kama kichochezi cha kuleta mawasiliano mema yenye kuvutia.

4.4.1.3 Kufanikisha Maelewano na Makubaliano

Kulingana na mhojiwa 9, sababu ya kutumia mikakati ya upole wakati wa kuwasiliana na mhudumu wa bodaboda ni kurahisisha makubaliano. Upole unapotumika katika mawasiliano, huwa ni rahisi kukwepa migongano na kudumisha makubaliano (Anuonye, 2018). Mhojiwa wa tisa (9) alidhihirisha haya kwa kusema;

Nambaa umukethya, ngamukulya kana nuungua, akambia yii. Ngamukulya engua na mbesa syiana? Neethia engua na mbesa mbingi ndimwia angole. Nimukethasaya nikenda tuelewane. (Huwa nasalimu mtu kwanza, namuuliza kama atanibeba kisha akisema ndio namwuliza kwa pesa ngapi? Akitaja nyingi namwomba anipunguzie. Huwa namsalimu ili kuleta maelewano) MA9

Kulingana na abiria 9, ikiwa mhudumu wa bodaboda anakuitisha pesa nyingi kupita kiasi ni rahisi kumwomba apunguze kwa kutumia mikakati ya upole. Kwa mfano,

AM7: *Ninamuola mbau lisai. Vaa vakuanawa na yiana lakini ninamuola mbau lisai.* (Nimewapunguzia ishirini pandeni. Watu hubebwa na mia hapa na nimewapunguzia ishirini pandeni.)

AA9: *Ndwosa seventy?* (Huwezi kuchukua sabini?)

AM7: *Naku seventy ni munini.* (Sabini ni kidogo nawe.)

AA9: *Aiie naku, kuma vaa?* (Hapana, kutoka hapa?)

AM7: *Ni sawa lisai.* (Ni sawa pandeni.)

Katika mfano uliobainishwa hapo juu, abiria hana kiwango cha nauli ambacho mhudumu wa bodaboda anahitaji. Anatumia lugha ya upole kumwomba mhudumu apokee shilingi sabini. Ili kuleta makubaliano mhudumu wa bodaboda anatumia mbinu ya upole ya kuzidisha makubaliano ili kulinda uso chanya wa msikilizaji wake. Hivyo, anakubali kwa kusema “Ni sawa pandeni”. Kwa kutumia lugha ya upole, hali ya kutoelewana huepukwa na kuwafanya wahusika wa mazungumzo kuafikiana kwa urahisi kuhusu nauli bila migogano. Migogoro huwa na athari hasi kwani huvunja mawasiliano. Ili kukwepa hali hii, mikakati ya upole hutumika ili kufanikisha maelewano na makubaliano. Matokeo haya yalikuwaliana na utafiti wa Anuonye aliyegundua kuwa mikakati ya upole hutumika ili kuleta makubaliano na kuepuka migogoro (Anuonye, 2018).

4.4.1.4 Kukwepa Kuwakosea Wengine

Nia moja ya kutumia mikakati ya upole ni kukwepa kufanya mambo yanayowakwaza wengine (Sembiring na wenzake, 2023). Matokeo yalionyesha kuwa, abiria hujaribu kutumia mikakati ya upole ili kumfanya mhudumu wa bodaboda kumwarifu kuhusu ratiba yake ili asije akawakwaza wengine. Wakati mwingine ikiwa abiria mwenye uwezo bora wa kifedha amekuja, baadhi ya wahudumu wa bodaboda huchagua huyo na kupuuza abiria wengine. Abiria anapotumia mikakati ya upole, humfanya mhudumu wa bodaboda awe wazi kuhusu iwapo yuko huru kutoa huduma ya usafiri au anamsubiri mteja mwingine. Ikiwa kuna mtu anayesubiriwa, abiria hutafuta mhudumu mwingine ili asije akaukosea uso wa mhudumu wa bodaboda na abiria mtarajiwa. Mfano ufuatao unadhihirisha maelezo haya;

Umaneenasya na ndeto sya kwendeesya. Nimukulasya kana nukuanite nundu vai mundu wi kiveti utwaa kingi. Nimukulasya uu nundu noitha ve mundu weetelete nayitha vala uendete ni vandu ve vata muno nikenda withie ndinamuvalukya. (Hutumia maneno ya kupendeza. Humwuliza kama anasafirisha watu kwa kuwa mtu aliye na mke hana haja ya kuo mwingine. Humwuliza kwa kuwa huenda anasubiri abiria na mahali anampeleka pawe na hitaji kubwa. Hivyo, huuliza nisije nikamkosea anayesubiriwa.) MA12

Mhojiwa 12 ambaye alikuwa ni abiria anasisitiza kuwa, ili kufahamu ikiwa mhadumu wa bodaboda anasafirisha watu, lugha ya kupendeza haina budi kutumika. Lugha hiyo huwa na maneno ambayo humchochea mhadumu wa bodaboda kueleza amejukumika vipi ili asije akawakosea wengine. Abiria huyu anatumia msemu kuwasilisha hoja yake kwa kusema kuwa, “Mtu aliye na mke hana haja ya kuo mwingine.” Kwa kusema hivi alienda sambamba na methali ya Kiswahili inayosema kuwa, mshika mbili moja humponyoka. Hivyo, alimaanisha kuwa ikiwa mhadumu wa bodaboda ana abiria anayemsubiri tayari, hakuna haja ya kumchukua mwingine kabla ya kumhadumia yule wa kwanza. Kupitia hali hii, nyuso za wahusika wote huwa zimelindwa na kuhakikisha kuwa hakuna mtu anayemkosea mwingine. Hili lilidhihirika katika mawasiliano ya wahadumu wa bodaboda na abiria kama ifuatavyo:

EA26: *Nuendete na Kikima kana nubookitwe ni mundu? (Unaenda kikima ama umeombwa na mtu umbebe?)*

EM25: *(Anatingiza kichwa kusema ndio tunawezaenda.)*

Abiria 26 katika kituo E alianza kwa kumwuliza mhadumu wa bodaboda kama alikuwa na mpango wa kuenda Kikima au kuna yeyote aliyekuwa anasubiria. Sababu ya kumwuliza hivi ni kuhakikisha kuwa, mhadumu wa bodaboda alikuwa huru ili asije akamkosea au akakosea aliyesubiriwa. Matokeo haya yanakubaliana na yale ya Thanh na wenzake waliogundua kuwa matumizi ya mikakati ya upole hukwepa kuwadhuru wengine (Thanh na wenzake, 2022).

4.4.1.5 Kumjengea Mtu Sifa

Utafiti ulibainisha kuwa baadhi ya sababu za matumizi ya mikakati ya upole ni haja ya kutaka kumjengea mtu sifa. Mtu anapotumia mikakati ya upole huonekana kuwa mwema na mpole hasa katika mawasiliano na wakati mwingine watu hupenda kujinasibisha naye (AlShlowi, 2023). Mfano ufuatao unadhihirisha haya;

*Saa ingi nimuneenya nesaa akasya mundu ena ngoo mbololo.
Wamuneenia nai mundu usu akeekiaa kindu kyu akilini ukethia
akwona akasyaa mundu usu ti museo. (Munyanyae alikiliila athekete)
for example ti Muli ndookie akulya madam ungi vaa nunukuwa.
Nundu madam aina kana amwia amukwatie alise. Muli amwia, ‘Ia*

kana ku vu nthi ulise na uisyoka ingi uaatie wose.’ (Atukitye uthyu) Madam usu amwia ona ngoka stage nimuwau ndungua. (Wakati mwingine unaweza ukanena naye vizuri hadi akasema, mtu huyo ana roho nzuri. Ukimzungumzia vibaya, hutia maneno hayo akilini na baadaye akikuona anasema huyo mtu si mzuri. (Mwenzake anaingililia akicheka) kwa mfano, Muli alikuja akauliza mama mwingine iwapo angependa kubebwa. Kwa kuwa mama huyo alikuwa na mtoto akamwomba amshikie ili apande. Muli alimwambia, ‘Weka huyo mtoto chini, upande kisha uiname umchukue.’ (Akikunja uso) Huyo mama alimwambia kuwa hata aje kwenye kituo hicho akiwa mgonjwa hawezi akakubali ambebe.) MM20

Ni dhahiri kwamba baadhi ya wahudumu wa bodaboda hutumia mikakati ya upole wanapowasiliana na abiria ili kujijengea sifa. Wanapoizingatia mikakati hiyo hujijengea sifa nzuri na wanapoipuuza kimakusudi hujijengea sifa mbaya. Katika mfano uliobainishwa hapo juu, Muli alijijengea sifa mbaya kwa kumwambia abiria wake, “Weka huyo mtoto chini, upande kisha uiname umchukue.” Usemi huu ulidhihirisha kwamba Muli hakujali mahitaji ya uso wa abiria wake. Badala ya kumhudumia alitumia maneno ya kuudhi ya kumtaka ajishughulikie binafsi. Hoja inatiwa uzito na hali ya msimulizi ya kukunja uso iliyoashiria kuudhika. Kwa sababu hii, alijijengea sifa mbaya kwani abiria alisema kuwa kama angekuja siku nyingine kwenye kituo hicho hangekubali kubebwa naye. Matokeo haya yanashabihiana na ya Machira na Nyambwogi waliogundua kuwa mikakati ya upole hutumika katika kazi ya fasihi ili kujengea wahusika sifa (Machira 2015; Nyambwogi 2016). Wahusika katika kazi ya fasihi huwakilisha watu wa kawaida kwa njia ya ubunifu.

4.4.1.6 Kudhihirisha Maadili

Kulingana na jibu la mmojawapo wa wahojiwa, sababu nyingine inayowachochea wahudumu wa bodaboda na abiria kutumia mikakati ya upole ni kutaka kudhihirisha maadili. Maadili ni kanuni zinazoongoza tabia za watu katika jamii (Dahl, 2023). Matumizi ya mikakati ya upole ni muhimu kwani hudhihirisha tabia njema inayokubalika katika muktadha wa jamii ya Wakamba. Kulingana na Brown na Levinson (1987), upole huwa na sifa bia. Hutumika katika maeneo anuwai na

hudhihirisha tabia njema ya kulinda haiba ya mtu. Kwa kuthibitisha hoja hii, mmoja wa abiria alisema yafuatayo;

Namsalimu. Ndimukulya kana noangue. Humsalimu kwa kuwa ni moral. (Huwa namsalimu na kumwuliza kama anaweza akanibeba.

Sababu ya kutumia salamu ni kuwa ni maadili.) MA20

Abiria 20 anasema kuwa, yeye husalimu mhudumu wa bodaboda kwanza kabla ya kumwuliza kama anaweza kumsafirisha. Anasisitiza kuwa sababu ya kumzungumzia hivyo ni kuwa, salamu hudhihirisha tabia njema/ maadili. Bila shaka unapokuwa na tabia njema katika jamii watu hukuheshimu na kusema kuwa umefunzwa maadili. Mawasiliano yafuatayo yanadhihirisha haya:

DA20: *(Anamsalimia kisha anamuuliza) Ai wiasyata? (Ati unasemaje?)*

DM19: *Tuyinuke* (Twende nyumbani)

DA20: *Tiyinukite itu.* (Sisi hatuendi nyumbani.)

Katika muktadha huu, mhudumu wa bodaboda alizungumza jambo ila abiria hakulisikia vizuri. Ili kuthibitisha, abiria haulizi moja kwa moja, “Ati unasemaje?” Badala yake anaanza kwa kumsalimu mhudumu wa bodaboda. Sababu ya kuanza kwa salamu ni kutaka kudhihirisha hali ya kuwa na maadili. Maadili ni muhimu kwani huhimiza watu kuwa na hali ya kujali mahitaji, hisia na mitazamo ya wengine (Nashruddin na wenzake, 2020). Hivyo, heshima hukuzwa miongoni mwa watu na kudumisha mazingira bora ya kijamii.

4.4.1.7 Kuvutia Watu

Ilibainika kuwa mikakati ya upole hutumika ili kuwafanya watu wawavutie waja wengine karibu nao. Haya yanaelezwa katika sehemu ifuatayo.

a) Kuvutia Abiria

Wahudumu wa bodaboda kwenye vituo vya bodaboda huwa wengi na huwa wanang’ang’ana kupata abiria (Mwangi, 2024). Kulingana na mhojiwa 5 (MM5), mikakati ya upole hutumiwa na wahudumu wa bodaboda ili kuwavutia abiria kama inavyobainishwa na kauli ifuatayo.

Wakulya mundu watinda ata withaa wamukusiisya vala ui... (Ukiuliza mtu ameshidaje huwa unamvuta karibu nawe...) MM5

Mhudumu wa bodaboda 5 alisema kuwa mikakati ya upole hutumika ili kuvuta makini ya abiria. Anasisitiza kuwa, unapomwuliza mtu kuhusu hali yake ya kushinda huwa unamvuta karibu nawe. Hili humfanya mhudumu wa bodaboda kupata nafasi ya kujieleza kwa abiria ili aweze kumsafirisha. Kule kuuliza mtu, “Ameshindaje?” hudhihirisha upole ambao huweza kumvutia msikilizaji kwa kumfanya ahisi kuwa amejaliwa (Brown na Levinson, 1987). Kupitia hali hii, uso chanya wa msikilizaji huwa umehifadhiwa.

b) Kufahamu Utashi wa Usafiri wa Abiria

Ilibainika kuwa, mikakati ya upole hutumika kwa sababu husaidia katika kung’amua utashi wa abiria wa kusafiri. Mhudumu wa bodaboda anapouliza abiria kuhusu anapoenda, huwa anapata nafasi ya kufahamu hitaji la abiria la usafiri. Mkakati ndani ya rekodi wakati mwingi hutumika katika muktadha wa uchukuzi kwa kuwa huwa kuna hali nyingi za dharura. Isitoshe, mhudumu wa bodaboda huchukulia kuwa, abiria ndiye anayefaidika sana (Brown na Levinson, 1987). Kwa sababu hii mkakati wa upole hutumika ili kujua abiria angependa kuelekea wapi wakati wa usafiri. Kauli ifuatayo inadhihirisha haya;

Customer, (atanite) nituendete? ...Nimwiaa uu nundu niona niuendete ambie yii kana aie. (Abiria, (Akitabasamu) tunaenda? ... Humwuliza hivyo nikiona anatembea ili aniambie ndio au la.) MM17

Jibu hili la mhojiwa linaambatana na mawasiliano yafuatayo:

EM23: *Nitiendete? (Tunaenda?)*

EA24: *Aiie, ndinambaivanga (athekete). (Hapana, sijajipanga bado (akicheka))*

Kwa kuuliza swali “Abiria, (anatabasamu) tunaenda?” abiria anaweza akajibu ndio au la na kupitia hali hii, mhudumu wa bodaboda anafahamu utashi wa abiria wa usafiri. Kwa mfano katika mawasiliano yaliyobainisha hapo juu, abiria anajibu “hapana” na kutoa sababu kwa kusema kuwa “Hajajipanga bado”. Hali ya kucheka iliyofuatia ililenga kupunguza ukali wa tamko la kukataa na kuweza kujenga mazingira ya kumvutia mhudumu. Isitoshe, hali ya tabasamu kama inavyodhihirishwa na mhojiwa wa 17 ililenga kuvutia makini ya msikilizaji. Kwa kutaka kujua endapo abiria alihitaji huduma ya usafiri, alionyesha hali ya kumjali na

kujali mahitaji ya abiria (Jungco na wenzake, 2021). Alijaribu kutambua hitaji la abiria ili aweze kumvutia kwani alikuwa na suluhu la kulikidhi. Sababu hii inasisitizwa na mhadumu 25 aliyesema yafuatayo;

Nuneena na customer akamba ukutavya vala uendete, ena stage yake aikutavya indi uimutavya ni mbesa syiana. (Huwa unaongea na abiria, akwambie mahali anaenda kisha umwambie pesa atakazotoa kulingana na kituo chake.) MM25

Mhadumu wa bodaboda wa 25 alipohojiwa alisisitiza kuwa, unapozungumza na abiria kwa upole huwa anakwambia kuhusu anapoelekea. Isitoshe, mhadumu wa bodaboda hupata nafasi ya kumjuza abiria kuhusu kiwango cha nauli anachostahili kulipa. Kwa hivyo, haja ya kutaka kujua abiria angependa kupelekwa wapi huchochea namna ambavyo wahadumu wa bodaboda hutumia mikakati ya upole ili kuwavutia.

c) Lengo la Kumpata na Kumhifadhi Abiria

Sababu nyingine ambayo huwafanya hasa wahadumu wa bodaboda kutumia mikakati ya upole wanapowasiliana na abiria ni kutaka kufikia malengo yao ya kila siku. Utafiti ulibainisha kuwa, mhadumu wa bodaboda anapotumia mikakati ya upole wakati wa mazungumzo, huwa ni rahisi kujitwalia abiria. Mhojiwa 13 alidhihirisha haya;

Handling a customer is a hard thing but approach matters... so first approach ndio itategemea kama utapata kazi. Kwa mfano, facial expressions, huwezi approach customer ukiwa umekunja uso (onanitye). Politeness is used because you need money and you need to retain customers... (Kushughulikia abiria si jambo rahisi ila mbinu ya kwanza ya kumfikia ni muhimu... mbinu ya kwanza ndiyo huamua kama atakupa kazi ama hatakupa. Kwa mfano, ishara za uso, huwezi kunena na abiria kama umekunja uso (akionyesha). Hutumia lugha ya upole kwa kuwa unahitaji pesa na pia pana haja ya kuhifadhi abiria...)
MM13

Mhojiwa 13 ambaye alikuwa ni mhadumu wa bodaboda alisema kuwa, “Kushughulikia abiria si jambo rahisi ila mbinu ya kwanza ya kumfikia ni muhimu... mbinu ya kwanza ndiyo huamua kama atakupa kazi ama hatakupa.” Hili lilimaanisha kuwa ikiwa mhadumu wa bodaboda atatumia lugha ya upole mara ya kwanza, itakuwa ni rahisi kumpata abiria. Isitoshe, aliendelea kueleza kuwa yeye humfikia abiria wake vyema kwa mara ya kwanza ili apate fedha baada ya kumbeba na pia aweze kujitwalia abiria wa kila siku. Isitoshe, alileleza kuwa, maneno yake huandamana vyema na ishara uso ili kuafiki maana lengwa. Mikakati ya upole huwawezesha wahusika wa mazungumzo kufikia malengo yao ya mawasiliano (Pang, 2022). Kupitia hali hii, mhadumu wa bodaboda huwa amemhifadhi abiria kiasi ya kwamba yule abiria akihitaji huduma ya usafiri siku nyingine, atamkumbuka.

d) Kwa Lengo la Kumshawishi Abiria

Katika muktadha wa uchukuzi wa bodaboda huwa pana ushindani mkubwa (Mwangi, 2024). Utafiti ulionyesha kuwa wahadumu wa bodaboda hutumia mbinu mbalimbali kuwashawishi abiria wao. Matokeo yalidhihirisha kuwa wengi hutumia mikakati ya upole ili kuwashawishi abiria kukubali maombi yao. Kwa kurejelea majibu ya mhojiwa 19, mkakati chanya wa upole wa kutumia ahadi ulidhihirika. Hoja hii inadhihirishwa na mfano ufuatao;

Niwisi uineena na mundu nonginya umuconvince. Customers meendaa ukuwa undu mekwenda na niumea nuumaola mbesa kana umaivye nesa... kitumi ni wia wonthe ni competition. Wamwia nuumuola niona mundu usu ni museo na aketikila. (Unajua ukiongea na mtu lazima umshawishi. Abiria huhitaji kubebwa kulingana na matakwa yao na naweza nikawaambia kuwa nitawapunguzia nauli na kuwalipiza vizuri... sababu ya kutumia maneno haya ni kuwa kazi ni mashindano. Hivyo, ukimwambia utawapunguzia ataona kuwa huyu mtu ni mwema na akubali.) MM19

Kauli ifuatayo ya mhadumu wa bodaboda 13 katika kituo C inadhihirisha jibu la mhojiwa 19.

CM13: *Tikaya nduthi uthumuange na tiithi. Naile ukuivya nesa ona uni ukambita.* (Ni kale nenda upumzike na tuende. Nafaa kukulipisha vizuri hata kesho uniite.)

Mhojiwa 19 anaelewa kuwa kama ilivyo katika kazi nyingine, uchukuzi wa bodaboda pia una ushindani mkubwa. Ili kumfanya abiria kumwona mhudumu fulani kuwa bora, mhudumu huyo hana budi kutumia lugha ambayo ina ushawishi mkubwa kwa abiria. Katika mfano uliotolewa hapo juu, mhudumu wa bodaboda ametumia ahadi kwa abiria kama vile, “Nitawapunguzia nauli na kuwalipiza vizuri”. Isitoshe, katika mawasiliano halisi mhudumu wa bodaboda alimwambia abiria kuwa “Nafaa kukulipisha vizuri hata kesho uniite”. Kwa kutoa ahadi hii, abiria hushawishika na kuona kuwa badala ya kulipa kiwango cha kawaida, heri kusafirishwa na atakayepunguza kiwango cha nauli. Mhudumu wa bodaboda huwa amelenga kuufurahisha uso chanya abiria wake. Mikakati ya upole ni zana madhubuti katika ushawishi (Khalik na Supatmiwati, 2019). Husababisha hali ya abiria ya kuridhika na kumfanya amwamini mhudumu wa bodaboda. Kwa hivyo, lengo la kuwashawishi abiria huchochea kuwepo kwa matumizi ya mikakati ya upole.

e) Kujenga Mlahaka Mwema

Sababu nyingine iliyobainika ya kuzingatia mikakati ya upole katika utafiti huu ni kutaka roho za wahusika katika mawasiliano ziambatane. Ikiwa roho ya mzungumzaji haijakubaliana na ya msikilizaji, huwa ni vigumu sana kusikilizana. Hivyo, mara nyingi hutumika ili kufanya roho zichukuane na kusababisha kuwepo kwa mlahaka (Trávníková, 2012). Haya yanadhihirishwa na mhojiwa 22 katika usemi ufuatao;

Kindu kya mbee ni ngethi, o waamuka ata o watinda nesa? Ti onthe makethanasya na ti onthe metikilaa ngethi. Nimukethasya nikenda ngoo syosane. (Kitu cha kwanza ni salamu, umeamkaje? umeshindaje? Si wote husalimiana au huitikia salamu. Humsalimia ili roho zikubaliane.) MA22

Kulingana na abiria wa 22, sio wote wanaosalimiwa huitikia salamu. Kuligana naye sababu ya kumsalimu mtu ni kutaka roho ya msemaji ikubaliane na ya msikilizaji. Ikiwa msikilizaji atajibu vyema basi mawasiliano yataendeshwa vyema hadi mwisho.

Kupitia hali hii, mawasiliano huweza kufanikiwa (Hassan na wenzake, 2022). Kwa sababu hii, ili abiria na mhudumu wa bodaboda wakubaliane na kuzua athari ya mlahaka, mikakati ya upole hutumika.

4.4.1.8 Kumjulia Mtu Hali

Baadhi ya wahojiwa walisema kuwa, wao hutumia mikakati ya upole ili kumjulia mwingine hali. Mawazo haya yanakaribiana na mawazo ya Nadharia ya Upole yaliyoonyesha kuwa mkakati chanya wa upole hudhihirisha kumjali msikilizaji (Brown na Levinson, 1987). Kujulia mtu hali huchangia katika tendo la kumjali msikilizaji. Mfano ufuatao unadhihirisha hili.

Nimukulasya uu nundu ndwaile uchangamukia mundu uu niwisi mundu niwumaa musyi na itai syake. Kwoou wakulya numaanyaa aamukite ata (Huwa nauliza hivyo kwa kuwa, hufai kuchangamkia mtu moja kwa moja na wakati mwingine mtu hutoka nyumbani na hasira zake. Hivyo ukimwuliza utajua hali yake.) MM14

Mhojiwa 14 (MM14) alieleza kuwa kwa kutumia mikakati ya upole, mtu huweza kufahamu hali ya mtu. Huweza kufahamu kama amekasirika ama ana furaha ili kujua namna ya kuwasiliana naye (Stephan na Liberman, 2010). Umuhimu wa kubainisha hali ya mtu ni kuwa, huwezesha uendelezi mwema wa mawasiliano kwani hali ya wahusika hufahamika. Maelezo haya yanadhihirishwa pia na mawasiliano yafuatayo kati ya mhudumu wa bodaboda na abiria.

DM16: *Ndyaukethya* (Nimekusalimu)

DA17: *Ndyaketheka*. Wio vaa? (Nimesalimika. Uko hapa?)

DM16: *Yii ndiovaa. Wiinuka indii ngukue?* (Naam niko hapa. Utaenda nyumbani saa ngapi nikubebe?)

DA17: *Vaa majioni*. (Masaa ya jioni.)

Mhudumu wa bodaboda 16 katika kituo D anaanza mawasiliano kwa kusema “Nimekusalimu”. Alilenga kufahamu hali ya abiria wake ili ajue namna ya kuendesha mawasiliano yao. Baada ya abiria kumjibu vyema, alipata nguvu ya kuwasilisha ombi lake kwa kuwa alitambua kuwa hali ya abiria ilikuwa njema. Mkakati wa upole ulimsaidia katika kutambua hali ya abiria wake na kuweza kufahamu namna ya kuendesha mawasiliano.

4.4.2 Kudhihirisha Heshima Kutokana na Tofauti za Kimamlaka

Ilibainika kuwa wahudumu wa bodaboda hutumia mikakati ya upole ili kuonyesha heshima kwa wanaowasiliana nao na kutambulika kama wastaarabu (Brown na Levinson, 1987). Kauli ifuatayo inadhihirisha hayo;

Nduumusignal: niwisi ve kindu kitawa etiquette. Noumwite isyitwa, madam, kana “we”. Keetha ni mundu usongetye miaka uimwita mwaitu, mom... kitumi kyakumwita uu ni ewe niwanengwa ndaia. (Unampa ishara: unajua kuna kitu kinaitwa adabu. Unaweza ukamwita kwa jina lake, Bi, ama “wewe”. Kama ni mtu ambaye miaka yake imesonga unamuita nyanya au mama... sababu ya kuitana hivyo ni kumfanya abiria ahisi ameheshimiwa.) MM23

Mhojiwa 23 ambaye alikuwa ni mhudumu wa bodaboda alibainisha wanaofaa kuitwa mama au nyanya. Aliweka hili wazi kwa kusema kuwa, ni wale walio na umri ambao umesonga, yaani kwa ufafanuzi wangu ni wale walio na miaka mingi na wamezeeka. Hali hii inajenga tofauti ya kimamlaka inayofanya waja kutumia mikakati ya upole kwa njia tofauti kama utafiti wa Olorunsogo (2020) ulivyobainisha. Kulingana na mhudumu huyu, mikakati ya upole hutumika ili kumfanya msikilizaji ahisi kuwa ameheshimiwa. Kauli ifuatayo ya mhudumu wa bodaboda ilithibitisha jibu hili la mhojiwa wa 23.

EM5: *Mwaitu tithi.* (Nyanya twende.)

(Mlengwa wa ujumbe anatabasamu)

Jina *Mwaitu* (Nyanya) ni la heshima katika jamii ya Wakamba na hutumika kurejelea walio na umri sawa na mzazi wa baba au mama ya mtu. Hivyo, huonyesha tofauti za kimamlaka kati ya msemiza na msemizwa. Mhudumu wa 5 alitumia jina hili ili kuhifadhi uso chanya wa msikilizaji kwa kumwonyesha heshima. Hali hii humsawiri msemaji kama mwenye heshima na adabu katika mawasiliano.

Aidha, mikakati ya upole hutumika kuonyesha kuwa msemaji ana adabu hasa pale ambapo msemaji anamtambua msikilizaji wake kwa cheo chake au jina lake la kitaaluma (Magashi, 2023). Mtu anapotumia majina haya ya mtajo, huwa amehifadhi uso hasi wa msikilizaji wake kwani huwa amejidunisha na kumtukuza msikilizaji wake. Isitoshe, huweza kuhifadhi uso chanya wa msikilizaji kwa

kumtambua (Brown na Levinson, 1987). Msemaji anapotumia mkakati huu huwa ametambua msikilizaji wake na kumwonyesha kuwa anamheshimu. Baadhi ya wahudumu wa bodaboda walisema kuwa ile haja ya kuonyesha heshima kwa msikilizaji huwachochea kutumia mikakati ya upole wanapowasiliana na abiria. Kauli ifuatayo inadhahirisha haya;

Tyo etiquette ko ve kindu kingi, ta please, hello... Tisi mundu wia ula ukunaa nitimwita isyitwa ya wia ta mwalimu, daktari... (Ni adabu tu hakuna kitu kingine kama vile tafadhali, habari yako... Tukijua ile kazi mtu hufanya huwa tunamwita jina la kazi kama vile mwalimu, daktari...) MM22

Mhojiwa 22 anasema kuwa “ni adabu tu hakuna kitu kingine...” Alieleza kuwa *adabu* ndiyo huwachochea kuwatambua abiria wao kwa vyeo vyao. Maoni ya mhojiwa huyu yanashabihiana na utafiti wa Fitriyani na Andriyanti (2020) waliogundua kuwa, matumizi ya mtajo kama vile ‘Bi’ na ‘Bw’ hulenga kudhahirisha heshima na adabu wakati wa mawasiliano. Mara nyingi mtajo wa aina hii hutumika kwa watu walio na tofauti za kimamlaka. Hivyo, mtajo hutia watu katika viwango tofauti vinavyowalazimu kutumia mikakati ya upole ili kudhahirisha adabu wakati wa kuwasiliana.

4.4.3 Tofauti za Mahusiano

Jambo lingine linalochochea namna watu hutumia mikakati ya upole ni tofauti za kiumri (Hamood na Challob, 2023). Wakati watu wa umri mdogo wanawasiliana na watu wenye umri mkubwa, hutumia lugha ya upole zaidi jambo ambalo halizingatiwi sana na watu wenye umri mkubwa kwa wadogo. Walio na umri mkubwa huchukuliwa kuwa na hadhi ya juu ikilinganishwa na wale walio na umri mdogo hasa katika jamii ya Wakamba. Jambo hili lilidhahirishwa na mojawapo ya kauli za wahojiwa kama ifuatavyo.

Nyie ngethasya ala meaanie o ukethywa, ngethesya ala anini nyie. Noukethye andu anene ta inyaaku? Waambie umukulya wakya? (Mimi huwasalimu wanaostahili kusalimiwa, huwasalimu wale wadogo. Unaweza ukasalimu watu wakubwa kama mamako? Uanze kumwuliza njaje?) MM1

Katika mfano uliobainishwa hapo juu, MM1 anasema kuwa yeye huwasalimu tu wale ambao wanastahili kusalimiwa. Kwa kutumia swali balagha “Unaweza ukasalimu watu wakubwa kama mamako? Uanze kumuuliza niaje?” anadhihirisha kuwa katika muktadha wa jamii ya Wakamba watu wadogo hawafai kusalimu watu walio wazidi umri kwa kiwango kikubwa. Wanaruhusiwa kuwasalimu wanarika wenza au walio na umri mdogo kuliko wao. Kwa mfano,

AM5: *Mambo?*

AA6: *Poa.*

Mhudumu wa bodaboda 5 katika kituo A alifanikiwa katika kuwasilisha salamu yake kwa kuwa alimlenga mwanarika mwenzake. Kwa kuwa wote walikuwa na hadhi sawa, alitumia lugha ya mtaa kumsalimu mwenzake kwa kusema “Mambo?” Isitoshe katika mfano uliobainishwa na MM1, mtoto hawezi sema “*wacha (niaje)*” kwa mtu mzee kwani ataonyesha kutokuwa na heshima ambayo ni sehemu ya upole. Ili kudhihirisha upole, huhitajika kusubiri hadi atakaposalimiwa na mkubwa wake kwa sababu ya tofauti za mahusiano. Hivyo, tofauti za kiumri ni mojawapo ya sababu ambazo huchochea namna ambavyo wahudumu wa bodaboda na abiria huzingatia au hukiuka kaida za upole wakati wa kuwasiliana. Maoni haya kuhusu namna tofauti za kiumri hutumika katika maamuzi ya uzingatiaji au ukiukaji wa upole yameungwa mkono na utafiti wa Mapunda na Sommer (2017), uliochunguza kuhusu namna salamu ya Shikamoo hutumika. Walibainisha kuwa salamu hio inapotumiwa na vijana wa umri wa miaka 15-30 kwa wazee walio na miaka hamsini hudhihirisha upole.

4.4.4 Uzito wa Tendo la Kutishia Uso

Uzito wa kitendo cha kutishia uso huchangia katika maamuzi ya matumizi ya mikakati ya upole ili kukwepa kutishia uso wa msikilizaji (Brown na Levinson, 1987). Sababu hizo ni kama zifuatazo:

4.4.4.1 Kuzingatia Mipaka ya Abiria

Katika kufanya usaili kuhusu sababu zinazowachochea wahudumu wa bodaboda na abiria kutumia mikakati ya upole, mmoja wa wahojiwa alisema kuwa ni njia ya kuzingatia mipaka ya abiria. Katika kufafanua hili, alisema kuwa baadhi ya abiria huwa hawapendi kusalimiwa kwa umbali. Hivyo, ili kuonyesha upole yeye husongea

karibu na abiria wake, anamsalimu na kumwuliza kuhusu aendako ili amwombe nafasi ya kumsafirisha. Hali hii inadhihirishwa na mfano ufuatao;

Customer yakwa niniendaa ngamukethya ngamukulya vala unuuvika. Nimukethasya nundu nithuitwe nikuneenwa ni mundu e vaasa. (Mimi husongea karibu na abiria wangu na kumsalimu na kumwuliza anapoenda. Sababu ya kumsalimu ni kuwa abiria hawapendi kuzungumziwa na mtu akiwa mbali) MM24

Kulingana na mhojiwa 24, yeye hutumia mikakati ya upole anapowasiliana na abiria ili asidhuru uso wake (Thanh na wenzake, 2022). Mhojiwa huyu anadhihirisha kuwa na ufahamu wa mahitaji ya abiria ya kuwa, hawapendi kuzungumziwa na mtu akiwa mbali. Ili kulinda uso wa abiria, yeye hukwepa tendo hili la kudhuru uso kwa kumkaribia abiria wake ili amzungumzie kwa njia inayompendeza. Kupitia hali hii, huwa amemshughulikia abiria wake na kukidhi mahitaji yake ya uso kama ilivyoelezwa na Brown na Levinson (Brown na Levinson, 1987).

4.4.4.2 Kudhihirisha Hali ya Urazini

Kulingana na maoni ya abiria 19 aliyehojiwa, mtu anapotumia mikakati ya upole hudhihirisha kuwa ana utimamu wa akili. Kulingana naye haufai kwenda moja kwa moja na kuanza kuingililia mtu bila kumtayarisha. Mtu anapofanya hivi, huwa anaingililia uhuru wa msikilizaji na kuathiri uso wake hasi (Brown na Levinson, 1987). Anachukulia kuwa, mtu anayefanya jambo kama hili hana utimamu wa akili kwa kuwa si kawaida ya binadamu. Kauli ifuatayo inadhihirisha hayo;

Ndwambaa oumukethya, kowaile uthi kwa mundu na kivuvu. Nimukethasya nundu we onaku ukathi kwa mundu auneenetye direct niona tawina kyongo kithuku (Unafaa kumsalimu, hufai kwenda kwa mtu kama dharura. Humsalimu kwa kuwa hata wewe ukienda kwa mtu na unene naye moja moja anaweza akadhani una kichaa.) MA19

Abiria 19 anasema kuwa, “Hata wewe ukienda kwa mtu na unene naye moja moja anaweza akadhani una kichaa.” Kulingana naye mtu hutumia mikakati ya upole katika kuwasilisha mahitaji yake ili asionekane ni kama kwamba ana kichaa. Maoni yake yanalingana na utafiti wa Stephan na Liberman (2010) ambao uligundua kuwa upole hudhihirisha hali ya kiakili ya mtu. Humfanya abiria aonekane kuwa ana akili

timamu kwa kuwa hujali uso wa mhudumu wa bodaboda na pia mhudumu wa bodaboda kwa abiria. Hili linaashiria kuwa, wale ambao hukiuka matumizi ya mikakati ya upole huwa akili zao si razini. Huwa na mambo mbalimbali yanayowasumbua akilini.

4.5 Sababu za Ukiukaji wa Matumizi ya Mikakati ya Upole

Matokeo ya utafiti huu yalionyesha sababu kadhaa zinazowachochea wahudumu wa bodaboda na abiria kukiuka matumizi ya mikakati ya upole wakati wa mawasiliano. Sababu hizo ni kama zifuatazo;

4.5.1 Kumchukulia Mhudumu kama Mhitaji

Kunazo sababu ambazo pia huwachochea wahudumu wa bodaboda na abiria kukiuka matumizi ya mikakati ya upole. Baadhi ya sababu ni kuwa na machukulio kuwa, mhudumu wa bodaboda anahitaji pesa. Abiria anapomchukulia mhudumu wa bodaboda hivi, huwa anaona hakuna haja ya kumzungumzia kwa lugha ya upole. Yeye hujiona ni kana kwamba anamsaidia mhudumu wa bodaboda. Hili linadhihirishwa na mfano ufuatao;

Nimwaaa nienda undwae vandu ta Kikima na nundu nunuenda mbesa ndaile itikila. (Humwambia nataka anipeleke mahali kama vile Kikima na kwa kuwa anahitaji pesa, anafaa kukubali.) MA21

Kulingana na abiria 21, yeye hukiuka matumizi ya mikakati ya upole kuwa anajua kuwa mhudumu wa bodaboda anahitaji pesa na hana budi kukubali. Anadhihirisha hili kwa kusema “Humwambia nataka anipeleke mahali kama vile Kikima na kwa kuwa anahitaji pesa anafaa kukubali.” Kulingana naye, hahitaji kuwa mpole kwa kuwa anailipia huduma hiyo na ana haki ya kuipata. Kulingana naye, mhudumu wa bodaboda anafaa kutoa huduma ya uchukuzi wa bodaboda inapohitajika bila kubembelezwwa kwa kutumia lugha ya upole. Mfano ufuatao unadhihirisha haya.

EA28: *Ndundwae soko.* (Nipeleke sokoni.)

EM27: *Soko va exactly?* (Sokoni wapi haswa?)

Katika mfano uliobainishwa hapa juu, Abiria 28 katika kituo E anamwambia mhudumu wa bodaboda ampeleke sokoni. Alimzungumzia ni kama kwamba anamwamuru kwa kuwa anamwona mhudumu huyo kama mhitaji. Machukulio haya

yanamchochea kuwasilisha ujumbe kwa njia ambayo haizingatii mahitaji ya uso wa mhudumu. Hivyo, anasema moja kwa moja bila kupunguza ukali wa tamko. Maoni haya yanalingana na ya Brown na Levinson waliogundua kuwa, ujumbe huwasilishwa moja kwa moja ikiwa msemaji anaona kuwa unalenga kumfaidi msikilizaji (Brown na Levinson, 1987).

4.5.2 Madharau ya Wahudumu

Kulingana na mhojiwa 27, yeye kama abiria hukiuka matumizi ya mikakati ya upole kwa kuwa baadhi ya wahudumu wa bodaboda huwa na madharau. Kulingana naye, wahudumu wa bodaboda hulinganisha salamu na pesa. Pesa huwa na thamani sana katika jamii. Kwa njia nyingine, abiria 27 anawasilisha hoja yake kwa kutumia sitiari. Sitiari ni tamathali za semi zinazotumia maneno yenye maana isiyo ya moja kwa moja na hujenga taswira akilini. Hujengwa kutokana na ubunifu (Mosha, 2023). Anaposema “Salamu ni pesa” anamaanisha kuwa ni kama inapaswa kununuliwa hivyo haifai kutolewa bure kwa kuwa ina thamani. Jambo hili linadhihirishwa na hoja ifuatayo;

Nimwiaa ngue undwae vana, ndimakethasya nundu me kavuthya, moona ingethi ni mbesa. (Huwa namwambia anibebe anipeleke mahali fulani, huwa siwasalimu kwa kuwa huwa na madharau, wao huona salamu ni pesa.) MA27

Kwa sababu hakuna mtu anapenda gharama, abiria 27 alidhihirisha kukwepa matumizi ya mikakati ya upole anapozungumza na mhudumu wa bodaboda. Yeye huepuka ili asionyeshwe madharau ambayo huweza kumdhalilisha na kumdunisha. Kwa mfano, abiria alimsalimu mhudumu katika kituo A na kupata jibu lifuatalo;

AA4: Tyowatinda? (Umeshinda salama?)

AM3: Weta, wienda utwawa va? (Sema, unataka upelekwe wapi?)

Katika muktadha huu, abiria anamwonyesha mhudumu upole kwa kumwuliza namna alivyoshinda. Badala ya kujibu swali la abiria, mhudumu wa bodaboda analipuuza na kumwambia aseme analotaka. Alimtaka abiria aseme moja kwa moja alikotaka kupeleka, jambo ambalo lilitishia uso wake. Alionyesha madharau kwa abiria alipopuuza salamu yake. Kwa sababu ya hofu ya madharau kama haya, baadhi ya abiria hukwepa kutumia mikakati ya upole wanapowasiliana na wahudumu ili

kuhifadhi haiba zao. Mhudumu wa bodaboda katika mfano uliotolewa hapo juu alikiuka matumizi ya upole kimakusudi na kutishia uso wa abiria wake. Matokeo haya yanakubaliana na ya Wafula (2019) yaliyoonyesha kuwa, baadhi ya wahusika hukiuka matumizi ya mikakati ya upole kimakusudi ili kuhasiri nyuso za wenzao.

4.5.3 Kuokoa Muda

Wakati mwingine watu huepuka kutumia mikakati ya upole kwa sababu ya haraka. Wakati ambapo mtu ana mambo ya dharura ya kushughulikia, mara nyingi huwa hajali uso wa msikilizaji (Brown na Levinson, 1987). Huwasilisha ujumbe jinsi anavyokusudia bila kujali namna atakavyochukuliwa na msikilizaji wake. Hali hii inadhihirishwa na mfano ufuatao;

Nimukulasyai, kuma vana ni mbesa syiana ata? Huuliza moja kwa moja kwa kuwa huwa na haraka. (Huwa namwuliza, kutoka mahali fulani ni pesa ngapi? Huuliza moja kwa moja kwa sababu ya haraka.)

MA28

Kulingana na abiria 28, yeye humwuliza mhudumu wa bodaboda kuhusu kiwango cha nauli cha kutoka mahali pamoja hadi pengine moja kwa moja. Sababu ya kuzungumza hivyo ni kuwa na hali ya kutaka kuokoa muda ambao bila shaka haufai kupotezwa. Anadokeza kuwa mchakato wa kufuata mikakati ya upole ni upotezaji wa muda. Matokeo haya yanakubaliana na utafiti wa Waziri (2022) uliogundua kuwa, hitaji la kuokoa muda katika mawasiliano ya mtandaoni huchangia ukiukaji wa upole. Hili ni dhihirisho kuwa, wakati mwingine watu hutumia lugha ya moja kwa moja ili kufikisha ujumbe wao kwa haraka na kwa ufanisi.

4.6 Athari za Kutumia Mikakati ya Upole katika Mawasiliano

Kwa mujibu wa kamusi ya TUKI (2004), athari ni mabadiliko yanayoletwa na mtu au kitu kwa mtu au kitu kingine. Katika muktadha wa utafiti huu ni mabadiliko/matokeo yanayotokea kwa mawasiliano baada ya kutumia au kutotumia mikakati ya upole. Athari hizi zinaweza kuwa chanya au hasi. Matokeo ya utafiti huu yalidhihirisha athari zifuatazo;

4.6.1 Hudumisha Heshima

Mikakati ya upole inapotumiwa na wahusika katika mawasiliano, mara nyingi huweza kuzua maongezi yaliyo na heshima. Husaidia kuimarisha uhusiano wa kijamii na kufanikisha mawasiliano bora (Wangia na Otonde, 2020). Maongezi yaliyo na heshima huwa yanazingatia mipaka ya wahusika katika mazungumzo na kudumisha nyuso zao. Ili kuthibitisha haya mhojiwa 6 ambaye alikuwa ni abiria alikuwa na haya ya kusema;

Ietae uneeni wina ndaia. (Husababisha kuwepo kwa maongezi yenye heshima.) MA6.

Kulingana na mhojiwa 6 mikakati ya upole huleta heshima katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Kwa sababu hii, kila mhusika huweza kuridhika kwa kuwa anaona kuwa ameheshimiwa katika mchakato mzima wa mawasiliano. Mchango wa mikakati wa upole katika kudumisha heshima unadhihirika katika mawasiliano yafuatayo;

BM4: *Aunt wina wia? Wienda uvika va?* (Shangazi, una kazi? Unataka kufika wapi?)

BA6: *(Atheke) Aiee, ona ndiendete oyu.* (Akitabasamu) Hapana, hata siendi saa hii.)

Heshima inaanza kudhihirika kupitia matumizi ya jina “Shangazi”. Hili ni jina la ukoo linalotumika kwa heshima, kuonyesha kwamba anayezungumza anamthamini na kumstahi anayemwuliza. Isitoshe, msemzwa anatoa jibu lake kwa utulivu bila ukali, hali ambayo inadumisha heshima. Tabasamu la aliyetambuliwa kama shangazi linaongeza mvuto na heshima katika mawasiliano. Linadhihirisha kuwa msemzwa alifurahi na kukumbatia kitendo cha kuheshimiwa. Katika muktadha mwingine mhojiwa aliweza kuongezea haya kwa kusema;

Ve imwe itetheasyaa, kwa ala maeleawa. Niwisi isyitwa ya musee ni ya ndaia, ve umwe wa retireyie na eona e kijana. Ungi namwitie mwalimu namukulya, “Mwalimu nuukuwa?”, ambia ndeendaa utangaswa. Namukulya, “Kowatwaiwe icourse uteenda?...” (Husaidia kwa wale huelewa. Unajua jina la mzee ni la heshima lakini kuna yule alikwisha staafu lakini bado anajiona kijana. Kuna

mwingine nilimwita nikamwuliza, “Mwalimu unabebwa?”, akaniambia hapendi kutangazwa. Nikamwuliza, “Kwani alilazimishwa kusomea taaluma hio?...”) MM20

Katika kufafanua haya, mhojiwa 20 alisisitiza dhana muhimu katika kutambua matumizi ya mikakati ya upole kama njia ya kudhihirisha heshima. Alisema kuwa, ni sharti mtu awe na ufahamu au uelewa wa kimsingi wa maneno ya kuonyesha heshima “*Ve imwe itetheeasyaa, kwa ala maeleawa* (Husaidia kwa wale wanaoelewa).” Kauli hii ina maana kwamba kuna wale ambao huwa hawatambui mikakati ya upole inapotumika. Badala yake huweza kuchukulia maneno hayo yanayotumiwa kwa lengo la kudhihirisha upole kwa namna isiyostahili. Kwa mfano, mhojiwa wa ishirini anasema kuwa kuna mtu aliwahimtambua kwa jina la heshima “*mwalimu*”, badala ya kufurahi kwa kuwa ameheshimiwa, alijibu kwa kusema kuwa yeye hapendi kutangazwa.

Kwa hivyo, athari ya heshima huweza kudhihirika vyema kwa wale wanaoelewa kuhusu maneno yanayotumika kimakusudi kudhihirisha upole. Mikakati ya upole inapotumika vyema, maongezi huweza kuwa murua kwa kuwa yana athari ya heshima ndani yake (Ibrahim na Amilia, 2022). Hivyo, katika muktadha wa uchukuzi wa bodaboda, mikakati ya upole hudhihirisha heshima katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Huwafanya wahusika wa mazungumzo wahisi vyema wakati wa mawasiliano. Matokeo ya utafiti huu yanakubaliana na yale ya Muge (2018), yaliyobainisha kuwa mikakati ya upole hukuza heshima baina ya wahusika wa mazungumzo katika vyombo vya habari. Aidha, matokeo haya yanashabihiana na yale ya Nyabuto na wenzake (2021) waliogundua kuwa, matumizi ya mikakati ya upole huweza kudumisha heshima za kihisia.

4.6.2 Hufanikisha Mawasiliano

Matokeo yalidhihirisha kuwa mikakati ya upole ilitumika kwa haja ya kufanikisha mawasiliano. Ilitumika kuwezesha longalonga za wahudumu wa bodaboda na abiria kwa njia zifuatazo:

4.6.2.1 Kumshawishi Abiria na Kurahisisha Makubaliano

Mikakati ya upole inapotumika katika mawasiliano, ufanisi wa mazungumzo huthibitika kwa hali ya juu. Wahudumu wa bodaboda na abiria huwa na uwezo wa

kuwasilisha jumbe zao kwa njia isiyoudhi na kufanikisha ushawishi (Ayunikmah na wenzake, 2023). Ikiwa abiria hana nauli ya kutosha, anapotumia mikakati ya upole huwa ni rahisi kwake kujieleza kwa mhudumu na kupitia kujadiliana wanakubaliana. Hali ya kukubaliana huleta furaha katika mchakato wa mawasiliano. Haya yanadhihirishwa na mifano ifuatayo;

Nitetheasya, nundu customer niwukaa vala ui na uyithia ndena mbesa mbiianiu na niwisi ni lazima umuconvince nikenda muke ianiia.
(Husaidia, kwa kuwa abiria huja na fedha ambazo hazitoshi na unajua ni lazima umshawishi ili mpate kuelewana.) MM25

Hoja hii pia inasisitizwa na mawasiliano yafuatayo ya mhudumu wa bodaboda na abiria.

EM28: *Yii, tuthi ngwinukye niona mbua yukite. No yiana yimwe.*
(Naam, twende nikupeleke nyumbani naona mvua inataka kunyesha. Ni mia moja tu.)

EA29: *Aiii, Yiana ni yinene na mauta nimatheeie.* (Mmmm, mia moja ni pesa nyingi na bei ya mafuta ilishuka.)

EM28: *Aii, isu syi sawa matheeie na silingi ili tu* (Mmmm, hio pesa iko sawa kwa kuwa yalipungua kwa shilingi mbili tu.)

EA29: *Ni sawa, eka nose syindu ingi syi vaya tuthi indi.* (Ni sawa, wacha nichukue vitu vingine viko pale nije twende.)

Katika mfano huu, mhudumu wa bodaboda anamfahamisha abiria wake kiwango cha nauli anachohitaji kulipa. Kulingana na jibu la abiria wake, nauli aliyopendekezewa anaiona nyingi kwa kuwa alikuwa na ufahamu kuwa bei ya mafuta ilishuka. Ili kuleta makubaliano, mhudumu wa bodaboda anatumia lugha ya upole kumweleza abiria wake kuwa, hakuna mabadiliko makubwa kwani ni shilingi mbili zilipunguzwa tu. Kama alivyoeleza Brown na Levinson (1987), mhudumu wa bodaboda alilenga kumshawishi abiria akubali na kuleta maelewano kati yao. Alitumia matamshi kama vile, “Mmmm...” kumwonyesha msikilizaji wake kuwa alifuatilia yote aliyoyasema. Alimdhahirishia kuwa alikuwa ameshiriki kikamilifu kwenye mawasiliano na hivyo kuweza kuonyesha upole. Kupitia matumizi ya mikakati ya upole makubaliano yaliweza kufikiwa kwa urahisi. Abiria alikubali kwa kusema, “Ni sawa, wacha nichukue vitu vingine viko pale nije twende.”

Mhojiwa 25 alieleza kuwa, mikakati ya upole husaidia sana katika kumshawishi abiria ili akubali kubebwa. Anazidi kufafanua kwa kusema kuwa wakati mwingine abiria huja akiwa hana fedha za kutosha. Ili kuhahakisha kuwa mhudumu wa bodaboda haudhuru uso wa abiria wake, huweza kutumia mikakati ya upole ili kumshawishi abiria kutoa kiwango hitajika cha pesa. Hili hufanyika ili kuhakikisha kuwa wahusika wa mazungumzo wamepata kuridhika wakati wa mawasiliano na kufikia makubaliano kwa amani. Matokeo haya yanakubaliana na utafiti wa Ayunikmah na wenzake (2023) waliogundua kuwa mikakati ya upole hufanikisha ushawishi katika hotuba za kisiasa.

4.6.2.2 Kuzua Hali ya Kuridhishwa na Mawasiliano

Kwa kusisitiza hali ya kuridhika katika mawasiliano, mhudumu wa bodaboda 7 alikuwa na haya ya kusema baada ya mahojiano;

Syithaa syi nzeo nundu wamukulya amuuka ata ewaa e mwianie.

(Huwa ni nzuri kwa kuwa ukimwuliza abiria ameamkaje huwa ameridhika.) MA7.

Mhojiwa 7 alionyesha kuwa, mhudumu wa bodaboda anapomzungumzia abiria kwa lugha ya upole huweza kumfanya ahisi ameridhika na hivyo kuweza kufanikisha mawasiliano yao. Kule kumfanya ahisi ameridhika hulenga kuhifadhi uso chanya wa abiria na hivyo kumfanya ahisi vyema katika mchakato mzima wa mawasiliano (Brown na Levinson, 1987). Hali hii inaonyeshwa na mfano ufuatao:

DM20: Muli (anampungia mkono),

DA21: Ie, ndiovaa ndueke nambeumina ndunyu nikenda tuthi
(Naam, niko hapa wacha nimalize kununua twende)

DM20: Naikwatukai (Usiku umeanza kuingia)

DA21: Aiee, (athekete) ndiendee naumina tyotierendete.
(Hapana,(akicheka) namalizia twende.)

DM20: Ndiovaa neteele customer (Niko hapa nikiendelea kusubiri
Abiria)

DA21: *Ve sawa.* (Ni sawa)

Huku akiwa katika shughuli za ununuzi sokoni, Muli anatambuliwa na mhudumu wa bodaboda ambaye, kwa upole na heshima, anamwita kwa jina huku akimpungia

mkono kwa ishara ya salamu. Muli anaitikia kwa furaha, ishara ya uhusiano mzuri baina yao, na anamwomba mhudumu huyo amsubiri analize shughuli ya ununuzi ili waondoke pamoja kuelekea nyumbani. Mhudumu, akionyesha hali ya kujali na kuwajibika, anamkumbusha kwa lugha ya adabu kwamba “Usiku umeanza kuingia”. Muli anakubali kwa unyenyekevu na kuthamini ushauri huo, akimhakikishia mhudumu kuwa yuko katika hatua za mwisho za ununuzi. Mazungumzo baina yao yanaendelea kwa heshima, yakizingatia misingi ya Nadharia ya Upole kama inavyodokezwa na Brown na Levinson ili kudumisha heshima ya mzungumzaji na msikilizaji (Brown na Levinson, 1987). Hatimaye, Muli anahitimisha mazungumzo kwa kusema kwa sauti ya upole, “Ni sawa,” kauli inayoashiria kuridhika na kuthamini jinsi mawasiliano yao yalivyoendeshwa kwa uangalifu na ustaarabu. Matokeo haya yanakubaliana na utafiti wa Nurmalasari na wenzake (2021) uliogundua kuwa, mikakati ya upole ina jukumu katika kudumisha mahusiano mema na kujenga muktadha wa kuridhisha katika mawasiliano.

4.6.2.3 Kuzua Kilele cha Furaha katika Mawasiliano

Hata ingawa wakati mwingine wahudumu wa bodaboda na abiria hukumbana na changamoto ya kutokubaliana, mikakati ya upole hutumika kama daraja ya kuwaleta karibu (Evizariza, 2024). Hili linathibitishwa na maoni ya mhudumu 1 kama ifuatavyo;

Saa ingi akwia ndena mbea syiaanie muyieleanwa; etha vandu ni va yiana na ena fifty, muyieleanwa onesa na muitaanisya kwa useo (Wakati mwingine kama hana fedha za kutosha; kwa mfano, kama mahali pa mia moja ana shilingi hamsini, mnaelewana vizuri kisha mnaangana kwa furaha) MM1

Mhojiwa 1 alisema kuwa matumizi ya mikakati ya upole huakikisha kuwa mawasiliano kati ya mhudumu wa bodaboda na abiria yanaisha vyema. Kwa mfano, mawasiliano haya halisi yanathibitisha hayo.

EM28: *Yii, tuthi ngwinukye niona mbua yukite. No yiana yimwe.* (Naam, twende nikupeleke nyumbani naona mvua inataka kunyesha. Ni mia moja tu.)

EA29: *Aiii, Yiana ni yinene na mauta nimatheeie.* (Mmmm, mia moja ni pesa nyingi na bei ya mafuta ilishuka.)

EM28: *Aii, isu syi sawa matheeie na silingi ili tu* (Mmmm, hio pesa iko sawa kwa kuwa yalipungua kwa shilingi mbili tu.)

EA29: *Ni sawa, eka nose syindu ingi syi vaya tuthi indi.* (Ni sawa, wacha nichukue vitu vingine viko pale nije twende.)

Mawasiliano kati ya EM28 na EA29 yanaonyesha mbinu bora za kutafuta makubaliano kwa kutumia lugha ya upole na hoja za mantiki badala ya mabishano. EM28 alianzisha mawasiliano kwa nia ya kusaidia na kutoa taarifa kuhusu nauli ambayo abiria alitakiwa kulipa. Abiria (EA29) alitoa pingamizi kwa msingi wa mabadiliko ya bei ya mafuta. Mhudumu wa bodaboda (EM28) alijibu kwa utulivu na kuelezea hali halisi ya mfumuko wa bei ya mafuta bila kuchochea migogoro. Mwisho wa mazungumzo unaonesha makubaliano ya pande zote, ikionyesha kuwa mawasiliano yenye usikivu na matumizi ya lugha huleta matokeo chanya na furaha katika mazungumzo ya kila siku. Wakati ambapo abiria hana nauli ya kutosha, mathalani badala ya mia moja ana shilingi hamsini, mikakati ya upole husaidia katika kuelewana vyema na baadaye kuagana kwa furaha. Katika hali hii, mawasiliano huwa yameendeshwa vyema na kufanikiwa bila kumdhuru yeyote (Jaafar na Ageli, 2022). Umuhimu wa mawasiliano kuisha kwa furaha ni kuwa, wahusika wa mazunguzo yale huachwa na shauku ya kuendelea kuwasiliana siku nyingine. Hali hii huthibitisha tija ya matumizi ya lugha ya upole katika mawasiliano. Hali hii ni muhimu katika muktadha wa uchukuzi wa bodaboda kwani hujenga msingi wa kujitwalia abiria wa kudumu.

4.6.2.4 Kufanikisha Lengo la Mawasiliano

Katika muktadha wa uchukuzi wa bodaboda huwa kuna ushindani mkubwa kati ya mhudumu wa bodaboda mmoja na wengine (Mwangi, 2024). Ushindani huu huwa ni wa kutafuta abiria na ili abiria akubali kubebwa na wao, huhitaji ustadi mkuu wa matumizi ya lugha. Ili mhudumu wa bodaboda afanikiwe katika kufikia lengo la mawasiliano la kumpata abiria, matumizi mikakati ya upole huwa nyenzo kuu. Kauli hii inathibitishwa na maoni yafuatayo;

Nitethasya nundu wa win withaa wa win customer (Husaidia kwa kuwa ukifaulu huwa umempata abiria.) MM8

Mhojiwa 8 anaeleza kuwa, matumizi ya upole husaidia hasa katika kufikia lengo la mawasiliano la kumpata abiria. Kwa mfano,

BM10: *Wakwata uti niovaa.* (Ukianza kuenda niko hapa.)

BA11: *Withaa vaa?* (Huwa unakaa hapa?)

BM10: *Aiee, nikweteela mbaka ila ukoka.* (Hapana, nitakusubiri hadi ule wakati utakuja.)

BA11: *Sawasawa ninguka.* (Ni sawa nitakuja.)

Mhudumu wa bodaboda 10 katika kituo B anataka kumsafirisha abiria 11. Anatumia mikakati ya upole ili kumshawishi abiria akubali. Anamtolea ahadi kwamba atamsubiri ili kutimiza mahitaji ya uso chanya wa abiria. Hata ingawa alifahamu kuwa ni vigumu kukaa mahali pamoja kwa muda mrefu, alitumia maneno hayo kimakusudi ili kumshawishi abiria akubali kusafirishwa naye. Kupitia matumizi ya mikakati ya upole, mhudumu wa bodaboda alifikia lengo lake la mawasiliano kwa kumfanya abiria akubali. Abiria 11 katika kituo B alikubali aliposema kuwa, “Ni sawa nitakuja”. Hivyo, matumizi ya mikakati ya upole huwezesha wahusika wa mazungumzo kufikia malengo yao ya mawasiliano.

Kulingana naye, lugha ya upole inapotumiwa vyema na mhudumu wa bodaboda huwa ni rahisi kuwasilisha hitaji lake la kutaka kumsafirisha abiria. Abiria anapoitikia kusafirishwa, humaanisha kuwa lengo la mawasiliano limewasilishwa vyema. Hivyo, mawasiliano huwa yamefanikiwa. Matokeo haya ya utafiti yanakubaliana na ya utafiti wa Kioko uliogundua kuwa matumizi ya mikakati ya upole hufanikisha ufikiaji wa lengo la mawasiliano (Kioko, 2021).

4.6.3 Huleta Athari ya Raghba kwa Mawasiliano

Matokeo ya utafiti yalionyesha kuwa matumizi ya mikakati ya upole huleta athari ya mvuto kwa mawasiliano kama ifuatavyo.

4.6.3.1 Sifa ya Mawasiliano ya Msemaji

Mvuto kimsingi ni ile hali ya kuwafanya watu wapendezwe na uzuri wa kitu au mtu, wazo, tabia au mwenendo wa mtu. Matumizi ya mikakati ya upole huwa na uwezo wa kujengea mtu sifa nzuri kama ilivyoielezwa katika sehemu ya sababu za kutumia mikakati ya upole. Aidha, huweza kujengea mawasiliano sifa njema. Kwa mfano, ikiwa wahudumu wa bodaboda na abiria wanatumia mikakati ya upole

wanapowasiliana, basi mawasiliano hayo yatahesabiwa kuwa mema. Hali hii inadhihirishwa na kauli ifuatayo;

Niteetheasya nundu mundu niukwathana akasya nganya nimuseo kiuneeni na nunuukukua nesa (Husaidia kwa kuwa mtu anaweza kuelekeza mwingine kwako kulingana na sifa zako kwa kusema wewe ni mwema kimawasiliano na hubeba abiria vyema.) MM19

Mhojiwa 19 alisema kuwa, wahudumu wa bodaboda wanapotumia mikakati ya upole wakati wa kuwasiliana na abiria, abiria hao huwa na uwezo wa kuwaelekeza wengine kwao. Uelekezi huu huambatana na sifa za kimawasiliano za mhudumu husika. Kwa mfano, mhojiwa 19 alithibitisha haya kwa kusema, “Wewe ni mwema kimawasiliano na hubeba abiria vyema”. Kupitia matumizi ya mikakati ya upole, mhudumu wa bodaboda huweza kupata sifa njema za kimawasiliano. Mawasiliano yanapokuwa mema huwa na mvuto kwa wale wanaohusika.

4.6.3.2 Kuvuta Makini ya Wahusika katika Mawasiliano

Katika mawasiliano yoyote yale kila mtu hupenda kusikilizwa na kushughulikiwa. Ili mtu aamue kumsilikiza mwingine, ni sharti msemaji atumie lugha inayoteka makini ya msikilizaji wake. Kulingana na majibu ya mhojiwa 1, wahudumu wa bodaboda hutumia mikakati ya upole ili kuvuta makini ya abiria na vinginevyo. Kauli hii inathibitishwa na mfano ufuatao;

By tha way greeting ni kindu kya maana muno nthini wa conversation. Nake withaa wamuattract attention lakini wooka waitye ndungue, eseng'a indi mundu uu nowina etiquette. Mundu musomu aile ithiwa na etiquette, vata waku tiwo waile utongosya. Ona nokuekana na customer ungi akambaukukua na uneeni wenyu uyiendee nesa. (Salamu huwa ni ya muhimu sana katika mawasiliano yangu naye. Huwa umevuta makini yake lakini ukija ukisema nibebe, atashangaa kwani mtu huyu hana adabu. Mtu ambaye amelimika anafaa kuwa na adabu na hafai kutanguliza mahitaji yake. Hata anaweza akaachana na abiria mwingine akakupeleka kwanza na mawasiliano yenu yakaendeshwa vyema.) MA1

Abiria wa kwanza (MA1) anasisitiza hili kwa kusema kuwa, matumizi ya mikakati ya upole ni muhimu sana katika mawasiliano kwani husaidia katika kuteka makini ya anayesikiliza. Anazidi kunasibisha sifa hii na watu waliosoma kwa kusema kuwa, “Mtu ambaye ameelimika anafaa kuwa na adabu na hafai kutanguliza mahitaji yake.” Kulingana naye, mtu aliyeelimika anapaswa kuwa na adabu anapowasiliana na watu wengine. Hivyo, kulingana maoni ya abiria huyu, watu walioelimika wana nafasi njema ya kuelewa matumizi ya mikakati ya upole. Anazidi kueleza kwamba mzungumzaji hafai kutanguliza mahitaji yake kwanza. Anapaswa kumshughulikia msikilizaji wake kwanza ili apate nafasi ya kuwasilisha mahitaji yake. Kwa mfano, mhadumu wa bodaboda anaona mabadiliko ya hali ya anga na kutaka kumshughulikia mtu mmoja aliyemtambua kama mama. Mfano ufuatao unadhihirisha haya:

EM28: *Watinda ata mommy?* (Umeshindaje mama?)

EA29: *Nesa vyu. Indi koouwe?* (Vyema sana. Kumbe ni wewe?)

EM28: *Yii, tuthi ngwinukye niona mbua yukite. No yiana yimwe.*

(Naam, twende nikupeleke nyumbani naona kunataka kunyesha. Ni mia moja tu.)

Kabla ya kuwasilisha ombi lake, mhadumu 28 katika kituo E alianza kwa kumwamkua mama aliyemlenga. Alitumia jina la heshima “mama” linalosimamia mzazi wa mtu wa kike ili kuvuta makini ya msikilizaji wake na kumfanya ahisi kuwa ameheshimiwa. Makini ya abiria iliweza kuvutwa na akajibu mhadumu vyema na kwa furaha. Baada ya kumtayarisha msikilizaji, msemaji aliwasilisha ombi lake kwa njia ya upole na kuhifadhi uso chanya wa msikilizaji wake. Kwa kusema, “Naam, twende nikupeleke nyumbani naona kunataka kunyesha” alitaka kumdhahirishia abiria wake kuwa alimjali na kuweza kuleta athari ya mvuto kwa abiria wake. Maoni haya yanashabihiana na ya Brown na Levinson (1987), ambapo msemaji anapaswa kuhifadhi uso chanya wa msikilizaji kwa kumjali na kumshughulikia. Aidha, yanakubaliana na kanuni ya mawasiliano ya Leech (1983) inayoshikilia kuwa, msemaji apunguze kauli zinazomgharimu msikilizaji na kuzidisha kauli zinazomfaidi msikilizaji.

Matokeo haya ya kuleta athari ya mvuto yanakubaliana na yale ya Muge (2018), aliyechunguza kuhusu matumizi ya mikakati ya upole kwenye idhaa ya redio na kugundua kuwa ilileta athari ya mvuto kwa mashabiki.

4.6.4 Kuokoa Muda wa Mawasiliano

Kulingana na maoni ya Brown na Levinson (1987), mkakati wa kuwa ndani ya rekodi huwasilisha ujumbe moja kwa moja. Hali hii husaidia katika kuokoa muda unaotumika katika mawasiliano hasa wakati ambapo pana hali ya dharura. Muda huwa kitu cha thamani katika maisha ya mwanadamu na huweza kutumika vyema ikiwa mikakati ya upole inatumikizwa katika mawasiliano. Hali hii inadhahirishwa na kauli ifuatayo;

Nisiokoa muda. (Huokoa muda.) MA26

Kulingana na mhojiwa 26 ambaye alikuwa ni abiria, matumizi ya mikakati ya upole huweza kuchangia katika kuokoa muda wa mawasiliano. Mkakati unaoleta athari hii kwa wingi ni mkakati wa kuwa ndani ya rekodi. Kwa mfano,

BM18: *Kindu wa Musembi*, (Mke wa Musembi.)

BA19: *Ni wa Nzioka, musenzi uu!* (Mimi ni wa Nzioka, shenzi wewe!)

Katika mfano huu, abiria wa 19 katika kituo B alikabiliwa na jambo la dharura lililomlazimu kutumia mkakati wa kuwa ndani ya rekodi. Mkakati huu ulisaidia katika kuokoa muda wa mawasiliano kwani ukweli uliowasilishwa ulisemwa moja kwa moja bila kutumia maelezo mengi. Abiria 19 alipotambuliwa kwa mtajo usiofaa, alirekebisha mtajo huo moja kwa moja kwa kusema “Mimi ni wa Nzioka”. Kwa hivyo, mkakati wa kuwa ndani ya rekodi huwa na athari ya kuokoa muda wakati wa mawasiliano. Mhudumu wa bodaboda au abiria anapowasilisha ujumbe wake kwa njia ya moja kwa moja, humfikia msikilizaji kwa namna ya uwazi. Maoni ya abiria huyu pia yanakubaliana na kanuni ya namna ya Grice (1975) inayosema kuwa, ujumbe unafaa kuwasilishwa kwa njia ya uwazi kama ilivyo kwa mkakati ndani ya rekodi. Athari hii chanya ya kutumia mikakati ya upole wakati wa mawasiliano hufungamana na athari hasi. Kwa mfano, kuna mada nyeti za kijamii hasa kuhusu masuala ya kifo, ngono na matabiko ambazo hazifai kuzungumziwa hadharani. Hii ni kulingana na maelezo ya Brown na Levinson (1987) kuwa, kwa kutumia mkakati ndani ya rekodi, msemaji huwa hazingatii mahitaji ya uso wa msikilizaji wake.

Badala yake, hutilia maanani ujumbe anaoupitisha ili kuokoa muda kwa kusema kwa uwazi.

4.6.5 Kupoza Hisia za Hasira

Watu huwa na mihemko tofauti kutegemea hali zinazowakumba katika maisha. Wakati mwingine, wengine hutatizwa na shughuli za siku na kupatwa na hasira. Ili kuwasiliana na mtu huyo kwa njia ambayo haipandishi hisia zake kwa njia hasi, mikakati ya upole huweza kutumika. Lugha ya upole huwa na uwezo wa kutuliza hisia za mtu na kumfanya awe na hali ya utulivu wakati wa mawasiliano (Attado, 2022). Athari hii inadhihirishwa na kauli ifuatayo;

Nitheeasya emotions sya woo sya mundu. (Humpunguzia mtu hisia za hasira.) MM23

Kulingana na mhojiwa 23, mikakati ya upole huweza kulainisha hisia za mtu. Mtu anapozungumzia mwingine kwa hasira huwa na hamaki nyingi. Anapojibiwa na msikilizaji wake kwa upole, huachwa akijiuliza maswali na kujizungumzia kimoyomoyo. Katika harakati hii hasira yake hupoa na kuanza kujiona kama mkosaji na kuomba msamaha. Hivyo, matumizi ya mikakati ya upole katika mawasiliano husaidia katika kuzalisha mihemko bora ya kuwasiliana miongoni mwa watu.

Hasira mara nyingi husababisha migogoro baina ya watu kwa kuwa, lugha inayotumika wakati huo huwa haichujwi akilini. Mara nyingi lugha isiyo ya heshima hutumika wakati mtu ana hasira. Ili kukabiliana na hasira na kuepuka migogoro wakati wa mawasiliano katika muktadha wa kibiashara, mikakati ya upole hutumika (Kaur na wenzake, 2022). Kauli ifuatayo inathibitisha hili.

Nitetheasya kwivetana na conflict. (Husaidia kuepukana na migogoro.) MA24

Mhojiwa 24 aliweka wazi kuwa mikakati ya upole husaidia katika kuondoa migogoro katika mawasiliano. Wakati mwingine, wahudumu wa bodaboda na abiria huwa hawakubaliani moja kwa moja katika baadhi ya mambo na hivyo kuzua migogoro. Ili kukabiliana na changamoto hii, wengi huweza kutumia mikakati ya upole wakati wa mawasiliano ili kupunguza na kuondoa migogoro hiyo. Migongano huwa ni hatari kwani huathiri biashara na hata mahusiano ya wahudumu wa bodaboda na abiria kwa njia hasi. Migogoro inapoondolewa, mawasiliano huendelezwa vyema bila matatizo.

Matokeo haya yanaingiliana na maoni ya Lakoff (1973) aliyesema kuwa, upole katika lugha hutumika katika kuepuka migogoro.

Aidha, husaidia katika kuelewa hali ya mhudumu wa bodaboda au abiria. Kuna watu ambao, hata ukiwazungumzia kwa lugha ya upole, hulka yao ni kuzungumza na watu vibaya. Kwa mfano;

Nitetheeasya muno kati wa uneeni na kuunena na ala masuungia andu onai, saa iingi nikutetheeasya kusoma mundu... (Husaidia sana katika maongezi na hata kuwasiliana na wale ambao hujibu watu vibaya, wakati mwingine husaidia kumsoma mtu...) MM2

Kulingana na maoni ya mhojiwa 2, matumizi ya mikakati ya upole husaidia katika kuelewa watu na tabia zao za kimawasiliano. Kwa mfano, mhudumu wa bodaboda huweza kujua namna ya kukabiliana na wale abiria ambao hujibu watu vibaya. Kupitia hali hii, hali ya kuleta mtafaruku katika mawasiliano huwa imedhibitiwa, na mawasiliano huweza kuendeshwa vyema bila matumizi ya maneno yanayoenda kinyume na matamano ya nyuso za watu. Matokeo haya yanashabihiana na ya utafiti wa Batool na wenzake uliogundua kuwa, mikakati ya upole inapotumika huwa ni rahisi kuwaelewa wengine na kujenga uhusiano mwema (Batool na wenzake, 2024).

4.6.6 Kudumisha Mahusiano

Matokeo ya utafiti yalidhihirisha kuwa, matumizi ya mikakati ya upole katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria yalikuwa na athari ya kudumisha mahusiano yao. Athari hii imefafanuliwa katika sehemu ifuatayo.

4.6.6.1 Kujenga Msingi wa Mawasiliano ya Baadaye na Urafiki

Lugha ya upole ni chombo muhimu katika kujenga ukuruba kati ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Upole huweza kuzidisha mahusiano ya kirafiki miongoni mwa wahusika wa mzungumzo na kujenga msingi wa mawasiliano ya baadaye (Evizariza, 2024). Kwa kurejelea kauli ifuatayo;

Nimatetheeasya nundu niwuukaa ngamukua na nisi nitaumanwa aimbitya namba ya simu na ndyisa ona ambita nimukue. (Husadia kwa kuwa abiria huja nambeba na nikidhani tumemalizana ananiitisha nambari ya simu na siku nyingine naona ananiita nimbebe.) MM6

Mhudumu wa bodaboda 6 alipohojiwa, alisema kuwa yeye huwasiliana vyema na abiria wake na huweza kumsafirisha hadi aendapo. Kwa fikra zake, yeye hudhani akimfikisha abiria popote aendapo uhusiano wake na abiria unafaa kuishia hapo lakini cha kushangaza ni kuwa, wao humwomba nambari yake ya simu. Abiria hawa hufanya hivyo kwa kuwa, mhudumu wa bodaboda amewazungumzia kwa upole na kuwapa huduma njema ya usafiri. Kwa sababu hii, wao hutamani kupata huduma kutoka kwa mtu huyo wakati wowote ule wanapohitaji kusafiri. Jambo hili linapotendeka, uhusiano kati ya mhudumu wa bodaboda na abiria huwa umejengwa na kuweza kudumishwa kupitia matumizi ya mikakati ya upole. Uhusiano mwema wa kimawasiliano kati ya mhudumu na bodaboda na abiria huwa na athari chanya kwa biashara ya uchukuzi.

Katika muktadha mwingine, mhojiwa 26 alisisitiza kuwa ni vyema sana kwa wahudumu wa bodaboda kutumia mikakati ya upole wanapowasiliana na abiria. Hii ni kwa sababu, kila siku huwa wanabeba watu tofauti ambapo kati ya hao watu huenda kuna watumishi wa serikali walio na vyeo vya juu. Kulingana na maoni ya mhojiwa 26, watumishi hawa wanapozungumziwa vyema mara ya kwanza, huenda wakaamua kupokea huduma ya uchukuzi kutoka mhudumu wa bodaboda aliyewazungumzia kwa upole kila siku. Mhudumu wa bodaboda huwa amepata abiria wa kudumu na uhusiano wake na abiria huyo kudumishwa. Kauli ifuatayo inahakikisha haya;

Utonya itha ukuite mundu munene na uivakwatia customer akakwitaa kana akakwathiania. (Unaweza kuwa umebeba mtu ana cheo cha juu na hivyo unajitwalia abiria ya kila siku au anawaelekeza wengine. kwako MM26

Kupitia matumizi ya lugha ya upole, utafiti huu ulibainisha kuwa mhudumu wa bodaboda anaweza akajitwalia abiria wa kila siku. Isitoshe, hao abiria wanaopata huduma kutoka kwake wanaweza wakawaelekeza abiria wengine kwa mhudumu huyo. Hivyo kupitia hali hii, uhusiano wa mhudumu wa bodaboda na abiria unapata kudumishwa. Sifa za mhudumu wa bodaboda zinapokuwa njema, watu hupenda kujinasibisha naye ili wapate huduma nzuri. Kulingana na Brown na Levinson (1987), kule kuwahudumia abiria vyema kimawasiliano au kivitendo hulenga kutimiza mahitaji ya nyuso zao chanya.

4.6.6.2 Kuwa Huru Kujieleza Wakati wa Shida

Matokeo ya utafiti huu yalibainisha kuwa, matumizi ya mikakati ya upole katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria husaidia katika kujenga uhusiano wa karibu baina yao. Mtu akiwa na uhusiano wa karibu na mwingine huwa na uwezo wa kumweleza mwenziwe kuhusu yote yanayomkumba (Hartini na wenzake, 2023). Hivyo, huo uhusiano unamfanya mtu aufungue moyo na kueleza hisia zake mwenzake. Haya yanadhihirishwa na kauli ifuatayo:

Niteetheasya nundu ethwa ena thina ninimutetheeasya kana etha veundu utonya undethya nundetheeasya (Husaidia kwa sababu kama ana shida huwa namsaidia na kama anaweza kunisaidia, ananisaidia.)

MM3

Mhojiwa 3 ambaye alikuwa ni mhudumu wa bodaboda alisema kuwa ikiwa mikakati ya upole inatumika katika mawasiliano, huweza kuwachochea wahusika kufunguka na kueleza shida zao. Kwa mfano, mhudumu wa bodaboda kama ana tatizo anamweleza abiria na kupata usaidizi na kama ni abiria ana jambo linamsumbua anafanya vivyo hivyo. Mtu hawezi fungua moyo na kueleza shida zake kwa mtu anayemzungumzia vibaya ila huwa rahisi ikiwa mikakati ya upole inatumika. Isitoshe, katika kusesitiza haya, mhojiwa 5 ambaye pia alikuwa ni mhudumu wa bodaboda alikuwa na haya ya kusema;

Nitetheasya nundu mundu usu atonya ithwa e mueni na wamukulya mundu atinda ata niukutavya thina ula winawo, kana umwathiie vandu uendete na oundu uneena ayiwa endeewa nue... (Husaidia kwa kuwa huenda mtu huyo ni mgeni na unapomuuliza ameshinda vipi anapata nafasi ya kukueleza shida yake, unaweza ukamwelekeza mahali anaenda na kuhisi amependezwa nawe...) MM5

Mhojiwa alisisitiza hayo kwa kueleza kuwa, abiria anaweza kuwa hana ufahamu kuhusu mahali anaelekea, hasa akiwa mgeni katika maeneo fulani. Abiria huyo huomba msaada kwa urahisi ikiwa atakaopatana nao watamzungumzia kwa lugha ya upole. Kupitia mazungumzo ya upole, huhisi amependezwa na anayewasiliana naye na kwa wakati huo kupata nafasi mwafaka ya kueleza shida yake. Hivyo, kule kutumia mikakati ya upole hujenga mazingara mema ya mawasiliano na kuwafanya

wahusika wa mazungumzo kuwa wazi kuhusu yanayowakumba (Brown na Levinson, 1987). Katika muktadha wa uchukuzi wa bodaboda, wanabodaboda na abiria hupata nafasi ya kujieleza vyema kuhusu hali zao. Jambo hili hujenga ukuruba na uaminifu kati yao na kuimarisha shughuli yao ya kibiashara.

4.6.6.3 Kusaidia watu Katika Kufahamiana

Matumizi ya mikakati ya upole hufungua njia ya watu kujuana. Watu wanapopatana kwa mara ya kwanza, ni sharti pawe na maongezi yanayowaunganisha. Ikiwa yale maongezi ya kwanza hayana mvuto, basi itakuwa vigumu kwa wahusika hao kutaka kujuana (Chang na Tsai, 2023). Hivyo, wahudumu wa bodaboda wanapotumia mikakati ya upole wakati wa mawasiliano, huweza kupata nafasi ya kufahamiana zaidi. Kufahamiana na wengine ni muhimu sana katika mazungumzo kwani husaidia katika kutambua namna ya kuingiliana nao ili wasije wakakiuka mipaka ya kijamii. Mfano ufuatao unadhihirisha haya;

Nitetheeasya kumanyana, ukamutavya wiwau? na wiwava? (Husaidia kujuana, unamwambia wewe ni wa nani? na unatoka wapi?) MA25

Kulingana na jibu la mhojiwa 25, ni kupitia matumizi ya mikakati ya upole ambapo watu hujua. Watu huweza kuulizana na kutoa majibu kuhusu wao ni kina nani? Usuli wao ni upi? Isitoshe, katika muktadha wa uchukuzi, mhadumu wa bodaboda humjua abiria kuhusu anapotoka na abiria naye hufanya vilevile. Kupitia hali hii, watu huweza kufahamiana, kujenga na kudumisha uhusiano wa karibu unaowapa ujasiri wa kujua namna ya kuendeleza mawasiliano (Pi na wenzake, 2023).

Matokeo haya ya kudumisha mahusiano baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria yalikubaliana na ya Ali (2022) aliyegundua kuwa, mikakati ya upole ilidumisha mahusiano baina ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa za promosheni. Hivyo, matumizi ya mikakati ya upole huleta athari ya kudumisha mahusiano kwa kufahamiana na wengine. Kwa kujenga uhusiano wa karibu na abiria, hali ya wahudumu wa bodaboda kupata abiria iliweza kuimarika. Athari hii ilikuwa na tija kwa wahudumu wa bodaboda kwani ilichangia katika kuongezeka kwa kipato chao. Kwa upande wa abiria, walinufaika kwa kuwahi popote walipokwenda.

4.7 Athari ya Kutotumia Mikakati ya Upole katika Mawasiliano

Mikakati ya upole isipotumika katika mawasiliano huwa pana athari inayotokea. Athari zilizodhihirika katika utafiti huu ni kukiukwa kwa kaida za kijamii na kutishia uso wa msikilizaji. Ukiukaji wa kaida za kijamii ulihusisha hali ya mada nyeti kuzungumziwa hadharani. Mikakati ya upole inapotumika kwa njia isiyostabili huwa ni sawa na kukiuka matumizi ya mikakati ya upole. Kwa mfano, mikakati wa kuwa ndani ya rekodi unapotumika na watu wasio na uhusiano wa karibu huwa ni ukiukaji wa upole. Hii ni kwa sababu, huweza kueleweka vyema na watu wanaofahamiana na walio na uhusiano wa karibu (Brown na Levinson, 1987). Kuna mada nyeti za kijamii hasa masuala ya kifo, ngono, matabiko na mengineyo ambayo hayafai kuzungumziwa hadharani (Mohd. Tohit na Haque, 2024). Mikakati ndani ya rekodi unapotumika katika mawasiliano, wakati mwingi huwa unakiuka kaida za kijamii. Ukiukaji huu hudhihirika zaidi ikiwa wahusika katika mazungumzo hawana uhusiano wa karibu. Isitoshe, maneno au kauli zinatotishia nyuso za wasikilizaji hutumika. Hii ni kwa sababu kulingana na maelezo ya Brown na Levinson (1987), msemaji huwa hazingatii mahitaji ya uso wa msikilizaji bali hulenga ujumbe anaotaka kuupitisha. Kauli ifuatayo inadhihirisha haya;

BA8: *Nuu usu ukwie?* (Nani huyo alikufa)

BM7: *(Ananyamaza kwa sekunde) Nithi kiembeni na ndyuka ti sawa?*

(Nitaenda Kiembeni na nikuje, si ni sawa?)

Katika mawasiliano yaliyoonyeshwa hapo juu, yanaonyesha abiria akidokeza suala la *kifo* linalotishia uso wa mhudumu wa bodaboda. Mhudumu wa bodaboda anaonekana kuwa alikwazwa na swali la “Nani huyo alikufa?” Abiria hakutilia maanani uso wa msikilizaji wake na kwa sababu hio msikilizaji alimjibu kwa kimya kwa kuwa alikereka. Msikilizaji alikabiliana tendo hilo la kutishia uso kwa kubadilisha mada ya mazungumzo kwa kuwa kifo ni suala nyeti katika jamii linalotea waja huzuni (Graham-Wisener na wenzake, 2022). Hivyo ukiukaji wa matumizi ya mikakati ya upole hufanya masuala nyeti kuzungumziwa mahali pasipofaa na kwa njia isiyofaa. Isitoshe, husababisha utoaji wa matamko yanayotishia nyuso za wasikilizaji na kuweza kusababisha kukatika kwa mawasiliano. Matokeo haya yanakubaliana na ya Wafula na Nyangi waliogundua kuwa matumizi ya utoupole huhasiri nyuso za wasikilizaji na kuvunja mawasiliano (Wafula, 2019,

Nyangi, 2017).

Kwa kuhitimisha, matokeo ya utafiti yameonyesha kuwa matumizi ya mikakati ya upole ni muhimu katika mawasiliano. Kwa upande mwingine, kutotumia mikakati ya upole kuna athari zake kwa mawasiliano. Mikakati ya upole inapotumika vyema hujenga mazingira ya heshima (Brown na Levinson, 1987), imani, amani, na kudumisha usawa wa kijamii katika mwingiliano ya kila siku (Evizariza, 2024). Kwa wanabodaboda, matumizi ya mikakati ya upole huongeza kuridhika kwa wateja na kuimarisha mahusiano chanya kati yao na wateja, washikadau, pamoja na wahudumu wenzao.

Hata hivyo, mikakati ya upole inapotumika kupita kiasi au kwa njia isiyofaa husababisha utata wa mawasiliano (Sarila na wenzake, 2023). Hali hii hudhihirika hasa pale ambapo masuala muhimu kama vile nauli, mada nyeti, au utatuzi wa migogoro hupuuzwa ili kuepuka mivutano. Kwa mfano, matokeo ya utafiti yalionyesha kuwa baadhi ya wahudumu wa bodaboda walikwepa migogoro kwa kuridhia viwango vya nauli walivyopendekeza abiria. Hata ingawa ni mkakati muhimu wa kuzidisha makubaliano, wahudumu wa bodaboda wasipozingatia mkakati huu kwa uangalifu una uwezo wa kuleta athari hasi kwa biashara yao. Hili linaweza kupunguza ufanisi wa biashara ya uchukuzi wa bodaboda na kupoteza fursa muhimu ya maendeleo ya kiuchumi. Hivyo, ingawa heshima ni ya thamani katika mawasiliano, wahudumu wa bodaboda na abiria wanapaswa pia kujifunza namna ya kutumia mikakati ya upole kwa ufasaha ili kufikia malengo yao ya mawasiliano na kuimarisha hali ya kuridhika kwa wahusika wote.

4.8 Hitimisho

Sura hii imechanganua matokeo ya utafiti kuhusu mikakati ya upole iliyotumika katika mawasiliano ya wanabodaboda na abiria. Mikakati ya upole iliyobainika ni: chanya, hasi, ndani ya rekodi, nje ya rekodi na mkakati wa kutosema chochote. Isitoshe, uchambuzi wa sababu za kuzingatia au kukiuka upole katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria ulifanywa. Athari za matumizi ya upole kwa mawasiliano zilichanganuliwa na hitimisho kutolewa mwishoni.

SURA YA TANO

MAJADILIANO, HITIMISHO NA MAPENDEKEZO

5.1 Utangulizi

Katika sura hii, mahitimisho na mapendekezo kuhusu utafiti huu yamewasilishwa kulingana na matokeo ya uchanganuzi. Dira kuhusu yale yanayoweza kushughulikiwa na watafiti wa baadaye imetolewa. Pia, mapendekezo ya jumla kutokana na utafiti yametolewa kwa lengo la kuboresha huduma katika sekta ya bodaboda.

5.2 Majadiliano ya Matokeo ya Utafiti

Majadiliano ya matokeo ya utafiti yamewasilishwa kulingana na malengo ya utafiti. Malengo ya utafiti huu yalikuwa ni: kubainisha mikakati ya upole inayotumika katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria, kufafanua sababu zinazowafanya wahudumu wa bodaboda na abiria kuzingatia au kukiuka matumizi ya mikakati ya upole na kuchanganua athari zake kwa mawasiliano yao. Utafiti ulifanyika katika Kaunti Ndogo ya Mbooni, Makueni, Kenya. Ufanisi wa malengo haya umeelezwa kama ifuatavyo;

5.2.1 Mikakati ya Upole katika Mawasiliano

Utafiti ulilenga kubainisha matumizi ya mikakati ya upole katika mawasiliano baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria katika Kaunti Ndogo ya Mbooni, Makueni, Kenya. Matokeo ya utafiti huu yalibainisha kuwa, mkakati chanya wa upole ndio uliotumika zaidi katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Kulingana na Brown na Levinson (1987), mkakati chanya hutumika ili kumfanya msikilizaji ahisi kuwa ametambuliwa, amekubalika na hata kuthaminiwa. Hivyo, katika muktadha wa utafiti huu, mkakati chanya ulitumika ili kuwafanya wahusika wa mazungumzo (wahudumu wa bodaboda na abiria) wahisi vyema.

Utafiti ulibainisha kuwa, katika kuwatambua wengine, maneno ya heshima yanayodhihirisha upole yalitumika. Maneno yaliyotumika kwa wingi katika utafiti huu ni kama vile; *mwanangu, dada, shangazi, babu, mwalimu, daktari, mteja* (abiria) na *mrembo*. Majina haya yalitumiwa kimakusudi na wasemaji ili kuwatambua wasilikizaji wao. Hata ingawa wengi walielewa tija ya matumizi ya majina haya ya

kudhihirisha upole chanya wakati wa mawasiliano, baadhi yao walionyesha hali ya kutofahamu. Kunao walioyatafsiri vibaya na kuyaona kama kejeli. Kwa hivyo, matumizi ya maneno hayo ya upole yalionekana kuwa faafu kwa walioelewa thamani ya matumizi yake katika mawasiliano.

Kulingana na matokeo ya utafiti, mbinu za mkakati chanya zilizotumika katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria ni: kudokeza matokeo chanya, kumjali msikilizaji, kujitambulisha na mwenza, kuzidisha makubaliano baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria, kumsifu msikilizaji na kutoa ahadi kwa msikilizaji.

Isitoshe, matokeo yalionyesha kuwa, mkakati nje ya rekodi ulitumika katika mawasiliano baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Matumizi ya mkakati huu yalifanikiwa kwa kutumia kauli zenye utata na matumizi ya vidokezi ili kuelekeza utambuzi wa habari zilizopitishwa kama ilivyoelezwa na Brown na Levinson (1987). Mkakati huu ulitumika ili kumwepusha mhudumu wa bodaboda kuonekana kama anamlazimisha abiria. Aidha, mkakati huu ulitumika ili kumtayarisha msikilizaji kabla kupokea ujumbe wa kutishia uso.

Pamoja na hayo, utafiti ulibainisha kuwa mkakati ndani ya rekodi ulitumika katika utafiti huu. Mikakati hii ilitokea katika hali ya dharura, wakati mhudumu wa bodaboda na abiria walikuwa na uhusiano wa karibu, na wakati tendo la usemaji lililenga kumfaidi msikilizaji. Ujumbe ulitolewa moja kwa moja bila mzunguko kama walivyopendekeza Grice (1975) na Lakoff (1973) kuwa, ujumbe unapaswa kuwasilishwa kwa uwazi. Isitoshe, mkakati hasi wa upole ulidhihirika katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria ila kwa ufinyu. Mkakati hasi uliobainika ulihusisha mbinu ya ujumlishaji (kujumlisha msemaji na msikilizaji).

Mkakati wa mwisho uliobainika kutumika katika utafiti huu ulikuwa ni mkakati wa kutosema chochote. Utafiti uligundua kuwa, baadhi ya wahudumu wa bodaboda walipokabiliwa na ujumbe wa kuudhi au kutishia uso walijibu kwa kimya. Walionyesha kuwa kimya/ kutosema chochote huwa na maana kubwa katika mawasiliano na kudhihirisha upole. Ilibainika kuwa, baada ya jibu la kimya, walibadilisha mazungumzo ili kukwepa mada inayotishia uso. Maoni ya Brown na Levinson (1987) yalionyesha kuwa, kimya ni mkakati unaodhihirisha upole zaidi.

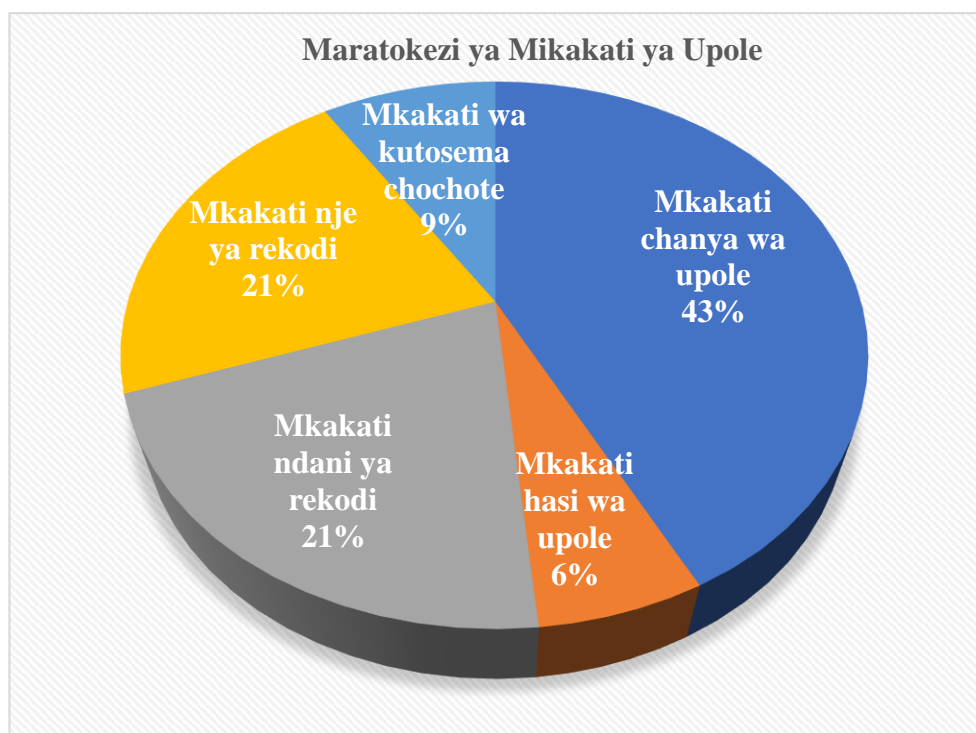
Kwa kutosema chochote, ni vigumu sana kudhuru uso wa msikilizaji kwa kuwa ana uhuru wa kufasiri kimya hicho jinsi atakavyo.

Matokeo ya utafiti yalionyesha kuwa, wahudumu wa bodaboda na abiria hutumia salamu na toni ya chini katika kudhihirisha upole. Ilibainika kuwa salamu zinapowasilishwa kwa kutumia maneno mwafaka na toni sahihi, huweza kupunguza tendo la kutishia nyuso za wahudumu wa bodaboda na abiria wakati wa mawasiliano. Kama alivyoeleza Rash (2004), ilibainika kuwa salamu iliondoa tendo la kuingilia mazingira ya kibinafsi ya mtu (mhudumu wa bodaboda na abiria), jambo ambalo hutishia uso. Katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria, kitendo cha salamu kilionyesha nia njema ya kutaka kuanzisha urafiki na mahusiano mema. Hivyo, kusaidia katika kujenga mlahaka kati ya msememeza na msemmezwa.

Walioanzisha mawasiliano mara nyingi walikuwa ni wahudumu wa bodaboda ikilinganishwa na abiria. Baadhi ya mawasiliano yalianzishwa moja kwa moja na mengine yalianza kwa salamu. Baadhi ya wahudumu wa bodaboda na abiria waliwaamkua wenzao kabla ya kuwasilisha mahitaji yao. Wakati mwingine, ujumbe uliwasilishwa moja kwa moja bila kuzingatia salamu. Wahudumu wa bodaboda na abiria walidhihirisha hulka ya kujali uso isipokuwa pale ambapo mkutadha haukuruhusu. Ili kufikisha ujumbe kwa njia ambayo haidhuru, wahudumu wa bodaboda na abiria walitumia toni ya chini zaidi kuliko toni ya juu. Baadhi ya wahudumu wa bodaboda na abiria walikubaliana. Hali ya kutokubaliana ilipotokea, wengi wa wahudumu wa bodaboda na abiria walitumia mikakati ya upole ili kuleta makubaliano. Kwa kutathmini ishara uso za wahusika wa mazungumzo, wengi wa wahudumu wa bodaboda na abiria walidhihirisha kuridhika. Mengi ya mawasiliano yao yaliendeshwa hadi mwisho bila kuvurugika. Kwa hivyo, mikakati ya upole ilitumika katika mawasiliano baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Utafiti unapendekezea wahudumu wa bodaboda na abiria kuzingatia mikakati ya upole kwani ina tija katika kuimarisha mawasiliano yao. Hii ni muhimu kwa kuwa, huimarisha hali ya kuridhika kwa abiria na kuchangia ongezeko la kipato cha wahudumu wa bodaboda. Mikakati ya upole iliyobainika imedhihirishwa kimuhtasari katika jedwali na pai chati ifuatayo.

Jedwali 2: Muhtasari wa Matokeo ya Utafiti ya Lengo la Kwanza

Mikakati ya upole	Maratokezi	Asilimia%	Kauli ya hitimisho
Mkakati chanya	14	43	Nyingi Zaidi
Mkakati hasi	2	6	Chache Zaidi
Mkakati ndani ya rekodi	7	21	Wastani
Mkakati nje ya rekodi	7	21	Wastani
Mkakati wa kutosema chochote	3	9	Chache



Mchoro 5.1: Mchoro wa Maratokezi ya Mikakati ya Upole (Mchoro wa Mtafiti)

Mkakati uliotumika kwa kiwango cha juu zaidi ni mkakati chanya wa upole (43%), ukifuatwa na mkakati ndani ya rekodi (21%) na mkakati nje ya rekodi (21%). Mkakati uliotumika kwa kiwango cha chini sana ni mkakati wa kutosema chochote (9%) na mkakati hasi (6%). Matokeo haya yalishabihiana na matokeo ya tafiti za Olorunsogo (2020) na Njuki na Ileri (2021) zilizoonyesha matumizi mengi ya

mkakati chanya upole, mkakati wa kuwa ndani ya rekodi na mkakati wa kuwa nje ya rekodi.

5.2.2 Sababu za Kuzingatia au Kukiuka Matumizi ya Mikakati ya Upole

Matokeo ya usaili wa wahudumu wa bodaboda na abiria yalidhihirisha sababu kadhaa za kuzingatia au kukiuka matumizi ya mikakati ya upole katika mawasiliano ya wahudumu ya bodaboda na abiria. Sababu ya kuchunguza kinachowachochea wahudumu wa bodaboda na abiria kutumia au kutotumia upole ni kuwa haitoshi tu kubainisha au kueleza maana ya yanayosemwa. Huwa ni vyema kutambua ni kwa nini yanayosemwa husemwa namna yanavyosemwa (Malinowski (1923, kama alivyonukuliwa na Korta, 2008). Hivyo, haingetosha kubainisha mikakati ya upole ambayo hutumika katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria bila kuchambua sababu zinazowachochea kuitumia katika mawasiliano.

Aidha, matokeo yalibainisha sababu kadhaa zinazowachochea wahudumu wa bodaboda na abiria kutumia au kukiuka matumizi ya mikakati ya upole. Sababu hizo ni kama vile faida au matokeo tarajiwa ya matumizi ya upole. Baadhi ya faida hizo ni kama vile: kuanzisha mawasiliano, kuzua ladha na utani katika mawasiliano na kufanikisha maelewano na makubaliano. Isitoshe, faida za kuvutia watu, kukwepa kuwakosea wengine, kujua hali ya mtu, kumjengea mtu sifa na kudhihirisha maadili zilibainika. Aidha, haja ya kutaka kudhihirisha heshima kutokana na tofauti za kimamlaka na kimahusiano ilichochea uzingatiaji wa mikakati ya upole. Kwa mfano, baadhi ya wahojiwa walieleza kuwa, walio na umri mdogo wanapozungumza na walio na umri mkubwa au walio na umri sawia, hutumia mikakati tofauti ya upole kwa sababu ya tofauti ya mahusiano. Pamoja na hayo uzito wa tendo la kutishia uso huchochea namna wanabodaboda na abiria huzingatia matumizi ya upole. Katika muktadha huu, mikakati ya upole ilitumika ili kuzingatia mipaka ya abiria na kudhihirisha hali ya urazini wakati wa mawasiliano.

Kwa upande mwingine kuna sababu zilizobainika za kukiuka matumizi ya mikakati ya upole. Hizi ni pamoja na kumchukulia mhudumu wa bodaboda kama mhitaji, madharau ya baadhi ya wahudumu wa bodaboda kwa abiria na kinyume chake, na hali ya kutaka kuokoa muda. Wakati mtu ana haraka nyingi huwa hatilii maanani suala la uso. Badala yake hukiuka matumizi ya mikakati ya upole ili kufikisha ujumbe kwa njia ya uwazi na upesi. Ufikishwaji wa ujumbe ndio huzingatiwa zaidi bila kujali

kama utaathiri au hautaathiri uso wa abiria au mhudumu wa bodaboda. Kati ya sababu zilizobainishwa katika utafiti huu, kuna baadhi zinaafikiana na vigezo vilivyoainishwa na Brown na Levinson (1987) vya kuamua ni kiwango kipi cha upole kinapaswa kutumika. Vigezo hivi ni kama vile tofauti za kimamlaka, mahusiano, uzito wa tendo la kutishia uso na faida tarajiwa. Utafiti huu uligundua kuwa, vigezo hivyo vyote vilichochea namna ambavyo wahudumu wa bodaboda na abiria hutumia upole ambapo kigezo cha faida tarajiwa kilidhihirika zaidi. Kigezo hiki kilidhihirika zaidi kwa sababu mawasiliano yalitokea katika muktadha wa uchukuzi ambapo mantiki huzingatiwa sana ili kufikia malengo ya kibiashara. Hivyo, wahudumu wa bodaboda na abiria huzingatia zaidi mafanikio ya mawasiliano kuliko vipengele vya kijamii.

5.2.3 Athari za Kutumia au Kutotumia Mikakati ya Upole

Matokeo ya lengo la tatu yalionyesha kuwa pana athari chanya na hasi zinazodhihirika kwa mawasiliano kutokana na matumizi ya mikakati ya upole. Mikakati ya upole ilipozingatiwa, athari chanya ilithibitika kisha ilipokiukwa athari hasi ilibainika. Haya yanaendana na maelezo ya Brown na Levinson (1987) yanayoshikilia kwamba, mikakati ya upole inapotumika katika mawasiliano kwa njia inayostahili huweza kusaidia katika kuendesha na kufanikisha mawasiliano. Utafiti huu ulibainisha kuwa, matumizi ya mikakati ya upole yaliathiri mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria kwa njia mbalimbali.

Kwanza, mikakati ya upole ilidumisha heshima katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Kupitia hali hii wahusika wa mazungumzo walijaribu wawezavyo ili kuhakikisha kuwa hawajadhuru nyuso za wenzao katika mawasiliano na kuwafanya wahisi vyema. Jambo hili liliwezekana kwa kuwa walishughulikia mahitaji ya uso chanya na hasi kama yaliyobainishwa na Brown na Levinson (Ktj.) na Goffman (1967). Pili, mikakati ya upole ilichangia katika kufanikisha mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Ufanisi ulifikiwa kwa kuwa mikakati ya upole ilitumika katika kuwashawishi abiria ili wakubali kusafirishwa na kurahisisha makubaliano. Hali ilifanya mawasiliano yaweze kuendesha vyema na kufikia hatima bila migogoro. Kwa njia moja au nyingine migogoro ikitokea na kupandisha hisia za wahusika katika mazungumzo, matokeo yalionyesha kuwa, mikakati ya upole huweza kutumika ili kutuliza hisia zile.

Tatu, matokeo ya utafiti huu yalionyesha kuwa mikakati ya upole ilikuwa na athari katika kuwafanya wahudumu wa bodaboda na abiria kufikia malengo ya mawasiliano. Nne, mikakati ya upole ilileta athari ya raghba wakati wa mawasiliano. Ilibainika kuwa mhudumu wa bodaboda au abiria anapotumia mikakati ya upole, huwa na uwezo wa kuvuta makini ya mwenzake katika mawasiliano.

Tano, ilibainika kuwa uzingatiaji wa mikakati ya upole huleta athari ya kuokoa muda wa mawasiliano. Hii ni kwa sababu ujumbe huwasilishwa moja kwa moja bila utata kama walivyopendekeza (Lakoff, 1973; Grice, 1975; Brown na Levinson, 1987). Sita, uzingatiaji wa mikakati ya upole unaweza kudumisha mahusiano baina ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Misingi ya mawasiliano ya baadaye hujengwa na mahusiano ya kirafiki kukuzwa. Kupitia matumizi ya mikakati ya upole, wanaowasiliana hujihisi salama na kuwa huru katika kujieleza kikamilifu kwa wenzao. Uzingatiaji wa mikakati ya upole ulijenga mazingira mema ya kujuana na kufahamiana kwa wahudumu wa bodaboda na abiria na kuweza kudumisha mahusiano yao.

Kwa upande mwingine, matokeo ya utafiti yalionyesha athari hasi ya kukiuka matumizi ya mikakati ya upole kwa mawasiliano. Ilibainika kuwa ukiukaji wa matumizi ya mikakati ya upole ulisababisha mada nyeti kama vile kifo kuzungumziwa hadharani. Hili lilidhuru haiba za wahusika katika mawasiliano. Matokeo ya utafiti yalionyesha kuwa nyuso zilipohasiriwa mawasiliano yangekatika. Matokeo haya yanakubaliana na ya yale ya Wafula (2019) yaliyoonyesha kuwa kutotumia upole hulenga kuhasiri au kutishia nyuso za wengine na kuvunja mawasiliano kimakusudi.

5.3 Hitimisho

Utafiti huu ulichunguza upole katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria wa Kaunti Ndogo ya Mbooni, Makueni, Kenya. Ilibainika kuwa, wahudumu wa bodaboda walitumia mikakati ya upole ambayo ni; mkakati chanya, mkakati hasi, mkakati ndani ya rekodi, mkakati nje ya rekodi na mkakati wa kutosema chochote. Kati ya mikakati hii yote mkakati uliotumika zaidi ni mkakati chanya upole (43%). Mkakati huu ulitumika zaidi kwa kuwa iliwalazimu wanabodaboda kuwafanya abiria wao kuhisi wametambuliwa, wamekubaliwa na wamethaminiwa ili waweze kukubali maombi yao. Ili kufanikisha uteuzi huu, wanabodaboda na abiria waliongozwa zaidi

na faida tarajiwa ya matumizi ya mikakati ya upole. Matokeo haya yanadhihirisha umuhimu wa mkakati chanya katika kudumisha uhusiano mzuri na kufanikisha biashara katika sekta ya bodaboda. Isitoshe, mikakati ya kuwa ndani ya rekodi na nje ya rekodi ilitumika kwa kiwango cha wastani. Mikakati iliyotumika kwa viwango vidogo zaidi ilikuwa ni mkakati wa kutosema chochote na mkakati hasi. Hivyo, wahudumu wa bodaboda na abiria hutumia mikakati yote ya upole kwa kuchochewa na sababu mbalimbali na huchangia pakubwa katika kuboresha mawasiliano yao.

Kupitia matumizi ya mikakati ya upole, wahudumu wa bodaboda walifanikiwa katika kuendeleza shughuli ya mawasiliano na kufikia malengo ya kibiashara. Matumizi ya mikakati ya upole yalipokiukwa, mara nyingi mawasiliano yalivunjika. Isitoshe, sababu zilizogunduliwa katika utafiti huu zilichangia pakubwa katika kuwafanya wahudumu wa bodaboda na abiria kuzingatia au kukiuka upole. Hivyo, mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria huhusisha uzingatiaji na ukiukaji wa matumizi ya mikakati ya upole. Uzingatiaji wa matumizi ya mikakati ya upole unapotekelezwa kwa busara una athari chanya kwa mawasiliano. Kwa upande mwingine, mikakati ya upole inapokiukwa huzua athari hasi kama vile kuvunjika kwa mawasiliano. Aidha, matokeo ya utafiti yalibainisha kuwa, mikakati ya upole inapotumika kupita kiasi au kwa njia isiyofaa ina uwezo wa kuzua athari hasi kwa biashara ya wanabodaboda. Kwa mfano, wanapotumia mkakati chanya wa kuzidisha makubaliano, ni vyema kuwa waangalifu. Hii ni kwa sababu, kule kuridhia mapendekezo ya abiria kuhusu nauli kwa lengo la kukwepa mivutano, kusipofanywa kwa busara kunaweza kukaathiri biashara yao kwa njia hasi.

Nadharia ya Upole ilisaidia utafiti huu katika kuunda malengo na kutafsiri matokeo ya utafiti. Isitoshe, matokeo ya utafiti huu yanaiarifu nadharia kwa kutoa ushahidi unaounga nadharia mkono na kuboresha mawazo yake ya kidhana. Mbali na vipengele vya kijamii ambavyo husisitizwa na nadharia kama vigezo vya uteuzi wa mikakati ya upole, utafiti huu uligundua kuwa katika muktadha wa uchukuzi, wahusika huzingatia sana faida ya matumizi ya upole. Hivyo, uteuzi wa kimantiki hutumika ili kufikia malengo ya mawasiliano. Utafiti huu unachangia pakubwa katika taaluma ya Pragmatiki hasa kwa kuipa lugha maana katika muktadha wa uchukuzi wa bodaboda na kuweza kuchangia mawasiliano. Isitoshe, unachangia taaluma ya

Isimujamii kwa kuonyesha namna ambavyo lugha ya upole hutumika katika sajili ya biashara, hususan uchukuzi wa bodaboda.

Kwa taaluma ya mawasiliano, utafiti huu ni muhimu kwani unaboresha mawasiliano kati ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Isitoshe, utafiti huu umetambua ujuzi muhimu ambao ukitumika na washikadau na watunga sheria katika sekta ya bodaboda, huduma katika sekta ya hii zitaimarika katika eneo la Mbooni lililo katika kaunti ya Makueni, nchini Kenya. Kupitia hali hii, mawasiliano katika sekta hii yataadumishwa na kuimarisha hali ya kuridhika kwa abiria, na baadaye kuimarisha uchumi.

5.4 Mapendekezo

Sehemu hii imewasilisha mapendekezo ya jumla na mahususi kulingana na matokeo ya utafiti.

a) Mapendekezo ya Jumla

Mawasiliano ni muhimu katika kufanikisha shughuli ya uchukuzi katika sekta ya bodaboda. Baadhi ya wahudumu wa bodaboda walieleza kuwa hawafunzwi kuhusu namna ya kuwasiliana na abiria wakati wanasomea uendeshaji wa bodaboda. Utafiti huu unapendekezea waandalizi wa mitaala ya kufunzia uendeshaji wa bodaboda, watilie maanani programu zinazohamasisha mbinu bora za mawasiliano. Mbali na kufunzwa mbinu za kuwasiliana na wahudumu wenza na madereva wengine kwa kuzingatia ishara za barabarani, wafunzwe kuhusu namna ya kuwasiliana na abiria kwa kutumia mikakati ya upole.

Isitoshe, utafiti huu unapendekezea watunga sera wawe na sheria inayohimiza matumizi ya lugha ya upole katika sekta ya uchukuzi wa bodaboda. Hii hatua ni kwa lengo la kudhibiti changamoto za kimawasiliano zinazodhihirika miongoni mwa wahudumu wa bodaboda, abiria na wanajamii wote kwa jumla.

b) Mapendekezo Mahususi ya Tafiti za Baadaye

Utafiti huu ulijikita katika kuchunguza mikakati ya upole, sababu za kutumia au kutotumia upole na athari zake katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria. Nadharia ya Upole ya Brown na Levinson (1987) ilitumika. Mtafiti

anapendekezea watafiti wa baadaye waendeleze utafiti huu kwa kushughulika yafuatayo;

- i. Mikakati ya upole katika mawasiliano ya Kiteknolojia (hasa simu) ya wahudumu wa bodaboda na abiria.
- ii. Kwa kuelekezwa na nadharia tofauti kama vile Kanuni za Leech na muktadha tofauti wa kitamaduni, mikakati ya upole ichunguzwe katika mawasiliano baina ya wahudumu wa bodaboda na wahudumu wenzao.
- iii. Namna matokeo tarajiwa huchochea uteuzi wa upole miongoni mwa wahusika wa mazungumzo ya kidijitali.

5.5 Hitimisho ya Sura

Sura hii imewasilisha mjadala wa matokeo ya utafiti pamoja na hitimisho lililotokana na uchanganuzi wa data. Matokeo ya utafiti yameonyesha kuwa, malengo ya utafiti huu yalifanikiwa kikamilifu. Mikakati ya upole ilibainishwa na sababu za matumizi yake. Athari za matumizi ya upole katika mawasiliano ilichanganuliwa na mapendekezo kwa washikadau wa sekta ya bodaboda yakatolewa. Pia, mapendekezo kwa ajili ya tafiti za baadaye yameorodheshwa.

MAREJELEO

- Adamba, W. (2019). Accident Predisposing Factors on Operational Performance of Bodaboda Projects: A Case of Lurambi Subcounty, Kakamega County, Kenya. In *Master Thesis, University of Nairobi* (Issue 8).
- Acheampong, D., & Kwarteng, M. (2021). A Pragmatic Analysis of Impoliteness in Selected Ghanaian Social Interactions. *Journal of English Language Teaching and Applied Linguistics*, 3(3), 32–40. <https://doi.org/10.32996/jeltal.2021.3.3.5>
- Adminleo (2018, Machi 12) BODABODA: Kizingiti kikuu cha hali ya Usalama Nchini. *Taifa leo*. <https://taifaleo.nation.co.ke/habari-mseto/bodaboda-kizingiti-kikuu-cha-hali-ya-usalama-nchini>
- Amone, C. (2021). Boda-boda, Youth Employment and Globalisation in Uganda. *American Research Journal of History and Culture*, 7(1), 1–9. <https://doi.org/10.21694/2379-2914.21001>
- Ann, R. M. (2014). *Mikakati ya upole katika vipindi vya runinga: Mawaidha na Bi. Msafwari katika Rungu ya Citizen*. Tasnifu ya uzamili katika Kiswahili: Chuo Kikuu Cha Nairobi. (Haijachapishwa)
- Ali, M. K. (2022) Matumizi ya Lugha ya Upole Katika Mazungumzo ya Wauza Bidhaa za Promosheni Majumbani Kisiwani Unguja (Doctoral Dissertation, Suza)
- AlShlowi, A. H. (2023). An Analysis of Politeness Strategies used by Non-Native Saudi English Speakers in Family Gatherings. *Journal of English Language Teaching and Applied Linguistics*, 5(2), 15–24. <https://doi.org/10.32996/jeltal.2023.5.2.2>
- Anuonye, F. D. (2018). Politeness Strategies in Conversational Discourse as a Panacea for Emerging Conflict. *Interdisciplinary Journal of African & Asian Studies*, 1(4), 1–9.
- Arosanyin, G. (2010). Earnings from Commercial Motorcycle Operations in Ilorin, Nigeria: A Study on Determinants. *Ghana Journal of Development Studies*, 7(2), 53–66.
- Ascigil, E., Gunaydin, G., Selcuk, E., Sandstrom, G. M., & Aydin, E. (2025). Minimal Social Interactions and Life Satisfaction: The Role of Greeting, Thanking, and Conversing. *Social Psychological and Personality Science*, 16(2), 202–213. <https://doi.org/10.1177/19485506231209793>
- Attado, B. (2022). The use of Politeness Strategies for Conflict Resolution in Marital Relationship by Wives in Awka. *Nigerian Journal of African Studies (Njas)*, 4(1), 2734–3146.
- Ayunikmah, C., Rahmatika, L., Agus, Wahyudi, B., Mohammed, & Hoque, S. (2023). Positive politeness strategies in the 2020 US candidate presidential debate: factors influencing their use. *BRU ELT Journal*, 1(1), 62–76. <https://doi.org/10.14456/bej.2023.5>
- Batool, S., Noreen, A., & Sultan, M. (2024). Exploring politeness strategies: A comparative study of speeches of American and Chinese Presidents at UNGA

- 78th session. *Journal of Excellence in Social Sciences*, 3(2), 1–18. <https://doi.org/10.69565/jess.v2024i3.222>
- Brown, P., & Levison, S. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge University Press.
- Chang, W. S., & Tsai, M. J. (2023). The Effect of Familiarity on Conversation Turns in Dyadic Conversation Among Chinese Older Adults. *SAGE Open*, 13(2), 1–11. <https://doi.org/10.1177/21582440231169630>
- Culpeper, J. (1996). Towards an anatomy of impoliteness. *Journal of Pragmatics*, 25(3), 349–367. [https://doi.org/10.1016/0378-2166\(95\)00014-3](https://doi.org/10.1016/0378-2166(95)00014-3)
- Culpeper, J. (2011). Politeness and impoliteness. *Pragmatics of Society*, 5, 393–438. <https://doi.org/10.1515/9783110214420.393>
- Dahl, A. (2023). What We Do When We Define Morality (and Why We Need to Do It). *Psychological Inquiry*, 34(2), 53–79. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2023.2248854>
- Daulay, S. H., Azmi, N., & Pratiwi, T. (2022). The Importance of Expressing Politeness: English Education Student's Perspectives. *Tarling: Journal of Language Education*, 6(1), 49–68. <https://doi.org/10.24090/tarling.v6i1.5158>
- Davies, B. (2000). Grice's cooperative principle: getting the meaning across. In *Leeds Working Papers in Linguistics and Phonetics* (Vol. 8, Issue 1962). <https://www.google.com.ph/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi-2>
- Dirgantara, B. G., & Gunawan, H. (2024). The Usage of Greetings Varieties at Widyatama Campus Environment: A Sociolinguistics Study. *JL3T (Journal of Linguistics, Literature and Language Teaching)*, 10(1), 80–95. <https://doi.org/10.32505/jl3t.v10i1.8047>
- Dingemans, M. (2025). *Huh? The valuable role of interjections*. Annual Review of Linguistics. Retrieved from <https://www.sapiens.org/language/linguistics-interjections-conversation-flow/>
- Dooly, M., Moore, E., & Vallejo, C. (2017). *Research ethics*. In E. Moore & M. Dooly (Eds). *Qualitative Approaches to Research on Plirilingual Education* (pp.351-362) Reaserch-publishing net. <https://doi.org/10.14705/rpnet.2017.emmd2016.634>
- Duevel, C. (2019). SAGE Research Methods. *The Charleston Advisor*, 19(4), 38–41.
- Evizariza. (2024). *Cross-Cultural Pragmatics : Understanding Politeness Strategies in Intercultural Communication*. 1(2), 109–120. <https://doi.org/10.62207>
- Farida, F., & Yuliana, D. (2019). Politeness Strategies in WhatsApp Text Messaging Between Sundanese Students and Lecturers. *UPI 2nd International Conference on Language, Literature, Culture and Education (ICOLLITE 2018) Politeness*. <https://doi.org/10.2991/icollite-18.2019.37>
- Febriantini, W. A., Fitriati, R., & Oktaviani, L. (2021). An Analysis of Verbal and

- Non-Verbal Communication in Atistic Children. *Journal of Research on Language Education*, 2(1), 53. <https://doi.org/10.33365/jorle.v2i1.923>
- Fitriyani, S., & Andriyanti, E. (2020). Teacher and Students' Politeness Strategies in EFL Classroom Interactions. *IJELTAL (Indonesian Journal of English Language Teaching and Applied Linguistics)*, 4(2), 259. <https://doi.org/10.21093/ijeltal.v4i2.473>
- Fletcher, J. (2015). Ethical approval for all studies involving human participants. *Cmaj*, 187(2), 91. <https://doi.org/10.1503/cmaj.141538>
- Gan, A. D., David, M. K., & Dumanig, F. P. (2015). Politeness strategies and address forms used by Filipino domestic helpers in addressing their Malaysian employers. *Language in India*, 15(1), 46–73.
- Goffman, E. (1967). *Interaction Ritual: Essays on face-to-face behavior*. Garden city, NY: Doubleday
- Graham-Wisener, L., Nelson, A., Byrne, A., Islam, I., Harrison, C., Geddis, J., & Berry, E. (2022). Understanding public attitudes to death talk and advance care planning in Northern Ireland using health behaviour change theory: a qualitative study. *BMC Public Health*, 22(1), 1–19. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-13319-1>
- Grice H.P. (1975). *Logic & Conversation*. New York: New York Academic Press.
- Gross, J., & Vostroknutov, A. (2022). Why do people follow social norms? *Current Opinion in Psychology*, 44, 1–6.
- Johnson, D. M., Yang, A. W., Brown, P., & Levinson, S. C. (1988). Politeness: Some Universals in Language Usage (Studies in Interactional Sociolinguistics 4). *TESOL Quarterly*, 22(4), 660. <https://doi.org/10.2307/3587263>
- Hamood, B., & Challob, A. (2023). Age Impact on the Use of Politeness Strategies in Online Interaction by EFL Students in Al-Anbar Distinguished School for Girls. *Al-Adab Journal*, 145, 43–52. <https://doi.org/10.31973/aj.v2i145.4195>
- Haryanto, H., Indriani, N., Safar, M., Fansiska, F. W., & Dewi, D. U. (2024). The Use of Politeness Strategy and The Influence Factors in Political Talk Show. *Surakarta English and Literature Journal*, 7(1), 86–100.
- Hassan, H., Mohd. Sapuan, W. N., Azmimirad, A. M., & Rostam, N. L. S. (2022). The Employment of Language Politeness Strategies in Student-Lecturer Virtual Interaction. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(11), 2826–2836. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i11/15372>
- Hartini, N., Arbi, D. K. A., Tharbe, I. H. A., & Sumari, M. (2023). Written Language Politeness (of Short Messages on social media) and Emotional Intelligence: A Study in Indonesia and Malaysia. *Psychology Research and Behavior Management*, 16(March), 1141–1147. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S400783>
- Ibrahim, M. H., & Amilia, I. K. (2022). Navigating Respect and Rapport: A Comparative Analysis of Teacher and Student Politeness Strategies in EFL Classroom. *Journal of English Language Studies*, 7(1), 60–77. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JELS/article/view/3381>

- Jaafar, F., Ageli, N. (2022). The Use of Politeness Strategies in the Realization of the Speech act of Disagreement by EFL Learners. *International Journal of Linguistics, Literature and Translation (IJLLT)*, 5(11), 19–38. <https://doi.org/10.32996/ijllt>
- Juma, H. K. (2016). Tofauti za Matumizi ya Lugha katika Mikdadha mbalimbali ya Mazungumzo. *Kioo Cha Lugha*, 14(1), 12–24. <https://journals.udsm.ac.tz/index.php/kcl/article/viewFile/732/839>
- Jungco S., Agregado C., E. V. (2021). The Use of Politeness Strategies and Respect Markers by Call Center Agents. *International Journal of Social Science and Human Research*, 04(08), 1989–1995. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v4-i8-04>
- Kaur, K., Suppiah, P. C., Arumugam, N., & Idham, M. (2022). Politeness and Negotiation Strategies in Handling Customers: Conflict-Resolution. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(8), 1002–1017. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i8/14669>
- Kiango, J. G. (2002). Nafasi ya Kiswahili katika ujenzi wa jamii mpya ya Afrika Mashariki. *Swahili Forum*, 9(2), 143–154.
- Kioko, N. (2021). Mikakati ya Upole Katika Mawasiliano ya Wahudumu wa Magari ya Uchukuzi na Abiria katika lugha ya Kikamba. *Editon Consortium Journal of Kiswahili*, 3(1). <https://doi.org/10.51317/ecjkisw.v3i1.282>
- King James Bible. (2017). King James Bible Online. <https://www.kingjamesbibleonline.org/> (Original work published 1769)
- Knott, E., Rao, A. H., Summers, K., & Teeger, C. (2022). Interviews in the social sciences. *Nature Reviews Methods Primers*, 2(1), 1–36.
- Korta, K. (2008). Malinowski and pragmatics. Claim making in the history of linguistics. *Journal of Pragmatics*, 40(10), 1645–1660. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2007.12.006>
- Kurgat, M. (2024, Januari 19). Car Stoned in Kitengela after Allegedly hitting pedestrian. <https://www.the-star.co.ke/news/realtime/2024-01-19-car-stoned-in-kitengela-after-allegedly-hitting-pedestrian/>
- Kurzweil (2018, Jan 7). Malindi, Kenya: Basi la kampuni ya Simba Coach lachomwa moto baada ya kumgonga mwendesha piki piki. <https://www.jamiiforums.com/threads/malindi-kenya-basi-la-kampuni-ya-simba-coach-lachomwa-moto-baada-ya-kumgonga-mwendesha-pikipiki.1379081/>
- Lakoff, R. (1973). The logic of Politeness: or minding your p's and q's. In C. Corum et al., Eds. Papers from the ninth regional meeting of the Chicago Linguistic Society. Chicago Linguistic Society. Pp 292 – 305.
- Leech, G. (1983). Principles of politeness. London: Longman.
- Luvunga, K. C. (2021). The Contributions of Bodaboda Transport Business on the Livelihood of Youths in Arusha-Tanzania. *Tengeru Community Development Journal*, 8(1), 1-11, 2021. www.ticd.ac.tz

- Machira S. (2015). *Uchambuzi wa Mikakati ya Upole kama Inavyotumiwa na Wahusika Wakuu katika Tamthilia ya Mbaya Wetu*. Tasnifu ya Uzamili katika Kiswahili: Chuo Kikuu cha Nairobi. (Haijachapishwa)
- Magashi, S. (2023). The role of address terms in expressing politeness in social interaction in Sukuma. *Journal of Linguistics and Language in Education*, 17(2), 107–135. <https://doi.org/10.56279/jlle.v17i2.5>
- Maginnis, J. A. (2011). *Texting in the presence of others: the use of politeness strategies in conversation*. University of Kentucky Doctoral Dissertations 147. <https://uknowledge.uky.edu/gradschool-diss/147>
- Mapunda, G., & Sommer, G. (2017). When Shikamoo Mama/Baba replaces Tukuwoni Mawu/Dadi: An account of shifting access rituals among the Ngoni of Tanzania. *Linguistik Online*, 84(5). <https://doi.org/10.13092/lo.84.3847>
- Mburu, P. (2024, Machi 12). Maajenti wa Kifo: Ripoti ya NTSA, Bodaboda zinavyoangamiza watu. <https://taifaleo.nation.co.ke/habari-mseto/maajenti-wa-kifo-ripoti-ya-ntsa-bodaboda-zinavyoangamiza-watu>
- Maina, S. (2022, Machi 10). Wanabodaboda 16 Wanatuhuniwa kunyanyasa dereva mwanamke kuzuiliwa siku 15. <https://radio.jambo.co.ke/habari/yan-ayojiri/wanabodaboda-16-wanaotuhumiwa-kunyanyasa-dereva-mwanamke-kuzuiliwa-siku-15/>
- Malangwa, P. S. (2017). Challenges of Translating Cultural Expressions in Teaching Kiswahili to Foreigners. *Kiswahili Journal*, 77(2014). <https://www.a-jol.info/index.php/ksh/article/view/159376>
- Mason, M. (2010). Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews. *Forum Qualitative Sozialforschung*, 11(3).
- Medza, M. (2022, Machi 8). Kenya: Polisi yawatia mbaroni waendesha boda boda kwa kumshambulia mwanamke. <https://mwanzotv.com/2022/03/08/kenya-polisi-yawatia-mbaroni-waendesha-bodaboda-16-kwa-kumshambulia-mwanamke/6>
- M’Ngaruthi T. K. (2021). Mchango wa Lugha za Kiasili katika Uafikiaji wa Maendeleo Endelevu. *East African Scholars Publisher, Kenya Volume-4*, 7250(6), 242–247. <https://doi.org/10.36349/easjehl.2021.v04i06.002>
- M’Ngaruthi, T. K. (2019). Dhima ya Kiswahili katika Uimarishaji wa Utamaduni na Mazingira kwa Mujibu wa Katiba ya Kenya. *East African Scholars Journal of Education, Humanities and Literature*, 2(9), 534–538. <https://doi.org/10.36349/EASJEHL.2019.v02i09.006>
- Mohd. Tohit, N. F., & Haque, M. (2024). Forbidden Conversations: A Comprehensive Exploration of Taboos in Sexual and Reproductive Health. *Cureus*, 16(8). <https://doi.org/10.7759/cureus.66723>
- Mosha, E. S. (2023). Matumizi ya sitiari katika kazi za fasihi: Mifano kutoka nyimbo za kivunjo. *Kioo Cha Lugha*, 20(1), 18–35. <https://doi.org/10.4314/kcl.v20i1.2>
- Muge T. C. (2018). *Uchanganuzi wa Upole katika Mazungumzo ya Vipindi vya Sobetab Kapchi katika Idhaa ya Kass FM*. Tasnifu ya Uzamifu katika

Kiswahili:Chuo Kikuu cha Moi. (Haijchapishwa)

- Muia, P. I. (2003). *Perceptions About Death Among the Akamba in Kibwezi Divisions, Makueni District, Kenya*. University of Nairobi.
- Munene, C. (2024, Januari 20). Kitengela: 20 Suspects arrested after Bodaboda Riders damage car over Hit- and-Run incident. <https://www.citizen.digital/news/kitengela-20-suspects-arrested-after-boda-boda-riders-d>
- Mwadosho, S. (2024, Januari 19). Wahudumu wa Bodaboda walipiga mawe gari la mwanamke Kitengela kwa kudaiwa kusababisha ajali. <https://kiswahili.tuko.co.ke/kenya/535069-wahudumu-wa-bodaboda-walipiga-mawe-gari-la-mwanamke-kitengela-kwa-kudaiwa-kusababisha-ajali/>
- Mwangi, R. M. (2024). *Influence of Entrepreneurial Opportunities and the Growth Sustainability of Motorcycle (Boda-Boda) Industry for Economic Development in Murang ' a County , Kenya*. 4(4), 1–13.
- Nashruddin, N., Alam, F. A., & Harun, A. (2020). Moral Values Found in Linguistic Politeness Patterns of Bugis Society. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 4(1), 132–141. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v4i1.340>
- NCPD. (2017). *2015 Kenya National Adolescents and Youth Survey (NAYS) Makueni County*. www.ncpd-ke.org
- Ndung'u N. (2023). *How Kenya is preparing for global economic shocks*. <https://www.treasury.go.ke/wp/content/uploads/2023/01/how-kenya-is-preparing-for-global-economic-shock.pdf>
- Njuki, E., & Ireri, H. K. (2021). Positive and Negative Politeness Strategies Used by Kenya's Members of National Assembly. *OALib*, 08(08), 1–20. <https://doi.org/10.4236/oalib.1107690>
- Nyabuto, J. N., & Kariithi, F., & Mongare, E. (2021). Analysis of face threatening acts on the faces of widows and widowers in funeral context. *Research Journal in African Languages*, 2(1), 7–50. Retrieved from <https://royaliteglobal.com/african-languages/article/view/582>
- Nyambwogi, J. M. (2016). *Mikakati ya Upole na Uana: Tathmini ya Natala*. Chuo Kikuu cha Nairobi.
- Nyangi L. (2017). *Uchanganuzi wa kipragmatiki katikana filamu za kiswahili. Tasnifu ya Uzamili katika Kiswahili:Chuo Kikuu cha Nairobi*.
- Nurmalasari, I., Mujiyanto, J., & Joko Yulianto, H. (2021). The Use of Non-Verbal Communication in Supporting the Realization of Brown & Levinson Politeness Strategies. *English Education Journal*, 11(3), 452–464. <https://doi.org/10.15294/eej.v11i1.47832>
- Obidovna, D. Z. (2022). the Main Concepts of Politeness in Modern Linguopragmatics: The Politeness Principle by J. Leech. *International Journal of Pedagogics*, 02(11), 16–17.
- Okebiro, G. (2022). Influence of Boda Boda Riders' Behaviour on Road Safety and Socio-economic Well-being of Lodwar Town Residents in Turkana County,

- Kenya. *The International Journal of Humanities & Social Studies*, 10(11), 116–141.
- Okyere, S., Yang, J., & Adams, C. A. (2022). *Optimizing the sustainable multimodal freight transport and logistics system based on the genetic algorithm*. *Sustainability*, 14(18), Article 11577. <https://doi.org/10.3390/su141811577>
- Olingo, A (2022, August 8)). *Boda boda: What Kenya can learn from Rwanda to tame menace.3*. *TheEastAfrican*.<https://www.theeastafrican.co.ke/tea/news/eastafrica/boda-boda-kenya-can-learn-from-rwanda-3740612>
- Olorunsogo, D. (2020). Pilot study: Politeness Strategies in Selected Doctor- Patient Interactions in Ibandan Private Hospitals. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, IV(VIII), 2454–6186. www.rsisinternational.org
- Omenukwa, C. (2024). On the interdependence between language and culture. *Journal of Contemporary Research in Social Sciences*, 10(1), 15-29. <https://learning-gate.com/index.php/2641-0249/article/view/2023>
- Opondo, V. O., & Kiprop, G. (2018). *Boda Boda Motorcycle Transport*. National Crime Reaserch Centre Nairobi, Kenya. Report No. 14.<https://www.crimereaserch.go.ke/wp-content/uploads/2020/11/report-on-Boda-boda-Motorcycle-Transport-and-Security-challenges-in-Kenya-2018.pdf>
- Otieno, S. (2022). Kenyan police arrest 16 boda boda riders over sexual assault of motorist - The East African. *The East African*. <https://www.theeastafrican.co.ke/tea/news/east-africa/kenyan-police-arrest-16-sexual-assault-of-motorist-3740216>
- Pang, H. (2022). The investigation of politeness strategies in teacher-student interactions: The use of the Michigan corpus of academic spoken English. *Journal of Communication in Scientific Inquiry (JCSI)*, 4(1), 1–14.
- Pi, Z., Zhang, Y., Yu, Q., & Yang, J. (2023). A familiar peer improves students' behavior patterns, attention, and performance when learning from video lectures. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20(1), 1–21. <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00418-1>
- Potongwane, L. G. (2022). *Relation of language and culture*.https://www.researchgate.net/publication/363475319_relation_of_language_and_culture/downloaded_on_2023.10.23
- Rash, F. (2004). “Linguistic Politeness and Greeting Rituals in German-Speaking Switzerland”. Available online at http://www.linguistic-online.net/20_04/rash.html
- Sahib, A., Mubarak, J., & Rhaif, K. (2022). Politeness strategies in motivational storytelling by American commencement speakers. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 18(1), 22–39. <https://doi.org/10.52462/jlls.164>
- Salamzadeh, A. (2020). Five Approaches Toward presenting qualitative findings. *Journal of the International Academy for Case Studies*, 26(3), 1-2(2020)

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3674358

- Sapir E. (1921). Language. An Introduction to the Study of Speech. *The Modern Language Review*, 19(2), 253. <https://doi.org/10.2307/3713880>
- Sarila, H., Haristiani, N., & Widiarti, S. (2023). Politeness Strategies Used by Japanese and Indonesian Speakers on Social Media. *Chi'e: Journal of Japanese Learning and Teaching*, 11(2), 158–166. <https://doi.org/10.15294/chie.v11i2.74051>
- Schiffrin, D. (1984). Jewish argument as sociability. *Language in Society*, 13(3), 311–335. <https://doi.org/10.1017/S0047404500010526>
- Sharma, N. K. (2022). Instruments Used in the Collection of Data in Research. *SSRN Electronic Journal*, 1(May). <https://doi.org/10.2139/ssrn.4138751>
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sembiring, E. M., Simanjuntak, F. M. P., Tarigan, K. J., & Silalahi, V. (2023). Politeness in the EFL Classroom Interaction: Strategies in Avoiding Face Threatening Act (FTA). *Journal of Classroom Action Research*, 1(2), 18–26. <https://doi.org/10.52622/jcar.v1i2.73>
- Simon, J. (2014). Three case studies. *Education and Training in Solution-Focused Brief Therapy*, 149–154.
- Song, L. (2010). The Role of Context in Discourse Analysis. *Journal of Language Teaching and Research*, 1(6), 876–879. <https://doi.org/10.4304/jltr.1.6.876-879>
- Soo TV. (2025, May 19). *A boda boda rider in Mbooni, Makueni County was last ...* [Facebook post]. *Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/100088415692325/posts/a-boda-boda-rider-in-mbooni-mak%C3%BBeni-county-was-last-night-killed-by-unknown-pers/668737696083414/>
- Sovu, A. Y. (2021). *Changamoto za Uingizwaji wa Masuala Yahusiyo Lugha katika Sera za Elimu na Utamaduni: Haja ya kuwa na Sera Mahususi ya Lugha Tanzania*. 95–105. <https://journal.sjut.ac.tz/index.php/mnyampala/article/view/11>
- Stephan E, L. N. (2010). Politeness and Psychological Distance: A Construal Level Perspective. *J Pers Soc Psychol.*, 98(2), 268–280. <https://doi.org/10.1037/a0016960>. Politeness
- STK Media Kenya. (2025, May 18). *BREAKING NEWS; A bodaboda operator named Dan, has been killed by the passengers (2) he was ferrying from Kwandunda towards Kiteta Girls, Mbooni.* *Facebook*. <https://www.facebook.com/100071050613991/posts/breaking-news-a-bodaboda-operator-named-dan-has-been-killed-by-the-passengers-2-/705138621864485/>
- Taylor, S., Simpson, J., & Hardy, C. (2022). The Use of Humor in Employee-to-Employee Workplace Communication: A Systematic Review With Thematic Synthesis. *International Journal of Business Communication*. <https://doi.org/10.1177/10775132221107751>

g/10.1177/23294884211069966

- Thanh, P. T. K., Ngoc, D. T., An, L. T., Thu, N. T. T., & Huong, L. D. T. (2022). Types of Politeness Strategies and Degrees of Politeness Performed by English Major Students in Requesting for Help. *European Journal of Education Studies*, 9(12), 90–118.
- Thennavan, S., & M.R. Chandra. (2017). Context in Communication: A Linguistic Study of the Interaction between the Context in Communication: A Linguistic Study of the Interaction between the Chinese and the Indians in Chennai, India. *Journal of Research in Humanities and Social Science*, 3(12).
- Abdel Haleem, M. A. S. (Trans.). (2004). *The Qur'an* (1st Ed.). Oxford University Press.
- Tiryakian, E. A., & Goffman, E. (1967). Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior. *American Sociological Review*, 33(3), 462. <https://doi.org/10.2307/2091926>
- Tracy, S. J. (2020). *Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact* (2nd Ed.). John Wiley & Sons.
- Trávníková, P. (2012). Building Rapport in an Online Community Via Positive Politeness Strategies. *Discourse and Interaction*, 5(2), 67. <https://doi.org/10.5817/di2012-2-67>
- Treasury, T. N. (2022). *BUDGET STATEMENT; FY 2022/23 Theme: “Accelerating Economic Recovery for Improved Livelihood.”* www.treasury.go.ke
- TUKI (1990). *Kamusi Sanifu ya Isimu na Lugha*. Dar es Salaam, Tanzania: TUKI.
- TUKI (2004) *Kamusi ya Kiswahili Sanifu*. Dar es Salaam: Oxford University Press
- Vision 2030 team (2006). KENYA: Vision 2030. *Africa Research Bulletin: Economic, Financial and Technical Series*, 43(10), 17142B-17142C. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6346.2006.00556.x>
- Wafula, M. (2019). *Mikakati ya Utoupole katika Tamthiliya ya Pango ya Kyallo Wadi Wamiila*. Tasnifu ya Uzamili katika Kiswahili: Chuo Kikuu cha Nairobi. (Haijachapishwa)
- Wangia, J. I., & Otonde, L. A. (2020). Politeness in Teacher-Student Interactions in a Kenyan Secondary School Context and Implications for Pedagogy in Communication Skills. *Open Journal of Modern Linguistics*, 10(02), 104–124. <https://doi.org/10.4236/ojml.2020.102007>
- Wa, Thiong’o, N. (1986). *Decolonising the Mind: The Politics of Language and African Literature*. Nairobi: Heinemann Kenya.
- Wanyama, K. J. L., Simwa, W. P., & Gwachi, J. (2018). Ubandikaji Majina na Majumlishi Memeto kama Mikakati ya Propaganda Katika Mdahalo wa Urais wa Kenya 2013. *Journal of Contemporary Research in Humanities and Social Sciences*. <http://repository.embuni.ac.ke/handle/123456789/4158>
- Waziri, Z. Y. (2022). Politeness Theory and Resolution of Misunderstandings in Social Media Communication. *Nsukka Journal of the Humanities*, 30(2), 61–70.

<https://doi.org/10.62250/nsuk.2022.30.2.61-70>

White, M. G. (2020). Why Human Subjects Research Protection is Important. *Ochsner Journal*, 20(1), 16–33. <https://doi.org/10.31486/toj.20.501>

VIAMBATISHO

Kiambatisho I: Maswali Elekezi ya Wahudumu wa Bodaboda

Jina langu ni Faith Mbithe Kathukya. Mimi ni mwanafunzi wa uzamili katika Chuo Kikuu cha Embu. Nakala hii ni ya maswali elekezi ya utafiti unaochunguza mikakati ya upole katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria wa eneo la Mbooni. Umechaguliwa kuhusika kwenye utafiti huu kwa kutekeleza wajibu wa mhojiwa. Data utakayoitoa itatumika kwa ajili ya utafiti pekee na haitaweza kuvuruga biashara ya wanabodaboda kwa vyovyote vile. Tafadhali ninakuomba kwa heshima umsaidie mtafiti kwa kujibu maswali utakayoulizwa kwa uaminifu.

SEHEMU A: MAELEZO YA KIMSINGI

1. Jinsia

Kike () Kiume ()

2. Umri:

Miaka 18-35 ()

Miaka 36 kwenda juu ()

3. Unafanya kazi kama mhudumu wa bodaboda katika kituo kipi?.....

4. Kiwango chako cha elimu ni kipi (Onyesha kwa kutiki)

Ulihhitimu;

Shule ya msingi ()

Shule ya upili ()

Ashtashahada "certificate" ()

Stashada "diploma" ()

Shahada "degree" ()

SEHEMU B: Upole katika Mazungumzo ya Wanabodaboda

5. Umehudumu kama mhudumu wa bodaboda kwa muda gani?.....
6. Je, unafurahia kazi unayoifanya ya kuendesha bodaboda hasa kwa kuzingatia namna unaingiliana na abiria? Ndiyo () au La ()
 - a) Ikiwa “ndiyo” kwa nini?.....
 - b) Ikiwa “la” kwa nini?.....
7. Unazungumza vipi na abiria ili akubali huduma yako ya kumsafirisha? Maneno yapi unayatumia na kwa nini?.....
8. Maneno hayo yanasaidia mawasiliano yenu? vipi?
9. Ni matendo yapi ambayo abiria hufanya na huwa yanakukasirisha?.....
10. Ni changamoto zipi za kimawasiliano umekumbana nazo katika huduma ya kuendesha bodaboda? Ulizitatua vipi?.....
11. Ni jambo gani ungependa abiria afahamu kuhusu namna ya kuzungumza nawe kama mwanabodaboda?.....
12. Ni wapi haswa unafikiri abiria wanafaa kurekebisha wanapozungumza nanyi?.....

ASANTE SANA KWA MAJIBU YAKO.

Kiambatisho II: Maswali Elekezi ya Abiria

Jina langu ni Faith Mbithe Kathukya. Mimi ni mwanafunzi wa uzamili katika Chuo Kikuu cha Embu. Nakala hii ni ya maswali elekezi ya utafiti unaochunguza mikakati ya upole katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria wa eneo la Mbooni. Umechaguliwa kuhusika kwenye utafiti huu kwa kutekeleza wajibu wa mhojiwa. Data utakayoitoa itatumika kwa ajili ya utafiti pekee na haitaweza kuvuruga biashara ya wanabodaboda kwa vyovyote vile. Tafadhali ninakuomba kwa heshima umsaidie mtafiti kwa kujibu maswali utakayoulizwa kwa uaminifu.

SEHEMU A: MAELEZO YA KIMSINGI

1. Jinsia

Kike () Kiume ()

2. Umri:

Miaka 18-35 ()

Miaka 36 kwenda juu ()

3. Kiwango chako cha elimu ni kipi (Onyesha kwa kutiki)

Ulihhitimu;

Shule ya msingi ()

Shule ya upili ()

Ashtashahada “certificate” ()

Stashada “diploma” ()

Shahada “degree” ()

SEHEMU B: Upole katika Mazungumzo ya Abiria

4. Je, unapenda namna wahudumu wa bodaboda huwasiliana na abiria?.....
Ikiwa ndiyo kwa nini?.....
Ikiwa la kwa nini?.....
5. Unazungumza vipi na mhudumu wa bodaboda ili akubali kukubeba kukupeleka unakokwenda? Maneno yapi hutumika?.....
6. Unafikiri maneno hayo yanasaidia vipi mazungumzo yenu?.....
7. Ni mambo yapi wahudumu wa bodaboda hufanya wanapozungumza yasiyokufurahisha?.....
8. Je, umewahi kukumbana na changamoto za kimawasiliano unapoongea na mhudumu wa bodaboda?
Ulizitatua vipi?.....
9. Ni mambo gani unahisi wahudumu wa bodaboda wanafaa kurekebisha wanapozungumza na abiria.....

ASANTE SANA KWA MAJIBU YAKO.

Kiambatisho III: Mwongozo wa Uchunzaji

Uchunzaji wa Mawasiliano ya Wahudumu wa Bodaboda na Abiria

Jedwali 3;

Tabia inayochunzwa	Ndio	La
1. Ni nani anaanzisha mawasiliano: a. Mhudumu wa bodaboda b. Abiria		
c. Mawasiliano yanaanzishwa vyema kwa salamu		
2. Mazungumzo yanaanza moja kwa moja		
3. Mhudumu wa bodaboda anajali uso wa abiria		
4. Abiria anajali uso wa mhudumu wa bodaboda wakati wa kuwasiliana		
5. Maneno ya adabu na heshima yanatumika		
6. Toni ipi ya mazungumzo inatumika a. Ya juu b. Ya chini		
7. Mhudumu wa bodaboda na abiria wanakubaliana		
8. Wasipokubaliana, wanajaribu kuleta makubaliano kwa kutumia lugha ya upole		
9. Ishara uso zinadhihirisha kuridhika kwa kila mhusika		
10. Mawasiliano yanaendelezwa vyema bila kukatika/kuvurugika		
11. Mawasiliano yanaisha vyema		

Kiambatisho IV: Kibali cha Kushiriki katika Utafiti cha Watafitiwa

Jina langu ni Faith Mbithe Kathukya. Mimi ni mwanafunzi wa uzamili katika Chuo Kikuu cha Embu anayefanya utafiti unaochunguza kuhusu “Mikakati ya Upole katika Mawasiliano ya Wahudumu wa Bodaboda na Abiria: Uchunguzi Kifani wa Kaunti Ndogo ya Mbooni, Makueni, Kenya.” Umechaguliwa kuhusika kwenye utafiti huu kwa kutekeleza wajibu wa mhojiwa. Data utakayoitoa itatumika kwa ajili ya utafiti pekee na umeteuliwa kimakusudi ili umsaidie mtafiti kwa kujibu maswali utakayoulizwa kwa uaminifu.

Usiri wa data

Maoni yako/ majibu yako ya usaili yatahifadhiwa kwa usiri wa hali ya juu na yatumika kwa ajili ya utafiti pekee. Vitambulishi vya kipekee vitatumika kwa hivyo hakuna mahali ambapo jina lako halisi litatumika. Hakuna mtu mwingine yeyote isipokuwa mtafiti atasoma data utakayoitoa.

Hatari

Utafiti huu hautaleta madhara yoyote kwako kama mtafitiwa. Hakuna swali lolote litaulizwa litakaloathiri hisia zako kwa njia hasi. Data utakayoitoa haitavurunga biashara ya wahudumu wa bodaboda kwa vyovyote vile.

Umuhimu

Utafiti huu utakuwa na umuhimu kwa wahudumu wa bodaboda, washikadau katika sekta ya bodaboda, abiria, wanajamii kwa jumla, wasomi na watafiti wa baadaye. Isitoshe, utachangia maarifa ya kitaaluma hasa katika isimujamii na uamali kwa kuipa lugha maana hasa inapohusishwa na wanabodaboda katika muktadha wa uchukuzi wa bodaboda. Kielimu, utafiti huu utasaidia katika kufikia lengo la Mtaala wa Kiumilisi (CBC) ambalo ni kuwawezesha wanafunzi kupata ujuzi na umilisi wa mawasiliano na ushirikiano kwa kurejelea mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria.

Uhusika

Uhusika wako utafiti huu ni wa kujitolea binafsi bila ulazimishwaji. Una uhuru wa kujibu maswali ya usaili au ukatae kuyajibu kulingana na hiari yako. Hakuna fedha

zozote utapata kama tuzo ya kuhusika kwenye utafiti huu. Uamuzi wako hautaathiri uhusiano wako na mtafiti kwa vyovyote vile. Kama utakubali kuhusika kama mtafitiwa katika utafiti huu utahitajika utie sahihi katika sehemu ifuatayo.

Kibali

Nimesoma na kuelewa ujumbe uliowasilishwa hapo juu. Naelewa kwamba ushiriki wangu katika utafiti ni wa hiari/kujitolea na nathibitishwa kwa kutia sahihi ya kuonyesha kuwa nimekubali.

Jina la mtafitiwa.....

Sahihi

Tarehe.....

.

Kiambatisho VII: Cheti cha Idhini ya Maadili

NACOSTI ACCREDITED



ISERC/MA/010/2024

**INSTITUTIONAL SCIENTIFIC AND ETHICS REVIEW
COMMITTEE**

ACCREDITED BY THE NATIONAL COMMISSION FOR SCIENCE, TECHNOLOGY
AND INNOVATION (NACOSTI, KENYA)

**CERTIFICATE OF ETHICAL
APPROVAL**

THIS IS TO CERTIFY THAT THE PROPOSAL SUBMITTED BY:

FAITH M. KATHUKYA
REFERENCE NO:
ISERC/MA/010/2024

ENTITLED:

**Upole katika mawasiliano ya wahudumu wa bodaboda na abiria:
uchunguzi kifani wa kaunti ndogo ya mbooni, Makueni, Kenya**

TO BE UNDERTAKEN AT:
MAKUENI, KENYA

FOR THE PERIOD
FROM: 5/9/2024 TO: 4/9/2025

HAS BEEN **APPROVED** BY THE INSTITUTIONAL SCIENTIFIC
AND ETHICS REVIEW COMMITTEE AT ITS SITTING HELD AT PWANI
UNIVERSITY, KENYA

ON THE 4/9/2024

CHAIRMAN

SECRETARY

LAY MEMBER



Institutional Scientific and Ethics Review Committee

Pwani University, www.pw.ac.ke, email: iserc@pw.ac.ke, tel: 0719 182218, 0720785780
The ISERC: Giving Integrity to Research for Sustainable Development