

Mikakati ya Upishaji na Unyakuzi wa Zamu katika Mawasiliano ya Facebook

Bernard Mahero Toboso¹ na Mosol Kandagor²

¹*Chuo Kikuu Kishiriki cha Alupe, Kenya*

²*Chuo Kikuu cha Moi, Kenya*

Ikisiri

Upishanaji zamu ni mkakati maarufu katika mawasiliano ya ana kwa ana. Hii ni miافaka ambayo hutawala mawasiliano na kuwasaidia wazungumzaji kuwasiliana bila kuwepo kwa mizozo ya kizamu. Facebook, hata hivyo, ni mtandao unaotawaliwa na mawasiliano ya kimaandishi. Ingawaje ni hivyo, mawasiliano hayo huwa ya kimajibizano kama yale ya mazungumzo ya ana kwa ana. Uatafiti huu unatalii mawasiliano ya Facebook na kuchanganua mbinu za marafiki za kupishana zamu ya mawasiliano. Matokeo yake yatasaidia kutoa fahamisho la viashiria vya mwisho na mwanzo wa tamko katika mawasiliano ya Facebook ikikumbukwa kwamba mawasiliano ya Facebook ni ya kimaandishi japo yana sifa za mazungumzo ya ana kwa ana.

Maneno Muhimu: Upishanaji Zamu, Mawasiliano, Viashiria, Facebook

Utangulizi

Utaratibu wa mzungumzaji mmoja kukoma kuzungumza na mwingine kuchukua zamu kwa njia ya shwari na ya upatanifu imechukuliwa na baadhi ya wataalamu kama sifa mojawapo muhimu zaidi ya mawasiliano ya ana kwa ana (tazama Speier, 1972, 1973; Jaffe, 1970; Wiemann na Knapp, 1975). Hali kwamba wazungumzaji huwatathmini wenzao kwa kuzingatia njia zao za kuzungumza inamaanisha kwamba miundo ya mawasiliano na njia zetu za kushiriki katika mawasiliano ni muhimu jinsi ulivyo ujumbe uliomo katika mawasiliano hayo. Goffman (1959) anasisitiza kwamba watu wawili au zaidi wanapoanza kuzungumza, mkataba wa kiishara hujengeka kati yao. Anashikilia kwamba mkataba huu ndio huongoza majukumu ya kila mzungumzaji wakati wa mawasiliano kati yao na mojawapo ya majukumu ni lile la kuheshimiana na kuthaminiana wakati wa mazungumzo.

Tamaduni mbalimbali za ulimwengu zimeweka kaida za kuongoza wanajamii katika mazungumzo. Kaida hizi ndizo huleta miافaka ya kuongoza mazungumzo, kutegemea uhusiano uliopo kati ya wazungumzaji. Kwa kuzingatia miافaka inayojengeka, heshima hudumu na kufanikisha mazungumzo yanayotokea. Kaida za mazungumzo huongoza wazungumzaji bila kupangwa wala kufikiriwa. Hili hutokea ili kila mzungumzaji awasiliane kwa utaratibu unaofuata kaida bila kuzikiuka.

Wazungumzaji huzingatia kaida hizi bila kujua hadi kaida inapokiukwa ndipo itambulike kwamba kaida ilikuwa ikifuatwa (Goffman, 1967). Goffman anasisitiza kwamba kaida inapokiukwa, wazungumzaji hufanya juhudi za kurejesha mwafaka wa mazungumzo. Sababu ni kwamba mzungumzaji asiyefuata kaida huwa amejitenga na wazungumzaji wengine. Kwa hivyo, ukiukaji wa kaida husababisha juhudi za kujirekebisha ili kukubaliwa tena na wawasilianaji wenza. Kila mwasilianaji hujitahidi kuthibitisha umilisi wake wa kaida za mawasiliano. Jinsi asemavyo Spier (1973), ufahamu kamilifu wa kaida hizi huonyesha kwamba mwasilianaji anafahamu na kufuata utamaduni wa jamii yake.

Utamaduni wa mawasiliano pia huongoza ugavi wa muda wa mawasiliano. Wiemann na Knapp (1975) wanasisitiza kwamba kila mzungumzaji hupewa muda wa kuzungumza kutegemea kiasi cha ujumbe wa kuwasilishwa. Anasisitiza kwamba mzungumzaji anayetawala mazungumzo huchukuliwa kuwa mhujumu wa mazungumzo; naye mzungumzaji anayekatiza mno mazungumzo ya wenzake huchukuliwa kuwa mkaidi. Utamaduni wa kila jamii ya wazungumzaji huwaongoza katika kufahamu kaida zinazotawala mazungumzo katika jamii zao. Kwa hivyo, kila mzungumzaji huhitaji kufahamu kaida za jamii yake ili kuepuka kuzikiuka na kuonekana mwenye hujuma au mkaidi.

Duncan (1972 & 1973) anajadili kaida tatu ambazo huongoza mawasiliano kamilifu. Kwanza, kuna viashiria vya upishaji zamu. Hizi ni ishara zinazotumiwa na mzungumzaji kuonyesha kwamba tamko lake linakaribia kufika mwisho na sasa mzungumzaji mwingine anaweza kuchukua zamu. Pili ni vizuizi vya unyakuzi wa zamu. Hizi ni ishara zinazotumiwa na wazungumzaji kukatalia zamu wakati mzungumzaji mwenza anapoonyesha ishara za kunyakua zamu yake bila kupishwa rasmi. Ishara hizi hutumiwa katika mkakati wa udumishaji zamu. Mzungumzaji huzitumia ishara hizi ili kuendelea kuzungumza. Tatu ni viashiria vya kukataa zamu. Hizi ni ishara za mzungumzaji mwenza kuonyesha kwamba hana haja ya kuchukua zamu hata kama amepishwa na mzungumzaji.

Facebook ni mtandao wa kimaandishi. Mawasiliano ya kimaandishi yana sifa zinazotofautiana na yale ya mazungumzo ya ana kwa ana. Hata hivyo, wataalamu wanashikilia kwamba mawasiliano ya facebook yanadhihirisha sifa mseto za mawasiliano ya kimaandishi na zile za kimazungumzo (tazama Fairclough 1975; Stapa na Shaari, 2012; Crystal 2001, 2003, 2004, 2005, 2006 na 2011; Toboso, 2016). Mathalani, matumizi ya emotikoni yanaupa mtandao huu sifa za mazungumzo. Kwa sababu hii, mawasiliano katika mtandao wa Facebook yanaweza kuainishwa kama mazungumzo andishi (Fairclough 1975; Crystal 2011 na Toboso 2016).

Mawasiliano katika mtandao wa Facebook yanaonesha kuwepo kwa utamaduni wa mawasiliano unaoongoza wazungumzaji katika kuwasiliana kwa njia ya heshima na ya kuthaminiana. Ingawaje Facebook ni mtandao wa kimataifa ulio na wawasilianaji kutoka mataifa yote ya ulimwengu, kumeibuka kaida za mawasiliano ambazo zinafuatwa na wawasilianaji wote kama inavyotendeka katika mawasiliano ya ana kwa

ana. Utafiti huu ulilenga kujadili mazungumzoandishi katika Facebook ili kubainisha mikakati ya upishanaji zamu.

Mbinu za Utafiti

Mbinu ya Saveyi ilitumiwa katika utafiti huu. Mtandao wa Facebook ndio ulioteuliwa kwa njia ya makusudi. Uteuzi wa mtandao huu ulitokana na hali huria ya mawasiliano katika mtandao huu. Kadhalika, huu ni mojawapi wa mitandao maarufu mno ulimwenguni. Kwa muda wa mwezi mmoja, mtafiti alitalii kurasa za marafiki mia moja waliojulishwa kuhusu kutumiwa kwa mitandao yao katika utafiti huu. Jumbe zote katika kurasa hizi zilisomwa na zile zilizokuwa na data muhimu zilisampuliwa, kupakuliwa na kuchanganuliwa.

Misingi ya Nadharia

Utafiti huu uliongozwa na Nadharia ya Ubadilishanaji Zamu iliyoasisiwa na Sacks, Schegloff na Jefferson (1974) wanaopendekeza mikakati mitatu ya ubadilishanaji zamu. Mzungumzaji wa zamu anaweza kutumia majina, sauti yake, ishara za uso, ishara za jinsi ya kusimama au maswali ili kuteua mzungumzaji anayechukua zamu (Mkakati A). Msikilizaji anaweza kujiteua na kuanza kuzungumza (Mkakati B). Iwapo hakuna mshiriki wa mazungumzo anayejiteua, mshikaji wa zamu wa sasa anaweza kuendelea kuzungumza (mkakati C). Hata hivyo, Sacks na wengine (1974) wanasema kwamba mkakati A ni maarufu kuliko B, nao mkakati B ni maarufu kuliko C.

Viashiria vya Upishanaji Zamu

Tutazungumzia viashiria vya mwisho wa tamko ambavyo pia hutumika kupisha zamu. Tutazungumzia pia viashiria vya unyakuzi zamu ambavyo humwingiza mzungumzaji katika mazungumzo kwa lazima. Mwisho, tutajadili viashiria vya kukataa zamu.

Viashiria vya Mwisho wa Tamko

Kuna mikakati anuwai ambayo hutumiwa kudhihirisha mwisho wa tamko la wawasilianaji. Viashiria hivi hutumiwa kama mikakati ya kupishana zamu. Katika Facebook, mikakati ifuatayo hudhihirika katika mawasiliano.

(i) Mkakati wa Ujiteuzi

Ujiteuzi ni mkakati unaotumika kuonesha mwisho wa tamko la mwasilianaji. Ujiteuzi wa mwasilianaji huonyesha ufahamu wake kuhusu mwisho wa tamko la mzungumzaji wa mwisho. Ujiteuzi hasa hutokea iwapo wawasilianaji ni wengi na hakuna mmoja aliyeteuliwa na mzungumzaji wa mwisho ili kuchukua zamu. Kadhalika, ujiteuzi hutokea iwapo mawasiliano yamesita kwa muda ili kumpisha mwasilianaji mwingine na kwa kuwa aliyepishwa hakuchukua zamu, mjiteuzi akaamua kutoa maoni yake. Tazama mfano ufuatao:

Mfano 1: (Jina la mwasilianaji limebanwa)

Ni aje friends?

Mwasilianaji: kwani leo kuna nini? Watu hawajibu salamu?

Mwasilianaji katika mfano huu ametuma ujumbe wa salamu kwa ukurasa wake wa hadhara kupitia kwa mkakati wa ujiteuzi. Alipofanya hivyo, alitarajia majibu kwa salamu hizo kutoka kwa marafiki. Anapokosa kupata majibu hayo, anajiteua tena na kuendelea kuwasiliana kwa kuuliza marafiki, ni kwa nini hawajibu salamu zake. Katika ujiteuzi huu, mwasilianaji anaweza kujiteua na kujibu maoni yake mwenyewe au kuandika ujumbe mwingine wa kuwauliza wenzake watoe maoni yao.

Katika Facebook, ujiteuzi unaweza kutokea mwanzoni mwa mawasiliano. Aghalabu, mwasilianaji huamua kutuma ujumbe kwa marafiki katika ukurasa wake wa hadhara anapooni haja ya kufanya hivyo. Katika hali hii, ujiteuzi huwa hatua ya kwanza ambayo huvutia hatua nyingine za upishanaji zamu. Marafiki wanapopata ujumbe wake, majibizano huanza, kila mwasilianaji akitafuta fursa ya kupishwa zamu ama kujiteua. Tazama:

Mfano 2: (Jina la mwasilianaji limebanwa)

Karibuni tukunywe changaa.

Rafiki A: Haki wewe uokoke.

Katika mfano huu, mwasilianaji amejiteua kwa kutuma ujumbe chochezi wa kuamsha maoni ya wenzake. Anawakaribisha katika unywaji wa pombe aina ya chan'gaa. Rafiki A anamjibu kwa kumshauri aokoke ili awache ulevi.

(ii) Mkakati wa Mialiko

Mialiko ni mkakati maarufu wa kuteua rafiki mahususi ili kutoa maoni yake kwa ujumbe uliotumwa mwa ukurasa wa hadhara. Mwaliko hutumiwa kama mkakati wakati mwasilianaji anapooni haja ya kuwepo kwa mchango wa rafiki fulani kwa mjadala unaoendelea. Mkakati huu hutumiwa iwapo mwasilianaji anapemdelea maoni ya rafiki fulani katika muktadha huo wa mawasiliano. Kwa hivyo, ni mbinu ya kuyalazimu maoni ya rafiki huyo kutolewa kabla ya maoni mengine. Hata hivyo, uteuzi huu unaweza kukiukwa kupitia kwa ujiteuzi. Hapa, rafiki mwingine anaweza kutuma maoni yake kabla ya mteuliwa kufanya hivyo, iwapo rafiki aliyeteuliwa atachelewa kutoa maoni yake ama iwapo rafiki fulani atajipendelea na kujiteua. Mfano ufuatao unaoyesha mkakati wa mialiko:

Mfano 3: (Jina la mwasilianaji limebanwa)

Rafiki B: Wasichana wa siku hizi! Wanajifanya sana. Afadhali sasa kuoa yule hajasoma

Rafiki A: Haki, hapo ssa

Rafiki C: shida tu wameweka pesa mbele

Rafiki E: Shida n nyinyi wanaume si wnwake. Nyinyi wanaume mmeshindwa kazi zenu za nyumba

Rafiki B: @ E kama kawaida nilitarajia useme hivyo.

Rafiki A: kumbe B pia umeona. wanawake wanatuangaisha sana

Rafiki E: @ B kwa nini unanichukia? Nilikula nini chako hahaha

Rafiki B: Ati nakuchukia, na vile nakupenda? Nilikuambua ukuje nikuoe ulikataa

Mfano huu unaonesha kwamba rafiki B amemteua E na E akamteua rafiki B miongoni mwa marafiki wengine wanaochangia mjadala ili kutoa kauli. Mathalani, Rafiki E anamwuliza B sababu ya kumchukua. Kwa hivyo, anatarajia rafiki B kuchukua zamu kabla ya marafiki wengine ili kujibu malalamiko yake. Rafiki B anafanya hivyo kwa kuchukua zamu na kumweleza kwamba hana chuki kwake ila mapenzi tu.

(iii) Mkakati wa Maswali

Maswali ni mkakati maarufu wa upishaji zamu katika mazungumzo. Katika Facebook, maswali hutumika kama njia ya kuonesha mwasilianaji mwenza kwamba sasa anaweza kuandika na kutuka ujumbe wake. Aghalabu, swali la mwasilianaji hufuatwa na kimya au mtuo unaoruhusu msailiwa kuchukua zamu. Swali linaweza kumlenga rafiki mmoja au kundi zima la marafiki. Iwapo limelenga rafiki mmoja, rafiki mlengwa hujiteua na kuchukua zamu. Iwapo ni kwa kundi zima, yeyote miongoni mwa marafiki anaweza kuchukua zamu kupitia kwa mkakati wa ujiteuzi. Tazama mfano ufuatao ambao umetumia lugha ya mitaani ya Sheng na lugha bunifu ya mitandaoni:

Mfano 4: (Jina la mwasilianaji limebanwa)

Hivi ndivyo mtu hujua KCPE exams zimeisha? Ama kunaendaje?

Rafiki A: **Thitimaaa.**

Rafiki B: **Hahahaha**

Rafiki C: Loooooooooool

Tafsiri (Kiswahili)

Hivi ndivyo siku ya kumaliza mitihani ya KCPE hufanana. Ama vipi?

Rafiki A: *Utani huu unapendeza mno*

Rafiki B: *Nimechekeshwa*

Rafiki C: *Nimecheka sana.*

Katika mfano huu, mwasilianaji ameuliza swali kwa kundi zima la marafiki bila kumteua yeyote mmoja. Kwa njia hii, amewateua marafiki wote na yeyote aliye tayari anaweza kuchukua zamu. Kwa sababu ya ujumla wa swali, marafiki A, B na C wamechukua zamu, mmoja baada ya mwingine ili kutoa maoni kwa ujumbe wa mwasilianaji na kujibu swali lake. Katika mfano huu, Rafiki A ndiye aliyekuwa wa kwanza kutuma maoni yake. Hii ndiyo sababu jibu lake limekuwa la kwanza katika mpangilio wa majibu. Majibu haya yanaonesha kwamba marafiki A, B na C hawajibizani bali wanamjibu mwasilianaji. Maswali pia yanaweza kutumiwa kumchochea rafiki kujitokeza ili kuwasiliana na wenzake. Katika hali hii, maswali yanayotumiwa ni kama yale ya kuuliza alipo rafiki fulani ili rafiki huyo ajitokeze.

(iv) Mkakati wa Mituo

Katika mawasiliano ya ana kwa ana, mzungumzaji anaweza kusitisha mazungumzo yake kwa kunyamaza ili kumpokeza zamu mzungumzaji mwenza. Hili hutendeka iwapo mzungumzaji anaona kwamba anahitaji mchango wa mwenzake. Katika mawasiliano ya Facebook, mwasilianaji anaweza kusita ili kumpa fursa mwenzake kutoa maoni yake. Kihalisi, mwasilianaji anapoandika ujumbe wake na kuutuma, tendo hilo humanisha kwamba amesita na ametoa fursa kwa mwenzake kusoma ujumbe

wake na kujibu. Rafiki anayeopokea ujumbe wa mwenzake huchukulia hali hiyo kama kimya cha mwasilianaji. Kwa hivyo, husoma maoni ya mwasilianaji na kuchukua zamu ya kuyajibu. Mfano ufuatao ambao umetumia lugha ya Kiluhya ya Kenya unadhihirisha mkakati wa mipozi:

Mfano 5: (Jina la mwasilianaji limebanwa)

Emikhonye cha palu, amalalu, amapwoni ke tsinduma nende
amaramwa ka pokopoko Fiatsya hena?

Rafiki A: fiosi firi mumias

Rafiki B: esye ndalola lwomwisho 1992

Rafiki C: amapwoni ketsinduma paka khubakhukhu

Tafsiri (Kiswahili)

(Jina la mwasilianaji limebanwa)

*Miwa ya **palu, amalalu**, viazi vinavyofanana na viazi vikuu na ndizi ya **Pokopoko** ilikwenda wapi?)*

Rafiki A: *Hivyo vyakula vyote viko Mumias*

Rafiki B: *mimi niliviona mwisho mwaka wa 1992*

Rafiki C: *vyazi vitamu vinapatikana kwa kina nyanya)*

Mfano huu unaonesha kwamba mwasilianaji aliandika ujumbe wake na kuutuma kwa marafiki na kutulia ili kuwapokeza marafiki zamu ya kutoa michango yao ya maoni. Marafiki A, B na C wamechukua zamu mmoja baada ya mwingine na kuyajibu maoni ya mwasilianaji baada ya kupokea maoni hayo. Tendo la kupokea maoni ya mwasilianaji katika kurasa zao za Facebook ndilo lililowajulisha kwamba mwasilianaji amemaliza zamu yake na sasa ni zamu yao ya kuwasiliana. Kwa kuwa mwasilianaji hakumpisha zamu mtu mmoja, wote wamechukua zamu na kuyajibu maoni yake, mmoja baada ya mwingine. Hii ndiyo sababu maoni ya marafiki wote yanaonekana kuwa majibu kwa ujumbe wa mwasilianaji.

(v) Mkakati wa Salamu

Salamu ni mkakati unaotumiwa katika mawasiliano ya Facebook kama mbinu ya kualika mwasilianaji mwenza kwa mawasiliano. Katika mbinu hii, mwasilianaji hutuma salamu kwa ukurasa wa Facebook kisha kungoja jibu au majibu ya marafiki. Salamu huwavutia marafiki na iwapo ni ukurasa ulio na marafiki wengi, marafiki hujibu salamu hizo na malumbano kuzuka. Salamu hasa hutumiwa siku mpya inapoanza ili kualika rafiki au marafiki kwa mawasiliano. Iwapo mazungumzo yamekuwa yakiendeshwa, jina la mtu linaweza kutajwa na salamu kufuatia ili kualika mtu huyo kuzungumza. Mfano ufuatao unaonyesha upishanaji zamu asubuhi.

Mfano 9: (Jina la kampuni ya kibiashara limebanwa)

The more you praise and celebrate your life, the more there is in life.

Good morning. ^ M.M

Rafiki A: Amazing pple, :) :) :)

Mwasilianaji: Mrning too :)

Rafiki B: mrning

Rafiki C: =)

Tafsiri (Kiswahili)

Unavyozidi kusifu na kusherehekea maisha yako ndivyo unavyofanikiwa zaidi. Hujambo? Ninakupa salamu za furaha hewani. Mimi ni M.M.

Rafiki A: *Watu wazuri mno, nimefurahi na kutabasamu*

Mwasilianaji: *Njema. Nimefurahi na kutabasamu*

Rafiki B: *Hujambo.*

Rafiki C: *Nimefurahi*

Mfano huu unaonesha mkakati wa salamu ulivyotumiwa na mwasilianaji kuwaalika marafiki kuwasiliana naye. Mwasilianaji ametuma salamu kwa ukurasa wake wa Facebook kama njia ya kuwawaonesha marafiki kwamba anahitaji salamu zao. Kwa hivyo, wote wanaalikwa kumsalimu. Kwa sababu hii, marafiki wanachukua zamu na kujibu salamu zake. Kwa kuwa mwasilianaji hakumpendelea rafiki yeyote, marafiki wanajibu salamu zake bila kuwepo kwa utaratibu wa uteuzi. Wanafanya hivyo mmoja baada ya mwingine. Rafiki ndiye aliyejibu salamu kwanza, kwa hivyo, teknolojia ya Facebook imepanga jibu lake mwanzoni.

(vi) Mkakati wa Kiimbo

Toboso (2016) anadai kwamba uradidi wa herufi katika mawasiliano ya Facebook huwa ishara ya vigelegele. Anasema kwamba uradidi wa herufi hudhihirisha nia ya mwasilianaji ya kuonesha shangwe zake. Anasisitiza kwamba katika hali ya kawaida kama ya sherehe au tamasha, vigelegele hutamkwa kwa kiimbo cha juu. Anasema kwamba wawasilianaji katika Facebook wameasisi mtindo wa kuradidi herufi za maneno fulani ili kuwakilisha vigelegele kama jinsi inavyotokea katika mazungumzo ya ana kwa ana. Kwa hivyo, uradidi wa herufi katika mawasiliano ya Facebook huonesha tamko la kiimbo cha juu. Katika mawasiliano ya ana kwa ana, vigelegele hujibiwa kwa vigelegele vingine ama hata kwa matamko yasiyo ya vigelegele. Katika Facebook, matamko ya vigelegele huwa kama mwaliko kwa marafiki, ya kuchangia kwa mawasiliano au sherehe. Tazama mfano ufuatao uliopakuliwa kutoka kwa ukurasa wa chombo cha habari:

Mfano 6: (Jina la chombo cha habari limebanwa)

Watu wa *ingokho* **mpoooooooo**?

Rafiki A: **tukooooooooo**

Rafiki B: khuli **hanoooooooo..... mulembeeee**

Tafsiri (Kiswahili)

Abaluyia mpo? Tupo hapa katika tamasha za mkasha za Mulembe.)

Rafiki A: *Tupo.*

Rafiki B: *Tupo hapa. Hujambo?*






Inadhihirika hapa kwamba ujumbe asilia umetoka kwa chombo cha habari kwa mashabiki wake kutoka jamii ya Waluhya wa Kenya. Ujumbe wa chombo cha habari una neno, **mpoooooooo (mpo?)** ambalo limerefushwa kwa kurudiwa kwa herufi, [o].

Ujumbe unauliza iwapo mashabiki wapo tayari kwa mawasiliano. Uradidi huu ni mbinu ya kudhihirishia wafuasi kwamba chombo hicho kinafuraha kubwa kuwasiliana na mashabiki katika Facebook. Uradidi unaonesha kwamba neno hilo katika mawasiliano ya kawaida linapaswa kutamkwa kwa kiimbo cha juu kama itendekavyo katika vigelegele. Kwa kuwa tamko hili ni la kiimbo cha juu, limetumika kama mwaliko kwa mashabiki na kuwataka watambulishu uwepo wao kwa kutuma ujumbe katika ukurasa huo. Hii ndiyo sababu rafiki A anashika zamu na kusema kwamba yeye na wenzake wapo (**tukooooooooo**). Rafiki B pia anashika zamu na kutangaza kuwepo wake. Inabainika hapa kwamba marafiki A na B wameshika zamu baada ya kualikwa na kiimbo cha tamko la mwasilianaji (chombo cha habari).

(vii) Mkakati wa Emotikoni

Emotikoni ni mtindo mpya wa mawasiliano katika mitandao ya kijamii. Katika mawasiliano ya ana kwa ana, emotikoni haziwezi kutumikakwa kuwa ni mtindo wa kiothografia. Mtindo wa emotikoni ni maarufu katika Facebook kwa kuwa Facebook ni mtandao usio na udhibiti wa matumizi ya lugha. Toboso (2016) anabainisha aina mbalimbali za emotikoni, kama emotikoni alama, emotikoni picha na michoro. Katika Facebook, wawasilianaji huweka emotikoni mwishoni mwa usemi kudhihirisha kwamba usemi umeisha na sasa mshiriki mwingine wa mazungumzo anaweza kushika zamu. Mfano ufuatao unaonyesha emotikoni picha.

Mfano 7: (Jina la mwasilianaji limebanwa)

I am sexy and I really know it.     QVB 

Rafiki A: of **cos lov yr styl**

Rafiki B: yeah very sexy **bbz**, I **lv n lyk u dea**

Rafiki D: ;)

Tafsiri (Kiswahili)

Mimi ni mrembo mno na ninajua hivyo. Nina midomo ya kupendeza na ninapenda amani. Kwa hivyo mimi ni malkia Viktoria.

Rafiki A: *Ninapenda mtindo wako wa urembo.*

Rafiki B: *Naam! Una matiti ya kupendeza. Ninakupenda kipenzi.*

Rafiki D: ;) *Nimekubonyezea jicho*

Inadhihirika katika mfano huu kwamba baada ya ujumbe wa mwasilianaji wa kiherufi, ameweka emotikoni ilikuwajulisha marafiki kwamba amemaliza tamko lake na sasa anawapisha ili kutoa maoni yao. Ni muhimu kukumbuka kwamba mitandao kama Facebook ina dhima ya kuwaleta marafiki pamoja ili kubadilishana maoni, kufurahishana, kufahamishana, kutulizana na hata kufarijiana. Katika mfano huu, emotikoni mwishoni mwa tamko la mwasilianaji ni mbinu ya kuwajulisha marafiki kwamba amekwisha kuwajulisha kujihusu na sasa wanaweza kumtathmini. Rafiki D naye ametumia emotikoni bila kuandamana na maneno. Emotikoni hiyo inapopokelewa na marafiki, wao hufahamu kwamba wamepushwa zamu.

(viii) Mkakati wa Uradidi Viakifishi

Mawasiliano ya kimaandishi yanaweza kutumia viwakifishi kuonyesha mwisho wa mawasiliano. Viakifishi hivi pia hutumiwa katika Facebook ili kuonyesha mwisho wa tamko na mwanzo wa fursa kwa marafiki kutoa maoni. Katika baadhi ya mawasiliano ya Facebook, uradidi wa viakifishi ni mbinu inayotumiwa na wawasilianaji kuonyesha mwisho wa tamko na kualika mwasilianaji mwingine kuchukua zamu. Viakifishi anuwai ni maarufu katika kutimiza upokezaji huu wa zamu. Matumizi ya kawaida ya nukta ni njia moja ya kupisha zamu. Hata hivyo, kuna mbinu bunifu za kurudiarudia viakifishi ili kudhihirishia mwasilianaji kwamba tamko limekamilika. Viakifishi ambavyo hutumika kwa njia hii ni kiulizi, kishangao, nukta na kituo. Viakifishi hivi hurudiwa mara mbili au zaidi mwishoni mwa tamko ili kuonyesha mwisho wake. Tazama mfano ufuatao.

Mfano 8: (Jina la mwasilianaji limebanwa)

Who lykz bng tld da trth ٧٧٧٧٧٧ ٧

Rafiki A: reality iz a bitch

Rafiki B: enyewe ukweli inauma ٧٧٧٧٧٧

Tafsiri (Kiswahili)

Nani anayependa kuambiwa ukweli?

Rafiki A: *Ukweli ni uchungu*

Rafiki B: enyewe ukweli inauma ٧٧٧٧٧٧

Hapa, inadhihirika kwamba mwasilianaji ametumia uradidi wa kiulizi kama mkakati wa kuwajulisha marafiki kwamba tamko lake limefikia kikomo na sasa wanakaribishwa kutoa maoni yao. Hapa, uradidi wa viakifishi ni kama kimya cha kumpisha mwasilianaji anayefuata. Rafiki B naye pia ametumia mkakati huo, labda baada ya kushawishiwa na lugha ya mwandishi wa ujumbe asilia.

Udumishaji Mawasiliano kama Kiashiria cha Unyakuzi wa Zamu

Mwasilianaji anaweza kunyakua zamu na kuwasilisha ujumbe wake hata kabla hajateuliwa na mwasilianaji wa zamu kufanya hivyo. Hili hufanyika iwapo mnyakuzi anaona kwamba anahitaji fursa ya kuwasilisha ujumbe fulani ama kujitangaza kwamba yupo. Udumishaji mawasiliano ni kiashiria maarufu cha unyakuzi wa zamu bila bila kupishwa wala kupewa ruhusa na wawasilianaji wengine.

Mkakati wa mzungumzaji kudumisha mawasiliano yake kwa muda mrefu si maarufu katika Facebook. Watumizi wengi wa Facebook huchukia maandishi yanayodhihirisha kwamba mwasilianaji amejiteua bila kuwapisha wengine zamu. Mawasiliano ya kujiteua yalidhihirika kupitia kwa maandishi marefu. Baadhi ya maandishi marefu yalichukua zaidi ya ukurasa mmoja. Maandishi kama haya yalivutia hisia kali kutoka kwa marafiki wa Facebook. Hii inamaanisha kwamba wawasilianaji wa Facebook hupenda jumbe fupi ili kupokezwa zamu haraka. Jumbe fupi husomwa kwa haraka na kupokeza marafiki zamu ya kuchangia kwa haraka kwa mijadala na mawazo. Hisia kali kutoka kwa marafiki kuhusu jumbe ndefu zinaonyesha kwamba mkakati wa udumishaji husababisha kutengwa kwa wawasilianaji kwa kuwa

huchukuliwa kuwa ukiukaji wa kaida za mazungumzo. Wazungumzaji wanaotawala mazungumzo huchukuliwa kuwa wahujumu wa mazungumzo (Wiemann na Knapp, 1975). Tazama mfano ufuatao:

Mfano 10: (Jina la mwasilianaji limebanwa)
Ni aje friends?

Mwasilianaji: kwani leo kuna nini? Hamjibu salamu?

Mwasilianaji katika mfano huu ametuma ujumbe wa salamu kwa ukurasa wake wa hadhara kupitia kwa mkakati wa ujiteuzi. Alipofanya hivyo, alitarajia majibu kwa salamu hizo kutoka kwa marafiki. Anapokosa kupata majibu hayo, anaendelea kuwasiliana kwa kuuliza marafiki, ni kwa nini hawajibu salamu zake. Mkakati wa udumishaji pia hutokea iwapo mjadala ni mrefu. Katika hali hii, mwasilianaji anapotuma ujumbe, atasita na kusubiri majibu au maoni ya rafiki au marafiki. Asipoona majibu, anaweza kutuma ujumbe mwingine wa kuendeleza maoni yake aliyotoa awali au hata kuanzisha mjadala mwingine.

Hitimisho

Tamaduni mbalimbali za ulimwengu zimeibua kaida za kuongoza wanajamii katika mazungumzo. Kaida hizi ndizo huleta mifaka ya kuongoza mazungumzo, kutegemea uhusiano uliopo kati ya wazungumzaji. Kwa kuzingatia mifaka inayojengeka, heshima hudumu na kufanikisha mazungumzo yanayotokea. Kaida za mazungumzo huongoza wazungumzaji bila kupangwa wala kufikiriwa. Hili hutokea ili kila mzungumzaji awasiliane kwa utaratibu unaofuata kaida bila kuzikiuka. Wawasilianaji katika Facebook pia wamejenga kaida zao zinazoongoza mawasiliano katika mtandao huo. Mikakati kadhaa ya upishajani zamu imejadiliwa katika utafiti huu. tumejadili viashiria vya mwisho wa tamko kama ujiteuzi, mialiko, maswali, mituo, salamu na kiimbo.

Marejeleo

- Crystal, D. (2001). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2003). *The Cambridge Encyclopedia of the English Language 2nd ed.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2004). *Language and Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2005). *Scope of Internet Linguistics*. Karatasi iliyowasilishwa kupitia kwa mtandao, kwa Mkutano wa Shirika la Marekano la Uboreshaji wa Sayansi.
- Crystal, D. (2006). *Language and the Internet. (Toleo la Pili.)* Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2011). *Internet Linguistics*. London: Routledge.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, N.Y.: Doubleday Anchor,
- Goffman, E. (1967). *Interaction Ritual*. Garden City, N.Y.: Doubleday Anchor
- Jaffe, J., na Feldstein, S. (1970). *Rhythnu of Dialogue*. New York: Academic Press,.
- Speier, M. (1973). *How to Obserue Face-to-Face Coinrnunication: A Sociological Introduction*. Pacific Palisades, Calif.: Goodyear,.
- Speier, M. (1972). "Some Conversational Problems for Interactional Analysis." Katika D. Sudnow (Mhr) *Studies in Social Interaction*. New York: Free Press
- Wiemann, J. M. na Knapp M. L. (1975). Turn-taking in Conversations. *Journal of Communication, Spring 1975*. Kur 75-92
- Duncan, S. (1972). "Some Signals and Rules for Taking Speaking Turns in Conversations." *Journal of Personality and Social Psychology* 23, 1972, kur. 283-292.
- Duncan, S. (1973). "Toward a Grammar for Dyadic Conversation." *Seiniotica* 9, 1973, kur. 29-46.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis*. London: Longman.