Eastern Africa Journal of Kiswahili

[ISSN 2958-1036]
Volume: 05 Issue: 01 | September-2026

EAJK

Ubunifu wa Kiisimu katika Sajili ya Uchuuzi: Mfano wa Ubadilishaji Msimbo Jijini Kisumu na Mjini Kakamega

Authors

Lydiah Shaviya Mwenje [(1)]; **Isaac Ipara Odeo** [(2)]; **Stanley Adika Kevogo** [(3)]

Main author email: Lydia.mwenje@gmail.com

(1.2) Kibabii University, Kenya; (3) Jaramogi Oginga Odinga University of Science and Technology, kenya.

Cite this article in APA

Mwenje, L. S., Odeo, I. I., & Kevogo, S. A. (2026). Ubunifu wa kiisimu katika sajili ya uchuuzi: Mfano wa ubadilishaji msimbo jijini Kisumu na mjini Kakamega. *Eastern Africa journal of Kiswahili,* 5(1), 163–180. https://doi.org/10.51317/eajk.v5i1.1104

OPEN ACCESS
A publication of Editon Consortium Publishing (online)

Article history
Received: 2026-07-13
Accepted: 2026-08-09
Published: 2026-09-12

Scan this QR to read the paper online

Copyright: ©2026 by the author(s). This article is an Open Access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-NC-SA 4.0).

Ikisiri

Makala hii ilichunguza ubunifu wa kiisimu uliotumiwa na wachuuzi jijini Kisumu na mjini Kakamega, hususan ubadilishaji wa msimbo na chanzo chake katika kuwasiliana na wateja wao. Wachuuzi hutumia lugha kwa ubunifu kama mkakati wa kuwavutia na kuwachochea wateja kununua bidhaa zao. Kazi hii ililenga kuchunguza jinsi ubunifu wa kiisimu ulivyotumiwa na wachuuzi katika shughuli zao za kila siku. Utafiti huu uliongozwa na nadharia ya Umitindo iliyoasisiwa na Leech (1969). Mkabala wa kithamano ulitumika katika utafiti huu. Watafitiwa walijumuisha wachuuzi katika jiji la Kisumu na mji wa Kakamega. Idadi lengwa ilijumuisha wachuuzi 11,000 katika jiji la Kisumu na mji wa Kakamega. Jiji la Kisumu na mji wa Kakamega viliteuliwa kimaksudi. Hata hivyo, usampulishaji wa kinujumu ulitumika kuwashirikisha wachuuzi katika shughuli mbalimbali za uchunguzi. Sampuli ilijumuisha wachuuzi 272, ambapo 147 walitoka jijini Kisumu na 125 mjini Kakamega. Data zilikusanywa kwa njia ya uchunzaji na mahojiano yaliyowashirikisha wachuuzi katika miktadha ya biashara zao. Vifaa vilivyotumiwa katika ukusanyaji wa data vilijumuisha mwongozo wa uchunguzi, mwongozo wa mahojiano, kinasa sauti na simu ya kisasa. Data ilichanganuliwa kwa mkabala wa kithamano na kuwasilishwa kwa njia ya majedwali na kufafanuliwa kimaelezo. Matokeo yameonyesha aina tatu za ubadilishaji msimbo: Ubadilishaji msimbo katika ngazi ya mofu, ubadilishaji msimbo katika ngazi ya neno na ubadilishaji msimbo wa maneno katika sentensi. Imethibitika kwamba baadhi ya sababu za ubadilishaji msimbo ni ukosefu wa istilahi faafu, matumizi ya misimu, kusisitiza jambo, kutia chumvi, mkakati wa upole na heshima, kuharakisha mawasiliano, haja ya kupatanisha misimbo miwili pamoja na mazoea. Utafiti huu umeonyesha umuhimu wa ubadilishaji msimbo kama mbinu bunifu inayotumiwa na wachuuzi katika kufanikisha biashara zao.

Maneno muhimu: Biashara, sajili ya uchuuzi, ubunifu wa kiisimu, ubadilishaji msimbo, wachuuzi.

UTANGULIZI

Mawasiliano ya kila siku baina ya wachuuzi na wateja wao husukwa kwa kutumia ubunifu wa kipekee wa kiisimu. Ubunifu huu huhusisha ubadilishaji wa msimbo katika harakati za kuwavutia wateja na kuwashawishi kununua bidhaa zao. Wanunuzi na wauzaji hutumia lugha kama njia ya kufanikisha mawasiliano yao. Kwa hivyo, shughuli zote za biashara hutekelezwa kupitia matumizi ya lugha iliyo na wasifu mahususi (Orucho, 2023). Maithya (2020), akiwarejelea MacSwan (2005), Ogechi (2002) na Myers-Scotton na Jake (2000), wanafafanua ubadilishaji msimbo kama mbinu inayotumiwa na watu katika jumuiya fulani ambapo hubadili au kuchanganya lugha mbili au zaidi katika mawasiliano ya kila siku. Balige (2018), akimnukuu Cromdal na Aronsson (2000), anasema kuwa ubadilishaji msimbo ni matumizi ya lugha mbili au zaidi katika sentensi moja au mfuatano wa sentensi kati ya watu wawili au zaidi.

Ubadilishaji msimbo katika lugha yoyote ile ni jambo linalotokea kila siku na kila mahali ambapo lugha zaidi ya moja hutumika katika mawasiliano yao. Ubadilishaji msimbo si matumizi ya lugha yanayojitokeza kwa bahati mbaya, bali ni mojawapo ya mbinu za kimawasiliano zenye lengo maalumu, kutegemeana na muktadha (Balige, 2018; Shin & Milroy, 2000; Shin, 2010; Shartiely, 2013). Makala hii inachanganua diskosi ya biashara kwa kuangazia jinsi wachuuzi na wateja wao wanavyojikita katika matumizi ya ubadilishaji msimbo kama mbinu ya ubunifu katika lugha wanayotumia kwenye shughuli zao za ununuzi na uuzaji wa bidhaa jijini Kisumu na mjini Kakamega.

Maeneo haya ya mijini huwakutanisha watu wengi kutoka katika jamii mbalimbali za watumiaji wa lugha. Hivyo, kutokana na uhalisia huu, Kiswahili ndiyo lugha inayowakutanisha kutokana na tofauti za lugha zao za kwanza. Kwa sababu hiyo, kulikuwa na haja ya kuchunguza jinsi wanavyokitumia Kiswahili kwa namna ya kipekee katika kuwasiliana na wateja wao huku wakibadilisha msimbo kati ya Kiswahili, lugha zao mama na Kiingereza. Makala hii kwa ujumla imegawanywa katika sehemu sita: Utangulizi, mapitio ya maandishi, mbinu za utafiti, misingi ya nadharia, matokeo ya utafiti yanayoonesha njia mbalimbali za ubadilishaji msimbo na sababu za ubadilishaji msimbo baina ya wateja na wachuuzi na ile hitimisho na mapendekezo.

MAPITIO YA MAANDISHI

Kuathirika kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili kutokana na ubadilishaji msimbo katika mazungumzo kati ya wauzaji na wanunuzi katika soko la wazi la Daraja Mbili kulichunguzwa na Orucho (2014). Tafiti hizi zote zilirejelea ubadilishaji msimbo katika sajili ya biashara katika soko, mji na jiji. Hata hivyo, tafiti hizi zilitofautiana kwa kuwa utafiti wa Orucho (2014) ulihusu wauzaji na wanunuzi katika soko, huku utafiti huu ukilenga wachuuzi. Utafiti wa Orucho (2014) ulifanywa katika soko la wazi la Daraja Mbili, huku utafiti huu ukifanywa mjini Kakamega na jijini Kisumu. Utafiti huo ulibaini kuwa ubadilishaji msimbo una athari chanya na hasi katika matumizi ya lugha ya Kiswahili. Athari hasi zilizobainika ni pamoja na kusababisha utengano katika mawasiliano, kugawanya jamii kwa misingi ya lugha na kusababisha kutoeleweka kwa yaliyomo katika mawasiliano. Athari chanya zilizojitokeza kutokana na ubadilishaji msimbo huo ni utoaji wa maelezo zaidi, kurahisisha mawasiliano na kutumika kama mbinu ya kufafanua lugha nyingine. Tafiti hizi mbili zilirejelea ubadilishaji msimbo kati ya wauzaji na wanunuzi. Hata hivyo, tofauti na tafiti hizo, utafiti huu ulilenga hasa wachuuzi mjini Kakamega na jijini Kisumu. Aidha, utafiti huu ulijikita katika ubadilishaji msimbo na kuangazia sababu za ubadilishaji msimbo badala ya athari zake.

Kwa upande wake, Maithya (2020) alichunguza mbinu za lugha zinazotumiwa katika matangazo ya biashara ya Kampuni ya Safaricom. Tafiti hizi mbili ziliangazia ubadilishaji msimbo katika sajili ya biashara. Tofauti kati ya tafiti hizi ni kwamba utafiti wa Maithya (2020) ulilenga matangazo ya biashara ya Kampuni ya Safaricom, huku utafiti huu ukizingatia mawasiliano baina ya wachuuzi na wateja wao jijini Kisumu na mjini Kakamega. Matokeo ya utafiti huo yalionesha kuwa ubadilishaji msimbo ni mojawapo ya mbinu za lugha zinazotumiwa katika matangazo ya bidhaa ya Safaricom. Utafiti huo ulibaini aina tatu za ubadilishaji msimbo. Matumizi ya ubadilishaji msimbo katika neno yalilenga kupitisha ujumbe kwa njia ya kuvutia kundi lengwa la vijana wanaotumia sana lugha ya kuchanganya misimbo. Kubadilisha msimbo ndani ya sentensi kulilenga kupitisha ujumbe kwa njia ya kuwavutia wateja, ilhali kubadilisha msimbo baina ya sentensi ulitumiwa ili kupitisha ujumbe mwingi kwa maneno machache. Utafiti huu uliweka msingi wa utafiti wa sasa kwa kuainisha aina mbalimbali za

ubadilishaji msimbo. Hata hivyo, utafiti huu ulilenga wachuuzi katika mji wa Kakamega na jiji la Kisumu, si tu kwa kuangazia jinsi wanavyobadilisha msimbo, bali pia kwa kuchunguza sababu za ubadilishaji huo.

Kwa mwongozo wa Nadharia ya Maki ya Carol Myers-Scotton (1993), Mabonga (2016) alitathmini kiwango cha ubadilishaji msimbo katika idhaa za redio za Mulembe na Sulwe. Tafiti hizi mbili zilirejelea ubadilishaji msimbo. Utafiti wa Mabonga (2016) uliangazia kiwango cha ubadilishaji msimbo, huku utafiti huu ukijikita katika aina za ubadilishaji msimbo na sababu za matumizi yake. Aidha, utafiti wake ulijikita katika sajili ya redioni, huku utafiti huu ukichunguza sajili ya biashara. Hatimaye, Mabonga (2016) aliongozwa na Nadharia ya Maki ya Carol Myers-Scotton (1993), huku utafiti huu ukiongozwa na nadharia ya Umitindo iliyoasisiwa na Geoffrey Leech (1969) na kuendelezwa na Leech na Short (2007). Matokeo ya utafiti huo yalionesha kuwa ubadilishaji msimbo ulijitokeza kwa njia mbili, ya kwanza ikiwa ubadilishaji msimbo wenye maki na ya pili ikiwa ubadilishaji msimbo usio na maki. Haya yalijitokeza baina ya sentensi, ndani ya sentensi na katika neno. Pia, utafiti huo ulitathmini vichocheo vilivyopelekea kuwepo kwa ubadilishaji msimbo katika vituo teule. Utafiti huo ulibaini kuwa vichocheo hivyo vilitokana na sababu za kisaikolojia na kimazingira ambazo huwasilisha vichocheo vya kibinafsi na vya kijamii, mtawalia. Matokeo ya utafiti wa Mabonga (2016) yalisaidia katika kuelewa zaidi dhana ya ubadilishaji msimbo na chanzo chake katika utafiti huu.

Vivyo hivyo, ubadilishaji msimbo katika mahubiri ya Kanisa Katoliki ulichunguzwa na Wairimu (2014). Alizingatia jinsi ubadilishaji msimbo katika diskosi ya mahubiri unavyoathiri maana katika kiwango cha neno, kirai na sentensi. Tafiti hizi mbili ziliangazia ubadilishaji msimbo katika mazingira tofauti. Hata hivyo, tafiti hizi zinatofautiana katika mwelekeo wa uchanganuzi, kwani Wairimu (2014) alichunguza sajili ya dini na athari za ubadilishaji msimbo katika maana, ilhali makala haya yanauangazia ubadilishaji msimbo kama mbinu ya ubunifu wa kiisimu katika sajili ya uchuuzi.Utafiti huo ulibaini kuwa ubadilishaji msimbo katika diskosi ya mahubiri husababisha ukosefu wa urasmi. Vilevile, utafiti huo ulionyesha kuwa kiwango cha elimu, tabaka, cheo, tajriba na umri wa mhubiri husababisha mabadiliko katika jinsi lugha inavyotumiwa. Tofauti na Wairimu (2014), utafiti huu ulilenga matumizi ya ubadilishaji msimbo na chanzo chake katika uchuuzi wa bidhaa mjini Kakamega na jijini Kisumu, kwa kuangalia matumizi yake katika mawasiliano baina ya wachuuzi na wateja.

Kwa upande wake, Balige (2018) alichunguza jinsi ubadilishaji msimbo unavyotumika katika mijadala ya Bunge la Tanzania kama mbinu ya ukwezaji wa staha. Tafiti hizi zote ziliangazia ubadilishaji msimbo. Hata hivyo, utafiti wa Balige (2018) ulirejelea sajili ya Bunge na ukuzaji wa staha miongoni mwa wabunge, huku utafiti huu ukizingatia sajili ya biashara kati ya wachuuzi na wateja wao mjini Kakamega na jijini Kisumu. Utafiti huo ulibaini aina mbili kuu za ubadilishaji msimbo: Ubadilishaji msimbo wa ndani na ubadilishaji msimbo wa kati. Matokeo ya utafiti huo yalionesha kuwa ubadilishaji msimbo ni mbinu ya kistaha inayomwezesha mzungumzaji kulinda utu wa viongozi wakuu wa nchi, kupunguza mchomo wa kauli za matusi na kupunguza mchomo wa kauli zinazozungumzia mambo yanayohusu kujamiiana. Hali hii humwezesha mzungumzaji kuepuka kukiuka makatazo ya kijamii na kitaasisi yanayodhibiti mienendo isiyokubalika na hivyo kukweza staha. Utafiti huu ulilenga kuangazia aina za ubadilishaji msimbo na sababu za matumizi yake katika uchuuzi wa bidhaa jijini Kisumu na mjini Kakamega.

Kwa ujumla, tafiti hizi zimeangazia ubadilishaji msimbo katika mielekeo tofauti, kama vile jinsi ubadilishaji msimbo unavyoathiri maana katika kiwango cha neno, kirai na sentensi, na jinsi unavyotumika katika mijadala ya Bunge kama mbinu ya ukwezaji wa staha. Tafiti zilizofanywa katika sajili ya biashara zimeangazia ubadilishaji msimbo kama mbinu ya matangazo ya biashara pamoja na athari chanya na hasi za ubadilishaji msimbo katika mawasiliano ya wauzaji na wanunuzi. Tofauti na tafiti hizo, utafiti huu umeangazia ubadilishaji msimbo kama mbinu ya ubunifu na chanzo chake katika kuendeleza na kufanikisha mawasiliano katika shughuli za uchuuzi jijini Kisumu na mjini Kakamega.

Msingi wa Nadharia

Makala hii iliongozwa na Nadharia ya Umitindo iliyoasisiwa na Geoffrey Leech (1969) na kuendelezwa na Leech na Short (2007). Wananadharia wengine walioshughulikia nadharia hii ni Crystal na Davy (1969),

Halliday (1973), Simpson (2004), Wamitila (2008) na Murumba (2013), ambao walichunguza matumizi ya lugha na ubunifu unaojitokeza katika lugha hiyo. Leech anaeleza kuwa lengo la nadharia ya mtindo ni kuchunguza lugha na kanuni zake ili kubainisha mbinu zilizotengwa kwa ajili ya kazi fulani ya kijamii. Naye Mbatia (2001) anaongezea kuwa nadharia hii iliasisiwa kwa nia ya kuelezea kuwa fasihi ni matumizi ya pekee ya lugha, tofauti na lugha ya kawaida. Hii ina maana kuwa lugha hutumiwa kwa namna inayofanya mambo ya kawaida yaonekane mapya.

Oiko (2017), akimnukuu Buffon (1930), anafafanua mtindo kama mtu mwenyewe. Hii ina maana kwamba mtindo ni upekee wa mtu katika matumizi ya lugha kwa ajili ya kuwasilisha ujumbe wake. Nadharia hii inahusisha uchunguzi wa kinachosemwa, yaani ujumbe na jinsi kinavyosemwa, yaani mtindo. Leech (1969) anasema kuwa Umitindo ni uhakiki na fasiri ya matini kwa mtazamo wa kiisimu kama taaluma. Anaeleza kuwa Umitindo huangazia matumizi ya dayalojia au mazungumzo yanayohusisha lafudhi zinazotambulisha maeneo ya kijiografia na lahaja za wazungumzaji fulani, pamoja na lugha elezi na sarufi. Vipengele vingine vinavyohusishwa na Umitindo ni sajili au rejista, sauti na aina za sentensi. Gitonga (2017) anafafanua kuwa Umitindo unachunguza mtindo wa kinachosemwa au kuwasilishwa na jinsi kinavyowasilishwa, pamoja na fani, maudhui na mkabala wa mitindo.

Kuna mihimili mbalimbali inayohusika katika uchanganuzi wa mitindo (Wamitila, 2008; Leech na Short, 2007; Simpson, 2004). Mihimili hiyo ni mhimili wa lugha teule/umbo, mhimili wa ngazi ya kisarufi, mhimili wa kileksika na mhimili wa lugha ya kitamathali. Katika makala hii, mhimili wa kisarufi ndio uliotumika katika uchanganuzi. Mhimili huu unahusu vipengele mbalimbali vya lugha, vikiwemo maneno ambayo ni msingi wa lugha, unyumbufu na uambishaji, ngeli, ubadilishaji wa kimuundo na kiuamilifu, aina za virai na vishazi, idadi ya nomino, vielezi na vivumishi, pamoja na sentensi kwa kubainisha visehemu vyake na dhima zake mahsusi. Aidha, mhimili huu huzingatia miundo ya sentensi, kuwepo na udhamiriaji, pamoja na kubadilisha na kuhamisha msimbo katika sarufi. Katika uchunguzi huu, kipengele cha ubadilishaji msimbo kinazingatiwa kama mbinu ya kiubunifu na mkakati wa mawasiliano unaotumiwa baina ya wachuuzi na wateja wao katika shughuli ya uchuuzi.

MBINU ZA UTAFITI

Utafiti huu uliongozwa na mkabala wa kithamano muundo wa kiuchunguzi. Utafiti wa kithamano unahusisha uchunguzi wa matukio na mahusiano ya kijamii hasa katika miktadha halisi kwa kuzingatia masuala yanayowakumba watu katika jamii husika na jinsi ya kuyasuluhisha (Simiyu, 2020). Utafiti huu ulikuwa wa nyanjani na ulifanyika jijini Kisumu na mjini Kakamega kuanzia mwezi Aprili hadi Agosti 2025. Idadi lengwa ni kundi la watu ambalo mtafiti anatarajia kulishirikisha katika utafiti na kufikia maamuzi kutokana na taarifa kutoka kwao (Barnsbee na wenzake, 2018). Hivyo, katika utafiti huu, idadi lengwa ilihusisha wachuuzi wote jijini Kisumu na mjini Kakamega, wakiwa ni jumla ya 11,000.

Usampulishaji wa kimaksudi ulitumiwa katika kuteua eneo la jiji la Kisumu na mji wa Kakamega. Usampulishaji nujumu nao ulitumiwa kuwachagua wachuuzi walioshirikishwa kutoka katika vitengo mbalimbali vya mijini, kama vile vituo vya basi, mitaa tofauti, sokoni na nje ya majengo ya biashara kama vile benki. Sampuli nujumu huhusisha kuchagua vitengo vya uchunguzi vinapopatikana (Mugenda na Mugenda, 2003). Jumla ya wachuuzi 272 walishirikishwa katika utafiti huu. Kati yao, wachuuzi 147 walitoka jijini Kisumu na 125 mjini Kakamega. Kutokana na makadirio ya wachuuzi 10,000 na 1,000 katika jiji la Kisumu na mji wa Kakamega, mtawalia. Utafiti huu haukuzingatia idadi ya wachuuzi katika uteuzi wa sampuli, bali ulijikita katika matumizi ya lugha. Uteuzi wa sampuli uliongozwa na kiasi cha data kilichokuwa toshelevu na kujitosheleza katika uchanganuzi wa malengo ya utafiti.

Data ya utafiti huu ilikusanywa kwa njia ya mahojiano na uchunzaji, pamoja na kutumia vifaa vya utafiti vilivyojumuisha mwongozo wa uchunguzi na mwongozo wa mahojiano.

Uchanganuzi wa data ni jaribio la kuzitathmini data zilizopangwa katika ruwaza mbalimbali ili kufanya maamuzi na kufikia mahitimisho (Ogechi, 2002). Kwa mujibu wa Zikmund (2019), kuna hatua nne muhimu katika uchanganuzi wa data ambazo ni kutoa maelezo, ufafanuzi, kufanya uamuzi na hatimaye kutoa

mchango wa maarifa. Kwanza, baada ya kukusanywa kwa data, data hiyo iliunganishwa na kufanyiwa marekebisho ili kuondoa makosa yaliyotokea wakati wa kunukuu data kutoka kwenye vifaa vya utafiti na hivyo kuhakikisha usahihi wake. Hatua iliyofuata ilikuwa kupanga data. Data ilipangwa katika makundi kulingana na aina ya data iliyokusanywa kwa kuzingatia malengo ya utafiti. Kulikuwa na aina mbili za data: Data ya kitakwimu na data ya kithamano. Baadaye, uchanganuzi ulifanywa kulingana na lengo la makala hii na kuongozwa na mihimili teule ya Nadharia ya Umitindo. Makala hii ilichanganua kithamano ubunifu wa kiisimu unaojitokeza katika lugha iliyotumiwa na wachuuzi jijini Kisumu na mjini Kakamega. Data iliwasilishwa kwa njia ya majedwali na kufafanuliwa kimaelezo.

Maadili ni kaida zinazoelekeza tabia zetu katika mahusiano ya kila siku na wenzetu (Simiyu, 2020). Utafiti ni lazima uendeshwe kwa kuzingatia maadili fulani yaliyokubaliwa kimataifa miongoni mwa wanasayansi (Ogechi, 2024). Kwanza, barua ya kuidhinisha utafiti huu ilipatikana kutoka kwa Shule ya Masomo ya Upeo ya Chuo cha Kibabii, na hivyo kuruhusu shughuli za ukusanyaji wa data nyanjani. Pili, kibali cha kuendesha utafiti nchini Kenya kilitolewa na Ofisi ya Mkurugenzi wa Baraza la Sayansi, Teknolojia na Uvumbuzi katika Wizara ya Elimu (NACOSTI). Kibali hicho kilithibitisha kuwa utafiti huu ni wa kisayansi, una manufaa kwa ajenda ya kitaifa, hautahujumu usalama wa kitaifa na hauna azima ya kijasusi, kwa mujibu wa Ogechi (2024).

Aidha, idhini ilipatikana kutoka kwa taasisi za kifedha na makamishna wa kaunti za Serikali za Kaunti za Kisumu na Kakamega. Isitoshe, Sheria ya Ulinzi wa Data ya Kenya ya mwaka 2019 ilizingatiwa. Ilihakikishwa kuwa data iliyokusanywa na kuchambuliwa imehifadhiwa kwa usiri. Pia, wahusika walifahamishwa kuhusu namna masuala yote ya faragha na usiri yanayohusiana na data iliyokusanywa yangeshughulikiwa, kisha idhini yao ikapatikana kupitia fomu za idhini. Kwa kuongezea, kazi zilizorejelewa katika utafiti huu zilinukuliwa na waandishi wake kutajwa moja kwa moja.

MATOKEO YA UTAFITI

Utafiti huu ulibaini kuwa, ubadilishaji msimbo ulitumika kwa kiwango kikubwa katika sajili ya uchuuzi jijini Kisumu na mjini Kakamega. Matokeo ya utafiti yakionesha kuwa maeneo yote mawili ya utafiti yalikuwa na watu wa makabila mengi tofauti kutoka nchini Kenya na mataifa mengine jirani kama: Wajaluo, Waluhya, Wakikuyu, Waborana, Wamasai, Wataita, Wakongo, Waburundi, Waganda na Watanzania. Kando na makabila hayo Kiswahili, Kiingereza pamoja na Sheng zilitumika pia. Hali hii ikionesha kuwa Kiswahili kama lugha msingi katika mtagusano na lugha zingine katika maeneo ya uchuuzi ilisababisha hali ya ubadilishaji msimbo uliotokea kwa njia mbalimbali.

Ubadilishaji Msimbo katika Ngazi ya Mofu

Huu ni ubadilishaji msimbo unaotokea ndani ya sentensi. Ubadilishaji msimbo wa ndani ya sentensi hujitokeza katika viwango vya virai, vishazi na sentensi, ambapo lugha mbili au zaidi hutumika katika sentensi moja (Mkilima, 2021). Matokeo ya utafiti huu yamedhihirisha kuwa ubadilishaji msimbo katika ngazi ya mofu ulijitokeza katika baadhi ya maneno yaliyotumiwa na wachuuzi. Aina hii ya ubadilishaji msimbo ilijitokeza tu na kuhusisha lugha mbili, ambazo ni Kiswahili na Kiingereza. Hata hivyo, sarufi ya Kiswahili ilitawala, huku maneno ya Kiingereza yakitumiwa kama vijalizo. Mifano ya maneno hayo ni kama vile: *ku-relax, ina-blend, ime-feel, hai-stretch, uta-withdraw,* n.k. (Jedwali 1).

Jedwali 1: Uchanganyaji wa Mofu za Kiswahili na Kiingereza katika Maneno

Na.	Neno	Viambishi na Mofu		Shina	Mifano
i)	ku*relax*	ku-	kiambishi cha ngeli	-*relax*	Chagua ni poa ya *kurelax* kwa nyumba but ni *thirty bob*.
ii)	ina*blend*	i-	kiambishi cha ngeli	-*blend* (changanya)	Hii ina*blend* na hii poa sana
		-na-	wakati uliopo		
iii)	ume*feel*?	u-	nafsi ya pili umoja	-*feel* (hisi)	ume*feel*?
		-me-	hali timilifu		
iv)	hai*stretch*	ha-	kikanushi	-*stretch* (panua)	Hii hata hai*stretch*
		-i-	kiambishi ngeli		
v)	uta*withdraw*	u-	nafsi ya pili umoja	-*withdraw* (toa)	Uta*withdraw* niko na *agent number*.
		-ta-	wakati ujao		

Chanzo: Nyanjani (2025)

Maneno changamani yaliundwa kwa mofu za lugha mbili tofauti, ambapo mizizi ilikuwa ya Kiingereza na iliambishwa mofu za Kiswahili. Maneno haya yalianza kwa mofu za awali za Kiswahili na kisha kujalizwa kwa maneno ya Kiingereza yaliyotumiwa kama mashina, hivyo kusababisha uundaji wa maneno changamani. Kwa mfano, katika maneno kama *ku-relax, u-me-feel, ha-i-stretch* na *i-na-blend*, kuna mchanganyiko wa mofu za Kiswahili na mashina ya Kiingereza.

Kuna matumizi ya mofu za ngeli, kama vile *ku-* na *i-*, mofu ya nafsi *u-* na kikanushi *ha-*, pamoja na mofu za wakati uliopo *-na-* na wakati ujao *-ta-*, ambazo zimeambatanishwa na mashina ya vitenzi vya Kiingereza: *Feel* (hisi), *stretch* (panua), *blend* (changanya) na *relax* (pumzisha). Kiswahili kimetumiwa kama lugha msingi.

Uchanganyaji msimbo huu umeonyesha kuwa Kiswahili kilitumika kama lugha msingi kwa sababu sentensi zilizotumika zilikuwa za Kiswahili, huku maneno machache yakitengenezwa kwa kuambatanisha mofu za Kiswahili na mizizi ya Kiingereza. Hali hii inadhihirisha kuwa lugha ya Kiingereza na Kiswahili zimetagusana katika kiwango cha mofu kupitia vitenzi.

Ubadilishaji Msimbo katika Ngazi ya Neno

Huu ni ubadilishaji msimbo wa ndani ya sentensi. Ubadilishaji msimbo wa ndani ni ubadilishaji wa lugha katika kiwango cha mofu, neno, kirai au kishazi (Balige, 2018, akimnukuu Mekacha, 2011). Balige (2018), akimnukuu Muysken (2000), anabainisha kuwa ubadilishaji msimbo wa ndani huhusisha matumizi ya lugha ambapo vipashio vya kileksika na kisarufi kutoka katika lugha mbili hujitokeza katika sentensi moja. Mifano ni *ku-grab* (kunyakua), *anaji-reform* (anajibadilisha), *wameji-reform* (wamejibadilisha), *wame-export* (wamesafirisha) na *waka-export*.

Mawasiliano baina ya wachuuzi na wanunuzi wao pia yalidhihirisha matumizi ya ubadilishaji msimbo katika ngazi ya neno, kama ilivyoonyeshwa katika Jedwali 2.

Jedwali 2: Ubadilishaji Msimbo katika Ngazi ya Neno

Na.	Neno	Lugha	Matumizi katika sentensi
1)	*original*	Kiingereza	Hii ni ngozi kweli? Hii ni ngozi yenyewe *original* (halisi) nunua.
2)	*owada*	Luo	Owada chukuwa material
3)	*gold*	Kiingereza	Wacha nichukue hiyo ya *gold.*
4)	*apples*	Kiingereza	Nipe *apples* tatu.
5)	*mukombero*	Luhya	Mama *mukombero* hapa
6)	*yawa*	Luo	*Yawa*, iko sawa
7)	*fifty*	Kiingereza	Nipe maji ya *fifty* (hamsini).
8)	*achiel*	Luo	shilingi *achiel* (moja)
9)	*twenty*	Kiingereza	Nipee ya *twenty*.
10)	*cables*	Kiingereza	*Cables* hizo unauzaje?
11)	*tablemats*	Kiingereza	*Tablemats* hapo za kila aina chagua.
12)	*adek*	Luo	Mia *adek* (tatu)
13)	*original, mum*	Kiingereza	Aki *mum* si nina pete *original* kabisa.
14)	*one-eighty*	Kiingereza	Haki fanya *one-eighty*, nakula tu ishirini mama!
15)	*plastic*	Kiingereza	Hizo *plastic* (plastiki) sina.
16)	*twenty-five*	Kiingereza	Unaongeza gani moja lete *twenty-five* (ishirini na tano.

Chanzo: Nyanjani (2025)

Jedwali 2 limeonyesha baadhi ya mifano na namna ubadilishaji msimbo ulivyotumika katika sajili ya uchuuzi katika ngazi ya neno. Ubadilishaji msimbo huu ulihusisha mchanganyiko wa lugha nne: Kiswahili, Kiingereza, Kiluhya na Kiluo. Lugha iliyotawala katika mawasiliano hayo ilikuwa Kiswahili, ambacho kilitumika kama lugha msingi. Maneno ya lugha nyingine, hasa Kiingereza, yaliyotumika kwa kiasi kikubwa yalitumika kama lugha changizi, ambapo yalichopekwa katika lugha ya Kiswahili. Maneno ya Kiluo na Kiluhya yalitumika kwa kiwango cha chini. Maneno manne (4) yalitumika kutoka katika Kiluo na neno moja (1) kutoka katika Kiluhya.

Mengi ya maneno hayo yalikuwa nomino zilizotaja bidhaa mbalimbali zilizouzwa na wachuuzi, kama vile ***cables*** (nyaya), ***tablemats*** (mikea ya meza), ***ren***t (kodi ya nyumba), ***weigh***t (uzito), ***cookies*** (aina ya biskuti), ***toothpaste*** (dawa ya meno), ***apples*** (tufaha), ***original*** (halisi) na ***gold*** (dhahabu), miongoni mwa mengine.

Matumizi ya maneno ya Kiingereza katika ubadilishaji msimbo pia yalihusisha kutaja kiasi cha pesa kilichohitajika katika kununua na kuuza bidhaa, hivyo kurahisisha mawasiliano. Mifano ya maneno hayo ni ***one-eighty*** (mia moja themanini), ***twenty*** (ishirini), ***twenty-five*** (ishirini na tano) na ***fifty*** (hamsini). Kiluo pia kilitumika katika kutaja kiwango cha pesa, kama vile ***adek*** (tatu). Maneno mengine ya Kiingereza yaliyotumika yalikuwa vivumishi, kama ***original*** (halisi), ***plastic*** (plastiki), ***fresh*** na ***expensive*** (ghali). Matumizi ya maneno hayo yalitawaliwa na wachuuzi, ambao mara nyingi walitaja bidhaa zao na kufafanua ubora wa bidhaa kwa wanunuzi. Vilevile, wanunuzi waliouliza kuhusu aina ya bidhaa, ubora na kiasi cha bei ya bidhaa walizotaka walihusika katika matumizi ya ubadilishaji msimbo.

Ubadilishaji Msimbo wa Maneno katika Sentensi

Jedwali 3 limeonyesha namna wachuuzi walivyotumia ubadilishaji msimbo wa maneno katika sentensi katika kiwango cha kirai na kishazi.

Jedwali 3: Ubadilishaji Msimbo wa Maneno katika Sentensi

Na.	**Neno/ Maneno**	**Lugha**	**Matumizi katika sentensi**
1)	*eight hundred*	Kiingereza	*Eight hundred* hii ndogo
2)	*one thousand four hundred and fifty*	Kiingereza	Basi nitakufanyia *one thousand four hundred and fifty*
3)	*lolipop, ten ten, tropical*	Kiingereza	*Lolipop ten ten Tropical* ni tatu kumi. Ooh nipe *Tropical*
4)	*bra, fifty, panty boxer thirty, top, thirty*	Kiingereza	Ona *bra* ni *fifty*, *panty boxer thirty*, warembo *top* na *thirty*!
5)	*pure gold, silver*	Kiingereza	Ni *pure gold*? Na hizi ni *silver*
6)	*one-fifty yawa*	Kiingereza, Luo	Chukua tu za *one-fifty*, *yawa*
7)	*biscuit, minute maid, biscuits mum*	Kiingereza	Haya soda maji! soda maji! Afya *biscuit*, *minute maid*, *biscuits*, *mum*
8)	*sister, ariyo ariyo*	Kiingereza, Kiluo	*Sister*, *ariyo ariyo*
9)	*flowered, black*	Kiingereza	Nipe hiyo *Flowered* ya *black*
10)	*doormats, latest*	Kiingereza	Hizi ni *doormats* zile *latest*
11)	*one thousand five hundred*	Kiingereza	Hii ni *one thousand five hundred*
12)	*boxer, panty*	Kiingereza	*Boxer, panty* zote kwa bei mzuri
13)	*one thousand eight hundred*	Kiingereza	*One thousand eight hundred*
14)	*pesa adi? mari fifty. kel thirty*	Kiluo	Niko sawa. *Biscuit* pesa *adi*? *Mari fifty*. *Kel thirty*
15)	*mapwoni ka waru*	Luhya	*Mapwoni ka waru* ni mia mbili
16)	*grade seven, eight*	Kiingereza	Hizi ni za juu *grade seven* na *eight*
17)	*but, pink, girlish*	Kiingereza	*But* hiyo ya *pink* ni *girlish*
18)	*power bank, cables, charger, ear phones, type-C cable, hapo, type-C cable, cover, socks*	Kiingereza	Haya *power bank*, *cables* hapo! *Charger ear phones*, *type-C cable*, hapo, *type-C cable* hapo, *cover* ya simu, *socks*
19)	*just come any time, variety of things*	Kiingereza	*Just come any time*, utapata *variety of things*
20)	*sutsa, murere*	Luhya	*Sutsa*, kunde, *murere* kwa bei rahisi
21)	*engusianga every Saturday, yaya*	Kiingereza, Luhya	*Engusianga* every *Saturday* Chagua *chitop*, *Yaya*

Chanzo: Nyanjani (2025)

Ubadilishaji msimbo wa maneno zaidi ya moja katika sentensi ulijitokeza kama ilivyooneshwa katika Jedwali 3. Lugha zilizotumiwa zilikuwa Kiingereza, Kiluo na Kiluhya. Ingawa lugha msingi ilikuwa Kiswahili, matumizi ya ubadilishaji msimbo yalitofautiana kwa misingi ya lugha msingi na lugha changizi. Kiswahili kilitawala kama lugha msingi, ilhali Kiingereza, Kiluo na Kiluhya zilitumika kama lugha changizi. Kwa hivyo, sarufi ya Kiswahili ndiyo iliyotawala, huku maneno ya Kiingereza yakitumika kukamilisha mawasiliano.

Kiasi kikubwa cha lugha changizi kilikuwa Kiingereza, huku Kiluo na Kiluhya zikitumika kwa kiwango cha chini. Katika baadhi ya mifano, Kiingereza kilitawala kuliko Kiswahili. Kwa mfano, katika kuorodhesha bidhaa zilizouzwa, sehemu za baadhi ya sentensi zilitawaliwa na Kiingereza, huku Kiswahili kikitokea kwa uchache, japo ndicho kilichotumika kama lugha msingi. Data za utafiti huu zimeonyesha kuwa Kiingereza kilitumika kwa kiwango kikubwa katika aina hii ya ubadilishaji msimbo.

Maneno mengi ya Kiingereza yalitumiwa kutaja kiasi cha pesa kilichohitajika katika ununuzi, kama vile ***one thousand eight hundred, eight hundred, one thousand four hundred and fifty*** na ***three hundred***, miongoni

mwa mengine. Maneno mengine yalitumika katika kuorodhesha bidhaa zilizouzwa, kama vile:

Bra ni fifty, panty boxer thirty bob na thirty,
Biscuits, minute maid, biscuits
Tissue, Nail cutter, earphones, charger
Track suits, shorts, jackets, tights

Vivumishi pia vilitumika katika Kiingereza, kama katika *doormats* zile ***latest*** (za hivi karibuni), na *Just come any time*, utapata *a variety of things* (aina mbalimbali za vitu). Ubadilishaji msimbo katika Kiluhya ulichukua muundo uleule wa kuorodhesha aina za bidhaa zilizouzwa, pamoja na matumizi ya maneno kama:

Sutsa (managu), kunde, *murere* (murenda)
Mapwoni *ka* waru (viazi mbatata)

Sababu za Ubadilishaji Msimbo

Mabonga (2023) anadai kuwa vichocheo vya ubadilishaji msimbo hutokea kwa kufahamu au bila kufahamu. Anafafanua kuwa vichocheo vinavyotokea kwa kufahamu hutokana na sababu za kisaikolojia na vichocheo vya kijamii vinavyohusiana na muktadha au mazingira. Kulingana naye, vichocheo vya kisaikolojia hutokea bila kutarajia, kwani mara nyingi mzungumzaji hujikuta akitumia msimbo mwingine kwa ghafla. Vichocheo vinavyotokea bila kutarajia katika mchakato wa kuzungumza vinaweza kusababishwa na mwingiliano wa mara kwa mara na maneno kutoka katika lugha nyingine au kutokana na kutoweza kutafsiri neno linalotumika wakati huo.

Balige (2018), katika muktadha wa matumizi ya lugha Bungeni na akiwirejelea wataalamu kama MacWilliam na Chuwa (1990) na Mwansoko na Tumbo Masabo (1996), anaainisha sababu mbalimbali za ubadilishaji msimbo kama vile kujaza pengo lililopo katika msamiati wa mzungumzaji mwenyewe au wa lugha, kurejelea usemi halisi wa mzungumzaji mwingine au nahau ya lugha nyingine, kusisitiza jambo, kutia chumvi au kuongeza nguvu katika habari fulani, kujitambulisha na habari anazotoa, kujionyesha na kusisitiza umoja wa kundi fulani, kumtenga mtu mwingine, kujishaua, kujiongezea wadhifa au kuonyesha ujuzi, uvivu au kutojali.

Matokeo ya utafiti huu yalibaini sababu mbalimbali za ubadilishaji msimbo katika mawasiliano baina ya wachuuzi na wateja wao:

Kuwasilisha Ujumbe

Mabonga (2023), akimrejelea Nerghes (2011), anasema kwamba kichocheo kikuu cha kubadilisha msimbo ni kutaka kupitisha ujumbe au kufanikisha uelewaji. Wakati mwingine, si lazima wazungumzaji wote wawe na uelewa sawa wa lugha zote mbili, kama anavyodai Myers-Scotton (1993b), akinukuliwa na Mabonga (2023). Kwa mujibu wa hoja hiyo, japo wazungumzaji huwa na uelewa wa lugha zote mbili, si lazima wawe mahiri katika lugha hizo.

Katika biashara ya uchuuzi, wahusika wakuu ni muuzaji na mnunuzi. Katika mazungumzo yao, mchuuzi hutaja bidhaa anazouza pamoja na bei zake. Wakati mwingine, mteja pia huuliza kuhusu bidhaa hizo na bei zake. Inabainika kuwa mazungumzo yao yanatawaliwa na maswali pamoja na majibu yanayohusisha ubadilishaji msimbo wa aina mbalimbali, unaodhihirika katika kutaja kiwango cha pesa, aina za bidhaa na maelezo zaidi yanapohitajika.

Mfano:

Mchuuzi: Sasa!
Mnunuzi: Poa hiyo unauzaje
Mchuuzi: **Eight hundred** hii ndogo
Mnunuzi: Na kubwa?
Mchuuzi: Ni **two thousands** bei ya kuongea

Katika mfano huu, mchuuzi anajibu maswali anayoulizwa na mnunuzi, hasa kuhusu bei na aina ya bidhaa anazouza. Kuna matumizi ya ubadilishaji msimbo wa Kiingereza katika kutaja bei ya bidhaa hiyo. Mchuuzi anarahisisha mawasiliano kwa kutumia ubadilishaji msimbo, hivyo kupitisha ujumbe na kufanikisha mawasiliano.

Kutambua Bei na Aina za Bidhaa

Bidhaa ni vitu vinavyozalishwa na kuuzwa sokoni ili kukidhi mahitaji ya mtumiaji. Kuna bidhaa zinazoshikika na bidhaa zisizoshikika, pamoja na huduma. Katika utafiti huu, uchunguzi ulijikita katika aina za bidhaa zinazoshikika. Wachuuzi wa jijini Kisumu na mjini Kakamega waliuza bidhaa mbalimbali, zikiwemo mapambo, mavazi, vyakula, vifaa vya elektroniki na viatu. Katika biashara ya uchuuzi, ubadilishaji msimbo ulitumika kama mbinu ya kutambua aina za bidhaa zilizouzwa na kuwawezesha wanunuzi kutambua aina za bidhaa walizotaka

kununua. Mara nyingi, aina ya bidhaa ilitajwa pamoja na bei yake.

Japo katika maeneo ya uchuuzi Kiswahili kilitumiwa kwa kiwango kikubwa kama lugha kiungo, baadhi ya msamiati wa Kiswahili haukujulikana wala kuzoeleka katika mazingira hayo ya uchuuzi. Hivyo, watafitiwa walikopa msamiati kutoka katika lugha nyingine, kama Kiingereza, ili kufanikisha mawasiliano.

Mfano:

Mchuuzi: ***Lolipop*** ten ten ***Tropical*** ni tatu kumi. Ooh nipe ***Tropica***l za twenty.
Mchuuzi: Chagua tu hata za kulala ziko ***fifty fifty****!*
Mnunuzi: Hizi zinakuja ngapi?
Mchuuzi: ***Two hundred*** mama.
Mnunuzi: Sawa.

Katika mfano wa kwanza, mteja anauliza bei ya peremende, na anajibiwa kwa kutajwa aina za peremende hizo, ambazo zinaitwa ***Tropical*** na nyingine ***lolipop***, kwa bei ya *ten ten.* Mteja anakubali kununua bidhaa na pia anataja bidhaa na kiasi cha pesa anachotaka kutumia. Anasema, "nipe ***Tropical*** za twenty". Kwa hivyo, kuna ubadilishaji msimbo unaodhihirika kupitia kutaja bidhaa na kiwango cha pesa kinachohitajika kununua bidhaa hizo.

Mfano:

Mchuuzi: ***Camera Camera*** hapo karibu, kuna ya *one-twenty, one-thirty*
Mnunuzi: Haka ni kazuri lakini kadogo sana
Mchuuzi: Chagua tu hata za kulala ziko fifty fifty*!*
Mnunuzi: Hizi zinakuja ngapi?
Mchuuzi: *Two hundred* mama
Mnunuzi: Sawa

Katika mfano huu, mchuuzi anaeleza kuhusu ubora wa bidhaa zake kwa kutumia maneno ya Kiingereza, *camera camera* (mpya mpya), kumaanisha kuwa bidhaa hizo zimefunguliwa tu wakati huo na ni mpya. Anataja bei kwa Kiingereza, akisema kuwa kuna ya *one twenty*, yaani mia moja na ishirini, na ya *one thirty*, ambayo ni mia moja na thelathini. Mchuuzi anaeleza kuwa kuna pia za kulala zenye bei ya *fifty fifty* (hamsini hamsini) na *two hundred* (mia mbili).

Mfano:

Mchuuzi: *Chain* ni *two-fifty*
Mchuuzi: Chukua na *one-fifty*
Mnunuzi: Haki fanya *one-eighty*, nakula tu ishirini mama!
Mchuuzi: Sawa

Katika mfano huu, mchuuzi anataja bidhaa yake kwa Kiingereza, *chain*, ambayo ni *mkufu*, pamoja na bei yake ya *two-fifty*, ambayo kwa Kiswahili ni mia mbili hamsini. Mchuuzi, ambaye anaonekana kutoridhika na bei hiyo, anapendekeza kuuza kwa bei ya *one-fifty*, ambayo ni mia moja hamsini. Hata hivyo, mnunuzi anamshawishi au anaomba bidhaa hiyo itolewe kwa *one-eighty*, yaani mia moja themanini.

Ubadilishaji msimbo ulitumika kama mkakati wa kutambua bidhaa zilizouzwa na bei, ambayo ni kiwango cha pesa kinachohitajika kununua bidhaa hizo. Matumizi ya ubadilishaji msimbo katika kutaja bidhaa na bei yake ni njia ya kurahisisha na kuharakisha mawasiliano na, kwa upande mwingine, kuvutia wateja. Kwa mfano, mchuuzi anapotumia maneno *camera camera* kwa maana ya mpya, maneno hayo yanaweza kuwa na dhima ya kuvutia wateja wanaotaka bidhaa bora.

Kuonyesha Hadhi Sawa ya Wazungumzaji

Mabonga (2023), akimrejelea Ritchie (2004), anadokeza kuwa majukumu ya uhusiano wa wazungumzaji huwa na umuhimu mkubwa katika kukubaliana kuhusu chaguo la lugha inayotumika. Aidha, Mabonga (2023), akimnukuu Macoro (2005), anaeleza kuwa ubadilishaji msimbo kwa kawaida hutokea kati ya wazungumzaji wawili au zaidi wanaozungumza lugha au lahaja inayofanana. Hali hii huwapa uhakika kuwa wanaweza kuwasiliana na kuelewana.

Mfano:

Mnunuzi: Niko sawa
Biscuit pesa *adi*?
Mchuuzi: *Mari fifty*
Kel thirty
Mnunuzi: Niko sawa
Biskuti pesa ngapi?

Mchuuzi: *Yako ni hamsini*
Leta thelathini

Matumizi ya ubadilishaji msimbo katika mfano huu yamehusisha Kiswahili na Kiluo. Mnunuzi anapoanzisha mawasiliano kwa kuuliza bei ya biskuti kwa Kiluo, mchuuzi anapata ujasiri wa kujibu kwa Kiluo kwa kuwa ana uhakika kuwa wanaweza kuelewana katika mawasiliano kutokana na uelewa wao wa lugha hiyo. Hivyo, matumizi ya lugha hiyo yanaonesha kuwepo kwa uelewa wa pamoja baina ya wazungumzaji.

Mfano:
Mchuuzi: *Orie yaya?(u hali gani dada?)*
Mnunuzi: *Eeee yaya (Eee dada)*
Mchuuzi: *Engusianga every Saturday (huwa nauza kila jumamosi)*
Chagula *chitop Yaya (chagua blauzi dada)*

Mfano
Mchuuzi: *Echinduma echi si (viazi vikuu hapa hivi)*
Okhakula chichindi chimbi ta (usinunue zile mbayao
Nakhakusia for almost two years Chili ne vufu (nimeuza karibu miaka miwili ni zile zinakaa kama unga ndani)
Mnunuzi: *Chisenti chinga?(ni pesa ngapi?)*
Mchuuzi: *Mia sa (mia tu)*
Mnunuzi: *Oooh (sawa)*

Katika mazungumzo ya pili, mchuuzi na mnunuzi wanazungumza katika lugha ya Kibukusu, ambayo ni mojawapo ya lahaja za Kiluhya. Hali hii inaonyesha kuwa wote wana uelewa wa lugha wanayoizungumza na hivyo wanaweza kuwasiliana. Katika hali hii, ubadilishaji msimbo umetumika kama mbinu ya kujenga uhusiano na kuleta ukaribu baina ya mchuuzi na mteja. Huu pia ni mkakati unaotumiwa na wachuuzi kuvutia wateja kununua bidhaa zao.

Kurahisisha Mazungumzo

Ubadilishaji msimbo ulitumika kama mbinu ya kurahisisha mawasiliano baina ya wachuuzi na wateja wao. Matumizi ya msamiati kutoka lugha yoyote ile yanayojitokeza kama ubadilishaji msimbo aghalabu hutumika kama mkakati wa kurahisisha mawasiliano (Orucho, 2023). Urahisishaji wa mawasiliano huwawezesha wauzaji kuuza bidhaa zao na wanunuzi kununua bidhaa wanazohitaji. Lengo kuu la wachuuzi ni kuuza bidhaa zao, na lugha kama nyenzo ya mawasiliano huwawezesha kutimiza lengo hili. Maneno ya lugha mbadala yanayochopekwa katika Kiswahili huwa sahili na maana yake si changamani. Hivyo, huwawezesha wachuuzi na wateja wao kuelewana kwa urahisi katika mawasiliano.

Ni muhimu kutumia lugha inayovutia na inayoeleweka kwa urahisi na wateja. Kwa hivyo, wakati mwingine wachuuzi walitumia ubadilishaji msimbo kwa njia iliyorahisisha mawasiliano. Watafitiwa walitumia Kiswahili kama lugha msingi na kubadilisha msimbo kwenda Kiingereza, Kiluo na Kiluhya.

Mfano:
Mnunuzi: Nipe hiyo ***Flowered* ya black** (nyeusi ya maua)
Mchuuzi: Poa
Mnunuzi: ***Apples*** (tufaha) ni ngapi?
Mchuuzi: Kuna ya fourty na fifty
Mchuuzi: Sema madam
Pete, ***earings***(*hereni*), marashi, pesa ndogo tu
Mchuuzi: Ulitaka **colour** (rangi) gani?
Mnunuzi: Napenda ***blue*** (*buluu*)na iwe *plain*
Mchuuzi: Hiyo sina customer (mteja)
Mnunuzi: Sema hii nayo ngapi?
Mchuuzi: ***Pair* ni *one thousand three hundred*** *(elfu moja na mia tatu)*

Kutokana na mifano hii, ubadilishaji msimbo ulihusisha lugha mbili tu, Kiswahili kama lugha msingi na Kiingereza kama lugha changizi. Ilikuwa rahisi kwa mtafitiwa kutumia baadhi ya maneno kwa Kiingereza kuliko kuyatumia kwa Kiswahili. Maneno mengine hayangeweza kutumika kama neno moja, bali

yangehitaji maelezo. Kwa mfano, mteja aliyesema *flowered ya black* kwa Kiswahili angelazimika kusema *nyeusi yenye maua*. Hivyo, matumizi ya *flowered ya black* yalirahisisha na kufupisha mawasiliano.

Istilahi nyingine kama *tufaha* kwa kurejelea *apple*, *jozi* kwa kurejelea *pair*, *buluu* kwa kurejelea *blue* na *hereni* kwa kurejelea *earrings* ni maneno ya Kiswahili. Hata hivyo, kulingana na muktadha wa uchuuzi uliowasilishwa, baadhi ya maneno hayo hayakuwa yakitumiwa mara kwa mara katika mazingira ya soko. Hivyo, ilikuwa rahisi kwa mchuuzi kubadilisha msimbo kwa kutumia maneno ya Kiingereza ili kurahisisha mawasiliano.

Ukosefu wa Istilahi Faafu

Ubadilishaji msimbo ulitumika katika kujaza pengo lililopo katika msamiati wa lugha au wa mzungumzaji mwenyewe. Wakati mwingine, katika mazingira ya uchuuzi, kulikuwa na ukosefu wa neno sahihi au faafu la kutimiza lengo la mawasiliano baina ya wachuuzi na wateja wao. Baadhi ya wazungumzaji walitatizika kupata neno au istilahi faafu na sahihi ya kutaja au kueleza walichotaka kusema.

Mfano:

Mnunuzi:	Unauzaje ?
Mchuuzi:	*Lolipop (aina ya peremende) ten ten* *Tropical* (aina ya peremende) ni tatu kumi
Mchuuzi:	Mama *mukombero* hapa
Mnunuzi:	*Mukombero (mizizi ya kienyeji ambayo inattumika kama dawa)* unauzaje?
Mchuuzi:	Hii ni *unisex (mtindo utumiwao na jinsia zote)* ya *girl* anaweza vaa pia *boy* anaweza vaa. Hii iko poa sana. *Short* hupendi?
Mchuuzi:	Soda, maji,maji baridi,*cookies*, cakes hapo
Mnunuzi:	Nipe cookies ni ngapi?
Mchuuzi:	Bei mzuri tu. *Power bank (kifaa cha kielektroniki)* si uchukue madam *Padlocks* hapo, gufuli
Mnunuzi:	Siku ingine
Mchuuzi:	*Sutsa , kunde, murere (aina ya mboga za kienyeji)* kwa bei rahisi
Mnunuzi:	Ngapi?
Mchuuzi:	Kumi kumi
Mnunuzi:	Hapana, mama Tano, tano
Mchuuzi:	*Chopping board (ubao wa kukatia), rolling pin, wooden spoon (kijiko cha mbao)*
Mnunuzi:	Hii ni ya *soft wood* ama *hard wood*?
Mchuuzi:	*Tissue holder, serviette holder* rembo hapa Hizi zinaleta urembo kwa meza

Mara nyingi, wachuuzi walitaja baadhi ya bidhaa zao kwa Kiingereza. Wakati mwingine, walitumia majina kutoka katika lugha za Kiasili, kama Kiluhya. Hali hii ilitokana na ukosefu wa istilahi faafu ambayo ingeweza kutumika moja kwa moja katika muktadha huo.

Tissue holder (Kifaa kinachotumika kushikilia tishu)

Bidhaa hizi hazikuwa na istilahi maalumu za kuzitaja, ila zingeweza kutajwa kwa njia ya kimaelezo. Lengo kuu la mchuuzi ni kuuza bidhaa. Kwa hivyo, ilikuwa rahisi kutumia majina ya Kiingereza kuzitaja kwa sababu majina hayo yalitumika mara kwa mara, yalizoeleka na kueleweka kwa urahisi na wateja katika mazingira ya uchuuzi.

Matumizi ya Misimu

Kwa mujibu wa Adolph (2023), akiwarejelea wataalamu mbalimbali wakiwemo Msanjila (2009) na King'ei (2010), misimu ni lugha ya siri inayozungumzwa na kueleweka na kundi la watu wenye utamaduni mmoja kwa lengo la kujitenga na kundi kubwa la jamii husika. Adolph (2022), akimrejelea Msanjila (2009), anaeleza kuwa misimu hutumiwa kama siri miongoni mwa wanajamii kwa kuwa wanaelewa maana ya maneno au semi husika. Aidha, Adolph (2023), akimrejelea Njoka (2004), anaeleza kuwa misimu ni jumla ya maneno yote ambayo si sanifu katika lugha yoyote ile, mathalani Kiswahili. Sababu ya kuitwa

misimu ni kuwa maneno hayo huzuka na kupotea kulingana na matukio fulani katika jamii husika.

Hata hivyo, misimu ilitumika kwa uchache sana miongoni mwa wachuuzi na wateja wao. Mifano ya misimu iliyobainika ni *Genz, mapema ndio best* na *nafuliza*. Misimu miwili ilikuwa ya Kiingereza, ilhali mmoja ulikuwa wa Kiswahili.

Mfano:

Mnunuzi:	Ni *boy*
Mchuuzi:	Kama ni chali nguo ni nyingi za ma ***Genz***
	Kuna hizi *pink, black, white*

Genz ni msemo ulioibuka mwezi Juni mwaka wa 2024 kutokana na maandamano ya vijana wa kizazi cha Z yaliyoenea dhidi ya Mswada wa Fedha wa 2024. Maandamano hayo yalisababisha maafa na uharibifu mkubwa wa mali nchini Kenya. Hali hii ilifanya kundi hilo kupata umaarufu na kujulikana kama kundi lenye nguvu na uwezo wa kuchukua hatua bila kuogopa. Kwa sasa, msemo huu ni maarufu miongoni mwa vijana na hutumiwa katika miktadha mbalimbali, ikiwemo biashara, ambapo wachuuzi huutumia katika kutangaza bidhaa zao.

Adolph (2023) anaeleza kuwa vijana ndio watumiaji wakubwa wa misimu ikilinganishwa na rika nyingine. Msemo huu huwavutia na kuwachangamsha vijana. Mchuuzi anayewauzia vijana nguo anapotumia neno *Genz* kwa maana ya kizazi cha vijana, analenga kuonyesha kuwa nguo hizo zinafaa kwa vijana.

Mfano

Mnunuzi:	Sanduku?
Mchuuzi:	Sanduku *two thousand two hundred*, jipange mama!
	Mapema ndio best
Mnunuzi:	Hakuna *colours* zingine?
Mchuuzi:	Hii ni *plain* hata *size* iko sawa
	Ni *colour* tamu sana
Mnunuzi:	Utapunguza bei iko juu
	Sana ongea tu
	Utachukuwa *one thousand eight hundred*
Mchuuzi:	Ongeza mia.

Msemo *mapema ndio best* ulitumiwa kwa mara ya kwanza mwaka wa 2022 na kijana aliyeitwa Kevin Oreso katika mahojiano ya televisheni alipokuwa akijadili umuhimu wa kuanza mapema katika maisha, hasa katika ndoa. Msemo huu una maana ya kuwa kuanza mapema ni bora zaidi. Umepata umaarufu hasa miongoni mwa vijana na pia hutumiwa na wanasiasa katika kampeni zao, ambapo huwavutia watu wengi. Katika mfano huu, mchuuzi anapotaka kumuuzia mteja sanduku, anatumia msemo huo kumshawishi alichukue siku hiyo kama njia ya kujipanga mapema.

Mfano:

Mchuuzi:	Ni chini sana
	Ukiongeza?
Mnunuzi:	*One thousand*
	Naona bado ***nafuliza***

Fuliza ni neno linalotokana na kitenzi *fuliza*, kinachohusiana na wazo la kuendelea au kuongezea. Pia ni jina la huduma ya kifedha inayotolewa na Safaricom inayowawezesha watumiaji kukamilisha miamala au matumizi fulani wanapokosa fedha za kutosha katika akaunti zao za M-Pesa. Neno hili limekuwa la kawaida na hutumika mara kwa mara. Katika mfano huu, mnunuzi anapotumia neno *nafuliza*, anamsihi mchuuzi ampunguzie bei kwa kuwa hana fedha za kutosha, na kiasi alicho nacho kinaweza kuongezewa kupitia huduma ya *Fuliza*.

Kusisitiza Jambo, Kutia Chumvi au Kutoa Maelezo Zaidi

Balige (2018), akiwawarejelea MacWilliam na Chuwa (1990), anaeleza kuwa moja ya sababu za kubadilisha msimbo ni kusisitiza jambo, kutia chumvi au kuongeza nguvu katika habari fulani.

Mfano:

Mnunuzi:	*Mats* unauzaje?
Mchuuzi:	Sema *customer ni six hundred* na *four hundred*
	Hizi ni doormats zile ***latest*** **(hivi karibuni)**
Mchuuzi:	Ulitaka *colour* gani?
Mnunuzi:	Napenda ***blue (buluu)*** na iwe ***plain*** **(isiyo na mapambo)**
Mchuuzi:	Hiyo sina *customer*
Mchuuzi:	Sawa

Imefika tu ***exactly (sahihi)***
kilo mbili

Ubadilishaji msimbo wa maneno ya Kiingereza ulitumika huku Kiswahili kikiwa lugha msingi. Katika muktadha huu, neno *latest* lina maana ya hivi karibuni. Mchuuzi aliyekuwa akiuza mikeka ya kuwekwa mlangoni alitaka kumhakikishia mnunuzi kuhusu ubora wa bidhaa yake. Hivyo, alisisitiza kuwa mikeka hiyo ni ya hivi karibuni, akimaanisha kuwa ni ya kisasa, ili kumvutia na kumshawishi mnunuzi.

Mnunuzi pia, anapotaja aina ya bidhaa anayoitaka, anatumia neno *blue* kwa maana ya *buluu* na *plain* kwa maana ya *isiyo na mapambo*. Mnunuzi anatoa habari zaidi kuhusu bidhaa anayoitaka na anasisitiza rangi anayohitaji kwa kubadilisha msimbo na kutumia vivumishi hivyo. Neno *exactly* limetumika kwa maana ya *sahihi* au *kamili*. Neno hilo linasisitiza kipimo cha bidhaa, ambapo mchuuzi anaonyesha kuwa bidhaa hiyo ina uzito kamili wa kilo mbili.

Mkakati wa Upole na Heshima

Upole ni hali ya msemaji kudhihirisha kuwa anajali hisia na mahitaji ya msikilizaji katika mazungumzo (Kioko na wenzake, 2021). Wanaeleza kuwa mikakati ya upole hutumiwa na washiriki wa mazungumzo kulainisha na kufanikisha mawasiliano yao. Lengo la mchuuzi ni kuuza bidhaa zake. Kwa hivyo, ni muhimu kuonyesha heshima na kudumisha uhusiano mzuri na wateja katika mawasiliano ili kufanikisha shughuli ya uchuuzi. Matokeo ya utafiti yalidhihirisha kuwa watafitiwa walitumia ubadilishaji msimbo kama mbinu ya kuonyesha upole katika mawasiliano yao na wateja kwa njia mbalimbali.

Mfano:

Mnunuzi:	Naona mali *fresh fresh* zimeingia pete
Mchuuzi:	Sema ***madam (mama)***
Mchuuzi:	Karibu ***mummy*** (mama) viazi
	Madam (mama) talk to me
	Mrembo mia viazi
	Karibu ***Madam*** **(mama)**
	Olenyanga orie? (unataka aje ?)
Mchuuzi:	*Toothpaste* bei rahisi, kuangalia ni bure
	Nail cutter, earphones, showercape
	Aunty (**shangazi**)karibu
Mchuuzi:	*Sister* (***dada***) nikuuzie *power bank charger*
	Memory card, earphones,
	Mia moja dawa na *brush*!
	Socks handkerchief!
Mchuuzi:	Karibu *mummy (mama)* viazi
	Madam talk to me
	Mrembo Mia, Mia
	Mayi (mama) karibu
	Olenyanga orie (unatakaje)
	Mapwoni (viazi) mia mbili
	Karibu, ***mummy***
Mchuuzi:	***Mjomba*** hii *tishoo* ni kali sana
Mnunuzi:	Nataka ya *valentine*
	Hiyo haitaweza

Mtafitiwa alitumia istilahi mbalimbali katika ubadilishaji msimbo kama mkakati wa upole. Majina hayo yalikuwa katika mchanganyiko wa Kiswahili, Kiingereza na Kiluhya. Kwa mfano, ***madam, mama, mummy, mayi, aunty, sweety, sister, baba*** na ***mjomba***. Wateja wa kike walirejelewa kwa msamiati kama ***madam*** ambalo ni jina la heshima kwa mwanamke, *mummy* lenye maana ya mama na ***mayi*** kwa Kiluhya lenye maana ya mama. Majina haya yalitumiwa kama njia ya kuonyesha heshima na urafiki kwa wateja wa kike. ***Aunty***, kwa maana ya shangazi katika Kiswahili, lilirejelea wanawake wa umri wa kati. Vilevile, *mrembo* na ***sweety***, kwa maana ya mpenzi, yalitumiwa kwa wasichana vijana ili kuwafurahisha na kuwavutia. Wateja wa kiume nao walirejelewa kama ***baba*** na ***mjomba***. Msamiati huu wa heshima ulitumiwa na baadhi ya wachuuzi ili kujenga uhusiano na urafiki na kuvutia wateja wao.

Kuharakisha Mawasiliano

Biashara ya uchuuzi huhusisha hali ya kuzunguka kutoka eneo moja hadi lingine ili kuwafikia wateja. Utafiti ulibaini kuwa mazungumzo baina ya wachuuzi na wateja wao yalikuwa mafupi na ya haraka kwa lengo la kuuza. Hivyo, wachuuzi walitumia mbinu zilizowawezesha kuharakisha mawasiliano yao. Ndiyo maana ubadilishaji msimbo na Sheng zilitumika kama mbinu za kuharakisha mawasiliano.

Mfano:

Mchuuzi:	Na ***bracelets*** utachukua na ngapi?
Mnunuzi:	Siku nyingine haki
Mchuuzi:	Hii ni *unisex* ya ***girl*** anaweza vaa pia ***boy*** anaweza vaa. Hii iko poa sana. ***Short*** hupendi?
Mchuuzi:	Yawa iko sawa
Mnunuzi:	Hii ***inablend*** na hii poa sana umepata ka tshirt
Mchuuzi:	Hapa ni ***one-fifty***, Hapo ni ***fifty, fifty*** Mia mia shati
Mnunuzi:	Mama unauzaje melon?
Mchuuzi:	twenty, twenty Nikuwekee kwa ***jwala***
Mnunuzi:	Nipe bure tu Na si ni tamu sana.

Maneno ya Kiingereza na Kiluo yaliyotumika katika ubadilishaji msimbo pamoja na Sheng yalisaidia kuharakisha mawasiliano. Uchuuzi ni shughuli inayohusisha kutembea au kuzunguka kutoka sehemu moja hadi nyingine na kuhudumia wateja mbalimbali. Wachuuzi hawana muda wa kushiriki katika mazungumzo marefu na wateja wao. Hivyo, mazungumzo yao huwa mafupi na ya haraka. Ndiyo maana walitumia ubadilishaji msimbo ili kuharakisha mazungumzo yao.

Kwa mfano, maneno kama:

Bracelets	kikuku/bangili
Girl	msichana
Boy	mvulana
Short	kaptura
Inablend	inachanganya
Jwala	karatasi ya plastiki

Katika mifano hii, ubadilishaji msimbo ulihusisha maneno mengi ya Kiingereza na neno moja la Kiluo. Baadhi ya maneno yaliyotumika katika ubadilishaji msimbo yana maumbo marefu zaidi katika Kiswahili kuliko katika Kiingereza, kama ***msichana, mvulana*** na ***kaptura***. Neno ***inablend*** nalo limetumika katika muundo wa mchanganyiko wa Kiswahili na Kiingereza. Baadhi ya istilahi hizi hazikutumika mara kwa mara katika mazingira hayo. Matumizi ya maneno ya Kiingereza yalirahisisha na kuharakisha mawasiliano kuliko matumizi ya maneno hayo kwa Kiswahili. Mara nyingi, walipotaja viwango vya bei za bidhaa, walitumia Kiingereza kwa sababu kutaja bei kwa Kiingereza kulirahisisha mawasiliano kuliko kutumia Kiswahili. Kwa mfano:

Hapa ni one-fifty, Hapo ni fifty, fifty
Mia mia shati

Mchuuzi anasema *fifty fifty* badala ya *hamsini hamsini*, jambo linaloonyesha matumizi ya ubadilishaji msimbo katika kurahisisha mawasiliano baina ya mchuuzi na mnunuzi.

Haja ya Kupatanisha Misimbo Miwili

Hali hii hutokea pale ambapo Kiswahili kinatumika kupatanisha lugha mbili, hasa pale ambapo dhana fulani inaweza kueleweka kwa urahisi zaidi kwa Kiswahili. Wakati mwingine, mchuuzi anapotambua kuwa dhana fulani haijaeleweka vizuri kwa Kiingereza, huifafanua kwa Kiswahili ili kurahisisha uelewa.

Mchuuzi:	Songa huku Hii ni ***fresh ya sahii*** na bei poa Chagua tu *mum*
Mchuuzi:	Bei mzuri tu *Power bank* si uchukue *madam* ***Padlocks* hapo, *gufuli***
Mnunuzi:	Siku ingine

Kiswahili kilitumika kama kipatanishi kati ya Kiingereza na mchuuzi na pia kama lugha msingi ya kueleza dhana zilizotajwa kwa Kiingereza. Hivyo, mtafitiwa alitumia Kiswahili kama njia mwafaka ya kufafanua dhana za Kiingereza ili kumwezesha mnunuzi kuelewa. Neno *fresh* lililotumika katika Kiingereza lilifafanuliwa kwa Kiswahili katika muktadha wa mazungumzo. Vilevile, neno *padlock* lilifafanuliwa kwa kutumia jina la Kiswahili, *kufuli*. Neno *kufuli* hutumika sana na linaeleweka kwa urahisi na wazungumzaji wengi kuliko *padlock*.

Mazoea

Mazoea ni jambo linalofanywa mara kwa mara na kurudiwa kiasi cha kuwa tabia ya mtu. Baadhi ya mifano ya ubadilishaji msimbo iliyotumiwa na

wachuuzi ilihusisha maneno yaliyotumika mara kwa mara hadi yakawa sehemu ya mazoea yao ya mawasiliano.

Mfano:

Mchuuzi:	Wewe chagua ndio tuongee Sema tu mummy usiogope Basi nitakufanyia one thousand four hundred and fifty
Mnunuzi:	Sawa narudi
Mchuuzi:	***Owada*** chukuwa material
Mnunuzi:	Narudi customer.

Mfano:

Mnunuzi:	Hiyo nikubwa sana, inataka mtu boom!boom!
Mchuuzi:	Yea mwenye amejiaminia.
Mnunuzi:	Utanipinguziako
Mchuuzi:	Yawa iko sawa
Mnunuzi:	Hii inablemd na hii poa sana Umepata ka *tshirt*? ***Yawa*** hiyo hapana Hizi zinakuja ngapi?

Owada ni neno la Kiluo lenye maana ya *mwenzangu*, linalorejelea mtu ambaye ni rafiki au mwenye uhusiano wa karibu na anayetumia neno hilo. Neno hili hutumika miongoni mwa Waluo kwa watu walio na uhusiano wa karibu. Katika mazungumzo baina ya mchuuzi aliyekuwa akiuza vitenge na mnunuzi, wahusika walijadiliana kuhusu bei, ambapo mchuuzi alimsihi mnunuzi kununua huku mnunuzi akimsihi mchuuzi kupunguza bei. Mchuuzi alitumia neno ***Owada*** kuonyesha urafiki na kujenga uhusiano wa karibu ili kumshawishi mnunuzi kununua bidhaa yake.

Neno ***yawa*** pia ni neno lililozoeleka miongoni mwa Wajaluo na hutumika kuonyesha mshangao. Katika muktadha huu, lilitumika kumsihi mtu au kumshawishi akubaliane na jambo fulani. Kwa mfano, mnunuzi anapokataa kukubaliana na bei iliyotajwa na mchuuzi, humsihi ampunguzie bei na hatimaye wahusika hufikia makubaliano.

Ubadilishaji Msimbo kama Tasfida

Baadhi ya maneno yaliyotumiwa katika ubadilishaji msimbo yalitumika kama tasfida.

Mfano:

Mchuuzi:	***Panties****, boom top* ni hapa hamsini ni ya warembo ***kamisol***

Mfano:

Mchuuzi:	Mrembo chagua Wale wa **booty short** Wabebe na hamsini Wabebe na hamsini
Mnunuzi:	Nachukuwa hii
Mchuuzi:	Sawa thanks Ni fifty, fifty, fifty***, Panty. Panty, boxer , boxer*** ni thirty Warembo top na thirty Shati na dress ni mia ya watoto mia karibu customer

Katika muktadha huu, baadhi ya maneno yaliyotumiwa yalikuwa ***panty***, ***kamisol***, **boob top** na ***boxer***. *Panty* ni vazi la ndani la kike, *kamisol* ni aina ya vazi la ndani la kike, *boob top* ni aina ya vazi linalovaliwa sehemu ya juu ya mwili na *boxer* ni aina ya vazi la ndani la wanaume. Mavazi haya yanahusiana na maeneo ya mwili ambayo huenda yasitajwe moja kwa moja katika mazungumzo ya kawaida ya kibiashara. Matumizi ya maneno ya Kiingereza katika kuyataja yalifanya kazi kama tasfida kwa kupunguza uwazi wa maana ambao ungeweza kujitokeza iwapo majina hayo yangetajwa moja kwa moja kwa Kiswahili. Kwa hivyo, ubadilishaji msimbo ulisaidia kulainisha namna ya kuyataja mavazi hayo katika mawasiliano baina ya mchuuzi na mnunuzi.

HITIMISHO NA MAPENDEKEZO

Hitimisho: Makala hii imebainisha kuwa ubadilishaji msimbo umetumika kwa kiwango kikubwa katika lugha ya uchuuzi. Imebainika kuwa kuna aina tatu za ubadilishaji msimbo zilizotumika katika sajili ya uchuuzi, ambazo ni ubadilishaji msimbo katika ngazi ya mofu, ubadilishaji msimbo katika ngazi ya neno na ubadilishaji msimbo wa maneno katika sentensi. Ubadilishaji msimbo wa maneno katika sentensi ulitumika kwa kiwango kikubwa zaidi. Ubadilishaji msimbo uliohusisha Kiingereza ulitumiwa kwa kiwango kikubwa katika kutaja kiasi cha fedha na kutaja na kuorodhesha aina za bidhaa zilizokuwa zikiuzwa.

Sababu za ubadilishaji msimbo miongoni mwa wachuuzi na wateja wao zilikuwa kuwasilisha ujumbe, kutambua bei na aina za bidhaa, kuonyesha hadhi sawa ya wazungumzaji, ukosefu wa istilahi faafu, matumizi ya misimu, kusisitiza jambo, kutia chumvi au kutoa maelezo, kutumia mkakati wa upole na heshima, kuharakisha mawasiliano, kupatanisha misimbo miwili na mazoea.

Mapendekezo: Tafiti za baadaye zinaweza kuchunguza zaidi ubadilishaji msimbo katika aina nyingine za biashara mbali na uchuuzi. Vilevile, kuna haja ya kufanywa kwa utafiti mwingine kuhusu athari za lugha ya uchuuzi kwa Kiswahili sanifu.

MAREJELEO

Adolph, E. (2022). Matumizi ya misimu kwa wazungumzaji wa Kiswahili katika vyuo vikuu nchini Tanzania: Uchunguzi kifani wa Chuo cha Kumbukumbu ya Mwalimu Nyerere. *Jarida la Chama cha Lugha na Fasihi ya Kiswahili Tanzania (CHALUFAKITA), 3*(1), 164–185. https://doi.org/10.4314/jclfkt.v3i1

Balige, J. S. (2018). Ubadilishaji msimbo kama mbinu ya ukwezaji wa staha bungeni. *Kioo cha Lugha, 15*, 36–51. https://journals.udsm.ac.tz/index.php/kcl/article/view/1387

Barnsbee, L., Barnett, A. G., Halton, K., & Nghiem, S. (2018). Cost-effectiveness. In S. D. Gregory, M. C. Stevens, & J. F. Fraser (Eds.), *Mechanical circulatory and respiratory support* (pp. 749–772). Academic Press. https://doi.org/10.1016/B978-0-12-810491-0.00024-2

Crystal, D., & Davy, D. (1969). *Investigating English style*. Longman.

Gitonga, N. W. (2017). *Uchambuzi linganishi wa fani na maudhui ya nyimbo za harusi za Kimeru na za Kiswahili* [Master's thesis, University of Nairobi]. University of Nairobi Repository.

Halliday, M. A. K. (1973). *Explorations in the functions of language*. Edward Arnold.

Kioko, N., Mavisi, R., & Muusya, J. (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), 315–334. https://doi.org/10.51317/ecjkisw.v3i1.282

Leech, G. N. (1969). *A linguistic guide to English poetry*. Longman.

Leech, G. N., & Short, M. (2007). *Style in fiction: A linguistic introduction to English fictional prose* (2nd ed.). Pearson Longman.

Mabonga, I. (2023). *Tathmini ya kiwango cha ubadilishaji msimbo katika vituo vya moduli ya masafa ya Mulembe na moduli ya masafa ya Sulwe* [Master's thesis, Kenyatta University].

Maithya, J. K., Wendo, N., & Onyango, J. O. (2020). Mbinu za lugha zinazotumiwa katika matangazo ya biashara ya kampuni ya Safaricom. *Editon Consortium Journal of Kiswahili, 2*(1), 125–135. https://doi.org/10.51317/ecjkisw.v2i1.156

Mbatiah, M. (2001). *Kamusi ya fasihi*. Standard Textbooks Graphics and Publishing.

Mekacha, R. D. K. (2011). *Isimujamii: Nadharia na muktadha wa Kiswahili*. Taasisi za Taaluma za Kiswahili, Chuo Kikuu cha Dar es Salaam.

Mugenda, O. M., & Mugenda, A. G. (2003). *Research methods: Quantitative and qualitative approaches* (2nd ed.). ACTS Press.

Myers-Scotton, C. (1993). *Social motivations for codeswitching: Evidence from Africa*. Clarendon Press.

Myers-Scotton, C., & Jake, J. L. (2000). Testing the 4-M model: An introduction. *International Journal of Bilingualism, 4*(1), 1–8. https://doi.org/10.1177/13670069000040010101

Ogechi, N. O. (2002). Utegemezi au utegemeano baina ya Kenya na Tanzania katika ukuzaji na uendelezaji wa Kiswahili nchini Kenya? *Swahili Forum, 9*, 155–172. https://ul.qucosa.de/api/qucosa%3A11793/attachment/ATT-0/

Oiko, F. G. (2017). *Uhakiki wa mtindo katika tamthilia za Arege* [Unpublished master's thesis, Maasai Mara University].

Orucho, S. K. (2023). *Kuathirika kwa Kiswahili kutokana na ubadilishaji msimbo katika mawasiliano ya biashara: Kifani cha diskosi ya Jua Kali, Soko la Daraja Mbili, Kisii* [Master's thesis, University of Nairobi].

Shartiely, N. E. (2016). Code-switching in university classroom interaction: A case study of the University of Dar es Salaam. *Stellenbosch Papers in Linguistics Plus, 49*, 215–231. https://doi.org/10.5842/49-0-663

Shin, S. J., & Milroy, L. (2000). Conversational code-switching among Korean-English bilingual children. *International Journal of Bilingualism, 4*(3), 351–383. https://doi.org/10.1177/13670069000040030401

Shin, S. Y. (2010). The functions of code-switching in a Korean Sunday school. *Heritage Language Journal, 7*(1), 91–116. https://doi.org/10.46538/hlj.7.1.5

Simiyu, F. W. (2020). *Safina ya Utafiti wa Fasihi Simulizi*. Elgon Epitome Publishers Ltd.

Simpson, P. (2004). *Stylistics: A resource book for students*. Routledge.

Wamitila, K. W. (2008). *Misingi ya uchanganuzi wa fasihi*. Vide-Muwa Publishers.

Waweru, T. W. (2014). *Matumizi ya lugha katika Kanisa Katoliki: Uchunguzi wa ubadilishanaji msimbo katika mahubiri* [Master's thesis, University of Nairobi].