

CHUO KIKUU CHA NAIROBI

KITIVO CHA SANAA

IDARA YA KISWAHILI

**KUATHIRIKA KWA KISWAHILI KUTOKANA NA UBADILISHAJI MSIMBO KATIKA
MAWASILIANO YA BIASHARA: KIFANI CHA DISKOSI YA JUA KALI, SOKO LA
DARAJA MBILI, KISII**

SERAPHINE KEMUMA ORUCHO

C50/72629/2014


**Tasnifu hii imetolewa ili kutosheleza baadhi ya mahitaji ya Shahada ya Uzamili katika
Idara ya Kiswahili, Chuo Kikuu cha Nairobi.**

Oktoba, 2023

UNGAMO

Tasnifu hii ni kazi yangu mwenyewe na haijawahi kutolewa ili kutosheleza mahitaji ya shahada ya uzamili katika chuo kikuu kingine.

11/11/2023

Sahihi..........Tarehe.....

SERAPHINE KEMUMA ORUCHO

(Mtahiniwa) (C50/72629/2014)

Tasnifu hii imewasilishwa kwa madhumuni ya kutahiniwa kwa idhini yetu kama wasimamizi walioteuliwa na Chuo Kikuu cha Nairobi.



11/11/2023

Sahihi..... Tarehe.....

PROF. JOHN HABWE

(Msimamizi)



11/11/2023

Sahihi..... Tarehe.....

DKT. OMBOGA ZAJA

(Msimamizi)

TABARUKU

Tasnifu hii naitabarukia wazazi wangu Bw. Joseph Orucho na Bi. Florence Moraa Orucho.
Wamenilea, kujinyima ili kunielimisha na kunipa ushauri mwema maishani, Mola awabariki.

Nawatabarukia mume wangu mpendwa Jared Isaboke Obiri pamoja na wanangu Immaculate na Francis, kwa mapenzi yenu kwangu na uvumilivu nilipowanyima muda wa kifamilia ili kushughulikia safari hii ya masomo, Mungu awalinde na kuwaongoza maishani.

Ndugu zangu Justin na Stanislaus, dadangu Damacline, asanteni kwa mchango wenu, vinginevyo ningelemewa na mzigo wa safari. Mungu awabariki.

SHUKRANI

Mwanzo kabisa natoa shukrani kwa Mwenyezi Mungu ambaye ameniongoza, kunibariki na kuniwezesha kufanikisha kazi hii. Pili, namshukuru mume wangu Jared Iaboke na wanangu Immaculate Bosibori na Francis Obiri. Asanteni kwa kunipenda na kunivumilia katika kipindi hiki cha masomo yangu. Mungu awabariki na kuwahifadhi. Safari ya kukamilisha tasnifu hii imekuwa na changamoto kadha, hata hivyo nashukuru kwa motisha, ushauri na maelekezo ya watu kadha yaliyonipunguzia uzito wa kazi hii.

Shukrani zangu za dhati ziwaendee wasimamizi wangu Prof. John Habwe, Dkt. Zaja Omboga na Dkt. Ayub Mukhwana. Asante kwa kunielekeza licha ya shughuli nyingi. Nawashukuru kwa mawaidha, tahakiki na maelekezo mwafaka ya kitaaluma. Mola awaongezee hekima.

Nawashukuru wahadhiri wote katika idara ya Kiswahili kwa ushauri wao na maelekezo yao kutoka kipindi cha usomi wangu katika Chuo Kikuu cha Nairobi tangu shahada ya kwanza hadi uzamili. Shukrani ziwaendee Prof. Iribi Mwangi, Dkt. Samson Ongarora, Dkt. Evans Mbuthia, Dkt. Amiri Swaleh, Dkt. Rayya Timammy, Dkt. Jefwa Mweri, Prof. Kineene wa Mutiso, Dkt. Prisca Jerono na wengine. Shukrani za dhati pia zimwendee Dkt. George Areba Ngwacho wa Chuo Kikuu cha Kisii, kwa maelekezo na ushauri wa kiusomi, Mungu azidi kukubariki.

Nawashukuru pia wanafunzi wenzangu tulioabiri pamoja ambao tulihimizana na kutiana moyo. Mola awabariki Lonyce Wakesho, Jackline Gwako, Virginiah Wairimu, Dorcas Suter, Tecla Kiptum, Godffrey Makori na wengine tuliosafiri pamoja.

Nawashukuru ndugu zangu Justin Gisemba na Stanislaus Okemwa, Dadangu Damacline Nyaboke, mawifi na mashemeji zangu. Asante kwa kuniombea dua. Binamu yangu Peter Matoke na wanawe Milly, Mercy, Dama, Euphemia, Calvin na Gloria Mungu awabariki.

Nawashukuru walimu wenzangu wa Shule ya upili ya wasichana ya Mtakatifu Clare-Kioge; Mwalimu Mkuu Bi. Rose Onditi, naibu wake Bi. Ann Obwocha, walimu Evans Mokaya, Abel Clinton Omiso, Christin Ogot, Dominic Nyangau, Justus Onyangi, Edward Omwenga na wengine kwa kunipa motisha. Mungu awabariki.

Namshukuru Mwalimu mkuu wa shule ya Upili ya Cardinal Otunga - Mosochi, Bw. Albert Ombiro kwa mchango wake, nilipokuwa nikifanya mtihani wangu wa mwisho, Mwalimu Mkuu wa shule ya Mtakatifu Patrick Mosochi-Bw. Jacob Onyango Kajwang, Mwalimu Mkuu wa Shule ya Mtakatifu Catherine –Iranda, Bw. Edward Gisemba, Mwalimu Mkuu wa Shule ya Upili ya Mtakatifu Vincent De Paul-Nyanko, Bw. Henry Machana, Mwalimu Mkuu wa Shule ya Upili ya wasichana ya Magina, Bi. Florence Nyambeche. Asante kwa mchango wenu katika safari yangu ya kiusomi.

Nawashukuru pia viongozi wangu wa kidini walionilea kiroho katika kipindi cha safari yangu. Nashukuru kwa sala, himizo na motisha mlionipa kuendelea na safari. Mapadri wa Jimbo la Kisii; Benjamin Ndemo, Lawrence Nyaanga, Dennis Rogena, Lawrence Mandere, Geoffrey Onsare, Joseph Omuro, Justin Machungo, Jude Nyaoko na wengine. Mola awamiminie neema na rehema zake.

Ni wengi ningependa kuwashukuru na kuwataja majina lakini muda na nafasi hairuhusu. Pokea shukrani zangu za dhati kama sikuwataja.

IKISIRI

Utafiti huu ulikusudia kuchanganua na kujadili 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, mjini Kisii.

Soko la Daraja Mbili lilitumika kama kifani cha uhalisia wa ubadilishaji msimbo unaoathiri matumizi ya lugha ya Kiswahili katika masoko ya wazi nchini Kenya, yanayowakutanisha watu kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali.

Hata kama soko la Daraja Mbili linaweza kuangaliwa kama soko la kieneo, uchakataji wa data kuhusiana na ubadilishaji msimbo katika soko hili unaakisi ukweli wa ubadilishaji msimbo katika masoko yote ya nchi ya Kenya.

Zaidi ya hayo uchakataji wa data ulituwezesha kuafikia malengo ya utafiti huu ya kuchanganua visababishi na vichochezi vya ubadilishaji msimbo, aina za ubadilishaji msimbo na hatimaye athari hasi na chanya za ubadilishaji msimbo katika soko la Daraja Mbili mjini Kisii.

YALIYOMO

UNGAMO	ii
TABARUKU	iii
SHUKRANI	iv
IKISIRI	vi
SURA YA KWANZA.....	1
KUATHIRIKA KWA KISWAHILI KUTOKANA NA UBADILISHAJI MSIMB	
KATIKAMAWASILIANO YA BIASHARA	1
1.1 Usuli wa Mada	1
1.2 Tatizo La Utafiti.....	6
1.3 Maswali ya Utafiti.....	7
1.4 Malengo ya Utafiti	7
1.5 Sababu za Kuchagua Mada	8
1.6 Upeo na Mipaka	10
1.7 Yaliyoandikwa Kuhusu Mada	11
1.8 Msingi wa Kinadharia.....	19
1.8.1 Nadharia ya Uhusiano	19
1.8.2 Nadharia ya Maafikiano	25
1.9 Mbinu za Utafiti	28
1.9.1 Walengwa.....	29
1.9.2 Sampuli Kielelezo	30
1.9.3 Zana za Ukusanyaji Data.....	31
1.9.4 Uchanganuzi na Uwasilishaji wa Data.....	31
1.9.5 Mbeko za Utafiti.....	32
SURA YA PILI.....	33
VYANZO, VISABABISHI NA SABABU ZA UBADILISHAJI MSIMBO KISWAHILI	
KATIKA SOKO LA DARAJA MBILI, MJINI KISII.....	33
2.1 Utangulizi.....	33

2.2 Ufafanuzi anuwai wa dhana ya ubadilishaji msimbo.....	33
2.2.1 Ukopaji wa msamiati na ubadilishaji msimbo.....	35
2.2.2 Ubadilishaji msimbo na Utabakishaji lugha kimajukumu	37
2.3 Matumizi ya ubadilishaji msimbo.....	38
2.3.1 Ubadilishaji msimbo na mahusiano yake na fenomena nyingine za mitagusano ya lugha	39
2.3.2 Umuhimu wa ubadilishaji msimbo.....	41
2.4 Sababu za ubadilishaji msimbo katika soko la Daraja Mbili	43
2.4.1 Ukosefu wa uelewa na udhibiti wa kutosha wa Kiswahili.....	43
2.4.2 Ukosefu wa msamiati faafu katika lugha ya Kiswahili kurejelea dhana fulani mahususi	49
2.4.3 Ubadilishaji msimbo kama mkakati wa utengaji nje wa wasio wa kundi-ndani.....	56
2.4.4 Kubadili msimbo kama mkakati wa usisitizaji.....	58
2.4.5 Ubadilishaji msimbo kama udhihirishaji wa uhusiano na ujitambulishaji kimakundi..	60
2.4.6 Ubadilishaji msimbo kwa lengo la kujinasibisha na kundi la wasomi	63
2.4 Hitimisho.....	64
SURA YA TATU	65
3.0 AINA ZA UBADILISHAJI MSIMBO KATIKA SOKO LA WAZI LA DARAJA MBILI, MJINI KISII	65
3.1 Utangulizi.....	65
3.2 Ubadilishaji Msimbo.....	66
3.3 Aina za Ubadilishaji Msimbo	71
2.3.1 Ubadilishaji msimbo mwanzoni mwa sentensi	72
2.3.2 Ubadilishaji msimbo kati ya sentensi	79
2.3.3 Ubadilishaji msimbo mwishoni mwa sentensi za Kiswahili	81
2.4 Hitimisho.....	82
SURA YA NNE.....	84
4.0 KUATHIRIKA KWA KISWAHILI KUTOKANA NA UBADILISHAJI MSIMBO KATIKA SOKO LA DARAJA MBILI, MJINI KISII	84
4.1 Utangulizi.....	84

4.1 Athari chanya za ubadilishaji msimbo kwa matumizi ya Kiswahili katika soko la Daraja Mbili	84
4.1.1 Ubadilishaji msimbo na utoaji wa maelezo zaidi	85
4.1.2 Ubadilishaji msimbo kama mkakati wa urahisishaji mawasiliano	89
4.1.3 Ubadilishaji msimbo kama mbinu ya kuwatenga wasio wanakundi-ndani.....	91
4.1.4 Ubadilishaji msimbo kama mbinu ya kujifunza lugha nyingine	94
4.2 Athari hasi za ubadilishaji msimbo kwa matumizi ya Kiswahili katika soko la Daraja Mbili	96
4.2.1 Mgawanyiko au utengano katika mawasiliano.....	96
4.2.2 Ubadilishaji msimbo kama chanzo cha kugawanya jamii kwa misingi ya lugha	99
4.2.3 Ubadilishaji msimbo husababisha kutoeleweka kwa yaliyomo katika mawasiliano ..	101
4.3 Mahitimisho	103
SURA YA TANO	105
MUHTASARI, MAHITIMISHO NA MAPENDEKEZO YA UTAFITI	105
5.1 Utangulizi	105
5.2 Muhtasari	105
5.3 Mahitimisho ya Utafiti	106
5.3.2 Vishawishi na vichocheji vya ubadilishaji msimbo katika soko la Daraja Mbili	108
5.3.3. Aina za ubadilishaji msimbo zinazojitokeza katika diskosi ya sokoni	108
5.4 Changamoto za Utafiti	109
5.5 Mapendekezo	109
MAREJELEO	111

SURA YA KWANZA

KUATHIRIKA KWA KISWAHILI KUTOKANA NA UBADILISHAJI MSIMBO KATIKA MAWASILIANO YA BIASHARA

1.1 Usuli wa Mada

Biashara ni shughuli yoyote inayofanywa kwa lengo la ubadilishanaji bidhaa au utolewaji wa huduma za aina fulani ambapo katika shughuli hizo huwa mna msukumo fulani wa kuridhisha malengo ya upataji wa vitu vya kimsingi katika maisha. Biashara, hali kadhalika inaweza kuangaliwa kama shughuli inayokutanisha wauzaji na wanunuzi wa bidhaa au huduma fulani. Biashara inahusisha pia utoaji na upokeaji wa huduma mbalimbali kwa gharama fulani. Mtu anayefanya biashara hujihusisha na shughuli za kununua na kuuza bidhaa au huduma kwa minajili ya kuridhisha mahitaji fulani ya maisha na katika mchakato huo, mfanyibiashara anaweza kupata faida kama njia ya kujiinua au kujijenga kiuchumi. Katika shughuli za biashara za aina yoyote ile, wauzaji na wanunuzi hawana budi kutumia lugha ya aina fulani ile kuwezesha na kufanikisha mawasiliano kati yao. Kwa hivyo, shughuli zote za biashara hutekelezwa kupitia matumizi ya lugha iliyo na wasifu mahususi, kwa mfano, katika muktadha huu, lugha ya biashara. Wasifu huu wa lugha ya biashara unaweza kujitokeza katika lugha yoyote ile na mara nyingi biashara husika na mahali inapofanywa biashara hiyo inaweza kuwa na athari hasi au chanya kwa lugha inayohusika. Kwa mintarafu hii, utafiti huu ulinua kuchanganua diskosi ya biashara kwa kuangazia jinsi wanunuzi na wauzaji wanavyojikita katika matumizi yao ya lugha yanayojibainisha kwa misingi ya ubadilishaji msimbo. Tumeangazia namna wafanyabiashara na wanunuzi hubadilisha msimbo wanapozungumza na wanunuzi na wanapozungumza miongoni mwao, na kwa njia hiyo, huishia kukipa Kiswahili kipaumbele au kukipembeza kutokana na ubadilishaji huo wa msimbo. Utafiti huu umechanganua ubadilishaji lugha ya wafanyabiashara katika masoko ya wazi kifani cha soko la Daraja Mbili, mjini Kisii ambapo lugha ya Kiswahili ndiyo lugha kiungo inayowakutanisha wafanyabiashara ambao lugha zao za kwanza zinatofautiana. Soko la Daraja Mbili ni soko linalowakutanisha wafanyabiashara kutoka jamii tumizi-lugha mbalimbali, na kwa sababu ya uhalisia huu, Kiswahili kinapata nafasi kuwa lugha kiungo na kwa njia mbalimbali, lugha tawala ya biashara.

Kwa kawaida, shughuli, muktadha na wahusika katika mchakato fulani wa mawasiliano, huwafanya watu kutumia lugha itakayowawezesha kuafikia malengo yao. Katika misingi ya uelewa huu, wafanyabiashara kama watu ambao huwasiliana na wanunuzi wao kutoka jamii-tumizi lugha zinazotofautiana, hawana budi kutumia lugha, sio tu lugha inayoridhisha mahitaji, matarajio na maslahi ya upande mmoja, bali lugha inayonufaisha pande zote husika. Matumizi ya lugha inayoeleweka na wahusika wote wa biashara husika ndio humwezesha muuzaji kupata wanunuzi ambao watanunua bidhaa au huduma zake. Lugha katika miktadha hii ni sharti iangaliwe

kama mkakati wa kiuamili unaonufaisha pande zote, kwa muuzaji kupata wateja wengi iwezekanavyo na mnunuzi kupata bidhaa au huduma kwa gharama anayoimudu na inayomridhisha. Katika muktadha wa sokoni, kama ulivyo uhalisia wa soko la Daraja Mbili, mjini Kisii, lugha kiungo inayotumiwa kwa mapana, ni lugha ya Kiswahili. Huu ni uhalisia unaotokana na ukweli kwamba, Kiswahili ni lugha ya kitaifa, lugha rasmi, lugha ya mawasiliano ya kawaida, na zaidi ya hayo, lugha ya biashara. Hii ni lugha ambayo imesambaa, kuenea na kueleweka na mamilioni ya watu, ni lugha inayojibainisha katika kila soko nchini Kenya, soko la Daraja Mbili, mjini Kisii likiwa katika ujumla huo.

Kimsingi, masoko yawayo yoyote yale nchini Kenya, hayawezi kujitenga kutoka kwa matumizi ya Kiswahili, si neno ni Kiswahili cha ubora gani, matumizi ya Kiswahili yanajitokeza kwa kila hali hivi kwamba, Kiswahili sio tu ni lugha ya mawasiliano, bali pia ni njia mojawapo ya kuwavutia wanunuzi kwa upande mmoja, na kuwarai na kuwashawishi wauzaji kwa upande wa pili. Kwa vyovyoye vile, wafanyabiashara wanapoitumia lugha ya Kiswahili katika shughuli zao za biashara, lugha hiyo itajibainisha katika daraja na vitengo mbalimbali vinavyojumuisha msamiati, istilahi, dhana na ujielezaji wa aina mbalimbali. Kwa misingi hiyo, katika miktadha ya soko, kama ilivyo katika soko la Daraja Mbili, Kiswahili kinajibainisha katika harakati zote za ushawishi, uwezekaji bei za bidhaa au huduma, usifiaji wa ubora wa bidhaa au huduma, unafuu au ughali wa bei, kwa jumla, ujitokezaji wa Kiswahili katika takriban kila kipengele cha uhalisia wa soko. Lakini, pamoja na kwamba, huu ndio uhalisia wa kijumla wa ujibainishaji wa Kiswahili katika uhalisia wa soko, dhana nzima ya kuwashawishi na kuwavutia wanunuzi, kwa upande mmoja, na kuwarai wauzaji kwa upande mwingine, ni uhalisia wa matumizi ya lugha ya Kiswahili unaokumbana na vizingiti na changamoto za kimawasiliano za aina nyingi.

Changamoto mojawapo ya kimsingi inahusiana na dhana ya uitaji majina, yaani urejeaji bidhaa au huduma kwa majina ya lugha ya Kiswahili. Kuna pia masuala kama vile jinsi ya kujadiliana juu ya bei au malipo yanayostahili, jinsi ya kukubaliana, kuafikiana au kupatana juu ya masuala mbalimbali yanayohusu biashara kwa jumla na uhalisia wa biashara fulani hasa. Huu ni uhalisia ambao huwafanya wauzaji na wanunuzi katika hali fulani fulani za kutatizika na kwa hivyo, kushurutika kubadili msimbo kama njia ya kurahisisha mawasiliano. Kwa sababu hii, tuliweza kushuhudia hali na matukio ya aina mbalimbali ambapo wauzaji na wanunuzi walishurutika kubadili msimbo, kutumia lugha mbadala au vipengele fulani mbadala vya lugha za kienyeji za asilia ya wahusika. Kwa hivyo, tunaweza kutoa kauli ya awali kwamba, ubadilishaji msimbo unaojibainisha kwa kiasi kikubwa katika soko la Daraja Mbili, unashawishiwa ama na ukosefu wa msamiati faafu wa kurejelea bidhaa ambazo msamiati wake wa Kiswahili haufahamiki au haupatikani kwa urahisi au pengine msamiati huo haujazoeleka.

Katika hali hizi za ukosefu au za kutodhibitiwa kwa lugha faafu ya Kiswahili kurejelea bidhaa, kwa mfano, mboga na vyakula vya kiasili, wafanyabiashara wanashurutika kubadili msimbo na kutumia msamiati au ujielezaji wa kienyeji kupiku vizingiti hivyo vya kimawasiliano. Uhalisia huu unashadidiwa na kauli za Obuchi (2007) anapohoji kwamba, ili usemi wowote uweze kudhihirishwa kuwa na maana, usemi huo hauna budi kuchanganuliwa kwa kugemezwa katika

muktadha wa mazungumzo unaohusika. Hii hutokea kwa sababu, kama anavyohoji Obuchi, mazungumzo kati na baina ya wauzaji na wanunuzi katika miktadha ya biashara sokoni, huwa hayajapangwa awali. Hata kama huo ndio uhalisia wa mawasiliano ya sokoni, mazungumzo kati ya makundi haya mawili hutekelezwa hivi kwamba, yanawezesha maelewano kati na baina ya wauzaji na wanunuzi. Hii ina maana kuwa, wauzaji huchagua lugha kwa misingi ya malengo ya kuafikia mahitaji ya mnunuzi mahususi au kundi mahususi la wanunuzi. Hivyo hivyo, wanunuzi nao hutumia lugha kiuamili ili waweze kuelewana na wauzaji wao katika ununuzi bidhaa.

Katika hali hizi za uhalisia wa soko, lugha ya Kiswahili hutumika kimkakati, sawia na inavyotokea misimbo ya aina yoyote ile inayokopwa kutoka lugha za kiasilia. Inahalisi kuhoji kwamba, katika hali za kawaida wauzaji bidhaa na huduma sokoni huwa chini ya shinikizo la kuuza bidhaa zao kwa wingi ili kuafikia malengo yao ya kibiashara kwa kadri iwezekanavyo. Kama ambavyo tumetaja awali, wauzaji bidhaa na huduma sokoni, sawia na walivyo wanunuzi wa bidhaa au huduma hizo, huwa hawana ratiba ya jinsi watakvoyozungumza wala hawapangi jinsi watakvoyozungumza na wale wote watakaotagusana nao sokoni, iwe ni mazungumzo kati ya wauzaji na wauzaji wengine, wauzaji na wanunuzi wao au wanunuzi na wanunuzi wenzao. Katika hali kama hizi, matumizi yoyote ya Kiswahili kama lugha kiungo na mfumo wa mawasiliano, ni mkakati na kiungo muhimu cha kuwaunganisha au kuwatenganisha wauzaji bidhaa na wanunuzi. Uhalisia huu wa kutokuwa na mipangilio ya awali ya mazungumzo au ratiba za uzungumzaji, unaakisika katika kauli anazozitoa Wheeldon (2000) anapohoji kwamba, mazungumzo baina ya watu hasa katika miktadha isiyotawaliwa na urasmi, huwa hayajapangwa wala huwa hayafanyiwi mazoezi kabla ya wakati wa kuyawasilisha, lakini pamoja na hivyo, hiari ya uanzishaji mazungumzo hufuata kanuni fulani zinazodhibitiwa na uhalisia wa miktadha ya soko hivi kwamba, huwa hamna vizingiti vinavyokinza maelewano kati ya wauzaji wawili au zaidi kubainika na kudhibitika. Hali kama hizi ndizo huchochea sio tu matumizi ya lugha fulani bali pia uteuzi wa lugha hiyo na jinsi fulani mahususi ya kuitumia.

Kama tulivyotaja awali, soko la Daraja Mbili, mjini Kisii huwakutanisha wafanyabiashara kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali. Hii ina maana kwamba, wafanyabiashara hao huja sokoni wakiwa na tabia dumifu za matumizi lugha, huja pia wakiwa na udhibiti unaotofautiana wa matumizi ya lugha ya Kiswahili kama lugha kiungo na lugha ya biashara. Masuala haya kwa pamoja huchangia ni kwa kiasi gani lugha ya Kiswahili itatumiwa katika mchakato mzima wa kumaliza tukio au zoezi fulani la kibiashara. Vinginevyo masuala haya huchochea ubadilishaji msimbo ili kuweza kujieleza ipasavyo kwa kutumia Kiswahili kama lugha msingi na kisha kuchanganya misimbo kutoka kwa lugha ya kiasili ambayo muuzaji au mnunuzi huchukulia kuwa itamwezesha kutimiza lengo lake. Mazungumzo baina ya wauzaji na wanunuzi hunuiwa kuwa na maelewano ili kila mmoja aweze kutimiza lengo lake mahususi. Wauzaji huwa na lengo la kuuza bidhaa kwa wingi huku wanunuzi wakitaka kununua bidhaa kwa bei nafuu kadri iwezekanavyo na vilevile kuhakikisha hawanunui bidhaa ghushi. Wauzaji hutumia Kiswahili kwa lengo la kuwafanya wanunuzi kuamini kuwa wanawauzia kwa bei ya chini kuliko wauzaji wengine. Maelezo

yanayotolewa kwa Kiswahili humfanya mnunuzi kununua kutoka kwa muuzaji mahususi kwa kuamini kuwa ndiye anayeza kwa bei ya chini na bidhaa zake ni halali.

Hoja ya kimsingi ambayo tumejaribu kuiwasilisha na kuijadili hapa ni kwamba, Kiswahili ndiyo lugha sambazi na lugha tawala inayotumiwa katika shughuli za biashara, hasa biashara za uchuuzi katika masoko ya wazi. Mbali na kwamba, Kiswahili ni lugha mwafaka na lugha faafu katika shughuli hizi za kibiashara, lugha hii pia inawezesha mawasiliano katika miktadha inayohusisha watu kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali. Lakini licha ya kwamba huu ndio ukweli na wasifu wa kimawasiliano ulioko wa masoko ya wazi kunapotumika Kiswahili, kuna ukweli mwingine kwamba, Kiswahili hakitumiki kwa ufasaha na usanifu unaotarajiwa. Watumiaji wa lugha hii mara nyingi huwa wanakabiliwa na vizingiti pamoja na changamoto zinazowalazimisha kubadili msimbo, hususan pale panapohusika urejeleaji wa bidhaa au huduma ambazo huzua utata wa kurejelewa kwa majina yao ya Kiswahili, au hata kama majina na dhana zinazohusiana na bidhaa hizo zipo, majina hayo huwa hayajazoeleka kwa lugha ya Kiswahili hasa zile bidhaa zinazopatikana katika maeneo fulani fulani tu. Sababu kama hizi zina maana kwamba, ubadilishaji msimbo ni uhalisia wa mawasiliano katika miktadha ya sokoni ambao hauwezi kuepukika. Kwa misingi ya uelewa huu, utafiti wetu wa awali ulitubainishia kwamba, kuna aina mbalimbali za mboga za kiasili ambazo wauzaji na wanunuzi walishurutika kuzirejelea ama kwa majina ya Ekegusii au Kidholuo pale waliohusika walitoka katika jamii hizo. Ubadilishaji huu wa msimbo ulikuwa na maana kwamba, matumizi ya Kiswahili yalibanwa au yaliingiliwa na kwa sababu hiyo kufifisha fursa za kukieneza na kukiimarisha Kiswahili.

Uhalisia huu wa kimawasiliano kama ambavyo tumeutaja kuhusiana na kuakisika kwake katika soko la Daraja Mbili, ndio unaochochea na katika hali kadha wa kadha, unaolazimisha ubadilishaji msimbo. Ubadilishaji msimbo, uwe wa hiari au usioepukika, takriban mara zote huwa na athari hasi kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili, hivi kwamba, msamiati wa kurejelea bidhaa zinazodhaniwa kutokuwa na majina ya Kiswahili, hunyimwa nafasi na fursa kujitokeza, hupata nafasi ya kukita mizizi na kuenea. Ubadilishaji msimbo huishia kujitokeza kama kizingiti katika matumizi na maenezi ya Kiswahili, lakini kwa kukitwa katika chukulizi potofu kwamba, Kiswahili hakijitoshelezi kimsamiati. Kimsingi, msimbo ni lugha ambayo hukidhi mahitaji fulani maalum ya kimawasiliano na mara nyingi ni lugha inayoeleweka ama miongoni mwa kundi fulani la watu au katika miktadha fulani banifu (Habwe & Zaja, 2019). Ubadilishaji msimbo mara nyingi hujidhihirisha katika matumizi ya lugha ambapo watumiaji lugha hutoka nje ya lugha msingi na kuingiza matumizi ya lugha nyingine au hata matumizi ya lahaja katika tukio moja la kimawasiliano au katika kipindi kimoja cha mawasiliano. Ubadilishaji msimbo ni wasifu wa lugha ya mazungumzo zaidi kuliko lugha ya maandishi. Inawezekana kwamba ubadilishaji msimbo unaweza kutokea kwa kutokusudia au kwa makusudi, ubadilishaji msimbo unawezesha uwasilishaji wa mawazo, mahitaji au matarajio fulani kwa njia nyingi mbadala. Kunaweza kutolewa hoja kwamba, ubadilishaji msimbo huwawezesha wazungumzaji kujieleza kwa njia ambazo wanazona kuwa zinawafaa na zinawawezesha kuridhisha mahitaji yao ya kimawasiliano. Ubadilishaji msimbo unaweza kuangaliwa kama mkakati wa uwezeshaji, mkakati unaowapa

wazungumzaji uwezo wa kujieleza kwa njia zinazowasilisha mawazo, fikra au matakwa yao kwa uhalisi. Vinginevyo, ubadilishaji msimbo ni mkakati wa kudhihirisha mahusiano ya kiuwezo kimakundi, kwa mfano, kama inavyodhihirishwa kwa misingi ya uwezo wa wauzaji na wanunuzi.

Katika utafiti huu, tunatambua tangu awali kwamba, si neno ubadilishaji msimbo unachochea na sababu za aina gani, kilicho muhimu ni kubaini ubadilishaji huo wa msimbo una athari gani kwa dhana nzima ya ubadilishaji msimbo katika matumizi ya lugha ya Kiswahili moja kwa moja, hasa katika miktadha ya biashara. Uelewa huu unaafikiana na kauli za Habwe (1999) anaposema kwamba, isimujamii hushughulikia kile kile kwacho, chasemwa wapi, chasemwa na nani na kwa nini. Hii ina maana kwamba, utafiti huu wa sasa unajinasibisha na mitazamo ya isimujamii kwa kadri misimamo hiyo hushughulikia kubaini jinsi binadamu hutumia lugha kuwasiliana kwa kutegemea miktadha ya mazungumzo. Kwa mujibu wa Fishman (1968), isimujamii hujishughulisha na kile kile kwacho, namna ya kukisema, mahali pa mazungumzo na lengo la mazungumzo hayo. Ni kwa misingi hii ambapo tulidhamiria kufanya utafiti huu kwa kujikita katika mkabala wa isimu jamii ili kuchanganua na kuelewa ubadilishaji msimbo, kwa kadri ulivyojibainisha miongoni mwa wafanyabiashara wa soko la wazi la soko la Daraja Mbili, mjini Kisii, na kisha kutathmini ubadilishaji huo wa msimbo una athari gani kwa matumizi ya Kiswahili. Kwa upande mwingine, Wardhaugh (2006) anaelezea kuwa, mtafiti anapaswa kuzingatia nani anazungumza, ni lugha gani inatumwa katika mazungumzo hayo, washiriki wa mazungumzo hayo ni kina nani, mazungumzo hayo yanatokea wakati gani na yanakitwa katika mipaka gani. Hii ina maana kuwa, muktadha wa mazungumzo ni muhimu katika kuteua na kutumia lugha faafu, lakini katika utafiti huu, tunakwenda hatua zaidi kutaka kuelewa ufaafu huo wa ubadilishaji msimbo unaifaa lugha ya Kiswahili kwa jinsi gani. Kwa hali hii, tunaweza kusema kuwa, hata kama muktadha ni kichocheo cha matumizi ya lugha, ni sharti wachanganuzi wa lugha kwa misingi ya isimujamii na isimu pragmatiki watambue mahusiano yaliko kati ya lugha inayotumiwa katika muktadha mahususi na athari za matumizi hayo ya lugha kwa lugha tawala ya kimawasiliano.

Suala hili la ubadilishaji msimbo limepata kushughulikiwa kiutafiti katika lugha ya Kiswahili au kwa kuingazia lugha ya Kiswahili kwa njia mbalimbali. (Habwe 1999, Gimode, 2015, Gorrety Nafula Wawire 2017). Wasomi na watafiti wengine mbalimbali wametafiti matumizi ya lugha ya Kiswahili katika miktadha ya sokoni na diskosi ya biashara kwa jumla. Japo tafiti za aina hiyo zipo, tafiti hizo zimeliangazia suala la lugha kutoka mitazamo na mikabala mbalimbali. Mathalan, Obuchi (2007) aliangazia diskosi katika muktadha wa sokoni katika soko la Gikomba, Nairobi na Kongowea, Mombasa. Mtafiti huyu alijikita kuangazia na kuchunguza semi za papo kwa papo, semi ambazo hazijapangwa kabla ya uwasilishaji wake kati ya wauzaji na wanunuzi. Ni kweli kuna mengi ya manufaa yanayoweza kuchukuliwa kutoka tafiti hizo za awali, lakini hata hivyo, kuna haja kutafiti suala la ubadilishaji msimbo kama mbinu na mkakati wa kimawasiliano unaoathiri matumizi ya Kiswahili katika miktadha ya masoko ya wazi kama inavyodhihirishwa na kifani cha soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Utafiti huu umechanganua na kuibua mijadala kuhusiana na athari zinazojibainisha katika matumizi ya lugha ya Kiswahili katika hali ambapo Kiswahili kinatarajiwa kuwa lugha tawala na lugha kiungo katika kuendeleza shughuli za

kibishara. Utafiti huu umekitwa katika dhana pana ya ubadilishaji msimbo ambapo lugha ya Kiswahili kama lugha msingi hujipata katika ushindani wa lugha zinazohusishwa na jamii-tumizi lugha mbalimbali. Pamoja na haya, utafiti huu umejaribu kuonyesha jinsi matumizi ya lugha za kiasili kwa upande mmoja na lugha ya Kiingereza kwa upande mwingine, hubadilisha na kuathiri maana ya diskosi husika kwa misingi ya mahusiano ya washiriki wa mawasiliano katika soko la Daraja Mbili.

1.2 Tatizo La Utafiti

Katika utafiti huu tulipania kuchanganua na kuonyesha jinsi lugha ya Kiswahili inavyoathiriwa kwa njia hasi na wakati mwingine kwa njia chanya kutokana na ubadilishaji msimbo katika diskosi ya sokoni. Utafiti huu ulilenga kufanya hivyo kwa kuangazia jinsi ubadilishaji msimbo unavyoshawishiwa na unavyojitokeza katika hali mbalimbali za mazungumzo ya sokoni kati ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa au huduma za aina mbalimbali. Haja ya kulitafiti suala hili katika soko la jua kali la Daraja Mbili mjini Kisii, ilitokana na utambuzi kwamba, asilimia kubwa ya wazungumzaji katika soko hili ni watu wanaotoka katika jamii-tumizi lugha mbalimbali, watu wanaoshurutika kutumia lugha ya Kiswahili kama lugha kiungo badala ya lugha zao za kiasilia. Makisio ya utafiti yaliyopo ni kwamba, kwa sababu ya udhaifu wa udhibiti wa lugha ya Kiswahili kimatumizi, hususan kuhusiana na ukosefu wa uelewa wa kimsamiati, kidhana na ujielezaji, wazungumzaji hawa wanashurutika kubadilisha msimbo ili kufidia udhaifu wao wa kujieleza, kuashiria matakwa yao, kuweka wazi nia walizonazo pamoja na kudhihirisha ukweli kwamba, wanaishi katika hali zinazokabiliwa na ushindani na mivutano ya lugha, ikizingatiwa kwamba, licha ya Kenya kuwa na lugha rasmi na lugha ya kitaifa, bado lugha za kiasilia zinadai sehemu yao. Mbali na haya, ubadilishaji msimbo ni uhalisia ulio na uwezo wa kuonyesha watumiaji lugha ya Kiswahili, wapangaji sera na wakareketwa wa lugha hii, wanahitaji kubuni mikakati ya aina gani kuikuza na kuiendeleza lugha hii. Kwa mintarafu ya kauli hizi, inahalisi kuhoji kwamba, data tuliyoitumia katika utafiti huu ilituwezesha kubaini na kuonyesha sababu za ubadilishaji msimbo, aina za ubadilishaji msimbo, mahali panaposhurutisha ujitokezaji wa ubadilishaji msimbo, athari chanya na hasi za kimawasiliano kuhusiana na matumizi ya Kiswahili zinazosababishwa na ubadilishaji msimbo pamoja na masuala sawia na hayo. Hali kadhalika, uchanganuzi huo wa data ulituwezesha kubaini na kuonyesha uanuwai wa mikondo ya ubadilishaji msimbo na athari zake kwa lugha ya Kiswahili.

Utafiti huu, hali kadhalika, ulijikita kuonyesha mahusiano yaliyoko kati ya miktadha ya matumizi ya lugha fulani na wasifu wa wahusika katika miktadha hiyo. Hii ilikuwa muhimu kwa sababu, ili wahusika katika tukio lolote la mawasiliano waweze kuelewana kimawasiliano, hawana budi kutumia lugha inayowawezesha sio tu kuelewana, bali pia kuafikia malengo yao. Kwa mintarafu ya uelewa huu, ni muhimu kuhoji kwamba, wasifu wa muktadha wa sokoni katika marefu na mapana yake unashawishi matumizi ya lugha ya aina fulani, yaani lugha katika uelewa wa upekee wa lugha hiyo, na lugha kwa kuzingatia wasifu wa kimuktadha na kisajili. Katika miktadha kama hii ya sokoni nchini Kenya, kwa kawaida matarajio yaliyoko ni kwamba, ili wauzaji na wanunuzi waweze kuelewana, Kiswahili ndiyo lugha itakayowawezesha kuafikia malengo hayo na hatimaye

kuwawezesha kuuza au kununua bidhaa zinazoridhisha matakwa yao. Sababu ya kimsingi inayochochea matarajio haya ni kwamba, Kiswahili ni lugha ya taifa nchini Kenya, lakini zaidi ya hayo, Kiswahili ndiyo lugha ya biashara, inapozingatiwa kwamba, ndiyo lugha inayotumiwa kwa wingi katika shughuli nyingi za biashara, hasa biashara ya uchuuzi katika masoko ya wazi. Pili, masoko ya wazi nchini Kenya, kama lilivyo soko la Daraja Mbili, mjini Kisii, ni makutano ya watu kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali.

Ukweli huu wa watu na wasifu wao wa matumizi lugha una maana kwamba, wafanyabiashara hawana budi kuzibana lugha zao asilia na badala yake kulazimika kutumia lugha inayowawezesha kuondoa vizingiti vya kimawasiliano na hivyo kufanikisha shughuli zao. Lugha ya biashara nchini Kenya inasadifu kuwa ni lugha ya Kiswahili. Moja ya vizingiti vya kimsingi katika masoko ya wazi ni ukweli unaohusiana na uitaji bidhaa majina, yaani udhibiti wa lugha na msamiati wa Kiswahili wa kurejelea baadhi ya bidhaa zinazouzwa katika masoko haya. Ukosefu wa udhibiti huu wa msamiati wa kutosha na faafu kwa Kiswahili wa kurejelea bidhaa kwa upande mmoja, na ufaafu wa kujieleza kwa lugha ya Kiswahili kwa upande mwingine, mara nyingi huishia kuchochea matumizi ya lugha mbadala, hususan lugha za kiasili ama za maeneo husika au za wasemaji wahusika. Hii ndiyo mianzo ya ubadilishaji msimbo ambayo inachochea na sababu za kukosa kujua msamiati faafu, hali inayoshurutisha lugha mbadala kutumika mahali pa Kiswahili ili kurahisisha mawasiliano kwa kutumia misimbo ya lugha za kienyeji. Ni kwa sababu hii basi ambapo ubadilishaji msimbo katika muktadha wa sokoni unaelekea kuwa jambo la kawaida linadhamiria kurahisisha mawasiliano. Matumizi ya maneno, msamiati au mifumo ya kujieleza kutoka kwa lugha za wauzaji au wanunuzi, aghalabu huwa yanakusudiwa kuwawezesha wasemaji kujieleza ipasavyo ili kuridhisha na kufanikisha mauzo yao ya bidhaa, na wanunuzi nao kuridhisha mahitaji yao ya ununuzi. Maamuzi kama haya, hata hivyo yanaathiri matumizi ya Kiswahili kwa njia nyingi hasi.

1.3 Maswali ya Utafiti

Utafiti huu uliongozwa na maswali yafuatayo :

- 1) Ubadilishaji msimbo katika mazungumzo kati ya wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii unasababishwa na vichochezi gani ?
- 2) Je, ni aina gani za ubadilishaji msimbo zinazojitokeza katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii ?
- 3) Je, Kiswahili kinaathiriwa kwa njia gani kutokana na ubadilishaji msimbo wa mazungumzo ya wafanyabiashara katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii ?

1.4 Malengo ya Utafiti

Utafiti huu uliongozwa na malengo yafuatayo:

- 1) Kubainisha vichochezi vya ubadilishaji msimbo katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii.

- 2) Kufafanua aina mbalimbali za ubadilishaji msimbo zinazojitokeza katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii.
- 3) Kuchanganua na kubanisha athari za ubadilishaji msimbo kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii.

1.5 Sababu za Kuchagua Mada

Utafiti huu ulichanganua na kubainisha kuathirika kwa Kiswahili kutokana na ubadilishaji msimbo katika mazungumzo ya wafanyabiashara wa soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Soko hili la Daraja Mbili ni mahali panapotoa nafasi, fursa na miktadha mwafaka ya uendelezaji, uenezaji na uimarisha wa Kiswahili, lakini hata hivyo, uhalisia huu wa kidhahania unakinza na ukweli kwamba, matumizi ya Kiswahili katika soko hili yanakabiliwa na ushindani mkubwa kutoka kwa lugha za kiasili za eneo zima linalozunguka soko la Daraja Mbili. Kimsingi, soko la Daraja Mbili mjini Kisii katika kaunti ya Kisii, liko katika ujirani mpana unaohusisha jamii-tumizi lugha tofauti kama vile maeneo ya utawala ya kaunti za Nyamira, Homabay, Migori, Kisumu, Kericho na Bomet. Hata hivyo, soko hili huwavutia wafanyabiashara kutoka maeneo mbalimbali ya nchini Kenya licha ya hayo yaliyotajwa hapo juu. Wauzaji na wanunuzi wa bidhaa na huduma zinanopatikana katika soko hili ni watu kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali, hivi kwamba, uwepo wao katika soko hili siku za soko, hulipa soko hili wasifu wa wingi-lugha. Japo kimsingi inatarajiwa kwamba, lugha ya Kiswahili ni lugha inayokubalika kwa urahisi katika hali hizi, lugha iliyo na uwezo wa kurahisisha mawasiliano, ukweli ni kwamba, lugha ya Kiswahili inajipata katika hali ya ushindani mkubwa kutoka kwa lugha za maeneo yaliyotajwa hapo juu. Kwa hivyo, uhalisia huu wa wingi-lugha ambao unajibainisha kwa misingi ya ubadilishaji misimbo, unaiathiri lugha ya Kiswahili na matumizi yake kwa njia nyingi. Katika hali hizi, wasifu na nafasi ya Kiswahili kama lugha tawala na lugha unganishi kati na miongoni mwa wauzaji na wanunuzi inabanwa kutokana na mipachiko ya maneno ya lugha za kieneo yanayokusudiwa kufidia upungufu wa msamiati wa Kiswahili na udhaifu wa ujielezaji kwa Kiswahili. Hata hivyo, upungufu wa udhibiti wa msamiati wa Kiswahili unasingiziwa kuwa chanzo cha ubadilishaji msimbo, hakuna maana ya ukosefu wa msamiati faafu katika lugha ya Kiswahili.

Kufikia hapa tunaweza kuhoji kwamba, kutotumiwa, kubanwa au kupembezwa kwa matumizi ya Kiswahili kama lugha unganishi kati na miongoni mwa wafanyabiashara watumizi-lugha tofauti, ni uhalisia wa matumizi lugha unaohitaji kuangaziwa na kuchanganuliwa ili kubaini nafasi ya Kiswahili katika miktadha husika. Katika hali ambapo kuna mipachiko ya maneno na msamiati wa lugha za kieneo inayojibainisha kupitia kwa ubadilishaji misimbo miongoni mwa wafanyabiashara, ni hali inayoathiri Kiswahili kwa njia hasi. Utafiti kama huu unahitajika ili kubaini vyanzo, vichochezi na visababishi vya ubadilishaji msimbo katika muktadha wa soko ambapo Kiswahili kinapasa kuwa lugha tawala. Kuna haja kufanywa kwa utafiti wa aina hii ili kubaini aina za ubadilishaji msimbo zinazojitokeza na jinsi zinavoweza kudhibitiwa. Kwa sababu tayari tumetoa kauli kwamba, ubadilishaji msimbo unaathiri matumizi ya lugha ya Kiswahili kwa wingi iwezekanavyo, kuna haja kuasisi utafiti utakaowezesha kuonyesha athari zinazokabili

matumizi ya Kiswahili katika miktadha ya sokoni na hasa zaidi katika diskosi ya biashara katika masoko ya wazi.

Matumizi ya lugha ya Kiswahili katika muktadha wa soko la Daraja Mbili, mbali na kuwa muhimu kwa wafanyabiashara katika kuwawezesha kufanikisha shughuli zao, miktadha ya kibiashara ni kielelezo kinachotoa fursa na nafasi za kuendeleza na kuimarisha matumizi ya Kiswahili. Kwa hivyo, haja ya kutaka kubaini na kuonyesha vizingiti vya matumizi ya Kiswahili katika miktadha au diskosi mahususi, ni sababu nyingine iliyoshawishi kuteuliwa kwa mada hii. Matumaini yetu ni kwamba, kufikia tamati ya utafiti huu, itaweza kubainika kwamba, tumeonyesha mianzo, visababishi na athari za ubadilishaji msimbo unaajibainisha kupitia matumizi ya lugha za kienyeji katika matumizi ya Kiswahili. Uzaji na ununuzi wa bidhaa na huduma katika masoko ya wazi nchini Kenya, ni uhalisia mwafaka unaoweza kukuza, kuimarisha na kueneza lugha ya Kiswahili. Ni kweli kwamba, lugha inayotumiwa katika muktadha wa soko kama huu, ni muhimu sio tu katika kutimiza malengo ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa, bali pia kwa lugha yenyewe kupata fursa za kujiimarisha na kujieneza.

Japo matumizi ya lugha zaidi ya moja katika mazungumzo katika diskosi kama biashara huwezesha na hali ya mtu kujua lugha zaidi ya moja, uwezo huo wa uwili-lugha au wingi-lugha, unaweza kuwa na matokeo yasiyotarajiwa. Kwa mfano, katika hali ambapo Kiswahili ni lugha rasmi na lugha ya kitaifa nchini Kenya, uhalisia wa uwili-lugha au wingi-lugha unaiweka lugha ya Kiswahili kuwa katika ushindani usio wa lazima. Hali kadhalika, hali hizo za wingi-lugha zinakinza matekelezo ya kanuni za Kikatiba kuhusiana na nafasi ya Kiswahili kama lugha ya kitaifa kwa kadri inavyoelezwa na kuelekezwa katika Katiba ya Kenya, ya mwaka 2010. Idadi kubwa ya watu inayojumuika katika soko la Daraja Mbili, ni watu walio na uwezo wa kutumia Kiswahili katika mawasiliano yao, katika shughuli zao za kibiashara na bila shaka katika shughuli zao za kijamii na kifamilia. Watu hawa wanapaswa kuhimizwa na kuhamasishwa kutumia Kiswahili sio kwa misingi ya kubeza lugha za kiasili, lakini kwa sababu matumizi ya Kiswahili katika miktadha kama hii, yanadhihirisha hisia za utafiti, umoja na uzalendo. Vilevile, kuna haja kuisitiza tena na tena kwamba, Kiswahili ndio lugha msingi katika masoko ya wazi kwa sababu hii ni lugha unganishi kwa watu wanaotoka jamii-tumizi lugha anuwai. Uchanganuzi wa lugha katika diskosi ya biashara unadhamiria kuonyesha na kudhibiti ubadilishaji msimbo ili kuipa lugha ya Kiswahili kipaumbele, ni utafiti unaokaribishwa. Bila shaka utafiti huu utawafaa wachanganuzi wa lugha katika diskosi mbalimbali za kibiashara, sawia na utakavyokuwa muhimu kwa wanaisimujamii wanaojishughulisha na athari za ubadilishaji msimbo katika miktadha ya matumizi ya Kiswahili, kama ilivyo katika muktadha wa sokoni. Katika tasnia ya akademia, utafiti huu utakuwa umechangia kuongezeka kwa maarifa kuhusu athari za ubadilishaji msimbo kwa lugha ya Kiswahili katika miktadha ambapo Kiswahili kinastahili kuwa lugha tawala. Utafiti huu, hata katika ubanifu wake, si nyongeza mbaya ya maarifa yatakayowafaidi wasomi na watafiti wa somo la Kiswahili katika vyuo vikuu na viwango vingine vya utafiti wa lugha ya Kiswahili.

1.6 Upeo na Mipaka

Utafiti huu mbali na kwamba, umekitwa katika masuala ya ubadilishaji msimbo katika muktadha wa uuzaji na ununuzi bidhaa sokoni, lengo kuu katika kuangazia ubadilishaji msimbo ni kutaka kuonyesha kuathirika kwa matumizi ya Kiswahili katika miktadha kama hiyo ya sokoni inayoibua ushindani kati ya matumizi ya lugha ya Kiswahili na lugha za kienyeji. Hali kadhalika, japo data iliyotumika katika utafiti huu imetuwezesha kuonyesha sababu na aina mbalimbali za ubadilishaji msimbo kama zinavyojitokeza katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la Daraja Mbili mjini Kisii, uchanganuzi, mijadala na mahitimisho ya utafiti huu yanaashiria ukweli mpana unaokabili matumizi ya Kiswahili katika masoko ya wazi nchini Kenya. Utafiti hii umechanganua namna wauzaji na wanunuzi bidhaa na huduma katika soko la Daraja Mbili wanavyotumia Kiswahili kama lugha kiungo katika asilimia kubwa ya mazungumzo yao. Katika uchanganuzi huo, tumeonyesha matukio ya kimawasiliano ya mara kwa mara yanayodhihirisha miingilio ya matumizi ya lugha za kiasilia za wazungumzaji yanayobainishwa na uchopekaji wa maneno ya lugha za kiasili na vilevile maneno ya Kiingereza, ambapo inakisiwa kwamba, uchopekaji huu ulishawishiwa na lengo la kutaka kuhakikisha kuelewana kimawasiliano.

Utafiti huu umejikita kuangazia mazungumzo ambapo Kiswahili kinajibainisha kama lugha msingi, lakini hata kama huo ndio ukweli wa hali ilivyo, kulidhihirika miingilio ya uchanganuzi maneno ya Kiingereza au maneno ya lugha za kiasili kama vile Ekegusii, Kikalenjin na Kidholuo katika mazungumzo ya Kiswahili. Utafiti huu, kwa hivyo, ulilizamia suala hili la miingilio ya lugha nyingine katika mazungumzo ya Kiswahili ambapo uchopekaji wa maneno binafsi au hata sentensi nzima ya lugha nyingine, ulifasiriwa kama ubadilishaji msimbo. Katika kufanya hivyo, lengo kuu lilikuwa kutaka kuonyesha jinsi miingilio hii au ubadilishaji huu wa misimbo unavyoathiri matumizi ya Kiswahili. Kwa jumla, data iliyotumiwa ni mazungumzo yaliyorekodiwa ya wafanyabiashara—wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Katika ukusanyaji huo wa data, tuliweza kubaini uwepo wa makundi au matabaka dhahiri ya wazungumzaji—wauzaji na wanunuzi walio na mahusiano ya muda mrefu, wauzaji wanaozungumza na wanunuzi wapya, mazungumzo miongoni mwa wauzaji wenyewe, mazungumzo miongoni mwa wanunuzi wenyewe kwa wenyewe. Ubainikaji huu wa makundi ya wazungumzaji ni ugunduzi muhimu kwa kuwa ulichangia kutuwezesha kubainisha vyanzo, sababu mbalimbali na aina za ubadilishaji msimbo, na kwa upande mwingine, ubainikaji wa makundi haya ulituwezesha kutathmini jinsi Kiswahili kinavyoathirika kimazungumzo katika muktadha wa sokoni.

Tuliangazia pia aina mbalimbali za ubadilishaji msimbo na jinsi zinaathiri matumizi ya Kiswahili. Miongoni mwa aina za ubadilishaji msimbo ambazo tuliziangazia ni pamoja na; ubadilishaji msimbo mwanzoni mwa sentensi au ufunguzi wa mazungumzo, ubadilishaji msimbo katikati ya sentensi au mazungumzo na ubadilishaji msimbo mwishoni mwa sentensi au mazungumzo. Licha ya kwamba, tuliweza kubaini uwepo wa ubadilishaji msimbo wa aina nyingine katika vitengo vingine vya mazungumzo, aina hizo zimetajwa tu pasina kuziingiza katika mjadala wa kimsingi. Tathmini za ubadilishaji msimbo kwa mujibu wa data za mazungumzo zilizochanganuliwa,

zilizhamiria kubainisha na kuonyesha aina za uathirikaji uliojitokeza katika matumizi ya Kiswahili. Kimsingi athari zilizojitokeza kuhusiana na matumizi ya Kiswahili zilitathminiwa katika viwango kadhaa—katika viwango vya lugha kwa kuangazia ufaafu wa kimsamiati, utilimifu wa kisintaksia na udhihirikaji wa maana. Katika kiwango kingine, athari hizo zilitathminiwa kiiisimu jamii kwa kuangazia mahusiano kati ya wauzaji na wanunuzi ambapo yalidhihirika masuala kama usababishaji wa utengano na uwekaji masafa marefu ya kimahusiano kati ya wauzaji na wanunuzi. Utathmini mwingine wa ubadilishaji msimbo ulijibainisha katika daraja ya mawasiliano ambapo athari kubwa ilihusiana na kutokueleweka kwa kilichokusudiwa kimawasiliano, ufasiri mbaya wa ujumbe na malengo ya mawasiliano. Katika daraja hiyo hiyo ya mawasiliano kulibainika athari chanya kama vile uashiraji wa maana ya ziada, urahisishaji mawasiliano, ujielezaji wa kihalisi, utoaji fursa kwa wahusika kujifunza lugha ya wenzao au kupata msamiati faafu wa Kiswahili. Hali kadhalika, utafiti huu uliangazia sababu halisi na sababu za kidhania za ubadilishaji msimbo na tuliweza kuonyesha jinsi sababu hizo zinavyoathiri lugha ya Kiswahili. Kimsingi sababu zilizojitokeza ni pamoja na; ukosefu wa uelewa au udhibiti wa msamiati faafu na mpana wa sajili ya biashara wa lugha ya Kiswahili, uashiraji na msisitizo wa ujitambulishaji kimakundi.

1.7 Yaliyoandikwa Kuhusu Mada

Suala la ubadilishaji msimbo si suala geni katika tasnia za utafiti, ni suala ambalo limewahi kushughulikiwa kwa mitazamo mbalimbali katika lugha za kilimwengu na katika lugha ya Kiswahili. Ni kweli kwamba, suala hili limewahi kujitokeza katika tafiti za aina mbalimbali, na limewahi kujadiliwa kiusomi kwa njia nyingi kwa kuegemezwa kwenye mikabala aina aina katika lugha ya Kiswahili na kwingineko. Tafiti kuhusiana na ubadilishaji msimbo zimewahi kuangazia masuala kama vile sababu za utukiaji wa ubadilishaji au uchanganyaji msimbo katika mazungumzo au katika miktadha fulani mahususi. Baadhi ya tafiti nyingine zimeweza kuangazia aina za ubadilishaji msimbo kwa mfano, katika miktadha ya sokoni, shuleni, miktadha ya utoaji huduma kama katika hospitali, vituo vya usafiri, mazungumzo ya kawaida katika makazi ya watu mijini, katika mahubiri na hata katika vyombo vya habari kama vile vituo vya redio kwa masafa ya FM. Kwa jumla, dhana ya ubadilishaji msimbo katika utafiti wa isimujamii katika lugha ya Kiswahili si dhana ngeni kwa kuwa imewahi kuangaziwa katika tafiti za aina nyingi, baadhi zikiwa tafiti za kijumla na baadhi zikiwa tafiti zilizoangazia masuala mahususi ya ubadilishaji msimbo katika lugha ya Kiswahili. Kwa hivyo, kimsingi tafiti kuhusiana na ubadilishaji msimbo zilizoko katika lugha ya Kiswahili, zinazotofautiana kwa misingi ya malengo yaliyokusudiwa kutekelezwa.

Kutokana na uwepo wa tafiti hizo, kumewahi kutolewa kauli na mahitimisho ya aina nyingi kuhusu ubadilishaji msimbo au uchanganyaji wa msimbo unaohusiana na lugha ya Kiswahili, baadhi zikiwa kauli za kijumla na baadhi zikiwa kauli kuhusiana na masuala fulani mahususi. Ufahamu huu unatuochochea kutoa kauli kwamba, mapitio ya maandishi yaliyoandikwa kuhusiana na mada hii yaliyodhamiriwa katika utafiti huu, yalilenga kubainisha masuala ibuka katika dhana ya ubadilishaji msimbo kama ilivyotafitiwa katika lugha ya Kiswahili kwa kuangazia kazi ambazo

zimetafiti na kuliangazia suala la ubadilishaji msimbo au uchanganyaji msimbo. Hii ni kwa kuwa mapitio ya tafiti kama hizo zilizopo zilikuwa zinawiana na kuafikiana na mada ya utafiti huu, kuathirika kwa Kiswahili kutokana na ubadilishaji msimbo. Kwa hivyo, tafiti hizo zilichangia kukuza hoja na kauli zilizotuelekeza kufikia mahitimisho jumla juu ya ubadilishaji msimbo katika miktadha ya masoko ya wazi nchini Kenya kinapotumika Kiswahili. Mapitio ya yaliyoandikwa kuhusiana na mada hii yanayojumuishwa hapa ni pamoja na maandishi yanayoangazia fafanuzi za dhana ya ubadilishaji msimbo, masuala ya ubadilishaji msimbo katika miktadha mbalimbali ya kimahusiano, kimazungumzo na kimtagusano. Mapitio haya yalijifunga katika kuangazia ujitokezaji wa ubadilishaji na uchanganyaji msimbo, ufafanuzi wa kauli na dhana ya ubadilishaji msimbo, dhima ya dhana ya ubadilishaji msimbo katika mawasiliano anuwai inapotumiwa lugha ya Kiswahili. Maandishi yanayoangazia athari na uamili wa ubadilishaji msimbo katika miktadha ya mazungumzo yaliweza kujumuishwa pia; maandishi yanayoangazia udhihirikaji, ugeukaji au udumishwaji wa ubadilishaji au uchanganyaji msimbo katika miktadha mahususi yalijumuishwa pia. Marejeleo haya yalilenga vilevile kuonyesha ufaafu na umuhimu wa ubadilishaji msimbo katika miktadha ya kimawasiliano na kimazungumzo ambapo lugha ya Kiswahili inatumiwa kama lugha msingi.

Moja kati ya masuala ambayo yamekuwa yakishughulikiwa katika utafiti wa ubadilishaji msimbo, ni suala la ufafanuzi wa dhana nzima ya ubadilishaji msimbo. Kwa mintarafu hiyo, Cromdal (2000) anauona na kufafanua ubadilishaji msimbo kama, matumizi ya lugha mbili au zaidi katika sentensi moja au katika mfuatano wa sentensi nyingi unaohusisha watu wawili au zaidi. Matumizi haya ya zaidi ya lugha moja, hujibainisha katika miktadha ambapo lugha fulani huangaliwa kama lugha tawala au lugha ya mazoea. Hoja ya kimsingi inayojitokeza katika ufafanuzi huu ni kwamba, ubadilishaji msimbo unahusisha zaidi ya lugha moja, unajibanisha kupitia kwa uchopekaji msamiati, sentensi, vishazi au mifumo fulani ya ujielezaji ya lugha kando, tofauti na lugha msingi au lugha tawala katika miktadha mahususi. Katika utafiti huu wa sasa, tunajinasibisha na kauli za kiufafanuzi za Cromdal ambaye anahoji kwamba, ubadilishaji msimbo ni matumizi ya lugha zaidi ya mbili katika mazungumzo katika miktadha ambapo moja kati ya lugha hizo inatarajiwa kuwa lugha ya mazoea au lugha tawala.

Utafiti wa Kadeghe (2000) unasawiana kwa namna fulani na ule wa Cromdal kwa misingi kwamba, katika ufafanuzi wake kuna chembechembe za kiufafanuzi, hasa anaposema kwamba, watu hubadilisha msimbo kwa sababu ya ama kuwa na uwezo au udhibiti wa lugha zaidi ya moja hivi kwamba, mtu anayebadilisha msimbo, hufanya hivyo kutokana na msukumo fulani wa kuiona lugha fulani kati ya zile azijuazo inampa ukunjufu wa kujieleza. Kwa maoni yake, Kadeghe, anahoji kwamba, mtu aliye na uwezo wa kuzungumza lugha mbili au zaidi huteua kwa kukusudia lugha atakayoitumia katika muktadha fulani, au katika tukio fulani la kimazungumzo. Kauli hii, hata hivyo, inaweza kutiliwa shaka hasa katika miktadha ya masoko ya wazi ambapo, kadri ya data tuliyoitumia ilivyoonyesha, mazungumzo huwa hayajapangwa tangu awali, ni mazungumzo ya utukia wa moja kwa moja. Uhalisia huu unakinzana na hoja ya Kadeghe ya kuwa mtu huteua lugha anayokusudia kuitumia. Kilicho muhimu katika usomi wa mtaalam huyu, ni utambuzi

kwamba, matumizi ya lugha yoyote ile kutegemea muktadha, ambapo muktadha unaishia kuangaliwa kama kichocheo cha ubadilishaji msimbo.

Kadeghe anaonyesha kuwa ubadilishaji msimbo hutokana na uwezo wa mtu kuzungumza lugha zaidi ya moja. Hali hii ni kweli kwa kuwa, mtu hawezi kubadilisha au hata kuchanganya msimbo iwapo hana ujuzi wa lugha nyingine. Kauli zinazotokana na maoni ya Kadeghe ni kauli nzuri zilizotuwezesha kubaini na kuziangazia aina na sababu ambazo huwafanya wafanyabiashara kama wazungumzaji katika miktadha ya masoko ya wazi kubadilisha msimbo katika diskosi zao za kibiashara. Vilevile, kwa misingi hiyo ya kauli za Kadeghe, tuliwezesha kubaini namna ubadilishaji msimbo unavyoathri matumizi ya lugha ya Kiswahili katika miktadha ambapo Kiswahili sio tu ni lugha ya mawasiliano, bali pia ni lugha tawala na lugha msingi. Pamoja na kwamba, tulibaini tangu mwanzo kwamba, kuna tofauti za kimtazamo kati ya utafiti wa Kadeghe na huu wa sasa, kuna mitagusano ya uelewa kwamba, ujikitaji katika suala mahususi kuhusiana na ujikitaji katika kuangazia kikundi maalum cha wazungumzaji kwa diskosi mahususi kama ile ya wauzaji na wanunuzi bidhaa katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii, kuna maafikiano juu ya masuala yanayohusiana na aina, sababu na athari za ubadilishaji msimbo kwa lugha msingi na lugha tawala.

Utafiti wa Djoko (2006) unaweza kuangaliwa kwa mtazamo sawia na tafiti za Cromdal (2000) na Kadeghe (2000) kwa misingi kwamba, sawia na watangulizi wake, Djoko anazungumzia suala la ubadilishaji msimbo katika mawasiliano kwa misingi ya kiufafanuzi. Djoko anaafikiana na watangulizi wake kwa kuhoji kwamba, ubadilishaji msimbo unahusu matumizi ya lugha mbili au zaidi katika mawasiliano mamoja, kauli ambayo inatuwezesha kusema na kushadidia kuwa, ubadilishaji msimbo ni matumizi ya lugha zaidi ya moja katika mawasiliano ya tukio moja au muktadha mmoja. Maoni haya ya Djoko ni muhimu katika kukuza mjadala wetu kuhusiana na ubadilishaji msimbo miongoni mwa wafanyabiashara katika soko la wazi la Daraja Mbili, kwa uelewa kwamba, takriban mawasiliano yoyote yanayotokea katika miktadha ya soko hili, yanahusu tukio moja—ushawishi wa kuuza na kununua kama tukio moja, si hoja linarudiwa mara ngapi katika soko kutoka kwa muuzaji mmoja hadi mwingine au mnunuzi mmoja hadi mwingine. Shughuli za uuzaji na ununuzi kwa kadri zinavyoendeshwa katika soko la Daraja Mbili, zinawachochea wauzaji na wanunuzi wa bidhaa kutumia lugha zao kwa kuzibadilisha ili kufidia kasoro na utenge wa kimawasiliano pale udhibiti wao wa lugha Kiswahili unapokuwa hausadifu kuridhisha mahitaji yao.

Mbali na uwepo wa tafiti zenye mtazamo wa kiufafanuzi kuhuaisiana na dhana hii ya ubadilishaji msimbo, tafiti nyingine zilizoko zimejikita katika kuangazia aina na utabakishaji wa ubadilishaji msimbo. Katika mtazamo huu, kazi ya Scotton (1993) imejishughulisha kuangazia aina za ubadilishaji msimbo ambazo hujibainisha katika mazunguzo yanayowahusisha wazungumzaji wawili au hata kundi kubwa kuliko watu wawili. Ubadilishaji msimbo ambao Scotton unauangazia ni ubadilishaji msimbo unaojitokeza katika kiwango cha sentensi. Kwa mtazamo huo, mtafiti huyu ameorodhesha aina kadha za ubadilishaji msimbo zikijumuisha—ubadilishaji msimbo ndani unaohusisha ubadilishaji lugha au uchopekaji lugha ndani ya sentensi ya lugha tawala au lugha

kiungo. Amezungumzia pia ubadilishaji msimbo-kati, ambao ni ubadilishaji au uchopekaji wa lugha kando unahusisha ubadilishaji wa lugha nje ya mipaka ya sentensi, yaani ubadilishaji katika mipaka ya diskosi. Scotton anasema kuwa, watu hubadilisha au huchanganya msimbo kwa nia ya kujieleza vizuri na kwa uwazi kwa matumizi ya lugha wanayohisi inawawezesha kufanya hivyo. Maoni na kauli za Scotton zilinufaisha utafiti huu kwa uelewa kwamba, zilituwezesha kubainisha aina za ubadilishaji msimbo ambazo hutawala diskosi ya wauzaji na wanunuzi bidhaa katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii.

Utafiti mwingine unaosawiana na Scotton ni ule wa Romaine (1994) ambaye pia ameangazia nafasi ya ubadilishaji na uchanganyaji msimbo katika mawasiliano ya kiutendaji ya jamii iliyo na wasifu wa uwili-lugha. Romaine aligundua kuwa ubadilishaji na uchanganyaji msimbo ni mbinu muhimu ya kimawasiliano ambayo katika hali nyingi inashawishiwa na haja ya mzungumzaji kujihakikishia kueleweka na kujieleza vizuri, hasa katika hali ambapo lugha mojawapo katika mazungumzo au mawasiliano husika, ni lugha iliyo na hadhi ya chini kiasi au ni lugha ambayo bado inakua na pengine lugha ambayo kwa mujibu wa mawasiliano yanayohusika, haijitoshelezi kimsamiati. Utafiti huu wa Romaine unasawiana na utafiti huu wa sasa kwa misingi kwamba, anaangazia ubadilishaji msimbo katika miktadha na diskosi mahususi kama ulivyo utafiti wa sasa. Kwa hali hii basi, utafiti wake ulituwekea msingi wa kuangalia na kuchunguza jinsi ubadilishaji msimbo unavyoathiri lugha ya Kiswahili kwa njia nyingi hasi kama madai haya yanavyoshadidiwa na data iliyokusanywa kutoka soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Kauli ya kimsingi ambayo Romaine anaisisitiza ni kwamba, ubadilishaji na uchanganyaji msimbo ni ukweli na uhalisia wa kimawasiliano ambao hauwezi kuepukika katika jamii zilizo na wasifu wa wingi-lugha. Dhana hii ya wingi-lugha ni chanzo kimoja cha utukiaji wa ubadilishaji na uchanganyaji msimbo, ukweli huu unasadifu kwamba, soko la Daraja Mbili mjini Kisii lina wasifu huo wa wingi-lugha kama ambavyo tumedokeza katika sehemu nyingi za tasnifu hii. Utafiti wa Romaine, hata hivyo, haulandani moja kwa moja na utafiti wa sasa kwa kuwa utafiti wake ulichukua mtazamo mpana wa kuangazia mawasiliano ya utendaji wa jamii-lugha ilhali utafiti huu wa sasa umejibana katika sehemu mahususi kama kielelezo cha uhalisia mpana unaoakisika katika miktadha sawia. Mbali na hayo, utafiti wa sasa umeangazia aina na sababu ambazo huwafanya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la wazi kubadilishana kuchanganya msimbo na jinsi hali hiyo inavyoathiri matumizi ya lugha Kiswahili kwa njia hasi.

Katika mwaka (2000), Bailey alifanya utafiti uliochunguza majukumu ya kijamii yaliyotekelezwa au yaliyobainika kutokana na ubadilishaji na uchanganyaji msimbo miongoni mwa wanafunzi wa shule za upili. Kuhusiana na utafiti huo, Bailey anasema kwamba, wanafunzi wa shule za upili huchanganya msimbo ili waweze kutumia misamiati ambayo wanaielewa na ambayo wanailinganisha na mazingira yao halisi. Hii ni muhimu kwao kwa kuwa wataelewa dhana ambazo hutumiwa katika masomo mbalimbali vyema. Utafiti wa Bailey, kwa njia nyingine unaibua hoja kwamba, ubadilishaji msimbo si utukiaji nasibu bali ni utukiaji wa kimawasiliano ulio na majukumu na uamili wa aina nyingi katika miktadha ya aina nyingi, japo hata ametumia muktadha wa shule kama kielelezo. Ukweli kwamba Bailey aliukita utafiti wake katika miktadha ya shule

ambapo aliangazia ubadilishaji msimbo miongoni mwa wanafunzi wa shule za upili, muktadha ambapo huwa na sera rasmi za matumizi ya lugha, japo ni muktadha unaotofautiana na muktadha wa utafiti huu ambapo wanaoangaziwa ni wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la wazi lisilodhbitiwa na sera zozote za matumizi ya lugha, bado kuna majukumu yanayotekelezwa na ubadilishaji msimbo. Kwa hivyo, iwe utafiti juu ya ubadilishaji msimbo umekitwa katika miktadha au diskosi za elimu au biashara, ubadilishaji huo wa lugha una athari za aina mbalimbali kwa lugha tawala. Katika misingi ya kijumla, tunaweza kuhoji kwamba, utafiti wa Bailey unasawiana na utafiti wa sasa kwa misingi kwamba, ulishughulikia ubadilishaji msimbo kama ulivyo utafiti wa sasa ila huu wa sasa unakwenda hatua zaidi kuangazia athari za ubadilishaji msimbo kwa lugha tawala ya Kiswahili.

Sawia na utafiti wa Bailey (2000), utafiti wa Kanana (2003) uliangazia na kuchunguza matumizi ya ubadilishaji na uchanganyaji msimbo katika soko la Village Market, jijini Nairobi. Utafiti huu uligundua kwamba, wafanyabiashara—wauzaji na wanunuzi, katika soko la Village Market walitumia ubadilishaji msimbo katika mawasiliano yao kimsingi kama njia na mkakati uliowawezesha kuelewana katika mawasiliano yao ya kibiashara. Utafiti wa Kanana ni muhimu hasa ikizingatiwa kwamba, unashadidia kauli ile ile kwamba, ubadilishaji msimbo katika mazungumzo au katika mawasiliano yoyote yale, si utukiaji nasibu bali ni utukiaji unaotekeleza majukumu na uamili dhahiri. Japo utafiti wa sasa unaangazia ubadilishaji msimbo katika soko la wazi katika maeneo ya nyanjani, wakati ambapo utafiti wa Kanana uliangazia ubadilishaji msimbo katika muktadha wa soko la Village Market lililoko mjini Nairobi, kuna kusawiana kwa misingi kwamba, haya ni masoko kunapofanywa biashara japo uhalisia wao wa wazungumzaji ni tofauti. Tofauti ya miji hii miwili ni kuwa, matumizi ya lugha ya Kiswahili katika jiji la Nairobi ni tofauti kwa kuwa wazungumzaji katika soko hili wana uhibitaji mkubwa wa Kiswahili, na kwa hivyo, kuathirika kwa Kiswahili hakufanani na kuathirikika kwa Kiswahili katika soko la Daraja Mbili. Pili, japo soko la Village Market linawakutanisha watu wa makabila mbalimbali kinyume na mji wa Kisii, lugha za kienyeji hazipati kipaumbele kama ilivyo mjini Kisii. Kwa misingi hii basi, utafiti wa sasa anadhamiria kuonyesha viwango vya uathirikaji wa Kiswahili kwa kujikita katika baadhi ya kauli alizozitoa Kanana.

Wasomi wengine walioshughulikia suala hili la ubadilishaji na uchanganyaji msimbo, ni Nandama (2004) na Balige (2018). Utafiti wa Nandama ulijishughulisha kuangazia ubadilishaji msimbo katika bunge la kitaifa la Kenya. Nandama alianza kwa kuhoji kwamba, matumizi ya lugha nchini Kenya yanajibainisha kwa wasifu wa wingi-lugha, hasa inapozingatiwa kuwa, Wakenya hutumia Kiingereza kama lugha rasmi, Kiswahili kama lugha ya kitaifa inayowezesha mawasiliano katika shughuli na harakati nyingi za kitaifa, na katika viwango vingine, lugha za kienyeji hutumika katika mawasiliano ya kifamilia, kiukoo na kijamii. Kauli anayoibua Nandama ni kwamba, wabunge kama wawakilishi wa maeneo mbalimbali, wanatagusana na kuathiriwa na viwango hivi vitatu vya lugha kwa maana kwamba, kuna hali na miktadha inayowashurutisha kutumia Kiingereza katika shughuli na miktadha rasmi, Kiswahili katika shughuli za kitaifa na lugha za kienyeji wanapokuwa katika sehemu zao nyanjani. Wabunge, kwa vyovyote vile

wanavyoangaliwa, ni wana wingi-lugha, wao hulazimika kuzitumia lugha angalau tatu, kutegemea mazingira, aina ya mawasiliano na miktadha wanamojipata. Utafiti huu ulibaini kuwa, aghalabu wabunge hubadili na kuchanganya msimbo wanapotaka kutumia maneno machache, muda mfupi au kusisitiza jambo au kauli fulani, wakati wanapotaka kuelezea jambo au kunukuu maneno ya mtu mwingine. Mara nyingi ubadilishaji msimbo unaohusishwa na wabunge, ulidhihirisha kuwa wabunge wana mtazamo hasi kuhusu matumizi ya Kiswahili, mara nyingi wanakitumia Kiswahili kwa kukichanganya na Kiingereza, hivi kwamba, panapotokea ubadilishaji msimbo, uchopekaji wa maneno, vishazi na sentensi za Kiingereza zinachukua nafasi kubwa katika mazungumzo yao. Ubadilishaji msimbo, kwa kadri unavyotokea katika miktadha ya bunge au kwa kadri unavyohusishwa na wabunge, ni kielelezo kizuri cha jinsi matumizi ya Kiswahili yanavyoathirika kutokana na ubadilishaji msimbo. Kwa mfano, pale ambapo kuna dhana, uhalisia, vyama au mashirika yaliyo na majina ya Kiswahili, ni kwa nadra sana wabunge watataja au kurejelea vitu hivyo kwa Kiswahili. Kuathirika huku kwa Kiswahili kutokana na ubadilishaji na uchanganyaji msimbo unaoendelezwa na watu walio na udhibiti mzuri wa lugha ya Kiswahili, ikizingatiwa kwamba, kupita mitihani ya uwezo wa kujieleza kwa Kiswahili, ni kigezo kimojawapo cha ustahilifu wa kuwa mbunge nchini Kenya, ni hoja iliyotuchochea kutaka kubaini ni kwa kiasi gani Kiswahili huathirika kutokana na ubadilishaji msimbo unaoendelezwa na watu wasiokuwa na udhibiti wa lugha sawia na wa kiwango cha wabunge.

Kwa upande mwingine, utafiti wa Balige (2018), uliangazia ubadilishaji msimbo kama mbinu ya ukwezaji wa staha katika bunge la Tanzania. Kwa maoni na kauli zilizoshawishiwa na utafiti wake, wabunge wa bunge la Tanzania hubadilishana uchanganyaji msimbo unaojibainisha kutokana na uchopekaji wa maneno ya Kiingereza katika sentensi au diskosi inayoendelezwa kwa Kiswahili, kwa kudai kuwa ubadilishaji msimbo huo unawawezesha na kuwahakikishia kueleweka, wakati mwingine ubadilishaji msimbo hujitokeza kama mazoea, kama mkakati wa kufidia ukosefu au udhaifu wa msamiati, na hatimaye ubadilishaji msimbo hujitokeza kama mbinu ya kujitweza na kujionesha. Balige anadai kwamba, kutokana na hoja walizozitoa wabunge walipoulizwa ni kwa nini wanabadilisha msimbo, walijitetea kwamba, wanashurutika kubadilisha msimbo kama mbinu ya kulinda utu wa viongozi hawa na wakati mwingine kama mbinu ya kupunguza kauli za matusi. Katika hali za uhalisia kama huu, Balige anasema kwamba, ubadilishaji msimbo katika mawasiliano au mazungumzo yoyote yale, haujitokezi kwa bahati mbaya, kwa njia nasibu au kwa sadfa, ubadilishaji msimbo ni mbinu ya kimkakati ya kimawasiliano inayoshawishiwa na malengo maalum ya kimawasiliano. Tafiti za Balige na Nandama zinakuza utafiti wa sasa kwa kuwa zimeangazia na kujadili sababu za ubadilishaji msimbo katika mawasiliano yaliyo na urasmi katika mabunge ya Kenya na Tanzania, suala ambalo linaangaziwa katika utafiti wa sasa japo kwa kutumia data kutoka miktadha isiyokuwa na urasmi kama bunge, miktadha ya masoko ya wazi. Pili, tafiti hizi ni muhimu kwa misingi kwamba, pale ambapo kauli na mahitimisho yao juu ya ubadilishaji msimbo yalikitwa katika diskosi rasmi ya bungeni, kuna haja kutaka kujua kama ubadilishaji msimbo katika diskosi ya biashara katika masoko ya wazi, kama soko la Daraja Mbili, unachangiwa na sababu sawia na kama una athari zinazosawiana kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili. Tayari tumetaja na kukiri kwamba, japo tafiti za wasomi hawa na utafiti wetu wa sasa,

zimekitwa katika miktadha miwili tofauti ya matumizi ya lugha Kiswahili—urasmi unaohitaji kuzingatiwa wa mazungumzo na mijadala ya bunge, na kwa upande wa pili, hali huria ya matumizi lugha isiyodhibitiwa kwa vyovyote vile ya miktadha ya sokoni, ubadilishaji unatofautiana vipi kwa misingi ya visababishi, uamili na athari ibuka kwa matumizi ya Kiswahili.

Japo utafiti wa Obuchi (2007) haukukitwa moja kwa moja katika dhana ya ubadilishaji msimbo, bali ulisukumwa na haja ya kutaka kubaini jinsi utukiaji—yaani uhiari na ujanzishaji mazungumzo (*spontaneity*) unavyoshawishi na kuathiri muundo wa diskosi za Kiswahili za wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la Gikomba, Nairobi na Kongowea, Mombasa. Utafiti wa Obuchi uligundua kwamba, katika muktadha wa sokoni, mawasiliano au mazungumzo yoyote yale hayapangwi awali, ni mawasiliano na mazungumzo ya utukiaji wa hiari, kwa maana kwamba, muuzaji bidhaa au mnunuzi anaweza kuanzisha mazungumzo. Hali kadhalika, utafiti huo ulipata kwamba, washiriki wa mazungumzo ya sokoni huzungumza kwa kupokezana zamu, na kwamba hakuna kukatiziana kauli. Hoja nyingine muhimu iliyojitokeza katika utafiti huo ni kwamba, muuzaji bidhaa au mnunuzi anaweza kuanzisha na kuingiza katika mazungumzo yaliyokuwa yanaendelea mada nyingine mpya au tofauti kabisa lakini ambayo hata hivyo, inawaridhisha washiriki wote wa mawasiliano au mazungumzo husika. Utafiti wa Obuchi ni muhimu na unakuza utafiti wa sasa kwa misingi kwamba, pale Obuchi alikuwa anaangazia jinsi uhiari wa kimazungumzo unavyoathiri muundo wa diskosi ya sokoni, utafiti wa sasa, kwa kuwa umekitwa pia katika masoko ya wazi, unadhamiria kubaini ni kwa jinsi gani na katika viwango gani ambapo uhiari wa uzungumzaji (*spontaneity*) unashawishi ubadilishaji na uchanganyaji msimbo, hali kadhalika, uhiari huo unaathiri vipi matumizi ya lugha ya Kiswahili. Hata kama utafiti wa Obuchi unatofautiana na utafiti wa sasa kwa misingi kwamba, utafiti wa sasa japo umekitwa katika muktadha wa soko la wazi, uliangazia ubadilishaji na uchanganyaji msimbo miongoni mwa wauzaji na wanunuzi katika soko la wazi kunakouzwa msambao mpana wa bidhaa wakati ambapo utafiti wa Obuchi ulikitwa kuwaangazia wafanyabiashara na wanunuzi wa nguo na mavazi kwa jumla. Pili, Obuchi aliongozwa na nadharia nne za uchanganyaji usemi ambazo ni; nadharia ya Uhusiano, nadharia ya Upole, nadharia ya Uchanganyaji Usemi na nadharia ya Vitendo Usemi, nadharia ambazo aliziona kuwa faafu katika kuonyesha jinsi zinavyoathiri muundo wa diskosi. Utafiti wa sasa, hata hivyo, umekitwa katika matumizi ya nadharia mbili, nadharia ya Uhusiano na nadharia ya Maafikiano. Nadharia hizi zilijitokeza kama nadharia faafu kwa sababu, ni katika michakato ya ushirikiano na maafikiano ndipo ubadilishanaji na uchanganyaji misimbo unapojibainisha. Tatu, ni muhimu kutilia maanani ukweli kwamba, maeneo ya utafiti ambapo utafiti wa Obuchi ulifanywa katika miji ya Nairobi na Mombasa, ni maeneo ambapo Kiswahili kinatumika kwa kiasi kikubwa hata kama watumiaji hao wa Kiswahili wanawakilisha uanuwai wa jamii-tumizi nchini Kenya, hali ambayo ni tofauti sana na muktadha wa soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii, ambapo wazungumzaji wa Kiswahili wana udhibiti dhaifu wa Kiswahili na ubanifu wa kikabila.

Kazi ya Wanjugu (2010) ilishughulikia sababu na athari za ubadilishaji msimbo wa lugha za Kiswahili na Kiingereza katika shule ya upili ya Akiba, Kangemi. Alitumia nadharia ya Ukubalifu

ya Giles na akagundua kwamba, wanafunzi hubadilisha msimbo kutokana na sababu za kiutambuzi, kijamii na kibinafsi. Hali kadhalika, aligundua kuwa sababu hizi huathiriana na kuwafanya wanafunzi kubadili msimbo katika mazungumzo na hata katika matekelezo yao ya kazi za darasani, jambo ambalo hatimaye huathiri matokeo yao ya mitihani. Japo utafiti wa Wanjugu unazungumza juu ya athari za ubadilishaji msimbo, athari hizi zinaangaliwa kwa mkabala wa kuathirika kwa lugha rasmi ya utoaji mafunzo shuleni na udhibiti wa lugha hiyo katika mitihani ya shuleni na hata mitihani ya kitaifa. Utafiti huu wa Wanjugu unatofautiana na utafiti wa sasa kwa misingi kwamba, pale ambapo utafiti wa Wanjugu ulikitwa katika mazingira na muktadha wa shuleni unatawaliwa na kudhibiti na taratibu rasmi za kuendesha shughuli zao, ni tofauti na utafiti wa sasa ambao umekitwa katika muktadha huru wa sokoni ambapo wauzaji na wanunuzi wana uhuru wa kimawasiliano, wana hiari ya kuteua na kutumikisha mbinu zozote za kimawasiliano na kimazungumzo, zikiwa ni pamoja na ubadilishaji na uchanganyaji msimbo, ili kufanikisha ama uuzaji au ununuzi wao. Pale ambapo utafiti wa Wanjugu ulikitwa na kuongozwa na nadharia ya Ukubalifu ya Giles, utafiti wa sasa unatumikisha na kuongozwa na nadharia za Maafikiano na Uhusiano kama zilivyoelezwa na Giles, Sperber na Wilson. Kilicho muhimu katika kuangazia matumizi ya nadharia hizi ni kwamba, kwa vyovyote vile zinamwelekeza msomaji au mchanganuzi kutambua kwamba, ubadilishaji na uchanganyaji msimbo unaathiri lugha tawala au lugha kiungo katika miktadha fulani mahususi kunapotokea ubadilishaji msimbo katika mawasiliano.

Hatimaye utafiti wa Waweru (2014) ambao ulishughulikia ubadilishaji msimbo katika miktadha ya mahubiri, ulibaini kuwa, ubadilishaji msimbo katika diskosi ya mahubiri ulidhihirisha athari tofauti na za kuathirika kwa lugha kiungo, pia uliangazia kuathirika kwa mawasiliano kwa misingi ya maana au ujumbe unaopitisha katika mahubiri mahususi. Athari nyingine juu ya mawasiliano zinazojitokeza kutokana na ubadilishaji msimbo, zinahusiana na kuathirika kwa matumizi ya elementi za kiisimu zinazochangia kubainika na kudhibitiwa kwa maana. Pamoja na hayo, Waweru anasema kuwa ubadilishaji msimbo katika diskosi ya mahubiri husababisha ukosefu wa urasmi, japo anatambua kwamba, ubadilishaji msimbo unaojibainisha katika diskosi ya mahubiri unachochewa na uhalisia wa viwango vya elimu, ujitambulishaji wa kitabaka, uzoefu na tajriba ya mhubiri, ujitambulishaji kwa misingi ya cheo na umri, miongoni mwa vishawishi vingine. Utafiti huu wa Waweru unanufaisha utafiti wa sasa katika misingi ya utambuzi wa visababishi vya ubadilishaji msimbo na athari za ubadilishaji msimbo. Kwa namna fulani, utafiti wa sasa unashawishika kuangalia na kutathmini kama kuna uwezekano kwamba, vishawishi vya ubadilishaji msimbo katika diskosi ya mahubiri vinaweza kuakisika katika ubadilishaji na uchanganyaji msimbo unaojitokeza katika diskosi ya biashara katika soko la wazi la Daraja Mbili. Ni muhimu pia kutaja kwamba, pale ambapo Waweru aliongozwa na nadharia ya Umaanisho ya Grice (1975), utafiti wa sasa umetumikisha nadharia za Maafikiano na Uhusiano kama zilivyoelezwa na Giles (1987), Sperber na Wilson (1986).

Kwa jumla, marejeleo haya ambayo tumeyawasilisha katika sehemu hii, yamedhihirisha mambo mengi yanayojumuisha visababishi, sababu, miktadha ya utukiaji wa ubadilishaji na uchanganyaji

msimbo, pamoja na athari za aina mbalimbali zinazohusiana na ubadilishaji msimbo. Lakini hata hivyo, utathmini wa karibu wa marejeleo haya unaonyesha kwamba, kuna mwanya wazi wa kiusomi hasa inapozingatiwa kwamba, suala la kuathrika kwa Kiswahili kama lugha tawala, lugha kiungo na lugha ya shughuli za kibishara, halionekani kama limetafitiwa kwa kina. Huu ndio mwanya wa kiusomi ambao utafiti huu wa sasa ulidhamiria kuchangia kuziba, si neno ni kwa kiasi kidogo namna gani. Tunaamini kwamba, kwa kujikita katika diskosi ya biashara, hususan biashara katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii, tuliweza kubaini na kuonyesha vyanzo, visababishi na sababu anuwai za ubadilishaji na uchanganyaji msimbo katika muktadha ambapo Kiswahili kinatarajiwa kuwa lugha kiungo na lugha tawala. Licha ya hayo, utafiti huu unaibua mjadala kwa lengo la kutaka kuonyesha jinsi matumizi ya Kiswahili yanavyoathiriwa, yanavyokinza na hata kusambaratishwa na umuhimu wake kupembeza. Huu hatimaye, ndio utakaokuwa mchango wa kiusomi wa utafiti huu.

1.8 Msingi wa Kinadharia

Katika utafiti huu, tunatambua kwamba, uteuzi wa nadharia yoyote katika utafiti wa kiusomi kama huu, unashawishiwa na kuongozwa na mambo fulani ya kimsingi yanayojumuisha umaarufu wa nadharia husika kutokana na maendeleo yake ya kihistoria, kuzingatia nadharia iliasisiwa wapi, ili chochewa na nini, imeendelea vipi tangu hapo, maendeleo hayo yanaakisi vipi uhalisia wa ubadilishaji na uchanganyaji msimbo katika miktadha ya matumizi ya Kiswahili. Vilevile, uteuzi wa nadharia unashawishiwa na uwezo na ukunjufu wa kutumikishwa kwa chukulizi za kimsingi katika nadharia inayohusika, ukunjufu wa taratibu zake za kiutekelezi kwa kutokana na uwazi wake wa kimaelezo na kimantiki na jinsi taratibu hizo zinavyotumikishwa katika uchanganuzi wa masuala ya ubadilishaji na uchanganyaji msimbo. Mbali na hayo, uteuzi wa nadharia unashawishiwa pia na uwezo na ukunjufu wa kutumia nadharia hiyo kwa njia zilizo wazi na fumbati katika kushughulikia, kufafanua au kueleza masuala ya kimsingi ya utafiti. Kwa mfano, katika utafiti huu, kushughulikia masuala ya ubadilishaji na uchanganyishaji msimbo, visababishi, uamili na athari zake kwa lugha tawala ya Kiswahili. Hizi ndizo baadhi ya sababu zilizotushawishi kuchagua nadharia mbili—nadharia ya Uhusiano iliyoasisiwa na Sperber na Wilson (1986) na nadharia ya Maafikiano inayohusishwa na Howard Giles (1987). Nadharia hizi zimeteuliwa ili ziweze kuchangiana na kujalizana ili kutuwezesha kuyashughulikia kwa utimilifu masuala yote yanayohusiana na ubadilishaji msimbo kwa kadri yanavyoakisika katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii.

1.8.1 Nadharia ya Uhusiano

Nadharia ya uhusiano iliasisiwa na Sperber na Wilson (1986) kama njia ya kuitikia na kuendeleza nadharia ya Umaanisho iliyokuwa imeasisiwa na Grice (1975). Kimsingi, nadharia ya Umaanisho iliibuliwa kwa makusudi ya kutaka kubainisha tofauti iliyoko kati ya maana ya sentensi na maana ya msemaji. Kulingana na Grice, maana ya diskosi huchochewa na kanuni kama vile uhusiano na mawasiliano ambapo kanuni ya uhusiano katika nadharia ya umaanisho hudhamiria kumwangazia na kuzingatia msemaji ambaye anatarajiwa na, kwa hivyo, anapaswa katika usemaji wake kusema kwa kutumia kiasi cha maneno na ufaafu wa maneno yanayotosheleza mahitaji yake ya

kimawasiliano. Kwa misingi hii, utoshelezaji una maana kwamba, msemaji asiseme kwa maneno machache kiasi kwamba haiwezi kubainishwa alikusudia nini au asiseme kwa kutumia maneno kupita kiasi hivi kwamba, kinachosemwa kinapotelea ndani ya wingi huo wa maneno. Vilevile, nadharia hii inasisitiza kwamba, msemaji anapaswa kusema ukweli, yaani anatarajiwa na anawajibishwa kuwa mkweli katika usemaji wake. Ili kushadidia na kuikita mizizi kanuni hii ya umaanisho, Grice aliibua kaida nne (*maxims*) za kimawasiliano ambazo alihoji kwamba, ni nguzo muhimu katika kufanikisha mawasiliano. Kaida hizo zinajumuisha—kaida ya idadi, kaida ya ukweli, kaida ya uhusiano na kaida ya namna. Katika undani wao wa kiutekelezi, kaida ya idadi inamtaka msemaji aseme mambo yanayotosheleza mahitaji yake ya mawasiliano pasina kutumia maneno kuzidi kiasi wala kutumia maneno kwa ubanifu unaopunguza habari inayowasilishwa hivi kwamba, inakosa kuwa timilifu na toshelevu. Kaida ya ukweli inamtaka msemaji kusema jambo ambalo analiamini kuwa ni kweli. Kwa upande wake, kaida ya uhusiano inamtaka msemaji azungumzie taarifa inayooana, inayoafikiana na inayokubaliana na mada inayozungumziwa. Kaida ya namna ikimtaka na kumtahadharisha msemaji kutoa habari, kauli au ujumbe alionao kwa njia iliyo bayana, wazi na dhahiri. Grice anadai kuwa, kaida hizi ni mihimili ya kimsingi iongozayo, kuelekeza na kudhibiti mawasiliano. Watu ambao hufuata kaida hizi katika mawasiliano yao hufaulu katika kutimiza malengo yao ya kimawasiliano.

Nadharia ya uhusiano ilizalika kutokana na nadharia ya Umaanisho ili kubuni njia za kuangazia na kubaini jinsi uhusiano wa kimawasiliano kati ya mzungumzaji na msikilizaji unavyoelekezwa na unavyodhibitiwa. Katika hali za kawaida za mawasiliano, mzungumzaji huzungumza kwa namna ambayo itamwezesha msikilizaji kufasiri ujumbe anaoutoa au anaoupitisha kwa kadri ulivyokusudiwa na kwa utimilifu wa kutosha. Hili linatokana na ukweli uliopo kwamba, ufasiri wa maana katika diskosi yoyote ya mawasiliano kwa njia inayofaa ni muhimu katika kuhakikisha kuibua chukulizi zifaazo akilini mwa mpokezi wa mawasiliano husika. Hii ina maana kuwa, mzungumzaji anawajibika na anajukumishwa kutoa ujumbe kwa lugha na kwa namna itakayomwezesha msikilizaji kuelewa ujumbe huo ipasavyo. Hivyo, ni muhimu ujumbe unaokitwa katika mawasiliano ufasiriwe kwa namna ifaayo na inayoafikiana na miktadha ya mawasiliano ili pasiwepo na hitilafu katika maelewano kati ya mzungumzaji na msikilizaji. Hii ndiyo misingi inayohusisha nadharia ya uhusiano na dhana nzima ya umaanisho kwa sababu, iwe kwa kukusudia au kutokusudia, kaida za mazungumzo ni nguzo muhimu katika kuelekeza na kudhibiti sio tu utimilifu wa mawasiliano bali pia uhusiano ulioko kati ya mzungumzaji na msikilizaji unaoweza maana kubainika. Mawasiliano yanasemekana kuwa yamefaulu pale ambapo msemaji na msikilizaji wanaelewana kimawasiliano kwa misingi kwamba, msikilizaji anafanikiwa kufasiri ujumbe kama alivyokusudia msemaji. Kujumuishwa kwa kaida ya ukweli katika mchakato wa mawasiliano, ni kipengele muhimu kinachomfanya mzungumzaji kama mtu kuaminiwa na watu wengine. Uaminifu huu huwafanya watu kudumisha uhusiano wa kimawasiliano baina yao. Hali hii ya uaminifu ni muhimu katika muktadha wa sokoni ili wafanyabiashara waweze kudumisha uhusiano mzuri baina yao na wateja wao.

Nadharia ya uhusiano imeteuliwa kwa makusudi kutumikishwa katika utafiti huu kwa sababu, masuala ya kimsingi yanayoshirikishwa katika utafiti huu yanaakisika katika mihimili ya nadharia hii. Mawasiliano ya kibiashara yanayojitokeza kati na baina ya wauzaji na wanunuzi katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii, yamejengeka katika misingi aina aina ya mahusiano. Kimsingi, mahusiano yanayojitokeza kwa kiasi kikubwa miongoni mwa wazungumzaji hawa, ni mahusiano ya kimkakati yanayojengeka na kuendelezwa kwa lugha ya Kiswahili kama lugha kiungo. Uwepo wa matumizi ya Kiswahili ni uhalisia unaotokana na ukweli kwamba, watu wengi wanaofika katika soko hili, wanatoka katika jamii-tumizi lugha mbalimbali, na kwa hivyo, hawana budi kutumia Kiswahili kama lugha inayowaunganisha wafanyabiashara katika soko hili. Wafanyabiashara, yaani wauzaji wa bidhaa hudhihirisha kwamba mawasiliano yao ni mawasiliano ya kimkakati kwa sababu wanasukumwa na haja ya kutaka kuuza bidhaa nyingi tena kwa wakati mfupi ili waweze kupata faida nzuri.

Kwa upande mwingine, wanunuzi hutaka kutumia lugha itakayowawezesha kununua bidhaa kwa bei ya chini mbali na kuhakikisha kuwa wanunua bidhaa halali. Katika hali hii, kaida za Grice za mazungumzo na mawasiliano kwa jumla zinaakisika kwa misingi kwamba, wafanyabiashara wanawajibika kusema na kuwa wakweli katika mazungumzo yao, kusema ukweli kuhusu bidhaa zao, bei za bidhaa zao, ubora wa bidhaa hizo na ukweli wote unaohusiana na kufanya biashara halali. Wanunuzi nao wanawajibika kusema ukweli kuhusiana na matakwa yoa, uwezo wao wa kununua na utimishwaji wa haja zao. Ni muhimu kwa washiriki wa mazungumzo kuelewana kwa misingi ya ukweli kwa sababu kudhibiti diskosi ni muhimu katika kuridhisha yale mawasiliano ya kimkakati, na kwa njia hiyo kuhakikisha ukamilikaji wa mawasiliano. Pamoja na kwamba kuwa muktadha wa sokoni ni muhimu katika kuwawezesha wauzaji na wanunuzi bidhaa kuelewana kimazungumzo, uhusiano uliopo kati yao ni kigezo muhimu katika kudumisha lugha ya mawasiliano, au hata kuchangia na kusababisha ubadilishaji na uchanganyaji msimbo ndipo biashara husika iweze kuendelea bila tatizo lolote. Hapa bila shaka, nadharia hii ya uhusiano inapotumika kimkakati inawezesha kuchanganua matumizi ya lugha kwa mkabala wa udumishwaji wa lugha kiungo, miingilio ya lugha kando katika matumizi ya lugha tawala na hatimaye, kwa mujibu wa muktadha wa soko la Daraja Mbili, mjini Kisii, kuathirika kwa lugha Kiswahili kunakosababishwa na ubadilishaji msimbo miongoni mwa wauzaji na wanunuzi wa bidhaa.

Nadharia ya Uhusiano inaelekeza kuangaziwa na kutathmini kwa kanuni ya namna ili kubaini njia—yaani jinsi au namna watu wanavyowasiliana na watu wengine. Kwa mkabala wa jinsi lugha inavyotumiwa kuwasilisha ujumbe kuhusiana na shughuli za biashara za uuzaji na ununuzi wa bidhaa. Dhana ya lugha inavyotumiwa inaweza kueleweka kwa njia mbili za kimsingi, lugha kwa maana ya lugha tawala au lugha kiungo ya mawasiliano au lugha kwa maana ya sajili na mahusiano ya diskosi. Hii, kwa hivyo, ina maana kwamba, Soko la Daraja Mbili ni makutano ya watu kutoka makabila tofauti tofauti walio na udhibiti wa lugha zaidi ya moja, lugha zao za kienyeji na lugha ya Kiswahili kama lugha unganishi. Wauzaji na wanunuzi katika muktadha huu wa sokoni, hawana budi kufuata kanuni ya kimawasiliano ya namna kwa kutumia Kiswahili katika

mawasiliano yao na wanunuzi wa bidhaa zao. Matumizi ya Kiswahili katika soko kama hili yanaendelezwa kwa sababu wauzaji na wanunuzi bidhaa wana ufahamu wa awali kwamba, kimawasiliano, soko hili linatawaliwa na wasifu wa wingi-lugha, kwa hivyo, hata wale wazungumzaji walio na udhaifu mkubwa wa kutumia Kiswahili, hawana budi kutumia Kiswahili kwa sababu wanafahamu katika akili zao kuwa Kiswahili ndiyo lugha kiungo inayoeleweka na kila afikaye sokoni. Kwa hivyo, utukiaji wa ubadilishaji msimbo au hata uchanganyaji msimbo, unatokea tu pale mzungumzaji anapotambua au anapohisi kuwa msikizaji wake ana uwezo wa kuelewa lugha ya msemaji au anatambua kuwa ni wasemaji wa lugha moja. Matumizi ya lugha za kiasili kurejelea bidhaa au kutaka kufahamu kitu kuhusiana na ubora, uhalali au unafuu wa bei ya bidhaa, kila kunapotokea kunainyima lugha ya Kiswahili fursa ya kutumika, kunaipembeza lugha ya Kiswahili kimatumizi.

Uteuzi na matumizi ya lugha ya mawasiliano ni muhimu kwa kuwa muuzaji bidhaa kwa upande mmoja, na mnunuzi bidhaa kwa upande mwingine, wana msukumo wa kuridhisha matakwa yao ya kimawasiliano—kuuza na kununua. Msukumo huo wa kimaslahi una maana kwamba, kila msemaji atakitumia Kiswahili kwa kadri awezavyo hadi kufikia upeo wake hivi kwamba, utukiaji wa ubadilishaji msimbo ni hatua ya mwisho ya udhibiti wa matumizi ya Kiswahili. Kwa hali hii basi, ni muhimu kwa mfanyabiashara kutumia lugha ambayo itaeleweka na wateja wake. Mjini Kisii, wenyeji wengi ni Wakisii ila wapo watu wa makabila mengine ambao wanafika sokoni mjini humo kwa shughuli za kibiashara zinazowalazimisha kutumia Kiswahili kama lugha kiungo. Hii ndio sababu ni muhimu kwa wauzaji bidhaa kuteua lugha ambayo itaeleweka na wanunuzi ambao ni watumiaji wa lugha za kienyeji ambazo si lugha za biashara katika soko hili. Kwa hali hii basi, muktadha wa soko na diskosi ya biashara katika soko la wazi kama inavyodhihirika katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii, ni vigezo vya kimsingi katika uteuzi na matumizi ya lugha.

Waasisi wa nadharia ya Uhusiano wanahoji kwamba, watu huwasiliana ili waweze kujenga ushirikiano wa kimawasiliano na kimaslahi katika hali, harakati, shughuli na miktadha tofauti tofauti. Waasisi wa nadharia hii ya ushirikiano wanaendelea kuhoji kwamba, mazungumzo na mawasiliano kwa jumla huongozwa na kanuni ya ushirikiano kwa kuzingatia mambo ya kimsingi kama vile kutosema zaidi ya inachohitajika, kusema ukweli na kuudumisha katika mchakato mzima wa mazungumzo, mbali na kudumisha adabu katika kila mawasiliano. Ushirikiano kwa uelewa wake mpana katika soko la Daraja Mbili, unawezeshwa kwa kiasi kikubwa na matumizi ya lugha ya Kiswahili kwa kuwa ndiyo lugha inayoeleweka na wahasika wote. Kiswahili ni lugha kiungo kwa sababu ni lugha ambayo imeenea na kusambaa kwa marefu na mapana, ni lugha ya kitaifa, lugha ya mawasiliano na lugha ya shughuli nyingi za kibiashara.

Licha ya ukweli kwamba, huu ndio uhalisia wa kimawasiliano katika soko la Daraja Mbili, ubadilishaji na uchanganyaji msimbo kwa misingi ya matumizi ya maneno ya lugha za kiasili, ni uhalisia mwingine usioepukika katika muktadha wa soko hili. Kimsingi, ubadilishaji msimbo unaweza kuangaliwa kuwa mbinu moja inayodhamiria sio tu kuashiria bali pia kudumisha ushirikiano wa kimawasiliano kati ya wauzaji na wanunuzi. Ubadilishaji msimbo, hasa katika mitagusano anuwai ya masoko ya wazi, hauwezi kuepukika hata kama wafanyabiashara

wanajitahidi wawezavyo kutumia Kiswahili kama lugha kiungo. Kuchanganya lugha za asili katika matumizi ya Kiswahili pale wazungumzaji wafanyabiashara wanaposhurutika kutaja au kurejelea baadhi ya bidhaa, kimsingi kunaweza kuhusishwa na ukosefu au udhaifu wa udhibiti wa msamiati na matumizi ya Kiswahili kwa jumla. Kwa hivyo, katika hali kama hizi, ubadilishaji msimbo ni mbinu inayokusudiwa kuendeleza na kudumisha mawasiliano, na vilevile ni mbinu inayodhamiriwa kuendeleza na kudumisha ushirikiano. Kwa vyovyote vile, matumizi ya Kiswahili kwa ustadi, kwa udhaifu wa viwango mbalimbali, pamoja na utukiaji wa ubadilishaji msimbo, ni mikakati inayodhamiriwa kuendeleza na kudumisha mawasiliano na vilevile kudumisha ushirikiano. Hizi ni kanuni ambazo wazungumzaji huzitilia maanani na kuzitumia kwa kujua au hata kutojua. Kanuni hizi ni muhimu kwa kuwa zinawawezesha kutambua kiini cha mawasiliano, umuhimu wa mawasiliano pamoja na ufasiri ufaao wa diskosi husika. Nadharia ya uhusiano inadai kuwa ni muhimu kwa msikilizaji kufasiri ujumbe kwa njia ifaayo kulingana na aliyoyasema msemaji. Hii ni muhimu katika mazungumzo miongoni mwa wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika muktadha wa soko kama soko la Daraja Mbili. Utumikishwaji wa nadharia hii ya uhusiano katika utafiti huu wa sasa ulikitwa na kuongozwa na mihimili ifuatayo ili kuwezesha kuchanganua ubadilishaji msimbo katika muktadha wa kibiashara:

- 1) Mhimili wa uwazi na urahisi wa mawasiliano—kuwa ni muhimu kwa wazungumzaji kuhakikisha kwamba usemi au mawasiliano yao yanatolewa kwa urahisi hivi kwamba, msikilizaji hashurutiki kutumia juhudi nyingi katika kufasiri yaliyoko katika diskosi husika. Kwa misingi hii, wafanyabiashara katika soko la wazi la Daraja Mbili wanapaswa kutoa usemi au kauli zao ambazo zitaeleweka na wateja wao kwa urahisi, na katika kufanya hivyo wanafanikiwa kutekeleza mambo mengi kwa pamoja—kudumisha mawasiliano, kuendeleza ushirikiano na uhusiano pamoja na kuhakikisha kuendelea kwa biashara yao bila vikwazo ambavyo vinahusisha kujaribu kufasiri usemi husika. Kutowasilisha usemi au kauli kwa urahisi na uwazi kuna madhara ya aina mbalimbali kama vile kuwafanya wanunuzi wasinunue bidhaa kwa kushindwa kuelewa yaliyosemwa na muuzaji. Njia mojawapo mwafaka ya kutoa usemi kwa urahisi inaweza kushirikisha ubadilishaji msimbo kama hatua ya mwisho ambayo wauzaji na wanunuzi wasiokuwa na udhibiti na ustadi wa kutumia Kiswahili wanashurutika kuutumia kuanzia kuchepeka maneno ya lugha za kiasili hadi matumizi ya sentensi nzima au ujielezaji fulani wa lugha za kiasili katika mazungumzo yanayoendelezwa kwa Kiswahili.
- 2) Kanuni ya uhusiano inasisitizwa kwa uelewa kwamba, ni sharti mawasiliano yawahusishe wasemaji na wasikilizaji kwa njia fulani inayowezesha kuelewana na kuelewa na kufasiri kilichoko katika mawasiliano husika. Katika misingi hii, wasemaji hutakiwa kutoa taarifa kwa utoshelevu huku wasikilizaji wakitakiwa kuwa makini ili waweze kuelewa yanayowasilishwa kwao. Kauli hii ni muhimu katika kuhakikisha kuondolewa kwa utata katika mazungumzo miongoni mwa wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Wakati mwingine taarifa toshelevu katika muktadha huu wa sokoni inawezeshwa kupitia kwa ubadilishaji na uchanganyaji msimbo unaohusisha

matumizi ya lugha za kiasili kwa misingi ya uchopekaji maneno ya lugha za kiasili katika hali ambapo lugha ya Kiswahili ndiyo lugha msingi.

- 3) Mhimili mwingine unaotiliwa msisitizo ni utambuzi na uzingatiaji wa muktadha kwa sababu, hiki ni kipengele cha kimsingi kinachochangia kubaini, kuweka wazi na kufasiri maana katika diskosi husika. Muktadha huchochea matumizi ya lugha fulani kama njia ya kumhakikishia msemaji kuwa ataweza kuelewana na msikilizaji au wasikilizaji wake. Wauzaji na wanunuzi bidhaa katika masoko ya wazi huwa ni watu wa asilia tofauti na watu kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali ambao ni uhalisia unaochochea matumizi ya Kiswahili, na wazunguzaji wanapofika kwenye ukomo wao wa matumizi ya Kiswahili, wanashurutika ama kuchanganya msimbo au kubadilisha msimbo kwa misingi ya matumizi ya misamiati ya lugha za kiasili kurejelea baadhi ya bidhaa. Hali hii ya ubadilishaji msimbo ndio huathiri Kiswahili kwa njia hasi.
- 4) Mhimili mwingine unatumikishwa katika utafiti huu unahusiana na utambuzi wa kanuni ya utambuzi. Kimsingi kanuni hii huwawezesha washiriki wa mazungumzo kutambua wao ni nani, kutambua matakwa na matarajio yao ya kimawasiliano, na pia kutambua wajibu wao wa ushirikiano katika mchakato wa kuwasiliana. Kwa mintarafu hii, wafanyabiashara katika masoko ya wazi wanapaswa kutambua nafasi na wajibu wao wa kimawasiliano. Ufanisi wa biashara yao unahusiana kwa njia mbalimbali na wanavyotambua na kuiwajibia kanuni ya utambuzi, ikizingatiwa kuwa ikiwa muuzaji hatambui wanunuzi wake ni nani, mahitaji yao ni nini, wanatumia lugha gani kuyafikia mahitaji hayo, biashara yao itakuwa katika hali ya mkingamo kwa sababu ya kutojua au kupuuza kanuni ya utambuzi. Hivyo hivyo, kanuni ya utambuzi inamwelekeza na kumwajibisha msemaji kutambua jinsi ya uteuzi wake wa lugha kwa jumla, uteuzi wa msamiati unaomwezesha kufikia malengo fulani, si hoja ni malengo madogo kama kutaja au kurejelea bidhaa zinazouzwa sokoni. Katika misingi hii ya uitaji majina au urejeleaji wa bidhaa mahususi kwa Kiswahili, ni jambo linalotarajiwa, lakini panapotokea utata kwamba msemaji hana ufahamu wa msamiati faafu, ubadilishaji wake wa msimbo unaweza kueleweka na kuhalalishwa. Ubadilishaji msimbo katika kanuni hii ya utambuzi ni muhimu kwa kurahisisha mawasiliano.
- 5) Kanuni ya ukweli ni kaida inayojibainisha na kujitokeza katika kila tukio la kimawasiliano sokoni. Matarajio haya yanakitwa katika ukweli kwamba mawasiliano yoyote yale kati ya wauzaji na wanunuzi yanapaswa kuwa ya kweli na ya kuaminika. Mbali na matarajio haya ya ukweli kuwa muhimu katika kudumisha uhusiano na ushirikiano kati ya muuzaji na mnunuzi, ni muhimu pia katika kuelekeza, kudhibitiwa na kudumisha uendeleu wa mawasiliano. Kudumisha ukweli wa kimawasiliano na kimahusiano, wakati mwingine ni matokeo ya ubadilishaji msimbo, mnunuzi anaweza kutoa maelezo kuhusu bidhaa anazouza na kusema kikweli bei ya bidhaa husika ili kuepuka kuwapoteza wateja.
- 6) Mzungumzaji anapaswa kuzungumzia mada inayooana na muktadha. Hii ni muhimu kwa mfanyabiashara kwa kuwa hatapoteza lengo lake la kimawasiliano na msukumo wake wa

kuuza bidhaa nyingi iwezekanavyo. Matumizi ya Kiswahili na lugha zingine za asili hurahisisha mawasiliano na hivyo muuzaji na mnunuzi hutimiza malengo yao.

1.8.2 Nadharia ya Maafikiano

Nadharia ya Maafikiano, kwa kadri tulivyoitathmini na kwa kadri ya data iliyotumiwa katika utafiti huu, ni nadharia muhimu kwa kuwa ina wasifu unaotuwezesha kuchanganua kuathirika kwa Kiswahili kutokana na ubadilishaji na uchanganyaji msimbo. Nadharia ya maafikiano ni nadharia ambayo inatumiwa kimkakati katika utafiti huu ikizingatiwa kwamba inashadidia madai, kauli na mihimili ya nadharia ya Uhusiano. Katika utafiti huu, nadharia hizi mbili zimetumiwa kimkakati kwa kuwa zinajengana na kukamilishana, kwa maana kwamba, pale ambapo nadharia ya uhusiano ina mapungufu, inafidiwa na nadharia ya maafikiano. Hivyo basi, nadharia ya Maafikiano imetumiwa katika utafiti huu kwa sababu, shughuli za uuzaji na ununuzi wa bidhaa katika masoko ya wazi nchini Kenya, huwahusisha na kuwakutanisha watu wanaotoka katika sehemu tofauti tofauti za nchi, na kwa mintarafu ya soko la wazi la Daraja Mbili katika kaunti ya Kisii, watu watumiao lugha kutoka kaunti na jamii zilizo katika ujirani na kaunti hii. Wanunuzi hawa pia hutoka katika jamii-tumizi lugha na hata matabaka tofauti ya kijamii japo hutumia Kiswahili kama lugha kiungo ili waweze kufanikisha shughuli za uuzaji na ununuzi wa bidhaa katika soko hili la wazi.

Nadharia ya Maafikiano iliasisiwa na Howard Giles (1987) kwa lengo la kutaka kuhoji kwamba, watu wanapokuwa na maingiliano katika shughuli na harakati mbalimbali za maisha, mawasiliano yao na hasa usemi wao hubadilika ili kuakisi uhalisia wa matakwa ya mawasiliano pamoja na kuafikiana na miktadha inayohusika. Utumiaji wao wa lugha katika viwango mbalimbali hubadilika ili kujenga upatanifu na uhalisia wa kimawasiliano uliopo, kwa mfano, mabadiliko katika sauti na ishara zao za kimwili, uteuzi wao wa lugha kwa mkabala wa usahili au uchangamano, utambuzi wao wa diskosi inayohusika, na mengine ili kuafikiana kimawasiliano na wengine wanaoshiriki au wanaohusika katika tukio husika la mawasiliano. Wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika masoko ya wazi wanapokuwa katika maingiliano ya kimawasiliano na kisha maingiliano ya kibiashara, wanalazimika kutumia lugha iwayo yoyote ile kwa namna ambayo itawawezesha kuelewana na hatimaye kuridhisha matakwa na matarajio yao katika miktadha hiyo ya kibiashara.

Nadharia ya maafikiano, kwa mintarafu ya utumikishwaji wake katika miktadha kama hii na katika utafiti huu, hudhamiria kutalii, kuchanganua na kutathmini sababu zinazowapelekea watu binafsi katika mchakato wa mawasiliano, kupunguza mipaka yao ya kijamii kati yao na washiriki wengine wa kimawasiliano. Upunguzaji huu wa mipaka na masafa ya uhusiano hujibainisha kupitia kwa uteuzi wa maneno wanayoyatumia, ishara zao za kuashiria au kusisitiza wanachokisema wanapokuwa katika mazungumzo au mawasiliano ya aina fulani. Nadharia hii haijijhusishi tu na uhusiano wa kimawasiliano ulioko katika muktadha wa utambulisho, inajishughulisha pia, kubainisha, kuchanganua na kutathmini mahusiano yaliyoko kati ya kundi fulani na kundi lingine katika mchakato wa mawasiliano. Huu ni uhalisia unaojitokeza kwa uwazi katika miktadha ya

masoko ya wazi ambapo huwa na makundi mawili ya kimsingi—wauzaji na wanunuzi, japo kuna uwezekano wa makundi jenzi yanayoweza kuhusishwa na haya mawili ya kimsingi.

Nadharia hii imekitwa katika misingi inayohoji kuwa, ili kufikia maafikiano ya kimawasiliano, mtu binafsi hujaribu kupunguza tofauti zilizoko za kusemi kati ya lugha yake ya kiasili na lugha inayotumiwa na kueleweka na kundi analoingiliana nalo kimawasiliano. Utambuzi wa haja ya kuwepo na maafikiano ya kimawasiliano, humchochea msemaji kupunguza masafa ya kimawasiliano yanayojibainisha katika misingi ya matumizi lugha, ambao pia ni utambuzi kwamba, tofauti za matumizi ya lugha za kiasili ni kikwazo katika matumizi ya Kiswahili ambayo ndiyo lugha kiungo katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii.

Matumizi ya lugha za kiasili katika soko hili, yanaweza kuangaliwa kuwa njia moja ya wauzaji au wanunuzi kujitambulisha kama kundi bainifu katika mchakato wa mawasiliano. Maafikiano ya kimawasiliano kati ya pande mbili zinazohusika, mara nyingi huwa ni jambo linalotegemea hali na kiwango cha udhibiti lugha walichonacho washiriki katika mchakato wa mawasiliano ya kibiashara. Huu ni uhalisia unaoshadidiwa na kauli za Giles anapohoji kwamba, ili mhusika fulani wa kimawasiliano aweze kuafikiana na watu wengine wa kundi fulani mahususi, mhusika huyu hana budi kuwa na uwezo, udhibiti na uzoefu wa matumizi lugha kwa misingi ya kuheshimu na kuafiki sheria na kaida za kiisimu za lugha husika, na kwa upande mwingine, kuafiki na kuwajibikia mahitaji na matakwa ya kipragmatiki kadri yanavyoakisika katika miktadha husika ya kimawasiliano. Haya ni mambo ya kimsingi ambayo humwezesha msemaji kuwa kama washiriki wengine wanaunganishwa kupitia kwa matumizi ya lugha tawala na lugha kiungo. Katika misingi ya kiutekelezi katika utafiti huu, tumeangazia na kutumikisha mihimili miwili ya nadharia hii;

- 1) Umuhimu wa kutambua uhusiano baina ya lugha, muktadha na utambulisho. Kwa mfano, katika misingi ya data zilizotumiwa katika utafiti huu, Kiswahili ndiyo lugha kiungo katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii, ila lugha hii inakumbana na ubadilishaji msimbo wa mara kwa mara unashawishiwa na mambo kama, ukosefu wa msamiati au ukosefu wa udhibiti wa lugha ya Kiswahili kurejelea baadhi ya bidhaa ambazo wafanyabiashara—wauzaji na wanunuzi—huzitaja au huzirejelea kwa urahisi kupitia kwa msamiati wa lugha za kiasili. Iwe ubadilishaji msimbo umechochewa na sababu zinazoweza kutetewa na kuhalalishwa, au umechochewa na sababu za kimaslahi kama kujitweza na kujitambulisha kimakundi, ni uhalisia wa kimawasiliano unaothiri matumizi ya lugha ya Kiswahili kwa njia hasi.
- 2) Utambuzi wa masuala, maslahi na matarajio ya kikundi, ya mtu binafsi au ya kikundi dhahiri, aghalabu hupelekea na huchangia kuwepo kwa maafikiano ya kimawasiliano, na kwa upande mwingine, huchangia kubainisha jinsi miktadha inavyoathiri kanuni, kaida, tabia na taratibu za kusemi kiasi cha kuwafanya wafanyabiashara kubadilisha msimbo katika mawasiliano na hivyo basi kuathiri lugha ya Kiswahili. Suala la kutumia Kiswahili na kuchanganya na lugha nyingine za kiasili, ni jambo linaloashiria maafikiano baina ya wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili mjini Kisii.

Vipengele hivi viwili ni muhimu kwa kuwa vilituwezesha kubaini, kuchunguza na kutathmini namna ubadilishaji msimbo unavyofanikisha shughuli ya uuzaji na ununuzi wa bidhaa sokoni, na kwa upande mwingine, jinsi ubadilishaji na uchanganyaji msimbo huathiri Kiswahili katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Katika nadharia ya maafikiano, Giles anazungumzia dhana za mwingiliano na ulahajishaji kama njia ya kubainisha hali mbili ambazo hujitokeza katika mawasiliano ya wanadamu. Giles anaeleza dhana hizi mbili kwa kuhoji kuwa;

- 1) Mwingiliano: ni dhana na mwelekeo unaowezesha kutambuliwa kwa hali ambapo watu huendelea kuafikiana kupitia kwa njia ya mazungumzo na ishara za kimwili kama mkakati wa upunguzaji wa tofauti zinazoweza kuwa kati ya washiriki katika mchakato wa mawasiliano. Giles anaendelea kuhoji kwamba, mtu hubadili mazoea yake ya kuzungumza na mahali pake hujaribu kufuata au hata kubadilisha mtindo wake wa usemaji ili kukidhi mahitaji yake na yale ya washiriki wengine katika mchakato wa mawasiliano. Kauli hizi zina mlandano mkubwa na uhalisia wa kimawasiliano unaojitokeza katika soko la wazi la Daraja Mbili mjini Kisii.
- 2) Ulahajishaji: ni dhana na mwelekeo wa kubaini udhihirikaji wa uongezekaji wa tofauti na uhalisia ibuka unachochea matumizi ya lugha, kwa mfano, lugha tawala katika diskosi na miktadha ya soko kiasi kwamba, hadi inafikia hatua ya kujitokeza kama lahaja (TUKI 1990:21), na kwa hivyo, kujenga upekee wa kimatumizi. Kwa maoni ya Giles, uhalajishaji hutokea wakati ambapo mtu binafsi anapotilia mkazo tofauti za kusemi na zile za kiishara zilizoko kati yake na wahusika wengine wa kimawasiliano. Ushikiliaji na usisitizaji wa tofauti za matumizi lugha zilizo na maslahi ya upande mmoja, huwa na maana kuwa, mtu huyo hayuko radhi kuzungumza au kuwasiliana kwa njia wanayoitumia washiriki wengine wa kimawasiliano. Huu ni msimamo ambao hauchangii kuendeleza mawasiliano katika miktadha yoyote ile, na hasa katika miktadha ya sokoni ambapo mawasiliano huwa ya kimkakati.

Kwa misingi ya kiutekelezi, utafiti huu ulihiari kujinasibisha na dhana ya mwingiliano kwa ufahamu kwamba, katika miktadha ya mawasiliano, kadri mtu anavyojihusisha na mwingiliano wa kuhusiana na kushirikiana na washiriki wengine katika mchakato wa mawasiliano, ndivyo maafikiano kati yake na washiriki wengine huongezeka na hii huashiria kuafikiana na mawazo au matakwa ya washiriki wengine wa kimawasiliano. Wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili mjini Kisii wanadhihirisha uwepo wa mwingiliano kupitia kwa matumizi ya Kiswahili kama lugha kiungo, pale palipotokea ubadilishaji msimbo kupitia kwa uchopekaji wa msamiati na ujielezaji kwa lugha za kiasili, kulidhamiria kuendeleza mwingiliano huo. Kulikuwepo na ithibati kwamba, wauzaji na wanunuzi walikuwa na ufahamu wa jinsi bidhaa fulani hurejelewa kwa lugha za kwao, japo mara nyingi urejeleaji huu haukuonekana kushawishiwa na ukosefu wa msamiati faafu wa Kiswahili. Kwa mfano, kulikuwa na hali ambapo, muuzaji ambaye ni Mkisii anafahamu jinsi mboga za kienyeji zinavyoitwa kwa lugha ya Kidholuo, na kwa misingi ya ufahamu huo anahiari kutumia msamiati huo wa Kidholuo. Japo uamuzi huu unamwezesha na unamwia rahisi kwake kuwasiliana na mteja Mjalu, hii haina maana kwamba Kiswahili hakina msamiati faafu

kukidhi mahitaji hayo. Urahisi wa kupata maafikiano ambapo muuzaji na mnunuzi wanatumia Kiswahili ni hatua chanya ya matumizi ya Kiswahili, lakini ujitokezaji wa uchopekaji wa msamiati wa lugha za kiasili kurejelea bidhaa zinazoweza kurejelewa kwa Kiswahili, kama vile mboga za kienyeji, ni ithibati nzuri ya uzembeaji.

Uhalalijishaji kwa mintarafu ya utafiti, ni muhimu katika kutuwezesha kubainisha vyanzo, sababu na aina za ubadilishaji msimbo, kama mkakati wa uuzaji na ununuzi wa bidhaa katika soko la wazi. Uhalalishaji huu pia ni muhimu kwa sababu unawezesha utambuliwaji wa wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la wazi kwa urahisi kwa misingi ya jinsi wanavyoitumia lugha, hasa kule kuchanganya na kuingiza matumizi ya lugha za kiasili katika matumizi ya Kiswahili. Matumizi yao ya lugha ya Kiswahili kwa kuyachanganya na matumizi ya lugha za kiasili kama vile Ekegusii, japo yanawezesha utambuliwaji wa wafanyabiashara hawa kama kundi mahususi, matumizi hayo yanalemaza Kiswahili kwa njia nyingi. Hata hivyo, inahalisi kusema kwamba, nadharia ya Maafikiano imetusaidia kubainisha kuwepo kwa maafikiano kati ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Kwa kuchunguza njia zao za matumizi ya lugha ya Kiswahili na jinsi wanavyotumia lugha za kiasili katika mawasiliano, athari zinazokabili matumizi ya Kiswahili zinaweza kubainishwa. Kulingana na Giles, wazungumzaji hujenga maafikiano ya kimazungumzo na kimawasiliano ili kuweza kuelewana kimawasiliano na katika muktadha wa diskosi ya sokoni, kuelewana kibiashara. Dhana ya maelewano ni muhimu kwa sababu haisaidii tu kufanikisha utekelezwaji wa majukumu na uridhishaji wa maslahi ya kimawasiliano na kibiashara, bali pia inachangia kubainisha na kutathmini matatizo yoyote yanayohusiana na matumizi sanifu au hata matumizi dhaifu ya Kiswahili, na katika kiwango kingine, kuonyesha na kutathmini athari za ubadilishaji msimbo kwa matumizi hayo ya Kiswahili. Nadharia hii imetufaa katika utafiti wetu kwa sababu imetuwezesha kubaini kuwepo kwa maafikiano baina ya wauzaji wa wanunuzi wa bidhaa katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii.

1.9 Mbinu za Utafiti

Data ya utafiti huu ilikusanywa nyanjani katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Tulizuru soko hili wakati wa mchana hasa siku za Jumatatu na Alhamisi kwa kuwa hizi ndizo siku za soko ambapo watu kutoka kaunti mbalimbali hufika kuuza na kununua bidhaa. Ukusanyaji wa data uliofanywa wakati wa ziara hizi za kiutafiti, ulishawishiwa na ukweli kwamba, siku hizi zilitoa fursa ambapo kulikuwa na uwezekano mkubwa wa kuwapata watu kutoka jamii-tumizi lugha tofauti tofauti waliokongamana kimaslahi katika muktadha wa soko kunapotumiwa lugha ya Kiswahili kama lugha ya biashara, lugha ya mawasiliano na kama lugha kiungo. Hali kadhalika, siku hizi zilitoa fursa na nafasi ya kushiriki, kushuhudia na kuchunguza kwa karibu matumizi ya Kiswahili kwa upande mmoja na utokeaji wa ubadilishaji na uchanganyaji msimbo kwa upande mwingine. Kulitolewa fursa pia kuangazia kwa karibu hali, miktadha, vyanzo, sababu na frikwenzi zilizopelekea utokeaji wa kubadilisha msimbo kwa njia ya kuchopeka misamiati au ujielezaji uliokitwa katika matumizi ya lugha za kiasili miongoni na kati ya washiriki wote katika mawasiliano husika.

Ziara zetu za kiutafiti katika soko hili la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii, zilifanywa wakati wa mchana, wakati ambao ulikuwa mwafaka kwa makutano ya watu wengi sokoni wanaotoka katika jamii-tumizi lugha mbalimbali, na ambao kwa sababu ya uhalisia wa kimawasiliano sokoni, walishurutika kutumia lugha ya Kiswahili. Ukusanyaji data ulijumuisha kurekodi mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa walipokuwa wakiuza au kununua bidhaa. Hali kadhalika, ukusanyaji data uliangazia na kurekodi mazungumzo kati ya wauzaji bidhaa na wanunuzi wa bidhaa hizo kwa misingi ya jinsi walivyozungumza juu ya bei ya bidhaa zao, ubora wa bidhaa, unafuu wa bidhaa, upatikanaji au uhaba wa bidhaa, gharama za ufanyaji biashara, kwa jumla, kulirekodiwa kwa mapana na marefu ya uzungumzaji sokoni, mkakati uliotuweza kupata data ghafi pana iliyodhihirisha takriban kila kipengele cha matumizi lugha ya Kiswahili na upeo mpana wa utukiaji wa ubadilishaji na uchanganyaji msimbo.

Mazungumzo kati ya wauzaji na wanunuzi bidhaa kwa upande mmoja, na mazungumzo kati wauzaji wa bidhaa pekee yao, yalirekodiwa ili kutuwezesha katika uchanganyaji na tathmini zetu kubaini frikwenzi na viwango vya matumizi ya Kiswahili na utokeaji wa ubadilishaji na uchanganyaji msimbo. Rekodi hizi za mazungumzo ya sampuli mbalimbali, zilikusudiwa kutuwezesha kubaini, kuchanganua na kutathmini utokeaji athari hasi kwa matumizi ya Kiswahili kutoka na ubadilishaji msimbo katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Rekodi hizi, hali kadhalika, zilikusudiwa kutuwezesha kubainisha vishawishi ambavyo huchochea ubadilishaji msimbo katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii na kufafanua aina mbalimbali za ubadilishaji msimbo zinazojitokeza kutokana na matumizi ya lugha ya wauzaji na wauzaji wa bidhaa katika soko la Daraja Mbili.

1.9.1 Walengwa

Data ya utafiti huu ilikusanywa kutoka miongoni mwa wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Hawa ndio walioteuliwa makusudi kama walengwa wakuu kwa mkabala wa kuwaangalia kama wasemaji wa lugha ya Kiswahili, wasemaji wa lugha nyingine za kiasili zilizo katika kiini cha ubadilishaji msimbo, na wazungumzaji washiriki wakuu katika mchakato wa mawasiliano ya kibiashara. Kushirikishwa kwa walengwa hawa kulichochea na chukulizi tuliyojenga kwamba, wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la wazi la Daraja Mbili ni wazungumzaji na watumiaji wa lugha ya Kiswahili kama lugha kiungo katika uendeshaji wa shughuli za biashara. Kwa hivyo, ziara zetu wa kiutafiti katika soko hili, zilifanywa kwa makusudi ya kujaribu kubaini matumizi yao ya Kiswahili, uwezo wa walengwa wa kudhibiti mawasiliano kwa muda na masafa marefu katika diskosi ya biashara kwa lugha ya Kiswahili, kubaini udhibiti wa walengwa wa msamiati faafu katika nyanja hiyo ya biashara, kubaini sababu zinazowasukuma walengwa ama kuchanganya msimbo au kubadilisha msimbo katika muktadha ambapo Kiswahili kinatarajiwa kuwa lugha tawala na lugha kiungo. Vile vile, matumizi ya lugha ya walengwa hawa yalitumiwa kama kigezo cha kubaini na kukadiria aina za athari zinazoibuka kwa mkabala wa kuathiri matumizi ya lugha ya Kiswahili kunakosababishwa na ubadilishaji msimbo. Ukusanyaji data uliangazia na kurekodi mazungumzo miongoni mwa wauzaji bidhaa

peke yao, mazungumzo ya wanunuzi peke yao, na kisha mazungumzo kati ya wauzaji na wanunuzi. Utabakishaji huu wa kurekodi mazungumzo kama mkakati wa ukusanyaji data ulikuwa muhimu kwa sababu, dhana na uhalisia wote wa ubadilishaji msimbo haujitokezi kwa njia zinazosawiana, hii ni kwa sababu, washiriki wa mazungumzo au mawasiliano kwa jumla ni sababu ya kimsingi inayoathiri kama kutakuwa na ubadilishaji msimbo, ubadilishaji huo utakuwa wa aina gani, kiasi cha wingi wa utokeaji na masuala mengine yanayohusiana. Utokeaji wa ubadilishaji msimbo, hali kadhalika, unaweza kuhusishwa na kiwango cha elimu cha wauzaji na wanunuzi wa bidhaa, hulka za kijamii walizozibainisha kwa makusudi au kwa kutokusudia. Masuala haya, hata hivyo, hayakupewa kipaumbele na msisitizo katika utafiti huu, kilichotiliwa msisitizo ni kupata data toshelevu iliyotuwezesha kuchanganua kuathirika kwa Kiswahili kutokana na ubadilishaji msimbo katika mawasiliano ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii.

1.9.2 Sampuli Kielelezo

Utafiti huu haukuzingatia idadi maalum ya watafitiwa, ulitilia maanani ukusanyaji wa kiasi cha kutosha cha mazungumzo ya sampuli mbalimbali zilizowezesha kubainishwa, kuchanganuliwa na kutathminiwa kwa mkabala wa kuathirika kwa matumizi ya Kiswahili kutokana na utokeaji wa ubadilishaji msimbo katika hali ambapo Kiswahili kinapaswa kuwa lugha kiungo. Kwa hivyo, utafiti huu umetumia sampuli ya kimaksudi ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Watafitiwa katika utafiti huu waliteuliwa kimaksudi kutoka kwa kundi kubwa la wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii na kukitwa katika chukulizi kwamba, wauzaji na wanunuzi ambao mazungumzo yao yalirekodiwa na kutumiwa kama data ya kimsingi, waliwakilisha uhalisia mpana wa mawasiliano kwa lugha ya Kiswahili na uhalisia wa ubadilishaji na uchanganyaji msimbo. Hivyo hivyo, mazungumzo yaliyorekodiwa yalitoshesheza kuwezesha kubaini, kuchanganua na kutathmini athari hasi za ubadilishaji msimbo kwa matumizi ya Kiswahili. Kama tulivyotaja awali, data ya utafiti huu ilikusanywa siku za soko (Jumatatu na Alhamisi) wakati ambapo idadi ya watafitiwa ilikuwa kubwa, matumizi ya Kiswahili yalijitokeza kwa kiasi kikubwa, uwezekano wa ubadilishaji msimbo hali kadhalika ulikuwa mkubwa na wasifu na uanuwai wa watafitiwa ulikuwa mkubwa pia.

Katika ukusanyaji wetu wa data kwa njia ya kurekodi mazungumzo, tuliongozwa na kuzingatia maoni ya Saldana (2011), anayehoji kwamba, iwapo idadi ya watafitiwa ni kubwa sana, basi mtafiti anaweza kutumia idadi itakayomwezesha kupata data itakayomwezesha kutimiza malengo ya utafiti wake. Kwa hivyo, utafiti huu ulitumia idadi ya watafitiwa iliyotuwezesha kutimiza malengo ya utafiti huu yanayojumuisha, kubaini, kuchanganua na kutathmini athari hasi za ubadilishaji msimbo katika miktadha ambapo lugha ya Kiswahili ndiyo lugha tawala na lugha kiungo, kubainisha sababu na vishawishi vinavyochochea ubadilishaji msimbo katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii, vilevile malengo haya yalijumuisha kubaini na kufafanua aina mbalimbali za ubadilishaji msimbo zinazojitokeza katika mazungumzo na mawasiliano kati ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa zao

katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Data tuliyokuwa tumeipata ilituwezesha kubainisha athari hasi na kwa kiasi athari chanya zinazobainika katika matumizi ya Kiswahili. Aina na vichocheo vya ubadilishaji msimbo katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa, zilichanganuliwa pia.

1.9.3 Zana za Ukusanyaji Data

Tumetaja na kuonyesha katika sehemu nyingi katika andiko hili kwamba, utafiti huu uliangazia kubaini na kuchanganua namna ambavyo Kiswahili kinavyoathirika kutokanana na ubadilishaji msimbo katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la Daraja Mbili. Tulisikiliza na kurekodi mazungumzo kati ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa, vilevile tulisikiliza na kurekodi mazungumzo ya wauzaji bidhaa pekee yao kwa kuzingatia ukweli kwamba, wafanyabiashara huwa na shughuli nyingi hasa siku za soko—Jumatatu na Alhamisi. Mazungumzo ya aina hii, hapana shaka yaliwasilisha wasifu wa matumizi lugha na ubadilishaji msimbo yaliyokita katika misingi ya mazoea, jinsi wanavyozungumza pasina kuweko kwa shinikizo ya kuwajali wanunuzi na matarajio yao ya matumizi ya lugha. Hii ina maana kwamba, mazungumzo ya kila upande yalirekodiwa katika uasilia wao na kwa hivyo hii ni data ya kuaminika. Kwa kuwa utafiti huu ulikuwa utafiti wa nyanjani, tulitumia pia mbinu ya uchunguzi shiriki ambapo tulishuhudia na kuyasikiliza mawasiliano yao. Kushuhudia huku na kuyasilikiza mawasiliano ya watafitiwa, kilituwezesha kuelewa namna wauzaji na wanunuzi wa bidhaa wanavyohusiana, kuathiriana na kutegemeana katika matumizi ya lugha na kuhakikisha kudumisha uendeleu wa mawasiliano. Hali kadhalika, ushuhudijia shiriki, ulituwezesha kubaini athari hasi zinazosababishwa na ubadilishaji msimbo katika diskosi ya biashara kwa matumizi ya lugha Kiswahili katika soko la Daraja Mbili. Tulirekodi mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi kwa kutumia simu ya mkono kama kinasa sauti. Simu ya mkononi ilitumika kwa kikubwa kwa kuwa upatikanaji na matumizi yake yanawezekana kuwa na upatanifu kwa kila hali, hii ni pamoja na urahisi wa kuibeba, kuitumia na kuhifadhi. Kinasa sauti pia huhifadhi data iliyokusanywa kwa matumizi ya baadaye.

1.9.4 Uchanganuzi na Uwasilishaji wa Data

Baada ya kurekodi mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la Daraja Mbili, mazungumzo haya yalisikilizwa baadaye na kunakiliwa chini kwa maandishi ili kuwezesha uwasilishaji na uchanganuzi wa matumizi ya Kiswahili na ubadilishaji msimbo, kadri masuala haya yalivyojitokeza na kuakisika katika mazungumzo hayo. Hatimaye mazungumzo haya yaliyorekodiwa na kisha kunakiliwa kwa maandishi ya kinathari, yaliwasilishwa kama nukuu za usemi wa moja kwa moja wa wauzaji na wanunuzi kama wazungumzaji na washiriki wa mawasiliano. Uchanganuzi wa nukuu hizi ulichukua mikondo kadha wa kadha iliyojumuisha—uzingatiaji wa muktadha wa mazungumzo, wazungumzaji waliohusika, mada iliyojitokeza katika matumizi ya lugha ya Kiswahili yaliendelezwa kwa kiasi gani, ubadilishaji au uchanganuzi msimbo ulijitokeza katika hali za aina gani. Katika kuangazia masuala haya, uchanganuzi na kauli zilizotolewa ziliegemezwa na kuongozwa na mihimili ya nadharia zilizoteuliwa kwa ajili ya utafiti huu—nadharia ya Uhusiano na nadharia Maafikiano. Wazungumzaji walibainishwa kwa kurejelea

nafasi zao katika diskosi hii ya biashara kama, Mnunuzi 1 au Muuzaji 1 kutegemea hoja iliyokuwa inazungumziwa. Nukuu za mazungumzo zilitumiwa kama data ya kimsingi kubainisha, kuchanganua na kutoa tathmini juu ya jinsi Kiswahili kilivyotumiwa na namna aina mbalimbali za ubadilishaji msimbo zilivyojitokeza katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la wazi la Daraja Mbili. Tathmini zilizotolea zilidhamiria kuhoji kama ubadilishaji msimbo uliotokea ni ubadilishaji unaoweza kuhalalishwa na utukiaji wake uliathiri matumizi ya lugha ya Kiswahili kwa njia gani. Matokeo ya ubainishaji, uchanganuzi na utathmini wa data na utafiti huu kwa jumla yaliwasilishwa kwa njia ya maelezo ya kinathari. Pale ilipobidi, baadhi ya matokeo yaliwasilishwa kwa njia ya majedwali na michoro sahili iliyotuwezesha kurahisisha uelewa wa yaliyomo kuhusu kuathirika kwa lugha ya Kiswahili kutokana na aina na sababu mbalimbali za ubadilishaji msimbo katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii.

1.9.5 Mbeko za Utafiti

Mbeko na maadili yote yanayohusiana na yanayobidi kushirikishwa katika utafiti wa kiusomi yalizingatiwa. Hii ina maana kwamba, kabla ya kuenda nyanjani kwa ajili ya kukusanya data kwa ajili ya utafiti huu, tulihakikisha kuwa tumepata vibali vyote vinavyohitajika kutoka kwa mamlaka husika kukiwemo Kitivo cha Sanaa cha Chuo Kikuu cha Nairobi, na Afisi ya Kaunti ya Kisii inayohusika na utoaji vibali vya utafiti. Katika juhudi hizi zote, lengo letu lilikuwa ni kuhakikisha kuwa yanayostahili kutekelezwa katika mchakato wa utafiti na usomi yalitekelezwa. Usiri wa wahojiwa na ufaafu wa data ulihifadhiwa pia. Tunatumaini kwamba, matokeo ya utafiti huu yatanufaisha taaluma ya isimujamii katika lugha ya Kiswahili.

SURA YA PILI

VYANZO, VISABABISHI NA SABABU ZA UBADILISHAJI MSIMBO KATIKA MATUMIZI YA KISWAHILI KATIKA SOKO LA DARAJA MBILI, MJINI KISII

2.1 Utangulizi

Sura hii inaangazia na kuishughulikia kinaelezo dhana nzima ya ubadilishaji na uchanganyaji msimbo, lengo la kimsingi likiwa ni haja ya kutaka kubaini na kuonyesha vyanzo, visababishi na sababu za ubadilishaji msimbo kadri zinavyojitokeza katika matumizi ya Kiswahili katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Sababu na vyanzo vya ubadilishaji msimbo ambavyo vinakusudiwa kuwasilishwa katika mijadala inayokusudiwa katika sura hii, ni kwa mujibu wa data ya utafiti huu iliyokusanywa kuhusiana na matumizi ya Kiswahili na athari za ubadilishaji msimbo kwa matumizi hayo ya Kiswahili katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Kimsingi, upitiaji wetu wa data ya kimsingi, ulibaini kuwa ubadilishaji msimbo katika matumizi ya Kiswahili katika diskosi ya biashara kama ilivyoakisika katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii, ni uhalisia wa kimawasiliano ambao, kama tutakavyoonyesha, hauwezi kuepukika kwa sababu mbalimbali. Hata hivyo, kabla ya kuzamia masuala yanayohusiana na sababu za ubadilishaji msimbo, kuna haja kuizungumzia kwa kina dhana ya ubadilishaji msimbo kwa kuangalia uanuwai wake wa kiufafanuzi na kiufasiri katika miktadha mbalimbali ya kimawasiliano. Haja ya kufanya hivi inatokana na msukumo wa kutaka kuonyesha jinsi fafanuzi za dhana hii zinavyoakisika katika uhalisia wa diskosi ya biashara katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii.

2.2 Ufafanuzi anuwai wa dhana ya ubadilishaji msimbo

Kwa kiasi kikubwa hakuna ufafanuzi wowote wa wazi na wa moja kwa moja, unaotofautisha na kuweka mipaka ya wazi kati ya dhana ya ubadilishaji msimbo na uchanganyaji msimbo. Kuna fafanuzi nyingi ambazo kila moja husisitiza na kuweka kipaumbele katika kipengele fulani ama cha ubadilishaji msimbo au uchanganyaji msimbo. Kwa mfano, Gumperz (1982: 59) anaufafanua ubadilishaji msimbo kwa mkabala wa mazungumzo ambapo anahoji kwamba, ubadilishaji msimbo ni usambamba wa matumizi lugha zaidi ya moja katika tukio moja la kimazungumzo ambapo lugha hiyo inayoingizwa katika lugha kuu au lugha tawala ya mazungumzo, inajitosheleza kwa kufuata na kuafiki kanuni za kiisimu na kisarufi za lugha inayohimili msimbo husika. Anaendelea kuhoji kwamba, wazungumzaji huwasiliana kwa ufasaha, hudumisha mantiki ya mtiririko wa mazungumzo pasi na kuibua kusitasita, kukwama, hudumisha wizani, mfuatano na wiano wa mazungumzo. Kwa misingi hii, ubadilishaji msimbo hauangaliwi kama kikwazo katika mawasiliano. Kwa upande wake Poplack (1995: 200), anaingalia na kuifafanua dhana ya ubadilishaji msimbo kama, usambamba wa matumizi ya sentensi au vipande vya sentensi, msamiati au vipengele vingine vya ambavyo vinajitosheleza kimofolojia na kisintaksia kwa mujibu wa lugha inayochangia kuibua msimbo husika.

Myers-Scotton (1993b: 4), anaufafanua msimbo kama, uteuzi wa vipengele vya lugha-kando tofauti na lugha tawala ya mawasiliano au mazungumzo husika, katika miktadha ya uwili-lugha

au wingi-lugha, vinavyoingizwa katika mazungumzo yanaoendelezwa katika lugha fulani kiungo katika tukio moja la kimawasiliano. Kwa mtazamo wake, Myers-Scotton, anahoji kwamba, ubadilishaji msimbo au uchanganyaji msimbo ni uhalisia wa kimawasiliano unaohusisha lugha moja tawala na lugha nyingine ambatanifu au lugha iliyoingizwa ndani ya lugha tawala (*embedded*). Pamoja na hayo, anaendelea kusema kwamba, kwa vyovyote vile, huwa kunadumishwa ustadi na ustahilifu wa matumizi ya lugha zote zinazohusika, lugha tawala na lugha ambatanifu na kwamba, mawasiliano hayatatizwi na utokeaji wa ubadilishaji msimbo. Mawazo sawia na ya Myers-Scotton, ni yale ya Rasekh, na wengine (2008: 552), wanaosema kwamba, ubadilishaji msimbo hutokea pale ambapo wasemaji au wasilikizaji walio na udhibiti wa uwili-lugha au wingi-lugha na walio na udhibiti wa maarifa ya lugha zinazohusika na wawezao kuelewa na kutofauti msamiati, istilahi na maana zinazowasilishwa kwa lugha mojawapo katika hatua yoyote ya mazungumzo au mawasiliano kwa jumla. Kwa upande wake, MacSwan (2004: 284) anaufafanua ubadilishaji msimbo kama, matumizi ya lugha mbili au zaidi katika tukio moja la mazungumzo au mawasiliano kwa utaratibu wa kubadilishana.

Kachru (1978: 107-8) kwa kujikita katika muktadha wa matumizi lugha nchini India, anahoji kwamba, ipo tofauti kati ya uchanganyaji msimbo na ubadilishaji msimbo kwa misingi ya ushawishi wa motisha na uamili unaokusudiwa kutekelezwa na ubadilishaji msimbo. Kwa uelewa huu, mtaalam huyu anahoji kwamba, uchanganyaji msimbo ni utokaji nje ya lugha sanifu, lugha tawala ili kutumia lahaja au lugha nyingine isiyokuwa sanifu ili kukidhi uamili fulani kama vile kuonyesha hasira, kutoafikiana na kauli fulani, kujitambulisha na kundi-ndani, kuonyesha matumizi ya vikando (*asides*) sawia na vijembe au kuonyesha mshikamano fulani wa kimawasiliano. Haya yote hutokea kwa kukitwa katika chukulizi kwamba, lugha kiungo au lugha tawala katika mawasiliano fulani haina ukunjufu au haiwezeshi mambo fulani kuelezeka kwa ufasaha, ikilinganishwa ni jinsi matumizi ya lahaja au lugha za kiasilia yanavyoweza udhahiri au uwazi wa kueleza mambo hayo. Kuhusiana na ubadilishaji msimbo, Kachru anahoji kwamba, ubadilishaji msimbo unahusishwa zaidi na matumizi ya lugha mbadala, lugha ya kiasili au lahaja katika tukio au muktadha inapotumika lugha rasmi, lugha ya kitaifa au lugha sanifu au wasifu wa lugha yoyote ile inayotambuliwa kijamii kama lugha faafu katika utekelezaji wa mawasiliano fulani. Kwa hivyo, ubadilishaji msimbo unahusisha kuhamishwa na kuingizwa katika matumizi ya lugha tawala, vipengele vya kiisimu, kimsamiati, kisarufi au hata kisintaksia kwa utaratibu wa ubadilishanaji. Katika mtazamo mpana na wa kijumla, ubadilishaji msimbo unaweza kuangaliwa kama mkakati wa kutumia lugha mbadala inapotumika lugha tawala kwa lengo la kuepuka utohakika na utata wa kimawasiliano.

Lakini kwa msomi kama Clyne (1991: 161), hakuna tofauti ya kimsingi au mipaka dhahiri kuonyesha tofauti zilizoko kati ya ubadilishaji msimbo na uchanganyaji msimbo kwa sababu, dhana hizi mbili zinapoangaliwa kwa makini, ni vipengele vya fenomena moja, ubadilishanaji lugha unaojitokeza katika tukio la mazungumzo au mawasiliano mamoja. Hii ni kwa sababu, kama anavyohoji Romaine (1995, amenukuliwa katika Cardenas-Claros, 2009: 68), ubadilishaji msimbo ni uhalisia unaojitokeza kwa njia ya mfululizo endelevu (*in a continuum*) kwa maana ya ujitokezaji

wa ubadilishaji msimbo ndani ya sentensi na ubadilishaji msimbo kati na baina ya sentensi. Hizi ni hatua muhimu zinazoweza kuangaliwa kama mihimili ya kuelewa dhana hizi mbili na uamili wao katika mawasiliano.

Milroy and Muysken (1995: 7) wanaifafanua dhana ya ubadilishaji msimbo kama, matumizi mbadala ya uwili-lugha au wingi-lugha katika tukio moja la mazungumzo. Wanaendelea kuhoji kwamba, ubadilishaji msimbo ni matumizi ya lugha mbili katika tamko moja, sentensi moja au tukio moja la mawasiliano. Kwa jumla, wanauangalia ubadilishaji msimbo kama ujumla wa mchakato wa ubadilishanaji lugha katika hatua na vitengo mbalimbali vya mazungumzo.

Kwa msomi kama Cardeners-Claros (2009: 68), ufafanuzi wa ubadilishaji au uchanganyaji msimbo unafaa kukitwa katika msingi unapotokea—kama unatokea ndani ya sentensi au kati ya sentensi na sentensi nyingine. Kwa maoni yake, ubadilishaji msimbo unatokea kati ya sentensi na sentensi nyingine, hasa pale msemaji aliye na udhibiti wa uwili-lugha anatumia zaidi ya lugha moja katika tamko au tukio moja la mazungumzo kwa lengo la kuwasilisha malengo yake ya kimawasiliano kwa usahihi. Kwa upande mwingine, uchanganyaji msimbo unatokea ndani ya sentensi moja kwa maana kwamba, msemaji anatumia zaidi ya lugha moja kukamilisha sentensi katika muktadha fulani wa kijamii. Kauli sawia na hizi zimetolewa na Auer (1998: 1) anayehoji kwamba, ubadilishaji msimbo ni utukiaji wa matumizi ya zaidi lugha mbili kwa usambamba wa kubadilishana, lakini ambao hata hivyo unawezesha mawasiliano kuelewa na maana katika mawasiliano hayo kufasirika bila shida. Kwa mtazamo mpana, kauli hizi zote za kiufafanuzi, ni uhalisia unaoakisika katika diskosi ya biashara kwa jumla. Kuna haja kutaja hapa kwamba, fafanuzi hizi zinazorejelea ubadilishaji msimbo ndani ya sentensi au kati ya sentensi na sentensi, zinaakisika katika data tuliyokusanya kutoka soko la Daraja Mbili kama tukavyozijadili katika sehemu za baadaye katika utafiti huu.

2.2.1 Ukopaji wa msamiati na ubadilishaji msimbo

Dhana ya ukopaji wa msamiati na mahusiano yake na ubadilishaji msimbo, ni suala ambalo limejadiliwa kwa wingi katika fenomena ya uwili-lugha na wingi-lugha. Poplack na Meechan (1995: 200) wanahoji kwamba, ubainishaji na uchanganyaji wa ubadilishaji msimbo na uchanganyaji msimbo, ni suala ambalo limeibua mijadala mikali. Kwa mfano, kumewahi kuibuka maswali fulani ya kimsingi kama kweli kuna haja ya kutaka kuweka mipaka ya kuonyesha tofauti au mfanano ulioko kati ya ubadilishaji msimbo na uchanganyaji msimbo. Hii ni kwa kuwa, kwa wasomi kama Rasekh na wengine (2008: 552), ukopaji msamiati ni dhana inayohusiana na utohoaji na uasilaji wa msamiati uliokopwa kutoka lugha moja na kutumiwa katika lugha nyingine. Kuna ukopaji wa maneno ambayo yanaingia katika lugha fulani na kutumiwa hadi kufikia viwango vya kuzoeleka na kuasilwa, hayaonekani kama maneno ya mkopo. Aina ya pili ya ukopaji msamiati, ukopaji wa ushtukishaji au ukopaji wa papo kwa papo, au ukopaji wa neno kwa makusudi ya kutumika katika muktadha maalum (*nonce borrowing*) wa kimawasiliano, hivi kwamba neno au kipengele cha lugha fulani kilichokopwa kinaingizwa katika matumizi ya lugha tawala katika tukio fulani la kimawasiliano, kipengele hicho kinaweza kuwa hakikuzoeleka lakini

kinaafiki matumizi katika muktadha kinapotumika. Mara nyingi kipengele kilichokopwa huwa hakina mazoea au hadhi ya kimatumizi katika lugha tawala.

Mara nyingi huwa kuna mvutano wa kiufafanuzi kubainisha tofauti iliyopo kati ya ukopaji wa kijadi wa kuchukua maneno kutoka lugha fulani na kuyaasilisha kimatumizi katika lugha kopaji hadi kufikia viwango vya kuzoeleka na kukubalika. Kwa upande mwingine, kuna ukopaji wa msamiati kwa ajili ya matumizi katika muktadha au tukio fulani la kimawasiliano. Japo kumekuwa na jitihada za kutaka kuweka wazi tofauti hizi, wataalam wengi wanakubaliana kwamba, neno, istilahi au kipengele chochote cha lugha kilichokopwa kutoka lugha yoyote na kutumiwa katika lugha nyingine, liwe neno au istilahi hiyo imezoeleka au haikuzoeleka, inahalisi kuangaliwa na kuchukuliwa kama namna fulani ya ubadilishaji msimbo, ikizingatiwa kwamba, kuna ‘ugeni’ fulani wa matumizi lugha. Mjadala unaoibuka hapa ni kwamba, katika kuchanganua fenomena ya uwili-lugha au wingi-lugha, hakuna tofauti kati ya ukopaji msamiati au istilahi kwa ajili ya matumizi katika lugha fulani tawala na ubadilishaji msimbo.

Baadhi ya kauli zinazotiliwa mkazo katika tafiti za kiufafanuzi za aina hii ni kwamba, ukopaji msamiati au istilahi unahitaji kuangaliwa na kuchukuliwa kuwa ni uingizaji wa maneno au istilahi ambazo hazijazoeleka kuhusiana na dhana fulani ngeni katika lugha fulani. Utukiaji mwingine wowote wa matumizi ya msamiati, istilahi au ujielezaji wa lugha ngeni katika lugha tawala katika mawasiliano fulani, unafaa kuangaliwa kama ubadilishaji msimbo. Hata kama baadhi ya wasomi wamejaribu kuweka mipaka kati ya ukopaji na ubadilishaji msimbo, kwa mfano, G. Rosjean (1982) anayehoji kwamba, katika ubadilishaji msimbo, elementi za lugha huingizwa kimatumizi katika tukio la kimawasiliano, ilhali katika ukopaji elementi zilizokopwa hatimaye huishia kuwa sehemu ya lugha iliyokopa. Kwa mfano, msamiati wa mkopo kama vile *redio*, *televisheni*, *motokaa*, *kabati*, *boksi*, na kadhalika, ni maneno ambayo yamekuwa sehemu ya msamiati wa Kiswahili. Hii ina maana kwamba, yanapoangaliwa katika upekee wao, hayawezi kufasiriwa kama ubadilishaji msimbo.

Hoja nyingine inayojitokeza katika mijadala kuhusiana na kufanana au kutofautiana kati ya ubadilishaji msimbo, uchanganyaji msimbo na ukopaji msamiati, ni kwamba, michakato na taratibu zinazohusika katika ubadilishaji msimbo na katika ukopaji msamiati ni tofauti. Kwa mfano, katika ubadilishaji msimbo, hakuna ukiukaji wa uadilifu na ukamilifu wa kiisimu na kisarufi wa lugha mbili zinazohusika katika tukio la mazungumzo au mawasiliano. Kwa upande mwingine, katika ukopaji kuna ukiukaji wa kiisimu hivi kwamba kaida, kanuni na sheria za lugha inayokopa ndizo zinazoheshimiwa na kudumishwa. Zaidi ya hayo, kumetolewa kauli kwamba, kuhusiana na ubadilishaji msimbo, kinachotokea ni usambamba wa matumizi yanayobadilisha sentensi nzima au vipande vya sentensi katika matumizi ya lugha tawala. Katika ukopaji, kinachotokea ni kwamba, maneno au istilahi zinazokopwa zinapitishwa katika mageuzi ya aina kadha wa kadha ili kuziwezesha kuingizwa katika mifumo ya kimsamiati, kifonolojia, kimofolojia na kisintaksia ya lugha kopaji. Uhalisia huu unajitokeza kwa wingi katika diskosi ya biashara katika soko la wazi la Daraja Mbili, ikizingatiwa kwamba, data tuliyokusanya imeonyesha utukiaji mwingi wa ukopaji msamiati pamoja na vishazi vya aina kadha wa kadha vya lugha ya Kiingereza

na kutumiwa katika mawasiliano yaliyokitwa ama kwa Kiswahili au kwa lugha za kienyeji, kwa kadri zilivyotumika katika soko la wazi la Daraja Mbili.

2.2.2 Ubadilishaji msimbo na Utabakishaji lugha kimajukumu

Katika taaluma ya isimujamii kuna dhana “*diglossia*” inayohusiana na utabakishaji wa lugha kimajukumu, yaani lugha moja iliyo na mgao miwili kimajukumu katika jamii-tumizi lugha moja. Fasold (1984: 34) anaifafanua dhana hii ya utabakishaji-lugha kimajukumu kuwa, ni utabakishaji wa lugha moja hivi kwamba, kuna muundo au mgao wa hiyo lugha moja unaotumika na kujibainisha katika miktadha ya ‘umma’ kwa maana ya matumizi ya kawaida, na mgao mwingi unaotumika katika miktadha rasmi—unaojumuisha uandishi rasmi wa mawasiliano rasmi ya kiserikali au kiofisi, mawasiliano ya kitaasisi ya taasisi za kiserikali na harakati rasmi kama masomo na sheria, hali kadhalika, kuna mgao mwingine unaotumika katika uandishi usio rasmi. Utabakishaji huu huiangalia lugha moja kwa mkabala wa ‘hadhi’ ya juu au chini pale ambapo matumizi ya lugha hii katika majukumu rasmi huipa lugha ‘hadhi’ ya juu. Kisha kuna muundo wa lugha hiyo hiyo unaotumika katika mawasiliano na mitagusano ya kawaida ya maisha ambapo lugha hiyo huangaliwa kwa mkabala wa ‘hadhi’ ya chini. Kwa hivyo, kuna utabakishaji wa lugha moja kimajukumu au kiuamili na kuhusishwa na hadhi ama ya juu au ya chini na kwa misingi hiyo ufaafu wa matumizi ya lugha unaamuliwa. Hizi ni hali za matumizi lugha, hasa matumizi ya Kiswahili zinazojibainisha katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii.

Kauli sawia na hii imetolewa na Ervin-Tripp (1972: 240) anayehoji kwamba, utabakishaji wa lugha kimajukumu ni fenomena ya mtugusano wa lugha pale ambapo misimbo dhahiri ya matumizi lugha hujibainisha na hujitofautisha kati ya matumizi rasmi na matumizi yasiyo rasmi. Kwa njia fulani, baadhi ya wasomi kama Brown na Colin (1979: 47), wanauangalia uhalisia huu wa lugha, hasa kule kutambua miktadha rasmi na isiyo rasmi, kama aina fulani maalum ya ubadilishaji msimbo, japo mara nyingi ubadilishaji huu wa lugha kuwajibikia majukumu rasmi na yasiyo rasmi hautambuliwi kama ubadilishaji msimbo.

Utabakishaji huu wa lugha kimajukumu katika miktadha ya Afrika, hususan Afrika Mashariki umeelezwa na kujadiliwa kwa urefu na Mkilifi (1978: 134). Mkilifi anaeleza hali ya matumizi lugha nchini Tanzania katika kipindi hicho cha miaka ya 1970 anapohoji kwamba, uibukaji wa hali ya utabakishaji lugha kimajukumu maradufu. Katika hali moja, matumizi ya Kiswahili yanaangaliwa sambamba na matumizi ya lugha za kienyeji ambapo ilibainika kwamba, Kiswahili kilitumika katika shughuli nyingi rasmi na katika maeneo mengi ikilinganishwa na lugha za kienyeji zilizotumika katika miktadha na maeneo banifu. Katika hali hizi, Kiswahili kiliangaliwa kuwa na hadhi ya juu. Kwa upande mwingi, Mkilifi alizungumzia matumizi ya Kiswahili kwa kulinganishwa na matumizi Kiingereza. Katika hali hiyo, Kiingereza kilitumiwa pakubwa katika miktadha rasmi ya shughuli za serikali, biashara, taasisi za kisheria na elimu ya vyuo vikuu na

katika mawasiliano na mahusiano ya kimataifa kikilinganishwa na Kiswahili, katika hali hii, Kiingereza kilipewa hadhi ya juu ilhali Kiswahili kilipewa hadhi ya chini. Hali sawia na hiyo ilijibainisha katika matumizi ya Kiswahili na Kiingereza nchini Kenya katika kipindi hicho na hata kipindi cha sasa. Chembechembe za hali hii ya matumizi lugha zinaakisika katika matumizi ya Kiswahili katika miktadha ya biashara ikijumuisha masoko ya wazi kama lilivyo soko la Daraja Mbili, mjini Kisii.

2.3 Matumizi ya ubadilishaji msimbo

Ubadilishaji msimbo hujitokeza katika miktadha anuwai ya mawasiliano, na kwa sababu ya uanuwai huo, hapana shaka kwamba, ubadilishaji msimbo unashawishiwa na sababu mbalimbali sawia na unavyodhamiria kutekeleza majukumu mbalimbali ya kimawasiliano. Baadhi ya sababu na majukumu ya kijumla yanayosababisha ubadilishaji msimbo ni pamoja na haya yafuatayo;

- a) **Ubadilishaji msimbo kama mkakati wa kujihakikishia ufaragha**—Kuna kauli zinazotolewa na baadhi ya wasomi na hata watumiaji wa lugha kuwa, matumizi ya lugha ngeni tofauti na lugha ya mazoea ya lugha aliyoizea mtumiaji lugha, huficha kile msemaji anachosema kutoka kwa watu wasiotumia lugha yake. Hii ni hoja inayohusiana na uwekaji siri na utambulisho na ujinasibishaji na ama kundi-ndani au kundi-nje. Huu ni uhalisia uliojitokeza mara nyingi katika mazungumzo kati ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la wazi la Daraja Mbili, ikizingatiwa kwamba kulikuwa na matukio ambapo wauzaji walibadilisha msimbo ili kuwatenga wanunuzi ili kushauriana juu ya kima cha pesa walichofaa kuuza bidhaa fulani. Hivyo hivyo, wanunuzi nao walibadilisha msimbo kushauriana au kuzungumzia masuala kama vile ubora wa bidhaa, ustahilifu wa gharama ya bidhaa au uwezo wao wa kununua bidhaa kwa bei fulani.

- b) **Ubadilishaji msimbo kama utaratibu wa kuakisi mahusiano ya kiuwezo**—Ubadilishaji msimbo unaweza kutumiwa makusudi kuonyesha mahusiano ya kiuwezo yaliyoko kati ya kundi-ndani au kundi-nje katika mchakato na muktadha fulani wa mawasiliano. Kuna madai kwamba, uibukaji wa lafudhi na lahaja za kimaeneo miongoni mwa makundi ya weusi wengi waliotengwa na kunyanyaswa nchini Marekani, ni mfano mzuri wa uhalisi huu wa ubadilishaji msimbo kwa ajili ya kuakisi uwezo. Kwa uelewa huu, ubadilishaji msimbo unaweza kutokea kwa sababu ya uwepo wa mahusiano ya kiuwezo kati ya makundi yenye nguvu na yale yanayotawaliwa katika mchakato wa kimawasiliano. Mahusiano haya ya kiuwezo yanajitokeza kwa njia mbalimbali katika diskosi ya biashara katika masoko ya wazi nchini Kenya kama ilivyoakisika katika soko la Daraja Mbili, hasa pale mawasiliano hayo yalipoakisi ni nani kati ya wauzaji na wanunuzi alidhibiti uwezo wa zoezi la kubadilishana bidhaa na pesa kutokea.

- c) **Ubadilishaji msimbo kama utukiaji wa kiasili:** Kwa watu wengi walio na udhibiti wa wingi-lugha, ubadilishaji msimbo ni kitu kinachotokea hata pasi na watu hao kutambua. Inawezekana hata wasitambue kuwa wanabadilisha msamiati, au vitenzi vya lugha moja na kuvitumia katika lugha nyingine. Wakati mwingine, ubadilishaji msimbo wa aina hii, yaani ubadilishaji msimbo katika hali ya ufichikaji akilini, hutokea kwa kasi hivi kwamba, kunatokea ubadilishaji msimbo ndani ya sentensi na ubadilishaji msimbo kati ya sentensi. Hali hizi zilijitokeza kwa wingi katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii.
- d) **Ubadilishaji msimbo husaidia kupata neno sahihi au faafu:** Ni jambo la kawaida katika miktadha ya kujifunza lugha kwa watu wanaojifunza lugha fulani kubadilisha msimbo kwa kutumia neno au kipengele fulani cha ujielezaji kutoka kwa lugha yao ya mazoea kwa sababu ya kutatizika kupata neno sahihi au faafu kuafikia malengo fulani. Kwa mfano, msemaji Kiingereza anayejiifunza Kiswahili, anaweza kutatizika kupata neno, istilahi au kishazi sahihi au faafu kueleza wanachotaka kusema, kwa hivyo wanashurutika kutumia neno, istilahi au kishazi cha Kiingereza. Uhalisia huu ulijitokeza kwa wingi katika mazungumzo kati ya wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, hasa pale ambapo wauzaji au wanunuzi walirejelea mboga za aina fulani kwa kutumia lugha zao za kiasili.
- e) **Ubadilishaji msimbo huimarisha umoja**—hii ina maana kwamba, ubadilishaji msimbo huwasaidia watu kuimarisha umoja miongoni mwa makundi hasa katika miktadha ya mawasiliano yanoyohusisha makundi makubwa, makundi-ndani au makundi nje. Kwa mfano, katika ukusanyaji wetu wa data katika soko la wazi la Daraja Mbili, tulibaini hali na nyakati ambapo wasemaji walibadilisha msimbo kusema wao kwa wao—yaani wauzaji kusema na wauzaji wengine kwa kuwatenga wanunuzi, hivyo hivyo, wanunuzi walisema wao kwa wao kuwatenga wauzaji. Utukiaji huu, kwa hivyo, unashadidia ukweli huu kuwa ubadilishaji msimbo unawezesha kushawishiwa na matakwa hayo ya kuimarisha umoja wa kundi au hata utambulisho wa kundi.

2.3.1 Ubadilishaji msimbo na mahusiano yake na fenomena nyingine za mitagusano ya lugha

Kutokana na tafiti nyingi ambazo zimefanywa juu ya dhana ya ubadilishaji msimbo na uchanganyaji msimbo, ubadilishaji msimbo hauwezi tena kuangaliwa kama tukio nasibu, tukio la sadfa au tukio lisilo na mpango. Ubadilishaji msimbo unaweza kuonyeshwa kuwa ni tukio la kimkakati na kimpango katika miktadha ya mawasiliano, kama anavyohoji Enama (2015). Kwa mintarafu ya tafiti zilizoko, ubadilishaji msimbo ni dhana ambayo imewashughulisha wanaisimu, wanaaikoljia, wataalam wa mawasiliano na wasomi wa sampuli mbalimbali. Wataalam hawa wa mitazamo mbalimbali, wameonyesha hamasa ya kushughulishwa ya dhana hii ya ubadilishaji msimbo, ni kwa mintarafu hiyo, kumefanywa tafiti za aina nyingi zinazoiangalia dhana hii kutoka mikabala na miktadha anuwai wa kijamii na kitamaduni. Kwa mfano, ubadilishaji msimbo

umefanyiwa tafiti kwa kukitwa katika miktadha ya ujifunzaji lugha za kigeni, ambapo tafiti nyingi zilifikia mahitimisho kwamba, ubadilishaji msimbo una mchango chanya katika ufundishaji wa lugha za kigeni. Katika hali hizi za kimafunzo, ubadilishaji msimbo umetafitiwa kwa kuwaangazia walimu kama watumiaji wa ubadilishaji msimbo kwa lengo la kupitisha na kuimarisha jumbe za kimafunzo, kwa upande mmoja. Kwa upande wa pili, wanafunzi pia wamewahi kuangaliwa kama watumiaji na wanufaishwa wa ubadilishaji msimbo. Kiasi kikubwa cha ubadilishaji msimbo katika hali hizi za ufundishaji na ujifunzaji, kunadhihirisha matumizi tata tena ya kimkakati yanayodhamiriwa kufikia malengo mbalimbali ya ujifunzaji lugha. Kwa hivyo, sawia na ilivyo katika miktadha ya darasani kwamba, ubadilishaji msimbo si kikwazo katika uwezeshaji wa mawasalino, hivyo hivyo ubadilishaji msimbo si kikwazo katika diskosi za biashara katika masoko ya wazi. Huu ni utumiaji lugha kimkakati.

Ubadilishaji msimbo katika miktadha ya masomo na diskosi za darasani umewahi pia kuangaliwa kama tukio la kawaida, asilia, tukio ambalo huwezesha kuyapa mawasiliano ya darasani muktadha faafu (Alenezi, 2016). Pale ambapo ubadilishaji msimbo unaotokea darasani ni muhimu kwa umuktadhisaji wa dhana za kimafunzo kama vile usahihi wa kimsamiati, kifonolojia au kisintaksia au hata wa kimtindo, ubadilishaji msimbo katika diskosi za biashara kama masoko ya wazi, unasaidia kutekeleza majukumu sawia na hayo ya umuktadhisaji kama vile kuangazia uhakika wa bidhaa za biashara, bei na masuala mengine kama hayo. Wakati mwingine, ubadilishaji msimbo katika miktadha ya sokoni hutokea kwa sababu bidhaa au huduma zinazorejelewa hazina tafsiri ya moja kwa moja ya Kiswahili.

Ni muhimu kutambua kuwa Kenya ni nchi inayojitambulisha kwa wasifu wa wingi-lugha ambapo kunatumiwa lugha nyingi—Kiingereza, Kiswahili na lugha nyingi za kienyeji katika mawasiliano ya aina nyingi. Uhalisia huu wa wingi-lugha unatoa fursa na nafasi nyingi za utukiaji wa ubadilishaji na uchanganyaji msimbo katika diskosi na miktadha mbalimbali ya mawasiliano. Ubainishaji wa wingi-lugha ni jambo ambalo haliibui mjadala kwa sababu linaweza kudhihirishwa kujitokeza katika miktadha mbalimbali. Lakini hata hivyo, ubadilishaji msimbo katika miktadha ya kimawasiliano ni wa aina nyingi kutegemea ni lugha gani zinazohusika kama lugha tawala na ni lugha gani zinazongaliwa kama zinazochangia kutokea kwa ubadilishaji msimbo.

Muktadha wa wingi-lugha nchini Kenya ni muktadha tata kuufafanua kutokana na ukweli kwamba, hakuna lugha moja nchini Kenya inayotumiwa na kila mtu katika mawasiliano yote ya siku kwa siku. Hata kama huu ndio ukweli uliopo, bado watu wanahitaji kuwasiliana kwa usahihi, ufasaha na uathirifu (Angogo, 1990: 13). Kwamba watu wanajikuta katika hali zinazoshurutisha kubadilisha msimbo, ni kwa sababu watu wanahitaji kuwa na mawasiliano athirifu licha ya kuwa na vizuizi vya wingi-lugha. Hii ndio sababu utafiti wa Muthwii (1986, 1994, 1999) unahoji kwamba, ubadilishaji msimbo nchini Kenya unajitokeza katika miktadha iliyo rasmi kunapoweza kutumiwa Kiswahili au Kiingereza hadi kwenye miktadha ambapo kunatumiwa lugha za kienyeji zaidi na lugha za Kiswahili na Kiingereza huonekana kama lugha kando. Si hoja ni miktadha gani inayohusika, ubadilishaji msimbo unatekeleza majukumu mengi chanya ya kimawasiliano.

Hakuna ithibati zozote kwamba, ubadilishaji msimbo unahusishwa na unyanyapaa wowote wa kitaasisi, kijamii au kihadhi, hivyo hivyo hakuna ithibati kwamba, ubadilishaji msimbo ni uhalisia wa kimawasiliano usiotambuliwa, kuwa ni ujidukizaji usiopokelewa kwa uchanya. Hii ni kwa sababu, ubadilishaji msimbo ni wasifu wa kimsingi katika mawasiliano ya kisiasa, kibiashara na katika siku za hivi karibuni, ni wasifu pendwa wa mawasiliano katika vyombo vya habari, vituo na redio za FM, vituo vya televisheni na mitandao ya kijamii, utunzi wa sanaa za maonyesho, muziki, sanaa za neno tamkwa, n.k.

Maoni mengine kuhusiana na uamili chanya wa ubadilishaji msimbo yametolewa na Muthuri (2000) kwa kuhoji kwamba, miongoni mwa wanafunzi katika shule za upili, vyo vya kati au vyo anuwai na vyo vikuu, ubadilishaji msimbo unaangaliwa kama mbinu na mkakati unaowahakikishia wanafunzi kama wasemaji mawasiliano athirifu, faafu na yanayoridhisha kimtindo yakijumuisha miigo, unukuzi, usisitizaji, ukariri na malengo mengine ya kimtindo sawia na hayo. Madai haya yanaungwa mkono na kushadidiwa na tafiti za baadaye zinazohoji kwamba, kimsingi, ubadilishaji msimbo umeweza kudhihirishwa kuwa unatekeleza majukumu chanya katika miktadha ya mafunzo na ufundishaji shuleni na hata vyuoni ambapo ubadilishaji msimbo hutumika kutekeleza majukumu ya ufunzaji katika mchakato mzima wa mafunzo. Ubadilishaji msimbo katika miktadha hii, huchangia katika upitishwaji wa yaliyomo katika mitalaa ya elimu, hutumika kama mkakati wa uhamasishaji na utiaji shime (Nthiga, 2003). Japo walimu wanatambua na kukiri kwamba, ubadilishaji msimbo unawasaidia kutekeleza majukumu yao ya ufundishaji, baadhi wanauchukulia ubadilishaji msimbo kwa mtazamo hasi kwa misingi kwamba, ubadilishaji msimbo unakwamiza au unachelewesha uwezo wa wanafunzi kujifunza kwa lugha rasmi ya mafunzo nchini Kenya, Kiingereza. Vilevile, wanadai kwamba, ubadilishaji msimbo unajenga athari za kudumu kuhusiana sana na matamshi na lafudhi za lugha za kiasilia kuakisika baadaye katika matumizi ya Kiingereza.

Ubadilishaji msimbo umeweza kutafitiwa katika miktadha na diskosi za kibiashara ambapo, kwa mfano, Kanana (2003) anahoji kwamba, ubadilishaji msimbo hutumiwa kimkakati kuendeleza, kudumisha na kuimarisha mawasiliano ya kibiashara. Katika hali kama hizi, ubadilishaji msimbo unaweza kuangaliwa kama mkakati wa uimarishaji biashara kwa misingi kwamba, ubadilishaji msimbo unatumiwa kusifia bidhaa au huduma zinazouzwa sokoni, kujadili juu ya bei, kuzungumzia gharama na changamoto za biashara, na zaidi ya hayo, kujenga na kudumisha mahusiano ya kibiashara kati ya wauzaji na wanunuzi. Kauli nyingi zinazotolewa na Kanana zinashadidia ukweli uliojibanisha katika data yetu kutoka soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Hoja muhimu kuhusiana na mapitio haya ni kwamba, kuna mambo mengi chanya ya kujifunza kuhusiana na ubadilishaji msimbo, si hoja utafiti uliofanywa umekitwa katika miktadha gani.

2.3.2 Umuhimu wa ubadilishaji msimbo

Kuna haja kusisitiza tangu mwanzo kwamba, si kila mara ubadilishaji msimbo unapotokea unaweza kuangaliwa kuwa unashiwishiwa na ukosefu au udhaifu wa udhibiti lugha, iwayo yoyote

ile, kama lugha tawala katika diskosi, muktadha au mawasiliano fulani mahususi. Kwa kiasi kikubwa, ubadilishaji msimbo ni matumizi ya kiubunifu ya lugha, yanayosanifiwa na kudhamiriwa kufikia au kutekeleza malengo fulani mahususi ya kimawasiliano. Mara nyingi, wasemaji wanaojikuta katika hali za ubadilishaji msimbo, hata huwa hawatambui kuwa wanabadilisha msimbo, ni jambo linalotokea kiasilia. Hii inatokana na ukweli kwamba, katika kanzi ya akili, ufahamu na utambuzi wao, wasemaji wanafahamu kitu kinavyoitwa kwa lugha zaidi ya moja, hivi kwamba, wanapokuwa katika michakato ya mawasiliano, wanachokifanya ni kutumia rasilimali ya lugha waliyonayo, rasilimali wawezayo kuifikia kwa haraka na kwa urahisi ili kuafikia malengo ya kimawasiliano waliyo nayo. Data ya utafiti wetu inaonyesha utukiaji wa uhalisia huu wa ubadilishaji msimbo kama itakvyoonyeshwa katika sehemu za baadaye.

Vinginevyo, kutokana na kuwepo kwa hali changamani na tata ya wingi-lugha, kama ilivyo nchini Kenya, si rahisi kutambua kwa uhakika lugha inayotumiwa na kila mtu, kila siku na katika kila shughuli, na ilhali watu wanahitaji kuwasiliana kwa ufasaha na uathirifu iwezekanavyo hata katika hali ambapo kuna vizuizi dhahiri vya kimawasiliano (Angogo, 1990:13). Hali hizi zinawashurutisha watu katika miktadha na michakato ya mawasiliano kubadilisha msimbo ili waweze kusimba (*encode*) jumbe zao kwa kutumia mchanganyiko wa vipengele vya lugha zaidi ya moja vilivyo katika udhibiti wao na wanavyotambua kuwa vinafahamika na washiriki wa kimawasiliano. Katika hali kama hizo, pia kunakuwepo na malengo mengine fiche, kama vile haja ya kubainisha na kijinasibisha na utambulisho fulani. Myers-Scotton (ametajwa) anadai kwamba, katika miktadha ya wingi-lugha, watu kama wasemaji hutumia ubadilishaji msimbo kama mbinu ya kuonyesha na kudai utambulisho wao (*negotiate their identities*). Utambulisho katika muktadha huu unarejelea masuala kama hadhi ya kijamii, kitaasisi au kitaaluma ambayo msemaji hushabikia kutambulishwa kwayo. Hii inaweza kuwa na maana kwamba, misimbo mbalimbali inaweza kutumia kutambulisha msemaji katika viwango mbalimbali pia. Kwa mfano, kama tulivyoonyesha katika utafiti wa Mkilifi, nchini Kenya, mtu anaweza kutumia Kiingereza kama utambulisho wa tabaka aali (*elite*) kutokana na chukulizi zilizoko kwamba, Kiingereza kina ‘hadhi’ ya juu kinapolinganishwa na Kiswahili au lugha za kienyeji. Vinginevyo, lugha za kienyeji zinaweza kutumiwa kuonyesha utambulisho wa kijamii na kikabila, na kwa upande mwingine, Kiswahili kinaweza kutumika kuonyesha utambulisho wa utaiifa, uzalendo na mawasiliano ya kila siku.

Katika miktadha fulani fulani ya wingi-lugha nchini Kenya, ubadilishaji msimbo unaweza kuwa na msukumo wa kujitambulisha kijamii, pale ambapo uanachama wa kuwa mwanachama wa kabila fulani unaangaliwa kwa mitazamo chanya. Kwa hivyo, ubadilishaji msimbo kutoka lugha moja hadi nyingine unaweza kuwa unachochewa na sababu nyingi, kama ambavyo tumesema hapa, utambulisho wa ‘kihadhi’, kijamii, kitaasisi, kitaaluma au kikabila. Kuna hoja ambazo zimetolewa kwamba, wakati mwingine ubadilishaji msimbo unaweza kutokea kutokana na sababu za mwafaka wa ukutanaji au mwachano katika kuridhisha maslahi ya kimawasiliano. Hii ina maana kwamba, wasemaji wanaweza kubadilisha msimbo ili kujenga mwafaka wa ukaribu wa mawasiliano kati yao au, wanaweza kubadilisha msimbo ili kujenga masafa ya mwachano katika malengo yao ya kimawasiliano (Giles & St. Clair 1979: 125; Giles & Robinson, 1990:27; Giles,

1979:48; Russells,1982). Kuna madai mengine kwamba, ubadilishaji msimbo unaweza kuwa unashawishiwa na fahiwa za manufaa yawezayo kupatikana kwa kutumia lugha fulani au hatari na athari zinazoweza kujitokeza kwa kutumia lugha fulani. Kwa mfano, dhana hii ya manufaa na hatari, ni uhalisia unaojibainisha kwa wingi katika miktadha na diskosi za kibiashara katika masoko ya wazi nchini Kenya, kama ilivyo katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Data tuliyokusanya, inaonyesha matukio mengi ambapo ubadilishaji msimbo ulitumiwa kuficha kitu fulani, kujadili bei ya kitu ama miongoni mwa wauzaji au wanunuzi kabla ya pande mbili hizi kuafikiana.

Mjadala wa kimsingi ambao umeendelezwa katika sehemu hii ni kwamba, ubadilishaji msimbo ni fenomena ya kawaida ya kimawasiliano isiyoepukika katika miktadha ya wingi-lugha. Ubadilishaji msimbo ni ubunifu wa matumizi lugha unaotumiwa na wasemaji kwa kuchanganya kwa njia chanya vipengele vya lugha, miundo ya lugha na taratibu za ujielezaji wa lugha tofauti ili kuwezesha mawasiliano sahihi na athirifu. Ubadilishaji msimbo mara nyingi ni matokeo ya utumikishwaji tata wa stadi za lugha kwa lengo la kujihakikishia uathirifu na ufaafu wa kufanikisha malengo ya mawasiliano. Ubadilishaji msimbo, kwa vyovyote vile unavyoweza kuangaliwa, unarahisisha mawasiliano, angalau kutoka kwa mkabala wa msemaji, kwa hivyo, wasemaji wana sababu nzuri zinazochochea kubadili msimbo. Muhimu zaidi ni kwamba, ubadilishaji msimbo si matumizi nasibu ya lugha wala si matumizi ya sadfa ya lugha, ni mpangilio makusudi wa lugha unaodhamiriwa kuafikia malengo mahususi ya kimawasiliano. Hata hivyo, licha ya uwepo wa uchanya huu wa kimawasiliano unahusishwa na ubadilishaji msimbo katika michakato ya mawasiliano, utafiti ulidhamiria kwenda hatua zaidi ili kuonyesha kwamba, uchanya huu wa ubadilishaji msimbo, una athari hasi za aina kadha wa kadha kwa matumizi ya Kiswahili kama lugha kiungo na tawala ya kibiashara, kwa upande mmoja, na kama lugha ya kitaifa katika upande mwingine.

2.4 Sababu za ubadilishaji msimbo katika soko la Daraja Mbili

Katika sehemu ya 2.3 tulidokeza kwa ujumla sababu zinazochukuliwa kuwa katika kitovu cha ubadilishaji msimbo, kwa misingi hiyo, katika sehemu hii, utafiti huu unalenga kubaini sababu halisi na za kimuktadha zinazochangia pakubwa ubadilishaji msimbo katika soko la Daraja Mbili mjini Kisii. Ubainishaji huu unalenga kuwezesha kutathmini na namna sababu hizo zinavyothiri matumizi ya lugha ya Kiswahili kwa njia mbalimbali na kuibua matokeo yaliyo chanya au hasi. Hapa chini tunaeleza kwa undani na kwa mifano sababu hizi za ubadilishaji msimbo na namna zinaathiri Kiswahili ambayo ndiyo lugha msingi, lugha kiungo na lugha tawala ya kibiashara katika muktadha huu.

2.4.1 Ukosefu wa uelewa na udhibiti wa kutosha wa Kiswahili

Dhamira kuu ya mawasiliano ya kibiashara kama ilivyo katika muktadha wa soko la Daraja Mbili, ni kupitisha ujumbe na kuhakikisha uathirifu wa kimawasiliano kutoka kwa mtu mmoja hadi mwingine. Ujumbe unapaswa kumfikia mlengwa kwa matumaini kwamba ataelewa na kuufasiri

kama ulivyokusudiwa na mzungumzaji. Katika muktadha huu wa sokoni, asilimia kubwa ya mawasiliano na mazungumzo kwa jumla hutokea kati na baina ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa. Mbali na kwamba, kwa kiasi kikubwa mawasiliano katika muktadha huu wa sokoni hulenga kuafikia malengo anuwai ya kibiashara, kwa mkabala wa uuzaji na ununuzi, ni sharti mawasiliano haya yaelekezwe na kudhibitiwa kwa misingi fulani mahususi ya kimawasiliano. Moja kati ya misingi hiyo, ni haja ya kuwa na mahusiano ya mafao na maafikiano kati ya wauzaji na wanunuzi. Mahusiano na maafikiano ni vigezo na vidhibiti muhimu vya mawasiliano katika muktadha wa sokoni. Hii inatokana na ukweli kwamba, mengi ya mawasiliano yanayojitokeza katika muktadha huu, ni mawasiliano ya kimaslahi, kwamba, kila mhusika katika mchakato huu wa mawasiliano anadhamiria kuridhisha malengo yake ya kibiashara—malengo ya uuzaji na malengo ya ununuzi.

Ni jambo la kawaida kwamba, katika diskosi ya biashara katika masoko ya wazi nchini Kenya, wauzaji na wanunuzi hujadiliana ili kuafikiana juu ya mambo mengi, jambo la msingi likiwa kuafikiana juu ya bei za bidhaa au huduma zinazotolewa sokoni kama vile uchukuzi. Kwa hali hiyo na kwa mintarafu ya data tuliyokusanya, tulibaini kuwa wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii, walidhihirisha kiwango kikubwa cha ukosefu wa udhibiti wa matumizi ya Kiswahili kufanya majadiliano na kuafikiana juu ya bei za bidhaa. Kwa sababu hii, kulidhihirika ubadilishaji msimbo wa mara kwa mara ambapo Kiswahili kilipembeza na mahali pake kulipachikwa maneno na istilahi za Ekegusii, Kijaluo au Kiingereza ili kuwezesha kuhitimisha mawasiliano husika. Uhalisia huu ulijitokeza pale ambapo mawasiliano yaliyoasisiwa kwa Kiswahili kuanzia kutaka kupata habari fulani juu ya bidhaa husika, lakini zaidi katika majadiliano ya kuafikiana juu ya bei, wazungumzaji walibadilisha msimbo kukidhi haja hiyo kuhusiana na ufaafu wa bei. Kwa mintarafu ya data ya utafiti huu, tulibaini kuwa wauzaji na wanunuzi hutumia maneno, istilahi na taratibu za ujielezaji za lugha zao ili kukamilisha au kutamatisha sentensi za Kiswahili kwa kutumia msamiati wa lugha za kienyeji ambao uliwawezesha kuafikiana. Uwepo wa maafikiano ya aina hii au ya masuala kama haya, ulichangia pakubwa kuwepo kwa mahusiano mazuri ya kimawasiliano na kibiashara kati ya wauzaji na wanunuzi, kiasi cha kila mmoja kupata kuridhisha malengo, matakwa na matarajio yao ya kibiashara. Uchanganuzi wa data ya utafiti huu, ulitubainishia kuwa, walikuwepo baadhi ya wanunuzi na wauzaji ambao walikuwa na udhaifu mkubwa kudhibiti mjadala wa kuafikiana bei ya bidhaa kwa misingi ya matumizi ya msamiati wa Kiswahili. Mbali na kudhihirisha udhaifu wa kujadili na kuafikiana juu ya bei, udhaifu mwingine wa matumizi ya Kiswahili ulihusiana na uitaji majina (*naming*) au urejeleaji wa baadhi ya bidhaa zilizouzwa sokoni. Katika hali hizi pia, kulikuwako na ubadilishaji msimbo uliokitwa katika matumizi ya msamiati wa Ekegusii, Kijaluo au Kiingereza katika hali ambapo mawasiliano husika yaliasisiwa kwa Kiswahili. Sababu hii nayo, ilichangia wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, kubadilisha msimbo kwa kuchopeka maneno ya lugha za asili au Kiingereza katika sentensi za Kiswahili, ithibati kuwa ama wazungumzaji hakuwa na uelewa wa misamiati faafu wa kurejelea bidhaa husika kwa Kiswahili, au walitilia shaka uwezo wao wa kujieleza kwa Kiswahili. Katika mifano ifuatayo, tunadhamiria kuonyesha jinsi ubadilishaji msimbo ulivyojitokeza kwa sababu ya wauzaji na wanunuzi kukosa udhibiti wa msamiati faafu wa Kiswahili na mahali pake walitumia maneno ya Ekegusii;

Mnunuzi: **Nipee hiyo *kerandi* (kibuyu) kubwa kwa yote.**
Muuzaji: **Hii *kerandi* ndio kubwa kwa zote.**
Mnunuzi : **Na pesa yake ni ngapi ?**
Muuzaji : ***Chimii ibere tu.***
Mnunuzi : ***Ekerandi* mia mbili, wacha ikae !**

Katika mfano huu, masuala mawili yanajitokeza—urejeleaji wa bidhaa na mjadala wa kuafikiana juu ya bei ya bidhaa husika. Katika tukio hili, muuzaji na mnunuzi wanarejelea bidhaa ambayo inaelezeka kwa urahisi kwa Kiswahili—kibuyu, kifaa kitumikacho miongoni mwa jamii ya Abagusii kuwekea na kuhifadhi maziwa kwa ajili ya kuyagandisha. Kibuyu hutumiwa sana mashinani na huenziwa na jamii ya Abagusii kwa sababu inaaminika kuwa kinagandisha maziwa vizuri kwa taratibu za kienyeji kuliko vibuyu mambolea vya plastiki. Mazungumzo yanayojiri kati ya muuzaji na mnunuzi yanaasisiwa na kukitwa katika matumizi ya Kiswahili, haieleweki ni kwa nini muuzaji na mnunuzi wanahiari kuchopeka neno la Ekegusii na ilhali hiki ni kifaa kinachofahamika vizuri kwa Kiswahili. Inaweza kudaiwa kuwa matumizi ya neno la Ekegusii—***kerandi***, ni ithibati ya ukosefu wa msamiati mwafaka wa Kiswahili na ndiposa wakatumia neno ***kerandi***. Neno hili katika Ekegusii linaendelezwa na kutamkwa ***ekerandi*** ilhali katika mawasiliano haya, mzungumzaji ametumia neno ***kerandi*** kama njia ya kuafiki fonolojia na mofolojia ya Kiswahili, ambapo matamshi na matumizi ya neno hili yametokana na ukweli kwamba, mzungumzaji amekata silabi **e-** ili kuliwezesha neno hili kuafiki matamshi ya Kiswahili na kwa njia hiyo kuendeleza mazungumzo kana kwamba bado yanakitwa katika matumizi ya Kiswahili. Kwa mtazamo mwingine, kwamba wazungumzaji wanahiari kuendelea na mazungumzo yao kwa mfumo wa matumizi ya Kiswahili hivi kwamba hata maneno yanayochopekwa yanashurutishwa kufuata muundo wa Kiswahili, ni ithibati kwamba, Kiswahili ndiyo lugha kiungo na lugha tawala katika diskosi hii ya biashara.

Suala la pili kuhusiana na ubadilishaji msimbo linahusu majadiliano ya kuafikiana juu ya bei ya kibuyu kama bidhaa inayohusika. Mazungumzo juu ya bei yameasisiwa kwa Kiswahili vile vile, ikizingatiwa kwamba, bado hii ndio lugha msingi katika diskosi hii ya biashara katika soko la wazi kama soko la Daraja Mbili. Muuzaji na mnunuzi wanabadilisha msimbo kwa kupachika maneno ya Ekegusii, ambapo muuzaji anatumia maneno ya Ekegusii katika sentensi moja lakini bado kwa kuiga au kutaka kuafiki matamshi ya Kiswahili anapozungumzia bei ya bidhaa. Hili linajitokeza anaposema kuwa “***Chimii ibere tu***” maeneo mawili ya Ekegusii na moja la Kiswahili. Muuzaji ameweka wazi kwamba, anauza kibuyu kwa shilingi mia mbili, lakini kwa kutumia maneno ya Ekegusii. Katika usemi huu, ni dhahiri kwamba, sio kwamba muuzaji hajui msamiati faafu wa Kiswahili wa kurejelea kima cha pesa anachohitaji kuuza kibuyu hiki. Labda inaweza kukisiwa kuwa alisukumwa na haja ya kutaka kujenga ukaribu wa kimahusiano wa kuyafanya mawasilisho yake kueleweka na mnunuzi kwa urahisi. Hali kadhalika, inaweza kukisiwa kwamba, muuzaji anatumia msamiati wa Ekegusii katika usemi huu kwa lengo la kumwonyesha mnunuzi kuwa wako pamoja katika tukio hili la uuzaji na ununuzi. Uchanganuzi wetu wa data kwa mintarafu ya uelewa

huu, unatuochochea kutoa kauli kwamba, wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili mjini Kisii wanatumia maneno ya lugha za kiasili kwa lengo sio tu la kudhibiti na kuendeleza mawasiliano hadi tamati yake, bali pia kama mkakati wa kuwavutia wanunuzi, jambo linaloafikia na madai ya kinadharia kwamba, ubadilishaji msimbo ni mbinu muhimu ya kujenga ukaribu wa kimahusiano katika shughuli na diskosi inayohusika. Ubadilishaji msimbo huu kwa mkabala wa kujenga ukaribu, unahusiana pia na ukweli kwamba, katika soko la wazi kama la Daraja Mbili, wauzaji bidhaa sawia huwa ambapo kila mmoja huwa na malengo dhahiri ya kuwauzia wanunuzi bidhaa nyingi na kwa wanunuzi wengi iwezekanavyo. Hali hii ndio inayomfanya muuzaji kutumia maneno ya Ekegusii anapozungumzia bei ya bidhaa zake ingawa hapana shaka kwamba ana udhibiti wa msamiati faafu wa Kiswahili.

Katika usemi huu huu, katika kauli ya mwisho ya mazungumzo haya, mnunuzi anasema— “**Ekerandi mia mbili, wacha ikae !**” Sentensi hii imeasisiwa na kuendelezwa kwa Kiswahili japo neno la kwanza katika sentensi ni neno la Ekegusii, **ekerandi** kisha sentensi hiyo imeendelezwa kwa Kiswahili hadi mwisho. Huu ni ubadilishaji msimbo mwanzoni mwa sentensi, ambapo mnunuzi anatumia nomino ya Ekegusii mwanzoni mwa sentensi, labda kwa sababu ya kukosa msamiati mwafaka wa Kiswahili kwa bidhaa husika, au kwa sababu, matumizi ya Ekegusii yanamwakikishia kusema kwa usahihi kutokuridhika kwake na bei aliyoambiwa. Inaweza kukisiwa pia kwamba, mnunuzi anatumia neno la Ekegusii kwa lengo la kufidia ukosefu wa msamiati mwafaka wa Kiswahili. Kwa hivyo, inahalisi kusema hapa kwamba, wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili hutumia maneno ya lugha za asili kwa lengo la kufidia hali yao ya kutokujua msamiati mwafaka wa Kiswahili wa kurejelea bidhaa mbalimbali. Ubadilishaji msimbo hutumiwa katika soko la Daraja Mbili mjini Kisii ili kuwezesha kutumia msamiati ambao wauzaji au wanunuzi wanaujua kutoka kwa lugha za asili kama vile Ekegusii ili kufanikisha malengo yao ya kimawasiliano. Ubadilishaji msimbo katika mazungumzo haya unaweza kuhusishwa na ukosefu wa udhibiti wa msamiati faafu wa Kiswahili, haja ya kujenga ukaribu wa kimawasiliano na kibiashara, urahisi na uasilia wa kujieleza, na haja ya kujihakikishia kuwa kinachosemwa ndicho kilichokusudiwa. Kwa upande mwingine, licha ya kudhihirisha uchanya huu wa kimawasiliano, ubadilishaji msimbo una athari hasi kwa matumizi, maenezi na uimarikaji wa Kiswahili, sio tu kama lugha tawala ya kibiashara, bali pia kama lugha ya kitaifa inayotambuliwa kikatiba.

Ukosefu wa uelewa na udhibiti wa msamiati, istilahi na taratibu mwafaka za ujielezaji kwa Kiswahili, ni suala ambalo hujidhihirisha kwa njia mbalimbali kila panapotokea ubadilishaji msimbo katika mawasiliano ya wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Kutokana na uchanganuzi wa data ya utafiti huu, tulibaini kuwa ubadilishaji msimbo haujitokezi pale tu wanapohusika wauzaji na wanunuzi kutoka jamii moja, ubadilishaji msimbo unajitokeza pia wanapohusika wauzaji na wanunuzi kutoka jamii tofauti tofauti. Kwa mfano, kulikuwepo na matukio mengi ya kimawasiliano ambapo ubadilishaji msimbo ulijibainisha kutokana na uchopekaji wa maneno ya Kijaluo na Kiingereza katika sentensi za Kiswahili. Sawia na kauli tulizotoa kuhusiana na uchopekaji wa msamiati wa Ekegusii katika sentensi za Kiswahili,

uchopekaji wa msamiati au ujielezaji kwa matumizi ya Kijaluo na Kiingereza, unasababishwa na sababu hizo hizo. Kimsingi, ubadilishaji msimbo pale msamiati wa Kijaluo au Kiingereza unapohusika, unahusishwa na sababu kama kutojua msamiati mwafaka wa Kiswahili kuhusiana na urejeleaji wa bidhaa fulani. Kwa hivyo, ubadilishaji msimbo kwa kutumia maneno ya Kijaluo ni mbinu inayowawezesha wauzaji na wanunuzi kuwasiliana bila kuacha pengo katika mawasiliano kama inavyojitokeza katika mawasiliano yafuatayo ;

- Muuzaji : **Mimi niko na *dek* (managu) mzuri sana, *fresh* kabisa.**
Mnunuzi : **Hii *dek* si kama ya leo.**
Muuzaji : **Haki ya Mungu nimechuna leo leo tu.**
Mnunuzi : **Na unauzaje sasa ?**
Muuzaji : **Ni *abich abich* tu vile imepangwa hivyo.**
Mnunuzi : **Niwekee ya *fifty* basi na uongeze mzuri.**

Katika mawasiliano haya sawia na yalivyokuwa mawasiliano ya awali, yameasisiwa na kukitwa katika matumizi ya Kiswahili ambapo muuzaji na mnunuzi wamechopeka maneno ya Kijaluo katika sentensi za Kiswahili. Ubadilishaji msimbo katika mazungumzo haya umechochewa na haja ya ujitambulishaji na ujengaji umoja na ukaribu, hasa inapozingatiwa kwamba, katika mazungumzo haya, muuzaji alikuwa Mkisii na mnunuzi alikuwa Mjaluo. Utambuzi huu wa wahusika wa mawasiliano haya kutoka katika jamii tofauti, ndiyo sababu inayochochea ubadilishaji msimbo. Muuzaji na mnunuzi wanatumia neno la Kijaluo ***dek*** kurejelea aina ya mboga, kwa Kiswahili cha biashara inayorejelewa kama ***managu*** au kwa usahihi zaidi ***mnavu***. Ubadilishaji msimbo huu ulijitokeza pale muuzaji alitaka kumvutia na kumshawishi mnunuzi aliyemtambua kuwa anatoka katika jamii tofauti. Muuzaji katika mawasiliano haya anatumia neno la Kijaluo, ubadilishaji msimbo unaojitokeza kama mbinu ya kujinasibisha na kujitambulisha kwa kujenga ukaribu wa kimahusiano na kimawasiliano. Muuzaji anatumia malengo yake ya kibiashara na kimawasiliano kwa kubadilisha msimbo na kutumia nomino ya Kijaluo kurejelea aina ya mboga alizohitaji mnunuzi. Mnunuzi hatimaye anakubali kununua kutoka kwa muuzaji ambaye alibadilisha msimbo. Hili linabainika mnunuzi anaposema kuwa “**Niwekee ya *fifty* basi na uongeze mzuri**” kwa maana kuwa alinunua ya shilingi hamsini. Katika tukio hili lote la kimawasiliano, kuna ithibati kwa wazungumzaji wanafahamu Kiswahili, si hoja ni kwa kiasi gani. Huu ni ukweli unadhihirika ikizingatiwa kwamba sentensi ya ufunguzi imeanzishwa kwa Kiswahili na kadri mazungumzo yanaendelea, kuna matumizi ya msamiati wa Kiswahili unabadilishana na msamitia ya Kijaluo na Kiingereza.

Katika mawasiliano haya, muuzaji anatumia pia maneno ya Kijaluo kuelezea bei ya mafungu ya mboga aliyoyapanga, ambapo anawasilisha taarifa kuwa anauza mboga kila kifungu kwa shilingi tano. Muuzaji anatumia maneno ya Kijaluo “**Ni *abich abich* tu vile imepangwa hivyo**” Maneno ***abich abich*** yana maana ya shilingi tano tano kwa Kijaluo. Ubadilishaji msimbo unaotokea hapa hauonekani kushawishiwa na ukosefu wa msamiati au hata udhaifu wa kujieleza kwa Kiswahili, huu ni ubadilishaji msimbo wa kimkakati kwa maana kwamba, muuzaji anabadilisha msimbo kwa

kutumia maneno ya Kijaluo, kwa upande mmoja kuonyesha bei ya mboga anazouza, na kwa upande mwingine ili aweze kujenga ukaribu, mahusiano na maafikiano. Muuzaji anatumia mbinu ya urudiaji ili kuonyesha kuwa kila kifungu kinauzwa kwa shilingi tano, mbinu ambayo malengo yake makuu ni kutaka kuweka msisitizo kuonyesha unafuu wa bidhaa anazouza. Mbinu ya urudiaji wa neno la Kijaluo, *abich* katika mawasiliano haya ni kwa lengo la kuonyesha kuwa muuzaji husika anauza mboga zake kwa bei nafuu.

Katika mawasiliano haya pia, wauzaji na wanunuzi katika soko hili wameonyesha uzoovu wa kutumia maneno ya Kiingereza katika sentensi ambazo zimeasisiwa na kundelezwa kwa Kiswahili. Katika tukio hili la ubadilishaji msimbo, maneno ya Kiingereza yaliyopachikwa katika mawasiliano haya ni ; *fresh* na *fifty*. Neno *fresh* limetumiwa kama kivumishi kusifia ubichi na usasa wa mboga hizo, kwamba hazijakaa sana tangu zichunwe kutoka shambani. Kwa kutumia kivumishi cha Kiingereza katika sentensi ya Kiswahili, muuzaji anaashiria kuwa amehiari kutumia neno la Kiingereza kujihakikishia kuwa msisitizo anaouweka kwenye ubichi wa mboga utakuwa na mvuto kwa mnunuzi. Hii haina maana kwamba, msemaji huyu hana udhibiti wa kutumia maneno au ujielezaji faafu wa Kiswahili kuyafikia malengo hayo hayo. Kwa upande mwingine, mnunuzi anatumia neno la Kiingereza *fifty* kwa kuchukulia kuwa neno hili linamrahisishia mawasiliano kati yake na mnunuzi. Hii, hali kadhalika, haina maana kwamba, mnunuzi hajui neno la Kiswahili kufidia neno hili la Kiingereza *fifty-hamsini* au kwa muktadha wa sajili ya sokoni, *tano*. Katika misingi sahili, kuna kuweza kutolewa kauli kwamba, muundo wa neno la Kiswahili ‘hamsini’ lina silabi mne ilhali neno la Kiingereza *fifty* lina silabi tatu, na kwa misingi hiyo *fifty* linatamkika kwa haraka kuliko *hamsini*. Ubadilishaji msimbo katika usemi huu unaweza kuangaliwa kuwa umeshawishiwa na lengo la kurahisisha na kuharakisha mawasiliano. Kuhusiana na kuathirika kwa Kiswahili, tunaweza kuhoji kwamba, matumizi ya Kiswahili yanadhililishwa na kupembeza katika muktadha yanapostahili kuimarishwa, hasa inapozingatiwa kwamba, masoko ya wazi yanatoa nafasi na fursa ya matumizi ya Kiswahili sanifu au hata matumizi ya kujaribisha.

Ubadilishaji msimbo unaojibainisha kutokana na matumizi ya maneno ya Kiingereza au maneno, istilahi na taratibu za ujielezaji za lugha za kiasili, hudhamiria kuridhisha malengo ya aina mbalimbali. Hali hii inaonyesha kuwa ubadilishaji msimbo ni sifa mojawapo muhimu ya kimawasiliano katika miktadha ya masoko ya wazi nchini Kenya, na uhalisia wa soko la wazi la Daraja Mbili unashadidia kauli hii. Kwa mtazamo mwingine, kuna ukweli kudai kwamba, matumizi ya maneno ya Kiingereza na maneno ya lugha za kiasili, kama ambavyo tumeonyesha katika mijadala ya sehemu hii, ni uhalisia unaoashiria kwamba, wauzaji na wanunuzi katika masoko ya wazi huteua lugha ambayo inawawezesha kuwasiliana kwa uwazi, urahisi na uhakika, hasa pale ambapo, kwa chukulizi zao wenyewe, wanakiona Kiswahili kwamba hakiwawezeshi kufikia malengo hayo kwa uwazi, ubayana na uhakika. Vilevile, mazoea haya yanayokitwa katika chukulizi kuwa, matumizi ya maneno na taratibu nyingine za ujielezaji kutoka lugha ya Kiingereza na lugha za kiasili ni faafu zaidi kuliko matumizi ya Kiswahili, ni chukulizi potofu. Kwamba kuna haja ya kuzungumza kwa haraka na kwa ufupi, japo hoja hii inaweza kuonyesha kuakisika kwa

kuafikiana na kanuni za Grice za mawasiliano, kutotumia Kiswahili kunaweza kuangaliwa kama uhalisia wa kimtazamo na uzembeaji tu. Ingawa hii ni mbinu inayowawezesha kuwasiliana na wanunuzi wengi iwezekanavyo, inakidunisha Kiswahili kwa kuwa inaonyesha kuwa maneno yake ni marefu na sio mwafaka katika sajili ya sokoni. Hali hii pia inawafanya wauzaji na wanunuzi kutojifunza misamiati mwafaka ya Kiswahili kwa matumizi yao sokoni. Ikumbukwe kuwa, Kiswahili ni lugha ya taifa na vilevile lugha rasmi nchini Kenya kulingana na Katiba ya Kenya, 2010. Hata hivyo, wauzaji na wanunuzi wanakitumia Kiswahili kama lugha kiungo ila wanachopeka maneno kutoka kwa lugha za asili na Kiingereza ambayo wanayaona mwafaka kuliko yale ya Kiswahili na kwa hali hii kukitweza Kiswahili. Vilevile, kutokana na data ya utafiti huu, tumegundua kuwa wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii, hubadilisha msimbo kwa kukosa udhibiti wa msamiati wa kutosha kuhusiana na dhana, uhalisia na mifanyiko anuwai katika miktadha ya sokoni.

2.4.2 Ukosefu wa msamiati faafu katika lugha ya Kiswahili kurejelea dhana fulani mahususi

Hata kama lugha ya Kiswahili inaweza kuangaliwa kama lugha ambayo imekua, kuimarika na kuenea, haiwezi kujiepusha na ukweli kwamba, lugha zinapokuwa katika hali za utangamano, hudhihirika ukweli kwamba, zipo dhana na kwa misingi hiyo upo msamiati au istilahi zinazotumiwa kurejelea dhana hizo katika lugha moja na ilhali hazipatikani katika lugha nyingine. Kwa uelewa huu, kuna haja kutambua kuwa kuna dhana, istilahi au njia za kujieleza zilizoko katika lugha za kiasili na zinazoelezeka kwa njia fulani, lakini dhana hizo zikawa hazipatikani au haielezeki kwa ufaafu wa kutosha katika lugha ya Kiswahili. Hivyo hivyo, uhalisia sawia na huu unaweza kupatikana katika lugha ya Kiswahili na usipatikane katika lugha za kienyeji. Uhalisia wa aina hii ulidhihirika katika mitagusano na maingiliano kati ya wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Hali hii iliwachochea wauzaji na wanunuzi kama wanajamii wa jamii fulani maalum kutumia msamiati unaoeleweka katika mazingira yao, hasa katika kurejelea ama dhana au uhalisia fulani kuhusiana za bidhaa zilizouzwa sokoni. Matumizi ya lugha za kiasili, hata hivyo, hayapingi kabisa kwamba, msamiati wa aina hii ambapo dhana au bidhaa inayorejelewa na neno kutoka lugha mojawapo ya lugha za kiasili, hakuna neno linganifu au fahiwa linganifu katika lugha ya Kiswahili. Maneno linganifu na hayo yanaweza kuwa yako au fahiwa zake zinaeleweka ila hazijazoeleka kwa washiriki wa mazungumzo katika muktadha wa soko la Daraja Mbili. Ubadilishaji msimbo utokeao katika hali kama hizi unaojibainisha kwa upachikaji wa msamiati au vipengele vya lugha iliyozeleka katika sentensi zilizoasisiwa awali kwa Kiswahili. Hii inaweza kuwa na maana kwamba, ubadilishaji msimbo hauwezi kuepukika katika mazingira ya sokoni na katika diskosi ya biashara katika masoko ya wazi kwa kuwa wauzaji na wanunuzi hutumia msamiati wanaouelewa katika mawasiliano yao. Vinginevyo, utokeaji wa ubadilishaji msimbo unaakisi ukweli kwamba, jamii hutumia msamiati, istilahi na taratibu za ujielezaji zinazoeleweka na zipatikanazo katika mazingira yao ili kurahisisha mawasiliano kati yao, kujenga mahusiano ya ukaribu, kujenga uelewano na maafikiano kwa urahisi. Uchanganuzi wetu wa data ulitubainisha kwamba, wauzaji na wanunuzi bidhaa katika soko la wazi la Daraja Mbili, hutumia msamiati wa lugha zao za asili kurejelea aina mbalimbali za mboga za kienyeji. Hii inaweza kukisiwa kuwa

inatokana na ukosefu wa udhibiti wa msamiati wa Kiswahili kuzirejelea mboga hizi, na kwa hivyo, mahali pake kupachika maneno ya Kijaluo au Ekegusii katika sentensi za Kiswahili ili kufidia ukosefu huo kama inavyojitokeza katika mawasiliano yafuatayo :

Mnunuzi : **Naangalia tu kama uko na *atipa*** (aina ya mboga ya kienyeji)

leo.

Muuzaji : **Saa hii na hii kiangazi sio rahisi utapata hizo *atipa* na *mrenda*.**

Mnunuzi : **Sasa tutakula nini na *sukuma* imekataa mwili yangu ?**

Muuzaji : **Na si uchukue *nderema* na nitakuwekea vizuri sana.**

Mnunuzi : **Aaai hiyo sikulangi mimi.**

Haya ni mazungumzo kati ya muuzaji na mnunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii ambapo kinachozungumziwa ni mboga za aina mbalimbali ambazo huuzwa hapo sokoni. Mboga hizi za kienyeji huwa za aina nyingi na huwa na msamiati wa kuzirejelea katika Ekegusii na Kijaluo. Kimsingi tulibaini kuwa wanunuzi na wauzaji hurejelea aina fulani za mboga kwa msamiati wa lugha za kiasili, jambo ambalo lilielekea kuwa la mazoea. Zaidi ya hayo, tulibaini kuwa, iwe mazungumzo yameanzishwa na muuzaji au mnunuzi, ubadilishaji msimbo ulijibainisha katika mazungumzo haya ulisukumwa na haja ya kujenga ukaribu wa mahusiano, kuendeleza uasilia wa kujieleza na kuhakikisha urahisi wa kudhibiti mawasiliano. Kwa hivyo, ubadilishaji msimbo ulisaidia kudhibiti na kuendeleza mawasiliano kwa matumizi ya mpachiko wa msamiati wa lugha za kiasili ambao unaeleweka na washiriki wa mazungumzo hayo.

Katika mawasiliano haya, muuzaji na mnunuzi wamezungumzia aina nne za mboga ambazo ni : ***atipa, mrenda, nderema na sukuma***. Mboga hizi zimerejelewa kwa kutumia msamiati wa lugha ya Kijaluo. Lugha ya Kijaluo imetumiwa hapa kwa misingi ya utambuzi wa ukaribu wa kimahusiano ulioko kati ya muuzaji na mnunuzi, kwa hivyo, katika hali hii, ubadilishaji msimbo unachochewa na mazoea yaliyoko kati ya muuzaji na mnunuzi, hivi kwamba ubadilishaji msimbo unakuwa ni ujielezaji wa uasilia. Hali kadhalika, katika hali hii, mnunuzi anatumia msamiati wa lugha yake kama mbinu ya kumwezesha muuzaji kuwasiliana naye kwa urahisi. Aina hizi za mboga za kienyeji zinapendwa sana miongoni mwa jamii ya Wajaluo na Wakisii zikilinganishwa na mboga kama vile ***sukuma-wiki*** na kunde. Matumizi ya msamiati wa Kijaluo kurejelea mboga hizi kama ilivyobainika katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii, yanaweza kuashiria ukweli kwamba, washiriki wa mazungumzo haya, kweli hawajui majina ya mboga hizi kwa lugha ya Kiswahili, na kwa hivyo, inawawia rahisi kutumia majina ya lugha zao za kiasili ili kurahisisha mawasiliano na kuwafanya kueleweka vyema.

Katika mawasiliano haya, muuzaji na mnunuzi wametumia maneno ya Kijaluo kurejelea aina za mboga kwa sababu ya utambuzi wa awali unaotokana na mazoea ya mahusiano kati ya mnunuzi na muuzaji. Katika tukio hili hili na kwa sababu hizo hizo za ukaribu wa mahusiano, kulitokea

ubadilishaji msimbo, ambao mara hii ulijibainisha kwa matumizi ya msamiati wa Ekegusii uliopachikwa katika mazungumzo yaliyoasisiwa kwa Kiswahili. Maneno ya Ekegusii yalitumiwa kurejelea aina zile zile za mboga ambazo muuzaji alimtaja mteja wake wa awali, Mjalu. Uhalisia wa ukaribu wa mahusiano na mazoea ulichochea matumizi ya msamiati wa Ekegusii kurejelea mboga ambazo muuzaji alikuwa anauza, lengo lake lilikuwa kuwasilisha mawasiliano kwa njia sahili na inayoeleweka kwa urahisi. Hili lilijitokeza katika mfano ufuatao :

Muuzaji : **Leo niko na *enderema* kwa wingi chukua nikuongeze vizuri.**

Mnunuzi : **Si labda unichanganyie na *risosa* ndio nichuke.**

Muuzaji: **Sikupata *risosa* labda *Thursday* ukujie.**

Mnunuzi : **Na *omonyenye* nitapata wapi ?**

Katika mawasiliano haya, muuzaji na mnunuzi ni watu wa jamii-tumizi lugha moja, Wakisii na kwa sababu hiyo, wanabadilisha msimbo na kutumia msamiati wa Ekegusii kurejelea aina mbalimbali za mboga katika mazungumzo ambayo yanaendelezwa kwa Kiswahili. Huu ni ubadilishaji msimbo unaoakisi kauli tuliyoitoa awali kwamba, kuna hali ambapo ubadilishaji msimbo hujitokeza kama mkakati wa kuimarisha umoja miongoni mwa makundi kwa mkabala wa kundi-ndani au kundi nje. Huu ndio msukumo unaojibainisha katika mukdhata huu ambapo mboga zinazohusika zimetajwa kwa matumizi ya Ekegusii : *enderema*, *risosa* na *omonyenye*. Katika mawasiliano yaliyotangulia haya, muuzaji yuyu huyu alitaja *nderema* kwa mteja ambaye tuligundua kuwa alikuwa Mjalu. Hata hivyo, katika mawasiliano haya, muuzaji anatumia neno *enderema* kurejelea mboga zile zile. *Nderema* ni aina ya mboga ambayo huwa nyororo baada ya kupikwa na haina ukali. Tulibaini kuwa Wajalu hurejelea aina hii ya mboga kwa neno *nderema* huku Wakisii wakiongezea sauti *e*-mwanzoni na kuwa *enderema*. Hii inaonyesha kuwa wauzaji katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii hutumia msamiati wa lugha za kiasili kurejelea bidhaa fulani kutegemea na jamii-tumizi lugha anamotoka mnunuzi, lengo likiwa ni kurahisisha mawasiliano. Kiswahili kinatumiwa kuzungumzia mambo yasiyohusiana na aina ya bidhaa inayouzwa na hii inaonyesha kuwa kinawekwa pembeni ikifikia suala kuu la bidhaa zinazouzwa sokoni. Hali hii inawafanya wauzaji na wanunuzi kuchukulia kuwa Kiswahili hakina msamiati ya kurejelea bidhaa hizo.

Kwa upande mwingine, *risosa* ni aina ya mboga ambayo hutolewa kwa boga huku *omonyenye* ikiwa ni *sagaa* ambazo hazijakomaa na ambazo hung'olewa pamoja na mizizi yake kwa nia ya kuacha nafasi kwa mboga zingine kumea vizuri. Uchanganuzi wetu wa data ya utafiti huu ilitubainishia kwamba, msamiati na jinsi za urejeleaji mboga hizi za kienyeji hazifahamiki kwa Kiswahili katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Hii inaweza kukisiwa kuwa sababu moja ya kimsingi inayoeleza ni kwa nini wauzaji na wanunuzi wanatumia maneno ya lugha za kiasili, kimsingi kuwawezesha kuwasilisha jumbe na malengo yao ya kimawasiliano kwa namna inayoeleweka na washiriki wote wa mawasiliano husika. Katika mijadala ambayo tumeiendeleza kufikia hapa, tumebaini kwamba, ubadilishaji msimbo unaojitokeza kwa wingi unahusiana na upachikaji msamiati wa lugha za kiasili katika sentensi fupi za matumizi ya Kiswahili. Ugunduzi

mwingine unaojitokeza ni kwamba, kuna sababu changamano zinazochochea utokeaji wa ubadilishaji msimbo zikijumuisha ukosefu wa udhibiti wa msamiati wa kutosha na faafu wa Kiswahili kurejelea mambo mengi katika uhalisia wa sokoni, ujengaji wa mahusiano hasa sana ya ukaribu wa kibiashara, kujenga maafikiano, kurahisha mawasiliano, kuimarisha umoja wa kimakundi na hata kudumisha uasili wa kujieleza.

Mbali na masuala ya urejeleaji bidhaa, sana sana aina za mboga kwa matumizi ya lugha za kiasili, tuligundua pia kuwa ipo mimea ambayo ni maarufu katika kaunti za Kisii na Homa Bay. Mimea hii hujulikana sana na hurejelewa kwa majina ya lugha za kiasili zaidi kuliko inavyorejelewa kwa Kiswahili. Mimea ya aina hii inapoletwa sokoni kama bidhaa za mauzo, aghalabu inarejelewa kwa msamiati wa lugha za kiasili, hivi kwamba wauzaji na wanunuzi wanabadilisha msimbo kwa lengo la kueleweka na washiriki wengine wa mawasiliano hayo. Hivi ndivyo hali ilivyo katika mfano ufuatao ;

Mnunuzi : **Kwani siku hizi mnauza hata *amandegere* kwa soko ?**

Muuzaji : **Si ndio chukua ukapike.**

Mnunuzi : **Unauzaje ?**

Muuzaji : **Vile nimepima hivi ni *thirty bob*.**

Mnunuzi : ***Aye gaki ! Hii itatosha watoto wawili kweli ?***

Muuzaji : **Si unachukua kama tatu hivi ndio iwatoshe.**

Mnunuzi : **Sasa uanze kuletanga *amaboba* pia.**

Muuzaji : **Hiyo bei yake inakuanga juu sana enda tu kwa *supermarket* utajionea *mashroom* inauzwa bei ya juu.**

Mazungumzo haya yanaangazia uuzaji wa uyoga ambao huuzwa kama bidhaa mojawapo katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Uyoga si bidhaa ipatikanayo katika masoko mengi ya wazi nchini Kenya, kwa hivyo, katika muktadha wa soko hili, ubadilishaji msimbo unaojibainisha kwa matumizi ya maneno ya lugha za kiasili kwa ajili ya kuvitaja na kuvirejelea vitu kama hivi, unahusiana na uasilia wa urejeleaji na ujielezaji. Ukweli huu unashadidia kauli zetu za kinadharia na kijumla zilizotolewa awali kwamba, japo vitu kama uyoga ni vitu vinavyojulikana katika lugha ya Kiswahili, msamiati wenyewe hauonekani kuwa wa mazoea katika soko la Daraja Mbili. Kwa hivyo, inawawia rahisi wauzaji na wanunuzi kutumia msamiati wa lugha za kiasili ili kufidia ukosefu wa msamiati wa Kiswahili. Huu ni ubadilishaji msimbo usioepukika kwa sababu utokeaji wake ni wa kiasili hivi kwamba, hata wazungumzaji wenyewe huwa hawatambui kuwa wanabadilisha msimbo. Maneno ya Ekegusii ambayo yametumiwa katika mazungumzo haya ni *amandegere* na *amaboba* yanaweza kuangaliwa kama matumizi ya rasilimali za lugha ambazo mzungumzaji anazifikia kwa urahisi ili kumwezesha kuwasiliana kwa uasilia, urahisi na uhakika katika hali ambapo matumizi ya msamiati mwafaka wa Kiswahili yanaonekana kuwa ya kimzunguko. *Amaboba* ni uhalisia wa kitu kinachofahamika kwa Kiswahili kama *uyoga*, neno ambalo hakuna shaka kwamba, wazungumzaji wameweza kukutana nalo awali, kwa mfano, katika kitendawili kama : *nyumba yangu imesimama kwa mguu mmoja*. Hata hivyo, licha ya uwezekano

huu wa neno hili kufahamika kwa Kiswahili kuwepo, uchanganuzi wetu wa data ulitubainishia kuwa neno hili halitumiwi na wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Usemi huu wa muuzaji kuwa “...**enda tu kwa supermarket utajionea mushroom inauzwa bei ya juu.**” unatubainishia ukweli kwamba, kama muuzaji anajua *amaboba* kwa lugha ya Kiingereza, hapana shaka pia kuwa unajua msamiati mwafaka wa Kiswahili, uyoga. Hii inaonyesha kuwa wauzaji na wanunuzi hupuuza matumizi ya maneno ya Kiswahili na badala yake hutumia maneno ya Ekegusii au Kiingereza kurejelea uyoga.

Katika mazungumzo haya, muuzaji anabadilisha msimbo kwa kutumia neno la Kiingereza, *mushroom* kwa kuwa huo ndio msamiati ambao hutumiwa katika soko na hata katika maduka ya jumla kama anavyoonyesha. Hivyo basi, muuzaji anachopeka neno la Kiingereza katika sentensi za Kiswahili ili kuakisi matumizi yaliyozoeleka ya neno la Kiingereza linalotumiwa sana katika jamii. Vilevile, neno la Ekegusii, *amandegere* lina maana ya aina ya mmea ambao una umbo kama la uyoga ila huwa mdogo wa kimo na humea kwa wingi mahali pamoja. Msamiati wa neno hili katika Kiswahili hautumiwi sana katika soko la Daraja Mbili mjini Kisii na ndio sababu wauzaji na wanunuzi wanabadilisha msimbo ili kutumia maneno wanayoyaelewa. Ubadilishaji msimbo huu unaashiria kuwa misamiati ya lugha za kiasili inayopachikwa katika matumizi ya Kiswahili huwawezesha wauzaji na wanunuzi kuelewana katika shughuli zao za kuuza na kununua bidhaa, na njia hiyo wanawezeshwa kufanikisha lengo la kuuza bidhaa kwa bei inayofaa au kununua kwa bei nafuu.

Wauzaji na wanunuzi katika mawasiliano haya pia wamebadilisha msimbo kwa kutumia maneno ya Kiingereza katika matumizi ya Kiswahili. Muuzaji anapachika neno la Kiingereza katika usemi wake anaposema kuwa, “**Hiyo bei yake inakuanga juu sana enda tu kwa supermarket utajionea mushroom inauzwa bei ya juu.**” Neno la Kiingereza katika usemi huu ni *supermarket* kwa maana ya duka kubwa liuzalo bidhaa nyingi kwa Kiswahili. Muuzaji anatumia msamiati wa Kiingereza kwa sababu, neno *mashroom* linalotumiwa kurejelea uyoga linafikwa kwa haraka na halisababishi utata wa uelewa kati ya wazungumzaji hawa. Kwa hivyo, wauzaji na wanunuzi wanatumia msamiati wa Kiingereza katika sentensi za Kiswahili kwa kuwa hawajazoea kutumia neno uyoga katika Kiswahili. Ubadilishaji msimbo katika mawasiliano ya aina hii ni muhimu kwa kuwa unawawezesha wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili kuwasiliana kwa urahisi na uhakika ambapo ubadilishaji msimbo unajibainisha kama mikakati ya kimawasiliano. Hii ni kwa sababu wauzaji na wanunuzi wanawezeshwa kuendeleza shughuli zao za kibiashara kwa kutumia maneno ya lugha za Ekegusii, Kijaluo au Kiingereza kutokana na mazoea ya kutumia neno uyoga kwa Kiingereza badala ya kutumia neno la Kiswahili.

Uchanganuzi wa data ya utafiti huu, hali kadhalika, ulitubainishia kuwa wauzaji na wanunuzi katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii, wanaouza au kununua champali hutumia neno la Kiingereza, *slippers* kwa kutokana na kutozoea kulitumia neno champali la Kiswahili. Vilevile msamiati unaohusiana na rangi mbalimbali hurejelewa kwa Kiingereza katika soko hili. Tuligundua pia kwamba, wauzaji na wanunuzi hutumia neno hili la Kiingereza katika sentensi za

Kiswahili na hamna tuliyekutana naye akitumia neno la Kiswahili kama inavyobainika katika mawasiliano yafuatayo :

Muuzaji: **Uko na *slippers* za *blue number ten*?**

Mnunuzi: **Niko na *slippers* colour zote.**

Muuzaji: **Basi nipee za *blue number ten*.**

Katika mawasiliano haya, neno **blue** ni la Kiingereza na limetumiwa kutokana na mazoea ya kutaja aina mbalimbali za rangi kwa lugha hii. Mazoea haya ya kutumia maneno ya Kiingereza katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii yanaonyesha kuwa licha ya kuwa Kiswahili kina maneno yanayorejelea aina mbalimbali za rangi, wauzaji na wanunuzi huhiari kutumia Kiingereza. Hili linaonyesha kuwa, japo wauzaji na wanunuzi hutumia Kiswahili kama lugha kiungo, matumizi hayo yanaingiliwa mara kwa mara na ubadilishaji msingi kwa mkabala wa uchopekaji maneno ya Kiingereza, Kijaluo au Ekegusii kurejelea bidhaa zinazouzwa sokoni. Neno faafu la Kiswahili la kurejelea rangi ya **blue** ni samawati, ila tuligundua kuwa neno samawati halitumiwi katika soko la Daraja Mbili, badala yake wauzaji na wanunuzi huchopeka msamiati wa Kiingereza ili kuendeleza mawasiliano kwa namna inayoeleweka na kila mshiriki wa mawasiliano husika. Tulibaini pia kuwa, wauzaji hutumia neno **slippers** wanapozungumzia **champali, sapatu, ndara** au **makubadhi** ambayo ndiyo maneno yaliyo na maana sawia kwa Kiswahili. Kwa hivyo, ubadilishaji msimbo unawawezesha wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili kutumia maneno kutoka kwa lugha ambayo washiriki wa mawasiliano wanaielewa. Uchopekaji wa maneno ya Kiingereza katika matumizi ya Kiswahili, hudhamiria kurahisisha na kufanikisha mawasiliano. Hali hii inaonyesha kuwa wauzaji na wanunuzi hubadilisha msimbo kutokana na mazoea, jambo ambalo hata hivyo huwa na matokeo hasi kwa matumizi ya Kiswahili. Ikumbukwe kwamba, tulitoa hoja kwamba, matumizi ya Kiswahili katika miktadha kama ya masoko ya wazi nchini Kenya, mara nyingi matumizi hayo hujikuta katika uhalisia wa ushindani na lugha za kiasili za maeneo husika. Matokeo ya ushindani huu, kwa hivyo, huishia kupembeza Kiswahili katika miktadha kinapotarajiwa kuwa lugha tawala.

Uchanganuzi wetu wa data ulitubainishia kwamba, wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii hutumia maneno ya Kiingereza katika mawasiliano yao, ambapo inaweza kukisiwa kwamba, lengo kuu la ubadilishaji msimbo unaoishia katika matumizi ya Kiingereza, ni haja ya kutaka kuonyesha na kuhakikisha umahususi wa kile kisemwacho katika mawasiliano mahususi. Sababu moja ya kutetea ukisiaji huu ni kwamba, lugha ya Kiswahili sawia na zilivyo lugha zote za ulimwengu, huwa ina dhana zinazorejelea vitu kwa mkabala kijumla, na vitu vingine kwa umahususi. Uhalisia sawia na huu unajitokeza pia katika lugha ya Kiingereza ambayo pia ina vitu vinavyorejelea kijumla na vingine vikirejelewa kwa umahususi. Tatizo hutokea pale ambapo msamiati ulio na mkabala wa umahususi katika lugha moja hutokea kwamba katika lugha ya pili, msamiati huo unatumiwa kwa mkabala wa ujumla. Vilevile, inawezekana kuwa, lugha kama Kiingereza inaweza kuwa na neno moja linalorejelea dhana fulani ilhali lugha ya Kiswahili katika mkabala huo wa kimahusiano ikawa inatumia maneno zaidi ya moja kurejelea dhana ile ile. Hii ni

sababu nyingine inayoeleza ni kwa nini, wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, hubadilisha msimbo kwa kutumia msamiati kutoka lugha za kiasili au lugha ya Kiingereza. Wakati mwingine, msamiati unaochukuliwa kutoka lugha nyingine na kuchopekwa katika matumizi ya Kiswahili, unaweza kuwa unawezesha umahususi wa dhana au kitu kinachorejelewa kuonekana na kutambulika kwa umahususi zaidi. Uhalisia huu unajitokeza katika mawasiliano yafuatayo:

Mnunuzi: **Unauza *bedsheets*?**

Muuzaji: **Ziko kwa wingi *madam*, unataka gani?**

Mnunuzi: **Hebu nisaidie kuchagua zenye ziko na *kablue* hivi.**

Neno *bedsheet* katika mawasiliano haya limetumiwa kama neno mahususi kurejelea kitambaa mahususi kitumikacho kwa ajili ya utandikaji wa kitanda. Neno hili linaweza kuangaliwa kuwa lina umahususi sana kuliko maneno *kitambaa*, *shiti* au *shuka* ambayo hutumiwa kurejelea maana za kijumla katika lugha ya Kiswahili. Kwa hivyo, matumizi haya ya neon hili la Kiingereza, yanaweza kufasiriwa kuwa yametumiwa kwa kuwa ni neno moja ikilinganishwa na maneno matatu katika lugha ya Kiswahili yanayotumiwa kurejelea dhana ile ile, tena kwa uelewa wa kijumla. Mazoea ya kutumia maneno ya lugha ya Ekegusii, Kijaluo au Kiingereza katika mawasiliano yanayokitwa katika lugha ya Kiswahili, yanaashiria ubadilishaji msimbo kwa lengo la kurahisisha mawasiliano, kujenga usahihi na kuhakikisha umahususi wa kile kinachozungumziwa katika mawasiliano husika. Kiswahili kinaathirika kwa njia hasi kutokana na chukulizi kuwa, kunatumika maneno ya Kiswahili au ya lugha za kiasili pale ambapo lugha ya Kiingereza inawezesha neno moja kutumika. Chukulizi hizi hizi zinaendelezwa kwa misingi kuwa, matumizi ya maneno mengi ya Kiswahili kurejelea bidhaa sokoni, yanawafanya wauzaji na wanunuzi kutumia muda mwingi na njia ndefu kuwasiliana. Kwa hivyo, ubadilishaji msimbo unaoweza kusemwa kuchochewa kwa misingi ya uteuzi wa kutumia maneno mengi au neno moja kufikia malengo yale yale, unaweza kusemwa kuwa unachochochewa na haja ya ubunifu wa mawasiliano. Hoja hii inaonekana kuakisi kwa karibu kanuni ya Grice ya kiasi—kutotumia maneno kupita kiasi au maneno machache sana kupitisha ujumbe. Hoja ibuka kutokana na mjadala huu ni kwamba, ubadilishaji msimbo katika soko la Daraja Mbili, unawafanya wauzaji na wanunuzi kuepuka kutumia msamiati wa Kiswahili kurejelea baadhi ya bidhaa sokoni, ambao ni mtazamo hasi kwa matumizi ya Kiswahili kwa chukulizi kwamba, wazungumzaji hawa hawaonyeshi nia wala mwelekeo wa kujifunza lugha ya Kiswahili kwa kuangazia na kushabikia msamiati unaoakisi uhalisia wa bidhaa na matukio ya muktadha na diskosi ya biashara katika masoko ya wazi nchini Kenya.

Kwa muhtasari, katika sehemu hii, tumeangazia na kujadili jinsi wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii wanavyobadilisha msimbo kwa kupachika msamiati wa Ekegusii, Kijaluo na Kiingereza. Tulihoji kuwa ubadilishaji msimbo katika uelewa huu, unachochochewa na sababu ya mazoea ya matumizi lugha, ama lugha ya Kiingereza au lugha za kiasili, uhalisia unaobana uwezekano na fursa ya kutumia msamiati mwafaka wa Kiswahili. Tuliangazia na

kubaini kwamba, wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la wazi wa Daraja Mbili, hutumia maneno ya Kiingereza kwa sababu ya kutaka kurahisisha mawasiliano na vilevile kuendeleza mawasiliano. Hivyo hivyo, tuligundua pia kwamba wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii hutumia msamiati wa lugha za kiasili katika mawasiliano yao ili kuwatenga watu wengine kwa misingi ya dhana ya kundi-ndani na kundi nje.

2.4.3 Ubadilishaji msimbo kama mkakati wa utengaji nje wa wasio wa kundi-ndani

Katika sehemu za awali tulizungumza kwa ujumla juu ya ubadilishaji msimbo kama mkakati wa uimarishaji umoja kwa maana kwamba, ubadilishaji msimbo huwasaidia watu kuimarisha umoja miongoni mwa makundi hasa katika miktadha ya mawasiliano yanayohusisha makundi makubwa, makundi-ndani au makundi nje. Katika sehemu hii, uchanganuzi wetu wa data ulizingatia madai haya ya kinadharia na kubaini kuwa wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la wazi la Daraja Mbili, hubadilisha msimbo pale ambapo wanataka kuwatenga wenzao wanaochukuliwa kama wana kundi-nje. Ubadilishaji huu wa msimbo hutekelezwa kupitia upachikaji wa msamiati wa lugha ya Kijaluo au Ekegusii wanapotaka kuwatenga wenzao. Kinachotokea kihalisi ni kwamba, wauzaji wanapojinasibisha na jamii ya Wakisii, hubadilisha msimbo kutoka matumizi ya Kiswahili na mahali pake huchopeka maneno ya Ekegusii wanapowauzia au kununua kutoka kwa wenzao ambao ni Wajaluo. Ubadilishaji msimbo katika mawasiliano ya aina hii uwawezesha wauzaji au wanunuzi katika soko la Daraja kuzungumzia mambo ambayo watu wa kundi-nje hawakusudiwi kuelewa. Tulibaini kwamba, wauzaji wanaouza bidhaa za aina moja na ambao wanajitambulisha kama kundi ama kwa misingi ya kujiona kama wafanyabiashara au wanachama wa jamii-tumizi lugha, kwa hivyo hujiona kama kundi-ndani, hubadilisha msimbo makusudi kuwatenga wenzao wanaowachukulia kama kundi-nje, wakijumuisha wanunuzi au wanachama wa jamii-tumizi lugha, Wajaluo. Makundi haya mawili hubadilisha msimbo, pale wanapona kuna haja kufanya hivyo. Utengaji huu unatekelezwa ama kwa wauzaji kupachika maneno ya Ekegusii katika matumizi ya Kiswahili au kwa wanunuzi kupachika maneno ya Kijaluo wanapohitaji kuwatenga wauzaji wao kimawasiliano. Data ya utafiti huu inaonyesha kuwa wauzaji na wanunuzi ambao wanauza au kununua bidhaa za aina moja hupachika maneno ya lugha za kiasili hasa pale wanapozungumzia juu ya bei za bidhaa husika kama inavyojitokeza katika mawasiliano yafuatayo:

Muuzaji 1: **Anataka hii?**

Muuzaji 2: **Enhe.**

Muuzaji 1: **Nimpee na ibere ama?**

Muuzaji 2: **Mmmmh, na enusu.**

Mawasiliano haya yanabainisha ubadilishaji msimbo ambao nia yake ni kuwatenga washiriki wengine wa mawasiliano wanaoangaliwa kwa mkabala wa kuwa wanachama wa jamii-tumizi lugha wanayojitambulisha nayo au kinyume chake. Wauzaji hawa, kwa kujitambulisha kama wana kundi-ndani kwa mkabala wa kuwa wafanyabiashara ya aina moja na wanachama wa jamii-tumizi lugha wanapojinasibisha nayo, wanachopeka maneno ya Ekegusii katika mazungumzo yao. **Muuzaji 1** anataka kujua mnunuzi alitaka kununua nini na kisha kwa bei gani. Anaanza swali lake kwa lugha ya Kiswahili kwa kuuliza “**Anataka hii?**” Hii ni sentensi ya Kiswahili inayojitosheleza

kisarufi na kisintaksia, ambapo matumizi haya yanawalenga washiriki wote wa mawasiliano haya. Hata hivyo, katika usemi wake unaofuata, anabadilisha msimbo kwa kupachika neno moja la Ekegusii—anaposema “**Nimpee na ibere ama.**” Neno *ibere* ni Ekegusii kwa maana ya mbili. Hii ni ithibati kwamba, wauzaji katika soko la wazi la Daraja Mbili, hutumia msimbo finyu wanapozungumzia bei za bidhaa wanazozuza, hasa pale wanunuzi wanapoangaliwa kama wana kundi-nje. Kwa mfano, matumizi ya *ibere* ni msimbo finyu unaotumiwa na wauzaji katika soko hili kumaanisha mia mbili. Kwa hivyo, usemi huu una maana kuwa Muuzaji 1 anataka kujua iwapo amuuze mnunuzi anayetaka kununua rinda kwa shilingi mia mbili. Wanafanya hivi kwa lengo la kuficha, dhana inayoshadidi kauli za kinadharia kwamba, kuna nyakati ambapo ubadilishaji msimbo huwa unatumiwa kwa makusudi ya kuficha siri au kuhifadhi ufaragha wa aina fulani.

Muuzaji 2 pia anaendeleza msimbo finyu anapomjibu “**Mmmmh, na enusu.**” Muuzaji 2 anamjibu muuzaji mwenzake kwa usemi wa mkato ambao bado unadumisha ile haja wa kumtenga mnunuzi kama mwana kundi-nje kwa misingi kwamba majibu yanayotolewa hayakusudiwi kujulikana na mnunuzi wao kwa kuwa alikuwa ameonyesha nia ya kukataa. Hii ndio sababu anatoa sauti ya mghuno **mmmmh** kuonyesha hali ya kukataa badala ya kutumia neno kama vile la au hapana. Muuzaji anatumia neno la Ekegusii *enusu* kwa maana ya *nusu* katika Kiswahili. Kilichokuwa kinaendelezwa kwa matumizi haya ya msimbo finyu, ni haja ya kutaka kuafikiana kwa bei nafuu ambapo Muuzaji 2 anaona ni nafuu kuuza rinda kwa shilingi mia mbili na hamsini maana inayoakisika katika usemi *ibere ne enusu*. Kwa hivyo, Muuzaji 2 alimtaka Muuzaji 1 kuuza rinda kwa shilingi mia mbili na hamsini, jambo ambalo katika muktadha huu linachangia kujenga na kuimarisha umoja na maslahi ya kundi-ndani la wauzaji. Wasifu wa msimbo huu finyu ni matumizi ya maneno ya Ekegusii yasemwayo kwa mkato kuashiria ukamilifu wa kinachomaanishwa ili kuweza kuendelea kudumisha utengwaji wa mnunuzi kama mwana kundi-nje, Mjalu. Kwa jumla, tunaweza kutoa hoja kwamba, wauzaji bidhaa katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii hubadilisha msimbo kwa kutumia maneno ya Ekegusii bila kukamilisha wanachokusudia kusema ili kuwatenga watu wasiokuwa wana kundi-ndani. Ubadilishaji msimbo katika mawasiliano yao unadhihirisha matumizi ya msimbo finyu kwa lengo la kuwasilisha ujumbe kwa watu walio na dhamira moja ya kuuza bidhaa zao kwa bei faafu. Tuligundua pia kuwa wanunuzi katika soko la Daraja Mbili hutumia msimbo finyu wanapowasiliana baina yao ili kuwatenga wauzaji bidhaa kama inavyodhihirika katika mawasiliano yafuatayo:

Muuzaji: **Leta mia tano nikupee yote.**

Mnunuzi 1: **Aaai yawa! Hiyo bei ni juu sana kastoma.**

Mnunuzi 2: (Kwa mnunuzi 1) **Mia adek kende.**

Mnunuzi 1 : (Kwa muuzaji) **Utachukua mia tatu au tutafute pahali ingine ?**

Muuzaji : **Hata huko utapata tu na hiyo bei labda nikupee hii ndogo.**

Mawasiliano haya ni baina ya wanunuzi wawili na muuzaji wa viazi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Ubadilishaji msimbo katika mawasiliano haya unahusisha matumizi ya maneno ya Kijaluo na Kiswahili. Kiswahili kimetawala mawasiliano haya kwa urefu kwa kuwa hii ndio lugha

msingi, lugha tawala ya biashara. Mnunuzi 2 anamshauri Mnunuzi 1 kununua viazi kwa shilingi mia tatu kwa kubadilisha msimbo unaomtenga muuzaji ambaye ni Mkisii. Mnunuzi 1 na Muuzaji wanawasiliana kwa kutumia Kiswahili na kisha Mnunuzi 2 anatumia Kijaluo kwa lengo la kumtenga muuzaji. Hili linabainika anaposema “*Mia adek kende.*” Usemi huu una maana kuwa Mnunuzi 2 anataka mwenzake ambaye ni Mnunuzi 1 kumwambia muuzaji amuuzie viazi kwa shilingi mia tatu tu na wala sio mia tano kama alivyotaka. Matumizi ya Kijaluo katika mawasiliano haya yametumiwa kwa lengo la kumtenga muuzaji ambaye tayari ashasema bei ya bidhaa zake na kisha Mnunuzi 2 anamtenga anapongea na mwenzake kwa kutumia lugha ya asili. Si neno ni malengo gani ya kibiashara na kimawasiliano yanayoridhisha na ubadilishaji msimbo huu, ukweli unaojitokeza umeonyesha kupembeza kwa Kiswahili.

Tumejadili namna wauzaji au wanunuzi hubadilisha msimbo kwa kutumia maneno kutoka kwa lugha zao za kiasili kwa lengo la kuficha siri ya wanachokizungumzia. Tumeonyesha kuwa wauzaji ambao ni wana kundi moja hutumia lugha yao ya kiasili hasa wanapozungumzia bei ya bidhaa wanazouza wakiwa na lengo la kuwatenga wanunuzi kama wana kundi-nje. Wauzaji bidhaa za aina moja hubadilisha msimbo ili kukubaliana wao wenyewe juu ya bei ifaayo. Kwa upande mwingine, wanunuzi nao pia hubadilisha msimbo na kutumia lugha yao ya kiasili wanaporejlea bei ambayo wanataka kununua bidhaa fulani kwayo tofauti na ambayo wameambiwa na wauzaji. Katika hali hii, ubadilishaji msimbo huwawezesha wafanyabiashara katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii kuwatenga wenzao hasa wanapozungumzia bei ya bidhaa wanazouza sokoni humo. Ikumbukwe kuwa, katika muktadha wa soko la wazi kama lile la Daraja Mbili, wanunuzi wana uhuru wa kusema wapunguziwe bei kinyume na hali ilivyo katika maduka ya jumla ambapo bidhaa huuzwa kwa bei ambayo huwa imeratibiwa. Vilevile, tuligundua kuwa wafanyabiashara katika soko la Daraja Mbili, hubadilisha msimbo na kuchopeka maneno ya Kiingereza, Kijaluo au Ekegusii katika mawasiliano ya Kiswahili kwa kutaka kuonyesha msisitizo fulani. Hili ndilo tutakalolijadili katika sehemu ifuatayo:

2.4.4 Kubadili msimbo kama mkakati wa usisitizaji

Kwa mintarafu ya uchanganuzi wa data tuliyokusanya kutoka soko la wazi la Daraja Mbili, tulibaini kuwa, ubadilishaji msimbo hutumiwa na wauzaji na wanunuzi katika soko hili kimsingi kuwawezesha kuwa na mawasiliano wazi na kuafikiana kibiashara. Pamoja na hayo, data ya utafiti huu ilitubainishia kwamba, ubadilishaji msimbo ni muhimu pia kwa wauzaji na wanunuzi katika kuwawezesha kutimiza malengo anuwai ya kimawasiliano kati na miongoni mwao kuhusiana na uuzaji na ununuzi wa bidhaa. Kutokana na data ya utafiti huu, vilevile tuligundua kuwa ubadilishaji msimbo katika mawasiliano unatumia na wauzaji na wanunuzi kama mbinu na mkakati wa kusisitiza jambo au kauli fulani katika mawasiliano yao. Katika kufanya hivi, wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii huanzisha mawasiliano yao kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili ambapo mara kwa mara huwa wanachopeka maneno, istilahi au utaratibu fulani wa kujieleza uliochukuliwa kutoka lugha nyingine, hasa pale vipengele hivyo vya lugha huwa na wasifu wa kusawiana kimaana na vipengele sawia vya lugha ya Kiswahili. Ugunduzi huu unatuelekeza kufikia kauli kwamba, ubadilishaji msimbo huwasaidia wauzaji na wanunuzi

kusisitiza kile wanachokisema kama njia mojawapo ya kuafikia au kutekeleza malengo yao ya mawasiliano husika. Kiswahili, katika hali hii, kinatumiwa kwa njia chanya kwa kuwa maneno ya Kiswahili yanatumiwa kusisitiza jambo fulani. Hali hii inajitokeza katika mawasiliano yafuatayo kati mnunuzi na muuzaji katika soko la Daraja Mbili:

Mnunuzi: **Nifanyie bei poa *kastoma*.**

Muuzaji: **Hapana, haki *yaya* haiwezekani *imagine* si utakuwa unanirudisha nyumbani haki.**

Mnunuzi: **Unajua tu mnadanganya eti hata nyinyi hamjanunua kwa hiyo pesa.**

Mawasiliano haya yanadhihirisha ubadilishaji msimbo unaodhamiriwa kusisitiza jambo au kauli fulani. Muuzaji anawasiliana na mteja wake kwa Kiswahili kisha anachopeka neno la Ekegusii kuonyesha kuwa hataki kubadilisha msimamo wake kuhusiana na gharama ya bidhaa anazouza. Muuzaji anadhihirisha hili anaposema kuwa “**Hapana, haki *yaya* haiwezekani *imagine* si utakuwa unanirudisha nyumbani haki.**” Neno *yaya* katika lugha ya Ekegusii linamaanisha *la* kwa mkabala wa kukanusha, kupinga au kukataa. Katika usemi huu, muuzaji anaanza kwa neon la Kiswahili **hapana** linaonyesha kuwa haafikiani na matakwa ya mnunuzi, kwa usemi mwingine anakataa na kupinga matakwa ya mnunuzi kwa upole na kisha anachopeka neno la Ekegusii *yaya* lililo maana hiyo hiyo ya kukataa. Ni jambo la kawaida kwamba, wafanyabiashara katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii wanabadilisha msimbo kama mkakati mojawapo wa kutumia maneno kutoka lugha za kiasili kusisitiza jambo. Msisitizo huo unajibainisha kutokana na uchopekaji wa maneno ya lugha za kiasili ili kuashiria msimamo ya wauzaji hasa pale kinachozungumzwa hakiafiki malengo yao, upunguzaji wa bei unazidi gharama yao ya ununuzi na utekelezaji wa biashara yao sokoni. Katika mawasiliano haya, muuzaji ametumia neno la Ekegusii ambalo lina maana sawa na lile la Kiswahili ambalo limeanza katika usemi wake.

Ubadilishaji msimbo unaotumiwa kusisitiza kauli kwa matumizi ya vipengele vya lugha ya Ekegusii, sio ubadilishaji msimbo pekee unaojitokeza katika soko la Daraja Mbili kuonyesha msisitizo. Hii ni kwa kuwa, uchanganuzi wa data ya utafiti huu umeonyesha kuwa, wafanyabiashara katika soko hili, hali kadhalika, hubadilisha msimbo kwa kuchopeka maneno ya Kiingereza katika matumizi ya Kiswahili ili kuashiria msisitizo. Haya ni maneno ya Kiingereza ambayo aghalabu huwa na maana sawia na maneno mengine katika usemi mmoja katika mawasiliano husika. Mawasiliano yafuatayo yanaonyesha matumizi ya maneno ya Kiingereza kuashiria msisitizo na msimamo juu ya kauli inayozungumziwa;

Mnunuzi: **Gaaki, nifanyie hii beseni mia tatu.**

Muuzaji: **Hata uende wapi huwezi uziwa hii beseni kubwa ya *Kenpoly* na mia tatu pekee.**

Mnunuzi : **Si basi nimuonze kahamsini**

Muuzaji: **Aai, *no no no*, sio hii labda hizi.**

Mawasiliano haya yanaonyesha ubadilishaji msimbo kwa kutumia maneno ya Kiingereza katika mawasiliano ambayo yamekitwa katika matumizi ya lugha ya Kiswahili kwa lengo la kusisitiza kauli katika mawasiliano. Kinachozungumziwa ni kwamba, mnunuzi hakuwa radhi kununua beseni kwa shilingi mia tatu, kauli ambayo imekataliwa na muuzaji kwa misingi kwamba, haiwezekani beseni aina ya *Kenpoly* kuuzwa kwa shilingi mia tatu. Kwa upande wake, mnunuzi yuko radhi kumwongeza muuzaji angalau shilingi hamsini juu ya mia tatu ila muuzaji anakataa kauli hiyo kwa kubadilisha msimbo kwa kutumia maneno ya Kiingereza kusisitiza msimamo wake anaposema kuwa “**Aai, no no no, sio hii labda hizi.**” Msisitizo unaozungumziwa unajitokeza kwa kuzingatia kwamba, muuzaji ameutumia usemi wa maneno ya Kiingereza kwa kuyarudia na kuyakariri **no, no, no**. Hii ni mbinu ya urudiaji ambayo imetumiwa makusudi kusisitiza kauli na kuonyesha msimamo kwa kutumia maneno ya Kiingereza.

Kwa muhtasari, katika sehemu hii, tumeangazia na kujadili ubadilishaji msimbo unaotumiwa makusudi kusisitiza kauli au pia kuonyesha msimamo. Tumetoa mifano kuonyesha namna wauzaji na wanunuzi katika soko la wazi la Daraja Mbili, wanavyotumia maneno ya Ekegusii au Kiingereza katika mawasiliano yanayokitwa kimsingi katika matumizi ya Kiswahili kama lugha msingi. Maneno ya Kiswahili yametumiwa kuashiria msisitizo, hali ambayo inaweza kufasiriwa kuwa ni athari chanya kwa lugha ya Kiswahili pale wauzaji na wanunuzi wanapoendeleza mawasiliano yao kwa Kiswahili kwa muda mrefu. Huu ni umuhimu mwingine wa ubadilishaji msimbo katika muktadha wa sokoni. Vilevile, tuligundua kuwa wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, hubadilisha msimbo kuashiria aina ya uhusiano uliopo baina yao kama tutakavyojadili katika sehemu ifuatayo:

2.4.5 Ubadilishaji msimbo kama udhihirishaji wa uhusiano na ujitambulishaji kimakundi

Uhusiano ulioko kati ya wauzaji na wanunuzi, japo kwa kiasi kikubwa ni uhusiano wa kibiashara, aghalabu uhusiano huo unaweza kuwa wa karibu au mbali kwa maslahi ya kibiashara tu. Uhusiano wa karibu unaweza kujitokeza pale ambapo mnunuzi huwa ananunua bidhaa kutoka kwa muuzaji yule yule kiasi cha kuwafanya kuzoeana na kuhusiana kwa karibu kibiashara. Kwa mfano, kuna wanunuzi wanaonunua bidhaa au nguo za kwenda kuuza katika mitaa mingine, kwa sababu hiyo, wanakuwa wateja wa kila siku za soko kwa muuzaji yuyo huyo. Kwa upande mwingine, wapo wanunuzi ambao huja sokoni mara moja moja hasa wale ambao wananunua bidhaa kama vile nguo, hawa mara nyingi hutambulika kwa misingi kwamba, wanazunguka sokoni kutoka kwa muuzaji mmoja hadi mwingine wakitafuta nguo ama zinazowapendeza au zinazouzwa kwa bei nafuu.

Uhusiano wa wanunuzi wa aina hii na wauzaji wanaouhusika, huwa ni uhusiano wa wakati huo na kisha unaishia hapo shughuli ya uuzaji na ununuzi inapoisha. Uchanganuzi wetu wa data ulitubainisha kuwa, wanunuzi na wauzaji ambao wamezoeana na wana uhusiano wa karibu, mara nyingi unaajibainisha kwa misingi ya jinsi wanavyobadilisha msimbo na kutumia lugha kwa taratibu za kuzoeana, kujuana na kufahamiana vyema. Ukaribu huu wa kimawasiliano unaakisi

kauli za mihimili ya kinadharia kwamba, ubadilishaji msimbo mara nyingine unaweza kutokea kwa makusudi ya kudhihirisha ujitambulishaji na ujinasibishaji wa kimakundi. Kwa hivyo, wauzaji na wanunuzi wa aina hii hutumia maneno ya lugha za kiasili ili kuwaunganisha na kuendelea kudumisha uhusiano wao. Lakini, pamoja na uchanya huo unaowezeshwa kutokana na ubadilishaji msimbo, kuna matokeo hasi kwa matumizi ya Kiswahili kwamba, lugha ya Kiswahili inapembezwa kutokana na ushindani fiche wa aina hii—yaani matumizi ya lugha za kienyeji katika miktadha inapofaa kutumika lugha ya Kiswahili, ambayo ndio lugha rasmi ya biashara na lugha kiungo katika kuwezesha ufanisi wa biashara zinazofanywa katika masoko ya wazi nchini Kenya. Wakati mwingine, kupembezwa kwa matumizi ya Kiswahili, kunatokana na chukulizi potofu kwamba, lugha ya Kiswahili ina maneno yasiyokuwa na mvuto au ushawishi unaoafikiana na shughuli za diskosi kama ya biashara. Hili linajitokeza katika mawasiliano yafuatayo;

Muuzaji: ***Jaber, leo nina nguo camera pekee yake.***

Mnunuzi: **Hebu unipatie ile umeniwekea nione.**

Muuzaji: **Hii unazionaje *Jaber*.**

Mnunuzi: **Hizi *Mogaka* zinakaa tu sawa ongeza ingine na unikatie bei.**

Muuzaji: **Wee leta bei yetu tu na usiongee tena.**

Katika mawasiliano haya, muuzaji na mnunuzi wanaonyesha kuwa wana uhusiano wa karibu. Hili linajitokeza kutokana na mawasiliano yao ambayo yanaonyesha kuwa wamefahamiana kwa muda mwingi sasa. Haya yanajibainisha kutokana na namna wanavyoanza mawasiliano yao ambapo, muuzaji anamrejelea mnunuzi kwa jina la kusifu la Kijaluo na kisha kusema kuwa siku hiyo alikuwa na nguo ambazo hazijachaguliwa kwingine. Muuzaji anasema kuwa “***Jaber, leo nina nguo camera pekee yake.***” Neno ***jaber*** ni neno la Kijaluo lenye maana ya mrembo. Matumizi wa neno hili yanaashiria mahusiano ya watu wanaofahamiana kiasi cha mmoja kumrejelea mwingine kwa jina la kumsifu kwa utani. Vilevile, katika usemi huu, muuzaji ametumia neno la Kiingereza, ***camera*** litumikalo katika miktadha ya biashara za ‘nguo za mtumba’ kwa maana ya kurejela ubora na usafi wa mali (nguo) ambayo, ndio mwanzo imefika sokoni, haijachaguliwa wala kupekuliwa na watu wengine. Kwa hivyo, matumizi ya neon ***camera*** katika muktadha huu, yanaonyesha kuwa muuzaji na mnunuzi wanajuana kwa karibu, hivi kwamba, matumizi yao ya lugha hayatawaliwi na usumbufu wa urasmi. Kwa hivyo, inawawia rahisi kubadilisha msimbo na kutumia lugha wanayoiona kuwa kunjufu, uchanganyaji wa Kijaluo na Kiingereza unaodhihirisha ujitambulishaji kimakundi kwa misingi maelewano na mahusiano ya kimazoea. Hii ni hali moja wazi inayoonyesha kwamba, matumizi ya ubadilishaji msimbo katika miktadha kama ya kibishara katika masoko ya wazi, yanaashiria uhusiano wa karibu unaoweza kuwako kati ya muuzaji na mnunuzi.

Katika kiwango kingine, uchanganuzi wetu wa data ulitubainishia kwamba, ubadilishaji msimbo katika mawasiliano kati ya wauzaji na wanunuzi katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii, hutumia maneno, istilahi na taratibu za kujieleza zinazotolewa katika lugha mbalimbali na kuzibebesha ama maana za kimuktadha kutegemea diskosi husika, au maneno na istilahi hizo kubebeshwa maana ibuka au tofauti na maana za maneno husika zilizozoeleka katika miktadha

mingine. Hii ina maana kuwa muuzaji na mnunuzi wanafahamiana na wana uhusiano wa karibu ndiposa wanayapa maneno ya Kiingereza maana tofauti na ambavyo inaeleweka na watu wote katika jamii-tumizi lugha husika. Kuna haja kukariri kuwa, Kiswahili ni lugha kiungo katika soko la Daraja Mbili, ila matumizi yake yanadunishwa na wauzaji na wanunuzi kutokana na mazoea yao ya kubadilisha msimbo kwa kuchopeka maneno ya Kiingereza kwa sentensi za Kiswahili. Kwa hivyo, ubadilishaji msimbo ni mbinu ambayo inatumiwa kudhihirisha uhusiano uliko kati ya wanunuzi na wauzaji katika soko la Daraja Mbili, kama inavyojitokeza katika mawasiliano yafuatayo;

Mnunuzi 1: **Vitunguu na ngapi?**

Muuzaji: **Kilo moja ni one twenty.**

Mnunuzi 2 : ***Eyemo si ni sawa omogaka.***

Muuzaji : (Kwa mnunuzi 2) **hakuna shida.**

Mawasiliano haya ni kati ya muuzaji wa vitunguu na mnunuzi wa vitunguu hivyo katika soko la Daraja Mbili. Hawa ni wanunuzi wawili wanaonunua vitunguu kwa pamoja, hasa ikizingatiwa kwamba, kuna Mnunuzi 1 na Mnunuzi 2 ambapo Mnunuzi 2 anaonekana kufahamiana na muuzaji ilhali Mnunuzi 1 ni kama ni mara yake ya kwanza katika kununua bidhaa katika soko hili. Mazungumzo haya yanaanza kwa Mnunuzi 1 anayetumia lugha ya Kiswahili anapouliza bei ya vitunguu na anaanza kuchagua bila kusema apunguziwe bei. Hili linajitokeza anaposema kuwa “**Vitunguu na ngapi ?**” lugha ya mkato sokoni kwa maana ya—‘unauza vitunguu kwa shilingi ngapi ?’, kisha kuanza kuchagua bila kuongea zaidi. Mnunuzi 1 anatumia Kiswahili bila kubadilisha msimbo katika usemi wake. Haulizi kupunguziwa bei, jambo linaloashiria kuwa hawafahamiani vizuri. Kwa upande mwingine, Mnunuzi 2 anaashiria kuwa wanafahamiana na muuzaji anapobadilisha msimbo na kutumia msimbo finyu kwa kusema ; “***Eyemo si ni sawa omogaka.***” Katika usemi huu, Mnunuzi 2 ametumia maneno mawili ya Ekegusii kisha hayo mengine ni ya Kiswahili. Neno, *eyemo* ni Ekegusii kwa maana ya moja. Mnunuzi 2 anatumia neno hili akiwa na maana ya shilingi mia moja ambayo kwa Ekegusii ni ‘*emia eyemo.*’ Mnunuzi 2 anatumia tu neno moja la Ekegusii na ambalo halioani na anachokirejelea. Ingawa hivyo, Muuzaji anaelewa anachomaanisha Mnunuzi 2 na ndio sababu anampa jibu. Hali hii inaonyesha kuwa Muuzaji na Mnunuzi 2 wanafahamiana na wana uhusiano wa karibu kutokana na kuwa wanaweza kutumia msimbo finyu kuwasiliana baina yao na kuelewana.

Uchanganuzi wa data na mjadala ulioibuliwa katika sehemu hii, ulidhamiria kuonyesha kwamba, ubadilishaji msimbo unatumiwa kama mbinu ya kudhihirisha aina za mahusiano zilizoko kati ya wauzaji na wanunuzi bidhaa katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Aina hizo za mahusiano zinajidhihirisha, sio kwa matumizi ya Kiswahili, bali kwa mikakati ya ubadilishaji msimbo inayoishia katika matumizi ya lugha kama Ekegusii, Kijaluo au Kiingereza katika mazungumzo yaliyoasisiwa awali kwa lugha ya Kiswahili. Hali hizi zinakitweza Kiswahili kwa kuashiria kimakosa kuwa lugha ya Kiswahili haina msamiati uwezao kuwashawishi na kuwavutia wanunuzi. Katika uchanganuzi wetu wa data, tumeonyesha kuwa maneno yanayochukuliwa kutoka lugha yoyote ile ili kudhibiti ubadilishaji msimbo, yanaweza kuwa yanatumiwa kwa maana

yao halisi au yanatumiwa na wauzaji na wanunuzi kama njia ya usimbaji maana ya kimuktadha inayoakisi muktadha, sajili na diskosi ya sokoni. Vilevile tuligundua kuwa kuna ubadilishaji msimbo katika mawasiliano kati ya wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili yanayolenga tu katika kujinasibisha na kundi fulani mahususi.

3.2.6 Ubadilishaji msimbo kwa lengo la kujinasibisha na kundi la wasomi

Kiasi kikubwa cha mawasiliano kati ya wauzaji na wanunuzi bidhaa katika soko la Daraja Mbili, hufanywa kwa lugha ya Kiswahili ikilinganishwa na lugha ya Kiingereza. Kiswahili kinatumiwa kama lugha ya biashara na kwa sababu hiyo, Kiswahili kinajitokeza kama lugha msingi na lugha tawala. Kimsingi, Kiswahili kinatumika kwa kuwa, soko la wazi la Daraja Mbili ni makutano ya watu—wanunuzi na wauzaji—kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali, na kwa hivyo, matumizi ya Kiswahili yanaakisi Kiswahili kama lugha ya kitaifa na lugha unganishi. Ingawa hivyo, wapo wauzaji na wanunuzi ambao huchopeka maneno ya Kiingereza hapa na pale katika mazungumzo ambayo kimsingi yanaendelezwa kwa Kiswahili. Hali hii ni tofauti na tulivyoonyesha awali katika sehemu nyingine za sura hii, ambapo tulibaini ikuwa wauzaji na wanunuzi hubadilisha msimbo katika mawasiliano yanayokitwa katika matumizi ya Kiswahili kufidia ukosefu wa udhibiti wa msamiati faafu au kwa nia ya kuwatenga watu wengine kwa muda. Hata hivyo, kuna hali mbali mbali ambapo wauzaji na wanunuzi katika soko la wazi la Daraja Mbili, hubadilisha msimbo kwa kuchopeka maneno ya Kiingereza katika mazungumzo yao. Ubadilishaji msimbo wa aina hii unaodhihirisha matumizi mengi ya Kiingereza, tuliyachukulia kama ubadilishaji msimbo unaopania kujinasibisha na kundi aali la wasomi nchini Kenya. Kwa usemi mwingine, wanaobadilisha msimbo na kuchopeka msamiati, istilahi na taratibu za ujielezaji za Kiingereza, ni watu wanoataka kujionyesha kuwa wao pia ni wasomi kama ifuatavyo katika mawasiliano yafuatayo :

- Mnunuzi: **Hii viatu ni *how much* baba?**
Muuzaji 1: **Leta *eighteen hundred* pekee yake**
Muuzaji 2: ***Come check on this* mkubwa**
Muuzaji 1: **Wee wacha hizo bwana si alikuwa anataka hizi**
Muuzaji 2: **Mkubwa *come come and check, I have quality ones***
Mnunuzi: **Nipe *number five* kama hii basi.**

Mawasiliano haya ni kati ya mnunuzi mmoja na wauzaji katika sehemu ya kuuzia viatu katika soko la wa la Daraja Mbili, mjini Kisii. Mnunuzi anachanganya Kiingereza na Kiswahili pale ambapo ameanza kwa Muuzaji 1 ambapo alitaka kununua viatu. Hata hivyo, Muuzaji 2 anayasikia mazungumzo ya mnunuzi na anarai kwa Kiingereza ambapo mnunuzi anamwacha Muuzaji 1 na kwenda kununua kutoka kwa Muuzaji 2. Muuzaji 2 anabadilisha msimbo kwa kutumia maneno ya Kiingereza ili kuonyesha kuwa anaweza kuelewana na mnunuzi hata kama ni katika daraja hiyo ya kuongea kwa Kiingereza, tofauti na Muuzaji 1 ambaye anatumia Kiswahili katika mawasiliano yake. Ubadilishaji msimbo huu unaweza kufasiriwa kwa njia nyingi kukijumuishwa haja ya kujinasibisha na kundi la wasomi, kuashiria bezu kuwa muuzaji Fulani hakijui Kiingereza vizuri,

na mambo mengine sawia na hayo. Muuzaji 2 anatumia fursa hiyo kuwasiliana kwa kutumia Kiingereza, jambo ambalo linamwezesha kukubaliana na mnunuzi ambaye hatimaye ananunua kutoka kwake. Ubadilishaji msimbo unaweza kutumiwa kwa lengo la kujinasibisha na kundi la wasomi kiasi cha kuwavutia wateja ambao wanakitumia Kiingereza zaidi ya Kiswahili. Hivyo basi Kiswahili kinachukuliwa kama lugha ya watu ambao hawajasoma na hii ni athari hasi.

2.4 Hitimisho

Katika sura hii, tumeshughulikia sababu za ubadilishaji msimbo ambazo zinaathiri Kiswahili kwa njia hasi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Kutokana na uchanganuzi wa data ya utafiti huu, tumeonyesha kuwa wauzaji na wanunuzi hubadilisha msimbo kwa sababu mbali mbali kama vile: ukosefu wa uhibititi wa uelewa wa kutosha wa Kiswahili, kufidia ukosefu wa msamiati faafu wa kurejelea dhana fulani kwa matumizi ya Kiswahili, ubadilishaji msimbo kwa nia ya kuwatenga washiriki fulani wa mawasiliano, kama mbinu ya kusisitiza jambo au kauli fulani, kudhihirisha uhusiano uliopo kati ya wauzaji na wanunuzi na kujinasibisha na kundi la wasomi. Tumeonyesha kuwa wauzaji hupachika maneno ya Kiingereza katika matumizi ya Kiswahili kwa lengo la kuwavutia wateja wanaotumia Kiingereza zaidi katika mawasiliano yao na kuashiria kuwa msamiati wa lugha ya Kiswahili hauna uwezo wa kuwavutia wanunuzi. Uchanganuzi wa data ulitubainishia kuwa maneno ya lugha za kiasili huchopekwa na kutumiwa katikati ya sentensi za Kiswahili wakati ambapo wauzaji na wanunuzi wanazungumzia bei ya bidhaa mbalimbali. Wanunuzi hubadilisha msimbo ili wawatenge wanunuzi wengine wasioelewa lugha yao hasa wanapotaka kupunguziwa bei za bidhaa. Kwa jumla, sababu zinazohusishwa au zinazochoecha ubadilishaji msimbo ni za aina nyingi na zinajibainisha tu katika uhalisia wa ubadilishaji msimbo husika. Lakini kuna sababu za wazi za ubadilishaji msimbo katika matumizi ya Kiswahili zinazokuchukulia kuwa, Kiswahili ni lugha ya watu ambao hawajasoma, maneno yake ni magumu na marefu kutamka, na hivyo, wauzaji na wanunuzi huhitari kuyatumia maneno yaliyo na silabi chache kutoka kwa Kiingereza au lugha za kiasili.

SURA YA TATU

3.0 AINA ZA UBADILISHAJI MSIMBO KATIKA SOKO LA WAZI LA DARAJA MBILI, MJINI KISII

3.1 Utangulizi

Katika uchanganuzi wetu wa data kwa lengo la kuonyesha kuathirika kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili kutokana na ubadilishaji msimbo ambapo Kiswahili kama lugha kiungo, inashurutishwa kukubali uchopekaji wa msamiati, istilahi na taratibu za ujielezaji za lugha ya Kiingereza au lugha za kiasili kama vile Ekegusii na Kijaluo, hatukuonyesha uanuwai wa uchopekaji huo pamoja na uanuwai wa ubadilishaji msimbo. Labda kama njia ya kukumbusha tu, ubadilishaji msimbo umefasiriwa kwa njia nyingi kama tulivyoonyesha katika sura ya pili, lakini hata hivyo, kuna haja kusesitiza kuwa katika ufasiri wa kijumla, ubadilishaji msimbo unahusishwa na matumizi ya lugha zaidi ya moja katika mawasiliano mamoja au katika tukio moja la kimazungumzo. Matumizi haya ya lugha zaidi ya moja katika mawasiliano, ni uhalisia unaojitokeza katika nchi au jamii zilizo na wasifu wa uwili-lugha au wingi-lugha. Hali kadhalika, kuna haja kukariri kuwa, uteuzi wa lugha pamoja na mfumo wa matumizi lugha katika mawasiliano katika shughuli au muktadha fulani mahususi, aghalabu unashurutika kuchukua mikondo na mitindo tofauti tofauti kutegemea mambo kama vile: uhusiano wa washiriki wa mawasiliano, sababu za mawasiliano husika na shughuli zinazoendelezwa katika wakati huo maalum. Mtindo wa matumizi lugha katika muktadha fulani unaweza kuzua athari inayokusudiwa au hata isiyokusudiwa kwa wazungumziwa kwa uelewa kwamba, uhalisia wa muktadha, sajili, diskosi na wahusika wa kimawasiliano, ni vichochezi vya kimsingi katika usababishaji wa ubadilishaji msimbo, na kwa misingi hiyo, uainishaji na utabakishaji wa misimbo.

Dhana hizi za uwili-lugha na wingi-lugha ambazo ziko katika kitovu cha ubadilishaji msimbo, zinaakisika katika soko la wazi la Daraja Mbili kwa misingi kwamba, soko hili ni makutano ya watu kutoka sehemu na maeneo mbalimbali, sio tu kutoka maeneo ya kaunti jirani kama Migori, Homabay, Kisumu, Bomet na Kericho, bali pia kutoka maeneo ya mbali nchini Kenya na hata nchi jirani. Makutano haya ya watu wengi kutoka sehemu mbalimbali, ni kichocheo kikubwa cha ubadilishaji msimbo, na kwa upande mwingine, ni kiashiria cha uanuwai wa aina za ubadilishaji msimbo zinazojitokeza katika mawasiliano ya diskosi ya biashara inayohimili mawasiliano katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Kutokana na ukweli kwamba, wauzaji na wanunuzi katika soko hili huwa ni watu kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali, kuna ukweli mwingine usioepukika kwamba, kunahitajika lugha unganishi kuwezesha watu kutoka lugha mbalimbali kuwasiliana na kuwezesha mawasiliano kuendelezwa kwa ufaafu na uathirifu unaonufaisha washiriki wote wa mawasiliano. Ni wazi kuwa, katika miktadha ya masoko ya wazi nchini Kenya,

Kiswahili ndiyo lugha ya biashara, kwa hivyo, ndiyo lugha kiungo katika soko la wazi kama Daraja Mbili. Pamoja na hayo, Kiswahili ni lugha rasmi na lugha ya kitaifa nchini Kenya (Katiba ya Kenya, 2010). Hii ina maana kwamba, Kiswahili ni lugha iliyoimarika, iliyoenea na kusambaa katika kila sehemu ya nchi, lugha iliyo na hadhi na uwezo wa kutumika katika takribani kila nyanja na harakati ya maisha nchini Kenya. Pamoja na kwamba, huu ndio uhalisia wa matumizi ya lugha ya Kiswahili, lugha hii inakumbana na ushindani kutoka pande mbili—kutoka kwa lugha ya Kiingereza kama lugha rasmi na kutoka kwa lugha za kienyeji kama lugha za utambulisho wa kijamii na kitamaduni. Ushindani huo unachangia utokeaji wa ubadilishaji msimbo unaojibanisha kwa misingi ya uchopekaji wa msamiati, istilahi na taratibu za kujieleza za lugha ya Kiingereza na lugha za kienyeji katika mawasiliano yanayoasisiwa kimsingi kwa Kiswahili. Kwa mintarafu ya kauli na hoja hizi za ufunguzi, sura hii ilipania kuangazia ubadilishaji msimbo kwa mkabala wa uainishaji wa misimbo kama njia nyingine ya kuonyesha uchangamano wa kuishughulikia dhana hii ya ubadilishaji msimbo.

3.2 Ubadilishaji Msimbo

Ubadilishaji msimbo, kama tulivyoonyesha katika sura iliyotangulia, ni hali ya kimawasiliano ya matumizi ya lugha zaidi ya moja katika mawasiliano mamoja au katika tukio moja la kimawasiliano kutegemea muktadha wa mawasiliano. Hali hii, kama tulivyoonyesha inachangiwa na wasifu wa uhalisia wa uwili-lugha au wingi-lugha wa washiriki wa mawasiliano ambapo, wasemaji wa lugha hutumia rasilimali za lugha wanazozifikia kwa urahisi na wanazochukulia kuwa zinawawesha kuwasiliana kwa urahisi na uathirifu. Watumiaji lugha katika uhalisia huo wa wingi-lugha hujipata kiuasilia wakitumia lugha walizozoelea katika mawasiliano yao na watu wengine kwa kutegemea malengo ya kimawasiliano waliyonayo. Katika muktadha wa soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii, lugha kiungo na lugha tawala ya shughuli za kibiashara ni lugha ya Kiswahili. Lakini lugha hii imo katika ushindani wa kila mara kutoka kwa lugha zinazoizunguka—Kiingereza pamoja na lugha za kienyeji. Ubadilishaji msimbo, kwa hivyo, una athari za aina nyingi kwa matumizi ya Kiswahili, lakini nyingi ya athari hizo ni athari hasi. Wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, huwasiliana na watu kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali na uhalisia huu una maana kwamba, ubadilishaji msimbo hauwezi kuepukika katika muktadha wa soko la wazi kama la Daraja Mbili. Japo kimsingi inatarajiwa kwamba, wauzaji na wanunuzi watawasiliana kwa lugha ya Kiswahili ambayo ndiyo lugha kiungo, ukweli wa kimawasiliano unadhihirisha ubadilishaji na uchanganyaji msimbo kwa kiasi kikubwa.

Ubadilishaji msimbo katika soko la Daraja Mbili, haukinzani na kauli za kinadharia na kiusomi, kwa mfano, hoja za Haugen (1956) kwamba, ubadilishaji msimbo unaakisi hali ya mtumiaji lugha aliye na udhibiti wa lugha nyingi huingiza maneno ya lugha kando katika mawasiliano yaliyoasisiwa kwa lugha tawala au lugha kiungo. Hivyo hivyo, uhalisia wa ubadilishaji msimbo katika soko hili haukinzani na kauli kama za Ngugi & Chacha (2004) wanaohoji kwamba, ubadilishaji msimbo ni matumizi ya lugha mbili au zaidi katika mazungumzo, kwa mfano, ya Kiswahili pasina kuwepo na lazima ya kuswahilisha maneno hayo au kuyashurutisha kuafiki kaida, kanuni na masharti ya matumizi ya Kiswahili. Ubadilishaji msimbo kwa mkabala wa uchopekaji

wa msamiati na vipengele vingine vya lugha za Kijaluo na Ekegusii, au ubadilishaji msimbo kwa mkabala wa kupachika pachika maneno ya Kiingereza hapa na pale katika matumizi ya Kiswahili, ni uhalisia mwingine unaoafikiana na kauli za kinadharia na kiusomi kuhusiana na dhana nzima ya ubadilishaji msimbo. Kwa hivyo, matumizi haya ya lugha mbili au zaidi katika matumizi ya lugha kiungo kama Kiswahili, ndiyo yanayorejelewa kama ubadilishaji msimbo katika mawasiliano kati ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii.

Katika uhalisia wa kiutekelezi, ubadilishaji msimbo una maana ya mzungumzaji kuchopeka maneno ya lugha nyingine katika mawasiliano yanayoendelezwa kwa lugha fulani iliyo lugha tawala au lugha kiungo. Kama tulivyokwisha kutaja, ubadilishaji msimbo si matumizi nasibu ya lugha yoyote ile, ni matumizi ya makusudi tena ya kimkakati yanayolenga kufikia malengo mahususi. Msamiati, istilahi au taratibu fulani za ujielezaji za lugha kando zinazochopekwa katika mawasiliano yanayodhibitiwa na lugha tawala, daima huwa zimekusudiwa kuibua athari fulani mahususi ya kimawasiliano, inaweza kuwa hasi au chanya. Katika miktadha ya sokoni, wauzaji na wanunuzi wa bidhaa huwa na malengo, maazimio, matarajio na malengo changamani ya kimawasiliano na kibiashara, uuzaji wa bidhaa kwa wingi, kwa haraka, kwa faida, au ununuzi wa bidhaa bora kwa bei nafuu kadri iwezekanavyo. Malengo haya changamani yanatekelezwa au yanaafikiwa kwa matumizi ya mikakati anuwai ya lugha kukijumuishwa, ubadilishaji msimbo. Uridhishaji wa malengo haya uko katika kitovu cha uteuzi wa lugha na matumizi ya lugha hiyo, ikizingatiwa kwamba, wauzaji au wanunuzi wateua lugha itakayowawezesha kuafikia malengo yao. Huu ni uhalisia unaoafikiana na kauli za Muysken (2000) anapohoji kwamba, ubadilishaji msimbo ni mabadiliko ya matumizi ya lugha ambayo hutokea katika mawasiliano mahususi kutegemea hali ilivyo. Hali za kimawasiliano katika miktadha ya sokoni huwa changamani na shindani kwa maana kwamba, malengo ya wauzaji hayasawiani na malengo ya wanunuzi. Kwa hali hii basi, wauzaji bidhaa wanateua lugha kimkakati sawia na jinsi ambavyo wanunuzi huteua lugha kimkakati. Mijadala ya uwekaji bei na maafikiano yawayo yoyote yale, yanaafikiwa au kuridhishwa kwa misingi ya jinsi lugha ilivyoteuliwa na kutumiwa kimkakati, na mkakati mojawapo, ni ubadilishaji msimbo. Ni katika harakati za kujadiliana bei za bidhaa ambapo wauzaji na wanunuzi hujipata wakibadilisha msimbo ili kuweza kuafikiana bei ambayo wote wanaridhika nayo. Mawasiliano katika soko la Daraja Mbili ni mawasiliano ya sajili ya sokoni yanayojibainisha kwa njia na viwango mbalimbali. Mifano ifuatayo inaashiria uanuwai wa ubadilishaji msimbo katika soko la wazi la Daraja Mbili. Kwa mfano, mazungumzo haya yalirekodiwa katika karakana ya kuuza vyuma vikuukuu:

- Muuzaji: **Ni *one hundred* (shilingi mia moja) tu.**
- Mnunuzi: **Aaai kastoma fanya *fifty* (hamsini) nichukue kilo tatu.**
- Muuzaji: **Haki hiyo unataka niende nyumbani, hata mimi sijaletaa na *fifty*.**
- Mnunuzi: **Sawa basi wacha nichukue siku ingine nikiwa na pesa za kutosha.**

- Muuzaji: **Haki hapana, hiyo siku ingine utapata bei *imeshoot* (imepanda).
Wee sema utanipea ngapi basi**
- Mnunuzi: **Yawa, si nimesema *fifty* tu juu wee ni kastoma yangu.**
- Muuzaji: **Ongeza kitu *coz* hata mimi sichukui na hiyo bei.**
- Mnunuzi: **Okay basi, chukua *seventy* (sabini) kwa kila kilo.**
- Muuzaji: **Tufanye hivi, leta *eighty* (themanini) nikuachie tu juu wewe ni mtu wangu.**
- Mnunuzi: **Wee ni mgumu, nitachukua lakini nitahama hii duka yako.**

Katika mawasiliano haya, mazungumzo yanahusiana na muuzaji na mnunuzi kujadiliana juu ya bei ya bidhaa zinazohusika, vipande vya chuma kuu kuu vinavyotumiwa kwa ukarabati wa toroli zitumikazo sokoni. Washiriki wa mawasiliano haya wanabadilisha msimbo katika mazungumzo ambayo yameasisiwa na kudhibitiwa kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili kama lugha msingi. Ubadilishaji msimbo unajibainisha kwa matumizi ya maneno ya Kiingereza na Kijaluo. Muuzaji na mnunuzi wanatumia maneno ya Kiingereza wanaporejelea pesa, *fifty, one hundred, seventy na eighty*. Matumizi ya Kiingereza yanashamiri pale mazungumzo yanapokita juu ya kupata mwafaka wa bei ya bidhaa. Inavyoelekea ni kwamba, wauzaji na wanunuzi wanabadilisha msimbo na kutumia Kiingereza labda kwa sababu wanaona kinawawia rahisi kuafikiana juu ya bei ikilinganishwa na matumizi ya Kiswahili. Hali kadhalika, inaweza kukisiwa kuwa, ubadilishaji msimbo unaojibainisha kwa matumizi ya Kiingereza badala ya Kiswahili, unakusudiwa kurahisisha mawasiliano. Hii ni kauli inayochukulia kwamba, maneno ya Kiingereza yana ukunjufu wa aina na mwafaka wa kujadiliana kuhusu bei ya bidhaa. Uchanganuzi wa data ya utafiti huu, umetubainishia kuwa, wauzaji na wanunuzi hutumia maneno ya Kiingereza wanaporejelea pesa na hasa wanapotaka kupunguziwa bei.

Data ambayo tumeirejelea hapa juu pia imethibitisha kuwa wauzaji na wanunuzi hutumia vihisishi vya lugha za kiasili katika matumizi ya Kiswahili. Mbali na matumizi ya vipengele vya Kiingereza, kuna pia hali ambapo wauzaji na wanunuzi wanatumia vihisishi vya lugha ya Kijaluo, kwa mfano, kihisishi *yawa* ambacho ni kipengele cha Kijaluo kinachoashiria mshangao. Huu ni mfano mzuri wa ubadilishaji msimbo katika muktadha wa soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Katika muktadha huu, kihisishi cha lugha ya asilia ya mnunuzi, kimetumiwa kuonyesha hisia na kwa njia hiyo kujenga ukaribu wa kimahusiano kati ya muuzaji na mnunuzi. Inaelekea kuwa ni rahisi kutoa hisia kwa kutumia lugha ya kwanza ya msemaji, labda kwa sababu za mazoea.

Katika tukio hili la mawasiliano, muuzaji na mnunuzi wanaafikiana juu ya bei ambapo kila mmoja ameridhia anachokipata. Maafikiano haya ya bei ni matokeo ya maafikiano ya kimawasiliano kupitia kwa ubadilishaji msimbo katika mazungumzo ambayo kimsingi yanakitwa kwa lugha kiungo, Kiswahili. Hii ni kinyume na biashara katika maduka ya jumla ambapo hamna fursa ya kujadiliana juu ya bei, kwa hivyo, hakuna uwezekano wa kubadilisha msimbo kwa sababu nafasi ya mazungumzo ni finyu mno. Katika soko la wazi ambapo fursa hizi za mazungumzo ni nyingi,

uwezekano wa matumizi ya kihisishi kama hiki cha lugha ya Kijaluo, unawezesha ujenzi wa mahusiano na maafikiano kati ya muuzaji na mnunuzi. Maafikiano ya bei yametokea baada ya kuwasiliana kwa kutumia lugha ya Kiswahili, Kiingereza na Kijaluo. Kwa hivyo, tunaweza kuhoji kwamba, ubadilishaji msimbo katika mawasiliano katika soko la Daraja Mbili mjini Kisii, ni mkakati makusudi wa kimawasiliano unaotumiwa kuafikia mambo mengi—kuafikiana juu ya bei ya bidhaa, kuthibitisha ubora wa bidhaa, upatikanaji wa bidhaa na huduma za baada ya mauzo. Hivyo hivyo, ubadilishaji msimbo hutumiwa kama mbinu ya kushawishi wauzaji wa bidhaa katika soko hili kutekeleza majukumu mbalimbali.

Uchanganuzi wetu wa data ulibainisha wasifu mwingine wa sajili ya sokoni unaohusiana na ubadilishaji msimbo. Licha ya ukweli kwamba, wauzaji na wanunuzi katika soko la wazi la Daraja Mbili, wanatumia Kiswahili kama lugha msingi na lugha kiungo ya uendeshaji shughuli zote za kibiashara, kuna matukio mengi ambapo kuna uingizwaji wa msamiati au vipengele vingine vya lugha ya Kiingereza na lugha za kiasili katika matumizi ya Kiswahili. Hali hii inashadidia hoja na kauli za Myers-Scotton (1993) kwamba, ubadilishaji msimbo ni uteuzi na matumizi ya mifumo ya lugha mbili au zaidi katika mawasiliano mambo kwa lengo la kujieleza kwa njia za kuridhisha. Hali kadhalika, Myers-Scotton anahoji kwamba, ubadilishaji msimbo ni mbinu ya kukabiliana na tatizo la upangaji wa mawazo katika sentensi kwa kutumia lugha zaidi ya moja.

Uchanganuzi wa data katika utafiti huu, umetubainishia kwamba, wauzaji na wanunuzi wa bidhaa hutumia maneno ya Kiingereza kurejelea bei ya bidhaa zao. Tuligundua pia kuwa wafanyabiashara katika soko la Daraja Mbili hutumia vihisishi vya lugha zao za kiasili kuonyesha hisia zao za ndani hasa pale wanapotaka kujenga ukaribu wa kimahusiano na kufikia maafikiano fulani ya kimawasiliano. Kwa hivyo, tunaweza kusema kuwa, wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko hili hubadilisha msimbo katika mawasiliano yao ili kuweza kuzua athari itakayowawezesha kutimiza malengo yao ya kimawasiliano kuhusiana na uwezekano wa kupata bidhaa kwa bei nafuu (kwa wanunuzi) au kuuza bidhaa kwa bei inayoridhisha (kwa wauzaji). Uhalisia huu wa kimahusiano, kidiskosi na kimawasiliano una maana kwamba, licha ya nia na azma ya kutumia Kiswahili kama lugha kiungo na lugha ya kitaifa, ubadilishaji msimbo hauwezi kuepukika katika muktadha wa soko la wazi kama la Daraja Mbili, ubadilishaji msimbo huwawezesha wauzaji na wanunuzi kuafikiana kimazungumzo na kila mmoja kuridhika na matokeo ya mawasiliano husika.

Fasold (1984) katika kulishughulikia suala hili hili la ubadilishaji msimbo, amehoji kwamba, kubadilisha msimbo ni hali ya kubadilisha lugha wakati wana wingi-lugha wanapowasiliana. Fasold anaendelea kuhoji kwamba, wana wingi-lugha hujipata wakibadilisha msimbo wanapowasiliana kwa kuwa wana umilisi wa lugha mbili au zaidi. Kwa hivyo, kwa wanajamii ambao wana umilisi wa wingi-lugha, ni kaida kwao kuwasiliana kwa kutumia sentensi zilizo na maneno kutoka kwa lugha mbalimbali wazazozijua ili kujieleza kwa namna itakayowawezesha kutimiza malengo mahususi. Hii ndio sababu wauzaji na wanunuzi wanabadilisha msimbo ili waweze kutumia maneno ambayo yatazua athari wanayoikusudia kwa walengwa wao, na kwa upande mwingine, kuwawezesha kutimiza malengo yao ya wakati maalum. Kinachobainika kutokana na kauli na hoja za Fasold ni kwamba, ubadilishaji msimbo hutokea katika jamii zilizo

na wasifu wa wingi-lugha, kwa hivyo, kwa kawaida hutumia lugha fulani msingi na kisha kuongezea maneno ya lugha nyingine zilizo katika ujirani au ushindani na lugha tawala, kama ilivyo kwa Kiswahili nchini Kenya. Hii ndiyo haja ya kimawasiliano inayobainika katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii ambapo wauzaji na wanunuzi wanatumia Kiswahili kama lugha msingi, Kiingereza, Ekegusii na Kijaluo kama lugha zinazobainika zaidi katika matukio ya ubadilishaji msimbo, kutegemea ni nani anazungumza na nani. Wauzaji na wanunuzi wengi tuliowarekodi kama watoa taarifa kwa ajili ya ukusanyaji data walikuwa wanatumia Kiswahili kama lugha msingi, Kiingereza na maneno ya Ekegusii au Kijaluo kama vipengele vya ubadilishaji msimbo.

Baadhi ya wataalamu wengine wanasema kuwa, ubadilishaji msimbo ni matumizi ya lugha kwa njia ya kuzibadilisha lugha ama katika mafungu madogo kama sentensi au hata katika diskosi nzima ya mawasiliano. Mathalan, Grosjean (1982) na Mirloy & Muysken (1995) wanasema kwamba, watumiaji lugha katika jamii zilizo na wasifu wa uwili-lugha au wingi-lugha, huzitumia lugha wazijuazo kwa utaratibu wa kubadilishana katika mawasiliano mahususi kutegemea wanaohusika, malengo ya kimawasiliano na muktadha wa mawasiliano. Wataalamu hawa wanahoji kwamba, watu ambao wana umilisi wa uwili-lugha au wingi-lugha, hutumia lugha wazijuazo kwa kuzibadilisha katika mawasiliano yao ili kuwasilisha ujumbe, matakwa na matarajio yao kwa jinsi wanavyoyakusudia yaeleweke na yafasiriwe hivyo. Hii ina maana kwamba, washiriki wa mawasiliano hutumia lugha mbili au zaidi kwa kutumia maneno kutoka kwa lugha mbalimbali kwa kuamini kwamba, maneno, istilahi au taratibu za kujieleza wazitumiazo zitazua athari wanayokusudia. Katika muktadha wa sokoni, kama ilivyo katika soko la wazi la Daraja Mbili, wauzaji hulenga kuwauzia wanunuzi wengi iwezekanavyo, kuuza bidhaa nyingi iwezekanavyo na kwa upande wao, wanunuzi hulenga kupata bidhaa bora kwa bei nafuu iwezekanavyo. Malengo na matarajio haya yote hutekelezwa kupitia kwa lugha ambayo hujibainisha kwa njia anuwai ikijumuisha upigaji mbinja, ugongaji wa vyuma, lakini muhimu zaidi, matumizi ya lugha kwa kutumia maneno ya lugha ambayo itawavuta wanunuzi, ikiwa ni pamoja na ubadilishaji msimbo kwa kadri shughuli na miktadha ya sokoni inavyoruhusu.

Licha ya kauli tulizotoa katika sura ya pili, ni muhimu kukariri kwamba, katika utafiti huu, tunashirikisha pia uelewa wa dhana ya ubadilishaji msimbo kama ilivyofafanuliwa na kuelezwa na Cromdal (2000). Cromdal anauona ubadilishaji msimbo kama hali ya kutumia lugha mbili au zaidi katika sentensi moja kati ya wazungumzaji wawili au zaidi. Ufafanuzi huu wa Cromdal unaakisi uhalisia na sifa za sajili na diskosi ya sokoni unaojibainisha kimsingi katika masuala yanayohusiana na uzungumzaji wa uuzaji na ununuzi, sifa ambayo haipatikani katika biashara za maduka ya jumla. Uanuwai wa usuli wa wauzaji na wanunuzi wanaofika katika soko la Daraja Mbili, kwa kiasi kikubwa wanaendeleza shughuli zao kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili na kisha, mawasiliano haya huwa yanaingiliwa na uchopekaji wa maneno, istilahi na taratibu za ujielezaji za lugha ya Ekegusii, Kijaluo na Kiingereza. Hii ina maana kwamba, kuna zaidi ya lugha tatu ambazo ziko katika hali ya ushindani kimazungumzo na kimawasiliano katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Hii ina maana vilevile kwamba, Kiswahili kinajikuta katika hali ya mbano wa kimatumizi.

Ni muhimu kutaja hapa kuwa ubadilishaji msimbo katika mawasiliano yoyote yale, hauifanyi lugha kiungo au lugha inayochangia ubadilishaji msimbo, kupoteza sifa zake za kiisimu. Hii ina maana kwamba, mifumo ya kisarufi na kisintaksia kama vile, kaida na kanuni za uundaji wa sentensi za lugha zote zinazohusika haibadiliki mtu anapobadilisha msimbo. Hivyo hivyo, wauzaji na wanunuzi katika soko la wazi la Daraja Mbili, wanapokuwa wanatumia Kiswahili kama lugha msingi na wanapochopeka maneno, istilahi na taratibu za ujielezaji za Ekegusii, Kijaluo au Kiingereza, uchopekaji huo hauborongi mifumo, kaida na kanuni za kisarufi, kisintaksia na kisemantiki za matumizi ya Kiswahili. Ni kwa misingi ya uelewa huu ambapo tuliweza kubaini kwamba, wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la Daraja Mbili, wanafuata kaida, kanuni na taratibu za ujielezaji za matumizi ya lugha ya Kiswahili, kwa mfano, tulibaini uwepo wa upatanisho wa kisarufi. Pale ambapo upatanisho wa kisarufi wa lugha ya Kiswahili inapokuwa haufuatwi au hauzingatiwi, kasoro hizo hazitokani na ubadilishaji msimbo, bali zinasabishwa na wasifu na uhalisia wa muktadha wa sokoni unaoruhusu ukiukaji huo wa kisarufi na kisintaksia. Tofauti na ilivyo katika miktadha rasmi inayoshurutisha uzingatiaji wa upatanisho wa kisarufi, kama vile katika bunge, mahakamani na shuleni, miktadha ya sokoni ina uhuru unaoruhusu lugha kutumiwa kwa njia nyepesi na zisizo rasmi.

Sifa moja ya kimsingi inayojitokeza katika sajili ya sokoni, hususan katika mazungumzo na mawasiliano ya sokoni kwa jumla, ni ubadilishaji msimbo. Ubadilishaji msimbo unaojitokeza katika soko la wazi la Daraja Mbili, si ubadilishaji msimbo wa aina moja kila wakati na katika kila hali, unajibainisha kwa aina na miundo anuwai. Uchanganuzi wa data iliyotumiwa katika utafiti huu, ulitubainishia kwamba, wauzaji na wanunuzi katika soko hili hutumia Kiswahili kwa kiasi kikubwa lakini huwa kunatokea hali zinazoshurutisha ubadilishaji wa msimbo kutegemea msemewa ni nani. Moja ya hali hizi, tulibaini inahusiana na wauzaji au wanunuzi kuwa na ufahamu wa awali wa wateja wao, au kutokana na kuwatambua wateja wao kwa misingi ya kuwa wazungumzaji wa jamii-tumizi lugha fulani, ndipo kunapotokea ubadilishaji msimbo unaojibainisha kwa upachikaji wa maneno ya lugha ya msemewa. Kwa kiasi kikubwa uchopekaji msamiati wa lugha nyinginezo katika matumizi ya Kiswahili ulijitokeza kama matumizi ya sentensi nzima au kiasi au sehemu fulani ya sentensi kutegemea wanunuzi wa mazungumzo husika. Kwa misingi hii, tuligundua kuwa wauzaji na wanunuzi hupachika maneno ya lugha nyingine mwanzoni, katikati au mwishoni mwa sentensi za Kiswahili. Haya ndio tunayoyajadili katika sehemu ifuatayo.

3.3 Aina za Ubadilishaji Msimbo

Ubadilishaji msimbo sawia na ulivyo uchangananyi msimbo, hujitokeza kwa namna mbalimbali katika mawasiliano husika kukiwemo; upachikaji wa maneno ya lugha za kiasili au Kiingereza mwanzoni, katikati au mwishoni mwa sentensi za Kiswahili. Wataalam kama vile Poplack (1982) na Kamwangamalu (1992) wanasema kuwa, katika hali za kawaida, ubadilishaji msimbo huwa wa ndani au kati. Kauli za wataalam hawa zinaelekea kuhoji kwamba, kuna aina mbili tu za ubadilishaji msimbo ambazo ni—ubadilishaji msimbo kati na ubadilishaji msimbo ndani ya sentensi. Kwa upande mwingine, Muysken (2000) anasema kuwa, wasemaji walio na umilisi wa

uwili-lugha hubadilisha msimbo kwa kupachika maneno ya lugha nyingine ama mwanzoni, katikati au mwishoni mwa sentensi. Muysken anaonyesha kuwa zipo aina tatu za ubadilishaji msimbo. Uchanganuzi wa data ya utafiti huu, ulituzesha kubaini kuwa wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko la wazi la Daraja Mbili, huchopeka maneno ya Kiingereza, Ekegusii na Kijaluo mwanzoni, katikati au mwishoni mwa sentensi za Kiswahili. Aina hizi za ubadilishaji msimbo zinazungumziwa na kujadiliwa katika sehemu zinazofuta.

2.3.1 Ubadilishaji msimbo mwanzoni mwa sentensi

Ubadilishaji msimbo mwanzoni mwa sentensi za Kiswahili, ulielekea kutokea pale ambapo wauzaji na wanunuzi wanaanza mazungumzo yao kwa kutumia neno la Kiingereza au la lugha za kiasili kisha kuiendeleza sentensi hiyo kwa lugha ya Kiswahili. Hali kadhalika, uchanganuzi wetu wa data ulitubainisha kuwa wauzaji na wanunuzi huchopeka maneno ya Kiingereza, Kijaluo au Ekegusii mwanzoni mwa sentensi na kisha kuiendeleza kwa Kiswahili. Tulibaini kuwa wauzaji na wanunuzi huanza mazungumzo kwa matumizi ya neno fulani la lugha ya kiasili kutegemea ni nani anazungumza na nani (yaani, iwapo muuzaji ni Mkisii na mnunuzi ni Mjaluo, au muuzaji atianza sentensi kwa neno la Ekegusii iwapo mnunuzi ni Mkisii). Hii inaonyesha kuwa wazungumzaji hutumia maneno ya lugha yao ya asili kwa lengo la kutaka kumshawishi wenzao. Wauzaji na wanunuzi hutumia maneno ya lugha za kiasili kwa kuyachukulia kuwa yana ushawishi mkubwa yakilinganishwa na maneno ya Kiswahili. Hii ni kwa sababu wauzaji na wanunuzi wote wanatumia maneno ya lugha za kiasili ili kuzua athari inayokusudiwa na kwa njia hiyo kuafikia au kuridhisha malengo na matarajio fulani.

2.3.1.1 Matumizi ya vihisishi vya lugha nyingine mwanzoni mwa sentensi za Kiswahili

Vihisishi ni maneno ambayo hutumiwa katika sentensi kuashiria hisia za aina fulani alizonazo mtu kuhusiana na jambo, mtu, tukio, tendo au shughuli fulani. Hisia hizi zinaweza kuwa za huzuni, furaha, mshangao, masikitiko na hata hofu. Maneno ambayo huashiria hisia za mtu ni kama vile salaale! Mtume! na mengine sawia na hayo. Vihisishi vina uwezo wa kuwasilisha maana za aina mbalimbali. Kwa mfano, vihisishi vinaweza kutabakishwa kama vihisishi vya kuashiria furaha, kama vile Huree! Oyee! Hoyee! Vihisishi vya masikitiko ni kama vile Ole wangu! na maskini wee! Navyo vihisishi vya mshangao ni kama vile Lo ! na Salaale ! Uchanganuzi wetu wa data ya utafiti huu, ulitubainisha kuwa wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili hutumia vihisishi vya kuashiria mshangao na masikitiko zaidi ikilinganishwa na vile vya furaha, huzuni au hata masikitiko. Tulibaini kuwa vihisishi vya mshangao hujitokeza zaidi kwa upande wa wanunuzi hasa pale wanapoambiwa bei ya bidhaa ambayo hawakuitarajia. Kwa upande mwingine, wauzaji hutumia vihisishi vya masikitiko kuashiria kutoridhishwa kwao na bei ambayo hupendekezwa na wanunuzi kuhusiana na kununua bidhaa fulani. Katika sehemu hii tutaangazia mawasiliano ambapo vihisishi vya lugha ya kiasili hutumiwa mwanzoni mwa sentensi ya Kiswahili kama inavyoonekana katika mfano ufuatao ;

“Yawa! Nifanyie vile tumeongea, usifukuze kastoma.”

Katika mfano huu, mnunuzi anabadilisha msimbo kwa kutumia kihisishi cha lugha ya Kijaluo mwanzoni mwa sentensi ya Kiswahili ambapo neno **yawa** ni kihisishi cha Kijaluo cha kuonyesha mshangao. Mnunuzi anashangazwa na bei aliyoisema muuzaji na hili linamfanya kutumia kihisishi cha lugha yake ya kiasili kuonyesha mshangao huo. Mnunuzi anashangaa kwa sababu licha ya kujadiliana juu ya bei ya bidhaa husika kwa muda, bado muuzaji hajaridhia kuuza bidhaa kwa bei aitakayo mnunuzi. Hii ndio sababu mnunuzi anatumia kihisishi cha Kijaluo mwanzoni mwa sentensi kuonyesha nia yake ya kutaka kupunguziwa bei na muuzaji. Kihisishi cha Kijaluo kinakuwa mwafaka kwa kuwa mnunuzi anaonyesha kuwa ana ilhamu ya kutaka kupunguziwa kiasi cha pesa.

Uchanganuzi wetu wa data ulitubainishia pia kuwa wauzaji katika soko la Daraja Mbili, hutumia vihisishi vya kuashiria mshangao kwa kuanza kwa neno la Ekegusii, kwa usemi mwingine matumizi ya vihisishi kutoka kwa lugha ya mnunuzi ni mbinu ya mawasiliano inayodhamiria sio tu kudhibiti mawasiliano husika, bali pia inalenga kuwavutia wanunuzi na kuwafanya wanunue bidhaa. Kwa hivyo, matumizi ya maneno kutoka kwa lugha za kiasili ni mbinu mojawapo ya kuwavutia wanunuzi. Hii ina athari hasi kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili kwa kuwa, inaelekea kudai kuwa hakuna vihisishi vya lugha ya Kiswahili ambavyo vinaweza kutumia kuwashawishi wanunuzi. Ubadilishaji msimbo huu unaokita katika matumizi ya vihisishi vya lugha za kiasili au hata Kiingereza pale Kiswahili kinapostahili kutumiwa, unaathiri Kiswahili kwa kukinadunisha na kuchukuliwa kuwa vihisishi vyake havina uwezo wa kutoa mshawasha unaokusudiwa. Vihisishi kama hivi vya Ekegusii vinavyotumiwa na wauzaji na wanunuzi mwanzoni mwa sentensi za Kiswahili, ni vihisishi vinavyoweza kufidiwa kwa matumizi ya Kiswahili. Usemi ufuatao unahusu tukio la muuzaji wa mikeka ambapo usemi ulianza kwa vihisishi kama;

“Gaaki! Unataka kunirudisha nyumbani haki, hata mimi sijaletae na hiyo bei.”

Neno **gaaki** ni kihisishi kutoka kwa lugha ya Ekegusii ambacho kimetumika mwanzoni mwa sentensi ya Kiswahili kuonyesha rai. Kuna ithibati hapa kwamba, muuzaji anamfahamu mnunuzi ndio maana anatumia kihisishi cha Ekegusii kumshawishi mnunuzi kuamini kuwa bei anayoisema ni mwafaka sana na nafuu kwa mnunuzi. Wauzaji hubadilisha msimbo kwa kutumia maneno au vipengele vingine vya kutoka kwa lugha ya mnunuzi kama njia ya kumshawishi kukubaliana na bei. Kihisishi **gaaki** ambacho kimetumiwa kurai, ni kihisishi kinachoweza kufidiwa kwa matumizi ya Kiswahili, kwa mfano, kwa matumizi ya **jamani** na kikaishia kutelekeza majukumu yale yale ya kumshawishi mnunuzi akubali kununua bidhaa kwa bei anayoambiwa. Kwa hivyo, kwamba muuzaji anatumia neno la Ekegusii mwanzoni mwa sentensi ya Kiswahili, haina maana kwamba, maneno ya Kiswahili hayangesadifu kutekeleza majukumu hayohayo. Mbali na matumizi ya vihisishi kutoka lugha ya Ekegusii mwanzoni mwa sentensi za Kiswahili, tulibaini mara nyingi wauzaji na wanunuzi katika soko hili walipotumia au kuanza sentensi kwa maneno ya lugha ya Kiingereza kama tutakavyoonyesha katika sehemu ifuatayo.

2.3.1.2 Nomino za lugha ya Kiingereza mwanzoni mwa sentensi za Kiswahili

Nomino ni maneno ambayo hutumiwa kutaja mtu, kitu, mahali, jambo au hata hali fulani. Uchanganuzi wetu wa data ya utafiti huu ulitubainishia kwamba, kuna hali kadha wa kadha ambapo wauzaji na wanunuzi katika soko la wazi la Daraja Mbili huanza mazungumzo yao kwa matumizi ya nomino za lugha ya Kiingereza na kisha kuiendeleza sentensi husika kwa Kiswahili. Nomino za lugha ya Kiingereza pale zinapojitokeza na kutumiwa kuanza sentensi ambayo hatimaye inahitimishwa kwa Kiswahili, aghalabu hukusudiwa mazungumzo husika yajitokeze kwa njia mwafaka ya kujieleza ipasavyo. Wauzaji na wanunuzi huteua maneno kutoka kwa lugha ambayo wanajua kuwa itawawezesha kueleweka ipasavyo na washiriki wengine wa mawasiliano husika. Hali kadhalika, tulibaini hali ambapo wauzaji walianza sentensi kwa maneno kutoka lugha ambayo wanaichukulia kuwa ina mshawasha na itawavutia wanunuzi. Kwa upande mwingine, tulibaini hali ambapo wanunuzi walianza sentensi kwa maneno ambayo waliyachukulia kuwa yatawashawishi wauzaji kupunguza bei za bidhaa zao. Wanunuzi huwa na hamu ya kutaka kununua bidhaa kwa bei nafuu iwezekanavyo. Mfano wa matumizi ya maneno ya Kiingereza mwanzoni mwa sentensi ya Kiswahili ni kama ufuatao :

Shop yake hainanga hizo machuma....

Box iko sawa kabisa, wewe chukua na utakuja kuniambia.

Dress na hamsini, ni hamsini tu...

Slippers ni mia tu. Mia moja, mia moja.

Kiswahili kimetumika kama lugha msingi katika sentensi hizi huku nomino za Kiingereza zikitumiwa kuanza sentensi hizi. Katika sentensi ya kwanza, neno la Kiingereza ***shop*** lina maana ya duka kwa Kiswahili, haieleweki ni kwa nini neno la Kiswahili '***duka***' halikutumika na ilhali ni neno ambalo limezoeleka. Huu ni mfano wa ubadilishaji msimbo unaotumia neno la Kiingereza kwa sababu ambazo hazina ulazima isipokuwa tu kwamba ni mazoea na wala sio ukosefu wa neno mwafaka katika lugha ya Kiswahili. Tunasema hivi kwa sababu moja kati ya visababishi vikuu vya ubadilishaji msimbo, ni ukosefu wa udhibiti wa msamiati mwafaka na faafu wa kurejelea jambo fulani katika lugha tawala au lugha kiungo, kwa mfano hapa ambapo Kiswahili hakina ukosefu huo. Ubadilishaji msimbo huu katika muktadha huu, unaelekea kushawishiwa na maslahi ya kutaka kujinasibisha na kundi fulani la watu. Katika sentensi ya kwanza, muuzaji anaanza sentensi kwa neno la Kiingereza kisha kuiendeleza kwa lugha ya Kiswahili—***Shop yake hainanga hizo machuma....*** Muuzaji anatumia neno la Kiingereza kwa namna inayoonyesha kuwa wauzaji na wanunuzi katika soko hili wamezoea kutumia neno la Kiingereza, ***shop*** zaidi kuliko neno '***duka***' la Kiswahili. Huu ni ubadilishaji msimbo ulio na athari kwa matumizi ya Kiswahili kwa kuwa unachochea kubuniwa kwa chukulizi potofu kwamba, neno la Kiswahili ***duka*** halina uzito wala mvuto likilinganishwa na neno la Kiingereza ***shop***.

Katika sentensi ya pili, muuzaji ameanza sentensi kwa neno la Kiingereza kisha kuiendeleza kwa Kiswahili—***Box iko sawa kabisa, wewe chukua na utakuja kuniambia.*** Neno ***box*** linatafsirika kwa urahisi kama ***sanduku*** katika lugha ya Kiswahili na hili ni neno ambalo si geni ni neno la

mazoea. Haijulikani ni nini hasa kinachochoea matumizi ya neno la Kiingereza katika hali ambapo kuna neno faafu la Kiswahili. Kumewahi kutolewa kauli kwamba, katika miktadha fulani, ubadilishaji msimbo unaweza kuhusishwa na muundo wa lugha, kwamba kuna lugha zilizo na maneno yanayochukua muda mrefu kutamka na mengine muda mfupi. Kwa mfano hapa, inadaiwa kuwa neno *box* ni neno fupi kutamkwa likilinganishwa na neno *sanduku* la Kiswahili. Kauli hiyo inazidi kudai kwamba, neno *box* lina silabi mbili *bo-x* likilinganishwa na neno sanduku lililo na silabi tatu *sa-ndu-ku*. Kwa hivyo, madai kwamba muundo kama huu unaweza kusababisha ubadilishaji msimbo, ni madai zembe yanayodhalilisha matumizi ya Kiswahili. Pamoja na hayo, madai kwamba Kiswahili kinachukuliwa kuwa na maneno marefu yachukuayo muda mrefu kutamka, ni madai zembe vilevile, kwa kuwa wauzaji na wanunuzi katika soko la wazi kama Daraja Mbili wana muda mwingi wa kutekeleza shughuli zao.

Uchanganuzi wa data ya utafiti huu ulitubainishia kwamba, ubadilishaji msimbo unaweza kuwa unasababishwa na haja ya wauzaji na wanunuzi kurejelea bidhaa sokoni kwa lugha au kwa maneno wanayoyachukulia kuwa mepesi kubainisha bidhaa wanazozirejelea. Kwa mfano hapa, katika sentensi ya tatu muuzaji anaanza sentensi kwa usemi—*Dress na hamsini, ni hamsini tu...* neno la Kiingereza lililo na maana ya jumla ya *nguo*. Neno la Kiswahili *nguo* lina maana ya jumla inayorejelea mavazi ya aina nyingi kukiwemo shati, rinda, koti, suruali na mengine mengi. Kwa hivyo, ubadilishaji msimbo huu unaohusisha neno la Kiingereza *dress* unajitokeza kama ubadilishaji msimbo wa lazima kwa sababu unakusudia kujenga umahususi wa kile kinachorejelewa. Neno la Kiingereza *dress* linawezesha umahususi na uwazi wa kinachorejelewa kujitokeza kwa ubayana zaidi, hasa inapozingatiwa kwamba, mnunuzi anataka kuchagua aina mahususi ya vazi kutoka kwa ujumla wa mavazi. Ubadilishaji msimbo huu umeshawishiwa na haja ya kuwa bayana zaidi ikizingatiwa kwamba, lau muuzaji au mnunuzi angetumia neno la Kiswahili, *nguo* haingejulikana ni vazi la aina gani linalorejelewa. Zaidi ya hayo, kunaweza kutolewa hoja kwamba, neno la Kiswahili *rinda* si neno ambalo limezoeleka katika soko la Daraja Mbili. Hapana shaka wanunuzi wengi hawataelewa kinachorejelewa na wauzaji wa *nguo*. Kwa hivyo, wauzaji mavazi hawana budi kutumia neno litakalobainisha kwa uwazi aina ya mavazi wanayoyauza ili kuwavutia wanunuzi kwa urahisi hasa wale wanunuzi ambao hupita wakitazama hapa na pale kujua ni nini kinachouzwa na muuzaji fulani. Ubadilishaji msimbo katika soko la Daraja Mbili, ni mbinu na mkakati unaowasaidia wauzaji na wanunuzi kubainisha aina ya bidhaa zinazouzwa ama katika kibanda mahususi au katika eneo fulani la soko. Katika hali hii, Kiswahili kinachukuliwa na kuwasilishwa kana kwamba hakina maneno faafu yanayoweza kubainisha aina za bidhaa zinazouzwa sokoni na ilhali hii ni lugha iliyo na ukwasi wa msamiati na istilahi zinazoweza kurejelea aina mbalimbali za mavazi.

Pamoja na kwamba huwa kuna shughuli za biashara zinazoendeleza siku zote za wiki katika Soko la Daraja Mbili mjini Kisii, siku za soko hasa ni Jumatatu na Alhamisi. Hizi ndizo siku ambazo wauzaji na wanunuzi hufurika sokoni kwa wingi na ndizo siku zinazoshuhudia uwepo wa bidhaa za aina nyingi zaidi ikilinganishwa na siku nyingine za wiki. Ufurikaji wa watu wengi sokoni mara nyingi huwachochea wauzaji kutangaza bidhaa zao kwa sauti na mbwembwe nyingine ili

kuwavutia wanunuzi. Katika kizitangaza bidhaa na bei zao, wauzaji huishia kwenye ubadilishaji msimbo ambao kimsingi hudhamiria kuwavutia wanunuzi wengi iwezekanavyo. Ubadilishaji msimbo katika hali hizi, licha ya kwamba unaweza kuangaliwa kama mbinu ya kuwavutia wanunuzi, unaweza kuwa na majukumu mengine kama vile kujihakikishia kueleweka kwa urahisi, kujenga ukaribu na mwafaka wa kufanya biashara, kutumia msimbo kama mbinu ya kuwapata wanunuzi wapya, miongoni kwa majukumu mengine. Kwa njia hiyo, ubadilishaji msimbo unajidhihirisha kwa matumizi lugha kama vile—*Slippers ni mia tu. Mia moja, mia moja.*” Katika usemi huu, neno la Kiingereza *slippers* ni neno linaloonekana kuwa limezoeleka zaidi kuliko neno la *champali* au *kanda mbili* kama zinavyoitwa kwingine. Uchanganuzi wetu wa data haukuonyesha matumizi ya neno *champali* popote katika soko hili na kila wakati mahali pake palichukuliwa na neno hili la Kiingereza. Hii ni athari hasi kwa Kiswahili kwa kuwa neno la Kiingereza linazoeleka na linachochea chukulizi potofu kuwa Kiswahili hakina msamiati faafu kurejelea bidhaa hii. Matumizi ya msimbo kama huu yanaweza kuangaliwa kama udunishaji wa Kiswahili katika miktadha ambapo Kiswahili kinastahili kuwa sio tu lugha unganishi bali pia lugha tawala.

Japo tumewasilisha sentensi nne tu kuonyesha jinsi wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii katika ubadilishaji wao wa msimbo huanza sentensi kwa neno la Kiingereza na kisha kuendeleza kwa Kiswahili, tunaweza kusema kuwa ubadilishaji msimbo huu unadhamiria zaidi kuvuta wanunuzi na kuwashawishi kununua bidhaa wanazozitangaza. Wauzaji na wanunuzi hutumia maneno ya Kiingereza kwa kuchukulia kwamba, maneno hayo yana utamkaji mfupi na mwepesi, kwamba ni maneno ambayo huonyesha ubayana wa maelezo na kwamba ni maneno ambayo yamezoeleka katika muktadha wa soko hili. Ubadilishaji msimbo katika soko hili unachochea kujengwa kwa chukulizi potofu kwamba, Kiswahili kina maneno yachukuayo muda mrefu kutamka, kwamba hakina maneno ya kubainisha aina za mavazi kwa ubayana zaidi na kwamba hakina maneno faafu ya kurejelea baadhi ya bidhaa. Hii ni athari hasi kwa matumizi ya Kiswahili kwa sababu, chukulizi kama hizi, mbali na kwamba ni potofu, zina uwezo wa kuchochea kuibuka kwa mitazamo potofu vilevile kwamba, Kiswahili hakijaimarika kufikia kuwa na msamiati wa kurejelea kila kitu kinachouzwa sokoni. Tuligundua kuwa wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili mjini Kisii pia hutumia viashiria vya lugha nyingine mwanzoni mwa sentensi za Kiswahili kama tutakavyoonyesha katika sehemu ifuatayo.

2.3.1.3 Viashiria vya lugha nyingine mwanzoni mwa sentensi za Kiswahili

Viashiria ni aina ya vivumishi ambavyo huonyesha ukaribu au umbali wa kitu, dhana au mtu. Viashiria hivi vinaweza kutumiwa mwanzoni mwa sentensi au baada ya nomino katika sentensi. Viashiria hurejelea umbali au ukaribu wa nomino na ndio maana hufuatana na nomino katika sentensi. Viashiria hutoa maelezo zaidi kuhusu nomino katika sentensi. Uchanganuzi wetu wa data ulitubainishia kwamba, katika muktadha wa soko la Daraja Mbili, wauzaji na wanunuzi hutumia viashiria vya lugha za kiasili kama vile Kijaluo na Ekegusii au pia hutumia viashiria vya Kiingereza mwanzoni mwa sentensi za Kiswahili. Matumizi ya viashiria vya lugha za kiasili au Kiingereza katika sentensi yanadhihirisha athari za ubadilishaji msimbo katika Kiswahili.

Ubadilishaji msimbo katika sentensi inayokitwa katika matumizi ya lugha ya Kiswahili, aghalabu huwa unakusudiwa kuzua athari fulani kwa wasikilizaji na hatimaye hokusudia kuafikia au kuridhisha mahitaji fulani ya kimawasiliano. Matumizi ya viashiria visivyo vya Kiswahili hakuna maana kwamba Kiswahili kina upungufu wa viashiria, lugha ya Kiswahili sawia na zilivyo lugha nyingine, ni lugha iliyo na viashiria vya kuonyesha au kuashiria mahusiano ya karibu, mbali kidogo na mbali sana. Sentensi zifuatazo ni mfano wa ubadilishaji msimbo mwanzoni mwa sentensi ambapo viashiria vya lugha za kiasili au vya Kiingereza vimetumiwa ;

Aye mama, wacha kuenda hivyo, hii kitu ni.....

You, you, come uone mimi niko na kila kitu unataka, karibia karibia hapa uone.”

Nyako, Shati na blousi na t-shirt ni thirty bob

Mifano hii inaonyesha kwamba, wauzaji na wanunuzi katika soko la wazi la Daraja Mbili hubadilisha msimbo katika matumizi ya Kiswahili kwa kutumia viashiria vya Kiingereza, Ekegusii na Kijaluo mwanzoni mwa sentensi ya Kiswahili. Uchanganuzi wa data ya utafiti hii, unatuwezesha kuhoji kwamba, viashiria vya sampuli hii hutumiwa katika soko la Daraja Mbili kwa makusudi ya kuvutia nadhari ya wapita njia ambao wanaweza kuwa wanunuzi waosubiriwa. Soko hili lina wauzaji wengi wanaouza bidhaa za aina mbalimbali. Kwa upande mwingine, watu wote wanaofika sokoni na ambao si wauzaji wanaweza kuchukuliwa kuwa ni wanunuzi walio na orodha akilini za bidhaa wanazotaka kununua. Tulibaini kuwa wauzaji hasa wa nguo hutangaza nguo na mavazi wanayouza kwa sauti ili kuwavutia wanunuzi ambao labda hata hawataki kununua nguo, au ambao akili zao ziko kwa vitu vingine kama kununua matunda, viazi, mahindi, nyanya, vitunguu au vyakula vingine. Wauzaji wa bidhaa zisizokuwa chakula hulazimika kunadi bidhaa zao, kwa hivyo wanashurutika kuwaita wanunuzi kwa kuwarai kwa matangazo, bidhaa, pamoja na bei za bidhaa zinazotangazwa. Vile vile tuligundua kuwa wauzaji wa nguo zilizokwisha kutumika (mtumba) hutangaza bei za bidhaa zao hadharani na kwa sauti huku wanaouza nguo mpya huwa wameketi tu wakisuburi wanunuzi watakaofika kuulizia bei. Wauzaji hutangaza bei za bidhaa kuwa si ghali kwa kutumia lugha ya Kijaluo, Ekegusii au Kiingereza na kuepuka kutumia maneno ya Kiswahili ambayo ndiyo lugha kiungo. Hii ni njia moja ya kukidunisha Kiswahili kwa chukulizi kwamba Kiswahili hakina msamiati ulio na mvuto kuwavutia wanunuzi.

Katika sentensi ya kwanza, muuzaji anatumia kiashiria cha Ekegusii mwanzoni mwa sentensi— ***Aye mama, wacha kuenda hivyo, hii kitu ni.....*** ambapo neon la Ekegusii ***aye*** lina maana ya ***wewe***. Hiki ni kiashiria ambacho hutumiwa kurejelea mtu aliye mbali kidogo na msemaji aghalabu hutumiwa kuvutia nadhari ya mtu. Muuzaji anaanza sentensi ya Kiswahili kwa kiashiria cha Ekegusii kwa kuamini kuwa mzungumziwa ni msemaji wa lugha hiyo na kwa hivyo, ubadilishaji msimbo huu unalenga kumvutia msemewa kama mnunuzi. Neno ‘***wewe***’ la Kiswahili linajulikana na wazungumzaji wa lugha hii na hivyo haiwezekani kusema kuwa muuzaji huyu halijui neno hili. Kiashiria hiki cha Ekegusii kimetumiwa na muuzaji kwa kuamini kuwa ndicho mwafaka katika

kuvutia nadhari ya mnunuzi. Viashiria vya Kiswahili vinakosa kutumiwa na wauzaji na kuonyesha kuwa viashiria vya Ekegusii ni mwafaka zaidi katika kuvuta nadhari ya wanunuzi.

Uchanganuzi wa data ya utafiti huu, ulitubainishia kuwa wauzaji katika soko la wazi la Daraja Mbili, hutumia pia viashiria vya Kiingereza kuvuta nadhari ya wanunuzi wanaopita. Hili linajitokeza katika sentensi ya pili muuzaji anaposema—***You, you, come uone mimi niko na kila kitu unataka, karibia karibia hapa uone.*** Muuzaji huyu ametumia mbinu ya uradidi anapokikariri kiashiria ***you*** katika mfano huu, ambapo urudiwaji kiashiria hiki cha Kiingereza unaonyesha msisitizo. Muuzaji anarudia kiashiria kwa kudhamiria kuzungumza na mnunuzi hivi kwamba, urudaji wa kiashiria hiki unalenga pia kumshawishi mnunuzi anunue kutoka kwake. Uradidi huu ni mbinu ya kuwashawishi wanunuzi kuangalia bidhaa za wauzaji wengine kisha kufanya uamuzi wa kununua kutoka kwao. Muuzaji anatumia kiashiria cha Kiingereza kama kiashiria cha kutumia ucheshi katika muktadha wa sokoni na wala sio kwamba hajui kiashiria mwafaka cha Kiswahili. Kiingereza kimetumiwa kama lugha ya ucheshi ambayo inaashiria kuwa muuzaji ana sifa ya kuwa mcheshi na hivyo anaweza kuingiliana vyema na wanunuzi. Kiswahili hapa kinachukuliwa kuwa hakina viashiria vya ucheshi na hili linaonyesha kuwa lugha hii haijitoshelezi kwa upande wa viashiria. Hii ni athari hasi pia katika Kiswahili ambayo ni lugha kiungo.

Katika mifano iliyopo hapo juu, tumeonyesha kuwa wauzaji, kwa sababu ya kutangamana na wanunuzi wao kwa muda mrefu, wanabadilisha msimbo na kutumia pia viashiria vya Kijaluo ambavyo ni vivumishi vya nomino. Hili linajitokeza, kwa mfano, muuzaji anaposema—***Nyako, shati na blousi na t-shirt ni thirty bob*** ambapo neon ***nyako*** lina maana ya msichana kwa Kiswahili. Muuzaji anatumia neno la Kijaluo kwa kuchukulia kuwa mnunuzi ni msemaji wa lugha hiyo. Kama watafiti hatukuwa na kigezo cha kujua jamii-tumizi lugha ya muuzaji au mnunuzi, kwa hivyo, tulilazimika kuangazia maneno yaliyotumiwa katika ubadilishaji msimbo kutuelekeza kukisia uasilia lugha wa wauzaji na wanunuzi kutokana na lugha walizotumia. Kilicho muhimu katika hali hii ni kuelewa kwamba, kumetokea ubadilishaji msimbo unajibainisha mwanzoni wa sentensi ya Kiswahili na kwamba aina ya neno linalohusika ni kiashiria. Fauka ya hayo, kuna haja pia kuelewa kwamba, matumizi haya ya viasharia vya lugha nyingine tofauti na Kiswahili, ni uhalisia wa kimawasiliano unaoiweka lugha ya Kiswahili katika ushindani ambapo matokeo yake ni upembezaji wa Kiswahili kama lugha kiungo na lugha tawala katika diskosi ya biashara.

Kufikia hapa, tumeonyesha jinsi wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili wanavyobadilisha msimbo mwanzoni mwa sentensi ya Kiswahili kwa kutumia viashiria vya lugha za kiasili au Kiingereza. Ubadilishaji msimbo huu unatumia kwa sababu mbalimbali kukiwemo haja ya kuvuta nadhari ya wapita njia wawezao kuwa wanunuzi, vilevile katika baadhi ya matukio ubadilishaji msimbo unajitokeza kama mbinu ya ucheshi na kwa hivyo, mkakati wa kujenga ukaribu, uhusiano na hata maafikiano. Ucheshi katika muktadha wa sokoni ni mkakati wa mauzo hasa kwa wauzaji wa nguo wanaoshurutika kuwa wabunifu ili kuweza kuuza bidhaa ambayo wakati mwingine wanajua zina dosari za aina aina. Kwa hivyo, popote pale panapotokea ubadilishaji msimbo, kwa mfano, kuanza sentensi ya Kiswahili kwa maneno ya lugha za kiasili au

Kiingereza, lengo kuu linakuwa ni kuuza bidhaa zao kwa wingi iwezekanavyo. Kwa misingi hii, tunaweza kuhoji kwamba, matumizi ya lugha ni zana amilifu katika ufanisi wa biashara, na ubadilishaji msimbo ni kigezo mojawapo cha kufikia ufanisi huo.

Hoja ya tahadhari inayojitokeza ni kwamba, katika miktadha ya masoko ya wazi nchini Kenya, kama lilivyo soko la Daraja Mbili, kuna uwezekano mkubwa wa mgongano wa maslahi kati ya ufanisi wa biashara na matumizi sanifu na faafu ya lugha, hususan lugha ya Kiswahili. Kwa mfano, mapendeleo ya ubadilishaji msimbo yanayohusisha mambo madogo yapatikanayo katika lugha ya Kiswahili, lakini ambayo hupembezwa na mahali pake kukatumia msamiati, istilahi na vipengele vingine vya lugha za kiasili au Kiingereza, yanaishia kujenga chukulizi potofu kuwa Kiswahili kina mapungufu yanayohusiana na vipengele hivyo vya lugha vinavyoazimwa kutoka lugha mbadala badala ya Kiswahili. Hali kadhalika, ubadilishaji msimbo unaotumikisha viashiria, vihisishi na nomino za lugha za kiasili au Kiingereza, hauna maana kwamba, hakuna viashiria, vihisishi na nomino sawia katika Kiswahili zinaweza kutekeleza majukumu sawia katika mchakato mzima wa mawasiliano, kilichopo ni kwamba, vipengele vya Kiswahili vinapuuzwa na wauzaji na wanunuzi katika soko hili.

2.3.2 Ubadilishaji msimbo kati ya sentensi

Uchanganuzi wa data ya utafiti huu ulitubainishia kuwa, ubadilishaji msimbo kati hutokea pale ambapo wauzaji na wanunuzi wanachopeka maneno ya Kiingereza, Ekegusii au Kijaluo katikati ya sentensi ya Kiswahili wakiwa na malengo mbalimbali. Tulibaini kuwepo kwa hali nyingi ambapo wauzaji na wanunuzi katika soko la wazi la Daraja Mbili, hubadilisha msimbo kwa kuchopeka maneno ya lugha nyingine mbadala katika sentensi ya Kiswahili. Uchopekaji huu unaweza kukisiwa kwamba ulilenga na kudhamiria kujieleza vizuri, kufidia ukosefu wa msamiati mwafaka wa Kiswahili katika muktadha wa sokoni na pia kutaka kueleweka kwa urahisi. Lengo kuu hatimaye likiwa linakita kuwili—kwa wauzaji kuuza bidhaa nyingi iwezekanavyo na kwa wanunuzi kupata bidhaa kwa bei nafuu iwezekanavyo. Malengo haya na mengine sawia nayo ndiyo huwafanya wauzaji na wanunuzi kubadilisha msimbo ili waweze kuyaafikia. Uhalisia huo unajibainisha katika mifano ifutayo;

Mama nina *size* zote

Hamsini *jacket* hapa.

Wewe wacha *gaki*, hakuna pesa saa hii.

Kwani hii *dress* ni bei kubwa hivyo?

Leta hiyo uko nayo *nyako* juu ni wewe wa kwanza.

Katika sentensi ya kwanza, muuzaji ametumia neno la Kiingereza *size* ambapo inaelekea kuwa msamiati wa Kiswahili wa tafsiri ya *size* kwa maana ya *kipimo, mapimo, ukubwa* kurejelea vipimo vya vazi linalouzwa haujazoeleka, lakini pamoja na hivyo, neno *size* limefanyiwa utohozi na linatumika katika lugha ya Kiswahili kwa matakwa na maana hiyo hiyo ya Kiingereza. Huu unaweza kuangaliwa kama ubadilishaji msimbo ambapo msemaji anatumia malighafi ya lugha ifikiwayo kwa urahisi pasina kutambua kwamba amebadilisha msimbo. Hii ni kauli inayoakisi

kauli za kinadharia kwamba, kuna ubadilishaji msimbo wa uasilia (*natural*) usioonekana kushawishiwa na sababu yoyote mahususi na huenda ukaeleweka visivyo. Pia yawezekana msamiati wa Kiswahili kwa maana ya *size* usiwe mwafaka katika muktadha wa sokoni kwa sababu wauzaji hutaka kuwasiliana na wanunuzi wengi iwezekanavyo kwa lengo la kuuza bidhaa zao kwa wakati mfupi na kuagiza zingine. Haja ya kutaka kuzungumza na wanunuzi wengi kwa wakati mfupi inaweza kukisiwa kuwa inawalazimisha wasemaji kutumia mbinu inayowawezesha kuafikia malengo yao kukiwemo kubadilisha msimbo katikati ya sentensi. Ubadilishaji msimbo huwawezesha kutumia msamiati kutoka kwa lugha itakayoeleweka kwa urahisi na hii inafanya kuchukulia kuwa maneno ya Kiswahili ni magumu na huhitaji kutolewa maelezo.

Idadi marudio ya wauzaji na wanunuzi kubadilisha msimbo kuwa maneno ya lugha za kiasili au lugha ya Kiingereza, inaweza kuangaliwa kuwa ni mkakati mwafaka unaorahisisha mawasiliano katika muktadha wa sokoni, ikizingatiwa kwamba, mawasiliano ya sokoni mara nyingi yanaruhusu usemaji wa mkato, ubunifu wa hapo kwa hapo, na miundo mingine ya matumizi lugha. Hali kadhalika, kasi ya matukio sokoni inashurutisha mawasiliano ya muda mfupi ili muuzaji aweze kuwahudumia wanunuzi wengi iwezekanavyo. Lengo hili la kurahisisha na kufupisha mawasiliano linawafanya wauzaji na wanunuzi kubadilisha msimbo katika sentensi ya kwanza, ya pili na ya nne kwa kutumia maneno ya Kiingereza wanaposema kuwa—**Mama nina size zote, Hamsini jacket hapa na Kwani hii dress ni bei kubwa hivyo?** Wauzaji na wanunuzi wamebadilisha msimbo kwa kutumia maneno ya Kiingereza yanayoeleweka kwa urahisi na wengi ikilinganishwa na msamiati wake wa Kiswahili. Ubadilishaji msimbo kwa kutumia maneno ya Kiingereza katika sentensi za Kiswahili hukusudiwa kurahisisha mawasiliano kwa kuwa wauzaji hutumia maneno kutoka kwa lugha inayoeleweka na wanunuzi kwa haraka na hivyo kutimiza lengo la kuuza bidhaa nyingi. Ubadilishaji msimbo hapa unaathiri Kiswahili kwa njia hasi kwa kuchukuliwa kuwa msamiati wake unahitaji kutumiwa kwa kutolewa maelezo ya aina aina ili kueleweka, jambo linachukuliwa kwamba, linarefusha mawasiliano ikilinganishwa na matumizi ya maneno ya Kiingereza yanayowezesha mambo kusemwa kwa mkato na kwa muda mfupi.

Wauzaji wa bidhaa zinazoharibika kwa urahisi kama vile vyakula, hutaka kuuza bidhaa hizo kwa haraka kabla hazijaharibika. Ili kuwawezesha kufanya hivi, wauzaji hutumia kila mbinu ya lugha kuwashawishi wanunuzi kununua bidhaa hizo. Hali sawia inajitokeza katika uuzaji wa nguo ambapo kwa kweli wauzaji huwa na mbwembwe za kila namna ili kuhakikisha nguo walizonazo zimenunuliwa. Kwa kiasi kikubwa, lengo la wauzaji kubadilisha msimbo kwa kutumia msamiati kutoka lugha azijuazo muuzaji, hushawishiwa na haja yao ya kutimiza malengo ya uuzaji. Kwa hivyo, katika muktadha huu, hii ndio maana mnunuzi anatumia kihisishi cha Ekegusii katikati ya sentensi ya Kiswahili kwa kusema—**Wewe wacha gaki, hakuna pesa saa hii.** Neno *gaki* ni kihisishi cha Ekegusii kinachorai ili kuibua hisia za kuhurumiwa. Ubadilishaji msimbo ulio na malengo sawia na haya unajitokeza pale ambapo muuzaji anatumia nomino ya Kijaluo kumrejelea mnunuzi aliyefika katika kibanda chake. **“Leta hiyo uko nayo nyako juu ni wewe wa kwanza.”** Neno *nyako* limaanisha msichana katika lugha ya Kiswahili na nomino hii imetumika hapa kusifia na kushawishi mnunuzi anunue sufuria alizokuwa anazihitaji. Muuzaji ambaye tulikisia kuwa

Mkisii kutokana na lafudhi yake, anabadilisha msimbo kwa kutumia nomino ya Kijaluo na anatumia lengo lake kwa kuwa mnunuzi ananunua sufuria kutoka kwake. Kwa mtazamo mwingine, matumizi haya ya Ekegusii na Kijaluo hayawezi kusemwa kuwa yanatokea kwa sababu hakuna neno mwafaka la Kiswahili. Huu ni ushindani wa matumizi lugha ambapo lugha ya Kiswahili inapembezwa pasina sababu nzuri. Haiwezekani kwamba wauzaji na wanunuzi hawa hawahujui neno la Kiswahili “*tafadhali*” linaloweza kutumika mahali pa “*gaki*” la Ekegusii au “*msichana*” kutumika mahali pa “*nyako*” la Kijaluo.

Mifano hii ambayo tumeijadili hapa, ilikusudiwa kuonyesha aina maalum ya ubadilishaji msimbo, ubadilishaji msimbo kati ambapo wauzaji na wanunuzi walitumia msamiati wa Ekegusii, Kijaluo na Kiingereza. Tumehoji kwamba, inaelekea kuwa maneno ya lugha hizi yaliyotumika yalichukuliwa kuwa yanarahisisha mawasiliano na kuwawezesha wauzaji na wanunuzi kuyafikia matarajio na maslahi yao. Vinginevyo, tumeonyesha kuwa wauzaji na wanunuzi wa bidhaa mbalimbali katika soko la Daraja Mbili, hubadilisha msimbo ili kuibua hisia walizonazo kuhusiana ama na uuzaji au ununuzi wa bidhaa. Kwa vyovyote vile, ubadilishaji msimbo huu hauonekani kushawishiwa na sababu nzito ila ni kuzembea tu kutumia lugha ya Kiswahili. Hali kadhalika, tunaweza kuhoji kwamba, ubadilishaji msimbo wa aina hii unachangia kujenga chukulizi potofu kwamba lugha ya Kiswahili ina upungufu wa msamiati ulio na mvuto kwa wanunuzi. Chukulizi hizo hizo, zinaichukulia lugha ya Kiswahili kuwa na msamiati mgumu unaohitaji kutolewa maelezo ya ziada ili kuwezesha kinachozungumziwa kuwa bayana. Uchanganuzi wetu wa data ya utafiti huu, ulitubainisha kuwa wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili hubadilisha msimbo mwishoni mwa sentensi za Kiswahili.

2.3.3 Ubadilishaji msimbo mwishoni mwa sentensi za Kiswahili

Dhana ya ubadilishaji msimbo mwishoni mwa sentensi za Kiswahili kwa kadri unavyotekelezwa na wauzaji na wanunuzi katika soko la wazi la Daraja Mbili, ulijitokeza katika matukio mengi ya kimawasiliano ambapo washiriki wa mawasiliano walitumia msamiati, vipengele vya lugha na taratibu kadha wa kadha za ujielezaji za lugha za kiasili pamoja na lugha ya Kiingereza mwishoni mwa sentensi ambazo zimeanza kwa Kiswahili. Tuligundua kwamba, kwa kiasi kikubwa ubadilishaji msimbo mwishoni mwa sentensi, ulihusisha sana matumizi ya maneno ya Kiingereza. Iielekea kwamba, wauzaji na wanunuzi walitumia maneno ya Kiingereza pale walipokosa msamiati mwafaka wa Kiswahili au walipochukulia kuwa ubadilishaji msimbo utawawezesha kufanikisha malengo yao. Hali kadhalika, tulibaini kuwa wauzaji katika soko hili walitumia maneno ya Kiingereza mwishoni mwa sentensi ya Kiswahili kama njia ya kujihakikishia kuwa wamejieleza kwa ubayana ipasavyo. Ubadilishaji msimbo mwishoni mwa sentensi unajitokeza katika mfano ufuatao;

Mnunuzi: **Kuna sufuria natafuta sijapata inaitwa *t-brand***

Muuzaji: **Niko nayo hapa na ni ya *quality***

Mnunuzi: **Pesa ngapi nikichukuwa na *wholesale***

Muuzaji: Ni *thirteen fifty*

Mawasiliano haya yanaendelezwa kwa Kiswahili ila maneno yanayojitokeza mwisho kwa kila sentensi, ni maneno ya Kiingereza. Ujitokezaji huu wa maneno haya ya Kiingereza mwishoni mwa sentensi za Kiswahili yanaweza kuangaliwa kama ubadilishaji msimbo-mwisho wa sentensi. Ubadilishaji huu wa msimbo kwa mkabala huu, unakisiwa kuwa unachochewa na haja ya muuzaji na mnunuzi kutaka kujenga mahusiano, kuelewana na kuafikiana ili kila mmoja aridhishe matarajio yake. Maneno ya Kiingereza *t-brand, quality, wholesale* na *thirteen fifty* yametumiwa mwishoni mwa sentensi kama njia ya kuhitimisha kauli na kutamatisha mazungumzo. Neno **t-brand** ni jina linalorejelea kampuni inayotengeneza sufuria, kwa hivyo, hakuna neno la Kiswahili linaloweza kutumiwa kufidia hili kwa kuwa hili ni jina, nomino ya pekee. Nomino za pekee kama jina hili la kampuni halina visawe, kwa hivyo, halina budi kusalia hivyo hivyo katika sentensi za Kiswahili. Hii ni hali moja ambapo ubadilishaji msimbo haungeepukika.

Maneno mengine ya Kiingereza *quality, wholesale* na *thirteen fifty* yametumiwa kama mkakati wa kurahisisha mawasiliano. Maneno haya ya Kiingereza ambayo yanatafsirika Kiswahili kama *ubora, uuzaji wa ujumla* na *elfu moja mia tatu na hamsini* mtawalia, yanachukuliwa kuwa hayaeleweki kwa urahisi na kwamba yanarefusha mazungumzo katika muktadha ambapo mazungumzo hutarajiwa kuwa mafupi au hata ya mkato. Maneno haya ya Kiswahili yana silabi nyingi ya kilinganishwa na yale ya Kiingereza yaliyotumiwa kuhitimisha sentensi za Kiswahili. Kwa misingi hii, inaweza kukisiwa kuwa ubadilishaji msimbo huu ni mkakati wa kurahisisha mawasiliano kati ya wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili. Uchanganuzi wetu wa data ya utafiti huu, umedhihirisha kuwa ubadilishaji msimbo kwa kutumia maneno ya Kiingereza ambayo yamezoeleka katika jamii ni muhimu katika kurahisisha mawasiliano na kuwawezesha wauzaji na wanunuzi kuelewana. Ingawa hivyo, ubadilishaji msimbo mwishoni mwa sentensi za Kiswahili unaojitokeza kwa matumizi ya lugha ya Kiingereza, hauashirii kwamba Kiswahili kina upungufu wa maneno mwafaka na faafu katika muktadha wa soko la wazi kama lilivyo soko la Daraja Mbili. Kwa hivyo, ubadilishaji msimbo wa aina hii, unadhalilisha na kukipembeza Kiswahili.

2.4 Hitimisho

Katika sura hii, yamejadiliwa masuala kuhusiana na dhana ubadilishaji msimbo, hususan ujitokezaji wa aina na matapo ya ubadilishaji msimbo. Mijadala yote ambayo imebuliwa hapa, imekitwa katika uelewa wa dhana ubadilishaji msimbo kama uchopekaji wa maneno ya Kiingereza, Ekegusii na Kijaluo katika sentensi za Kiswahili. Kwa misingi hiyo, tuliangazia aina tatu za ubadilishaji msimbo na ambazo ni: ubadilishaji msimbo mwanzoni mwa sentensi, katikati ya sentensi na mwishoni mwa sentensi. Tumbainisha kuwa aina hizi tatu za ubadilishaji msimbo huchochewa na sababu tofauti tofauti, lakini hata hivyo, ubadilishaji msimbo wa aina yoyote ile unafungamana na dhana nzima ya uwezesaji na ufanikishaji wa mawasiliano katika soko la Daraja Mbili, na masoko mengine ya wazi sawia na soko hili. Ufanikishaji huo wa mawasiliano unajumuisha matumizi ya maneno ya lugha mbadala isiyokuwa lugha ya Kiswahili ili kuvuta nadhari ya wanunuzi, kuwasiliana kwa muda mfupi iwezekanavyo na mnunuzi mmoja na vilevile

matumizi ya lugha hizo mbadala kuibua ucheshi na mbwembwe zinazoendana na uhuru wa matumizi lugha katika miktadha ya sokoni.

Mbali na masuala ambayo tumeyaibusha hapa juu, tumeonyesha kwa njia ya mjadala kuwa, wauzaji na wanunuzi walitumia vihisishi na nomino za Kiingereza, Ekegusii na Kijaluo katika sentensi za Kiswahili. Ubadilishaji msimbo uliojitokeza kwa matumizi ya vipengele hivi, ulielekea kusababishwa na haja ya kutaka kueleweka kwa urahisi pasina lazima ya kujieleza kwa njia ndefu, au pasina kushurutika kutoa maelezo mengi kuhusiana na bidhaa zinazouzwa sokoni. Kwa mtazamo mwingine, ubadilishaji msimbo ulijitokeza kama mkakati wa kufidia ukosefu wa udhibiti wa msamiati wa Kiswahili, mkakati wa kutumia msamiati mbadala uliozoeleka katika muktadha wa soko hili la wazi na vilevile kutumia vihisishi vya kihisia pale vilipohitajika. Hali kadhalika, tumeonyesha kuwa ubadilishaji msimbo huwawezesha wauzaji na wanunuzi katika soko hili kuafikia malengo yao ya uuzaji na ununuzi mtawalia. Kwa vyovyote vile, ubadilishaji msimbo huwawezesha wauzaji katika soko hili kuafikia malengo yao ya upataji faida na wanunuzi kupata bidhaa kwa bei nafuu. Aina zote za ubadilishaji msimbo zina athari hasi kwa lugha ya Kiswahili kwa kujenga chukulizi potofu kwa lugha ya Kiswahili ina upungufu wa kimsamiati, jambo ambalo ni chukulizi ya kizembe.

SURA YA NNE

4.0 KUATHIRIKA KWA KISWAHILI KUTOKANA NA UBADILISHAJI MSIMBO KATIKA SOKO LA DARAJA MBILI, MJINI KISII

4.1 Utangulizi

Matumizi ya lugha ya aina yoyote ile, hayana budi kuafiki na kuakisi kaida, kanuni na wasifu wa muktadha wa mawasiliano unaohusika. Muktadha ni kigezo cha misingi katika kuchochea na kushawishi jinsi lugha inavyotumiwa na kuelekezwa kuibua maana mahususi. Matumizi ya lugha kwa mujibu wa mbano na shinikizo za muktadha, huwashurutisha na kuwaelekeza watu kutumia lugha kwa kufuata mtindo fulani. Muktadha wa mawasiliano katika hali za kawaida hujumuisha na kushirikisha vipengele vya mahali, washiriki, wakati, mada na maudhui ya mazungumzo kama masuala ya kimsingi yanayoshawishi jinsi ambavyo wanajamii hutumia lugha. Mbali na uelewa wa kijumla wa dhana ya muktadha, ni muhimu kuelewa pia kwamba, miktadha ya mawasiliano inaweza kutabakishwa kwa misingi ya miktadha rasmi na miktadha isiyokuwa rasmi. Miktadha rasmi huwa na ubunifu na urasmi wa jinsi lugha inavyopasa kutumiwa, kwa mfano kuhakikisha utumiaji lugha kwa misingi ya usanifu na urasmi wa kimawasiliano, ulindaji na udumishaji hadhi. Kwa upande mwingine, miktadha isiyokuwa rasmi kama ilivyo miktadha ya sokoni, kuna uhuru, ukunjufu na utorasmi wa matumizi ya lugha unaowapa uhuru wauzaji na wanunuzi kuwasiliana pasina kubanwa na urasmi wa jinsi lugha inavyotumiwa. Miktadha ya sokoni huwaruhusu wauzaji na wanunuzi kubadilisha msimbo wa matumizi ya lugha ili kuafikia malengo mbalimbali. Kwa misingi hiyo hiyo, tunaweza kuhoji kwamba, ubadilishaji msimbo unasababishwa na sababu tofauti tofauti jinsi kulivyo na matakwa, malengo na matarajio tofauti tofauti ya kimawasiliano. Kutokana na uchanganuzi wa data ya utafiti huu, tulibainikiwa kwamba, wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii hubadilisha msimbo ili kuafikia malengo mahususi ya kimawasiliano yanayojumuisha— haja ya kujieleza kwa uwazi na urahisi iwezekanavyo na kuhakikishwa kueleweka na washiriki wa mawasiliano husika. Lakini pamoja na uchanya huo wa mawasiliano kwa misingi ya ubadilishaji msimbo, ubadilishaji msimbo huwa na matokeo anuwai kutegemea washiriki wa mazungumzo husika pamoja na malengo waliyo nayo. Ubadilishaji msimbo, katika miktadha ya masoko ya wazi nchini Kenya, huibua athari mbalimbali kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili ambapo baadhi ya athari hizo huwa hasi na nyingine huwa chanya.

4.1 Athari chanya za ubadilishaji msimbo kwa matumizi ya Kiswahili katika soko la Daraja Mbili

Kauli ya kimsingi ambapo tumeukita mjadala wa sehemu hii ni kwamba, ubadilishaji msimbo ni uhalisia wa kimawasiliano katika miktadha ya sokoni ambao hauwezi kuepukika. Hii ni kwa sababu, katika muktadha wa sokoni hasa pale ambapo washiriki wa mawasiliano ni watu kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali, kuna uwezekano mkubwa wa mawasiliano kuathiriwa na uhalisia wa uwili-lugha au wingi-lugha. Kwa hivyo, ubadilishaji msimbo uwezao kutokea katika miktadha ya aina hii, unaweza kuwa na athari hasi au chanya kwa matumizi ya Kiswahili katika muktadha wa sokoni ambapo Kiswahili kinatarajiwa kuwa lugha tawala na lugha kiungo. Katika utafiti huu, dhana ya athari chanya imetumiwa kwa maana ya manufaa, tija au ufaafu wa kutumia lugha ya

Kiswahili katika hali za ushindani wa lugha mbalimbali ilhali, dhana ya athari hasi imetumiwa kwa maana kinyume na athari chanya.

Katika sehemu hii, tunaangazia athari chanya za ubadilishaji msimbo kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili kama zilivyobainika katika mawasiliano yaliyoendelezwa na wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Kwa mintarafu ya uchanganuzi wa data ya utafiti huu, ubadilishaji msimbo katika soko la Daraja Mbili, ulidhihirisha kuwanufaisha wauzaji na wanunuzi katika soko hili ikilinganishwa na vipingamizi vya matumizi ya lugha ya Kiswahili kuzungumzia masuala hayo hayo yaliyowezeshwa kupitia kwa ubadilishaji msimbo. Athari chanya za ubadilishaji msimbo zilizojibainisha katika mawasiliano ya wauzaji na wanunuzi katika soko hili zilikusiana na masuala kama—haja ya kutoa maana ya ziada, urahisishaji wa mawasiliano, utengaji wa wasio wanakundi-ndani, kama mbinu ya kujifunza lugha nyingine na kama mkakati wa kuwavutia wanunuzi kutoka kwa jamii-tumizi lugha fulani. Haya yanaweza kuangaliwa kama manufaa ya ubadilishaji msimbo japo kwa athari hasi ya kudhalilisha na kupembeza matumizi ya lugha ya Kiswahili katika miktadha ambapo Kiswahili ndiyo lugha inayostahili, lugha tawala na lugha kiungo.

4.1.1 Ubadilishaji msimbo na utoaji wa maelezo zaidi

Kuna hali za uzungumzaji ambapo kitu kilichosemwa huhitaji kutolewa maelezo zaidi kwa kutumia maneno fulani ya ziada ili kukiwezesha kilichosemwa kubainika kwa ubayana zaidi. Huu ni uhalisia wa urejeshi ambao ni muhimu katika mawasiliano na diskosi ya biashara kwa jumla. Uhalisia wa muktadha wa sokoni unaowajumuisha na kuwakutanisha wauzaji na wanunuzi wa bidhaa, hushurutisha matumizi ya lugha yaliyo na wasifu huria. Hii ina maana kwamba, lugha ya sajili ya sokoni haitawaliwi na kanuni, kaida au masharti yasiyoweza kukiukwa. Kwa misingi hiyo, urejeleaji wa bidhaa zinazouzwa sokoni, majadiliano juu ya bei na utafutaji habari za aina mbalimbali kuhusiana na shughuli za soko, unaweza kufanywa kwa njia yoyote ile ikiwa ni pamoja na ubadilishaji msimbo unaowezesha matumizi ya lugha mbadala ya lugha tawala na lugha kiungo. Kwa hivyo, wauzaji au wanunuzi wanaweza kutumia rasilimali ya lugha wanayoifikia kwa urahisi ikiwa ni pamoja na matumizi msamiati wa lugha ya Kiingereza au lugha za kiasili kurejelea bidhaa mpya au za mazoea. Hivyo hivyo, wanaweza kubadilisha msimbo kuzungumzia shughuli zozote za sokoni, hasa inapozingatiwa kwamba, masoko ya wazi kama soko la Daraja Mbili, huwaleta pamoja watu kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali. Kila lugha inayopata nafasi na fursa kuzungumzwa sokoni, haikosi ina msamiati unaotumiwa kurejelea bidhaa za aina mbalimbali au hata kurejelea shughuli anuwai zinazotekelezwa sokoni. Kwa sababu hii, huwa si ajabu kwamba, muuzaji au mnunuzi anaweza kuulizia taarifa kuhusiana na bidhaa fulani kwa kutumia msamiati wa lugha anayoifikia kwa wepesi na urahisi. Hii inaweza kutokana ama na mazoea ya kufahamiana au kwa sababu ya ukosefu wa udhibiti wa msamiati faafu wa Kiswahili. Uchanganuzi wetu wa data ulitubainisha kwamba, wauzaji wana udhibiti na uelewa wa msamiati wa lugha nyingi hasa zile zinazopata fursa kuzungumzwa sokoni. Kwa hivyo, ubadilishaji msimbo unaowezesha kutumiwa kwa lugha yoyote ile kurejelea bidhaa, kujadiliana juu ya bei za bidhaa, kutafuta habari kuhusiana na ubora au ufaafu wa bidhaa, ni uhalisia ambao wakati mwingine unashurutisha utoaji

wa maelezo ya ziada kwa lugha ya Kiswahili. Vilevile, tuligundua kuwa wauzaji katika soko hili hutumia maneno ya lugha za Ekegusii au Kijaluo wanapowasiliana na wanunuzi wao. Mfano ufuatao ni kielelezo cha ubadilishaji msimbo kwa lengo la kutoa maana ya ziada katika lugha ya Kiswahili:

Mnunuzi: **Unauzaje mahindi ya *yellow*?**
Muuzaji: ***Gorogoro ni seventy***
Mnunuzi: **Yaani imefika hapo leo!**
Muuzaji: **Si hii ni ya *two kgs* na sijaponda hata kidogo kastoma**

Mazungumzo haya yanakita katika uuzaji wa mahindi sokoni ambapo mnunuzi anatumia Kiswahili na Kiingereza katika usemi wake anapouliza—**Unauzaje mahindi ya *yellow*?** Kwa sababu ya kuhisi kwamba hajaeleweka vizuri, mnunuzi anahiari kutoa habari na maana ya ziada kwa kutumia Kiingereza ili kurejelea kwa uhakika aina ya mahindi anayohitaji. Inawezekani hajui neno la Kiswahili ***mahindi ya njano*** au anaona matumizi ya msamiati huu wa Kiswahili hautamwezesha kuafikia malengo aliyonayo. Hapana shaka kwamba, katika mawasiliano muuzaji anauza mahindi meupe na ya manjano, kwa hivyo, mnunuzi hakuwa na budi kutofautisha alikuwa anahitaji kununua mahindi ya aina gani. Mnunuzi alitaka mahindi ya manjano na ndio maana akabadilisha msimbo ili kutoa maana ya ziada na kuonyesha kuwa alitaka mahindi ya aina mahususi. Maana hii ya ziada inatumiwa kutoa maelezo zaidi kuhusiana na bidhaa anazohitaji mnunuzi. Kwa hivyo, neno la Kiingereza limetumika kama njia ya kutoa maelezo zaidi kwa muuzaji na hili linamwezesha kujua bidhaa mahususi inayotakiwa.

Ubadilishaji msimbo kwa lengo la kutoa maana ya ziada pia unajitokeza katika usemi wa muuzaji anapobadilisha msimbo na kutumia lakabu ya sokoni kurejelea kopo linalotumiwa kupimia mahindi. Mwanzoni mwa mazungumzo haya, muuzaji anatumia neno ***gorogoro*** kumaanisha kopo linalotumiwa sokoni kupima kiasi cha mahindi ambapo katika muktadha huu, maana ya neno hili inajulikana kwa mnunuzi. Muuzaji anatumia neno ambalo ni msimbo wa sokoni kama mbinu ya kutoa maana ya ziada inayomwezesha kuelewana kimawasiliano na mnunuzi wake. Hatimaye, muuzaji anabadilisha msimbo katika usemi wake kwa kutumia neno la Kiingereza ili kutoa maelezo zaidi anaporejelea kiasi cha mahindi kinachouzwa. Hili linajitokeza anaposema—**Si hii ni ya *two kgs* na sijaponda hata kidogo kastoma.** Matumizi ya maneno ya Kiingereza ***two kgs*** yametumiwa kuashiria ukubwa wa kipimo kwa lakabu ya sokoni ***gorogoro***. Wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili wanajua maana ya neno ***gorogoro*** lakini muuzaji anaposema ***hii ya two kgs*** anakusudia kutoa tahadhari ya kutokuwepo kwa uaminifu miongoni mwa baadhi ya wauzaji kwamba, wapo wauzaji ambao kwa njia za ujanja hupunguza kiasi cha mahindi kinachoweza kubebwa ndani ya ***gorogoro***. Hii ni lugha ya biashara ambayo hutumiwa katika muktadha wa sokoni kuonyesha kuwa wapo wauzaji waaminifu na wengine wasio waaminifu. Kwa hivyo, muuzaji anabadilisha msimbo kwa kuchopeka maneno ya Kiingereza kuonyesha kwamba kipimo alichonacho kinatosha kilo mbili pasina kuwa na udanganyifu. Msamiati wa

sokoni unatumiwa kwa lengo la kutoa maana zaidi kuhusiana na kinachozungumziwa na hivyo basi wanaelewana kimazungumzo.

Maelezo ya ziada yanayotolewa kushadidia na kuimarisha mazungumzo kwa njia ya ubadilishaji msimbo unaojitokeza kwa matumizi ya maneno ya Kiingereza, yanatumiwa kimkakati kufidia ukosefu wa neno mwafaka la Kiswahili kurejelea kipimo hiki hiki. Tumeonyesha kuwa wauzaji na wanunuzi huchanganya ndimi katika mawasiliano yao ili kutoa maelezo zaidi yanayokusudiwa kuhakikisha kueleweka vizuri. Katika mfano huu hapo juu, wazungumzaji wametumia maneno ya Kiingereza na msimbo wa sokoni ili kueleweka wanakusudia nini. Pamoja na hayo, uchanganuzi wetu wa data ulitubainishia kwamba, wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili hutumia pia maneno ya Ekegusii na Kijaluo kwa lengo la kutoa maelezo ya ziada kufafanua au kuweka wazi kinachosemwa na mzungumzaji kama inavyojitokeza katika mfano ufuatao;

Mnunuzi: **Nikatie mandizi ya fifty**
Muuzaji: **Haya.**
Mnunuzi : **Nimesema unikatie mandizi ya hamsini, amatobu gaki**
Muuzaji : **Aaa pole, nilikuwa nafikiria unataka mandizi ya kupika**

Katika mazungumzo haya, wazungumzaji wametumia lugha ya Kiswahili, Kiingereza na Ekegusii katika tukio hili moja la mawasiliano. Mnunuzi anaanzisha mazungumzo kwa Kiswahili kisha anachopeka neno la Kiingereza kurejelea kiasi cha pesa anachodhamiria kutumia kununua ndizi. Mnunuzi hakuwa amembainishia muuzaji alikuwa anataka ndizi za aina gani, kwa hivyo, katika mtanziko huu, mnunuzi anabadilisha msimbo ili aweze kueleweka na muuzaji. Mnunuzi anatumia neno la Ekegusii kutoa maelezo zaidi anaposema— **Nimesema unikatie mandizi ya hamsini, amatobu gaki.** Mnunuzi anatumia usemi **amatobu gaki** ili kutoa maelezo zaidi na kuweka wazi aina ya ndizi anazohitaji, ndizi ambazo zimeiva. Kwa hivyo, mnunuzi anatumia neno la Ekegusii kutoa maelezo ziada. Muuzaji anaelewa alichohitaji mnunuzi baada ya maelezo ya ziada kutolewa kinyume na hapo awali ambapo hakuwa na hakika ya kile mnunuzi wake alichokuwa anahitaji. Maelezo ya ziada katika usemi huu yanawawezesha wauzaji na wanunuzi kuelewa ujumbe kwa jinsi liyokusudiwa na hivyo kutekeleza lengo la biashara la kuuza na kununua bidhaa kwa misingi ya maelewano. Kutokana na uchanganuzi wa data ya utafiti huu, tuligundua kuwa wapo wauzaji na wanunuzi ambao walitumia maneno ya Kiingereza na Kijaluo katika usemi wao kwa lengo la kurejelea wanachokisema kwa Kiswahili ili kutoa maelezo ya ziada ambayo huwasaidia kueleweka vizuri kama inavyojitokeza katika mfano ufuatao ;

Muuzaji: **Karibu kastoma, nikupee gani hapa?**
Mnunuzi : **Natafuta mihogo ile cassava ya kusiaga**
Muuzaji : **Unataka ya kupika ugali, kuon ber si ndio ?**
Mnunuzi : **Hiyo ndio nataka leo.**
Muuzaji : **Hiyo sina leo, enda kwa duka ya cereals pekee tu.**

Mazungumzo haya yanaonyesha ubadilishaji msimbo ambapo wauzaji na wanunuzi wanatumia maneno ya Kijaluo, Kiingereza na Kiswahili ili kutoa maelezo ya ziada juu ya mada au kitu wanachokizungumzia. Katika mazungumzo haya mnunuzi anataka mhogo kwa uelewa kwamba ipo mihogo ya kuchemsha na mingine iliyokaushwa kwa ajili ya kusiagwa kuwa unga wa kupika uji au ugali. Mnunuzi alihitaji mihogo ya kukaushwa na haja hii inamchochea kubadilisha msimbo kwa kusema—**Natafuta mihogo ile cassava ya kusiaga**. Katika hali hii, mnunuzi anajua msamiati wa bidhaa anazohitaji kwa lugha ya Kiswahili ila anabadilisha msimbo kwa lengo la kutoa maelezo ya ziada ili kuonyesha mhogo mahususi anaohitaji. Neno la Kiingereza *cassava* limetumiwa kurejelea mhogo kwa Kiswahili. Pamoja na kwamba mnunuzi anafahamu msamiati wa Kiswahili kurejelea bidhaa anayohitaji, anabadilisha msimbo na kutumia neno la Kiingereza kama njia ya kutoa maelezo ya ziada kuhusiana na aina ya mhogo aliyohitaji. Kwa hivyo, matumizi ya neno la Kiingereza yamekusudiwa kuondoa utata wa aina ya mhogo uliotakikana.

Maelezo haya ya ziada yanamwezesha muuzaji kujua kwa uhakika bidhaa zinazotakikana na mnunuzi na kwa misingi hiyo, muuzaji anamwelekeza mnunuzi anapoweza kupata aina ya mhogo anaotaka. Muuzaji anatumia neno la Kiingereza *cereals* kumwelekeza mnunuzi kwa duka la nafaka, lakini kwa sababu ambazo haziko wazi, muuzaji anaamua kutumia neno la Kiingereza badala ya neno nafaka kwa Kiswahili. Japo muuzaji anaanza mazungumzo haya kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili, anachopeka neno la Kiingereza pengine kwa kukosa msamiati mwafaka katika lugha ya Kiswahili anaposema—**Hiyo sina leo, enda kwa duka ya cereals pekee tu**. Tuligundua kuwa hata wenye maduka ya kuuza nafaka hutumia neno la Kiingereza *cereals* katika majina ya maduka yao. Hii inaonyesha kuwa msamiati wa Kiswahili, nafaka, hautumiwi sana katika soko la Daraja -Mbili, pengine ndio maana wauzaji na wanunuzi wa bidhaa wanabadilisha msimbo katika sentensi zao za Kiswahili kwa kutumia maneno ya Kiingereza ili kuwawezesha kueleweka vyema. Inakisiwa kwamba, ubadilishaji msimbo wa aina hii unachangia kuondoa utata katika mawasiliano yanayoendelezwa kwa Kiswahili.

Ubadilishaji msimbo pia unajitokeza katika mazungumzo haya kwa kupachika maneno ya lugha ya Kijaluo katika sentensi ya Kiswahili. Muuzaji ametumia maneno ya Kijaluo kumwezesha kutoa maelezo ya ziada, lakini haonekani kushawishiwa na ukosefu wa msamiati wa Kiswahili kurejelea neno la Kiswahili ugali. Kinachojitokeza ni kwamba, muuzaji anahiri kutumia maneno ya Kijaluo kwa sababu kadha wa kadha—kuonyesha kuwa anaelewa anachohitaji mnunuzi, kujenga ukaribu wa mahusiano, kuibua hisia za ufahamianaji na kujenga mwafaka wa kibiashara. Maelezo ya ziada yanayojitokeza yanaashiria kwa uhakika aina ya ugali unaozungumziwa hasa kutokana na matumizi ya unga wa mhogo uliokaushwa. Hili linajitokeza katika usemi wa muuzaji anaposema—**Unataka ya kupika ugali, kuon ber si ndio ?** Katika hali hii muuzaji anakariri kitu kile kile—*kuon* (ugali) *ber* (nzuri). Kwa hivyo, katika tukio hili, muuzaji anatumia maneno ya Kijaluo kama njia ya kumhakikishia mnunuzi kwamba anajua aina ya mhogo anayohitaji. Maelezo ya ziada katika mawasiliano haya yanajitokeza kwa matumizi ya maneno ya Kiingereza na Kijaluo katika sentensi za Kiswahili. Kwa hivyo, ubadilishaji msimbo katika soko la Daraja Mbili, ni

mkakati unaowawezesha wauzaji na wanunuzi kutoa maelezo ya ziada ili kuhakikisha kuwa muuzaji au mnunuzi anafahamu kinachozungumziwa.

Katika sehemu hii tumeangazia ubadilishaji msimbo unaolenga kutoa maelezo ya ziada ambapo wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili hutumia maneno ya Ekegusii, Kijaluo au Kiingereza katika sentensi za Kiswahili. Maneno hayo ya lugha mbadala kufidia matumizi ya Kiswahili, huwawezesha wauzaji na wanunuzi kuelewana kwa misingi kwamba, msamiati na rasilimali nyingine za lugha mbadala zinazotumiwa katika ubadilishaji msimbo, zinawahakikishia uwazi na ubayana wa kitu wanachokizungumzia. Hivyo hivyo, ubadilishaji msimbo katika miktadha hii ya sokoni, unajitokeza kama mkakati unaowawezesha wauzaji na wanunuzi kutoa maelezo ya ziada na kisha kuondoa utata katika usemi fulani wa Kiswahili. Hivyo basi, matumizi ya maneno ya Kiingereza, Kijaluo na Ekegusii katika sentensi za Kiswahili husaidia katika kuondoa utata katika muktadha wa sokoni.

4.1.2 Ubadilishaji msimbo kama mkakati wa urahisishaji mawasiliano

Uchanganuzi wa data ya utafiti huu ulitunyeshwa kuwa wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, hubadilisha msimbo kwa lengo la kurahisisha mawasiliano yao ya kibiashara na hata mahusiano ya watu binafsi. Matumizi ya msamiati kutoka lugha yoyote ile yanayojitokeza kama ubadilishaji msimbo, aghalabu hujitokeza kama mkakati wa kurahisisha mawasiliano. Uteuzi wa maneno na matumizi yake, unajitokeza kama utumiaji wa rasilimali za lugha ifikiwayo kwa wepesi kuwezesha udumishwaji wa mawasiliano, lakini zaidi kuwezesha kutolewa kwa maelezo zaidi ili kinachozungumziwa au kinachoashiriwa kibainike kwa ubayana zaidi. Mara nyingi maneno ya lugha mbadala yanayochopekwa katika matumizi ya lugha ya Kiswahili, ni maneno sahili yasiyohitaji maelezo zaidi kwa kuwa maana ya maneno hayo si maana changamani au tata, ni maneno yanayowawezesha wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili kuelewana vyema wanapowasiliana. Urahisishaji wa mawasiliano ndio mbinu inayowawezesha wauzaji wengi kuuza bidhaa zao nao wanunuzi kununua bidhaa ambazo wanazihitaji. Kwa hivyo, wauzaji na wanunuzi hawana budi kuwasiliana kwa lugha inayoeleweka kwa urahisi ili kurahisisha uendelezaji wa biashara na mahusiano ya kibinadamu kati ya mnunuzi na muuzaji.

Lugha itakayotumiwa katika muktadha wa sokoni, inaweza kurahisisha au kutatiza mawasiliano na kusababisha kutokuelewana kati ya wauzaji na wanunuzi. Uhalisia huu wa diskosi ya biashara pamoja na uhalisia wa miktadha ya sokoni, ni uhalisia unaowafanya wauzaji na wanunuzi kueleza na kuweka wazi matakwa yao ama kwa kutumia maneno mengi au njia za mikato zinazoeleweka katika miktadha hii. Kwa kadri uchanganuzi wa data ya utafiti huu ilivyoonyesha, matumizi ya maneno mengi katika mawasiliano, yanaweza kuangaliwa kama utaratibu unaotumia wakati na muda mrefu kuwasiliana kati ya wauzaji na wanunuzi, jambo linalowafanya wauzaji na wanunuzi kuhisi kwamba wanapoteza muda mwingi kutekeleza shughuli zao za kibiashara. Ili kuepuka taratibu za mzungungo na utoaji wa maelezo marefu, wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, walionekana kuhiari kuchopeka maneno ya lugha za kiasili na lugha ya Kiingereza katika matumizi ya Kiswahili ili kurahisisha mawasiliano. Kwa misingi ya uelewa huo huo, ubadilishaji msimbo ulijitokeza kama mkakati wa kuhakikisha kuelewana, kuhusiana na kuafikiana kati ya

wauzaji na wanunuzi kwa urahisi bila kuhitaji maelezo zaidi. Kwa hivyo, matumizi ya Ekegusii, Kijaluo au Kiingereza katika sentensi za Kiswahili, yaliwawezesha wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili kuweka wazi matakwa yao kwa njia za moja kwa moja badala ya utoaji wa maelezo ya ziada tena kwa njia za mzunguko. Uhalisia huu unajitokeza katika mfano ufuatao ;

Muuzaji : **Hebu angalia hii kastoma**
Mnunuzi : **Nataka *richambi* (mkeka, chamvi) ya gunia ya kuanika wimbi**
Muuzaji : **Hizo *chambi* utapata za makaratasi ya simiti pekee yake tu hapa kastoma**

Neno *richambi* la lugha ya Ekegusii katika mazungumzo haya, linamaanisha *mkeka* unaotengezwa kwa mpaje kwa lugha ya Kiswahili. Neno hili linatumika hivyo hivyo kimatamshi na kimaana katika lugha ya Kijaluo. Katika lugha ya Ekegusii, maneno ya mkopo aghalabu huchopekwa viambishi kuainisha ngeli husika, hali ambayo ni tofauti sana na jinsi neno hili linavyojitokeza kifonolojia na kimofolojia katika lugha ya Kijaluo. Katika mazungumzo haya, mnunuzi anabadilisha msimbo kwa kuchopeka neno la Ekegusii *richambi* katika sentensi ya Kiswahili na mnunuzi naye anarejelea mkeka huo kwa lugha ya Kijaluo *chambi* katika sentensi ya Kiswahili. Katika mazungumzo haya, mnunuzi na muuzaji wanatumia maneno japo ni kutoka lugha tofauti, wanaelewana na wanadumisha urahisi wa mawasiliano kati yao pasina kuibuka haja ya utoaji wa maelezo ya ziada. Ubadilishaji msimbo wa aina hii uliwawezesha wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili kuwasiliana kwa ufupi lakini uliokuwa wazi. Mahitimisho haya yanaegemezwa katika uelewa wa chukulizi kwamba, matumizi ya maneno ya lugha za kiasili yaliwawesha kutoa maana za wazi kuhusiana na urejeleaji wa bidhaa na michakato mingine ya sokoni.

Ubadilishaji msimbo ni njia moja ya kuwawezesha wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili kuwasiliana kwa kutumia muda mfupi na kwa njia ya mkato ambapo maneno yanayochukuliwa kutoka lugha za kiasili yanatumiwa kwa utimilifu wao au kwa kufupishwa kwa chukulizi kuwa yanapunguza utoaji wa maelezo marefu. Shughuli za sokoni, hususan wakati wa siku za soko, huwakananisha watu wengi—wauzaji na wanunuzi pamoja na wengine wengi wanaotoa huduma za aina nyingi kudhibiti michakato ya ufanyaji biashara. Uhalisia huu huchochea ubadilishaji msimbo wa mara kwa mara unaoishia katika matumizi ya maneno ya lugha za kiasili kwa kuchukuliwa kwamba, maneno kutoka lugha hizi ni mwafaka katika kurahisisha mawasiliano. Hii ilionekana kuwa sababu ya kimsingi iliyowachochea wauzaji na wanunuzi kuchopeka maneno ya lugha mbadala katika sentensi za Kiswahili kwa lengo la kufupisha muda wa mawasiliano ili kutoa nafasi ya watu wengi kuhudumiwa. Ubadilishaji msimbo unaojitokeza katika mawasiliano kati ya wauzaji na wanunuzi katika soko la wazi la Daraja Mbili, unaweza kusemwa kwamba unawawezesha kutumia muda mfupi katika mawasiliano yao. Hili linabainika katika mfano ufuatao ;

Mnunuzi : **Uko na ‘tumbegu’ za *saga* ?**
Muuzaji: **Eeee zote ziko hata ya *mitoo***
Mnunuzi: **Sitaki mimi *mitoo* zimenijalia kwa ‘samba’**

Muuzaji: **Nikufungie gani basi?**
Mnunuzi: **Fungia mimi za *saga*, *mrenda* na *egesare* hii ya kwenu**

Mazungumzo haya kati ya mnunuzi na muuzaji kutoka jamii-tumizi lugha tofauti, yanadhihirisha ubadilishaji msimbo pamoja na uhuru wa kutumia lugha kwa mkato. Ubadilishaji msimbo unaojitokeza hapa unajibainisha kwa mchanganyiko wa matumizi ya lugha ya Ekegusii, Kijaluo na Kiswahili katika mazungumzo yanayokitwa kimsingi katika matumizi ya Kiswahili. Maneno ya lugha za Ekegusii na Kijaluo ambayo yametumika yanarejelea mbegu za mboga za kienyeji—*saga*, *mitoo*, *mrenda* na *egesare*. Hizi ni aina za mboga za kienyeji ambazo, inaweza kusemwa kwamba msamiati wa kuzirejelea kwa Kiswahili ama haujulikani au haujazoeleka katika soko la Daraja Mbili. Hii ndio maana wauzaji na wanunuzi wanahiari kubadilisha msimbo kwa kuchopeka maneno ya lugha za kiasili katika sentensi za Kiswahili kurahisisha mawasiliano. *Saga*, *mtunguja* kwa Kiswahili ni neno la Ekegusii lililofupishwa kutoka neno *chinsaga* kwa kukata silabi ya mwanzo, ufupisho ambao unaruhusiwa na unaotokana na mazoea ya mnunuzi ambaye ana mazoea ya kukata silabi za mwanzo katika maneno kinyume na ilivyo katika Ekegusii. Neno la Ekegusii *egesare*, *kunde* kwa Kiswahili limetumiwa kwa ukamilifu wake wa kifonolojia na kimofolojia na hali yake ya kawaida. Maneno haya ya lugha ya Ekegusii yanatumiwa katika sentensi za Kiswahili kwa njia chanya ya kuwasilisha ujumbe kama unavyokusudiwa na wanunuzi na wauzaji, ila katika uchanya huo wa kimawasiliano, lugha ya Kiswahili imepembeza.

Kwa upande mwingine, *mitoo* ni neno la Kijaluo linalotumiwa kurejelea aina fulani ya mboga za kiasili. Maneno haya ya lugha za kiasili yanatumiwa katika mawasiliano sokoni Daraja Mbili kurahisisha mawasiliano na kwa njia ya kuepuka kutumia maneno ya Kiswahili kurejelea bidhaa ambazo huenda kukahitajika maelezo Zaidi ili kujenga uwazi. Ubadilishaji msimbo unawawezesha wauzaji na wanunuzi kurahisisha mawasiliano na hivyo kutumia muda mfupi katika mawasiliano. Mazungumzo yachukuayo muda mfupi yanawawezesha wauzaji kupata nafasi ya kuwahudumia wanunuzi wengi kwa muda mfupi. Kwa muhtasari, katika sehemu hii, tumeangazia ubadilishaji msimbo unaojitokeza kama mkakati wa kurahisisha mawasiliano na kuwawezesha wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili kutumia muda mfupi katika mawasiliano yao. Kwa misingi ya uelewa huo, matumizi ya maneno hasa ya lugha za kiasili badala ya msamiati wa Kiswahili, huwawezesha wauzaji na wanunuzi kuelewana bila kutumia maelezo zaidi. Lakini hata hivyo, Kiswahili kinabaki kuwa lugha kiungo inayotumiwa pakubwa na kwa muda mwingi katika mawasiliano ya wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili.

4.1.3 Ubadilishaji msimbo kama mbinu ya kuwatenga wasio wanakundi-ndani

Uchanganuzi wa data ya utafiti huu, ulitubainishia kwamba, wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili hubadilisha msimbo kama mbinu ya kuwatenga watu wengine kwa muda katika matukio fulani ya mawasiliano yao. Dhana ya kuwatenga wasio wana kundi-ndani kwa muda, ina maana ya ama wauzaji au wanunuzi kutotaka kuwashirikisha watu fulani katika mawasiliano fulani, yaani kutaka wasiokuwa wa kundi lao kusikia wanachokisema. Kwa mfano, wauzaji ambao ni wa jamii-tumizi lugha moja wanaweza wakabadilisha msimbo ili wanunuzi waliopo karibu

wasije wakasikia wanachokisema, nao, wanunuzi huweza kufanya vivyo hivyo kwa lengo la kuwatenga wauzaji. Hili ni jambo linalofanyika kwa muda mfupi kisha wauzaji na wanunuzi huendeleza mazungumzo yao kwa Kiswahili, lugha inayowaunganisha watu wote katika soko hili. Hii ni kwa sababu, lugha ya Kiswahili ndiyo lugha ya taifa inayowaunganisha watu wa makabila mbalimbali nchini Kenya. Katika hali za kuafikiana na ukweli huo, asilimia kubwa ya mazungumzo kati na miongoni mwa watu mbalimbali wanaofika katika soko hili, yanafanywa kwa Kiswahili. Kwa hivyo, wauzaji na wanunuzi katika soko hili hubadilisha msimbo kwa kutumia lugha zao za kiasili ili kuwatenga watu wasiokuwa wa kundi lao, yaani wanunuzi pale ambapo maslahi ya kikundi yanapoonekana kuathirika. Mfano ufuatao unadhihirisha ubadilishaji msimbo kwa lengo la kuwatenga watu wasiokuwa wa kundi-ndani;

- Mnunuzi 1: **Nipee hii kwa bei mzuri yawa.**
 Muuzaji 1: **Bei ni hiyo tu kastoma na hakuna mahali utapata na ya chini kuliko yangu.**
 Mnunuzi 2: (Kwa mnunuzi 1) **Aaai, bii wathii** (njoo twende).
 Muuzaji 2: **Kastoma kuja niwauzie sufuria kaa hiyo mnataka.**
 Muuzaji 1: (Kwa muuzaji 2) **Inyee yaa** (nne)
 Muuzaji 2: **Sawa, (kwa wanunuzi) Chagua yenye mnataka niwauzie**
 Mnunuzi 1: **Hii ndio nataka, unauzaje ?**
 Muuzaji 2 : **Mia nne tu kastoma.**
 Mnunuzi 2: **Sasa hakuna tafauti na huyu mwingine**
 Muuzaji 2: **Hiyo haina bei ingine hata uende wapi mama.**

Mawasiliano haya yanadhihirisha ubadilishaji msimbo unaowatenga watu wanaochukuliwa kuwa wa kundi-nje ambapo, wauzaji wawili wanaojiona kama kundi-ndani wanawatenga wanunuzi wawili wanaoangaliwa kama wa kundi-nje kwa misingi ya ubadilishaji msimbo. Wanunuzi walitaka kununua sufuria katika eneo linalotengewa shughuli hiyo. Wauzaji sufuria katika eneo hili na katika biashara hiyo ya kuuza sufuria, wanaweza kuangaliwa kama watu walio na maslahi yanayosawiana. Kwa hivyo, muuzaji mmoja anajali maslahi ya muuzaji mwingine. Mahusiano haya ya kimaslahi yanawashurutisha wakati mwingine kunong'onezana, kutumia lugha kiubunifu au hata kubadilisha msimbo na kuitumia lugha yao kimapumbo ili kuwatenga wanunuzi. Huu ndio uhalisia wa mazungumzo haya ambapo Muuzaji 1 anabadilisha msimbo kwa kutumia usemi wa Ekegusii kumtaka Muuzaji 2 asibadilishe bei kwa kumwambia Mnunuzi 1 bei ile ile aliyoisema Muuzaji 1. Hili linajitokeza wakati Muuzaji 1 anaposema—*Inyee yaa* kwa maana ya '*mia nne mwenzangu*.' Muuzaji 1 anabadilisha msimbo unaomruhusu kutumia lakabu ya sokoni kwa kutaja takwimu nne badala ya matamko timilifu ya kusema *mia nne*. Maslahi ya kibiashara ya Muuzaji 1 yanasawiana na maslahi ya Muuzaji 2 hivi kwamba, mazungumzo yaliyokuwa yakiendelezwa kwa Kiswahili yanabadilishwa na mahali pake unatumiwa usemi wa Ekegusii unaowasilishwa kwa ufupi na ubanifu. Wanunuzi wanapokwenda kwa Muuzaji 2 kwa lengo lile lile la kununua sufuria, wanunuzi wanakuta bei ni ile ile ya shilingi mia nne. Muuzaji 1 anabadilisha msimbo na kuitaja bei kwa ubanifu, maneno mawili ya mkato, hata pasina kumwangukia Muuzaji 2 ambaye

anayasikia na kufasiri kikamilifu maana inayokusudiwa. Huu ni msimbo wa sokoni ambapo wauzaji bidhaa huwasiliana kwa njia za mkato pasina kukamilisha usemi wanapotumia lugha zao za kiasili ili kuwatenga watu wasiokuwa wa kundi-ndani.

Kwa upande mwingine pia, katika mawasiliano yaya haya, Mnunuzi 2 anabadilisha msimbo kwa kutumia Kijaluo kumweleza mwenzake (Mnunuzi 1) waondoke waende kwa muuzaji mwingine. Hili linabainika Mnunuzi 2 anaposema *Aaai, bii wathii*, kwa maana kumtaka mwenzake waondoke kwa Muuzaji 1 wakanunue sufuria kwa muuzaji mwingine. Hata hivyo, hapa ndipo Muuzaji 1 anabadilisha msimbo na kumtaka Muuzaji 2 adumishe bei ile ile ya shilingi mia nne ambayo ilikuwa mwafaka kwa maslahi yao ya kibiashara. Hata kama wanunuzi wana udhibiti fulani wa lugha ya wauzaji, ubadilishaji msimbo unaotumiwa hapa ni wa kiubunifu, unaopitishwa kwa ujanja na mkato wa maneno hivi kwamba wanunuzi hawaelewi ni nini kinachosemwa.

Ubadilishaji msimbo unaoshirikishwa katika mazungumzo kati ya Muuzaji 1 na Muuzaji 2 unaodhamiria kudumisha bei ile ile sokoni au hata kuhusiana na bidhaa hii moja, unaonyesha kwamba ubadilishaji msimbo unaweza kutumiwa kulinda maslahi ya kimakundi, kwa mfano, katika tukio hili, umoja miongoni mwa wauzaji bidhaa. Mahusiano na maafikiano yanayojidhihirisha katika ya Muuzaji 1 na Muuzaji 2, au maafikiano yaliyoko kati ya wanunuzi hawa, yanadhihirisha mahusiano ya kimaslahi na umoja miongoni mwa wauzaji bidhaa. Wanunuzi wanabainikiwa kwamba, hata wazunguke kiasi gani, wauzaji wanauza bidhaa zao kwa bei ile ile. Uhalisia huu unawafanya wanunuzi kukata tamaa Mnunuzi 2 anaposema—**Sasa hakuna tafauti na huyu mwingine**. Usemi huu unaonyesha kuwa wanunuzi wamekata tamaa ya kupata sufuria waliyokuwa wakiitaka kwa bei ya chini kuliko shilingi mia nne.

Katika sehemu hii, tumeangazia ubadilishaji msimbo wa kimaslahi unaotumiwa kuwatenga wana kundi-nje ili kudumisha mwafaka wa bei ya bidhaa fulani. Kauli ibuka hapa ni kwamba, ubadilishaji msimbo unaweza kutumiwa kuonyesha umoja, kwa mfano, miongoni mwa wauzaji bidhaa. Hakuna kusalitiana miongoni mwa wauzaji bidhaa, wauzaji wanatimiza malengo yao kwa kuwatenga wanunuzi kimawasiliano na hivyo kudhihirisha umoja wao wa kimaslahi wa kudumisha bei inayosawiana kutoka kwa muuzaji mmoja hadi mwingine. Ubadilishaji msimbo wa kuwatenga wana kundi-nje unajitokeza katika mfano ufuatao;

- Muuzaji : **Chukua hii yote na mia tatu tu kastoma.**
Mnunuzi 1 : **Hiyo si ni mingi sana kastoma yangu.**
Mnunuzi 2 : **Sisi tunanunulia wewe kila siku hapa kastoma.**
Muuzaji: **Labda niwafanyie yote na *two eighty*** (mia mbili themanini)
Mnunuzi 2: (kwa mnunuzi 1) ***apenji, ario kende*** (nasema, mia mbili pekee)
Mnunuzi 1: **Kastoma nifanyie na mia mbili**
Muuzaji: **Hiyo utanirudisha nyumbani na utanipata hapa tena kastoma.**
Mnunuzi 1: **Wacha basi tuende.**
Muuzaji: **Leta pesa lakini siku ingine sitakufanyia hivyo.**

Mazungumzo haya yanahusiana na uuzaji wa viazi vitamu ambavyo Mnunuzi 1 anataka kununua. Muuzaji anauza viazi kwa shilingi mia tatu lakini kuna mjadala unaolenga kupunguza bei. Mnunuzi 1 anamtaka Muuzaji kumpunguzia bei ya viazi kwa kusema—**Hiyo si ni mingi sana kastoma yangu**, na muuzaji anaridhia kwa kumpunguzia bei kwa shilingi ishirini. Japo Mnunuzi 1 alikuwa ameridhishwa na punguzo hilo na alikuwa tayari kununua kwa shilingi mia mbili themanini, Mnunuzi 2 anafikiri vingine kwa kumtaka mwenzake aombe kupunguziwa bei zaidi. Mnunuzi 2 anabadilisha msimbo kwa kutumia usemi wa lugha ya Kijaluo kuonyesha kutoridhika kwamba viazi hivyo havitoshi kuuzwa kwa shilingi mia tatu vinastahili kuuzwa kwa shilingi mia mbili tu. Hili linabainika katika matumizi ya usemi— *apenji, ario kende*. Ubadilishaji msimbo huu unalenga kumtenga Muuzaji wakati wanunuzi wanasemezana kuafikiana juu ya bei ifaayo. Katika ubadilishaji msimbo huu, wanunuzi wanaamua kuondoka bila kununua kutoka kwa Muuzaji huyu, kauli inayomfanya abadilishe nia na kukubali kumuuzia viazi kwa shilingi mia mbili kwa shingo upande anaposema—**Leta pesa lakini siku ingine sitakufanyia hivyo**.

Katika mawasiliano haya tumeangazia jinsi ubadilishaji msimbo unavyotumiwa katika soko la Daraja Mbili kuwatenga watu wasiokuwa wa jamii-tumizi lugha husika. Hii inatokana na utambuzi kuwa matumizi ya lugha ya Kiswahili ambayo ni lugha kiungo, hayawezeshi utengwaji huo wa kundi-nje au kundi-ndani kujitokeza. Wanunuzi wanafanikiwa kununua bidhaa kwa bei nafuu pale wanapojidiliana kama kundi. Sawia na wanunuzi wanavyojitokeza kama kundi, tulionyesha pia kuwa wauzaji nao wanabadilisha msimbo kwa lengo la kuwatenga wanunuzi na kuwawezesha kudumisha umoja kama kundi. Wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili pia hubadilisha msimbo kwa kutumia maneno ya lugha nyingine za kiasili kwa lengo la kutaka kuijua lugha husika vizuri kama tutakavyoonyesha katika sehemu ifuatayo.

4.1.4 Ubadilishaji msimbo kama mbinu ya kujifunza lugha nyingine

Uchanganuzi wetu wa data ya utafiti ulitubainisha kwamba, ubadilishaji msimbo unaojidhihirisha katika mawasiliano ya wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, una athari chanya mbalimbali kwa lugha ya Kiswahili. Katika hali mbalimbali za mawasiliano ya kibiashara, wauzaji katika soko hili hutumia maneno ya lugha nyingine za kiasili wanapozungumza na wanunuzi watumiaji wa lugha tofauti na za wauzaji bidhaa. Inakisiwa kwamba, ubadilishaji msimbo katika hali hizo huwa unalenga kujifunza na kujiendeleza ili kubobea katika lugha fulani ya kiasili. Ujifunzaji wa lugha nyingine ya kiasili ni athari chanya kwa wauzaji na wanunuzi kwa kuwa huwawezesha kuwasiliana wakati wa shughuli za biashara.

Kuna sababu nzuri ya kujifunza lugha nyingine katika miktadha hii ya kibiashara, hasa inapozingatiwa kwamba, soko la wazi la Daraja Mbili ni makutano ya watu kutoka jamii-tumizi lugha nyingi. Si wote wafikao sokoni wako radhi kutumia lugha ya Kiswahili, badala yake wako radhi kuwasiliana kwa lugha zao za kiasili. Kimsingi, tulibaini kwamba, kuna bidhaa mbalimbali zinazoletwa sokoni ambazo hazijulikani kwa lugha ya Kiswahili, au kama zinajulikana kwa lugha ya Kiswahili, msamiati wake haujaoeleka na wauzaji katika soko hili. Kutokana na ukweli huo, bidhaa nyingi huwa zinarejelewa kwa msamiati wa lugha za kiasili, sana sana Ekegusii na Kijaluo. Kwa hali kama hizi, inakuwa muhimu kwa wauzaji kujifunza lugha nyingine za kiasili, hasa

kujifunza msamiati wa kurejelea bidhaa wanazozuza, na kwa upande mwingine, kujifunza lugha ya kuwasiliana ama na wanunuzi au wauzaji wasemaji wa lugha nyingine za kiasili. Kujua msamiati wa lugha nyingine za kiasili ambazo wazungumzaji wake asilia hufika katika soko la Daraja Mbili, ni muhimu kwa kuwa zinachangia kuwasiliana na msambao mkubwa wa watu wafikao sokoni, hasa pale watu hao hawana udhibiti mwafaka wa lugha ya Kiswahili. Hapana shaka kwamba, wauzaji ambao wa umilisi na udhibiti wa msamiati, istilahi na vipengele vingine vya kiasili, wanaweza kuwasiliana na kuelewana na watu kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali. Pamoja na kwamba, kwa misingi ya kimawasiliano hii ni athari chanya, kwa matumizi ya Kiswahili huu ni ushindani wa lugha unatweza na kupembeza matumizi ya Kiswahili. Uhalisia wa ubadilishaji msimbo kwa misingi hii unajibainisha katika mfano ufuatao;

- Muuzaji 1: **Kastoma sema nikuuzie.**
Mnunuzi: **Sijui kitu nataka kama wewe iko nayo, siioni hapa kwako.**
Muuzaji 1: **Unataka nini basi?**
Mnunuzi: **Nataka ile mboga inaitwa *rikuneni* (matawi ya maharagwe).**
Muuzaji 1: **Inakaa namna gani?**
Muuzaji 2: **Wee kastoma kuja nikwambie.**
Mnunuzi: (Kwa Muuzaji 2) **umeziona mahali?**
Muuzaji 2: **Hiyo huwezi pata saa hii maharage ilisakauka samani, labda hii *gesare* (kunde) itakusaidia.**
Mnunuzi: **Waah, niwekee tu juu nimetafuta hii soko yote sijaona.**

Katika mawasiliano haya, mnunuzi aliyehitaji aina fulani mahususi ya mboga, lakini mawasiliano yake na muuzaji yanakwamizwa na vingiti vya tofauti za lugha. Mnunuzi katika mazungumzo yake na Muuzaji 1 anamweleza aina ya mboga anazohitaji. Hata hivyo, Muuzaji 1 hakuelewa aina ya mboga alizohitaji Mnunuzi na hivyo kunatokea kutokuelewana kwa kuwa Mnunuzi alitumia msamiati wa Ekegusii kurejelea mboga alizokuwa akizihitaji na ilhali Muuzaji 2 anadhihirisha kuwa anaelewa aina ya mboga anazozihitaji Mnunuzi anaposema—**Hiyo huwezi pata saa hii maharage ilisakauka samani, labda hii *gesare* itakusaidia.** Muuzaji 2 anadhihirisha kuwa anajua anachokihitaji Mnunuzi anamweleza kuchukua mboga mbadala *kunde* ambazo kwa maoni yake zitamfaa mnunuzi. Usemi wa Muuzaji 2 unadhihirisha athari chanya za ubadilishaji msimbo kama mkakati wa kimawasiliano katika soko la Daraja Mbili. Muuzaji 2 anamuuzia Mnunuzi mboga aina ya kunde baada ya kudhihirisha alikuwa anajua aina ya mboga alizohitaji kwa kuashiria kuwa huo haukuwa msimu wake. Ubadilishaji msimbo katika mawasiliano haya unatimiza malengo ya wauzaji ya kuwavuta na kuwashawishi wanunuzi wa bidhaa. Katika hali ambapo kuna utata wa kuelewana kati ya wauzaji na wanunuzi, aghalabu mawasiliano huwa yanarejeshwa katika matumizi ya lugha ya Kiswahili ambayo hatimaye urahisisha uelewaji. Kwa hivyo, hali ya kutojua jinsi mboga fulani inavyorejelewa katika lugha fulani ya kiasili, wauzaji na wanunuzi hutumia Kiswahili kuwasiliana.

Tumeangazia athari chanya za ubadilishaji msimbo kwa kujikita katika uelewa jumla wa ufanikishaji wa mawasiliano ya kibiashara. Hali za kutotumia Kiswahili katika soko la Daraja Mbili, zinawezesha matumizi ya ubadilishaji msimbo ambayo kwa njia mbalimbali husaidia katika utoaji wa maelezo ya ziada ili kuondoa utata kuhusu ama bidhaa zinazozungumziwa au mawasiliano yoyote yale yanayohusika, kurahisisha mawasiliano ambapo maelezo zaidi hayahitajiki, kurahisisha kuhudumiwa kwa wateja wengi iwezekanavyo, kuwatenga watu wasiokuwa wa kundi-ndani na hivyo kuficha siri zao hasa kuhusiana na bei ya bidhaa. Juu ya yote haya, ubadilishaji msimbo umeweza kuangaliwa kama mbinu ya kujifunza lugha nyingine kama mkakati wa kukabiliana na changamoto za kimawasiliano sokoni. Katika kujifunza lugha nyingine za kiasili, wauzaji na wanunuzi hudhalilisha matumizi ya Kiswahili na kwa njia hiyo huchangia kuitweza na kuipembeza lugha ya Kiswahili.

4.2 Athari hasi za ubadilishaji msimbo kwa matumizi ya Kiswahili katika soko la Daraja Mbili

Ubadilishaji msimbo katika muktadha wa sokoni unaweza kuwa na athari chanya au athari hasi kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili kama lugha tawala na lugha kiungo katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Pamoja na kwamba tumeangazia athari chanya za ubadilishaji msimbo katika mchakato wa mawasiliano ya sokoni, uchanganuzi wetu wa data ya utafiti huu unaonyesha kuwa ubadilishaji msimbo katika muktadha wa sokoni unaweza kuwa na athari hasi kwa matumizi ya Kiswahili kutegemea malengo waliyonayo wauzaji na wanunuzi. Kwa mintarafu ya utafiti huu, dhana ya athari hasi za ubadilishaji msimbo inahusiana na kubanwa na kupembeza kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili katika masoko ya wazi nchini Kenya kama inavyothibitishwa na uhalisia wa matumizi ya Kiswahili katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Kwa mujibu wa uchanganuzi wetu wa data iliyokusanywa kwa ajili ya utafiti huu, athari hasi au hasara zinazotokana na ubadilishaji msimbo katika miktadha ambapo Kiswahili kinastahili kuwa lugha tawala, ni kwamba maslahi ya kibiashara katika soko hili la Daraja Mbili yanapewa kipaumbele zaidi kuliko usanifu au hata fursa za kutumia lugha ya Kiswahili. Mbali na haya, kuna athari nyingine hasi kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili kama vile wauzaji na wanunuzi wa bidhaa katika soko hili kutojitahidi kujifunza na kuimarisha uhibitaji wa lugha ya Kiswahili. Vilevile, athari nyingine hasi ni pamoja na ukweli kwamba, ubadilishaji msimbo unaoegemea matumizi ya lugha za kiasili, unakuza hisia na mitazamo hasi inayoibua migawanyiko katika mazungumzo, migawanyiko katika wauzaji na wanunuzi kwa sababu ya matumizi ya lugha za kiasili kuhusishwa na hisia za ukabila badala ya utaifa unaohusishwa na lugha ya Kiswahili inayokubalika kwa wingi.

4.2.1 Mgawanyiko au utengano katika mawasiliano

Kutokana na uchanganuzi wa data ya utafiti huu, tulibaini matukio mengi ya kimawasiliano ambapo ubadilishaji msimbo ulijitokeza kuwa na athari hasi za kimawasiliano, hasa pale ambapo ubadilishaji msimbo ulichochea hisia za kikabila na kwa sababu hiyo kuibua utengano kati ya wanunuzi na wauzaji. Dhana ya mgawanyiko na utengano imetumiwa hapa kwa maana ya kuashiria mtafaruku wa kimawasiliano unaotokea kati na miongoni mwa wauzaji na wanunuzi kutokana na kubadilisha msimbo katika hali ambapo mawasiliano yanayoendelezwa kwa

Kiswahili yanakatishwa na kuingiliwa na matumizi ya lugha za kiasili zisizoeleweka na wazungumzaji wote. Matarajio ya kimsingi ya kimawasiliano katika muktadha wa sokoni ni kwamba, wauzaji na wanunuzi watatumia lugha inayoeleweka na inayofahamika na wote. Matarajio hayo yanakitwa katika ukweli kwamba, kila muuzaji na mnunuzi afikaye sokoni, hutarajia kufanikisha malengo yaliyomleta sokoni. Matarajio hayo ya ufanisi yanahusishwa na matumizi ya Kiswahili kama lugha kiungo na lugha wezeshaji ambayo inafikiwa kwa urahisi na wepesi na wauzaji na wanunuzi. Kwa hivyo, upachikaji wa maneno ya lugha za kiasili au hata uchopekaji wa lugha Kiingereza katika matumizi ya Kiswahili huwafanya baadhi ya wauzaji na wanunuzi kutoelewa kinachosemwa, na hivyo, kuhisi kutengwa. Katika hali hizo za kutengwa, inakuwa vigumu kwa shughuli za biashara kuendelezwa ufaafu katika soko la Daraja Mbili. Ukweli wa hali hizi za kimawasiliano zinazojitambulisha kwa misingi ya ubadilishaji msimbo, wakati mwingine huwafanya wauzaji na wanunuzi kuhisi kuwepo kwa mgawanyiko wa kimawasiliano kwa misingi ya lugha zinazotumika katika ubadilishaji msimbo. Uhalisia kama huu unajibainisha katika mfano ufuatao;

Muuzaji 1: **Mama kuja nikuwekee mahindi vizuri**

Mnunuzi: **Nataka nyeupe kabisa**

Muuzaji 2: ***Oyio nare amasakara, mokorere namba nane ne enusu*** (Huyo ana pesa, muuzie na themanini na tano).

Mnunuzi: **Wewe uko na shida gani, mbona unamwambia pesa anafaa kuniuzia mahindi. Wababa hawakuangi na mdomo hivyo, chungu midomo yako, ati namba nane kwani...**

Muuzaji 1: **Mama wacha kugombana asubuhi, kuja nikupimie uende vizuri.**

Mnunuzi: **Mimi sipendi kukasirika asubuhi lakini huyu mbaba anaona Kikisii ni Kifrench watu hawajui.**

Muuzaji 2: **Aaah wacha kelele si uende kama unataka kwani wewe tu ndio kastoma.**

Muuzaji 1: **Wee bwana achana na kastoma yangu, nyamaza.**

Katika mawasiliano haya, Muuzaji 1 na Muuzaji 2 wanabadilisha msimbo ili kumtenga Mnunuzi kimawasiliano. Hata hivyo, inatokea kwamba Mnunuzi ana udhibiti na uelewa wa lugha iliyotumiwa katika ubadilishaji msimbo huu kama mbinu ya kuambaa matumizi ya Kiswahili. Ubadilishaji msimbo wa aina hii hauna sababu nyingine ila tu kumtenga Mnunuzi kwa kuwa ndiye mada inayozungumizwa kati ya Muuzaji 1 na Muuzaji 2. Muuzaji 2 alikuwa amemkadiria mnunuzi kuwa mtu aliye na uwezo wa kifedha kwa hivyo alikuwa na uwezo wa kununua mahindi kwa shilingi themanini na tano kwa kilo. Ili kuufikisha ujumbe huo wa uwezo wa kifedha wa mnunuzi,

Muuzaji 2 anabadilisha msimbo kwa kutumia Ekegusii na kusema—*Oyio nare amasakara, mokorere namba nane ne enusu*. Hata kama kuna kauli za kinadharia zinazosema kwamba, ubadilishaji msimbo hauvunji kanuni za lugha husika, usemi huu unaweza kuangaliwa kama msimbo maradufu kwa sababu, kwanza unatumia lugha ya kiasili badala ya lugha tawala katika shughuli hii ya kibiashara, pili ni msimbo kwa kuwa usemi huu unasimba maana hivi kwamba kinachosemwa hakijitokezi moja kwa moja, kinahitaji ufasiri kwa kuwa, Muuzaji 2 anatumia msimbo wa sokoni *nare amasakara* (ana karatasi) kurejelea pesa. Matumizi ya neno *karatasi (amasakara)* yanakusudiwa kufidia matumizi ya neno la Ekegusii *chibesa* (pesa) kwa kuchelea kwamba *chibesa* ni neno lililozoeleka sana na matumizi yake yangemsaliti kwa Mnunuzi. Matumizi ya *amasakara* badala ya *chibesa* pamoja na kwamba yanafanikisha mawasiliano, yanaathiri Kiswahili kwa njia hasi kwa kuwa yanachangia uhamishaji wa maana ya maneno usio wa lazima. Hali kadhalika, ubadilishaji msimbo wa aina hii, unaathiri Kiswahili kwa kujenga chukulizi kwamba lugha ya Kiswahili haijitoshelezi kimsamiati.

Ufasiri mwingine unaoweza kuhusishwa na ubadilishaji msimbo huu ni kwamba, matumizi ya lugha ya Ekegusii kati na miongoni kwa wauzaji mbali na kuwatenga wanunuzi, yanakinza pia matumizi na mawasiliano kwa Kiswahili. Ubadilishaji msimbo huu katika mawasiliano haya unachochea ugomvi kati ya muuzaji na mnunuzi kwa kuwa mada katika msimbo ilikuwa na chembechembe za masimango. Lengo la ubadilishaji msimbo huu hapa halikufanikiwa kwa kuwa, siri iliyokusudiwa kubanwa ilitambulika na badala yake kunazuka mtafaruku kati yao. Mnunuzi, kwa upande wake anatumia Kiswahili katika usemi wake kuonyesha kutoridhishwa na matumizi ya Ekegusii ilhali wote wanajua Kiswahili. Kutoridhika huku kunajitokeza katika mfano ufuatao;

Mnunuzi: **Wewe uko na shida gani, mbona unamwambia pesa anafaa kuniuzia mahindi. Wababa hawakuangi na mdomo hivyo, chungu midomo yako, atinamba nane kwani...**

Mnunuzi: **Mimi sipendi kukasirika asubuhi lakini huyu mbaba anaona Kikisii ni Kifrench watu hawajui.**

Tumeangazia jinsi ubadilishaji msimbo katika soko la Daraja Mbili huweza kusababisha utengano kati ya wauzaji na wanunuzi. Kwa mfano, katika mfano huu hapa juu, Muuzaji 2 anabadilisha msimbo na kutumia lugha ya Ekegusii katika usemi wa Kiswahili na kwa njia hiyo kumtenga kimawasiliano na kuishia kuzua utengano na mwachano wa kimawasiliano na kimslahi. Ubadilishaji msimbo unaweza kuzua athari hasi kwa Kiswahili kwa kuwa, pale upembezwa wa Kiswahili unaposhurutisha matumizi ya lugha za kiasili, kunaibuka hisia za kutwezwa na kudhalilishwa kwa wanunuzi na wauzaji wao. Lugha ya Kiswahili inatumiwa kuanzisha mawasiliano lakini inaingiliwa kati na ubadilishaji msimbo unaoishia kuzua mtafaruku kati ya mnunuzi na muuzaji. Kiswahili kinapembezwa katika mawasiliano haya licha ya kuwa ndiyo lugha kiungo katika soko la Daraja Mbili sawia na ilivyo katika masoko yote ya wazi nchini Kenya.

Kutokana na uchanganuzi wetu wa data ya utafiti wetu, tulibaini pia kuwa ubadilishaji msimbo unaweza kusababisha utengano miongoni mwa wauzaji wa jamii-tumizi lugha tofauti katika soko la wazi kama la Daraja Mbili. Utengano huu unasababishwa na baadhi ya wauzaji kutaka kujitwalia nafasi kubwa kwa kudai kuwa wao ndio wenyeji asilia wa soko kama inavyojitokeza katika mfano ufuatao;

Muuzaji 1: **Wachana kusongeza tandiko yangu, hapa ni kwangu**

Muuzaji 2: **Si usongese nyuma kidogo juu kuna *kaspace***

Muuzaji 1: **Kwani wewe hapo hutoseki na hiyo *space*?**

Muuzaji 3: ***Aye tosuka pi, nka tore*** (Wewe usisonge hata kidogo, tuko nyumbani)

Muuzaji 1 : **Toseka na hiyo *space* au uhame.**

Muuzaji 2 : **Unadanganywa na Mkisii mwenzako na mlitupata hapa. *Mogaka wacha kufitina watu hapa.***

Katika mazungumzo haya, Muuzaji 1 na Muuzaji 3 ni watumiaji wa lugha moja, Ekegusii ilhali Muuzaji 2 ni mtumiaji wa lugha nyingine tofauti. Muuzaji 1 na Muuzaji 3 kwa upande moja na Muuzaji 2 kwa upande mwingine, wanapigania nafasi kwa ajili ya kupanga bidhaa zao za mauzo. Mgogoro huu unaishia katika ubadilishaji msimbo ambapo, Muuzaji 1 na Muuzaji 3 wanahisi kuwa wana haki zaidi kwa kudai kuwa soko la Daraja Mbili, liko katika eneo lao, mjini Kisii. Wanahisi kwamba hawapaswi kumsongea mwenzao kutoka sehemu nyingine ya nchi ya Kenya kupata nafasi sokoni kwa ajili ya kuendeleza biashara yake. Wauzaji wanabadilisha msimbo kumtenga kimawasiliano Muuzaji 2 kwa kuamini kuwa haelewi lugha yao ya kiasili ya Ekegusii. Hili linabainika Muuzaji 3 anapomwambia Muuzaji 1—***Aye tosuka pi, nka tore*** (usisonge tuko nyumbani). Hata hivyo, Muuzaji 2 anaelekea kuwa anafahamu wanachokizungumzia wenzake anaposema—**Unadanganywa na Mkisii mwenzako na mlitupata hapa. Mogaka wacha kufitina watu hapa.** Ubadilishaji msimbo huu unazua utengano kati ya wauzaji watumiaji wa lugha tofauti za kiasili. Wauzaji wanatumia lugha zao za kiasili kuwatenga wenzao na hili linazua mgogoro kati yao ingawaje wanapaswa kushirikiana kwa pamoja ili waweze kufanikisha biashara yao.

4.2.2 Ubadilishaji msimbo kama chanzo cha kugawanya jamii kwa misingi ya lugha

Uchanganuzi wa data ya utafiti huu ulitubainishia kwamba, soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii, huwakutanisha wauzaji na wanunuzi kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali wakiwemo Wakisii na Wajaluo kama asilimia kubwa ya watu wafikao katika soko hili. Wapo wauzaji ambao wamesoma na hivyo wanajua Kiingereza, Kiswahili na hata lugha zao za kiasili. Hapana shaka kwamba, Kiswahili ndiyo lugha tawala itumiwayo kwa kiasi kikubwa kuendeleza shughuli zote za kibiashara. Hivyo hivyo, Kiswahili ndiyo lugha inayoweza mawasiliano kati na baina ya watu kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali. Ingawa hivyo, tulibaini kuwa, wapo wauzaji ambao huwasiliana kwa kutumia Kiingereza ili kuwatenga wenzao kwa misingi ya lugha hasa pale

wanapojua kuwa hawaielewi lugha ya Kiingereza. Hii ni hali moja ambapo ubadilishaji msimbo unatokea kama jambo linalowagawanya wauzaji na wanunuzi kwa misingi ya lugha wazijuazo kama inavyobainika katika mfano ufuatao:

- Mnunuzi 1: **Sue unaonaje hizi?**
Mnunuzi 2: *They are not that appealing imagine* (hizi hazivutii)
Muuzaji 1: **Mnatakaje kastoma?**
Muuzaji 2: *I have nice ones*, (Nina nzuri) **kuja uone hizi**
Mnunuzi 2: *Yap they are better* (Yenyewe hizo ni afadhali).
Muuzaji 1: **Kastoma semeni niwauzie vizuri.**

Katika mazungumzo haya, wauzaji na wanunuzi wanawasiliana kwa kutumia Kiswahili na Kiingereza ambapo Muuzaji 1 anajitokeza kama asiye na udhibiti wa lugha ya Kiingereza tofauti na alivyo Muuzaji 2. Mawasiliano haya kwa jumla yanakitwa katika ubora na mvuto wa bidhaa zinazouzwa Mnunuzi 2 anapoulizwa anavyoziona bidhaa husika, anajibu—*They are not that appealing imagine*, kwa maana kuwa hajafurahishwa na ubora wa bidhaa, nyanya. Kwa sababu ya wingi wa nyanya zinazoletwa sokoni, wanunuzi huwa huru kutafuta zile ambazo zinawavutia kutoka kwa wauzaji mbalimbali sokoni humo. Ubadilishaji msimbo unaotumiwa hapa una athari hasi za kuwagawanya wauzaji na wanunuzi kwa misingi ya lugha. Kwa kutumia lugha hiyo mbadala inayohimili msimbo husika, Muuzaji 2 anawatoa wanunuzi kutoka kwa Muuzaji 1 kwa misingi ya kuongea Kiingereza—*I have nice ones, kuja uone hizi*. Ubadilishaji msimbo huu, unamwezesha Muuzaji 2 kujinasibisha na wanunuzi kwa misingi ya matumizi ya Kiingereza, lugha ambayo wanunuzi walijitambulisha kwayo. Kiingereza kimetumika hapa kumtenga Muuzaji 1. Ubadilishaji msimbo unafanikiwa kuwaondoa wanunuzi kutoka kwa Muuzaji 1. Ubadilishaji msimbo katika tukio hili unapembeza matumizi ya Kiswahili na kwa upande mwingine umesababisha mwachano kati ya wauzaji na wanunuzi.

Katika mawasiliano haya yanayojibainishwa kwa ubadilishaji msimbo uliokitwa katika matumizi ya Kiingereza, wauzaji na wanunuzi wanawatenga wenzao kwa misingi ya lugha ya Kiingereza. Lugha ya Kiingereza inatumiwa kimkakati kuwavutia wanunuzi wanaotumia lugha hiyo kama lugha msingi ya mawasiliano yao. Ubadilishaji msimbo unatumiwa na watu walio na umilisi wa wingi-lugha kuwatenga wenzao walio na udhibiti wa lugha za kiasili tu. Ubadilishaji msimbo unaokitwa katika matumizi ya Kiingereza aghalabu hupembeza matumizi ya Kiswahili katika hali ambapo Kiswahili kina ustahilifu wa kuwa lugha tawala. Hii ni athari hasi kwa matumizi ya Kiswahili ikizingatiwa kwamba, wauzaji wasiojua Kiingereza wanatengwa na biashara yao kutatizwa. Kuna pia chukulizi potofu kuwa wanaobadilisha msimbo na kutumia lugha ya Kiingereza katika mazungumzo yanayokitwa katika matumizi ya Kiswahili, wanachukuliwa kuwa wasomi, na kwa hivyo, wanatarajiwa kuhusiana na kuwasiliana na wauzaji wanaokijua Kiingereza. Wauzaji ambao hawakijui Kiingereza huona kuwa ni vigumu kuwasiliana na wanaokijua na hivyo basi hukosa kuwasiliana nao ; na wanunuzi hawa huenda kwa wauzaji wanaodhihirisha kuwa

wanaifahamu na wanaweza kuwasiliana kwa Kiingereza. Wauzaji wasiokijua Kiingereza huishia kuwapoteza wanunuzi kwa wenzao walio na udhibiti wa matumizi ya Kiingereza.

4.2.3 Ubadilishaji msimbo husababisha kutoeleweka kwa yaliyomo katika mawasiliano

Athari nyingine hasi ya ubadilishaji msimbo inayojitokeza katika matumizi ya Kiswahili katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii, inahusiana na kutokamilika au kutokuwa wazi kwa ujumbe na yaliyomo katika mawasiliano mahususi. Kimsingi lengo kuu la mawasiliano ni kuwasilisha ujumbe kwa msikilizaji au mshiriki wa mawasiliano kwa matumaini kwamba ujumbe huo utapokelewa na kufasiriwa kama ulivyokusudiwa kuwawezesha wasikilizaji kuitikia kwa ufaafu. Katika misingi ya kaida na kanuni za mawasiliano kama alivyozibainisha Grice, mwasilishaji ujumbe anatarajiwa kuuwasilisha ujumbe wake kwa ukamilifu kwa misingi kwamba, ujumbe hauwasilishwi kwa maneno mengi kupita kiasi au maneno machache yasiyowezesha kinachokusudiwa kuonekana na kueleweka. Kwa hivyo, ujumbe ambao haujakamilika kwa mintoarufu ya uelewa huu, una maana kwamba, walengwa wa ujumbe huo hawawezeshwi kutambua hatua wanazotarajiwa kuchukua au aina ya mwitiko unaotarajiwa. Katika miktadha ya sokoni, sawia na ilivyo katika miktadha mingine ile ya kimawasiliano, jinsi ya uwasilishaji ujumbe ni kigezo muhimu katika kujenga uelewano kati ya wauzaji na wanunuzi.

Kuna uanuwai mkubwa wa bidhaa zinaouzwa katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Hii haijalishi kama ni katika siku rasmi za soko au siku nyingine zile. Bidhaa za aina moja zinaweza kuwa zinauzwa na wauzaji wengi, hii ina maana kwamba, wauzaji wanashurutika kutafuta mbinu na mikakati mingi ya kimawasiliano ya kuwatafuta wanunuzi. Kwa upande mwingine, wanunuzi nao wanashurutika kutafuta mbinu za kimawasiliano kuwawezesha kupata bidhaa bora, stahilifu na kwa bei nafuu iwezekanavyo. Mbinu hizi zinajumuisha matumizi ya lugha ya Kiswahili kutangazia bei ya bidhaa zanzouzwa kusifia ubora wa bidhaa zao. Kwa mfano, katika uuzaji wa nguo za wanawake, hasa pale unapofanywa na wauzaji wanaume, wakati mwingine wauzaji hao wa kiume huyavaa mavazi ya kike kama mbinu ya kuyatangaza na kuyanadi, na vilevile kama mbinu ya kuwavutia wanunuzi. Njia ya kimsingi ya kutangaza na kunadi mavazi na kuwavutia wanunuzi ni matumizi ya lugha ambapo ubadilishaji msimbo ni mbinu inayopewa kipaumbele. Wakati mwingine, wauzaji huchopeka maneno yasiyoeleweka na wanunuzi au hata huyatumia maneno kiubunifu katika mazungumzo ya Kiswahili kiasi kwamba, maana zinazokusudiwa hazieleweki kwa urahisi au kwa wepesi. Ubunifu, ugeni na utokawaida wa matumizi ya lugha ya Kiswahili, aghalabu huibua utata wa uelewa hivi kwamba, walengwa wa mawasiliano mahususi wanapata ujumbe usio kamilika kimaana. Mambo haya yanapojitokeza sawia na ujitokezaji wa ubadilishaji msimbo katika matumizi ya Kiswahili, lugha kama malighafi ya kimsingi ya mawasiliano ya kibiashara huishia kushindwa kutimiza malengo ya wauzaji na wanunuzi. Utata huu inajitokeza katika mfano ufuatao ;

Muuzaji 1 : **Kastoma karibu, kuona na kupima ni bure, ukichukua ndio unaleta doo.**

Mnunuzi: **Hii skirt ni how much?**

Muuzaji 1: **Ni mia moja pekee yake.**

Muuzaji 2: ***Skirt na chwani, chwani, karibu kastoma.***
 Mnunuzi: ***Hebu hiyo ya black.***
 Muuzaji 2 : ***Hiyo ni size yako.***
 Mnunuzi : ***Shika pesa.***
 Muuzaji 2 : ***Hii haitoshi.***
 Mnunuzi : ***Si umesema chwani, na si ni fifty bob.***
 Muuzaji 2 : ***Nilisema chwani mara mbili.***
 Mnunuzi : ***Aaah wewe kaa nazo.***

Mawasiliano haya ni kati ya wauzaji wawili na mnunuzi mmoja ambapo kunaibuka kutokuelewana kwa sababu ujumbe unawasilishwa kwa mbwembwe na ubadilishaji msimbo usio wa kawaida. Japo Kiswahili ndiyo lugha tawala katika mawasiliano haya, Muuzaji 2 anachopeka maneno ya Sheng’ katika usemi wake. Mnunuzi alihitaji kununua rinda kutoka kwa Muuzaji 1 aliyekuwa anauza nguo hizo kwa shilingi mia moja. Katika sehemu za mazungumzo haya ambapo muuzaji anatumia lugha ya Kiswahili, Mnunuzi anamwelewa—**Ni mia moja pekee yake.** Kwa upande mwingine, Muuzaji 2 ambaye pia anauza nguo anabadilisha msimbo kutangaza bei ya skati anazouza, Mnunuzi anavutiwa na kuondoka kwa Muuzaji 1 ambaye alikuwa anawasiliana kwa Kiswahili. Muuzaji 2 anatangaza bei ya nguo kwa kutumia msimbo au sajili ya sokoni ambapo anatumia urudiaji wa maneno na katika urudiaji huo anabadilisha msimbo kwa kuchopeka maneno ya Sheng’—***Skirt na chwani, chwani, karibu kastoma.*** Neno la Sheng’ *chwani* limerudiwa sio kwa kudhamiria kusesitiza bali kubana maana. Neno *chwani* kama msimbo wa Sheng’ lina maana ya *hamsini* kwa Kiswahili. Mnunuzi aliposikia bei ya Muuzaji 2 anaamini ameelewa kinachomaanishwa Muuzaji 2. Mnunuzi anapotoa shilingi hamsini kumpa Muuzaji 2, kuinaibuka kutokuelewana kwa sababu maneno aliyoyatumia yanamaanisha kwa shilingi mia moja japo mnunuzi aliyaelewa kama shilingi hamsini ;

Mnunuzi : ***Si umesema chwani, na si ni fifty bob.***
 Muuzaji 2 : ***Nilisema chwani mara mbili.***

Kimsingi, hoja inayoibuka hapa ni kwamba, ubadilishaji msimbo una uwezo mkubwa wa kuibua kuchanganyikiwa na kutokuelewa kati ya wauzaji na wanunuzi kama inavyodhihirika katika mfano huu. Ubadilishaji msimbo, uwe unahusisha matumizi ya lugha za kiasili, Kiingereza au msimbo wa sajili mahususi, kwa mfano, matumizi ya Sheng’, ni uhalisia unaoweka bayana athari na matatizo yawezayo kujitokeza wakati wasemaji wanaepuka kutumia lugha rasmi au lugha tawala katika miktadha mahususi. Kwa mfano, utumiaji wa maneno kwa kuyakariri, si hoja kama ni maneno ya lugha rasmi au lugha msimbo, unaweza kuibua kutokuelewana hasa pale msemewa hawezi kubaini kama maneno yanayokaririwa yanasisitiza kitu au yanaficha maana. Katika mazungumzo haya, ubadilishaji msimbo umesababisha hali ya kutokueleweka kwa ujumbe kwa sababu maneno ya Sheng’ yanayorudiwa hata kama yanaafikiana na wasifu wa sajili ya sokoni, hayawasilishi maana ambayo muuzaji anataka imfiki munuzi. Hata kama inaweza kutolewa hoja kwamba, urudiaji wa maneno katika muktadha na sajili ya sokoni hulenga kusesitiza jambo hasa

pale wauzaji wanapozungumzia bei ya bidhaa zao kama inavyojitokeza katika mfano huu—**mia mia dress, karibu kastoma na mia mia moja tu**, urudiaji huu unaweza kuibua uelewa kinzani. Maana hiyo iliyokorofishwa ndiyo inavyojitokeza katika matumizi ya msimbo wa Sheng’ *chwani, chwani*. Ubadilishaji msimbo huu unaojibainisha kutokana na uchopekaji wa maneno ya Sheng’ katika mawasiliano yanayokitwa katika matumizi ya Kiswahili, unamfanya mnunuzi asielewe ujumbe wa Muuzaji 2. Ubadilishaji msimbo katika soko la wazi la Daraja Mbili, sawia na yalivyo masoko mengine ya wazi nchini Kenya, unasababisha kutokueleweka kwa ujumbe wa mawasiliano husika. Kwa kuwa kiasi cha maneno yanavyojitokeza kila panapotokea ubadilishaji msimbo, ni kidogo kuliko maneno ya Kiswahili, kunaibuka chukulizi potofu kuwa Kiswahili ni lugha dhaifu isiyoridhisha mahitaji mapana ya sajili ya sokoni.

4.3 Mahitimisho

Katika sura hii, tumeangazia na kuibua mijadala kuhusiana na kuathirika kwa Kiswahili kutokana na ubadilishaji msimbo katika miktadha ya masoko ya wazi nchini Kenya kama inavyodhihirishwa na kifani cha soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Kutokana na uchanganuzi wa data iliyokusanywa kwa ajili ya utafiti huu, tumeonyesha kuwa ubadilishaji msimbo katika soko hili huwa na athari chanya na vilevile hasi kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili kama lugha tawala na lugha kiungo katika miktadha ya kibiashara. Kuhusiana na athari chanya, tumehoji kwamba ubadilishaji msimbo unajitokeza kama mbinu inayotumiwa katika kutoa maelezo ya ziada ili kuwawezesha wazungumzaji kuelewana vyema. Vinginevyo, ubadilishaji msimbo unajitokeza kama mbinu ya kurahisisha mawasiliano inayowawezesha wazungumzaji katika miktadha ya sokoni kutumia muda mfupi kuwasiliana kwa uwazi na wepesi. Pamoja na hayo, uchanganuzi wa data ya utafiti huu ulituwzesha kubaini kuwa, ubadilishaji msimbo ni mbinu ya kimkakati hasa pale inapotumika kuwatenga watu kwa misingi ya kuwachukulia kutokuwa wanakundi-ndani, watu wasiokusudiwa kuelewa ujumbe fulani japo ujumbe huo unawahusu kwa njia kadha wa kadha. Hali kadhalika, uchakataji wa data katika utafiti huu, ulituweza kubaini kuwa kuna hali ambapo ubadilishaji msimbo unajitokeza kama mbinu ya kujifunza lugha nyingine, hususan matumizi ya maneno ya lugha nyingine hasa za kiasili, ujifunzaji ambao hatimaye huwa na manufaa ya kujenga ukaribu wa mahusiano na mwafaka wa kimawasiliano kati na miongoni mwa wauzaji na wanunuzi. Mambo haya, kwa ujumla yanaweza kuangaliwa kama faida au athari chanya zinazoletwa na ubadilishaji msimbo katika miktadha ambapo Kiswahili kinapaswa kudhibiti na kutawala yote yatokeayo katika miktadha hiyo.

Uchakataji wetu wa data ya utafiti huu, hali kadhalika ulitubainishia kuwa, ubadilishaji msimbo kwa misingi ya kifani cha soko la Daraja Mbili, huwa na hasara au athari hasi kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili. Athari hasi za ubadilishaji msimbo zilizojitokeza ni pamoja na ubadilishaji msimbo kujitokeza kama uhalisia wa kimawasiliano unaoleta mgawanyiko katika mazungumzo hasa kwa kusababisha utengano kwa misingi ya matumizi ya lugha fulani za kiasili. Ubadilishaji msimbo ulijitokeza pia kama kitu kinachogawanya wauzaji na wanunuzi kimatabaka kwa misingi ya lugha zao za kiasili, uhalisi ulioishia kuibua hisia za kikabila, kukosana na kutokuelewa kwa ujumbe kama unavyokusudiwa katika mawasiliano mahususi. Athari hizi hasi za ubadilishaji

msimbo katika matumizi ya lugha ya Kiswahili, ni athari zinazoweza kuepukwa lau washiriki wa mawasiliano katika miktadha na sajili ya sokoni wanesisitiza kutumia Kiswahili katika mawasiliano yao yote. Kiswahili ni lugha iliyo na hadhi, ukwasi na utajiri wa kimsamiati, kiistilahi na taratibu za kila aina za kujieleza na kueleza mambo katika shughuli za kibiashara.

SURA YA TANO

MUHTASARI, MAHITIMISHO NA MAPENDEKEZO YA UTAFITI

5.1 Utangulizi

Katika sura hii tunawasilisha muhtasari wa matokeo ya utafiti huu kwa kuangazia maswali na malengo yaliyo katika kitovu cha utafiti huu. Kimsingi utafiti huu ulipania kuchanganua na kuonyesha jinsi lugha ya Kiswahili inavyoathiriwa kwa njia hasi na wakati mwingine kwa njia chanya kutokana na ubadilishaji msimbo unaojibainisha katika matumizi ya Kiswahili katika diskosi ya sokoni, kwa mintaarafu ya kifani cha soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii. Utafiti huu ulilenga kufanya hivyo kwa kuangazia jinsi ubadilishaji msimbo unavyoshawishiwa na unavyojitokeza katika hali mbalimbali za kimawasiliano kwa kadri yanavyojitokeza kati ya wauzaji na wanunuzi wa bidhaa au huduma za aina mbalimbali. Ili kufikia kudhihirisha ujitokezaji wa athari hizo za ubadilishaji msimbo, utafiti huu uliongozwa na malengo mahususi yaliyojumisha, ubainishaji wa vichochezi vya ubadilishaji msimbo katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili. Vilevile, utafiti huu uliongozwa na dhamira ya kuonyesha na kufafanua aina mbalimbali za ubadilishaji msimbo zinazojitokeza katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi. Na lengo la mwisho lilidhamiria kuchanganua na kubainisha athari za ubadilishaji msimbo kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili katika mazungumzo ya wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, mjini Kisii.

5.2 Muhtasari

Katika sura ya kwanza, utafiti huu ulishughulikia utangulizi wa kazi hii kwa jumla kwa kuangazia usuli wa mada ya utafiti, tatizo la utafiti, maswali ya utafiti, malengo ya utafiti, pamoja na sababu kuu zilizochochea kufanywa kwa utafiti huu. Utafiti huu, hali kadhalika, uliongozwa na nadharia ya Uhusiano iliyoasisiwa na Sperber na Wilson (1986) pamoja na nadharia ya Maafikiano iliyoasisiwa na Howard Giles (1987). Kutokana na data tuliyokusanya kwa ajili ya utafiti huu, tulibaini kuwa, katika miktadha ya kawaida ya diskosi ya sokoni, mawasiliano huongozwa na kanuni za mahusiano kwa kadri zinavyoshawishiwa na uhalisia wa miktadha ya diskosi ya sokoni, kifani cha soko la Daraja Mbili, mjini Kisii. Katika mawasiliano tuliyoyashuhudia katika soko la Daraja Mbili, tulibaini kuwa wasifu na uhalisia wa kimawasiliano unaafiki na kudhihirisha wasifu wa nadharia ya Uhusiano kama ilivyojadiliwa katika sura ya kwanza na kuhusishwa katika sehemu mbalimbali za utafiti huu. Kwa kiasi kikubwa, kauli na teneti za kimsingi za nadharia hii kwa kadri zilivyojadiliwa na waasisi wa nadharia ya Uhusiano kuwa, msemaji anapaswa kusema mambo kwa uwazi na wepesi ili aweze kueleweka na wasikilizaji wake. Hivyo hivyo, kauli za waasisi zinazodai kuwa muktadha wa mawasiliano huwafanya watu kutumia lugha kwa kutilia maanani haja ya kutaka waeleweke na watu wote katika mchakato wa mawasiliano.

Kwa kiasi kikubwa wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili huwa wanatumia Kiswahili kama lugha kiungo na lugha tawala ya shughuli za biashara. Lakini licha ya kuwepo kwa uhalisia huo, uchakataji wetu wa data ulitubainisha matukio na hali nyingi ambapo kulitokea ubadilishaji msimbo uliojibainisha kwa njia ya uchopekaji wa msamiati, istilahi na taratibu nyingi za kujieleza za lugha za kiasili kama vile Ekegusii na Kijaluo, na katika nyakati nyingine uchopekaji wa matumizi ya Kiingereza. Tulibaini pia kwamba, kwa njia mbalimbali, mawasiliano mengi yanayotokea katika miktadha ya soko la wazi kama soko la Daraja Mbili, ni mawasiliano ya kimkakati kwa maana kwamba, wauzaji hupania kuuza bidhaa nyingi iwezekanavyo ilhali wanunuzi hupania kununua bidhaa bora, faafu na kwa bei nafuu. Ili kuafikia maslahi haya yanayotofautiana, tulibaini kwamba, wauzaji na wanunuzi katika soko la Daraja Mbili, hubadilisha msimbo kupitia kwa uchopekaji wa maneno kutoka kwa lugha za kiasili au lugha ya Kiingereza katikati ya matumizi ya lugha ya Kiswahili. Japo kimsingi ubadilishaji msimbo uliangaliwa kama mkakati wa kurahisisha mawasiliano, tulibaini uwepo wa majukumu mengine mengi yanayotekelezwa na ubadilishaji msimbo. Pamoja na kwamba Kiswahili ndiyo lugha ya biashara na lugha kiungo katika miktadha ya masoko ya wazi nchini Kenya, tulibaini kuwa ubadilishaji msimbo katika muktadha wa sokoni ni uhalisia usioepukika hata kama ujitokezaji wake una athari hasi kwa matumizi ya Kiswahili.

Ni muhimu kutaja kwamba, katika utafiti huu data iliyokusanywa haikubanwa katika idadi maalum ya watafitiwa, hasa inapozingatiwa kwamba huu ulikuwa utafiti wa ushiriki na ushuhudiaji. Kwa hivyo, data iliyokusanywa iliyohusisha mazungumzo yaliyorekodiwa, ni data wakilishi ya ujumla wa uhalisia wa ubadilishaji msimbo katika soko la wazi la Daraja Mbili. Zaidi ya hayo, data iliyokusanywa ilituwezesha kuafikia malengo ya utafiti huu ikizingatiwa kwamba, utafiti huu ulihusisha pia uchanganuzi, uchambuzi na utoaji maelezo juu ya mazungumzo yaliyorekodiwa. Tulichanganua semi na mazungumzo yaliyorekodiwa ili kubaini utokeaji wa ubadilishaji msimbo ulichochea na nini na ulilenga kutekeleza majukumu gani ya kimawasiliano na kibiashara. Kwa sababu hiyo, tulizingatia sana mazungumzo kati na miongoni mwa wauzaji na wanunuzi wa bidhaa, hatukurekodi mazungumzo ya watu wengine wafikao sokoni kama vile wachukuzi na wasafirishaji wa bidhaa. Hii haikuwa na maana kwamba, mazungumzo yao hayakuwa muhimu ila kwamba, mazungumzo yaliyorekodiwa yalituwezesha kuafikia mahitaji ya utafiti huu. Kwamba, kwa misingi ya data iliyokusanywa, utafiti huu uliweza kuonyesha aina mbalimbali za ubadilishaji msimbo, sababu anuwai za ubadilishaji msimbo na kisha athari za aina mbalimbali zinazoathiri matumizi ya lugha ya Kiswahili. Kwa hivyo, data tuliyoichakata kwa ajili ya utafiti huu ilituwezesha kuafikia malengo ya utafiti huu.

5.3 Mahitimisho ya Utafiti

Kimsingi utafiti huu ulikusudia kuchanganuana kujadili 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, mjini Kisii. Soko la Daraja Mbili lilitumika kama kifani cha uhalisia mpana wa ubadilishaji msimbo unaoathiri matumizi ya lugha ya Kiswahili katika masoko ya wazi nchini Kenya yanayowakutanisha watu kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali. Hata kama

soko la Daraja Mbili linaweza kuangaliwa kama soko la kieneo, uchakataji wa data kuhusiana na ubadilishaji msimbo katika soko hili, unaakisi ukweli wa ubadilishaji msimbo katika masoko yote ya wazi nchini Kenya. Zaidi ya hayo, uchakataji wa data ulituwesha kuafikia malengo matatu ya utafiti huu kama yanavyotolea mahitimisho katika sehemu zinazofuta.

5.3.1 1. Athari hasi za ubadilishaji msimbo kwa matumizi ya Kiswahili katika soko la Daraja Mbili

Uchanganuzi wa data ya utafiti huu ulitubainisha kuwa ubadilishaji msimbo una athari hasi kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili katika maeneo, shughuli, diskosi na miktadha ambapo Kiswahili ni lugha tawala na lugha kiungo. Japo kunaweza kutolewa kauli kuwa ubadilishaji msimbo ni mkakati wa kimawasiliano ulio na athari chanya zinazojumuisha utoaji wa maelezo na maana ya ziada pale lugha tawala inapokuwa haiwasilishi maana bayana kuhusu bidhaa za kiasili ambazo msamiati wake wa lugha ya Kiswahili haujaozoeleka, ubadilishaji msimbo ni kikwazo kikubwa katika uimarikaji na uenezaji wa lugha ya Kiswahili. Uchanya mwingine wa kimawasiliano kuhusiana na ubadilishaji msimbo unahusiana na urahisishaji wa mawasiliano hasa pale ambapo matumizi ya maneno ya lugha za kiasili au maneno ya Kiingereza, yanaangaliwa kama utumiaji wa rasilimali ya lugha ifikiwayo kwa urahisi kurahisisha mawasiliano. Kauli hii inahusiana na uhalisia wa kimawasiliano kwamba zilikuwako hali ambapo matumizi ya lugha za kiasili na Kiingereza yalionekana kuwa yamezoeleka, yana usemaji mwepesi ikilinganishwa na matumizi ya Kiswahili ambayo yalihatiji kutolewa maelezo zaidi ili kuwezesha kilichosemwa kueleweka kwa udhahiri. Kuna hali za kimawasiliano zilizojitokeza ambapo ubadilishaji msimbo ulijibainisha kama mkakati wa kimsalahi. Haya hasa yalikuwa yale mazungumzo ambapo kundi moja la wazungumzaji lilihisi kuwa na haja ya kuwatenga wasio washiriki wa mawasiliano wasio watu wa kundi-ndani. Hivyo, ubadilishaji msimbo ulitumiwa na wauzaji kuwatenga wanunuzi au wanunuzi kuwatenga wauzaji ambapo kila kundi lilitetea maslahi yake. Haja hii ya kuwatenga watu wasio wa kundi-ndani, kwa kiasi kikubwa ilihusiana na suala la uwekaji bei za bidhaa. Uchanganuzi wetu wa data ulituelekeza kubaini kuwa kulikuwepo na hali ambapo ubadilishaji msimbo ulijitokeza kama mbinu ya kujifunza lugha nyingine za kiasili kwa malengo ya wauzaji hasa kutaka kuwa na udhibiti wa lugha nyingi kuwasaidia wauzaji kuwavutia wanunuzi. Haya yalijitokeza katika zile hali ambapo matumizi ya Kiswahili yalichukuliwa kuwa hayana ufaafu wala ukunjufu wa kimatumizi kuwezesha kuridhishwa kwa maslahi ya kibiashara.

Ubadilishaji msimbo katika miktadha ya mawasiliano ya sokoni unaweza kuelezwa kuwa una athari hasi za kimawasiliano zinazojumuisha utokeaji wa mitafaruku na migawanyiko ya kimawasiliano. Uhalisia wa athari hii unaweza kusemwa kuwa ulikuwa na athari hasi kwa matumizi ya Kiswahili kwa njia ya moja kwa moja. Pahali popote palipotokea haja ya kundi moja kulitenga kundi lingine, kulikuwa na maana kwamba, matumizi ya Kiswahili yalipembeza au yalibanwa kabisa na badala yake kutoa fursa kwa lugha za kiasili kupewa kipaumbele katika miktadha ambapo Kiswahili kilipaswa kupewa kipaumbele. Kali kadhalika, tulibaini kuwa ubadilishaji msimbo unagawanya watu kwa misingi ya lugha zao na mara nyingi migao hiyo

ilihusiana na uibushaji wa hisia za kikabila. Hii ilikuwa na maana kwamba, uchopekaji wa maneno ya lugha za kiasili japo ulikusudiwa kurahisisha mawasiliano, uchopekaji huo ulikuwa na matokeo yasiyokusudiwa ya kuamsha hisia za kikabila japo ambalo linakinza na kudhibiti na matumizi ya Kiswahili.

5.3.2 Vishawishi na vichocheji vya ubadilishaji msimbo katika soko la Daraja Mbili

Uchanganuzi wa data iliyokusanywa kwa ajili ya utafiti huu, ulituwezesha kutambua sababu, vianzo na vichochezi vya ubadilishaji msimbo katika soko la wazi la Daraja Mbili. Tuliambua uwepo wa sababu na hali mbalimbali ulipotokea ubadilishaji msimbo. Kimsingi, miktadha ya masoko ya wazi, kama inavyothibitishwa na kifani cha soko la Daraja Mbili, ni miktadha inayotawaliwa na uhalisia wa wingi-lugha. Miktadha hii huwaleta pamoja wauzaji na wanunuzi kutoka jamii-tumizi lugha mbalimbali hivi kwamba, uhalisia huu wa ukusanyaji wa lugha za kila aina, huwashurutisha wauzaji na wanunuzi kubadilisha msimbo kwa kutegemea ni nani anazungumza na nani juu ya mada gani. Kwa mintaarafu hii, uchakataji wetu wa data ulipelekea kuonyesha kwamba, ubadilishaji msimbo unahusiana na sababu kama vile uwepo wa ukosefu, uelewa na udhibiti wa kutosha wa matumizi ya lugha ya Kiswahili. Ukosefu huu wa udhibiti wa lugha ya Kiswahili ulihusiana na udhibiti wa msamiati wa urejeleaji bidhaa ambazo wauzaji au wanunuzi hawakujua jinsi ya kuzirejelea kwa lugha ya Kiswahili isipokuwa tu kwa lugha za kiasili. Vilevile, ukosefu wa msamiati wa kutosha na faafu katika lugha za kiasili wa kurejelea bidhaa au kujieleza juu ya hali na michakato mbalimbali ya sokoni, ulijitokeza kama sababu mojawapo ya ubadilishaji msimbo. Suala la wauzaji au wanunuzi kudhamiria kuwatenga watu wasioelewa lugha yao katika matukio fulani fulani, kulijitokeza kama sababu nyingine ya ubadilishaji msimbo, kwa mfano katika matukio kama uzungumziaji wa bei ya bidhaa. Ubadilishaji msimbo, kwa kadri ulivyojitokeza katika uhalisia wa soko la wazi la Daraja Mbili, ulijitokeza kama mkakati wa usisitizaji mambo, kuonyesha msisitizo kuhusiana na kauli fulani. Haya yalitokea katika zile hali ambapo ama msemaji hakuwa na neno na Kiswahili au pale ambapo japo kuna maneno ya Kiswahili, hayakuangaliwa kuwa yana uwezo wa kusesitiza mambo kwa kadri walivyoweza. Ubadilishaji msimbo ulijitokeza kuwa mkakati wa kuonyesha hali na aina za mahusiano zilizoko kati ya wauzaji na wanunuzi—mahusiano ya ukaribu, mazoea au ugeni kati ya wauzaji na wanunuzi. Hatimaye, ubadilishaji msimbo ulijitokeza kama mkakati wa ujinashibishaji na kundi maalum la wauzaji au wanunuzi.

5.3.3. Aina za ubadilishaji msimbo zinazojitokeza katika diskosi ya sokoni

Uchakataji wa data iliyokusanywa kwa ajili ya utafiti huu, ulitubainishia kuwepo kwa aina mbalimbali za ubadilishaji msimbo katika mawasiliano kati ya wauzaji na wanunuzi kwa kadri walivyowasiliana katika shughuli zao za biashara. Aina hizi za ubadilishaji msimbo ziliangaliwa kwa misingi ya kisintaksia ili kubaini ni wapi katika sentensi iliyokitwa kimsingi kwa Kiswahili palipotokea ubadilishaji msimbo. Kwa mintaarafu hii, ubadilishaji msimbo ulitokea mwanzoni, kati na mwishoni mwa sentensi za Kiswahili zilizoathiriwa na ubadilishaji msimbo. Tuliweza pia kubaini kuwa, katika hali ambapo wauzaji na wanunuzi ni watu waliozoeana, walibadilisha

msimbo na badala yake kutumia lugha za kiasili hasa walipozungumzia bei ili waweze kupata bidhaa kwa bei nafuu.

5.4 Changamoto za Utafiti

Kama ilivyo kawaida katika michakato ya utafiti, utafiti huu nao ulikabiliwa na changamoto za aina kadha wa kadha. Kimsingi ukusanyaji data kwa ajili ya utafiti huu ulikabiliwa na changamoto nyingi zilizojumuisha utata wa kufasiri maana katika maneno ya lugha za kiasili yaliyotumiwa katika tukio mahususi la ubadilishaji msimbo ambapo ilitulazimu, kama watafiti, kuwauliza watu wengine kutupa fasiri ya maneno husika. Changamoto nyingine ilihusiana na jinsi ya kufasiri ama neno au kifungu cha mazungumzo na jinsi yalivyoafikiana na muktadha wa matumizi ya maneno hayo. Ukusanyaji wa data ulisadifu kufanywa wakati wa janga la Korona wakati wa uvaaji barakoa (maski) ulikuwa umeshika kasi, na kwa hivyo, mtafiti alikabiliwa na changamoto ya kufasiri usemaji kwa kuuhusisha na uhalisia wa ishara za uso. Uvaaji huu wa barakoa ulihitilafiana na ubora wa kurekodi mazungumzo kati na miongoni mwa wauzaji na wanunuzi hasa katika zile hali za kuepuka msongamano wa watu wengi pamoja na uwekaji wa masafa na umbali kutoka kwa mtu mmoja hadi mwingine. Licha ya kupitia changamoto hizi, utafiti huu uliweza kukamilishwa kwa kuandikwa kwa tasnifu hii kwa muda ufaao.

5.5 Mapendekezo

Ni jambo la kawaida kwamba, katika utafiti huu, sawia na ilivyo katika tafiti zote, kulikuwa na mbano wa upeo na mipaka ya utafiti, hivi kwamba, kulikuwa na uwezekano wa kuwajibikia masuala fulani mahususi na kuacha nje masuala mengine ambayo japo yalidhihirisha kuwa na mahusiano ya aina fulani na utafiti huu, ilibidi kuyafungia nje. Masuala yanayohusiana na kuathirika kwa matumizi ya Kiswahili kutokana na ubadilishaji msimbo katika miktadha na diskosi za sokoni ni mengi kuliko haya yaliyoshughulikiwa katika utafiti huu. Ubadilishaji msimbo katika masoko ya wazi nchini Kenya hudhihirisha hali za kimawasiliano zinazozingirwa na uhalisia wa wingi-lugha kuanzia katika matumizi ya lugha ya Kiswahili, lugha za kiasili pamoja na lugha ya Kiingereza ili kuendeleza biashara zao. Kuhusiana na kutafitiwa kwa masuala ambayo hayakushughulikiwa kati utafiti huu, tunapendekeza yafuatayo:

- a) Katika utafiti huu, tuliangazia kuathirika kwa matumizi ya lugha ya Kiswahili kunakosababishwa na ubadilishaji msimbo katika soko la wazi la Daraja Mbili, mjini Kisii ambapo lugha zinazojitokeza kwa kiasi kikubwa katika ubadilishaji msimbo zilikuwa Ekegusii, Kijaluo na Kiingereza. Tunapendekeza kufanywa kwa tafiti za baadaye zinazongazia masuala sawia na haya japo kwa kukita tafiti hizo katika masoko mengine ya wazi ili kubaini maafikiano au mwachano kati ya utafiti huu na tafiti za baadaye. Suala hili la lugha ya Kiswahili kushika na kudhibiti nafasi ya kuangaliwa kama lingua franca lina uwezo wa kutafitiwa kwa kukita tafiti katika mitazamo ya aina kadha wa kadha.
- b) Vilevile tunapendekeza kuwa tafiti za baadaye zinazosawiana na utafiti huu au zinazoweza kuchochewa na utafiti huu, zinaweza kufanywa kwa kukitwa katika nadharia mbadala na nadharia zilizotumika katika utafiti huu ili kubaini sio tu jinsi Kiswahili kinavyoathirika

kutokana na ubadilishaji msimbo, bali pia jinsi kinavyoweza kuimarishwa katika hali hizi za ushindani wa lugha.

- c) Pia tunapendekeza kuwa watafiti wa baadaye wachunguze aina na sababu za ubadilishaji msimbo katika diskosi za biashara za aina nyingine tofauti na biashara katika masoko ya wazi kama ilivyodhihirishwa na kifani cha soko la Daraja Mbili, mjini Kisii.

MAREJELEO

- Alenezi, M. (2016) "Gender and Students' Attitude toward Code-Switching: A Correlational Study with Reference to Saudi Arabian Medical Students at Northern Border University", *International Journal of English Language and Translation Studies*.
- Angogo, R. (1990). "Linguistic and Attitudinal Factors in the Maintenance of the Luhya Group Identity". Unpublished ph. D. Thesis. University of Texas, Austin.
- Auer Peter (1995) "The Pragmatics of code-switching: a sequential approach" in (Eds. Milroy & Muysken) *One Speaker, Two Languages*, Cambridge University Press
- Auer Peter 1998, (ed.), *Code-switching in conversation: language, interaction and identity*, Routledge, London
- Bailey, B. (2000) *Language and Negotiation of Ethnic/Racial Identity among Dominican Americans*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Balige, J.S (2018) Ubadilishaji Msimbo kama Mbinu ya Ukwezaji wa Staha Bungeni. *Journals.udsm.ac.tz*
- Bentahila & Davies (1991) Patterns of code-switching and patterns of language contact, in *Lingua*, Vol 96, Issues 2-3, pp 75-93
- Bourhis, R. G., Giles, H. H., Leyens, J. P. & Tajfel, H. (1979). Psycholinguistic Distinctiveness: Language Divergence in Belgium. In H. Giles and R. St. Clair (Eds.), *Language and Social Psychology*, pp. 158-185. Oxford: Blackwell
- Eyamba G. Bokamba (1988) Code-mixing, language variation, and linguistic theory: Evidence from Bantu languages in *Lingua*, Vol 76, Issue 1, pp.21-62, September 1988.
- Cardeners-Claros, M.S. 2009. Code switching and code mixing in internet chatting: between 'yes', 'ya' and 'si' a case study. *Jalt Call Journal* 5(3): 67-78.
- Clyne, M.G. 1991. Constraints on code-switching: How universal are they? *Linguistics* 25: 739-764.
- Cromdal, J. (2000) *Code Switching for All Practical Purposes, Bilingual Organization of Children's Play*. New York: St. Mattin's Press Inc.
- Djoko S. (2006) *Codeswitching in Islamic Religious Discourse: The Role of Insha 'Allah*. Australia: University of Queensland.
- Enama, P. R. B. (2015). The impact of English-only and bilingual approaches to EFL instruction on low-achieving bilinguals in Cameroon: An empirical study. *Journal of Language Teaching Research*, 7(1), 19-30. doi:10.17507/jltr.0701.03 (PDF) *Teachers and Students Code-Switching: The Inevitable Evil in EFL Classrooms*. Available from: https://www.researchgate.net/publication/339635978_Teachers_and_Students_Code-Switching_The_Inevitable_Evil_in_EFL_Classrooms [accessed Aug 21 2023].

- Ervin-Tripp (1972, 240)
- Fasold, R. (1984) *The Sociolinguistics of Society*. Oxford: Basil Blackwell.
- Ferguson Charles A. (1971), *Language structure and language use: Essays by Charles Ferguson*. Stanford: Stanford University Press
- Fishman, J. (1968) *Reading in The Sociology of Language*. The Hague: Mouton and Co. N. V Publishers.
- Giles, H. (1975) *Speech Style ad Social Evaluation*, London: Academic Press INC.
- Grice, P. (1975) An Analysis of the Pragmatic Implicatures of Selected Advert Billboards. Maxims of Cooperative Principle. *International Journal of English Language Teaching* 3(1)42-49.
- Gimode, Jesciah Khadi 2015: *A Socio-pragmatic and Structural Analysis of Code-switching among the Logoli Speech Community of Kangemi, Nairobi, Kenya, University of South Africa*)
- Grosjean, F. (1982) *Life with Two Languages, An Introduction to Bilingualism*. London: Havard University Press.
- Grosjean, Francois (1982) *Life with Two Languages: An Introduction to Bilingualism*, Havard University Press
- Gumperz John J. (1982) *Discourse Strategies*, Cambridge University Press
- Habwe, J. (1999) *Discourse Analysis of Swahili Political Speeches*. Tasnifu ya Uzamifu ya Chuo Kikuu cha Nairobi ambayo haijachapishwa.
- Haugen, E. (1956) *Bilingualism in the Americas*. TUSCOLOOSG: Alabana Press.
- Jacobson, Rodolfo (Ed.) (1990) *Codeswitching as a Worldwide Phenomenon*. Peter Lang, New York.
- Kachru, B. B. (1978). "Code-Mixing as a Communicative Strategy" In J. Alatis (Ed.), *International Dimensions of Bilingual Education* (pp. 107-124). Washington DC: Georgetown University Press
- Kadeghe, M. (2000) *The Implication of Bilingualism in Learning and Teaching: The Case of Tanzania Secondary Schools, Dar es Salaam*. Tasnifu ya Uzamifu ya Chuo Kikuu Cha Dar Es Salaam Ambayo Haijachapishwa.
- Kamwangamalu, N.M. (1992) Multilingualism and Social Identity in Singapore. *Journal of Asian Pacific Communication*, V3n1 P33-47.

- Kanana, F.E (2003) Code Switching in Business Transactions: A Study Case of Repertoire in Maasai Market in Nairobi, Kenya. Tasnifu ya Chuo Kikuu Cha Kenyatta ambayo haijachapishwa.
- Lewis Gwyn, Bryn Jones, & Colin Baker (2012) "Translanguaging: developing its conceptualisation and contextualization" In *Education Research and Evaluation, An International Journal on Theory and Practice* Volume 18, Issue 7, 2012
- MacSwan Jeff (Ed.) (2004) *Grammatical Theory and Bilingual Codeswitching*, MIT Press
- Mahootian, S., 1993. A Null Theory of Code-switching. Doctoral Dissertation. Northwestern University.
- Mirloy, L. na Muysken, P. (1995) *One Speaker, Two Languages, Cross Disciplinary Perspective on Code Switching*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mkilifi M. H. Abdulaziz (1978) 3 Triglossia and Swahili-English Bilingualism in Tanzania, In *Advances in the Study of Societal Multilingualism*, De Gruyter Mouton.
- Muthwii, M. I. (1986). "Language use in Pluri-Lingual Societies: The Significance of Code Switching English, Kalenjin". Unpublished M.A. Dissertation: University of East Anglia, Norwich.
- Muysken, P. (2000) *Bilingual Speech, A Typology of Code-mixing*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Myers-Scotton, C. (1993) The Negation of Identities in Conversation: A Theory of Markedness and Code Choice in *International Journal of the Sociology of Language*.
- Myers-Scotton, Carol (1993), *Social motivations for codeswitching. Evidence from Africa*. (Oxford studies in language contact.) Oxford: Clarendon, 1993
- Nandama, S.K. (2004) Kubadili Msimbo Katika Bunge La Kenya. Tasnifu ya Uzamili Ya Chuo Kikuu Cha Nairobi na ambayo haijachapishwa.
- Ngugi, P. na Chacha, M. (2004) *ASK 400 : Sociolinguistics*. Kenyetta University Institute of Open Learning.
- Obuchi, S.M. (2007) Discourse Structure of Trader-Customer Kiswahili Interactions in Kenyan Open-air Markets: A Case of Gikomba and Kongowea. Tasnifu ya Uzamifu ambayo haijachapishwa.
- Ochieng Robert Onyango (2009), An exploration of extra linguistic factors of English – Kiswahili code switching in FM Industry in Kenya.
- Prasad, B. A. (2011), Code Switching in the Lexical Corpora of Children, *Theory and Practice in Language Studies*, Vol. 1, No. 5, pp. 471-477, May 2011
- Poplack, S. (1982) Toward a Typology of Code-switching. *Linguistics* 18. Pp 58-618.

- Poplack, Shana. (2001). Code-switching (Linguistic). In Smelser, Niel & Baltes, Paul (eds.), *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. Elsevier Science Ltd. 2062-2065
- Qing, Xu. (2010), To Switch or Not to Switch: Examine the Code-switching Practices of Teachers of Non-English Majors. *Canadian Social Science* Vol. 6, No. 4, pp.109-113
- Rasekh, A. E. (2011) Code-switching in Iranian Elementary EFL Classrooms: An Exploratory Investigation, *English Language Teaching* Vol. 4, No. 1; March 2011
- Riehl Claudia Maria (2005), Code-switching in Bilinguals: Impacts of Mental Processes and Language Awareness, University of Freiburg, Germany
- Romaine, S. (1994) *Language in Society: An Introduction to Sociolinguistics*. Oxford: Oxford University Press.
- Saldana, J. (2011) *Fundamentals of Qualitative Research*. New York: Oxford University Press.
- Sperber, D. na Wilson, D. (1995) *Communication a Cognition*, 2nd Edition: Blackwell Publishers.
- Scotton, M. (1993) *Social Motivations for Code Switching: Evidence from Africa*. Oxford: Oxford University Press.
- The Constitution of Kenya, 2010- Kenya Law Reform Commission.
<http://www.klrc.go.ke>.
- TUKI (1990) *Kamusi Sanifu ya Lugha*. Nairobi: Oxford University Press.
- _____ (2006) *English- Swahili Dictionary*, Third Edition: Book Printing Services Ltd.
- Wanjugu, V. W. (2010) Sababu na Athari za Ubadilishaji-msimbo Shuleni: Utafiti katika Shule ya Upili ya Akiba. Tasnifu ya Uzamili ya Chuo Kikuu cha Nairobi na ambayo haijachapishwa.
- Wardhaugh, R. (2006) *An Introduction to Sociolinguistics*. USA: Blackwell Publishing.
- Waweru, T.W. (2014) Matumizi ya Lugha katika Kanisa Katoliki: Uchanganuzi wa Ubadilishaji Msimbo katika Mahubiri. Tasnifu ya Uzamili ya Chuo Kikuu Cha Nairobi ambayo haijachapishwa.
- Wheeldon, L. (2000) *Generating Prosodic Structure: Aspects of Language Production*. Routledge: Psychology Press.