

Uhusiano wa Propaganda na Fasihi: Fasili, Maendeleo, na Mdhihiriko Wake

Wallace Mlaga
Chuo Kikuu cha Rwanda
wamlaga@gmail.com

Ikisiri

Makala haya yanakusudia kujibu maswali kadhaa ya msingi yanayojitokeza wakati wa kujadili fasihi na propaganda. Miongoni mwa maswali hayo ni: Kuna uhusiano gani kati ya propaganda na fasihi? Je, kuna uhusiano gani kati ya propaganda na ushawishi? Propaganda katika kazi za fasihi zimejitokeza katika kipindi fulani tu cha wakati na baada ya hapo kukoma? Je, kila kazi ya fasihi ina upropaganda? Je, propaganda ni kitu kiovu na kisichopaswa kuhusishwa na fasihi? Je, katika zama hizi zinazojulikana kama zama za propaganda, fasihi imejitenga na propaganda au inaakisi? Mwisho, ni swali kuhusu propaganda inadhihirikaje katika matini ya kifasihi? Hivyo, majibu ya maswali haya yanafanikisha kueleza uhusiano uliopo baina ya propaganda na fasihi. Zaidi ya hayo, makala yanaonesha namna ambavyo historia ya fasihi haijawahi kujitenga na propaganda katika kipindi chochote cha wakati. Aidha, makala yanaonesha namna ambavyo propaganda siyo kitu kibaya kiasi cha kufikiwa kuepuka kuhusishwa na fasihi. Mwisho, makala yanatoa mwongozo wa namna ya kubainisha mdhihiriko wa propaganda katika matini za kifasihi. Hii inatoa nafasi pia ya kuepuka kutaja tu kuwa kazi fulani ya fasihi ina propaganda pasipo kutoa mifano dhahiri ya mbinu za kisanaa zilizotumika kupambanua propaganda hizo.

1.0 Utangulizi

Zama hizi za sasa zimetajwa kama zama za propaganda (Yeo, 2010). Licha ya ukweli huu, tafiti katika fasihi ya Kiswahili hazijamulika sana suala la propaganda linavyojitokeza katika fasihi, kwani kwa kiasi kikubwa, propaganda imeishia kutajwa. Utajaji huu ni ama wa kubainisha kuwa msanii au mwandishi fulani ni mwanapropaganda au kazi fulani ya kifasihi ni ya kipropaganda. Hali hii imefanya dhana ya proapaganda isiwezekueleweka vema katika mawanda yake mapana. Hivyo basi, makala haya yanajikita zaidi katika kufanya ufafanuzi wa dhana yenyewe ya propaganda na uhusiano wake na kazi za kifasihi. Hili linafanikishwa kwa kujiegemeza katika Nadharia ya Uhistoria Mpya. Mihimili

mikuu ya nadharia hii ni pamoja na fasihi haipaswi kutazamwa kama uga wa kiujumi unaojitenga na historia; matini ya kifasihi ina dhima siyo tu ya kuiakisi historia bali pia kuitengeneza historia ya kipindi mahususi. Kazi ya kifasihi ni uumbaji wa kufikirika unaofanywa na msanii asiye huru. Wasomaji pia wa matini za kifasihi nao hawapo huru kama ilivyo kwa wasanii wa kazi za kifasihi (Abrams na Hapharm, 2009). Mihimili hii ni ya msingi katika kueleza uhusiano uliopo kati ya fasihi na propaganda. Katika sehemu inayofuata, tunajikita katika kufanya ufafanuzi wa dhana muhimu katika makala haya.

1.1 Propaganda

Zipo fasili mbalimbali za propaganda ambazo zimetolewa na wanazuoni. Kwa mfano, Jowett na Donnel (2012), wanatupitisha katika fasili za propaganda kutoka kwa wataalamu mbalimbali. Miongoni mwa fasili hizo ni pamoja na hizi zifuatazo: Mosi, propaganda ni uenezaji (usambazaji) au ukuzaji wa mawazo fulani. Pili, wanaeleza kuwa propaganda ni ushawishi ulioratibiwa. Wanatoa fasili ya tatu ya propaganda kuwa ni ushawishi ulioratibiwa wa kundi kubwa la watu kwa malengo fiche. Nne, propaganda ni jaribio la kuathiri tabia binafsi za watu na kuzitawala tabia zisielekee katika namna ambayo inafikiriwa si ya faida kwa jamii. Tano, propaganda katika ulimwengu wa makampuni, ni mawasiliano ambayo fani na maudhui (yake) huchaguliwa yakiwa na makusudi ya mtazamo mmoja hususani wa kuileta hadhira fulani lengwa iasili mitazamo na imani zilizochaguliwa na mdhamini wa mawasiliano hayo.

Licha ya fasili hizo tano za propaganda, kuna fasili ya Jowett na Donnell (2012). Wataalamu hawa wanaitazama propaganda katika muktadha wa mchakato wa kimawasiliano. Kwa maana hiyo, wanaifasili propaganda kuwa ni jaribio la kimakusudi na la kiutaratibu la kupangilia (kuongoza) utambuzi na kumiliki akili, na kuelekeza tabia (za watu) ili kupata mwitikio unaofanikisha malengo ya mwanapropaganda.

Kwa hakika, fasili hizi zote zinaonesha namna ambavyo propaganda inaweza kutazamwa kama ambavyo ina uhusiano wa karibu sana na kazi za fasihi. Hii ni kwa kuwa tuna mtazamo wa kwamba kazi mbalimbali za kifasihi huhusika na uonezaji au ukuzaji wa mawazo fulani, huwa ni jaribio la kimakusudi na la kiutaratibu la kupangilia utambuzi na kumiliki akili, na kuelekeza tabia ili kufanikisha malengo fulani yanayokusudiwa. Uhusiano huu, unaonekana vema zaidi pale ambapo kila kazi ya kifasihi inatazamwa kuwa ni chombo cha kiitikadi.

Ni muhimu kuweka wazi pia kwamba maudhui ya kazi yoyote ya fasihi hayachaguliwi na msanii kwa bahati mbaya. Zaidi ya hivyo, hata fani inayoteuliwa kwa ajili ya kuwasilisha maudhui husika huwa haichaguliwi kibahati nasibu. Kuna malengo muhimu yanayoambatana na uchaguzi wa aina fulani ya maudhui na fani katika kazi mahususi ya kifasihi na kuacha kujihusisha na aina nyingine ya maudhui na fani.

1.1.1 Mitazamo Miwili ya Propaganda

Dhana ya propaganda imetazamwa kwa namna mbili, yaani kama dhana hasi na kama dhana isiyolazimika kufungamanishwa na uhasi.

Kwa mtazamo wa kwanza, mawasiliano ili yaweze kukidhi kigezo cha kutazamwa kama propaganda ni lazima yaonekane kuwa na uhasi. Uhasi huo ndio unaofanya propaganda kuonekana kama chukizo (Ross, 2000 kama anavyorejelewa na Yeo, 2010). Aidha, uhasi huu unajitokeza tena kutokana na mtazamo kuwa propaganda ni lazima ihusishe madai ya mwanapropaganda ambayo huwa siyo ya kweli au yasiyo ya kuaminika (Stanley, 2017). Aidha, propaganda inatazamwa kama dhana hasi kutokana na kuangaliwa kuwa inaathiri uwezo wa mtu binafsi kuwa huru na kufanya uamuzi wake mwenyewe. Imeweza hata kudaiwa kuwa propaganda ni adui wa demokrasia (Taylor, 2003). Hivyo, tunakubali kuwa kuna mazingira kweli propaganda huweza kufungamanishwa na uhasi lakini siyo wakati wote.

Kwa upande wa pili, ili mawasiliano yawe ya kipropaganda siyo lazima yahusishwe na sifa hasi tu (Taylor, 2003; Yeo, 2010). Kwa hakika, huu ndiyo mtazamo tunaoushikilia katika makala haya. Mawasiliano ya kipropaganda siyo lazima yatawaliwe na upotoshaji, uongo, na kutoaminika. Mawasiliano yanaweza kuhusu taarifa za kweli na kuaminika lakini bado yakawa ni propaganda. Mtazamo huu wa pili kuhusu propaganda, unatufanikisha kuepuka kutazama propaganda kuwa ni mawazo ya watu wengine ambayo hatukubaliani nayo tu. Hivyo, hata mawasiliano yanayobeba mawazo yetu ambayo tunayaamini kuwa ukweli nayo yanaweza kuwa propaganda. Hata katika makala haya, hatuitazami propaganda kwa kujifunga na mtazamo ulio hasi tu juu ya propaganda. Makala haya, yanakubaliana na mitazamo yote hii miwili.

Hivyo basi, ni muhimu kubainisha kuwa katika makala haya, fasili ambayo tunaitumia kuhusu propaganda, ni ile ambayo inaitazama propaganda kama dhana isiyokuwa na tatizo lolote kinyume na mazoea ya kuifungamanisha na uhasi wakati wote. Hii inamaanisha kwamba propaganda kama dhana haina matatizo

yoyote katika jamii, ijapokuwa madhumuni ya propaganda ndiyo yanaweza kuwa mabaya au mazuri.

1.1.2 Historia Fupi ya Propaganda

Waandishi mbalimbali (Ellul, 1963; Walton, 1997; Taylor, 2003) wanakubaliana kuwa istilahi ya propaganda ina historia ndefu toka kuasisiwa kwake mnamo mwaka 1622. Inadaiwa kwamba istilahi ya hii kiasili ilitumika kwa mara ya kwanza, pale kamati ya viongozi wa ngazi ya juu wa kanisa (Katoliki) ilipokutana katika kikao ambacho baadaye kilijulikana kama “*Congregatio sacra de Propaganda Fide*” katika lugha ya Kilatini. Pia, ikijulikana kama “*Sacred Congregation for the Propagation of the Faith*” katika lugha ya Kiingereza, ikiwa na maana ya Kusanyiko Takatifu la Uenezaji wa Imani (Walton, 1997; Taylor, 2003; Moorosi, 2009). Kamati hii ilikuwa chini ya Papa Gregory wa Kumi na Tano akisaidiwa na makardinali watatu. Lengo kuu la kikao cha kamati hii lilikuwa ni kuilinda na kuieneza imani ya Kikatoliki dhidi ya vuguvugu la Waprotestanti. Maelezo haya yanaonesha kuwa kwa mara ya kwanza neno ‘propaganda’ lilitumika kurejelea uenezaji wa imani ya kidini, hususani ya Kikatoliki.

Kufungamanishwa kwa dhana ya propaganda na kikao cha kamati hii ya Gregory wa Kumi na Tano hakumaanishi kwamba upropaganda kama dhana ndiyo iliasisiwa katika kipindi hiki cha karne ya kumi na saba. Lililo muhimu ni kwamba katika kipindi hiki, ndipo tunaona kwamba istilahi yenyewe au jina ‘propaganda’ lilianza kutumika rasmi. Hii ina maana kwamba, kabla ya kipindi hiki hakukuwa na istilahi hii ya propaganda, ijapokuwa michakato ya kipropaganda ilikuwepo hata kabla ya kipindi hiki.

Kuwapo kwa masuala ya kipropaganda hata kabla ya kipindi hiki kunaweza kuthibitishwa na maandiko mbalimbali. Kwa mfano, andiko la P.M. Taylor lijulikana kama “*Munitions of the Mind: A History of Propaganda From the Ancient World to the Present Era*” (2003), linabainisha kuwapo kwa masuala ya propaganda kabla hata ya kipindi hiki (1622). Katika andiko hili, usuli na historia ya propaganda kutoka zama za Uyunani ya Kale mpaka zama hizi za sasa imeelezwa. Jambo hili ni la msingi kutambulika ili kuepuka kuifungamanisha propaganda na uenezaji wa imani ya Kikatoliki tu. Pia, linasaidia kubainisha kuwa mchakato wa kipropaganda umetawala maisha ya mwanadamu tangu kale. Kwa maana hiyo, propaganda zimeanza kutumika zamani sana hususani toka mwanadamu alipoanza kuwasiliana na wenzake (Ellu, 1965; Taylor, 2003). Hivyo basi, tunaona

kuwa propaganda si dhana mpya bali ni dhana ambayo imekuwa ikitumika kwa kipindi kirefu katika jamii.

1.2 Ushawishi

Kwa kuwa fasili na ufafanuzi wa wataalamu mbalimbali unaonesha kuwa kuna uhusiano wa karibu kati ya propaganda na ushawishi, kuna haja ya kupambanua vema ufungamano na utofauti wake. Hii ni kwa sababu dhana hizi mbili zisipotofautishwa huenda zikaleta mkanganyiko. Kwa kuzitofautisha dhana hizi, tunaonesha ni kwa namna gani makala haya yanajihusisha na propaganda kama kategoria mojawapo ya ushawishi na siyo ushawishi kwa ujumla wake. Wakati mwingine imeweza kuchukuliwa kuwa propaganda na ushawishi ni dhana moja kiasi cha kudhaniwa kuwa istilahi hizi ni visawe tu vya dhana moja. Hii si kweli kwani hizi ni dhana mbili tofauti licha ya kushabihiana kwa karibu (Moorosi, 2009). Katika kuonesha tofauti bayana za propaganda na ushawishi, Jowett na Donnell (2012) wanaamua kuitazama propaganda kama kategoria ndogo ya ushawishi pamoja na habari. Hii ni kama vile kusema ushawishi ni kapu kubwa ambalo ndani yake mnapatikana pia propaganda. Kwa urahisi inaweza kuelezwa kwamba kila propaganda ni ushawishi lakini siyo kila ushawishi ni propaganda. Kutokana na hali hiyo, Jowett na Donnell (*wameshatajwa*) wanatoa fasili yao ya propaganda kwa kujiegemeza katika mchakato mzima wa kimawasiliano. Pia, wanaonesha kuwa ushawishi ni seti ndogo ya mawasiliano ambayo hufasiliwa kama mchakato wa kimawasiliano wa kuwaathiri au kuwavutia wengine. Hapa kuathiri au kuvutia inaweza kuwa katika namna wanavyofikiri, kutenda, kuitikia na hata kutazama mambo wanayokutana nayo maishani.

Mulholland (1994) akinukuliwa na Moorosi (2009) anaweka mpaka bayana baina ya propaganda na ushawishi kama ifuatavyo:

- i. Propaganda hutumia mbinu imara ambazo mara nyingi huwa ni fiche na pia huwa hairuhusu kupata upinzani katika kufanikisha ushawishi;
- ii. Propaganda ina malengo yake ambayo huwa ni upenyezaji kamilifu wa matakwa yaliyobebwa na propaganda husika kwa watu wengine;
- iii. Propaganda inapokumbana na upinzani; inachofanya, huongeza au huzidisha zaidi shinikizo kwa watu wanaolengwa na propaganda husika, ili wakubaliane na kile kinachokusudiwa na propaganda husika;
- iv. Propaganda husisitiza ujumbe ilioubeba ukubalike na kisha ufanyiwe kazi;

- v. Propaganda inaweza kushindwa hususani pale mbinu zake zinapokuwa siyo sahihi au zinapotumika isivyo. Lakini wataalamu wa propaganda, mara nyingi hufanikiwa kuliko kutofanikiwa;
- vi. Propaganda huweza kufanya kazi kwa haraka sana kama ilivyo katika propaganda za uhamasishaji (kuchochea) ambazo hutaka matokeo ya haraka;
- vii. Propaganda inaweza kueneza mfumo wa maisha wa kijamii polepole kama ilivyo katika propaganda za uwekaji sawa (kuwafanya watu wakubaliane na hali iliyopo) (*integration*) ambazo hutumika kupenyeza kukubalika kwa mtazamo fulani kuhusu maisha ambao ni imara na wa muda mrefu.

Baada ya kudondoa sifa bainifu za propaganda (Mulholland, 1994: xvi) akinukuliwa na Moroosi (2009) anatoa pia sifa bainifu za ushawishi kuwa ni zifuatazo:

- i. Ushawishi hutofautiana katika malengo yake, mbinu zitumikazo, katika shinikizo linalowekwa na hata katika mlolongo wa watu wanaoathiriwa;
- ii. Ushawishi ni kipengele katika maisha ya kawaida ya kila siku;
- iii. Ushawishi ni kile ambacho kinaweza kumfanya mtu ajisikie vizuri zaidi au ajisikie vibaya, kuboresha au kufifisha ushirikiano baina washirika wenza na marafiki na hivyo kuendeleza uhusiano na familia au na jamii;
- iv. Bila shaka ushawishi hutafuta kufanikisha malengo ya mtu anayetumia ushawishi huo;
- v. Ushawishi ni tofauti na propaganda pale unaposhindwa kufanikiwa au unapokutana na upinzani mkali; ushawishi husika unaweza kuondoshwa au kuachwa;
- vi. Ushawishi hufanya kazi zaidi ya kumhamasisha mtu kuwa na mtazamo unaofanana na mtumiaji wa ushawishi kuliko kulazimisha kuupenyeza mtazamo huo;
- vii. Ushawishi huhusisha mshawishi kuwasilisha kile kinachoonekana bora zaidi ya vingine na kisha kuacha mikononi mwa mshawishiwa ili aweze kukubali au kukataa;
- viii. Ushawishi huzingatia na huruhusu tofauti za kimtazamo;
- ix. Ushawishi huwa ni tofauti na propaganda ambayo inaweza kufanikiwa au kushindwa; ushawishi wenyewe unaweza kufanikiwa walau kwa kiasi kidogo;

- x. Kama ilivyo kwa propaganda, ushawishi unaweza kufanya kazi kwa haraka au kuongeza athari zake polepole; ila hutofautina na propaganda kuhusiana na mbinu ambapo ushawishi wenyewe mbinu zake huweza kuwa wazi licha ya kuweza kutumia na mbinu za uficho pia.

Licha ya wataalamu hawa wawili (Mulholland, 1994; Moroosi, 2009), kukubaliana kuhusu tofauti za msingi baina ya dhana hizi mbili zinazoshabihiana na kuingiliana, Perloff (2003) anabainisha tofauti tatu za msingi baina ya dhana hizi. Tofauti ya kwanza ni kuwa propaganda kimsingi imekusudiwa kumaanisha ushawishi wa watu wengi kwa kutumia vyombo vya habari. Tofauti na ushawishi ambao hutukia katika mandhari ya kimapatano na katika muktadha uliopangiliwa wa watu wawili.

Pili, propaganda hurejelea utukiaji ambao kundi lina umiliki kamili kuhusiana na usafirishaji au usambazaji wa habari, kama ilivyokuwa kwa Hitler katika Ujerumani ya Kinazi, Wakomunisti wa Uchina katika zama za mapinduzi ya China, Saddam Hussein nchini Iraq na katika makundi ya kidini yenye msimamo mkali. Lakini ushawishi wenyewe ni kipengele ambacho kinaweza kutazamwa kama ambacho kinaweza kufanywa kwa kuegemezwa upande mmoja, na chenye habari za upande mmoja ijapokuwa kikawaida huruhusu utiririkaji wa habari kwa uhuru. Zaidi ya hayo, Perloff anabainisha kuwa katika mazingira ya ushawishi, watu kwa kawaida wanaweza kumuuliza mshawishi maswali au kutoa maoni kinzani ya yale ya mshawishi.

Tatu, tofauti kati ya propaganda na ushawishi inajitokeza katika hoja kwamba propaganda ni kama dhana yenye maana hasi. Hii ni kutokana na propaganda kuhusishwa na mambo mabaya au nguvu ovu. Wakati ushawishi unatazamwa kama dhana yenye maana chanya na ambayo yenye uwezo wa kuleta matokeo yenye manufaa.

Kutokana na maelezo yaliyotolewa na wataalamu mbalimbali tuliowataja, ni dhahiri kuwa propaganda na ushawishi ni dhana tofauti kabisa. Katika makala haya tumejiegemeza katika maana ya propaganda kama ilivyotofautishwa na dhana ya ushawishi. Tofauti yetu tu ni kuwa, licha ya kukubali kuwa propaganda ni dhana inayohusishwa na uhasi, hatuchukulii kuwa wakati wote propaganda huwa na maana hasi. Ikiwa na maana kwamba propaganda siyo wakati wote huhusishwa na mambo mabaya au maovu. Pia, hatuchukulii kuwa propaganda ni kile tu kisemwacho na mtu mwingine ambacho hatukubaliani nacho, tukiwa na mtazamo kwamba, hata kile tunachokiamini kinaweza kuwa propaganda, kiwe

cha kweli au cha uongo. Kwa mtazamo wetu, propaganda kama dhana, haina tatizo lolote. Tatizo linakuja kutegemeana na itakavyotumika tu.

1.3 Msingi wa Mtazamo Hasi wa Dhana ya Propaganda

Katika sehemu iliyotangulia, tumeangalia fasili ya propaganda, mitazamo miwili ya propaganda, historia ya propaganda na tofauti baina ya propaganda na ushawishi. Licha ya hivyo, tunaona ni muhimu tukatalii msingi wa kuwapo kwa mtazamo hasi juu ya dhana ya propaganda katika jamii. Kwa kufanya hivyo, itasaidia siyo tu kuifanya dhana ya propaganda iweze kueleweka vema zaidi hususani katika mawanda yake mapana, tofauti na kujiegemeza tu katika mtazamo hasi wa dhana hiyo bali pia kuepusha makala haya dhidi ya chukulizi ambazo siyo sahihi.

Mtazamo wa mwandishi wa makala haya ni kwamba dhana ya propaganda ilipoanza haikuwa na maana hasi kama ilivyokuja kufungamanishwa na uhasi hapo baadaye. Tukiangalia hata katika kipindi cha karne ya kumi na saba, kama ilivyotumiwa katika mkutano ule ulioongozwa na Papa Gregory wa Kumi na Tano, tunaona dhana hii ilitumika kwa maana chanya. Hii ni kwa sababu kama tulivyokwisha kuona mkutano mkubwa kama ule wa Wakatoliki ulipewa jina au anwani ambayo ndani yake kuna matumizi ya istilahi propaganda. Kimantiki, isingekuwa rahisi kwa kanisa kujihusisha kwa uwazi na kitu ambacho kinajulikana kufungamana na uhasi. Licha ya ukweli huu, inaweza pia kufikiriwa kwamba dhana hii ilipata maana hasi kwa upande wa Waprotestanti katika kipindi hiki. Hii inawezekana kwa sababu walielewa nini maana ya neno propaganda kwa Wakatoliki. Hivyo, hatutarajii kuwa Waprotestanti kama walipata nafasi ya kujua neno propaganda kwa Wakatoliki linamaanisha nini wasingeweza kulichukulia kuwa neno lenye maana chanya kwao. Kutokana na hali hii, kuna uwezekano mwanzo wa maana hasi juu ya dhana ya propaganda ulikuwa ni kutoka kwa Waprotestanti.

Taylor (2003) anaelezea maana hasi ya dhana ya propaganda katika zama za sasa. Aliamua kufanya hivi katika dibaji yake ili kutoa mwelekeo wa malengo ya kitabu chake katika kukabiliana na kujulikana zaidi kwa maana hasi ya propaganda kuliko ile maana chanya. Katika maelezo yake Taylor anasema:

Kwa kuegemea katika mtazamo wa taarifa na mawasiliano ya kisasa ya zama zetu, neno ‘propaganda’ linaendelea kumaanisha kitu fulani kibaya au chenye

uovu. Kwa baadhi ya watu, wanaona kama ndiyo chanzo cha vita; kwa watu wengine, ni kitu kibaya zaidi ya vita. Lord Ponsonby, katika andiko lake la mwaka 1926, anaakisi manung'uniko ya wengi pale alipoandika kwamba propaganda ilijumuisha 'kunajisi roho ya mwanadamu jambo ambalo ni baya zaidi ya uharibifu wa mwili wa mwanadamu (uk.1) (Tafsiri yangu).

Dondoo hili linatupatia msingi wa mtazamo hasi wa dhana ya propaganda. Aidha linadokeza pia namna ambavyo baadhi ya watu wanaitazama propaganda kwa kuegemea zaidi katika maana hasi. Uhasi huu wa propaganda unatokana na kutazamwa kuwa chanzo cha vita na unajisi wa roho ya mwanadamu.

Dondoo lingine muhimu kutoka kwa Taylor kuhusu msingi wa maana hasi ya propaganda ni hili lifuatalo:

Propaganda, hutulazimisha tufikiri au tufanye vitu mbalimbali katika namna ambayo tusingeweza kufanya kama tungeachwa wenyewe. [Propaganda] Huziba madirisha yetu katika dunia kwa kuweka ukuta mzito wa upotoshaji. Wakati mataifa yanapigana, huukuza ukungu wa vita. Hivyo basi, propaganda inakuwa ni adui wa fikra huru, pia inakuwa ni taarifa na mawazo vamizi na yasiyotakiwa ndani mwa mwanadamu katika harakati zake za utafutaji wa amani na ukweli (uk.1) (Tafsiri yangu).

Dondoo hapo juu linazidi kuweka mkazo juu ya msingi wa maana hasi inayobebwa na dhana ya propaganda. Hali hii imekuwa ikionesha kwamba dhana ya propaganda inabeba ubaya na hivyo inakuwa siyo dhana nzuri ya kuweza kujihusisha nayo. Tunaona hata katika dondoo namna ambavyo imefikia hata kudaiwa kwamba propaganda ni kinyume kabisa na demokrasia.

Msingi mwingine wa mtazamo hasi wa dhana ya propaganda ni kule kufungamanishwa na uongo. Kutoakana na dondoo la hapo juu, inaaminika kwamba, propaganda imejaa uongo au uongouongo. Kutokana na hali hii, watu wengi wameona jambo hili si la kuaminika na wakati mwingine watu hawapendi kuhusishwa na propaganda. Kwani mtazamo ulio maarufu miongoni mwa watu

wengi ni kwamba wanapropaganda wote wanajihusisha na uongo au udanganyifu. Madai haya yanadhihirishwa katika maelezo yafuatayo kutoka katika andiko la Taylor anapoeleza:

Kwani hawa wanapropaganda ni kina nani? Wote tunajua kuhusu Dkt. Goebbels, ‘mwenye kipaji kiovu’ cha propaganda za Kinazi. Lakini wapi ambapo washirika wake wanadanganya, kwani udanganyifu si kitu wanachofanya? Kwani hubeba ushuhuda wa uongo, wanapropaganda moja kwa moja huwa wanavunja amri ya tisa (usishuhudie uongo). Lakini katika kusema uongo mkubwa, huwa wanazingatia amri ya kumi na moja isemayo “[sema uongo] isipokuwa usibainike” (uk. 2) (Tafsiri yangu).

Katika dondoo hapo juu, misingi kadhaa inayowafanya watu wachukie propaganda inabainishwa: Wanapropaganda ni watu waovu, propaganda inahusika na udanganyifu, shuhuda za uongo ni mbinu muhimu katika propaganda. Haya yamewafanya watu waendelea kuamini kwamba propaganda ni uongo au udanganyifu wa kimakusudi, jambo ambalo tunaona kuwa siyo sahihi. Kwani propaganda si wakati wote hutumia uongo, maelezo yanaweza kuwa ni ya kweli kabisa lakini yakabaki kuwa ni propaganda.

Kwa mujibu wa Taylor (2003), tunaweza kubainisha masuala kadhaa yanayopaswa kutazamwa kama msingi wa maana au mtazamo hasi wa propaganda:

- i. Propaganda hutumika zaidi katika vita na mapambano ya kimadaraka;
- ii. Propaganda hutazamwa kama adui wa mawazo au mtazamo huru;
- iii. Propaganda huweka kipaumbele zaidi katika hisia kuliko akili;
- iv. Propaganda hutazamwa kama kile adui asemacho au atendacho au yale yasiyoendana na kile tunachokiamini;
- v. Propaganda ni ‘mchezo mchafu’ unaotumiwa na ‘washawishi waliojificha’, ‘wavuruga akili’ na ‘wapotosha ukweli’.

Kimsingi, tukiyaangalia masuala haya, yamejikita katika malengo au matokeo ya propaganda na siyo propaganda yenyewe. Hivyo basi, vigezo vya kuihukumu propaganda kama jambo zuri au baya vimeelekezwa katika propaganda yenyewe

kimakosa. Vigezo hivyo vingeelekezwa kwenye malengo au matokeo ya matumizi ya hizo propaganda ndiyo ingekuwa sahihi kuona kuwa propaganda ni mbaya. Hivyo basi, masuala haya yatoshe tu kutumika kuonesha kwamba propaganda inaweza kutumika kwa malengo mazuri au mabaya. Kwa hivyo, dhana ya propaganda inaweza kutazamwa bila kufungamanishwa na uhasi. Katika makala haya, tumeona kwamba upande huu ni wa muhimu sana hasa katika kukabiliana na uhasi uliofungamanishwa na dhana hii ya propaganda.

Taylor (2003) anatupatia nukuu ya Afisa wa Mambo ya Nje wa Uingereza aliyesema miaka ya 1920: “Propaganda ni neno zuri lililopata tafsiri mbaya.” Pia, ameenda mbele zaidi kwa kusema kwamba, watu wote ni wanapropaganda isipokuwa wanazidiana viwango tu. Pia, inabainishwa kwamba watu wote ni waathirika wa propaganda katika maisha yao ya kila siku. Hii ina maana kwamba, siyo kweli kusema kuwa propaganda zilifanyika katika kipindi fulani cha wakati na baada ya muda fulani kukoma. Zaidi ya hivyo, siyo sahihi kufikiria kuwa propaganda hufanywa na watu ‘wengine’ tu na siyo ‘sisi’.

Propaganda ilivyotumiwa na Waingereza katika kipindi cha Vita ya Kwanza ya Dunia, inafaa kuzidi kuondosha hofu ya propaganda kufungamanishwa na uhasi. Matumizi hayo ya propaganda yanaelezwa na Taylor (2003: 3) kama ifuatavyo:

Kama tutakavyoona, uongo au upotoshaji haukuwa kauli mbiu ya zoezi hili (propaganda), tukizingatia kama dhana ya kwanza iliyovutia kwa kiwango kikubwa umakini wa kisomi. Pia, haiwezi kusemwa kuwa sera ya chombo rasmi cha kipropaganda cha Waingereza katika kipindi cha vita ilikuwa ni kudanganya kwa makusudi kuliko kusema kuwa kilihusika na kusema ukweli wote. Ukweli ulitumiwa kwa kuchagua lakini kwa kuzingatia urazini, wakati huohuo uongo au upotoshaji uliepukwa kwa kuamini kwamba huenda siku moja ukabainika na kwa hiyo kuathiri uhalali wa ukweli uliokuwa umetolewa. Serikali ilipendelea kuongopa kwa kutumia udondoshaji (*sawa na ‘omission katika Kiingereza*), na si kwa njia ya kutenda kosa la uongo (“Commission”) (Tafsiri Yangu).

Dondoo hili linasaidia kufuta ile dhana iliyoota mizizi kwamba propaganda ni uongo au upotoshaji. Tunaona kwamba, kama ni suala la kudanganya kujitokeza, hufanywa kwa umakini wa hali ya juu na wala si kwa kutumia uongo bali kusema tu zile taarifa au ukweli uliokusudiwa juu ya jambo linalozungumzwa, na wakati huohuo kuondoa au kuzikwepa taarifa au ukweli ulio kinyume na jambo linalozungumzwa. Kwa mfano, taifa fulani linapokuwa vitani linaweza kutoa taarifa au ukweli unaohusu mafanikio yao kama vile wameua maadui wangapi, wameteka maeneo mangapi, lakini wakaepuka kusema ni askari wao wangapi wamekufa katika mafanikio hayo au ni vifaa vyao vingapi vya kijeshi ambavyo vimeteketezwa na maadui. Katika taarifa au ukweli huo, huwezi kuuita kuwa ni uongo, licha ya kwamba taarifa au ukweli huo, umetumika kama propaganda.

Hivyo basi, Propaganda isipochunguzwa kwa njia ya kuifungamanisha na njia za upataji maana, inasababisha matatizo. Miongoni mwa matatizo hayo ni pamoja na kugawanya propaganda katika makundi mawili ambayo ni 'propaganda nzuri' na 'propaganda mbaya'. Hali hii inatokana na kuitazama propaganda kama mchakato wa kiushawishi ambao huwa tunautathmini kwa kuegemea katika maadili yetu ya msingi. Kutokana na hali hii, propaganda inakubalika pale tu inapoendana na imani zetu (hapa tunakoma kuitazama kama propaganda bali huwa ni ukweli), pia huonekana kutokubalika pale isipoendana na imani zetu za msingi (hapa ndipo huwa tunaona kuwa ni propaganda). Mtazamo huu umeifanya propaganda kuwa ni kitu kinachofanywa na watu wengine ambao wapo tofauti na mawazo tunayoyaamini kuwa kweli. Hivyo, huwa tunawachukulia kuwa wanasema uongo au watu wasiokuwa wakweli.

Tunaweza kuhitimisha kuwa, hakuna sababu ya kuendelea kuitazama propaganda kama kitu kibaya na kiovu bali tathmini ya namna hiyo ielekezwe kwenye malengo na matokeo ya propaganda. Katika sehemu inayofuatia tunajadili kuhusu uhusiano wa propaganda na fasihi. Tunafanya hivi ili kuendana na anwani ya makala yetu ambayo yamekusudia pamoja na mambo mengine, kutalii uhusiano uliopo baina ya propaganda na fasihi. Kwa kufanya hivyo, licha ya kupata nafasi ya kuelewa vema dhana ya propaganda, pia tunapata nafasi ya kuona ni kwa namna gani kazi yoyote ya fasihi ni chombo cha kipropaganda.

2.0 Uhusiano wa Propaganda na Fasihi

Wataalamu mbalimbali wanakubaliana kwamba kuna uhusiano wa karibu sana kati ya propaganda na fasihi (Ellul, 1965; Eagleton, 1991; Wollaeger, 2006; Yeo,

2010). Wollaeger (2006) anatupatia madondoo muhimu sana yanayobainisha upropaganda katika kazi za kifasihi, na kwa mantiki hiyo tunaweza kueleza uhusiano uliopo kati ya fasihi na propaganda. Katika andiko hili anasema:

Mwaka 1941, George Orwell akihutubia kupitia radio alisema Propaganda kwa namna moja au nyingine inajitokeza katika kila kitabu, kwa maana kwamba kila kazi ya sanaa ina maana na makusudi ambayo yanaweza kuwa ya kisiasa, kijamii, na kidini. Pia, tathimini zetu za kiujumi mara zote huongozwa na mtazamo wenye chukulizi na imani (uk. xi) (Tafsiri yangu).

Dondoo hili linabainisha namna ambavyo kazi yoyote ya sanaa na fasihi haiwezi kutenganishwa na suala la itikadi na propaganda. Hivyo basi, kutokana na ukweli kwamba kazi yoyote ya fasihi huwa na maana basi ni sawa na kusema kuwa ina itikadi. Hii ni kwa sababu maana ni kipengele cha kiitikadi. Zaidi ya hivyo, kwa sababu kazi ya fasihi huwa na malengo au makusudi maalumu, ni sawa na kusema kuwa huwa ina propaganda. Hii ni kwa sababu malengo au makusudi katika kazi ya fasihi ni kipengele cha kipropaganda.

Kutokana na hoja hii ya malengo maalumu, tunaweza kubainisha kuwa, upropaganda unajitokeza kutokana na nia iliyo wazi au fiche ya kufikia malengo hayo maalumu. Suala la itikadi linajitokeza kutokana na kazi ya fasihi siyo tu kuwa na maana, bali pia kutokana na tathmini ya kiujumi ya kazi yoyote ya kisanaa, huongozwa na mtazamo wenye chukulizi na imani—hii ni sawa kusema kwamba tathmini za kiujumi huongozwa na itikadi. Kama tulivyodokeza awali, kuwa maana ni suala la kiitikadi. Zaidi ya hivyo, tunaambiwa pia kuwa kazi hizi za kisanaa zenye upropaganda ndizo ambazo hutumika kueneza itikadi husika ya wakati mahususi katika kipindi cha historia. Hoja hii inadhihirika kupitia dondoo lifuatalo la Wollaeger (2006) anaposema:

...Orwell hakujishughulisha na propaganda kwa bahati mbaya, kwani hii ilitokana na hali iliyokuwepo katika wakati wake huo wa kihistoria, kwani baada ya kile kipindi kilichoitwa “zama” za propaganda

katika miaka ya 1930, kulichipuka mkusanyiko wa maandiko mengi sana ambayo yalifanikisha kuenezwa kwa itikadi, na hivyo kuifanya itikadi kusambaa kwa kasi ulimwenguni (uk. xi) (Tafsiri Yangu).

Katika dondoo hili tunaona namna ambavyo propaganda ilitumika sana katika kueneza itikadi. Ieleweke kwamba kipindi hiki hakikuwa mwanzo wa matumizi ya propaganda katika kueneza itikadi. Bali kipindi hiki ndicho kilichoshuhudia matumizi makubwa ya propaganda katika kueneza itikadi kuliko kipindi kingine chochote. Hivyo basi, tunabaini kabisa kuna haja ya kuona namna ambavyo fasihi ya Kiswahili inadhihirisha jambo hili.

3.0 Mbinu na Mikakati ya Ubainishaji wa Propaganda katika Matini za Fasihi

Sehemu hii inabainisha mbinu na mikakati ya kubaini propaganda katika matini. Mbinu na mikakati hii imechukuliwa kutoka katika maandiko ya van Dijk (2006) na Jowett na Donnell (2012) na kutumiwa kwa maana mahususi. Jowett na Donnell (*wameshatajwa*) wanashughulika na uchambuzi wa propaganda huku van Dijk (*keshatajwa*) anashughulikia uchambuzi wa itikadi. Licha ya wataalamu hawa kutumia mbinu na mikakati hii ama kubaini itikadi au propaganda katika matini kwa ujumla, kwa upande wetu tumepata mwanga, mikakati na mbinu za kubaini propaganda katika matini za kifasihi. Zifuatazo ni mbinu na mikakati ya kubainisha propaganda katika matini za kifasihi:

Kwanza ni kubaini itikadi inayoifumbata propaganda husika. Ifahamike kuwa itikadi hii inayorejelewa hapa ni ile ya propaganda. Kecskement (1973) akirejelewa na Jowett na Donnell (*wameshatajwa*), anaeleza kuwa itikadi ya propaganda huipatia hadhira mwongozo wa kushughulika na uhalisi wa kijamii na kisiasa. Aidha, itikadi inapaswa kufumbatwa kwa kuzingatia mitazamo mbalimbali iliyopo kuhusu itikadi. Hii inasaidia kuifanya dhana ya itikadi iweze kueleweka katika mawanda yake yote mapana. Jowett na Donnell (*wameshatajwa*) wanabainisha mitazamo mbalimbali inayofumbatwa kuhusu itikadi kuwa ni: Mtazamo wa dunia ulioshikamana ambao huelekeza namna ambavyo hoja zitapokelewa na kutafsiriwa; inabeba dhana mbalimbali kuhusu jamii na dhana hizo hueleza namna jamii hiyo ilivyo; mdhihiriko wa kukubaliana na utaratibu mahususi wa kijamii na kuendana na kanuni zilizopo ndani ya seti mahususi ya miundo ya kijamii,

kiuchumi, na kisiasa. Mitazamo mingine ni pamoja na ule unaoiangalia itikadi kama urazini usiokuwa wa kweli. Hii inatupa tu picha pia kuwa dhana ya itikadi iliweza kutafsiriwa kwa namna tofauti katika vipindi na mahali tofauti. Hivyo, ni muhimu kujiepusha kushikilia mtazamo mmoja tu katika kuifafanua dhana ya itikadi. Kwa hivyo, tunajiegemeza katika fasili ya itikadi ambayo ina unyumbulifu wa kufumbata mitazamo mbalimbali iliyopo kuhusu dhana hiyo. Hivyo, tunaifasili itikadi kuwa ni seti za imani na mawazo (ya kweli au la) ambapo kupitia seti hizo, watu (wa kundi maalumu la kijamii) hutoa hoja, huelezea na huhalalisha mwisho na namna matendo yao ya kijamii yenye kuratibiwa yanavyotendeka. Matendo haya yanayorejelewa si yale tu ya kisiasa, bali pia yale yanayomuweka mtu katika nafasi yake katika jamii.

Pili ni kujiegemeza katika mbinu maalumu za kufanikisha athari (za propaganda). Jowett na Donnell (*wameshatajwa*) wanatambua umuhimu wa mbinu mbalimbali za kipropaganda. Pamoja na hayo, wanabainisha kuwa kutokana na uchangamano wa propaganda, wanaona haitoshi kujiegemeza tu katika orodha ya mbinu za propaganda katika kufanya uchambuzi wa propaganda. Kwa upande wetu, tunaona kuwa licha ya mbinu za kipropaganda peke yake kutokutosha kutumika kufanya uchambuzi wa kina, mbinu hizi zinaweza kutumika kubaini propaganda zinazojitokeza katika matini ya kifasihi. Hivyo, mbinu za kipropaganda hazipaswi kuchukuliwa kama ndiyo mkakati pekee wa kubaini propaganda. Mikakati mingine ni pamoja na matumizi ya imani kujenga imani nyingine, au kujenga mtazamo mpya na tabia mpya. Mkakati mwingine ni matumizi ya chanzo cha kuaminika. Mkakati huu unaangalia namna ambavyo mwanapropaganda anajitambulisha na hadhira yake.

Pia, mkakati mwingine ni wa propaganda kufanya kazi kwa kujiegemeza au kujihusisha na watu ambao wanaheshimika katika jamii au kujiegemeza kwa watu wanaokubalika katika jamii. Mkakati mwingine ni kutumiwa kwa kaida za makundi. Hivyo, mchambuzi wa matini ya kifasihi anaweza kubaini kuwapo kwa propaganda kutokana na kuona kuwapo kwa mikakati ya kimakusudi ya kuwafanya watu/hadhira kuendana na kaida za kundi fulani.

Mkakati mwingine unaotumiwa na wanapropaganda ni kuhodhi chanzo cha mawasiliano. Katika mazingira ambayo kuna kuhodhiwa kwa chombo cha mawasilino, ni rahisi kubaini propaganda. Hii ni kwa kuwa ujumbe utakaotolewa ni wa namna moja na utakuwa unarudiwarudiwa.

Vilevile, mkakati mwingine wa kubaini propaganda ni kuangalia matumizi

ya lugha. Matumizi ya lugha yanayohusisha watu wenye mamlaka kama vile wazazi, walimu, na miungu hukipa mamlaka kile kinachofafanuliwa na lugha hiyo. Matumizi ya lugha ya namna hiyo yanahusisha pia matumizi ya maneno chanya kwa kile kinachoungwa mkono na mwanapropaganda na maneno hasi kwa kile kisichoungwa mkono. Kuna matumizi makubwa ya tamathali za usemi kama vile sitiari, udamizi, na sitihizai kwa malengo ya kipropaganda. Kwa hakika, hatua hii ni ya muhimu sana katika kubainisha mikakati ya kutumia kubaini propaganda.

Tatu ni uzingatiaji wa muktadha. Katika kuuzingatia muktadha, umakini unawekwa katika mambo muhimu matatu: a). Namna mzungumzaji katika diskozi husika anavyoonekana kuongea kama mwanachama wa kundi la kijamii b). Namna mzungumzaji anavyoonekana kuwahutubia wasikilizaji au wasomaji kama wanachama wa kundi. c). Kujitokeza au kuwapo kwa modeli za kimuktadha ambazo zimetawaliwa na mapendeleo ya kiitikadi. Kwa mfano, usawiri wa kimapendeleo wa tukio la kimawasiliano pamoja na washiriki wake kama wanachama wa makundi. Hivyo, ili kubaini propaganda, tunapaswa kujiuliza kuwa mikakati ipi inatumika kuweka wazi kundi linalojitokeza? Muktadha uliopo unaelezwa kwa namna gani?

Nne, ni uzingatiaji wa mkakati wa jumla unaojitokeza katika diskozi. Kwa mfano, katika matini ya kifasihi inayochambuliwa, angalia kujitokeza kwa mkakati ufuatao wa jumla ndani ya matini: a). Uwasilishaji chanya au matendo chanya kutuhusu sisi. b). Usawiri hasi au uwasilishaji wa matendo hasi kuwahusu wao. c). Kuwekwa mkazo katika mambo yetu mazuri na kuwekwa mkazo katika mambo yao mabaya. d). Kuondolewa kwa mkazo katika mambo yetu mabaya na kuondolewa kwa mkazo katika mambo yao mazuri. Hii ni sawa na kusema uwasilishaji chanya, usawiri hasi, uwasilishaji hasi, uwekaji mkazo na uondoaji mkazo ni masuala ya propaganda. Hivyo, kinachosaidia kubaini propaganda ni kujiuliza nini kinachofanikisha kuwapo na usawiri hasi, uwekaji mkazo au uondoaji mkazo?

Tano, ni uzingatiaji wa kipengele cha fani katika diskozi. Kipengele hiki cha fani kinahusisha hadi umbo la nje la kazi yenyewe ya fasihi yaani muundo pamoja na mtindo kama unavyojitokeza katika matini husika. Vipengele vifuatavyo vya fani vinawekewa umakini: a). Kipengele cha kisintaksia. Hapa tunaangalia namna mpangilio wa kisintaksia unavyofanikisha iwe ni kuweka mkazo au kuondoa mkazo kwa sifa chanya au hasi za mtendaji wetu au wao. Hili hufanikishwa kutokana na matumizi ya sentensi zinazoonisha msisitizo au zile zisizoonisha msisitizo; matumizi ya kauli ya utenda dhidi ya kauli ya utendwa; vishazi kamili dhidi ya

unominishaji. b). Miundo ya kisauti; hapa tunaangalia vitu kama vile kiimbo katika mazungumzo na matumizi ya alama za uakifishaji katika matini andishi. Hivyo, viimbo hudhihirika pale matini inapokuwa inawasilishwa na kiimbo husika kinaweza kudhihirisha propaganda katika matini husika. c). Mpangilio wa jumla au muundo wa matini; tunachopaswa kuangalia ni kuwa, je, mpangilio huu wa jumla kwa namna gani unadhahirisha maana chanya kwa ajili yetu au kwa ajili yao na pia ni kwa namna gani unadhahirisha maana hasi kwa ajili yetu au kwa ajili yao. Mpangilio wa jumla wa matini ya fasihi huweza kudhihirisha haya iwapo: Mosi, kunapokuwapo na mpangilio unaoonesha kuwapo kwa orodha ya vitu vya kwanza vinavyotawala na orodha ya mwisho ya vitu visivyowatala. Pili, mdhihiriko wa miundo ya hoja katika matini husika. Hapa tunaangalia namna hoja zilivyopangiliwa na kujitokeza kama hoja za kimapendeleo. Tatu ni mdhihiriko wa hoja za uongo ambazo zinatoa mahitimisho kuhusu mambo yetu mazuri au mambo yao mabaya kimakosa. d). Miundo ya sanaa ya uzungumzaji au tamathali za usemi na mbinu nyingine za kisanaa. Katika kipengele hiki tumeangalia namna ambavyo miundo husika inaweka mkazo au kuondoa mkazo kuhusu tabia zetu nzuri au mbaya dhidi ya tabia zao nzuri au mbaya. Miongoni mwa miundo tuliyoiangaza ili kuona namna ilivyotumika na kudhihirisha itikadi na propaganda katika kipengele hiki ni takriri, sitiari, tashibiha, metonimia, udamisi, tafsida na mbinu nyingine za kisanaa.

Mkakati wetu wa mwisho katika kubaini propaganda ni uzingatiaji wa matendo yanayodhihirika katika matini ya kifasihi ya kipindi mahususi cha kihistoria. Kuna aina mbili za vitendo ambavyo vinaangaliwa ili kuona namna vinavyosawiri kwa uchanya au kwa uhasi upande mmoja dhidi ya upande mwingine. Aina ya kwanza ya vitendo ni vile vinavyojulikana kama matendo uneni. Haya ni maneno yanayotamkwa na kuashiria kuwa tendo tayari limetendeka. Hapa tunaangalia matendo uneni yote yanayoashiria juu ya mambo yetu mazuri au mabaya na matendo uneni yote yanayoashiria mambo yao mabaya au mazuri. Aina ya pili ya vitendo ni vile vitendo vinavyohusiana na mikakati ya kimaingiliano baina ya wahusika. Katika aina hii ya vitendo, tunakuwa makini na mikakati ya kimaingiliano ambayo inaashiria kumaanisha mambo yetu mazuri au mabaya au mambo yao mazuri au mabaya.

4.0 Mifano ya Mdhihiriko wa Propaganda katika Matini za Kifasihi

Katika sehemu hii, tunaonesha kwa mifano namna ambavyo propaganda zinajitokeza katika matini za kifasihi. Matini za kifasihi zinazotumika katika kudhihirisha ujitokezaji wa propaganda ni tungo za ushairi wa Kiswahili. Tungo hizi ni pamoja na za Muyaka wa Muhaji, Mathias Mnyampala na Euphrase Kezilahabi.

4.1 Propaganda katika Tungo Taule za Muyaka

Tulimchagua Muyaka siyo tu kwa kuwa alikuwa mshairi maarufu zaidi katika kipindi cha Utawala wa Waarabu wa Omani (1730-1880) bali pia kwa vile ni mshairi aliyetoa mchango mkubwa katika ushairi wa Kiswahili. Zaidi ya hivyo, tungo za Muyaka zinasawiri vema historia ya kipindi hiki. Historia ya kipindi hiki ni pamoja na kutawaliwa kwa mizozo na mapigano baina ya Waswahili kwa Waswahili au dhidi ya Sultani wa Omani.

Abdulaziz (1979) anabainisha miongoni mwa tungo za Muyaka kuwa ni pamoja na tungo za kizalendo na nyimbo za vita. Kwa hakika aina hizi za tungo haziwezi kukwepa kudhihirisha propaganda. Hii ni kwa sababu propaganda pia huwa inaonekana kutumika sana katika vipindi vya vita. Tunatumia tungo tatu za Muyaka: “Mgogoto wa Zamani”, “Mwina wa Chiza”, na “Kongowea ja Mvumo”.

Hivyo basi, tumechagua mashairi matatu ili kuchunguza na kubainisha propaganda zinazodhihirika katika kipindi hiki.

Shairi la kwanza halina anwani lakini linajikita katika kuonesha mtazamo wa Wamombasa katika vita vya kuwapinga Watawala wa Omani kwa ushirikiano. Shairi hili linapatikana katika andiko la Abdulaziz (1979). Tunaamua kulipa anwani ya “Mgogoto wa Zamani” tukijiegemeza katika maneno yaliyopo katika mshororo wa pili. Shairi la pili ni lile lenye anwani ya “Mwina wa Chiza” ambalo linarejelea kumbukumbu ya kukombolewa kwa Ngome ya Yesu kutoka mikononi mwa vikosi vya Sultan wa Omani mnamo mwaka 1829. Shairi la mwisho ni lile lenye anwani ya “Kongowea ja Mvumo” ambalo linahusika pia na ushindi mkuu uliopatikana mnamo mwaka 1829.

Tunatoa muhtasari wa kila shairi kabla ya kujadili mdhihiriko wa propaganda katika mashairi haya. Tukianza na shairi la “Mgogoto wa Zamani”; hili linaundwa na jumla ya beti nne. Kila mshororo una jumla ya mizani kumi na sita. Shairi linazingatia urari wa vina kwa kila ubeti ijapokuwa vina hivi vinatofautiana kutoka ubeti mmoja kwenda ubeti mwingine.

Shairi hili kimsingi linarejelea mapambano baina ya Waswahili kwa ujumla wao dhidi ya majeshi ya Sultani wa Omani. Shairi hili linabainisha itikadi ya Wamombasa iliyoongoza mapambano dhidi ya majeshi ya Waomani. Miongoni mwa mitazamo ya Wamombasa ni kuamini umoja wa miji yote ya pwani kama ndiyo msingi wa mafanikio katika upinzani dhidi ya Sultani wa Oman (Abdulaziz, 1979).

Kwa upande wa shairi la pili, “Mwina wa Chiza”; kila mshororo una jumla ya mizani kumi na sita na kila mshororo umegawanyika katika vipande viwili vyenye mizani nane kila kimoja. Aidha, kuna urari wa vina katika beti zote za shiri hili. Kina cha mwisho ni **-le-** kwa mshororo yote isipokuwa tu ule mshororo wa nne ambao una kituo kama kiini kwa kuwa kinajirudia kuanzia ubeti wa kwanza mpaka wa tano (Mwina wa chiza mbwi chile, mtambuzwa hatumbuli). Vina vya kati vinabadilika kutoka ubeti mmoja kwenda ubeti mwingine. Kama ambavyo tumekwisha kubainisha, shairi hili liliimbwa na Muyaka kusherehekea ushindi wa Wamombasa dhidi ya majeshi ya Waomani yaliyokuwa yameitwaa Ngome ya Yesu mnamo mwaka 1829.

Shairi la mwisho ambalo tunalifanyia uchunguzi ni lile la “Kongowea ja Mvumo” ambalo lina jumla ya beti sita. Kila ubeti unaundwa na jumla ya mshororo minne yenye mizani kumi na sita kila mmoja. Zaidi ya hivyo, kila mshororo umegawanyika katika vipande viwili ambavyo kila kimoja kina mizani nane. Shairi hili linazingatia urari wa vina na mizani. Kina cha mwisho katika mshororo yote isipokuwa mshororo wa mwisho tu ni **-le-**. Vina vya kati vinabadilika kutoka ubeti mmoja hadi mwingine. Kituo katika shairi hili ni kiini kwani kinajitokeza katika mshororo wa nne kuanzia ubeti wa kwanza hadi ubeti wa sita. Shairi hili pia linahusiana na kusherehekea ushindi wa Wamombasa katika mapambano yao dhidi ya Waomani kati ya mwaka 1829-1835.

4.1.1 Mdhahiriko wa Propaganda katika Tungo Tatu za Muyaka

Propaganda zimebainika baada ya kuchunguza mbinu mbalimbali za kipropaganda zinazojitokeza katika mashairi haya matatu. Mbinu za propaganda zilizotumika ni hizi zifuatazo:

Mbinu ya propaganda ya kwanza ni ile ya ubainishaji wa adui. Adui anayebainishwa hapa ni Waarabu wa Omani pamoja na washirika wao ambao ni watu wa Zanzibar (wana wa Mwana Aziza). Mashairi yote haya matatu yanaonesha kwa ubayana kuwapo kwa adui anayebainishwa.

Mbinu ya pili ya kipropaganda ni ile ya uchaguzi wa taarifa na upangiliaji.

Hivyo basi, mtunzi huyu ameifumbata vema maana ya mbinu hii katika maeneo mbalimbali. Kwanza tukiangalia kuhusu taarifa zinazotolewa juu ya Waarabu wa Omani, katika shairi la “Mgogoto wa Zamani” ubeti ule wa pili wanasawiriwa kama watu walioacha miji yao bila sababu ya msingi ili kuja kupoteza mali zao na maisha yao kwa kuivamia Mombasa. Lakini pia ubeti wa nne wanasawiriwa kama watu wajinga wanaotaka jambo lisiloweza kuwa. Upangiliaji huu wa taarifa hizi unasaidia kuwafanya wasikilizaji wa shairi hili kuwa na mtazamo hasi dhidi ya Waarabu wa Omani na washirika wao.

Uchaguzi wa taarifa na upangiliaji unahusika pia na namna unavyofanikisha usawiri chanya kwa Waswahili na watu wa Mombasa. Mashairi yote matatu yanaonesha namna ambavyo Waswahili au watu wa Mombasa daima wameibuka washindi mbele ya maadui wao. Hakuna shairi ambalo linabeba taarifa yoyote kuonesha namna ambavyo Wamombasa au Waswahili walishindwa. Si kwamba katika historia hakuna matukio ya Waswahili au Wamombasa kushindwa katika vita. Taarifa za kushindwa vita hazina nafasi katika kufanikisha malengo au makusudio ya mwanapropaganda huyu Muyaka. Malengo yake ni pamoja na kujenga kujiamini na ujasiri miongoni mwa wapiganaji. Hivyo, uchaguzi wa taarifa zinazoelezea ushindi tu zinakuwa na msaada mkubwa katika kujenga ari ya vita na kujiamini miongoni mwa wapiganaji wa Mombasa. Zaidi ya hayo, hata watu wa kawaida wanajengewa hali ya kujiamini na kuwa tayari kuingia katika vita dhidi ya adui yeyote.

Mbinu nyingine ya kipropaganda inayojitokeza katika utenzi huu ni udanganyifu na uongopaji. Katika mashairi haya matatu ya Muyaka, mbinu ya udanganyifu na uongopaji imejitokeza kupitia udondoshaji wa taarifa zinazohusika na matukio ambayo Waswahili au watu wa Mombasa walishindwa vita. Mashairi yote matatu yanaonesha mafanikio tu ya Waswahili au Wamombasa dhidi ya maadui zao Waomani. Hakuna mahali panapooneshwa jinsi Waswahili walivyoshindwa vita hata siku moja. Hii ni tofauti kabisa na namna muktadha wa kihistoria wa kipindi husika unavyotueleza. Hivyo, udondoshaji wa taarifa za kushindwa umefanyika kwa makusudi kabisa kama mbinu ya kipropaganda katika kufanikisha itikadi ya utaifa wa Waswahili na itikadi ya ushujaa. Kwa hivyo, ushairi wa Kiswahili haukujitenga na itikadi na propaganda hata katika kipindi cha Muyaka.

4.2 Propaganda katika Tungo Teule za Mnyampala

Katika *Ngonjera za Ukuta: Kitabu cha Kwanza*, tumetumia ngonjera mbili kuchunguza na kubainisha propaganda. Ngonjera hizo ni “Siasa ya Ujamaa ni Nini” na “Sielewi Azimio”. Kwa kuanza na ngonjera ya “Siasa ya Ujamaa ni nini”, ngonjera hii ina jumla ya beti kumi na tatu. Ngonjera imejengwa katika majadiliano kati ya mke na mume, ambapo inaonesha kuwa mke hajui siasa ya ujamaa na anamtaka mume wake amsaidie aweze kuielewa. Kwa hakika ngonjera hii inajikita katika kutoa ufafanuzi wa itikadi ya ujamaa, ambayo ni aina ya usoshalisti wa Kiafrika. Ngonjera ya pili, “Sielewi Azimio” nayo inadhihirisha itikadi inayohusiana na ujamaa. Ngonjera hii ina jumla ya beti kumi na nne. Ngonjera imewekwa katika muundo wa majibizano ya Mwana na Baba. Mwana anaonekana kutolifahamu Azimio la Arusha na anahitaji kutaka kueleweshwa. Baba analifahamu Azimio la Arusha na analifafanua. Ngonjera hii pia inadhihirisha itikadi ya ujamaa.

4.2.1 Mdhahiriko wa Propaganda katika Tungo Mbili za Mnyampala

Upropaganda unaojitokeza katika ngonjera hizi unadhihirika kupitia mbinu za kipropaganda zinazojitokeza katika ngonjera. Miongoni mwa mbinu za kipropaganda zinazobainika ni: Mbinu ya uchaguzi wa taarifa na upangiliaji. Mbinu hii imetumika ili kuelezea uzuri wa ujamaa katika ngonjera ya “Siasa ya Ujamaa ni Nini”. Ngonjera inatumia mifano kudhihirisha uzuri wa ujamaa. Mifano hii ni pamoja na mtu anayeishi pweke (inaoneshwa hili ni jambo baya na kinyume cha ujamaa), kulima kwa ushirika, na watu kushirikiana. Kwa mbinu hii, mshairi anakuwa katika nafasi ya kuwashawishi wasikilizaji kuwa na mtazamo chanya juu ya ujamaa. Mshairi hatoi nafasi ya kutafakari athari zozote za ujamaa. Anawafanya watu waweze kufikiri mazuri tu ya ujamaa. Katika ngonjera ya “Sielewi Azimio” mbinu hii ya uchaguzi wa taarifa na upangiliaji, imetumika ili kuweza kufanikisha kukubalika kwa Azimio la Arusha. Taarifa zote zinazotolewa kuhusiana na Azimio la Arusha ni zile zinazoleta taswira chanya kuhusu azimio. Hatupewi taarifa zozote zinazodokeza kuwapo kwa athari hasi za azimio kwa watu. Kwa mfano, tunaalezwa kuwa azimio linaneemesha taifa, linaondoa udhalimu, halina ubaguzi wa rangi, linapambana na wanyonyaji hususani mabepari na makabaila. Kwa taarifa hizi, ni rahisi mtu kuliunga mkono Azimio la Arusha pamoja na misingi yake. Hii ni kutokana na matarajio makubwa yaliyowekwa katika Azimio hili.

Mbinu nyingine ya propaganda ni ile ya kujiegemeza kwa wenye mamlaka. Katika ngonjera “Siasa ya Ujamaa ni Nini”, mshairi anajiegemeza kwa wazazi

na wahenga kuonesha namna ambavyo hata wao waliunga mkono ujamaa toka zamani za kale. Hii ni sawa na kuwaambia watu kuwa ujamaa siyo kitu kigeni. Katika ubeti wa saba, mshairi anabainisha kuwa “wazazi wetu lisema, zama zao wahenga/kuishi pweke kilema, kula mtu kujitenga/umoja silaha njema, kali kushinda panga.” Hivyo, kujiegemeza huku kwa wahenga kunatoa nafasi kwa ujamaa uweze kukubalika kutokana tu na namna ambavyo wazazi au wahenga wanakubalika katika jamii.

4.3 Propaganda katika Tungo Teule Mbili za Euphrase Kezilahabi

Tunatumia tungo mbili kutoka katika *Diwani ya Karibu Ndani*. Hii imefanyika kwa kuwa katika andiko hili, tunapata mawazo ambayo ni kinzani ya mawazo ya ujamaa. Hivyo, inakuwa ni rahisi kuona ni kwa namna gani mawazo haya kinzani yanavyoenezwa. Tungo hizi mbili ni “Mkesha” pamoja na “Azimio”.

Kwa muhtasari, utungo wa “Mkesha” una jumla ya beti tano. Maudhui ya shairi hili ni kukata tamaa juu ya matumaini yaliyokusudiwa kuletwa na Azimio la Arusha. Mshairi anaonesha kabisa kuwa sasa Azimio la Arusha limefikia mwisho kabisa. Kufika mwisho kwa Azimio la Arusha kunalinganishwa na jua jekundu lichwavyo, mionzi hafifu ing’avyo magharibi, kuibuka kwa mwezi mashariki unaotoa mwanga usio na joto mawinguni, na watoto wadogo wakicheza nje ya vibanda vyenye vibatari. Hii ina maana kuwa Azimio lilikuwa linaelekea mwisho kabisa.

Kwa upande wa utungo wa “Azimio”, unaundwa na ubeti mmoja tu. Ubeti huo una jumla ya mishororo kumi na tatu. Maudhui ya shairi hili nayo yameegemeza katika kusawiri mwisho wa Azimio la Arusha. Inaoneshwa namna ambavyo Azimio halina maana wala msaada wowote katika kuleta maendeleo kwa wananchi. Katika kuonesha namna ambavyo Azimio halina maana wala msaada wowote, mtunzi analilinganisha Azimio la Arusha katika kipindi hiki na haya yafuatayo: mabaki ya chakula kwenye sharubu za bepari, kalamu inayovuja katika mfuko wa mwanafunzi, au vumbi zito baada ya ng’ombe kupita. Ulinganishi huu unatosha kabisa kuonesha namna ambavyo mshairi huyu alilitazama Azimio kuwa limepoteza kabisa mwelekeo na halina manufaa yoyote. Hebu jiulize, kalamu inayovuja inamfaa nini mwanafunzi?

4.3.1 Mdhihiriko wa Propaganda katika Tungo Mbili za Euphrase Kezilahabi

Upropaganda katika tungo hizi mbili za Kezilahabi unadhihirika kupitia mbinu za kipropaganda zilizotumika. Mbinu mojawapo ni ile ya uchaguzi wa taarifa na upangiliaji. Mbinu hii hapa imetumika ili kuweza kufanikisha kutokubalika kwa itikadi ya ujamaa iliyotangazwa kupitia Azimio la Arusha. Tunapoziangalia tungo zote mbili yaani “Mkesha” na “Azimio,” zinapangilia taarifa zake kuonesha kuwa Azimio la Arusha ni la hovyoyote na limeshindwa kabisa.

Katika tungo hizi hatuoni kwa namna yoyote taarifa zinazooneshwa mtazamo chanya kuhusiana na Azimio la Arusha. Inaonekana taarifa ambazo zingetoa mtazamo chanya kuhusu Azimio la Arusha zimedondoshwa kwa makusudi ili kuhakikisha hitimisho lililobebwa na tungo hizi ndilo linalozingatiwa na hadhira au wasomaji wa shairi hili. Kwa mfano, katika “Mkesha,” Azimio la Arusha linalinganishwa na jua jekundu lichwavyo, mionzi hafifu ing’aaayo magharibi, au watoto wadogo wachezao nje ya vibanda vyenye vibatari. Hii inaashiria Azimio limefikia mwisho wake. Aidha, utungo huu unatoa taarifa kwamba Azimio limewafanya watu wadhoofu na kuwaweka katika nafasi ya kunyonywa na baadhi ya watu. Zaidi, linatazamwa kama lililobeba matumaini yenye mbawa ambayo siyo rahisi kuyafikia.

Utungo wa “Azimio” nao umebeba taarifa zinazoelekeza katika hitimisho lenye mtazamo hasi kuhusiana na Azimio la Arusha. Kwa mfano, Azimio linalinganishwa na kalamu inayovuja katika mfuko wa mwanafunzi au vumbi zito baada ya ng’ombe kupita. Ulinganishi huu kwa hakika haukusudii kulifanya Azimio lionekane zuri na kisha kuungwa mkono. Ulinganishi wa namna hii unaipeleka hadhira kufikia hitimisho kuwa Azimio halina maana tena.

Hatimaye, utungo unalilinganisha Azimio katika kipindi hiki sawa kabisa na punje za ulezi zilizosambazwa jangwani na mpandaji kipofu.

5.0 Hitimisho

Kwa kuhitimisha, makala haya yalikusudia kujibu maswali kadhaa ya msingi yanayojitokeza wakati wa kujadili fasihi na propaganda. Miongoni mwa maswali hayo ni: Kuna uhusiano gani kati ya propaganda na fasihi? Je, kuna uhusiano gani kati ya propaganda na ushawishi? Propaganda katika kazi za fasihi zimejitokeza katika kipindi fulani tu cha wakati na baada ya hapo kukoma? Je, kila kazi ya fasihi ina upropaganda? Je propaganda ni kitu kiovu na kisichopaswa kuhusishwa

na fasihi? Je, katika zama hizi zinazojulikana kama zama za propaganda, fasihi imejitenga na propaganda au inaakisi? Mwisho, ni swali kuhusu propaganda inadhihirikaje katika matini ya kifasihi? Ili kutekeleza jukumu hilo mwandishi alitalii maana ya propaganda na ushawishi. Kisha akaipitia kwa kifupi historia ya propaganda ili kuoenesha namna ambavyo mchakato huu umekuwapo toka kale na haujawahi kukoma. Baada ya hapo, mwandishi alijikita kutalii msingi wa kuibuka kwa maana au mtazamo hasi kuhusu propaganda huku akionesha ni kwa namna gani siyo sahihi kuiangalia propaganda kwa namna hasi tu. Hatimaye, mwandishi akaonesha ni kwa namna gani kila kazi ya fasihi ni kazi ya kipropaganda na hivyo haitarajiwi kazi ya kifasihi kujitenga na propaganda. Mwisho mwandishi akabainisha mbinu na mikakati ya kubaini propaganda katika matini za kifasihi na kudhihirisha kwa mifano, mdhihiriko wa propaganda katika matini za kifasihi akitumia tungo za wasahairi watatu tofauti.

Marejeleo

- Abdulaziz, M. H. (1979). *Muyaka: 19th Century Swahili Popular Poetry*. Nairobi: Kenya Literature Bureau.
- Abrams, H. M. & Harpham, G. G. (2009). *A Glossary of Literary Terms* (9th. ed.). Boston: Wadsworth Cengage Learning,
- Eagleton, T. (1991). *Ideology: An Introduction*. London & New York: Verso
- Ellul, J. (1965). *Propaganda: The Formation of Mens Attitudes*. New York: Vintage Books Edition.
- Jowett, G S. and Donnell, V.O (2012). *Propaganda and Persuasion*. London: Verso. London.
- Kezilahabi, E. (1988). *Karibu Ndani*. Dar es salaam: DUP
- Mnyampala M. E. (1970). *Ngonjera za UKUTA Kitabu cha Kwanza*. Oxford University Press, Dar es Salaam.
- Moroosi, M. (2009). *Persuasion in Selected Sesotho Drama Texts* Dissertation presented for the degree of Doctor of Arts at Stellenbosch University.

- Stanley, J. (2016). *How Propaganda Works*. Princeton University, Princeton
- Taylor, P.M (2003). *Munitions of the Mind: A History of Propaganda From the Ancient World to the Present Era*. Manchester and New York: Manchester University Press.
- van Dijk, A. T. (2006). Ideology and Discourse Analysis. *Journal of Political Ideology*. 11 (2): 115 – 140.
- Walton, D. (1997). *What Is Propaganda, And What Exactly Is Wrong With It?* In *Public Affairs Quarterly* Volume 11, Number 4,
- Wollaeger, M. (2006). *Modernism, Media, and Propaganda: British Narrative from 1900 – 1945*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Yeo, M. (2010). *Propaganda and Surveillance in George Orwell's Nineteen Eighty-Four: Two Sides of the Same Coin* in *Global Media Journal*. Canada: Laurentian University.