Uyahe na Raghba ya Jinsia kama Mikakati ya Propaganda: Uchunguzi Kifani wa Mdahalo wa Urais wa Kenya, 2013

Khaisie J. L. Wanyama
University of Embu, Kenya

Abstract
Politicians use various communication styles to direct and determine how voters understand their political messages. Often, these communication styles end up blurring the voters understanding of the issues to the extent that they end up electing undeserving people. Of the many styles available, propaganda techniques are the most used in political campaigns. This study analyses how two propaganda techniques; plain folk and appeal to gender were used by candidates in the 2013 Kenyan presidential debate to both woo voters and establish their preferability. Two theories guided the research; the Critical Discourse Analysis theory and the Functional theory. Data was words and statements that fall in the categories of plain folk and appeal to gender techniques. Critical, content and qualitative approaches were used to do the analysis. Results showed that the two techniques used by candidates, on one hand built their supposedly good leadership qualities, and on the other, destroyed qualities of their opponents. The candidates also used the two techniques to sell their policies and those of their parties while belittling those of the opposing parties as well as their opponents. This work is valuable to the study of discourse analysis and political communication. It forms a good reference for students of discourse analysis, political science and communication. Further research can be undertaken to establish the use of other styles like rhetoric under a different theory.

Keywords: Appeal, gender, plain folk, propaganda, techniques

Ikisiri
Lengo la kazi hii ni kutathmini matumizi ya uyakhe na raghba ya jinsia kama mikakati ya propaganda katika mdahalo wa urais wa 2013. Wanasiasa hutumia mbinu anuwai kuelekeza uelewa wa suala la kisiasa. Mara nyingi, mbinu hizi huishia kuwachanganya wapiga kura kiasi cha kuwafanya kuchagua watu wasiofaa. Mikakati ya propaganda ndiyo hutumika zaidi katika kampeni za kisiasa. Kazi hii imechunguza namna mikakati miwili ya uyahe na raghba ya jinsia ilivyotumiwa na wagombea kwa lengo la kushawishi wapiga kura na kujipa umaarufu. Utafiti uliongozwa za nadharia ya Uchanganuzi Hakiki wa Usemi na ya Uamilifu. Data ilikuwa kauli zilizoingiana na mikakati ya uyahe na raghba ya jinsia. Uchanganuzi ulizingatia maarifa ya kithamano, ya kimaudhui na kiuhakiki. Matokeo yalionyesha kuwepo matumizi ya mkakati wa uyakhe na wa raghba ya jinsia katika mdahalo wa urais wa mwaka wa 2013. Mikakati hii ilitumiwa na wagombea kwa lengo la kujijengea sifa njema huku wakilenga kubomoa sifa za wapinzani. Pia ilitumiwa kwa dhamira ya kuuza sera za vyama vyao huku wakidhamiria kudhalilisha sera za wapinzani. Kazi hii ni mchango muhimu kwa taaluma ya uchanganuzi usemi na mawasiliano ya kisiasa. Ina manufaa kwa wanafunzi wa uchanganuzi usemi, sayansi ya siasa na mawasiliano.

Maneno Muhimu: Jinsia, mikakati, propaganda, raghba, uyahe

Utangulizi

Kampeni za kisiasa, ikiwemo midahalo ya urais, hutumiwa kueneza habari muhimu zinazowawezesha wapiga kura kufanya uteuzi wa busara kupitia haki yao ya kupiga kura. Kupitia kampeni, mgombea anapata fursa ya kuwashawishi wapiga kura kuidhinisha thamani yake na kumkubali. Pia, ni njia ya kudhihirisha kuwa mgombea anayo maadili na tabia zinazokubalika (Benoit 2009).

Midahalo huwa mirefu na hutoa nafasi nzuri kwa wapiga kura kuwaelewa wagombea viti. Wagombea viti huweza kuulizwa maswali ambayo hawakuwa wakiyataraji na kupitia njia hiyo, kasoro zao hufichuliwa kutokana na namna wanavyoyajibu maswali hayo. Hali hii huwaweka wazi, jambo ambalo husaidia hadhira kujuzwa yale yaliyokuwa hayafahamiki kuhusu wagombea hao (Benoit 2007). Pia midahalo huweza kuvumbua maarifa mapya kuhusu maswala yanayojadiliwa. Huweza kuathiri namna wapiga kura wanavyowatazama na hata kubadili mielekeo yao ya upigaji kura.

Ingawa Marekani ndiyo nchi yenye historia ndefu ya kuandaa midahalo ya kampeni za urais duniani, kuna nchi nyingine ambazo zimelikumbatia jambo hili. Kabla ya uchaguzi, wagombea wa urais au uongozi wa juu zaidi wa kisiasa huhitajika kushiriki katika midahalo. Baadhi ya nchi hizo ni Australia, Brazil, Ujerumani, Uingereza miongoni mwa nyingine. Barani Afrika, kuna nchi kama vile Ghana, Nigeria, Afrika Kusini, na hivi majuzi Kenya. Kwa jumla, kampeni za kisiasa nchini Kenya zimekuwa zikichukua mielekeo ya mataifa mengine duniani ambayo yanazingatia mfumo wa demokrasia. Mielekeo hii ni kama vile; utaalamishaji wa mawasiliano ya kisiasa, nafasi na umuhimu wa vyombo vya habari katika mawasiliano ya kisiasa, na uibuaji wa hisia unaoendana na kampeni na upigaji kura.

Baadhi ya wachanganuzi wa kisiasa wanawalaumu Wakenya kwa masaibu mengi yanayowakumba. Wanadai kuwa Wakenya hupuuza uongozi mwema na badala yake kuchagua watu wasiofaa, kwa masikitiko makubwa. Wanasema kuwa wapiga kura huzingatia vigezo visivyofaa katika kuchagua viongozi. Wanadai kuwa, wao huzingatia utajiri wa mgombea, ushawishi wa lugha na kabila lake na kupuuza vigezo muhimu vya uongozi kama vile uwezo wa kusuluhisha matatizo ya watu, maadili mema, ujenzi wa uchumi, uungwana na ucha Mungu. Matokeo ya mapuuza haya ni kupata mazuzu kama viongozi (Wamwere 2016).

Bunge la Kenya na bunge la Marekani yakilinganishwa, inatokea kuwa asili mia tisini ya wabunge wa Marekani huhifadhi viti vyao. Ni tofauti na Kenya ambapo asili mia sitini ya wabunge hupoteza viti vyao. Hii ni ishara kuwa wabunge wa Kenya hupoteza umaarufu wao katika macho ya wapiga kura na kwenye kisiasa haraka mno. Wao hushindwa kushughulikia matatizo ya wapiga kura. Swali ni je, huwaje mpaka wakachaguliwa wakati wa kura? Lugha na mbinu za kampeni ambazo wao hutumia ni mojawapo ya sababu. Aina ya lugha ambayo hutumiwa wakati wa kampeni huwapiga chenga wapiga kura.

Mapitio ya Maandishi

Kuusisto (1998), kama anavyonukuliwa katika Uvehammer (2005) alichanganua mbinu ya balagha na vile ilivyotumiwa na viongozi wa nchi za Magharibi katika kuunda na kuelekeza simulizi kuhusu mitafaruku iliyotokea miaka ya tisini. Kwanza, aliangazia vita dhidi ya Saddam Hussein vilivyotokea katika eneo la Ghuba ya Uajemi. Pili, alichunguza mitafaruku kati ya Waserbia, Wakroesia na Waislamu huko Bosnia Herzegovina. Tasnifu yake ililenga kutambua namna maana na uaminikaji unavyojengwa kwenye sera za kigeni katika muktadha wa vita. Ilisisitiza kuwa viongozi wa nchi za Magharibi walioungana kumshambulia Hussein walitoa matamshi na kauli zilizolenga kuhalalisha vita. Waliviita 'vita vya haki' vilivyonuia kuukomboa ulimwengu kutoka kwa mikono ya dhalimu na kuufanya mahali pema pa kuishi.

Kinyume ni kuwa vita vya Bosnia navyo vilichorwa kama 'vita vya kikatili', ambavyo havikuwa na maana ila uchinjaji wa kiholela. Vita vya Ghuba vilielezwa kama vita vya wema

dhidi ya uovu. Istilahi zilizoibuliwa wakati huo zililenga kutumiwa kuelekeza maana na kudhibiti matarajio ya umma. Kuusisto (1998) alitilia mkazo hali kuwa, kutokana na balagha iliyotumiwa na muungano wa mataifa ya magharibi, hali hiyo ilijitokeza kuwa jambo muhimu, jambo la kufurahisha, la faida na tendo la ungwana "kuokoa" Kuwait kutoka kwa makucha ya ‘mbwa koko’ (Saddam).

Tasnifu ya Kuusisto pia ilidokeza umuhimu wa kuchepua mitindo ya lugha ili"kusimulia hadithi nzuri." Iliaminika kuwa bila hadithi nzuri ya kusawiri hali na kufanya matukio kupata maana, ni vigumu kutetea na kuhalalisha maamuzi ya kisiasa. Hii ndiyo maana, wakati wa vita vya Ghuba, viongozi wa kimagharibi walidai kuwa vita vya Iraq vilikuwa vya haki na vililenga kuboresha ulimwengu. Kuusisto (1998) alivieleza kuwa vita visivyo vya kikristo, visivyo vya kiislamu bali vita vya kutetea haki. Kuwa ni vita ambavyo vilinuia kuleta wema. Jambo lingine, kulingana na Kuusisto, ni dhana ya "kumfafanua adui." Viongozi wa Kimagharibi walijieleza kama mashujaa ilhali Hussein alifafanuliwa kama katili. Alielezwa kama mtu hatari na mhalifu. Alisawiriwa kama kiwakilishi cha kila kilichokuwa kibovu, mtu ovyo na mpumbavu.

Kazi ya Kuusisto (1998) ni muhimu sana kwa utafiti huu. Ilionyesha vile propaganda hutumiwa katika siasa na uongozi. Muhimu zaidi ni vile mbinu za ufafanuzi wa adui na kusimulia hadithi nzuri zinavyotumiwa kama mikakati ya kiisimu chini ya propaganda. Kazi hii pia ilichunguza mikakati miwili ya propaganda katika kampeni za kisiasa, ingawa katika mazingira ya Kiafrika katika nchi ya Kenya tofauti na alivyofanya Kuusisto.

Longe na Ofuani (1996) walidai kuwa azma ya pekee ya propaganda ni kupotosha na kutia kasumba. Walisema propaganda hulenga kupotosha ukweli na mjadala, na kuangazia ishara kwa njia ambayo, kwa mujibu wa mpiga propaganda, huzua athari kuu. Wakati mwingine, walisema, mpiga propaganda aweza kuficha ukweli muhimu kimakusudi na kuchepua mkondo wa fikra na nadhari ya hadhira. Propaganda, kulingana nao, hujitokeza kupitia njia tofauti zikiwemo: upigaji chuku, kuuliza maswali ya balagha, kutoa kauli zimbwe, kutumia matusi na mashambulizi kwa mpinzani. Pia anaongeza kuwa zipo mbinu nyingine kama utiaji hofu, majumlishi-memeto, urazinishaji, uhawilisho, urahisishaji mno, uyahe, usingiziaji, matumizi ya maneno nemsi, na kauli mbiu.

Kazi ya Longe na Ofuani ni muhimu kwa kuwa ilishughulikia mikakati miwili ya propaganda ambayo ililengwa na kazi hii. Mikakati hii ya mawasiliano ilibainishwa katika mdahalo wa urais wa Kenya wa 2013. Ilielezwa na kuonyeshwa namna ilivyochangia mchakato mzima wa kampeni ya urais. Tofauti ni kuwa kazi hii ilichanganua mdahalo mahususi wa urais wa Kenya wa 2013 na ilinuia kufafanua mikakati hii kwa undani zaidi. Walengwa wa Longe na Ofuani walikuwa katika nchi ya Nigeria ilhali wa kazi hii ni wa nchini ya Kenya.

Mesthrie na wenzake (2000) walifafanua kuwa vipengele muhimu vya lugha ya propaganda ni matumizi ya lugha ya mazaji, ujengaji wa mahusiano, maana matilaba, uradidi na urahisishaji wa uhalisia. Hii ni mbinu ambayo hutumiwa na serikali, hasa za mataifa yaliyostawi kushawishi misimamo na mitazamo ya watawaliwa na hata mataifa mengine. Wakati wa kipindi cha Nazi, lugha ya Kijerumani ilisheheni istilahi zilizotumiwa kubeba itikadi za kinazi. Katika propaganda yao maneno "Ujerumani" na "Mfanyakazi" yalitumiwa kama visawe. Katika nchi ya Ujerumani ya wakati huo, kulikuwa na watu wa aina mbili; mfanyakazi mkweli na mwaminifu (Mjerumani) dhidi ya mwizi (Myahudi). Wajerumani wote walielezwa kama wafanyakazi waaminifu na Wayahudi wakaelezwa kama wanyang'anyi ama wanyakuzi wa mali. Hali hii ilipelekea kuzuka kwa chuki ya kimbari na baadaye mauaji ya halaiki ya Wayahudi.

Mchango wa Mesthrie kuhusu matumizi ya propaganda ni muhimu kwa kazi hii. Kazi hii ilichunguza matumizi ya mikakati miwili ya propaganda katika mdahalo wa kampeni ya urais nchini Kenya na kuonyesha vile propaganda inaweza kutumiwa kuzua chuki, uchochezi na maovu mengine miongoni mwa wanajamii kama ilivyotumiwa katika siasa za Ujerumani. Tofauti ni kuwa yeye hapambanui mikakati mbalimbali ya propaganda kama ilivyofanya kazi

hii. Pia kazi hii ilihusu siasa za nchi ya ulimwengu wa tatu katika bara la Afrika, ikilinganishwa na Ujerumani ambayo ni nchi ya ulimwengu wa kwanza katika bara la Ulaya. Siasa za nchi hizi mbili ni tofauti. Ingawa Kenya ilikumbwa na tatizo la ubaguzi, ni tofauti na suala la Unazi lililoshuhudiwa Ujerumani.

Oduor (2009) alitafiti lugha ya kisiasa katika mwaka wa 2005 na kudhihirisha vile lugha inavyodokeza mahusiano ya kimamlaka kati ya viongozi na wananchi na baina ya viongozi wenyewe. Pia, Oduor alionyesha vile viongozi wanavyotumia lugha kuendeleza utawala. Utafiti wa Oduor ni muhimu kwa kazi hii kwa kuwa ulichangia uelewekaji wa nadharia ya Uchanganuzi Usemi Hakiki na namna ilivyoeleza mahusiano baina ya lugha na mamlaka. Ilionyesha vile lugha ilivyoweza kutumiwa na wenye mamlaka kudhibiti, kutawala na hata kuwanyanyasa watawaliwa. Hii ni hali ambayo hufanikishwa kupitia matumizi ya propaganda, mbinu ambayo ilichunguzwa na mtafiti huyu. Hata hivyo kazi hii ilichunguza matumizi ya propaganda katika mdahalo wa urais wa 2013 na wala si siasa nzima kwa jumla. Ililenga zaidi kwenye mikakati miwili ya propaganda na athari lengwa kwa mpiga kura.

Szanto (1978) alifafanua lugha ya siasa kama msamiati wa ushindani na sarakasi, dhihaka na shutuma, mazaji na ushawishi, na wa chuku na kemeo. Alisema kuwa ni lugha ya kujasirisha wanaume, kuangamiza baadhi na kubadili fikra za wengine. Ni aina ya sera-chochezi. Ufafanuzi wa Szanto wa lugha ya siasa unakaribiana sana na malengo ya watumizi wa mikakati ya propaganda. Wao pia hutumia mikakati ya propaganda kudhihaki, kushutumu, kushawishi na hata kukemea. Kimsingi hizi ni sifa ambazo huonekana katika matumizi ya propaganda.

Uvehammer (2005) naye alitalii mbinu za kiisimu zinazotumiwa katika hotuba za kisiasa na namna zinavyotekeleza lengo la kushawishi wapiga kura. Alitaja kuwa wanasiasa hutumia mbinu kama vile balagha/ulumbi, upole/adabu na propaganda kufikia malengo yao. Alichunguza ufaafu wa mbinu hizi katika mawasiliano ya kisiasa. Utafiti huu ni muhimu kwa kazi hii kwa kuwa uliiwekea msingi wa kuelewa namna propaganda inavyotumika katika mawasiliano ya kisiasa, jambo ambalo lilishughulikiwa katika kazi hii. Hata hivyo kazi hii ilijikita tu kwenye matumizi ya mikakati miwili ya propaganda katika mdahalo wa urais wa Kenya wala si balagha au mbinu ya ulumbi kama alivyofanya Uvehammer.

Misingi ya Nadharia

Nadharia ya Uchanganuzi Hakiki wa Usemi

Uchanganuzi ulifanywa kwa misingi ya nadharia ya Uchanganuzi Hakiki wa Usemi. Kijumla, nadharia ya Uchanganuzi Hakiki wa Usemi iliibuka katika miaka ya tisini kufuatia kongamano lililofanyika katika jiji la Amsterdam. Nadharia hutazama matini kuwa kitu chochote kuanzia mnara wa kihistoria, sera, mkakati wa kisiasa, simulizi, makala, mazungumzo, hotuba, mijadala na hata lugha. Huiona lugha kama tendo la kijamii (Fairclough na Wodak 1997). Inatambua umuhimu wa muktadha ambamo lugha imetumika. Inaeleza kuwa mashirika ama watu wanaong'ang'ania mamlaka hutumia lugha kujaribu kuathiri na kushawishi itikadi za jamii ili zifanane ama zikaribie zile wanazotaka ama wanazopendelea.

Nadharia hii ya Uchanganuzi Hakiki wa Usemi ilibuniwa kwa misingi ya dhana kuwa maisha ya kijamii huhusisha maingiliano ya wanajamii. Hutazama usemi kama aina ya zoezi la kijamii na kuona muktadha ambamo lugha hutumiwa kama kipengele muhimu sana kwa usemi. Nadharia hii huwania kuonyesha vile mahusiano ya kijamii, utambulisho, na nguvu/mamlaka hudhihirika kupitia lugha.

Halliday (1989) aliingiza dhana ya sajili katika uchanganuzi wa usemi. Alisema aina ya lugha hufafanuliwa kwa kutegemea jukumu ambalo lugha hiyo imepewa kutekeleza katika kipindi maalum. Sajili huwa na sarufi na msamiati wenye ruwaza mahususi. Sajili hutambulisha kile mnenaji ama mwandishi anakifanya kwa kutumia lugha katika wakati fulani. Kuhakiki usemi ni kufumbua au kuweka wazi itikadi zinazowasilishwa kupitia diskosi na

kutambua vile miundo ya mamlaka hujengwa katika na kupitia diskosi. Kwa mujibu wa Fairclough (1999) neno ‘uhakiki’ hutumika kimahususi kumaanisha hali ya kuonyesha uhusiano usioonekana wazi kwa watu, kama vile uhusiano kati ya lugha, mamlaka na itikadi. Kwa mujibu wa Fairclough (1999), nadharia hii inaorodhesha mihimili ifuatayo:

a. Hushughulikia matatizo ya kijamii. Hutambua mahusiano kati ya wanajamii. Hutambua wanaonyanyaswa katika jamii na kuelekeza nia ya kutaka kuwanasua kutokanana minyororo waliyofungwa na wakandamizaji wao.
b. Hufafanua namna mamlaka yanavyotumiwa na vile mamlaka hayo hujadiliwa na kuelekezwa kupitia diskosi.
c. Lugha huakisi na kuzalisha mahusiano katika jamii. Matumizi ya lugha huchangia katika ubadilikaji wa jamii na utamaduni yakiwemo mahusiano ya kimamlaka.
d. Diskosi hufanya kazi ya kiitikadi. Huzalisha mahusiano ya kimamlaka yasiyo na usawa, mahusiano ya kutawala na kuwanyonya wasio na uwezo.
e. Diskosi mbalimbali huhusiana na kutegemeana. Muktadha ni kipengele muhimu katika uelewekaji wa diskosi. Uelewa wa jamii na utamaduni ambamo diskosi imetokea huchangia pakubwa katika uelewekaji wa maana ya diskosi.
f. Uhusiano kati ya usemi na jamii hutokea kwa njia isiyo ya moja kwa moja au ya kiupatanisho.
g. Uchanganuzi wa diskosi huhusu ufasiri na ufafanuzi. Hupitia hatua ya kutambua, kueleza, kufasiri na kufafanua kwa kudhihirisha kupitia mifano maridhawa.
h. Diskosi ni aina fulani ya tukio ama tendo la kijamii. Hunuia kusababisha mabadiliko katika ruwaza za kimamlaka katika asasi fulani.

Mihimili hii ilikuwa muhimu katika uchanganuzi wa kazi hii; hasa mhimili wa kwanza, wa pili, wa tatu, wa nne na wa tano. Inadokeza vile mamlaka hdhihirishwa kupitia lugha, vile lugha hutumiwa kuakisi mahusiano ya kijamii, jinsi lugha hutumiwa kudhibiti na kuwanyanyasa watawaliwa na pia, vile muktadha ni muhimu katika uteuzi wa kiisimu katika mawasiliano. Aidha mhimili wa saba ulituongoza katika kuchunguza namna wanasiasa hutumia lugha kwa nia ya kusababisha mabadiliko miongoni wa wapiga kura

Nadharia ya Uamilifu

Iliasisiwa na William L. Benoit. Imetumika sana katika kutalii kampeni za urais za Marekani. Inatazama kampeni za kisiasa kama njia mwafaka inayotumika na mgombea kujipatia kura. Benoit (2003, 2007) amefafanua mihimilimitano ambayo ndiyo msingi wa nadharia ya uamilifu.

a. Upigaji kura ni tendo linganishi
b. Lazima wagombea wajitofautishe na wapinzani wao
c. Jumbe za kampeni za kisiasa hutumiwa na wagombea kujitofautisha na wapinzani wao
d. Wagombea huimarisha ustahabu waokupitia kujihimidi, kushambulia na kujikinga/kujilinda
e. Mdahalo wa kampeni za kisiasa huzingatia mada mbili: mada ya sera na ya tabia

Kwa mujibu wa nguzo ya nne, mdahalo waweza kuchukua yote ama baadhi ya mikondo hii: mkondo wa kujihimidi, mkondo wa kushambulia na mkondo wa kujikinga.

i. Wagombea hujaribu kuhimidi sifa ama misimamo yao kisera iliyo chanya.
ii. Wagombea huenda wakashambulia wapinzani wao kwa kulenga sifa zao zilizo hasi ama misimamo yao kisera.
iii. Kinga hujaribu kurejesha ustahabu wa mgombea uliotishiwa na shambulizi la mpinzani.

Benoit anasema kanuni hizi zinazalisha malengo matatu ya mgombezi: Kuvutia na kunasa wapiga kura ambao bado hawajaonyesha kuegemea upande wowote; Kuzuia na kukatiza wafuasi wake dhidi ya kujiunga au kumpigia kura mpinzani; na kutumia vishawishi, vikiwemo kulaghai wafuasi wa mpinzani kujiunga na mrengo wake.

Mihimili iliyoelezwa katika nadharia hii ya Uamilifu pamoja na tabiri zinazotolewa zilifaa sana katika kutalii na kuchanganua uyahe na raghba ya jinsia katika mdahalo wa urais wa Kenya 2013. Kwa kutumia nadharia hizi mbili, kazi hii ilidokeza mikakati ya Uyahe na raghba ya jinsia kama iliyotumiwa na wagombea katika mdahalo wa urais wa Kenya mwaka wa 2013.

Mbinu za Utafiti

Utafiti huu ni wa aina ya kimaelezo. Aina hii humwezesha mtafiti kubainisha, kueleza au kutambulisha masuala au tatizo la utafiti kupitia data iliyokusanywa kwa nia ya kuliweka wazi ili lieleweke vizuri. Oruodho (2003) anasema kuwa ukaguzi wa kimaelezo hutumiwa katika utafiti wa kimaelezo kwa kuwa humpa mtafiti nafasi ya kukusanya data, kuifupisha data, kuiwasilisha na kuifasiri akikusudia kuibainisha na kuiweka wazi.

Mtafiti alisoma kuhusu masuala muhimu yanayozunguka mada ya utafiti. Hili lilimsaidia mtafiti kuelewa asili ya midahalo ya urais. Pia lilimwauni kufahamu usuli na maana ya dhana ya propaganda, mikakati yake na namna inavyotumiwa katika kampeni za kisiasa. Eneo la utafiti lilikuwa nchi ya Kenya ambako mdahalo wa urais ulitokea. Mdahalo ulishirikisha wagombea wanane, Paul Muite, Peter Kenneth, Raila Odinga, Martha Karua, Musalia Mudavadi, Uhuru Kenyatta, Abouduba Dida na James ole Kiyapi.

Njia ya kimakusudi ilitumiwa katika kuteua data ya utafiti huu. Patton (1990 :169) alisema kuwa uwezo wa mantiki katika usampulishaji wa kimakusudi hujihusisha na uchaguzi wa taarifa yenye kadhia nyingi ili kuwezesha mchunguzi kutekeleza utafiti wa kina. Nwandito (1999) anaeleza kuwa njia hii ya kimakusudi ni bora pale mtafiti anaazimia kupata data ya kukidhi kusudi fulani. Gal (1996) anadokeza kuwa mtafiti anahitaji kwenda kwenye chanzo cha data bila wasiwasi ikiwa anafahamu kile anachokilenga. Kwa hivyo, usampulishaji huu ulimsaidia mtafiti kupata data iliyomwezesha kujibu maswali ambayo alinuia kuyajibu. Huu ulikuwa utafiti wa kiuthamano. Ulihusu ukaguzi na uchambuzi wa mdahalo wa kampeni za urais wa mwaka wa 2013.

Data ya utafiti ilikuwa maneno, virai, sentensi, aya ama kauli zilizotolewa na wagombea wa urais. Mtafiti aliyatenga matamko hayo na kwa kufuata kihesabu-tepu, akayanakili matamko hayo kwenye majedwali ya kukusanyia data. Kikundi lengwa cha utafiti kilikuwa mdahalo wa urais, sampuli ikiwa mdahalo wa mwaka wa 2013, uliofanyika kwa awamu mbili. Ulishirikisha wagombea wanane. Mtafiti alilenga data iliyodhihirisha matumizi ya mikakati ya uyahe na raghba ya jinsia.

Uchanganuzi wa kiuthamano ni mbinu ya uchunguzi inayotumika katika mitalaa mingi, hasa inayohusiana na sayansi za kijamii. Kwa kutumia njia hii, watafiti hujipa uelewa wa kina kuhusu tabia za binadamu na sababu zinazopelekea kutokea kwa tabia hizo. Huchunguza masuala ya ni kwa nini na kwa jinsi gani maamuzi fulani yalifikiwa mbali na kutaka kufahamu masuala ya wapi na ya wakati gani.

Uchanganuzi wa kiuhakiki hutokea pale unapojiuliza ikiwa msingi wa madai yanayotolewa na wananadharia, mabingwa na wataalamu ni ya kimantiki na ya kuaminika. Pia huulizwa kama yanafaa na ikiwa yanahusiana na hali inayochunguzwa. Mbinu hii huwa na misingi yake katika tajiriba aliyo nayo mtafiti kutokana na taaluma anayohusika nayo. Tajiriba yaweza kupatikana kupitia aina ya kazi anayoifanya mtu, maarifa yake, anavyotazama mambo, usomaji usioegemea mrengo wowote, na jumla ya maelezo ya wataalamu wengine.

Uchanganuzi ni mbinu katika sayansi za kijamii inayotumiwa kutalii maudhui ya mawasiliano. Babbie (2009) anaeleza mbinu hii kama mtalaa wa mawasiliano ya binadamu

yaliyonakiliwa kama vitabu, michoro ya rangi, insha au hotuba. Kulingana na Joubish (2011), uchanganuzi wa kimaudhui ni mbinu ya kiusomi katika sayansi ya kijamii ambayo hutumiwa kutalii makala/matini kwa kutazama utunzi wake, ubunifu na maana.

Lasswell (1951, p. 525) alitunga maswali muhimu ya kuongoza uchanganuzi wa kimaudhui. Yafaa kujiuliza:

1. Nani anasema nini?
2. Anamwambia nani?
3. Kwa nini anakisema anachokisema?
4. Anakisema kwa kiwango kipi?
5. Anakisema kwa athari ipi?

Matokeo na Uchanganuzi

Uyahe

Wikipidia inasema uyahe hutumika katika uneni kumsaidia mnenaji kujiwasilisha kama mtu wa kawaida, anayeelewa na kuhisi masuala yanayoikumba hadhira yake. Inafafanua kuwa mnenaji, kwa kutumia mbinu hii, hujisawiri kama aliyewahi kupitia tajiriba ambazo hadhira yake hupitia ama imo kwa sasa. Kwa hivyo, hujitokeza kama anayeelewa changamoto na maumivu yanayotokana na kuwa katika hali hiyo ya uyahe.

Kupitia njia hii, mnenaji hujaribu kuipa hadhira chembechembe za imani na kiwango fulani cha faraja huku akiifanya iamini kuwa yeye na wao wako katika tapo moja. Hufanya watu waone kuwa wana malengo sawa na msemaji na kwa hivyo wanahitaji kukubaliana. Msemaji hutaka aonekane kuwa yeye ni mmoja wao na akipata wadhifa unaowaniwa, watakuwa wao nao wamepata, yaani kwake kupata ni wao kupata.

Stephenson (2004) anafafanua uyahe kama mkakati ambao hutumiwa na mgombea kujiwasilisha au kuwasilisha dhana anayoipigia debe kwa namna ambayo anajitambulisha na watu wa kawaida katika umma mpana. Mbinu hii huwavutia sana watu wa kawaida hasa kina yahe ambao hupitia hali ngumu katika maisha. Mgombea, kwa haja ya kujitafutia kura, hujaribu kujitambulisha nao kwa kuzungumzia masuala yanayowahusu zaidi. Baadhi ya masuala yanayogusa sana watu hawa ni kama vile ya afya, familia, elimu, uzalendo, usalama na chakula. Mnenaji hujiwasilisha kwa raia kama mmoja wao, anayeelewa shida zao na anawajali.

Wagombea wengi wa kisiasa huwa na uwezo wa kiuchumi na huishi maisha ya tunu na tamasha. Hutumia vifaa vya kifahari majumbani mwao na hawana kubwa linalowatoa jasho kama ilivyo na walalahoi. Lakini katika kampeni hutaka kujivua majoho hayo ya ufahari na kujichora kama watu wasio na chochote ila uhitaji. Wengine hujiita 'walangumu,' 'walatope,' au 'watetezi wa wanyonge'. Hujieleza kama 'chumvi ya ulimwengu'. Baadhi yao hujaribu kuvaa nguo zisizo ghali wasije wakaeleweka vibaya na hadhira.

Utawakuta waking'ang'ania kuvaa kama wenyeji na kuzungumza lugha ya wenyeji. Hushiriki katika milo ya kienyeji pamoja na wenyeji katika mazingira duni yaliyozoeleka na kina yahe. Hutumia lugha ya kiwango cha chini na hata kuboronga sarufi ikibidi ili kujifananisha na wenyeji ambao hawakubahatika kupata kisomo. Hujiingiza katika kazi na shughuli za kila siku za wenyeji kama vile kubugia vileo, upanzi na uvunaji, michezo na ngoma za wenyeji, na uchangaji pesa. Hujumuika na kina yahe makanisani kwa kutaka kuonekana tu wala si kwa nia ya kuabudu.

Hii ni njia ya kusema 'mimi ni mmoja wenu'. Njia hii huleta mlahaka mwema kati ya mgombea na wapiga kura. Raia huanza kumpenda na kumuamini. Wakimuamini wanamkubali. Wakimkubali, wanakubali yote anayowaambia bila kuuliza maswali. Hali hii, hatua kwa hatua, inawafikisha katika kiwango cha kuwa wafuasi wake. Wanakuwa tayari kumpigia debe, kumtetea, hata ikibidi kumpigania. Wanakuwa wafuasi sugu.

Namna ulivyotumiwa katika Mdahalo

Katika mdahalo wa urais wa 2013, kulijitokeza matumizi ya mkakati huu wa uyahe. Wagombea walitoa kauli zilizonuia kuwatambulisha na umma. Mifano:

> *Wakenya, mimi ni mfano wa inayowezekana katika nchi hii. Mchungaji ambaye hakuwa na nafasi ya kuenda shule. Hata hivyo, nilienda nikiwa na umri wa miaka kumi na moja na leo hii nawaomba kura ili niwe rais wenu. Ningependa kutoa ahadi hii kwa kila mtoto katika magatuzi yote arobaini na saba. Naleta uongozi mpya.*
> Kiyapi, Awamu 1, (2:03:29)

Kauli hii ya Kiyapi ina lengo la kuwanasa raia ili wamuunge mkono. Kwanza analenga kujitambulisha na jamii za wafugaji ambapo jamii yake ya Kimaasai ni moja yazo. Jamii ya Wamaasai ni jamii ambayo hutazamwa na wengi kama iliyobaki nyuma kimaendeleo kwa sababu ya kutengwa hasa kwa masuala ya elimu. Wavulana wengi hubaki nyumbani kuchunga mifugo na watoto wa kike kulazimishwa kuingia katika ndoa za mapema baada ya kukeketwa. Kiyapi anasema aliyapitia haya binafsi, hali iliyompelekea kujiunga na shule akiwa na umri mkubwa.

Kwa kutaja kuwa alikuwa mchungaji aliyeenda shule akiwa na umri wa miaka kumi na moja, Kiyapi anajitambulisha na jamii ambazo mpaka sasa zinaona zimetengwa na kuzionyesha kuwa naye alikuwa katika tapo hilo lakini akafaulu baadaye. Anawaahidi kuwa wakimchagua mchungaji kama yeye, atayajali na kuyashughulikia maslahi yao kwa kuwa ni yeye tu anayeyaelewa matatizo wanayopitia. Analenga kuwavutia wote wanaojiona kutengwa na serikali zilizopita.

Suala la pili analozungumzia Kiyapi ni elimu. Inaeleweka kuwa elimu ndiyo uti wa mgongo wa maendeleo ya nchi. Kila familia, tajiri kwa maskini huingia mbioni kupeleka watoto shuleni ndiyo baadaye waweze kushiriki vyema katika ujenzi wa taifa. Hata hivyo, familia nyingi zimepigwa chenga katika jambo hili kwa sababu ya umaskini. Vijana wengi wanaotoka katika familia za kina yahe hawapati masomo, na kwa wale wanaopata, si ya kiwango kinachofaa.

Husoma katika shule duni na zisizo na vifaa muhimu. Hili ni janga kwa raia wengi. Kiyapi anatoa ahadi kwa vijana wote katika magatuzi yote nchini kuwa watawezeshwa kupata elimu alivyopata yeye na kufanikiwa alivyofanikiwa yeye. Bila shaka ahadi kama hii ni nzuri kwa watu wa kawaida. Wapiga kura wangependa sana kuona ahadi kama hizo zikitimizwa.

Karua pia anatumia mkakati huu kutafuta uungwaji mkono; anasema:

> *Nilikulia na kupata masomo yangu ya awali katika gatuzi la Kirinyaga, na kupitia usaidizi wa wazazi wangu na jumuiya iliyonizunguka. Nilijifunza umuhimu wa kufanya kazi kwa bidii, uaminifu na kuwa na jumuiya inayojali wengine. Maadili ambayo yameniweka katika nafasi nzuri mpaka sasa.*
> Karua, Awamu 1, (0:14:15)

Karua anajitambulisha na watu wa vijijini, watu wanaoishi mashambani, wanaotesekea vitongojini kwa kukosa huduma muhimu za kimsingi. Anasema alizaliwa, kulelewa na kusomea Kirinyaga. Anataka watu wa Kirinyaga na maeneo yanayofanana na Kirinyaga kumwona kama binti yao anayeelewa machungu wanayopitia kila siku. Anaongeza kuwa alisoma kupitia msaada wa wazazi na jamii iliyomzunguka. Hivi, anamaanisha kuwa yeye si tu zao la wazazi wake bali la jumuiya nzima ya Kirinyaga. Anataka watu wa Kirinyaga na wa maeneo hayo kujivunia kwa kusomesha binti yao. Wanapojivunia wanamkumbatia, wanamkubali na kumuunga mkono.

Zaidi ya hayo, anasema kupitia malezi aliyopata kutoka kwa wazazi na watu wa Kirinyaga, alipata maadili mema ya kufanya kazi kwa bidii, uaminifu na kusaidia wengine. Anawapamba si tu watu wa Kirinyaga bali pia wa maeneo ya mashambani kote nchini, kuwa, licha ya kutokuwa na wingi wa mali, wao hufanya kazi kwa bidii, ni waaminifu, wana maadili mema na kila mara wako tayari kuauniana wakati wa mwambo. Ni mbinu ya kutafuta kura kutoka kwa kina yahe.

Kenneth, katika mchango wake kuhusu ukabila anasema:
Nilikulia katika jiji hili, upande wa Eastlands, Bahati hasa, ambako makabila yote yaliwakilishwa na hakukuwa na ukabila... Nilipata fursa ya kusomea katika shule ya wavulana ya Starehe ambako tena makabila yote yaliwakilishwa...kwa hivyo sijaona athari ya ukabila katika ukuaji wangu.
Kenneth Awamu 1, (0:22:12)

Kwanza, Kenneth, kwa kutaja kuwa alizaliwa na kukulia jijini upande wa Eastlands mtaa wa Bahati, anafaidika mara mbili kisiasa kupitia kauli moja. La kwanza ni kuwa, yeye ni mtoto wa kimaskini ambaye alizaliwa na kukulia katika mitaa duni. Hii ni kwa sababu Eastlands, kinyume na Westlands na mitaa mingine maarufu, ni mahali kunakopatikana vitongoji vya watu wa hadhi ya chini. Kwa kusema hivi, anataka wakazi wa huko wamwone kama mmoja wao na anayeelewa madhila ya kuishi katika mastakimu duni. Anajitambulisha na kina yahe.

La pili, anasema maeneo hayo yaliwakilishwa na makabila yote. Hili linamaanisha kuwa Kenneth aliishi na kukua na watu kutoka sehemu zote za nchi, na hivyo hana ukabila na anaelewana na hayo makabila yote. Kwa hivyo, ni mgombea wa makabila yote. Alipata fursa ya kusomea katika shule ya Starehe, shule ambayo ilihusishwa na watoto waliotokana na familia maskini ambao walipewa misaada ya kuwawezesha kupata kisomo cha sekondari. Hapa, anaonyesha kuwa yeye ni mmoja wa akina yahe, asiye na ubwana, asiyejua ukabila na kwa hivyo mgombea anayestahili kupewa fursa ya kuwa rais wa Kenya.

Odinga naye anatumia mbinu ii hii kujipendekeza kwa makabwela. Anasema:
Uchumi huu tuliutoa katika wadi ya wagonjwa mahututi hadi wadi ya wagonjwa wa kusaidiwa. Sasa uko katika wadi ya wagonjwa wa kawaida. Tunataka kuuruhusu kutoka hosipitali uweze kujisimamia na kujiendeleza wenyewe ... tuna njia na uwezo wa kufanya hivyo, ndio maana tunazungumzia kazi, kazi, kazi. Tuanataka kuunda uchumi ambapo kazi inafanywa masaa ishirini na nne, ambao utatuwezesha kuunda utajiri na kuondoa nchi yetu katika chumi zilizo nyuma za ulimwengu wa tatu na kuingia katika chumi za ulimwengu wa kwanza.
Odinga, Awamu 2, (1:44:30)

Kupitia kauli hii, Odinga analenga kujitambulisha na watu masikini ambao ndio huathirika mno na tatizo la ukosefu wa ajira. Anakusudia kuonyesha kuwa yeye anaelewa matatizo yanayokumba mafukara katika jamii na yuko tayari kujiunga nao kutafuta suluhu. Kwa kuunda uchumi wa unaondeshwa kwa masaa ishirini na nne kwa siku, anakusudia kuunda kazi nyingi ambazo watu masikini wanatamani kuzipata ili kuinua hali zao. Kusema analenga kuiondoa nchi katika kundi la nchi zilizo nyuma na kuiingiza katika tapo la nchi za ulimwengu wa kwanza, anagusa hisia za vijana kwa kuwa wao ndio huathirika mno kwa kukosa kazi.

Hitimisho

Matumizi ya uyahe yaliwapa nafasi wagombea kujitambulisha na kujihusisha na hadhira. Nafasi hii iliwasaidia kuonyesha wapiga kura kwamba wanaelewa matatizo na changamoto zote zinazowalemea wanajamii na kwa hivyo kuwavutia na kunasa nadhari zao.

Walijiwasilisha kama watu wa kawaida na kwa hivyo wanaowajali masikini. Hata hivyo, haupo ushahidi wa kutosha wa kuonyesha kuwa kiongozi aliyepitia shida zinazowakumba raia siku zake za awali huwa katika nafasi nzuri ya kushughulikia matatizo ya raia hao.

Mkakati huu una manufaa kwa mgombea katika kusaka uungwaji mkono wakati wa kampeni. Hutumiwa na mgombea kujisawiri kama mtu mpole, wa kuaminika na aliye 'mweupe kama pamba'. Tatizo ni kuwa, usipotumiwa vyema na mwanasiasa, kinyume hutokea. Kina yahe wakija kujua kuwa anayoyasema mgombea ni kinyume na hali halisi, basi watamchukia kwa kumwona mtu mwongo, bandia na asiyeaminika wala kufaa kuwa kiongozi.

Raghba ya Jinsia

Mnenaji hujaribu kuvutia uungwaji mkono kupitia misimamo na mitazamo ya kijinsia. Anatumia masuala yanayolenga jinsia moja ili kushawishi jinsia hiyo kumfuata au kukubaliana na maoni yake. Dolan (1998) anasema kuwa jinsia hucheza nafasi muhimu katika maamuzi ya kisiasa. Hutumika kuunda utambuzi wa kimakundi ili kuwaelekeza watu kufuata nyayo za kundi husika. Kwa hivyo, ikiwa kundi husika ni la kiume, jumbe zinazotolewa zitajaribu kulenga masuala yanayohusu wanaume ili kuwavutia.

Kadhalika ikiwa kundi lengwa ni la kike, jumbe zitasheheni masuala yanayowajalisha wanawake ili kuwashawishi kujiunga. Inaaminika kuwa jinsia inayotawala vianzo vya jumbe huwa na uwezo mkubwa wa kuathiri namna jumbe hizo zitakavyopokelewa, kuaminiwa na kutumiwa na wapokeaji, Drunkman (2001). Kwa sababu za kiitikadi, kidini na kijinsia huenda baadhi ya watu wakaamini zaidi habari inayotolewa na mtu wa jinsia moja kuliko nyingine. Ikitokea hivyo, jinsia moja hujitokeza kama iliyotwazwa na nyingine kutwezwa.

Utafiti umedhihirisha kuwa jumbe zinazotokana na mwanakundi hushawishi wanakundi zaidi zikilinganishwa na zile zinazotolewa na asiye mwanakundi (Mackie et.al 1990, 1992). Ni suala la kimaumbile kwa mwanadamu kumwamini haraka anayemwona kuwa mmoja wao kuliko aliye ajinabi.

Namna Ulivyotumiwa katika Mdahalo

Tunamwona Karua, mgombea wa pekee wa kike akitumia jinsia yake kujitafutia umashuhuri katika mdahalo wa urais. Anajiwasilisha kwa wapiga kura kama mwanamke, kama mama, kama mzazi anayeelewa malezi na shughuli zote zinazohusu mahitaji ya familia.

Mfano wa 1:

> *Mnaweza kuamini kuwa ahadi zinazotoa zitatekelezwa, mimi ni mwanamke anayetekeleza anachoahidi.*
> *Karua, Awamu 1, (*0:14:35)

Karua alikuwa na hiari ya kusema yeye ni mtu wa kutekeleza anachoahidi. Lakini hasemi hivyo, badala yake anaamua kutumia neno mwanamke. Kama mwanasiasa maarufu na wa muda mrefu, anajua kuteua maneno. Anaelewa umuhimu na uzito wa kutumia neno mwafaka wakati mwafaka. Aliona neno 'mwanamke' ndilo lingemfaa zaidi.

Inakisiwa kuwa idadi wapiga kura wa kike ni zaidi ya nusu ya wapiga kura wote katika nchi. Ni kundi ambalo kila mgombea angependa sana liwe upande wake. Hakuna mgombea anayeweza kuibuka na ushindi bila kushawishi sehemu kubwa ya wanawake kumuunga mkono. Kwa hivyo, kwa kusema yeye ni mwanamke anayetekeleza anachoahidi, Karua anawalenga wanawake na kuwajuza kuwa kama mgombea wa pekee wa kike, anafaa kuungwa mkono na wanawake wote. Wakifanya hivyo, anaahidi kuwa masuala yao yatashughulikiwa kikamilifu. Pia kwa kujitaja kama mwanamke miongoni mwa wanaume saba, anaonyesha kuwa yeye pekee ndiye wa kuaminiwa. Wale wanaume wengine hawaaminiki kamwe, anaelekea kusema.

Mfano wa 2

> *Kutokana na rekodi yangu thabiti ya miaka ishirini ya kupigana dhidi ya ufisadi, kutetea haki na sheria, mnaweza kuniamini. Mie ni yule kiongozi mnayeweza kuamini. Nitakuwa kama mama ambaye akiwa nyumbani, hata chakula kikiwa kidogo anagawia kila mtu nyumbani bila kutenga yeyote. Kenya inahitaji sisi sote. Tukifanya kazi pamoja tutaweza kujenga Kenya ambayo kila mmoja wetu anapata chakula. Kina mama hawatakufa kwa sababu ya kukosa dawa wakijifungua. Watoto wetu hawatauza figo, vile niliona mmoja akisema, eti ndipo apate pesa za kwenda shule.*
> Karua, Awamu 2, (1:46:16)

Dondoo hili limebeba taarifa ya kuonyesha kuwa Karua ni mgombea aliye na rekodi ndefu ya kupigana dhidi ya ufisadi na kutetea haki za wanyonge wakiwemo kina mama na watoto. Kadhalika, linasema kuwa akipata kiti hiki cha urais, kama mama, atahakikisha mgao wa rasilmali umemfikia kila mmoja vile ambavyo mama watoto hugawia kila mtoto donge la chakula hata chakula chenyewe kikiwa kidogo. Zaidi ya hayo, anasema kuwa atashughulikia mahitaji ya kina mama katika uzazi pamoja na watoto bila kuwasahau vijana. Anaonyesha kuwa tajiriba yake kama mama inamweka hatua kadhaa mbele ya wagombea wenza wa kiume kwani kazi ya kuzaa na kulea anaifahamu yeye. Hivi, anajistahi kwa kujimwaia sifa sufufu kupitia madai ambayo hakuna mgombea wa kiume anayeweza kuthubutu kuyapinga.

Hitimisho

Raghba ya jinsia huwezesha mwanasiasa kuvutia jinsia anayoona inaweza kumpa ushindi. Anapata fursa ya kuelezea masuala yanayokumba jinsia moja kwa kina na kutafuta uungwaji wa jinsia hiyo. Wagombea waliutumia mkakati huu kujipatia alama za kisiasa kwa kuonyesha wanajali sana jinsia husika. Mkakati ulilenga kuwapumbaza wanajinsia husika ili wamuunge mwaniaji wa jinsia yao bila kuuliza maswali. Shida ni kuwa hayapo masuala yanayoweza kuihusu jinsia moja bila kuihusu hiyo nyingine. Masuala ya wanawake ni masuala ya wanaume pia. Kwa hivyo masuala ya jinsia ni masuala ya jamii nzima. Wapiga kura wanashauriwa kuwa na desturi ya kuchagua viongozi wanaoonyesha kuelewa matatizo yote ya jamii bila kujali jinsia.

Hitimisho na Mapendekezo

Mara nyingi**,** wakati wa kampeni, wagombea watashawika kutumia mikakati ya uyahe na raghba ya jinsia kubembelezea kura. Hili kwa hakika si la ajabu na si kosa. Watafanya hivyo bila kujali kama wayasemayo ni ya kweli na kuaminika ama si ya kweli. Hata hivyo, ni jukumu la mpiga kura kutathmini kila mgombea bila kujali ushawishi anaokuja nao kwenye kampeni. Ajiulize: upi ukweli ninaojua kuhusu mgombea licha ya yale anayoyasema katika kampeni? Je, mawazo yake yana thamani gani dhidi ya matarajio yangu kwa kiongozi ninayemtaka? Je, kuna jambo lolote analojaribu kuficha kwa kutumia mikakati hii? Licha ya anayoyasema, hali halisi ikoje? Masuali haya yataweza kumsaidia mpiga kura kufanya uamuzi ulio mwafaka.
Inapendezwa kufanywa uchanganuzi zaidi kuhusu mikakati mingine ya propaganda ili kumsadia mwananchi kuweza kufanya maamuzi mazuri katika kuteua viongozi wafaao wakati wa uchaguzi

Marejeleo

Babbie, E. (2009). *The practice of social research*. Califonia: Wardsworth Publishing.

Volume 1, Number 1, 2022 **ISSN N0 2791-190X**

Benoit, W., McHale, P., Hansen, J., Pier. M., & McGuire, P. (2003). *Campaign 2000: A functional analysis of presidential campaign discourse.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

Benoit, W., & Sheafer T. (2006). Functional theory and political discourse: Televised debates in Israel and the United States. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 83: 281– 297.*

Benoit, W., Wen, W., & Yu, T. (2007). A functional analysis of 2004 Taiwanese political debates. *Asian Journal of Communication, 17: 24–39.*

Benoit, W. L. (2009). *The functional approach to presidential television spots: Acclaiming, attacking and defending 1952-2000. New York: Praeger.*

Fairclough, N. (1989). *Language and power.* London: Longman.

Gal, D.M na wengine (1996). *Education research: An introduction* (6th. edition). New York: Longman Publishers.

Halliday, M.A.K (1989). *Spoken and written language*. Oxford: Oxford University Press.

Joubish, F. (2011). Paradigms and characteristics of a good qualitative research. *World Applied Sciences Journal*, *12.* Press.

Kuusisto, R. (1998). Framing the wars in the Gulf and in Bosnia: The rhetorical definitions of the western power leaders in action. *Journal of Peace Research*, 35 (5): 603-620. doi:10.1177/0022343398035005004

Lasswell, H. (1948). Bryson, L. (ed.). The structure and function of communication in society. The communication of ideas. New York: *Institute for Religious and Social Studies*. p. 117. Matasi, B.H. (2014). Uchanganuzi wa vitendo-neni katika Khutuba za Ijumaa na Athari zake kwa waumini wa Bugishu, Mashariki mwa Uganda. Unpublished PhD Thesis. Egerton University.

Mesthrie, R. (2000). *Introducing sociolinguistics*. Edinburg: Edinburg University Press

Nwandito, N. (1999). *Education research for modern scholars.* 4th Nigerian Dimension Publishers.

Oduor R. (2009). Lugha na siasa nchini Kenya 2005. Unpublished PhD Thesis, Moi University.

Oruodho, A.J. (2003). *Essentials of education and social science research methods*. Nairobi: Masola publishers.

Patton, M. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Beverly Hills: Sage.

Stephenson, H. (2004). Plain folk. *Utah Taxpayers Association.*

Stubbs, M. (1983). *Discourse Analysis: The sociolinguistic analysis of natural language*. Oxford: Blackwell publishers.

Szanto. G. (1978). *Theatre and propaganda*. Texas: University of Texas Press.

Teich, E. (2003). *Cross linguistic variation in system and Text*. Berlin: Mouton de Gruyter.

Tesch, R. (1990). *Qualitative research: Analysis types and software tools*. New York: Falmer. The Kenyan Constitution, chapter 4: Bill of Rights.

The Kenya Presidential Debate 2013.

The Electoral Knowledge Network: UNDP Electoral Assistance Toolkit. *aceproject.org/ace-en/topics/pc/onepage*

Truthout, Saturday, 02, July 2011.

TUKI (2013). *Kamusi ya Kiswahili sanifu*. Dar es Salaam, Oxford University Press.

Uvehammer, F. (2005). The impact of English strategies in political debate: A linguistic

Volume 1, Number 1, 2022 **ISSN N0 2791-190X**

discourse analysis of the first Bush and Kerry presidential debate, 2002. PhD Thesis. Metropolitan State University.

Wamitila, K. (2003). *Kamusi ya fasihi istilahi na nadharia*. Nairobi: Focus Books. Wodak, R. 2001) *Methods of critical analysis*. London: Longman.