

**UCHANGANUZI WA KIISIMU WA UHALIFU KATIKA MITANDAO YA
FACEBOOK NA BARUAPEPE**

JAMES MWANGI

**Tasnifu hii imewasilishwa kwenye Shule ya Mafuzu kwa Madhumuni ya
kutosheleza mahitaji ya shahada ya Uzamili katika taaluma ya Kiswahili na
Mawasiliano ya Chuo Kikuu cha Laikipia**

JULAI, 2024

IKIRARI

IKIRARI YA MTAHINIWA

Ninakiri kuwa hii ni tasnifu yangu binafsi na haijawahi kutolewa katika chuo kingine chochote kwa ajili ya kutosheleza mahitaji ya shahada ya uzamili.

Sahihi: _____ Tarehe: _____

James Mwangi

MK22/2469/16

IKIRARI YA WASIMAMIZI

Tasnifu hii imewasilishwa itahiniwe kwa idhini yangu kama msimamizi aliyeteuliwa katika Chuo kikuu cha Laikipia.

Sahihi: _____ Tarehe: _____

Prof. Wendo Nabea

Idara ya Usomilugha na Mawasiliano

Chuo Kikuu cha Laikipia

Sahihi: _____ Tarehe: _____

Dkt. Sheila Pamela Wandera Simwa

Tarehe

Idara ya Usomilugha na Mawasiliano

Chuo Kikuu cha Laikipia

HAKI ZA KUMILIKI

Haki zote zimehifadhiwa. Hairuhusiwi kunakili kwa njia yoyote, iwe kazi yote au visehemu bila kibali cha Chuo Kikuu cha Laikipia.

TABARUKU

Naitabaruku kazi hii kwa nina yangu mpendwa; Nancy Muthoni kwa kujifunga kibwebwe katika malezi yangu, kujinyima alipokuwa ananitafutia karo na kunihimiza kutokufa moyo maishani ili kuhakikisha nimetia fora masomoni. Aidha, naitabaruku kazi hii kwa mke wangu mpenzi Margaret Njoki ambaye ni ua la waridi katika safari hii ndefu ya masomo. Amekuwa wa karibu kwa kunishika mkono, kunipa motisha na kunipa ushauri ili nisitamauke katika safari hii ya kufikia kilelecha katika masomo ya uzamili.

SHUKRANI

Kusema kweli mgaagaa na upwa hali wali mkavu. Shughuli zote za kukamilisha kazi hii si bidii yangu pekee. Isingekuwa ni msaada wa wengine, nisingefua dafu. Kwanza kabisa shukrani za dhati zimfikie Mwenyezi Mungu kwa kunipa uhai, neema, akili razini na siha katika shughuli zote za usomi kuanzia wakati nilipozamia mchakato huu hadi kikomo chake. Iligharimu nguvu zake lau ningekufa moyo na kuitupilia mbali. Sifa, utukufu na heshima ni zake.

Pili, shukrani zangu za dhati ni kwa wasimamizi wangu; Prof. Wendo Nabea na Dkt. Sheila Simwa Wandera kwa kunishika mkono, kunielekeza kutoka hatua ya kwanza hadi ya mwisho. Kama mtoto mchanga ajifunzavyo kukweta, kusimama dede hadi kutembea pekee bila usaidizi wa ninaye, wasimamizi hawa walinifaa kiasi cha haja. Mchakato huu wa kiusomi usingekamilika bila mwongozo wenu. Sina budi kusema kwamba wamejitolea kwa hali na mali kusoma kazi yangu usiku na mchana na kutoa mwelekeo unaofaa hadi mwisho falaula ningambulua kuwa mwendanguu. Uvumilivu wenu kwangu umekuwa wa msaada. Kwa kweli nimegundua kuwa palipo wazee hapaharibiki jambo. Kwa hakika najihisi mdeni kwenu. Nawaombea maisha marefu, siha na moyo uo huo wa kuwasaidia wengine.

Shukrani zangu vilevile ziwafikie wahadhiri wa Chuo kikuu cha Laikipia katika idara ya Kiswahili na Kiingereza. Mafunzo yao, uelekezi na urekekebishaji ulinipa mwanga katika safari hii ya masomo. Wahadhiri hawa ni: Prof. Onyango Ogola, Prof. Yieke, Prof. Kirigia, Dkt. Mwithi, Dkt. Ndiewo, hayati Prof. Aswani Buliba na Dkt. Mayaka Gwachi. Muumba awalaze pema mbinguni. Isipokuwa ni mwanga mliouweka ndani yangu, kiza kingekuwa kingi. Asanteni sana kwa kunisaidia kulisukuma gurudumu hili la masomo hadi tamati. Nimejifunza mengi sana kutoka kwenu. Mlinipa ari ya kukazana na masomo hadi ukingoni. Kwa hakika mmeniondolea kiwi kilichokuwa kwenye macho yangu. Kwa kweli, baada ya dhiki nyingi, faraja imenijia.

Vilevile, shukrani tumbitumbi ziwaendee walimu na marafiki zangu wa dhati kutoka shule ya upili ya wasichana ya Njonjo na kwingine wakiwemo Bw. Isaac Macharia, Wafula Michael, Wahaba Paul, David Ng'ang'a, Fredrick Mbutu, Joseph Kimamira Antony Kago, Samuel Mwangi, Grace Njeri, Gloria Kemunto, Joel Mbogo, Francis Ngugi, Dorcas Kibet, Newton Cheron, Eliud Mugo, Ashitiva Chege na mwendazake

Jason Chibayi. Nakiri kuwa kifo kilinipokonya rafiki ambaye alikuwa mhimili mkuu katika kazi hii. Alijitolea kunisaidia kwa vyovyote vile ili kuhakikisha nimekamilisha tasnifu hii. Mola ampumzishe Jason kwema mbinguni. Marafiki hawa walinipa motisha kuendelea na safari yangu ya masomo, kusoma na kunihariria kazi ili iimarike pamoja na kunivumilia kazini nilipokuwa ninakazana kuiandika na kuitafitia. Nyote mlinikumbusha kuwa mtaka cha mvunguni sharti ainame. Uhisani niliopata kwenu umenifikisha hapa. Mola awabariki nyote.

Nitakuwa mkosa fadhila nisipowataja wanafunzi wenzangu tulioandamana sako kwa bako kufanya kazi usiku na mchana na kuinuana kila mara wakati mwendo huu ulipoonekana kuwa mgumu na telezi. Kutangamana nanyi kulinisaidia sana na kukafupisha safari yangu ndefu iliyojaa mashimo, miamba na milima mirefu. Shukrani kutoka moyoni ziwafikie Wanjohi, Swala, Kerryann, Kamau, Lucy, Kirui na Stella. Nakiri kuwa nyote mlinifaa mno. Mola awakirimie neema. Kwa kweli jifya moja haliinjiki chungu.

Msaada nilioupata kutoka kwa familia yangu hauna kipimo. Kutokana na ushauri, mapenzi, kutiwa moyo na uvumilivu wa mke wangu mpenzi Margaret Njoki na binti zangu Nancy Wambui na Abigael Wanjiru niliweza kufua dafu. Kazi hii ingekuwa mtitio tu isipokuwa ni maombi yasiyokoma kutoka kwa ninangu mpenzi; Nancy Muthoni. Shukrani maalum ziwafikie akhi zangu wapendwa John Gitonga, Mary Wairimu na Agnes Nyambura. Mtarehemezi awafae siku zote!

IKISIRI

Mawasiliano yameimarika sana katika karne ya ishirini na moja kufuatia uvumbuzi wa teknolojia ya habari na matumizi ya intaneti. Kuimarika kwa hali ya kutangamana kwa watu kwenye mitandao kumeongeza visa vya uhalifu. Mawasiliano ya mitandaoni yamesababisha kuwepo kwa diskosi nyingi za mitandaoni ambazo ni tofauti na diskosi za maandishi na za mazungumzo ya moja kwa moja. Uhalifu wa mitandaoni ni uovu ambao umekuwepo kutoka wakati ambao uvumbuzi wa intaneti ulipotokea. Wahalifu wa mitandaoni hutumia baruapepe, *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, *To-go WhatsApp* na njia nyingine nyingi za mitandao kuwadanganya na kuwaibia watu hela. Lugha hutumika katika mitandao hii kuwashawishi watumiaji ili kuingia katika mitego yao miovu. Wahalifu hutuma jumbe za ushindi wa pesa, ugawaji urithi, jumbe za kibiashara, udukizi, uduhushi na utoaji wa pesa na ulaghai wa ushindi katika michezo ya kamari. Utafiti huu ulichunguza aina mbalimbali za uhalifu katika mitandao ya *Facebook* na baruapepe, kuchanganua mikakati ya ushawishi inayotumiwa na wahalifu na kuhakiki mbinu za lugha katika jumbe za kihalifu katika mitandao hii miwili. Nadharia ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ya Herring pamoja na nadharia ya Ushawishi iliyoasisiwa na Aristotle kisha kuendelezwa na Hovland na Cialdini zilitumika. Utafiti huu ulifanyika maktabani huku ukihusisha ukusanyaji wa data kwa njia ya kupakua jumbe pamoja na picha katika mitandao ya *Facebook* na baruapepe. Mbinu ya kiuthamano ilitumiwa katika uchanganuzi wa data. Muundo wa utafiti ulikuwa wa kimaelezo kwa kutoa ufafanuzi wa mambo yote kwa kina katika kila hatua. Sampuli ya utafiti ilitumiwa na mtafiti kimakusudi kwa kutumia jumbe na picha mia moja ambazo baadaye zilichujwa hadi arubaini na saba mintaarafu ya madhumuni ya utafiti. Data iliyokusanywa ilionyesha kuwa mikakati ya ushawishi kama vile imani na maadili, utoaji wa hoja zenye mantiki na hisia hutumiwa sana kushawishi watumiaji wa mitandao hii hadi kufikia kiwango cha kuwatapeli watumiaji. Vilevile, ilibainika kuwa wahalifu wa mitandaoni hutumia mbinu nyingiza lugha kama vile takriri, mdokezo, mbinu rejeshi, nidaa, imoji, simulizi, maswali ya balagha na nyinginezo ikiwa ni njia moja ya kufaulisha mazungumzo yao na kushawishi watumiaji wa mitandao. Utafiti pia ulibainisha kuwepo kwa aina mbalimbali za uhalifu kwenye mitandao hii kama vile utapeli, umbuaji, unyanyasaji wa kimapenzi, vitisho, ubaguzi na propaganda za kiuchochezi. Utafiti huu utawafaa wasomi na watafiti wa lugha kwa sababu, utawezesha watafiti wengine kuwa na ari ya kuchambua diskosi na kauli tofauti tofauti kama zinavyotumiwa na watu katika mitandao na kuweza kupambanua maana kwenye muktadha. Zaidi ni kuwa matokeo yake yataongeza maarifa kwa watafiti kwa kuchambua namna nadharia ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi na ya ushawishi zinaweza kutumiwa kubainisha mitindo mbalimbali ya matumizi ya lugha na mikakati ya mawasiliano ambayo huonyesha dalili za uhalifu wa mitandaoni na jinsi ufahamu huu unaweza kutumiwa kama mikakati ya kujizuia na kupunguza uhalifu wa mitandaoni.

ABSTRACT

Communication has greatly advanced in the 21st century following the invention of information technology and the use of internet. The shift of human interaction to the online space has given rise to cybercrime and online discourse that is different from spoken and written discourses. Cybercrime has existed ever since internet came to be. Cybercriminals use emails, Instagram, Twitter, Facebook, To-go, WhatsApp and many other online platforms to deceive and get money from users. Language is used to lure online users into their evil schemes like distribution of inheritance, commercial messages, phishing, forgery, prize and lottery winning, business loans and offers from banks. This study was guided by three objectives: First, the research was set out to investigate different types of cybercrime in Facebook and emails, analyse the persuasive strategies used by cybercriminals in Facebook and emails and examine stylistic devices in criminals messages. Computer Mediated Discourse Analysis theory by Herring and Persuasive theory by Aristotle which was later advanced by Cialdini and reviewed by Hovland were applied. This research was carried out in the library, where the researcher collected data by downloading texts and pictures from Facebook and email. Being a qualitative research, descriptive design method was employed giving explanation in details in every step. The research sample was selected purposefully using one hundred texts and pictures, which were later reduced to forty seven in accordance with the theories and objectives. The data that was collected revealed that persuasive strategies such as ethos, logos and pathos are employed by fraudsters to convince online users to a point of committing a fraud. The study also revealed that cybercriminals employ several stylistic devices such as repetition, emoji, narratives, rhetorical questions and flashback to ensure they succeed in communication and persuade online users. The study also revealed the presence of various types of crimes on these two online platforms such as forgery, sexual harassment, threats, discrimination and inflammatory propaganda. The research will be of help to learners and language researchers in the following ways: it will enable researchers analyze different discourses as used by people online and interpret meaning from the contexts. Furthermore, the results will increase knowledge for linguists by analyzing how Computer Mediated Discourse Analysis and Persuasive theories can be used to identify different styles of language use and communication strategies that indicate early signs of cybercrime and how this knowledge can be used to detect, prevent and reduce cases of online frauds.

YALIYOMO

HAKI ZA KUMILIKI	iii
TABARUKU	iv
SHUKRANI	v
IKISIRI	vii
ABSTRACT	viii
YALIYOMO	ix
AKRONIMU NA UFUPISHO WA MANENO	xii
MAELEZO YA ISTILAHU	xiv
SURA YA KWANZA	1
UTANGULIZI	1
1.1 Usuli wa Mada	1
1.2 Suala la Utafiti	3
1.3 Madhumuni ya Utafiti	4
1.4 Maswali ya Utafiti	4
1.5 Sababu za Kuchagua Mada	4
1.6 Upeo wa Mipaka	5
SURA YA PILI	6
MAPITIO YA MAANDISHI NA MISINGI YA NADHARIA	6
2.1 Utangulizi	6
2.2 Mapitio ya Maandishi	6
2.2.1 Aina mbalimbali za Uhalifu wa Mitandaoni	6
2.2.2 Mikakati ya Ushawishi katika Mitandao	13
2.2.3 Mbinu za Lugha Kwenye Jumbe za Kihalifu katika <i>Facebook</i> na Barua pepe	17
2.3 Misingi ya Nadharia	21
2.3.1 Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi	21
2.3.2 Diskosi ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi	22
2.3.3 Historia ya Diskosi ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi	23
2.3.4 Nadharia ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi	24
2.3.5 Nadharia ya Ushawishi	29

SURA YA TATU.....	33
MBINU ZA UTAFITI.....	33
3.1 Utangulizi.....	33
3.2 Mahali pa Utafiti.....	33
3.3 Muundo wa Utafiti.....	33
3.4 Kikundi Lengwa.....	34
3.5 Uteuzi wa Sampuli.....	34
3.6 Mbinu za Kukusanya Data.....	34
3.7 Uchanganuzi wa Data.....	35
3.8 Utafsiri wa Data.....	36
3.9 Uzingativu wa Maadili.....	36
SURA YA NNE	37
UCHANGANUZI NA UWASILISHAJI WA DATA	37
4.1 Utangulizi.....	37
4.2 Aina za Uhalifu Katika <i>Facebook</i> na Barua pepe.....	38
4.2.1 Ulaghai wa Kimapenzi.....	39
4.2.2 Utapeli wa Kamari.....	49
4.2.3 Utapeli Kuhusiana na Urithi.....	52
4.2.4 Utapeli wa Biashara.....	56
4.2.5 Utapeli wa Uwekezaji wa Sarafu za Kidijitali.....	63
4.2.6 Utapeli Kuhusiana na Ugonjwa wa Uviko.....	66
4.2.7 Utapeli Kupitia Biashara za Wanyama.....	70
4.2.8 Ulaghai wa Kufungiwa Mtandao.....	73
4.2.9 Utapeli wa Utoaji Misaada.....	75
4.2.10 Uumbuaji Kupitia Jumbe Adhiri.....	80
4.2.11 Unyanyasaji wa Kimapenzi.....	82
4.2.12 Unyanyasaji Kupitia Jumbe na Picha za Ponografia.....	85
4.2.13 Unyanyasaji Kupitia Matusi ya Mitandaoni.....	90
4.2.14 Vitisho vya Mitandaoni.....	95
4.2.15 Ubaguzi wa Mitandaoni.....	100
4.2.15.1 Ubaguzi wa Rangi.....	101
4.2.15.2 Ubaguzi wa Jinsia ya Kike/Mawazo Ganda Dhidi ya Wanawake.....	104
4.2.15.3 Ubaguzi Dhidi ya Jamii /Mawazo Ganda Dhidi ya Jamii.....	107

4.2.15.4	Ubaguzi Wa Kidini/Imani	111
4.2.16	Propaganda za Kisiasa za Kiuchochezi	116
4.2.17	Hitimisho	119
4.3	Mikakati ya Ushawishi Katika Jumbe za Kihalifu Kwenye <i>Facebook</i> na Barua pepe	120
4.3.1	Hitimisho	139
4.4	Mbinu za Lugha Katika Jumbe za Kihalifu	139
4.4.1	Matumizi ya Kisengerenyuma au mbinurejeshi	140
4.4.2	Kuchanganya Ndimi na Kuhamisha Ndimi	149
4.4.3	Matumizi ya Nidaa/ Vihisishi	156
4.4.4	Matumizi ya Herufi Kubwa.....	159
4.4.5	Takriri.....	164
4.4.6	Maswali ya Balagha	166
4.4.7	Utundikaji/Mdokezo	168
4.4.8	Ufupishaji wa maneno na Kudondosha Herufi.....	169
4.4.9	Usimulizi.....	171
4.4.10	Imoji.....	175
4.4.11	Lugha Legevu na Yenye Makosa ya Kisarufi.....	177
4.4.12	Hitimisho	178
	SURA YA TANO	179
	HITIMISHO NA MAPENDEKEZO	179
5.1	Utangulizi.....	179
5.2	Muhtasari wa Matokeo ya Utafiti	179
5.2.1	Aina Mbalimbali za Uhalifu Kwenye Facebook na Barua pepe.....	179
5.2.2	Mikakati ya Ushawishi Inayotumiwa na Wahalifu.....	181
5.2.3	Mbinu za Lugha Katika Jumbe za Kihalifu	183
5.2.4	Hitimisho la Utafiti.....	185
5.2.5	Mapendekezo.....	186
	MAREJELEO	188
	VIAMBATISHO	210
	Kiambatisho I: Barua ya Chuo.....	210
	Kiambatisho II: Barua ya Idhini Kutoka NACOSTI	211

AKRONIMU NA UFUPISHO WA MANENO

ALPANET: Advanced Research Projects Agency Network

BBS: Bulletin Board System

BP: Barua pepe

DRTV: Direct Response Television

Europol: The European Union Agency for Law Enforcement Cooperation

FB: Facebook

HTML: Hypertext Markup Language

HTTP: Hypertext Transfer Protocol

ICC: International Criminal Court

KKU: Kikuyu

KLN: Kalenjin

KNUT: Kenya National Union of Teachers

Mb: Mbinu

MbBP: Mbinu za lugha katika Barua pepe

MbFB: Mbinu za lugha katika *Facebook*

MG: Mgombea

MGU₁: Mgombea Urais wa kwanza

NACOSTI: National Commission for Science, Technology

SOCA: The Serious Organised Crime Agency

T.S.C : Teachers Service Commission

UBPUh₁: Ujumbe wa Barua pepe Uhalifu wa kwanza

UFBUh₁: Ujumbe wa *Facebook*, Uhalifu wa kwanza

UFTC: US Free Trade Commission.

Uh: Uhalifu

UM₁: Urais mara ya kwanza

UNODC: The United Nations Office on Drugs and Crime

Ur₁: Urais wa kwanza

URI: Uniform Resource Identifier

UVIKO: Ugonjwa wa Virusi wa Korona

MAELEZO YA ISTILAHU

Barua pepe: Ni waraka unaotumwa kwa njia ya kielektroniki na hutumia intaneti.

Diskosi ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi: Ni mawasiliano ya wanadamu yanayofanyika kwenye tarakilishi zilizounganishwa kwa mtandao mmoja na hupatikana kwa kupiga chapa, kuzungumza au njia nyinginezo.

Intaneti: Ni mfumo wa tarakilishi zilizounganishwa duniani na huwawezesha watu kuwasiliana.

Isimu ya Kiuchunguzi: Tawi la Isimu ambalo huchunguza matumizi ya lugha katika miktadha ya kisheria.

Isimu-mtandao: Tawi la Isimu ambalo huchunguza jinsi lugha inavyotumika mitandaoni.

Kadihela: Nambari maalum ambazo huwekwa kwenye simutamba ili iweze kuwasiliana. Bila nambari hizo ni vigumu kuwasiliana kwa njia ya kupiga simu.

Kibodi: Ni kifaa katika tarakilishi ambacho hutumiwa kuchapia maandishi.

Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi: Ni mawasiliano yoyote ambayo hufanyika kwa kutumia tarakilishi mbili au zaidi zilizounganishwa kwenye intaneti.

Mitandao: Ni mfumo wa kompyuta na vifaa vya kielektroniki vilivyounganishwa kwa ajili ya mawasiliano.

Nywila: Ni sehemu ya neno au maneno yanayotumiwa kama siri ili kumwidhinisha mtu au kumthibitishia haki ya kufungua mtandao, tarakilishi, simu au vifaa vya mawasiliano kwa minajili ya kupata data. Maneno haya hubaki kuwa siri ya mtu.

Pakia: Tendo la kuhamisha data au taarifa kutoka kwenye tarakilishi moja kwenda kwa nyingine kwa njia ya mtandao. Pia ni kuweka data kwenye tarakilishi au mtandao ili iweze kusomwa.

Pakua: Kitendo cha kutoa data kwenye mtandao au tarakilishi ili iweze kutumiwa mahali tofauti kama vile kusoma na kuichapisha.

Selula: Kifaa cha kuwasiliana ambacho hubebwa mkononi au kutiwa kwenye mfuko na husaidia katika mawasiliano kati ya watu walio mbali au maeneo tofauti ya kijiografia. Pia hujulikana kama simutamba.

Seva: Ni programu kubwa ambayo huunganisha tarakilishi zingine zilizounganishwa katika mfumo mmoja wa mawasiliano ya mtandao.

Tarakilishi: Ni mashine ya kielektroniki ambayo hutumiwa katika uendeshaji wa mitambo, kuhifadhi na kukokotoa data zilizohifadhiwa. Pia huitwa kompyuta.

Teknohama: Ni teknolojia ya habari na mawasiliano.

Teknolojia: Huu ni ujuzi au maarifa yanayotokana na Sayansi na huwa na msaada katika kufanya mambo fulani.

Tovuti: Ni sehemu katika mtandao ambayo huwa na ukurasa mmoja au zaidi na hutumiwa kutoa taarifa fulani katika mtandao.

Uduhushi: Kitendo cha kuingia mahali fulani bila kuidhinishwa. Vilevile ni kitendo cha kusikiliza siri na mazungumzo ya watu wengine kwa nia ya kuwahujumu.

Udukizaji: Kitendo au tabia ya kuingilia data katika tarakilishi na simu bila idhini ya mwenyewe.

Uhalifu wa mitandaoni: Ni ukiukaji wa sheria zilizowekwa na jamii zinazotawala matumizi ya mitandao.

Uhalifu: Ni matendo yanayofanywa na wanadamu na hayaambatani na hulka nzuri au maadili.

Ujumbe: Habari ya kumfahamisha mtu jambo fulani.

Usimbaji: Hii ni njia inayotumiwa kuweka lugha katika mfumo wa ishara na alama ili kufumba kinachosemwa, kurahisisha usomaji na kusaidia katika urejereaji wa haraka.

SURA YA KWANZA

UTANGULIZI

1.1 Usuli wa Mada

Katika siku za hivi karibuni, kumeshuhudiwa ongezeko na ukuaji wa teknolojia ya habari na mawasiliano, jambo ambalo limebadilisha maisha ya watu wengi kama vile utendakazi wao, utafutaji wa elimu, mapenzi, utangamano na uhusiano Ling, R na Baron, N. S. (2007). Teknolojia hii imechangia kuwepo kwa intaneti, mitandao ya kijamii, tarakilishi, selula na vifaa vingine vya mawasiliano ambavyo vimeathiri pakubwa jinsi watu wanavyosoma, kufundisha, kushirikiana, jinsi wafanyakazi wanavyofanya kazi na namna watu wanavyotangamana. Pérez-Sabater, C. na Montero-Fleta, B. (2015). Barua pepe na *Facebook* ni mitandao miwili ambayo imekua kwa kasi katika mawasiliano, kujenga urafiki, kufanya biashara na shughuli za masomo kwa wanafunzi. Kutokana na umuhimu huu wa mitandao hii miwili, watu wengi wamejipata wakiishabikia na kuiona kama nyenzo muhimu katika maisha yao ya kila siku (Kümpel, A. S., na wenzake, 2015).

Facebook ni mtandao wa kijamii uliozinduliwa kama *FaceMash* mnamo mwaka wa 2003 kabla ya kubadilishwa jina na kuwa *The Facebook* katika mwaka wa 2004. Mtandao huu ulizinduliwa na Mark Zuckerberg na wenzake kutoka Chuo Kikuu cha Harvard na kufanyika kuwa mtandao wa kijamii ulio na wafuasi wengi duniani ukitumiwa na takriban watu bilioni tatu mnamo mwaka wa 2021 huku nusu yake wakiutumia kila siku. Mnamo mwaka wa 1969, shirika la ulinzi la Marekani lilizindua *ARPANET*, tovuti iliyounganisha tarakilishi nyingi katika idara kwa minajili ya mawasiliano katika shirika hilo. Kufikia Juni 2016, mtandao huu wa kijamii ulikuwa na wafuasi zaidi ya bilioni moja katika ulimwengu mzima ambao walitumia muda takribani dakika ishirini kuingia mle (Digital Marketing Rambling, 2016). Watumiaji wa *Facebook* hushiriki takribani ya jumbe bilioni nne unusu katika kila siku na kupakia zaidi ya picha milioni mia tatu na kufikia sasa mtandao huu umeunganishwa na tovuti milioni saba (Facebook, 2015). *Facebook* imepata umaarufu zaidi hata nje ya Marekani ilikotoka huku asilimia themanini ya watumiaji wakiwa wametoka nje ya Marekani (Facebook, 2015). Katika Bara la Afrika pekee kulingana na takwimu zilizotolewa na Miniwatts Marketing Group (2016), kulikuwa na watumiaji 124, 568,500 mnamo mwezi wa Novemba, 2015.

Mnamo mwaka wa 1971, Ray Tomlinson alivumbua na kukuza baruapepe ya kielektroniki, jambo ambalo lilirahisisha mawasiliano katika mashine kwenye shirika na kuwa bora. Kutokana na hali hii ya kuwa na watu wengi wanaoitumia mitandao hii miwili, wahalifu wamepata fursa nzuri ya kutekeleza uovu wao kwa kufungua akaunti nyingi ghushi. Uhalifu wa mitandaoni ni tatizo sugu ambalo limeshuhudiwa ulimwenguni kote na limekua kwa kasi kuanzia mwaka wa 1990 kwa ajili ya kuzuka kwa aina nyingi za mawasiliano ambayo hutokana na ukuaji wa teknolojia (Button na Cross, 2017). Uhalifu huu wa mitandaoni umeongezeka sana kwa ajili ya kasi inayoshuhudiwa katika teknolojia ulimwenguni kote (Ratten, V. 2019). Uhalifu kwenye mitandao hufanyika wakati vifaa vya mawasiliano kama simu na tarakilishi hutumiwa kutekeleza uovu. Uhalifu wa aina hii hutekelezwa na watu walio na ujuzi wa kutumia vifaa hivi vya mawasiliano pamoja na mitandao, hivyo kufanya hali hii kuwa tata. Uhalifu wa aina hii huwa kikwazo kikubwa kwa usalama wa nchi nyingi ulimwenguni kote (Syomych M. na wengine, 2018). Kumekuwa na lalama nyingi kuhusiana na ongezeko la uhalifu huu wa mitandaoni; jambo ambalo limewasababishia watumiaji kuwa na wasiwasi mwingi.

Kutokana na historia, uhalifu huu wa mitandaoni ulijitokeza kwa njia nyingi kama vile, ufuska ukihusisha watoto na kupoteza habari ambazo ni muhimu kwa mtu asiyehitajika kuzipata. Siku hizi uhalifu unahusisha kutumia vitambulisho na maelezo ya utambulisho kama njia mojawapo za kupata hela. Uhalifu huu umewaathiri watu wengi duniani na athari zake bado zinahisiwa hasa katika mataifa mengi ya Kimagharibi. Tafiti za awali zinaonyesha kuwa zaidi ya thuluthi moja ya wafanyabiashara wa mitandaoni, asilimia 35 wameathirika kwa kutapeliwa na asilimia 55 pekee ndio wameripoti uhalifu huu kuanzia Disemba 2020. Mnamo mwaka 2011 na 2014, baruapepe ilikuwa ya tatu katika matumizi na wahalifu wa mitandaoni, ikikadiriwa kuwa asilimia 20.44 na asilimia 15.71 kwa mfuatano (Fraud.org.d.a,b).

Katika miaka iliyopita, *Facebook* na baruapepe imekuwa tishio na hatari kwa watoto na vijana ambao huandika na kuweka habari zao za siri mitandaoni bila kuzificha. Hii ni kwa sababu wamekuwa wakilengwa sana na wahalifu wa mitandaoni. Wahalifu hawa hulenga watumiaji wa mitandaoni ambao huonekana kuwa malimbukeni ambao hutekwa nyara, kunajisiwa na kushambuliwa kwa njia nyinginezo hasa kwa wasichana (Richards na wenzake, 2007). Uhalifu wa mitandaoni husababisha hasara ambayo ni

zaidi ya kupoteza fedha. Wahasiriwa wa uhalifu wa mitandaoni kama vile ulaghai wa kimapenzi huwa na athari zaidi za kisaikolojia kwa miezi mingi au hata miaka. Walioathirika katika uhalifu huu wameripoti kuvunjika kwa uhusiano, kutamauka, kupatwa na aibu na kuachwa katika mpapatiko (Whitty, M. T. na wenzake, 2012).

Wahalifu wa mitandaoni wamekaramka kwa kutumia mbinu mpya na tatanishi za kuwapata walengwa. Mara nyingi hujifanya wandani ambao hawawezi kudhuru hasa watoto na wasichana lakini matokeo yake huwa mashambulizi ya kimwili, kubaka, kuteka nyara na vitendo vinginevyo vinavyotumiwa na washambulizi (Bala na Goyal, 2000). Quayle na Taylor (2006) wanasema kuwa vitendo vya vijana wachanga kuingizwa katika mashambulizi ya kingono vimekuwa vingi kwa kuwa watu hawafahamu hatari iliyoko baada ya kutoa habari za kibinafsi kwenye mitandao ya kijamii.

Utafiti huu unatilia mkazo nafasi kubwa inayoshikiliwa na mitandao hii miwili katika kuendeleza uhalifu uliofichika na vilevile nafasi ya mitandao ii hii katika kuyaboresha maisha ya watu ya kila siku kwa njia ya mawasiliano. Kutokana na hali kuwa uhalifu huu wa mitandaoni umekuwa ukikua na kubadilikabadilika kila kunapokucha, diskosi tofauti tofauti za kisasa zinazotumiwa na wahalifu kwenye mitandao hii hazijafanyiwa utafiti ipasavyo. Kwa hivyo, utafiti huu ulikusudia kuhakiki kauli mbalimbali za kihalifu katika muktadha wa mitandao kwa kuchunguza ushawishi unavyojitokeza, mbinu mbalimbali za lugha zinazotumiwa kwenye jumbe hizi za kihalifu pamoja na aina tofauti tofauti za uhalifu.

1.2 Suala la Utafiti

Katika maingiliano ya wanadamu ya kila siku, wao hutumia lugha katika mawasiliano. Kutokana na ukuaji wa mitandao hii miwili; *Facebook* na baruapepe katika mawasiliano ya kila siku, jumbe za mitandaoni zimekuwa na sifa sahili, changamano na za kitarakilishi. Kungali na hali ya kutoelewa namna wahalifu wa mitandaoni hutumia mikakati ya ushawishi na mbinu mbalimbali za lugha katika jumbe zao kuwatapeli watumiaji wa mitandao. Kufahamu mikakati ya ushawishi na mbinu za lugha kutawawezesha watumiaji wa mitandao kung'amua dalili za uhalifu mapema na mbinu za kujizuia kabla ya uhalifu kutekelezwa. Zaidi ni kuwa, kuna haja ya kuchunguza matumizi ya nadharia ya Ushawishi na ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi katika miktadha ya uhalifu wa mitandaoni ili kubaini

mikakati madhubuti ya kujizuia kutokana na uovu utokanao na mawasiliano ya kielektroniki au ya kidijitali yanayokua na kuboreka kila siku kutokana na ukuaji wa teknolojia ya habari na mawasiliano.

1.3 Madhumuni ya Utafiti

Utafiti huu ulidhamiria kutimiza malengo yafuatayo:

- (i) Kuchunguza aina mbalimbali za uhalifu katika mitandao hasa *Facebook* na baruapepe.
- (ii) Kuhakiki mikakati ya ushawishi inayotumiwa na wahalifu kwenye *Facebook* na baruapepe.
- (iii) Kuchanganua mbinu za lugha kama zinavyojitokeza katika jumbe za kihalifu kwenye *Facebook* na baruapepe.

1.4 Maswali ya Utafiti

- (i) Je, ni uhalifu wa aina gani unaojitokeza katika *Facebook* na baruapepe?
- (ii) Ni mikakati ipi ya ushawishi inayotumiwa na wahalifu kwenye *Facebook* na baruapepe?
- (iii) Je, ni mbinu zipi za lugha zinazotumiwa katika jumbe za wahalifu kwenye *Facebook* na baruapepe?

1.5 Sababu za Kuchagua Mada

Kutokana na ongezeko la visa vya uhalifu katika mitandao kila mara, wasiwasi, habari za uzushi, upotoshi na hasara kubwa imeshuhudiwa. Mtafiti alichochewa na hali kwamba mawasiliano ya jumbe za baruapepe na *Facebook* huwa wazi, jambo ambalo lilitia hamu ya kutaka kujua aina za uhalifu, mikakati inayotumiwa na wahalifu hawa kufaulisha gharadhi zao za kihalifu na mbinu za lugha zinazotumiwa katika jumbe hizi. Sababu ya kwanza ni kuwa mitandao inaoneka kupiga hatua kubwa kwa kuwa inaweza kupatikana kwa urahisi. Pia kuna huduma mbalimbali za mitandao na asilimia kubwa ya watu duniani kote wanaitumia katika mawasiliano kwa njia ya kasi. Maendelezi haya ya kisasa ya kiteknolojia yamesababisha changamoto nyingi kwa watumiaji wa mitandao hii. Hivyo ni muhimu watu kuzifahamu changamoto hizi na athari zake pamoja na mbinu mwafaka za kujikinga kutokana na uhalifu ambao unaoneka kukua kwa kasi.

Sababu nyingine ni kuwa, Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yanaathiri namna watu wanavyotagusana na kutumia lugha. Kutokana na haya, ni muhimu watu wafahamu mabadiliko mengi ya matumizi ya lugha yanayotumiwa na wahalifu katika miktadha ya mitandaoni ili kujihadhari na kuzuia visa hivi ambavyo vinabadilisha mitandao kutoka majukwaa ya kushirikiana hadi kuwa shambiro. Matokeo ya utafiti ni ya kutoa mchango huu. Zaidi ni kuwa, hakuna utafiti ambao huwa umekamilika. Hii hutokana na hali kwamba wahakiki na watafiti hutofautiana kwa mitazamo na mabadiliko katika jamii kiwakati na kijamii. Japo utafiti umefanywa katika matini za mitandaoni ukichunguza uhalifu katika mawasiliano kwenye mitandao, kungali na pengo la kuzibwa katika mazungumzo ya baruapepe na *Facebook* kwa kuzingatia mabadiliko na athari za lugha. Uchunguzi wa kauli hizi za mitandaoni unatoa mchango katika Isimu hasa kwa kuonyesha jinsi kauli tofauti zinaweza kuchanganuliwa kwa uzingativu wa maana mbalimbali katika muktadha wa mitandaoni.

1.6 Upeo wa Mipaka

Utafiti huu ni wa Kiisimu katika tagaa la Isimu-mtandao na ulijikita katika kuchunguza uhalifu katika mitandao. Utafiti ulilenga matumizi ya lugha katika jumbe za kihalifu kwenye *Facebook* na baruapepe. Mtafiti aliegemea katika matini za kihalifu katika jumbe za *Facebook* na baruapepe kwa sababu huduma hizi za mawasiliano hutumiwa na idadi kubwa ya watu ikilinganishwa na huduma nyinginezo za mitandao. Watu wengi hutumia huduma hizi za mawasiliano katika matangazo ya mikutano rasmi, masomo, biashara, shughuli za kidini, kujiburudisha na shughuli za kuunganisha watu kwa njia ya mapenzi. Zaidi ni kuwa, uhalifu katika mitandao hii miwili umekithiri. Kutokana na haya, mtafiti aliamua kuitafitia na kuacha mitandao mingine. Mtafiti alikusanya jumbe mia moja zikiandamana na picha kwa njia ya kupakua kwenye *Facebook* na baruapepe pasipo kufungwa na wakati zilipotumwa kisha kuzichuja hadi arubaini na saba huku akizingatia madhumuni ya kazi yake. Hii ilimsaidia mtafiti kupata data ya kutosha na kuyajibu maswali ya utafiti.

SURA YA PILI

MAPITIO YA MAANDISHI NA MISINGI YA NADHARIA

2.1 Utangulizi

Sura hii ilieleza na kufafanua baadhi ya kazi zilizokwisha kufanywa na wataalamu mbalimbali kuhusiana na mitandao ikifungamana na uhalifu, mikakati ya ushawishi katika jumbe za kihalifu na mbinu za lugha zinazotawala jumbe hizi za kihalifu. Ilihusisha mapitio ya vitabu, majarida na kumbukumbu ambazo zilihusiana na mada ya utafiti. Mapitio ya maandishi yalimwezesha mtafiti kupata mwelekeo wa yale ambayo yametafitiwa na mchango wake katika kazi yake. Mapitio haya yalipangwa kwa kuzingatia madhumuni ya utafiti. Nadharia za utafiti pia ziliweza kuangaziwa kwa kina. Utafiti huu uliongozwa na nadharia ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ya Herring (2001) pamoja na nadharia ya Ushawishi ya Aristotle (384 KK-322 KK) ambayo imeendelezwa na kukuzwa na Hovland (1953) na Ciadini (1984).

2.2 Mapitio ya Maandishi

2.2.1 Aina mbalimbali za Uhalifu wa Mitandaoni

Walden (2005) katika utafiti wake kuhusu uhalifu wa mitandaoni alipendekeza kupunguzwa kwa habari za kibinafsi ambazo mtu hutoa kwenye mitandao ya kijamii ikiwa ni njia moja ya kuzuia unyemeleaji kutoka kwa wahalifu. Habari ambazo huhusiana na anwani ya mtu alipo, anwani ya baruapepe pamoja na nambari za simu zinafaa kutoandikwa kwenye maelezo ya mtu ya mitandaoni. Kuwa katika hali ya unyamavu na kutofahamika ulipo ni njia bora ya kujizuia kutokana na wahalifu wa mitandaoni. Maoni yake ni muhimu kwa kuwa yanafafanua jinsi uhalifu wa mitandaoni hutekelezwa na namna ya kujizuia. Maoni yake ni muhimu kwa kuwa yalitoa mchango kwa utafiti huu kwa kutoa suluhu mojawapo na njia za kujizuia kutokana na uhalifu wa mitandaoni. Tofauti ya tafiti hizi ni kuwa, wake ulijumlisha tu uhalifu katika mitandao ya kijamii na kutoa njia mwafaka za kujikinga ila huu ulifafanua aina za uhalifu, mbinu za lugha kwenye jumbe hizi za kihalifu na mikakati ainati ya ushawishi kwenye jumbe za kihalifu katika mtandao mmoja wa kijamii (*Facebook*) na usio wa kijamii (baruapepe).

Maendeleo ambayo yameshuhudiwa katika intaneti yametufanya kuunganika kidijitali na mitandao ya kijamii pamoja na mitandao mingine ya kutafuta wachumba kama *Facebook, Instagram, Tinder* na *Twitter* (Finkel, E.J. na wenzake, 2014). Mitandao hii

ya kijamii huwezesha mawasiliano ya mitandaoni pamoja na kutoa nafasi ya kujenga uhusiano wa kimapenzi na watu wengi kutoka katika mataifa mengi ulimwenguni. Tafiti zao zilijenga utafiti huu kimaoni kwa kuonyesha namna mitandao ya kijamii huwa jukwaa mwafaka la wahalifu kuendesha uhalifu wao huku wahalifu wakijifanya kuwa wanatafuta wapenzi. Utafiti wa awali haukushughulikia matumizi ya lugha kama yanavyotumiwa na wahalifu kutekeleza uhalifu pamoja na mikakati mbalimbali ya ushawishi inavyotumiwa na wahalifu hawa wa mitandaoni ili kuwatapeli watu.

Peretti K. K. (2008) anasema kuwa, watu wamekuwa kwenye hatari ya kupoteza habari muhimu za kibinafsi, hali hii hutumiwa kutekeleza uhalifu wa vitambulisho kabla ya kuzinduliwa kwa intaneti. Wahalifu wa mitandaoni huwaacha mamia au maelfu ya watu katika hatari ya wizi wa vitambulisho, udukuzi na wizi wa data muhimu. Kwa kutumia njia hii ya vitambulisho, wahalifu huingilia mitambo ya tarakilishi za mawakala wa serikali, vyo vikiu, vituo vya kutoa huduma za fedha na kampuni za kutoa huduma za kadihela na kuwaibiwa watu habari muhimu za kibinafsi. Utafiti wake japokuwa haujajengeka katika misingi yoyote ya nadharia kama utafiti huu, ni muhimu kwa sababu umegusia jinsi uhalifu wa vitambulisho hutekelezwa na athari zake kwa watu hivyo utakuwa na mchango wa kimaoni kuhusu aina za uhalifu. Kadhalika, utafiti wa Peretti haukuonyesha namna lugha inavyotumiwa mitandaoni na mchango wake katika kufaulisha uhalifu.

Peretti K. K (2009) anadai kuwa, intaneti huwezesha na kuwapa wahalifu nafasi nzuri ya kuwasiliana kati ya mmoja na mwingine, kufanya biashara zilizo haramu pamoja na kuwasiliana kwa kutuma ujumbe. Mawazo yake ni muhimu kwa sababu yalionyesha namna intaneti husaidia wahalifu kwenye mitandao kuendesha uhalifu kama udukizaji, kutuma picha chafu, kushambuliana, kuumbuana na hata vitisho. Bila kuwepo kwa intaneti, ni vigumu sana kutekeleza uovu ule. Japokuwa utafiti wa awali haukuonyesha aina mbalimbali za uhalifu isipokuwa tu kutaja mchango wa intaneti katika uhalifu, utafiti wa awali ulikuwa wa manufaa kwa mtafiti kwa kuujaliza kimawazo. Zaidi ni kuwa utafiti wa awali haukuchunguza mbinu za lugha zinazotawala jumbe za kihalifu pamoja na mikakati mbalimbali ya ushawishi inayofungamanishwa na jumbe hizi.

Brenner (2010) anadai kuwa, tarakilishi na intaneti zimesaidia katika usambazaji wa picha za ngono zinazowahusisha watoto hivyo kuruhusu wahalifu au wafanyao biashara hizi kupakua picha, kupata jumbe, kuweka picha na kuzisambaza bila kutagusana na

mwathiriwa au mlengwa. Matokeo ya utafiti huu yalifafanua kinaganaga mchango mkubwa wa vifaa vya kisasa vya mawasiliano kama tarakilishi na uhusiano wake na intaneti katika kutekeleza mawi. Utafiti wake ulikuwa na faida kubwa kwa kuwa mtafiti alishughulikia uhalifu mmoja kati ya mwingi utendekao kwenye mitandao. Tofauti ya utafiti wa Brenner na huu ni kuwa hakushughulikia mikakati ya ushawishi kwenye jumbe hizi za kihalifu pamoja na mbinu za lugha zinazotumiwa na wahalifu ili kufaulisha uhalifu.

Oelemans (2010) anasema kuwa, wahalifu wa mitandaoni husambaza picha za ngono kwa sababu ya huduma nyingi za mitandao kama vile, baruapepe na mitandao mingine ya kijamii. Kerr na wenzake (2010) wanasema kuwa udukizaji ni tendo ambalo huchangia sana katika uhalifu wa mitandaoni. Hiki ni kitendo cha kimakusudi cha kuingilia kompyuta pamoja na data iliyohifadhiwa ili kupata ujumbe fulani. Udukizaji katika tarakilishi hutekelezwa kwa kuharibu nywila, kuondoa jina la siri, kulaghai msimamizi katika idara ili atoe nywila na jina husika la tarakilishi ili kusaidia kutekeleza uovu. Koops na wengine (2010) wanadai kuwa intaneti huwaruhusu wahalifu kupata kibali cha kuingilia tarakilishi hata katika kiwango cha ulimwengu. Tafiti hizi zimejikita katika uhalifu wa mitandaoni, vitendo vinavyofaulishwa na huduma za intaneti. Kazi hizi ziliufaa utafiti huu wa sasa kwa sababu zilishughulikia suala la uhalifu wa mitandaoni hivyo ziliuboresha kimaoni. Utafiti wa sasa uliongozwa na nadharia ya Ushawishi pamoja na nadharia ya Uchanganuzi wa Kiupatanishi ya Kitarakilishi huku zikichunguza jinsi lugha inavyotumika mitandaoni na mikakati ya ushawishi tofauti na utafiti wa awali uliofafanua aina chache za uhalifu.

Clough (2010) anadai kuwa, ili utekeleze uhalifu kwenye tarakilishi, wahalifu mara nyingi hutumia programu zisizojulikana na kutambulika kwa urahisi na zilizo na athari kwa tarakilishi zingine kwa kusababisha uharibifu. Matokeo yake yalidhihirisha kuwa tarakilishi nyingi huathiriwa kwa njia ya programu ziletazo uharibifu kwa njia ya virusi. Programu hizi husambazwa kwa njia ya ujumbe wa baruapepe na kiambatisho ambacho ni hatari na hutumwa katika mitandao ya kijamii ikihitaji mtu uweze kupakua ujumbe uliofungamanishwa na video za kisasa. Programu hizi huwezesha wahalifu kuingilia tarakilishi nyingi duniani na kusababisha uharibifu. Ingawa utafiti huu haujajengeka kwa misingi ya nadharia ya Ushawishi kwa kushughulikia mikakati ya ushawishi,

ulisaidia mtafiti kwa kuwa ulijikita katika mojawapo ya uhalifu wa mitandaoni hivyo ni msingi bora katika suala la uhalifu.

Clough (2010) alidokeza kuwa, uhalifu wa mitandaoni ni mojawapo ya uhalifu uliokua sana. Urahisi wa mawasiliano katika mitandao, kiwango na uwezo wa wahalifu kutojulikana na waathiriwa katika mitandao pamoja na urahisi wa kuwasiliana ni sababu zinazowafanya wahalifu kuongezeka. Matokeo yake yalidhihirisha kwamba watu wengi hawafahamu utapeli unaotumia jumbe za baruapepe na hukusudia kuwadanganya watu kutuma fedha. Alionyesha zaidi kuwa utapeli wa mitandaoni ni sehemu pana sana. Utapeli huu huweza kutekelezwa kwa kutumiwa ujumbe wa kawaida, baruapepe na huwashawishi watu kuufungua. Ujumbe huu mara moja huwaelekeza wahalifu kwenye tovuti za benki ambazo hupakuliwa na kuingia kwenye tarakilishi za wahalifu. Hali hii husababisha tarakilishi ya mwathiriwa kushambuliwa. Mwathiriwa anapojaribu kutuma pesa kwa njia ya mtandao, pesa hizo huingia mara moja kwenye tarakilishi ya mhalifu. Utafiti wa Clough uliufaa utafiti huu kwa sababu ulishughulikia utapeli wa fedha mitandaoni hivyo ni msingi bora katika suala la uhalifu kwa ujumla. Tofauti ya utafiti huu na wake kuwa hakushughulikia mbinu za lugha pamoja na mikakati ya ushawishi ilivyotumiwa na wahalifu ili kutekeleza uovu.

Jenkins na wenzake (2011) wanadai kuwa, tangu mwaka wa 1990 watoto wamehusishwa katika ponografia, tendo ambalo limekuwepo kwa ajili ya kuwepo kwa mitandao. Utafiti wake ulieleza kuwa watoto huhusishwa katika vitendo vya ngono, picha za ngono na filamu kwa ajili ya huduma za intaneti. Utafiti wake ingawa haukushughulikia mbinu za lugha pamoja na mikakati ya ushawishi katika jumbe hizi za ponografia, ulifafanua uhalifu mmoja miongoni mwa mingine mingi unavyofaulishwa na huduma za intaneti. Uliufaa utafiti huu kimawazo kwa kuonyesha jinsi wahalifu hutumia intaneti kwa njia isiyofaa kutekeleza masi ambayo mwishowe huwa na athari hasi kwa walengwa.

Dashora (2011) anaeleza kuwa, mitambo ya tarakilishi huwa katika hatari ya kushambuliwa na wahalifu kutokana na uwezo wake wa kuhifadhi data katika nafasi ndogo, kupatikana kwa data kwa urahisi, mapuuza ya watu na utata wake. Tarakilishi huwa na uwezo wa kupunguza data kubwa kuwa katika sehemu ndogo na mitambo mingi isiyolindwa huwa katika hatari kubwa. Hatari hii ni ya kushambuliwa na wahalifu wa mitandaoni kwa kutumia programu hatari kwa njia ya siri wakilenga kupata kodi

kwa minajili ya kuhatarisha usalama wa mifumo ya tarakilishi. Maoni ya Dashora ni muhimu kwa sababu yalionyesha jinsi wahalifu hutumia ufahamu wao wa teknolojia kutekeleza uhalifu. Anafafanua njia zote ambazo wahalifu wanaweza kuzitumia ili kupata nafasi ya kupata data ya kibinafsi ya mtu. Maoni yake yanaoana na ya utafiti huu kwa sababu yalikusudia kuchunguza aina za uhalifu katika *Facebook* na baruapepe. Dashora alifafanua njia ambazo hutumiwa na wahalifu kuingilia data za watu kwenye tarakilishi ikiwa ni mojawapo ya uhalifu, hivyo maoni yake yaliujenga utafiti huu pakubwa. Tofauti iliyopo na utafiti huu ni kuwa, Dashora alilenga uhalifu katika tarakilishi pekee bila kushughulikia mbinu za lugha na mikakati ya ushawishi inayotumiwa katika jumbe hizi za wahalifu.

Hogben na wenzake (2011) wanadokeza kuwa, tarakilishi moja inaweza ikaunganishwa na tarakilishi zingine kwenye seva moja na kudhibitiwa na mtu mmoja. Wahalifu hutumia mbinu hii kutekeleza uhalifu kama vile kutuma idadi nyingi za jumbe za baruapepe kwa watu wengi, kupakua data za siri na za kibinafsi na huathiri tarakilishi kwa kutumia virusi ambavyo huleta uharibifu. Ingawa utafiti huu umejikita katika mitandao kwa jumla na haujajikita katika misingi yoyote ya kinadharia, ulikuwa na mchango mkubwa kwa utafiti kimaoni kwa sababu ulishughulikia uhalifu kwa njia ya kuunganisha tarakilishi nyingi, suala ambalo mtafiti alichunguza katika *Facebook* na baruapepe akiongozwa na nadharia ya Ushawishi na nadharia ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi wa Kitarakilishi.

Schaffer (2012) anafafanua kuwa, katika intaneti huwa kuna mpango wa uwekezaji usiokuwa halali ambapo watu huhitajika kuweka pesa na huhusisha tovuti kama njia ya kushirikiana, kuwasiliana na kufanya shughuli za biashara. Waanzilishi wa miradi hii hutoa hazina isiyo na leseni na ushauri wa kuwekeza kwa walengwa wasiofahamu uhalifu huu. Uhalifu wa aina hii huahidi malipo mazuri ambayo hupatikana bila kueleza zaidi kuhusu hasara inayoweza kupatikana. Watu wanaoanguka kwenye mitego hii ya uwekezaji wa kilaghai kwenye intaneti huvutiwa na kupotoshwa na kauli za watu wengine wanaojifananisha na wataalamu na hatimaye huathiriwa na udanganyifu huo. Utafiti wake haukushughulikia mbinu za lugha pamoja na mikakati ya ushawishi katika uhalifu wa uwekezaji wa kilaghai. Hata hivyo, ulitoa mchango kabambe ya namna uhalifu wa kuwekeza hujitokeza huku ukiwezesha sana na huduma za intaneti.

Whitty na Buchanan (2012) wanadai kuwa, uhalifu wa kimapenzi kwenye mitandao ulijitokeza mwaka wa 2007-2008 na asili yake ilikuwa uhalifu wa karatasi za baruapepe. Ilikadiriwa kutokana na uchunguzi wa uwakilishi wa kitaifa kuwa watu 230,000 walikuwa wamelaghaiwa na wahalifu wa kimapenzi wa mitandaoni nchini Uingereza pekee. *The United Kingdom's Serious Organised Crime Agency (SOCA)* ilidai kuwa hasara iliweza kuwa kati ya dola 50 na dola 240,000. Walioathirika ni watu wa umri wote wanaume kwa wanawake (Whitty na Buchanan, 2012). Tafiti zao za awali ni muhimu kwa utafiti huu kwa sababu waliangazia uhalifu wa kimapenzi katika baruapepe hivyo ni muhimu kwa mtafiti kwa kuujenga kimaudhui. Tofauti ni kuwa utafiti huu uliangazia baruapepe na *Facebook* na sababu za uhalifu kuendelea bila kugunduliwa pamoja na kuchunguza jinsi lugha inavyofaulisha uhalifu wa kimapenzi, sehemu ambazo hazikushughulikiwa na watafiti hawa.

Hu, Y. na wenzake (2013) wanafafanua kuwa wahalifu huunda tovuti ghushi zilizo na michezo huku wakihusisha anwani ambazo zinafanana na tovuti halisi. Mchezaji asiyefahamu hutishwa na tovuti zilizoundwa kwa nia fiche pamoja na mitego inayowawezesha wahalifu kuiba data na kusababisha hasara kubwa baada ya kupoteza fedha. Tafiti za awali ziliufaa utafiti huu kimawazo kwa kuangazia njia fiche zinazotumiwa na wahalifu wa mitandaoni kuwaibia watumiaji wa mitandao hela. Tofauti kubwa ya maoni yao na utafiti wa sasa ni kuwa, hawakuchunguza kwa kinaganaga namna lugha ya ushawishi ilivyotumiwa kutekeleza uhalifu na mbinu za lugha zilizo kwenye jumbe hizi za kihalifu.

Razzaq, A. na wenzake(2013) wanasema kuwa, uhalifu ambao hukusudiwa kuleta uharibifu kwenye mitandao na tovuti huhusisha kuingilia data kwa njia ya kuiharibu bila kuiiba. Hali hii huhusisha kuingilia huduma za intaneti kwa kuzifanya kutofanya kazi au kukatiza ufanyikazi wake kabisa. Uhalifu huu huzuia watumiaji kutoitumia kwa sababu ya kulemaza huduma zake. Uhalifu huu unalinganishwa na bomu lililoundwa kwa muda fulani kisha kulipuka na kusababisha madhara kwa walengwa. Utafiti wao ni wa manufaa kwenye utafiti huu kimawazo kwa kuujenga kimaudhui. Zaidi ni kuwa, ulionyesha jinsi wahalifu huingilia mitandao ya kijamii na kuiharibu wakiwa na kusudi la kulemaza mawasiliano huku wakilenga kutekeleza maovu zaidi. Tofauti iliyopo ni kuwa, utafiti wao haukushughulikia mbinu za lugha pamoja na mikakati ya ushawishi inayotumiwa na wahalifu wa mitandaoni kuwatapeli walengwa au watumiaji.

Bregant, J., na Bregant, R. (2014) wanasema kuwa, ongezeko la kasi la tarakilishi na mitandao katika maisha ya kisasa limewapa wahalifu fursa na mwanya wa kutekeleza uovu wao, suala ambalo limetatiza hadi vikosi vya kiusalama. Uhalifu wa mitandaoni unahusisha uovu mwingi kama vile uingiliaji wa tarakilishi na kupata habari muhimu bila ruhusa, udukuzi, ulaghai, wizi wa vitambulisho, ufujaji wa raslimali miongoni mwa mengine. Njia nyingi za kutekeleza uhalifu wa mitandaoni ni kama vile kutumia virusi vinavyoathiri tarakilishi. Utafiti wao ni muhimu kwa sababu uliangazia aina mbalimbali za uhalifu kwenye mitandao kwa ujumla hivyo ni msingi katika kufahamu uhalifu katika *Facebook* na baruapepe. Tofauti ya maoni ya watafiti hawa na huu ni kuwa walijumlisha uhalifu bila kujiegemeza katika mitandao ya *Facebook* na baruapepe. Zaidi ni kuwa, hawakuweka misingi ya kinadharia katika utafiti wao kama ilivyo katika utafiti huu pamoja na kuchunguza mikakati ya ushawishi na mbinu mbalimbali za lugha zinazotawala jumbe hizi za kihalifu.

UNODC (2014) ambayo ni programu ya kidunia inayoshughulikia uhalifu wa mitandaoni pamoja na Europol (2015) ambalo ni shirika la kidunia ambalo hupigana na kila aina ya uhalifu wa kimataifa, uhalifu wa kupangwa na mashambulizi ya kigaidi linadai kuwa ongezeko la biashara haramu za ulanguzi wa mihadarati mitandaoni zinatokana na huduma za intaneti. Hii ni ithibati tosha kuwa intaneti huwapa wahalifu jukwaa la kufanya biashara hizi haramu. Tafiti hizi zilijikita katika biashara haramu za mitandaoni kwa hivyo ziliufaa utafiti huu kimawazo kwa sababu zilishughulikia aina mbalimbali za uhalifu katika *Facebook* na baruapepe. Tofauti iliyopo ni kuwa tafiti za awali ziliangazia mitandao ya kijamii kwa jumla na hazikujikita katika misingi yoyote ya nadharia. Utafiti wa sasa ulijikita katika mitandao ya *Facebook* na baruapepe na uliongozwa na nadharia ya Ushawishi na nadharia ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Zaidi ni kuwa, tafiti zao hazikushughulikia mbinu za lugha na mikakati ya ushawishi inayojitokeza kwenye jumbe za kihalifu katika mitandao.

Kopp, C. na wenzake (2017) wanasema kuwa, mabadiliko katika intaneti kwa njia isiyo ya moja kwa moja yamejenga jukwaa la wahalifu kutumia mitandao kujitafutia fedha. Kadhalika, uchumbianaji katika mitandao ya kijamii kwa kutumia intaneti limekuwa suala la kawaida ambalo huchangia sana katika kutafuta wapenzi. Wahalifu wa mitandaoni wamepata mwanya mzuri na kuanza kutumia jukwaa hili kutekeleza

uhalifu. Uhalifu huu umefaulu kwa sababu ya kutojulikana kimuundo na sababu zake kufaulu. Maoni ya watafiti hawa ni muhimu katika utafiti wa sasa kwa sababu walishughulikia vijihadithi vya mapenzi vinavyowasilishwa na wahalifu wakiwa na nia ya kuwanasa walengwa. Huu ni mojawapo ya uhalifu wa mitandaoni. Tofauti ni kuwa tafiti zao zililenga tu mitandao yote kwa jumla na kujikita katika hadithi za wahalifu kwa walengwa ila huu ulijikita katika njia mbalimbali zinazotumiwa na wahalifu kwenye *Facebook* na baruapepe hadi kufikia kiwango cha kutekeleza uhalifu. Pia, hawakuonyesha mbinu mbalimbali za lugha katika jumbe hizi za kihalifu kama ilivyo kwenye utafiti huu.

Chua-am, M. (2018) anasema kuwa, biashara ya kubadilishana na kuuza sarafu kwenye mitandao ni suala la kidunia kwa ajili ya wingi wa watu wanaoshiriki pamoja na faida kubwa inayotokana nayo. Kutokana na haya, wahalifu wanatumia mwanya huu kuwadanganya walengwa wasio na ufahamu. Utafiti wa Chua ulikuwa wa mchango kwa mtafiti kwa kuonyesha kinachowafanya washiriki katika biashara hizi kutapeliwa. Tofauti ni kuwa utafiti wake uliangazia tu biashara ya kubadilisha na kuuza sarafu bila kushughulikia mikakati mbalimbali inayotumiwa na wahalifu hawa kuwashawishi watu na mbinu mbalimbali za lugha kwa minajili ya kuwashawishi walengwa. Maoni ya utafiti wake yalikuwa na faida kubwa kwa mtafiti kwa kuwa yalifafanua mojawapo ya uhalifu wa mitandaoni.

Jones (2021) anaeleza kuhusu ponografia za kulipiza kisasi au vitendo vya kuchapisha nambari za wapenzi kwenye mitandao ya kijamii kama njia moja inayoathiri walengwa kwa njia iliyo hasa hasa kiafya. Hali hii huwafanya waathiriwa kupatwa na hisia za aibu ambazo hatimaye husababisha majuto baada ya picha za siri kuwekwa na kuanikwa kwenye mitandao ya kijamii. Utafiti wa awali na wa sasa unafanana kwa kushughulikia uhalifu wa ponografia kwenye mitandao ya kijamii. Tofauti ni kuwa utafiti wa sasa ulichunguza jinsi lugha inavyotumiwa kama nyenzo ya kufaulisha uhalifu pamoja na mikakati mbalimbali ya ushawishi katika jumbe za kihalifu za *Facebook* na baruapepe. Utafiti wa awali haukujikita katika matumizi yoyote ya lugha.

2.2.2 Mikakati ya Ushawishi katika Mitandao

Lea, S. E. na wenzake (2009) walifafanua kwa kina mikakati ya ushawishi wakielezea kuhusu Saikolojia inavyohusiana na uhalifu. Utafiti wao ulieleza kuwa watu kujipata katika mitego ya kulaghaiwa ni kwa ajili ya kufanya maamuzi na wahalifu, kujenga hali

fulani nao, hali ambayo huongeza uwezekano wa kufanya uamuzi. Wanaamini kuwa aina mbalimbali za uhalifu katika jumbe na mitindo ya ushawishi huvutia zaidi. Walidhihirisha kuwa utambuzi (kujiamini sana katika mada fulani) na motisha hufafanua sababu za kisaikolojia zinazowafanya watu kujibu jumbe za kihalifu. Utafiti wa awali ulimfaa mtafiti kimawazo kwa kuonyesha sababu za watu kujibu jumbe za wahalifu na mikakati tofauti inayotumiwa na wahalifu hawa kwa minajili ya kushawishi. Tofauti ni kuwa tafiti za awali hazikuangazia namna mbinu za lugha zinavyotumiwa kupamba jumbe za kihalifu hadi kiwango cha kuwashawishi walengwa.

Lea na wenzake (2009) na Rusch (1999) walidai kuwa, wahalifu hutumia mikakati ya ushawishi ya kiwango cha juu zaidi katika uuzaji wa bidhaa kuwaibia watu. Uchunguzi huu ulionyesha ufundi wa kiwango cha juu cha ushawishi kutoka kwa wahalifu kama vile kutoa ahadi ambayo ni ya muda fulani, wanaweka makataa ya kupata zawadi katika mitandao na kufupisha kipindi cha utoaji wa huduma fulani. Hali hii huwafanya watu kufanya uamuzi kwa njia ya kuwaza kwa muda mfupi sana. Ni dhahiri kuwa mtu anapofanya uamuzi wa haraka huenda akafanya makosa ambayo mwishowe atayajutia. Utafiti huu ulikuwa wa manufaa kwa mtafiti kwa sababu aliangazia ufundi zaidi unaotumiwa katika jumbe za mitandaoni kuwashawishi watumiaji. Tofauti ya tafiti zaona huu ni kuwa, utafiti huu ulishughulikia ushawishi katika jumbe za kihalifu ila zao zilishughulikia biashara kwa ujumla.

Fadhilah (2010) alichunguza mikakati ya ushawishi inayotumiwa na watangazaji wa bidhaa katika runinga. Utafiti huu ulionyesha kuwa mtangazaji katika matangazo ya kibiashara ya *DRTV* alitumia mikakati mingi ya ushawishi huku akiongozwa na nadharia ya Gorys Keraf ili kuwashawishi watazamaji wake. Mikakati ya ushawishi iliyotumiwa ni kama vile; kutumia urazini, utambulisho, upendekezaji, makubaliano, utoaji wa fidia na uhamishaji. Mbinu hizi za ushawishi ziliwasilishwa kwa kutoa ithibati ya bidhaa zinavyofanya kazi na kuonyesha uhalali na uzuri wake halafu baadaye kuibua athari chanya ya mawazo kwa wateja wake. Mtangazaji alitumia kila aina ya mbinu kuonyesha wateja wake kuwa bidhaa zingine hazifai kutumiwa isipokuwa zake. Utafiti wake uliufaa utafiti huu pakubwa kwa kuwa alishughulikia mikakati inayotumiwa kuwashawishi watu katika matangazo ya biashara kwenye runinga, sawa na utafiti huu ulioshughulikia mikakati ya ushawishi katika jumbe za kihalifu za mitandaoni. Tofauti

inayojitokeza ni kuwa utafiti wa Fadhilah haukulenga jumbe za kihalifu pamoja na mbinu za lugha katika matangazo haya ya biashara.

Schaffer (2012) anafafanua jinsi maudhui yanayofanana katika jumbe za kihalifu hutumiwa na wahalifu ili kuwashawishi walengwa. Utafiti wake ulionyesha namna asilimia kubwa ya jumbe za kihalifu zilivyotumia simulizi katika nafsi ya kwanza na ya pili ili kueleza hadithi zao na kushawishi kwa njia ya moja kwa moja kwa walengwa. Ingawa utafiti wa awali haukuchunguza mbinu mbalimbali za lugha kama zinavyotumiwa katika jumbe za kihalifu kushawishi, matokeo yake yalitoa mchango kwenye utafiti huu kwa kuangazia jinsi wahalifu wanavyotumia maudhui yanayofanana kutekeleza uhalifu wao. Kadhalika, utafiti huu ulionyesha mchango wa simulizi za wahalifu katika nafsi ya kwanza na ya pili ili kufaulisha uhalifu.

Nabea (2014) alichunguza vipengele muhimu katika jumbe za baruapepe pamoja na mikakati ya ushawishi inayotumiwa na wahalifu katika jumbe hizi. Uchunguzi wake ulionyesha kuwa vipengele muhimu vinavyotawala jumbe hizi ni kama vile; muundo maalum, utangulizi, maelekezo, vitendo tatanishi, utathmini na hitimisho. Matokeo yake yalionyesha kuwa ushawishi wa wahalifu hawa katika baruapepe hutokana na masuala ya kijamii pamoja na kiuchumi. Masuala ya kijamii na kiuchumi huwapa wahalifu msukumo mkubwa kuandika jumbe hizi zenye mvuto huku wakinuia kubadilisha mitazamo yao katika masuala mbalimbali. Kazi ya mtafiti ilitumia msingi wa nadharia ya Majadiliano ila utafiti wa sasa ulijikita katika nadharia ya Ushawishi na nadharia ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Kazi yake iliujenga utafiti huu kimawazo na kinadharia ijapokuwa wa awali haukushughulikia jinsi mbinu za lugha zinavyotumiwa pakubwa kuendeleza uhalifu huu wa mitandaoni. Zaidi ya hayo, mtafiti alitafitia baruapepe pekee ila utafiti huu ulishughulikia aina mbalimbali za jumbe za kihalifu kwenye *Facebook* na baruapepe.

Naksawat, C. na wenzake (2016) wanadokeza vipengele saba vya ushawishi kama vilivyotambuliwa na (Dyrud, 2005) na Manson (2011) ambavyo hufanya uhalifu wa mitandaoni kufaulu. Vipengele hivyo ni pamoja na: kubinafsisha uhalifu, kuchochea hamu angavu ya kupata hela, imani, kuwauliza walengwa kuchukua hatua chache na kuzifuata, kujenga uhalali na uaminifu na kuweka makataa bandia. Maoni haya ya watafiti yalifaa mtafiti kwa kudokeza visehemu muhimu ambavyo hujitokeza katika mazungumzo ya wahalifu kwenye mitandao, hii ikiwa njia moja ya kushawishi. Tafiti

za awali zilikosa kuangazia aina mbalimbali za uhalifu pamoja na mbinu za lugha ambazo husheheni jumbe hizi za wahalifu kwenye mitandao.

Tan, Z., na wenzake (2020) kwenye *BitcoinGael* ambayo ni makala ya biashara ya sarafu ya kidijitali, wanasema kuwa makala haya yalikusisha ushawishi kwa njia ya hisia na kwa mbinu mbalimbali ili kuchochea majibu kutoka kwa wasomaji. Lugha iliyojaa hisia kamavile, ‘mshtuko,’ ‘bahati ya kulipua akili’ na ‘kugeuka mara moja’ kujenga hamu ya uchangamfu na udharura ilitumika pakubwa. Maneno ya aina hii yametumiwa ili kuibua hisia chanya na hamu ya kupata mafanikio sawa na haya. Kushiriki hali za watu ambao walipata mafanikio na mabadiliko ya kifedha yaliyoshuhudiwa kupitia *BitcoinGael* yanavutia uelewa wa wasomaji na kutoa kauli zenye matumaini na uwezekano. Utafiti wao uliufaa utafiti huu kinadharia na kimawazo kuhusiana na mikakati mbalimbali ya ushawishi kama inavyojitokeza katika mazungumzo ya kibiashara. Kwa hivyo, mtafiti alipata kuelewa jinsi mkakati wa hisia hutumiwa na walaghai wa biashara za mitandaoni.

Tan na wenzake (2020) katika makala yaliyojadili kuhusu *BitcoinGael*, biashara ya fedha za kidijitali, mikakati ya maadili imetumiwa kwa wingi. Katika hatua ya kwanza, Mkurugenzi mkuu wa Air Asia, Tony Fernandes anasawiriwa kama mwenye mamlaka katika biashara hii ya fedha za kidijitali na uwekezaji. Kuhusishwa kwake katika mahojiano kunamwonyesha kama bingwa huku akieleza maarifa yake na uraibu kwenye uwanja huu. Kumhusisha mtu huyu kama anayeweza kuaminiwa ni njia moja ya kufanya makala yale yaweze kusadikika na kuwashawishi watu waweze kuona biashara hii kama halali ya kuwekeza. Zaidi, Fernandes kushiriki uzoefu na tajriba yake na *BitcoinGael* inaboresha zaidi maadili. Tafiti hizi zilitoa mchango kwenye utafiti huu kwa kuangazia jinsi mamlaka na maadili hutumika na wahalifu kwenye *Facebook* na baruapepe kuwashawishi walengwa pamoja na kutekeleza uhalifu. Utafiti wa awali haukushughulikia namna mbinu za lugha hutumiwa katika biashara hii ya mitandaoni.

Lee, na wenzake (2022) wanasema kuwa, kuhusisha jina la Waziri Mkuu Mahathir Mohamad katika makala ya ukuaji wa biashara ya ubadilishanaji na uuzaji wa sarafu katika mitandao ni mbinu ya kutaka kusadikika au kuaminika kwa kujinasibisha na mwanasiasa tajika. Utafiti wake uliufaa utafiti wa sasa kwa kuonyesha jinsi wahalifu hutumia mkakati wa mamlaka na uaminifu kuwafanya watumiaji wa mitandao ya kijamii kuziamini jumbe zilizotumwa ijapokuwa ni za kilaghai. Utafiti wa awali

haukuchunguza jinsi mitindo mbalimbali ya lugha inavyotumiwa kwenye mitandao ya kijamii ili kutekeleza uhalifu. Utafiti huu ulitoa mchango na maoni kuhusiana na biashara zinazofanywa mitandaoni.

Lee, Y., na Rhee, J. H. (2022) wakichunguza mkakati wa hisia kwa walengwa katika biashara za mitandaoni wanakiri kuwa makala yaliyoangazia ukuaji wa biashara ya *Bitcoin* huhusisha lugha yenye hisia na shuhuda nyingi ili kupata maoni chanya na kuongeza shauku kwa wasomaji au wasikilizaji. Matumizi ya virai kama “uhuru wa kifedha” na “kujipatia hela” vilitumiwa ili kuongeza matumaini na uchangamfu kwa wasomaji. Zaidi ni kuwa, ushuhuda wa Gon Peng Ooi ambaye ni mwanabiashara maarufu na aliyefaulu unawasilisha usimulizi wa kibinafsi ambao unachochea hisia na uaminifu wa makala haya. Maoni yao na matokeo ya utafiti yaliufaa utafiti huu kwa kuonyesha jinsi mkakati wa imani na uaminifu hutumiwa na wahalifu kutekeleza uovu. Ijapokuwa tafiti za awali hazikujikita katika mbinu za lugha na mtindo katika ushawishi, zilitoa mchango imara kwenye utafiti wa sasa kwa kuangazia jinsi ushawishi wa biashara za mitandaoni za kihalifu hufanyika.

Bakri, M. H. na wenzake (2023) walichunguza bahati inayotokana na biashara ya *Bitcoin*. Biashara hii huhusisha ubadilishanaji wa sarafu. Matumizi ya mkakati wa maadili yanadhihirika kwa kumsawiri Lim Guan Eng, mwanasiasa tajika kama mtu mwaminifu na aliyefaulu maishani. Yeye kama mtu anayejulikana, kuidhinisha biashara hii kunaongeza uaminifu na mamlaka kwayo. Kumsawiri kiongozi huyu kama mtu anayeeleza waziwazi kuhusu masuala yake ya fedha ni njia ya kuonyesha uaminifu na pia kushawishi walengwa. Kimaoni, utafiti wake uliufaa utafiti huu kwa kuangazia namna mkakati wa uaminifu wa ushawishi unavyotumiwa na wahalifu hasa wanaofanya biashara za mitandaoni kuwashawishi na kuwalaghai walengwa. Hata hivyo, utafiti wa awali ulichunguza tu biashara ya sarafu bila kuangazia mbinu za lugha zinazopatikana kwenye jumbe hizo za kihalifu.

2.2.3 Mbinu za Lugha Kwenye Jumbe za Kihalifu katika *Facebook* na *Baruapepe*

Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ambayo ni sawa na Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kielekroniki hufanyika kwa kutumia vifaa vya kielekroniki kama vile tarakilishi na simu. Kwa kuhusisha vifaa hivi, watu huweza kuwasiliana katika majukwaa mbalimbali kama: *Baruapepe*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* na *Whatsapp*.

Lugha ya mitandao ya kijamii husawiri baadhi ya sifa zinazohusishwa na mazungumzo ya maandishi au ya kusemwa. Georgakopoulou (1997) anadai kuwa lengo lingine la uchunguzi hukusudia jinsi washiriki hutagusana kama wanachama wa jumuiya ya mtandaoni. Watumiaji wa mitandao hii ya kijamii kwa mfano, huunda misimbo, kanuni za kuwasiliana na matumizi ya lugha ili kuthibitisha na kujadili uhusiano baina ya watu kama vile utagusano, mamlaka na udhibiti. Utafiti huu ulichanganua jinsi wahalifu hutumia mbinu mbalimbali za lugha kuendeleza shughuli zao za kijanja wanapowasiliana na watumiaji wa mitandaoni. Mbinu hizi za lugha ndizo hufaulisha ushawishi.

Utafiti wa lugha inayotumiwa katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi umelenga hasa sifa za baruapepe (Barron. N. S, 2003). Katika lugha ya baruapepe, ingawa imeandikwa, mtindo wake umeelezwa kama wa hotuba iliyoandikwa (Maynor, 1994). Hata hivyo, maingiliano kwenye mitandao ya kijamii yamehusishwa na sifa za kutumia lugha sawa na ya watu wanaozungumza ana kwa ana wakati washiriki wote wako mtandaoni kwa wakati mmoja. Msisitizo wa utafiti huu ni mazungumzo katika baruapepe na *Facebook*. Sifa za Kiisimu katika jumbe za wahalifu kwenye mitandao hii miwili zilichanganuliwa na kuelezwa. Maoni ya watafiti hawa yaliufaa utafiti kimaoni kwa kuonyesha sifa za jumbe za baruapepe zinazotumiwa na wahalifu kwa ajili ya kushawishi na kulaghai watumiaji.

Riga (2003) anatoa sifa zinazopatikana kwenye jumbe za baruapepe za kihalifu. Anasema kuwa, jumbe nyingi huonyesha kuwa zimeandikwa na watu wasiofahamu kuzungumza lugha ya Kiingereza. Jumbe nyingi zilionyesha upungufu mkubwa wa kufahamu lugha. Makosa ya kisarufi na tahajia yalijitokeza kama vile matumizi ya alama za kuakifisha vibaya, matumizi ya herufi kubwa vibaya, mpangilio mbaya wa maneno, matumizi ya viwakilishi visivyo na kuacha sauti fulani katika maneno. Matokeo yake yalionyesha kuwa waandishi wengi wa jumbe hizi za kihalifu kwenye baruapepe huwa wana ulegevu mwingi katika maandishi yao. Maoni yao yalisaidia kuziainisha jumbe hizi za kihalifu kwa kuzingatia jinsi lugha ilivyotumika kwenye *Facebook* na baruapepe na kuonyesha mchango wake katika kufaulisha uhalifu.

Vipengele vingi vya kuvutia ni vya kiasili katika mazungumzo yanayofanyika katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Mojawapo ya mambo haya ya kuvutia katika lugha ya mitandao ya kijamii ni kuwa huonyesha baadhi ya sifa zinazohusishwa

na mazungumzo yaliyoandikwa na kusemwa. Barners S. B. (2003) anasema kuwa lugha ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ya Kielekroniki ni mchanganyiko wa lugha ya maandishi na ya maneno ya mdomo. Sifa za lugha hii ni kama vile matumizi ya picha na herufi, imoji ili kuwakilisha vifaa au dhana fulani kama tabasamu, misimu na herufi pamoja na alama za uakifishi zilizotiliwa chuku (Anis na wengine, 2007). Utafiti huu uliangazia mbinu na sifa za lugha hii ya mitandaoni kwa kujikita katika jumbe za wahalifu. Maoni ya wasomi hawa yalitoa mchango katika utafiti huu kimaoni kwa kuonyesha sifa mbalimbali za lugha ya kielekroniki na mchango wake katika kufaulisha uhalifu.

Bloomaearts (2005) aliweza kuainisha baruapepe za kihalifu kwa kujumuisha zawadi za bahati nasibu, akaunti za mitandaoni ambazo hazitumiki, utoaji wa hisani na utoaji wa huduma za uokoaji. Utafiti wake ulidhihirisha kuwa jumbe za kihalifu kwenye baruapepe hukusudia kuiga jumbe ambazo ni halali na uandishi halali ingawa mara nyingi huwa na sifa na makosa mengi ya tahajia na sarufi legevu ambazo kwa kawaida hutofautiana na anwani ambazo zinabeba. Hii ni njia moja ambayo humsaidia msomaji ambaye amemakinika kujua kuwa jumbe zile ni za kilaghai. Utafiti wa awali ulionyesha sifa za lugha katika jumbe za kihalifu kwenye baruapepe sawa na utafiti huu uliochunguza jinsi lugha ilivyotumiwa na wahalifu kushawishi kwenye *Facebook* na baruapepe. Maoni yake yaliweka msingi wa kinadharia na kimaoni kwenye utafiti huu.

Maoni yanayotolewa kwenye kurasa mbalimbali za *Facebook* kwa nadra hulenga mada maalum. Yanaweza kulenga tu mada maalum ikiwa mada fulani imetolewa kujadiliwa hasa katika kipindi cha televisheni. Hali kama hii huhitaji watazamaji kutoa maoni yao maalum kuhusu kipindi kile. Perez-Sabater (2012) anasema kuwa *Facebook* kama mtandao wa kijamii wa mazungumzo hutumiwa kushiriki maoni ya siasa, michezo, elimu, burudani na hata biashara. Mbinu tofauti tofauti za lugha hutawala mazungumzo haya. Maoni haya ni muhimu kwa sababu yaliufaa utafiti huu kwa kuonyesha namna mbinu mbalimbali za lugha hujitokeza katika jumbe tofauti za kihalifu kwenye mitandao hii miwili.

Lugha inayotumika katika mitandao ya kijamii mara nyingi hukosa urasmi na hutofautiana. Blattner na Fiori (2009) wanasema kuwa wanaotagusana katika mitandao ya kijamii hasa *Facebook* hutumia misimu katika mawasiliano yao na lugha ya aina hii huwafanya wanaosoma kuwa na lugha nyingi ambazo haziwezi kufanana na lugha za

vitabuni na za idara. Maoni haya yanatiwa uzito na Crystal D. (2001) anayedai kuwa diskosi zinazofanyika katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kielekroniki hufafanuliwa kama aina mpya ya mawasiliano ambayo ni zaidi ya lugha mseto na maandishi kwa kuwa imekamilika na ina sarufi zake, lugha ya picha, misamiati na masharti ya kimatumizi. Watu wengi hutoa maoni kuwa matumizi ya lugha katika Mawasiliano ya Kielekroniki yanatambulika vyema kama sajili ya kipekee iliyojaa aina mbalimbali za matumizi ya lugha (Squires. L, 2010). Utafiti huu unathibitisha kuwepo kwa vipengele mbalimbali vya Kiisimu ambapo sarufi, misamiati na lugha ya picha imesawiriwa kwa njia ya kipekee. Kazi za wasomi hawa ni muhimu kwa kuonyesha sifa za lugha za wahalifu wa mitandaoni.

Gill (2013) alionyesha kuwa baruapepe za kihalifu kutoka Nigeria huwa na mitindo sawa ya utambulisho. Suala la mtu kutaka kujitambulisha hujitokeza zaidi katika jumbe hizi. Vilevile, muktadha katika jumbe zao huzisaliti na kuonyesha kuwa ni za kilaghai. Muundo wa baruapepe huwa na hadithi zinazohusu pesa ambazo hazina mtu anayezidai katika benki za Magharibi ya nchi. Msomaji huhitajika kutoa akaunti yake ili aweze kupewa fedha zile. Wengine huahidiwa biashara nyingi, ushindi wa bahati nasibu au hata kupata pesa kupitia njia ya mchango kutoka kwa mashirika ya Kimataifa kama vile Umoja wa Mataifa. Utafiti wake ulikuwa wa manufaa kwa mtafiti kwa kuonyesha sifa za lugha katika baruapepe na mikakati ya ushawishi kwenye jumbe hizi za mitandaoni za kihalifu. Kwa hivyo utafiti wake utakuwa msingi bora katika utafiti huu.

Naksawat, C. na wenzake (2016) wanaeleza kuhusu mada katika jumbe za baruapepe zinavyorudiwarudiwa na kutumia maneno ya 'udharura' na 'biashara' huku yakiwa na mvuto mwingi kwa wasomaji. Maneno zaidi kama vile, 'ya siri' na 'faida' hutumika sana katika mwili wa baruapepe. Uchunguzi wake ulionyesha ufundi maalum katika uandishi wa jumbe hizi za kihalifu kwa minajili ya kuwashawishi walengwa. Matokeo yake yaliufaa utafiti huu pakubwa kwa kuwa utafiti huu ulichunguza jinsi lugha inavyotumiwa na wahalifu wa mitandao ya *Facebook* na baruapepe kuwashawishi walengwa. Tofauti ya utafiti wa awali na huu ni kuwa, wa awali ulichunguza uandishi wa mada pekee kwa njia ya kipekee katika baruapepe ila wa sasa ulichunguza muundo mzima wa uandishi wa baruapepe pamoja na jumbe za *Facebook* ambazo huandikwa na wahalifu.

Park na wenzake (2019) wanachunguza miundo ya lugha inayotumiwa na wahalifu katika biashara za kuuza na kubadilisha sarafu kwenye mtandao wa baruapepe. Mtafiti alikusanya sampuli ya jumbe alizozihitaji kwa kuhusisha mbinu ya kiuthamano kuhakiki mikakati ya ushawishi pamoja na mitindo ya kiisimu iliyotumiwa na wahalifu hawa. Matokeo ya tafiti zao yalidhihirisha kuwa wahalifu hutumia mitindo mingi ikiwemo kubinafsisha, udharura na kutia wasiwasi ili kuwalaghai walengwa na kuchochea utoaji wa majibu kutoka kwa walengwa. Utafiti huu ulikuwa na mchango mkubwa kwa kuonyesha miundo mbalimbali ya lugha inayotumiwa na wafanyabiashara wa mitandaoni kuwashawishi washiriki. Lugha hii ilitumika kama ushawishi ili kuwavutia wateja wengi. Japokuwa hawakushughulikia aina za uhalifu wa mitandaoni, tafiti zao zilitoa mchango kwa kuonyesha jinsi lugha ya ushawishi hutumiwa kwenye *Facebook* na baruapepe.

Irimba (2021) alichanganua na kufasiri picha pamoja na mikakati inayotumiwa kujenga na kusambaza jumbe za kihalifu za chuki kwenye *Facebook* na *Twitter*. Alibaini kuwa wahalifu hutumia maandishi ya herufi kubwa, akronimu, kuchanganya na kuhamisha ndimi, tasfida za kimashambulizi pamoja na lugha inayomvunjia mtu utu wake katika mawasiliano yao. Utafiti wake ulikuwa wa manufaa kwa utafiti wa sasa kinadharia kwa kuonyesha namna Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi hufaulisha uhalifu. Tofauti ya utafiti wake na huu ni kuwa, hakushughulikia mikakati ya ushawishi katika jumbe hizi za kihalifu kwenye *Twitter* na *Facebook*.

2.3 Misingi ya Nadharia

Utafiti huu uliongozwa na nadharia ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi iliyoasisiwa na Herring (1996) pamoja na nadharia ya Ushawishi ya Aristotle iliyoendelezwa na Hovland (1953) na Cialdini (1984). Nadharia zote mbili zilitumika kuchunguza aina mbalimbali za uhalifu, maudhui yanayojitokeza katika jumbe za wahalifu na mikakati ya ushawishi inayotumiwa na wahalifu katika mitandao huku mihimili ya nadharia hizi mbili ikiwa ndiyo misingi ya kufanya utafiti.

2.3.1 Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi

Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi hutokea wakati wanadamu wanapotangamana kati ya mmoja na mwingine kwa njia za mitandao kwenye tarakilishi. Mawasiliano haya kama ilivyoielezwa awali ni mchakato ambao watu hutuma, hupokea na kuelewa ujumbe uliotumwa kwa njia ya teknolojia kama vile;

vyombo vya mawasiliano vilivyounganishwa kwa mtandao na huwezesha kuandika habari, kutuma habari na kuifasiri. Ufafanuzi huu umepata mabadiliko mengi kuanzia tu ile siku mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yalipobuniwa. Makala ya awali ya kiusomi yalieleza Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kama jumbe zinazotumwa kwa kutumia tarakilishi zilizounganishwa kwenye mtandao. Dicemba (1996) anafafanua Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kama mchakato ambao watu huunda, hubadilishana na kutuma habari kwa kutumia mifumo ya mawasiliano ya mtandao ambayo huwezesha upangaji wa kanuni, utumaji na ufasiri wa maandishi. Walther (2011) anafafanua Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kama mchakato ambao mwingiliano wa kibinadamu na data hufanyika kupitia mfumo mmoja au zaidi wa mawasiliano ya mtandaoni.

2.3.2 Diskosi ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi

Diskosi ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ni mawasiliano ambayo hupatikana wakati wanadamu wanapotangamana kati ya mmoja na mwingine kwa kutuma habari kwa njia ya tarakilishi zilizounganishwa kwa mtandao (Herring, 1999). Mawasiliano haya hayahusiani na matumizi ya tarakilishi peke yake bali huhusisha simu tamba zilizo na uwezo wa kuunganishwa kwenye mtandao pamoja na vifaa vingine vya kiteknolojia na mawasiliano. Diskosi ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huhusisha taaluma nyingi na pana katika Mawasiliano ya Kitarakilishi huku yakilenga lugha na matumizi yake katika mazingira yaliyowezeshwa na tarakilishi zilizounganishwa kwa njia ya mtandao na vilevile utegemeaji wake wa njia za uchanganuzi wa diskosi.

Mawasiliano haya yamejifunga katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi na huwa tofauti na mawasiliano mengine kwa ajili ya matumizi ya lugha, jinsi lugha inavyotumiwa katika muktadha wa tarakilishi zilizounganishwa kwa mtandao na matumizi yake katika mbinu za uchanganuzi (Herring, 2000). Diskosi ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huhusisha maandishi. Maandishi mengi huandikwa au kupigwa chapa kwenye kibodi katika tarakilishi kisha kusomwa kama ujumbe kwenye skrini na mtu, papo hapo aliye mbali au aliye katika maeneo tofauti. Herring anadai kuwa maandishi huchukua mitindo tofauti kama vile; baruapepe, vikundi vya mijadala na arafa ambapo sifa zake za isimu hutofautiana kulingana na njia ya utumaji ujumbe zinazotumiwa, mahusiano na utamaduni wa kijamii unaotawala wakati ambapo ujumbe huo unatumwa. Katika diskosi hii ya kielektroniki, watu wawili au zaidi wanaweza

kuwasiliana bila kuonana uso kwa uso na bila kuwepo kwa vikwazo vya muda na nafasi (Kang, H. S. na Yang, H. D, 2006).

2.3.3 Historia ya Diskosi ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi

Historia ya kupatikana kwa diskosi ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi inaweza kurejelewa kutoka wakati ambao uvumbuzi wa intaneti ulipopatikana mnamo mwaka wa 1969 na maendeleo mengi ya teknolojia yaliyofuata. Sehemu kuu na muhimu katika mabadiliko haya yalikuwa uvumbuzi wa baruapepe ambapo Ray Tomlinson ni mhimili muhimu katika Diskosi ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Tomlinson alivumbua baruapepe mnamo mwaka wa 1969. Baruapepe ya kwanza ilitumwa na idara ya ulinzi ya Marekani baada ya kutekeleza *ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network)* hii ilikuwa huduma iliyounganisha tarakilishi nyingi kwa ajili ya mawasiliano. Baruapepe ya kwanza ilitumwa Oktoba 29, 1969 na kutanguliza mfumo mpya wa mawasiliano na hatimaye yakawa muhimu katika maisha ya kila siku.

Mnamo mwaka wa 1970, *Bulletin Board System (BBS)* ambayo ni sava ya tarakilishi ambayo huruhusu mtumiaji kutenda au kufanya majukumu kama vile kupakia na kupakua data, kusoma habari na jumbe nyinginezo, kuwasiliana na watu wengine kwa njia ya baruapepe ilivumbuliwa (Lunduke, 2017). Baadaye, mnamo mwaka wa 1980 *CompuServe*; shirika la Marekani lililotoa huduma za mitandaoni lililoanzishwa mnamo mwaka wa 1969 lilivumbuliwa. Dhana yao ya ‘gumzo’ iliwaruhusu zaidi ya watu 123,000 kujisajili kwa usiku mmoja. Washiriki katikajukwaa hili la gumzo la *CompuServe* hawakuwa na uwezo wa kujua waliokuwa wanazungumza nao kwa sababu wengi wao walitumia akaunti ghushi ili kuzuia kujulikana (Dewey, 2014).

Mnamo mwaka wa 1989, uvumbuzi wa tovuti ya kiulimwengu ulifanyika mwasisi wake akiwa Tim Berners-Lee. Kufikia 1990, Tim alikuwa ameandaa teknolojia za aina tatu zikiwemo HTML, URI na HTTP ambazo zinatumiwa hadi leo (World Wide Web Foundation, 2018). Ilipofika mwaka wa 1994 mtandao wa kijamii wa *Facebook* ulianzishwa hata ingawa mitandao ya kijamii ilikuwa imeanza miaka ishirini kabla ya *Facebook*. Kutokana na uvumbuzi huu, enzi mpya ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yalifikwa. Kulikuwa na majukwaa mengine kama vile *MySpace* ila *Facebook* ilikuwa mojawapo ya uvumbuzi muhimu katika enzi za mitandao ya kijamii.

2.3.4 Nadharia ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi

Nadharia ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi iliasisiwa na Herring (1996) ambaye alitumia mfumo wa kuchambua Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi pasipo kuitumia kama nadharia au kwa njia ya moja kwa moja lakini alitumia mbinu tofauti katika uchanganuzi wa diskosi. Nadharia hii hutumia njia zilizokopwa kutoka kwa taaluma zinazohusisha lugha kama vile; Isimu, mawasiliano, mawasiliano yaliyo na kejeli na ya mapendeleo huku yakilenga mazungumzo ya maandishi na mazungumzo kwa njia ya mdomo (Herring, 2004) ili kuibua uelewaji wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Ili kushughulikia sifa za kiufundi za Diskosi ya Mawasiliano ya Kitarakilishi, nadharia hii inajumuisha kanuni zifaazo za Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi katika mkusanyiko wake wa kinadharia hivyo kuifanya ihusishe taaluma mbalimbali.

Herring (2004) anadai kuwa nadharia ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ni taaluma ya kufikirika kwa kuwa haifanyi ubashiri kuhusu hali ya Diskosi ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Vilevile, matokeo yake hayaungi mkono wala kupinga maoni yake na njia zitumiwazo ili kuthibitisha kuwa ni muhimu au inahitaji kuboreshwa zaidi. Mwithi (2016) anaeleza kuwa Uchanganuzi wa Kiupatanishi wa Kitarakilishi unaruhusu matumizi ya nadharia tofauti tofauti zinazohusiana na Diskosi na Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kufanyiwa majaribio na kuweza kutumiwa. Japokuwa utaratibu na mfumo wote unaweza kuhusishwa na uchambuzi wa yaliyo katika lugha, Herring (2004), anathibitisha kuwa Uchanganuzi wa Kiupatanishi wa Kitarakilishi ni nyenzo na malighafi ya kufikia nadharia nyingine ambazo mtafiti huchagua, zinazomfaa zaidi katika data yake na kuyajibu maswali ya utafiti. Nadharia ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi hutofautiana sana kimtindo na uchanganuzi mwingine wa diskosi kwa sababu mtindo wake ni wa kimaelezo na dhana zake za ufasiri hujifunga katika utumiaji wa teknolojia na Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi (Mwithi, 2016).

Zaidi kuhusu nadharia hii ni kuwa, mbinu na vifaa muhimu hutumiwa kushughulikia masuala mahususi katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi na uchanganuzi wake hujikita sana katika masuala ya kijamii, kiutamaduni na kihistoria katika muktadha wa kidijitali. Vilevile, nadharia hii hushirikiana na aina nyinginezo za

uchanganuzi wa kidiskosi na dhana za kinadharia kuwa uteuzi wa maneno na maana ni muhimu zaidi kushinda mahitaji ya kileksimu na sarufi. Hukusudia pia kuonyesha mfumo katika muundo na matumizi ya lugha ambayo huenda yalitolewa pasi kujua au kukusudia na huweka mwanga au kuangazia mambo mapana zaidi kama vile kufanya maamuzi, masuala ya kijinsia, utambulisho wa kitamaduni na ujenzi wa maarifa ya kijamii. Katika utekelezaji au kuifanyisha kazi ya kijumla ya kuchanganua diskosi, mbinu zinazotumika zinaweza kuwa za usimbaji au kuhesabu. Katika utekelezaji wa usimbaji na kuhesabu katika nadharia ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi, Herring (2004) anaweka wazi mchakato wa hatua tano ambazo zinafanana na Uchanganuzi wa Kijadi au Zamani wa Kimaudhui. Hatua hizo ni mihimili mikuu katika utafiti huu. Hatua hizo ni:

- (i) Kufafanua maswali ya utafiti
- (ii) Kuteua sampuli ya data Kiupatanishi ya Kitarakilishi
- (iii) Kutekeleza au kufanyiza kazi dhana kuu katika suala la sifa za diskosi
- (iv) Kutumia mbinu au kuhusisha mbinu za uchanganuzi kwenye sampuli ya data
- (v) Kufasiri matokeo

Herring (2004) anapendekeza mazoezi huru au yakujitegemea ambayo hutegemea matumizi ya akili kama vile uteuzi wa maswali ya utafiti ambayo kanuni zake hujibiwa kutoka kwa data iliyopo na humpa mtafiti nafasi ya kuteua aina za sampuli kwa mfano kuhusiana na wakati, tukio, washiriki na aina au kategoria ya usimbaji ambayo kwa mfano imekuwepo au inayojitokeza kwenye data, inayotokana na maswali ya utafiti na data inayozingatiwa. Changamoto kubwa kwenye nadharia ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi hupatikana katika utekelezaji wa dhana za nadharia. Herring (2004) anaipa 'familia' ya mitandaoni sifa au tabia fulani za kutumia lugha ambayo ikizingatiwa huwa tabia za watu katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi na hufanyika sanasana kwa njia ya lugha na njia nyinginezo za kisemantiki. Kwa kuzingatia Herring (2004), uhalifu wa mitandaoni ulitazamwa kwa misingi ya sifa, tabia na viashiria vyake kabla ya kutumia njia zilizoteuliwa kwenye Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi.

Utafiti huu ulichunguza jumbe za mitandaoni; *Facebook* na baruapepe ambazo ni mifano ya Uchanganuzi wa Kiupatanishi wa Kitarakilishi. Zaidi ni kuwa, uchunguzi unachochea ufahamu kuhusu asili ya jumbe zinazosomwa kwa kutumia mashine

ambazo hazina mpangilio na utaratibu lakini hupangwa kwa njia ambayo masuala yanayofanana yanaunganishwa kwa njia au mbinu ya diskosi inayohusiana na uchanganuzi wa mwingiliano wa jumbe (Mitra, 1999). Kulingana na Herring (2007) katika uainishaji au kuweka kwenye makundi ya diskosi ya Mawasiliano ya Kiupatanishi; hupangika kwa hali kuwa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huathiriwa na teknolojia na sababu za hali na kijamii. Kategoria ya kwanza hueleza sifa za kiteknolojia za mfumo wa Mawasiliano ya Kitarakilishi ya Kiupatanishi. Hizi huamuliwa kwa utaratibu wa utumaji wa ujumbe, sava, wateja na vifaa vingine vya tarakilishi. Kuna vyombo vya habari ambavyo ni muhimu na huchochea Diskosi ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi.

Utafiti ulitumia nadharia hii kwa sababu ya dhana kwamba huwa kuna mazungumzo ya moja kwa moja na pia ya faraghani katika mitandao ya *Facebook* na baruapepe. Mazungumzo haya huwa na sifa za kukosa uvumilivu, unyanyasaji, matusi na kejeli. Ilikuwa rahisi kwa mtafiti kuchambua kauli hizi kwa kuzingatia mihimili ya nadharia hii pamoja na kutofautisha jumbe zilizo na sifa zile hasi na kuzitenganisha na zilizo na sifa chanya. Nadharia hii ni mwafaka kwa sababu inashughulikia lugha inayotumika pamoja na jinsi uhalifu hutekelezwa mitandaoni na kuonyesha nafasi ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi katika *Facebook* na baruapepe. Nadharia hii imetumika katika utafiti wa viwango vya chini vya kiisimu kama mchakato wa uundaji wa maneno kwenye mitandao (Cherney, 1999), muundo wa sentensi (Herring, 1998), ubadilishanaji wa lugha (Paulilo, 1996) na usawa wa jinsia (Herring, 1996) kama inavyojitokeza kwenye diskosi za mitandaoni.

Japokuwa nadharia hii hutegemea mtindo wa uchanganuzi matini, hutofautiana sana na mitindo mingine ya uchanganuzi matini kwa kuwa vifaa vya kutumiwa hutegemea maelezo na fasiri ambavyo hutegemea uwezo wa kiteknolojia na mifumo ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi (Mwithi, 2016). Walther (1996, 2006 na 2007) wanaelezea kwa ujumla sifa za Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kuwa huwa hayaathiriwi tu na michakato ya mtumaji na mpokeaji bali pia matokeo ya vifaa. Herring (2007) anapendekeza mpango wa uainishaji ambao ni muhimu sana katika utafiti huu katika utaratibu wa kupanga na kufasiri data kwa kuchunguza Diskosi ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kwenye muktadha wa mitandaoni.

Herring (2007) anaainisha Diskosi ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi katika sampuli ya data kulingana hali ya kijamii na sifa za nyenzo za mawasiliano ili kuweka mwanga katika mambo ya kijamii na kiufundi yanayoathiri mitindo ya diskosi na sifa katika mazingira ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Mpango huu hufanya kazi kwa kuchukulia kuwa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi hufanya kazi huku yakiathiriwa na masuala mawili muhimu yakiwemo: njia za mawasiliano (za kiteknolojia) na masuala ya kihali (kijamii). Utafiti huu ulichunguza jinsi sifa za kiteknolojia za *Facebook* na baruapepe huchangia katika utumaji wa jumbe za kihalifu.

Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huathiriwa sana na masuala ya kijamii na kiteknolojia au mfumo wa mawasiliano. Kitengo cha kwanza cha mfumo wa kiteknolojia huathiriwa na mpangilio wa ujumbe, sava, wateja, programu, vijenzi vya tarakilishi, mwonekano wa tarakilishi ya anayeitumia na vilevile uwezekano wa mtafiti kupata ujumbe au habari. Mfumo wa mawasiliano au vigezo vya kiteknolojia vinavyoathiri Diskosi ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ni kama vile: mwoanisho/mpatanisho wa washiriki, namna ujumbe unavyotumwa, mfumo wa kutuma ujumbe, utumaji wa jumbe zisizo na majina, utumaji wa jumbe za kisiri, hali ya kunukuu, muundo wa ujumbe na uchungaji au uchujaji wa jumbe.

Mfumo wa kwanza wa kiteknolojia unaoathiri Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi unahusisha upatanisho au mwoanisho wa washiriki wa ujumbe (Kiesler na wenzake, 1984). Katika mfumo huu, watumiaji au washiriki huwa hawahitajiki kuingia kwenye mitandao kwa wakati mmoja ili waweze kutuma na kupokea ujumbe. Ujumbe huwa umehifadhiwa kwenye mtandao wa mwandikiwa hadi wakati ambao atausoma ujumbe. Baruapepe na *Facebook* ni mifano mizuri ya mfumo huu. Watumaji au waandishi wa jumbe huandika kwa wakati wowote kisha wasomaji wanaweza kupokea au kuusoma watakapoingia kwenye mitandao.

Mfumo wa pili huhusisha mshikamano wa ujumbe unaotumwa kwa njia ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Hii huzingatia ikiwa ni ujumbe kwa ujumbe au washiriki kwa washiriki. Pia huathiri kama ujumbe wa moja kwa moja au majibu ya papo hapo yatawezekana au la. Katika utumaji wa ujumbe kwa ujumbe, mpokeaji huwa haonyeshi ishara zozote kuwa mtumaji anaandika ujumbe hadi wakati ujumbe unapotumwa na kupokelewa. Hii ina maana kuwa ni vigumu kwa msomaji kuingilia au kuathiri mtumaji

wa ujumbe. Mfumo huu ni wa moja kwa moja kama ilivyo katika mtandao wa *Facebook*.

Kadhalika, mfumo huu wa kiteknolojia huathiriwa pia na jumbe kukosa majina au kutojulikana kwa waandishi, jumbe kuwa na usiri, uchujaji na kunukuliwa kwa jumbe katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Hii ina maana kuwa washiriki wanaweza kusawiri tabia hizi katika mawasiliano yao. Mifumo mingi ya kupiga gumzo kwa njia ya kutuma jumbe humhitaji mtumiaji kuteua jina la msimbo au lakabu ambalo ni tofauti na anwani ya baruapepe hivyo kuruhusu utumiaji wa majina ghushi, yasiyotambulika au yaliyofichika (Danet, 1998). Hali ya kutojulikana katika mitandao huchangia sana katika diskosi za mitandaoni kama vile kuendeleza uhalifu. Vigezo hivi vya mfumo wa teknolojia katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ni muhimu katika utafiti huu kwa kuwa vinaonyesha tabia za washiriki wa mitandaoni katika kuandika jumbe kwa njia ya siri, kuficha majina yao pamoja na uandishi wa jumbe ambazo ni ngumu kutambua asili yake na mchango wake katika uhalifu kama inavyodhihirika katika sura ya nne.

Kategoria nyingine ya tabia za Diskosi ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi inahusisha masuala ya kijamii huku yakilenga hali na muktadha wa mawasiliano. Haya yanahusisha habari kuhusu mshiriki, mahusiano kati yao, malengo ya kuwasiliana, maudhui katika mazungumzo hayo na lugha wanayotumia katika mawasiliano (Baym, 1995; Hymes, 1974). Muundo wa kushiriki huwa na athari katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi katika upole kwa kuwa kuna wale ambao huonyesha upole na wengine huukosa (Herring, 2002).

Vilevile watu ambao huandika jumbe bila kujitambulisha kwenye mitandao wanaweza kutumia lugha ya ukali bila kuhofia. Kadhalika, sifa au tabia za washiriki huwa na athari katika mawasiliano haya kwa kuwa huelezea asili ya mshiriki, uzoefu, maarifa, hulka na mitindo ya kutagusana wanayoonyesha wanapowasiliana na wengine mitandaoni. Ili kuchunguza na kufafanua kuhusu jumbe za kihalifu katika mitandao hii miwili, uchunguzi wa tabia za waandishi ziliwekwa bayana kama vile umri wa mwandishi, jinsia, hadhi ya ndoa na picha ya utambulisho kwenye mtandao. Visehemu hivi vilitumiwa sana na waandishi wa jumbe za kihalifu kama njia ya kufaulisha malengo yao. Mtafiti alichunguza kwa kina masuala haya ya kijamii yanavyoathiri Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi na mchango wake katika uhalifu.

Nadharia hii ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huwa na upungufu wake katika uchanganuzi wa uhalifu wa mitandaoni kwa sababu ya athari za upatanisho wa kiteknolojia katika mawasiliano ya mitandaoni. Zaidi ni kuwa visolugha na ishara ambazo ni muhimu katika mawasiliano kama vile kiimbo, hisia na lugha ya miondoko ya mwili hupotea hivyo kusababisha kutoelewana. Nadharia hii si toshelevu kimatumizi na inahitaji mbinu mbadala za kutafiti uhalifu wa mitandaoni. Uhalifu wa mitandaoni huhusisha matendo ambayo ni haramu yanayotendwa na wanadamu katika mitandao kupitia Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Uhalifu huu kuna uwezekano ukose kunaswa wote kwa kuhusisha nadharia ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi hivyo ilimhitaji mtafiti kuhusisha mbinu nyinginezo au nadharia kama vile ya Ushawishi. Pia uhalifu ni suala changamani na vilevile lugha itumikayo mitandaoni ni tata hivyo nadharia ya Ushawishi ni mwafaka katika kufidia upungufu wa nadharia ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi.

2.3.5 Nadharia ya Ushawishi

Nadharia ya Ushawishi iliasisiwa na Aristotle kisha kuendelezwa na wasomi wengine kama vile Hovland (1953) na Cialdini (1984). Kulingana na Aristotle katika kazi yake ya usemaji au elimu ya usemaji haikunuiwa kushawishi bali kufanya uvumbuzi wa mbinu za kushawishi. Kazi yake inafafanua jinsi ushawishi ulivyojikita katika nguzo tatu za ushawishi zikiwemo hisia, mantiki, maadili na imani. Kazi yake iliendelezwa pakubwa na Hovland (1953) na Ciadini (1984) ili kuelewa zaidi kuhusiana na ushawishi. Utafiti wao ulisaidia kuelewa ushawishi na kuchochea hamu zaidi ya utafiti katika miaka iliyofuata (Jowett na O'Donnell, 1992). Kulingana na Aristotle, nadharia ya Ushawishi ilihusisha nguzo tatu za ushawishi ambazo ni muhimu katika uandishi na uundaji wa jumbe za kushawishi. Nguzo hizi ni mihimili katika kujenga na kuelewa ushawishi katika utafiti huu. Mihimili hiyo ni:

- (a) Mhimili wa kwanza unahusisha maadili. Hugusa na kuhusisha hoja zote zenye ukweli na zinazoweza kusadikika. Uaminifu wa mnenaji au msemaji huwa ni kigezo kikuu katika ushawishi. Katika sehemu hii, wahalifu wa mitandaoni hujenga suala la uaminifu na mamlaka kwa kuhusisha lugha yenye utata na isiyoeleweka kwa urahisi, kuvalia vyema na kuonyesha kuwa wana haiba, adabu na heshima pamoja na kuwa wastahifu na wangwana. Zaidi ni kuwa wao

huonyesha tabia za kuwa wakweli ili kunasa umakinifu wa walengwa na kufanya suala hili kuwa gumu kujulikana au kutambulika. Wahalifu huweka mbele suala la maadili ili kuzuia mipango yao kutambulika kabla hawajatekeleza mipango yao.

- (b) Mhimili wa pili huhusisha hisia. Mhimili huu hulenga hisia za mlengwa (msomaji au msikilizaji). Wahalifu huchochea hisia za aina mbalimbali kama vile furaha, kushtuka, hasira, hofu na wasiwasi, huruma na kuwa na hatia ili kuwafanya walengwa kushawishika na kufanya maamuzi kwa kutoa habari zao za kibinafsi.
- (c) Mhimili wa hoja zenye mantiki pia ni muhimu katika ushawishi. Huhusisha kutoa hoja zenye mantiki na za kufikirisha pamoja na ithibati ili kutetea kauli zao ili kuwashawishi walengwa kuwa maombi yao ni halali au wana ufahamu na weledi wa jambo fulani. Hii huhusisha utambulisho wa kibandia, stakabadhi zisizo halali na njia nyinginezo za kilaghai ili kujenga uaminifu na mamlaka. Kadhalika, wahalifu hutumia lugha changamani au kauli na msamiati mgumu kwa minajili ya kuwachanganya walengwa na kuwafanya waathirike.

Mikakati hii ya ushawishi inaoana na mikakati ya ushawishi kama ilivyoelezwa na Hovland (1953). Kulingana na Hovland, kazi yake ililenga kuchunguza hali ambazo husababisha watu kubadili mielekeo au mitazamo yao. Maelezo yake kuhusu nadharia ya Ushawishi ambayo ni muhimu katika kutafiti jinsi wahalifu wa mitandaoni hushawishi walengwa. Mhimili katika kazi yake ya ushawishi ambayo ni muhimu na inatia nguvu kazi ya Aristotle ni:

- (i) Kusadikika kwa chanzo cha ujumbe. Ujumbe unapaswa kuaminika na kujulikana ulikotoka ili uweze kueleweka na msomaji au msikilizaji.
- (ii) Maudhui katika ujumbe-ujumbe unapaswa kuwa wa kueleweka, wenye mvuto na wa kuaminika ili kuwashawishi watu.
- (iii) Sifa za wapokeaji wa ujumbe-msikilizaji naye anapaswa kuwa na uwezo wa kuelewa ujumbe na kuwa na motisha wa kufanya kile kinachotakikana.

Kulingana na maelezo ya Hovland, ili mtu aingie katika mtego wa kihalifu kwenye mitandao huhitajika kufanya makosa katika uamuzi. Lengo kuu la wahalifu huwa kufanya hali kuwa tata na telezi katika kufanya uamuzi. Wahalifu wa mitandaoni pia hutumia hali za kisaikolojia kama vile sifa za mtu, uaminifu, uwezo wa kufikiria na

haiba ya mtu. Ciadini (1984) anatumia mikakati sita katika kazi yake ya ushawishi ambayo ni mhimili muhimu katika ushawishi wa mitandaoni na inatia nguvu kazi ya Aristotle na Hovland. Mhimili hii ni pamoja na:

- (i) Mhimili wa mamlaka hutumiwa kuwashawishi watumiaji wa mitandaoni ambapo wahalifu hujifanya kuwa ni watu wa kuaminika na wenye ufahamu wa mambo ili kuwalaghai watu. Watu hufuata wataalamu wanaosadikika. Wahalifu wanatambua mbinu hii kwa hivyo hujifanya na kuiga watu walio na mamlaka kama wakurugenzi kwenye kampuni au mashirika ili walengwa wafanye na wafuate hatua wanazoulizwa.
- (ii) Mhimili wa kutendana sawa/kufidiana ni muhimu katika ushawishi. Mkakati huu huhimiza kulipa wengine kwa ajili ya kufanya tendo au matendo fulani kwao. Wahalifu hutumia mkakati huu kwa kuahidi kutoa kitu cha thamani kwa walengwa ikiwa watafanya mambo fulani. Kwa mfano, wanaweza kuahidi zawadi, malipo ya pesa au kuonyesha hali ya kuwa na deni ambalo huhitaji kulipwa kisha huomba habari za kibinafsi au pesa.
- (iii) Mhimili wa kupendeka pia hutumiwa na wahalifu ili kuwashawishi watumiaji wa mitandaoni. Wahalifu huwa wanawaiga watu wengine wenye sifa nzuri na wanaoaminika. Hutengeneza tovuti za kibandia zilizo na picha ghushi zenye mvuto kisha kutumia walengwa maombi ya kutaka kuwa marafiki.
- (iv) Athari za kijamii na ukubalifu ni mhimili wa kiushawishi unaotumiwa na wahalifu wa mitandaoni kuwalaghai walengwa. Wahalifu hutumia ithibati au ukubalifu kwa kuonyesha namna watu wengine walivyosaidika kutokana na huduma zao hivyo kukumbatiwa na kukubalika na watu wengi. Zaidi ni kuwa wahalifu hutengeneza shuhuda ghushi kutoka kwenye kampuni na hadithi zenye mvuto katika mitandao na tovuti na kuonyesha jinsi shughuli zao zilivyokubalika na watu tajika ulimwenguni.
- (v) Uhaba na uadimikaji ni mhimili mwingine muhimu ambao hutumiwa na wahalifu kuwalaghai watumiaji wa mitandao. Wahalifu huibua suala la dharura na uhaba kwa kudai kuwa huduma zao ni za muda na ni chache hivyo hawahitaji walengwa kufanya maamuzi kwa haraka na kwa msukumo.

- (vi) Uthabiti au msimamo vilevile ni mhimili muhimu unaotumiwa na wahalifu kutekeleza uovu wao. Mhimili huu huelezea kuwa watu huwa na hamu ya kutaka kuonekana kuwa thabiti na wenye msimamo imara katika tabia zao na hukubaliana na maombi ya watu walio na tabia za aina hiyo. Wahalifu hivyo hutumia mkakati huu kutuma jumbe ambazo huonekana kuwa ni halali ili kuwalaghai wapokeaji waweze kutoa habari zao au kubonyeza tovuti ambazo ni hatari. Kutokana na mkakati huu, wahalifu huwashurutisha walengwa kujibu maombi yao hata kama ni ya kutiliwa shaka.

SURA YA TATU

MBINU ZA UTAFITI

3.1 Utangulizi

Utafiti wowote ule huwa na utaratibu maalum wa kufuatwa. Utaratibu huu humwezesha mtafiti kufikia malengo yake. Katika sura hii, mtafiti aliwasilisha mbinu za ukusanyaji wa data, namna ya kuwasilisha data hiyo pamoja na uchambuzi wake. Sura hii pia ilihusisha vipengele mbalimbali kama vile; mahali pa utafiti, muundo wa utafiti, kundi lengwa, uteuzi wa sampuli, ukusanyaji wa data, uchanganuzi, utafsiri wa data na hatimaye uzingativu wa maadili.

3.2 Mahali pa Utafiti

Utafiti huu ulifanyika kwenye mtandao wa intaneti na ulihusisha upakuaji wa jumbe kutoka kwenye mitandao miwili; *Facebook* na baruapepe. Utafiti ulichunguza aina mbalimbali za uhalifu, mikakati itumiwayo na wahalifu kuwashawishi watumiaji wa mitandao hii miwili na mbinu za lugha kama zinavyojitokeza katika jumbe za wahalifu. Mitandao hii miwili ilitumiwa kwa sababu mtafiti alikuwa na imani kuwa data aliyokuwa anakusanya ingepatikana ili kutimiza malengo ya utafiti. Mtafiti pia alitumia maktaba za vyuo vikuu huku akipekue vitabu, tasnifu na majarida yaliyooana na kazi yake. Maktaba hizi za vyuo vikuu zilichaguliwa kwa msingi kwamba zilikuwa na matini na marejeleo ambayo yangekidhia mahitaji ya utafiti huu. Mtafiti pia alikusanya data kutoka kwa watu mbalimbali waliotumiwa jumbe za aina hii hasa marafiki wake ambao walimpa jumbe kisha zikachambuliwa.

3.3 Muundo wa Utafiti

Muundo wa utafiti huu ulijikita katika mkabala wa kinaelezo ambapo mtafiti alitoa maelezo yaliyofungamana na uhakiki na uchambuzi wa yaliyopatikana kwenye jumbe za kihalifu za *Facebook* na baruapepe. Kothari, C. R. (1990) anafafanua kuwa utafiti wa kinaelezo hurekodi matukio na kufafanua namna matukio yalivyo. Mtafiti alifafanua aina mbalimbali za uhalifu, mikakati ya ushawishi na mbinu tofauti tofauti katika jumbe za kihalifu kwenye mitandao hii miwili. Utafiti huu pia uliendelezwa kwa muundo wa kiuthamano. Mtafiti alivisoma vitabu, majarida na makala mengine ambayo yalikuwa muhimu katika kazi yake. Zaidi ya hayo, mtafiti alitoa maelezo ya kazi yake mintarafu ya madhumuni.

3.4 Kikundi Lengwa

Uteuzi wa kundi lengwa ni utaratibu unaotumiwa na mtafiti kuchagua orodha za vitu ama watu kwa minajili ya sampuli yake ya utafiti (Sharma G, 2017). Tafiti nyingi zimeshughulikia uhalifu katika mitandaoni. Hata hivyo, utafiti huu ulilenga jumbe za kihalifu katika baruapepe na *Facebook* pasipo kuzingatia wakati zilipoandikwa kwa sababu mitandao hii miwili inatumiwa sana katika mawasiliano, hivyo wahalifu wametumia njia hii kuwatapeli watumiaji. Mitandao hii miwili ya ilimwezesha mtafiti kupata data ya kutosha na kufikia malengo, pamoja na kuyajibu maswali yake ya utafiti.

3.5 Uteuzi wa Sampuli

Usampulishaji ni hatua za kuteua kundi dogo kutoka kwenye kundi kubwa la watafitiwa ukiwa na kusudi la kukadiria kuhusiana na kundi lililoteuliwa (Sigh, 2007). Sampuli hii ni ya kimakusudi na ilitokana na malengo ya mtafiti. Sampuli ya aina hii huhitaji mtafiti kufanya maamuzi ya watafitiwa ambao wanajumuishwa katika utafiti wake. Hali hii hutokea wakati mtafiti anapohitaji data mahususi ambazo kwa mtazamo wake hupatikana katika sampuli aliyochagua kufanyia uchunguzi (Oso na Onen, 2009; Mugenda na Mugenda, 2003). Mtafiti alishughulikia jumbe mia moja pamoja na picha za kihalifu zilizopakuliwa mitandaoni hasa katika makundi ya wafanyabiashara kwenye *Facebook* na vikundi vitatu vya uchumbianaji almaarufu *Datingsites*.

Vilevile, mtafiti alitumia jumbe za baruapepe alizowahi kutumiwa na wahalifu na vilevile kutoka kwa marafiki watano waliowahi kutumiwa na kuzihifadhi. Baadaye, alizichuja hadi arubaini na saba kwa kuzingatia malengo na maswali ya utafiti. Jumbe arubaini na saba zilikuwa asilimia arubaini na saba na ilikuwa toshelevu na pana hivyo zilimsaidia mtafiti kufikia malengo yake na kuyajibu maswali ya utafiti kwa ukamilifu. Utafiti huu ulihusisha mitandao ya *Facebook* na baruapepe kwa sababu hutumiwa na watu wengi katika mazungumzo yaliyo rasmi na yasiyo rasmi. Vilevile, ni vigumu kushughulikia jumbe zote katika *Facebook* na baruapepe kwa sababu ni nyingi sana na si zote ambazo zimebeba maudhui ya kihalifu.

3.6 Mbinu za Kukusanya Data

Hakuna mbinu mojawapo ya utafiti ambayo huwa imejitosheleza. Mbinu za utafiti hutegemea data atakayokusanya mtafiti. Ukusanyaji wa data huongozwa na malengo ya mtafiti. Ukusanyaji wa data wa kazi hii ulihusisha kusoma tasnifu, majarida na vitabu ili kupata yaliyoandikwa kuhusu mada ya utafiti pamoja na nadharia za

Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi na nadharia ya Ushawishi. Isitoshe, mtafiti alipakua data kutoka mitandaoni na vilevile kupata jumbe kutoka kwa marafiki waliowahi kupokea kutoka kwa wahalifu. Mtafiti alifuatilia kwa umakini jumbe zilizotumwa kwenye *Facebook* kila baada ya siku tatu na kuzipakua. Kufanya utafiti katika mitandao ni suala nyeti linalohitaji umakinifu wa kila mara wa kile kinachoandikwa kwa sababu yawezekana waandishi wa jumbe hizi wakazificha, wakazifuta au hata kuhariri baada ya kushambuliwa na watumiaji wengine wa mitandao. Data ilikusanywa katika mitandao hii miwili kwa kuzingatia malengo kisha ufafanuzi wa kimaelezo kufanywa.

3.7 Uchanganuzi wa Data

Uchanganuzi wa data ni kitendo cha kupanga data iliyokusanywa vizuri ili iweze kusaidia kujibu maswali ya utafiti. Oso na Onen (2009) wanasema kuwa uchanganuzi wa data huhusisha kuianisha katika kategoria tofauti tofauti pamoja na uchanganuzi wake. Uchanganuzi wa data ulifanywa kwa kutumia mbinu ya uhakiki matini. Uhakiki matini ni mbinu ya kuchanganua data ambapo mada huratibiwa na kupangwa kutegemea mfanano na uhusiano wake ili kurahisisha utafsiri wake.

Hatua ya kwanza ya kimaelezo ilihusisha kukusanya jumbe mia moja pamoja na picha kwa njia ya kupakua kwenye mitandao miwili. Haya yalifanywa mintarafu ya madhumuni ya utafiti. Mtafiti alizisoma jumbe hizo kwa nia ya kuhakiki aina za uhalifu, mikakati ya ushawishi iliyotumiwa pamoja na mbinu za lugha kwenye jumbe hizi za kihalifu. Hatua ya pili ilihusisha kutafsiri data kutoka kwenye lugha asili za jumbe hizi hadi katika lugha ya Kiswahili ambayo ilitumika katika maandishi. Mtafiti alizingatia utaratibu ufaao katika mchakato wa kufanya tafsiri ili maana lengwa isipotee.

Hatua ya tatu ya kuchambua data ilihusisha kupanga data kulingana na mihimili ya nadharia zote mbili. Vilevile, mtafiti alitumia vichwa vidogo vidogo katika uchambuzi wa nadharia hizi kwa kuzingatia mihimili yake. Katika hatua ya nne, ambayo ilihusisha kufafanua na kufasiri data, mtafiti alifanya uchambuzi kwa kuzingatia malengo yake matatu huku akiongozwa na nadharia zake. Hatua ya mwisho ilikuwa kutathmini ili kuona ubora na udhaifu wa kazi yake. Mtafiti alichunguza na kuweka kwenye mizani ripoti yake ili ajue kama ilifuata hatua za awali za uchanganuzi na kama ripoti yake ilifanywa vizuri kwa kuzingatia maswali ya utafiti pamoja na nadharia zilizoteuliwa kutumiwa.

3.8 Utafsiri wa Data

Watu wanaotumia *Facebook* na baruapepe hutumia lugha ya Kiingereza, lugha za mama na *Sheng* kwa wingi. Data iliyokusanywa katika lugha hizi ilifanyiwa tafsiri katika lugha ya Kiswahili. Mtafsiri huwa na dhima kuu ya kuhifadhi data katika maana asilia hata baada ya kufanya tafsiri (Hatim na Mason, 1990). Ili kufaulu katika kutafsiri mtafiti aliongozwa na mambo kadha kama vile; muktadha wa mazungumzo na ujumbe, masuala na muktadha wa kijamii na muktadha wa Kipragmatiki ambao huhusisha wakati, mahali, utamaduni na diskosi ambazo mazungumzo haya huzunguka (Yieke, 2002).

Hatim na Mason (1990) wanadokeza kanuni kuu za tafsiri kama vile; mawasiliano, Pragmatiki na Semiotiki ambazo taratibu zote humweka anayetafsiri kuwa nguzo kuu katika mchakato huu wa mawasiliano (Ndambuki, 2010). Ili kuhakikisha kuwa kuna mawasiliano kutoka kwa lugha asili hadi lugha lengwa, ni lazima mtafsiri ajibidiishe kukabiliana na changamoto za kijamii wakati ambapo anatafsiri kutoka kwa maandishi hadi kwa msomaji wa lugha ya pili ambapo wote wawili wapo kwenye mfumo tofauti wa kijamii. Zaidi ni kuwa mtafsiri aliepuka tafsiri sisisi na ya neno kwa neno kwa ajili ya udhaifu wazo katika mchakato wa kutafsiri matini.

3.9 Uzingativu wa Maadili

Mtafiti alihusisha mbinu bora za kukusanya data ili apate matokeo sahihi. Mtafiti alipakua jumbe za kihalifu kwenye mitandao; *Facebook* na baruapepe. Mtafiti alichambua matini za mitandao ili abaini yaliyo muhimu katika kazi yake na kuyajibu maswali ya utafiti vizuri. Mtafiti pia alitumia makala ya wasomi wengine halafu akatumia kazi zao kama marejeleo huku akizingatia kutojijuhisha na wizi wa miswada ya wengine. Kadhalika, katika upakuaji na uchambuzi wa data, mtafiti alipokutana na jumbe zenye makali na zilizoonekana kukiuka maadili alizibana kwa njia ya usimbaji na asteriki ili kuepuka kuibua maudhi. Utafiti wowote wa kitaaluma huhitaji kanuni za kimaadili zifuatwe ili matokeo yaweze kuwa sahihi. Utafiti huu ulimhitaji mtafiti kuzingatia maadili ya utafiti kama vile kuomba kibali cha kufanya utafiti kwenye maktaba na Chuo Kikuu cha Laikipia. Baada ya kupata kibali kutoka chuoni, mtafiti alifululiza kuomba idhini kwenye Tume ya Kitaifa ya Sayansi, Teknolojia na Uvumbuzi Nchini (NACOSTI) kwa njia ya barua huku akieleza muda uliohitajika kufanya utafiti.

SURA YA NNE

UCHANGANUZI NA UWASILISHAJI WA DATA

4.1 Utangulizi

Sura hii ilihusisha upangaji, uchanganuzi na uwasilishaji wa data kwa kuzingatia malengo matatu. Utafiti ulichunguza aina mbalimbali za uhalifu, kuhakiki mikakati ya ushawishi inayotumiwa na wahalifu na kuchanganua mbinu za lugha katika jumbe za wahalifu kwenye; *Facebook* na baruapepe. Data ilichanganuliwa kwa kuongozwa na mihimili ya nadharia ya Ushawishi ya Hovland (1953) huku mawazo yao yakipata msingi kutokana na maoni ya Aristotle (384 KK-322KK). Nadharia ya Ushawishi ilitumiwa kuchanganua mikakati mbalimbali ya ushawishi katika jumbe za kihalifu kwenye mitandao hii miwili pamoja na mbinu za uandishi. Nadharia hii inafafanua vigezo tofauti tofauti vya ushawishi vikiwemo imani na maadili, hisia na mantiki na ndizo nguzo kuu katika uchanganuzi.

Vilevile, utafiti ulihusisha nadharia ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi iliyoasisiwa na Herring (1995). Uwasilishaji wa data ulifuata utaratibu wa Herring (2007) wa kuweka data katika makundi ya kijamii, hali na muktadha ili kufasiri aina mbalimbali za uhalifu katika *Facebook* na baruapepe. Nadharia ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ilitumiwa kuhakiki aina mbalimbali za uhalifu katika jumbe za *Facebook* na baruapepe na mbinu za lugha zinazopatikana kwenye jumbe hizi. Jumbe mia moja pamoja na picha zilipakuliwa kutoka mtandaoni mnamo mwezi wa Machi mwaka wa 2020 hadi Agosti mwaka wa 2022. Baadaye, mtafiti alichuja jumbe hizo na picha hadi arubaini na saba mintarafu ya madhumuni yote matatu. Kwa sababu watu wanaotumia *Facebook* na baruapepe kwa wingi hutumia lugha ya Kiingereza, lugha za mama na *Sheng*, data iliyokusanywa katika lugha hizi ilifanyiwa tafsiri katika lugha ya Kiswahili.

Ili kurahisisha urejelezi wa data na kuhakikisha kuwa kuna utaratibu mzuri wa mjadala na usomaji, mtafiti alipanga data yake kwa kuisimba. Usimbaji huu ulihusisha alfabeti na tarakimu kwa pamoja kuashiria yafuatayo: (UFBUh) U-Ujumbe, FB-*Facebook* na Uh-Uhalifu. Tarakimu ziliongezewa kwenye ufupisho huu kuashiria aina mbali mbali za uhalifu kama vile, UFBUh₁, UFBUh₂ na kufululiza. UBPUh ilitumiwa kuashiria: U-Uhalifu, BP-BaruaPepe na Uh-uhalifu. Tarakimu ziliongezewa kuashiria aina mbalimbali za uhalifu wa baruapepe kama vile; UBPUh₁-Uhalifu wa baruapepe 1,

UBPUh₂ ni uhalifu wa baruapepe 2 na kufululiza. MbBP₁ ilitumiwa kurejelea mbinu za lugha katika baruapepe na MbFB ilitumiwa kurejelea mbinu za lugha katika *Facebook* kisha kuongezewa tarakimu mbalimbali.

Mtafiti pia alitumia usimbaji kwa kurejelea viongozi mbalimbali pamoja na kubana baadhi ya herufi kwa kutumia alama ya asteriki (****) ili jina la mtajwa lisijulikane. Hii ni kwa sababu baadhi ya kauli alizotoa zilionekana kuibua hisia kali na zenye maudhi na mtafiti hakutaka kuonekana kana kwamba anashabikia yale. MGUR₁ ilitumiwa kumaanisha mgombea urais wa kwanza, MGUR₂ wa pili na MGUM₁ ikimaanisha mgombea urais mara ya kwanza. KLN ilitumiwa kufupisha jamii ya Wakalenjin na KKU ilisimamia jamii ya Kikuyu. Kadhalika, baadhi ya kauli zilizotumiwa katika utafiti zilikuwa zimewasilishwa kwenye mahakama kama kesi nchini Kenya hivyo mtafiti akatumia alfabeti kubana wasemaji. Jumbe za kihalifu zilipangwa vilevile kwa kuzingatia maudhui ili kurahisisha usomaji.

4.2 Aina za Uhalifu Katika *Facebook* na Baruapepe

Sehemu hii ilishughulikia aina mbalimbali za uhalifu katika mitandao ya *Facebook* na baruapepe huku mihimili ya nadharia ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ikihusishwa. Aina hizi za uhalifu ni kama vile: ulaghai wa kimapenzi, jumbe za kamari, ulaghai kwa kutumia ugonjwa wa Uviko, ulaghai wa biashara za wanyama, unyanyasaji wa kimapenzi, jumbe chafu za kimapenzi, uumbuaji wa maumbo, ponografia, vitisho vya kigaidi, vitisho vya kusambaza virusi, mawazo ganda dhidi ya jamii na jinsia ya kike na propaganda. Jumbe hizi zilipangwa kwa kuzingatia maudhui ili kurahisisha urejeleaji. Nadharia ya Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ilitumiwa huku hatua tano za uchanganuzi wa maudhui zikitumiwa kama mihimili.

Kama ilivyopendekezwa na Herring (2007) nadharia hii ilichanganua diskosi katika muktadha wa kidijitali na uchanganuzi wa maudhui ulihusishwa kwa utaratibu wa kuweka data kwenye makundi na kuifasiri. Hatua hii ilisaidia kutambua waandishi wa jumbe hizi, kuchanganua jumbe kwenye mitandao hii miwili na kufasiri jumbe za kihalifu kwa njia ya kiisimu. Swali la utafiti liliwekwa bayana katika sehemu hii huku likioana na vipengele vya kiisimu vya uhalifu wa mitandaoni. Kadhalika, ukusanyaji wa data kutokana na sampuli iliyoteuliwa ulifuatwa. Usimbaji vilevile ulizingatiwa huku dhana muhimu zikitekelezwa kwa kuzingatia sifa za diskosi. Zaidi ni kuwa data ilipangwa katika vipengele vya lugha katika sehemu hii halafu lugha kuchanganuliwa

kwa mbinu za Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ili kuifasiri data iliyosimbwa kwa kuzingatia muktadha wa uhalifu wa mitandaoni.

4.2.1 Ulaghai wa Kimapenzi

Ulaghai ni hali ya kutumia ujanja au hila kutekeleza uhalifu kwenye mitandao ya kijamii. Ongezeko la ulaghai wa mitandaoni katika *Facebook* na baruapepe huchangiwa mno na intaneti na simu zilizo na kasi ya kuingia kwenye mitandao ya kijamii na kupakua. Katika UBPUH₁ ni mfano mzuri wa ujumbe wa kimapenzi kati ya watu wawili wasiojuana ila wanawasiliana mmoja akijaribu kumtongoza mwenzake kwenye mtandao. Mwandishi anatumia picha ya kibandia na kuweka maandishi ya umri pamoja na nchi aliyotoka lakini kichocheo cha haya ni kufanya utapeli.

54 year old guy
New York, IA, United States



About me

Well my dear **am** General Mike Wilson. **Am** a military and i have been in the army for about 30 years.. And i have been in Iraq for about 4 years so i have plan to resign in the army so that i can met someone that i love, And i don't care about the distance or the age because distance is a way and age is also a number. All is about who can make you happy and also trust you and treat you like a queen. Well **am** the only son of my late parents. I am a widowed with only one son call Jeffery Wilson. He is a good boy and i love him so much.. He is 14 years old..

Interested in

am 54 and survive on my own financially. I love friends and family, I am a lot of fun and make friends easily. I love life, love my family and still have some love to share with a special lady. Life can be lonely without that someone... I am a person who is very real when it comes to life and its' issues. **Am** honest, kind caring, affectionate, good sense of humor, easy going, free thinker, trustworthy and respect the lives of other people..... I'm a man that is living life as it comes to me. I don't worry about tomorrow, for it will be here no matter what I do. The best days of my life are yet to come...

Naam mpenzi, mimi ni Jenerali Mike Wilson. Mimi nimekuwa katika idara ya Uanajeshi kwa miaka thelathini...nimekuwa katika nchi ya Iraq kwa miaka minne na nina mipango ya kujiuzulu ili nikutane na mtu nimpandaye. Sijalishwi na umbali au miaka kwa kuwa najua umbali ni njia na umri ni nambari tu. Yote yahusiana na mtu atakayekufanya ufurahie na kukusadiki na kufanyia kama malkia. Mimi ndiye mvulana wa pekee wa marehemu wazazi wangu. Mimi ni mjane iliye na mtoto mmoja aitwaye Jeffery Wilson na nampenda sana...ana umri wa miaka 14...Napendezwa na: Mimi nina umri wa miaka 54 na ninajitegemea kifedha. Napenda marafiki na familia,napenda burudani na kujenga urafiki,napenda maisha, napenda familia na nina mapenzi ya kushiriki na binti spesheli. Maisha yanaweza kuwa magumu bila mtu huyo...mimi ni mtu halisi ifikapo masuala ya maisha. Mimi ni mwaminifu, mkarimu, mwenye mapenzi, mcheshi, asiyejali, mtu wa kuaminika, mwenye heshima kwa maisha ya watu wengine...Mimi ni mwanamume anayeishi maisha kama yajavyo. Sijali kuhusu kesho kwa kuwa itakuwepo, haijalishi nifanyacho. Siku bora za baadaye bado zinakuja....

UBPUh₁ : Ujumbe wa Kimapenzi Unaoandamana na Picha.

Katika utangulizi wa UBPUh₁, mwandishi ajitambulisha kama jemedari mkuu wa majeshi ambayo ni kazi inayopendwa na kutamaniwa na watu kwa ajili ya mshahara wa juu na staha. Kenrick D. T. na Keefe, R. C (1992) wanadai kuwa wanawake hutafuta

na kuangalia wapenzi wa kiume walio na uwezo wa juu wa kijamii na kiuchumi ilhali wanaume hutafuta wapenzi wa kike walio na mvuto mkubwa wa kimaumbile. Wasifu huu wa kibandia utamfanya mlengwa ambaye ni wa jinsia ya kike kumkaribia. Vilevile, maelezo yake yanaashiria utajiri mwingi kwa sababu amefanya kazi kwa miongo mitatu. Mwandishi anateka umakinifu wa mlengwa kwa kuonyesha jinsi alivyoboea katika idara ya Uanajeshi kiasi cha kwamba anatumwa katika nchi ya Iraki.

Nchi ya Iraki ni mojawapo ya nchi ambazo zinajulikana ulimwenguni kwa sababu ya ukosefu wa usalama hivyo basi wanajeshi hutumwa katika nchi hiyo kila mara ili kupigana na wahalifu wa ISIS na Alkaida. Kwa kawaida, mwanajeshi yeyote anayetoka kwao kwenda kudumisha amani hupata hela maradufu. Huu ndio mtego ambao mhalifu anatomia ili kumpata 'mpenziwe'. Nikiforova na Gregory (2013) wanasema kuwa wahalifu wa mitandaoni hutaja taaluma katika sentensi za mwanzo kwenye jumbe katika mawasiliano yao kwa minajili ya kushawishi msomaji. Hii inadhihirika katika ujumbe huu wa kimapenzi.

La kushangaza zaidi ni kuwa anakiri kuwa yu tayari kuacha hata kazi kwa sababu ya mpenzi wake. Anaonyesha kuwa anathamini mapenzi sana kushinda hata kazi yake na kwamba aweza kufanya chochote kile kuyalinda. Mwandishi anadhihirisha mapenzi ya dhati kwa mwandikiwa huku akiahidi kuacha kazi ili kukutana naye. Hii ni njia moja ya kumleta karibu 'mpenzi wake' ili asione ulaghai uliopo bali ayahisi mapenzi ya kweli. Vilevile, mwandishi anajitambulisha kama mtoto yatima na mjane ili iwe njia ya kugusa hisia za mlengwa. Ni wazi kwamba kujitambulisha kama yatima na mjane ni njia moja ya kuonyesha hali ya upweke, upweke utakaomalizwa na mpenziwe iwapo atakubali pendekezo lake la kuoana. Ni rahisi kwa mwandishi kutoa ahadi au kusema chochote kile kitakachomfurahisha msomaji kwa sababu yuko mbali na hawaonani.

Walther (1996) anasema kuwa Mawasiliano haya ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huweza kukabiliana na changamoto zipatikanazo katika mawasiliano ya moja kwa moja kwa kutoa mazingira ambayo watu watashirikiana bila kujulikana kama ilivyo katika ujumbe huu. Ni vigumu kutambua ikiwa mwandishi anasema ukweli au anadanganya. Mazingira mwafaka ya kutagusana yamewezeshwa na Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Alt, B. L., na Wells, S. K. (2004) wanadai kuwa wanaume na wanawake wanaojipata wakiwa wapweke hujaribu kupigana na upweke kwa kujiunga na vikundi vya kijamii, kushiriki katika vikundi vya wazee kujivinjari na hata kwenye mitandao.

Watu wasio na utambuzi na wasio na uwezo wa kukisia hujipata wamepanga kukutana na wanaume au wanawake hawa waliofanya urafiki tu kwenye mitandao ya kijamii wakifikiri kuwa hata wao wana upweke na haja za mapenzi. Cha kushangaza ni kwamba, wengine wao huwa na nia ya kutafuta wapweke watakaowapa hela na mali. Katika hali ya kufukuza upweke, wanawake mara nyingi huathirika kwa kufilisishwa na ‘wapenzi wao wa maisha’ kama walivyofikiri kabla mambo hayajawaendea shelabela. Inaajabisha kuwa jenerali ambaye anafaa kuwa amefika kilelecha kwenye elimu anavunja sarufi katika maandishi yake. Anasema kuwa, *so that I can met you* ambayo inafaa kuwa *so that I can meet you*. Jambo hili linafaa limzindue mlengwa afahamu kwamba mtu huyu ni mhalifu na hajasoma kama anavyojaribu kujisawiri.

Hata hivyo, yawezekana kuwa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ndiyo yanayosababisha haya kwa kuwa mwandishi huweza kufanya makosa katika uandishi kwa ajili ya kutumia vifaa vya kiteknolojia vya mawasiliano, hii ikiwa mojawapo ya changamoto katika mawasiliano haya. Kupitia Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi, mwandishi anaepuka vizingiti vinavyotokana na kutofahamu lugha vizuri kwa sababu hawaonani na msomaji moja kwa moja. Msomaji atachukulia kuwa makosa yale yalisababishwa na upigaji wa chapa lakini si hivyo. Mwandishi anataka kujenga uhusiano wa kimapenzi na mlengwa huku akilenga kufaidika kwa kupata hela. Wahalifu huwanyemelea walengwa kwa njia ya mitandao ya kijamii na kuwashawishi kuanza uhusiano wa kimapenzi hata kama ni wa mbali. Endapo mlengwa atakubaliana na ombi hili, mhalifu huomba kutumiwa pesa ili aweze kutimiza haja zake kama za kusafiri hadi katika nchi ya “mpenzi,” kulipia madeni au hata kugharimia malipo ya akaunti zake za kifedha zilizokuwa zimefungwa.

Ulaghai wa kimapenzi ni uhalifu ambao umekuwepo kwa muda na umeathiri watu pakubwa katika jamii. Waathiriwa wengine hujipata wakitafuta wachumba mitandaoni ili waliwazane, wajiburudishe na wayafurahie maisha ya ndoa pamoja. Hatua ya kwanza huwa kuwasiliana ili kujenga uhusiano vizuri. Baada ya kujuana na kujenga uhusiano, ‘wapenzi’ hawa wakati mwingine huanza kuzungumza kuhusu masuala ya ndani kama vile, kununua nyumba, magari, kufanya biashara na kufunga ndoa japo huwa hawajaonana ana kwa ana isipokuwa tu katika mitandao ya kijamii. Kulingana na US Federal Trade Commission (2017), uhalifu wa kimapenzi wa mitandaoni umekua kwa kasi mno katika miaka ya hivi karibuni.

Kulingana na UFTC (2017), wahasiriwa 17,000 waliripoti kuwa walipoteza dola milioni 87 lakini katika mwaka wa 2021 wahasiriwa walikuwa wameongezeka hadi 56,000 na hasara yake ilifika dola milioni 547. Ni dhahiri kuwa kukua kwa kasi kwa uhalifu huu wa mitandaoni kumechangiwa mno na Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kwa sababu watuma ujumbe huwa hawajali wanachokituma au kukisema mitandaoni kwa kuwa hufanya hivyo wakiwa wameficha majina yao na maelezo yao ya kibinafsi huwa bandia. Sifa hii ya kiteknolojia ya kutojulikana au kufahamika imechangia uovu wa aina nyingi wa mitandaoni kama inavyofafanuliwa na Herring (2004).

Walaghai hawa wa mitandaoni huweka picha za kibandia kimakusudi, ambazo hupatikana kwenye intaneti kama kivutio kwa walengwa. Jinsi muda unavyoendelea kusonga ndivyo hisia za 'kimapenzi' zinavyozidi kukua na hufaulishwa na mawasiliano ya mara kwa mara yakihusisha maneno matamu na ahadi kedekede. Ingawa uchumbianaji kwenye mitandao hii huchukuliwa kama suala la kawaida la kijamii (Edelson, 2003), Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huwezesha hali hii na kufungua mlango mkubwa wa uhalifu. Mlengwa anapowasiliana na mwandishi hushawishika kuwa uhusiano ule ni wa kweli hadi hatua ya mwisho anapotapeliwa. Ni bayana kuwa UBPUh₁ ni uhalifu kwa ajili ya lugha iliyotumika ya mwandishi kujitapa na kutoa ahadi kemkem.

UBPUh₂ ni mfano mwingine wa ujumbe wakimapenzi kwenye baruapepe ambapo mwandishi anadai kuwa na changamoto huku akimhitaji mwandikiwa kumfaa. UBPUh₂ ni ujumbe unaoonyesha namna ulaghai wa kimapenzi hufanyika hatua baada ya nyingine. Ujumbe huu unianza kwa mada ya ajabu labda kushukuru au kufanya ombi la kukutana.

<p>Subject: Nice to meet you. Hello, How are you? After telling me all about yourself, you sure sound like the kind of guy I'd love to meet, go on a date and see where that leads... I'm supposed to be having a good day being the end of the seminar and am supposed to wait for some kind of call if am being chosen by an agency or not while I get my flight booked so I can fly tomorrow. But unfortunately my card came back declined, so contacted my card company since I knew the funds I left there and when the reports came I was told I purchased some phones which I never did then they mentioned something like identity theft so now my account is frozen and they promised to dispute the charges and issue another card to me when I get back to the state. I really want to get outta here as soon as I can, if possible tomorrow but I don't have the means cuz the airline agent is insisting I get the remaining funds before he can get me a ticket back...I don't know how you feel about this hopefully you will see from my own point of view and help me outta here waiting to here from you. Hugs text me...might not be able to get to email wait...</p>	<p>Mada: Vizuri kukutana nawe. Halo, U hali gani? Baada ya wewe kunijulisha kukuhusu yaonekana wewe ndiwe mwanaume kuwa na siku nzuri kwa kuwa ni mwisho wa semina na ninafaa kusubiri simu ipigwe ili nijue kama nimechaguliwa kama wakala au la na niweze kutayarisha usafiri wangu wa ndege ili niondoke kesho. Kwa bahati mbaya, kadi yangu ilifika kama imekataliwa...niliwasiliana na kampuni ya huduma za kadi kwa kuwa nilifahamu kuwa niliacha pesa kule. Ripoti iliyonijia ni kwamba nilikuwa nimenunua simu jambo ambalo sikulifanya mimi. Walizungumzia kuhusu uhalifu wa utambulisho. Akaunti yangu ilisimamishwa kufanya kazi. Walisema kuwa wataniondolea lawama na kutoa kadi nyingine kwangu nitakaporejea katika jimbo...Ninataka kutoka mahali hapo kwa haraka iwezekanavyo, ikiwezekana kesho lakini sina namna kwa kuwa wakala wa usafiri anasisitiza nitafute hela zilizobakia kabla ya kunipa tiketi tena...Sijui unavyohisi kuhusu haya lakini natumai maoni yako ni kama yangu na unisaidie hapa...nasubiri kusikia kutoka kwako...sitaweza kukutumia baruapepe, nitasubiri arafa yako.</p>
---	---

UBPUh2: Ujumbe wa Kihalifu wa Mapenzi

Msomaji anapokutana nayo kwa mara ya kwanza hatabaini kinachokusudiwa. Ataelewa tu baada ya kuusoma ujumbe. Ujumbe unaanza kwa salamu ambayo ni njia ya adabu kutanguliza mazungumzo ya kirafiki na mbinu ya mwandishi kumleta msomaji karibu ili aweze kushirikiana naye katika mawasiliano. Unapousoma ujumbe huu, unatambua

kuwa umeandikwa na mtu wa jinsia ya kike akielekeza kwa mtu wa jinsia ya kiume. Hata hivyo, kuna uwezekano wa mtu mmoja kujifanya kuwa wa jinsia nyingine akiwa na lengo la kutekeleza uhalifu. Anasema kuwa kutokana na mazungumzo ambayo wamekuwa nayo, amefanya uamuzi kuwa ‘mwanamume’ huyu ni mfano mzuri na angependa kukutana naye, kuondoka pamoja kwa ajili ya kujivinjari na kuona hali ya maisha itakavyokuwa. Inaashiria kuwa hapo awali kulikuwa na kipindi kizuri cha kujieleza ili kila mmoja aweze kuridhika na kufanya uamuzi mwafaka. Ni wazi kuwa wahalifu hutumia njia za kilaghai za kushawishi huku yakifaulishwa na Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kwa kujenga jukwaa nzuri la kubuni picha na maelezo yao mazuri kwa minajili ya kujenga uhusiano na walengwa.

Kama ilivyo desturi ya jamii nyingi, mwanamume ndiye humtongoza mwanamke lakini katika mazungumzo haya yanaashiria kinyume. Pendekezo lake la kukutana na kuanza kujuana kunaonyesha hali ya kuwa tayari katika maisha ya baadaye kama vile kuchumbiana, kuingia katika ndoa na kuishi pamoja...*anasema tuone hali itakavyokuwa*. Kwa kawaida, watu wawili wanapokutana na kuanza kuchumbiana hali huwa tatanishi. Wanaweza kuanza urafiki lakini ukifika katikati hali inabadilika na kusababisha kuachana. Vilevile, urafiki waweza kukua hadi kuzaa ndoa. Kando na hayo, ‘msichana’ anasema kuwa anafaa kuwa ameanza kufurahia siku kwa kuwa ni mwisho wa semina. Hii inaashiria kuwa alikuwa amesafiri kwa ajili za shughuli hii. Hata hivyo, kuna simu anayosubiri ipigwe kutoka kwa wakala itakayoamua kama atabakia pale au ataendelea na safari. Mwandishi anaoneka kuibua changamoto kungali mapema ili uwe mtego wa kumnasa mwanamume. Anaendelea kwa kusimulia kuwa alifaa aondoke siku ambayo ingefuata lakini kadi yake ilifika kama imekataliwa. Hali nyingine tatanishi ni kuwa kuna kadi yake iliyokataliwa. Kadi hii yaashiria kuwa ni ya huduma za kutoa pesa kwenye akaunti ya benki.

Juhudi za mwandishi za kuwasiliana na mawakala wa kampuni ili aulizie kuhusu pesa hizo zinakosa kufua dafu baada ya kuambiwa kuwa alikuwa amezitumia kwa kununua simu, jambo ambalo anafahamu fika kuwa hakuhusika. Usimulizi huu unamsawiri “mwanamke” kama aliyekata tamaa na alihitaji usaidizi wa dharura kutoka kwa ‘mpenziwe’. Anataka mwanamume mlengwa afahamu kuwa ana pesa kwenye akaunti lakini kutokana na hitilafu ambazo zimetokea hangeweza kuzipata. Kutaja pesa ni njia ya kuhakikisha kuwa amenasa umakinifu wa mlengwa ili asimhusishe kwa vyovyote

na ulaghai wa fedha. Anaonyesha uwajibikaji kwa kuwa amewasiliana na mawakala japo hali imeonekana kwenda segemnege. Anaibua suala tata zaidi kwa kusema kuwa akaunti yake tayari imefungwa ingawa amefahamishwa kuwa ni kutokana na wizi wa vitambulisho. Mwandishi anachezea akili za mlengwa kwa kuibua masuala ambayo yamewahi kushuhudiwa na yanayooneka kuwa ni ya kweli. Itakuwa vigumu sana kumshuku kuwa yeye ni mhalifu. Anaonyesha hali ya kutamauka anapodai kuwa anatumani kutoka katika hali ile haraka iwezekanavyo ila hana namna ya kufanya hivyo.

Hatimaye, mwandishi anajaribu kutumia swali la balagha anaposema sijui unavyohisi. Anatumia hisia za kutamauka na suala linalogusa hisia za mwenzake ili aweze kukubaliana naye. Swali la balagha ni njia moja ya kuomba ukubalifu. Mwandishi anamalizia usimulizi wake kwa kuonyesha kuwa msaada wake utatoka kwa mwanamume na kuwa anasubiri majibu. Hii ni njia ya kunasa mwanamume kwa sababu, akikosa kumtoa katika shida hii atakuwa amepoteza mchumba. Vilevile ni kiwango cha mapenzi na imani kwa mwanamke. Mwandishi anasema kuwa hataweza kuzungumza kwa baruapepe lakini anasubiri ujumbe. Hiki ni kibarua kigumu kwa mwanamume kwa sababu kinamsukuma katika hali ya mtanziko pasi kujua kuwa analaghaiwa ili amtumie pesa kama njia ya kumwoko.

Koon, T. H na Yoong, D. (2013) wanasema kuwa walaghai hawa wa mapenzi ya mitandaoni hushawishi walengwa ili waweze kuzungumza kwa njia ya baruapepe ya kibinafsi, arafa za papo hapo au kwa njia ya kupiga simu ili wahalifu hawa waweze kuondoa maelezo yao ya kibinafsi kwenye mtandao ili kuzuia kufuatiliwa na kukamatwa. Kusema kuwa hataweza kutumia baruapepe ni mbinu za kumsukuma msomaji aweze kufanya anavyoombwa kwa dharura kabla mawasiliano hayajakatika. Huu ni mtego na dalili za kutekeleza uhalifu.

Ujumbe huu ni ulaghai unaofungamanishwa na suala la mapenzi. Atakapogundua kuwa anatapelewa atakuwa amechelewa. Alt, B. L., na Wells, S. K. (2004) wanasema kuwa hali ya kutafuta mchumba ili kuondoa upweke husababisha kufyonzwa kwa akaunti za benki pamoja na mali yao bila kugundulika kwa haraka. Haya husababisha msongo wa mawazo, upweke na hali ya kujichukia baada ya kugundua kuwa wametapeliwa. Jumbe za kihalifu zinazofungamana na mapenzi huchukua miundo mbalimbali ya ushawishi hadi wakati ambapo mwandishi atakapofaulu. Baadhi ya wahalifu hutumia picha

pamoja na maelezo bandia ya kumvutia msomaji katika hatua za kwanza za kuanzisha uhusiano kisha kufuatwa na maneno matamu ya kumtoa nyoka pangoni ili kushawishi kama anavyofafanua (Whitty, 2013).

Ujumbe UBPUh₃ unaonyesha jinsi uhusiano wa kimapenzi hujitokeza hali ambayo hufaulishwa na Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kwa kuwa mwandishi haonani na yule anayemwandikia hivyo hana chochote kinachomtia wasiwasi kama ilivyodokezwa na (Herring, 2000). Waandishi hutumia mawasiliano ya aina hii kujenga uhusiano mzuri, kukwepa changamoto za mawasiliano ya ana kwa ana na kuwasilisha sifa zao nzuri huku wakijaribu kutumia udhaifu wa mlengwa.

Hello,
How are you? I'm relatively new here, it's nice seeing a profile like yours, you look nice, charming and struck my interest. I will like to know you for friendship hopefully more, I'm Gustav from Finland, a rig maintenance engineer presently working on contract with oil and gas sector as an independent contractor on high Sea offshore platform in Indonesia. This contract is my last and I have plan to settle down in your country, set up a small business, have a family of my own and live a life filled with love and fun best with sweetie like you. Tell me more about your beautiful self, what are your hobbies and aspirations? Take good care of yourself and hope to hear from you soon.
Cheers!
Gustav

Halo, habari yako. Mimi ni mgeni kabisa hapa na ni vizuri nimeona maelezo yako mazuri. Unaonekana mzuri, mwenye haiba na umenivutia. Ningependa kukujua kwa ajili ya urafiki na zaidi. Mimi ni Gustav kutoka Finland, anayefanya kazi ya kandarasi katika sekta ya gesi na mafuta kama mhandisi wa kujitegemea nchini Indonesia. Kandarasi hii ndiyo ya mwisho na lazima nijipange kuishi katika nchi yako, nianze biashara ndogo, niwe na familia nzuri na niishi maisha yaliyojaa upendo na mpenzi kama wewe. Niambie zaidi kukuhusu uraibu wako pamoja na unachokitamani. Jichunge na natumai nitasikia kutoka kwako hivi karibuni. Gustav

UBPUh₃: Ujumbe wa Kilaghai wa Mapenzi

Katika ujumbe wa UBPUh₃ mwandishi anatanguliza kwa salamu ambayo ni njia mwafaka ya kuanzisha mazungumzo yoyote. Kwa kuzingatia mikakati minne ya upole kama inavyodokezwa na Brown na Levinson (1987), anwani na salamu ni kigezo muhimu cha utambulisho na katika jamii nyingi ni ishara ya upole (Chiluwa, 2009). Hivyo mwandishi anafahamu fika kuwa matumizi ya salamu ni njia moja ya upole na yatapokelewa vyema na msomaji. Hatua ya pili inahusisha mwandishi kudai kuwa ni mgeni katika sehemu ile akirejelea tovuti. Hata hivyo, mwandishi anayedai kuwa ni

mgeni katika sehemu ile anajisaliti kwa kusema kuwa amependezwa na kuvutiwa sana na maelezo ya msomaji pamoja na picha yake. Katika hatua hii, msomaji anafaa abaini kuwa huyu si mtu mkweli kwa kuwa tayari ametumia muda mwingi kupekua maelezo yake kwenye mtandao. Anafululiza kwa kujitambulisha alikotoka na kazi anayofanya. Kujitambulisha ni njia moja ya kumleta karibu msomaji ili mawasiliano yasikatike. Kujitambulisha kama mhandisi ni njia moja ya kumvutia msomaji kuendeleza mazungumzo na kumwona kama mtu mkwasi na anayejitegemea kwa kudai kuwa...*mimi ni mhandisi wa kujitegemea*. Mwandishi anatoa sababu zake za kuwa katika nchi ile ya Indonesia kwa kukiri kwamba kandarasi yake inaelekea kuisha na anataka sana kujipanga awe na familia nzuri, aanze biashara ndogo na aishi kwa furaha na upendo.

Boushet na wengine (2009) kwa kurejelea Ekman na Friesan (1969) wanadai kuwa walaghai wakati mwingine wanaweza kufichua ulaghai wao kimakusudi na hawaonyeshi nia ya kuficha. Hatua hii ni muhimu kwa msomaji au mlengwa kwa sababu anafaa kujiuliza sababu ya mwandishi kutaka kuanza maisha katika nchi ya kigeni na asikojua vizuri. Huu ni ulaghai unaofungamanishwa na mapenzi. Hatua ya mwisho mwandishi anaonyesha waziwazi kuwa lengo lake lilikuwa kutafuta mpenzi. Anamrejelea msomaji kwa jina litumiwalo na wapenzi kama *sweetie* na angetaka aishi maisha ya furaha naye. Kwa kuzingatia nadharia ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi katika mkabala wa viwango vya lugha kwa kuonyesha namna uchanganuzi wa viwango vidogovidogo vinatoa mwanga kuhusu maudhui kwenye mitandao ya kijamii, ni dhahiri kuwa huu ni ulaghai wa kimapenzi.

Udhaifu mwingine unaojitokeza katika mazungumzo haya na unaonyesha dhahiri kuwa ni ulaghai wa kimapenzi ni kwa 'mhandisi' kutumia lugha dhaifu yenye makosa mengi ya kisarufi. Ni vigumu kujua mwisho wa sentensi na mwanzo wa sentensi nyingine. Makosa ya aina hii hayafai kujitokeza kwa msomi anayedai kuwa ni mhandisi kama anavyodai (Konn, 2003). Hata hivyo, Herring (1999) anahusisha vipengele visivyo vya kawaida vya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi, makosa yanayosababishwa na kutomakinika au kuwa mwangalifu pamoja na ukosefu wa ujuzi wa lugha inayotumiwa kama inavyojitokeza hapa. Inawezekana mwandishi hana elimu kama anavyojisawiri au tatizo linatokana na kutokuwa makini katika uandishi kwenye

Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Sehemu hizi zinafaa kuwa mwanga kwa msomaji ili afahamu kuwa anayewasiliana naye ni mhalifu.

4.2.2 Utapeli wa Kamari

Kamari ni mchezo wa bahati nasibu uhusishao kulipa pesa au kitu kingine chenye thamani kama tuzo kwa mshindi. UBPUh₄ ni mfano wa ujumbe wa kilaghai uliotumwa na wahalifu wanaojifanya wakurugenzi katika mtandao maarufu wa *Google* unaotumika ulimwenguni kote. Kwanza, waandishi hawa wametuma baruapepe kwa mtindo ulio rasmi kwa kuhusisha anwani za shirika la *Google* pamoja na anwani ya mwandikiwa. Sehemu hii ni muhimu kwa sababu itamfanya mwandikiwa kuamini kuwa ujumbe huu ni halali bila tashwishi yoyote.

From: "Google Incorporated."<sac@bomfim.com.br> To: undisclosed-recipients

Google Incorporated.
Google UK Ltd
Belgrave House
76 Buckingham Palace Road
London SW1W 9TQ
United Kingdom.
Winning No: GUK/877/798/2011
Ticket No: GUK/699/33/2011
Notification Date: 26/8/2011

GOOGLE ANNIVERSARY WINNING NOTIFICATION.

We wish to congratulate you once again on this note, for being part of our winners selected this year. This promotion was set-up to encourage the active users of the Google search engine and the Google ancillary services.

The online draws was conducted by a random selection of email addresses from an exclusive list of E-mail addresses of individuals and corporate bodies picked by an advanced automated random computer search from the internet. However, no tickets were sold but all email addresses were assigned to different ticket numbers for representation and privacy. The selection process was carried out through random selection in our computerized email selection machine (TOPAZ) from a database of over 250,000 email addresses drawn from all the continents of the world.

This Lottery is approved by the British Gaming Board and also Licensed by the International Association of Gaming Regulators (IAGR). This lottery is the 3rd of its kind and we intend to sensitize the public.

Hence we do believe with your winning prize, you will continue to be active and patronage to the Google search engine. Google is now the biggest search engine worldwide and in an effort to make sure that it remains the most widely used search engine, we ran an online e-mail beta test which your email address won £950,000.00 {Nine Hundred And Fifty Thousand Great British Pounds Sterling} A winning cheque will be issued in your name by Google Promotion Award Team.

Tungependa kukupongeza mara tena katika nakala hii, kwa kuwa mmoja wa washindi wetu walioteuliwa mwaka huu. Ukuzaji huu ulianzishwa kuwatia shime watumiaji wa Google na huduma zake. Njia ya kubainisha mshindi ilifanywa bila utaratibu wowote maalum kwa kutumia tarakilishi kwenye intaneti. Zaidi ya hayo, hakuna tiketi iliyouzwa ila baruapepe zote zilipewa nambari tofauti kwa ajili ya uwakilishi na siri. Uteuzi huu ulifanyika bila mpangilio maalum katika tarakilishi iliyojumuisha baruapepe 250, 000 zilizoteuliwa kutoka mabara mbalimbali. Mchezo huu umeidhinishwa na British Gaming Board na kupewa leseni na International Association of Gaming Regulators. Mchezo huu ni wa tatu na wa kipekee na tungetaka kufahamisha umma. Tunaamini kuwa ukiwa na ushindi wako, utaendelea kutia bidii na kuunga mkono mtandao wa Google. [...] hundi itatolewa ikiwa na jina lako kuonyesha ushindi.

UBPUh4 : Ujumbe wa Kitapeli wa Kamari

Sharma K. (2010) anadai kuwa uaminifu huhusisha athari za ujumbe unavyoonekana pamoja na umbo lake. Mtazamo tu wa sura ya nje unamfanya msomaji kuamini kuwa ujumbe huu umetumwa na shirika la *Google* na ni rasmi kwa kuwa na mpangilio mzuri.

Sehemu nyingine muhimu katika utangulizi huu ni kutumia jina maarufu la *Google*, mtandao unaojulikana kote ulimwenguni. Kadhalika, ujumbe huu wa kihalifu unatumia habari za kibinafsi za mrejelewa kufanya hila ili ujumbe uonekane wa kipekee na kwamba hamna mwingine aliyepokea lakini si kweli. Hili litamfanya msomaji kuvutiwa kusoma zaidi ili ajue kilichotumwa na mtandao huu. Hali hii ingekuwa tofauti ikiwa mtandao usiojulikana ungetumika kumtumia ujumbe.

Vilevile, mada yake inamfahamisha kuwa ameshinda na si rahisi kuipuuza kwa kuwa ni kichocheo kikubwa kwa yeyote anayesoma. Utangulizi wa ujumbe unarudia neno ‘hongera,’ kuashiria kuwa kuna habari nzuri za kufurahiwa. Ni mbinu za kuhakikisha kuwa msomaji anapiga hatua ya pili ya kutaka kujua alichokishinda hata kama hajashiriki katika mchezo wowote. Ili kuweka uzito katika ujumbe huu, mhalifu anatumia kiwakilishi ‘Tu’ kuashiria kuwa ujumbe huu haujaandikwa na mtu mmoja bali umehusisha watu wengi. Urejelezi wa kiwakilishi cha wingi kinaupa ujumbe huu uzito ili uonekane kweli umetumwa na kampuni ambayo kwa kawaida huwa na washirika wengi. Ni rahisi kuyaamini haya kwa kuwa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi watu huwa hawaonani moja kwa moja. Mhalifu huyu vilevile anadai kuwa mchezo wa tarakilishi uliofanyika bila mpangilio maalum umemteua kama mshindi. Kutaja kuwa tarakilishi ndiyo iliyotumika kufanya uteuzi ni mbinu inayotumiwa na wahalifu ili ionekane kuwa hakuna mapendeleo yoyote yaliyotumiwa ili kubainisha mshindi.

Ujumbe huu umetaja kuwa watu zaidi ya 250,000 ndio walioshirikishwa katika mchezo huu. Kauli hii imetumiwa ili mlengwa aone jinsi alivyopata nyota ya jaha ili asipuuze jambo hilo au kukosa kulichukulia kwa uzito. Ujumbe huu pia unasisitiza kuwa umeidhinishwa na shirika la wazungu na ni wa kipekee mno unaonuiwa kufahamishwa umma. Kutaja shirika linalohusishwa na wazungu ni mbinu ya kumfanya mlengwa aamini kuwa ni kweli na mchezo huu uonekane kuwa unahusisha ulimwengu wote. ‘Waandishi’ wa ujumbe huu wanaelezea kwamba wana matumaini kuwa msomaji ataendelea kutia bidii na kuwa shabiki mzuri. Msomaji anakumbushwa kuwa shirika hili ni mojawapo ya mashirika makubwa ulimwenguni. Kusema haya ni kujenga imani zaidi ili hatua yao ya mwisho ya uhalifu iweze kufaulu bila kikwazo chochote. Hatua muhimu katika ujumbe huu inadhihirika wakati ambapo watuma ujumbe hawa wanamhakikishia msomaji kuwa amejishindia kitita cha pesa na hundi itatolewa.

Kutaja kitita kikubwa cha hela ni mtego ambao mlengwa anatarajiwa adai kwa haraka iwezekanavyo kwa kujaza fomu aliyopewa. Hatua hii ya kujaza fomu ni mtego ambao utahakikisha kuwa amepeana ujumbe wote wa kibinafsi unaomhusu.

Fauka ya hayo, mtego mwingine ni kushauriwa kuwa ushindi wake aufanye kuwa siri yake na asishiriki haya na mtu mwingine. Hii ni njia ya kuhakikisha kuwa mlengwa hawasiliani na watu wengine asije akafahamishwa au kuerevushwa kuhusu utapeli huu. Wahalifu hawa wanampongeza mara tena japokuwa walikuwa wamefanya hivyo awali. Urudiaji huu ni kusisitiza tu ujumbe wa ushindi ili mpokeaji asije akashuku au kubadilisha nia yake. Kutokana na ujumbe huu ni wazi kuwa ni wa kilaghai unaonua kumtapeli mlengwa kwa kujenga mazingira mazuri ya mawasiliano. Huu ni uhalifu na Plous (1993) anaonya watu wasidanganywe au kupagazwa na maelezo mengi katika jumbe za mitandaoni kwa kuwa ndani ya mazungumzo hayo huwa kumejaa ulaghai unaokusudiwa kutapeli. Ni dhahiri katika ujumbe huu.

4.2.3 Utapeli Kuhusiana na Urithi

Uhalifu huu hutoa ahadi za uongo za urithi ili mlengwa apeeane pesa au ashiriki habari zake za kibinafsi kama kadi za benki. Wahalifu wanaweza kuwasiliana na mlengwa bila hata kujuana wakiahidi kuwa anaweza kudai urithi mkubwa ulioachwa na mmoja wa jamaa au tajiri aliyeaga dunia. Wahalifu hutumiwa jumbe za baruapepe, kupiga simu na hata kwenye mitandao mingine ya kijamii. Wakati mwingine wahalifu hujifanya kama mawakili, wahudumu wa benki na hata maafisa wakuu wa kigeni wakidai kuwa marehemu hakuacha mrithi hata mmoja. UBPUh₅ unadhihirisha jinsi uhalifu kwa njia ya urithi hutekelezwa hatua kwa hatua.

From: Kristalina Georgieva <dfgxc305@gmail.com>
To: "undisclosed-recipients:;" <undisclosed-recipients:;>
Sent: Sunday, May 15, 2022, 06:45:13 PM GMT+3
Subject: REF: (IMF) KADI YA VISA YA ATM YA UBA / TGR / FGT / 2022.

(I.M.F) OFISI KUU
#1900, AV. DU RAIS
MFUKO WA FEDHA WA KIMATAIFA
KUMB:-XVGN82022

Mpendwa Mmiliki wa Barua Pepe/Mfaidika wa Mfuko, Nilituma barua hii kwako, mwezi mmoja uliopita, lakini sikusikia kutoka kwako, sina uhakika kama umeipata, Na ndiyo maana nasema tena, Kwanza, mimi ni Bibi Kristalina Georgieva, A. Mkurugenzi Mkuu mpya na Mwenyekiti wa Shirika la Fedha la Kimataifa, tulipata ripoti kwamba hujapokea fedha zako kupitia uhamisho wa benki kama tulivyoagiza awali.

Jina lako lilionekana katika orodha yetu ya ratiba ya malipo ya wanufaika ambao watapokea pesa zao katika malipo haya ya robo ya kwanza ya mwaka kwa sababu tunahamisha fedha mara mbili pekee kwa mwaka kulingana na kanuni zetu za benki. Tunaomba radhi kwa kucheleweshwa kwa malipo yako na tafadhali acha kuwasiliana na ofisi yoyote sasa na uzingatie malipo ya ofisi yetu ipasavyo.

Sasa Malipo yako mapya, Nambari ya Idhini ya Umoja wa Mataifa; UN5685P, Ikulu Iliyoidhinishwa Nambari: WH44CV, Nambari ya Marejeleo-35460021, Nambari ya Mgao: 674632 Nambari ya siri: 339331, Msimbo wa Pini: 55674 na Nambari yako ya Malipo ya Cheti: 103, Nambari Iliyotolewa Nambari: 0763; Uthibitisho wa haraka (IMF) Telex No: -1114433; Nambari ya Siri ya Msimbo: XXTN013. Hazina yako ya urithi wa malipo ya sehemu ni USD \$2,500.000.00, baada ya kupokea nambari hizi muhimu za malipo, kwa hivyo umehitimu sasa kupokea na kuthibitisha malipo yako na Shirika la

Fedha la Kimataifa (IMF) Kanda ya Afrika mara moja ndani ya saa 168 zijazo. Tunakuhakikishia kuwa malipo yako yatakufikia mradi tu utafuata maagizo na maagizo yangu. Tumeamua kukupa KASI, KANUNI NI: 601. Tafadhali, wakati wowote unapokea barua yenye jina Bi. Kristalina Georgieva, angalia kama kuna CODE (601) ikiwa msimbo haujaandikwa, tafadhali futa ujumbe huo. kutoka kwa sanduku lako!

Sisi, Bodi ya Wakurugenzi, Benki ya Dunia na Shirika la Fedha la Kimataifa (IMF) Washington, D.C. kwa kushirikiana na Idara ya Hazina ya Marekani na Mashirika mengine husika ya Uchunguzi hapa Marekani. Ameagiza Kitengo chetu cha Utumaji Pesa za Malipo ya Kigeni, United Bank of Africa Lome Togo kukupa Kadi ya VISA, ambapo hazina yako ya \$2,500,000.00 itapakiwa, kwa uondoaji zaidi wa hazina yako. Wakati wa uchunguzi wetu, tuligundua kwa masikitiko kwamba malipo yako yamecheleweshwa isivyofaa na maafisa wafisadi wa Benki ambao wanajaribu kuelekeza fedha zako kwenye akaunti zao za kibinafsi.

Unashauriwa KUTOPELEKA malipo zaidi kwa taasisi yoyote kuhusiana na muamala wako kwani hazina yako itatumwa kwako moja kwa moja kutoka kwa chanzo chetu.

Na leo tunakujulisha kwamba mfuko wako umeingizwa kwenye Kadi ya VISA na Benki ya UBA na pia tayari kutumwa. Sasa wasiliana na Huduma kwa Wateja wa Benki ya UBA.

MR.KENNEDY UZOKA

Barua pepe: infor.atmoffice@gmail.com

Mtumie taarifa ifuatayo kwa ajili ya kuletewa Kadi yako ya VISA ya ATM iliyoidhinishwa kwa anwani yako ya nyumbani.

Kuwa mkarimu na uwasiliane na United Bank of Africa kupitia barua pepe hii hapa chini:

UBPUHs: Uhalifu kwa Njia ya Urithi

UBPUHs ulitumwa na mtu ambaye katika anwani anajitambulisha kama Kristalina Georgieva, mkurugenzi mkuu mpya na mwenyekiti wa Shirika la Fedha la Kimataifa. Kama ilivyodokezwa na Herring (2001) katika nadharia ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kwenye hatua ya tatu ya uchanganuzi wa dhana muhimu za diskosi utafiti huu ulichunguza jinsi lugha ilivyotumiwa katika jumbe za kamari kiasi cha kuruhusu mijadala kwa washiriki, kutumia lugha ya kudanganya na hatimaye kutapeli. Kwanza, baruapepe hii imechukua mtindo wa barua rasmi ili iwe kama kivutio kwa mlengwa ili asiushuku kwa namna yoyote. Muundo wake wa anwani unaashiria kuwa ni mawasiliano ya kiofisi kutoka katika ofisi tajika duniani. Hii ni njia ya kumshawishi mlengwa ili apate hamu ya kutaka kujua zaidi kuhusu mawasiliano haya katika hatua ya kwanza. Kwenye ujumbe wa baruapepe hii, mwandishi anaonyesha heshima kwa kusema kwamba hana uhakika ikiwa mwandikiwa wa ujumbe huu alipokea ujumbe wa awali. Mwandishi anajaribu kuonyesha jinsi ujumbe huu ni muhimu na haufai kupuuzwa hivyo akaamua kumwandikia tena.

Zaidi ya hayo, mwandishi anasema kuwa walikuwa wamepata ujumbe kuwa msomaji hakuwa amepokea pesa zake. Kutumia kiwakilishi “tu” kinaashiria wingi ili kuongezea uzito kwenye ujumbe na suala hili lionekane kuwa limeshughulikiwa na watu wengi. Hili litamfanya mlengwa kuamini ujumbe huu pasi kuwa na shaka kwa kuwa tayari lugha shawishi imetumiwa. Hatua nyingine muhimu ni kuwa, waandishi hawa wanazungumzia suala la fedha wakidai kuwa mwandikiwa ni miongoni mwa kundi la kwanza litakalobahatika kupewa. Kuhusisha watu wengi katika maandishi kutamfanya mlengwa kutoshuku ulaghai huu kwa sababu shughuli kama hizi mara nyingi huathiri watu wengi kwenye benki.

Vilevile, kuomba msamaha ni mbinu nyingine ambayo hutumiwa na wahudumu kwenye benki wanaposhughulikia wateja wao ikiwa ni njia ya kuonyesha heshima na upole kwa wateja. Unyenyekevu na upole husaidia kuimarisha uhusiano wa mteja na wafanyabiashara katika kampuni au benki. Waandishi wanatumia njia hii na kumsihi mlengwa aache kuwasiliana na ofisi nyingine isipokuwa wao. Kuwasiliana na ofisi au watu wengi huenda kutamsaidia mlengwa wa ujumbe kuzinduka na afahamishwe kuhusu utapeli huu, jambo ambalo wanajaribu kulizuia.

Kuna uwezekano kuwa ujumbe huu umeandikwa na mtu mmoja na kujifanya kuwa wanashirikiana na wengine ikiwa tu ni mbinu ya kumshawishi mlengwa aamini. Ekaning (2011) anasema kuwa uhalifu unaotekelezwa kwa njia ya lugha unaweza kuchunguzwa kwa mitazamo tofauti kama vile utumiaji wa uongo, matusi, vitisho na matangazo. Baada ya waandishi kuhakikisha kuwa wamemnasa mlengwa kwa njia ya maneno, hatua nyingine inahusisha kutaka kupata habari zake za kibinafsi zitakazowasaidia kutimiza malengo yao ya kihalifu. Wahalifu wanampa nambari za siri ili shughuli hizi zionekane halali. Hata hivyo nambari hizi ni njia ambayo itawasaidia wahalifu kuingia katika baadhi ya akaunti za mlengwa kama vile benki na kadi za hela. Wahalifu wanamhakikishia kuwa atapata malipo tu ikiwa atafuata maagizo ambayo amepewa.

Utoaji wa makataa na kuonyesha udharura utamfanya mlengwa kutopata muda zaidi wa kufikiria na mawazo yake yatalenga kupata hela kwa kasi kama anavyoshauriwa. Ni wazi kuwa lugha ya ushawishi imetawala mazungumzo haya ya baruapepe jambo ambalo ni gumu kubaini kama ni ukweli au ulaghai. Kupitia visa vingi vya kihalifu kwenye baruapepe watafiti wengi wamechunguza jinsi ulaghai umeathiri matumizi ya

lugha katika mawasiliano ya jumbe za mitandaoni na mitindo ya lugha ili kutambua ukweli na ulaghai kwenye Mawasiliano ya Kielektroniki (Hancock na wengine, 2008).

Ujumbe huu umechukua mkondo mwingine ambapo waandishi wanakiri kuwa wanashirikiana na idara nyingine kumsaidia mpokeaji wa ujumbe kwa kumpa hela \$ 2,500,000.00. Ahadi za kitita kikubwa cha fedha ni kichocheo kinuiwacho kumfanya mwandikiwa ujumbe kutowaza mengine isipokuwa namna ya kujinyakulia hela hizi. “waandishi” wanaongeza kwa kusema kuwa tayari wamefanya uchunguzi na wamegundua kuwa kuna kasoro kwa kuwa hela zake zimecheleweshwa. Wanadai kuwa maafisa wafisadi kwenye benki wanaaminika kutekeleza uovu huu kwa kuelekeza pesa kwenye akaunti zao. Kwa kutaja suala hili la ufisadi, wahalifu wanajaribu kuchora picha ya uadilifu wao na namna walivyo wazinduzi ili mwandikiwa ujumbe awaamini. Vilevile, wanajaribu kuonyesha jinsi walivyowajibika kwa kuhakikisha kuwa wamepigana na maafisa wafisadi kwenye benki. Ujumbe huu unamhakikishia mwandikiwa kuwa kwa muda mfupi atakuwa amepokea mfuko wake wa hela kwa kuwa tayari mpango umefanywa. Waandishi wanajifanya wema kwa kumfahamishwa mlengwa kuwa asijaribu kufanya malipo kwa watu wengine.

Ni kinaya kwa kuwa mpango wa wahalifu hawa ni kujifanya wema wakiwa na nia ya kumtapeli mwandikiwa. Wanamfahamisha aweze kuwasiliana na Huduma kwa Wateja ili apate usaidizi. Huu ni mtego ambao wahalifu hawa wameuweka ili aweze kutoa habari zake za kibinafsi zitakazosababisha kutapeliwa. Hatua ya mwisho inafikiwa baada ya kuwa na safari ndefu ya kutoa maelezo. Wahalifu hawa wanamwomba mlengwa alipie ada pekee ya kufungua kadi wala si kitu kingine. Huu ni mtego unaotumika ili mlengwa aone ada ile ya kadi ikiwa ndogo inayofaa kulipiwa ili aweze kusaidika katika huduma alizoelezewa. Huu ni utapeli ambao utasababisha yeye kupoteza hela baada ya kulipia.

Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ni vigumu kung’amua ikiwa mwandishi anasema ukweli au uongo hii ikiwa mojawapo ya changamoto zake. Changamoto nyingine ya mawasiliano ya aina hii ni kuwa ni vigumu kubaini idadi ya waandishi pamoja na jinsia zao kama ilivyo kwenye ujumbe huu. Yawezekana kuwa mwandishi ni mmoja lakini anaonyesha kuwa ni wengi. Ujumbe huu unafuata sifa tano za diskosi au mikakati ya kipragmatiki inayotumiwa na wahalifu wa baruapepe huku wakinuia kuwanasa walegwa. Mikakati hii ni: kuhusisha diskosi au hali ya kujitambulisha sawa

na ilivyofanyika katika utangulizi wa ujumbe huu. Pia hutumia simulizi, kujenga ujasiri kwa walengwa na mengine mengi huku yakinuiwa kumbadilisha mlengwa kama inavyojitokeza kwenye ujumbe huu.

4.2.4 Utapeli wa Biashara

Huu ni uhalifu ambao hulenga wanabiashara wa mitandaoni. Wahalifu huwafikia wanabiashara wadogo na wakubwa kwenye mitandao huku wakijifanya kuwa wanabiashara wanaohitaji wateja wengine ili washirikiane nao.

<p><i>In the year 1998 during our father's tenure in office, he diverted some fund meant for estate complex Development Project (700 Housing Unt). The project awarded to read US\$64.7 Million dollars; on execution of the contract, it reads US\$36.0 Million dollars while our late father diverted 28.7 Million dollars after the completion. All the depository documents are with us. This event dated 13 November 1999, during political crisis in my country Sierra Leone. My father later died in the heat of the crisis in the year 2000. The fund being deposited in the Bank in Abidjan Cote d'Ivoire due to security reason. we source to contact you to assist us in transferring the above fund into your account as the beneficiary in your country for onward investment in your country. Following the brake out of the war, almost all government offices, cooperations, and parastatals were attacked and vandalized. The SLDMC was loothed and burnt down to ashes, and diamonds worth millions of dollars was stolen by the rebel military forces who attacked my fathers office [...]</i></p>	<p>Mwaka wa 1998 wakati babangu alikuwa kwenye mamlaka, alihamisha fedha zilizokuwa za miradi ya Maendeleo. Miradi hii iliharimu dola milioni US\$64. Katika utekelezaji wa mradi huo, ulitumia dola milioni US\$36.0 huku dola milioni 28.7 ziliwekwa na babangu baada ya mradi kukamilika. Nakala zote za amana tulikabidhiwa. Tukio hili lilitokea tarehe 13 Novemba, 1999 wakati ambapo kulikuwa na mgogoro wa kisiasa katika nchi yangu Seralioni. Baba yangu alifariki baada ya mgogoro wa kisiasa mwaka wa 2000. Hazina hiyo ilihifadhiwa katika benki ya Kodivaa Kwa sababu ya usalama. Tumeamua kuwasiliana nawe ili utusaidie kuhamisha fedha hizi kwenye akaunti yako Kama mtu mnufaishwa ili uwekeze katika nchi yako. Kutokana na vita vilivyotokea, ofisi zote za kiserikali, Mashirika ya umma na kampuni zilivamiwa kuharibiwa. SLDMC iliporwa na kuchomwa kwa moto hadi kuwa jivu. Almasi zenye thamani ya mamilioni ya dola ziliibiwa na wanajeshi waasi ambao walivamia ofisi ya babangu [...]</p>
---	---

UBPUh6: Ujumbe wa Kitapeli wa Biashara

Biashara za mitandaoni huokoa muda, nguvu pamoja na pesa. Tovuti hizi huwawezesha wanabiashara kununua bidhaa za aina mbalimbali kutoka katika maeneo mengi ulimwenguni. Hata hivyo, miongoni wa wanabiashara hawa wa mitandaoni huwa kuna wasiokuwa halali ambao huuza bidhaa zisizokuwepo. Wahalifu hawa vilevile hufanya matangazo ya bidhaa wanazozuza kila mara na huwa kuna nafasi ya majadiliano ili kupunguza bei. Wahalifu hutumia picha za bidhaa hizo ili biashara zionekane kuwa halali. Kwanza, anaeleza kuhusu uongozi wa baba yake ili amvutie msomaji kutokana na cheo chake. Ni wazi kuwa viongozi katika mataifa mengi ya Afrika hujulikana kuwa na mali nyingi. Koon (2013) anadai kwamba wahalifu hufanya tukio lionekane kuwa la kweli kwa kutumia mamlaka au cheo. Hii itamfanya msomaji kukubaliana naye kwa haraka pasipo kuuliza maswali mengi. Fauka ya hayo, mwandishi anadai kuwa kulikuwa na mamilioni ya fedha zilizokuwa zimehifadhiwa kwa ajili ya mipango ya maendeleo ila hazikutumika zote. Babake aliweza kuzitenga na stakabadhi muhimu zinahifadhiwa nao. Mwandishi anamfahamisha msomaji kuwa babake ni marehemu na kuwa pesa nyingi alizokuwa amezimiliki ziko kwenye mikono yake. Kutaja pesa nyingi namna hiyo ni mbinu inayotumiwa kuhakikisha kuwa mazungumzo kati ya mwandishi na mlengwa hayakatiki hadi mwisho kwa kuwa ni kichocheo kikubwa.

Kadhalika, mwandishi anakiri kuwa nakala zote zinazutumiwa kama ithibati ziko mikononi mwao. Anatumia kiwakilishi cha nafsi ya wingi 'Tu' ili jambo hili lionekane kuwa halali na kuhakikisha kuwa mlengwa hajashuku ulaghai huu kwa namna yoyote. Mwandishi anaendelea kutoa usimulizi mrefu wa matukio ya kihistoria yaliyoshuhudiwa katika nchi yake wakati babake alipokuwa kiongozi. Kutokana na kivangaito hiki cha kisiasa, babake aliangamizwa. Mwandishi anaibua tukio la kifo ambalo ni la huzuni kwa minajili ya kugusa hisia za msomaji ili amwonee huruma na aweze kusikitika pamoja naye. Pia, msimulizi anakiri kuwa pesa zilizomilikiwa na babake ziliwekwa kwenye akaunti katika nchi nyingine hivyo waliamua kuwasiliana na msomaji/mlengwa ili aweze kuwasaidia katika uhamishaji wa hela hizi hadi kwenye akaunti yake na pia kuwekeza katika nchi yake.

Mwandishi hataki kubinafsisha hali hii ndio maana anatumia kiwakilishi cha nafsi cha wingi kuashiria kuwa shughuli hizi zote hazimilikiwi na mtu mmoja. Hii itamfanya msomaji aamini yote atakayoambiwa pasipo kushuku lolote. Zaidi ya hayo, mwandishi anahusisha mlengwa katika umilikaji wa pesa hizi wa kuziwekeza, ushawishi ambao ni

vigumu kuuepuka ikikumbukwa kuwa ‘uwekezaji’ huu ni wa mamilioni ya pesa. Mwandishi wa ujumbe anaonyesha kuwa yu tayari kumzawidi mlengwa kwa pesa hizi ikiwa watasaidiana katika mpango huu. Inastaajabisha kwa sababu mwandishi anatumia baruapepe kama pendekezo la kuwa na ushirikiano unaohusisha pesa nyingi na anamhakikishia mlengwa kuwa atamzawidi ikiwa atawafaa. Ni dhahiri kuwa huu ni uvunjaji wa sheria unapofanya pendekezo lolote. Hata hivyo, mpango huu unaonekana mzuri kwa mlengwa kwa kuwa utamfaidi sana kama pendekezo au makubaliano katika umilikaji wa pesa hizi. Tayari mwandikiwa amehusishwa katika mkataba huu mtego, ambao ni mgumu kujitoa kwao.

Zaidi na makubaliano haya, mwandishianasimulia kuwa katika nchi yake kulishuhudiwa machafuko mengi yaliyosababisha uharibifu mwingi wa majengo ya serikali, biashara na kampuni. Majengo mengi yaliteketezwa kwa moto na almasi za mamilioni ya pesa ziliibiwa na wahalifu waliovamia ofisi ya baba yake mwandishi. Mwandishi anajaribu kujenga taswira kwenye akili ya msomaji ili aone jinsi tukio analoelezea lilikuwa bovu na jinsi baba yake hangenusurika. Anadai kuwa maafisa wengi wa kiserikali, babake na ndugu ya babake waliuawa katika makabiliano yaliyokuwa hatari kwa kutumia risasi. Mwandishi pia anaibua tukio lingine la kunasa hisia za msomaji kwa kukiri kuwa mamake mzazi pia alipigwa risasi katika machafuko haya. Baadaye, aliaga dunia akiwa katika hospitali moja tukio lililosababisha mwandishi kuwa katika hali ya upweke kwenye nchi ya kigeni asiyoifahamu bila mzazi, jamaa au mtu wa karibu wa kumshughulikia.

Mwandishi anaunganisha hali yake ya masikitiko, upweke na majonzi yake kwa ujumbe kuwa mamake alikuwa amemfahamisha kuwa babake alikuwa ameweka pesa nyingi alizokuwa amezipata kutokana na biashara ya uuzaji na kandarasi ya almasi. Kutokana na haya, mwandishi anaomba mtu mwaminifu na mshirika wa kibiashara kutoka nchi ya kigeni ili amsaidie katika uwekezaji wa pesa hizi. Mwandishi ameunganisha matukio mengi ya kuhuzunisha kama vile vifo vya babake, maafisa wa kiserikali, ndugu ya babake pamoja na mamake ili kunasa hisia za msomaji. Ni vigumu sana kwa msomaji yeyote kukosa kuwa na hisia za huruma kwa mtu aliyepitia hali ngumu namna hii. Kuonyesha unyonge na masikitiko ni ushawishi utakaomfanya msomaji aweze kushirikiana na msomaji kwa lolote atakaloombwa. Hata hivyo, hali

tatanishi inajitokeza wakati ambapo mwandishi anaonyesha upweke kiasi kwamba lazima asaidiwe katika uwekezaji wa pesa zilizoachwa na babake.

Kwa msomaji aliyemakinika atang'amua kuwa huu ni ulaghai kwa sababu mwandishi katika hatua zake za awali alikuwa anatumia kiwakilishi nafsi cha wingi kuonyesha kuwa mpango huu haukuwa wake peke yake. Mwishoni mwandishi anajichanganya kwa kujisawiri kama mpweke anayehitaji usaidizi kutoka kwa msomaji. Inashangaza kuwa mwandishi hatambui dini ya msomaji ila anamsawiri kama muumini kwa kukiri kuwa anaomba Mungu apate mtu aliye mwaminifu atakayemsaidia katika biashara yake. Van Eemeren (2001) anadai kwamba katika uvurugaji wa imani ya mtu na tafakuri yake ni mbinu ya ushawishi kwa sababu mtu ambaye ameshikilia imani fulani ana uwezo mkubwa wa kuamini maoni yoyote. Ujumbe huu ni ithibati tosha ya namna mhalifu anavyojaribu kutapeli mlengwa kwa kujifanya mpweke anayehitaji usaidizi katika biashara. Ujumbe huu umetumia toni na mtindo ambao msomaji anaweza kuamini kuwa ni kweli akilinganisha na jumbe nyinginezo za mitandaoni hali inayoibua utata kung'amua kama ni wa kweli au ni wa kilaghai sawa na ilivyodokezwa na wasomi (Orasan na Krishnamurthy, 2002).

UBPUh₇ ni ujumbe unaodhihirisha utapeli wa biashara. Mwandishi aliuandika ujumbe kwa kutumia mtindo rasmi wa baruapepe. Hii itasababisha msomaji kuusoma ili afahamu chanzo chake. Ujumbe UBPUh₇ unaonyesha namna uhalifu unavyotekelezwa kwa kutumia baruapepe ambayo katika sura ya nje inadhihirisha kuwa ni ujumbe wa kweli lakini baada ya kuusoma kwa undani msomaji atagundua lugha ya kijanja imetumiwa kwa ajili ya kumnasa mlengwa. Vilevile, mwandishi anatumia maneno yenye kiimbo cha kunyenyekea kama ilivyo katika jumbe nyingi za kiofisi.

My Name is Samira I am writing this mail to you with tears and sorrow from my heart. With due respect, trust and humanity, i appeal to you to exercise a little patience and read through my letter, I wish to contact you personally for a long term business relationship and investment assistance in your Country so i feel quite safe dealing with you in this important business having gone through your remarkable profile, honestly i am writing this email to you with pains, tears and sorrow from my heart, i will really like to have a good relationship with you and i have a special reason why i decided to contact you, i decided to contact you due to the urgency of my situation, reason why i decided to contact you, My name is Miss. Samira Kipkalya Kones, 23yrs old female and I held from Kenya in East Africa. My father was the former Kenyan road Minister. He and Assistant Minister of Home Affairs Lorna Laboso had been on board the Cessna 210, which was headed to Kericho and crashed in a remote area called Kajong'a, in western Kenya[...] As soon as I receive your positive response showing your interest I will put things into action immediately. In the light of the above. I shall appreciate an urgent message indicating your ability and willingness to handle this transaction sincerely. Awaiting your URGENT AND POSITIVE RESPONSE, Please do keep this only to your self for now un till the bank will transfer the fund. I beg you not to disclose it till i come over because I am afraid of my wicked stepmother who has threatened to kill me and have the money alone ,I thank God Today that am out from my country (KENYA) but now In (Burkina Faso) where my father deposited the money with my name as the next of Kin.

I have the documents for the claim.Yours Sincerely Miss.

Samira Kipkalya Kones.

Habari mpenzi wangu, tafadhali nahitaji msaada wako. Jina langu ni Samira na ninakuandikia ujumbe huu nikiwa na machozi na huzuni nyingi moyoni. Kwa heshima inayostahili, uaminifu na ubinadamu, naomba uwe na subira kidogo usome barua hii yangu. Ningependa kuwasiliana nawe kuhusu uhusiano wa muda mrefu wa kibiashara na usaidizi wa uwekezaji katika nchi yako. Nahisi ni salama kabisa kuhusiana na wewe katika biashara hii muhimu baada ya kupitia maelezo yako na wasifu. Kwa uaminifu, ninakuandikia baruapepe hii nina uchungu, machozi na majonzi kutoka moyoni na ninependa sana kuwa na uhusiano mzuri nawe na ndio sababu yangu kuwasiliana nawe. Nimeamua kuwasiliana nawe kwa sababu ya udharura wa suala hili langu. Jina langu ni Bi. Samira Kones, mwanamke wa miaka 23 kutoka nchi ya Kenya iliyo Afrika Mashariki. Babangu alikuwa waziri wa kitambo wa barabara. Yeye pamoja na waziri wa masuala ya ndani ya nchi kwa jina Lorna Laboso walikuwa wameabiri ndege iliyoanguka ikielekea Kericho katika sehemu iitwayo Kajong'a katika Magharibi mwa nchi ya Kenya [...] Punde tu nitakapopata ujumbe wako nitashughulika mara moja. Kuhusiana na suala hizi, nitashukuru kwa ujumbe wako mara moja wa kuonyesha uwezo na ari ya kushughulikia fedha hizi kwa uaminifu. Ninasubiri majibu yako kwa dharura na nakusihi uweke kama siri hadi wakati ambapo benki itahamisha pesa hizo. Nakusihi usimfahamisha mtu yeyote kuhusu haya kwa sababu ni hofu kuhusu mama yangu wakambo ambaye ni mwovu na ametishia kuniua na achukue pesa hizi peke yake. Namshukuru Mungu leo kwa kuweza kutoka katika nchi yangu Kenya na kwa sasa niko Burkina Faso ambapo babangu alihifadhi pesa na akatumia jina langu kama jamaa wa kusaidika. Nina stakabadhi za kufanya madai. Samira Kipkalya Kones.

UBPUH7: Ujumbe wa Kitapeli wa Biashara

Mwandishi anatumia neno ‘mpendwa’ kana kwamba anamfahamu anayemzungumzia. Hii ni njia moja ya kuhakikisha kuwa wanahusiana vizuri na msomaji wa ujumbe katika hatua za mwanzo. Mwandishi wa ujumbe huu anajaribu kunasa umakinifu wa msomaji kwa kudai kwamba anapouandika ujumbe yu katika hali ya huzuni kwenye moyo wake. Pia anamwomba msomaji kuwa aonyeshe utu kwa kusoma ujumbe wake. Maneno ya aina hii yanatumiwa ili yachochee taharuki kubwa na vilevile kuwa kivutio kwa msomaji. Atajiuliza maswali kama vile; alifanya nini huyu? Huzuni yake imesababishwa na nini? Mbona asisitize kuwa ujumbe wake usomwe kwa subira? Itakuwa vigumu sana kwa msomaji yeyote yule kupuuzwa ujumbe wa aina hii uliopambwa ukapambika.

Vilevile, mwandishi analenga madhumuni ya ujumbe wake moja kwa moja baada ya kuhakikisha kuwa amenasa umakinifu wa msomaji kwa kutumia hisia. Mwandishi anasema kuwa sababu ya kuwasiliana na msomaji ni kuwa anataka wawe na uhusiano wa kibiashara. Anasema kuwa kulikuwa na sababu nzuri iliyomfanya mwandishi kuomba usaidizi wa kibiashara na kuwekeza katika nchi ya mlengwa. Mwandishi anazidisha kwa kusema kuwa alifanya uchunguzi na kubainisha kuwa maelezo ya mlengwa ni ya kuridhisha. Zaidi ni kwamba, kulikuwa na udharura alipokuwa akiandika ujumbe. Kumsifu mlengwa na kuashiria kuwa mwandishi anamwamini hata kama hawajuani ni jambo ambalo litamsukuma kukubaliana na ombi la mwandishi.

Kadhalika, kutumia neno ‘dharura’ kutamfanya mlengwa kutopata muda zaidi wa kufikiria isipokuwa tu kumsaidia mwandishi ama kukubaliana na anachosema. Fauka ya haya, mwandishi alijitambulisha kama mtoto wa kiongozi katika nchi ya Kenya na kufafanua umri wake pamoja na jinsia. Suala hili litamfanya msomaji kuvutiwa zaidi na usimulizi kwa kuwa ni nadra sana mtoto wa kiongozi kuwasiliana na mtu asiyemjua huku akidai kuwa anataka usaidizi.

Sehemu nyingine inayodhihirika kwenye ujumbe huu ni kwamba mwandishi anajitambulisha kuwa ni wa jinsia ya kike na umri wake mchanga hivyo anauoanisha ujumbe wa awali wa kutaka kusaidiwa na umri wake mchanga. Inawezekana kuwa mwandishi ni mwanamume aliyejifanya kuwa mwanamke lakini alitumia mbinu hii ili kumnasa msomaji. Hii ndiyo changamoto kubwa ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kwa kuwa ni vigumu kufahamu jinsia ya mtu anayetuma ujumbe kwa kuwa hamwonani ana kwa ana. Zaidi ni kuwa ameibua suala la kusikitisha kwa kusema

kuwa baba yake aliaga dunia kutokana na ajali ya ndege nchini Kenya. Jambo hili ni msukumo mkubwa kwa msomaji kwa sababu hisia zake zimeguswa na ataendelea kusoma zaidi ili kubaini kilichotendeka baada ya tukio hili la kuhuzunisha. Mwandishi anapiga hatua kwa kutaja kuwa habari hizo zote zingepatikana katika tovuti aliyoitoa. Utoaji wa tovuti ya kurejelea ni njia ya kuhakikisha kuwa msomaji amesadiki yanayosemwa.

Ni dhahiri kuwa kulikuwa na kiongozi katika nchi ya Kenya aliyeangamia pamoja na wenzake katika ajali ya ndege. Ajali ile ilisababisha majonzi na mahangaiko kwa familia, marafiki na wananchi wote kwa kupoteza viongozi tajika na shupavu. Utumiaji wa tukio la ukweli ambalo lilifanyika awali ni njia ya kuhakikisha kuwa ameaminiwa na msomaji hadi mwisho. Mwandishi alifaulu kupanga matukio yake hatua kwa hatua kwa njia ya kutegemeana; baada ya kifo cha babake hatua iliyofuata ilikuwa mazishi. Punde tu mazishi yalipokamilika, mamake wa kambo pamoja na wajomba wa msimulizi walipanga njama ya kuuza mali bila kumbakishia chochote. Katika sehemu hii, msimulizi anafafanua kwa njia isiyo wazi kuwa marehemu baba yake alikuwa ameo mabibi wengi. Viongozi katika jamii nyingi za Kiafrika hujulikana kwa kuoa mabibi zaidi ya mmoja na ni halali kufanya hivyo. Kwa mfano, uchaguzi wa rais Zuma wa Afrika kusini kulisababisha kujengwa kwa familia ya wake wengi (Baloyi, 2013).

Kadhalika, baada ya kifo cha mume jamaa huachwa wakizozana ikiwa mume hakuwa ameandika wasia hali aliyoidokeza mwandishi wa ujumbe huu. Mwandishi pia anaelezea namna alivyojaribu kutoroka kwenda Marekani lakini jamaa zake wakaficha stakabadhi zake. Ameonyesha matatizo yaliyomkumba baada ya kifo cha baba yake mpendwa hadi kujipata katika kambi ya ukimbizi. Vilevile, mwandishi anaeleza jinsi alivyopata stakabadhi nyingi kwenye mkoba wa babake ulioonyesha kuwa alihifadhi pesa nyingi kwa ajili yake. Hata hivyo, kulikuwa na kikwazo ambacho baba yake alikuwa amekiweka kuhusiana na fedha zile hivyo anaomba usaidizi kutoka kwa msomaji. Kutaja pesa ni kichocheo kikubwa kwa msomaji ambacho hawezi kupuuza.

Kando na hayo, mwandishi alidhihirisha uaminifu wake kwa msomaji kwa kudai kuwa alitaka awe mdhamini wake ili aweze kupata pesa zile. Hiki ni kuvutio kwa kuwa mwandishi amemleta mlengwa karibu kwa kuonyesha kuwa ni mtu wa kusadikika na atamfaa. Kupitia maombi, mwandishi aliweza kutambua kuwa msomaji ni mtu ambaye angeaminika na kuwa angemfaa. Aliibua suala la dini na imani japokuwa hafahamu

kama msomaji ni mwadibina au la. Hili linatia uzito ujumbe wake kwa kuwa ni rahisi kuamini asemacho mtu muumini kuliko asiyeamini. Mwandishi alizua suala tatanishi kwa kutaja kuwa mawazo yake yalimdhahirishia kuwa mlengwa ndiye atakuwa msaidizi tofauti na alivyodai kuwa maombi yalimsaidia kufahamu mtu mwaminifu.

Katika hatua za mwisho, mwandishi alisema kuwa alikuwa tayari kumzawidi msomaji ikiwa angeshirikiana naye kwa kumpa asilimia 30 ya pesa alizokuwa amepata. Vilevile, anamtia mlengwa katika hali ngumu kwa kumwonyesha kuwa atafaidika ikiwa ataujibu ujumbe ule kwa dharura. Alimwonya asimweleze mama yake wa kambo aliyekuwa na mpango wa kumwagamiza. Hali ya unyenyekevu ilidhahirika katika hatua ya mwisho alipomwambia msomaji kutomwambia mama yake. Jamaa za Samira wanadhahirisha sifa za watu waovu. Kulingana na Propp (1968) dhima moja kuu ya mtu mwovu katika simulizi hizi ni kusababisha maumivu au ajali kwa watu wa familia kama ilivyojitokeza katika familia hii. Katika usimulizi huu, inadhihirika wazi kuwa kuna mwathiriwa pamoja na shujaa.

Kama alivyosema Blommaert (2005) waandishi wa jumbe za kihalifu hukopa zaidi kutoka kwa tanzu za lugha zilizoimarika hasa katika fomula za kufunga baruapepe rasmi za kibiashara. Hii hujitokeza kwa kuwa waandishi tayari wanafahamu mpangilio na muundo wa jumbe hizi za kibiashara. Kadiri jumbe hizi zinavyozidi kuchukua mtindo rasmi, ndivyo watu wanavyozidi kuziamini. Kilicho muhimu ni kufahamu kwamba lengo la waandishi wa jumbe hizi huwa kushawishi na hatimaye kudanganya ndiposa wanatumia kila aina ya mitindo ya maandishi pasi kutambua kama yanatosheleza mahitaji ya yale wanayoandika (Chiluwa, 2009). Hii ni ithibati tosha kuwa ujumbe UBPUh₇ ni wa kihalifu.

4.2.5 Utapeli wa Uwekezaji wa Sarafu za Kidijitali

Huu ni uhalifu ambao hufanywa kwa njia ya kubadilishana au kuuza sarafu kwenye mitandao au kwa njia ya kidijitali. Hali hii imechangiwa mno na ukuaji wa teknolojia ya simu, intaneti na mitandao.

<p>From [redacted]</p> <p>Subject: RE: LocalBitcoins Maintenance 2019 III 9:47</p> <p>To [redacted]</p> <p>Dear Local bitcoin User.</p> <p>This message is from local bitcoins to all users registered with local bitcoins Wallet.</p> <p>We are currently undergoing maintenance exercise to improve our quality service and reduce the rate of spam virus in our cryptocurrency portal. Please Verify and upgrade your User account</p> <p>Kindly Click Here to Verify.</p> <p>Failure to do so may result in the cancellation of your local bitcoins Wallet account.</p> <p>Thanks, And sorry for the inconvenience.</p> <p>Yours sincerely, LocalBitcoins team</p>	<p>Kwa mpendwa mteja wa bitcoin. Ujumbe huu umetoka kwa bitcoin kwa watumiaji wote. Tunafanya marekebisho ili kuimarisha huduma zetu na kupunguza visa vya uhalifu katika tovuti yetu ya kubadilisha fedha. Thibitisha na uboreshe akaunti yako kwa kubofya hapa. Kukosa kufanya hivyo kutasababisha kufutiliwa mbali kwa pesa zako. Asante na pole kwa usumbufu.</p>
--	---

UBPUhs: Utapeli wa Kuwekeza Sarafu

Ujumbe UBPUhs ulitumwa na wahalifu wakijifanya kuwa wawekezaji katika biashara ya mtandaoni ya *Bitcoin*, biashara ya kununua, kuuza na kubadilisha sarafu. Wahalifu wanatuma ujumbe ulioandaliwa vyema kwa lugha sahili. Ujumbe vilevile unamhitaji mlengwa kufuata kiunganishi alichotumiwa ili aweze kushughulikia akaunti yake. Ujumbe huu wa baruapepe umeandikwa kwa urasmi mwingi ili uonekane kuwa umetumwa na kampuni halali ya *Bitcoin*. Matumizi ya lugha ya heshima yanadhihirika ambapo mwandishi anamrejelea mwandikiwa kama mpendwa, sawa na inavyotumiwa na kampuni inapowasiliana na wateja wake. Ujumbe huu umekusudiwa kuwafikia watumiaji wote wa huduma hizi ukiwaarifu kuwa huduma ile inafanyiwa marekebisho ili kuboresha utoaji wa huduma kwa wateja. Ni rahisi sana kwa yeyote anayefanya biashara hizi na mmiliki wa akaunti kuamini kuwa ni wa kweli kutokana na lugha ya unyenyekevu iliyotumiwa pamoja na usahili wake. Vilevile, shughuli za urekebishaji na uboreshwaji wa huduma hufanyika katika kampuni nyingi kila mara. Hiki ni kisababu ambacho kitamfanya mlengwa kuamini.

Kadhalika, wahalifu hawa wanaeleza sababu za kutaka kuboresha huduma hizi mojawapo ikiwa kuzuia jumbe zisizohitajika zitumwazo na wahalifu na husambaza virusi. Watumiaji wote wanaombwa wafuate mtandao ambao ni ghushi ili waweze kusaidika. Hii ni njia ya mtumiaji kutoa habari zake za kibinafsi kama baruapepe. Mbinu hii inawawezesha wahalifu kupata kila kitu kinachohitajika kutoka kwa mlengwa ili watekeleze wizi wa hela. Kiunganishi hiki kimeandaliwa ili kiwalaghai watumiaji wa mtandao wa *Bitcoin*, mtandao unaojulikana ulimwenguni kote kwa uwekezaji na kubadilisha sarafu. Ujumbe huu unaonekana kuwa wa kweli kwa kutumia jina halisi la kampuni tajika duniani.

Zaidi ya mlengwa kuagizwa kufanya yale, wahalifu wanatumia lugha ya kushurutisha kwa kuonyesha kuwa yeyote atakayekosa kufuata maagizo atapoteza akaunti yake. Kupoteza akaunti inamaanisha kupoteza hela. Hakuna mfanyabiashara yeyote ambaye angetaka haya yamtendekee. Vitisho hivi vitamsababisha kuingia kwenye kiunganishi hicho, tendo litakalosababisha mhalifu kupata mwanya wa kumtapeli. Kwa kuhusisha nadharia ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kama ilivyofafanuliwa na Herring (2001) ni rahisi kufahamu tabia za watumiaji wa mitandao ya kijamii kwa kuzingatia lugha na fasiri zao ambazo hujikita katika uchunguzi wa lugha na matumizi yake.

Wahalifu wamekuwa wakitumia njia mbalimbali za kuwatapeli watu zikiwemo kutumia tovuti ghushi, matumizi ya programu na mbinu ya kupandisha sarafu na kushukisha ili kujifaidi. Uwekezaji ulio maarufu duniani ni wa *Bitcoin* ulioanzishwa mwaka wa 2009. Kuanzia mwaka wa 2009, biashara hii imekua kwa kasi, ambavyo haikufikiriwa. Kutojulikana kwa haraka kwa waendeshaji wa biashara hii kwenye mitandao kumevutia wahalifu wengi sana ambao hulaghai watu ili watekeleze uhalifu huu ambao huwa vigumu kushika mhalifu (Bartolletti na wengine, 2021). Hii ni dhahiri katika biashara hii ya ubadilishanaji wa sarafu na uwekezaji kwenye mitandao ya kijamii. Matapeli wanaofanya uhalifu kwa njia hii waliwaibia watu zaidi ya dola bilioni moja kuanzia mwaka wa 2020 (Federal Trade Commission, 2020). Mcquade (2009) anaeleza kuwa uhalifu huu hufaulishwa na utumaji wa jumbe nyingi za baruapepe na tovuti ghushi. Ujanja huu hufanywa na wahalifu wakikusudia kushawishi walengwa kufichua akaunti zao za benki au kupeana nywila za akaunti ambazo hatimaye hutumika kutoa pesa kwenye akaunti kama inavyodhihirika katika ujumbe huu.

Ili shughuli hizi za biashara kuanza, walengwa huhitajika kulipa kiasi kidogo cha fedha kwa ajili ya kujisajili. Badala ya kufaidika na hela zile wahalifu hawa huiba malipo yale kisha huomba habari za kibinafsi za mlengwa kama kitambulisho wakidai kuwa ni kwa ajili ya kutuma au kutoa pesa. Kwa kutumia ujanja huu, wahalifu hawa huingia kwenye akaunti za mtu za uwekezaji. Mcquade (2009) alitafiti na kusema kuwa ili kuwafanya walengwa kuwa na imani nao, wahalifu hutumia nembo na viunganishi vinavyofanana na vya kumpuni halali kisha kuombwa kupeana neno lake la siri, nywila na maelezo mengine ya kibinafsi. Anapofanya vile, mhalifu huwa amepata fursa ya kuingilia akaunti zake na kutekeleza uhalifu kama ilivyo katika ujumbe wa UBPUh₈.

4.2.6 Utapeli Kuhusiana na Ugonjwa wa Uviko

Ugonjwa wa Uviko almaarufu Korona asili yake ni katika taifa la Uchina ambao hutokana na virusi na huaminika kuwa ulitokana na maambukizi ya wanyama kwa binadamu. Rothan na wengine (2020) walisema kuwa ugonjwa huu wa Uviko ni wa maambukizi uliosababishwa na virusi aina ya SARS-COV2 na viliathiri viungo vya kupumua katika mwili wa binadamu. Shirika la Afya duniani lilitangaza tandavu hii kuwa janga la kitaifa na mataifa mengi duniani yalilazimika kuweka sheria kuwazuia watu kutangamana na kusafiri ikiwa ni njia ya kupigana na kusambaa kwa ugonjwa huu ambako kulikuwa hatari kwa usalama. Uhalifu kupitia ugonjwa sugu wa Uviko unadhihirika katika ujumbe UBPUh₉.

<p>Please click the link below to view your Covid 19 test results. You will need to enter your date of birth to see your results. Link:https://testreg.nd.gov//covid19-tests/?id=c001dd8309722</p>	<p>Tafadhali bofya kiunganishi hiki ili kuona hali yako kuhusiana na ugongwa wa Covid 19. Unahitajika kuandika tarehe za kuzaliwa ili uone matokeo. Kiunganishi: https://testreg.nd.gov//covid19-tests/?id=c001dd8309722.</p>
--	---

UBPUh₉ :Uhalifu Kupitia Ugonjwa wa Uviko

Ujumbe huu katika baruapepe ya kilaghai ilitumwa na mhalifu akinuia kumlaghai na kumtapeli mlengwa. Mhalifu anamfahamisha kuwa matokeo ya ugonjwa sugu wa Uviko yalikuwa tayari baada ya kupimwa na alihitajika kubofya kiunganishi alichopewa pamoja na kujaza tarehe ya kuzaliwa ambayo ni njia ya kupeana habari zake za kibinafsi. Ugonjwa huu wa Uviko ulibadilisha hali ya maisha ya watu wengi na kuwa na athari hasi katika maisha. Mataifa mengi yalipendekeza uchunguzi kwa njia

ya kupimwa, kujitenga na kupata matibabu ya dharura kwa yeyote aliyepatikana nao. Hatua za mwanzo mwanzo zilisababisha hofu na hisia za upweke hasa baada ya kupimwa ugonjwa huu. Ukosefu wa vifaa vya kimatibabu vya kushughulikia ugonjwa huu vilisababisha kusubiri kwa muda mrefu na kuzua hofu kubwa kwa kuwa ugonjwa huu ulisambaa haraka na ulikuwa wa kufisha. Kim, J., na Lee, J. C. (2020) wanadai kwamba ugonjwa huu tandavu uliibua msongo wa mawazo, upweke, ukosefu wa usingizi, hisia za kujitia kitanzi na woga.

Kuanzia tu ile siku ugonjwa sugu wa Uviko ulipotangazwa kuwepo duniani mwaka wa 2019, kumekuwa na visa vingi sana vya uhalifu wa mitandaoni vikifungamanishwa nao. Ugonjwa huu wa Uviko ulisababisha athari za kimwili na kiakili pamoja na kubadilisha tabia na namna watu, mashirika na vituo vingi vya kazi vinavyofanya maamuzi duniani. Kufikia mwaka wa 2021, visa vya mambukizi duniani vilikuwa vimefika milioni mia moja huku vifo vikiongezeka na kufikia milioni mbili (WHO, 2021). Mwandishi katika UBPUh₉ anaelewa jinsi hisia za hofu huwapata watu waliopimwa ugonjwa huu na walio katika hali ya kusubiri matokeo yao kutoka kwa daktari. Anatumia njia hii akimtaka mlengwa kuangalia matokeo yake kwenye mtandao huo. Hii ni mbinu ambayo inatumia na mwandishi kumfanya mlengwa kupeana habari zake za kibinafsi zitakazosababisha mhalifu kuingia hadi kwenye akaunti zake za kibinafsi akikusudia kutekeleza uhalifu.

Kama ilivyo katika ujumbe huu, ni wazi kuwa mwandishi anafahamu kuwa mlengwa ana shaka na hofu. Kwa kawaida jumbe za aina hii na zinazotiliwa shaka huibua hofu na ukosefu wa uhakika (Chiluwa, 2009). Mwandishi anatumia mbinu za kumwambia mlengwa atumie tarehe za kuzaliwa ili kupata matokeo yake. Kwa kuzingatia nadharia ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi katika kigezo cha ushirikiano kama ilivyofafanuliwa na Herring (1996), mhalifu anahakikisha kuwa ataendelea mazungumzo kwa kutumia kiunganishi kitakachomnasa msomaji. Kwa ajili ya huduma nyingi kufanyiwa mitandaoni, wahalifu walitumia fursa hii wakati ambapo kulikuwa na tatizo la kiuchumi katika mataifa mengi ili kusababisha hofu na kuendesha uhalifu wao.

Ujumbe wa UBPUh₁₀ ni mfano mwingine tofauti na wa awali wa namna uhalifu ulivyotekelezwa kwa kuhusisha ugonjwa huu sugu. UBPUh₁₀ ni ujumbe wa kilaghai

uliotumwa na mhalifu akilenga kumtapeli mtu huku akimsingizia kuvunja sheria zilizokuwa zimewekwa kwa ajili ya kujikinga dhidi ya ugonjwa hatari wa Uviko.

<p>GOV.UK ALERT CORONAVIRUS.</p> <p>It has come to our attention that you have been out of the house more than once. Due to this irresponsible behavior, we are issuing you a formal warning and \$ 250 fine. If this continues, the fine could increase to a maximum pf \$ 5000 and/or an arrest. Payment will be taken automatically out of your account. Call 0800 345 9999 for any assistance.</p>	<p>TAHADHARI YA SERIKALI YA UK.</p> <p>Imegundulika kuwa umekuwa nje ya nyumba zaidi ya mara moja. Kutokana na hali hii ya kutowajibika tunakupa onyo rasmi na faini ya \$ 250. Ikiwa haya yataendelea faini itaongezeka hadi \$ 5000 na ukamatwe. Malipo yataondolewa mara [...] kwa usaidizi.</p>
---	--

UBPUh10: Uhalifu Kupitia Ugonjwa wa Uviko

Baada ya ugonjwa huu kusambaa kote duniani, mataifa mengi yalijibidiisha kupigana na msambao huu kwa kuweka sheria mbalimbali kama kusitisha usafiri, kusitisha sherehe na burudani za pamoja, kupunguza idadi za wafanyakazi katika sehemu zilizokuwa na watu wengi, kulazimisha watu kuvaa barakoa, marufuku kutotoka nje na kuzingatia usafi kila mara (WHO, 2019). Watu ambao walikiuka maagizo haya walijipata taabani ikiaminiwa kuwa walikuwa wanahatarisha maisha yao pamoja na ya wengine. Hivyo basi, hatua kali zilichukuliwa kama vile kutiwa kizimbani na kushtakiwa, kupokea adhabu pamoja na kupigwa faini. Ili kujizuia kutokana na adhabu hizi, watu walijaribu wawezavyo kufuata sheria ingawa kuna baadhi yao waliozivunja. Kutokana na mtindo huu mpya wa maisha, wahalifu waling'amua mbinu mpya za kutekeleza uovu. Ujumbe huu unaoneka kuwa umetumwa na mtu anayejifanya kuwa polisi anayehakikisha kuwa kanuni zote zilizowekwa na shirika la huduma la afya duniani za kujikinga dhidi ya ugonjwa huu zimezingatiwa.

Mwandishi anafafanua kuwa 'uchunguzi' wake umeonyesha kuwa mwandikiwa ujumbe amekuwa akivunja sheria hizi zaidi ya mara moja. Kueleza kuwa ametoka nje zaidi ya mara moja ni kuongeza uzito kwenye ujumbe ili lionekane kuwa kosa kubwa tofauti na kama ingekuwa mara moja. Ni wazi kuelezea kuwa mtu ambaye ametoka nje zaidi ya mara moja wakati ambapo watu hawahitajiki kutoka ni tendo la ukaidi na

linafaa kuadhibiwa vikali. Mhalifu anatumia lugha ya vitisho na ya kuamrisha kwa kumweleza mlengwa kuwa amepewa onyo kwa njia ya maandishi. Pamoja na hayo, anahitajika kulipa faini kubwa kwa ajili ya kukiuka sheria. Mhalifu anatumia mamlaka ya polisi kumlaghai mlengwa ili aamini kuwa ni vikosi vya usalama vinavyomzungumzia. Anazidisha vitisho kwa nia ya kumtapeli mwandikiwa akidai kuwa iwapo tabia ile ingeendelea angeongezwa faini au atiwe mbaroni. Kusema kuwa angeongezwa faini au kukamatwa ni njia moja ya kuongeza hofu kwa mlengwa ili awe na mazungumzo na mhalifu kuhusu kupunguziwa adhabu.

Kuna uwezekano kuwa ujumbe huu umeandikwa na mtu mmoja ila mwandishi ametumia kiambishi 'tu' cha wingi kuonyesha kuwa ni ushirikiano wa watu katika idara ya usalama. Maneno haya ni rahisi kumfanya mlengwa ayaamini kutokana na lugha iliyotumika. Hata hivyo, ni muhali kwa vikosi vya usalama kutoa nambari za akaunti ambazo zinafaa kutumiwa kufanyia malipo au kuitisha malipo. Mlengwa anafaa agundue kuwa huu si ukweli lakini umetumika kusababisha hofu ili mwandikiwa alaghaiwe kuwa wana uwezo hata wa kukata pesa wanazozihitaji kutoka kwenye akaunti yake. Wanamalizia kwa kumwambia kuwa awasiliane nao ili aweze kusaidika. Mbinu hii ni ya mwisho na imetumiwa kimakusudi ili mwandikiwa apate muda wa kuwasiliana na wahalifu. Hatua hii itahusisha ombi kutoka kwa mlengwa ili apunguziwe adhabu, kuombwa habari zake za kibinafsi na makubaliano ya jinsi atakavyoepuka adhabu ikiwemo kulipia kiasi kidogo cha fedha.

Huku watu wengi wakifurahia maisha haya mapya ya kufanya shughuli za biashara kwenye mitandao, hali ambayo ilisababisha kuvumbua nafasi nyingi za kazi mitandaoni, si zote zilizokuwa halali. Wahalifu wa mitandaoni walipata fursa nzuri ya kuwalaghai watu kwa mbinu nyingi za kijanja. Hakak na wengine (2020) wanadai kuwa wakati ambapo watu wanajiingiza katika shughuli za mitandaoni, uwezekano wa mashambulizi huongezeka. Haya husababisha kuharibika kwa utoaji wa huduma, upotezaji wa pesa, uvunjaji na uharibifu wa data na wasiwasi kwa mtu binafsi na mashirika. Baada ya watu wengi kuugua ugonjwa huu, wahalifu wa mitandaoni walilenga waliougua na wenye madhara ya kisaikolojia kuwatapeli kwa sababu ya udhaifu wao. Wahalifu walitumia njia za kutoa misaada kama njia ya kutatua shida za kimawazo. Wengine walilenga waliokuwa na hofu na kuwapa matumaini (Naidoo, 2020).

Wahalifu vilevile walitumia burudani kama ushawishi ili kuwarai watu wanunue vifaa na huduma za kujiburudisha au kujipatia hela kwa kuonyesha huruma. Pia walisambaza jumbe kwenye mitandao wakidanganya kuhusu tiba na misaada kutoka kwa serikali ili wawanase watu wengi waliokuwa wameathirika. Ugonjwa huu ungali unaathiri maisha ya wengi kwa njia mbalimbali na kuwekwa kwa vizingiti vya kutotangamana kulibadilisha na kujenga upya maisha ya jamii pamoja na mazingira. Kuwepo kwa sheria za kukaa nyumbani, kusitishwa kwa usafiri na kutangamana na watu kulisababisha ukuaji wa kasi wa intaneti. Intaneti imekuwa ikitegemewa katika utoaji wa huduma za benki, huduma za matibabu, burudani, biashara, masomo na huduma nyinginezo muhimu za kiserikali (Hakak na wenzake, 2020). Hali hii iliwapa wahalifu fursa nzuri za kuendeleza biashara zao za kihalifu kama ilivyo katika jumbe UBPUh⁹ na UBPUh¹⁰.

4.2.7 Utapeli Kupitia Biashara za Wanyama

Huu ni uhalifu ambao huendeshwa kwa njia ya matangazo yanayofanyika kwenye mitandao. Wanyama ambao huuzwa na kusafirishwa sana katika mitandao ni kama vile mbwa na paka kwa sababu hawahitaji vifaa vya bei ghali vya kuwasafirisha. Biashara hii ya wanyama kwenye mitandao huanza katika mtandao maalum ambapo muuzaji hutangaza na kuweka picha ya mnyama anayetaka kuuza pamoja na maelezo mengine ambayo ni muhimu kwa mnunujaji kama vile umri, tabia, jina na bei. Matumizi ya teknolojia ya kisasa kama vile simu tamba za kisasa, tarakilishi, intaneti na mitandao ya kijamii imeongeza uhalifu huu. UFBUh₁ ni ujumbe uliotumwa kwenye mtandao wa *Facebook* kwa nia ya kumtapeli msomaji kupitia biashara ya wanyama.

<p>DEAR CLIENT, WE ARE SORRY FOR THE INCONVENIENCE AS WE WISH TO INFORM YOU THAT YOUR PUPPY IS STILL PENDING FLIGHT AT THE AGENCY AND NEEDS AN ELECTRONIC AIR CONDITION TRAVEL CRATE FOR SHIPMENT OVER TO YOU BECAUSE OF THE CHANGE IN WEATHER. AS THE FLIGHT TO YOUR LOCATION IS ABOUT TO TAKE OFF, OUR CLIMATOLOGIST HAD CONDUCTED THIS CHANGE OF WEATHER AND EVERYTHING HAVE PROVEN THAT YOUR PUPPY AND OTHER PETS TO BE SHIPPED NEEDS AN ELECTRONIC AIR CONDITION TRAVEL CRATE FOR SHIPMENT OR ELSE THEY MIGHT DIE INSTANTLY DURING TRANSIT. THIS REFUNDABLE PAYMENT NEEDS TO BE MADE FOR THE ELECTRONIC AIR CONDITION TRAVEL CRATE FOR YOUR PUPPY'S FLIGHT. THE MONEY IS REFUNDABLE AND MUST BE MADE FIRST BEFORE WE GET YOUR PUPPY THE ELECTRONIC AIR CONDITION TRAVEL CRATE FOR SHIPMENT. WE ALSO WANT TO INFORM AND REMIND THAT YOU ARE NOW THE RIGHTFUL OWNER OF THIS PUPPY AS THE TRANSFER OF OWNERSHIP DOCUMENT WAS DONE HERE AT OUR AGENCY BY THE SENDER AND WE HAVE CONFIRM THAT YOU ARE NOW THE OWNER. WE WANT TO LET YOU KNOW THAT THIS PAYMENT NEEDS TO BE MADE AS SOON AS POSSIBLE FOR CONFIRMATION BEFORE WE CAN GET YOUR PUPPY SHIPPED OVER TO YOU</p>	<p>Mpendwa mteja, Samahani kwa usumbufu wetu kwa kuwa tungetaka kukujulisha kuwa usafirishaji wa mbwa wako ungali unasalia kwa wakala na unahitaji kasha la hewa la kielekroniki ili lipakiwe melini aletwe kwako kwa sababu ya hali ya hewa kubadilika. Hata tunaposubiri usafirishaji wa mbwa huyu kwako, wataalamu wa hali ya anga walikuwa wamefanya utafiti huu wa hali ya anga na kila kitu kimeashiria kuwa mbwa wako na wanyama wengine wanaosafirishwa wanahitaji kasha la kielekroniki la hewa kwa ajili ya usafirishaji la sivyo wanaweza kufa.[...]</p>
---	---

UFBUh₁: Uhalifu Kupitia Biashara ya Wanyama

UFBUh₁ uliotumwa kwenye *Facebook* ukionyesha namna uhalifu unaofungamanishwa na biashara za wanyama hutekelezwa na kuwaacha wahasiriwa wakihangaika kwa kupata hasara. Katika hatua ya kwanza, mhalifu anawasiliana na mteja kwa njia ya heshima huku akimrejelea kama mpendwa na kuomba msamaha kwa kosa walilolifanya. Urasmi huu ndio njia ya ushawishi inayotumiwa na wahalifu kupata hela kwa kufanya ujumbe uonekane kuwa halali. Ni kawaida kwa wafanyabiashara kutumia lugha ya unyenyekevu ili kuwapata wateja. Wahalifu hawa wanatumia kiwakilishi cha wingi kuashiria kuwa si mtu mmoja bali wengi wanaofanya na kushughulikia suala hili. Fauka ya hayo, wahalifu hawa wanaonyesha hali ya kufadhaika na kusikitika kwa kuwa haya hajashughulikiwa kabla ya kusafirisha mnyama huyu.

Vilevile, wanamhakishia mnunuaji kwamba idara ya utabiri wa hali ya hewa imethibitisha kuwa kutakuwa na mabadiliko ya hali ya anga. Wanatoa sababu inayoonekana kuwa ya ukweli itakayomsababisha mlengwa kufanya kama anavyoagizwa ili mnyama yule aweze kusafirishwa akiwa salama. Baada ya kuhakikisha kuwa mnunuzi ameelewa umuhimu wa kununua kifaa hiki maalum cha

kusafirisha mbwa wake, wahalifu wanapiga hatua ya kuitisha pesa hizo ili zisimamie usafirishaji. Wanamhakikishia mnunujaji kuwa atarejeshewa pesa hizo punde tu atakapopokea mnyama huyu. Wanarudia ujumbe wa malipo ili kusisitiza umuhimu wa kununua vifaa hivi vya kuhakikisha usalama wa mbwa wake. Ili kumtapeli mnunuzi aweze kulipa pasipo kukawia, wahalifu hawa wanakiri kuwa mbwa anaweza kufa iwapo vifaa vile havitatumiwa wakati wa usafirishaji.

Mhalifu anatumia maandishi yenye rangi nyekundu, kupigia kistari baadhi ya maneno na herufi kubwa kuonyesha namna suala hilo lilivyo nyeti na kama halingeshughulikiwa, usalama wa mbwa ungekuwa mashakani. Wahalifu wanamhakikishia mnunuzi kuwa yeye ndiye mmiliki halali wa mbwa yule na shughuli zote za usafiri zimekamilishwa. Hatua hii ni ya kijanja itakayomfanya mnunuzi kutuma hela akitumai kuwa atapokea mbwa anayemtaka na kuondoa tashwishi yoyote. Watu wengi siku hizi wamejipata kwenye mitego ya wahalifu katika mitandao hii ya kijamii bila kujua au hata wakanunua wanyama tofauti kabisa na waliowatarajia (Goodwin, 2019). Wahalifu hawa hutumia njia hii kuwalaghai watu wanaohitaji kununua na kuwafuga wanyama hawa kufanya malipo ya awali ili kushughulikia mahitaji muhimu kama usafirishaji, matibabu, kodi na chanjo. Wanyama wanaposafirishwa huhitaji kuchanjwa, kutibiwa na kulipiwa kodi kulingana na sheria. Wahalifu hucusudia kupokea malipo ya awali ingawa huwa hawana mpango wowote wa kuuza au kusafirisha wanyama wale kwa mnunuzi isipokuwa tu kuwatapeli.

Katika mataifa kama Marekani, Australia na Afrika Mashariki, kwa ajili ya ukubwa wa kijiografia, ni kawaida kununua wanyama katika mitandao ya kijamii. Hali hii imekuza biashara ya mitandaoni ambapo wanyama hupigwa picha, kununuliwa, kulipiwa kisha kusafirishwa hadi wanapohitajika. Matangazo haya ya mitandaoni yameibua uhalifu wa aina hii. Rohm na Swaminathan (2004) wanadai kuwa urahisi katika utumiaji wa mitandao umefanya biashara hii kukua na kupendwa kwa sababu mnunuzi anaweza kununua mnyama ampendaye bila kusafiri. Hali hii hupunguza gharama ya usafirishaji kwa mnunuzi. Kichocheo kingine kinachokuza biashara hii ni kuwa wanunuzi wanaweza kutafuta, kulinganisha na kupata jumbe za aina mbalimbali kuhusu wanyama hawa kwa urahisi na kwa kina ukilinganisha na njia za hapo awali (Alba na wengine, 1997).

Changamoto kubwa ya biashara hii ni kuwa mteja hawezi kwa uhalisia kugusa na kuona hadi wakati atakaponunua na kuletewa mnyama anayemtaka. Hii inaonyesha changamoto ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kwa wateja ambao hupuza bidhaa nyingi na wanakosa kuchunguza mitandao mingi ya kampuni hujipata taabani ya kulaghaiwa. Ni dhahiri kuwa wengi wameingilia biashara hizi za mitandaoni kwa sababu ni za haraka, bei za bidhaa huwa rahisi na wanunuzi huokoa hela kutokana na gharama za usafiri na wakati (Norazman na wengine, 2014). Kuna baadhi ya watu wasiotambua utapeli unaohusisha biashara hizi za wanyama kwenye mitandao. Kutokana na haya, wengi wametapeliwa na kupata hasara kubwa huku walaghai wakibahatika.


Kumekuwa na mtandao maalum wa kutambua ulaghai na humpa mtu maelezo ya namna ya kujikinga kutokana na uhalifu lakini haufahamishi mtu kuhusu uhalifu katika biashara hii ya wanyama. *The Scam Detector App* (2013) inaunga mkono kauli hii na huweza kuonyesha maelezo kwa undani kuhusu ulaghai huu kwa wingi. Kama ilivyo katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi, ujuzi wa kutumia lugha ni muhimu katika kuendeleza mazungumzo ya mitandaoni. Hali hii inajitokeza kwenye ujumbe huu wa *Facebook* ambapo mwandishi anarudiarudia maneno kwa ajili ya kutilia mkazo.

Bloomaert na Omoniyi (2006) wanafafanua kuwa wahalifu wana uwezo wa kuandika jumbe zinazoashiria umahiri wao katika teknolojia, ufahamu wa utamaduni pamoja na umahiri katika lugha. Hata hivyo, umahiri katika uandishi wa jumbe zinazooana na kuhusiana na shughuli zao za kihalifu haijakuzwa vyema hali inayosababisha jumbe zao kujulikana kuwa ni za kihalifu kama inavyodhihirika kwenye ujumbe. Ni dhahiri kuwa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yamechangia mno katika ulaghai wa biashara za wanyama katika mitandao. Imebainika kwa uwazi kuwa wahalifu hutumia mitandao kama baruapepe na *Facebook* kuwasiliana na walengwa ambao wako mbali nao na hawana uwezo wa kutoa majibu yao moja kwa moja.

4.2.8 Ulaghai wa Kufungiwa Mtandao

Wahalifu wa mitandao huwatapeli watumiaji wa mitandao ya *Facebook* na baruapepe kwa kuwaandikia jumbe za kuwazuia kutotumia mitandao hii tena. *Facebook* imekuwa na watumiaji wengi sana duniani, watumiaji wake wakiwa zaidi ya milioni 900 kufikia sasa (Halewi na wengine, 2013). Ujumbe wa UFBU_{h2} ni mfano namna lugha

inayotumiwa na wahalifu kwenye mitandao ya kijamii pamoja na muundo huathiri wasomaji katika kufanya uamuzi.

 <p>Last Warning: Your account will be disabled !</p> <p>Immediately confirm your account in order to avoid blocking. This is due to the number of Facebook users who use fake profiles, which violates the provisions of our services. If you are the original owner of this account please confirm your account to avoid blocking the account.</p> <p>Please re-confirm your account</p>	<p>Ilani ya Mwisho: Akaunti yako itafungwa. Thibitisha mara moja akaunti yako ili uzuie kufungwa. Hii inatokana na hali kuwa kuna watumiaji wengi wa Facebook ambao wanatumia picha isiyo maelezo yasiyo yao na hukiuka mahitaji ya huduma zetu. Ikiwa wewe ndiwe mmiliki halisi wa akaunti hii tafadhali thibitisha ili uzuie kufungwa. Tafadhali thibitisha akaunti yako.</p>
--	---

UFBUh₂: Ulaghai wa Kufungiwa Mtandao

Ulaghai huu huhusisha kutuma jumbe za ilani kwa mtumiaji zikidai kuwa mtandao huo umevunja sheria na makubaliano ya huduma husika. Kutokana na kuvunjwa kwa sheria hizi wakurugenzi wakuu huwa hawana budi ila kuifunga mitandao yenyewe kwa ajili ya usalama. Nadharia ya Uchanganuzi ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ya Herring (2004) ilitumika katika kigezo cha muundo kuchanganua namna muundo wa jumbe za mitandaoni huathiri ufasiri wa mpokeaji au msomaji. Ujumbe wa UFBUh₂ ulitumwa na mhalifu kwa mtumiaji mmoja wa mtandao wa *Facebook* akitoa ilani kwake kuwa akaunti yake ingefungwa. Kwanza, mwandishi anatumia mada inayoonyesha kuwa ni ilani halafu inaandamana na alama ya hisi. Njia hii inalenga kunasa umakinifu wa mtumiaji wa *Facebook* ili asome zaidi apate kuelewa sababu ya kupata ilani ya aina hiyo. Ni vigumu kwa mtu yeyote kupuuza ujumbe wa aina hiyo hasa unaotoka katika mtandao wa kijamii ambao mlengwa anatumia.

Mwandishi anafanua kwenye ujumbe sababu ambazo zingefanya mtandao huu kufungwa zikiwemo kukiuka sheria na mahitaji yaliyowekwa. Ujumbe huu ni wa kushtua mtumiaji kwa kuwa hangetamani kuona mtandao wake ukifungwa. Mtego zaidi wa kunasa mtumiaji wa mtandao huu ni kumwomba kuthibitisha ikiwa akaunti ile

ni yake au ni ya kihalifu. Kumtaja suala la wahalifu ni mbinu ya kuonyesha uhalali inayotumiwa na tapeli huyu kumfahamisha kuwa kuna watu wahalifu wanaotumia mtandao huu. Ikiwa mtumiaji atakubaliana na ujumbe huu atahitajika kufuata kiunganishi fulani kitakachomsaidia kuthibitisha kwa kutoa maelezo yake ya kibinafsi. Kiunganishi hicho huwa cha rangi ya samawati ambayo ni rangi ya mtandao halali wa *Facebook*. Hii itakuwa vigumu kwa mlengwa kushuku ujumbe ule kwa namna yoyote. Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ya Herring (2004) katika uchunguzi wa jumbe za mitandaoni inaashiria kuwa muundo na urefu wa ujumbe ni sehemu muhimu inayotumiwa na wahalifu wa jumbe za mitandaoni kushawishi.

Katika ujumbe wa UFBUh₂, mwandishi anaandika ujumbe rahisi ulio na muundo sahili pamoja na lugha inayoeleweka. Haya yataamwezesha msomaji kusoma kwa kasi na kuelewa ujumbe kisha kufanya alivyoagizwa. Hii itakuwa tofauti na ujumbe changamano unaohusisha lugha changamano pamoja na maelezo mengi. Hata hivyo, msomaji wa ujumbe anafaa kushuku ujumbe wenyewe kwa kukosa urasmi wowote katika muundo. Ikiwa ni shirika halali lililotuma ujumbe huu, bila shaka lingezingatia urasmi wote kama ilivyo katika jumbe nyingi za kiofisi. Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ambayo hushughulikia mawasiliano kwenye intaneti yamempa nafasi mwandishi wa ujumbe huu kutengeneza ujumbe unaofanana na wa kampuni halisi ya *Facebook* kwa minajili ya kutekeleza maovu. Hii imewezekana kwa kuwa mawasiliano haya huwa na sifa za kutoanishwa kati ya mwandishi na mwandikiwa ambapo mwandikiwa hukosa fursa ya kujibu ujumbe papo hapo. Zaidi ni kwamba sifa za mawasiliano haya huruhusu wahalifu kupanga na kutekeleza uhalifu bila kuhusisha mazungumzo ya moja kwa moja kama ilivyo kwenye ujumbe wa UFBUh₂.

4.2.9 Utapeli wa Utoaji Misaada

Huu ni uhalifu unaotekelezwa kwa njia ya kutoa misaada, watumaji wa jumbe hujifanya kuwa wanatoa misaada kwa walioathirika na huomba au kukusanya misaada kutoka kwa wahisani.

<p>Please, I beg you in the name of God to help me collect the \$15Million and interest accrued on the deposit from Allied Bank and distributes it amongst charity organizations. You are at liberty to use your discretion to distribute the money feel free as well to reimburse yourself when you have the money for any expenses you incur in the course of collecting and distributing the money to charity organization. I am willing to reward you for your assistance.</p>	<p>Tafadhali nakuomba katika jina la Mungu unisaidie kuchukua \$15 milioni na riba ya uwekezaji kutoka kwenye Allied Bank na usambazie mashirika ya misaada. Una uhuru wa kutumia busara yako kusambaza pesa hizi na uwe kujifidia ikiwa una mahitaji yoyote katika shughuli za kuchukua na kusambaza pesa hizi za misaada. Niko tayari kukuzawidi kwa usaidizi na ukarimu wako.</p>
--	--

UBPUh₁₁: Utapeli wa Utoaji wa Misaada

Wahalifu huwasiliana na walengwa huku wakidai kuwa wanatafuta pesa kupigana na majanga au matukio makubwa yaliyotendeka katika maisha. Utapeli kupitia njia ya kutoa misaada unadhihirika waziwazi katika ujumbe UBPUh₁₁. Wahalifu wa mitandaoni hutumia ukarimu na huruma ya mtu kutekeleza matendo yao ya hila. Mbinu ghushi za kutoa misaada hutokea mwaka mzima na mara nyingi hunuiwa kukabiliana na majanga, mambo ya dharura kama vile mafuriko, vimbunga, matetemeko ya ardhi na mioto. Walaghai hawa wa mitandaoni hujifanya kuwa mawakala wa mashirika halali ya usaidizi yanayojulikana au huunda makundi yao ya misaada. Uhalifu huu pia hufungamana na kufanya utafiti kwa ajili ya magonjwa au kusaidia wagonjwa na familia zao. Vilevile, wao hujifanya kama watu wanaohitaji misaada ya kiafya na sababu nyinginezo.

Katika ujumbe wa UBPUh₁₁ kuna ombi kutoka kwa mwandishi kwa mlengwa wa ujumbe akimtaka amsaidie kusambaza pesa nyingi kwa watu pamoja na riba kwa mashirika ya misaada. Mwandishi huyu ni tajiri kama anavyojisawiri na anafanya ombi lake kwa kutumia maneno ya heshima kama ‘tafadhali’ na kuhusisha jina la Mwenyezi Mungu. Anamweleza msomaji ambaye ndiye mpokeaji wa pesa kuwa ana uhuru wa kutumia pesa hizi wakati anaposhughulikia usambazaji huu. Baada ya shughuli za kusambaza, mwandishi anamwahidi msomaji/mpokeaji kuwa angemzawidi kwa ajili ya usaidizi wake.

Mazungumzo haya yana mvuto zaidi kwenye macho ya msomaji na kwa namna ambavyo mwandishi anavyodhihirisha unyenyekevu na upole. Inashangaza jinsi ambavyo mtu anaweza akaaminia mtu asiyemfahamu kwa dola milioni kumi na tano, ambaye anafaa atekeleze anachoambiwa kwa mazungumzo ya baruapepe. Kutaja mamilioni ya pesa pamoja na lugha ya rai ni kivutio kwa msomaji wa ujumbe ili aweze kuamini kila kitu anachoambiwa na akitekeleze pasi kufikiria mengi. Msomaji anafaa agutuke kwa sababu ahadi ambazo zimetolewa haziwezi kuwa za kweli. Kadhalika, mazungumzo ya aina hii hayawezi kuwa ya kweli ikizingatiwa kuwa yanafanyika kwenye mtandao wa pasipo kuhusisha mazungumzo ya ana kwa ana. Zaidi ni kuwa, mwandishi na msomaji hawajuani kwa vyovyote. Mhalifu pia wanatumia usimulizi mfupi na mbinu rejeshi kuelezea matukio yaliyompata maishani katika ujumbe wa UBPUh₁₂.

<p>My wife and two children died in a car accident six years ago. Before this happened, my business and concern for making money was all I was living for and I never really cared about other people. But since the loss of my family I have found a new desire to assist the helpless. I have been helping orphans in orphanages/motherless homes. I have donated some money to orphans in Sudan, Ethiopia, Cameroon, Spain, Austria and some Asian countries.</p>	<p>Mke wangu pamoja na watoto wangu wawili waliaga dunia kutokana na ajali ya barabarani miaka sita iliyopita. Kabla ya hayo kutendeka nilikuwa nashughulikia tu biashara na kupata pesa pekee na sikuwa nashughulikia wala kujali kuhusu watu wengine. Baada ya kupoteza familia yangu nimepata ari ya kusaidia wenye mahitaji. Nimekuwa nikisaidia mayatima. Nimetoa pesa za misaada kwa mayatima wa Sudani, Ethiopia, Kameruni, Uhispania, Austria na mataifa ya Asia.</p>
--	---

UBPUh₁₂: Utapeli wa Utoaji wa Misaada.

Ujumbe UBPUh₁₂ unahusisha usimulizi mfupi kuhusu mwanamume aliyekuwa ameo na kupata watoto awali. Mwandishi anatumia nafsi ya kwanza umoja kuashiria kuwa matukio yale ndiyo yaliyomkumba. Kuna uwezekano kuwa msimulizi ni mwanamke anayejifanya kuwa mwanamume hali ambayo ni vigumu kubaini ukweli katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kama anavyofafanua Herring (2019) kuhusu vyombo vya habari na jinsi vinavyosababisha mwingiliano na ushirikiano.

Mwandishi anasimulia tukio la kusikitisha na la kuisimua hisia za huruma kwa kudai kuwa mke wake pamoja na watoto wawili waliangamia katika ajali ya barabarani. Msomaji yeyote wa ujumbe huu ataguswa na ujumbe huu na aweze kumhurumia mwandishi kwa kupoteza jamii. Kadhalika, anafafanua kuwa alikuwa anashughulikia mahitaji yake binafsi kama vile pesa na kazi pasi kujali wengine. Kutokana na mkosi huu aliamua kubadilika na kuona umuhimu wa kushughulikia walio na mahitaji. Amekuwa akishughulikia mayatima katika makao yao.

Masimulizi haya ni muhimu kwa kuwa yananiua kuonyesha umuhimu wa kujali wanyonge na wenye mahitaji. Hii inaonyesha kuwa pana haja kubwa ya kutopuuza wengine na kushughulikia mahitaji yake pekee kwa sababu chochote kinaweza kutendeka. Kutokana na funzo hili, mwandishi amekuwa akisaidia nchi mbalimbali duniani. Kutokana na ajali na vifo vya jamaa zake, mwandishi amekuwa na hulka ya utu na ukarimu. Hii inaashiria kuwa haoni ugumu wowote anaposaidia na kuukunjua mkono wake. Masimulizi haya ni muhimu kwa sababu yatamwezesha mwandishi kuteka umakinifu wa msomaji na amwone kama mtu aliye tayari kusaidia katika kila hali. Uzito wa usaidizi wake unaonekana anapokiri kuwa amekuwa akizunguka katika mataifa mengi duniani. Mwandishi tayari amejisawiri kama mtu tajiri aliye na uwezo wa kuwafaa walio na mahitaji mbalimbali. Hii itasaidia kufanya uhalifu wake kwa sababu tayari amejenga uhusiano wa karibu na msomaji.

Ujumbe huu unahusisha kujitambulisha na uwasilishaji kabambe wa msimulizi kwa kuweka wazi jinsia na hadhi yake ya ndoa ambacho ni kigezo muhimu katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kama alivyofafanua Herring (2019) kuhusu matukio ya kijamii na mchango wake katika kufanikisha mawasiliano. Kwa mwandishi kusema kuwa familia yake iliaga dunia ni njia moja ya kujisawiri kama mtu mpweke na ishara kuwa hafungwi na majukumu yoyote ya unyumba. Vilevile ujumbe huu utakuwa na uzito ikiwa utamfikia msomaji wa jinsia ya kike na mwenye tamaa ya pesa kwa sababu atakuwa ameona nafasi nzuri ya kuvuna ambapo hakuwa amepanda. Mwandishi anatumia sifa za kiisimu zinazoelekeza msomaji katika shughuli za utoaji misaada kwa wasiojiweza na wahitaji lugha ambayo hutumiwa na wahalifu wengi kwenye mitandao wakiwa na nia ya kuchochea akili ya msomaji (Olajimbiti, 2018). Ni dhahiri kuwa UBPUh₁₂ ni wa kihalifu kupitia lugha sahili iliyotumika pamoja na muundo wa ujumbe. Hali hii imesababishwa na kuwepo kwa Mawasiliano ya

Kiupatanishi ya Kitarakilishi ambapo mtumiaji wa vifaa vya mawasiliano hutengeneza ujumbe kwenye mtandao kwa nia ya kudanganya kama ilivyo kwenye UBPUh₁₂.

Ujumbe wa UBPUh₁₃ unaonyesha namna uhalifu hutekelezwa huku mwandishi akitumia ugonjwa hatari kumshawishi msomaji ili aweze kusaidiwa.

<p>Before I became ill, I kept \$ 15 Million in a long-term deposit account in Allied Bank PLC. Presently, I am in the hospital where I have been undergoing treatment for esophageal cancer and my doctors have told me that I have only a few months to live. It is my last wish to see this money distributed to charity organizations. Because my relatives and friends has plundered so much of my wealth since my illness, I cannot live with the agony of entrusting this huge responsibility to any of them.</p>	<p>Kabla ya kuugua kwangu nilikuwa nimehifadhi dola milioni 15 katika benki ya Allied PLC. Kwa sasa mimi niko kwenye hospitali nikipokea matibabu kutokana na ugonjwa wa iri. Madaktari wangu wamenifahamisha kuwa nina miezi michache ya kuishi. Ni ombi langu kuona pesa zangu zikisambazwa kwa mashirika ya misaada kwa sababu jamaa zangu na marafiki zangu wamefuja utajiri wangu tangu nilipoanza kuugua. Siwezi kuishi na masumbuko haya na siwezi kumwaminia yeyote katika majukumu haya.</p>
--	---

UBPUh₁₃: Utapeli wa Utoaji wa Misaada.

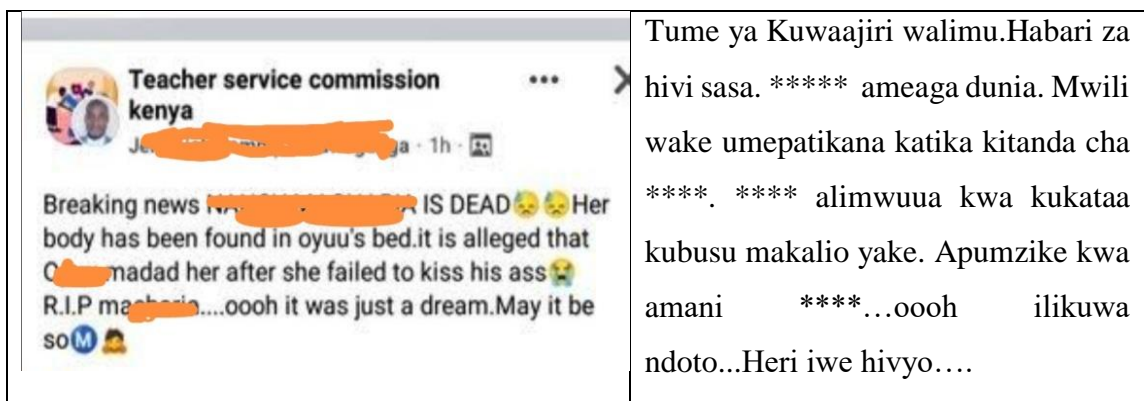
Masimulizi katika ujumbe UBPUh₁₃ yanadhihirisha kuwa mwandishi ana mapungufu katika lugha ya Kiingereza anayoitumia kuashiria kuwa lugha hii si lugha yake asilia ila ni ya kujifunza. Katika sentensi ya kwanza, mwandishi anadhihirisha kuwa amekuwa akiugua kwa muda mrefu na ameweka mabilioni ya pesa kwenye benki. Zaidi ya hayo, anadhihirisha kuwa anapouandika ujumbe huu yu hoi kabisa na anapokea matibabu ya ugonjwa wa iri. Anakiri kuwa matabibu wanaomshughulikia wamemfahamisha kuwa hana siku nyingi za kuishi kwa sababu ugonjwa wake ni hatari na wa kufisha. Katika sehemu hii, mwandishi anaonyesha uwezo wake wa kifedha kwa kuwa na madaktari zaidi ya mmoja wa kibinafsi wanaomshughulikia. Kutokana na ripoti za madaktari kuwa hangeishi baada ya miezi miwili, anaamua kutoa pesa zake kwa ajili ya kuwafaa walio na mahitaji. Ingawa mtu huyu ni mkwasi, anadhihirisha kwamba yeye ni mjane, hana watoto, ana ugonjwa sugu na angetaka kusambaza utajiri wake kwa mashirika ya kutoa misaada.

Masimulizi ya aina hii ni kichocheo kikubwa kwa mtu yeyote anayesoma ujumbe huu. Ingawa mwandishi ana pesa, anajisawiri kama mtu mnyonge na aliyetamauka na maisha kiasi cha kusubiri siku zake za kuaga. Hii inaibua hisia za huruma kwa msomaji yeyote bila kupuuzwa utajiri anaomiliki mwanamume huyu. Mwandishi anadai kuwa hawezi akawaachia jamaa na marafiki utajiri wake kwa sababu wamedhihirisha kuwa ni watu wabadhirifu na wenye tamaa. Ni ithibati tosha kuwa ujumbe huu ni wa kihalifu unaonua kulaghai msomaji ili aweze kushirikiana na mwandishi, jambo ambalo litasababisha kutapeliwa. Hakika msomaji yeyote aliye na moyo wa huruma ataona ugumu kuupuuzwa ujumbe huu. Haya ndiyo huwa katika mawazo ya wahalifu wanapobuni, kuandika na kutuma jumbe za kihalifu. Nia yao kuu ni kugusa hisia za msomaji asije akapuuzwa ujumbe kwa namna yoyote.

4.2.10 Uumbuaji Kupitia Jumbe Adhiri

Jumbe adhiri ni jumbe ambazo hutumwa na mtu au watu kwa ajili ya kumfedhehesha, kuumiza au kumsababishia mpokeaji kupatwa na izara. Hali hii imechangiwa sana na mitandao. Kutokana na hali kuwa watu wamepewa uhuru wa kujieleza hasa katika mitandao, uhuru huu umekiukwa na wengi hivyo kusababisha uhalifu wa aina hii. Digital Media Law (2021) wanadai kuwa jumbe adhiri ni jumbe za uongo au maoni ambayo huonyesha chuki, kejeli na dharau na hufanya mtu kuepukwa na wengine. Hata hivyo, kuna baadhi ya watu ambao hutumia mitandao hii kutuma jumbe za soni. Hali hii imesababishwa na uwezo wa watu wa kuunda mitandao yao bila kujitambulisha (Hughes na wengine, 2021). Jumbe za aina hii huwa na athari za kisaikolojia, hasara katika biashara na huharibia mtu sifa.

Ujumbe UFBUh₃ ni mfano wa ujumbe adhiri na wa uongo kwenye mtandao wa *Facebook* ukinuiwa kuwachafua, kufedhehesha, kuumbua na kudharau viongozi.



UFBUh₃: Ujumbe adhiri wa *Facebook* kwa Tume ya T.S.C

Ujumbe huu kwenye *Facebook* ulitumwa na mwalimu wa miaka thelathini kutoka shule moja ya msingi nchini Kenya katika kaunti ya Makueni akiarifu kuwa kiongozi N*** katika tume ya kuwajiiri walimu nchini Kenya almaarufu *T.S.C* alikuwa ameaga dunia baada ya kuuawa na O*** ambaye ni katibu wa chama cha kuwatetea walimu cha *KNUT*. Ujumbe huu ingawa ni wa uongo, ulifurahiwa na kusambazwa kwa wingi katika mitandao ya kijamii. Ni ujumbe wa kufedhehesha kwa sababu unaonyesha utovu wa maadili huku mwandishi akidai kuwa wawili hawa walikuwa wakishiriki kitendo cha ngono. Vilevile unaonyesha fedheha kwa kutaja kuwa N*** aliuawa kwa kukosa kuyabusu makalio ya O***. Mwandishi hajali aibu na majeraha atakayowasababishia hawa wawili ikizingatiwa kuwa ni watu walio na familia na wanaotazamwa na nchi ya Kenya katika majukumu yao. Viongozi hawa ni kama kioo cha jamii kwa sababu wanaongoza idara nyeti sana katika nchi ya Kenya.

Waliofurahia na kuusambaza ujumbe huu walidai kuwa N*** alikuwa amewanyanyasa walimu kwa kuzuia kuongezwa kwa mshahara na kuuunda sheria zilizomkandamiza mwalimu. Mwandishi alikamatwa na polisi na kutiwa katika kizuizi kisha kufunguliwa mashtaka yaliyofungamana na kueneza jumbe adhiri zilizosababisha majeraha ya mioyoni kwa viongozi hawa wawili. Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi hufaulishwa na urahisi wa uchapishaji na uenezaji wa makala, ukosefu wa mawasiliano ya ana kwa ana na uwezekano wa jumbe kufasiriwa visivyo. Pasipo kufuatilia ikiwa madai haya yalikuwa ya ukweli au uongo, ujumbe huu unaonekana kuwa tetesi tu zilizosambazwa bila kuthibitishwa ukweli wake, ambalo ni kosa kubwa katika nchi ya Kenya lisababishalo kifungo cha miaka miwili katika mahakama au faini (Laws of Kenya Website).

The Penal Code Law (1930) inafafanua kuwa mtu yeyote anayechapa, kuandika, kupaka rangi, kutumia maneno ya kinywa au sauti akichapisha chochote kile kisicho halali kwa njia ya kumdhuru mwingine ana hatia. Ujumbe huu ulisambazwa, kutiliwa chuku na kuenezwa kwa kasi kwa ajili ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya kitarakilishi ambayo huhusisha lugha tofauti sana na mawasiliano ya kawaida. Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kama anavyodokeza Herring (2006) yanahusisha lugha isiyo sahihi, changamano na yenye mshikamano kuliko lugha ya kawaida. Kutokana na uzingativu mwingi unaotokana na mawasiliano haya kwenye jumbe na picha, ukosefu wa lugha za ishara vilevile kumewafanya watafiti wengi kuona intaneti kama msingi

mzuri wa kukua kwa udanganyifu na hila (Malin na wengine, 2017). Zimbler na Feldman (2011) wanasema kuwa watu wanaowasiliana kwa kutumia baruapepe hudhihirisha asilimia kubwa ya kusambaza maneno yenye uongo kushinda wanaojuana na kuonana ana kwa ana. Haya yanadhihirika katika UFBUh₃.

4.2.11 Unyanyasaji wa Kimapenzi

Unyanyasaji wa kimapenzi ufanywao mitandaoni ni hatia dhidi ya jinsia ya kiume na kike. Wanawake wamenyanyaswa pakubwa katika mitandao kuliko wanaume kwa ajili ya kuonekana kuwa dhaifu. Wengi wao wanaponyanyaswa hukosa namna au mbinu za kujipigania au kujitetea tofauti na ilivyo kwa wanaume. UFBUh₄ ni ujumbe unaodhihirisha jinsi unyanyasaji wa kimapenzi unavyofanyika mitandaoni ukimlenga mwanamke.

<p>Your not a whore but yet you have how many kids? Lol 😊 your a lot more than just a whore you don't even classify as a whore...you barely classify as the filthiest scum [REDACTED] dumpster the world has to offer I could rape you 3 times in a row and no one would ever give a shit because your a filthy [REDACTED] dumpster scum bag pathetic disgrace to the gender of females. I hope someone rapes you and then impregnates you and then shoved a broom stick in your [REDACTED] and makes you choke on ther [REDACTED]. I hope you get hang raped and beaten . You dirty filthy [REDACTED]!</p>	<p>Wewe si kahaba lakini una watoto wangapi? Lo! wewe ni zaidi ya kahaba hata hufai kuwa katika kategoria ya makahaba. Unafaa kuwa katika kundi la watu wachafu ambao wako katika ulimwengu. Ninaweza kukunajisi mara tatu mfululizo na hakuna mtu atanifanyia kitu kwa kuwa wewe ni mchafu zaidi, wewe ni fedheha tupu kwa jinsia ya kike. Natumai mtu atakubaka kisha akutunge mimba kisha akutie jiti la ufagio kwenye m*** na kisha kukubaka kwenye..[...]natumai utabakwa na upigwe wewe kitu kichafu...</p>
--	---

UFBUh₄ : Ujumbe wa Kihalifu wa Mapenzi

Ujumbe huu UFBUh₄ ulitumwa na mwanamume akielekeza kwa mwanamke kwenye mtandao wa *Facebook*. Kama inavyodhihirika, watu hawa hawajuani ila wanawasiliana kwa ajili ya mtandao. Kama anavyokiri mpokeaji wa ujumbe, mwandishi alikuwa ametuma jumbe sitini na tano kwa msichana kwa mfululizo. Jumbe hizi zilianza kwa salamu, kuonyesha uso wa tabasamu kwa imoji, kutaka kumjulia hali, kumpongeza kwa

ajili ya urembo wake, ombi la kutaka kwenda katika burudani naye lakini msichana alikataa katakata. Mwanamume alimsihi kuwa haja yake haikuwa kushiriki katika mapenzi ila kuwa tu pamoja na kujifurahisha. Mwanamke alipuuza jumbe zote lakini akajibu ujumbe wa mwisho kwa kumfahamisha mwanamume kuwa yeye hakuwa kahaba. Kutokana na jibu hilo la mwisho mwanamke, mwanamume anaamua kumtumia ujumbe akimshambulia huku akiwa mwingi wa hamaki kwa kukataa pendekezo lake. Mwandishi anaonekana kuwa anamfahamu mwanamke anayemrejelea vizuri na anafahamu kuwa ana watoto watatu. Anamrejelea kama kahaba na mwanamke mchafu ambaye amewahi kuishi. Ni kinaya kuwa mwanamume anamtusi mwanamke huyu kahaba ilhali alitumia jumbe nyingi kumshawishi ili wawe na uhusiano wa kimapenzi.

Inashangaza kuwa mwanamke amekuwa kahaba kwa kukataa mapendekezo ya mwanamume. Hii inadhihirisha kuwa mwanamke angekubaliana na ombi hilo hangetukanwa. Mhalifu anamwona mwanamke kama kifaa cha mapenzi tu na yu tayari hata kumnajisi mara tatu. Anatoa vitisho vingine jinsi atakavyomfanyia mwanamke huyu katika sehemu zake za siri. Anatamani mwanamke abakwe, anyongwe na apigwe. Vitisho vya aina hii vinafafanuliwa na Barak (2005) akidai kuwa wahalifu hutumia mbinu zozote zinazowezekana kufanya maombi ya kushiriki mapenzi kwa kutumia nguvu kwa mlengwa. Ingawa matumizi ya nguvu za kimwili hayawezeke katika ujumbe, mhalifu anaonyesha kuwa ana nia ya kusababisha madhara kwa mwanamke.

Mwandishi vilevile alituma ujumbe wa awali katika mtandao wa *Facebook* kuwatahadharisha wanawake wengine wasije wakapitia yale aliyopitia. Ujumbe wa UFBUh₄ ulisambazwa zaidi ya mara elfu moja jambo ambalo halikumfurahisha mwanamume aliyeandika. Baadaye, mwandishi alituma ujumbe UFBUh₅ kama njia ya mashambulizi kwa kugundua kuwa alikuwa ameripotiwa. Hamaki za mwanamume zinamfanya kutuma ujumbe kama unavyojitokeza hapa chini kwenye UFBUh₅. Ujumbe huu UFBUh₅ ni mfululizo wa ujumbe wa awali uliotumwa baada ya mwanamke kudhibiti na kufunga ujumbe wa mwanamume aliokuwa ameuandika. Anadai kuwa alifululiza katika kituo cha polisi kuripoti ili apate msaada.

<p>I'm gonna find you and I'm gonna ***you whore. If you try and fight me I will beat you and then ***your tight p***and then I will r***you're a***and then I will shove my d*** down your throat and make you puke and gag then rub it all over your disgusting disgrace of a whore face! Your gonna take every inch of me ***and your gonna like it. I will find you. Whore .be prepare cuz when I get to you you better just take it because the more you fight the worse it will be. You filthy b****</p>	<p>Nikikupata nitakufanya ngono wewe kahaba. Ukijaribu kupigana nami nitakupiga kisha nikubake kisha ****kisha mwili wako niu****halafu nisukume ***kwenye koo lako kisha nikufanye utapike kisha nisugue uso wako wa kuchukiza ewe kahaba. Utanjua kwa kila namna nitakapokupata. Malaya. Jiandae kwa kuwa nikikupata na ujue utakavyoendelea kupigana ndivyo itakavyokuwa mbaya zaidi. Ewe mchafu.</p>
--	---

UFBUs: Ujumbe wa Mashambulizi wa Kimapenzi

Ujumbe unamrejelea mwanamke kama kahaba na kumwonya kuwa angembaka iwapo angempata. Anaendelea kwa kusema kuwa iwapo mwanamke mlengwa atajaribu kupigana naye atamchapa na kumnajisi halafu amnyonge. Anamwambia kuwa awe tayari na afahamu kuwa lazima atekeleze haya. Ujumbe huu unaashiria jinsi vitisho na unyanyasaji wa kimapenzi hufanyika kwenye mitandao. Mwandishi anatumia udhaifu wa mwanamke kutaka kufanya mapenzi naye bila hiari yake. Anaposhindwa kufanya vile, anatumia maneno ya kudhalilisha kama kahaba na kuonyesha kuwa atatumia nguvu kufanya mapenzi naye. Mwandishi anamwona mwanamke kama chombo cha mapenzi kinachofaa kutumiwa kumfurahisha mwanamume. Kutaja sehemu zake za siri na kutumia matusi yanayozunguka uke wake ni unyanyasaji mkubwa wa kimapenzi. Uhalifu huu unawezeshwa na mazungumzo kwa njia ya mitandao.


Katika maingiliano na ushirika katika nadharia ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi, Herring (2004) anadokeza jinsi watumiaji wa mitandao huweza kutagusana. Ingekuwa vigumu sana kwa mwandishi kutoa cheche za matusi pamoja na vitisho vya kila aina kama mazungumzo yangukuwa ya moja kwa moja. Kupata ushahidi wa kunyanyaswa kimapenzi katika mitandao huwa vigumu kwa sababu mwandishi anaweza kuandika na kufuta ujumbe ule hii ikiwa sifa moja ya kiteknolojia ambayo huathiri Mazungumzo ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kama anavyoeleza Herring (2007). Athari zinazoachwa kwa wanawake baada ya kunyanyaswa kimapenzi

huwa kali na huathiri afya, hisia na wanaathirika kifedha. Asilimia 37 ya wanawake katika mitandao huripoti kunyanyaswa ikiwemo kutengwa katika mitandao, ponografia za kulipiza kisasi, vitisho vya kunyanyaswa kimapenzi na mauaji (Duggan na wengine, 2014).

Unyanyasaji wa kimapenzi kwa wanawake katika mitandao umekuwa uhalifu wa kawaida na huhusisha kuzungumzia mtu bila idhini, utumaji wa picha, matusi na vitisho kwa ajili ya jinsia yao. Barak (2005) anasema kuwa unyanyasaji wa kimapenzi huzunguka vitendo kama vile utoaji wa ucheshi unaoashiria ubabedume, kutuma picha na jumbe za kimapenzi zisizofaa na kutumia vitisho. Kulingana na Barak (2005), unyanyasaji wa kimapenzi ni wa aina mbili: kuna kutumia maneno ya kinywa na matumizi ya picha. Unyanyasaji wa kimapenzi uhusishao jumbe hufanyika kwa kutuma jumbe za kuuudhi kati ya mtu mmoja kwa mwingine, vitisho vya unyanyasaji wa kimapenzi kwa jinsia, ukeketaji, ubakaji, mauaji, kufanya mtu kama chombo cha mapenzi, matumizi ya kauli za kufedhehesha pamoja na mawazo ganda dhidi ya jinsia ya kike (Citron, 2009). Haya yote yamedhihirika kwa uwazi katika ujumbe UFBUh₅.

4.2.12 Unyanyasaji Kupitia Jumbe na Picha za Ponografia

Unyanyasaji huu hutekelezwa kwa kutuma picha zinazonuiwa kuzimua ashiki katika miili ya walengwa. Picha hizi au maandishi huweza kupatikana kwenye vitabu, filamu, michongo, vyombo vya habari na mitandao ya kijamii zikinuiwa kutia hanjamu. Vijana siku hizi wana uwezo wa kuwa na vifaa vilivyo na intaneti tofauti na awali (Ybarra na wengine, 2005) hivyo kuchangia sana katika utazamaji wa picha za ponografia. Ingawa upakuaji katika tovuti za kiponografia zinafaa kuwa na njia za kuzidhibiti ili kuonyesha kuwa anayezifungua amefikisha umri ulioruhusiwa, hali hii si rahisi kufanyika. Ujumbe wa UFBUh₆ unaoandamana na picha unaonyesha jinsi unyanyasaji kwa kutumia jumbe za ponografia hufanyika kwenye mitandao ya kijamii na kuwaacha walengwa wakiwa na majeraha mengi katika mioyo.

 <p data-bbox="331 472 911 683">I have taken nude photos of myself and sent them to lovers. I've taken nude photos of myself when I'm bored. I've taken nude photos just because I have a smart phone and it's fun. None of that means I have asked for my privacy to be violated, my photos stolen and my very self made available for public humiliation and judgment. Consent is everything.</p>	<p data-bbox="954 136 1390 768">Nimepiga picha nikiwa uchi na kutuma kwa wapenzi wangu. Nimepiga picha zangu wakati nimechusha. Nimepiga picha nikiwa uchi kwa ajili ya kujifurahisha. Hakuna hata moja inayomaanisha kuwa ufaragha wangu uingiliwe, picha zangu ziibiwe kisha zionekane kwa hadharani kwa ajili ya kufedheheshwa na kuhukumiwa. Kibali ni kila kitu.</p>
--	---

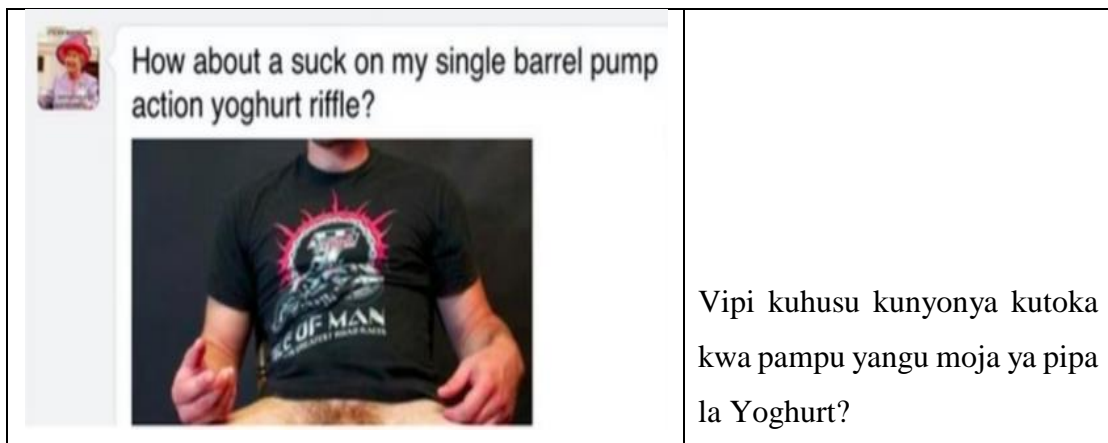
UFBUh₆: Ujumbe wa Ponografia

Maandishi haya pamoja na picha yalitumwa na mtu anayeashiria kuwa ni mwanamke katika mtandao wa *Facebook*. Ni vigumu kutambua jinsia yake kwa sababu wengine hujifanya kuwa wanawake au wanaume ili watekeleze uhalifu. Mwanamke huyu alituma picha zake akiwa nusu uchi kama njia ya kufurahia mwili wake na kama njia ya kujishaua kwa kuwa na simu nzuri ya kisasa kama anavyokiri. Kulingana naye, haki zake zilikiukwa kwa kuwa picha za uchi wake zilitumwa kwingine bila kutoa idhini. Baada ya kupiga na kushiriki picha hii akiwa uchi, yaliyofuatia ni kuombwa na wanaume kuwasambazia. Ni ishara kuwa picha yake ilisisimua ashiki za wanaume kiasi cha kufikia kuombwa kuwasambazia. Picha yake ilisababisha matusi pamoja na lugha chafu kutoka kwa wanaume jambo ambalo lilisababisha mwandishi kutoruhusiwa kutumia mtandao wa *Facebook* kwa siku thelathini.

Tendo hili la kupigwa marufuku lilichangiwa mno na kituo cha runinga cha *Sunrise* kilicholalamikia kitendo chake cha kuweka picha ya uchi wake kwenye mtandao. Mwanamke huyu alipandwa na hamaki na kutuma picha za wanaume waliokuwa wanaomba kutumiwa picha zake akiwa uchi, waliotuma zao wakiwa uchi, waliokuwa wanaomba kushiriki kitendo cha ngono naye pamoja na jumbe za matusi alizopokea kama vile kuitwa kahaba. Tendo hili lilimfanya kupigwa marufuku kutumia mtandao wa *Facebook* huku ikidaiwa kwamba alivunja sheria na suala la maadili ya kijamii. Kulingana na runinga ya *Sunrise* picha na jumbe alizozituma mtandaoni zilikuwa za kihalifu kiasi cha kuuliza maswali ya kimaadili kuhusiana na wanawake. Hata hivyo,

mtumaji anajitetea akiwa mwingi wa hamaki na kudai kuwa wanawake wana haki za kuamua ni nani atakayeona, kugusa, kufanya mapenzi na kushiriki nao miili yao.

Hata hivyo, wanaume wanawalazimisha wanawake katika vitendo hivi jambo ambalo linadhihirisha kuwa mwanamke amenyanyaswa. Aliendelea kwa kusema kuwa si haki kwa sababu wanaume walishiriki kumwita kila aina ya majina kama vile kahaba, mwanamke anayenuka na hata kutuma picha za sehemu zao za siri lakini hawakufanyiwa lolote kama adhabu ilhali kwake aliadhibiwa vikali. Hii inaonyesha kuwa wanawake wananyanyaswa zaidi kushinda wanaume. Baada ya kulalamikia hayo alijibiwa na shirika la *Facebook* kuhusu makosa aliyokuwa ameyafanya. Haturuhusu kamwe jumbe za unyanyasaji na jumbe za uonevu ila tunaruhusu uhuru wa kujieleza na kusema yanayowahusu watu lakini tunaondoa kauli zinazolenga watu binafsi kwa njia ya kuwadhalilisha au kuwaletea fedheha (Facebook Community Standard Page, 2015). Hii inaashiria ubaguzi na unyanyasaji kwa sababu shirika hili halikujukumika kuwaadhibu wanaume waliotuma picha na maandishi machafu ilhali shoka la adhabu lilimwangukia mwanamke.



UFBUh₇: Ujumbe na Picha ya Ponografia

UFBUh₇ ni maendelezi ya unyanyasaji kwa jumbe za kiponografia kwenye mtandao wa *Facebook*. Ujumbe huu wa UFBUh₇ unaoandamana na picha unaashiria uchi wa mwanamume uliotumwa kama njia ya kujibu ujumbe UFBUh₆. Ni ujumbe wa kihalifu unaoonyesha utovu wa maadili uliotumwa na mwanamume akimuuliza mwanamume kama atakubali kutia uume wake kwenye mdomo kama njia ya kufanya mapenzi. UFBUh₇ ulichangiwa na UFBUh₆ uliochochea hisia za wanaume za kufanya mapenzi. Mwanamume anatumia picha inayoonyesha uchi katika sehemu zake za siri. Ujumbe wake na picha zilichangia sana kupigwa marufuku kwa mtandao wa mwanamke katika

ujumbe UFBUh₆. Inawezekana kuwa mwanamume aliyetuma ujumbe kama njia ya kumvamia mwanamke. Humbach (2014) anasema kuwa ponografia za kulipiza kisasi ni mfano mzuri wa mashambulizi yafanyikayo kwenye mitandao ya kijamii na zimekua kwa sababu ya kuwepo kwa mawasiliano kwenye mitandao ya kijamii inayohusu ngono. Kadhalika, Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yamechangia mno watu kushirikiana mitandaoni bila kujali wanachokiandika au kutuma kwa sababu hawaonekani.

Mawasiliano yanahusu ngono ni hali ya kutumia teknolojia ya kidijitali kuunda, kutuma na kupokea jumbe zinazoamsha hisia za ngono, picha pamoja na video na hufanyika kati ya watu wawili walio kwenye uhusiano. Scott na Gavin (2017) wanasema kuwa mawasiliano ya kingono huwa na athari zake kwa kuwa picha au jumbe zikisambaziwa mtu mwingine na kisha kutumwa zaidi kwenye mitandao husababisha fedheha. Athari hizi ni wazi katika UFBUh₇ ambao ni uhalifu uliokithiri. Ujumbe UFBUh₇ uliibua hisia kutoka kwenye vikundi vya wanawake waliohisi kuwa mwenzao alidhalilishwa kwa picha zake kusambazwa kwingine bila idhini yake. Mtandao wake wa *Facebook* ulifungwa kwa muda wa siku thelathini na wasambazaji picha hizi ambao walikuwa wanaume hawakuchukuliwa hatua yoyote ya kisheria.

Kutokana na hali hii wanawake ambao ni marafiki wa mwandishi wanazivua nguo zao kwa ishara ya umoja ili kutetea mwenzao. Japokuwa wanalalamikia na kupinga kitendo cha mwenzao kunyanyaswa kwenye mtandao wa *Facebook*, wao pia wanashiriki vitendo vya kihalifu kwa kuvua mavazi yao na kuzituma picha zinazoonyesha uchi wao kwenye mtandao. Wanavunja sheria zilizowekwa na shirika hili kuhusiana na utumaji wa picha zisizokuwa na maadili. Ujumbe UFBUh₈ unaashiria wanawake wakiwa nusu uchi pamoja na maandishi kama njia ya kupigania haki za mmoja wao.



All a lady needs is amazing mates. My girlfriends back home just sent me this out of the blue. Amazing babes.

Anachokihitaji mwanamke ni watu wanaopendeza. Wasichana wangu kule walinitumia hii bure. Wanawake wanaopendeza kweli.

UFBUh₈: Ujumbe na Picha ya Kiponografia

UFBUh₈ ni ujumbe wa ponografia uliotumwa na Clementine baada ya kuupokea kutoka kwa marafiki zake waliokuwa wanamtetea dhidi ya unyanyasaji aliokuwa ameshuhudia. Baada ya kuupokea ujumbe ule, Clementine aliandika maneno yaliyoonyesha furaha, utulivu na mapenzi kwa watumaji. Kwenye mwili wa kila mmoja kuna ujumbe unaoandikwa kwa maandishi meusi. Wanawake hawa wamenuna isipokuwa mmoja ambaye anacheka kisha wameyashika matiti yao kama njia ya kuyaficha. Kuna wanaomshukuru Clementine labda kutokana na ujasiri wake wa kuwatetea wanawake. Wengine wanaonekana wakitoa cheche za matusi kwenye mtandao wa *Facebook* kwa sababu ya kile Clementine alikipitia kama vile kufungiwa kutumia mtandao huu kwa muda wa mwezi mmoja kama njia ya kumwadhibu. Ujumbe mwingine unaonekana kumpongeza mwanamke na kumwarifu kuwa anaipenda kazi yake. Mwingine anaonekana akisema kuwa Clementine ni shujaa kwake. Ushujaa wake unajitokeza kwa kujibizana na wanaume moja kwa moja, kupinga kituo cha runinga cha Australia na kutetea wanawake kwenye *Facebook*.

Wanawake wanaashiria kuwa umoja ni nguvu na utengano ni udhaifu kwa mmoja wao ingawa amefanya vitendo vya kihalifu vya kuweka picha zisizo na maadili mtandaoni.

Barak (2005) anakiri kwamba unyanyasaji wa kijinsia wa mapenzi kwenye mitandao hufanyika kwa kutuma jumbe zinazoashiria ngono zinazokera na hutumwa na mhusika mmoja au zaidi kwa mwathiriwa au mlengwa. Ni tatizo la kijamii ambalo huathiri watu kazini, shuleni, kwenye mikutano ya hadhara na hata kwenye vikao vya kijeshi. Ingawa wanaume hupitia unyanyasaji huu wa kimapenzi, wanawake ndio huathirika sana (Barak, 2005). Haya ni dhahiri kwa kuangazia yale aliyoyapata Clementine. Herring (2019) alionyesha jinsi mitandao ya kijamii kama vyombo vya kupitisha habari husababisha mshikamano, maingiliano na ushirika wa watumiaji. Hali hii inajitokeza wakati ambapo wanawake wanainuka kumtetea mwenzo aliyekuwa amedhalilishwa mitandaoni.

4.2.13 Unyanyasaji Kupitia Matusi ya Mitandaoni

Hizi ni jumbe au semi chafu zinazotumwa mitandaoni na wahalifu kwa minajili ya kuudhi na kulaani watumiaji. Matumizi ya mitandao kwa wingi na ongezeko la teknolojia ya intaneti yamefanya semi hizi kuongezeka. Kadhalika, matumizi yake kwa wingi ni kwa ajili ya ukuaji wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Kudhibiti lugha hizi za matusi kwenye *Facebook* na baruapepe si jambo rahisi kwa sababu, wakati mwingine watu huandika kwa kutumia vifupisho vya maneno na huwa vigumu kuelewa. Herring (2019) alichunguza nadharia ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi na mikabala yake katika viwango vya lugha kwa kuonyesha jinsi uchanganuzi wa viwango vidogo vya lugha hutoa mwanga kuhusu maudhui ya mitandaoni. Mawasiliano haya huangazia muundo unaoshughulikia upigaji chapa au taipolojia ambayo hufaulisha utumaji wa jumbe hizi za matusi. Kuna sababu nyingi ambazo huchangia katika utumaji wa jumbe za matusi katika *Facebook* na baruapepe zikiwemo ukosefu wa utu na huruma miongoni mwa watumiaji, ulipizaji wa kisasi, ukosefu wa maelekezi kutoka kwa wazazi na ukosefu wa vifaa mwafaka vya kutathmini na kuzuia utumaji huu.

Ibrohim, M. O., na Budi, I. (2018) wanadokeza kuwa lugha za matusi hugusa hali fulani ya mtu, wanyama, vifaa, viungo vya mwili, familia na taaluma. Lugha za matusi kwenye mitandao huwa na athari nyingi za msongo wa mawazo kwa watumiaji (Bertaglia na wengine, 2021). Wakati mwingine jumbe hizi zinaweza kuchangia ulipizaji wa kisasi hasa kwa wathiriwa kama inavyojitokeza katika UFBUs. Ujumbe

UFBUh₈ unasababisha ujumbe wa UFBUh₉ kuandikwa ambao ni wa matusi, uliotumwa na mwanamume kama njia ya kumshambulia Clementine.


<p>Mathew Harris</p> <p>Clementine you are the most annoying feminist slut to have ever walked the earth.</p> <p>Please sit on a butchers knife so that you may never be able to reproduce.</p>	<p>Mathew Harris</p> <p>Clementine wewe ni mtetezi wa wanawake anayeudhi na kahaba aliyewahi kuishi duniani.</p> <p>Tafadhali kalia kisu cha mchinjaji ili usiwahi kujifungua.</p>
--	--

UFBUh₉ : Ujumbe wa Matusi kwenye Facebook

Ujumbe huu UFBUh₉ ulitumwa kama njia ya kumpinga Clementine aliyeonekana kuwatetea wanawake katika mitandao ya kijamii kwa kile alichokisema kuwa ukandamizaji kutoka kwa wanaume. Ingawa yeye anaona ni sawa na haki yake kutuma jumbe na picha akiwa uchi, wanaume wengine wanachukulia jambo hili kwa njia tofauti. Kutokana na kitendo chake cha kutuma jumbe za wanaume waliokuwa wanaomba picha zake akiwa uchi na waliotaka wafanye mapenzi naye kwenye Facebook, anapokea matusi ya kila aina. Matusi haya yanaonyesha hamaki kutoka kwa watumaji. Wanadai kuwa anajifanya mtetezi wa wanawake ilhali yeye ni mwanamkendege. Kumrejelea mwanamke kama mwanamkendege au malaya ni njia moja ya kumdunisha na kumfanya aonekane kama kifaa kisicho na thamani yoyote. Anakiri kuwa hajawahi kuona kahaba kama yeye duniani. Mhujumu huyu anamsawiri mwanamke kama chombo cha mapenzi cha kuwafurahisha wanaume. Kauli hii ni kinaya kwa sababu, mwanamke anaitwa kahaba kwa kutuma picha zenye uchi wake bila kusahau kuwa wanaume walikuwa wameshiriki kutuma jumbe zizo hizo.

Mwanamke anabaguliwa na kuonekana kuwa kama ganda la muwa la jana anapofanya yasiyowafurahisha wanaume. La kuvunja moyo zaidi ni kuwa, mwanamume anaonyesha mwanamke kuwa hamna haja yake ya kuishi wala kuzaa. Anatumia maneno mazito ya kuumbua uke wake kwa kusema kuwa akalie kisu cha mchinjaji ili asiweze kujifungua tena. Huu ni ujumbe wa matusi na uhalifu uliopita mipaka. Lugha ya matusi hutumiwa sana na wahalifu ili kutimiza mahitaji yao. Hali hii huwezekana kwa kuwa mwandishi anaweza kuandika chochote bila kutumia tasfida na bila kujali

hasara atakayosababisha kwa msomaji. UFBUh₁₀ unaonyesha matusi zaidi kwenye *Facebook*.

 <p>Fuck off clementine</p> <p>Cop a right jab fucking doin doin doin chill chill chill on the flip and get socked fucking feminist</p> <p>Peter</p> <p>I fkn hate that bitch</p> <p>Her whole page and her whole personality as a writer is just to bag on men who don't find her attractive</p> <p>Yanni</p> <p>Hahahaha no shit</p> <p>The dumb feminist ugly cunt banned me from her page</p> <p>Peter</p> <p>which is everyone because she is an ugly and hairy feminist fuck who thinks it's the 1840 and women can set foot out of the hour</p> <p>Yanni</p> <p>Yeah get back in the kitchen then Ya dumb slag</p>	<p>**** Clementine [...]</p> <p>Namchukia huyo mbwa.</p> <p>Peter</p> <p>****nachukia huyo mbwa</p> <p>Ukurasa wake mzima na kwenye nafsi yake ni kuandika kuhusu wanaume ambao hata hawamvutii.</p> <p>Yanes</p> <p>Hahahahaha...</p> <p>peter</p> <p>[...] yule bubu mfeministi kahaba mwenye sura mbaya alinipiga marufuku kwenye mtandao wake [...]</p> <p>Yanes</p> <p>wacha arudi jikoni..***</p>
---	---



UFBUh₁₀: Ujumbe wa Matusi wa *Facebook*

Ujumbe huu wa UFBUh₁₀ ni sawa na UFBUh₉ ingawa wa pili unahusisha dayolojia kati ya wanaume tofauti waliokerwa na vitendo vya Clementine kwenye mtandao wa *Facebook*. Wanamchimba na kumchambua hatua baada ya nyingine huku wakitumia matusi. Wameudhika wanaposema kuwa Clementine anajifanya kuwa polisi kwa kujihusisha katika kuwatetea wanawake. Mmoja anamtusi kwa kumrejelea kama mbwa na kuonyesha kuwa anamchukia zaidi. Kulingana na wanaume hawa ni kuwa anachokijua Clementine zaidi ni kuwatusi wanaume ambao hawathamini urembo wake.

Kumlinganisha mwanamke Clementine na mnyama ni kuonyesha jinsi alivyo dhaifu na asiyefaa kuhesabiwa miongoni mwa wanadamu kwa ajili ya matendo yake.

Vilevile, wanaume hawa wanamwona Clementine kama anayepiga kelele tu na hamna chochote kilicho na maana anachokizungumzia mitandaoni. Ni uhalifu mkubwa kujihusisha katika vita vya mitandaoni hasa kwa njia ya matusi. Mwanaume mmoja anaongeza kwa kumtusi mwanamke kama mtu mjinga kwa kumwondoa kwenye kundi lake katika mtandao hali ambayo imemkasirisha mno. Hasira za mwanaume zinazidi anapomwambia mwanamke kuwa ana sura mbaya kisha kumdunisha kwa kurejelea sehemu zake za siri. Kutumia sura na sehemu nyeti sio tu kumdunisha bali kumuumbua kiasi cha haja ili aweze kujichukia. Mwanaume wa pili anatoa maoni kuwa mwanamke anayerejelewa hafai kuwa na mawazo ya kiukombozi na kuwa mtetezi wengine ila anafaa ajue kuwa nafasi yake ni jikoni.

Mazungumzo haya yanaonyesha jinsi wanaume walivyotawaliwa na taasubi ya kiume hadi kutumia lugha ya matusi kumdhalilisha mwanamke. Wanaonyesha kuwa mwanamke anafaa kubaki katika silisili ya mwanaume na hafai kwa vyovyote vile kumtawala mwanaume. Mazungumzo haya yamefaulishwa pakubwa na Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kwa sababu wazungumzaji hawaonani tofauti na ikiwa wahusika hawa wangukuwa wanaonana moja kwa moja. Ni dhahiri kuwa huu ni uhalifu wa mitandaoni kwa kuzingatia lugha chafu inayotumiwa na Clementine pamoja na wanaume wanaomwingilia. Hivi ni vitendo ambavyo havifai kutendeka kamwe. UFBUh₁₁ ni mfano mwingine wa matusi ya mitandaoni yakichukua mtindo wa dayolojia huku mtuma ujumbe akionyesha hasira nyingi kwa mtumiwa.

 <p>Hem Patel PAIR OF USELESS MOTHER FUCKING BASTARD! YOU AND PATRICK SMITH, A PAIR OF USELESS DOUBLES TENNIS PLAYERS! THIS IS WHY YOU HAVE HAD HUNDREDS OF DOUBLES PARTNERS THIS IS WHY YOU ARE PLAYING CHALLENGERS! AND NEVR QUALIFY FOR MAJOR ATP DOUBLES EVENTS! I WOULD LIKE TO KNOW HOW ON EARTH YOU LOST THIS DOUBLES MATCH?? WE ALL KNOW YOU ARE A SHIT SINGLES PLAYER THAT IS KNOWN! BUT YOU WIN THE 1ST SET AND WAS 5 POINTS AHEAD IN TOTAL POINTS SCORED! SECOND SET YOU GOT ARSE FUCKED AND DESTROYED! AND TIE BREAK WELL THEY FUCKED YOUR MOTHERS UGLY CUNTS!!</p> <p>Oct 7, 2015 · Sent from Web</p>	<p>Hem Patel</p> <p>Watu wawili ambao ni bure na wanaharamu! Wewe pamoja na Patric Smith, wachezaji bure wa mchezo wa tenisi. Hii ndio maana umekuwa mamia ya washirika mara mbili. Ndio maana unacheza na hujawahi kufuzu. Ningetaka kujua ni kwa namna gani ulivyoshindwa michezo miwili. [...]</p>
 <p>Hem Patel HAHAHA FABRICE MARTIN AND HIS MOTHER GET FUCKED BY 19 YEAR OLD BOY CORIC AND HIS AMATEUR PARTNER! HOW LONG HAVE YOU BEEN PLAYING TENNIS YOU AMATEUR FRENCH BASTARD SON OF A WHORE! RETIRE AND GET A JOB CLEANING SHIT YOU SON OF A WHORE! AMAZING HOW YOU LOST THE DOUBLES MATCH ON HOME SOIL FRANCE!! PUTA!</p>	<p>Hem Patel</p> <p>Hahaha Fabrice Martin na mamake wanafanya n****na kijana wa miaka 19 Coric na marafiki zake. Ni kwa miaka mingapi umekuwa ukicheza tenisi ewe mtoto mwanaharamu mtoto wa kahaba. Inashangaza ulivyopoteza michezo miwili katika nchi yako ya Ufaransa!</p>

UFBUh₁₁: Matusi kwenye mtandao wa Facebook

UFBUh₁₁ ulitumwa na shabiki wa mchezo wa tenisi akielekeza matusi na mashambulizi kwa wachezaji wa mchezo huu baada ya kucheza na kukosa kuibuka washindi. Anaonekana mwenye hamaki akitaka kujua jinsi wachezaji hawa wawili ambao ni maarufu walivyoshindwa katika mchezo huu. Anasema kuwa tayari anafahamu kuwa wachezaji hawa ni watu ovyo wanaojulikana. Anaelezea namna walivyoshinda mara ya kwanza na kujinyakulia alama tano zaidi ya wengine. Anaeleza jinsi katika hatua ya pili walivyoshindwa vibaya kwa kutumia lugha ya matusi, chafu na inayoonyesha kutokuwa na maadili kwa mtumaji. Hiki ni kitendo cha kihalifu. Anaelezea zaidi kuhusu kushindwa huku kwa kusema kuwa yeye pamoja na mamake wameshindwa na kijana wa miaka kumi na mitano. Kulingana na mtuma ujumbe huu, kushindwa huku hakukutarajiwa na mtu yeyote. Anauliza swali la balagha linaloonyesha hamaki akitaka kujua ni kwa miaka mingapi amekuwa akicheza mchezo ule. Anarejelea Fabrice kama mtoto wa kahaba kisha kumshauri atafute kazi ya kusafisha.

Zaidi ni kuwa mwandishi anazidi kushangaa jinsi Fabrice alivyoshindwa akiwa nyumbani kwao katika nchi ya Ufaransa. Fabrice alidai kuwa mashabiki wake walikuwa wameshiriki katika mchezo wa kamari hivyo walipoteza pesa nyingi wakijaribu kumuunga mtu wampendaye mkono lakini alishindwa. Ni hali ya kawaida katika mashindano yoyote ya mpira kuwe na mshindi na mshindwa. Wanaoshindwa bila kutarajia huwa na wakati mgumu sana kukubali matokeo. Hali hii ndiyo inayochangia hamaki nyingi kutoka kwa mwandishi wa ujumbe. Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yanawezesha mazungumzo ya aina hii kwa kuwa mwandishi na mwandikiwa hawaonani kwa hivyo cheche za matusi zinaweza kurushwa bila aibu au woga. Ingekuwa vigumu sana kwa mwandishi kumkashifu na kumtukana mchezaji kama ingehusisha mazungumzo ya moja kwa moja. Huu ni uhalifu kwa sababu ya cheche za matusi zinazotukanwa Martin, kitendo ambacho hakifai hata kidogo na kinaweza kumsababishia uchungu wa moyo.

4.2.14 Vitisho vya Mitandaoni

Hii ni hali ya kutuma jumbe au picha za kuwatisha wengine katika mitandao ili kuwatia wofu. Vitisho vya mitandaoni vimewezeshwa pakubwa na intaneti, simu na vifaa vingine vya kielektroniki. Vitisho hivi vinaweza kusababishwa na chuki, kutengana, wivu, hasira, uonevu na mengine mengi. Ujumbe wa UFBUh₁₂ unaashiria vitisho kwenye mtandao wa *Facebook*.

I'm very sorry for you [REDACTED] it's a pity that this is how your life is going to end as soon as you don't comply. As you can see there is no need of introducing myself to you because I don't have any business with you, my duty as I am texting you now is just to KILL/ASSASINATE you and I have to do it as I have already been paid for that.

Someone wants you Dead by all means, and the person have spent a lot of money on this, the person also came to us and told me that he want you dead and he provided us with your name ,picture and other necessary information's we needed about you. So I sent my boys to track you down and they have carried out the necessary investigation needed for the operation on you, and they have done that but I told them not to kill you that I will like to contact you and see if your life is important to you or not since their findings shows that you are innocent. I called my client back and ask him of your number, which I didn't say what I wanted to do with it. I am using it to contact you now. As I am writing to you now my men are monitoring you and they are telling me everything about you.

Now do you want to LIVE OR DIE? As someone has paid us to kill you. Get back to me now if you are ready to pay some fees to spare your life, if you are not ready for my help, then I will carry on with my job straight-up.

Nasikitika sana kwako na nakuhurumia iwapo maisha yako ndivyo yatakamvyoishia ikiwa hutakubaliana nami. Kama unavyoona hakuna haja yangu kujitambulisha sababu sina biashara au shughuli nawe, kazi yangu hata ninapokutumia ujumbe huu ni kukuuu na lazima nifanye hivyo kwa kuwa tayari nishalipwa. Kuna mtu anayekutaka ukiwa mfu kwa njia yoyote ile, mtu yule alikuja kwetu na kutuarifu kuwa anakutaka ukiwa mfu. Mtu huyu ametumia pesa nyingi kwa ajili ya shughuli. Alikuwa kwetu na kutupa jina lako, picha na ujumbe mwingine ambao ni muhimu kukuhusu. Kwa hivyo nimetuma vijana wangu ili wakupate na wamefanya uchunguzi unaohitajika kukuhusu na tayari wamefanya vile lakini niliwaambia wasikuue kwa kuwa ningetaka kuwasiliana nawe ili nione kama maisha ni muhimu, uchunguzi wao ulionyesha kuwa wewe huna hatia. Nimlimpigia mteja wangu na kumuuliza nambari yako lakini sikumjulisha sababu ya kumuuliza. Hata ninapokuandikia sasa, wanaume wangu wanakuchunguza na wananiambia kila kitu kukuhusu. Je, ungetaka kuishi au kufa? Kuna mtu ametulipa ili tukuue. Nizungumzie sasa hivi nijue kama uko tayari kulipa pesa ili uokoe maisha yako. Iwapo huko tayari kwa ajili ya msaada wangu, nitaendelea na kazi yangu mara moja.

UFBUh₁₂: Vitisho kwenye Facebook

UFBUh₁₂ ni ujumbe uliotumwa katika mtandao huku mwandishi akiwa na nia ya kutoa vitisho vya mauaji kama njia ya kutaka kujipatia hela kutoka kwa mlengwa. Mwandishi anatumia vitisho ili kusababisha woga kwa mlengwa. Anajifanya mhuni wa kulipwa ili atekeleze mauaji. Mwandishi anasema kuwa anasikitika mno kwa sababu ya kitendo ambacho atakitekeleza iwapo mlengwa hata kubaliana na kufuata maagizo aliyopewa. Hii ni njia ya kuhakikisha kuwa mpokeaji wa ujumbe amemakinika anaposikia kuwa maisha yake yatatamatishwa. Anasema kuwa hamna haja ya kujitambulisha kwa kuwa hana shughuli zozote za kufanya na mlengwa. Kauli yake ni kinaya kwa sababu anaonyesha kuwa hana haja na mlengwa ila anaendelea kuandika ujumbe kuhusiana na vitendo vyake vya kutaka kumshambulia. Tayari anakiri kuwa ameshapokea malipo ili atekeleze uhalifu huu. Hii ni njia ya kuongeza hofu kwa mlengwa ili aone kwamba hamna lingine litakalositisha mpango ule wa kumwangamiza. Ni rahisi kwake kukubaliana na haya kwa kuwa hangetaka kuyapoteza maisha yake. Kupitia Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi, mwandishi anatumia vitisho na kauli za kutia wasiwasi. Hali hii ingekuwa muhali kama mawasiliano yangukuwa ya ana kwa ana.


Mhalifu anarejelea ujumbe wake kwa kusema kuwa kuna mtu anayemtaka akiwa maiti na ametumia hela nyingi ili kufaulisha mpango huu. Jambo hili litagusa hisia za mlengwa ili aone kuwa si jambo la mzaha au suala linalohitaji kupuuzwa ukizingatia kuwa kuna watu wengi waliopoteza maisha kutokana na uovu wa aina hii. Jambo lingine ambalo linasikitisha ni kuwa mwandishi anakiri kwamba tayari amepewa picha, jina na ujumbe wowote unaohitajika. Hii inamaanisha kuwa ni vigumu kwake kutoroka au kuepuka kifo kilichopangwa. Hajimu huyu anaendeleza usimulizi wake kwa kudai kuwa tayari kikosi kimeanza kazi ya kumsaka na kumuua. Hii ni mbinu ya kumtia mlengwa hofu zaidi ili asalimu amri. Kwa upande mwingine, mwandishi anajifanya mwenye huruma na aliye tayari kughairi mipango yake na anaweza kumpa nafasi nyingine ya kuishi na kumsamehe kwa sababu uchunguzi wao unaonyesha kuwa hana hatia. Mbinu hii imetumika ili kufanya mlengwa ahusishe mazungumzo yatakayomsaidia mhalifu kufikia hatua ya mwisho ya kuitisha pesa.

Vilevile, mhalifu anajifanya mwenye mapenzi kwa mlengwa anapokiri kuwa tayari ameongea na mteja wake ili ampe namba za mlengwa lakini hakumjulisha alichokitaka. Anazidi kutumia uongo ili ahakikishe kuwa mlengwa amekubaliana na mapendekezo yake. Ni wazi kuwa wahalifu wa mitandaoni ni watu laghai sana. Anajisawiri kama mtu mwenye utu na wa kusadikika. Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huwa vigumu kutambua wakati mwandishi anasema ukweli na anapodanganya. Hii ni changamoto inayotinga mawasiliano na husababisha uhalifu kutekelezwa. Tishio zaidi ni kwa mhalifu kusema kwamba anapouandika ujumbe huu tayari watu wake wanamchunguza na wanamwona. Hii itasababisha hali ya wasiwasi kwa kufahamishwa kuwa dakika yoyote atapoteza maisha yake. Anatumia swali la balagha ili kumfanya mlengwa aweze kufikiria zaidi kuhusu suala analoambiwa. Anamuuliza kama yu tayari kuishi au kufa, maneno yaliyoandikwa kwa herufi kubwa ili yaonyeshe jinsi suala hili ni nyeti na halifai kupuuzwa hata kidogo.

Mwandishi anazidisha kwa kumwambia mlengwa aweze kuwasiliana naye ikiwa atapata uwezo wa kulipa ili maisha yake yaokolewe na iwapo hataweza mhalifu atatekeleza mauaji. Mhalifu anatumia vitisho katika hatua ya mwisho, hali itakayomtia mlengwa katika mtanziko. Atakuwa na wakati mgumu wa kuchagua kulipa hela anazoitishwa ili aendelee kuishi au kupuuzwa malipo apatane na kifo. Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yamemfanya mwandishi kutoa vitisho bila kuogopa kwa

sababu hawaonani na mwandikiwa tofauti na ikiwa mazungumzo haya yangukuwa ya ana kwa ana. Vitisho vya aina hii hujitokeza kwa njia ya kulaani kwenye mitandao, kushambulia kwa maneno, kuharibia mtu mwingine jina, jumbe hasi kwa mhasiriwa na kutumia picha za mwingine bila idhini (Dilmac, 2009). Hii ni ithibati kuwa ni uhalifu wa mitandaoni kutokana na lugha inayotumiwa. UBPUh₁₃ ni ujumbe mwingine wa vitisho vya kiuvamizi unaokusudia kutia msomaji wahaka na woga ili mwandishi apate abra ya kumtapeli mlengwa.

Thu 12/13/2018 12:49 PM

 Martine Graver <Viktoria@...>
No need to be heroic

To: [Redacted]

I write you to inform you that my man has hidden the bomb (trinitrotoluene) in the building where your company is located. My mercenary built a bomb according to my instructions. It is compact and it is hidden very carefully, it is impossible to destroy the structure of the building by my bomb, but in the case of its detonation there will be many wounded people.
My mercenary is controlling the situation around the building. If he sees any strange activity or cops he will blow up the device.
I can call off my mercenary if you make a transfer. You pay me 20'000 usd in Bitcoin and explosive will not detonate, but do not try to fool me -I assure you that I have to call off my recruited person solely after 3 confirmations in blockchain.

My payment details (Bitcoin address): 1P3cNFy3SdfZ8PvMSdgLRcb2TtaLvxfqat

You must pay me by the end of the working day. If the workday is over and people start leaving the building explosive will explode.
Nothing personal this is just a business, if I do not receive the bitcoins and the explosive device detonates, next time other commercial enterprises will send me more money, because it is not an isolated case.
To stay anonymous I will not enter this email account. I check my Bitcoin address every forty min and after seeing the money I will order my person to get away.

If an explosion occurred and the authorities read this letter!
We are not terrorists and dont take any responsibility for acts of terrorism in other buildings.

Ninakuandikia kukuarifu kuwa kuna bomu ambalo limefichwa karibu na jengo la kampuni yako. Mamluki wangu walitengeneza bomu kwa kufuata maagizo yangu. Ni gumu na limefichwa kwa uangalifu, ni vigumu kuharibu jengo la nyumba kwa kutumia bomu langu, lakini likilipuliwa kutakuwa na majeruhi wengi sana. Mamluki wangu anafanya uangalizi wa hali hii kwenye jengo. Ikiwa ataona hali geni au askari atalipua kifaa hiki...[...]...Malipo yangu kwa njia ya kidijitali ni... Lazima ulipe kabla ya siku za kufanya kazi kuisha. Siku za kufanya kazi zikiisha na watu waanze kutoka kwenye jengo, bomu hili litalipuka. Hakuna jambo la kibinafsi, hii ni biashara. Kama sitapokea pesa zile na bomu lilipuke, wakati huo mwingine huduma zingine za kibiashara zitanitumia pesa nyingi. Ili nikae pasi kujulikana sitaingia kwenye baruapepe hii. Nitakuwa ninaangalia mtandao wangu wa fedha wa kidijitali kila baada ya dakika arubaini na baada ya kupata pesa hizo, nitamwagiza mtu wangu kuondoka. Ikiwa bomu litalipuka na mamlaka isome baruapepe hii, sisi si magaidi na hatutajukumika kwa kitendo hiki cha kigaidi katika majengo mengine.

UFBUh₁₃: Vitisho kwenye Facebook

UBPUh₁₃ ni ujumbe uliotumwa kwenye baruapepe ukikusudiwa umfikie msomaji mkuu wa kampuni kama anavyorejelewa. Mwandishi alidai kwamba tayari alikuwa amepanga kuvamia jengo la kampuni hiyo. Watu wanaofaa kutekeleza ugaidi huo ni wa kutumwa na wamepata mafundisho mazuri kama anavyodai mwandishi. Anakiri kuwa mahali ambapo bomu hilo lilikuwa limewekwa halingeweza kumdhuru mtu ila likiguswa lingesababisha maafa mengi. Mwandishi ananua kutia wasiwasi kwa mlengwa ile awezeshe mawasiliano katika hatua ya kwanza yatakayoleta mafanikio. Ni dhahiri kuwa bomu husababisha madhara mengi kwa watu na uharibifu wa mali. Ni jambo la kutia wasiwasi kama meneja kufahamu kuwa kampuni unayoismamia inapangiwa kuvamiwa. Inashtua kusikia kwamba tayari hata bomu limewekwa tayari na kukikosekana uangalifu litalipuka na kuleta hasara. Mhalifu anatumia mbinu ya kumfanya mlengwa kujukumika, ajue kile kinachohitajika kutendwa ili kuzuia uvamizi huu.

Zaidi ya hayo, mwandishi anasema kuwa mamluki wake walikuwa wamefika kwenye jengo na lolote wakati wowote lingetendeka. Anaonyesha kuwa hashtuliwi hata na vikosi vya polisi kwa sababu tayari watu wake walikuwa wamemakinika. Ikiwa polisi wangepatikana wangekuwa na fursa nzuri ya kulipua jengo. Mwandishi anachezea akili

ya mlengwa kwa kumwonyesha kuwa hana haja na kitu chochote kilicho kwenye kampuni lakini haja yao kuu ni kuleta maangamizi. Baada ya mwandishi kuibua hali ya wasiwasi kwa mlengwa anapiga hatua nyingine ya kumwonyesha kuwa kungali na nafasi ya kuzuia hali hii kutendeka. Anamshauri kuwa amtumie kitita kikubwa cha fedha ili aweze kuzungumza na watu wake ambao amewatuma wabatilishe ulipuaji wa bomu. Ili kuisisitiza umuhimu wa kutuma pesa anampa akaunti ya kidijitali atakapotuma pesa zile. Anamtahadharisha kwa kumwambia kuwa asifanye upuuzi kwa kuwa akithibitisha kuwa pesa hazijatumwa atalipua jengo hilo. Msukumo huu ni mbinu za kumtia mlengwa katika hali ya mtanziko. Mwandishi anatoa makataa ya wakati ambapo pesa zile zilifaa zitumwe vinginevyo kampuni lingelipuliwa.

Vilevile, anadai kuwa hii si biashara anayofanya ila ni uvamizi. Anamhakikishia kuwa akikosa kutuma pesa atalipua jengo na litakuwa funzo kwa wanabiashara wengine na hawatakosa kutuma pesa wakipata tishio la aina hii. Mwandishi anaongeza kuwa atakuwa anaangalia kila baada ya dakika arubaini kuhakikisha kuwa pesa zimetumwa ili aweze kuwaachilia huru mamluki wake. Hii ni mbinu inayotumiwa na mhalifu kupata hela kwa kusema kuwa anafuatilia malipo kila baada ya dakika arubaini. Anadhihirisha wazi kuwa anamaanisha asemacho.

Hitimisho la ujumbe huu ni kukiri kuwa uvamizi mwingine wa kigaidi ukifanyika kwingine na vikosi vya usalama viusome ujumbe ule, ni vyema ijulikane kuwa si wao wamesababisha. Anachezea akili yake kwa kuthibitisha kuwa yeye ni gaidi lakini amelenga tu jengo lile na si lingine. Hiki ni kitendo cha kihalifu kama anavyosema Kaygisiz (2020) kuwa mashambulizi ya mitandaoni huhusisha: kushambulia maisha binafsi ya mtu na kuingilia faragha kwa minajili ya kupata habari za kibinafsi, kumshambulia mtu kwenye mtandao kwa kumfuata kwenye akaunti yake, kuwalaghai watu walio karibu na mlengwa kwa kufungua akaunti za kibandia, kutukanana, kueneza uvumi na kusema uongo dhidi ya mlengwa.

4.2.15 Ubaguzi wa Mitandaoni

Ubaguzi ni kitendo cha kudharau au kutenga na kupendelea mtu au watu kwa misingi ya rangi, sura yake, maumbile, jinsia, umri, tabaka, kabila na dini. Ubaguzi wa mitandaoni ni uhalifu ambao huwaacha waliobaguliwa kuwa na majeraha pamoja na kujichukia. Ubaguzi kwenye mitandao huweza kusababishwa na chuki, mawazo ganda, haja za kulipiza kisasi pamoja na kejeli isiyofaa.

4.2.15.1 Ubaguzi wa Rangi

Ubaguzi wa rangi ni hali ya kuonyesha mapendeleo katika utoaji wa huduma kwa misingi ya rangi ya mtu. Hii ni hali ambayo imeshuhudiwa katika ulimwengu kwa muda mrefu. Ubaguzi wa rangi umekuwa ukipingwa sana katika mataifa mbalimbali hasa na vikundi vya kutetea haki za kibinadamu. Ubaguzi wa rangi unadhihirika wazi katika ujumbe UFBUh₁₄.

<p>If you are not well, tell ole. Don't drop stinker after stinker performance.</p> <p>You should be criticized for the bad results and selfishness even though you feed kids. No cares if you are playing injured. If you are planning to drop stinker performances.</p> <p>**UCK YOU BLACK MONKEY ***UCK YOU</p> <p>PLEASE LEAVE MY CLUB AND BACK TO YOUR REAL LIFE PLACE, JUNGLE</p> <p>YOU DON'T DESERVE MANCHESTER UNITED.</p>	<p>Kama huko sawa usijaribu kutuletea matokeo duni kila mara. Unafaa kukosolewa kwa matokeo dunia na uchoyo wako hata kama unawalisha watoto. Hakuna anayeshughulika nawe hata kama ulikuwa ukicheza ukiwa umeumia, lazima uepuke matokeo duni. Nyani mweusi...ondoka kutoka klabu yangu na urudi mahali pako unapofaa, mwituni. Hufai kuwa katika Manchester United.</p>
--	---

UFBUh₁₄: Ubaguzi wa rangi katika *Facebook*

Ujumbe huu wa matusi ya ubaguzi wa rangi ulitumwa na shabiki wa mchezo wa kabumbu aliyeunga mkono klabu ya mpira ya *Manchester United* iliyoko Uingereza. Alielekeza cheche za matusi na za ubaguzi wa rangi kwa Marcus Rashford, mchezaji aliye na uhusiano na watu weusi kutoka nchi ya Jamaika baada ya kushindwa kufunga bao dhidi ya timu ya Villarreal. Timu hizi mbili zimejulikana katika Bara la Uropa kwa ubabe wa wachezaji na kuwa na wafuasi wengi duniani kote. Mchezaji huyu alipokea matusi ya kila aina katika mitandao yake ya *Facebook*, *Twitter* na *Instagram* kutoka kwa mashabiki huku wakidai kuwa aliwaletea aibu katika mchezo wa fainali, ushindi uliosubiriwa kwa hamu na ghamu.

Ujumbe wa UFBUh₁₄ ni wa kuvunja moyo na kutamausha kwa sababu Rashford amekuwa akichezea timu yake vizuri na kosa moja lilisababisha kutupiwa kila aina ya matusi. Mwandishi wa ujumbe huu anamkosoa Rashford kwa kumfahamisha kuwa kama hali yake si nzuri anafaa aseme kwa kocha wake na haifai kwa vyovyote kuwaletea matokeo duni kila mara. Anamkumbusha kuwa anafaa kukosolewa kwa sababu ya kuwa ‘mchoyo’ katika uchezaji kwa kutoshirikiana na wenzake katika utafutaji wa bao. Mwandishi wa ujumbe huu anaashiria kuwa Rashford akiwa uwanjani alionyesha udhaifu wa kutoshiriki mpira na wengine. Fauka ya hayo, mwandishi anarejelea matendo yake ya ukarimu ambayo amekuwa akifanya ya kuwalisha watoto maskini katika Bara la Afrika na Ulaya kama vitendo visivyokuwa na maana. Kulingana naye, matendo hayo ya ukarimu si kitu kwake. Kilicho muhimu ni kuwaletea matokeo mazuri. Anazidisha ujumbe wake kwa kusema kuwa hajali hata ikiwa anacheza akiwa ameumia cha maana ni kuwapa matokeo bora.

Mwandishi anazidisha hasira zake akielekeza kwa Rashford huku akimwambia atoke katika klabu yake na arejee katika maisha yake na mahali pake. Kulingana naye, Rashford alifaa kuwa mwanadamu. Anakiri kuwa hafai kwa vyovyote kuwa katika timu ya *Manchester United*. Mwandishi anambagua mchezaji kwa kuonyesha kuwa hafai kuwa pamoja na wanadamu ndiposa anamwarifu arudi kichakani mahali ambapo wanyama huishi. Mwandishi wa ujumbe yamkinika ni Mzungu anayemrejelea Rashford (aliye na asili ya Jamaika kuliko na watu weusi) kama mnyama (nyani) ambaye anafaa kuwa kichakani. Smith (2015) anadai kwamba kuwasawiri watu wa jamii ndogo kama wanyama ni ukatili na haiwezi kueleweka vizuri bila nadharia ya Uumbuaji wa utu. Ni makosa makubwa kumbagua mtu yeyote kwa misingi ya rangi. Kitendo hiki ni uhalifu mkubwa ambao unafaa kupingwa.

Ubaguzi wa rangi umeshudiwa kazini, shuleni, sehemu za kuabudia, mikahawani, vikao vya burudani na kwenye mitandao ya kijamii. Kitendo hiki ni uhalifu na ubahaimu ambao husababisha hisia za kujichukia, dhiki za kisaikolojia, ulipizaji wa kisasi na chuki kwa mbaguliwa. Intaneti, kupitia Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yamechangia pakubwa katika ongezeko la ubaguzi wa rangi. Hata hivyo, Glaser na Kahn (2005) wanadai kuwa intaneti inaweza kupunguza au kumaliza ubaguzi wa rangi ambao watu wa rangi tofauti hushuhudia katika mazingira yasiyo ya intaneti. Mitandao ya kijamii imeweka hitaji la watumiaji kuweka utambulisho wao na kufanya hivyo

huongeza nafasi za mtu kubaguliwa kwa misingi ya rangi (Kahn na wenzake, 2013). Uhalifu wa aina hii unaweza kumsababishia mlengwa kuwa na hisia za kujichukia. Ubaguzi mwingine wa rangi unadhihirika kwenye UFBUh₁₅.

<p>Fuck you cunt ...your dad should have used a Condom go to hell, black dog, stupid animal, **ck you, tfoooo you idiot was the reason why Man Utd lost final. They could have saved this heartbreak by giving a bunch of banana to an animal like you. Very arrogant with no sense! Monkey...</p>	<p>****Jamani wewe Malaya heri babako angetumia kondumu. Nenda kuzimu, mbwa mweusi, mnyama mjinga[...]mjinga wewe ulisababisha Man Utd ipoteze fainali. Wangezuia mfadhaiko wa moyo kwa kukupa chane la ndizi kwa mnyama kama wewe. Mtu mwenye maringo asiye na akili! Nyani.</p>
--	---

UFBUh₁₅: Ubaguzi wa rangi katika *Facebook*

Ujumbe wa UFBUh₁₅ ni maendelezi ya matukio yaliyojitokeza katika UFBUh₁₄, ubaguzi wa rangi uliodhihirika kwa uwazi katika mtandao wa *Facebook*. Mwandishi anamrejelea mchezaji Rashford kama mjinga ambaye hakufaa kuzaliwa. Anakiri kuwa heri babake angetumia mpira wa kondomu ili azuie kuzaliwa kwake. Haya ni matusi ya chuki yanayoashiria kuwa mchezaji huyu hana thamani yoyote katika ulimwengu. Anaendeleza cheche za matusi kwa kusema kuwa aishie kuzimu kuashiria kuwa hakuna matunda yoyote mazuri anayozalisha na anafaa kuungana na roho za waliokufa. Hili ni tusi ambalo ni sawa na kutumia tasfida inayoashiria tamani la mtu kufa na hatimaye afuatwe na hukumu ya milele kwa sababu mrejelewa ni mbaya sana. Mwandishi anamrejelea Rashford kama mbwa mweusi, mnyama mjinga na kusema kuwa timu hii ilikosa kufua dafu kwa ajili yake. Kumrejelea kama mbwa mweusi ni tusi linalomlinganisha na mnyama mchafu alaye uchafu, mizoga na mabaki ya chakula. Ni dhahiri kuwa huu ni uhalifu unaofanywa kwa ajili ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ambapo mwandishi anaweza kuandika jumbe bila kujali jinsi zinavyopokelewa katika upande mwingine.

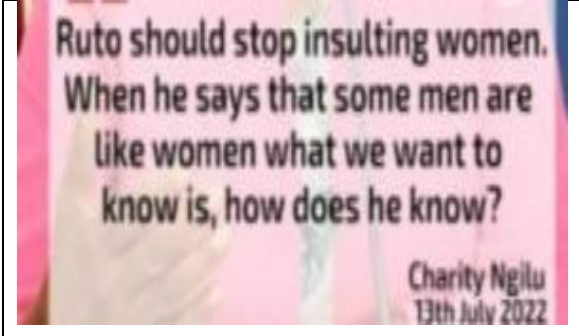
Ni ubaguzi wa rangi na chuki kwa kumrejelea mlengwa kama mbwa mweusi kwa sababu mbwa mweusi huaminiwa kuwa mchafu, tofauti na ilivyo kwa mbwa wa Wazungu. Kumrejelea kama mbwa hakungekuwa na uzito mwingi kama ilivyo wakati anamnasibisha na rangi nyeusi. Yawezekana alikosa kufanya hayo kwa kuwa Wazungu

wana mazoea ya kuwafuga wanyama hawa. Kwao, wao huwa wapenzi na safi tofauti na ilivyo kwa watu weusi. Kulingana na Humane (2018) kumfuga mbwa mweusi husawiri fujo katika filamu. Yawezekana mtumaji wa ujumbe alitumia neno lile kama fumbo kumsawiri mtu mweusi kama mtu wa fujo. Vilevile, ujumbe huu unamrejelea Rashford kama nyani aliyefaa kupewa ndizi ale badala ya kushiriki katika mchezo. Kufanya hivi kungewazuia kupata mfidhaiko wa moyo kwa ajili ya kushindwa. Ubaguzi huu wa rangi ulioshuhudiwa Ulaya ulisababisha taasisi nyingi za michezo kuungana kwa kususia mitandao ya kijamii ili kupinga tendo hili na kuhakikisha kuwa wahalifu hawa walichukuliwa hatua kali.

Ni wazi kuwa matusi yanayoegemea kubagua kwa misingi ya rangi huvunja moyo. Rashford alikiri kuwa alikasirishwa mno na mtu mmoja, mwalimu wa Hisabati aliyemtumia ujumbe wa picha ya nyani kama ilivyotangazwa katika Idhaa ya Kiswahili mwaka wa 2021. Guterres na wengine (2022) anadai kuwa ubaguzi wa rangi umeendelea kutia sumu kwenye taasisi, miundo ya kijamii na katika maisha ya kila siku. Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yamechangia pakubwa katika ubaguzi na matusi ya mitandaoni kwa sababu mwandishi na mwandikiwa hawaonani moja kwa moja na kwenye mtandao mtu anaweza kuonyesha hisia jinsi atakavyo tofauti sana na mazungumzo ya moja kwa moja. Matusi ya aina hii yaliyojitokeza kwenye mtandao wa *Facebook* yalikalishifiwa na watu wengi kudhihirisha kuwa ni uhalifu ambao haufai.

4.2.15.2 Ubaguzi wa Jinsia ya Kike/Mawazo Ganda Dhidi ya Wanawake

Hizi ni kauli potoshi zinazotumiwa kumdhalilisha mwanamke. Kauli hizi potoshi zinaweza pia kurejelewa kama mawazo ganda yanayomshusha hadhi mwanamke. Kauli hizi hutumiwa kwa wingi na wanaume wakielekeza kwa wanawake. McGarty na wengine (2002) wanasema kuwa ni hali na jaribio la kuelewa ulimwengu kwa kuweka katika makundi watu walio na tabia sawa, asili, maadili na imani ili kuwakilisha kundi zima la watu au kuwajumlisha. Utafiti huu unadhihirisha jinsi mawazo ganda dhidi ya jinsia ya kike yanavyojitokeza kwenye *Facebook* katika ujumbe UFBUh₁₆.

	<p>Ruto anafaa awache kuwatusi wanawake. Anaposema kuwa wanaume wengine wanafanana na wanawake,tunachotaka kufahamu ni, alijuaje? Charity Ngilu,13th July 2022</p>
---	---

UFBUh₁₆: Ubaguzi wa Kijinsia

Ujumbe wa UFBUh₁₆ ulitumwa katika mtandao wa *Facebook* na aliyekuwa Gavana wa Kitui Charity Ngilu, kiongozi wa kisiasa wa miaka mingi katika maeneo ya kati ya nchi ya Kenya. Alighadhabishwa sana na maneno yaliyokuwa yamesemwa na naibu wa rais nchini Kenya mheshimiwa William Ruto katika mkutano wake wa kisiasa. Kiongozi huyu wa kike alikuwa katika mstari wa mbele katika kumfanyia kampeni kiongozi mgombea kiti cha urais Raila Odinga, ambaye alikuwa mpinzani wa karibu wa naibu wa rais katika uchaguzi wa Agosti, mwaka wa 2022 katika safari ya kutaka kuingia ikulu. Alijibu tetesi za waziri Eugene Wamalwa ambaye ni kiongozi kutoka Magharibi mwa nchi ya Kenya na mmoja wa waliokuwa wanamuunga mkono Raila Odinga katika safari yake ya kuingia ikulu.

Kulingana na Ngilu, Ruto alikuwa amemtishia Wamalwa kwa kumpiga kofi kwa ajili ya hasira zake. Kiongozi Ruto alitumia lugha ya vijembe kujibu tetesi za waziri huyu akidai kuwa katika jamii ya Wakalenjin, jamii aliyotoka Ruto huwa hawawapigi wanawake makofi. Kauli yake ilikuwa ya kumdunisha waziri Wamalwa kwa kumlinganisha na mwanamke na haikuchukuliwa kwa urahisi na wanawake pamoja na wafuasi wa waziri Eugene. Pia, kauli ya kiongozi Ruto iliwafanya wafuasi wa waziri Wamalwa kumuuliza Ruto kuomba msamaha. Mwandishi wa ujumbe huu alitaka kujua vile ambavyo kiongozi Ruto alivyofahamu kuwa waziri Wamalwa ni sawa na mwanamke. Kutokana na Gavana Ngilu kulalamika kwenye mtandao wa Facebook kuhusiana na kudhalilishwa kwa waziri huyu, maneno yake yalijibiwa kwa ukali na mmoja wa waliomuunga William Ruto mkono. Ni wazi kuwa huu ni ubaguzi wa mwanamke kitendo ambacho hakifai katika jamii, hivyo ni uhalifu unaokera. Maneno yake yanazalisha ujumbe UFBUh₁₇ ambao unaashiria udhalilishaji wa mwanamke.

<p>This woman shud be stripped naked, raped and killed. Charity u shud focus on Kitui issues not the Future president. Kumbaff</p>	<p>Huyu mwanamke anafaa avuliwe mavazi, anajisiwe na auawe. Charity unafaa kuzingatia</p> <p>Masuala ya Kitui na si rais wa baadaye. Mpumbavu</p>
--	---

UFBUh₁₇: Ujumbe wa Kiubaguzi kwa Charity Ngilu

Maneno haya katika ujumbe UFBUh₁₇ yanaashiria ukosefu wa heshima huku mwandishi akidai kuwa aliyekuwa Gavana Ngilu alifaa avuliwe mavazi yake, anajisiwe na kisha auawe. Anaendeleza hasira zake kwa kumshauri Gavana kuzingatia siasa zake za kaunti ya Kitui wala si kumshambulia rais mtarajiwa William Ruto. Kulingana naye, kiongozi huyu wa kike alifanya makosa makubwa kumwingilia Ruto ambaye alikuwa akifanya kampeni za kuwania urais. Tofauti za kisiasa zinasababisha mwandishi anayeaminika kuwa wa kiume kumdhalilisha mwanamke kwa kusema kuwa yuafaa kuvuliwa uchi, kunajisiwa na kuuawa. Kumvua mwanamke mavazi na kumnajisi ni tendo la aibu na la kumkosea heshima. Kwa kifupi, mwandishi anatumia vitisho vya aina hii ili Ngilu awache kuleta upinzani mkali kwa mwanamume.

Sindoni (2018) anarahisisha semi za chuki kwa kusema kuwa ni kauli za kutia woga. Matumizi ya kauli kama kuvua nguo, kunajisi na kuuwa ni matusi na vitisho vinavyokusudiwa kusababisha woga kwa mwanamke na ni mbinu inayotumiwa na wanasiasa wa kiume kuwatishia wapinzani wao wa kisiasa wanaoonekana kuwa tishio. Kadhalika, ujumbe huu unakiuka haki za mwanamke pamoja na kusababisha wasiwasi hivyo ni wa kihalifu. Ni vigumu kwa Ngilu kupuuza ujumbe huu uliotumwa na mahasidi wake. Mawazo ganda wakati mwingine hutumiwa na watu kwa ajili ya kufurahisha hasa wale ambao wanayasoma. Hata hivyo, yanatumwa zaidi nchini Kenya kama mbinu za kugawa watu katika misingi ya kikabila na chuki kama ilivyojitokeza mwaka wa 2007-2008 baada ya vita vya uchaguzi (Ndonye na wengine, 2015; Yieke, 2008). Maneno ya aina hii yametumwa kwenye mtandao wa *Facebook* bila kuhofia athari yatakayosababisha. Hali hii imetokana na Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ambayo hutoa uhuru wa kujieleza kwenye mitandao. Kutumia maneno mazito hivyo ya kumvua mwanamke mavazi ni kitendo cha ukatili, hivyo ujumbe huu ni wa kihalifu.

Tamale (1999) kama ilivyonukuliwa na Ndambuki (2010) anafafanua jinsia kama muundo unaotokana na uhusiano kati ya mwanamume na mwanamke wanapoendelea kufanya kazi tofauti tofauti katika jamii. Mawazo ganda dhidi ya wanawake yamedhihirika kuwa na imani hasi na chanya, kwa mfano, mawazo ganda jinsi mwanamke alivyo msaidizi (wanawake-chanya) na wepesi wa kudanganyika (wanawake-hasi) na wanaume kama wanaojitegemea (uume-chanya) na wenye fujo-uume-hasi (Eagly na Mladinic, 1989).

4.2.15.3 Ubaguzi Dhidi ya Jamii /Mawazo Ganda Dhidi ya Jamii

Hizi ni semi, kauli na maoni ambayo hutumiwa na watu, kundi la watu au jamii kuwasawiri watu au jamii fulani kwa njia tofauti na wengine. Mawazo ya aina hii huweza kupitishwa kutoka kwa mtu mmoja kwenda kwa mwingine na huwa vigumu kuyafutilia mbali kwa urahisi. Mawazo ganda ni mpangilio wa mawazo ya kujumlisha kuhusu sifa na tabia za mtu katika kundi fulani la watu (Kadida, 2010). Yakisambazwa kwa muda huonekana kuwa ya kweli. UFBUh₁₈ ni ujumbe unaoonyesha mawazo ganda dhidi ya jamii moja nchini Kenya.

Ukisafiri gari moja na Waluhya, utaona maneno. They book bila kuketi ndani ya...After that booking, mwingine anatoka ati anaenda chooni, mwingine ati naendea njugu, mwingine simsim. Wanarudi mmoja mmoja kuchungulia kama watu wameketi...akiona bado empty, huyoo ati anatafuta powerbank, mwingine mahindi choma, mwingine mahindi ya kupikwa...mwingine ati natafutako tochi nyumbani kuna warogi, kidogo kidogo mama anaanza kupiga bei ya bra mtumba hadi wanakosana na muuzaji. Mnaanza safari 3 hours later baada ya gari kujaa. Njiani, wanamwambia dereva asimamishe kidogo... kila mmoja na sababu zake; mwingine ati nataka nitapike, mwingine nimekazwa, mwingine na choo...yule naye ati mtoto amepupuu. Dereva akishuka dakika moja kupewa barua to drop Nangili, Mluhya huyoo naye...ashashuka ati anatafuta simsim. Mwingine ati anaenda kunyambako kitoko...akirudi, mayai boil mkononi pyoooooch! Afadhali nitembee kutoka Nairobi hadi Kapsokwonyo niki mwona Mluhya garini. Juzi niliona mambo ilhali mimi si Mbotela

UFBUh₁₈: Mawazo Ganda Dhidi ya Waluhya

Ujumbe huu UFBUh₁₈ ni mfano wa mawazo ganda yanayoelekezwa kwa jamii moja katika nchi ya Kenya. Mwandishi alionyesha kukejeli jamii ya Waluhya wanaoishi katika eneo la Magharibi nchini Kenya. Katika kauli zake, mtuma ujumbe huu

alionyesha kuwakejeli kwa njia ya kupindukia pamoja na kutia chuku kauli zake. Kwanza, anafafanua sababu zake za kutopenda kusafiri na wanaorejelewa. Alionyesha jinsi wao hucheleweshwa abiria kufika pamoja na kuchelewesha gari. Kama anavyowasawiri, hawajui kupanga safari zao mapema. Anadai kwamba lazima wachelewe katika safari yoyote kwa ajili ya shughuli zisizo na maana. Mawazo haya yawezekana ni maoni ya mtu mmoja na si picha halisi ya jamii hii. Somerville (2011) anadai kuwa dhana hizi ganda si lazima ziwe kweli na picha inayosawiriwa kwa jamii fulani ila ni kujumlisha ikilenga kupitisha ujumbe fulani. Kuna uwezekano kuwa kuna asilimia fulani ya Waluhya wanaopenda kuchelewa hivyo mwandishi anatumia ujumlishaji ili kupasha habari.

Mwandishi anaendelea kuelezea kuwa Waluhya ni watu walafi hata wakiwa safarini lazima watumie njugu na ufuta ambayo ni mimea inayokuzwa Magharibi mwa nchi na huliwa na jamii hii. Kuwasawiri kama walafi ni kutia chumvi kwa sababu si watu wote ambao hula wakiwa safarini lakini anajumlisha. Anaendelea kuwakejeli kwa kuonyesha shughuli ainati ambazo hufanyika wakati wa safari kama vile; kununua tochi ili kuwamulika warogi. Hata hivyo, anajumlisha kuwa kila Mluhya lazima abebe tochi ili kujikinga kutokana na warogi hawa. Huu ni unyanyapaa wa kupindukia na unaweza kusababisha hisia za chuki. Zaidi ya hayo, anawasawiri Waluhya kama watu wasiokosa kujadiliana kuhusu bei wanaponunua bidhaa zozote huku wakitaka kupunguziwa bei. Anatumia vazi ambalo kulingana naye ni la bei ya chini na halifai kupunguziwa bei kwa kuwa huvaliwa ndani. Mwandishi wa ujumbe anakamilisha kauli zake kwa kusema kuwa afadhali atembe mbali bila kupanda gari kuliko kusafiri na mtu aliyetoka Magharibi, nchini Kenya.

Kutokana na alichokishuhudia kama anavyodai, alijionea mengi sana ilhali yeye si Mbotela. Mbotela ni mtangazaji maarufu wa miaka mingi nchini Kenya anayejulikana kwa kuleta kipindi kwenye redio ya kitaifa ya *KBC, Je, huu ni Uungwana?* Katika vipindi vyake, mtangazaji huyu tajika hukemea matendo ya kubughudhi yanayofanywa na watu mbalimbali au makundi ya watu. Hutumia mbinu ya ucheshi, kejeli pamoja na maswali ya balagha kwa wingi ili kuisitiza ujumbe wake. Mwandishi wa ujumbe anamtaja Mbotela huku akionyesha kuwa matendo yanayofanywa na jamii zungumziwa si ya uungwana. Nieto (2006) anaeleza mawazo haya ganda kama ‘hatua za kisaikolojia zinazotumiwa na watu kujumlisha ujumbe changamano unaotuzunguka’

zikidhihirisha kuwa, tabia za watu kama kundi au mtu binafsi kwa wengine hudhaniwa kuwa zinaathiriwa na mawazo ganda, ambayo yamebuniwa nao kuhusu kundi hilo la watu wa mtu binafsi. Mawazo haya ganda kuhusiana na jamii hutumika kwa wakati mwingine katika malumbano ya utani kati ya makundi mawili yanayotofautiana kilugha.

Mawazo haya ganda kuhusu jamii yanapotumika kwa muda yakilenga jamii fulani huchukuliwa kuwa ya kweli. Nieto (2006) anaamini kuwa athari za kutumia mawazo haya ganda kuelezea jamii ni jambo hasi na husababisha watu wengine kutofahamu yaliyo ya kweli kuhusu jamii tajwa na hatimaye husababisha ubaguzi na chuki. Kauli za Nieto zinatia uzito ujumbe wa mwandishi kwa kuwa ana mawazo mengi ganda kuhusiana na jamii hii ya Waluhya, hali itakayosababisha utata kwa yeyote anayeyasoma kujua yaliyo ya kweli na ya uwongo. Mawazo haya ganda ni kitendo cha uhalifu kwa kuwa kuna kundi la jamii hii ambalo litakereka. Ujumbe huu wa UFBUh₁₉ vilevile unaonyesha mawazo ganda dhidi ya jamii ya Kikuyu.

<p>Never trust a kikuyu who's alive. Heri ule ame kufa</p>	<p>Usimwamini kamwe Mkikuyu aliyehai. Heri aliyekufa.</p>
---	---

UFBUh₁₉: Mawazo Ganda Dhidi ya Wakikuyu

Ujumbe UFBUh₁₉ ni mfano mzuri unaodhihirisha mawazo ganda dhidi ya jamii ya Kikuyu. Ujumbe huu ulitumwa na mtu mmoja katika kundi la kisiasa kwenye *Facebook* almaarufu *Kenyan Political Writers And Analysts* akionyesha ghadhabu zake kwa jamii ya Wakikuyu. Kikuyu ni kabila la Wabantu, asili yao ikiwa kati ya nchi ya Kenya na kabila kubwa lililo na watu asilimia 17.13 (Bindloss na wengine, 2003). Mwandishi wa ujumbe huu anaonyesha kutoridhishwa na jamii ya Wakikuyu akidai kuwa ni watu ambao hawafai kuaminiwa kwa vyovyote. Kughasika kwake kunatokana na hali ya kisiasa iliyosababisha jamii ya Wakikuyu kukosa kumchagua kiongozi wa jamii ya Kiluo, Raila Odinga katika uchaguzi wa Agosti, 2022. Badala yake, walimchagua mpinzani wake William Ruto kutoka jamii ya Wakalenjini ili amrithi rais Uhuru Kenyatta ambaye ni wa kabila la Kikuyu. Kulingana na mwandishi ni kuwa, Wakikuyu

wote walifaa kumchagua mgombea urais Raila Odinga kwa sababu alikuwa amejenga uhusiano mzuri na rais Uhuru Kenyatta, kiongozi wa jamii yao.

Mwandishi wa ujumbe yamkini ametoka katika jamii ya Waluo na mmoja wa wale waliomuunga Raila mkono. Anaona kuwa jamii ya Wakikuyu iliwasaliti katika uchaguzi mkuu uliosababisha kiongozi wao kushindwa. Jamii ya Waluo kupitia kiongozi wao Raila Odinga imekuwa ikipigania sana kupata kiti cha urais bila mafanikio yoyote tangu mwaka wa 1992. Uchaguzi wa mwaka wa 2022 ulionyesha matumaini makubwa sana kwa jamii ya Waluo kujipatia rais kwa mara ya kwanza. Hata hivyo, matumaini yao yaliambulua patupu baada ya Tume ya Uchaguzi nchini Kenya kumtangaza mgombea wa urais William Ruto kuwa mshindi. Kutangazwa kwake kulipingwa sana na kiongozi Odinga na wafuasi wake hadi kupeleka malalamishi yake kwenye mahakama ya juu ikidai kuwa uchaguzi ule haukuwa wa huru na haki. Kauli ya mwandishi japo ni ya kisiasa inaeneza mawazo ganda dhidi ya jamii ya Kikuyu. Kauli yake inaashiria mizizi ya chuki za ukabila kwa kuonyesha kuwa hakuna Mkikuyu hata mmoja ambaye anafaa kuaminiwa.

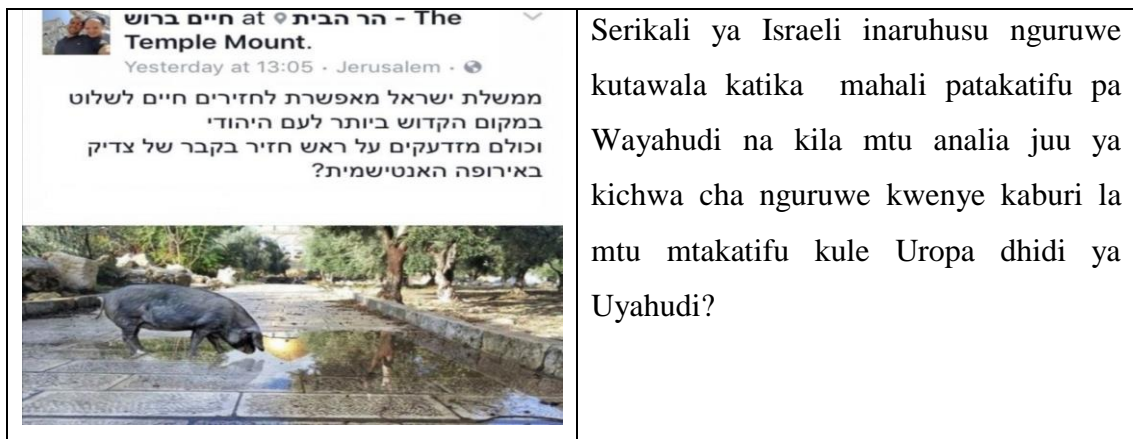
Mwandishi anatoa kauli ya kujumlisha kwa kudai kuwa wote ni watu wabaya na wasaliti isipokuwa tu yule aliyeaga dunia. Kusema kuwa *wazuri ni wale tu walioaga dunia* ni ishara ya kusinyika na kuonyesha kuwa watu wale hawana thamani yoyote. Kauli za aina hii ni hatari na za kihalifu katika nchi ya Kenya ikizingatiwa kuwa kulishuhudiwa songombingo baada ya uchaguzi wa 2007. Kauli hizi zilipingwa vikali na serikali kwa sababu ziliwatia watu katika shitighali. Ukabila husababisha migogoro katika taifa hasa kwa kabila linalobaguliwa hujawa na hisia za chuki, kusunzika, kulipiza kisasi na kujitenga. Yieke (2008) anadai kuwa ukabila si dhana hasi na haifai kuonekana kama laana kwa wanadamu ila ni dhana chanya ambayo inafaa kutumiwa kuimarisha umoja wa taifa na isionekane kama kichocheo cha vita. Mawazo ganda yanaweza kuwa hatari na kichocheo cha uhasama na chuki za kikabila (Nabea, 2010).

Mawazo haya ganda kuhusu jamii yanapotumika kwa muda yakilenga jamii fulani huchukuliwa kuwa ya kweli. Ni dhahiri kuwa huu ni uhalifu usiofaa kwa kuwa mara nyingi hutumiwa kwa ajili ya chuki, ukabila na hasira dhidi ya mtu mwingine au jamii. Zinapoelekezwa kwa jamii fulani, jamii ile huwa na hisia za kutaka kulipiza kisasi, hasira, hisia za kutaka kujitenga na kukataliwa. Haya yote yamefaulishwa kupitia Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Kulingana na Heilman, Caleo na Halim

(2010) ni kuwa, Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huchochea mawazo ganda bila hata bila uzoefu wa njia za mawasiliano. Wanapendekeza kuwepo kwa uzoefu wa moja kwa moja kwa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi na vipengele vya mawasiliano hayo kama vile ukosefu wa utangamano wa moja kwa moja, kutojulikana kwa picha na kukosa kujulikana kwa ajili ya kutokuwepo kwa mawasiliano kwa njia ya ishara ni mchango mkubwa katika uenezaji wa mawazo ganda.

4.2.15.4 Ubaguzi Wa Kidini/Imani

Mitandao pia imechangia katika ubaguzi kwa misingi ya kidini au imani. Kuna kauli ambazo hutumiwa kwenye mitandao hii pamoja na mawazo ganda yanayoashiria ubaguzi wa dini. Ubaguzi wa kidini limekuwa suala ambalo huathiri umoja na mshikamano wa jamii (Peng, 2020). UFBUh₂₀ ni ujumbe unaoonyesha ubaguzi wa dini ya Kiislamu kutoka kwa mtu mmoja anayeaminika kuwa Myahudi.



UFBUh₂₀: Ubaguzi wa Kidini Dhidi ya Wayahudi

Picha hii pamoja na ujumbe zilitumwa na Brosh akitoa tetesi kwa sababu ya Wayahudi kuzuiliwa kufanya maombi katika mahali patakatifu, Yerusalem. Mwanaharakati huyu alikamatwa na polisi kwa kunajisi na kutukana dini ya Kiislamu kwa kuwaita nguruwe kisha kuamrisha kufuta ujumbe wake kutoka mtandao wa *Facebook*. Brosh alikuwa ametuma picha ya nguruwe akiwa mahali pa kuabudia kitendo kilichokashifiwa na kusababisha kuwekwa kizuizini hadi wakati alipofuta picha ile. Zaidi ya hayo, alipigwa marufuku ya siku kumi na tano za kutohudhuria hekalu katika mji wa kale wa Yerusalem. Kwenye ujumbe ule, nguruwe anaonekana akinywa maji kwenye hekalu. Ujumbe wake ulikuwa ukirejelea shambulizi moja katika mji wa Ukraine, mji ujulikanao kama Uman uliovamiwa na washambulizi kisha wakatupa vichwa vya nguruwe kwenye jengo lililo katika kaburi la Rabbi Nachman. Kadhalika,

washambulizi hawa walimwaga damu nyingi ya nguruwe kwenye kaburi hilo mahali ambapo huaminiwa kuwa panatembelewa na zaidi ya Wayahudi elfu kumi kila mwaka kwa ajili ya ibada ya kuhiji. Mashambulizi haya yanaaminiwa kuwa yalitekelezwa na kundi la Waislamu ambao kwa muda wamekuwa wakizozana na Wayahudi kuhusu umiliki wa Yerusalem.

Nachman alikuwa kiongozi wa Wayahudi aliyeenziwa kwa kuongoza kundi maarufu la *Hasidic* lililokuwa na mafundisho ya Musa na Uyahudi. Kiongozi huyu alikuwa na maelfu ya wafuasi na umaarufu wake ungalipo. Kitendo hiki kilikashifiwa vikali kwa kuaminiwa kuwa kilinajisi mahali patakatifu. Brosh alikiri kuwa alitumia picha ile akilalamikia serikali ya Israeli kwa kuruhusu vyombo vya kigeni (Waqf) kudhibiti na kusababisha fujo pamoja na kuingilia haki za kimsingi za kidemokrasia za Wayahudi ambao walifika pale kwa nia ya kusali ila si kuchochea. Kitendo cha Brosh kilikashifiwa vikali kwa kuaminiwa kuwa kilichafua mahali patakatifu. Nguruwe ni mnyama anayechukiza na mwenye maafa kwa Wakristo, Wayahudi na Waislamu na kuelewa fumbo afumbalo, utaelewa uhusiano changamano ulioko kati ya Wakristo na Wayahudi (Fabre-Vassas, 1997). Kulingana na msomi huyu ni kuwa, nguruwe ni ishara ya kitu kinachochukiza na kichafu kulingana na Wayahudi.

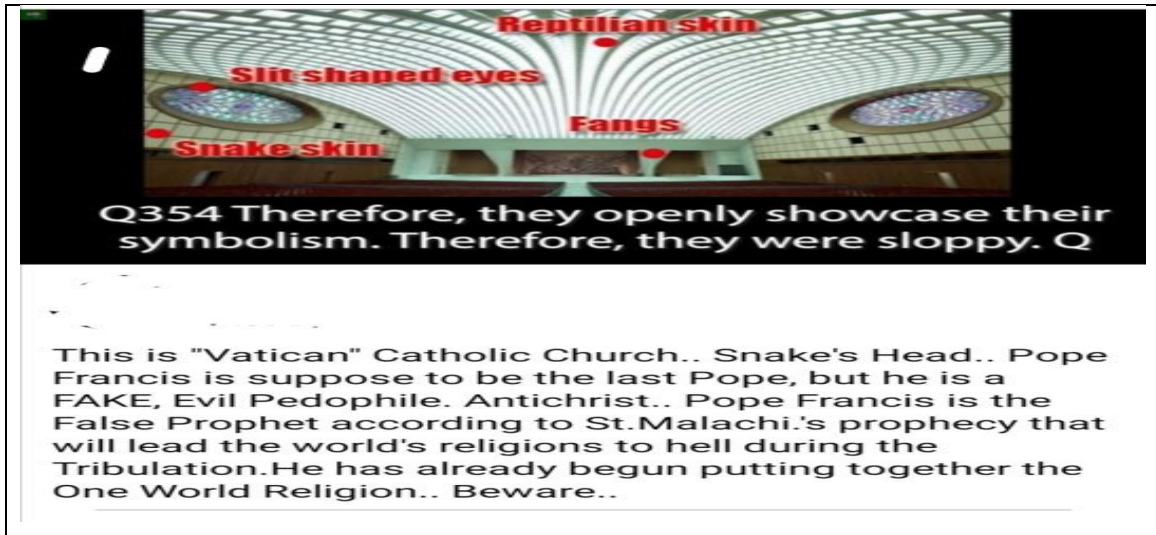
Ni tendo la kihalifu kuwarejelea Waislamu kama nguruwe hasa ikizingatiwa kuwa wanamchukia mnyama huyu na kumwona kama aliyenajisika. Hivyo mwandishi kwenye mtandao wa *Facebook* alichukuliwa hatua za kisheria kwa kutekeleza uhalifu mtandaoni hata kama alikuwa anatetea dini yake. Kitendo cha aina hii cha kuingilia uhuru wa watu wa kuabudu pamoja na kutumia maneno au vifaa vinavyochukuliwa kuwa najisi au kinyume na imani ya wahusika hakifai na ni uhalifu mkubwa. Shaheed (2019) alisema kuwa, ubaguzi na chuki dhidi ya Uyahudi ni sumu ya demokrasia na tishio kubwa kwa jamii. UFBUh₂₁ pia unaonyesha ubaguzi dhidi ya dini ya Kiislamu.

Islamic is satanic,,most of your doctrine and beliefs are evil,,killing is not a big deal to you, yeah?,,after killing you belief you will be given 72 young virgin yet no... no marriage in hea...or?.. my foot! Muslims are terrorist all over the world!!!!	Uislamu ni dini ya kishetani....mengi ya mafundisho yao na imani ni za maovu,,Mauaji kwao si mambo ya ajabu au?,,, baada ya kuua unaamini kuwa utapewa wanawali 72 wachanga lakini hakuna..... hakuna ndoa hapa... au? Waislamu ni washambulizi kote ulimwenguni!!!
--	---

UFBUh₂₁: Ubaguzi Dhidi ya Waislamu

Ujumbe UFBUh₂₁ ulitumwa kwenye mtandao na mtu anayeonekana kutofautiana na dini ya Kiislamu kuhusiana na imani zao. Anakosoa dini hii kwa kuwa na imani kwamba kutekeleza mauaji kwao si hatia. Anadai kuwa huwa wameahidiwa kuwa watapewa mabikra sabini na wawili wakifika mbinguni na wakifaulu kuua. Mwandishi anakosoa dini hii kwa kukiri kuwa ni dini ya kishetani kwa ajili ya mafundisho yao. Haya ni mawazo ganda yanayotumiwa kuendeleza chuki na uhasama kati ya Uislamu na waumini wengine. Anayoyasema mwandishi ni tetesi tu na hakuna mashiko wala ithibati yoyote kuhusiana na haya. Waislamu wamekuwa wakifungamanishwa na uhalifu wa kimashambulizi, vurugu na mauaji ya watu wasio na hatia jambo ambalo limewafanya wengine kukasirika (Corbin, 2017). Pia Kumekuwa na mawazo ganda na shutuma nyingi dhidi ya dini ya Kiislamu kwa kuwaona kama wabakaji na kuwafananisha na ugonjwa wa saratani.

Ingawa kuna mmoja au wawili wanaoshiriki uovu huu, si wote ambao hutekeleza vitendo hivyo. Ni makosa makubwa kwa mwandishi kuandika kauli za aina hii katika mtandao. Jambo kama hili husababisha chuki, utengano, kulipiza kisasi na mapigano. Hata kama Waislamu wamejaribu iwezekanavyo kujitenganisha na uovu wa kimashambulizi ufanyikao duniani kote hasa kwa kutumia mabomu, mitandaoni watu wangali wanawaona kama magaidi na washambulizi jambo ambalo hawalifurahii. Kurejelea Waislamu kama washambulizi na wahalifu kwa njia ya kujumlisha ni kitendo ambacho kinabughudhi. Maandishi ya aina hii yamefaulishwa na Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kwa kuwa mwandishi hajali maumivu ya hisia atakayowasababishia wapokezi wa ujumbe hasa wa dini hii. UFBUh₂₂ ni ujumbe mwingine unaodhihirisha ubaguzi pamoja na mawazo ganda dhidi ya Waumini wa dini ya Kikristo kutoka kanisa la Katoliki lililoko katika makao makuu Vatican.



Kwa hivyo huwa wanaonyesha ishara zao hapa. Hili ni kanisa la Vatican la Katoliki...kichwa cha nyoka..Pope Francis anafaa kuwa papa wa mwisho lakini yeye ni ghushi, mwovu anayevutiwa kufanya mapenzi na watoto na Mpingakristo. Papa Francis ni nabii wa uongo kulingana na unabii wa Malaki na ataongoza dini nyingi katika Jehanamu wakati wa dhiki. Ameanza kuleta dini moja duniani. Jihadharini...

UFBUh₂₂: Ubaguzi Dhidi ya Wakatoliki

Mwandishi wa ujumbe huu anaonyesha hisia zake za chuki kwa Papa Francis ambaye ni kiongozi mkuu wa kanisa la Katoliki lililoko Vatican. Kiongozi huyu anaenziwa sana, si kwa Wakristo pekee bali na watu wa dini tofauti tofauti duniani. Hata hivyo, hakuna zuri lisilokuwa na doa. Kuna wanaomchukia kiongozi huyu kama mwandishi wa ujumbe UFBUh₂₂ anayedai kuwa kwenye kanisa la Vatican, limejengwa kwa umbo la kichwa cha swila. Vilevile, kwenye umbo hilo kuna maelezo yaliyoandikwa kwa wino mwekundu kama ishara ya hatari au kuhakikisha kuwa msomaji anayaona vizuri. Anadai kuwa kuna ngozi ya tambazi, kuna meno, ngozi ya nyoka na macho yenye mashimo sawa na alivyo nyoka. Kwenye ujumbe, mwandishi anakiri kuwa Papa Francis ni wa uongo na mpinga Kristo. Jina hili Mpinga Kristo limetolewa kwenye maandiko matakatifu kulingana na dini ya Kikristo. Mpinga Kristo atajitokeza mara ya kwanza kwa njia ya udanganyifu ambapo ataonekana kuwa ni malaika wa mwanga. Zaidi ya haya, mwandishi anamsawiri Papa kama nabii wa uongo kisha kuisitiza ujumbe wake kwa kutumia nukuu ya kitabu cha Malaki. Kufanya hivi ni njia ya kuwashawishi waumini wote wa dini hii na nyinginezo waweze kuelewa na kuchukulia jambo lile kwa uzito.

Mwandishi anakamilisha kwa kusema kuwa Papa ameanza kuleta dini zote pamoja kitendo ambacho anakiona kama cha Mpinga Kristo na nabii wa uongo kama ilivyonukuliwa katika Bibilia. Tendo hili la Papa kuleta dini pamoja lilifanyika huku akinuia kuhubiri amani katika mataifa yaliyokuwa yanazozana. Hata hivyo, mwandishi kwa sababu ya chuki yake dhidi ya Wakatoliki na papa kwa ujumla anatumia kila njia ya ushawishi kuwanasa wafuasi wake na wasiomfuata ili watu wajaribu kuepukana na dini hii. Kuingilia imani ya watu pamoja na uhuru wao wa kuabudu kwa njia ya matusi bila misingi yoyote ya ukweli ni kitendo cha kihalifu kama ilivyo kwenye ujumbe huu. UFBUh₂₃ ni ujumbe mwingine wa kubagua dini.

Why u hate Catholic church pliz mind ur bizness those are lies. U niid 2 b murdered u haters.
Mbona nyinyi mnachukia Wakatoliki. Tafadhali shughulikeni na mambo yenu kwa kuwa huo ni uongo. Mnastahili kuuawa nyinyi wenye chuki.

UFBUh₂₃: Ubaguzi Dhidi ya Wakatoliki

Ujumbe UFBUh₂₃ ulitumwa na mmoja ambaye anaaminika kuwa ni muumini wa kanisa la Katoliki akiwatetea Wakatoliki wote baada ya mmoja anayepinga dini hii kuandika ujumbe na picha za Papa wao akiwa ameshika nyoka na wanyama wengine kama ishara ya kuabudu. Mwandishi alidai kuwa Wakatoliki hawamwabudu Mungu wa kweli. Anamjibu mwandishi kwa kumwambia kuwa ashughulike na mambo yake na aachane na kanisa hili. Anawaarifu wote wanaoonekana kuwa na chuki dhidi ya kanisa hili kuwa wote wanafaa kuuawa. Ni mazungumzo ambayo hayafai katika taifa kwa sababu yanaweza kusababisha migawanyiko na chuki dhidi ya Wakatoliki na wafuasi wa dini nyinginezo hivyo ni uhalifu.

Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yana nafasi kubwa katika usambazaji wa jumbe za aina hii kwa sababu waandishi huwa hawajali wanachokituma pamoja na athari zake kwa wasomaji, hii ikiwa mojawapo ya sifa za kiteknolojia ya mawasiliano haya. Ni dhahiri kuwa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi hutumiwa kuendesha chuki, kutovumiliana na uhasama wa kidini kwa kujenga jukwaa la dayolojia la wanadini tofauti.

4.2.16 Propaganda za Kisiasa za Kiuchochezi

Propaganda ni habari au taarifa ambazo hutumiwa na watu bila misingi yoyote ya ukweli. Mara nyingi propaganda hizi hutumika kama porojo au kwa ajili ya kuhamasisha watu waweze kufuata njia au mtazamo fulani ulio tofauti na wa awali. Propaganda zinaweza kuwa za kisiasa, zinazohusu mtu binafsi au dini. Jowett na O'Donnel (2006) wanafafanua propaganda kama jumbe za pamoja za uongo na za kutiwa chumvi au kauli zinazonuia kushawishi maoni na tabia za watu wengi. UFBUh₂₄ ni ujumbe unaosambaza propaganda na porojo za kisiasa katika nchi ya Kenya kwa ajili ya kuwazuia watu kutomuunga mkono kiongozi mmoja.

WHY MT. KENYANS FEAR MGU₁ AND WILL NEVER VOTE FOR HIM IN 2022:

MGU₁ is an evil man, wicked and a criminal. In 2007, MGU₁ organized his MGU₁ group to kill rape and burn innocent people in Kiambaa church. MGU₁ should know that presidency is not the land or money he loots and grabs from poor Kenyans at will. MGU₁ is full of blood on his hands and cloths, everywhere he passes blood must be shed. He is ever shedding blood in parliament. He must be stopped.

SABABU ZA WATU WA MLIMA KENYA KUTOMPIGIA MGUR₁ KURA MWAKA 2022:

MGUR₁ ni mhalifu na mwovu. Mwaka wa 2007, alipanga kikundi chake cha MGUR₁ kuua, kunajisi na kuchoma watu wasio na hatia kanisani Kiambaa. MGUR₁ anafaa ajue kuwa urais si mashamba au pesa anazopora na kunyakua kutoka kwa Wakenya atakavyo. MGUR₁ amejaa damu kwenye mikono yake na kwenye nguo, kila kitu apitiacho damu lazima imwagwe. Anamwaga damu hata bungeni. Lazima akomeshwe.

UFBUh₂₄: Propaganda za Kiuchochezi

Ujumbe huu ulitumwa na mmoja yumkinika kuwa katika kikundi cha kisiasa cha *Azimio la Umoja* katika nchi ya Kenya. Mwandishi alionekana kughadhabishwa mno na MGUR₁ aliyekuwa anatafuta kiti cha urais katika nchi ya Kenya. *Azimio la Umoja* ni muungano wa vyama vingi katika nchi ya Kenya ulioundwa na MGUR₂, mwanasiasa na mgombea wa kiti cha urais mwaka wa 2022. Muungano wa vyama hivi ulioundwa

ukinua kuwaunganisha Wakenya wote waliokuwa wamegawanyika kwa misingi ya kisiasa na kikabila kabla ya uchaguzi wa Agosti, 2022. Muungano huu vilevile ulihusisha watu waliokuwa na mawazo na maono sawa na kiongozi huyu. Zaidi ya hayo, muungano huu ulikusudiwa kumsaidia MGUR₂ kuwania kiti cha urais ili kumrithi rais aliyekuwa anastaafu. Hata hivyo, MGUR₁ ambaye alikuwa kiongozi wa chama cha *United Democratic Alliance* alionekana kuwa tishio kubwa kwa MGUR₂ katika kinyang'anyiro cha urais. MGUR₁ aliunda muungano wake sawa na wa MGUR₂ uliojulikana kama *Kenya Kwanza*. Mwandishi wa ujumbe huu aliandika katika mtandao wake wa *Facebook* maoni yake kuhusu hali ile ya kisiasa. Maandishi yake yaliyotoa sababu za watu kutomchagua kiongozi MGUR₁ kama rais nchini Kenya. Kwanza, anakiri kuwa yeye ni mtu mwovu, mhalifu kwa kuwa alishiriki katika mauaji na unyanyasaji wa wanawake kwa njia ya kuwanajisi.

Herring (2007) anakiri kuwa kutojulikana kwa watu katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huwa na athari kubwa kama vile ya kuficha tabia na kuwafanya kuwa na mienendo tofauti na ya kawaida. Hali hii husababisha uchokozi wa mitandaoni, ugomvi, uenezaji wa habari za uongo na chuki. Herring (2007) anaeleza jinsi Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huathiriwa na masuala ya kiteknolojia na hatimaye kuwa na athari hasi kwa watumiaji kama inavyojitokeza kwenye ujumbe huu.

Mwaka wa 2007 ulishuhudia machafuko mengi baada ya uchaguzi kufanywa. Uchaguzi huu ulihusisha mashindano makali kati ya MGUM₁ na MGUR₂. Punde tu MGUM₁ alipotangazwa mshindi, nchi ya Kenya ilishuhudia ghasia ambazo hazikuwahi kushuhudiwa tena. Watu zaidi ya elfu moja waliangamizwa na mali ya maelfu ya pesa kuharibiwa (Waki, 2008). MGUR₂ pamoja na wafuasi wake walipinga matokeo ya uchaguzi huu wakidai kuwa kulikuwa na udanganyifu wa hali ya juu. Machafuko haya yalishuhudiwa zaidi katika Bonde la Ufa yakigawanya jamii ya KLN iliyoongozwa na MGUR₁ na jamii ya KKKU iliyoongozwa na MGUM₁. Baadaye, MGUR₁ na wengine walishtakiwa katika mahakama ya kimataifa ya Uholanzi kwa madai ya kuchochea vurugu. Hata hivyo, waliachiliwa huru kwa kukosekana kwa ushahidi.

Mwandishi katika ujumbe huu anaeneza propaganda ambazo zingemzuia MGUR₁ kukosa kumshida MGUR₂ katika uchaguzi mkuu wa Agosti, 2022. Maandishi yake ni tetesi, uvumi, porojo, chuki na kauli zisizo na ukweli wowote kuhusu kiongozi

anayemrejelea. Huu ni uhalifu usiofaa hata kidogo. Propaganda hizi na porojo za kisiasa zilisambaa sana kwa ajili ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kuwa na sifa ya kuficha majina ya watu au kutumia majina ghushi wakati, hali ambayo humpa mtu nafasi ya kuandika chochote na kuweka mitandaoni. Mawasiliano haya ya propaganda yanamsawiri kiongozi MGUR₁ kama asiyefaa. Bitange (2017) anasema kuwa athari na ukomo wa jumbe za propaganda huwa imepuuzwa na kuchukuliwa kwa urahisi japokuwa athari zake huwa wazi. Propaganda zinazotokana na uchaguzi nchini Kenya zimesababisha mashambulizi na maafa halisi tangu mwaka wa 1980 kwa kuwa nyingi yazo huzunguka mashambulizi ya jamii na jinsia (Mwita, 2011).

Fauka ya hayo, mwandishi anaeneza propaganda kuwa MGUR₁ hafai kuongoza kwa sababu ni mwizi wa mashamba na fisadi. Awali, kiongozi huyu aliamrisha na mahakama ya juu kurejesha ekari 100 za shamba alilojinyakulia katika Bonde la Ufa kulipokuwa na vurugu za baada ya uchaguzi. Kutokana na haya, mwandishi anaonyesha kuwa MGUR₁ ni kiongozi mwenye tamaa ya mali na asiyepaswa kuwa rais. Anatomia chuku kudai kuwa kiongozi huyu humwaga damu wakati wowote na mahali popote hadi kwenye makao ya bunge.

Coulthard na Jonstone's (2010) wanadai kuwa habari za kuharibia mtu jina na kumuumbua hutumia chuku na ubishi au hali ya kujumlisha masuala bila ithibati yoyote ambayo Harken's (1998) anasema kuwa maneno au kauli hizi hutumiwa ili kufurahisha wafuasi, kuonyesha chuki na kuleta ubaguzi ili wasomaji wafanye uamuzi. Maoni ya wasomi hawa yanaoana na yaliyo katika ujumbe UFBUh₂₃. Ni wazi kuwa ujumbe huu ni wa kihalifu na ulifaa kupingwa, kuzuiliwa na kudhibitiwa kwa ajili ya athari zake kwa jamii na taifa. Waandishi wengi wa jumbe za mitandaoni hasa wahalifu huwa hawajali ikiwa maandishi yao yatasababisha maangamizi au la. Hii ndiyo changamoto kubwa ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi.

Ujumbe UFBUh₂₄ unatumiwa na mahasidi wa kisiasa wa MGUR₁ katika misururu ya kampeni zilizofanyika nchini Kenya mnamo mwaka wa 2022 kumshambulia kwa kuonyesha wananchi kuwa hafai kwa vyovyote kuwa rais. Ingawa mwandishi alionyesha kuchukizwa na MGUR₁ kwa kusambaza jumbe za propaganda katika makundi ya kisiasa, propaganda hizi hazikufua dafu kwa sababu kiongozi huyu aliibuka mshindi katika uchaguzi mkuu uliofanywa mwezi wa Agosti, 2022 na kukabidhiwa cheti kama rais mteule. Hata hivyo, ushindi wake ulipingwa vikali na wafuasi wa

MGU_{r2} wakidai kuwa haukuwa wa huru na haki na ulihusisha udanganyifu mwingi. Ujumbe wa aina hii utabadilisha mitazamo ya kisiasa ya watu baada ya kushawishiwa kuhusu uovu wa kiongozi anayerejelewa. Hii ni kwa sababu jumbe za kisiasa huwa na mihemko, propaganda na maneno yanayogusa na kuathiri hisia.

4.2.17 Hitimisho

Sura hii imeangazia aina mbalimbali za uhalifu katika jumbe za baruapepe na *Facebook*. Uhalifu huu wa mitandaoni ni kama vile ulaghai wa kimapenzi, utumaji wa jumbe adhiri, utumaji wa picha za kiponografia, jumbe za matusi na za kuumbua, vitisho, ubaguzi wa kidini na jinsia, udokozi na propaganda za kuchochea. Uhalifu huu wa mitandaoni ni hatari mno kwa kuwa unapotekelezwa huacha makovu yasiyosahaulika kwa ajili ya athari zake. Huacha athari za hasara za kifedha, kupotea kwa habari muhimu kwenye tarakilishi, kuharibika kwa mitambo na pia huharibu jina la baadhi ya mashirika na kampuni. Ni wazi kuwa uhalifu huu wa mitandaoni hulenga watu binafsi, mashirika, kampuni na huduma za serikali. Ni wazi kuwa wahalifu hawa wa mitandaoni wanapozia jumbe pamoja na picha huwa wamepanga vyema ili ziweze kuzaa matunda. Lengo la wahalifu wengi huwa kupata pesa kutoka kwa walengwa na kusababisha uharibifu. Hii inamaanisha kuwa wahalifu wakiziandika bila mpango mzuri, kuna uwezekano kuwa uhalifu wao utatibuka na kugundulika.

Montague (2011) anapendekeza njia za kuepuka uhalifu wa mitandaoni ila hali ya uhalifu husababisha utata kuwanasa na kuwafungulia mashtaka washiriki. Ni vyema kufahamu aina mbalimbali za uhalifu wa mitandaoni kwa kuwa, kuifahamu kutaandamana sako kwa bako na mbinu mwafaka za kujizuia kabla uhalifu haujatendeka. Kutokana na uhalifu huu wa mitandaoni kuongezeka kwa kasi, watumiaji wa vifaa vya kisasa vya mawasiliano kama vile simutamba na tarakilishi wanafaa kuwa makini na watambue njia mbalimbali ambazo hutumiwa na wahalifu wa mitandaoni kutekeleza uovu. Kufahamu njia hizi kutawawezesha kuelewa umuhimu na hatari ya kutumia intaneti, wataelewa umuhimu wa kutoshiriki habari muhimu na za kibinafsi katika mitandao, haja za kuwa na nywila ambazo ni vigumu kuingiliwa katika mitambo ya simu na tarakilishi na mwisho watumiaji wa mitandao watakuwa makini wanapopakua jumbe zozote mitandaoni kwa kuwa si zote zinazotumwa au kupakiwa kwenye mitandao huwa za manufaa.

4.3 Mikakati ya Ushawishi Katika Jumbe za Kihalifu Kwenye Facebook na Barua pepe

Katika sehemu hii mtafiti alichanganua mikakati ya ushawishi inayotawala jumbe za kihalifu kwenye baruapepe na Facebook. Uchanganuzi uliongozwa na mihimili ya nadharia ya Ushawishi iliyoasisiwa na Aristotle na kuendelezwa na Hovland (1953) na Ciadine (1984). Ushawishi ni hali ya kumfanya mtu avutiwe na kitu au jambo fulani. Lugha ya ushawishi na mikakati inayotumiwa kushawishi hufanya kazi kubwa kuwaunganisha watu kwa njia ya urahisi (Azianura na wengine, 2017). Ushawishi na lugha ni dhana mbili ambazo haziwezi kutenganishwa kwa kuwa ushawishi ni kipengele muhimu zaidi cha mawasiliano. Lugha imechukuliwa kama mojawapo ya zana au nyenzo muhimu za kuwasilisha ujumbe, wazo au usemi wa mtu fulani. Ushawishi huweza kuwa katika namna ya mikakati ya kufanikisha jambo fulani liwe chanya au hasi (Dyrud, 2005).

Hovland (1953) aliibuka na mikakati mitatu ambayo ni nguzo katika kazi ya ushawishi ikiwemo: asili au chanzo cha ujumbe-anadai kuwa asili ya ujumbe inafaa iwe ya kuaminika, maudhui yaliyoko kwenye ujumbe na tabia/sifa za wapokeaji wa ujumbe au hadhira. Naksawat na wengine (2016) wanadokeza vipengele saba vya ushawishi ambavyo hufanya uhalifu wa mitandaoni kufaulu. Vipengele hivyo ni pamoja na: kubinafsisha uhalifu, kuchochea hamu angavu ya kupata hela, imani, kuwauliza waathiriwa kuchukua hatua chache na kuzifuata, kujenga uhalali na uaminifu na kuweka makataa ya kibandia.

Mawazo ya Hovland na Naksawat yanakozesha nadharia ya Aristotle iliyo na nguzo tatu. Mikakati hii ni tofauti na hukusudia kushawishi hadhira kwa njia tofauti. Mikakati hii ni pamoja na: matumizi ya imani na maadili, matumizi ya hisia kama huruma na huzuni na matumizi ya hoja au kauli zenye mantiki. Ujumbe wa UBPUh₁ unaoshughulikia mapenzi ya kilaghai unahusisha matumizi ya lugha ya ushawishi pakubwa. [...] ...*Naam mpenzi, mimi ni Jenerali Mike Wilson. Mimi nimekuwa katika idara ya Uanajeshi kwa miaka thelathini...nimekuwa katika nchi ya Iraq kwa miaka minne na nina mipango ya kujiuzulu ili nikutane na mtu nimpendaye. Sijalishwi na umbali au miaka kwa kuwa najua umbali ni njia na umri ni nambari.*

Lawson na Leck (2006) wanafafanua kuwa sababu moja ambayo huwafanya au kuwachochea watu kuchumbiana mitandaoni ni kumaliza upweke. Kwenye ujumbe

huu, mwandishi ametumia ‘picha yake’ kwenye mtandao. Katika mtazamo wa kijuujuu na wa haraka wa msomaji, ataweza kuvutiwa na picha hii ili apate kusoma yale yaliyoandamana na picha. Kama Hovland (1953) alivyodokeza katika mhimili wa nadharia ya Ushawishi, mkakati wa asili ya ujumbe ni sehemu muhimu katika ushawishi. Kwa kuwa mwandishi wa ujumbe anajitambulisha kama mwanajeshi ambaye amechapa kazi kwa miaka mingi, kuna uwezekano msomaji atakubaliana nao bila kufahamu kuwa ni njia moja ya kumshawishi ili aingie kwenye mtego. Mkakati huu hufafanua zaidi kuhusu uaminifu wa mzungumzaji. Mwandishi anajisawiri kama mtu anayeweza kuaminika katika mapenzi. Anazidi kutumia mkakati wa hisia na kusadikika ili kumshawishi msomaji. Kuna uwezekano mkubwa kuwa picha ile ni ghushi lakini iliteuliwa kimakusudi ili kumnasa msomaji hasa ikiwa ni wa jinsia ya kike. Mwandishi anatoa maelezo yake ya kibinafsi kuhusu kazi yake, taaluma na hadhi ya ndoa. Anatumia mamlaka kwa kutaja taaluma inayoenziwa na wengi ambayo ni mbinu ya kumnasa msomaji ili apate kuona maisha mazuri aliyonayo ‘mwanajeshi’ huyu.

Maelezo yanayoandamana na picha hasa ya kazi ni baadhi ya mambo ambayo watu hutafuta na kutaka kuyajua wanapotafuta wachumba. Albarracin na wenzake (2001) na Festinger na wenzake (1964) wakimrejelea Hovland (1953) wanafafanua nafasi ya mkakati wa tabia za wapokeaji katika kitendo cha kushawishi. Heshima, maarifa na umakinifu wa mpokeaji wa ujumbe huwa na mchango mkuu vilevile katika ushawishi (Rhodes na Wood, 1992). Ikiwa msomaji wa ujumbe atamakinika na avutiwe na picha pamoja na maelezo ya mwandishi, bila shaka atakuwa amenaswa katika mtego wa kihalifu. Wanawake wengi husaka wachumba walio na maisha mazuri na kazi ya kupendeza ilhali wanaume hutafuta wachumba ambao wana mvuto wa sura (Kendrick na wenzake, 1990).

Mwandishi anatumia mkakati wa hisia kwa kutaja kuwa yeye ni mjane aliyeachiwa mtoto baada ya kifo cha mke wake. Ingawa hajafafanua zaidi kuhusu kisababishi cha kifo cha mke wake, jambo hili linadhihirisha kuwa kwa kweli anahitaji usaidizi. Msomaji atajipata ameingiwa na hisia za huruma na yawezekana ataitikia kuwasiliana na mwandishi. Mwandishi amefaulu kwa kutumia mkakati huu wa hisia kwa kutumia mahitaji ya kimsingi ya mwanadamu kwa kuchochea hisia za mapenzi. Anaonyesha hulka zake hasi na namna angetaka kuishi na mlengwa hivyo atamvutia msomaji.

Maelezo yote yaliyotolewa katika ujumbe wa UBPUh₁ ni kuhakikisha kuwa msomaji amemwamini mwandishi katika hatua za kwanza kabla ya kuendeleza mawasiliano. Katika hatua ya utangulizi, mwandishi anahusisha mkakati wa kusadikika na uaminifu. Mkakati huu wa ushawishi huchukua njia mbili zikiwemo: kujifanya mtu mwenye tabia nzuri kama ilivyo kwenye ujumbe huu na kuonyesha uaminifu kupitia toni pamoja na tajriba kwenye taaluma yake.

Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kama yalivyofafanuliwa na Herring (2014) kwa kuhusisha mitandao yamesababisha kuwepo kwa uhusiano wa karibu kati ya mwandishi na msomaji bila hata kukutana. Hovland pia anafafanua kuwa maudhui kwenye ujumbe ni sehemu nyingine ambayo hutumiwa na wahalifu kushawishi. Mwandishi amelenga ujumbe wake wa mapenzi moja kwa moja bila kuficha. Amehusisha lugha sahili na ya kuvutia kwa kueleza sifa zake na habari zake nyingi ya kibinafsi. Haya anayafanya kimakusudi ili kumvutia msomaji na kuondoa wasiwasi. Buchanan na Whitty (2004) wanaorodhesha hatua saba ambazo hutumiwa na wahalifu wa mitandaoni wanapojaribu kujenga uhusiano wa uchumba. Hatua ya kwanza huwa kutafuta picha nzuri, inayopendeza na yenye mvuto kwa mlengwa halafu picha hiyo hutumiwa kama chambo kwenye ndoano kumvutia mlengwa baada ya kutumiwa ombi la kuwa marafiki.

Katika hatua ya pili, wahalifu hujaribu kujenga urafiki kwa kuonyesha uaminifu na kusadikika kwa kuomba namba za simu pamoja na baruapepe. Baada ya hatua hii, wahalifu huzidisha uhusiano kwa kutoa simulizi na vijihadithi vya kibinafsi na kuonyesha hamu ya juu ya kupendezwa na mambo fulani yanayopendwa na mlengwa yakiwemo dini na utamaduni. Hatua nyingine huhusisha kubadilishana picha za kibinafsi na jumbe. Hatimaye, mhalifu huomba usaidizi wa hela kiasi kidogo akidai kuwa yuko katika shida fulani kama vile ajali. Wahalifu hawa huendesha uhalifu kwa kuonyesha mamlaka na kuitisha kitita kikubwa cha hela.

Cukier na wenzake (2007) wanafafanua mamlaka kama mkakati wa ushawishi unaotumiwa na wahalifu wa mitandaoni wakitafuta wachumba. Wanadokeza kuwa matumizi ya mamlaka husababisha watu kujibu kulingana na amri zinazotolewa na mtu aliye na mamlaka au cheo cha juu kama inavyodhihirika katika ujumbe huu. Uhalifu huu unatokea sawa na wanavyofafanua wasomi hawa kwa sababu mhalifu anatumia picha yenye mvuto na kutoa maelezo yake yanayopendeza ili kumvutia msomaji.

Ciadini (1984) kwenye mkakati wa ushawishi wa kupendeka anasema kuwa watu hujaribu kuiga watu wengine walio na sifa nzuri na wanaoaminika. Kuna uwezekano kuwa tovuti na picha iliyo kwenye ujumbe huu ni bandia ikiwa imeandaliwa kwa minajili ya kutekeleza uhalifu. Katika ujumbe wa UBPUh₂ mwandishi anasema...*Nice to meet you. Hello, How are you? After telling me all about yourself, you sure sound like the kind of guy I'l to love to meet, go on a date and see where that leads...*Mwandishi anaanza mazungumzo yake kwa njia ya salamu. Sehemu hii ni suala la kijamii ambalo hufanya watu kutagusana katika mitandao. Herring (2019) anafafanua matukio ya kijamii kama lugha, utambulisho na tofauti za makundi zinazodhihirika kwenye mawasiliano na huwa muhimu katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Ujumbe wa mwandishi unaashiria kuwa tayari walikuwa wameanza kujuana na tayari ameingia katika hatua nyingine ya kumweleza kuwa yeye ndiye mtu ambaye angetamani kukutana naye na kuanza maisha pamoja.

Katika sehemu nyingine, mwandishi anatumia mkakati wa ushawishi wa kusadikika na uaminifu kwa kutoa maelezo yake ya kibinafsi ili kumvutia msomaji kwa kusema hivi, *I'm supposed to be having a good day being the end of the seminar and am supposed to wait for some kind of call if am being chosen by an agency or not while I get my flight booked so I can fly tomorrow.* Mengi ya maelezo ambayo yametumiwa na mwandishi yamepigwa chuku kama njia ya kumvutia mlengwa. Mwandishi anajisawiri kama mtu aliye na shughuli nyingi za kikazi anapodai kuwa anasubiri simu ili aone kama atateuliwa katika warsha. Kisehemu hiki ni kijenzi muhimu na kinatia uzito kauli ya kwanza aliyoitoa mwandishi akidai kuwa anataka uhusiano wa kimapenzi na mwandikiwa. Katika hatua hizi za kwanza, mwandishi anatumia mkakati wa ushawishi wa uaminifu kwa kujitambulisha halafu anaonyesha tayari ameridhika na msomaji hivyo basi anaomba wawe na uhusiano. Kuonyesha kuwa tayari amemsoma msomaji na kupendezwa naye ni ushawishi ukihusisha uaminifu.

Baada ya kuhakikisha kuwa amezinasa hisia za msomaji, mwandishi anapiga hatua nyingine na kuzua suala ambalo ni changamano kwa kusema kuwa kadi yake ya kutumia akaunti ilifungwa kufanya kazi kisha anaelezea sababu na mbinu za kupata huduma zake tena. Anasema kuwa, [...]...*But unfortunately my card came back declined, so contacted my card company since I knew the funds I left there and when the reports came I was told I purchased some phones which I never did then they*

mentioned something like identity theft so now my account is frozen and they promised to dispute the charges and issue another card to me when I get back to the state. Mwandishi anatumia mkakati wa mantiki kwa kubuni kijihadithi ambacho hata msomaji anapokisoma anaona kweli kinaoana na kile anachokizungumzia. Kwa yeyote anayesoma ujumbe huu ataamini kwa sababu tayari mwandishi ametoa maelezo mengi kuhusu tatizo na namna ya kujitoa kwalo. Zaidi ni kuwa, mwandishi anahusisha mkakati wa hisia ili kuteka umakinifu wa msomaji anapoonyesha jinsi alivyojipata katika tatizo lile kwa ajili ya wizi wa kitambulisho, jambo ambalo anadai kuwa hakulifahamu. Anaonyesha kuwa alikuwa na pesa kwenye akaunti lakini kwa bahati baya hakuwa na uwezo wa kuzitumia.

Anatumia suala la dharura kwa kusema kuwa angetaka kutoka mahali pale kwa haraka iwezekanavyo. Manson (2012) anadokeza kuwa hali ya mhalifu kuweka makataa na kufanya suala kuwa la dharura ni mkakati wa ushawishi ambao humfanya mlengwa au msomaji kutopata muda wa kuwaza kuhusu suala hilo isipokuwa kufanya kama anavyoombwa au kuagizwa. Mwandishi tayari ametumia mkakati wa mantiki kwa kuibua changamoto aliyojipata kwayo na pia kuhusisha hisia kwa kuonyesha jinsi alivyo katika hali asiyoweza kujitoa isipokuwa tu asaidiwe na msomaji. Kadhalika, anatumia kauli ambayo itamtia msomaji katika hali ya mtanziko asijue kama atasaidia au atakosa. Anasema kuwa, *sijui unahisi vipi kuhusiana na haya...nasubiri kusikia kutoka kwako.* Huu ni ushawishi unaonasa hisia za mlengwa. Whitty (2013) anaeleza kuwa wahalifu hupitisha mlengwa katika hatua kadha kabla ya kukuitisha pesa.

Katika hatua za kwanza, mwandishi huonyesha mapenzi kwa msomaji, anaomba uhusiano na urafiki wa kuchumbiana hadi kufikia hatua ya arafa za moja kwa moja. Buchanan na wengine (2014) wanasema kuwa uhalifu hufikia mwisho baada ya mlengwa kugundua kuwa ametapeliwa. Ikiwa mlengwa atafanya kama anavyoagizwa atajipata tayari amelaghaiwa. Huu ni uhalifu kwa sababu maelezo ya mwandishi yanaoana na maoni ya wasomi kuhusiana na namna uhalifu unavyotekelezwa. UBPUH₃ ni ujumbe mwingine wa kimapenzi ambapo mwandishi anaanza mazungumzo moja kwa moja kwa salamu kisha kusema kuwa alikuwa mgeni katika mtandao ule. [...]... *Habari yako. Mimi ni mgeni kabisa hapa na ni vizuri nimeona maelezo yako mazuri. Unaonekana mzuri, mwenye haiba na umenivutia. Ningependa kukujua kwa ajili ya urafiki na zaidi. Mimi ni Gustav kutoka Finland.* Ingawa anakiri kuwa ni mgeni,

inadhihirika kuwa tayari amechokora mtandao vizuri na kuona picha na maelezo zaidi kuhusu msomaji. Anatumia maneno mazuri kwa kuonyesha uzuri wa msomaji na kusema kuwa angetaka kumjua zaidi. Kuanza kumsifu mlengwa ni njia ya kuhusisha hisia za msomaji ili aone kuwa tayari anavutia. Baada ya kufanya hivyo, anaenda moja kwa moja kwa kutaja anachokitaka. Hali hii itaanzisha mazungumzo katika hatua za mwanzo mwanzo.

Mwandishi anajitambulisha kwa jina lake moja, mahali anapoishi na kutaja taaluma yake. Anakiri kuwa yeye ni mhandisi anayefanya kazi ya kandarasi. Kichocheo kikubwa katika mazungumzo haya ni kwa mwandishi kutaja kazi anayoifanya. Anatumia mkakati wa uaminifu ili ateke umakinifu wa msomaji kwa kuonyesha kuwa ni mtu aliye na mamlaka. Kazi hii ya uhandisi ni mojawapo ya kazi zinazoenziwa kwa ajili ya malipo bora na taadhima zake. Inapotajwa tu, kinachojengeka kwenye akili ya msomaji ni mtu msomi, tajiri na mtu mwenye maisha ya kutamaniwa. Zaidi ni kuwa, anakiri kuwa anataka kuanza biashara katika nchi ya mlengwa. Anatumia mtego wa biashara na pesa kama ushawishi unaonuiwa kumleta msomaji karibu. Kinaya katika ujumbe huu ni kuwa, mwandishi anasema ni mgeni katika mtandao wa kijamii na angetaka kumjua mlengwa lakini anatumia kauli tatanishi kwa kusema kwamba angetaka kuishi katika nchi ya mlengwa. Inashangaza vipi atakavyoishi katika nchi asiyoifahamu na kufanya biashara. Anakamilisha kauli yake kwa kumrejelea msomaji kama *sweetie* jina litumiwalo sana na wapenzi au watu wanaofahamiana. Anataka zaidi kunasa hisia za mlengwa ili ajenge taswira ya kupendwa na kuishi pamoja.

Mhimili wa mamlaka kama unavyoelezwa na Ciadini (1984) unahusishwa ili kumshawishi msomaji wakati mwandishi anadai kuwa yeye ni mhasibu ambaye anafanya kazi ya kandarasi. Anajifanya mtaalamu ili mlengwa aweze kuvutiwa na cheo chake na afanye atakachoagizwa. UBPUh₄ pia ni ujumbe mwingine unaodhihirisha utapeli wa kamari uliotumwa kwa kutumia mtindo wa baruapepe rasmi kutoka kwa shirika la *Google*, mtandao ujulikanao katika shughuli za intaneti. Kwanza, mwandishi anatumia shirika tajika ili msomaji aweze kuamini ujumbe. [...]...*GOOGLE ANNIVERSARY WINNING NOTIFICATION. We wish to congratulate you once again on this note, for being part of the winners selected this year.* Mwandishi anahusisha mkakati wa uaminifu kuhakikisha kuwa amemleta msomaji karibu na hatimaye atekeleze uhalifu.

Sharma (2010) anasema kuwa uaminifu wa chanzo cha ujumbe hugusia vipengele vinavyofanya ujumbe uonekane kuwa wa kuaminika sawa na ujumbe huu. Hivyo basi, ni thibitisho kuwa ni wa kihalifu. Kutumia shirika hili tu kwa jina, anwani, nambari za marejeleo, nambari za ushindi, kuwahusisha wengine pamoja na nembo ni njia moja ya ushawishi inayomfanya msomaji kutopuuza kusoma ujumbe unapomfikia. Ujumbe huu utachukuliwa kwa uzito kwa kuwa tovuti iliyotajwa ni maarufu sana duniani hivyo itamshawishi mlengwa sawa na anavyoeleza Hovland katika mhimili wa chanzo cha ujumbe. Ikiwa ujumbe utaaaminika na kujulikana na msomaji katika hatua za kwanza, bila shaka utamnasa msomaji. Ujumbe huu tayari umetekeleza yale. Vilevile, mwandishi ametumia mada yenye mvuto iliyoandikwa kwa herufi kubwa. Mada inamfahamisha msomaji kuhusu ushindi wake. Mwandishi ametumia mkakati wa motisha katika uandishi wa ujumbe huu.

Muundo wa ujumbe ni wazi na wenye mpangilio mzuri hata urefu wake. Kichwa cha ujumbe kinatia motisha pamoja na kugusa hisia za hamu. Msomaji tayari amekuwa katika taharuki na angetaka kusoma zaidi ili ajue kinachozungumziwa na shirika hili badala ya kupuuza ujumbe abaki na dukuduku. Gass na Seiter (2007) wanasema kuwa ushawishi wa kutumia motisha hukusudia kugusa watumiaji wa mitandao pamoja na mahitaji yao. Kulingana na Maslow (1971) mahitaji ya mwanadamu hutia motisha kutimiza mahitaji yake kutoka hitaji la kwanza hadi la mwisho kwa utaratibu. Ikiwa kuna nafasi ya kutimiza haya kwa msomaji wa ujumbe, atachochewa na hitaji lile kuujiibu ujumbe uliotumwa. Hali hii inadhihirika wazi kwa mwandishi kulenga hitaji la pesa zinazotokana na ushindi. Hali hii itamfanya mlengwa kuujiibu ujumbe huu wa kihalifu ama kufanya kama anavyoagizwa. Uteuzi wa mada katika ujumbe huu umefanywa kimakusudi ili kumvutia msomaji. Mwandishi anatumia herufi kubwa ili kumchochea msomaji na kuashiria kuwa ujumbe huu si wa kawaida bali ni muhimu. Itakuwa vigumu kwa msomaji kupuuza ujumbe ulio na kichwa kama hiki cha ushindi.

Perloff (2003) akifafanua ushawishi alidai kuwa mwandishi au mzungumzaji huwa na matumaini ya kuchochea matamano fulani kutoka kwa msomaji wa ujumbe. Utangulizi wa ujumbe unatumia neno la kumhongera kama ishara kuwa amekuwa mmoja wa waliofanikiwa katika uteuzi uliofanywa na shirika lile. Vilevile, mwandishi anatumia kiwakilishi cha nafsi ya kwanza wingi kuashiria kuwa mpango ule umehusisha watu wengi; ikiwa ni njia ya kumfanya msomaji aondoe hatihati. Mhimili

wa uaminifu umetumiwa pakubwa ili kuhakikisha kuwa ujumbe umesadikika na msomaji kwa kuondoa ubinafsishaji na kuonyesha kuwa umeandikwa na watu wengi au kampuni. Ujumbe huu wa kamari unafafanua namna mlengwa alivyoteuliwa kutokana na shughuli zilizohusisha watu wengi, naye akawa mwenye nyota ya jaha. Mkakati wa mantiki umetumiwa na mwandishi wakati ambapo anajaribu kuelezea jinsi msomaji alivyoteuliwa miongoni mwa watu 250,000 ulimwenguni kote.

Kadhalika, mwandishi anaelezea kuwa mchezo huu wa Lotto umethibitishwa na Shirika na British Gaming Board. Kutaja shirika tajika ni njia ya kumshawishi msomaji aweze kusadiki ujumbe huu zaidi kwa kuonyesha mamlaka ya shirika hili. Haya yanafafanuliwa na Sharma (2010) kuwa; uaminifu wa chanzo cha ujumbe hugusia vipengele vinavyofanya ujumbe uonekane kuwa wa kuaminika kama kutaja shirika linalojulikana, anwani pamoja na nembo kama inavyodhihirika. Kichocheo zaidi na muhimu katika ujumbe huu ni kuwa, mwandishi anataja kwamba baruapepe ya msomaji imejishindia kitita kikubwa cha fedha. Mkakati wa hisia umetumiwa ili uguse hisia za msomaji kwa kupatwa na mshtuko na furaha kwa wakati mmoja. Hali hii itamfanya msomaji kushirikiana na mwandishi kwa vyovyote vile ili kuhakikisha kuwa amepewa pesa zile. Vishwanath na wenzake (2011) wanasema kuwa mwaliko wa wahalifu huchochea hisia mbalimbali kama vile furaha na udharura ili kumshawishi mlengwa kuujibu ujumbe bila kukawia.

UBPUh₅ pia ni ujumbe wa baruapepe ulioandikwa kwa kutumia mtindo wa kiofisi na kwa urasmi mwingi ukihusisha utapeli wa kutaka kupata urithi. Hii ni njia moja ya wahalifu ya kuhakikisha kuwa uhalifu umeonekana kuwa shughuli halali bila mlengwa kugundua. Ujumbe huu unadhihirisha urasmi kwa kuhusisha jina la mwandishi, baruapepe yake, anwani, tarehe, saa, siku, mada na marejeleo. Itakuwa vigumu sana kwa msomaji au mlengwa kuushuku. Utumiaji wa urasmi ni njia moja ya kuhakikisha kuwa mwandishi amesadikika katika hatua ya kwanza. Kutomnasa msomaji katika hatua ya kwanza ni kumpoteza na pia kupoteza bahati yake ya kutekeleza uhalifu. Mwandishi anadhihirisha upole kwa kumrejelea mwandikiwa kama mpendwa kisha anafululiza kusema kuwa yeye ni Mkurugenzi mpya wa Shirika la Kimataifa. Sehemu hii ni muhimu katika kumshawishi mwandikiwa kwa mwandishi kudhihirisha kuwa ana mamlaka ya Kimataifa.

Dyrud (2005) anaeleza kwamba wahalifu hutumia mamlaka kujifananisha na watu wakubwa katika mashirika au wakurugenzi kwenye benki na hujaribu kuelezea kuhusu uhalali wa pesa kama njia ya kuwashawishi walengwa au wapokezi wa jumbe. Ciadini katika mhimili wa mamlaka anasema kwamba uigaji wa watu walio na mamlaka kwa mfano katika kampuni huwa na ushawishi mkubwa kwa walengwa. Wahalifu wanatumia mamlaka yale ya benki kuhakikisha kuwa mlengwa amekubaliana nao bila kutia shaka. ‘Mkurugenzi’ huyu anaelezea mwandikiwa kuwa yeye ni miongoni mwa wale ambao watapata malipo kama ilivyo desturi ya shirika lile. Kutaja uhamisho wa pesa ni kichocheo kwa mwandikiwa ambacho hawezi akakipuuza kamwe. Kadhalika, mwandishi anaelezea jinsi ambavyo hufanya uhamisho mara mbili kwa mwaka. Sehemu hii itamfanya mwandikiwa kuwa makini kwa sababu inaonekana kuwa ikiwa hatapata zile pesa inawezekana atazipata mwaka ujao.

Mwandishi ametumia mkakati wa mantiki ili kuhakikisha kuwa mwandikiwa atawasiliana na ‘mkurugenzi’ kuhusiana na fedha hizo. Mwandikiwa anaomba msamaha kwa mwandikiwa kwa ajili ya kucheleweshwa kwa pesa zake. Matumizi ya kiimbo cha upole na unyenyekevu ni mbinu za kuonyesha uaminifu na kumfanya mlengwa kuamini. Kim Loi (2016) anasema kuwa wahalifu hujifanya wapole na wanyenyekevu katika mazungumzo ili kujenga uhusiano mzuri na walengwa kama inavyodhirika kwenye ujumbe huu. Athari za kijamii na ukubalifu ni mhimili wa kiushawishi unaotumiwa na wahalifu hawa kuwanasa walengwa kama alivyoeleza Ciadini (1984). Wanatumia ithibati au ukubalifu kwa kuonyesha jinsi huduma zile zilivyosambaa ulimwenguni kote na kukumbatiwa na watu wengi ili kumnasa mlengwa na hatimaye kumtapeli.

Ujumbe unamtahadharisha mlengwa kuwa awache kuwasiliana na ofisi yoyote isipokuwa yao. Hali hii itamfanya mlengwa kutowafahamisha watu wengine watakaomzindua kuhusu uhalifu huu. Mhalifu anafaulu kutumia mantiki ili kuhakikisha kuwa mlengwa ameshirikiana naye hadi wakati ambapo uhalifu utakapotekelwa. Mwandishi pia anatoa maelezo mengi yatakayomsaidia mlengwa kupokea fedha kama vile nambari ya siri, marejeleo, nambari ya mgao na anwani. Mwandishi ametumia mkakati wa uaminifu na kusadikika ili kuhakikisha kuwa hajampoteza mlengwa hata dakika moja. Mwandishi ametumia kiwakilishi cha nafsi ya kwanza wingi ili kuondoa ubinafsishaji wa shughuli hizi na angetaka mazungumzo yote yaonekane kuwa

yamehusisha watu wengi hivyo kujenga uhalali na kuweka ujumbe uzito. Anaelezwa kuwa, [...]...*tunakuhakikishia kuwa utapokea malipo ikiwa utafuata maagizo*. Maagizo na hatua za kufuata zinazotolewa kwenye ujumbe ni mbinu ya kumshawishi mlengwa atoe maelezo yake ya kibinafsi, hatua muhimu sana kwa mwandishi kwa sababu ataweza kutekeleza uhalifu baada ya kupata habari za kimsingi zinazomhusu mlengwa.

Atkins na Huang (2013) wanafafanua kuwa wahalifu huwachangamsha wasomaji kwa kuwafanya wahisi kuwa wameaminiwa na kuteuliwa kushiriki katika shughuli fulani kama ilivyo katika ujumbe huu. Fauka ya hayo, mwandishi anahusisha mhimili wa ushawishi wa uthabiti au msimamo kama ulivyoelezwa na Ciadini (1984) kwa kuonyesha uhalali wa ujumbe kuanzia mwanzo hadi tamati. Msimamo wa mwandishi unaashiria kuwa yu tayari kumsaidia mteja kwa vyovyote vile. Hii ni njia ya kumtapeli mlengwa. Zaidi ya haya, ujumbe huu umerudia sababu zilizomfanya mwandikiwa kucheleweshewa pesa zake hata ingawa haya yalikuwa yamefafanuliwa awali. Hii ni mbinu ya kutilia mkazo ili suala hili lionekane kuwa na uzito.

Hata hivyo, kwenye hatua hii, mwandishi ametoa sababu nyingine ya maafisa wafisadi kuwepo katika shirika na kumwonya asipeleke malipo kwa taasisi nyingine. Hii ni njia ya kuonyesha uaminifu kwa kuonekana kuwa wanakashifu ufisadi. Utumiaji wa herufi kubwa kwenye neno ‘kutopeleka’ ni kumsisitizia mlengwa kutohadaiwa tena. Ujumbe huu ni wa kihalifu na umetumia mkakati wa uaminifu kumshawishi mwandikiwa. Usimulizi huu mrefu ni muhimu kwa sababu umetoa maelezo kwa kina yatakayomfanya mwandikiwa kuamini kuwa ni ya kweli. O’Keefe (2002) anasema kuwa jumbe ndefu hushawishi zaidi kushinda jumbe fupi katika mawasiliano, sawa na ilivyo kwenye ujumbe huu.

Ujumbe wa UBPUh₆ unaonyesha utapeli wa kibiashara unaofanyika kwa njia ya masimulizi marefu ili kuhakikisha kuwa mhalifu amefafanua kwa kina yatakayomgusa mlengwa. Mwandishi ametumia mbinu rejeshi pakubwa kuelezea yaliyotokea. Anaelezea kuwa wakati baba yake alipokuwa kiongozi aliweza kuhamisha pesa nyingi katika akaunti yake. [...]...*In the year 1998 during our father’s tenure in office, he diverted some fund meant for estate complex Development Project (700 Housing Unt). The project awarded to read US\$64.7 Million dollars; on execution of the contract, it reads US\$36.0 Million dollars while our late father diverted 28.7 Million dollars after the completion.* Sehemu hii ya kutaja fedha katika hatua ya kwanza ni kichocheo

kinachokusudiwa kugusa hisia za msomaji ili washirikiane baada ya kuusoma ujumbe huu kikamilifu. Mwandishi anaeleza mwaka ambao baba yake alikuwa katika utawala ikiwa ni njia moja ya kuonesha ukweli na kuongeza uzito.

Kadhalika, mwandishi anajinasibisha na kiongozi katika nchi kama njia moja ya kumshawishi msomaji asije akamwona kama mtu wa kawaida. Mwandishi amehusisha pakubwa mhimili wa mamlaka wa uaminifu kama ilivyoelezwa na Ciadini (1984). Hali hii ya kujishaua ni jambo la kawaida katika simulizi kama hizi kwa sababu madhumuni makuu ya wahalifu ni kuwalaghai watumiaji wa baruapepe kwa kujifanya walivyo muhimu na tajika ili kuuficha uovu wao. Uzito zaidi katika sehemu hii unajitokeza wakati ambapo mwandishi anasema kuwa stakabadhi zote za uhifadhi zipo, hii ikiwa njia ya kuonyesha uhalali na ukweli wa kile kinachozungumziwa ikiwa ni njia ya ushawishi.

Mwandishi anatumia tukio la kisiasa lililosababisha kifo cha baba yake mpendwa, tukio hili ni halisi na limewahi kushuhudiwa katika moja katika Bara la Afrika. [...]...*This event dated 13 November 1999, during political crisis in my country Sierra Leone. My father later died in the heat of the crisis in the year 2000. The fund being deposited in the Bank in Abidjan Cote d'Ivoire due to security reason. We source to contact you to assist us in transferring the above fund into your account as the beneficiary in your country for onward investment in your country.* Itakuwa rahisi kuamini yale yanayosimuliwa kwa sababu, matukio ya kiusalama ni ya kawaida katika Bara hili. Mwandishi anaweka uzito wa ujumbe wake kwa kuibua tukio la kusikitisha kuhusu kifo cha babake kilichotokana na kivangaito cha kisiasa. Ametumia mkakati wa hisia ili kugusa hisia za msomaji kwa kutaka kuhurumiwa kutokana na kumpoteza mzazi wa kiume. Itakuwa vigumu sana kwa msomaji kupuuza ujumbe mzito na wa kihisia kama huu.

Amehusisha pia mkakati wa mantiki wa ushawishi kwa kufafanua sababu ya pesa zile kuhifadhiwa katika nchi ya kigeni. Hali hii ilichangiwa sana na machafuko yaliyoshuhudiwa katika nchi yao. Msomaji yeyote yule mwenye hisia za huruma na utu atakayeguswa na kijihadithi hiki atajipata ameingia kwenye mtego huu wa mhalifu. Mwandishi anafululiza kushawishi zaidi anaposema kuwa wameamua kuwasiliana na mlengwa ili awafae katika shughuli hizi za uhamishaji pesa. Sehemu hii ni muhimu kwa msomaji aliye makini kung'amua kuwa ujumbe huu ni kilaghai kwa sababu katika

hatua ya mwanzo, mwandishi alieleza kadhia hii akiwa pweke.[...]...*All the depository documents are with us.* Hata hivyo, nafsi imebadilika na kutumia kiwakilishi cha nafsi wingi (Tu) kuashiria kuwa ujumbe unahusisha watu wengi. Yawezekana kuwa mwandishi alijivuruga pasi kutambua. Anatumia ushawishi zaidi kwa kumpa mlengwa nafasi katika shughuli hizi anapodai kuwa tunaomba usaidizi wako katika uhamishaji wa fedha hizi. Kumpa mwandikiwa nafasi ni ushawishi unaonuiwa kumwonyesha kuwa atafaidika mno ikiwa atashirikiana na mwandishi.

Mwandishi anazidisha utumiaji wa mkakati wa hisia kwa kujenga taswira ya hali ilivyokuwa katika nchi yao wakati tandabelua hii ilipotokea. Anazungumzia kuharibiwa kwa majengo, mali kuibiwa na kuhuzunisha zaidi ni kupoteza jamaa zake wakiwemo baba, ndugu ya babake na mama yake. Anaonyesha upweke alionao katika nchi ya kigeni na angali mkembe. Hii itagusa hisia za mwandikiwa ili aweze kumhurumia na kumfaa. Hatua ya mwisho inaelezea jinsi mama yake mwandishi alivyomfahamisha kuhusu pesa na umuhimu wa kuomba ili apate mtu mwaminifu ambaye angemfaa katika uwekezaji.[...]...*Before my mother died, she told me that my father deposited some money which he made from diamond sales and contracts at this bank here in Ivory Coast and that i should pray and find a trustworthy foreign business partner who would help me to transfer and invest this money in profitable business venture overseas.*

Mwandishi anajisawiri kama mtu mcha Mungu kwa kuonyesha umuhimu wa kufanya maombi kabla ya kushughulikia jambo hili adhimu. Watu wamchao Mungu ni rahisi kuaminiwa kushinda wasiomcha. Mwandishi amejifungamanisha na suala la imani kama njia ya kumshawishi mlengwa. Ikiwa mlengwa ni mtu wa imani kama mwandishi, itakuwa rahisi kwake kumnasa na kutekeleza uhalifu wake. Mhalifu amefaulu pakubwa kutumia mkakati wa imani na maadili kwa kujisawiri jinsi alivyo mtu mzuri na Mcha Mungu hii ikiwa njia moja ya kumnasa msomaji wa ujumbe. Kutokana na maelezo mengi yaliyojitokeza katika usimulizi wa UBPUh₆ na matumizi ya lugha ya ushawishi pakubwa, ni wazi kuwa huu ni uhalifu wa mitandaoni unaofaulishwa kupitia Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi.

UBPUh₇ ni ujumbe wa kilaghai wa biashara kwa njia ya baruapepe huku ushawishi ukifanywa kwa njia kubwa. *Hello My Dear, PLEASE I NEED YOUR HELP. My Name is Samira I am writing this mail to you with tears and sorrow from my heart. With due*

respect, trust and humanity, I appeal to you to exercise a little patience and read through my letter, I wish to contact you personally for a long term business relationship and investment assistance in your Country so i feel quite safe dealing with you in this important business having gone through your remarkable profile. Katika hatua ya kwanza ya anwani ya mwandishi, anamrejelea mwandikiwa kama mpendwa hii ikiwa njia ya kumleta karibu katika usimulizi. Kwenye sehemu ya mtajo, mwandishi anatumia herufi kubwa na kumrejelea mwandikiwa kama mpendwa akidai kuwa anahitaji usaidizi. Uteuzi wa maneno haya ni ushawishi utakaomfanya msomaji awe na pashau ya kuendelea kusoma ili amaizi sababu ya mwandishi kuomba kusaidiwa.

Mwandishi ametumia mhimili wa kujenga uaminifu kwa kujitambulisha kwa jina kisha kuhusisha mkakati wa hisia kwa kudai kuwa anapoandika amejaa machozi na uchungu wa moyo. Sehemu hii imejaa taharuki na mwandikiwa atataka kujua zaidi sababu ya mwandishi kuwa katika hali ile. Anazidi kugusa hisia za mlengwa kwa kutumia kiimbo cha rai akimtaka mlengwa asome ujumbe wake hadi tamati. Suala la biashara linajitokeza baadaye ikiwa mbinu ya kumshawishi msomaji zaidi. Manson (2012) anasema kwamba utumiaji wa mahitaji ya kimsingi ya mwanadamu kama vile biashara na maisha mazuri ni mbinu inayotumiwa na wahalifu kushawishi. Mwandishi anarudia maneno ya awali kuhusu uchungu wake ulio moyoni kama njia ya kusisitiza ujumbe zaidi kwa msomaji kisha kuonyesha nia yake kuu ya kuuandika ujumbe.

Hatua nyingine muhimu inahusisha mwandishi kueleza kuwa udharura wa hali yake ndio umechangia kuwasiliana na mlengwa. Ni kawaida kwa wahalifu kutumia suala la dharura ili kumfanya mlengwa au mwandikiwa kutopata muda wa kufikiria zaidi. Mwandishi anajitambulisha tena kwa kuelezea jinsia, miaka na nchi alikotoka ili kuonyesha uaminifu ikiwa ni njia ya kushawishi zaidi. Ufafanuzi wa jinsia ni muhimu kwa kuwa wanawake huaminika zaidi kushinda wanaume. Usimulizi huu unarejelea tukio la ukweli la ajali ya ndege lililofanyika katika nchi ya Kenya na kusababisha vifo vya mawaziri tajika. Sehemu hii inagusa hisia za msomaji ili aweze kumhurumia mwandishi kutokana na yaliyompata. Demirdogen (2010) alipendekeza kuwa mkakati wa hisia wa ushawishi uainishwe kama mvuto wa kisaikolojia kwa sababu hutegemea hisia za hadhira au mlengwa kama ilivyo katika ujumbe huu. Ili kutia uzito kwenye ujumbe na kuonyesha kuwa anachokizungumzia ni ukweli, anatoa tovuti itakayomsaidia msomaji kufahamu zaidi baada ya kusoma.

Mwandishi anahusisha mhimili wa kupendeka kama njia ya kushawishi kama ilivyofafanuliwa na Ciadini (1984). Kwenye mhimili huu, wahalifu hutengeneza tovuti za kibandia na zinazovutia kisha kuwaomba walengwa kujiunga nazo. Mwandishi anafaulu pakubwa kumweleza mlengwa kuwa habari zile zingepatikana kwenye tovuti ile. Ikiwa mwandishi ataingia kwenye tovuti ile, atakuwa ametoa habari zake za kibinafsi hivyo kumuacha katika hali ya hatari. Mwandishi anaendeleza usimulizi wake mrefu kwa kuonyesha magumu aliyoyapitia mikononi mwa mamake wa kambo na wajomba walioshirikiana kumhangaisha, kumwekea vikwazo vya kusafiri na kumfanya kuwa mkimbizi.

Mkakati wa ushawishi wa hisia umetumika pakubwa ili msomaji apate picha halisi ya mambo aliyoyapitia mwandishi. Hatua hii itamfanya kumhurumia na kushirikiana naye. Mwandishi anatumia kichocheo zaidi kwa kudai kuwa alibahatika siku moja kupata kuwa jina lake lilikuwa limeandikwa kama mmoja wa jamaa wa kufaidika katika urithi. Kauli hii ya pesa itakuwa vigumu kupuuzwa na msomaji. Imetumiwa kimakusudi ili kumchochea msomaji. Hata hivyo, anafafanua vizingiti vingi katika shughuli hizi zote za kupata pesa zilizoachwa na babake akiafiki kwamba kulikuwa na masharti yaliyohitajika kufuatwa. Anaonyesha tumaini lake kwa mwandikiwa ikiwa njia ya kumshawishi kwa kumwonyesha kuwa yeye ndiye mwokozi wake.

Mkakati wa ushawishi wa mantiki umetumiwa na mwandishi kwa kuonyesha changamoto iliyokuwa inamkabili na mahali ambapo suluhu ingepatikana. Vilevile, mwandishi anadondosha sifa za mtu aliyekuwa anamhitaji huku akiangazia uaminifu kama kigezo kikuu. Anahusisha mkakati wa ushawishi wa imani kwa kudai kuwa alishiriki katika maombi na yaliyomsaidia na kumwelekeza kwa mwandikiwa. Anajisawiri kama mtu mwaminifu na mcha Mungu ikiwa ni njia moja ya kumvutia msomaji na kumshawishi vilivyo. Van Eemeren (2001) anasema kuwa kuhusisha imani za watu au wazo la kisaikolojia ni mkakati imara wa ushawishi kwa kuwa mtu ambaye anashikilia imani fulani hulazimika kukubaliana na mawazo hayo. Usimulizi huu ni mrefu kupindukia na unadhihirisha hulka ya mwandishi kama mtu mwadilifu na mwenye shukrani huku akiahidi kumsaidia mwandikiwa ikiwa atamfaa kwa yale anayoyahitaji. Mhimili wa kutendana sawa au kufidiana kama ulivyofafanuliwa awali umehusishwa.

Mwandishi anatoa ahadi kuwa atamfaa mwandikiwa ikiwa atakubaliana na ombi lake. Sehemu hii inafaa imzindue msomaji ili afahamu kuwa huu ni mtego. Mwisho anatumia herufi kubwa katika maandishi kusema kuwa anasubiri majibu yaliyo chanya na kwa udharura. [...]...*AWAITING YOUR URGENT AND POSITIVE RESPONSE, Please do keep this only to your self for now un till the bank will transfer the fund. I beg you not to disclose it till i come over because I am afraid of my wicked stepmother who has threatened to kill me and have the money alone, I thank God Today that am out from my country (KENYA) but now In (Burkina Faso) where my father deposited the money with my name as the next of Kin.* Sehemu hii ni njia ya kumshinikiza mwandikiwa kukubaliana na kujibu kama anavyotaka mwandishi na ni ushawishi utumiwao na wahalifu. Mwandishi anamweleza mwandikiwa kuwa asikubalie kushiriki ujumbe huu na mtu mwingine kwa kuwa mama yake wa kambo anaweza kumuua. Kutotaka mwandishi ashiriki na mtu mwingine ni njia moja ya kumzuia kutozinduliwa na watu wengine kuhusu uovu huu. Ni dhahiri kuwa lugha ya ushawishi imetawala ujumbe wa UBPUh₇ pakubwa.

Ujumbe wa UBPUh₈ unafafanua utapeli wa uwekezaji wa sarafu huku mwandishi ambaye ni mhalifu akitumia baruapepe kutoa tangazo kuwa kulikuwa na marekebisho yaliyokuwa yanaendelea katika mtandao. Ujumbe UBPUh₈ umetangulizwa kwa mada inayomfahamisha mpokezi kuwa shughuli hizi zitakuwa zikiendelea, *RE: Local Bitcoin Maintenance 2019*. Ujumbe huu vilevile unaonekana kuwa sahili kwa yeyote anayeusoma. Lugha sahili pia imetumika ili kuandika tangazo hili zima. Mosi, mwandishi amehusisha mkakati wa mantiki ili msomaji aweze kuona umuhimu wa kufuata maagizo anayopewa kama njia ya kurekebisha mtandao wake wa hela. Ni kawaida kwa kampuni au mashirika kufanya marekebisho ya mara kwa mara kwa minajili ya kuboresha huduma na utendakazi.

Hata hivyo, wahalifu hutumia mbinu hii kuwalaghai watumiaji wa mitandao ili kutoa habari na maelezo ya siri yanayowahusu kama vile akaunti za benki, kadi ya hela na akaunti nyinginezo za kibinafsi (Lewis, 2023). [...]...*we are currently undergoing maintenance exercise to improve our quality.* Itakuwa vigumu kwa mtumiaji wa mtandao huu kukosa kufuata maagizo aliyopewa hasa ikiwa amekuwa akifaidika kwa kuutumia. Mtindo wa ujumbe huu ni rasmi ili msomaji asishuku kuwa ni wa kilaghai. Mwandishi anatumia kiimbo cha kurai kwa kumrejelea mwandikiwa kama mpendwa ikiwa ni njia ya kumshawishi msomaji kwa kumleta karibu naye.

Katika ujumbe wa UFBUh₁ unaodhihirisha utapeli wa biashara za wanyama, mwandishi anatanguliza ujumbe wake kwa kiimbo cha unyenyekevu akiomba msamaha kwa kutomsafirisha mbwa kwa wakati ufaao. [...]...*DEAR CLIENT, WE ARE SORRY FOR THE INCONVINIENCEAS WE WISH TO INFORM YOU THAT YOU PUPPY IS STILL PENDING FLIGHT.* Mazungumzo haya yanahusisha herufi kubwa kuanzia mwanzo hadi mwisho ikiwa ni njia ya kumshawishi msomaji ili asiye akapuuza ujumbe huu. Kadhalika, mwandishi anatilia baadhi ya maandishi vistari na mengine kutiwa wino tofauti tofauti. Haya yanafanyika ili kusesitiza ujumbe na pia kuvutia macho ya msomaji ili aendelee kuusoma hadi mwisho. Takriri pia imetawala maandishi haya ili kutilia mkazo yale ambayo mwandishi anayasema. Anatumia mkakati wa mantiki wa ushawishi kumfahamisha msomaji kuwa mbwa aliyefaa kusafirishwa haingewezekana wakati huo kwa ajili ya ukosefu wa vifaa maalum vya kusafirisha pamoja na mabadiliko ya hali ya anga. [...]...*OUR CLIMAMATOLOGIST HAD CONDUCTED THIS CHANGE OF WEATHER. AS AND EVERYTHING AND HAVE PROVEN THAT YOUR PUPPY NEEDS AN ELECTRIC AIR CONDITION TRAVEL CRATE.* Kwa yeyote ambaye anausoma ujumbe huu ataona ukweli pasi kushuku hata kama ni ulaghai kwa sababu ya lugha iliyotumika. Lugha ya aina hii imetumiwa ili kumfanya msomaji aweze kutuma pesa kama anavyoulizwa ili amshughulikie mbwa wake katika usafiri. Huu ni ushawishi na ulaghai.

UBPUh₁₁ ni ujumbe wa kilaghai ukihusisha utoaji wa misaada kwa watu wasio na uwezo katika jamii. *Please, I beg you in the name of God to help me collect the \$ 15 Million and interest accrued on the deposit from Allied Bank and distributes it amongst charity organizations.* Mwandishi wa ujumbe huu anaanza kauli yake kwa kiimbo cha rai kama njia ya kuonyesha unyenyekevu ili kumnasa msomaji. Baadaye, mwandishi anafanya ombi kwa kutumia jina la Mungu akidai kuwa anahitaji msaada wa mwandikiwa ili aweze kupokea pesa na kuwapa watu wahitaji. Kuhusisha mkakati wa imani ni ushawishi kwa sababu tayari mwandishi amejinasibisha na mtu Mcha Mungu na inadhihirika wazi kuwa matendo yake anayoyatenda ni ya kiungu kwa kuwasaidia walio na mahitaji. Anatumia jina la Mungu pasi kufahamu ikiwa mwandikiwa ni Mcha Mungu au la. Kuna uwezekano kuwa ujumbe huu utamfikia Mcha Mungu, jahili ama mpagani ila mwandishi anaamini kuwa ujumbe utamfikia mtu anayemwamini Mungu. Kwa kufanya haya, mwandishi atakuwa amegusa nyoyo za watu wengi wanaomwamini Mungu hivyo kuwashawishi kukubaliana naye.

Inashangaza kuwa mwandishi anaandika ujumbe huu ukiwa kama ombi na anafululiza kusema kuwa atamzawidi mwandikiwa kwa ajili ya gharama atakayokuwa amelipia kana kwamba tayari amekubali pendekezo lake. Mwandishi amehusisha mhimili wa kufidiana kwa kuonyesha atakachompa msomaji ikiwa atakubali kushirikiana naye. Huu ni mtego unaonuiwa kumnasa mkengwa asipozinduka haraka. [...]...*You are at liberty to use your discretion to distribute the money and feel free as well to reimburse yourself when you have the money for any expenses you incur in the course of collecting and distributing the money to charity organization. I am willing to reward you for your assistance and kindness.* Tayari amevunja kanuni zinazohusiana na kufanya ombi. Hata hivyo, kukiuka kanuni hii ni bahati kwa mwandishi kwa kuwa anabadilisha ombi na kuwa makubaliano au mkataba na kumshawishi mwandikiwa kuwa tayari amehusishwa katika mwafaka huu. Mwandishi anapotaja mamilioni ya pesa ni kama kichocheo kinachonuiwa kumfanya msomaji ashirikiane naye ili hatimaye afaidike.

Katika ujumbe wa UBPUh₁₂ mwandishi anatanguliza usimulizi wake mfupi kwa kauli ya kutamausha, huu ukiwa mkakati wa hisia wa kushawishi msemaji. *My wife and two children died in a car accident six years ago. Before this happened, my business and concern for making money was all I was living for and I never really cared about other people.* Inasikitisha anapofafanua kuhusu kifo cha mke wake pamoja na watoto wake wawili miaka sita iliyopita kisha kumfahamisha msomaji kuhusu kazi aliyokuwa akifanya. Tayari amechorea msomaji picha ya upweke na ujane uliosababishwa na tukio hili la kutamausha baada ya kupoteza familia yake. Mwandishi ametumia mkakati wa hisia kumshawishi msomaji kwa kumfahamisha kuhusu kifo cha jamaa zake. Hata hivyo, tanzia hii inakuwa kichocheo cha mabadiliko katika maisha yake baada ya kupata ufahamu kuhusu kuwasaidia watu wengine. Sehemu hii ni kichocheo kwa kutumia mantiki ili msomaji apate kufahamu sababu yake kughairi matendo ya kutosaidia hapo awali. Baada ya mabadiliko kutokea maishani mwake, anakiri kuwa amekuwa akiwasaidia mayatima katika vikao vya mayatima kutoka mataifa mbalimbali. Sehemu hii ni muhimu kwa sababu inamsawiri mtu huyu kama mwenye moyo wa utu, ambao ni ushawishi unaonuiwa kumfanya mwandikiwa kushirikiana naye.

Kama ilivyoelezwa katika nadharia ya Ushawishi, matumizi ya mkakati wa hisia husababisha hadhira au mlengwa kutenda (Aristotle, 1991). Hii ni dhahiri katika

ujumbe UBPUh₁₂ ambapo msomaji ataguswa na ujumbe wa mauko ya familia ya mwandishi. Kwa namna hiyo, atajipata kuwa amejibu ujumbe kutokana na hisia za huruma. Fortenbaugh (1975) anasema kuwa wakati ambapo msomaji anamjibu mwandishi kutokana na ujumbe wake wa kihisia wa ushawishi, inaashiria kiwango fulani cha matumizi ya akili ambacho husababisha kushawishika. Ni wazi kuwa ujumbe huu wa mauko na mikosi katika maisha ya mwandishi ni wa kiushawishi kutokana na lugha iliyotumika. UBPUh₁₃ ni ujumbe mwingine wa kilaghai ambapo msimulizi anafafanua kuhusu hali yake ya ugonjwa kisha kudhihirisha kuwa ana pesa nyingi kwenye benki.[...]...*Before I became ill, I kept \$ 15 Million in a long-term deposit account in Allied Bank PLC. Presently, I am in the hospital where I have been undergoing treatment for esophageal cancer and my doctors have told me that I have only a few months to live.* Sentensi hizi za hisia zimefuatana ili kuweka uzito kwenye ujumbe.

Mwandishi anatumia mkakati wa hisia kuonyesha kuwa amekuwa akiugua kwa muda mrefu, kauli itakayomfanya msomaji kumhurumia kwa sababu anabainisha kuwa anapouandika ujumbe ule yu katika hospitali akitibiwa ugonjwa wa kufisha wa saratani. Zaidi ya hayo, daktari amemfunulia kuwa ugonjwa huu ni sugu na hataweza kuishi kwa miezi mingi. Sehemu hii itagusa hisia za msomaji yeyote na aweze kumsikitikia kutokana na yote yaliyomkumba. Fauka ya kuwa anaugua ugonjwa wa kufisha, yeye ni mjane, asiye na mwana na angetaka kusambaza utajiri huu wake kwenye mashirika ya misaada. Sehemu hii ni ushawishi kwa msomaji kwa sababu ya utajiri unaomilikiwa na mtu huyu asiye na matumaini ya kuishi sana. Anasisimua hisia za huruma lakini kilicho muhimu zaidi katika sehemu hii ni utajiri wake ambao hauna mtu wa kuurithi kwa sababu jamaa na marafiki wamekuwa wabadhirifu na hawezi kuwaamini tena.

Mwandishi anahusisha mkakati wa hisia na mantiki kuonyesha kuwa anafaa kutafuta mtu mzuri ambaye atasaidia kugawa pesa hizi kwa mashirika ya kusaidia kwa kuwa yeye hana uwezo. Anadhihirisha kuwa yeye ni mtu mwenye utu na angetaka kuwafaa watu wengine hivyo kuhusisha mhimili wa kupendeka kama ilivyoielezwa katika nadharia ya ushawishi na Ciadini (1984). Ikiwa mwandikiwa atakubaliana na usimulizi huu, atajipata katika mtego wa kutapeliwa kama alivyopanga mhalifu. Kwenye ujumbe wa kuumbua kupitia jumbe adhiri UFBUh₃ mwandishi alifaulu pakubwa kutumia

mkakati wa ushawishi wa hisia kama ilivyoelezwa katika mihimili ya nadharia ya Ushawishi.[...]...*Breaking news. ****is DEAD. Her body was found in **** bed.*

Mwandishi alisambaza ujumbe wa kihisia ukieleza kuhusu mauko ya viongozi wawili nchini Kenya. Viongozi hawa walikuwa nguzo kwa sababu waliwaongoza walimu wote nchini. Ujumbe huu ulisambazwa kwa haraka na kuchukuliwa kuwa wa ukweli. Hali hii ilifaulishwa na mwandishi kuhusisha mikakati miwili ya ushawishi. Mosi, alitumia mkakati wa uaminifu na kusadikika kutoka kwenye kundi la walimu. Alitumia mtandao wa Tume ya Kuwaajiri walimu wa *Facebook* kusambaza haya. Yeyote aliyeusoma ujumbe huu angeuamini kwa sababu ulikuwa kwenye ukurasa wa Tume inayosadikika na wengi. Zaidi ni kuwa mwandishi alifaulu pakubwa kutumia hisia. Kutaja vifo vya viongozi hawa wawili kuliibua msisimko na hisia mseto kutoka kwa wananchi. Kuna waliofurahia ‘vifo’ hivi kutokana na majibu waliyoyaandika kwenye ukurasa huo huku wengine wakionyesha kuomboleza. Usambazaji wa ujumbe huu adhiri pia uliwezesha na Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kisha mkakati wa hisia ukatumiwa pakubwa kushawishi wasomaji.

UFBUh₁₃ ni ujumbe wa vitisho katika mtandao wa *Facebook* na unahusisha mikakati ya ushawishi kutoka kwa mwandishi. [...]...*I’m very sorry for you and it is a pity that this is how your life is going to end as soon as you don’t comply.* Kwanza, kiimbo kilichotumiwa katika utangulizi kinaashiria huruma na masikitiko huku mwandishi akidhihirisha hisia zake kwa msomaji kwa ajili ya maisha yake yanayoonekana kufikia kikomo. Mkakati wa hisia umetumiwa kimakusudi na mwandishi ili aweze kunasa umakinifu wa msomaji kwa kuonyesha kuwa kifo kinamtumbulia macho. Anaeleza kuwa ametumwa kwa minajili ya kumwangamiza msomaji au mlengwa. Zaidi ni kuwa anamwelezea hatua kwa hatua kuhusu mpango wake na namna ambavyo ni vigumu kuepuka kifo hiki.[...]... *Now do you want to LIVE or Die? As someone has paid us to kill you. Get back to me now if you are ready to pay some fees to spare your life.*

Mwandishi anatumia lugha ya maelezo ambayo bila shaka inadhihirisha kuwa anamfahamu mlengwa. Hata hivyo, anadai kuwa angeponea tu ikiwa angekubali kulipa kiwango fulani cha hela. Kwa hakika, mpokea ujumbe hatakuwa na budi kulipa pesa kama alivyoagizwa kwa kuhofia maisha yake. Mkakati wa hisia umetumiwa kusababisha woga kwa mpokezi na pia mkakati wa mantiki umetumiwa kumwonyesha umuhimu wa kulipa pesa kwa ajili ya maisha yake.

4.3.1 Hitimisho

Utafiti ulilenga vipengele muhimu vya ushawishi vinavyodhihirika katika jumbe za wahalifu kwenye mitandao miwili. Jumbe hizi za kihalifu zilionekana kusheheni sifa zinazofanana za kiushawishi pamoja na mbinu sawa za lugha. Ingawa ni muhali kumaliza uhalifu huu kwenye mitandao, ni muhimu kuelewa baadhi ya mikakati ya ushawishi inayotumiwa sana na wahalifu hawa kuwashawishi watu. Mikakati ya ushawishi iliyojitokeza kwenye utafiti huu ni: mkakati wa hisia, mkakati wa mantiki na mkakati wa imani na maadili. Wahalifu walitumia mkakati wa hisia ili kunasa hisia za msomaji na walitumia zaidi simulizi ndefu zenye mvuto, urudiaji wa kauli fulani pamoja na matumizi ya herufi kubwa. Mkakati wa imani ulitumiwa pakubwa katika jumbe hizi kwa kutaja jina la mwenyezi Mungu na wahalifu kujifanya wacha Mungu ili kudhihirisha sifa za unyenyekevu, upole na uaminifu. Mkakati huu wa ushawishi ni mbinu moja ya kugusa akili ya msomaji kwa kujificha katika imani na dini.

Bila shaka, mtu yeyote ambaye ni mfuata dini atakubaliana na maombi ya mwandishi. Mkakati wa hisia ulitumiwa pia na wahalifu kwa kuibua tukio la kusikitisha kama vile kifo cha mpendwa, vita na athari zake, upweke na mengine mengi. Wahalifu walitumia kauli ambazo zina uzito zinazogusa hisia za wasomaji ili waweze kuhurumiwa. Katika kitendo cha kumhurumia mwandishi, msomaji tayari alikuwa ameanguka kwenye mtego wa kihalifu. Vilevile, ilibainika kuwa jumbe hizi za kihalifu husheheni utumiaji wa mkakati wa mantiki kwa wingi. Wahalifu walitoa hoja zenye mantiki ili jumbe zao ziweze kuaminika. Wahalifu kujifanya waaminifu na wakweli ni mbinu inayowafanya wasomaji wa jumbe hizi kukubaliana na chochote kilichopendekezwa na wahalifu hawa.

4.4 Mbinu za Lugha Katika Jumbe za Kihalifu

Sehemu hii ilishughulikia mbinu za lugha zinazopatikana katika jumbe za kihalifu kwenye *Facebook* na baruapepe. Lengo kuu la wahalifu wa mitandaoni huwa kuwalaghai na kuwatapeli watumiaji wa mitandao ili wajifaidi. Ili wafaulu katika ushawishi wao, wahalifu hutumia mbinu nyingi za lugha. Wamitila (2003) anaeleza dhana ya mbinu kama vipengele vya kimtindo na kimuundo ambavyo hupatikana katika kazi ya kifasihi. Uchunguzi wa kimtindo unahusisha kuangalia uteuzi wa msamiati, tamathali za usemi, mbinu za kibalagha, miundo ya sentensi, sura na upana wa aya zake, uakifishaji na mengine mengi. Mihimili ya nadharia ya Ushawishi ilitumika

katika uchanganuzi kwa sababu wahalifu hutumia ufundi huu wa lugha wakiwa na nia ya kuwashawishi walengwa/wasomaji ili waweze kukubaliana na maombi yao.

Kadhalika, sehemu hii ilifuata hatua tano kwa utaratibu kama ilivyodokezwa na Herring (2004) katika Uchanganuzi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Swali la utafiti lilifafanuliwa kwa ukamilifu kutokana na lengo ili kufuata utaratibu wa nadharia ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Lengo la utafiti lilikuwa kuchunguza mbinu za lugha zinazotumiwa na wahalifu wa mitandaoni katika *Facebook* na baruapepe. Kutokana na lengo hili, swali lifuatalo liliulizwa. Ni mbinu gani za lugha zinazopatikana kwenye jumbe za kihalifu katika *Facebook* na baruapepe. Ili kuchanganua mbinu za lugha zinazojitokeza katika jumbe za kihalifu kwenye mitandao hii miwili, utaratibu wa tatu kama ulivyofafanuliwa na Herring (2004) ulitumika. Herring alipendekeza kuwa mtafiti anafaa kufanyisha kazi dhana muhimu kwa uzingativu wa sifa za diskosi. Sifa zifuatazo za lugha zilijitokeza katika jumbe za wahalifu na zilisaidia katika uchanganuzi wa data kwa utaratibu:

4.4.1 Matumizi ya Kisengerenyuma au mbinu rejeshi

Kisengerenyuma pia huitwa mbinu rejeshi. Hutumiwa kwa kumrejeshia msomaji nyuma kwa kusimulia kisa cha awali au matukio yaliyokuwa yamepita. Mbinu hii itumiwapo hudhihirisha matukio ambayo humsaidia msomaji kuelewa zaidi anachosema mwandishi. Wamitila (2003) anasema kuwa ni mbinu anayoitumia mwandishi kuyaelekezea matukio yaliyotokea wakati wa nyuma ya wakati wa hadithi au usimulizi. Ili kujibu swali la utafiti kwa ukamilifu kwa kuzingatia nadharia ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi, sampuli mwafaka ya utafiti ilitumika.

Katika ujumbe wa UBPUh₁ unaoonyesha ulaghai wa kimapenzi, mbinu rejeshi imetumika pakubwa. *I have been in the army for about 30 years...and I have been in Iraq for 4 years.* Mwandishi anajitambulisha kama mwanajeshi ambaye amekuwa akifanya kazi kwa miongo mitatu katika nchi ya Iraki katika shughuli za kudumisha amani. Mbinu rejeshi imetumika kufafanua sifa za mwanajeshi huyu kama mtu mwenye bidii na mwenye mapenzi ya dhati. Haya yanajitokeza waziwazi anapodai kuwa yu tayari kuacha kazi ya uanajeshi ili aweze kupata muda mzuri na mpenzi wake. Sifa nyingine inayojitokeza ni kuwa ni mstahimilivu kwa kufanya kazi katika kikosi cha uanajeshi kwa miaka mingi. Ni mtu tu aliye na stahamala atakayeweza kufanya kazi kwa miongo mitatu katika sehemu iliyo na hatari kama Iraki.

Mbinu rejeshi vilevile imejenga maudhui ya kazi, ndoa na mapenzi. Mtumaji wa ujumbe anaonyesha kuwa anapoutuma ujumbe yu katika shughuli za kikazi ili kujipatia chumo. Fauka ya hayo, anaonyesha mapenzi kwa kusema kuwa alikuwa tayari kuachana na kazi yake ili washirikiane na mpenzi wake katika muungano wa ndoa. Kadhalika, uyatima wake unajitokeza anapokiri kuwa yeye ndiye mwana wa pekee wa marehemu wazazi wake. Hali hii inadokeza upweke ambao ni kichocheo kikuu cha kuhakikisha msomaji ameguswa na kuingia katika mtego wake ili washirikiane. Hivyo mhalifu anafaulu pakubwa kutumia kisengerenyuma kwa ajili ya kumshawishi mlengwa ili aingie katika uhusiano wa kilaghai wa mapenzi.

Ni dhahiri kuwa mbinu ya kisengerenyuma imetumika pakubwa kujenga suala hili la ushawishi. Kwa hivyo, kuna mshikamano mkubwa wa kisengerenyuma na nadharia ya Ushawishi hasa katika mhimili wa maadili na kusadikika. Mwandishi amejisawiri kama mtu aliye na maadili na anayeaminika katika usimulizi wake ilia pate nafasi ya kumlaghai mlengwa. Zaidi ni kuwa ujumbe wake ni wa kueleweka sawa na anavyosema Hovland (1953) kwenye mhimili wa maudhui ya ujumbe. Anasema kwamba maudhui kwenye ujumbe yanafaa kueleweka na kuvutia ili uweze kushawishi. Visehemu hivi viwili vimehusishwa kwa minajili ya kushawishi huku Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yakiwa msingi katika kujenga ushirikiano.

Mbinu rejeshi vilevile inajitokeza katika ujumbe UBPUh₅ ambao niwa kitapeli unaohusisha ugawaji wa urithi unaotumwa na mwandishi anayejitambulisha kama Kristalina Gergieva. [...] *...nilituma barua hii kwako, mwezi mmoja uliopita, lakini sikusikia kutoka kwako.* Katika hatua za mwanzo, anasema kuwa alikuwa ameandika baruapepe hii mwezi uliopita. Baadaye, anajitambulisha kama mkurugenzi mpya katika Shirika la Fedha la Kimataifa. Hatua hii pia inashirikisha ubadilishaji wa kiwakilishi cha nafsi kutoka umoja hadi wingi kuashiria kuwa uandishi huu wa baruapepe umeandikwa na shirika wala si mtu mmoja ili kuondoa ubinafsishaji. Mwandishi anatomia mbinu rejeshi kufahamisha msomaji kwamba alikuwa amejaribu kuwasiliana naye kwa njia ii hii ila hakuwa na uhakika kama alipata ujumbe. Hii imesababisha ujumbe huu kuandikwa tena.

Herring (2007) akielezea kuhusu sifa za njia za mawasiliano, mawasiliano katika baruapepe hayaruhusu mwoanisho au kupatanishwa kwa washiriki kwa wakati mmoja katika utumaji na upokeaji wa ujumbe. Kigezo hiki cha kiteknolojia kinaathiri

Mawasiliano haya Kiupatanishi ya Kitarakilishi na inambidi mwandishi kudai kuwa hana uhakika ikiwa ujumbe ulikuwa umemfikia. Mazungumzo haya yanaonyesha urasmi mwingi ili msomaji aweze kuamini. Kadhalika, lugha na kiimbo kinachotumiwa kinaashiria rai. Ni dhahiri kuwa mwandishi anahusisha mhimili wa maadili katika nadharia ya ushawishi kuhakikisha kuwa ameuteka umakinifu wa mlengwa kwa kutumia mbinu rejeshi.

Mwandishi pia anatumia mbinu rejeshi kumfahamisha msomaji kuwa tayari kulikuwa na mkurugenzi mkuu katika shirika lile ila anayeandika sasa hivi ni mgeni. [...]...*Mimi ni bibi Kristalina Georgieva, Mkurugenzi mkuu na Mwenyekiti wa Shirika la Fedha la Kimataifa*. Inaashiriwa kuwa aliyekuwa ameshughulikia suala la awali ni tofauti na wa sasa. Hii itakuwa rahisi kwa msomaji yeyote yule kuamini ujumbe huu bila pingamizi zozote. Sifa za kutokuwa na jina au kutumia jina tofauti ni sifa moja ya kiteknolojia inayoathiri Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Kutotumia majina huongeza uhalifu wa mitandaoni kwa sababu wahalifu hufanya chochote wakitakacho bila hofu ya kutambulika au kuulizwa maswali. Kulingana na Herring (2007) kutojulikana au kutotumia majina yamewezesha mwandishi kuficha tabia na kutumia kisengere nyuma pakubwa kama njia ya kuhusisha msomaji katika ulimwengu wa kufikiria hasa kuhusu matukio ya awali na kuyafananisha na hali ya sasa. Mbinu rejeshi pia imetumiwa kutoa ushawishi kwa msomaji ili aweze kuamini kinachowasilishwa.

Katika ujumbe wa utapeli wa kibiashara wa UBPUh₆ mwandishi anatumia mbinu ya kisengerenyuma kuelezea changamoto zilizotokea wakati ‘baba yake’ alipokuwa kwenye mamlaka katika nchi ya Seralioni...[...]...*In the year 1998 during our father’s tenure in office, he diverted some fund meant for estate complex Development Project (700 Housing Unt). The project awarded to read US\$ 64.7 Million dollars; on execution of the contract, it reads US\$ 36.0 Million dollars while our late father diverted 28.7 Million dollars after the completion*. Mwandishi anafafanua kuwa baba yake alikuwa amefanikiwa kupata milioni 28.7 katika mradi wa maendeleo baada ya shughuli hizi kumalizika. Anatumia suala hili la kifisadi kama mafanikio makubwa kwa babake baada ya kutia kwenye benki yake pesa ambazo sasa hivi zinamilikiwa naye. Hiki ni kichocheo kikubwa cha kuhakikisha kuwa msomaji wa ujumbe amelenga macho yake katika usimulizi huu.

Zaidi ya hayo, mwandishi anaelezea kwa kutumia mbinu rejeshi kuwa kulitokea machafuko ya kisiasa katika nchi yao na kusababisha kifo cha baba yake mnamo mwaka wa 2000. Wahalifu wa mitandaoni huwa watu wabunifu mno hasa katika lugha wanayohusisha. Haya yanadhihirika kupitia mbinu rejeshi ambapo kisa chenye mantiki kinasimuliwa. Kupitia mkakati wa mantiki kwenye nadharia ya Ushawishi, ni wazi kuwa huu ni ushawishi na uhalifu. Mbinu rejeshi imetumiwa pakubwa kuonyesha maudhui ya mgogoro na siasa zilizosababisha pesa za mwandishi kuhifadhiwa katika nchi ya kigeni kwa ajili ya usalama. Suala la mgogoro ni muhimu katika usimulizi huu kwa sababu linamfafanulia msomaji sababu za pesa zake kuhifadhiwa katika nchi ya Kodivaa. Mbinu rejeshi inampa msomaji taswira ya hali ilivyokuwa wakati ambapo mashambulizi haya yalikuwa yanatekelezwa na wahalifu hawa. Mwandishi ananasa umakinifu wa msomaji na kutumia tukio ambalo limewahi kushuhudiwa katika nchi iliyotajwa. Kufikia hatua hii, msomaji hatakuwa na budi kushirikiana na mwandishi wa maneno haya kwa lolote lile atakaloulizwa kulitenda.

Ni dhahiri kuwa mbinu rejeshi imetumika katika UBPUh₆ kutoa ushawishi wa ujumbe unaozungumziwa pamoja na kujenga maudhui. Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huwapa nafasi wahalifu kubuni visa, kuandika na kusambaza wakiwa na lengo maalum kwa sababu ni vigumu kwa msomaji kubaini ikiwa yanayosemwa ni ukweli au uongo. Kadhalika, mhimili wa hisia katika nadharia ya Ushawishi huku ukifungamananishwa na mbinurejeshi unatumia kwa mwandishi kuonyesha tukio la huzuni kuhusu kifo cha babake ili kugusa hisia za msomaji, awaze zaidi kuhusu tukio hilo na hatimaye kukubaliana na mhalifu.

Kisengerenyuma kimetumiwa zaidi katika UBPUh₇ ambapo mwandishi anaelezea tukio la kusikitisha linalohusiana na kifo cha babake pamoja na wengine katika ajali ya ndege nchini Kenya. [...]...*Lorna Laboso had been on board the Cessna 210, which was headed to Kericho and crashed in a remote area called Kajong'a, in western Kenya. The plane crashed on the Tuesday 10th June, 2008.* Mbinu rejeshi imetumiwa kumfahamisha msomaji kuwa kulikuwa na ajali nchini Kenya iliyowaangamiza maafisa wakuu serikalini. Haya yanatumia na mwandishi kujenga maudhui ya mikosi maishani. Kadhalika, mwandishi ametumia tukio hili la majonzi kuonyesha hali yake ya upweke na masikitiko ili aweze kuhurumiwa. Kutokana na kuachwa na babake, anaomba usaidizi kwa mlengwa ili amsaidie katika biashara. Mwandishi anatumia tukio

halisi ambalo liliwahi kushuhudiwa nchini Kenya ili atekeleze uhalifu wake na vilevile aweze kushawishi. Mbinu rejeshi imetumiwa katika UBPUh₇ kujenga maudhui ya kihalifu pamoja na kufaulisha tendo la ushawishi na haya yamejitokeza kwa uwazi. Zaidi ni kuwa anatumia mkakati wa hisia wa ushawishi kwa kutaja mauko ya kiongozi Laboso ili kugusa hisia za msomaji pamoja na mkakati wa mantiki kwa kubuni kisa chenye mantiki ambacho msomaji atawaza sana kukihusu ili anayoyawasilisha yasipuuzwe.

Kwenye ujumbe unaohusisha utapeli kwa utoaji wa misaada wa UBPUh₁₂, mwandishi anaelezea tukio la kusikitisha lililosababisha kifo cha mke wake pamoja na watoto wake wawili katika ajali ya barabarani. [...]...*My wife and two children died in a car accident six years ago. Before this happened, my business and concern for making money was all I was living for and I never really cared about other people.* Hatua ya mwanzo ya usimulizi inagusa hisia za msomaji na angetaka kusoma zaidi aelewe kuhusu tukio hili la kufisha na hali ilivyokuwa. Katika hatua ya pili mwandishi anasimulia kuwa awali hakuwashughulikia watu lakini baada ya ajali ile hali yake ilibadilika. Mwandishi anahakikisha kuwa anamwonyesha msomaji wa ujumbe kile kilichombadilisha. Anajisawiri kama mwenye utu ambaye huwasaidia mayatima katika nchi mbalimbali baada ya miaka mingi ya kuwa mkono birika na mhafidhina. Masimulizi haya yanafanywa kwa kuhusisha mbinu rejeshi ili msomaji aweze kuelewa zaidi kuhusu matukio ya kale. Anaonyesha ukweli kuwa mui huwa mwema kama njia ya kumshawishi msomaji aone kuwa mabadiliko yametokea maishani mwake.

Ni wazi kuwa wahalifu wa mitandaoni ni watu werevu sana na haya yamedhihirika waziwazi kwa namna wanavyojenga vijihadithi katika wakati uliopita kwa minajili ya kushawishi na kujenga maudhui yatakayokuwa rahisi kusadikika. Mkakati wa uaminifu katika nadharia ya Ushawishi umehusishwa pia kwa mwandishi kujisawiri kama mtu mwenye utu na moyo wa kusaidia wengine. Fauka ya hayo, mwandishi ametumia mkakati wa hisia kwa kuonyesha mauko ya jamaa zake ili kuhakikisha kuwa kisa chake kimenasa hisia za msomaji. MbBP₁ ni ujumbe mwingine unaodhihirisha matumizi ya mbinu rejeshi katika jumbe za kihalifu kwenye baruapepe.

My father was a fighter for Justice and a moving force in the MDC, a part of bodies that wanted to end the several years of brutal dictatorship government of President Robert Mugabe. You will read more stories about President Mugabe's brutal acts by visiting these websites, <http://www.rte.ie/news/2000/0418/zimbabwe.html>.

Babangu alikuwa anapigania haki na mwenye nguvu katika MDC, kikosi ambacho kilitaka kumaliza udikteta wa kikatili wa miaka mingi wa serikali ya rais Robert Mugabe. Utasoma habari kumhusu rais Robert Mugabe na matendo yake ya kikatili kwa kuingia katika mtandao huu, <http://www.rte.ie/news/2000/0418/zimbabwe.html>.

MbBP₁: Ujumbe wa Kihalifu wa Baruaepe

Mwandishi wa ujumbe huu wa MbBP₁ anaelezea kuhusu 'babake' ambaye alikuwa mmoja wa kikosi cha MDC kilichopigania Uhuru katika nchi ya Zimbabwe chini ya kiongozi Robert Mugabe aliyepata umaarufu kutokana na uongozi wake wa kiimla. Katika uongozi wa Robert Mugabe, wananchi wengi pamoja na wageni kutoka nchi za kigeni waliteseka sana. Katika uongozi wake, matendo mengi ya ubahaimu kama mauaji na kufungwa bila makosa na kulazimishwa kuwa mkimbizi katika nchi jirani kulishuhudiwa. Alikuwa kiongozi dikteta ambaye alifaa kumaliza siku zake za uhai kwenye jela kwa ajili ya vitendo vyake vya unyama uliokithiri dhidi ya haki za wanadamu (Winter, 2019). Mwandishi wa ujumbe huu anadai kuwa habari kuhusu babake zingepatikana katika tovuti aliyoitoa. Mhimili wa nadharia ya Ushawishi wa mamlaka unahusishwa kwenye mbinu hii rejeshi kwa kuonyesha jinsi baba yake alivyopigania haki katika nchi yake. Kupitia mbinu rejeshi, mwandishi anachora picha halisi iliyoshuhudiwa katika utawala wa rais Robert Mugabe. Amedhihirisha kuwa utawala wa kiongozi huyu ulisheheni uovu wa kila aina kiasi cha kusababisha wengi kuuawa, kufungwa na wengine kutorokea katika nchi za kigeni.

Mbinu rejeshi imetumiwa vilevile kuchimuza sifa za rais Robert Mugabe kama kiongozi katili na dikteta aliyetekeleza unyama kwa wapinzani wake. Waama wahalifu wa mitandaoni hutumia simulizi za matukio halisi yaliyowahi kufanyika katika historia huku yakiwasilishwa kwa mbinu rejeshi ili kumfanya msomaji kurejesha mawazo yake nyuma na kujifahamisha zaidi kuhusu mambo yaliyokuwepo hata kama si ya ukweli. Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yamesaidia sana katika uandishi na

usambazaji wa ujumbe wa aina hii. Mbinu rejeshi inamtia msomaji mshawasha wa kusoma na kukubaliana na tukio kama linavyojitokeza kwenye ujumbe.

Mkakati wa hisia katika nadharia ya Ushawishi umehusishwa pakubwa kwa kuonyesha jinsi mauaji ya kinyama yalivyofanywa na Mugabe ili msomaji aingiwe na hisia za huruma na aweze kushawishika. Kando na hayo, mbinu rejeshi imetumiwa kujenga maudhui ya uongozi mbaya wa kidhalimu wa kiongozi huyu. Mugabe aliongoza tangu enzi za Mkoloni na kuhakikisha kuwa nchi yake imejitoa katika silisili za mbeberu. Aliongoza nchi ya Zimbabwe kwa miaka thelathini na saba bila kuruhusu mpinzani yeyote karibu naye. Waliojaribu kupinga uongozi wake mbaya walikiona cha mtema kuni kama vile Morgan Tsvangirai (Fisher, J. na Beswick, D, 2013).

Winter (2019) anadai kuwa watu wengine walikuwa na maoni tofauti kuhusu Mugabe huku wakimsawiri kama mwanamapinduzi aliyepigana dhidi ya ubaguzi wa rangi na aliyesimama wima kupinga ukoloni ulioendeshwa na nchi za Magharibi katika bara la Afrika. Habari za ‘babake’ msimulizi zinaelezwa na msomaji anazipata kana kwamba tukio hilo lilitokea juzi. Mbinu hii inasaidia msomaji kuwa na hamu ya kuingia kwenye tovuti iliyotolewa ili kusoma na kumfahamu zaidi kuhusu kiongozi huyu dhalimu katika nchi ya Zimbabwe kama alivyoelezwa kwa muhtasari. Kuweka tovuti ya kufuata ni njia ya kutaka msomaji akubaliane naye kwa kujifanya mtu msema kweli. Msomaji atakapokubali kuingia katika tovuti iliyotolewa, atakuwa anahatarisha habari zake za kibinafsi huku mwandishi akiwa amesubiri mwanya ule ili aweze kumtapeli.

Kadhalika, ukweli na kusadikika ni mkakati muhimu katika sehemu hii ili kujenga mshikamano mzuri kati ya mwandishi na msomaji wa ujumbe. Mhalifu anatumia mtego huu wa kumwelekeza kwenye tovuti ili aweze kusoma na kufahamu zaidi kuhusu yaliyompata ‘babake.’ Hii ni mbinu ya mwandishi kuhakikisha kuwa amemnasa msomaji kwa kuwa itakuwa rahisi kwake kurejelea tukio lile ili abaini ikiwa ni ukweli au uongo. Baada ya kusoma kwenye tovuti aliyopewa, atakubaliana na usimulizi uliotolewa. Ushawishi unadhihirika kwa kumfanya msomaji kuwaza zaidi na kujaribu kupata picha ya matukio ya zamani yaliyotokea kama alivyosimulia mwandishi. Pia, Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yanayofaulishwa na intaneti huweza kuhifadhiwa kwa muda mrefu, uhifadhi huu unamfanya mhalifu kumwelekeza kusoma habari kwenye tovuti ili afahamu mengi yanayosimuliwa. Manson (2011) anasema kuwa wahalifu hutumia aina mbalimbali za mbinu kuwatia watumiaji wa mitandao

katika hatari, kwa hivyo kila mmoja anaweza kuathirika. MbBP₂ vilevile unadhihirisha matumizi ya mbinu rejeshi kama njia ya kumfahamisha msomaji kuhusiana na matukio yaliyotokea awali katika miaka ya themanini na tisini.

There is an account opened in this bank in 1980 and since 1990 nobody has operated on this account again. After going through some old files in the records, I discovered that if I do not remit this money out urgently it will be forfeited for nothing. The owner of this account is Mr. Peter Smith, a foreigner, and a miner at D&D INVESTMENT CO. ageologist by profession and he died since 1990. No other person knows about this account or anything concerning it, the account has no other beneficiary and my investigation proved to me as well that this company does not know anything about this account and the amount involved is (USD 45million).

Kuna akaunti iliyofunguliwa katika benki hii mwaka wa 1980 na tangu mwaka wa 1990 hakuna mtu yeyote ambaye ameitumia. Baada ya kupitia faili za kitambo na kwenye rekodi, nimegundua kuwa, ikiwa sitatoa hizi pesa kwa dharura zinaweza kupotezwa. Mmiliki wa akaunti hii ni Bwana Peter Smith, mgeni, mchimba madini katika D \$ D Investment Co.. mtaaamu wa Jiolojia aliyeaga dunia tangu 1990. Hakuna mtu anayefahamu kuhusu akaunti hii. Akaunti hii haina mtu yeyote wa kunufaika na uchunguzi wangu umenithibitishia kwamba kampuni hii haifahamu chochote kuhusu akaunti hii. Pesa hizo ni Dola milioni arubaini na tano.

MbBP₂: Mbinu Rejeshi Katika Ujumbe wa Kihalifu

MbBP₂ ni ujumbe uliotumwa ukifafanua kuwa kuna akaunti kwenye benki anapofanyia kazi mtuma ujumbe na haijakuwa ikitumiwa kwa miaka mingi. Mwandishi anaonyesha jinsi akaunti yenyewe imekaa kwa muda mrefu tangu itumike. Kadhalika, mtuma ujumbe anajisawiri kama mtu mwenye uwazi na anayetaka kufanya matendo mema kwa wasio na bahati katika maisha. Vilevile, anadhihirisha mamlaka katika benki ambayo ni njia moja ya kumshawishi mlengwa au msomaji aweze kuamini kuwa ujumbe ule ni wa kweli. Anakiri kuwa pesa zilizo kwenye akaunti ile zikikosa kutumiwa zinaweza kupotea. Sehemu hii ya kutaja pesa ambazo hazijatumiwa kwa muda ni kichocheo kikubwa ambacho hakiwezi kupuuzwa na yeyote yule anayeusoma ujumbe. Yadhihirisha kwamba mtuma ujumbe ndiye ataamua atakayepewa pesa zile. Ni wazi kuwa huu ni uhalifu kutokana na lugha shawishi iliyotumika.

Usimulizi huu pia unaonyesha kuwa Peter Smith ndiye aliyeimiliki akaunti hii japokuwa kwa sasa haishi. Sehemu hii inaongeza ujumbe wa awali uzito ili iwe ithibati kuwa akaunti ya pesa ilimilikiwa na Peter Smith ambaye sasa hivi ni marehemu. Hii itakuwa “bahati nzuri” kwa mpokeaji wa ujumbe au msomaji kama anavyoonyesha mtuma ujumbe kuwa ana uwezo wa kupewa pesa zile. Usimulizi huu umewasilishwa kwa wakati uliopita ili kufafanua kuwa akaunti ile ya benki ilikuwa ikitumiwa katika miaka ya 1980 lakini baadaye utumizi wake ulisimamishwa kutokana na kifo cha mmiliki. Kupitia mbinu rejeshi, mwandishi anatoa usimulizi wake ili aweze kumshawishi mlengwa akubali kuhusishwa katika shughuli za kurithishwa.

Mbinu rejeshi imetumiwa kuchimuza maudhui ya ugawaji wa mali pamoja na urithishaji kwa nia ya kuwafaidi wengine. Kando na hayo, mbinu hii imetumiwa kuonyesha sifa za utu za mwandishi kwa kutaka pesa zilizo kwenye akaunti ya marehemu kumfaidi mtu mwingine badala ya kuwa kwenye akaunti bila matumizi yoyote. Kama inavyojitokeza katika nadharia ya Ushawishi, mhalifu anatumia maneno mazuri yanayofungamana na matukio ya awali ili kumnasa msomaji wa ujumbe. Kwa hakika wahalifu wa mitandaoni ni wajanja kwa kuteua lugha itakayomshawishi msomaji sawasawa kama ilivyo kwenye ujumbe huu. MbBP₃ ni ujumbe mwingine wa kihalifu ukihusisha Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi na kujengwa pakubwa kwa mbinu ya kisengere nyuma.

In my department, we discovered an abandoned sum of (\$50.500, 000.00) Fifthy Million Five Hundred Thousand United States Dollars). If you accept my offer I shallcompensate you with 40% of the money, 60% goes to me, after which we shall visit your country for disbursement according to the percentages indicated.

Katika idara yangu tulivumbua (\$50.500, 000.00) zilizokuwa zimeachwa. Ikiwa utakubali pendekezo langu nitakulipa zako asilimia 40%, asilimia 60% zitakuja kwangu na zaidi ya hayo tutatembelea nchi yako kwa ajili ya ugawaji kama ilivyoonyeshwa kwenye hizi asilimi.

MbBP₃: Mbinu rejeshi Katika Uhalifu wa Kiurithi

MbBP₃ ni ujumbe uliotumwa ukimfahamisha msomaji kuwa kuna kitita kikubwa cha pesa kilichoachwa bila kujulikana na mwenyewe. Mwandishi anaomba waweze

kushirikiana na mwandikiwa ili wagawane pesa zile. Kwanza kutaja kitita kikubwa jinsi ile ni mtego mkubwa ili msomaji avutiwe mara moja. Pili, mtumaji wa ujumbe anaonyesha mamlaka makubwa kwa kusema kuwa ‘idara yake.’ Inaashiria kuwa yeye ni mkurugenzi mkuu katika benki na angetaka washirikiane kujigawia zile hela. Mbinu rejeshi imetawala ujumbe huu kwa kuelezea kuwa pesa zile zilikuwa zimekawia. Hii inatokana na uchunguzi aliokuwa amefanya mwandishi akiwa katika idara yake. Mbinu hii rejeshi inachimiza maudhui ya biashara na uwekezaji unaoendeshwa katika idara ile aliko mwandishi wa ujumbe. Mbinu rejeshi hutumiwa ili kuwasilisha ujumbe kwa kina katika kazi yoyote ya kifasihi, kuibua taharuki au hamu ya kutaka kujua zaidi kuhusu tendo fulani kama msomaji na kusawiri sifa za wahusika kwa kuangalia hulka zao (Scot, 1925). Maoni ya Scot ni dhahiri katika ujumbe huu. Mbinu rejeshi hutumiwa sana na wahalifu katika *Facebook* na baruapepe hasa wakati ambapo wahalifu wanatoa usimulizi kuhusu tukio lililofanyika kitambo. Mbinu hii pia humrejeshi msomaji kwenye matukio ya awali kwa nia ya kufafanua jambo fulani au kulithibitisha kuwa la kweli kama ilivyojitokeza katika MbBP₃.

4.4.2 Kuchanganya Ndimi na Kuhamisha Ndimi

Kuchanganya ndimi ni mbinu ya kutumia lugha mbili au zaidi katika sentensi au katika kifungu kimoja. Wamitila (2003) anasema kuwa kuchanganya ndimi ni sifa ya kutumia lugha au maneno ya lugha mbili au zaidi katika matini moja. Ni sifa inayopatikana katika kazi za kifasihi na huwa kipengele muhimu cha kuukuza uhalisi wa kimatumizi ya lugha wa wahusika fulani ilhali kuhamisha ndimi ni dhana ambapo msemaji anaacha lugha fulani na kuhamia nyingine kuingia katikati kama ilivyo katika kuchanganya ndimi. Mbinu hizi mbili ni za kibalagha na hutumiwa na waandishi wa kifasihi kuakisi jamii ya waliosoma au wakati mwingine kukebehi wasiosoma kwa kuipapia lugha wasiyoifahamu vizuri. Uchanganuzi wa jumbe za kihalifu katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yalionyesha matumizi mengi ya kuchanganya ndimi na kuhamisha ndimi. MbFB₁ ni ujumbe unaodhihirisha kuchanganya ndimi huku mwandishi akionekana kuwa na hasira kwa ajili ya kiongozi mmoja katika nchi ya Kenya.

Niko na Kiulizo! Who was the first man in the world to burn down a church? Sadly, the same fellow is now defending the perpetrators of the many despicable acts committed against innocent Kenyans including burning of vehicles and harassment of innocent pedestrian by rogue, criminal elements masquerading as Bodaboda riders. The few rogue boda riders soiling the good reputation of the boda industry in the country should be smoked out ruthlessly. The man named above is a party leader of UDA-United Demonic Alliance.

Nina swali! Ni nani alikuwa mtu wa kwanza duniani kuteketeza kanisa? Ni huzuni kuwa mtu huyu sasa hivi anatetea wahusika wa matendo mengi ya dharau yaliyotendewa Wakenya wasio na hatia kama vile kuchoma magari yao na kushambuliwa kwa watu wanaotembea kwa miguu na wahalifu, majambazi wanaojifananisha na waendeshaji wa Bodaboda. Majambazi wachache wa bodaboda wanachafua jina nzuri la sekta ya hii katika nchi wanafaa kutolewa bila huruma. Mtu huyu anayetajwa hapa ni kiongozi wa chama cha UDA- Muungano wa Mashetani

MbFB₁:Kuchanganya ndimi Katika Ujumbe wa Propaganda

Mwandishi wa ujumbe huu kwenye *Facebook* yumkinika ni mmoja wa wafuasi wa mrengo wa *Azimio la Umoja*, mrengo wa kisiasa ulioanzishwa kwa nia ya kutumiwa na MGUR₂ katika uchaguzi wa Agosti, 2022. Mwandishi anadhihirisha kutompenda kiongozi wa chama cha UDA (*United Democratic Alliance*) ambaye alikuwa MGUR₁. Viongozi hawa wawili walikuwa wakimenyana kwa ajili ya kuingia ikuluni. Kutokana na hali kwamba wanasiasa hawa wawili walitofautiana na walikuwa katika kinyang'anyiro cha kuingia ikuluni, mwandishi alieneza habari za chuki na propaganda kumhusu MGUR₁. Anadai kuwa ana swali, kauli anayotumia kwa lugha isiyo sanifu kwa kusema 'kiulizo' kisha kuhamisha msimbo hadi kwenye lugha ya Kiingereza. Anatoa tetesi zake dhidi ya kiongozi MGUR₁ akiungama kwamba ndiye mwanadamu wa kwanza kuhusika katika uteketezaji wa watu kanisani. MGUR₁ alifunguliwa mashtaka katika mahakama kuu ya duniani ya ICC iliyoko Uholanzi kwa madai kuwa aliwachochea wafuasi wake mwaka wa 2007 wakati ambapo kulikuwa na uchaguzi na kusababisha vifo vya watu wengi waliokuwa wamekimbilia mafichoni kwenye kanisa moja nchini. Hata hivyo, mahakama ilitupilia mbali madai hayo kwa sababu ushahidi ulikosekana.

Mtuma ujumbe aliendeleza chuki na propaganda kwa kusema kuwa MGUR₁ aliwatetea wavunjasheria waliojificha katika sekta ya bodaboda. MGUR₁ aliwatetea waendesha wa bodaboda waliokuwa wakisakwa na kutiwa gerezani kwa vitendo vya kikatili vya kuwahangaisha wasafiri. Waendeshaji hawa walikuwa wamemdhulumu mwanamke baada ya kumgonga mmoja wao kwa gari lake katika ajali iliyofanyika Nairobi, mji mkuu wa nchi ya Kenya. Kitendo hiki kilisababisha serikali kuchukua hatua kali dhidi ya waendeshaji bodaboda wote nchini, kitendo ambacho MGUR₁ alikipinga vikali. Mwandishi wa ujumbe huu anakitukana chama chake cha *United Democratic Alliance* kama Muungano wa Mashetani.

Mwandishi aliamisha msimbo ili awasilishe hoja zake kwa uzito kwa kuonyesha ubaya wa MGUR₁. Pia anadhihirisha hasira zake nyingi dhidi ya kiongozi huyu pamoja na chama chake. Haya hayangewezekana ikiwa angetumia lugha ya Kiswahili hasa anapotoa maelezo kwa urefu kuhusu chama cha *UDA*. MbFB₁ ni ujumbe wa kihalifu kwa sababu ulichochea mivutano ya maneno kati ya makundi haya mawili ya kisiasa nusra kusababisha vita. Kando na kuashiria hisia zake, mwandishi anaonyesha kuwa ana ufahamu wa lugha ya Kiswahili na Kiingereza, lugha ambazo hutumiwa kama rasmi katika taifa la Kenya.

Kulingana na Herring (2007) kuchanganya ndimi katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ni njia moja ya kuonyesha utambulisho na umoja katika kikundi kama inavyodhihirika kwenye ujumbe huu wa kisiasa. Mwandishi aliutumia kimakusudi ili kuibua hisia na mihemko ya kisiasa hivyo kufaulu kutumia mhimili wa hisia wa nadharia ya ushawishi kuhakikisha kuwa wapiga kura wameonyesha chuki kwa kiongozi anayerejelewa. Katika UFB_U¹⁷ ujumbe uliojaa mawazo ganda dhidi ya jamii ya Waluhya, mwandishi amechanganya ndimi katika maelezo yake. Anatumia lugha ya Kiswahili na Kiingereza kuanzia mwanzo hadi mwisho. Anaanza kwa kusema kuwa, [...]...*they book bila kuketi ndani*. Neno *book* ni la Kiingereza linalomaanisha kukata tikiti wakati wa usafiri. Kuna uwezekano mkubwa mwandishi wa ujumbe alitumia neno hili kwa kukosa msamiati wa kutumia. Vilevile, mwandishi anasema kuwa akiona bado *empty* kumaanisha kuwa akipata watu hawajaabiri gari.

Yawezekana mwandishi wa ujumbe ana mazoea ya kuchanganya ndimi katika mazungumzo yake, hali iliyosababisha kusema haya. Maneno mengine ambayo yameandikwa kwa lugha ya Kiingereza ni kama vile, *powebank* ambacho ni kifaa

kitumiwacho kutia nguvu ya umeme kwenye betri, 3 hours kumaanisha saa tatu, *to drop na mayai boil*. Kubadili msimbo humsaidia mzungumzaji kujieleza ili kufidia upungufu wa msamiati, husaidia kuonyesha hisia, huwezesha vijana katika kujitambulisha na kundi fulani na pia huwawezesha kuonyesha umahiri wa lugha mbili au zaidi. Mwandishi wa ujumbe amefaulu kupitisha ujumbe wake wa kubagua na kukejeli jamii ya Waluhya. Ujumbe huu ni wa kihalifu kwa sababu ya lugha iliyotumika ya kukejeli jamii nyingine na inaweza kuleta majeraha kwa warejelewa.

Katika ujumbe wa UFBUh₁₈ mwandishi anachanganya ndimi katika ujumbe wenye mawazo ganda dhidi ya jamii ya Kikuyu. Ujumbe wenyewe ni wa kiuchochezi dhidi ya jamii ya Kikuyu. Zaidi ni kuwa anaonyesha chuki kwa jamii hii kwa ajili ya kutompigia kura kiongozi ambaye mwandishi alikuwa anamuunga mkono mwaka wa 2022. Mwandishi anachanganya ndimi kwa kusema, [...]...*never trust a Kikuyu who is alive na Heri ule ame kufa*. Anadhihirisha ufahamu wa lugha ya Kiswahili na Kiingereza. Yawezekana kuwa mwandishi anachanganya ndimi ili kufidia upungufu wa msamiati katika lugha moja. Kadhalika, mazoea ya mwandishi ya kutumia lugha zote mbili anapozungumza na kuandika inaweza kuwa ni sababu nyingine ya haya kutokea. Kuna uwezekano kuwa mwandishi alitumia lugha zote mbili ili kutoa msisitizo zaidi wa neno fulani akikusudia wasomaji kuupata ujumbe vizuri. Japokuwa mwandishi anatumia lugha hizi mbili kama ishara ya kuzimanya, angali na upungufu mwingi wa lugha ya Kiswahili kwa sababu amefanya makosa ya tahajia na ya kisarufi kwa kusema kuwa *heri ule ame kufa badala ya heri yule aliyekufa*.

Lugha ya intaneti inayosababisha Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huhusisha maandishi ya aina hii kwa kuwa mwandishi hajali anachokiandika (Crystal, 2001). Kutokana na kauli zilizo kwenye ujumbe UFBUh₁₈ inadhihirika kuwa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yanachangia uchanganyaji wa ndimi kwa sababu hakuna kanuni inayoongoza matumizi ya lugha mitandaoni. MbFB₂ ni ujumbe unaoashiria ujumbe wa chuki ukielekezwa kwa viongozi wa kisiasa ukihusisha kuchanganyanya ndimi kwa wingi.

<p>Let nobody lie to you eti UHURU KENYATTA and that Mganga from Bondo are powerful, infact they don't use their brains, they only use the names of their fathers when doing things without thinking. They are naturally fools. What was BBI all about? Total NONSENSE.</p>	<p>Mtu asikudanganye kuwa Uhuru Kenyatta na yule Mganga kutoka Bondo wana nguvu!!! Kusema ukweli huwa hawatumii akili!!! Wanatumia tu majina ya baba zao wanapofanya mambo bila kufikiria!!! Wao ni wajinga wa kiasili! BBI ilikuwa inahusu nini? Upuuzi mtupu.</p>
---	---

MbFB₂ : Matusi Kwenye Facebook

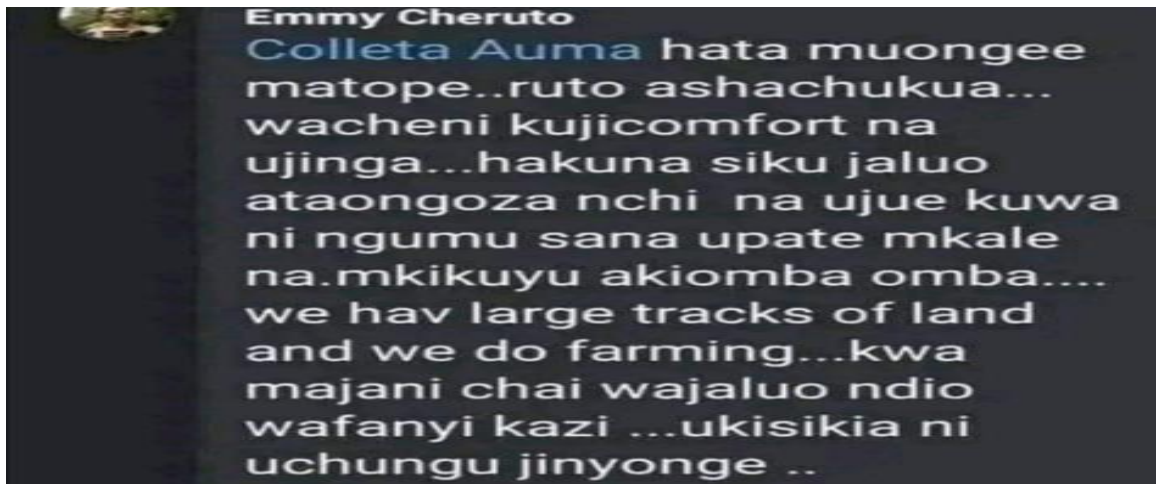
Ujumbe huu ni wa kisiasa uliojaa matusi yaliyoelekezwa kwa aliyekuwa rais wa Kenya mheshimiwa Uhuru Kenyatta na kiongozi wa upinzani Raila Odinga. Mwandishi wa ujumbe yumkini ni mfuasi wa karibu wa aliyekuwa naibu wa rais mheshimiwa William Ruto. Anaonesha ghadhabu zake kwa rais na mwandani wake Raila Odinga kwa kukiri kwamba hawa wawili hawana nguvu zozote. Tena, anaeleza kuwa hawatumii akili zao kauli inayoonyesha utovu wa heshima kwa viongozi tajika katika nchi ya Kenya. Azidisha kusema kwamba wao hutumia majina ya wazazi wao wa kiume kufanya uamuzi. Rais Uhuru Kenyatta ni mwana wa aliyekuwa rais wa kwanza katika nchi ya Kenya, Mzee Jomo Kenyatta ilhali Raila Odinga ni mwana wa aliyekuwa naibu wa rais katika utawala wa Jomo Kenyatta, Jaramogi Odinga. Hawa wawili walikuwa wanasiasa na viongozi wa miaka mingi. Baada ya vifo vyao, wana wao walichukua urithi wao katika siasa mmoja akiwa rais na wa pili akiwa kiongozi wa upinzani.

Mnamo mwaka wa 2021 rais Uhuru Kenyatta pamoja na Raila Odinga walijaribu kubadilisha katiba ya nchi kwa ajili ya kuwaunganisha Wakenya wote kabla ya uchaguzi wa Agosti. Mabadiliko haya ya katiba almaarufu *Building Bridges Initiative* yalipingwa sana na watu wengi akiwemo aliyekuwa naibu wa rais William Ruto. Mwandishi wa ujumbe anapandwa na hamaki na kudai kuwa viongozi hawa wawili hawatumii akili kwa kujaribu kubadilisha katiba kwa kutumia njia hii ya *BBI*. Aliandika maneno haya akiwa na nia ya kuwahamasisha na kuwazindua wananchi ili waone ‘uovu’ uliofanywa na viongozi hawa. Anatumia lugha ya Kiingereza halafu kachanganya na lugha ya Kiswahili ili kuonyesha hamaki zake na kuhakikisha kuwa wanaousoma ujumbe huu wameupata ujumbe wenyewe kikamilifu. Anatumia neno

‘eti” ambacho ni kihisishi kinachotumiwa ili kumtaka mtu avute usikivu wa kile kinachosemwa. Fauka ya hayo, anatumia neno la Kiswahili *mganga* kumrejelea kiongozi Raila Odinga. Neno mganga limekuwa likitumiwa na wafuasi wa William Ruto waliokuwa wakimpinga Raila Odinga kutokuwa rais wa taifa la Kenya. Yajitokeza waziwazi kuwa wahalifu huwa na ufundi wa kutumia lugha hasa kwa kuchanganya ndimi kwenye Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ili ujumbe ushawishi na ueleweke vyema kama ilivyo katika MbFB₂.

Neno mganga lilitumiwa kama propaganda ili kuwatia woga Wakenya kwa kutomchagua kiongozi ambaye anajihusisha na uganga. Ujumbe huu ulilenga wafuasi wa dini ya Kikristo ambao ni asilimia 85 kulingana na takwimu za mwaka wa 2019 (Kamer, 2022) ili wasimchague mtu anayehusishwa na uovu huu. Hizi ni tetesi tu zisizo na mashiko na zilisambazwa kwa ajili ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kutoa uhuru wa kuandika chochote mtu akitakacho. Herring (2002), anasema kuwa hali ya kutotumia majina au kuficha majina halisi ya watu kwenye intaneti husababisha uovu mwingi wa mitandaoni kama mashambulizi, semi za chuki na cheche za matusi. Kutotumia majina kwenye mawasiliano haya ni sifa moja ya kiteknolojia ya mfumo huu wa mawasiliano na hali hii huwa na athari zake katika diskosi za mitandaoni. Mwandishi haogopi hata kuwakashifu viongozi wakuu serikalini kwa sababu mawasiliano si ya moja kwa moja hivyo anaweza hata kujificha.

Mbinu ya kuchanganya ndimi inaongeza makali zaidi kwenye ujumbe ili uweze kuwaghasi walengwa. Kutokana na haya, ni wazi kuwa wahalifu wa mitandaoni hutumia mbinu hii ili kutimiza matakwa yao. MbFB₃ ni ujumbe mwingine wa kisiasa uliojaa kejeli za kisiasa kama njia ya kuudhi wengine ukihusisha watu wawili katika nchi ya Kenya waliokuwa wametoka katika jamii tofauti na vilevile mirengo tofauti ya kisiasa kama inavyodhihirika.



MbFB₃: Kuchanganya Ndimi Katika Ujumbe wa Matusi ya Kisiasa.

Ujumbe huu ni wa ubishi wa kisiasa uliotumwa kwenye mtandao wa *Facebook* baada ya uchaguzi kufanyika katika nchi ya Kenya. Ujumbe wenyewe unahusisha wananchi wawili kutoka pande mbili za kisiasa. Uchaguzi wa Agosti, 2022 ulihusisha kigogo Raila Odinga na aliyekuwa Naibu wa rais William Ruto. Baada ya matokeo kutangazwa, William Ruto aliibuka mshindi hivyo kusababisha migogoro na mabishano ya mitandaoni kati ya watu hawa kutoka jamii tofauti. Mwandishi wa ujumbe huu ni mfuasi wa William Ruto kwa kuwa anamtetea na anamwambia mwenzake kwamba wafahamu kuwa *washachukua* kumaanisha kuwa mshindi na hakuna haja ya *kujicomfort* akimaniisha kujiliwaza. Mwandishi anaunganisha maneno mawili ya Kiswahili na Kiingereza labda kwa sababu ya kupungikiwa na msamiati au kutokana na mazoea ya kuchanganya ndimi. Anamtusi mwenzake akisema kuwa waache kuongea matope na afahamu kuwa hakuna wakati Mluo ataongoza nchi ya Kenya. Ni wazi kuwa mbinu hii inatumika kueneza matusi na propaganda za kisiasa kama njia ya kuwashawishi mahasidi ili wakubaliane na asemacho.

Kadhalika, mwandishi anasema kwa kutumia lugha ya Kiingereza kuwa jamii ya Wakikuyu na Wakalenjin ni wakwasi wanaomiliki mashamba makubwa ya majani chai na wanafanya ukulima. Anadai kuwa wanaofanya kazi katika mashamba haya ni Waluo ambao pia ni ombaomba. Ujumbe huu ni wa kiuchochezi kwa ajili ya tofauti za kisiasa kati ya watu hawa wawili. Mwandishi anasawiri jamii ya Waluo kama wasiofaa kuwa na kiongozi na pia ni vijakazi ambao wanatumikishwa katika mashamba ya Wakikuyu na Wakalenjin. Jamii hizi mbili ndizo zimekuwa na marais tangu wakati ambapo nchi ya Kenya ilijinyakulia uhuru. Mwandishi wa ujumbe huu anakamilisha kauli yake kwa

kumwambia mwenzake kwa njia ya kejeli kuwa ajinyonge ikiwa anahisi uchungu. Huu ni ujumbe uliojaa mawazo ganda kwa jamii moja inayoonekana kuwa haina uwezo wa kuwa na rais. Ubishi wa aina hii kwenye mtandao wa kijamii ni uhalifu mkubwa kwa sababu kauli kama hizi zimewahi kutia nchi ya Kenya katika hali hatari ya vita baada ya uchaguzi. Kutokana na hali kwamba nchi ya Kenya ina makabila mengi, nchi ambayo yumkinika mwandishi ametoka, mbinu hii inanuia kushawishi kabila la Waluo ili wakubali kuwa mgombea urais wao ameshindwa.

4.4.3 Matumizi ya Nidaa/ Vihisishi

Nidaa ni maneno ambayo huonyesha hisia fulani kutoka kwa mtu. Hisia hizi zinaweza kuwa za furaha, majonzi, masikitiko, majuto na mshangao. Wakati mwingine alama ya kihisishi hupachikwa mwishoni mwa kifungu ili kudhihirisha hisia nzito. Kulingana naye, katika hali ya kawaida ni nadra kwa watu kuonekana wakitoa hisia nzito. Mwandishi hutumia alama ya hisi ili kuonyesha hisia zake. Jumbe za wahalifu kwenye *Facebook* na baruapepe hudhihirisha matumizi haya ya nidaa kwa wingi. Katika ujumbe wa UFBUh₂, ujumbe wa kilaghai kuhusiana na kufungwa kwa mtandao wa *Facebook*. Mwandishi anatumia alama ya nidaa kwenye mada yake. Mada yenyewe si ya kupuuzwa hata kidogo.

Mwandishi anasema, *Last Warning: Your account will be disabled! Immediately confirm your account to avoid blocking*. Ujumbe huu umeandikwa kwa kutumia kihisishi ili kuutia uzito maneno haya na kuhakikisha kwamba msomaji amezingatia yaliyoko. Hii ni mbinu tu ya kumshawishi mtumiaji wa mtandao wa Facebook kufanya hima ili atimize mahitaji ya mwandishi. Akifuata anachoambiwa atakuwa amejitia matatani. Wahalifu wa mitandaoni ni watu wa makri na hutumia mbinu yoyote ya kushawishi alimradi wapate kutekeleza uhalifu wao. Wahalifu hawa hutumia vitisho kwenye ujumbe huu ikiwa ni njia ya kushawishi japo kwa kushurutisha.

UFBUh₁₃ ni ujumbe wa vitisho katika mtandao wa *Facebook*. Mhalifu ametumia nidaa kimakusudi kama njia ya kumwonya mwandikiwa kuhusiana na kutoa siri kuhusu uvamizi uliopangwa. Mwandishi anadai kuwa kuna bomu hatari lililo kwenye jengo moja na linaweza kulipuka wakati wowote. Ili kuzuia ulipukaji na uharibifu, mwandikiwa anashurutishwa kulipa pesa kwa njia ya Bitcoin. Mhalifu anaonya kwa kusema kwamba, [...]...*If an explosive occurred and the authorities read this letter!*

We are not terrorists and don't take any responsibility for acts of terrorism in other buildings. Anatoa onyo na hakikisho kuwa wao si magaidi. Ikiwa uvamizi utafanyika kwingineko na kwa bahati mbaya vikosi vya usalama viweze kuuona ujumbe huu, wao watakuwa wamejitenga na uhalifu huo. Nidaa imetumiwa ili kutia ujumbe uzito ili mwandikiwa akubaliane na wasemayo waandishi pamoja na kutia wasiwasi ikiwa ni njia moja ya kushawishi. Wakati ambapo ushawishi kwa kutumia njia chanya katika mitandao ya kijamii hukosa kufaulu labda kutokana na wahalifu kugunduliwa, wao hutumia mbinu hasi kama vitisho kama inavyojitokeza kwenye ujumbe huu.

Kwenye MbFB₁, mwandishi anaanza kwa kusema kuwa, Niko na kiulizo! *Who was the first man in the world to burn down a church? Sadly, the same fellow is now defending the perpetrators of the many descipable acts committed against innocent Kenyans.* Hii inaashiria kuwa anauliza swali japo kimsingi alama ya uakifishaji ambayo anafaa kuitumia ni alama ya kiulizi (?). Matumizi ya alama hisi yanaashiria kuwa ujumbe anaotuma umejaa hisia. Ujumbe huu unaonyesha hisia za kutamauka, hasira na masikitiko dhidi ya kiongozi anayerejelewa. Mwandishi ni mmoja wa wanaopinga uongozi wa MGUR₁. Anaonyesha hisia za kusikitika kwa kusema kwamba ndiye wa kwanza duniani kuteketeza watu wakiwa kanisani. Vilevile, anaashiria hasira kwa kudai kuwa yeye anaunga mkono wavunjasheria wa bodaboda. Nidaa hii imejitokeza katika sentensi ili kumshawishi msomaji aweze kufanya uamuzi vizuri katika uchaguzi ili MGUR₁ asipate nafasi. Ni wazi kwamba uhalifu unaotekelezwa kwenye mitandao ya kijamii kupitia Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi hutumia vihisishi kwa wingi kwa ajili ya kuchochea hisia za msomaji. Wahalifu hutumia mkakati wa hisia wa Ushawishi ili ujumbe unaowasilishwa uwe na athari kwa wasomaji kama ilivyo kwenye MbFB₁.

Zaidi ya hayo, nidaa inaweza kujitokeza katika maneno au kauli fupi fupi kama ilivyo katika ujumbe huu wa MbFB₄. ***ONYO! ONYO! ONYO! ONYO! Umekaribishwa Kwetu Gatundu lakini USIJARIBU KUTUSI RAIS LA SIVYO KIFO! Heshima Idumu!*** Mwandishi wa ujumbe MbFB₄ yumkini ni mfuasi mkubwa wa chama cha *Jubilee* na shabiki mkubwa wa Uhuru Kenyatta, aliyekuwa rais katika nchi ya Kenya. Ujumbe huu uliandikwa kwenye Facebook ukikusudiwa umfikie William Ruto, aliyekuwa naibu wa rais na kiongozi wa chama cha *UDA* wakati ambapo nchi ya Kenya ilikuwa inafanya maandalizi ya uchaguzi mkuu mwezi wa Agosti, 2022. Baadaye,

William Ruto alishinda katika uchaguzi huo na kufanyika kuwa rais wa tano wa nchi ya Kenya. Ujumbe wenyewe ni onyo kwa Ruto alipokuwa anafanya kampeni katika kijiji cha Gatundu, kijiji ambacho kinaaminika kuwa nyumbani kwa Uhuru. Alitumia neno onyo pamoja na alama za hisi ili kuhakikisha kuwa mlengwa ameupata kwa uzito uliohitajika pamoja na wafuasi wake. Ruto alionywa kwa ajili ya kumpinga na kumtukana Uhuru akiwa nyumbani kwake kama yalivyokuwa mazoea katika kampeni. Mwandishi wa ujumbe anatoa vitisho kwa kudai kuwa ikiwa Ruto hangetii maneno hayo kifo kingempata. Ujumbe wa aina hii haufai katika nchi ya Kenya kwa sababu katiba ya nchi ya Kenya imempa kila mtu haki ya kutangamana, kujieleza kwa njia ya maneno au maandishi, haki ya kwenda na kuishi mahali popote (Kenya. L. O, 2013).

Isitoshe, kumwambia Ruto kuwa angepata kifo ni kosa la kihalifu katika *Facebook* ambalo lingezua uhasama wa kijamii katika nchi ya Kenya. Mwandishi wa ujumbe huu anaonyesha ghadhabu zake kwa kukariri neno onyo halafu kuhusisha alama hisi. Alama hizi za hisi zinaonyesha hisia za ukali zinazoelekezwa kwa mwandikiwa ambaye ni Ruto. Yawezekana mwandishi alitumia alama hisi ili ujumbe wake uvutie umakinifu wa wasomaji hasa wale ambao walikuwa wanamuunga Uhuru mkono na kuwaghasi waliokuwa wanaunga Ruto mkono. Jumbe za aina hii hutumiwa sana wakati wa kampeni japo zinaweza kusababisha vurumai. Vilevile, katika ujumbe wa MbFB₂ mwandishi alitumia alama ya kihisishi katika sentensi kuashiria mshangao na kuvunjika moyo. Anaeleza wasomaji kuwa Uhuru na Raila hawana nguvu kwa vyovyote vile za kubadilisha katiba na kuwashurutisha wananchi kumchagua kiongozi. Alitumia alama hisi zaidi ya moja kuonyesha msisitizo wa ujumbe, kuonyesha kuvunjika moyo kwa msemaji na vilevile alikusudia wasomaji waliopinga mpango wa viongozi hawa wawili wauchukulie kwa uzito bila kupuuza.

Uhuru huu wa kutumia alama za hisi zaidi ya moja kwa ajili ya kusisitiza kunatokana na Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huku mkakati wa hisia katika nadharia ya Ushawishi ukitawala kama ilivyo katika jumbe hizi. Alama hisi kulingana na Crystal (2001) kwenye Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi zinapotumiwa zaidi ya mara moja huashiria msisitizo. Wahalifu wa mitandaoni haja zao ni kuzua kwa kutumia vitisho ili kuwashawishi watumiaji wa mitandao ya kijamii kuitikia maombi yao. MBFB₂ ni uthibitisho kuwa jumbe za hisia hutumika ili kushawishi na kusambaza propaganda na vitisho ambavyo huwa na athari nyingi kwa wasomaji. Haya

yamwezekana kwa kuwa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi hufanyiwa mahali popote huku yakihusisha intaneti na huwa vigumu kuyadhibiti.

4.4.4 Matumizi ya Herufi Kubwa

Jumbe za kihalifu husheheni utumiaji wa herufi kubwa pakiwa na lengo. Herufi kubwa hutumiwa mwanzoni mwa sentensi au katika uandishi wa nomino za pekee. Massamba (2004) anasema kuwa herufi kubwa hutumiwa katika mwanzo wa sentensi, nomino za pekee na katika vichwa au mada. Jumbe nyingi za kihalifu huhusisha matumizi ya herufi kwa nia ya kuisitiza na kuonyesha kuwa ujumbe una uzito mkubwa na haufai kupuuzwa. Wahalifu hutumia herufi kubwa kwenye sentensi yote, katikati ya sentensi au mwanzo wa sentensi.

Katika ujumbe wa kitapeli wa kamari UBPUh₄, mwandishi ametumia herufi kubwa katika maandishi ya kichwa cha ujumbe. Ujumbe wenyewe ulitumwa kwa njia ya baruapepe ila kichwa chake kinazungumzia ukumbusho wa ushindi kutoka shirika la *Google*. Mwandishi anasema, *GOOGLE ANNIVERSARY WINNING NOTIFICATION*. Mwandishi wa ujumbe ameyafanya haya kimakusudi ili kumvutia msomaji. Mada yenye herufi kubwa ni ngumu sana kupuuzwa na msomaji yeyote. Zaidi ni kuwa mwandishi ametumia neno ushindi ili kujenga taharuki. Hali hii itamsababisha kuendelea kuusoma ujumbe ili afahamu kinachozungumziwa. Hiki ni kichwa kinachosababisha hali ya kimuyemuye na ushawishi kwa njia kubwa.

Katika ujumbe wa kitapeli unaohusisha urithi UBPUh₅, mwandishi wa ujumbe ametumia herufi kubwa katika uandishi wa anwani ili kumshawishi msomaji apate kufahamu asili ya ujumbe kwa mara ya kwanza baada ya kupitia anwani.

FROM: Kristalina Georgievadfgsxc305@gmail.com.

TO: “undisclosed-recipients;;”<undisclosed-recipients;;>

SENT: Sunday, May 15,2022,06:45:13PM GMT+3

SUBJECT: REF : (IMF) KADI YA VISA YA ATM YA UBA/ TGR/FGT/2022

Anwani hii ni ya kushawishi kwa sababu inaonyesha kuwa imetoka katika ofisi kuu ya fedha ya kimataifa. Ujumbe huu hauwezi kupuuzwa asilani na msomaji yeyote madhali

unadhihirisha kuwa umetumwa na watu au shirika tajika. Japo ni ulaghai, msomaji anaweza akajipata amenaswa kwa kukubaliana na mwandishi. Herufi kubwa imetumika zaidi katika sehemu ya pili mwandishi akisema, [...]...*Unashauriwa KUTOPELEKA malipo zaidi kwenye taasisi yoyote kuhusiana na muamala wako kwani hazina yako itatumwa kwako moja kwa moja kutoka kwetu.* Herufi kubwa imetumiwa kama onyo kwa msomaji ili kumtahadharisha kutopeleka malipo kwenye taasisi nyingine. Sehemu hii imetumiwa kama njia ya kumshawishi msomaji ili aone kuwa mwandishi ni mtu wa kuaminika na hangetaka msomaji apate hasara kwa kulipa kwingineko. Kwa uzingativu wa mkakati wa uaminifu katika nadharia ya Ushawishi, ni wazi kuwa mwandishi wa ujumbe huu amefaulu kutumia mkakati wa uaminifu na kusadikika ili kumshawishi msomaji. Zaidi ni kuwa herufi kubwa zimetumiwa ili kuteka umakinifu wa msomaji hivyo ni ushawishi kwenye macho yake.

Katika ujumbe wa UBPUh₇ unaodhihirisha utapeli wa kibiashara huku mwandishi akitoa usimulizi wake mrefu kwa njia ya baruapepe. Inajitokeza katika hatua ya kwanza kuwa yeye ni mhitaji kwa kuomba msaada huku akiwa ananyenyekea...*Hello My Dear, PLEASE I NEED YOUR HELP. My Name is Samira I am writing this mail to you with tears and sorrow from my heart.* Kiimbo cha ombi pamoja na matumizi ya herufi kubwa ni njia moja ya kunasa umakinifu wa msomaji ili aendelee na usomaji ili apate kufahamu anayosimulia mwandishi. Kichwa hiki kinajenga taharuki kwa msomaji anayekutana nacho kwa mara ya kwanza. Atajiuliza maswali mengi kama vile, ni usaidizi wa nini anaoutaka mwandishi? Je, mwandishi ni nani? Sehemu hii itamchochea mlengwa kuendelea kusoma usimulizi huu mrefu. Baada ya kutoa usimulizi wake anatamatisha kwa kumwambia msomaji kwamba anasubiri majibu yake ya dharura ambayo tayari anafahamu kuwa yatakuwa mazuri.

Matumizi ya herufi kubwa yanadhihirika katika kisehemu hiki ili msomaji ashawishike na afahamu kuwa kuna jambo muhimu na la dharura linalotarajiwa kutoka kwake. Ni mtego unaotumiwa na mwandishi kwa kuwa tayari alikuwa ametoa usimulizi kuhusu kusaidiwa katika kugawa pesa. Herufi kubwa zinatoa msisitizo wa ujumbe pamoja na kuonyesha udharura unaohitajika kutoka kwa mwandikiwa. Kwa kuzingatia mkakati wa uaminifu pamoja na mvuto kwa mwandishi katika nadharia ya Ushawishi, ni wazi kuwa herufi kubwa zinatumiwa ili kuwashawishi wasomaji.

Mwandishi kwenye ujumbe UFBUh₁ alitumia herufi kubwa kwenye ujumbe mzima. Anaonekana akiomba msamaha kwa sababu mbwa aliyefaa kusafirishwa alihitaji kupata kifaa maalum cha kumsafirishia. [...]...*DEAR CLIENT, WE ARE SORRY FOR INCONVINIENCE AS WE WISH TO INFORM YOU THAT YOU PUPPY IS STILL PENDING.* Anatumia herufi kubwa zote ili ujumbe uonekane kuwa muhimu na tofauti na jumbe zingine. Herufi kubwa zitamfanya mlengwa kuuona na kuusoma kwa haraka pasipo kusumbuka kwa sababu kila herufi inaonekana waziwazi. Itakuwa vigumu sana kwa msomaji yeyote yule kupuuza ujumbe wa aina hii. Cyrstal (2001) anasema kuwa herufi kubwa zinapotumiwa kwenye maandishi huashiria hasira na hali ya kupaza sauti. Ni dhahiri kuwa mwandishi anapaza sauti ili msomaji afanye kama anavyoagizwa. Kando na hayo, mwandishi anatumia rangi tofauti ili kuhakikisha kuwa ujumbe umepokelewa kama alivyokusudia. Ni wazi kuwa wahalifu hutumia kila mbinu kuhakikisha kuwa maandishi yao yamewanasa wasomaji.

Kupitia mkakati wa asili ya ujumbe kama ulivyofafanuliwa katika nadharia ya Ushawishi, ujumbe huu unanuiwa kuleta ushawishi kwa minajili ya kutapeli mlengwa. Bellatoni (2012) anadai kuwa rangi huathiri uamuzi wa mtu, maoni na hisia. Wino mwekundu unaashiria kufikia kilele ili kumfanya msomaji apatwe na wasiwasi kuhusu hali ya mtuma ujumbe. Herufi kubwa zimetumika pia katika ujumbe UFBUh₆ ambao ni unyanyasaji kupitia picha za ponografia. Mwandishi anasema, [...]...*HEY SUNRISE GET ***CKED.* Ni ujumbe uliotumwa na mwanamke mwenye hasira huku akicharura kituo cha runinga cha *Sunrise* kwa kumwingilia kama alivyodai. Anasema kuwa kituo kile kifanywe ngono, maneno yanayodhihirisha utovu wa maadili. Herufi kubwa zimetumiwa katika ujumbe huu wa kihalifu kuashiria hamaki, kupaza sauti, kuomba usikivu na kuhakikisha kuwa ujumbe ule haujakosa kusomwa na kituo kinacholengwa.

Inajitokeza kwa uwazi kupitia mikakati miwili ya asili ya ujumbe na hali ya mazungumzo katika nadharia ya Ushawishi. Huu ni ujumbe wa kihalifu wa ushawishi uliojaa mihemko kutokana na hasira. Asili ya ujumbe huweza kusababisha ushawishi kama ilivyo kwenye ujumbe huu. Mwandishi anajulikana na watu wengi kama mwanamke jasiri na mtetezi wa haki za wanawake hivyo maandishi yake yatakuwa na athari kubwa kwa wasomaji. Herufi kubwa pia zimetawala katika ujumbe wa UFBUh₁₁. Mwandishi pia ameonyesha ghadhabu kwa wachezaji wa tenisi baada ya kupata matokeo yaliyomvunja moyo. Anatumia lugha yenye matusi na isiyo na adabu kwa

wachezaji hawa, jambo ambalo linasikitisha mno. [...]...*PAIR OF USELESS DOUBLE TENNIS PLAYERS*. Hovland (1953) katika mtazamo wake wa nadharia ya Ushawishi anafafanua kuwa; nani aliyesema maneno, alisema yepi au nini na alisema kwa nani ni sehemu muhimu ya ushawishi. Ujumbe huu utashawishi mno kwa kuwa mwandishi wa ujumbe ni shabiki mkuu wa mchezo wa tenisi ambaye anawahamasisha wengine.

Kwa uzingativu wa kile kinachosemwa kwenye ujumbe huu, utashawishi walengwa kwa kuwa umejaa lugha ya matusi na kejeli huku mwandishi akitumia herufi kubwa ili kuhakikisha amegusa hisia za wasomaji. Vilevile, kwenye MbFB₄ mwandishi alitumia herufi kubwa katika uandishi wa mada akinuia kutoa onyo. *ONYO! ONYO! ONYO! ONYO! Umekaribishwa Kwetu Gatundu lakini USIJARIBU KUTUSI RAIS LA SIVYO KIFO*. Tahadhari hii imeandikwa kwa kuchanganya herufi kubwa na ndogo ili mlengwa asije akaipuza. Mwandishi ameendelea kwa kutoa vitisho kuhusiana na kile MGUR₁ angekipata ikiwa angeenda Gatundu na kumtusi rais. Hali ya mawasiliano ni kigezo muhimu katika ujumbe wa kiushawishi kama ilivyofafanuliwa awali. Mawasiliano haya yanaashiria mihemko kutokana na hali ya kisiasa nchi Kenya. Ujumbe huu utashawishi walengwa pakubwa. Siasa na kampeni husababisha hisia mbalimbali wakati watu wanapingana. Inajitokeza kwa uwazi kuwa ujumbe huu ulinuiwa kuwashawishi wasomaji huku herufi kubwa zikihusishwa kuleta hisia mbalimbali. Kama ilivyofafanuliwa katika mhimili wa hisia katika nadharia ya Ushawishi, ujumbe huu unaibua hisia.

Matumizi ya herufi kubwa yamejitokeza pia katika ujumbe wa MbFB₂ ujumbe ambao mwandishi anaoneka kutofurahishwa na aliyekuwa rais wa nchi ya Kenya, Uhuru Kenyatta na kiongozi Raila Odinga kushinikiza mabadiliko ya katiba kwa wananchi. Anaandika jina la rais kwa kutumia herufi kubwa kwa sababu yeye ndiye kiongozi wa nchi. Kulingana naye, mambo aliyoyafanya yaliumiza mwandishi na wananchi wengine. Herufi kubwa inasisitiza ujumbe kwa wafuasi wa viongozi hawa wawili ili wapate kuona ‘uovu’ unaoendelezwa nao kama anavyofafanua mwandishi. Imejitokeza kwa uwazi kuwa ujumbe huu uliandikwa na mtu aliyoneka kukerwa na viongozi katika nchi ya Kenya. Hovland (1953) anaeleza kuwa mvuto kwenye asili au chanzo cha ujumbe huufanya kukubalika kwa haraka. Ujumbe huu chanzo chake ni hali ya mihemko ya kisiasa nchini Kenya, hivyo utashawishi na kukubalika haraka ili

kusambaza propaganda. Ujumbe MbFB₅ ni wa kisiasa lakini umesheheni matumizi ya herufi kubwa kwa wingi.

ONYO! ONYO!ONYO!HAPA NORTH RIFT KURA NI ZA WILLIAM SAMOEIRUTO NA ZIO TAPATHALI HAPA NI SUTI NA LASIMA WILLIAM ASHINDE, KITAELEWEKA NGOBIT TUGUL!

MbFB₅:Ujumbe wa Propaganda wa Kisiasa

Ujumbe huu uliandikwa wakati ambapo nchi ya Kenya ilikuwa inafanya maandalizi kwa ajili ya uchaguzi mkuu mwezi wa Agosti, 2022. Ni ujumbe wa vitisho uliotumwa kwenye mtandao wa *Facebook*. Mwandishi wa ujumbe huu yawezekana ametoka katika sehemu ya Bonde la Ufa na ni mfuasi wa aliyekuwa naibu wa rais, William Ruto, alipokuwa anatafuta kiti cha urais katika nchi ya Kenya. Mwandishi anawatishia watu wengine kwa kuwashurutisha kuwa eneo la Kaskazini lazima wangempigia Ruto wapende wasipende. Anataja suti kwa lazima kumaanisha kuwa kila mtu ambaye angechaguliwa lazima awe angetoka katika chama cha Ruto. Anakamilisha kauli yake kwa kuandika kwa kutumia lugha ya Kikalenjin na kusema, *NGOBIT TUGUL!* Kauli hii inamaanisha kuwa lazima yote yapatikane. Usemi huu ulikashifiwa vikali na serikali kwa sababu ungesababisha uhasama kati ya jamii mbalimbali zinazoishi katika eneo hili.

Isitoshe, ametumia herufi kubwa katika maandishi yote ili kusisitiza ujumbe. Kulingana naye, kila mtu hasa kutoka jamii nyingine lazima afahamu anayepaswa kupigiwa kura la sivyo wangeelewa. Kusema kuwa kitaeleweka ni msimu unaotumiwa kumaanisha kutambua au kufahamika. Hutumiwa sana sana na watu wakiwatahadharisha wengine kuhusu jambo ambalo mtu anafaa kuepuka. Mwandishi alimaanisha kuwa ikiwa walengwa hawangefanya alivyosema wangepigwa au wahamishwe kwingine. Maneno haya yana uzito kwa kuzingatia mkakati wa msemaji wa maneno katika nadharia ya Ushawishi. Ujumbe huu yumkinika uliandikwa na mfuasi wa William Ruto ambaye ana umaarufu mwingi katika eneo linalorejelewa hivyo utawashawishi walengwa. Kwa kuzingatia mkakati wa hali ya mazungumzo, ni wazi kuwa ujumbe huu ni wa propaganda za kisiasa na matumizi ya herufi kubwa ni kuhamasisha na kushawishi wasomaji ili wafanye uamuzi fulani.

Ujumbe wa UFBUh₁₄ unadhihirisha mbinu ii hii katika ujumbe wa ubaguzi wa rangi. Mwandishi anaonyesha kuudhika kwa mchezaji kutoka Bara la Afrika kwa ajili ya matokeo duni ya mchezo. [...] ****CK YOU BLACK MONKEY PLEASE LEAVE MY CLUB*. Yumkini mwandishi ametoka katika Bara tofauti na msomaji wa ujumbe huu mantasababu anatumia maneno ya ukali yakimlenga. Anamrejelea kama nyani mweusi anayefaa kuishi tu kichakani mbali na walipo watu. Zaidi ni kuwa anatumia maneno ya matusi na yasiyokuwa na tasfida kumrejelea mchezaji. Utumiaji wa herufi kubwa ni njia ya kupaza sauti na kusisitiza ujumbe ili mchezaji aweze kuupata sawasawa kama ulivyokusudiwa. Kwa kuzingatia mkakati wa hisia wa ushawishi, ujumbe huu utagusa hisia za mrejelewa kwa ajili ya kubaguliwa na kulinganishwa na mnyama wa mwituni.

Ujumbe mwingine ambao umesheheni matumizi wa herufi kubwa ni wa UFBUh₂₄ ujumbe unaosambaza porojo na propaganda za kisiasa. Mada ya ujumbe ule imeandikwa kwa herufi kubwa ili kutia ujumbe uzito. Mada yenyewe ni, *WHY MT. KENYANS FEAR MGUr₁ AND WILL NEVER VOTE FOR HIM IN 2022*. Yeyote atakayekutana na kichwa cha aina hii atashawishika kwa haraka na atanasika na kuendelea kusoma yale yaliopo. Kwanza, mwandishi anafafanua jambo ambalo litazuia watu wa Mlima Kenya kutomchagua MGUr₁. Anatoa sababu zake kuanzia mwanzo hadi mwisho. Kichwa cha ujumbe huu ni kishawishi kwa wanaomuunga MGUr₁ na wanaompinga. Ni kichocheo zaidi kwa watu wa Mlima Kenya ili kuwashawishi kutompigia kura kiongozi huyu.

Mwandishi alitumia propaganda hizi za kisiasa akilenga jamii nyingine tofauti zilizokuwa na maarubu ya kumpigia kiongozi MGUr₁ kura kubadilisha azma yao na kumpigia mpinzani wake. Kama anavyofafanua Hovland (1953), mkakati wa chanzo cha ujumbe ni kigezo muhimu katika ushawishi. Watu maarufu na tajika huwa na ushawishi mkubwa kushinda wasio na umaarufu. Kwa kuwa ujumbe huu unamrejelea mtu maarufu katika nchi ya Kenya na jinsi ambavyo hafai kuwa rais, ujumbe huu utashawishi zaidi watu ambao hawamtaki ili wahakikishe kuwa hajatwaa uongozi.

4.4.5 Takriri

Hii ni mbinu ya kurudiarudia neno, kirai au sentensi katika maandishi ili kusisitiza jambo. Wamitila (2003) anasema kuwa urudiaji huu unaweza kuwa wa vokali, urudiaji wa konsonanti na urudiaji wa neno au maneno. Urudiaji huweza kuchukua mwelekeo

wa usambamba ambapo silabi, neno au kishazi fulani katika sentensi hurudiwa. Ujumbe UFBUh₁ umetumia takriri katika maneno. Urudiaji huu unahusisha sentensi moja iliyo na maneno arubaini na moja huku mwandishi akieleza umuhimu wa mbwa wake kuhitaji kifaa maalum cha hewa cha kumsafirishia. [...]... *WE ARE SORRY FOR THE INCONVINIENCE AS WE WISH TO INFORM YOU THAT YOUR PUPPY IS STILL PENDING FLIGHT AT THE AGENCY*. Mwandishi anarudia maneno yale mara kadhaa kama njia moja ya kumshawishi mlengwa alipie pesa za kifaa kile.

Urudiaji huu unanua kusisitiza ujumbe ili msomaji anaswe katika mtego ule wa kutuma pesa. Urudiaji huu unasababisha hata makosa ya sarufi kwenye sentensi ambazo zinalenga kuunda virai na vishazi ambavyo msomaji hatagundua kwa urahisi au kufuatilia kwa undani. Mhalifu anafahamu fika kuwa akiandika mara moja yawezekana ujumbe ule usipokelewe kwa uzito unaohitajika. Fauka ya hayo, anarudiarudia maneno kuwa, [...]... *Yeye ndiye mmiliki halali wa mbwa yule kwa sababu tayari malipo yake yamefanyika*. Hii ni njia nyingine ya kumshawishi mlengwa kuwa akishafanya malipo hakuna mtu mwingine atakayekuwa mmiliki wa mbwa isipokuwa yeye. Mwandishi wa ujumbe vilevile anajaribu kuonyesha mamlaka na ukweli wa ujumbe huu kwa kutaja kuwa ubadilishanaji wa nakala ulifanyika kwa njia ya kihalali kwenye ofisi za mawakala. Urudiaji huu wa kimakusudi ni mbinu inayotumiwa na mhalifu ili kusisitiza ujumbe.

Vilevile, ujumbe MbFB₅ umetumia takriri-neno katika uandishi wa tahadhari. [...]... *ONYO! ONYO! ONYO! HAPA NORTH RIFT KURA NI ZA WILLIAM SAMOEI RUTO*. Neno onyo linakaririwa kimakusudi ili kiongozi anayelengwa aupate bila kupuuza ikiwa ni njia moja ya kusisitiza ujumbe. Ikiwa neno onyo lingetumika mara moja kuna uwezekano mkubwa kuwa msomaji angepuuza ujumbe huu. Vilevile, mawazo yanayozungumziwa kwenye ujumbe yataingia kwenye akili ya msomaji moja kwa moja. Kama anavyofafanua Hovland (1953) kwenye mkakati wa chanzo cha ujumbe, wazungumzaji ambao ni maarufu hushawishi zaidi kushinda wasio na umaarufu wowote. Kwa kuwa kiongozi Ruto ni maarufu katika nchi ya Kenya, kuna uwezekano mkubwa kuwa wapokezi wa ujumbe watashawishika haraka. Zaidi ni kwamba, tahadhari ikiwa imeandikwa kwenye mtandao wa *Facebook* itawavutia wasomaji wengi katika pande zote mbili za kisiasa na kusababisha mihemko. Yawezekana mwandishi alikusudia haya.

Kwenye ujumbe wa UFBUh₂₄ unaoendeleza propaganda za kisiasa na porojo, mwandishi alitumia takriri-neno kimakusudi. *WHY MT. KENYANS FEAR MGU₁ AND WILL NEVER VOTE FOR HIM IN 2022: MGU₁ is an evil man, wicked and a criminal. In 2007, MGU₁ organized his MGU₁ group to kill rape and burn innocent people in Kiambaa church.* Mwandishi anarudiarudia jina la kiongozi MGUr₁ akikusudia ujumbe uwafikie wafuasi wa chama cha Azimio la Umoja na waliomuunga MGUr₂ mkono akikusudia kuwazindua wengine waliokuwa katika kundi lile waliomuunga MGUr₁ mkono kuacha kwa sababu ya uovu wake mwingi. Hata hivyo, mwandishi anatumia takriri kuonyesha namna MGUr₁ hakustahili kuwa kiongozi katika taifa la Kenya. Kauli za mwandishi zimehusisha chuku kwa wingi kusambaza propaganda za kisiasa bila ithibati yoyote kuhusu mrejelewa.

Coulthard na Johnstone's (2010) wanadai kuwa lugha ya kumharibia mtu jina hutumia chuku na maneno ya ubishi kwa wingi kama inavyojitokeza hapa. Waandishi wa jumbe za propaganda za kiuchochezi katika siasa ni watu walio na ufahamu mwingi jinsi jumbe hizi hushawishi kwa kurudiarudia kauli fulani. Kwa kuzingatia mkakati wa ushawishi wa hali ya mawasiliano katika kipengele cha mtindo wa ujumbe, ni wazi kuwa watu hushawishika na huathirika na kile wanachokisikia kwanza. Ikiwa ujumbe huu uliwasilishwa ukiwa wa kwanza kwa kundi lengwa au wasomaji, utawashawishi mno na kuwabadilisha. Ujumbe huu utawashawishi wananchi kisiasa ili wakose kumpigia kura kiongozi anayerejelewa.

4.4.6 Maswali ya Balagha

Balagha ni ufundi wa kuuliza maswali yasiyohitaji majibu kwa ajili ya kutaka kuvutia hisia za msikilizaji au msomaji. Wamitila (2003) anafafanua balagha kama dhana inayotumiwa kuelezea nadharia au sanaa ya jinsi ya usemaji na mbinu za uwasilishaji wa usemi kwa njia ya kushawishi na kuathiri msikilizaji. Maswali yanayoulizwa huwa hayahitaji majibu kwa sababu tayari jibu lake huwa linafahamika. Kuhenga (1977) anaeleza balagha kama msemu wa kitashititi ambao mwandishi hulenga kuingilia au kuchipua maoni ya msikilizaji, kutoa hoja za kuisimua au kuuliza maswali ya kuchoma moyo na huchochea hisia mbalimbali. Kwenye ujumbe wa unyanyasaji wa kimapenzi wa UFBUh₄ mwandishi anasema, [...]...*Your not a whore but yet you have many kids? Lol you're a lot more than just a whore you don't even classify as a whore.* Anashangaa

namna mrejelewa anavyojishaua ilhali ana watoto wengi, watoto ambao mwandishi anauliza walikotoka.

Ujumbe huu ni wa kumnyanyasa mwanamke kwa njia ya matusi na kumsawiri kama kahaba. Swali la balagha limetumiwa ili kumpa changamoto msomaji ilia aone kuwa hastahili. Kwa kuzingatia mkakati wa hisia kwenye nadharia ya Ushawishi, ni wazi kwamba wahalifu wa mitandaoni huhusisha maswali ya balagha ili kuathiri hisia za msomaji kupitia Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Maswali aliyoulizwa msomaji yatamfanya kuwa na hasira, ajidunishe na ahisi kuwa ulimwengu unamsawiri kama kahaba kwa kuwa na watoto nje ya ndoa. Ujumbe wa UFBUh₁₁ uliojaa matusi ya mitandaoni umetumia maswali ya balagha pia. Mwandishi akiwa amejawa na ghadhabu anasema, [...]...*I WOULD LIKE TO KNOW HOW ON EARTH YOU LOST THIS DOUBLES MATCH???* Swali hili limetumiwa na mwandishi kama njia ya kuonyesha kutoamini namna ambavyo wachezaji wale wa mchezo wa tenisi walivyoshindwa.

Vilevile, mwandishi anatumia swali hili kuonyesha kutamaushwa na wachezaji baada ya kushindwa ndiposa anatumia alama tatu za kiulizi. Kwa kuzingatia mkakati wa mantiki katika nadharia ya Ushawishi, mwandishi wa ujumbe huu anahusisha swali hili la balagha huku akitaka mrejelewa kuelezea ni kwa njia gani aliweza kushindwa katika mashindano yale. Ni dhahiri kuwa wahalifu wengi wa mitandaoni hufahamu lugha wanayofaa kuitumia ili kufaulisha ushawishi wao kama ilivyo kwenye UFBUh₁₁ kwa kuhusisha maswali ya balagha. Matumizi ya alama tatu za au zaidi katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huashiria hasira na ishara za kufanyika kwa mambo yasiyotarajiwa. Alama hizi tatu za kuuliza swali zinachukua nafasi ya kihisishi ili kuonyesha mshangao kwa mashabiki wa mchezo ule baada ya wachezaji wao kushindwa.

Katika ujumbe unaohusisha mawazo ganda dhidi ya jinsia ya kike wa UFBUh₁₆, mwandishi anatumia swali la balagha ambalo linanua kuwachochea wasomaji kuwaza zaidi kuhusu suala lile. [...]...*Ruto should stop insulting women. When he says that some men are like women what we want to know is, how does he know?* Ujumbe huu uliochochewa na tofauti za kisiasa nchini Kenya ulitumwa na kiongozi wa kike Charity Ngilu aliyeghadhabishwa mno na usemi wa kiongozi William Ruto kwa kumrejelea kiongozi Eugene Wamalwa kama mwanamke. Anaibua swali la kuonyesha kuwa Ruto

ametawaliwa na ubaguzi wa jinsia hivyo anataka kuwazindua wanawake wenzake pamoja na wanaume kukemea tendo hili. Kupitia mkakati wa mamlaka katika nadharia ya Ushawishi, ni dhahiri kuwa ujumbe huu utaweza kuwashawishi walengwa kwa sababu aliyeutuma ni kiongozi tajika katika nchi ya Kenya na anawatetetea wanawake ambao ni wengi kuliko wanaume nchini.

4.4.7 Utundikaji/Mdokezo

Hii ni hali ambayo mwandishi kwenye sentensi hukosa kukamilisha kauli yake, kwa hivyo huwa inambidi kuikata. Ukataji huu hutumia alama tatu za dukuduku. Hata hivyo, watu wengine hutumia alama ya koma kuashiria mdokezo japo si sahihi kisarufi. Wamitila (2003) anaeleza mbinu hii kama hali ambapo mwandishi hukatiza usemi fulani na kumwachia msomaji au mpokeaji kuumaliza. Aghalabu huwa pana vielekezi au elementi zinazoweza kumsaidia msomaji katika kukamilisha huko. Hutumiwa kuonyesha maarifa fulani. Inawezekana pia ikasababishwa na sababu za kitasfida.

Joshua (2017) anaeleza utundikaji kama kitendo cha kawaida cha lugha kinachounganisha na kuonyesha sehemu zilizofutwa, hali ya kusitasita kwa kimakusudi, ukimya au kutokamilika kwa mawazo. Utafiti huu ulibainisha kuwa wahalifu wengi hutumia utundikaji kwenye maandishi kwa njia ya kimakusudi ili kuficha makali, kuonyesha mshangao au kuonyesha kutokuwepo kwa urasmi katika maandishi ya mitandao. Ujumbe MbFB₆ ni mfano mzuri wa namna utundikaji hufanyika katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi.

In Islam religious upbringing the woman has no say...it is the responsibility of.....?, so if the hubby is a Muslim the children are automatically...?and if the dad is non Muslim... the children will be...?
--

Katika ukuaji wa dini ya kiislamu mwanamke hana usemi...ni jukumu la.....? Kwa hivyo ikiwa mume ni Muislamu watoto moja kwa moja? Ikiwa baba si Muislamu.... Watoto watakuwa....?
--

MbFB₆: Utundikaji Katika Ujumbe wa Ubaguzi wa Kijinsia

MbFB₆ ni mazungumzo yaliyosheheni ubishi kati ya muumini wa dini ya Kiislamu na asiye muumini kwenye mtandao wa *Facebook*. Ujumbe huu unaonyesha namna ubaguzi wa kijinsia unavyoendeshwa huku ukifungamanishwa na dini. Ubaguzi huu ni

wa misingi ya kidini huku mwandishi akionyesha jinsi Mwislamu hawezi kuo au kuolewa na mtu asiye Mwislamu. Ujumbe huu unahusisha matumizi ya mdokezo au utundikaji ili kuonyesha mshtuko na hali ya kushangazwa ya maisha ya wanawake wa Kiislamu. Inaonyesha kuwa ubabedume umekita mizizi na mwanamke hajapewa nafasi yoyote katika dini hii. Mtindo uu huu pia umetumiwa ili msomaji aweze kusoma na kuwaza kuhusu hali yenyewe. Mwandishi amepiga hatua na kutumia maswali ya balagha na ya kiwazi ambapo msomaji anahitajika kujijazia kama wanavyodokeza (Halliday na Hasan, 1976). Mtindo huu pia unafanya maandishi yaonekane kama ni mazungumzo ya moja kwa moja ambapo msomaji au mlengwa anahusishwa katika kufanya maamuzi kuhusu yanayozungumziwa.

Kadhalika, utundikaji unatumiwa na mwandishi kuficha na kukata kauli zenye uzito ambazo zinaweza kusababisha maudhi kwa msomaji. Anashangaa hali ya maisha ya mwanamke wa Kiislamu na kuacha kauli nyinginezo zikamilishwe na msomaji. Utundikaji huu unapatikana katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kwa sababu mwandishi ana uhuru wa kuandika namna atakavyo hasa anapotumia vifaa kama tarakilishi na simu, tofauti na maandishi mengine kwenye vitabu. Mwandishi anafanya haya ili kuokoa muda na kupunguza maandishi katika kazi yake. Inawezekana pia utundikaji huu ulifanywa kimakusudi kwa ajili ya kukosekana kwa kanuni za kufuatwa katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi. Pia, utundikaji unaweza kuwa ulisababishwa na mazoea ya mtu ya kutokamilisha kauli anapoandika huku akifikiri kuwa msomaji tayari anafahamu kinachozungumziwa.

4.4.8 Ufupishaji wa maneno na Kudondosha Herufi

Hiki ni kitendo cha kufuta au kudondosha herufi fulani ama sauti. Herring (2004) anasema kuwa ufupishaji hufanyika katika mazungumzo ya mitandaoni kwa nia ya kuokoa nguvu za kuandika. Matumizi ya vifupisho vilevile huokoa muda mtu anapoandika kwenye mtandao. Mfano huu wa ujumbe wa MbFB₇ unaashiria namna ufupishaji unavyofanyika katika mitandao.

WSR and his fellow cows, mkumbuke 2na manufacture guns n bullets pale Ruiru. Prezo wa 5 wa Jamhuuri ya Kenya ni man RAO Raila Amolo Odinga! Nkt!

WSR na ng'ombe wake, mkumbuke kuwa tunatengeneza bunduki pale Ruiru. Rais wa tano wa Jamhuri ya Kenya ni Raila Amolo Odinga. Nkt!

MbFB7: Matusi ya Kisiasa

Ujumbe MbFB₇ ni wa kisiasa na kihalifu kwa sababu umejaa matusi ya kiuchochezi. Yamkinika kuwa ulitumwa na mmoja wa waliokuwa wanampinga William Ruto kuwa Rais wa tano wa nchi ya Kenya. Mwandishi alikuwa anampigia debe mgombea kiti cha urais Raila Odinga. Kwanza anaandika jina la mgombea urais huyu kwa ufupi-WSR ili aweze kuokoa muda anapouandika. Ujumbe wenyewe ni wa matusi kwa sababu mwandishi aliwatukana watu kuwa ng'ombe kwa ajili ya kumuunga mkono Ruto na kuonyesha hisia za kutopendezwa naye. Anatumia kihisishi *nkt!* kinachoashiria kitendo cha kunyusa, hii ikiwa sauti itumiwayo kuonyesha dharau. Mwandishi pia anachanganya herufi na nambari kwa kusema *2na* badala ya tuna kuashiria kuwa ni mbinu ya kurahisisha uandishi katika mitandao. Anazidi kusema *prezo wa 5 wa Jamhuri ni RAO*. Nabea (2010) anaelezea ufupishaji huu kama uchumi katika matumizi ya maneno. Hata hivyo, 'uchumi' huu wa maneno unatinga mawasiliano na uelewaji wa haraka kwa sababu mtu asiyefahamu kuwa William Ruto (WSR) na Raila Amollo Odinga (RAO) ni viongozi katika nchi ya Kenya atakosa kufahamu ujumbe. Neno *prezo* ni ufupisho wa *President* (rais) katika lugha ya Kiingereza.

Udondoshaji wa herufi ni wazi katika ujumbe huu ambapo nambari zinatumiwa kusimamia sauti fulani. Wahalifu wa mitandaoni ambao hutuma jumbe za kiuchochezi, kama ilivyo katika ujumbe huu wanaelewa njia mwafaka ya kuwasiliana ili kuvuta umakinifu wa hadhira na kutinga kuelewa kwa watu wengine. Kwa uzingativu wa maelezo ya Herring (2004) na Nabea (2010) kuhusu ufupishaji wa maneno kwenye Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi, ni dhahiri kuwa ufupishaji huu kwenye ujumbe wa kihalifu unanuiwa kupunguza muda wa kuandika na kupunguza maneno. Ujumbe UFB_U₂₂ ulitumwa na mtu anayeaminika kuwa muumini wa dini ya Kikatoliki huku akiwatetea Wakatoliki wote baada ya mmoja anayepinga dini hii kuandika ujumbe

na picha za Papa wao akiwa ameshika nyoka na wanyama wengine kama ishara ya kuabudu.

Mwandishi alidai kuwa Wakatoliki hawamwabudu Mungu wa kweli hali iliyosababisha ujumbe wa kuwatetea kutumwa. [...]... *Why u hate Catholic church pliz mind ur bizness those are lies. U niid 2 b murdered u haters.* Anatumia herufi *u* kama ufupisho wa *you* (nyinyi) na *pliz* likisimamia *please* (tafadhali), *ur*-your na *bizness*-business. Ujumbe wenyewe ni wa vitisho kwa yule anayechukia kanisa la Katoliki akidai kuwa wanafaa kuangamizwa. Matumizi ya ufupishaji huu yanafanya mawasiliano kuwa magumu kwa yeyote ambaye hayafahamu. Yawezekana kuwa mwandishi wa ujumbe huu alifanya haya kimakusudi ili aokoe muda wa kuandika na pia kuleta utata katika uelewaji ambao utakuwa na manufaa makubwa kwake iwapo atafuatwa na vikosi vya kudumisha usalama na vya kudhibiti matumizi ya lugha katika mitandao kwa kuandika ujumbe wa kuwatisha wengine.

Herring (2004) anasema kuwa watumizi wa mitandao huandika jumbe kwa kifupi ili kuokoa muda wa kupiga chapa sawa na ilivyo katika MbFB⁷. Kwa kuwa ujumbe huu ni wa kiuchochezi na unaweza kuzua uhasama wa kidini katika nchi, mwandishi alitumia mbinu hii ya uandishi kimakusudi ili kuepuka uchungaji wa jumbe zisizostahili ambao hufanyika kwenye mitandao (Warner W, na Hirschberg, 2012). Ujumbe huu ni thibitisho la maelezo ya Herring (2007) alivyosema kuwa mada na malengo ya mawasiliano huathiri matumizi ya lugha, makosa ya tahajia ya kimakusudi na wakati mwingine matumizi ya herufi na nambari huwa kwa wingi katika jumbe za machukizo kama ilivyo kwenye ujumbe UFBU^{h22}.

4.4.9 Usimulizi

Usimulizi ni hali ya kueleza hadithi ama tukio kwa kuhusisha ufundi fulani unaogusa msikilizaji au msomaji. Usimulizi huhusisha uelezeaji wa matukio katika hadithi (Wamitila, 2003). Wahalifu kwenye *Facebook* na baruapepe hutumia usimulizi pakubwa ili kufaulisha vitendo vyao vya kilaghai na kihalifu. Wahalifu huhusisha utumiaji wa sentensi, kauli moja au aya katika utangulizi wa simulizi zao kama muhtasari wa kila kitu kilicho kwenye vijihadithi vyao. Wahalifu huwa hawapendi kupitia njia za vichochochoni ila hulenga ndipo kama anavyofafanua (Labov, 2008). Simulizi katika nafsi ya pili huwa mara nyingi zinarejelea mamlaka au taasisi za

kimataifa na mtumaji wa ujumbe kuchukua nafasi ya mwakilishi wa taasisi ile na hutoa usaidizi kwa msomaji ujumbe au fidia kutokana na tatizo, shida fulani, uharibifu au kupatwa na hasara. Msomaji hulenga tu kile kilichotendeka. Ili kuzuia utatanishi mwingi, usimulizi wa nafsi ya pili huwa hausimulii sana na huwa marejeleo tu. Katika usimulizi wa nafsi ya kwanza maelezo mengi huhusu mtumaji wa ujumbe ambaye ndiye mhusika mkuu. Masimulizi haya hueleza kwa kina na mara nyingi huonyesha shida kubwa na huomba msomaji amtatule shida ile. Usimulizi katika nafsi ya tatu huunganisha mwandishi wa ujumbe na mpokeaji au msomaji.

Katika ujumbe UBPUh₁ unaohusisha ulaghai wa kimapenzi, masimulizi yanafanyika katika nafsi ya kwanza umoja. Msimulizi ambaye ni ‘mwanajeshi’ anaeleza kuhusu taaluma yake na kujisawiri kama mtu aliye na tajriba ya miaka mingi na hamu zaidi ya kupata mchumba ili aweze kuridhika katika maisha yake. Zaidi ni kuwa anajisawiri kama yatima na vilevile mjane ambaye aliachiwa mtoto mmoja. Usimulizi huu unampa msomaji picha halisi ya upweke wa bwana huyu. Baada ya kuonyesha kuwa ni mtu mpweke, anafululiza kuonyesha mambo ambayo anayapenda kama mwanamume kutoka kwa mwanamke. Hii ni njia ya kumtongoza mlengwa ambaye anakisiwa kuwa ni wa jinsia ya kike. Ingawa msimulizi anajisawiri kama mwanamume, yawezekana kuwa ni mwanamke ila anatumia picha ya kibandia ya mwanamume ili kutekeleza uhalifu baadaye. Cross na Holt (2021) wanasema kuwa uhalifu wa mapenzi kwenye mitandao ya kijamii huhusisha utumiaji wa picha pamoja na maelezo ya kijeshi kutoka kwa wahalifu halafu baadaye ‘wanajeshi’ hawa hufikia hatua nyingine ya kuomba pesa kwa ajili ya haja nyingi kama vile kutibiwa, suala la dharura, kusaidia jamaa, majanga pia kugharimia usafiri.

Usimulizi huu unatumika kimakusudi ili kumvutia msomaji kuanzia hatua ya kwanza hadi hatua ya mwisho wakati ambapo uhalifu utakapotekelezwa ikiwa mlengwa atakubaliana na mapendekezo ya mwandishi. Simulizi hizi hunuia kumhusisha msomaji na wakati mwingine hutumia mtindo wa mazungumzo. Goffman’s (1981) anadokeza kuwa usimulizi wa aina hii hudokeza nafasi ya mwandishi kama msemaji, mwenye mamlaka na msimulizi. Simulizi hufanyika katika nafsi ya kwanza, ya pili na ya tatu kwa lengo la kujenga taathira mbalimbali kwa msomaji. Vilevile, simulizi hizi hulenga msomaji kwa ajili ya kumshirikisha katika mazungumzo. Huonyesha sababu za mtumaji kuwasiliana na mlengwa au msomaji. Simulizi nyingi zinazotumwa au

kuandikwa huwa na marejeleo machache na mafupi hadi simulizi changamano ambazo hazielezewi kwa undani. Wahalifu wa mitandaoni kwa ujanja wao husababisha wasomaji wa simulizi hizi ndefu kuwa na mughafala kwa ajili ya kushawishika. Kama ilivyo katika ujumbe UBPUh₁ wa kimapenzi, mwandishi anatumia mkakati wa hisia wa ushawishi kuchochea hisia za mapenzi kupitia usimulizi mrefu.

UBPUh₆ ni ujumbe wa kihalifu wa biashara uliotumwa kama njia ya usimulizi mrefu huku mwandishi akieleza matukio ya zamani yaliyowahi kutendeka katika maisha yake. Usimulizi huu unahusisha kutaja miaka ili mwandikiwa aweze kuamini kuwa ujumbe huu ni wa kweli. [...]...*In the year 1998 during our father's tenure in office, he diverted some fund meant for estate complex Development Project (700 Housing Unt). The project awarded to read US\$ 64.7 Million dollars; on execution of the contract, it reads US\$ 36.0 Million dollars while our late father diverted 28.7.* Kwanza, mwandishi anafafanua jinsi babake alivyoweza kupata pesa nyingi kutokana na kandarasi ya kiserikali. Sehemu hii ni kivutio cha macho ya msomaji ili afululize kusoma hadi mwisho na aweze kufahamu zaidi kuhusu mamilioni ya pesa yaliko kama inavyosimuliwa katika hatua ya mwanzo. Mwandishi anasimulia pia kuhusu tukio la kisiasa lililosababisha babake pamoja na wengine kuangamizwa. Mpangilio wa matukio katika usimulizi huu ni muhimu sana kwa mwandishi kwa sababu ataweza kumnasa msomaji katika kila hatua. Hii ni njia moja inayotumiwa na wahalifu wa mitandaoni kuwalaghai walengwa.

Baada ya kuchimua tukio linalogusa hisia za msomaji, mwandishi anaonyesha kuwa katikati ya machafuko hayo yote, nakala za pesa ziliweza kuhifadhiwa vizuri. Sehemu hii ni muhimu sana kwa msimulizi kwa sababu ndicho kivutio na kichocheo cha msomaji. Msomaji yeyote yule anafaa atambue kuwa hapa kuna ulaghai uliopangwa kwa sababu mwandishi anaeleza jinsi machafuko katika nchi yao yalivyokuwa mabaya kiasi cha kusababisha watu, mali kuibiwa na kuharibiwa kabisa. Hata hivyo, anaonyesha kuwa babake aliweza kuhamisha pesa zile kwenye benki, katika nchi ya kigeni. Sehemu hii inafaa imzindue msomaji! Vilevile, mwandishi anatoa usimulizi wake katika nafsi ya kwanza umoja huku akijirejelea lakini baadaye anajivuruga anaposema kuwa [...] ...*All the depository documents are with us.* Sehemu hii inafaa imfungue macho msomaji aweze kufahamu kuwa kijihadithi hiki si cha kweli na wahalifu wamehusisha mkakati wa mantiki wa nadharia ya Ushawishi kwa kuelezea

kisa chenye mantiki na mkakati wa hisia kwa kubuni kijihadithi kinachogusa hisia za msomaji ili ashawishike. Kwa kuzingatia mikakati hii miwili ya nadharia ya ushawishi, ni wazi kuwa huu ni ushawishi kwa minajili ya kutekeleza uhalifu.

UBPUh₇ vilevile unahusisha usimulizi mrefu ulio na mfanano na usimulizi wa UBPUh₆. [...] ...*Hello My Dear, PLEASE I NEED YOUR HELP. My Name is Samira I am writing this mail to you with tears and sorrow from my heart. With due respect, trust and humanity, i appeal to you to exercise a little patience and read through my letter.* Katika hatua ya kwanza, mwandishi anaonyesha hali ya uhitaji anapotumia neno tafadhali anapomrejelea msomaji. Anaeleza majonzi na uchungu alionao anapouandika ujumbe ule. Inashangaza kwamba mtu aliye na uchungu kama anavyojisawiri ana uwezo pia wa kutaka kufanya ushirika wa kibiashara pamoja na uwekezaji na mtu asiyemtambua. [...]...*I wish to contact you personally for a long term business relationship and investment assistance in your Country so i feel quite safe dealing with you in this important business having gone through your remarkable profile, honestly i am writing this email to you with pains, tears and sorrow from my heart, i will really like to have a good relationship with you and i have a special reason why i decided to contact.* Mwandikiwa anafaa aone ulaghai kwa sababu huwezi ukamwamini mtu tu mara moja kwa ajili ya kusoma maelezo yake kwenye mtandao ikizingatiwa kuwa maelezo mengi ambayo huwekwa na watu huwa si ya ukweli. Mengi huwa ya kumvutia msomaji.

Msimulizi anazidisha kwa kuonyesha jinsi haja zake za kibiashara ni za kidharura ili msomaji akose muda zaidi wa kufikiria. Ni mbinu ambayo hutumiwa na wahalifu wengi kwenye mitandao kwa kuibua suala ambalo linahitaji muda mfupi zaidi wa kushughulikiwa na ikiwa halitashughulikiwa mipango yote hutibuka, huhatarishwa na husambaratika. Usimulizi huu pia unahusisha kisa kinachogusa hisia za msomaji kwa kueleza jinsi baba yake msimulizi pamoja na wengine walivyoangamizwa. Kwa hakika, msimulizi ameweza kuonisha sehemu ya kwanza ya ufunguzi wa ujumbe na hali hii ya kusikitisha. Anaonyesha sababu yake kuomba usaidizi, kusikilizwa na kutaka mshirika wa kibiashara inatokana na kifo cha babake mpendwa. 'kifo' cha babake ni suala ambalo limebuniwa tu ili kushawishi kama inavyojitokeza katika mkakati wa hisia wa nadharia ya Ushawishi. Sehemu hii inagusa hisia za msomaji ili amhurumie mwandishi kwa ajili ya visanga ambavyo vilimtendeke. Hii inaashiria namna wahalifu

wa mitandaoni walivyo wajanja katika kutumia lugha yenye mvuto ili watimize haja zao.

Mwandishi amefaulu kutumia matukio ya uhalisia yaliyowahi kutendeka na kama njia ya kuthibitisha, anamwomba msomaji kuingia katika tovuti aliyoitoa ili asome zaidi. Sehemu hii itamfanya msomaji kuamini matukio haya ikiwa alikuwa na shaka katika hatua za kwanza kwa sababu maelezo yale yangali kwenye mtandao hata kama tukio lile halimhusu babake. Mara nyingi, baada ya mume aliyekuwa tajiri kuaga dunia bila kuacha waadhi, jamaa zake huachwa wakivurugana. Mwandishi anatumia tukio halisi katika maisha ya watu kwa kukiri kuwa mama yake wa kambo pamoja na wajomba wake walimwonea wivu kiasi cha kupanga kumwangamiza. Anaonyesha hali ya uhitaji ambao ni mtego unaotumiwa na wahalifu katika jumbe za aina hii. Mwandishi anavunja kanuni za kufanya maombi kwa kudai kuwa atamzawidi mwandikiwa kwa kitita kikubwa cha pesa kama atamfaa. Anafanya hivyo kana kwamba pendekezo lake lishakubaliwa. Huku ni kumvutia mwandikiwa wa ujumbe ili aone atakachofaidika nacho baada ya kumfaa ‘mwanamke’ huyu. Hoja zenye mantiki kutolewa pamoja na kuoanishwa na matukio halisi ya kihistoria na ya hisia ni ushawishi mkubwa unaofahamika na mhalifu katika ujumbe wa UBPUh₇ kama inavyofafanuliwa katika nadharia ya Ushawishi.

4.4.10 Imoji

Kutokana na ongezeko la watumiaji wa intaneti na ukuaji wa kasi wa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi, picha ishara (imoji) zimekuwa zikitumiwa kwa wingi. Imoji limepatikana kutona neno la Kijapani ‘emoji’ linalomaanisha ‘herufi na picha’ ambayo ni njia ya kidijitali au ishara za kutumia picha kusimamia kitu, chombo, hisia, dhana na hutumika kwenye maandishi na mawasiliano yoyote ya kielektroniki (Yua Yang na wenzake, 2022). Imoji huwa zinajitokeza kwa namna mbalimbali kama vile, ishara za nyuso, visolugha, vifaa vya kawaida, mahali, hali mbalimbali za anga, wanyama na lugha mbalimbali za mwili. Mitandao mingi husasishwa kwa imoji, vielelezo vya picha za nyuso, wanyama na vifaa ili kuelezea na kuisitiza ujumbe kati ya mtumaji na mtumiwa (Tossell na wengine, 2012; Hill, 2016).

Imoji zinapotumika lazima mwandishi na msomaji afahamu tafsiri yazo la sivyoo mawasiliano yatatingwa. Imoji zinazidi kuwa zana maarufu katika Mawasiliano ya

Kiupatanishi ya Kitarakilishi na sasa zimekua na kuwa lugha pana ambayo inapendekezwa kuwa na uwezo wa kubeba mamlaka zaidi kuliko maneno pekee (Hill, 2016). UFBUH₃ ni ujumbe wa kihalifu uliohusisha imoji kwa wingi katika mawasiliano kwenye mtandao. Ujumbe huu uliarifu kuwa kiongozi fulani tajika (ambaye jina lilibanwa) katika nchi ya Kenya alikuwa ameaga dunia. Mwandishi anatumia picha ishara kuonyesha kuwa analia na zinaandamana na machozi. Hii ni ishara kuwa ujumbe ambao aliutuma kando na kuwa ulisikitisha sana, ulisababisha msemaji kuwa katika hali kweukweu. Fauka ya hayo, mwandishi pia alifaulu kutumia imoji hizi kuonyesha hisia za kusikitika na kuomboleza. Anasema kuwa kiongozi huyo aliuawa baada ya kukataa kubusu makalio ya kiongozi mwenzake baada ya kukamilisha kitendo chao cha kujamiana.

Tendo la aina hii ni la kushangaza ndiposa mwandishi ametumia imoji zinazoashiria kusikitika na kutoamini. Alifanya hivi ili msomaji yeyote kwenye mtandao huu wa kijamii aweze kupatwa na hisia mbalimbali kwa yale yaliyofanywa na viongozi hawa wawili ambao ni tajika katika nchi ya Kenya. Wahalifu wa mitandaoni ni watu wajanja na hubadilika kadiri teknolojia inavyobadilika. Wanafahamu zaidi kuhusu mchango wa imoji katika kugusa hisia za msomaji ndiposa wanazitumia katika ujumbe huu ili kushawishi kama ilivyo katika mkakati wa hisia kwenye nadharia ya Ushawishi. Imoji hufumba ujumbe mzito kwa kuufanya rahisi na usiodhuru uso lakini tafsiri yake huwa na athari nyingi kama ilivyo kwenye ujumbe ilivyodhihirika.

Herring (2019) katika nadharia yake ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi katika kuchambua Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi alidokeza kigezo muhimu sana cha maana (ikihusiana na maneno, matamshi na vitendo vya kuzungumza na ubadilishanaji wa maneno). Haya yanaashiria kuwa matumizi ya picha na imoji zinapotumiwa katika mawasiliano ya mitandaoni hudokeza maana mbalimbali. Ni lazima imoji hizi zinapotumiwa ziambatane barabara na muktadha la sivyo msomaji atakosa kuchukulia ujumbe ule kwa uzito ufaao au akose kuelewa. Imoji hizi ingawa zimetumiwa kuonyesha kilio na kusikitika zimesheheni kinaya kwa wingi kwa sababu mwandishi tayari anafahamu kuwa ujumbe huu anaousambaza ni wa uongo hivyo matumizi ya imoji hizi ni kinyume na anachokusudia kiwafikie wasomaji.

Imoji katika maandishi huongeza uzito kwenye maneno na kutoa hisia mbalimbali. Hisia za masikitiko zinajitokeza kwenye ujumbe UFBUh₃ unaotoa taarifa za tanzia. Ni dhahiri kuwa wahalifu wa mitandaoni wamekuwa wakibuni mbinu za kushawishi kila wakati ili uhalifu waousijulikane. Kutokana na haya, ni bayana kuwa jumbe za kihalifu husheheni matumizi ya imoji. Imoji hizi ndizo hufaulisha ushawishi na imedhihirika katika mkakati wa hisia wa nadharia ya Ushawishi unaogusa hisia za mlengwa hadi kumwathiri kutenda.

4.4.11 Lugha Legevu na Yenye Makosa ya Kisarufi

Katika jumbe za mitandaoni, wahalifu hutumia lugha legevu ama lugha iliyojaa makosa mengi ya kisarufi. Wengi hufanya haya kwa sababu ya kutoimanya lugha ile wanayoitumia vizuri, yawezekana pia ni lugha yao ya pili, hivyo wamejifunza tu. Katika ujumbe wa UBPUh₁ ambao ni ulaghai wa kimapenzi, mwandishi ambaye anakiri kuwa ni mwanajeshi na amehudumu kwa miaka mingi anafanya makosa ya kisarufi na tahajia. Anasema kuwa [...]...*I have plan to resign so that I can met someone that I love.* Haya ni makosa ambayo ni wazi yanahusisha njeo na hayafai kufanywa hasa na msomi. Inafaa kuwa, *So that I can meet you.* Zaidi ni kuwa, anaandika kuwa, [...]...*I am widowed with only son call Jeffery Wilson.* Herring (2004) anasema kuwa watumiaji wa mitandao huhusisha mtindo wa kupunguza jumbe kama akronimu na makosa ya hijai ili kuokoa muda na nguvu ya upigaji chapa.

Hata hivyo, haya ni makosa ambayo yanadhihirisha wazi kuwa si makosa ya taipolojia ila ni ya kutoifahamu lugha vyema. Mwithi (2014) anakiri kuwa makosa ya aina hii hutokana na uvumbuzi utokanao na mitandao ya kijamii na haja ya kutangamana na wengine kwa kuhusisha lugha iliyopunguzwa kimaandishi. Msomaji anafaa mara moja afunguke macho na kutambua kuwa ujumbe huu ni wa mtu anayejifanya mwanajeshi kusudi tu atimize uhalifu wake. Inawezekana pia lugha ya Kiingereza si lugha yake ya kwanza ila ni ya kujifunza kama inavyojitokeza. Schaffer (2012) anasema kuwa ni rahisi kutambua maandishi yaliyoandikwa na wazungumzaji na wazawa wa lugha fulani na waliojifunza sawa na ilivyo katika ujumbe huu.

Katika ujumbe wa UBPUh₇, mwandishi anafanya makosa ya sarufi na tahajia anapoandika sentensi hii; *After the burial of my father, my stepmother and uncle conspired and sold my father's property to an Italian Expert rate which the shared the*

money among themselves and live nothing for me. Sentensi hii iliyoandikwa kwa lugha ya Kiingereza inadhihirisha makosa wakati mwandishi anatoa usimulizi wake. Katika sehemu hii, [...] ...among themselves and live nothing. Inafaa kuwa and left nothing ikimaanisha hakubakisha chochote. Hali hii inaashiria namna waandishi katika jumbe za kihalifu kwenye mitandao huandika pasipo kujali wanachokiandika almuradi wawasiliane na walengwa. Kutofahamu lugha hii vizuri kunaweza kusababishwa na hali kuwa ni lugha ya kujifunza. Watu kutoka nchi ya Kenya, nchi inayoyumkinika kuwa ametoka msimulizi kama anavyodai, huzungumza lugha za mama pamoja na Kiswahili kama lugha za kwanza. Makosa mengine ya kisarufi yanajitokeza kwa mwandishi kutotumia alama za uakifishaji vizuri. Jumbe za kihalifu katika Facebook na baruapepe huhusisha makosa mengi ya uakifishaji yanayofanywa kimakusudi ili kuonyesha hisia za ujumbe ule kutoka kwa mwandishi.

4.4.12 Hitimisho

Ni dhahiri kutokana na matokeo ya utafiti kuwa wahalifu kwenye mitandao hutumia mbinu mbalimbali za lugha ya minajili ya kuboresha mazungumzo yao, kuvutia na kushawishi walengwa. Mbinu ambazo ni dhahiri ni kama vile simulizi ndefu, mbinu rejeshi, taharuki, kuchanganya ndimi, lugha legevu, imoji, mdokezo, matumizi ya herufi kubwa, takriri, herufi zilizotiliwa chuku, matumizi ya sheng na nyingine nyingi. Mbinu hizi za lugha zilitumiwa katika maandishi ya wahalifu kimakusudi ili zishawishi msomaji. Ni bayana kuwa wahalifu hawa wa mitandaoni wakati mwingine hutumia mbinu za lugha zisizoeleweka na watu wengi. Kutoeleweka huku husababishwa na sifa zinazojitokeza katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi ambazo ni tofauti na mawasiliano ya kawaida. Kwa mfano; matumizi ya imoji yanaweza kueleweka vyema na wasomaji. Imoji zinajitokeza katika mawasiliano ya mitandaoni lakini haziwezi kudhihirika katika mawasiliano ya kawaida. Mbinu hizi tofauti tofauti zilitumiwa kimakusudi ili kuhakikisha kuwa ujumbe uliokusudiwa umemfikia msomaji.

SURA YA TANO

HITIMISHO NA MAPENDEKEZO

5.1 Utangulizi

Sura hii imefafanua muhtasari wa tasnifu, matokeo ya utafiti pamoja na mapendekezo kwa ajili ya tafiti za baadaye. Matokeo hayo yalifafanuliwa kwa kuzingatia madhumuni ya utafiti pamoja na misingi ya nadharia za Ushawishi na ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi huku mihimili ya nadharia hizi ikiongoza kwenye utafiti.

5.2 Muhtasari wa Matokeo ya Utafiti

Utafiti huu ulishughulikia uhalifu katika mitandao miwili: *Facebook* na baruapepe kwa kuchunguza aina mbalimbali za uhalifu, kubainisha mikakati ya ushawishi inayotumiwa na wahalifu hawa wa mitandaoni ili kufaulisha azma zao pamoja na kuchunguza mbinu za lugha zinazojitokeza kwenye jumbe hizi za kihalifu. Utafiti uliongozwa na mihimili ya nadharia ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi iliyoasisiwa na Herring. Kulingana na Herring (2001), nadharia hii ilichunguza njia mbalimbali ambazo wahalifu wa mitandaoni hujaribu kutagusana na watumiaji wa mitandao hii miwili kwa njia za kilaghai ambazo huruhusu kutagusana, uhusiano, vitisho, mizaha, kuumbuana, ulaghai, mapenzi na mengi mengi.

Nadharia ya Ushawishi ilitumika pia huku mihimili yake ikiwa nguzo kwenye utafiti. Mihimili hii ndiyo mikakati ya ushawishi. Mikakati hiyo ni pamoja na mkakati wa imani na maadili, mkakati wa mantiki, mkakati wa hisia, mkakati wa chanzo cha ujumbe, mkakati wa hali ya mawasiliano, hali ya hadhira au wapokezi wa jumbe na mamlaka. Mihimili hii ilitumiwa kuchunguza aina mbalimbali za uhalifu na lugha ya ushawishi inayotumiwa na wahalifu hawa wa mitandaoni kiasi cha kutimiza malengo yao. Matokeo ya utafiti huu yalipangwa kwa kuzingatia madhumuni huku yakijaribu kujibu maswali ya utafiti.

5.2.1 Aina Mbalimbali za Uhalifu Kwenye *Facebook* na Baruapepe

Utafiti huu umedhihirisha kuwa uhalifu wa mitandao hii miwili ni wa aina nyingi na hutekelezwa ukifichwa kwenye maudhui yafuatayo: maudhui ya utafutaji wa bahati, kushiriki urithi ulioachwa, kazi na ajira, mikataba ya kibiashara, mapenzi na uhusiano wa kindoa, maudhui ya majanga kama vile mafuriko na magonjwa hatari na ya

kuambukizana kama vile Uviko, maudhui ya utoaji wa misaada kwa watu walio na mahitaji, michezo ya kamari, vitisho vya kimashambulizi na maudhui ya ubaguzi. Uhalifu huu kwenye *Facebook* na baruapepe hufaulu kwa kuwa wahalifu hujiwasilisha na kujisawiri kama watu wazuri kwa kutumia mbinu nyingi za ushawishi ili kuuficha uovu na udhaifu wao. Kadhalika, uhalifu huu hufua dafu kwa sababu ya ufundi mwingi wa lugha unaotumiwa na wahalifu hawa kwa minajili ya kushawishi. Imedhihirika kuwa hali ya kutojua, mapuuza, tamaa ya pesa na utajiri, fadhaa na upweke huwafanya watu kushiriki katika mazungumzo ya mitandaoni.

Utafiti huu ulidhihirisha aina mbalimbali za uhalifu katika mitandao hii miwili ambapo wahalifu hutekeleza bila walengwa kutambua kuwa ni uhalifu. Uhalifu uliojitokeza kwa wingi ni wa kulaghai au kutapeli watumiaji wa mitandao hii miwili. Ulaghai huu ni: ulaghai wa kimapenzi huku mwandishi wa ujumbe akijifanya kuwa anatafuta mpenzi lakini nia yake ni kumtapeli mwandikiwa hela alizonazo. Ulaghai kwa kutumia michezo ya kamari pia ulishuhudiwa huku wahalifu wakiwaeleza waandikiwa kuwa wamejishindia pesa nyingi katika michezo ambayo hakuishiriki. Kama njia ya kupokea hela hizo, walengwa walihitajika kulipia asilimia fulani ya fedha. Utapeli uliohusisha jumbe za kiurithi pia ulijitokeza huku wahalifu wakiwaarifu walengwa kuwa kulikuwa na pesa nyingi kwenye benki ambazo ziliachwa bila mrithi au warithi. Waandishi waliwahimiza waandikiwa kwa lugha iliyojaa ushawishi kuwa waweze kushirikiana ili wazidai pesa zile.

Utapeli kupitia biashara pia ni uhalifu unaodhihirika katika mitandao hii miwili. Wahalifu wanatuma jumbe huku wakijifanya wafanyabiashara na kumshawishi mlengwa kushirikiana nao katika biashara hizi. Kuna wanaojifanya kuwa wanafanya biashara za kuuza wanyama kama vile mbwa na walimhitaji mnunuzi kutuma pesa kwanza ili mnyama yule ashughulikiwe katika usafiri kwa kununuliwa vifaa maalum vya kusafirishiwa. Nadharia ya Ushawishi ilisaidia mtafiti kung'amua na kutofautisha kati ya jumbe halali na za kihalifu kwa kuchunguza lugha na mikakati ya ushawishi iliyotawala jumbe hizo. Uhalifu mwingine ambao ulishuhudiwa ulihusisha utumaji wa jumbe za kiubaguzi kwa misingi ya jinsia, kabila, kidini pamoja na rangi. Wanaotumiwa jumbe hizi hupatwa na hisia za kujichukia, hisia za kulipiza kisasi, kutaka kujitenga na hisia za kujidharau. Ni uhalifu ulioshuhudiwa mno katika mtandao wa *Facebook*. Uhalifu huu ulichangiwa sana na Mawasiliano ya Kiupatanishi ya

Kitarakilishi ambayo yamekumbatiwa na watu wengi duniani. Mawasiliano ya aina hii yakikosa kudhibitiwa huchangia sana utumaji wa jumbe za kiubaguzi kwa sababu waandishi hawaonani moja kwa moja na wasomaji. Hali hii huwafanya waandishi kutoogopa wanapozituma.

Unyanyasaji ni uhalifu mwingine uliosheheni katika mitandao hii miwili. Ulijitokeza kwa kutuma picha chafu za kiponografia kwa mtu bila hiari yake, kutuma jumbe za kuumbua maumbo ya watu, unyanyasaji kupitia jumbe za matusi na matumizi ya jumbe adhiri. Uhalifu huu ulichangiwa pakubwa na Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi kwa kuwa mtuma ujumbe ana uwezo wa kuficha utambulisho wake kwa kutumia jina la kibandia pamoja na maelezo ghushi yanayomhusu. Vitisho vya kimashambulizi pia vilishuhudiwa katika mitandao hii miwili. Vitisho vya aina hii vilinuiwa kutia walengwa hofu na wahaka ili wajipate wamekubaliana na wahalifu kwa chochote walichoagizwa kufanya hata kama ni kutuma pesa ili kuyaokoa maisha yao.

Ni dhahiri kuwa mitandao imejaa uhalifu mwingi ambao ni muhali kuutambua kama mtumiaji wa mitandao hii. Ili kupunguza kutapeliwa katika mitandao, mtumiaji anafaa kuwa makini anapowasiliana na mtu asiyemtambua, kuepuka kufungua jumbe zozote zinazotumwa mtandaoni hasa zinazohusisha kupata hela na zaidi ya yote kutambua kuwa wahalifu wanatumia kila mbinu kuendesha uhalifu wao kila kukicha. Heyd's (2008) alikuwa amebashiri kuwa uhalifu kwenye baruapepe uliwezekana ukwishe katika siku zijazo lakini Chiluwa (2009) anadai kuwa shida za kiuchumi za kidunia huenda zikaendelea na kuchangia uhalifu zaidi wa mitandaoni. Ingawa watu wanazidi kutambua aina mbalimbali za uhalifu wa mitandaoni, wahalifu nao wanazidi kujifunza mbinu mpya za uhalifu hivyo wengi wanazidi kutapeliwa.

5.2.2 Mikakati ya Ushawishi Inayotumiwa na Wahalifu

Utafiti huu ulidhihirisha kuwa wahalifu wa mitandao wanapowajongelea 'wateja' wao kwenye mitandao huwa wanatumia njia za kijanja na za kilaghai ili mahitaji yao yatimizwe. Ili kuwashawishi walengwa waweze kuwasiliana na wahalifu kiasi hata cha kutuma pesa, wahalifu lazima wawasilishe maelezo kamalifu huku wakionyesha sababu zao za kutaka kuwasiliana na walengwa na waonyeshe ithibati kuwa chochote wanachokisema ni ukweli na cha kusadikika. Kuna mbinu mbalimbali zinazotumiwa na wahalifu ili waweze kudumisha mawasiliano yao. Mbinu hizo hufungamanishwa na

mikakati ya ushawishi kama ilivyofafanuliwa na Aristotle na Hovland katika nadharia ya Ushawishi. Mikakati hiyo ni ya imani na maadili, hisia na mantiki.

Wahalifu walitumia mbinu zifuatazo kuwalaghai watumiaji wa mitandao. Moja, ni kufanya uhalifu kuwa suala la kihalali. Wahalifu walitumia mkakati wa maadili kwa kuwafanya walengwa kuwa na imani nao, kuwasadiki na kujenga uhusiano wa uaminifu. Walionyesha kuwa jumbe zilikuwa zimetumwa na taasisi au mashirika rasmi yanayoheshimiwa. Watu wengi wanaanguka kwenye mtego wa wahalifu kwa ajili ya uhalali na mwonekano wa kupendeza wa kitaaluma. Ilidhihirika kuwa wahalifu walijifaninisha na wataalamu kwa kuchukua utambulisho wa picha za kijeshi ili waaminiwe na wasomaji. Zaidi ni kuwa, wahalifu walitumia mbinu ya kugusa mahitaji ya kimsingi ya mwanadamu. Katika kisehemu hiki, wahalifu walijaribu kuchochea hisia za watu kwa kugusa mahitaji na matamano ya wanadamu. Kwa mfano, wahalifu waliahidi utoaji wa pesa nyingi pamoja, jumbe za kuisimua za ushindi na kazi. Mkakati wa hisia ulitumika na wahalifu kuchochea hisia za kutamani maisha mazuri na kupata utajiri.

Vilevile, wahalifu walifanya uhalifu kuwa jambo la dharura pamoja na kuweka makataa. Wahalifu waliweka makataa wakiwa na nia ya kuzuia walengwa kutopata muda wa kuwaza zaidi kuhusu jumbe hizi za kihalifu ama kuwazuia kuwasiliana na watu wengine ili wasierevushwe kuhusu uhalifu ule. Walihitajika kufanya uamuzi kwa muda mfupi iwezekanavyo. Sehemu hii ilitumia mkakati wa mantiki kwa kutoa hoja zenye mantiki kuhusu umuhimu wa kujibu ujumbe kwa dharura kabla ya muda kuisha. Wahalifu pia waliwahitaji walengwa kukubaliana katika hatua kadha. Hii ni njia ya kuhakikisha kuwa walengwa wangeendelea kusoma na hatimaye kutuma pesa kwa wahalifu. Wengine walilazimishwa kujibu jumbe za kihalifu la sivyo wangekosa kufaidika. Utumiaji wa vitisho ni mkakati uliugusa hisia za wasomaji na bila shaka walengwa huwa hawana budi ila kujibu jumbe hizi.

Utafiti huu pia ulidhihirisha kuwa wahalifu hutumia mkakati wa imani kwa kujifanya waumini, wanaomcha Mungu na wenye maadili ili waweze kuwaleta karibu wapokezi wa jumbe. Utafiti ulionyesha kuwa suala la imani lina mvuto mkubwa na hutumiwa kuwanasa walio na imani za kidini. Katika hali hii ya kutumia dini na kutaja majina ya Mungu, wahalifu walijisawiri kama watu wanyenyekevu, wanyonge na wasio na

mawaa. Sehemu hii huhusishwa pia na mkakati wa hisia huku wakijifanya wadhaifu, waliotamauka katika maisha na wengine hudhihirisha unyonge kutokana na magonjwa sugu ya kufisha. Iidhihirika kuwa wahalifu wanatumia vijihadithi vyenye mnato na vilivyogusa hisia za wasomaji kutoka mwanzo hadi mwisho. Hili liliwafanya kufaulu katika kutekeleza maovu yao bila hata kugunduliwa kwa haraka. Utafiti huu ulionyesha kuwa wahalifu hutumia simulizi ndefu na tatanishi zilizo na uwezo wa kushawishi wasomaji.

Kwa kuzingatia nadharia ya Ushawishi ni wazi kuwa wahalifu wa mitandaoni hufanya yafuatayo ili kufaulisha vitendo vyao visi vyokubalika katika jamii: tendo la kwanza ni kufanya uhalifu kuwa halali huku wakitumia mkakati wa mamlaka, kugusa na kutumia mahitaji ya kimsingi ya mwanadamu kama vile hamu ya kuwa na maisha mema baada ya kupata pesa; sehemu hii ilihusisha mkakati wa hisia kwa kutaja pesa ambazo ni hitaji la watu wengi duniani. Zaidi ni kuwa wahalifu waliweza kubinafsisha uhalifu kwa kutumia ufahamu mdogo walionao kuhusu mlengwa. Pia walifanya kitendo cha kihalifu kuonekana kuwa suala la dharura kwa kuweka makataa, kuomba walengwa kufuata hatua fulani ili kuwavutia na kuwanasa kwenye uhalifu na kulazimisha watu kujibu jumbe kwa kuwashurutisha.

5.2.3 Mbinu za Lugha Katika Jumbe za Kihalifu

Uchunguzi wa mbinu za lugha katika jumbe za wahalifu kwenye *Facebook* na baruapepe umedhihirisha kuwa kuna mbinu zilizo na uwezo mwingi wa kuwashawishi wasomaji au wapokezi wa jumbe ili wakubaliane na chochote kinachopendekezwa na wahalifu. Mbinu hizi huteuliwa kimakusudi na hufanya jumbe hizi kuisisimua na kuvutia. Msomaji anapoguswa hisia zake hana budi kufanya kama wanavyotaka wahalifu. Kwanza, wahalifu walitumia lugha sahili kwa kuhusisha sentensi fupifupi ili kuwafanya wasomaji waelewe kwa haraka pasi kutatizika. Lugha sahili ina uwezo mkubwa wa kumfanya msomaji kukubaliana na mwandishi. Kwenye jumbe za mapendekezo ya biashara, wahalifu walihusisha simulizi ndefu zilizogusa hisia za msomaji. Simulizi hizi pia zilijaa chuku kwa wingi pamoja na taharuki. Jambo hili lilichangia wasomaji kutozipuuzwa. Zaidi ni kuwa, waandishi waliweza kuandika jumbe ambazo ziliwafanya wasomaji kuwa na taswira halisi ya kile kilichokuwa kinazungumziwa. Haya yaliyafanywa kimakusudi ili kuwashawishi wasomaji.

Mbinu nyingine ambayo ilijitokeza kwa wingi ni maandishi yenye herufi kubwa. Maandishi haya yalitumiwa kimakusudi ili kuvuta umakinifu wa msomaji na kuhakikisha kuwa hajapuuza kilichoandikwa. Maandishi haya pia yaliweza kukolezwa ikiwa ni njia ya kupaza sauti kwa msomaji. Baadhi ya maandishi yaliandamana na alama za hisia kama njia ya kuamrisha na kupaza sauti. Alama hisi zilitumiwa kuonyesha pia kushangaa kama ilivyo katika sarufi. Waandishi wa jumbe hizi za kihalifu waliweza pia kutumia alama hisi kama njia ya kuonyesha udharura wa jumbe zenyewe na kwamba zilihitaajika kujibiwa pasi kukawia.

Kadhalika, wahalifu walitumia mbinu ya kisengerenyuma pakubwa katika simulizi zao ndefu. Mbinu hii ilimfanya msomaji kurejesha mawazo yake nyuma katika visa vilivyotukia awali ili kujenga taswira pamoja na kukubaliana na mwandishi. Mbinu nyingine iliyojitokeza waziwazi ni matumizi ya takriri. Neno, sentensi au kirai kilikaririwa kama njia ya kusesitiza ujumbe ule ili kumfanya msomaji auelewe barabara. Iidhihirika kuwa jumbe nyingi za kihalifu huwa na makosa mengi ya kisarufi. Hii hutokana na hali kwamba wengi wa maandishi hawana umakinifu wanapoandika ama udhaifu ule hutokana na vifaa wanavyovitumia kupigia chapa. Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yalidhihirisha udhaifu ule kama ilivyofafanuliwa awali. Kulingana na Blommaert na Omoniyi's (2006) ni rahisi kutambua jumbe hizi za kihalifu kwa sababu huwa zimeandikwa na watu wasiotambua Kiingereza. Maandishi mengi yalidhihirisha mapungufu mengi ya lugha. Wengi hudhihirisha kuwa hawajaimanya lugha wanayoitumia sawasawa ingawa huwa wanajisawiri kama watu wasomi na waliobobea katika taaluma fulani.

Mdokezo ni mbinu nyingine iliyotumika sana katika jumbe za wahalifu. Ilitumika ikiashiria kuacha baadhi ya kauli ili msomaji aweze kufikiria zaidi alichotaka kukisema mwandishi. Waandishi walitumia pia ili kukata kauli zilizokuwa na makali kwa msomaji ili kupunguza maudhi kwa wasomaji. Fauka ya hayo, utafiti huu ulionyesha kuwa jumbe za wahalifu huhusisha pia matumizi ya imoji. Imoji zinapotumika katika Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi, kama ilivyo kwenye utafiti husaidia hali ya kutagusana kati ya washiriki, hurahisisha uelewaji wa ujumbe unaotumwa na kuonyesha hisia za mzungumzaji waziwazi. Ni wazi kuwa mbinu hizi zote za lugha zilitumiwa na wahalifu wakiwa na nia ya kuwashawishi wasomaji ili wanaswe na mitego yao ya kihalifu. Bila kuhusisha mbinu hizi za lugha, ushawishi utakosa kufaulu.

Kukosekana kwa ushawishi kutatibua mitego ya wahalifu na kuwafanya kuambulia patupu.

5.2.4 Hitimisho la Utafiti

Utafiti huu kupitia matokeo yake umethibitisha kuwa jumbe za kihalifu kwenye *Facebook* na baruapepe ni nyingi mno na huandikwa kwa ufundi mwingi wa lugha ili kuwashawishi wasomaji. Bila kuhusisha mbinu za lugha pamoja na mikakati ya ushawishi, jumbe hizi haziwezi kutekeleza yaliyokusudiwa. Ni dhahiri kuwa Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi yamewapa wahalifu uhuru huu wa kutumia lugha jinsi wanavyotaka. Mbinu nyingi za lugha zinaweza kutumiwa katika matini moja na malengo yake yafaulu. Kwa kuwa mitandao inazidi kukua kila siku na mazungumzo ya watu mitandaoni hayakomi, ni vyema kufahamu mikakati ya ushawishi zaidi inayotumiwa na wahalifu pamoja na athari zake kwa walengwa.

Zaidi ni kuwa utafiti huu umedhihirisha kuwa jumbe zinazoandikwa na wahalifu kwenye mitandao huwa na athari katika lugha inayotumika. Ilidhihirika kuwa jumbe hizi zina upungufu mwingi wa sarufi, matumizi ya takriri ovyoovyo, uakifishaji usiofaa, matumizi ya herufi kubwa vibaya na makosa ya tahajia hivyo kulemaza isimu, hii ikiwa ni athari hasi kwa lugha. Haya yalidhihirika wazi kupitia maandishi ya intaneti ambapo watu wengi huvuruga lugha kimakusudi ikiwa njia moja ya kushawishi na wengine huvuruga pasipo kufahamu; hii inatokana na hali kwamba wahafahamu kanuni za matumizi ya lugha ile.

Kadhalika, utafiti huu umedhihirisha kuwa jumbe za wahalifu katika mitandao husheheni mikakati mingi ya ushawishi lakini iliyo wazi ni: mkakati wa hisia, mkakati ambao hugusa hisia za msomaji kwa kutumia matukio ya huruma, hofu, masikitiko na furaha kwa kumzuga msomaji. Mkakati wa mantiki pia ulihusishwa huku jumbe hizi kinaganaga zikitoa hoja zenye mantiki kwa minajili ya kumvutia msomaji. Zaidi ni kuwa mkakati wa maadili umehusishwa huku wahalifu wakijifanya watu wenye utu, ukarimu, uaminifu, mapenzi, wacha Mungu na wa kusadikika. Mkakati huu ulijitokeza kwa uwazi na kuoneka ukifaulu kushawishi. Ni wazi kuwa jumbe hizi zote za kihalifu hujengwa kwa misingi ya maudhui ya ulaghai; ulaghai ambao wakati mwingine hutibuka na kuwafanya wahalifu wa mitandaoni kujulikana.

Ni bayana kwenye matokeo ya utafiti kuwa, mtu akimakinika katika lugha inavyotumiwa mitandaoni atatambua jumbe ambazo ni za kihalifu na zisizo za kihalifu. Umakini huu unaweza kusaidia watu wengi kuikwepa mitego ya kulaghaiwa. Matokeo ya utafiti huu yanatarajiwa kutoa mchango katika lugha ya Kiswahili katika Pragmatiki, Semantiki, Mawasiliano na Isimujamii. Uchanganuzi wa mbinu za lugha utakuwa na manufaa kwa wanafunzi wa somo la Lugha pamoja na Fasihi kwa kuzifahamu mbinu hizi za lugha zinavyotumiwa kupamba lugha kimatuzi. Vilevile utawafaidi wanafunzi wanaosomea taaluma ya Kiswahili na Mawasiliano kwa kuwapa maarifa ya kuchambua matini na diskosi mbalimbali kama zinavyotumika mitandaoni. Diskosi hizi zinaweza kuwa za michezo, elimu, siasa, dini na imani, vichekesho na nyingine nyingi ambazo zitaboresha lugha kimatuzi.

5.2.5 Mapendekezo

Kutokana na matokeo ya utafiti huu, mtafiti anapendekeza utafiti ufanywe katika mitandao mingine hasa ya kijamii inayochipuka huku ikionyesha namna uhalifu unavyoendelezwa pamoja na athari zake katika lugha. Nadharia tofauti kando na ya Ushawishi na ya Mawasiliano ya Kiupatanishi ya Kitarakilishi inaweza kutumiwa. Uhalifu wa mitandaoni unakua na kubadilika kila wakati kadiri siku zinavyosonga kwa ajili ya mabadiliko ya teknolojia. Kutokana na haya, wahalifu nao wanaboresha mbinu zao za kiteknolojia za uhalifu pamoja na mikakati ya kushawishi watumiaji wa mitandao. Jambo hili linasababisha vitengo vya usalama kujaribu kubadilisha mbinu (Choo na Smith, 2008) za kupigana na wahalifu. Kama njia ya kupigana na kuzuia uhalifu huu unaoenea kwa kasi, tafiti nyinginezo zinaweza kufanywa katika Isimu-mtandao zikilenga mbinu mbalimbali zinazotumiwa na vitengo vya usalama kupigana na uhalifu huku matumizi ya lugha yakiwa mhimili.

Lugha na mawasiliano ya mitandaoni inabadilika kwa njia nyingi. Utafiti huu unapendekeza utafiti ufanywe kuhusu Isimu ya Kiuchunguzi. Uelewa wa vipengele vya lugha katika isimu vinaweza kusaidia wachunguzi kufahamu ni lini na kwa namna gani Wanaisimu wa kiuchunguzi wanaweza kutumika. Wataalamu hawa wa Isimu ya Kiuchunguzi wanaochunguza uhalifu wanaweza kutafiti na kufundisha watu kuhusu njia tofauti za kuepuka uovu huu wa mitandaoni. Mtafiti anapendekeza pia utafiti ufanywe ukilinganisha matumizi ya lugha katika mitandao ya kijamii tofauti kwa kujikita katika jumbe za kihalifu. Mikakati tofauti ya ushawishi inaweza kufanyiwa

utafiti ili watumiaji wa mitandao hii waweze kuifahamu na waweze kuepuka kulaghaiwa. Upole na Utoupole katika jumbe za kihalifu unaweza kufanyiwa utafiti kwa kuhusisha nadharia mwafaka ili kufahamu lugha zaidi za wahalifu wa mitandaoni. Kadhalika, tafiti za baadaye zinaweza kushughulikia vizuizi au vidhibiti katika matumizi ya lugha na mchango wake katika uhalifu wa mitandaoni. Kutambua na kushughulikia vizuizi hivi vya matumizi ya lugha kutasaidia kuwa na nyenzo mbalimbali za kukabiliana na uhalifu wa mitandaoni.

MAREJELEO

- “Scam Detector”. [Online]. Available: <http://scamdetector.com/>. [Accessed 11 December 2013].
- Act revising the Penal Code and other penal laws, 1930*. (n.d.). Retrieved March 2, 2024, from <https://ihl-databases.icrc.org/en/national-practice/act-revising-penal-code-and-other-penal-laws-1930>.
- Alba, J., Lynch, J., Weitz, B., Janiszewski, C., Lutz, R., Sawyer, A., & Wood, S. (1997). Interactive home shopping: consumer, retailer, and manufacturer incentives to participate in electronic marketplaces. *Journal of marketing*, 61(3), 38-53.
- Albarracin, D., & Wyer Jr, R. S. (2001). Elaborative and nonelaborative processing of a behavior-related communication. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(6), 691-705.
- Alt, B. L., & Wells, S. K. (2004). Fleecing Grandma and Grandpa.
- Annadorai, K., Krish, P., Shaari, A. H., & Kamaluddin, M. R. (2018). Mapping Computer Mediated Communication Theories and Persuasive Strategies in Analysing Online Dating Romance Scam. *Journal of Xi'an Shiyou University ISSN No, 1673, 064X*.
- Aristotle. (2015). *Rhetoric: An Ancient Greek treatise on the art of persuasion*. Createspace Independent Publishing Platform.
- Atkins, B., & Huang, W. (2013). A study of social engineering in online frauds. *Open Journal of Social Sciences*, 1(03), 23.
- Bakri, M. H., Aziz, N. A.A., Rasak, M. I. M., Hamid. M. H. A., Nor, M. Z. M., na Mirza, A. A. I. (2023). Acceptance Of Ddkoin Blockchain Using Utaut Model: A Customer Perspective Approach. *Calitatea*, 24 (192), 103-121.
- Baloyi, E. M. (2013). Critical reflections on polygamy in the African Christian context. *Missionalia: Southern African Journal of Mission Studies*, 41(2), 164-181.
- Barak, A. (2005). Sexual harassment on the Internet. *Social Science Computer Review*, 23(1), 77-92.
- Barnes, S. B. (2003). Computer-mediated communication: human to human communication across the Internet. (*No Title*).

- Barron, N. S. (2003). *Why email looks like speech* (pp.83-89). London: Routledge.
- Bartoletti, M., Lande, S., Loddo, A., Pompianu, L., & Serusi, S. (2021). Cryptocurrency scams: analysis and perspectives. *Ieee Access*, 9, 148353-148373.
- Baym, N. K. (1995). The performance of humor in computer-mediated communication. *Journal of computer-mediated communication*, 1(2), JCMC123.
- Beal, M. (2022). *Social Engineering Insiders: Threat Analysis and Mitigation Techniques for the Financial Industry* (Doctoral dissertation, Utica University).
- Bebbington, P., Jonas, S., Kuipers, E., King, M., Cooper, C., Brugha, T., ... & Jenkins, R. (2011). Childhood sexual abuse and psychosis: data from a cross-sectional national psychiatric survey in England
- Bellantoni, P. (2012). *If it's purple, someone's gonna die: the power of color in visual storytelling*. CRC Press.
- Bertaglia, T., Grigoriu, A., Dumontier, M., & van Dijck, G. (2021, August). Abusive language on social media through the legal looking glass. In *Proceedings of the 5th Workshop on Online Abuse and Harms (WOAH 2021)* (pp. 191-200).
- Bitange, N. (2017, November 13). Social Media Fuelling Political Extremism in Kenya, *Daily Nation*, p. 8.
- Blattner, G., & Fiori, M. (2009). Facebook in the language classroom: Promises and possibilities. *International journal of instructional technology and distance learning*, 6(1), 17-28.
- Blommaert, J. (2005). Making millions: English, indexicality and fraud. *Working Papers in Urban Language & Literacies*, 29, 1–24.
- Blommaert, J., & Omoniyi, T. (2006). Email fraud: Language, technology, and the indexicals of globalisation. *Social Semiotics*, 16(4), 573-605.
- Bregant, J., na Bregant, R. (2014). Cybercrime and computer crime. *The encyclopedia of criminal justice*, 1-5.
- Brenner, S. W. (2010). *Cybercrime: criminal threats from cyberspace*. ABC-CLIO.
- Brody, D. C., & Acker, J. R. (2014). *Criminal law*. Jones & Bartlett Publishers.

- Brown, P., Levinson, S. C., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage* (Vol. 4). Cambridge university press.
- Button, M., & Cross, C. (2017). Technology and Fraud: The ‘Fraudogenic’ consequences of the Internet revolution. In *The Routledge handbook of technology, crime and justice* (pp. 78-95). Routledge.
- Button, M., & Cross, C. (2017). *Cyber frauds, scams and their victims*. Taylor & Francis.
- Calif.: CSLI Publications.
- Cha, Y. J., Lee, K. S., Cho, J. H., Choi, I. S., & Lee, D. (2022). Effect of job stress on burnout among nurses responding to COVID-19: the mediating effect of resilience. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(9), 5409.
- Charney, T. (2002). Uses and gratifications of the Internet. *Communication technology and society: Audience adoption and uses*, 379-407.
- Chau, P. Y., Cole, M., Massey, A. P., Montoya-Weiss, M., & O’Keefe, R. M. (2002). Cultural differences in the online behavior of consumers. *Communications of the ACM*, 45(10), 138-143.
- Cherny, L. (1999). *Conversation and Community: Chat in a Virtual World*. Stanford,
- Cherny, L. (1995). The MUD register: conversational modes of action in a text-based
- Chiluwa, I. (2009). The discourse of digital deceptions and ‘419’ emails. *Discourse studies*, 11(6), 635-660.
- Chiluwa, I. (2015). Email fraud. *International encyclopedia of language and social interaction*. Malden: Massachusetts: Wiley-Blackwell.
- Chiluwa, I. (2019). “Congratulations, Your Email Account Has Won You€ 1,000,000”: Analyzing the Discourse Structures of Scam Emails. *The Palgrave handbook of deceptive communication*, 897-912.
- Chiluwa, I. E., Ovia, E., & Uba, E. (2019). “Attention Beneficiary...!”: Assessing Types and Features of Scam Emails. In *Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation Online* (pp. 421-438). IGI Global.
- Chiluwa, I., & Adegoke, A. (2013). Twittering the Boko Haram uprising in Nigeria: Investigating pragmatic acts in the social media. *Africa Today*, 59(3), 83-102.

- Choo, K. K. R., & Smith, R. G. (2008). Criminal exploitation of online systems by organised crime groups. *Asian journal of criminology*, 3, 37-59.
- Choo, K. K., & Dehghantanha, A. (2017). Contemporary digital forensics investigations of cloud and mobile applications. In *Contemporary Digital Forensic Investigations of Cloud and Mobile Applications* (pp. 1-6). Syngress.
- Chua-am, M. (2018). Perceptions and attitudes towards the digital Bitcoin currency in Thailand. *Journal of Business Administration and Social Sciences Ramkhamhaeng University*, 1(3), 83-97.
- Cialdini, R. (2001). Principles of persuasion. Arizona State University, eBrand Media Publication.
- Cialdini, R. B. (1984). The psychology of persuasion. *New York: Quill William Morrow*.
- Citron, D. K. (2009). Law's expressive value in combating cyber gender harassment. *Mich. L. Rev.*, 108, 373.
- Clough, I. J. (2010). Cybercrime. *Commonwealth law bulletin*, 37(4), 671-680.
- Coluccia, A., Pozza, A., Ferretti, F., Carabellese, F., Masti, A., & Gualtieri, G. (2020). Online romance scams: Relational dynamics and psychological characteristics of the victims and scammers. A scoping review. *Clinical practice and epidemiology in mental health: CP & EMH*, 16, 24.
- Communication 6(3). <http://www.cios.org/www/ejc/v6n396.htm>
- Corbin, C. M. (2017). Terrorists are always Muslim but never white: At the intersection of critical race theory and propaganda. *Fordham L. Rev.*, 86, 455.
- Coulthard, M. (2010). Forensic Linguistics: the application of language description in legal contexts. *Langage et société*, (2), 15-33.
- Coulthard, M., & Johnson, A. (2010). Future directions in forensic linguistics. *The Routledge Handbook of Forensic Linguistics*, 602.
- Cross, C., Holt, T., Powell, A., & Wilson, M. (2021). Responding to cybercrime: Results of a comparison between community members and police personnel. *Trends and Issues in Crime and Criminal Justice [electronic resource]*, (635), 1-20.
- Crystal, D. (2001). *A dictionary of language*. University of Chicago Press.

- Crystal, D. (2011). *Internet linguistics: A student guide*. Routledge.
- Cukier, W. L., Nesselroth, E. J., & Cody, S. (2007, January). Genre, narrative and the "Nigerian Letter" in electronic mail. In *2007 40th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'07)* (pp. 70-70). IEEE.
- Danet, B. (1996). *Text as mask: Gender and identity on the Internet*.
- Dashora, K. (2011). Cybercrime in the society: Problems and prevention. *Journal of Alternative Perspectives in the social sciences*, 3(1), 240-259.
- December, J. (1996). Units of analysis for Internet communication. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1(4), JCMC143.
- Demirdöğen, Ü. D. (2010). The roots of research in (political) persuasion: Ethos, pathos, logos and the Yale studies of persuasive communications. *International Journal of Social Inquiry*, 3(1), 189-201.
- Dewey, C. (2014). A complete history of the rise and fall- and reincarnation!-of the beloved '90s Chatroom.
- Digital Marketing Rambling (2014-2015 statistics)
- Dilmac, B. (2009). Psychological needs as a predictor of cyber bullying: A preliminary report on college students. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 9(3), 1307-1325.
- Dilmaç, B., & Aydoğan, D. (2010). Parental attitudes as a predictor of cyber bullying among primary school children. *International Journal of Computer and Systems Engineering*, 4(7), 1667-1671.
- Duggan, M., Rainie, L., Smith, A., Funk, C., Lenhart, A., & Madden, M. (2014). *Online harassment*. Washington, DC: Pew research center. *Pew Res. Center, Washington, DC, USA, Tech. Rep.*
- Dyrud, M. A. (2005, October). I brought you a good news: An analysis of Nigerian 419 letters. In *Proceedings of the 2005 Association for Business Communication Annual Convention* (pp. 20-25).
- Eagly, A. H., & Mladinic, A. (1989). Are people prejudiced against women? Some answers from research on attitudes, gender stereotypes, and judgments of competence. *European review of social psychology*, 5(1), 1-35.

- Eagly, A. H., & Mladinic, A. (1989). Gender stereotypes and attitudes toward women and men. *Personality and social psychology bulletin*, 15(4), 543-558.
- Eastwick, P. W., Luchies, L. B., Finkel, E. J., & Hunt, L. L. (2014). The predictive validity of ideal partner preferences: a review and meta-analysis. *Psychological bulletin*, 140(3), 623.
- Edelson, E. (2003). The 419 scam: information warfare on the spam front and a proposal for local filtering. *Computers & Security*, 22(5), 392-401.
- Eemeren, F. H. V. (2021). Examining argumentative style: A new theoretical perspective. *Journal of Argumentation in Context*, 10(1), 8-25.
- Eikren, E., & Ingram-Waters, M. (2016). Dismantling 'Your Get What Your Deserve': Towards a Feminist Sociology of Revenge Porn.
- Ekaning K. (2011). Pragmatic competence in the spoken English classroom. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*. Vol. 1(1).
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (1969). Nonverbal leakage and clues to deception. *Psychiatry: Journal for the Study of Interpersonal Processes*, 32(1), 88-106.
- Europol Review 2015 | Europol*. (n.d.). Retrieved February 28, 2024, from <https://www.europol.europa.eu/publications-events/main-reports/europol-review-2015>.
- Fabre-Vassas, C. (1997). *The singular beast: Jews, Christians, and the pig*. Columbia University Press.
- Facebook Inc.*, (2015). <https://www.facebook.com/press/info.php?Statistics>. Retrieved :
- Fadhilah, N. U. (2010). A Discourse analysis on the persuasive techniques used in DRTV advertisement. *Unpublished Thesis*. Malang. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Faris, A. A., Paramasivam, S., Hoon, T. B., & Zamri, A. M. (2016). Persuasive strategies in Mandela's No Easy Walk to Freedom. *International Journal of Applied linguistics and English Literature*, 5(1), 192-208.
- Federal Trade Commission. (2017). Cross-Device Tracking: A Federal Trade Commission Staff Report (2017).

- Federal Trade Commission. (2020). Reports in Response to Senate Appropriations Committee Report 116-111 on the FTC's Use of Its Authorities and the Resources Used and Needed to Protect Consumer Privacy and Security (2020).
- Festinger, L., & Maccoby, N. (1964). On resistance to persuasive communications. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 68(4), 359.
- Fisher, J., & Beswick, D. The African State and Special Procedures.
- Foley, L., Foley, L., Hoffman, S. K., McGinley, T. G., Barney, K., Nelson, C., ... & Tosouni, A. (2003). Identity theft: The aftermath 2003. *San Diego, CA: Identity Theft Resource Center: Litan, A.(2007). The truth behind identity theft numbers. Gartner Research Group: Stamford, CT.*
- Fortenbaugh, W. W. (1975). Aristotle on Emotion: A Contribution to Philosophical Psychology, Rhetoric. *Poetics, Politics, and Ethics*.
- Gass, R. H., & Seiter, J. S. (2022). Persuasion: Social influence and compliance gaining. Routledge.
- Georgakopoulou, A. (1997). Self-presentation and interactional alliances in email discourse: The style- and code-switches of Greek messages. *International Journal of Applied Linguistics*, (7(2), 141-164.
- Gill, M. (2013). Authentication and Nigerian Letters. *Pragmatics of computer-mediated communication*, 9, 411.
- Glaser, J., & Kahn, K. B. (2005). Prejudice, discrimination, and the Internet. *The social net: Understanding human behavior in cyberspace*, 247-274.
- Goffman, E. (1981). *Forms of talk*. University of Pennsylvania Press.
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2008). Identity shift in computer-mediated environments. *Media Psychology*, 11(2), 167-185.
- Goodman, M. D. & Brenner, S. W. (2002). The emerging consensus on criminal conduct in cyberspace. *UCLA Journal of Law and Technology*, 3(12).
- Goyal, R. B., & Goyal, G. An Investigation on the Connection Between Internet Use and Social Exclusion Among Indian Students.
- Green, L. D. (1993). Aristotle" On Rhetoric": A Theory of Civic Discourse.

- Gupta, S., Hayek, S. S., Wang, W., Chan, L., Mathews, K. S., Melamed, M. L., ... & Cairl, N. S. (2020). Factors associated with death in critically ill patients with coronavirus disease 2019 in the US. *JAMA internal medicine*, 180(11), 1436-1447.
- Hakak, S., Khan, W. Z., Imran, M., Choo, K. K. R., & Shoaib, M. (2020). Have you been a victim of COVID-19-related cyber incidents? Survey, taxonomy, and mitigation strategies. *Ieee Access*, 8, 124134-124144.
- Halevi, T., Lewis, J., & Memon, N. (2013). Phishing, personality traits and Facebook. *arXiv preprint arXiv:1301.7643*.
- Halevi, T., Lewis, J., & Memon, N. (2013, May). A pilot study of cyber security and privacy related behavior and personality traits. In *Proceedings of the 22nd international conference on world wide web* (pp. 737-744).
- Hall, M., Hearn, J., & Lewis, R. (2023). Image-Based Sexual Abuse: Online Gender-Sexual Violations. *Encyclopedia*, 3(1), 327-339.
- Hamid, Y., Yousuf, R., & Chowhan, A. (2023). Security in Health Information Management Records through Blockchain Technology: A Review. *Journal of Information Security and Cybercrimes Research*, 6(1), 24-39.
- Hamsi, A. S., Bahry, F. D. S., Tobi, S. N. M., & Masrom, M. (2015). Cybercrime over internet love scams in Malaysia: a discussion on the theoretical perspectives, connecting factors and keys to the problem. *Journal of Management Research*, 7(2), 169.
- Hancock, J. T., Curry, L. E., Goorha, S., & Woodworth, M. (2007). On lying and being lied to: A linguistic analysis of deception in computer-mediated communication. *Discourse Processes*, 45(1), 1-23.
- Harrison, B., Vishwanath, A., & Rao, R. (2016, January). A user-centered approach to phishing susceptibility: The role of a suspicious personality in protecting against phishing. In *2016 49th Hawaii international conference on system sciences (HICSS)* (pp. 5628-5634). IEEE.
- Hasan, R., & Halliday, M. A. (1976). Cohesion in english. *London, 1976; Martin JR*.
- Hatim, J. and Mason, I. (1990) *Discourse and the Translator*. London: Longman.
- Hayward, K., & Yar, M. (2006). The 'chav' phenomenon: Consumption, media and the construction of a new underclass. *Crime, media, culture*, 2(1), 9-28.

- Heilman, M. E., Caleo, S., & Halim, M. L. (2010). Just the thought of it!: Effects of anticipating computer-mediated communication on gender stereotyping. *Journal of Experimental Social Psychology, 46*(4), 672-675.
- Herring, S. (1996). Linguistic and critical analysis of computer-mediated communication: Some ethical and scholarly considerations. *The information society, 12*(2), 153-168.
- Herring, S. C. (1996). Computer-mediated communication. *Computer-Mediated Communication, 1*-332.
- Herring, S. C. (2000). Computer Mediated Discourse. In D. Schiffrin, D. Tunnen and H. E. Hamilton (Eds.) *Handbook of Discourse Analysis*, 612-634. Blackwell.
- Herring, S. C. (2004). Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior. *Designing for virtual communities in the service of learning, 338*, 376.
- Herring, S. C. (2007). A faceted classification scheme for computer-mediated discourse. *Language@ internet, 4*(1).
- Herring, S. C. (2010). Computer-mediated conversation Part I: Introduction and overview. *Language@ internet, 7*(2).
- Heyd, T. (2008). *Email hoaxes: Form, function, genre ecology* (Vol. 174). John Benjamins Publishing.
- Hill, J. (2016). The impact of emojis and emoticons on online consumer reviews, perceived company response quality, brand relationship, and purchase intent (Doctoral dissertation, University of South Florida).
- Hogben, H. J., Krzystyniak, M., Charnock, G. T., Hore, P. J., & Kuprov, I. (2011). Spinach—a software library for simulation of spin dynamics in large spin systems. *Journal of Magnetic Resonance, 208*(2), 179-194.
- Holt, T. J., & Graves, D. C. (2007). A qualitative analysis of advance fee fraud e-mail schemes. *International Journal of Cyber Criminology, 1*(1), 137-154.
- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public opinion quarterly, 15*(4), 635-650.
- Hovland, J. (1962). The effectiveness of "overheard" persuasive communications. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 65*(6), 395-02.

<http://www.research.att.com/~cherny/chap1.ps>

- Hu, Y., Chen, X., & Bose, I. (2013). Cybercrime enforcement around the globe. *Journal of Information Privacy and Security*, 9(3), 34-52.
- Hughes, J., Chua, Y. T., & Hutchings, A. (2021). Too Much Data? Opportunities and Challenges of Large Datasets and Cybercrime. *Researching Cybercrimes: Methodologies, Ethics, and Critical Approaches*, 191-212.
- Humbach, J. A. (2014). The constitution and revenge porn. *Pace L. Rev.*, 35, 215.
- Ibrohim, M. O., & Budi, I. (2018). A dataset and preliminaries study for abusive language detection in Indonesian social media. *Procedia Computer Science*, 135, 222-229.
- Irimba, F. M. (2021). Hi-Tech hate in the online narratives of violence in Kenya: A forensic linguistics approach to hate speech in Facebook and Twitter (Doctoral dissertation, Laikipia University).
- Irimba, F. M., Ndambuki, J., & Mwithi, F. (2021). A Forensic Interpretation of Hateful Micro-Speech Acts and Performative Modality in Facebook and Twitter during 2017 Election-Kenya. *International Journal of Linguistics, Literature and Translation*, 4(3), 74-85.
- Jomo Kenyatta Foundation.
- Jones, T. (2021). *Social Media and the Effects on the Everyday User* (Doctoral dissertation, Utica College).
- Joshua, J. M. (2019). Prose Fiction in English from the Origins of Print to 1750. *The Oxford History of the Novel in English* 1.
- Jowett, G. (2008). Propaganda, visual communication of. *The International Encyclopedia of Communication*.
- Kadida, J. (2010). Ringing in Change. *Index on censorship*, 39(1), 150-152.
- Kahn, K. B., Spencer, K., & Glaser, J. (2013). Online prejudice and discrimination: From dating to hating. *The social net: Understanding our online behavior*, 2, 201-219.
- Kang, H. S., & Yang, H. D. (2006). The visual characteristics of avatars in computer-mediated communication: Comparison of Internet Relay Chat and Instant Messenger as of 2003. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64(12), 1173-1183.

- Kaygısız, E. G., & Çakır, Ç. (2020). Siber Zorbalık ve Siber Mağduriyet Ekseninde Özsaygı ve İş Tatmini İlişkisi. *Electronic Turkish Studies*, 15(5).
- Kenya, L. O. (2013). *The constitution of Kenya: 2010*. Chief Registrar of the Judiciary.
- Kerr, P. K., Rollins, J., & Theohary, C. A. (2010). *The stuxnet computer worm: Harbinger of an emerging warfare capability* (pp. 7-5700). Washington, DC: Congressional Research Service.
- Kethineni, S., & Cao, Y. (2020). The rise in popularity of cryptocurrency and associated criminal activity. *International Criminal Justice Review*, 30(3), 325-344.
- Khan, C. (2006). "The blind spot": racism and discrimination in the workplace. *3 Cities and Immigrant Integration: The Future of Second-and Third-Tier Centres*, 61.
- Kiesler, S., Siegel, J., & McGuire, T. W. (1984). Social psychological aspects of computer-mediated communication. *American psychologist*, 39(10), 1123.
- Kim, D. H., Jang, B., & Kim, J. W. (2018). Privacy-Preserving Top-\$ k \$ Route Computation in Indoor Environments. *IEEE Access*, 6, 56109-56121.
- Kim, J., & Lee, J. C. (2020). Effects of COVID-19 on preferences for private dining facilities in restaurants. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 67-70.
- Kim, M., Song, C., Kim, H., Park, D., Kwon, Y., Namkung, E., ... & Carlsson, M. (2019, September). Scam detection assistant: Automated protection from scammers. In *2019 first international conference on societal automation (SA)* (pp. 1-8). IEEE.
- Koon, T.H & Yoong, D. (2013). Preying on lonely hearts: A systematic deconstruction of an Internet Romance Scammer's Online Lover Persona. *Journal of Modern Languages* 23(1):28-40.
- Koops, B. J. (2010). The internet and its opportunities for cybercrime. *Transnational criminology manual*, M. Herzog-Evans, ed, 1, 735-754
- Kopp, C., Sillitoe, J., & Gondal, I. (2017). "I am your perfect online partner" analysis of dating profiles used in cybercrime. *Asia Pacific Journal of Advanced Business and Social Studies*, 3(2), 207-217.
- Kothari, C. R. (1990). *Research Methodology: Methods and Techniques* Wishwa Prakashan. New delhi, 2.

- Kuhenga, C. (1977). *Tamathali za usemi*. Dar es Salaam: East Africa Literature Bureau.
- Kümpel, A. S., Karnowski, V., & Keyling, T. (2015). News sharing in social media: A review of current research on news sharing users, content, and networks. *Social media+ society*, 1(2), 2056305115610141.
- Labov, W., Bauman, R., Bruner, J., Harré, R., Hansen, A. D., Moissinac, L., ... & Nazikian, F. (2010). *Telling stories: Language, narrative, and social life*. Georgetown University Press.
- Lawson, H. M., & Leck, K. (2006). Dynamics of internet dating. *Social Science Computer Review*, 24(2), 189-208.
- Lea, S. E., Fischer, P., & Evans, K. M. (2009). The psychology of scams: Provoking and committing errors of judgement.
- Lee, Y., na Rhee, J. H. (2022). A VECM analysis of Bitcoin price using-varying cointegration approach. *Journal of Derivation and Quantitative Studies*: 30(3), 197-218.
- Levi, M. (2004). The making of the United Kingdom's organised crime control policies (pp. 823-851). Springer Netherlands.
- Lewis Jr, A. H. (2023). *Cyber Realism: a Definition of and Theory for Cyber-Based Advanced Persistent Threats (APT) a Power Dynamics of the Fifth Domain* (Doctoral dissertation, American Public University System).
- Ling, R. (2007). Mobile communication and mediate ritual. *Communications in the 21st century*, 167-174.
- Ling, R., & Baron, N. S. (2007). Text messaging and IM: Linguistic comparison of American college data. *Journal of language and social psychology*, 26(3), 291-298.
- Liu, Z., Liu, R., Zhang, Y., Zhang, R., Liang, L., Wang, Y., ... & Wang, F. (2021). Association between perceived stress and depression among medical students during the outbreak of COVID-19: The mediating role of insomnia. *Journal of affective disorders*, 292, 89-94.
- Lucas, S. (2007). The Legacy of Edwin Black. *Rhetoric & Public Affairs*, 10(3), 509-519.
- Lunduke, B. (2018). Linux and supercomputers.

- Malin, C. H., Gudaitis, T., Holt, T., & Kilger, M. (2017). Deception in the digital age: exploiting and defending human targets through computer-mediated communications. Elsevier.
- Manson, L. (2011). Crimes of persuasion: Scams and their victims. Edinburgh: The Scottish Association of Citizens Advice Bureaux – Citizens Advice Scotland
- Markman, K. M., & Oshima, S. (2007, October). Pragmatic play? Some possible functions of English emoticons and Japanese kaomoji in computer-mediated discourse. In *Association of Internet Researchers annual conference* (Vol. 8).
- Marques, T. (2022). The expression of hate in hate speech. *Journal of Applied Philosophy*. Mattson, M. (2005). A Review of: Perloff, RM (2003). “The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century ” Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. ISBN: 0805840885 (softcover) 46.50; ISBN:0805840877(hardcover) 99.95, 416 pages.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, 50(4), 370.
- Maslow, A. H. (1971). *Self-actualization*. Tiburon, CA, USA: Big Sur Recordings.
- Massamba, D. P. B. (2004). Kamusi ya isimu na falsafa ya lugha. TUKI.
- Maynor, N. (1994).7. The Language of Electronic Mail: Written Speech?. *Publication of the American Dialect Society*, 78 (1), 48-54.
- McGarty, C., Spears, R., & Yzerbyt, V. Y. (2002). Conclusion: Stereotypes are selective, variable and contested explanations. *Stereotypes as explanations: The formation of meaningful beliefs about social groups*, 186-199.
- McQuade, S. (2009). The Encyclopedia of Cybercrime, Westport.
- McQuade, S. C. (2009). “Encyclopedia of Cybercrime,” *Greenwood Press*, Westport USA.
- Milunovich, G., & Lee, S. A. (2022). Measuring the impact of digital exchange cyberattacks on Bitcoin Returns. *Economics Letters*, 221, 110893.
- Miniwatts Marketing Group. (2016). Africa internet usage, Facebook and population statistics. (November 30, 2015). *Internet World Stats - Usage and Population*
- Mison, A., Davies, G., & Eden, P. (2020, June). The future direction of cybercrime and the difficulties of digital investigations: a rationale for a review of digital

- investigation specialist education. In *ECCWS 2020 20th European conference on cyber warfare and security* (pp. 249-257).
- Mitra, A. (1999). Characteristics of the WWW text: Tracing discursive strategies. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 5(1), JCMC515.
- Mohan, B. (2014). A study of the use of persuasive strategies in religious oratory. *International Journal of Research*, 1(2), 28-36.
- Montague, D. A. (2011). *Essentials of online payment security and fraud prevention* (Vol. 54). John Wiley & Sons.
- Moore, R. (2014). *Cybercrime: Investigating high-technology computer crime*. Routledge.
- Mugenda, O. M., & Mugenda A. G. (2003). *Research methods: Quantitative and qualitative approaches*. ACTS Press.
- Muthaa, G. (2022). Governance in Indigenous Societies. In *Decolonizing and Indigenizing Visions of Educational Leadership* (pp. 109-123). Emerald Publishing Limited.
- Mwita, J. (2020). *Fake News and Propaganda in Political Communication: Effects and Remedies*.
- Mwithi, F. (2016). *Social Media Discourse: Linguistic Study of Facebook Among a Selected Group of Kenyan internet Users* (Doctoral dissertation, Laikipia University).
- Mwithi, F. M. (2021). *Social Grooming in Facebook: Linguistic Study of Facebook among a Selected Group of Kenyan Internet Users*.
- Nabea, W. (2014). Persuasive Strategies employed by Cyber Criminals: The Case of the Fraud-Email Narrative. *Contemporary Social Sciences*, 85.
- Nabea, W. (2010). Media argumentation in the Kenyan 2007 political elections: Manufacturing of ethnic hate. *Language and politics in Africa: Contemporary issues and critical perspectives*, 182-99.
- NACDL - Computer Fraud and Abuse Act (CFAA)*. (n.d.). Retrieved February 28, 2024, from <https://www.nacdl.org/Landing/ComputerFraudandAbuseAct>.
- Naidoo, R. (2020). A multi-level influence model of COVID-19 themed cybercrime. *European Journal of Information Systems*, 29(3), 306-321.

- Naituli, J. G., & King'oro, S. N. An examination of ethnic stereotypes and coded language used in Kenya and its implication for national cohesion.
- Naksawat, C., Akkakoson, S., & Loi, C. K. (2016). Persuasion strategies: use of negative forces in scam e-mails. *GEMA Online® Journal of Language Studies*, 16(1), 1-17.
- Ndambuki, J. (2010). Discursive Representation of Women's Interests and Needs in Makueni District–Kenya. *Johannesburg: Unpublished PhD Thesis, University of Witwatersrand*.
- Ndambuki, J., & Janks, H. (2010). Political discourses, women's voices: Mismatches in representation. *Critical Approaches to Discourse Analysis across Disciplines*, 4(1), 73-92.
- Ndonye, M. M., Yieke, F., & Onyango, J. O. (2015). Ethnicity as discursive construct in Kenyan televised comedy: humorous harm?. *The Journal of Pan African Studies*, 8(3), 44-60.
- Nelson, R. A., Tossell, C. C., & Kortum, P. (2015). Emoticon use in mobile communications:-. In *Encyclopedia of mobile phone behavior* (pp. 1-11). IGI Global.
- Newsome, B. (2015). An introduction to research, analysis, and writing: Practical skills for social science students. Sage Publications.
- Nieto, J. (2006). The cultural plunge: Cultural immersion as a means of promoting self-awareness and cultural sensitivity among student teachers. *Teacher Education Quarterly*, 33(1), 75-84.
- Nikiforova, B., & Gregory, D. W. (2013). Globalization of trust and internet confidence emails. *Journal of Financial Crime*, 20(4), 393-405.
- Norazman, N. S. D. A., & Zamin, N. (2014). Development of scammed posts detector: A case study of pet scammed posting. In *Proceedings of the 18th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics (WMSCI). IIIS*.
- November 12,2016
- Nurhidayatillah, N. (2018). *Persuasive Strategies Used in Hillary Clinton's Political Campaign Speech* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).

- Nurrosyidah, H. Y. (2016). *Persuasive strategies in Joko Widodo's political speeches* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Nussbaum, M. C. (1996). Aristotle on emotions and rational persuasion. *Essays on Aristotle's rhetoric*, 303-323.
- O'Donnell, V., & Jowett, G. S. (1992). *Propaganda and persuasion* (p. 116). Sage.
- Oerlemans, J. J. (2010). *Investigating cybercrime* (No. s 51). Amsterdam University Press.
- O'Keefe, D. J. (2003). Message properties, mediating states, and manipulation checks: Claims, evidence, and data analysis in experimental persuasive message effects research. *Communication theory*, 13(3), 251-274.
- Olajimbiti, E. O. (2018). Discourse pattern, contexts and pragmatic strategies of selected fraud spam. *Crossroads. A Journal of English Studies*, (02 (21)), 53-63.
- Oloo, R. A. (2004). Workplace stress and female employees' performance.
- Orasan, C., & Krishnamurthy, R. (2002, June). A corpus-based investigation of junk emails. In *3rd International Conference on Language Resources and Evaluation* (pp. 1773-1780). ELRA. Oso, W. Y., & Onen, D. (2009). *A general guide to writing research proposal and report*.
- Paolillo, J. C. (1996). Language choice on soc.culture.punjab. *Electronic Journal of*
- Park, S., Im, S., Seol, Y., & Paek, J. (2019). Nodes in the bitcoin network: Comparative measurement study and survey. *IEEE Access*, 7, 57009-57022.
- Parrott, E. (2021). Investigations: Accidents and Reconstructions. *Encyclopedia of Security and Emergency Management*, 494-498.
- Peng, A. Y., Kuang, X., & Hou, J. (2022). Love NBA, hate BLM: Racism in China's sports fandom. *International Journal of Communication*, 16, 3133-3153.
- Peretti, K. K. (2008). Data breaches: what the underground world of carding reveals. *Santa Clara Computer & High Tech. LJ*, 25, 375.
- Peretti, K. K. (2008). Data breaches: what the underground world of carding reveals. *Santa Clara Computer & High Tech. LJ*, 25, 375.

- Pérez-Sabater, C., & Montero-Fleta, B. (2015). A first glimpse at mobile instant messaging: Some sociolinguistic determining factors. *Poznan Studies in Contemporary Linguistics*, 51(3), 411-431.
- Perkes, S. J., Bonevski, B., Hall, K., Mattes, J., Chamberlain, C., Bennett, J., ... & Kennedy, M. (2023). Aboriginal and Torres Strait Islander women's access to and interest in mHealth: national web-based cross-sectional survey. *Journal of medical Internet research*, 25, e42660.
- Perloff, RM (2003). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st century*.
- Phillips, N. (2021). The coronavirus is here to stay-here's what that means. *Nature*, 590(7846), 382-384.
- Propp, V. I. (1968). *Morphology of the Folktale* (Vol. 9). University of Texas Press.
- Quayle, E., & Taylor, M. (2006). Young people who sexually abuse: The role of the new technologies. *Children and Young People who Sexually Abuse Others*, 115-128.
- Rani, S., Kataria, A., Sharma, V., Ghosh, S., Karar, V., Lee, K., & Choi, C. (2021). Threats and corrective measures for IoT security with observance of cybercrime: A survey. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 2021, 1-30.
- Ratten, V. (2019). The effect of cybercrime on open innovation policies in technology firms. *Information Technology & People*, 32(5), 1301-1317.
- Razzaq, A., Hur, A., Ahmad, H. F., & Masood, M. (2013, March). Cyber security: Threats, reasons, challenges, methodologies and state of the art solutions for industrial applications. In *2013 IEEE Eleventh International Symposium on Autonomous Decentralized Systems (ISADS)* (pp. 1-6). IEEE.
- Rhodes, N., & Wood, W. (1992). Self-esteem and intelligence affect influenceability: The mediating role of message reception. *Psychological bulletin*, 111(1), 156.
- Richards, R. D., & Calvert, C. (2007). Untangling Child Pornography from the Adult Entertainment Industry: An Inside Look at the Industry's Efforts to Protect Minors. *Cal. WL Rev.*, 44, 511.
- Riedl, M. J., Joseff, K., Soorholtz, S., & Woolley, S. (2022). Platformed antisemitism on Twitter: Anti-Jewish rhetoric in political discourse surrounding the 2018 US midterm election. *new media & society*, 14614448221082122.

- Riga, A. (2003). Taking on Nigerian E-mail Con Games Becomes a Crusade for 'Scam Baiters': Web Sites Describe Tricks Played on Fraud Artists Who Bilk People of Millions. *The Gazette [Montreal, Quebec] July, 18*, B1.
- Robinson, P. H., & Dubber, M. D. (2007). The American model penal code: A brief overview. *New criminal law review, 10*(3), 319-341.
- Rohm, A. J., & Swaminathan, V. (2004). A typology of online shoppers based on shopping motivations. *Journal of business research, 57*(7), 748-757.
- Rothan, H. A., & Byrareddy, S. N. (2020). The epidemiology and pathogenesis of coronavirus disease (COVID-19) outbreak. *Journal of autoimmunity, 109*, 102433.
- Rusch, J. J. (1999). The Social Engineering of Internet Fraud. Paper Presented Internet Society Annual Conference, Retrieved 26 March, 2007.
- Saville, B. K., Gisbert, A., Kopp, J., & Telesco, C. (2010). Internet addiction and delay discounting in college students. *The psychological record, 60*, 273-286.
- Sawyer, B. D., & Hancock, P. A. (2018). Hacking the human: The prevalence paradox in cybersecurity. *Human factors, 60*(5), 597-609.
- Schaffer, B. (2023). From Rising Power to Cyber Influencer?: China's Norm Entrepreneurship in Global Cyber Governance through Cyber Sovereignty and Multilateralism Unraveling China's Impact on Kenya's Domestic Regulatory Framework (Bachelor's thesis, University of Twente).
- Schaffer, J. (2012). University news sites: investments in civic entrepreneurship. *International journal of communication (Online), 2674-2677*.
- Scott, A. J., & Gavin, J. (2017). Revenge pornography: The influence of perpetrator-victim sex, observer sex and observer sexting experience on perceptions of seriousness and responsibility. *Journal of criminal psychology, 8*(2), 162-172.
- Seal, W. (2012). Some proposals for impactful management control research. *Qualitative Research in Accounting and Management, 9*(3), 228-244.
- Shaheed, A. (2019). Freedom of religion or belief: Special Rapporteur on freedom of religion or belief: Report on restrictions imposed on expression on account of religion or belief.
- Sharma, G. (2017). Pros and cons of different sampling techniques. *International journal of applied research, 3*(7), 749-752.

- Sharma, K. (2010). An anatomy of phishing messages as deceiving persuasion: a categorical content and semantic network study. *EDPACS*, 42(6), 1-19.
- Sindoni, M. G. (2018). Direct hate speech vs. indirect fear speech. A multimodal critical discourse analysis of the Sun's editorial "1 in 5 Brit Muslims' sympathy for jihadis". *Lingue e Linguaggi*, 28, 267-292.
- Smith, G. B., Sederberg, A., Elyada, Y. M., Van Hooser, S. D., Kaschube, M., & Fitzpatrick, D. (2015). The development of cortical circuits for motion discrimination. *Nature neuroscience*, 18(2), 252-261.
- Somerville, K. (2011). Violence, hate speech and inflammatory broadcasting in Kenya: The problems of definition and identification. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 32(1), 82-101.
- Squires, L. (2010). Enregistering internet language. *Language in society*, 39(4), 457-492.
- Statistics*. Retrieved on 13 September 2016, <http://www.internetworldstats.com/stats1.htm>
- Syomych, M., Markina, I., na Diachkov, D (2018, October). Cybercrime as a leading threat to information security in the countries with transitional economy. In *2nd International Conference on Social, Economic and Academic Leadership (ICSEAL 2018)* (pp.342-350) Atlantis Press.
- Tamale, S. (2000). 'Point of order, Mr Speaker': African women claiming their space in parliament. *Gender & Development*, 8(3), 8-15.
- Tamale, S. (2004). Gender trauma in Africa: enhancing women's links to resources. *Journal of African Law*, 48(1), 50-61.
- Tan, K. H., Abdollahi-Guilani, M., & Chen, C. (2017). Linguistic Deception of Chinese Cyber Fraudsters. *3L, Language, Linguistics, Literature*, 23(3).
- Tan, S. K., Chan, J. S. K., & Ng, K. H. (2020). On the speculative nature of cryptocurrencies: A study on Garman and Klass volatility measure. *Finance Research Letters*, 32, 101075.
- Tang, Y., & Hew, K. F. (2019). Emoticon, emoji, and sticker use in computer-mediated communication: A review of theories and research findings. *International Journal of Communication*, 13, 27.

- Tossell, C. C., Kortum, P., Shepard, C., Barg-Walkow, L. H., Rahmati, A., & Zhong, L. (2012). A longitudinal study of emoticon use in text messaging from smartphones. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 659-663.
- UNODC ANNUAL REPORT 2014. (n.d.).
https://www.unodc.org/documents/AnnualReport2014/Annual_Report_2014_WEB.pdf.
- Van Eemeren, F.H. (E.d.). (2001). *Crucial conceipts in argumentation theory*. Amsterdam University Press.
- virtual reality*, PhD thesis, Stanford University
- Vishwanath, A., Herath, T., Chen, R., Wang, J., & Rao, H. R. (2011). Why do people get phished? Testing individual differences in phishing vulnerability within an integrated, information processing model. *Decision Support Systems*, 51(3), 576-586.
- Waki, P. N. (2008). Report of the Commission of Inquiry into Post Election Violence (CIPEV). Government Printer.
- Walden, I. (2005). Crime and Security in cyberspace. *Cambridge Review of International Affairs*, 18 (1), 51-68.
- Wall, D. S. (2015). Dis-organised crime: Towards a distributed model of the organization of cybercrime. *The European Review of Organised Crime*, 2(2).
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication research*, 23(1), 3-43.
- Wamitila, K. W. (2003). Kamusi ya fasihi: istilahi na nadharia.
- Wang, Y., Hu, Z., Peng, K., Rechdan, J., Yang, Y., Wu, L., ... & Chen, R. (2020). Mapping out a spectrum of the Chinese public's discrimination toward the LGBT community: results from a national survey. *BMC Public Health*, 20(1), 1-10.
- Warner, W., & Hirschberg, J. (2012, June). Detecting hate speech on the world wide web. In *Proceedings of the second workshop on language in social media* (pp. 19-26).
- Wertsch, J. V. (2008). The narrative organization of collective memory. *Ethos*, 36(1), 120-135.

- Wheeler, M., Guterres, S., Bewley, A. P., & Thompson, A. R. (2022). An analysis of qualitative responses from a UK survey of the psychosocial wellbeing of people with skin conditions and their experiences of accessing psychological support. *Clinical and Experimental Dermatology*, *47*(1), 37-42.
- Whitty, M. T. (2016). *Cyberpsychology: The study of individuals, society and digital technologies*. John Wiley & Sons.
- Whitty, M. T., & Buchanan, T. (2012). The online romance scam: A serious cybercrime. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, *15*(3), 181-183.
- Whitty, M. T., Buchanan, T., Joinson, A. N., & Meredith, A. (2012). Not all lies are spontaneous: An examination of deception across different modes of communication. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, *63*(1), 208-216.
- Winter, D. G., & Leclerc, R. (2019). Developing a measure of generative historical consciousness from political leaders' speeches. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *45*(9), 1338-1351.
- World Health Organization. (2021). Annex to Infection prevention and control during health care when coronavirus disease (COVID-19) is suspected or confirmed: interim guidance, 1 October 2021 (No. WHO/2019-nCoV/IPC/Annex/2021.1). World Health Organization.
- World Wide Web Foundation. (2018). History of the web.
- Wu, J., Yuan, Q., Lin, D., You, W., Chen, W., Chen, C., & Zheng, Z. (2020). Who are the phishers? phishing scam detection on ethereum via network embedding. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics: Systems*, *52*(2), 1156-1166.
- www.internetworldstats.com/stats1.htm. Retrieved 15th September 2015.
- Yang, J., Yang, Y., Xiu, L., & Yu, G. (2022). Effect of emoji prime on the understanding of emotional words—evidence from ERPs. *Behaviour & information technology*, *41*(6), 1313-1322.
- Ybarra, M. L., Alexander, C., & Mitchell, K. J. (2005). Depressive symptomatology, youth Internet use, and online interactions: A national survey. *Journal of adolescent health*, *36*(1), 9-18.

- Yieke, F. (2002). Language and discrimination: A study of gender and discourse in workplaces in Kenya (Doctoral dissertation, Universität Wien).
- Yieke, F. A. (2008, December). The discursive construction of ethnicity: The case of the 2007 Kenyan general election. In *Governing the African Public Sphere, 12th General Conference, Yaoundé, Cameroun* (p. 93).
- Zimbler, M., & Feldman, R. S. (2011). Liar, liar, hard drive on fire: How media context affects lying behavior. *Journal of Applied Social Psychology, 41*(10), 2492-2507.

VIAMBATISHO

Kiambatisho I: Barua ya Chuo

LAIKIPIA UNIVERSITY

P.O. Box 1109-20300,
NYAHURURU,
KENYA

TEL: +254-(0) 20 2671779, 20-2671771,
Cell: +254 0729285902, 0729281902
bpgs@laikipia.ac.ke; www.laikipia.ac.ke

**OFFICE OF DIRECTOR
GRADUATE SCHOOL**

Ref: MK22/ 2469/16
29th November, 2021

TO WHOM IT MAY CONCERN

RE: JAMES MWANGI MATHENGE – REG. MK22/2469/16

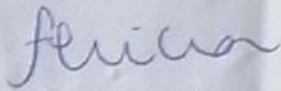
The above mentioned is a Postgraduate student of Laikipia University undertaking a Master of Arts (Kiswahili & Communication) degree under the Department of Literary and Communications Studies, School of Humanities and Development Studies.

His Research Proposal entitled, **UHALIFU KATIKA JUMBE ZA BARUA PEPE NA FACEBOOK™** has been **Examined and Accepted** by the Board of Graduate School.

He is hereby authorized to conduct his research. Any assistance accorded to him will highly be appreciated.

Thank you.



Sincerely,







**PROF FELICIA YIEKE
DIRECTOR**

Vision: A University for Valued Transformation of Society
Mission: To serve students and society through research, education, scholarship, training, innovation, outreach and consultancy

Laikipia University is ISO 9001:2015 and ISO/IEC 27001:2013 Certified



Kiambatisho II: Barua ya Idhini Kutoka NACOSTI

 <p>REPUBLIC OF KENYA</p> <p>Ref No: 466350</p>	 <p>NATIONAL COMMISSION FOR SCIENCE, TECHNOLOGY & INNOVATION</p> <p>Date of Issue: 20/January/2023</p>
<p>RESEARCH LICENSE</p>	
	
<p>This is to Certify that Mr. James Mwangi Mathenge of Laikipia University, has been licensed to conduct research in Nakuru on the topic: UHALIFU KATIKA JUMBE ZA BARUAPEPE NA FACEBOOK for the period ending : 20/January/2023.</p>	
<p>License No: NACOSTI/P/22/15299</p>	
<p>Applicant Identification Number</p>	
<p>466350</p>	
<p>Director General NATIONAL COMMISSION FOR SCIENCE, TECHNOLOGY & INNOVATION</p>	
<p>Verification QR Code</p>	
	
<p>NOTE: This is a computer generated License. To verify the authenticity of this document, Scan the QR Code using QR scanner application.</p>	

THE SCIENCE, TECHNOLOGY AND INNOVATION ACT, 2013

The Grant of Research Licenses is Guided by the Science, Technology and Innovation (Research Licensing) Regulations, 2014

CONDITIONS

1. The License is valid for the proposed research, location and specified period
2. The License any rights thereunder are non-transferable
3. The Licensee shall inform the relevant County Director of Education, County Commissioner and County Governor before commencement of the research
4. Excavation, filming and collection of specimens are subject to further necessary clearance from relevant Government Agencies
5. The License does not give authority to transfer research materials
6. NACOSTI may monitor and evaluate the licensed research project
7. The Licensee shall submit one hard copy and upload a soft copy of their final report (thesis) within one year of completion of the research
8. NACOSTI reserves the right to modify the conditions of the License including cancellation without prior notice

National Commission for Science, Technology and Innovation
off Waiyaki Way, Upper Kabete,
P. O. Box 30623, 00100 Nairobi, KENYA
Land line: 020 4007000, 020 2241349, 020 3310571, 020 8001077
Mobile: 0713 788 787 / 0735 404 245
E-mail: dg@nacosti.go.ke / registry@nacosti.go.ke
Website: www.nacosti.go.ke