

## **Kutungamana kwa Itikadi na Propaganda katika Matini za Kifasihi**

**Wallace K. Mlaga**  
**Mhadhiri, Chuo Kikuu cha Rwanda**

wamlaga@gmail.com

### **Ikisiri**

Itikadi na propaganda ni dhana ambazo zimetungamana kila zinapojitokeza katika matini za kifasihi. Licha ya wataalamu mbalimbali kuonesha kuwa kuna uhusiano wa karibu kati ya itikadi na propaganda, hakuna utafiti ambao umefafanua sababu hasa za itikadi na propaganda kuonekana kutungamana kila zijitokezapo katika matini za kifasihi. Hivyo, malengo ya makala hii: kwanza, ni kufafanua uhusiano uliopo baina ya itikadi na propaganda, kwa upande mmoja, na uhusiano wa dhana hizi dhidi ya fasihi, kwa upande mwingine. Pili, ni kufafanua sababu za propaganda na itikadi kujitokeza katika namna ya kutungamana katika matini za kifasihi. Nadharia ya Uhistoria Mpya ndio iliyotumika kufanikisha malengo ya makala hii. Hivyo, sababu zinazofanya itikadi na propaganda kutungamana ni pamoja na dhana ya itikadi inavyobainishwa, mashirikiano yaliyopo baina ya itikadi na propaganda katika kutawala au kudhibiti miundo ya diskozi kifani na kimaudhui, mbinu za propaganda zinavyofanya kazi, dhima au malengo ya propaganda, fasili ya itikadi na propaganda, mambo mawili yanayounganisha itikadi na propaganda, na mwisho ni uelezaji wa matukio au watendaji katika diskozi za kiitikadi.

**Dhana za Msingi:** Itikadi, propaganda, matini za kifasihi

### **Utangulizi**

Wataalamu wanakubaliana kuwa kuna uhusiano wa karibu kati ya itikadi na propaganda (Wollaeger, 2006; Yeo, 2010). Licha ya kukiri kuwapo kwa uhusiano huu, watafiti katika uga wa fasihi, hususani fasihi ya Kiswahili, wameendelea kuishughulikia kila dhana kiupwekepeke. Kwa mfano,

Chuachua (2010) na Malugu (2011) wameshughulikia itikadi tu. Aidha, Hawkes (1996) na Yeo (2010), kama wanavyorejelewa na Mlaga (2019), wanagawa vipindi viwili: zama za itikadi na zama za propaganda. Hii ni ithibati inayoonesha tu namna ambavyo dhana hizi, mara nyingi, zimeshughulikiwa katika upwekepeweke. Tunafikiri kuwa kuna hatari ya kuutazama mgawanyo huu wa kidhahania kuwa ni uhalisi wa hali ilivyo jambo ambalo tunaona sio sahihi. Tuna mtazamo kwamba bado hazijafanyika jitihada za kutosha kuonesha ni kwa namna gani itikadi na propaganda zimetungamana, hasa katika matini za kifasihi. Zaidi ya hivyo, bado haujatolewa ufafanuzi wa sababu zinazofanya itikadi na propaganda kujitokeza katika matini za kifasihi kwa namna ya kutungamana.

Tuna maoni kuwa, ufafanuzi huu ukitolewa, utachochea zaidi kuongezeka kwa tafiti ambazo zitachunguza kutungamana kwa itikadi na propaganda katika matini za kifasihi. Hii ni tofauti na namna ambavyo tafiti zimeweka mkazo tu katika uchunguzi wa kina wa itikadi huku propaganda ikiishia kujitokeza kwa kutajwa tu. Zaidi ya hivyo, hata pale itikadi ilipochunguzwa kwa kina, mbinu za kubainisha itikadi hazikuwekwa bayana (Mlaga, 2019).

Aidha, licha ya zama hizi kutawaliwa sana na matumizi ya itikadi na propaganda, masuala haya bado hayajatiliwa maanani sana katika uhakiki wa fasihi ya Kiswahili (Mlaga, 2019). Tunaweza kuona ni kwa nini wakati mwingine imefikiriwa isivyo sahihi kuwa propaganda na itikadi zilijitokeza katika kazi za kifasihi za kipindi fulani tu cha wakati. Hivyo basi, ili kuondokana na dosari ambazo tumekwishazibainisha, kuna haja ya kufafanua sababu za itikadi na propaganda kudhihirika katika matini za kifasihi katika namna ya kutungamana. Mwelekeo huu pia unatoa nafasi ya

kuutumia mkabala wa mwingiliano nyuga katika kuielewa zaidi fasihi ya Kiswahili.

### **Itikadi**

Hawkes (1996) anabainisha kwamba kuna mitazamo minne iliyowahi kuongoza fasili ya itikadi. Hivyo, ili kuifahamu itikadi kwa mawanda mapana, hatuna budi kuifahamu mitazamo hiyo minne. Mitazamo hiyo ni hii ifuatayo: Mosi, ni mtazamo wa wanausasa unaoiangalia itikadi kama dhana iliyofungamanishwa na suala la urazini usio wa kweli. Pili, ni mtazamo wa usasaleo unaoingalia dhana ya itikadi kama iliyopoteza umuhimu. Tatu, ni mtazamo wa Wana-Umarx wa baadaye unaoiangalia itikadi kama dhana isiyohusika na suala la uongo wala ukweli. Na mwisho, ni mtazamo wa Eagleton (1991) unaoiangalia dhana ya itikadi kama inayofungamanishwa na ukweli na kiasi fulani kisichoepukika cha mambo yasiyo na ukweli. Kuna umuhimu wa kufafanua mtazamo mmoja baada ya mwingine. Kwa kufanya hivyo, tunakuwa katika nafasi nzuri ya kuifahamu dhana hii ya itikadi katika maumbo yake tofauti yanayojitokeza. Mitazamo hii minne inaweza kufafanuliwa kama ifuatavyo:

Kwanza, tuanze na mtazamo wa itikadi kama dhana inayofungamanishwa na urazini usio wa kweli. Hawkes (1996) anabainisha wazi kuwa, kuitazama itikadi katika msingi huu kunajitokeza katika kipindi chote cha zama za “usasa”. Kipindi hiki kinatajwa kuanzia karne ya 16 hadi kufikia karne ya 20 ambapo usasaleo ndipo ulipoingia. Licha ya ukweli huu, ni muhimu kutanabahisha kwamba katika kipindi hiki, sio wanazuoni wote walikuwa na mtazamo huu kama tutakavyoona kwa Wana-Umarx wa baadaye. Msingi wa kuitazama itikadi kama dhana inayofungamanishwa na urazini usio wa kweli, umeegemezwa katika harakati za kuhalalisha kuondokana na misingi

ya kimaisha ya kipindi fulani cha wakati. Kwa kufanya hivyo, ilikusudiwa kuletwa misingi mipya ya kimaisha. Hivyo basi, ili kuhalalisha makusudio hayo kulikuwa na kila sababu ya kuonesha ni kwa namna gani uwazaji au mwenendo uliopo katika jamii umeegemezwa katika misingi ya uongo.

Mtazamo wa pili ni ule wa kuitazama itikadi kama dhana iliyopoteza umuhimu au iliyofifia. Kimsingi, mtazamo huu unashikiliwa na wanausasaleo kama vile Nietzsche na Foucault. Katika mjadala wao kwa nyakati tofauti, wanaonekana kutokubaliana kuiangalia itikadi kama urazini usio wa kweli. Wakiwa na maana ya kwamba urazini haupaswi kugawanywa kati ya urazini wa kweli na urazini usio wa kweli. Hivyo, hawakuona mantiki ya urazini ule usio wa kweli ndio pekee ulipaswa kutazamwa kuwa itikadi. Katika kuonesha namna mtazamo huu ulivyo potofu, Nietzsche anaitazama historia yote ya Falsafa ya Kimagharibi kuwa kiasili nayo ni itikadi (tofauti na ilivyotazamwa hapo awali kuwa haijaundwa kwa urazini usio wa kweli na, hivyo, yenyewe haikuwa itikadi). Hivyo, iwapo urazini hauwezi kugawanywa katika pande hizo mbili, ni sawa na kusema kuwa hatuna tena itikadi. Kwa upande wake, Foucault aliunganisha mawazo ya Nietzsche na yale ya wanamuundoleo na, hivyo, kuwa msingi wa mtazamo wa wanausasaleo kuhusu dhana ya itikadi (Hawkes, 1996). Kwa mujibu wa Foucault, haiwezekani tena kutumia istilahi kama vile ‘kweli’, ‘sio kweli’, au hata ‘urazini’ katika namna yoyote ya maana iliyo kamili ya itikadi. Hapa ndipo anapoamua kutumia mkabala wake wa kihistoria kuangalia msingi wa uhalali wa kujitokeza kwa aina ya mawazo yanayojitokeza katika kipindi husika.

Mtazamo wa tatu ni ule usioihusianisha dhana ya itikadi na suala la kweli au uongo. Kimsingi, Wana-Umarx wa baadaye hususani Louis Althusser ndio wanaoshikilia mwelekeo huu (Eagleton, 1991; Hawkes, 1996). Msingi wa hoja hii ni kuwa suala la itikadi halitegemei vigezo vya kitathmini vya ukweli na kutokuwa kweli. Althusser (1971), kama anavyorejelewa na Eagleton (1991) na Hawkes (1996), anaitazama itikadi kama dhana inavyorejelea “namna ninavyoishi ikihusiana na jamii kwa jumla”. Hoja hii inatokana na mtazamo alionao kwamba mfumo wowote wa kiuchumi huhakikisha kuwa kazi yake ya kwanza ni kujitengenezea misingi ya uzalishaji. Haja hii hufanikishwa kupitia asasi mbili: Nyenzo za Dola za Mabavu (NDM) zinazojumuisha polisi, mahakama za kisheria na jeshi kwa upande mmoja. Kwa upande mwingine, Nyenzo za Dola za Kiitikadi (NDK) zinazojumuisha kanisa, shule, familia, vyama vya siasa, na vyombo vya habari.

Mtazamo wa mwisho ni ule unaoitazama itikadi kama dhana yenye kubeba ukweli na kiasi fulani cha uongo. Mtu muhimu katika utetezi wa mtazamo huu ni Eagleton (1991). Mtaalamu huyu anaikosoa mitazamo ya wanausasaleo kuhusu itikadi kupoteza umuhimu wake. Pia, anaikosoa mtazamo wa Althusser (1971) wa kutokuona umuhimu wa kuihusisha itikadi na suala la kuwa kweli au kutokuwa kweli (Eagleton, 1991).

Kutokana na mitazamo hii minne, tunaweza kubainisha fasili nne za msingi kuhusu itikadi. Fasili hizi kwa namna moja au nyingine ndizo tunazojiegemeza kwazo. Fasili hizi zote ni za muhimu na zinakubalika katika miktadha tofauti. Eagleton (1991) anabainisha kuwa ni muhimu kuwa na maana pana ya itikadi pamoja na maana yenye mawanda finyu kwani, kila maana, ina matumizi yake. Pia, baadhi ya maana kutokuendana

kunasababishwa na kuwapo kwa mitazamo tofauti ya kisiasa na kihistoria kuhusu itikadi (Eagleton, 1991). Fasili nne za itikadi kama zinavyobainishwa na Eagleton (1991) ambazo tunaona ni muhimu sana kuzibainisha ni hizi zifuatazo:

Mosi, itikadi ni mchakato yakinifu wa uzalishaji wa mawazo, imani, na thamani katika maisha ya kijamii. Pili, itikadi ni mawazo na imani (yaweza kuwa kweli au la) ambazo zinaashiria hali na uzoefu (tajriba) wa kimaisha, wa kundi au tabaka muhimu la jamii mahsusi. Tatu, itikadi ni mawazo na imani zinazotumika katika ukuzaji na uhalalishaji wa maslahi ya makundi ya kijamii katika mazingira ya migongano ya kimaslahi. Nne, itikadi ni dhana inayoashiria mawazo na imani ambazo zinasaidia kuhalalisha maslahi ya kundi au tabaka tawala kwa njia ya upotoshaji na ghiliba.

Jowett na Donnell (2012) wanatupatia maelezo muhimu ya kujiegemeza katika kufanikisha uchambuzi wa itikadi na kuangalia mdhihiriko wake katika matini za fasihi na matini nyinginezo. Wataalamu hawa wanatueleza kuwa, katika kuibainisha itikadi, mchambuzi huangaza juu ya seti za imani, maadili, mitazamo, tabia, na namna ya kuelewa na kufikiri (utambuzi) ambazo zimekubaliwa katika msingi wa kwamba ni sehemu mojawapo ya kaida za jamii, na huongoza katika kuamua juu ya nini kinakubalika, au kinatakiwa kufanyika.

Hivyo basi, wataalamu hawa wanatupatia fursa ya kufahamu namna ya kuibainisha itikadi. Wataalamu hawa wanatuambia kuwa itikadi inaundwa na seti tano za elementi zinazohusiana. Seti hizi tano ni imani, maadili, mitazamo, tabia pamoja na namna ya kufikiri na kuyaelewa mambo mbalimbali (utambuzi). Zaidi ya hivyo, seti hizi tano za elementi

zinazohusiana hupaswa kutazamwa kuwa ni sehemu mojawapo ya kaida za jamii. Hivyo basi, seti hizi tano za elementi zinazohusiana huongoza katika kuamua juu ya ni jambo lipi linakubalika au kutokubalika, na kipi kinatakiwa kufanyika, au kutofanyika.

### **Propaganda**

Dhana ya propaganda katika jamii ina historia ndefu. Inadaiwa kwamba istilahi hii ilitumiwa, kwa mara ya kwanza, na kamati ya viongozi wa ngazi za juu wa kanisa (Katoliki) walipokutana katika kikao kilichojulikana kama “*Congregatio sacra de Propaganda Fide*” katika lugha ya Kilatini. Katika lugha ya Kiingereza kilijulikana kama “*Sacred Congregation for the Propagation of the Faith*” yaani Kusanyiko Takatifu la Uenezaji wa Imani (Taylor, 2003 na Moorosi, 2009). Lengo kuu la kikao cha kamati hii lilikuwa kuulinda na kuieneza imani ya Kikatoliki dhidi ya vuguvugu la Waprotestanti.

Ni muhimu kutanabahisha kwamba, upropaganda kama dhana, haukuasisiwa katika kipindi hiki cha karne ya kumi na saba, bali ni muda ambao istilahi hiyo ilianza kutumika rasmi. Michakato ya kipropaganda ilikuwapo hata kabla ya kipindi hicho. Taylor (2003) anabainisha kuwapo kwa masuala ya propaganda kabla ya mwaka 1622. Katika andiko hilo, tunaona historia ya propaganda kutoka zama za Uyunani ya Kale mpaka zama hizi za sasa.

Taylor (2003) anatanabaisha kuwa propaganda ni ujumbe wenye mawazo yaliyokusudiwa kumshawishi mtu ili afikiri na kutenda katika namna fulani inayotakiwa. Anaenda mbele zaidi kujaribu kutofautisha elimu dhidi ya propaganda. Anasema kuwa elimu ni mchakato unaohusisha utoaji wa

maarifa na ujuzi ili kumwezesha mpokeaji kutumia akili yake mwenyewe pia kukabiliiana na jambo lolote lililopo mbele yake kwa wakati huo. Aidha, anabainisha kuwa propaganda inahusika na kuwashawishi watu kufanya mambo ambayo ni ya faida kwa wale wanaoshawishi. Mtazamo huu wa kuiona propaganda kama inayomfaidisha mwanapropaganda mwenyewe inaungwa mkono na Jowett na Donnell (2012). Wataalamu hawa wanasisitiza kuwa propaganda hukusudiwa kumfaidisha mwanapropaganda mwenyewe au mfadhili wa propaganda hizo. Hata hivyo, tunaona kuwa propaganda inaweza pia kufaidisha walengwa wa propaganda zaidi ya mwanapropaganda mwenyewe. Hali hii hutokea hasa pale propaganda inapotumika na ikawa na matokeo chanya hata kwa walengwa wenyewe wa propaganda.

Zipa fasili mbalimbali za propaganda ambazo zinakubalika. Kwa mfano, Jowett na Donnell (2012: 1 - 4), wanadondoa fasili za propaganda zinazokubalika zaidi. Miongoni mwazo ni: Mosi, uenezaji (usambazaji) au ukuzaji wa mawazo fulani. Pili, ni ushawishi ulioratibiwa (De Vito, 1986, kama anavyorejelewa na Jowett na Donnell, 2012). Tatu, ni ushawishi ulioratibiwa wa kundi kubwa la watu kwa malengo fiche (Sproule, 1994, kama anavyorejelewa na Jowett na Donnell, 2012). Nne, propaganda ni jaribio la kuathiri tabia binafsi za watu na kuzitawala tabia zisielekee katika namna ambayo inafikiriwa si ya faida kwa jamii (Doob, 1948, kama anavyorejelewa na Jowett na Donnell, 2012). Tano, propaganda katika ulimwengu wa makampuni ni mawasiliano ambayo fani na maudhui (yake) huchaguliwa yakiwa na makusudi ya mtazamo mmoja hususani wa kuileta hadhira fulani lengwa iasili mitazamo na imani zilizochaguliwa na



mdhamini wa mawasiliano hayo (Carey, 1997, kama anavyorejelewa na Jowett na Donnell, 2012).

Fasili zote hizi tano zinaweza kuonesha namna ambavyo propaganda na itikadi zimefungamana kwa ukaribu sana. Kutokana na fasili hizo, kama inavyodhihirika katika sehemu ya tano ya makala hii, pasipo itikadi hakuna uwezekano wa kuwapo kwa propaganda. Vilevile, pasipo propaganda ustawi wa itikadi utakuwa mashakani. Hii ni kutokana na namna ambavyo propaganda yoyote inaambatana na malengo fulani mahsusi yanayokusudiwa kufikiwa. Aidha, malengo hayo yanadhihirika kuwa yameegemezwa katika itikadi mahsusi. Hii inawezekana tu tunapoitazama dhana ya itikadi kama inayofumbatwa na elementi muhimu tano: imani, maadili, tabia, mtazamo, na utambuzi. Hakuna propaganda yoyote itakayoweza kuepa kujihusisha na elementi walau hata moja tu kati ya hizi tulizozibainisha.

Jowett na Donnell (2012:7) wanaitazama propaganda katika muktadha wa mchakato wa kimawasiliano. Kwa maana hiyo, wanaifasili propaganda kuwa ni jaribio la kimakusudi na la kiutaratibu la kupangilia (kuongoza) utambuzi na kumiliki akili, na kuelekeza tabia (za watu) ili kupata mwitikio unaofanikisha malengo ya mwanapropaganda. Fasili hii inaonesha namna propaganda inavyojihusisha na elementi mbalimbali za itikadi kwa kadri ya mahitaji ya mwanapropaganda. Tuna mtazamo wa kwamba kazi mbalimbali za kifasihi hudhihirisha jaribio hili la kimakusudi na la kiutaratibu la kupangilia utambuzi na kumiliki akili, na kuelekeza tabia ili kufanikisha malengo fulani yanayokusudiwa. Sehemu inayofuatia inahusika na mjadala kuhusu uhusiano wa itikadi na propaganda na mdhihiriko wake katika fasihi. Mjadala huu ni muhimu ili kuonesha kwamba wataalamu mbalimbali

wanatambua kuwepo kwa uhusiano huu wa karibu kati ya itikadi na propaganda, kwa upande mmoja, na namna dhana hizi mbili zinavyohusiana na fasihi, kwa upande mwingine.

### **Kiunzi cha Nadharia**

Nadharia ya Uhistoria Mpya ndiyo iliyotuongoza. Hii ni nadharia inayotoa nafsi ya kuona ni kwa namna gani itikadi na propaganda ni dhana zilizotungamana (Mlaga, 2019). Misingi mikuu ya nadharia hii imewekwa na wataalamu wawili ambao ni Michel Foucault na Stephen Greenblatt miaka ya mwishoni mwa sabini na ile ya mwanzoni mwa themanini. Kwa ajili ya kufanikisha malengo ya makala hii, tunabainisha baadhi ya mihimili muhimu ya nadharia hii kama inavyobainishwa na Mlaga (2019).

Mosi, fasihi haipaswi kutazamwa kama uga wa kiujumi unaojitenga na historia. Hivyo, fasihi ni uga unaoegemezwa katika hali za kiuchumi, kijamii na kisiasa za kipindi mahsusi. Kutokana na mtazamo wa Michel Foucault na Stephen Greenblatt, matini ya kifasihi ni miongoni mwa aina nyingi za matini—kama vile matini za kidini, kisiasa, kisheria na nyinginezo. Aina hizi zote za matini zimetengenezwa na kupewa miundo iliyonayo kutokana na hali za wakati na mahali mahsusi. Hivyo, hata matini ya kifasihi, haina hadhi ya kipekee au heshima zaidi. Mhimili huu unatupa nafasi ya kuona kuwa matini yoyote ya kifasihi ni matini ya kiitikadi na kipropaganda.

Pili, kazi ya kifasihi haipaswi kutazamwa kuwa ni uumbaji wa kufikirika unaofanywa na mwandishi au mtunzi aliye huru na mwenye utambulisho binafsi wa kipekee ulioshikamana na unaodumu. Mamlaka ya kijamii yaliyopo ndiyo yanayohusika kumfanya mwandishi awe na mapendeleo

aliyonayo pamoja na dhima anayoiakisi katika kazi yake ya fasihi. Hii inadhahirisha ni kwa namna gani ambavyo wakati wote msanii wa kifasihi huwa ni mwanaitikadi na mwanapropaganda.

Tatu, hakuna uwezekano wa kuwa na tafsiri na tathimini za kazi za kifasihi ambazo hazina mwelekeo wa kiitikadi. Hii ni kwa kuwa hadhira au wasomaji wa kazi za kifasihi nao wametengenezwa na kuwekwa mahali walipo na hali na itikadi zilizoumbwa katika kipindi chao cha wakati. Aidha, kazi ya fasihi haipaswi kutazamwa tu kama inayoakisi itikadi ya kipindi husika cha wakati, bali pia kama inayohusika na uundaji wa itikadi ya kipindi husika. Ili kufanikisha dhima hii, tunaona kuwa kazi ya fasihi haiwezi kujitenga na itikadi na propaganda. Hivyo basi, mihimili hii ya nadharia imetuwezesha, kwanza, kuwa na uhakika ya kwamba hakuna matini ya kifasihi inayoweza kujitenga na itikadi na propaganda. Zaidi ya hapo, mihimili hii imetupa nafasi ya kuona kwa dhahiri namna gani ambavyo itikadi na propaganda haziwezi kujitokeza kwa namna ya kutenganishika katika matini za kifasihi. Hivyo, tunaitumia mihimili hii kuchunguza sababu za itikadi na propaganda kujitokeza katika namna ya kutungamana katika matini yoyote ya kifasihi.

### **Methodolojia**

Methodolojia tuliyoitumia hata kupatikana kwa makala hii ni upitiaji wa matini. Hivyo, matini mbalimbali zilipitiwa na kuchambuliwa, kisha taarifa muhimu zikawekwa pamoja kwa kuzingatia ruwaza za kidhamira zilizojitokeza.

### **Matokeo ya Utafiti**

Wataalamu mbalimbali wanakubaliana kwamba kuna uhusiano wa karibu sana kati ya itikadi na propaganda na uhusiano wake na fasihi (Ellul, 1965; Eagleton, 1991; Wollaeger, 2006; Yeo, 2010). Wollaeger (2006) anatupatia madondoo muhimu sana yanayobainisha propaganda katika kazi za kifasihi; kwa mantiki hiyo, tunaweza kueleza uhusiano uliopo kati ya itikadi na propaganda. Mtaalamu huyu anatueleza kuwa mwaka 1941, George Orwell alipohutubia kwa njia ya radio aliweka bayana kuwa propaganda, kwa namna moja au nyingine, inajitokeza katika kila kitabu. Akimaanisha kwamba kila kazi ya sanaa ina maana na makusudi ambayo yanaweza kuwa ya kisiasa, kijamii, na kidini. Aidha, tathimini zetu za kiuajumi, mara zote, huongozwa na mtazamo wenye chukulizi na imani.

Hivyo basi, kazi yoyote ya sanaa, ikiwemo fasihi, haiwezi kutenganishwa na suala la itikadi na propaganda. Hivyo, kutokana na ukweli kwamba kazi yoyote ya fasihi huwa na maana, basi ni sawa na kusema kuwa ina itikadi. Hii ni kwa sababu maana ni kipengele cha kiitikadi. Ukitaka kuelewa ni kiviipi maana ni suala la kiitikadi, jambo moja huweza kuwa na maana tofauti kwa watu wenye itikadi tofauti. Kwa mfano, suala la kufanya kazi kwa pamoja na kugawana kwa usawa, huweza kutazamwa na waumini wa ujamaa au usoshalisti kama njia mwafaka ya kukabiliana na unyonyaji, lakini suala lilelile huweza kutazamwa na waumini wa ubepari kama linalochochea uvivu na kuzuia watu binafsi kupiga hatua kwa haraka. Hivyo, hata kazi moja ya fasihi huweza kuwa na maana tofauti kwa wasomaji kadri ya itikadi zao wanazozishikilia. Pale maana ya kazi ya fasihi inapoendana na itikadi ya msomaji, hutazamwa kama inayoeleza ukweli. Pale ambapo haiendani na itikadi ya msomaji, jitihada za kuisoma kuendana

na itikadi ya msomaji hufanyika. Zaidi ya hivyo, kwa sababu kazi ya fasihi huwa na malengo au makusudi maalumu, huifanya kuwa na propaganda kwani sababu, malengo au makusudi katika kazi ya fasihi ni kipengele cha kipropaganda.

Kutokana na hoja hii ya malengo maalumu, tunaweza kubainisha kuwa propaganda hujitokeza kutokana na nia iliyo wazi au fiche ya kufikia malengo hayo maalumu. Aidha, suala la itikadi hujitokeza kutokana na kazi ya fasihi, sio tu kuwa na maana, bali pia ile hali ya tathimini ya kiuajumi ya kazi yoyote ya kisanaa, kuongozwa na mtazamo wenye chukulizi na imani—hii ni sawa na kusema kwamba tathimini za kiuajumi huongozwa na itikadi. Aidha, kazi za kisanaa zenye propaganda ndizo ambazo hutumika kueneza itikadi husika ya wakati mahsusi katika kipindi cha kihistoria. Wollaeger (2006) anathibitisha kwa kutueleza namna ambavyo kazi za kisanaa zenye propaganda zinavyotumika kueneza itikadi. Anaeleza kuwa, Orwell hakujishughulisha na propaganda kwa bahati mbaya. Msukumo wa yeye kujihusisha na propaganda ulitokana na hali iliyokuwapo katika wakati wake huo wa kihistoria kwani, baada ya kile kipindi kilichoitwa “zama” za propaganda katika miaka ya 1930, kulichipuka mkusanyiko wa maandiko mengi sana ambayo yalifanikisha kuenezwa kwa itikadi, hivyo, kuifanya itikadi kusambaa kwa kasi ulimwenguni.

Licha ya wataalamu mbalimbali kuonesha kuwa kuna uhusiano wa karibu kati ya itikadi na propaganda, na namna dhana hizi zinavyohusiana kwa karibu na fasihi, hakuna mtaalamu aliyeshughulikia sababu hasa za itikadi na propaganda kujitokeza katika kazi za kifasihi katika namna ya kutungamana. Hivyo basi, katika sehemu inayofuatia, tunafafanua sababu

zinazofanya itikadi na propaganda kujitokeza kwa namna ya kutungamana katika kazi za kifasihi.

### **Sababu za kutungamana kwa itikadi na propaganda**

Baada ya kubainisha uhusiano uliopo baina ya itikadi na propaganda, tumejiridhisha kuwa dhana hizi mbili zinatungamana, hususani zinapojitokeza katika matini za kifasihi. Swali tunalolijibu katika makala hii, ni nini sababu za kutungamana kwa itikadi na propaganda katika matini za kifasihi? Baada ya uchunguzi wetu, tumebaini kuwa propaganda na itikadi ni dhana zilizotungamana kutokana na sababu zifuatazo:

Mosi, ni kutokana na dhana yenyewe ya itikadi kubainishwa kama mifumo ya imani za kikundi ambazo hujitokeza katika hali ya mgawanyiko wa makundi kinzani ya kiitikadi yanayogawanyika katika pande mbili (van Dijk, 2006; Stanley, 2016). Hali hii hutoa nafasi ya mbinu za kipropaganda kudhihirika katika matini yoyote ya kiitikadi, hivyo, kufanya itikadi na propaganda kuwa dhana mbili ambazo zinajitokeza kwa pamoja. Hii ni kwa sababu ukinzani wa kiitikadi unaokuwapo katika muktadha wa kihistoria hulazimisha kutumika kwa mbinu kadhaa za kipropaganda. Kwa mfano, *Utendi wa Tambuka* (1622) kama unavyodondolewa na Mlaga (2019), ni mfano mwafaka katika kuelezea hili. Utendi huu unaibuka katika kipindi ambacho kulikuwa na harakati za Waswahili kukabiliana na Wareno. Katika muktadha huu, mapambano haya yalifanywa kimakusudi kuonekana kuwa ni mapambano ya kidini: Uislamu dhidi ya Ukristo. Waswahili walionekana kuitetea dini yao ya Kiislamu dhidi ya dini ya Wareno ambayo ni Ukristo. Hivyo basi, mgawanyiko wa makundi kinzani unaojitokeza ni Uislamu dhidi ya Ukristo. Pamoja na hayo, ifahamike kuwa *Utendi wa Tambuka*

wenyewe unasimulia mapambano baina ya Waarabu ambao ni Waislamu dhidi ya Warumi ambao ni Wakristo.

Pili, ni kutokana na itikadi na propaganda kushirikiana kwa pamoja katika kudhibiti au kutawala miundo ya disikozi kifani na kimaudhui kwani itikadi na propaganda hudhihirisha mgawanyiko wa makundi mawili ya kiitikadi yaani baina ya “sisi” na “wao”. Katika muktadha huu, itikadi yenyewe hudhihirisha usawiri mahsusi wa kila kundi na kuonesha ukinzani. Hali hii husababisha kuwapo kwa mazingira mwafaka ya matumizi makubwa ya mbinu mbalimbali za kipropaganda baina ya makundi hayo kinzani kiitikadi. Kwa mfano, katika *Utendi wa Tambuka* (1622) Waarabu na Waislamu wanasawiriwa katika kundi la “sisi” huku Warumi pamoja na dini yao ya Kikristo wanasawiriwa katika kundi la “wao”. Kupitia utendi huu, itikadi mbalimbali kuhusu Waarabu na Uislamu zinabainishwa katika namna ya uchanya huku itikadi za Warumi na dini yao ya Kikristo zinasawiriwa katika namna ya uhasi. Usawiri wa uhasi wa kundi kinzani hufanikishwa kwa matumizi makubwa ya mbinu za kipropaganda. Aidha, hata usawiri chanya wa kundi linaloungwa mkono na kazi mahsusi ya kifasihi, hufanikishwa kwa matumizi ya mbinu mbalimbali za kipropaganda. Hivyo, vipengele vya kiitikadi vya kila kundi kama vile imani, mtazamo, tabia, maadili, na utambuzi hubainishwa kwa mwelekeo chanya au hasi kwa kutumia mbinu mbalimbali za kipropaganda.

Mbinu hizi za kipropaganda zinatumiwa katika mapambano ya kiitikadi baina ya “sisi” na “wao” ambapo mambo yetu mazuri na mambo yao mabaya yatakuwa yakisisitizwa huku mambo yao mazuri na mambo yetu mabaya yatakuwa hayapewi mkazo. Kwa mfano, kwa kutumia *Utendi wa Tambuka* (1622), tunaona kuna matumizi ya mbinu ya kipropaganda ya

uchaguzi wa taarifa na upangiliaji. Mbinu hii inatupa fursa ya kuona namna ambavyo mambo mazuri ya dini ya Kiislamu yanavyosistizwa huku yale mabaya yakiwa hayapewi nafasi. Aidha, mambo mabaya ya Wakristo yanasisitizwa zaidi huku yale mambo mazuri ya Wakristo yakiwa hayapewi nafasi ya kufafanuliwa zaidi. Aidha, kwa kutumia mbinu ya kipropaganda ya upachikaji wa majina hasi na sifa hasi, inadhihirisha mapambano ya kiitikadi katika *Utendi wa Tambuka* (1622). Katika utendi huu, tunaona namna ambavyo itikadi ya Ukristo inavyorejelewa kwa majina hasi. Hii inahusisha pamoja na wafuasi husika wa Ukristo kama vile Warumi. Kwa mfano, Mfalme wa Tambuka ambaye ndiye mtetezi mkuu wa Ukristo anarejelewa kuwa ni mshirikina. Aidha, wafuasi wa Ukristo pamoja na mfalme wao wanarejelewa kuwa wenye kumkaidi Mola. Warumi ambao ni wafuasi wa Ukristo wanarejelewa kuwa wauaji na waabudu sanamu. Aidha, wanajeshi wa Rumi wanarejelewa kuwa waoga kwa kusawiriwa wakiwa wanatimua mbio katika uwanja wa mapambano.

Kwa upande wa *Utenzi wa Vita vya Wadachi Kutamalaki Mrima* (1971), mapambano ya kiitikadi yanabainishwa kwa kutumia mbinu za kipropaganda. Kwa mfano, mbinu ya upachikaji wa majina hasi na sifa hasi inatumika pia. Wadachi wanarejelewa kama adui wa Mola na wakataa dini ya Mola. Aidha, wanarejelewa pia kama manasari au manasara, majahili, wakatili na waliojaa hadaa. Mfalme wa Wadachi naye anasawiriwa kama mtu mwoga anayetoa machozi kutokana na hofu ya kukabiliana na Sultani wa Waswahili. Hali hii inaeleza ni kwa namna gani itikadi na propaganda ni dhana mbili zilizotungamana. Hivyo, sio ajabu tunapoeleza pia kwamba uhusiano wa itikadi na propaganda umefungamana kifani na kimaudhui



katika kazi za kifasihi za vipindi tofauti vya kihistoria (van Dijk, 2006; Stanley, 2016).

Tatu, ni dhima ya propaganda au malengo ya propaganda. Ili kuielewa vema hoja hii, tunafikiri ni muhimu kumulika malengo ya kuanzishwa kwa Taasisi ya Uchambuzi wa Propaganda huko nchini Marekani. Taasisi hii ilianzishwa ili kukabiliana na masuala ya kiitikadi na kipropaganda kutoka kwa Wakomunisti, Wafashisti wa ndani, na kundi la Ku Klux Klan. Makundi haya yote yalitazamwa kama yanayohatarisha namna ya maisha ya kidemokrasia (sawa na kusema kuhatarisha itikadi ya kidemokrasia). Aidha, Wakomunisti, Wafashisti, na kundi la Ku Klux Klan waliongozwa na itikadi mahsusi ambazo, kwa hakika, zipo kinyume na itikadi yenye mwelekeo wa maisha ya kidemokrasia (van Dijk, 2006; Jowett na Donnell, 2012). Hii itoshe kuonesha kuwa makundi yenye propaganda pia ni makundi yenye itikadi kwa sababu dhima au malengo ya kipropaganda hayawezi kujitenga na itikadi.

Taasisi ya Uchambuzi wa Propaganda ilijaribu kuulinda itikadi ya kidemokrasia kwa kuhakikisha mbinu mbalimbali za kipropaganda zinazofanikisha itikadi ya kidemokrasia zinatumiwa ipasavyo. Kwa kurejelea dhima ya propaganda au malengo ya propaganda, hata katika matini za kifasihi, dhima na malengo ya kipropaganda ndiyo yanayofanya itikadi na propaganda kuonekana kutungamana. Kwa mfano, *Utendi wa Tambuka* (1622) na *Utenzi wa Vita vya Wadachi Kutamalaki Mrima* (1971) vinadhihirisha hili. Tungo zote hizi mbili zinatumiwa mbinu mbalimbali za kipropaganda kwa dhima kama vile kuondosha itikadi ya Kikristo na kupandikiza itikadi ya Kiislamu; kuwafanya wenyeji wote waiunge mkono vita dhidi ya wakoloni kwa kuifanya vita hiyo ionekane kuwa ni ya kidini

kuliko ya kisiasa. Hivyo, hata katika matini, ikiwepo kazi za fasihi, itikadi ya kidemokrasia itatumia mbinu mbalimbali za kipropaganda ili kukabiliana na itikadi zote ambazo haziendani na itikadi ya kidemokrasia. Kwa hiyo, popote palipo na mgawanyiko wa makundi ya kiitikadi katika jamii hudhihirika pia matumizi ya propaganda.

Nne, ni kutokana na namna ambavyo mbinu za kipropaganda hufanya kazi kwa kutegemea sana seti tano za elementi zinazohusiana ambazo ndizo huunda itikadi (Jowett na Donnell, 2012; Mlaga, 2019). Seti hizo zinajumuisha imani, maadili, mtazamo, utambuzi, na tabia. Kwa mfano, itikadi ya usoshalisti inaundwa na seti mahsusi za imani, maadili, mitazamo, utambuzi na tabia. Kutokana na hali hii, mwanapropaganda anayefungamana na itikadi ya usoshalisti anapaswa kufahamu namna ya kutumia hizi elementi zinazounda itikadi mahsusi kwa ajili ya kufanikisha malengo yake ya kipropaganda. Kwa mfano, mwanapropaganda anaweza kukipa kitu au dhana mtazamo chanya au hasi pale atakapokifungamanisha na tabia au imani zinazokubalika au kutokubalika katika itikadi ya kundi au jamii.

Kwa kutambua nafasi ya itikadi katika kufanikisha propaganda, Mlaga (2019) anabainisha kuwa mwanapropaganda hutumia imani, tabia, maadili, mtazamo, na utambuzi kama misingi muhimu sana ya kufanikisha ushawishi. Hivyo basi, bila matumizi ya itikadi, ni vigumu, sio tu kuwa na mbinu za kipropaganda, bali pia ni vigumu kufanikisha malengo ya kipropaganda yanayokuwa yamekusudiwa. Kwa mfano, Mnyampala (1971) katika ngonjera ya “Tunapigana Vita,” anadhihirisha itikadi ya ujamaa huku pia mbinu za kipropaganda zinazotumika zikifungamana na itikadi hii ya

kijamaa. Miongoni mwa elementi zinazodhihirisha kuwepo kwa itikadi ya ujamaa ni pamoja na imani na maadili ya kijamaa. Imani zinazojitokeza katika shairi hili ni siasa ya kujitegemea huleta manufaa (ubeti wa 1 - 3). Manufaa yanayobainishwa ni kuondoa uvivu, kuondoa unyonge dhidi ya watu wenye uwezo na mataifa ya nje, na kuwasaidia watu kufanya kazi kwa bidii.

Imani nyingine ni siasa ya kujitegemea itaipatia nchi utajiri (ubeti wa 4). Mshairi anabainisha kuwa utajiri huu utaisaidia Tanzania kuukimbia umasikini. Aidha, tunapokuwa na utajiri hata unyonge pia utaondoka. Imani nyingine inayojitokeza ni kuwa nchi za Kiafrika ikiwa ni pamoja na Tanzania, zimeonewa, zimepuuzwa na kuendelea kunyonywa kutokana tu na kutojitegemea (ubeti wa 4 - 6). Aidha, nchi hizi za Kiafrika pia zinadharauliwa kutokana na kushindwa kujitegemea.

Maadili tunayoweza kuyabainisha katika ngonjera hii ni pamoja na kuwa umasikini sio jambo la kujivunia au kukumbatia. Hii ni kutokana na namna ambavyo mtu huweza kudhalilika kutokana na umasikini alionao. Hali ya kujiamini hutoweka kwa mtu aliye masikini. Hata nchi inapokuwa masikini hujikuta ikiwa katika hali ya kunyonywa na kupuuzwa hata kudharauliwa na mataifa tajiri. Uvivu ni jambo lisilokubalika kabisa katika itikadi ya ujamaa. Uvivu huwa ni kikwazo cha mtu kuweza kufanya kazi. Zaidi ya hivyo, mtu anaposhindwa kufanya kazi, hushindwa kujitegemea. Mtu anayeishi kwa kutegemea wenzake huku akiwa na uwezo wa kufanya kazi hujikuta akidharauliwa hata kuzomewa. Aidha, mtu huyu hujikuta akiwa katika hali ya umasikini. Hii ndiyo sababu ya itikadi hii ya ujamaa kuupiga vita uvivu. Imani na maadili haya yanajitokeza kutokana na mbinu ya propaganda ya uchaguzi na upangiliaji wa taarifa. Hivyo, msikilizaji au

msomaji wa ngonjera hii anaelekezwa kwa makusudi kufikia mahitimisho yale tu yanayoendana na imani au maadili yanayoendana na itikadi ya ujamaa. Katika muktadha huu, propaganda ni namna tu ujumbe husika unavyowasilishwa.

Kwa kuongezea, kutungamana kwa itikadi na propaganda kunaweza kuonekana vema pia pale tunapoangalia ufafanuzi wa kila mbinu ya kipropaganda. Kwa mfano, mbinu ya kipropaganda ya upachikaji wa majina hasi inahusisha kulipatia wazo utambulisho mbaya, hivyo, kulikataa na kulipinga bila haja ya kuchunguza ushahidi wa ubaya wa wazo hilo. Pia, inaweza kuelezwa kuwa ni uhusishwaji wa maneno au virai visivyopendeza na jambo lolote au hata mtu yeyote anayepingwa na mwanapropaganda. Hii inaonesha namna mbinu za kipropaganda zinavyozileta pamoja dhana za itikadi na propaganda. Itikadi ikihusika na wazo, mtazamo au utambuzi kuhusu jambo lolote au mtu, huku propaganda ikihusika na mikakati ya kulipatia wazo hilo utambulisho mbaya au mzuri. Kwa mfano, katika *Utendi wa Tambuka* (1622) ambao ni kazi ya tafsiri, utendi unapewa dhima maalumu katika muktadha ambao kazi ya tafsiri ilitumika. Mtafsiri wa utendi huu tunamtazama kama mwanapropaganda ambaye alikusudia kuhakikisha Wareno wanapingwa. Hapa anatomia njia ya kipropaganda ya uhamishaji ambapo sifa za Warumi ambao ni Wakristo zinahamishiwa kwa Wareno. Ili watu wote waweze kuunga mkono haja ya kuwapinga Wareno, inabidi wapewe utambulisho mbaya kama ilivyo kwa Warumi. Hivyo, mtazamo hasi kuhusu Wareno unakuwa ni sehemu ya kiitikadi. Aidha, mikakati inayotumiwa kusawiri huo uhasi wa Wareno ni sehemu ya propaganda. Ndipo tunaona Wareno wakipewa majina yenye uhasi kama

vile maadui wa Mola, wakataa dini ya Mola, majahili, na waabudu sanamu kama ilivyokuwa kwa Warumi.

Mfano mwingine unaweza kuwa mbinu ya kipropaganda inayojulikana kama manufaa ya watu wa kawaida. Katika mbinu hii, mwanapropaganda hujionesha kuwa yeye ni mtu mzuri hata mawazo yake ni mazuri kwa sababu yapo kwa ajili ya manufaa ya watu wa kawaida. Itikadi hapa inahusika na hayo yanayoitwa mawazo mazuri au mtu mzuri, lakini propaganda inahusika zaidi na kwa namna gani hayo mawazo yanaoneshwa kuwa ni mazuri au ni kwa namna gani huyo mtu anaoneshwa kuwa ni mzuri. *“Utumbuizo wa Kumuongoa Mtoto”* kama ulivyodondolewa na Knappert (1979), ni mfano mzuri wa kuidhihirisha mbinu hii ya kipropaganda. Itikadi inayojitokeza katika wimbo huu ni imani juu ya uwezo mkubwa alionao Fumo Liyongo kwa kuinuliwa kama kielelezo cha ushujaa katika jamii yake. Mbinu ya kipropaganda ya manufaa ya watu wa kawaida, inajitokezaje? Katika wimbo huu, Liyongo anasawiriwa akiwa anacheza dansi na watwa. Katika zama za Liyongo, watwa walikuwa watu wa tabaka la chini au wanyonge kwa sababu waliishi porini, na hawakuwa wameendelea sana kama jamii nyingine zilizokaribiana na Waswahili. Hivyo, Liyongo kuwa karibu na watwa kunatumika kama kielelezo tu cha namna ambavyo Liyongo alikuwa na ushirikiano au alivyowajali wanyonge katika jamii yake. Mbinu hii inakusudiwa kumsaidia Liyongo kukubalika zaidi katika jamii yake. Hapa pia tunaona namna mbinu hii ya propaganda hii inavyodhihirisha kutungamana kwa itikadi na propaganda.

Mfano wa tatu wa kutungamana kwa itikadi na propaganda, tunaweza kuuona katika mbinu ya propaganda inayojulikana kama uchaguzi wa taarifa na upangiliaji. Mbinu hii huhusisha uchaguzi na matumizi ya taarifa

za kweli au uongo au matumizi ya kauli za kimantiki au zisizo za kimantiki ili kufanikisha, kwa kiwango cha juu kabisa, kueleza uzuri au ubaya wa wazo, kitu, mtu, programu au bidhaa. Kwa mfano, katika *Utenzi wa Vita vya Wadachi Kutamalaki Mrima* (1971), mbinu ya uchaguzi wa taarifa na upangiliaji imetumika. Maelezo yote yanayosimuliwa katika utenzi huu yamepangiliwa kiasi kwamba mahitimisho yote yanayofikiwa na msomaji au msikilizaji wa utenzi huu hayawezi kuwa tofauti na kuthibitisha ubaya wa Wajerumani. Kwa mfano, tunasimuliwa kisa cha Wajerumani kuingiza mbwa msikitini. Hivyo, katika mbinu hii, mwanapropaganda anafanya uchaguzi wa makini wa taarifa zile tu ambazo zinaelekeza katika mahitimisho ambayo yanakusudiwa kufikiwa na hadhira inayolengwa. Ni kama vile kunakuwa na ulinganishaji wa hoja wa pande mbili kinzani za kiitikadi, ambapo upande wa mwanapropaganda unaoneshwa kutoa hoja zenye mawazo yanayoonekana kuwa sahihi zaidi kuliko ule upande shindani. Hivyo, ufungamanifu huu wa itikadi na propaganda unaonekana kujitokeza dhahiri katika mbinu takribani zote za kipropaganda.

Sababu ya tano ni fasili ya kila dhana husika. Hata hivyo, tunaepuka kujikita katika mjadala mpana sana wa fasili ya dhana hizi ambao tayari tumekwishaufanya. Kwa kuegemea katika fasili zote tunazoziaridhia kuhusu itikadi na propaganda, tunaona kuwa dhana hizi zina uhusiano wa kutungamana kama ifuatavyo:

Mosi, ni pale propaganda inapotazamwa kama uenezaji /usambazaji au ukuzaji wa mawazo fulani. Hii inatosha kuonesha kuwa propaganda inashughulika na uenezaji wa itikadi kutokana na fasili mbalimbali za itikadi ambazo, kwa hakika, zinaitazama itikadi kama ni imani na mawazo

ambayo yanaweza kuwa yanaashiria uzoefu wa kimaisha wa kundi katika jamii au mawazo yanayotumika katika ukuzaji na uhalalishaji wa maslahi ya makundi ya kijamii (van Dijk, 2006). Tunapozichunguza fasili hizi, tunaona, kwa namna fulani, kila dhana inajitokeza ndani ya fasili ya dhana nyingine. Hapa ndipo kunapokuwa na ugumu wa kutengenisha propaganda na itikadi au, wakati mwingine, watu kujaribu kushughulikia dhana moja wakidhani, kwa kufanya hivyo, hawajaigusa dhana nyingine. Hii ni sawa na kusema kwamba huwezi kuwa na mawasiliano ya kipropaganda ambayo hayafumbati itikadi, lakini pia huwezi kuwa na disikozi yenye itikadi ambayo ndani yake haidhihirishi propaganda. Hivyo basi, kazi yoyote ya kifasihi ina mwelekeo wa kusambaza au kukuza mawazo fulani. Hii inafanya kazi yoyote ya fasihi kuwa ya kiitikadi na kipropaganda.

Pili, ni fasili ya propaganda inayoitazama propaganda kama ujumbe wenye mawazo yaliyokusudiwa kumshawishi mtu ili afikiri na kutenda katika namna fulani inayotakiwa (Taylor, 2003). Hapa pia tunaona kuwa ujumbe wa kipropaganda ndani yake una itikadi. Upropaganda wenyewe unajitokeza kutokana na lile kusudio la ujumbe husika la kufanikisha kuratibu namna maalumu ya kufikiri na kutenda. Hapa tunaona kuwa namna maalumu ya kufikiri au kutenda ni masuala ya kiitikadi huku ufanikishaji wa namna hiyo maalumu ya kufikiri au kutenda ni suala la kipropaganda ambalo hufanikishwa na mbinu mbalimbali za kipropaganda. Tuna mtazamo wa kwamba kila kazi ya fasihi ina ujumbe fulani ambao pia hucusudiwa kufanikisha malengo fulani. Kwa mwelekeo huu, ni jambo la kawaida kuona itikadi na propaganda ikidhihirika katika kazi za kifasihi katika namna ya kutungamana. Tunaweza kujiuliza, hivi inawezekana tukawa na ujumbe wenye mawazo (itikadi) ambao ukawasilishwa bila

kumshawishi mtu kwa namna yoyote ili afikiri na kutenda kwa namna fulani maalumu? Kwa mtazamo wetu, tunaona kuwa suala hili ni kama vile haliwezi kutokea. Fikiria uwezekano wa muumini wa usoshalisti, ufeministi, utaifa, ubaguzi wa rangi aandike mawazo yake yanayoendana na itikadi yake na yasiweze kabisa kuonekana kukusudia kumshawishi mtu afikiri au kutenda kwa kuendana na itikadi husika. Hali hii nayo inazidi kuonesha kushikamana kwa itikadi na propaganda.

Fasili ya tatu ni ile inayoitazama propaganda kama mawasiliano ambayo fani na maudhui yake huchaguliwa yakiwa na makusudi ya mtazamo mmoja, hususani wa kuileta hadhira lengwa iasili mitazamo na imani (itikadi) zilizochaguliwa na mdhamini wa mawasiliano hayo. Hii inaonesha kwamba mawasiliano yoyote ya kipropaganda huwa yana fani na maudhui yake. Ndani ya fani na maudhui haya ya mawasilino ya kipropaganda huwa kumebebwa itikadi maalumu. Zaidi ya hivyo, mtu anaweza kuwa anasimulia hadithi yenye visa na matukio ambayo, kwa juujuu, yanaweza kuonekana kuwa ya kawaida tu, lakini yakichunguzwa kwa ndani namna maudhui yalivyochaguliwa pamoja na fani ilivyoteuliwa, huweza kuonekana kabisa maudhui na fani hiyo ni mahsusi kwa ajili ya kufanikisha itikadi mahsusi. Hivyo, ujumbe au mawasiliano ya kipropaganda hutumika kama nyenzo tu ya kufikia malengo mahsusi ambayo, mara nyingi, huwa ni ya kiitikadi. Baada ya kuangalia hoja hii ya tano inayojiegemeza katika fasili ya dhana hizi, sasa tuiangalie sababu ya sita.

Sababu ya sita ni kwa kuwa dhana za itikadi na propaganda, kwa pamoja, zimeunganishwa na mambo makuu mawili. Mambo hayo mawili ni mawazo na namna yanavyowasilishwa. Uwasilishaji husika hugawanyika



katika pande mbili ambazo ni, ama uwe usawiri chanya au hasi. Mambo haya mawili yanayoziunganisha itikadi na propaganda hujitokeza katika matini yoyote ya kiitikadi na kipropaganda (van Dijk, 2006). Hivyo basi, kinachofanikisha kujitokeza kwa namna mahsusi ya uwasilishaji wa mawazo husika ndicho tunachokitazama kama propaganda, huku mawazo yenyewe yanayorejelea usawiri wa kikundi katika jamii ndiyo itikadi yenyewe. Hivyo, mbinu za kipropaganda ndizo zitakazofanikisha malengo ya kipropaganda kwa itikadi inayosawiriwa hata katika kazi ya kifasihi.

Shairi la “Azimio” la Kezilahabi (1988) linafaa kutumika kama mfano wa ufafanuzi wa hoja hii. Shairi hili linabeba itikadi kinzani na ujamaa iliyotangazwa kupitia Azimio la Arusha. Hivyo basi, kupitia mbinu ya propaganda ya uchaguzi na upangiliaji wa taarifa, usawiri hasi dhidi ya itikadi na ujamaa pamoja na Azimio la Arusha unawekwa bayana. Mbinu hii hapa imetumika ili kufanikisha kutokubalika kwa itikadi ya ujamaa iliyotangazwa kupitia Azimio la Arusha. Utungo wa “Azimio” umepangilia taarifa zake kuonesha kuwa Azimio la Arusha ni la ovyo na limeshindwa kabisa. Katika utungo huu, hatuoni kwa namna yoyote taarifa zinazoonesha mtazamo chanya kuhusiana na Azimio la Arusha. Inaonekana taarifa ambazo zingetoa taarifa chanya kuhusu Azimio la Arusha zimedondoshwa kwa makusudi ili kuhakikisha hitimisho lililobebwa na utungo huu ndilo linalozingatiwa na hadhira au wasomaji wa shairi hili.

Katika utungo wa “Azimio” Azimio linalinganishwa na kalamu inayovuja katika mfuko wa mwanafunzi au vumbi zito baada ya ng’ombe kupita. Ulinganishi huu, kwa hakika, haukusudii kulifanya Azimio lionekane zuri na kisha kuungwa mkono. Ulinganishi wa namna hii unaifanya hadhira kufikia hitimisho kuwa Azimio halina maana tena. Mwisho, utungo

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

Sababu ya saba ni kuwa, katika disikozi za kiitikadi, matukio au watendaji huelezwa zaidi au kidogo kwa mtazamo chanya au hasi. Kinachofanikisha uelezaji wa tukio au watendaji kwa namna chanya au namna hasi ni propaganda. Hivyo, uelezaji wa matukio na watendaji kwa namna hiyo hufanikishwa na mbinu za kipropaganda, huku ikizingatia athari za kiitikadi za modeli za akili (van Dijk, 2006). Hali hii hujitokeza katika disikozi zote zinazohusu matukio na matendo mahsusi ikiwepo kazi za kifasihi. *Utendi wa Tambuka* (1622) na *Utenzi wa Vita vya Wadachi Kutamalaki Mrima* (1971) ni mifano mwafaka katika kuithibitisha hoja hii. Katika machapisho haya, matendo ya Waislamu na Waswahili yanaelezwa kwa namna chanya. Aidha, matendo au mambo yote mazuri kuhusu Waislamu na Waswahili yanaelezwa kwa kina zaidi. Vilevile, matendo ya Warumi pamoja na Wadachi yanaelezwa kwa namna hasi. Zaidi ya hivyo, matendo yao mabaya ndio yanayoelezwa kwa kina sana huku matendo au mambo yao mazuri yanaelezwa kidogo sana.

Sababu ya mwisho ni kwamba, daima, propaganda huhitajika ili kuhakikisha itikadi inachukua miundo tofauti kutegemeana na dhima husika ya kijamii ya itikadi hiyo iliyopo katika disikozi. Hii ni sawa na kusema kwamba miundo ya kiitikadi hudhihirika katika disikozi kwa namna tofauti kutokana na dhima mahsusi ya itikadi hiyo katika disikozi. Hivyo basi, kinachofanikisha itikadi kudhihirika katika miundo tofauti sio kitu kingine zaidi ya propaganda. Hii hufanyika kupitia mbinu mbalimbali za kipropaganda zinazotumiwa ili kufanikisha dhima mahsusi ya kiitikadi.

Miongoni mwa dhima za kiitikadi zinazowasilishwa zinaweza kukusudiwa kuathiri sera ya kijamii, au kutafuta uungwaji mkono. Pia, hukusudiwa kuweka mkazo zaidi katika kaida na thamani za desturi za kila siku za wanachama (van Dijk, 2006). Katika wimbo, “Utumbuizo wa Dhiki (Mulokozi, 2006)” kama unavyorejelewa na Mlaga (2019), itikadi inayodhihirika ni ya ushujaa. Hii ni kutokana na uchambuzi wa itikadi na propaganda tulioufanya kwa kuegemea katika seti tano za elementi za itikadi zinazohusiana. Kwanza ni imani inayojengwa kuwa shujaa hapaswi kukata tamaa katika dhiki yoyote anayojikuta. Imani hii inatufanya tuione tabia ya Liyongo ya kutafuta njia ya kujinasua kutoka katika dhiki inayomkabili. Hii ina maana ya kwamba haijalishi mtu anajikuta yupo katika hali gani ngumu, bado, kwa hakika, atafanikiwa kujinasua kutoka katika dhiki akitumia akili ipasavyo.

Katika wimbo wa “Utumbuizo wa Dhiki” (khj), upropaganda unajitokeza kutokana na watu kushawishiwa kufanya na kufuata yale yanayotakiwa kutokana na kuwekewa mtu bora wa mfano katika jamii. Mtu bora wa mfano anayetumiwa ni Fumo Liyongo. Zaidi ya hivyo, matumizi haya ya mtu bora wa mfano katika jamii, yanasababisha kuathiri, sio tu mtazamo, bali pia utambuzi wa jamii kuhusu shujaa anavyopaswa kuwa pamoja na tabia ya shujaa katika jamii ya Waswahili ya kipindi hiki. Tunaona ushairi ukitueleza kuwa shujaa wa Waswahili yupo kwa ajili ya kupambana na watu wabaya. Hili linadhihirika katika mishororo ya 10 na 11 kama ifuatavyo: Ningile muyini ningurume ja simba buka / Niwane na wawi wake na wana wawe mateka.

Zaidi ya hivyo, shujaa katika jamii ya Waswahili anasawiriwa kuwa ili kushinda mapambano au vikwazo vinavyomkabili huhitaji msaada. Liyongo anaonekana alihitaji msaada wa kijakazi Saada pamoja na mama yake. Kwa kuhitimisha sehemu hii, tunapenda kusesitiza kwamba kutungamana kwa itikadi na propaganda kunaonesha kwamba dhana hizi mbili hujitokeza kwa pamoja katika matini za kifasihi.

### **Hitimisho**

Kwa kuhitimisha, itikadi na propaganda tunazitazama kama dhana mbili zinazojitokeza kwa pamoja katika namna ya kushikamana. Aidha, propaganda na itikadi zinategemeana kwa namna ya kukamilishana. Hii ikiwa na maana kwamba itikadi inategemea propaganda, na propaganda pia inategemea itikadi. Aidha, kuna kila sababu ya kuachana na mtazamo wa kwamba itikadi ni dhana iliyopoteza umuhimu kwani, hata katika zama za sasa, tunaona kuwa itikadi ina nafasi muhimu sana katika maisha ya mwanadamu. Hili litaonekana pale tu ambapo maana ya itikadi katika mawanda yake mapana itakapotiliwa maanani. Vivyo hivyo, propaganda nayo ina nafasi muhimu sana katika zama za sasa, hasa kwa minajili ya kufanikishia malengo mbalimbali ya kiitikadi. Suala la muhimu ni kuepuka kufikiri kuwa propaganda ni masuala ya uongouongo au kitu kiovu.

### **Marejeleo**

Abdallah, H. (1971). *Utenzi wa Vita vya Wadachi Kutamalaki Mrima* (toleo la nne). Nairobi, Dar es Salaam & Kampala: East African Literature Bureau.

Chuachua, R. (2010). Suala la Itikadi katika Riwaya za Shaaban Robert, (Tasinifu ya Shahada ya Umahiri, haijchapishwa), Chuo Kikuu cha Dodoma.

W.K. Mlaga

Eagleton, T. (1991). *Ideology: An Introduction*. New York & London: Verso.

Ellul, J. (1965). *Propaganda: The Formation of Mens Attitudes*. New York: Vintage Books Edition.

Hawkes, D. (1996). *Ideology*. London, New York: Routledge.

Jowett, G.S. and Donnell, V.O (2012). *Propaganda and Persuasion*. London: Verso.

Kezilahabi, E. (1988). *Karibu Ndani*. Dar es Salaam: DUP

Knappert, J. (1979). *Four Centuries of Swahili Verse*. London: Heinemann.

Malugu, A. (2011). Suala la Itikadi katika Riwaya za Euphrase Kezilahabi, (Tasinifu ya Shahada ya Umahiri, haijachapishwa), Chuo Kikuu cha Dodoma.

Mlaga, W.K. (2019). Itikadi na Upropaganda katika Ushairi wa Kiswahili Kuanzia kabla ya Mwaka 1500 mpaka Miaka ya 1990, (Tasinifu ya Shahada ya Uzamivu, haijachapishwa), Chuo Kikuu Huria Cha Tanzania.

Mnyampala, M.E. (1971). *Ngonjera za UKUTA Kitabu cha Pili Juu ya Azimio la Arusha*. Dar es Salaam: Oxford University Press.

Moroosi, M. (2009). *Persuasion in Selected Sesotho Drama Texts*, (Unpublished PhD Dissertation), Stellenbosch University.

Stanley, J. (2016). *How Propaganda Works*. Princeton: Princeton University.

Taylor, P.M. (2003). *Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era*. New York: Manchester University Press.

van Dijk, A. T. (2006). Ideology and Discourse Analysis. *Journal of Political Ideology*, 11(2), 115 - 140.

Wollaefer, M. (2006). *Modernism, Media, and Propaganda: British Narrative from 1900 - 1945*. Princeton, Princeton University Press.

Yeo, M. (2010). Propaganda and Surveillance in George Orwell's *Nineteen Eighty-Four*: Two Sides of the Same Coin. *Global Media Journal - Canadian Edition*, 3(2), 49 - 66.