

## UCHANGANUZI WA MBINU ZA KISARUFI KATIKA KAMPENI ZA UCHAGUZI: MIFANO KUTOKA UCHAGUZI MKUU WA TANZANIA MWAKA 2015

*Ahmad Yahya Sovu*

*Chuo cha Kumbukumbu ya Mwalimu Nyerere - Tanzania*

*sovu82@gmail.com*

### **Ikisiri**

*Madhumuni makuu ya ushawishi katika kampeni za uchaguzi ni kukubalika. Mara nyingi lugha inayotumika katika siasa ina lengo la kusifia au kulaumu. Lugha hiyo huwa yenye ubunifu, ya kujenga au kubomoa kwani hutumika kama silaha ya kujilinda. Kwa misingi hiyo, makala hii inachunguza matumizi ya mbinu za kiisimu katika kampeni za uchaguzi yanayowezesha kuvuta hisia na kuteka masikio ya hadhira. Aidha, makala hii inabainisha na kujadili matumizi ya mbinu za kisarufi katika mikutano ya kampeni za uchaguzi wa Tanzania mwaka 2015. Uchunguzi umeongozwa na Nadharia ya Balagha na data zimekusanywa kupitia njia ya maktaba. Makala imebaini kuwa katika kampeni za uchaguzi wa mwaka 2015, wanasiasa walitumia mbinu za uteuzi wa msamiati/istilahi maalumu, matumizi ya viwakilishi nafsi, ukanushi wa sentensi. Makala inatoa mchango mkubwa katika kuonesha nguvu ya lugha na ushawishi ya wazungumzaji wa kisiasa katika kufanikisha malengo yao ya kisiasa ambayo ni kushinda uchaguzi.*

### **1.0 Utangulizi**

Kimsingi lugha huchukua nafasi kubwa katika kampeni za uchaguzi kwa vile ndicho chombo cha mawasiliano kinachotumika. Wazungumzaji katika hotuba za kampeni za uchaguzi hutumia lugha kwa mbinu mbalimbali zikiwamo mbinu za kisarufi ambazo ndizo zilizochunguzwa katika makala hii. Kipindi cha kampeni za uchaguzi huwa ni kifupi (takribani miezi miwili hivi) ambacho kina umuhimu mkubwa katika ujenzi wa demokrasia ya utawala. Hiki ni kipindi ambacho wapiga kura hupata fursa ya kutoa

mawazo, matumaini na matakwa yao. Kwa upande mwingine, hiki ni kipindi ambacho wapiga kura huweza kuwahukumu wagombea na huweza pia hata kuwanyima nafasi ya kutwaa madaraka.

Wanasiasa huitumia fursa ya kipindi cha kampeni kuishawishi hadhira ya wapiga kura ili wachaguliwe. Kama tulivyosema awali, njia kuu ya mawasiliano inayotumika katika kampeni hizo za uchaguzi ni lugha. Wanasiasa hupamba lugha yao kwa mitindo tofautitofauti wanaponadi sera zao ili waweze kutimiza malengo yao na kukubalika kwa wapiga kura. Kwa kawaida, kampeni za uchaguzi katika nchi nyingi hufanyika katika kipindi maalumu. Nchini Tanzania, kwa mwaka 2015, kipindi hiki kilikuwa ni kati ya tarehe 22 Agosti 2015 hadi tarehe 24 Oktoba 2015. Mchakato wa kampeni katika jamii yoyote ile hutawaliwa na kuongozwa na sheria, katiba na maadili ya uchaguzi ambapo kwa muktadha wa Jamhuri ya Muungano wa Tanzania kumekuwapo pia na zingatiao hilo katika uchaguzi wa Rais, Wabunge, Wawakilishi na Madiwani kwa mwaka 2015. Mathalani, Mwongozo wa Maadili uliotolewa na Tume ya Uchaguzi, (2015: 6) unabainisha: Kiswahili ndiyo lugha pekee itakayotumika katika uchaguzi. Pale ambapo Kiswahili hakieleweki na itakapolazimu mgombea atazungumza katika lugha ya Kiswahili na mkalimani atatafsiri katika lugha inayoeleweka katika eneo husika.

Madhumuni ya makala hii ni kuchunguza mbinu za kisarufi zilizotumiwa na wazungumzaji katika mikutano ya Kampeni za Uchaguzi Mkuu (kuanzia sasa KZUM) wa mwaka 2015.

### **1.1 Mbinu za Ukusanyaji wa Data**

Kwa kiwango kikubwa, mambo yaliyowasilishwa na wanasiasa katika kampeni za uchaguzi yamehifadhiwa katika mtandao wa *YouTube*, ikiwa ni miongoni mwa mitandao inayotumika kuhifadhi video mbalimbali zihusuzo masuala ya kijamii na mengineyo. Uhifadhi katika mtandao wa *YouTube* upo katika mfumo wa video. Kwa kutumia programu tumizi ya *tubemate* tuliweza kuzipakuwa na kuzihifadhi kwa urahisi hotuba za wanasiasa walizozitoa katika kampeni za uchaguzi mkuu wa mwaka 2015. Jumla ya vilongo 18 tulivijumuisha katika kufasili na kuchambua data katika utafiti

huu. Vilongo hivi teule viliteuliwa kwa madhumuni maalumu, hasa kwa kuzingatia hotuba za viongozi wakubwa na viongozi mashuhuri ambao hotuba zao zilitoa hamasa na zilivuta hisia kwa kiasi kikubwa kwa jamii. Ingawa katika vilongo vingine ililazimu kufanya usampulishaji nasibu, yaani kusikiliza na kutazama hotuba yoyote kati ya nyingi zilizohudhurishwa wakati wa kampeni za uchaguzi wa mwaka 2015. Uchambuzi wa matini na vilongo hivi haukuwa mwepesi sana maana ulihitaji muda wa kutosha, ambapo ilibidi mtafiti asikilize kisha anukuu kwa kuandika katika shajara na kisha kurudiarudia kusikiliza kilongo ili kupata maneno sahihi kama yalivyotamkwa katika hotuba yenyewe.

Isitoshe, katika uchambuzi na usikilizaji wa hotuba tulihakikisha pia tunapata data zaidi na za uhakika ambapo tulinunua santuri mbalimbali za video zilizotayarishwa na kutolewa na vyama vya siasa vyenyewe kama kumbukumbu za mikutano yao wakati wa kampeni.

Ili kulinda itikeli za kiutafiti katika uwasilishaji na uchambuzi wa data tuliyoipata katika mtandao wa *YouTube*, tumeondoa majina halisi ya wazungumzaji tuliowanukuu. Tumetumia herufi za kialfabeti na namba kuwakilisha majina hayo. Aidha, tuliponukuu hatujabainisha kwa jina wala cheo cha mzungumzaji wala mgombea aliyetoa taarifa hiyo. Hata hivyo, pahala tulipoona kuwa kuondoa jina la kiongozi au mgombea kutaathiri data na kuwapo kwa jina hilo hakuna athari kwa mzungumzaji au mgombea huyo anayehusika jina halisi limetajwa. Herufi na namba hizo hazina uhusiano na sehemu ya herufi zinazounda jina la mzungumzaji au mgombea anayehusika.

## **1.2 Uchaguzi Mkuu wa Mwaka 2015**

Katika uchaguzi mkuu wa mwaka 2015, kuliibuka umoja wa vyama vya upinzani (maarufu kama UKAWA) ukiviunganisha vyama vya NCCR-MAGEUZI, CUF, CHADEMA na NLD dhidi ya CCM. Hata hivyo, neno UKAWA (Umoja wa Katiba ya Wananchi) halianzii katika KZUM wa mwaka 2015 tu. Bali kwa mara ya kwanza, neno UKAWA lilianza kusikika kipindi maalumu cha Bunge la Katiba. UKAWA uliundwa na baadhi ya vyama vya upinzani kwa lengo la kupinga na kukataa kuendelea kuwa na

bunge la katiba, na kuikataa rasimu ambayo ilifanyiwa marekebisho chini ya usimamizi wa Ndugu Andrew Chenge na wenzake. Hii ilitokana na wao, vyama vya upinzani, kutoridhika na mambo mengi ya msingi kuondolewa ndani ya rasimu ya katiba iliyokuwa ya Tume ya Katiba (maarufu kama Tume ya Warioba). Baada ya malengo ya umoja huo kutokufikiwa, ndipo umoja huo ukaendelea katika kipindi cha kampeni ukiwa na lengo la kuing'oa CCM madarakani (REDET, 2015).

Kwa hivyo, makala hii imemakinikia kampeni hizi za uchaguzi mkuu wa mwaka 2015 na si miaka mingine. Sababu zilizotusukuma kuchunguza matumizi ya lugha katika uchaguzi mkuu wa mwaka 2015 na si miaka mingine ya chaguzi zilizopita ni pamoja na kwamba katika kipindi hiki kilishuhudia ushindani mkubwa wa kuwania nafasi mbalimbali za uongozi wa ndani ya vyama; kadhalika, ushindani baina ya chama tawala cha CCM na vyama vya upinzani; kuhama kwa baadhi ya viongozi na makada waandamizi (wakiwamo mawaziri wakuu wastaafu) kama vile Ndugu Edward Ngoyai Lowassa na Ndugu Frederick Tluway Sumaye kutoka chama tawala cha CCM kwenda chama cha upinzani cha CHADEMA; kuibuka kwa chama kipya cha siasa cha ACT-WAZALENDO kinachoongozwa na aliyekuwa naibu katibu mkuu wa CHADEMA, Ndugu Zitto Zuberi Kabwe; kujiuzulu katika nyadhifa za uongozi kwa aliyekuwa mwenyekiti wa CUF, Prof. Ibrahim Haruna Lipumba na kujiuzulu kwa katibu mkuu wa CHADEMA, Dkt. Wilbroad Peter Slaa; kuwapo kwa vipindi lukuki vya runinga na redio ambavyo vilikuwa vikitoa elimu ya mpiga kura, vikiwamo vipindi vya: 'Tuambie', 'Kura yangu' na 'Jambo Tanzania vya TBC', vipindi vya 'Morning Trumpet' na 'Funguka' vya Azam Tv', kipindi cha 'Tufunge Safari cha Channel Ten', vipindi vya 'Temino' na 'Power Breakfast' vya Clouds Radio, kipindi cha 'Majadiliano ya Uchaguzi' cha redio Micheweni na kipindi cha 'Uchaguzi Mkuu cha ZBC'. Haya ni miongoni mwa mambo yaliyochochea hamasa ya kujadili siasa na kusababisha uchaguzi kuwa wenye hamasa kubwa na mvutano wa aina yake ambao haujawahi kutokea katika medani za siasa za Tanzania.

Matumizi ya mbinu za kisarufi yameonekana kuwa ndicho kiini cha hisia za hadhira, na ndiyo yenye kuleta mgongano wa mawazo miongoni mwa

hadhira wanaosikiliza hotuba. Hali hii imemfanya mtafiti aamue kuchunguza mbinu za kisarufi katika hotuba za kampeni za uchaguzi huo ili kupata ukweli kupitia madai ya hadhira wanaosikiliza hotuba hizo kuwa huwa zinaleta sintofahamu katika jamii.

### **1.3 Mkabala wa Kinadharia**

Makala hii imejadiliwa kwa kuzingatia Nadharia ya Balagha iliyoasisiwa na Aristotle (367 BC). Hii ni nadharia ya uchunguzi wa lugha kwa mkabala wa ushawishi. Balagha ni kisawe cha neno la Kigiriki “*rhetor*” lenye kumaanisha namna ya kuwa msemaji bora. Kwa maelezo ya Zheng (2014), Aristotle anaitazama balagha kama nyenzo ya kuvumbulia njia mbalimbali za kushawishi umma katika mada yoyote ile inayohusiana nayo.

Nadharia ya Balagha ilipata umaarufu mkubwa na maendeleo yake katika kipindi cha miaka ya 2000.

Kulingana na Aristotle (keshatajwa) anabainisha kwamba Nadharia ya Balagha imekitwa katika mihimili mikuu mitatu: kwanza, maudhui yaliyomo katika kilongo au usemi; pili, mtindo katika mbinu za kiisimu na tatu, mpangilio wa usemi. Kwa kuzingatia mhimili mmoja ambao ni mhimili wa mtindo katika mbinu za kiisimu. Mhimili huu wa mtindo katika mbinu za kiisimu, Aristotle anasisitiza kwamba, mtafiti ajikite katika kuchunguza namna ambavyo mbinu za kifani zinavyosababisha hotuba au usemi kuwa na ushawishi mkubwa kwa hadhira. Mhimili huu umesaidia sana katika kuchambua vipengele mbalimbali vya kisarufi ambavyo vimesaidia kuchangia kushawishi wananchi katika KZUM wa mwaka 2015.

### **1.4 Dhana ya Sarufi**

Massamba na wenzake (2009) wanaeleza kuwa sarufi ni taaluma ya uchambuzi wa lugha inayojumuisha viwango vyote vya uchambuzi, yaani kiwango cha umbo-sauti (fonolojia); kiwango cha umbo-neno (mofolojia); kiwango ya miundo–maneno (sintaksia); na kiwango cha umbo-maana (semantiki). Kwa mujibu wa Pei na Gaynor (1969) sarufi ni sayansi ya muundo wa lugha pamoja na sheria na kanuni za matumizi yake, ambayo kwa kawaida hukubalika kwa watumiaji wake. Kwa maana hiyo, sarufi inahusisha vipengele vya tanzu nne muhimu ambavyo ni umbo-sauti

(fonolojia), sarufi-maumbo (mofolojia), sarufi-miundo (sintaksia) na umbo-maana (semantiki). Tazunguzo hizi za sarufi huwa zinaingiliana kwa namna moja au nyingine. Kwa mntarafu hiyo, makala hii ilishughulikia tanzu tatu, yaani mofolojia inayochunguza uundaji wa maneno na viambishi vya nafsi. Pili, sintaksia inayochunguza mpangilio wa maneno katika sentensi na uhusiano wa vipashio vyake. Utanzu wa tatu ni semantiki unaochunguza uteuzi wa maneno na maana zake kama zilivyotumika katika mikutano ya KZUM wa mwaka 2015. Ullman (1972) anaeleza kuwa semantiki ni taaluma inayoshughulikia sayansi ya maana na namna maana hizo zinavyohusiana. Kwa hivyo, tulizingatia uteuzi wa msamiati/istilahi maalumu, matumizi ya viwakilishi nafsi, matumizi wa viwakilishi vimilikishi, hali za vitenzi, matumizi ya njeo, virai, ukanushi wa sentensi na dhamira. Mbinu hizi zimeonekana kutumika kwa lengo la kuishawishi hadhira ikubaliane na matakwa ya wazungumzaji.

## **2.0 Uteuzi wa Msamiati/Istilahi Maalumu**

Kwa mujibu wa BAKITA (2015), istilahi ni maneno yanayotumika katika uga maalumu wa kitaaluma kama vile kompyuta, sayansi, tiba au isimu. Massamba (2009) anasema kuwa istilahi ni msamiati utumikao katika uwanja fulani maalumu wa taaluma. Kwa upande wa msamiati, BAKITA (keshatajwa) wanaeleza kuwa, ni maneno yoyote magumu ya lugha fulani yasiyofahamika kwa mtumiaji au jumla ya maneno yote katika lugha. Massamba (keshatajwa) naye anaeleza kuwa msamiati ni jumla ya maneno yatumikayo katika lugha. Wanasiasa hutumia msamiati au istilahi zinazowakilisha dhana fulani katika kampeni maalumu (Mills, 1984). Istilahi au msamiati unaotumiwa na wazungumzaji huteuliwa kwa umakini kulingana na muktadha na husaidia kuvuta hisia za wapiga kura na kumchagua kiongozi husika. Maana ya msamiati wowote ule huangaza kusudi la mnenaji na mwikitiko wa msikilizaji (Menya, 2017). Hivi ni kusema kwamba maana inatokana na matarajio ya washiriki katika mazungumzo (Falk, 1973). Katika kubainisha hilo, imebainishwa kuwa matumizi mbalimbali ya msamiati ulioteuliwa na wazungumzaji wakati wa

kampeni za uchaguzi mkuu wa mwaka 2015 kama inavyojionesha hapo chini.

## **2.1 Matumizi Mazuri na Mabaya ya Neno “Madaraka” na “Dola”**

Imebainika kuwa neno madaraka na dola yalitumika katika miktadha miwili tofauti. Kwanza, msamiati huu ulitumika katika muktadha ambao mzungumzaji alikuwa akijaribu kujijenga kisiasa katika kampeni hizo, kwa kujaribu kumbomoa mzungumzaji mwenzake kwa kuonesha namna mzungumzaji huyo alivyotumia madaraka vibaya. Kwa mfano, katika kampeni hizo, mzungumzaji wa kambi ya CCM alilenga shutuma zake moja kwa moja kwa mzungumzaji wa kambi ya UKAWA katika kampeni yake na kusema maneno yafuatayo:

- (1) *Waziri Mkuu amekaa miaka miwili, kazi gani ambayo umewahi kumpa (anamtaja jina lake) hakutumia madaraka yake vibaya na hakuiba?. Aniambie moja haipo, mtu mwenye historia ya namna hii chama hiki kinamruhusuje kwenda Ikulu? Haiwezekani...(shangwee)*  
(A2- Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi CCM-Iringa tarehe 28/Septemba/2015)

Mfano wa 1 hapo juu umedhihirisha namna mzungumzaji wa chama tawala anatumia ushawishi kwa kuteua neno ‘madaraka’ kumuonesha mzungumzaji wa upinzani kuwa hafai kupewa wadhifa wa uongozi, yaani madaraka. Kwa upande wa upinzani msemaji wao naye anateua matumizi ya neno ‘madaraka’ kama kilongo kifuatacho kinavyodhihirisha:

- (2) *Tumemwambia (anamtaja jina) akichaguliwa anatakiwa kuunda serikali inayowajibika kwa umma, tofauti ya serikali iliyopo sasa madarakani, chama kinapokuwa madarakani kwa muda mrefu kinajenga kiburi na dharau kwa wananchi wake na ndivyo inavyofanya CCM sasa, ni muda wake wa kuondoka madarakani...*  
(C2-Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi UKAWA-Iringa 31/Agosti/2015)

Malengo ya kampeni ya uchaguzi yanawekwa wazi na wazungumzaji wa kambi zote mbili. Wote wawili wanateua neno “madaraka” kama lengo kuu. Jina la mgombea wa upinzani linatajwa wazi. Mgombea wa upinzani na chama tawala pia anatajwa. Wasemaji wanashutumiana kwa kila mmoja kuonesha udhaifu wa kambi ya mwenziwe katika ushikaji wa madaraka. Katika kuwahamasisha wapiga kura na kuwashawishi kupigia kambi mojawapo, tunashuhudia sifa za viongozi wao wa juu zikitajwa na wagombea wa kambi zote mbili kwa kutumia mbinu ya uteuzi wa msamiati ‘madaraka’. Pia, tunabaini kambi moja ikijinadi kuwa na “dola”, yaani madaraka ya kuweza kufanya jambo lolote.

### **2.1.1 Uteuzi wa Neno “Jembe” Dhidi ya “Jamadari”**

Imebainika pia kulikuwa na matumizi ya msamiati maalumu ulioteuliwa. Msamiati huo ulitumika katika muktadha kinyume na maana yake ya kawaida iliyozeleka. Hivyo basi, uchaguzi wa 2015, umetupatia upinzani baina ya “jembe” alama ya kulimia, na “jamadari” kiongozi wa jeshi. Mzungumzaji wa CCM anaishawishi hadhira kwa kuteua matumizi ya neno “jembe letu” wakati mzungumzaji wa UKAWA anatumia kauli ya “jamadari wetu”. Jembe maana yake ni kifaa kinachotumiwa na wakulima mashambani kufanikisha shughuli zao mbalimbali za kilimo kama kupalilia mwitu, kuchimba mashimo kwa ajili ya kupachika mbegu pamoja na shughuli nyingine zinazofanyika mashambani. Katika mazingira ya kisiasa, kupitia hotuba za kampeni za uchaguzi, wazungumzaji wametumia kifaa cha jembe kama sifa ya kufanya kazi kwa bidii kwa mgombea wa urais kupitia Chama cha Mapinduzi. Jamadari ni kiongozi mkuu wa kijeshi mwenye majukumu ya kulinda usalama wa mipaka ya nchi dhidi ya maadui. Wazungumzaji katika kipindi cha kampeni za uchaguzi wametumia neno “jamadari” kuonesha sifa ya ukakamavu na umadhubuti wa kiongozi wa vyama vya UKAWA. Kauli hizo zinalenga pia kuishawishi hadhira.

Data namba (3) na (4) zinatubainishia kuwapo kwa ukinzani wa kiitikadi katika KZUM wa 2015 kupitia matumizi ya msamiati ‘jembe’ na ‘jamadari’. Jembe linakusudia kulisha jamii na jamadari kuongoza mapambano, kama inavyojidhihirisha katika maelezo yafuatayo:



- (3) *...hatuwezi kuwa na Rais wa majaribio, Rais ambaye tukimwambia akakague majeshi yetu hawezi huyo hafai, tunaye jembe letu, katapila, tingatinga, mzee wa kazi...*

(A2-Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi CCM Uwanja wa Samora –Iringa. 28/Septemba/2015)

- (4) *...Mheshimiwa (anamtaja jina), jamadari wetu, amekuwa Waziri na Waziri Mkuu alileta maendeleo au alileta vita? Kwa hiyo sasa yuko upande wa pili mna wasiwasi tena?*

(C2- Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi UKAWA Sumbawanga 03/Septemba/2015)

Vilevile, alama ya jembe inalenga kuendelea kuistawisha jamii chini ya chama kilichopo madarakani cha CCM. Kwa upande mwingine, alama ya jamadari inalenga kuanzisha mapambano ya kuleta mabadiliko ya uongozi wa nchi. Hivyo, uteuzi wa sifa za jembe na jamadari zina malengo mahususi ya kufanikisha kukubalika kwa kambi husika.

### **2.1.2 Uteuzi wa Neno “Vijana” Dhidi ya “Wazee”**

Alama mojawapo ya rika la wazungumzaji ni aina ya lugha au maneno wanayoyateua katika matumizi yao. Lugha ya misimu mara nyingi hutumika kwenye kundi la vijana, ambapo kundi la wazee hutumia lugha fasaha yenye uzito wa kiusemaji na hekima kama methali n.k. Katika KZUM wa 2015 nchini Tanzania kumedhihirika kuwapo kwa uteuzi wa maneno kwa tabaka la vijana na wazee kulingana na umri wao. Kwa mfano, mzungumzaji wa CHADEMA/ UKAWA Ndugu C4, ni kijana. Alipambanishwa na mzungumzaji wa CCM ambaye naye alikuwa kijana. Hivyo, inaelekea mpambanisho huu ulikuwa na usambamba mbele ya wapiga kura ambao wengi walikuwa vijana. Kilichojidhihirisha katika kauli za mgombea wa UKAWA, Bibi. C4, ni kwamba anateua maneno maalumu yenye kujinasibisha kwake na vijana wa kiume zaidi:

- (5) *...Unajua kuna dogo mmoja, eti kwa sababu baba yake anaitwa (anataja jina la mmoja wa mawaziri wakuu wastaafu), wakati*

*hajui kujenga hoja, wakati ni mwepesi sana, anafikiria eti atakuwa mbunge wa Kawe, sio! Anatosha hatoshi (hatoshiii) Naombeni kura akina baba, naombeni kura kina mama, naombeni kura 'masela' wangu (shangwee) tupo pamoja sana, nawapenda sana asanteni.*

(C4- Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi UKAWA- Kawe  
1/Agosti/2015)

Katika mfano huo wa 5, kwanza tunabaini alimwita mpinzani wake kwa kuteua maneno “dogo mmoja” ikiwa ni lugha ya mtaani, akimaanisha kijana mmoja. Alimshambulia kuwa hana uwezo wa kujenga hoja hivyo ni mwepesi sana kupambanishwa na yeye. Alitumia mbinu ya kuiuliza hadhira impe jibu. Anatumia tena neno la mtaani kuuliza iwapo “anatosha”. Yaani, iwapo amekamilika kisifa kupambana naye ulingoni. Taswira ya kampeni kuwa ni ushindani inajitokeza ambapo ulingo wa “masumbwi” umetumika kuelezea kinyang’anyiro cha kiti cha ubunge. Anakumbusha kuwa jamii yote ipo kwake na anahitaji kura za wote hivyo anawaomba kura wazazi wake, yaani akina baba na akina mama huku akiweka msisitizo zaidi katika kundi la vijana analoliita kwa kuteua lugha maalum ya mtaani ya “masela wangu” au vijana wa “kijiweni”. Ndugu C4 anaitumia karata ya ujana na anateua lugha za vijana kuivutia hadhira hiyo. Anamalizia kwa salamu ya vijana wa mitaani ya “tupo pamoja sana” na kuwahakikishia kuwa yupo pamoja nao na yeye ni sehemu yao. Kilichojitokeza katika upinzani wa jimbo alilokuwa anagombea ni kuwa CCM waliivunja hoja ya uzee kwa kumpambanisha mgombea C4 na kijana wa rika lake. Kilichojidhihirisha ni kuwa C4 ametumia maneno ya lugha ya mtaani ili kumshusha mpinzani wake mkuu kutoka CCM.

Halikadhalika, taswira ya ujana dhidi ya uzee inajitokeza kwa mgombea wa CCM wakati akinadi kuwa hata CCM nako kuna vijana katika majukwaa ya kisiasa na wanajumuika na vijana mtaani:

- (6) *...Lakini naomba tukumbushane kuna mchezo mmoja unaitwa chandimu, mnaujua (ndioo) mnakuwa mna kampira kadogo, mnaangalia hali zenu, mnafinyanga makaratasi... na kawaida*

*chandimu mnachezaga vijana, wazee wakija kwenye chandimu wameyataka wenyewe...chandimu ukija kucheza na sisi vijana kina (anajitaja jina lake) tulobobea katika chandimu, ukija hovyohovy, ukaacha miguu wazi tutakupiga tobo, na wanoko watakuwepo watasema (anajitaja jina lake) ndio amekupiga tobo...mara ukizubaa kanzu...*

(B5-Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi-Jangwani  
23/Agosti/2015)

Lugha ya mtaani inayotumiwa na vijana imedhihirishwa na mpinzani wa Ndugu C4 ambaye ni B5. Lugha aliyoiteua imefanana na ile ya Bibi. C4 ambayo aliitoa karibu siku 20 kabla yake. Ustadi wa kuyateua na kuyatumia maneno ya mtaani kama vile ‘dogo’, ‘masela’, ‘chandimu’, ‘tobo’ na ‘wanoko’, unadhihirisha jinsi kundi la vijana lilivyokuwa la muhimu katika upigaji kura. B5 anajiita kijana anayemudu kucheza mpira wa vijana ambao wazee hawauwezi. Makala imebaini kuwa matumizi ya maneno haya hulenga kuonesha kuwa vijana ni kundi muhimu la wapiga kura linalostahiki kuhamasishwa. Hata hivyo, ni sehemu chache tu kumejitokeza hoja ya ujana dhidi ya uzee kama sifa hasi lakini mara nyingi uzee umepewa heshima na haswa katika kampeni za CCM. Mara nyingi ilitumika kama sifa chanya ya uongozi.

## **2.2 Matumizi ya Viwakilishi vya Nafsi Mbalimbali**

Kwa mujibu wa BAKITA (2016), viwakilishi ni maneno yanayosimama badala ya majina ya watu. Mfano, viwakilishi vya nafsi katika Kiswahili ni *mimi* (nafsi ya kwanza umoja), *sisi* (nafsi ya kwanza wingi), *wewe* (nafsi ya pili umoja) na *ninyi/nyinyi* (nafsi ya pili wingi), *yeye* (nafsi ya tatu umoja) na *wao* (nafsi ya tatu wingi).

Nafsi ni kipengele kinachomdhihirisha mhusika katika usemaji. Pamoja na kuwapo viwakilishi mahususi vya nafsi, kitenzi cha Kiswahili pia kina sifa ya kuambatana na mofu maalumu ya nafsi. (Kihore na wenzake, 2001; Matei, 2008; Habwe na Karanja, 2004; Rubanza, 1996). Mofu hizo zinaoneshwa vizuri katika jedwali lifuatalo:

### Jedwali Na. 1: Mofu za Nafsi Mbalimbali katika Kiswahili

Nafsi	Katika Nafasi ya Kiima	Katika Nafasi ya Yambwa
1. Umoja (mimi)	Ni-: ni-limwona	-ni-: wali-ni-ona
2. Umoja (wewe)	u-:u-likuja	-ku-: tuta-ku-salimu
3.Umoja (yeye)	a-:a-tarudi	-m-: tuta-m-sema
1.Wingi (sisi)	Tu-: tu-tafika	-tu-: ata-tu-shitaki
2. Wingi (ninyi)	m-: m-nasema	-wa-: nina-wa-penda
3.Wingi (wao)	wa-:wa-nalala	-wa-:tuli-wa-ona

**Chanzo:** Kihore na Wenzake (2001: 74)

Vilevile, kuna kiambishi kingine cha nafsi ambacho huambikwa mwishoni mwa vitenzi *ni //-n//*. Kiambishi tamati hiki kinapoambikwa kwenye vitenzi vya Kiswahili hubeba dhana ya idadi hasa nafsi ya pili wingi. Kwa mfano, ondoke-ni, some-ni, simame-ni, lale-ni na kadhalika (Kihore na wenzake, 2001).

Katika muktadha wa KZUM wa mwaka 2015 imebainika kuwa wazungumzaji walitumia viwakilishi nafsi anuwai kama mbinu ya kisarufi kufanikisha malengo yao. Katika hotuba mbalimbali kulikuwa na matumizi makubwa ya viwakilishi nafsi anuwai, kama inavyodhihirishwa katika data hapa chini.

#### 2.2.1 Nafsi ya Kwanza Umoja ‘ni-’

Matumizi ya nafsi ya kwanza ‘ni-’ katika kampeni za uchaguzi wa mwaka 2015, yamesababisha kuwapa nafasi wagombea wa juu wa nafasi ya urais kuonesha nia yao ya kujitolea katika kuongoza umma. Wote wanaomba kura kwa unyenyekevu na kuwapa hadhira thamani ya kura au uamuzi wao wa kuwaunga mkono.

(7)...*Nipeni dhamana ya kuongoza nchi tufanye mabadiliko, lakini, nakusudia kuanzisha Tanzania mpya, inayokwenda na kasi ya maendeleo, nimechoshwa na umaskini...umaskini uliokithiri katika taifa letu...*

(C1-Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi UKAWA Sumbawanga. 03/Septemba/2015)

(8)...*Niliomba nafasi hii sio kwa majaribio, nimeomba nafasi kwa sababu nataka kufanya kazi na kuwatumikia Watanzania, ninafahamu historia ya nchi hii, ninafahamu tulipotoka...*

(A1-Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi CCM- Musoma 11/Septemba/2015)

Katika mfano wa 7 na wa 8 wazungumzaji wa kambi zote mbili wametumia nafsi ya kwanza kujikurubisha na kujieleza kwa uwazi zaidi kuwa wao wanajiamini; ‘ninaomba dhamana’, ‘ninaomba nafasi’, ‘ninafahamu historia’, ‘nimechoshwa na umaskini’. Matumizi ya kiambishi nafsi ‘ni-’yanalenga kutafuta kuaminika kwa wazungumzaji kwa hadhira.

### 2.2.2 Nafsi ya Kwanza Wingi ‘tu-’

Katika hali ya kujiweka karibu na wapiga kura wao au umma, wazungumzaji katika KZUM wa mwaka 2015 imedhihirika kuwa, hupendelea kutumia nafsi ya kwanza uwingi ya *tu-*. Nafsi hii inamjumuisha msemaji na hadhira yake. Mfano halisi ni kama data katika mfano wa 9 na wa 10 inavyoonesha:

(9) ...*Ilani yetu inasema tutasomesha watoto wetu kuanzia darasa la kwanza hadi kidato cha nne bila malipo, bure...*

(B7-Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi CCM- Iringa 20/Oktoba/2015)

Msisitizo wa *wetu, yetu na tutasomesha*, unamjumuisha msemaji na hadhira yake. Malengo ya msemaji ni kuishirikisha hadhira yake kufikia lengo moja. Matumizi ya kiambishi “tu-” au “-tu” kama ilivyo katika (9) hukusudia kujenga msimamo wa aina moja kati ya mgombea na hadhira yake.

Kiambishi hicho kinajenga umoja na ushirikiano kati ya kiongozi na wananchi wanaolengwa. Kinachojitokeza ni ilani ya kuwasomesha watoto bure. Kinachojengwa na mgombea ni kuwajumuisha wananchi katika kuitekeleza sera hiyo. Kambi ya CCM inajivika joho la kitaifa na kuitangaza sera jumuishi ambayo inalenga taifa zima na CCM peke yake. Hivyo, kwa kutumia kiambishi “tu-” hadhira nayo inakaribishwa ili kujumuika katika utekelezaji na uungaji mkono wa sera hizo.

Kambi ya upinzani ya UKAWA nayo pia imetumia mbinu ya nafsi ya pili wingi “tu” katika miktadha mbalimbali. Mfano wa (10) unatudhihirishia hilo:

(10)...*Ikifika saa 3 usiku tutatangaza matokeo yetu Masasi nzima kwa kutumia gari hii saa 3 usiku (shangwe) akitokea wakala, tunatoa wito, tunawaonya mawakala wetu atakayekuwa wakala wa Mh.(anataja jina la mgombea ubunge wa jimbo hilo), wakala wetu wa UKAWA ukienda ndani, ukatuzingua ukachukua pesa za kina (anamtaja mbunge wa chama cha CCM) ama zako ama zetu...(shangwe)*

(D1-Mkutano wa Kampeni UKAWA-Masasi 17/Septemba/2015)

Pamoja na kwamba ujumbe mzima wa kauli za msemaji wa UKAWA ni kusisitiza juu ya kulinda kura na kuepuka rushwa, matumizi ya nafsi ya pili wingi na kurudiwarudiwa kwake kuna sababisha kujenga taswira ya ujumuisho na kwamba usaliti ni kitendo cha kuhujumu chama na umma kwa ujumla. Nafsi ya kuonesha wingi ina uzito katika kutoa msisitizo wa jambo likiwamo onyo lililojitokeza katika maelezo ya mzungumzaji hasa ikizingatiwa kwamba, onyo hilo halitolewi na mtu mmoja. Hivyo, kuna uvutiaji wa hisia ya umma badala ya kikundi kidogo ambacho ni rahisi kusambaratika. Kuna mficho wa nguvu ya matumizi ya “tu” ambayo katika mikutano mingine ilijitokeza waziwazi kama sehemu ya ujumbe wa UKAWA kitaifa.

### 2.2.3 Nafsi ya Kwanza Wingi “Sisi” Dhidi ya Nafsi ya Tatu Wingi “Wao”

Mbinu hii yenye ruwaza ya ‘sisi’ dhidi ya ‘wao’ pia imetumiwa na wazungumzaji katika kuishawishi hadhira ya wapiga kura katika KZUM wa mwaka 2015. Mzungumzaji wa CCM ametumia mbinu hiyo huku akikwepa kuwataja moja kwa moja wapinzani wake:

(11)...*Raha si raha! (Rahaaa!) Utamu si utamu! (Utamuuu!) hii ndio raha CCM, wenzetu wanayo kama haya? (Hawanaa!)*

(B8- Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi CCM-Pemba  
14/Oktoba/2015)

Anatumia kiwakilishi cha “wenzetu” kuwapiga vijembe wapinzani wao. Kugawa mipaka ya ‘sisi’ na ‘wao’ kunajenga hisia ya kuvutia kambi yako kwa itikadi yako dhidi ya mpinzani wako. Kwenye uchaguzi wa Kenya wa mwaka 2013, Michira (2014) anaona kuwa kutokana na kanuni kali za Tume ya Uchaguzi ya Kenya, wagombea walikuwa wanakwepa kuwataja moja kwa moja wapinzani wao bali walitumia mbinu hii ya ‘wao’ dhidi ya ‘sisi’. Kwa mfano, wakati wa uchaguzi mkuu wa mwaka 2013, kambi ya Rais Uhuru Kenyatta iliwaita wapinzani wao (kundi la Raila Odinga) “jamaa wa nusu mkate”, na kundi la Raila Odinga nao walijibu mapigo kwa kuwaita kundi la Uhuru Kenyatta, “Mt Kenya Mafia”. Kutumia viwakilishi vya mficho badala ya kutaja moja kwa moja wapinzani wako ni mbinu mojawapo ya kisarufi katika lugha za kampeni. Hali kama hiyo pia imebainishwa katika uchaguzi huu wa Tanzania. Kwa mfano:

(12)...*tunamwambia Mheshimiwa (anamtaja jina lake) tunamwambia mheshimiwa mwenyekiti wa CCM ushauri huo akawape (wao) CCM chama chake, sisi tunalinda kura zetu...*

(C9-Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi UKAWA-Nzovwe  
Mbeya. 19/Oktoba/2015)

Kupitia mifano ya 11 na 12 utafiti uliozaa makala hii umebaini kwamba wazungumzaji wanatumia nafsi hizi kujitoa katika uovu fulani, na kuacha kuwa suala hilo ni la pamoja na wasikilizaji wanapaswa wawajibike nalo

wote. Hata hivyo, wamefikisha ujumbe kwa wapinzani wao kuwa kama ni maelekezo basi hayawahusu wao na badala yake yanawahusu wengine. Kwa ujumla mbinu hii imetumiwa sana katika kujenga staha ya wazungumzaji.

### 2.3 Ukanushi wa Sentensi

Kwa mujibu wa Massamba (2009), ukanushi ni dhana ijitokezayo katika sentensi zinazoeleza kuwa mambo ni kinyume, yalikuwa kinyume, yatakuwa kinyume au yamekuwa kinyume na jinsi ilivyotegemewa. Kuhusu ukanushaji wa sentensi za Kiswahili, Habwe na Karanja (2004) wanasema viungo vyote vya sentensi huathiriwa. Aghalabu kikanushi cha ukanushaji wa aina hii huambatishwa na kitenzi. Katika muundo wa kitenzi kukanusha hutokea kama mofu {ha}. Kwa mfano:

- 1) Jackline hatapita mtihani wake.
- 2) Nyongesa hakuingia Bunge la Kenya.

Kimsingi, ukanushaji wa sentensi husambaa katika sentensi yote. Kwa muktadha wa KZUM wa mwaka 2015, tumebaini kuwa wanasiasa nao hutumia sentensi za ukanushi kwa lengo la kupinga au kukanusha juu ya jambo fulani. Mifano ya 13 na 14 inadhihirisha:

(13)...*Tanzania hakuna haki ingawa tumekubali vyama vingi, lakini tangu tumeanza tisini na tano wanaonewa ni wapinzani tu...*

(C6-Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi UKAWA 23/Agosti/2015)

(14)...*Mimi sikuja kutafuta mshahara kwenye jimbo hili, wala shangingi, jimbo hili nimekuja kuwatumikia Wanamoshi yetu kwa pamoja...*

(B10-Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi CCM Kilimanjaro.  
05/Septemba/2015)

Mzungumzaji wa UKAWA anatumia ukanushi wa sentensi kama turufu ya kuonesha kuwa wao kama wapinzani wanaonewa. Kwamba wamekuwa wakionewa kwa muda mrefu ingawa ni wafuasi wa vyama vingi. Kudhihirisha kuwa suala la umaskini limewachosha na hawalipendi



wanakanusha tena kuwa wao hawautamani umaskini kabisa. Ukanushi wa sentensi unatumiwa na kambi ya UKAWA kuionesha hadhira kuwa wao wanashiriki uchaguzi kwa kuwa hamna namna.

Mzungumzaji wa CCM yeye anakanusha kuwa anagombea ili kujipatia utajiri. Anadai kuwa kajitosheleza ila anachokitaka ni kushirikiana na wananchi kuliongoza jimbo lao la Moshi. Mzungumzaji japo kijamii ni mtu mwenye utajiri, lakini anatumia ujanja wa kimaneno kuonesha kuwa hataki magari ya kifahari wala mshahara.

## **2.4 Dhamira**

Kwa mujibu wa Habwe na Karanja (2004) dhamira huelezea hali ya kitenzi. Katika lugha ya Kiswahili kuna dhamira tatu: dhamira-arifu, dhamira-tegemezi na dhamira -agizi. Massamba (keshatajwa) anaifafanua dhamira (*mood*) kuwa ni kipengele cha kisarufi katika vitenzi ambacho huyabainisha maumbo ya vitenzi hivyo kulingana na mtazamo na lengo la msemaji. Katika mtazamo wa kisemantiki, hiki ni kipengele kioneshacho nia na lengo la kitenzi. Kwa upande wake Massamba (keshatajwa) anasema kuna aina tatu ambazo ni dhamira-amri, dhamira-dhahiri na dhamira-matilaba. Kwa muktadha wa makala hii, imedhihirika kuwa katika KZUM wa mwaka 2015 wazungumzaji walitumia dhamira mbalimbali kutimiza malengo yao.

### **2.4.1 Dhamira-Agizi/Amri**

Habwe na Karanja (Washatajwa) huiita dhamira agizi. Wanaeleza kuwa hii ni dhamira ambayo hutumiwa kuamrisha au kwa kutaradhia. Kwa mfano, ‘nisaidie mwenzangu’, ‘leta hicho chombo mara moja’, na kadhalika. Massamba (2009) kwa upande wake anasema, dhamira-amri kama alivyoita ni dhamira ioneshayo kwamba kile kilemwacho ni amri, kama ‘njoo hapa’, ‘usipige kelele’ na kadhalika. Kutokana na maelezo haya tunabaini kuwa dhamira hutumiwa kuagiza. Katika mikutano ya KZUM wa mwaka 2015 imebainika wazungumzaji hutumia dhamira ya aina hii kwa lengo la kutoa maagizo. Maagizo hayo husaidia kuimarisha uhusiano wao na hadhira. Tazama mifano ya 15 na 16:

(15)...*Hizi nembo au sare zote za chama siku hiyo msivae sawasawa?  
(sawaa) Hii Maalim Seif Rais makini au timu ya ushindi siku  
hiyo zisivaliwe, hata ya mwakilishi wako siku hiyo zisivaliwe...*

(D3-Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi UKAWA. 24/Oktoba/2015)

(16)...*Nataka kumwambia C9, juzi amiri mkuu wa jeshi wa nchi  
ndugu A3 hakuna biashara ya mita 200, ukipiga kura urudi  
nyumbani...*

(A5-Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi CCM-Jangwani DSM.  
23/Oktoba/2015)

Data hapo juu zinadhihirisha kuwa wazungumzaji wametumia dhamira-agizi kwa malengo anuwai. Mzungumzaji wa kwanza wa kambi ya upinzani ametumia dhamira agizi kutoa maelekezo kwa wafuasi wa chama chake juu ya kuzingatia sheria za uchaguzi. Anawataka wasiingie mkenge kwa kuvaa nguo hizo kwani kinyume na kanuni. Wakati huohuo, anawatahadharisha washindani wenzao wanaweza kuvaa ili waonekane ni UKAWA. Agizo linatoka asivae mtu na akivaa polisi wamkamate. Kwa upande wa kambi ya CCM, mzungumzaji wa pili anawakumbusha wapinzani kuzingatia agizo la Amiri Jeshi Mkuu ambaye ametaka watu wakishapiga kura waondoke. Makala imebaini dhamira-agizi nyingi zilitumiwa na wazungumzaji wa vyama vyote katika siku za mwishomwisho za ukomo wa kampeni. Kila kambi ilijihami katika kutoa maagizo anuwai ili wanachama wao wasitetereke.

#### **2.4.2 Dhamira-Matilaba**

Massamba (keshatajwa), anasema dhamira-matilaba ni ile ioneshayo hisia kadhaa, ikiwa ni pamoja na hali ya jambo kuwa la muda, kutokuwa dhahiri, kutokuwapo kwa uhakika wa tendo au kuonesha nia ya kutaka jambo litendeke. Habwe na Karanja (washatajwa) wanasema dhamira hii hutumika kuelezea uwezekano wa mambo. Kwa ujumla, dhamira-matilaba huwa haina uhakika wa kukamilika kwa jambo. Katika Makala hii, wazungumzaji kwenye KZUM wa mwaka 2015 walitumia sana aina hii ya dhamira. Shabaha yao kuu ni kutaka kuwashawishi hadhira kuwa watafanya mambo

mbalimbali. Dhamira hii waliitumia kwa umakini mkubwa kwa kuwa walijua vilivyo, utekelezaji wake unategemea mambo kadhaa. Data za 17 na 18 hapa zinabainisha hali hiyo:

(17)...*kwamba endapo tutawashinda uchaguzi, wakakataa kuondoka tutaenda mbele kwa mbele mpaka ikulu, tutawaondoa kwa nguvu ya umma...*

(C3-Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi UKAWA-Kawe DSM. 1/Agosti/2015)

(18)...*Wana CCM tunaamini kwamba AI atatuletea mabadiliko ambayo tumekuwa tukiyatafuta kwa muda mrefu ndani ya chama chetu...*

(B3-Mkutano wa Kampeni za Uchaguzi CCM-Nzega Tabora. 14/Septemba/2015)

Data hii inabainisha namna wazungumzaji walivyoitumia dhamira-matilaba katika KZUM wa mwaka 2015. Mzungumzaji wa kwanza wa kambi ya UKAWA ametumia dhamira- matilaba kwa kusema, “endapo tutawashinda uchaguzi...na wakakataa, (yaani CCM) basi tutaandamana hadi ikulu”. Mzungumzaji ametumia dhamira hii kwa umakini mkubwa sana, kwa sababu hawana uhakika kama watashinda uchaguzi huo. Anatoa masharti na kuonesha hisia lakini hana hakika ya kufanikiwa kwa jambo hilo. Kadhalika, mzungumzaji wa pili anasema, “tunaamini kwamba mgombea wetu atawaletea mabadiliko”. Kwa hivyo, hana hakika. Hivyo, ni rahisi sana kubaini matumizi ya mbinu hii ya dhamira- matilaba.

### **3.0 Hitimisho**

Makala imebainisha mbinu mbalimbali za kisarufi ambazo zilitumiwa sana na wazungumzaji katika KZUM wa mwaka 2015. Miongoni mwa mbinu zilizobainishwa ni msamiati/istilahi maalumu, matumizi ya viwakilishi nafsi, matumizi ya viwakilishi vimilikishi, hali za vitenzi na ukanushi wa sentensi. Pia, tumbainisha mbinu ya dhima mbalimbali kama vile urembeshaji wa kinachozungumzwa, ufafanuuji wa masuala mbalimbali,

uthibitishaji wa kinachozungumzwa, usisitizaji wa jambo, usisimujaji kuhusu mambo mbalimbali, ujukurubishaji kwa hadhira, ushinikizaji wa hisia mbalimbali, kuchochea utata wa maana na kupunguza ukali wa maneno. Mambo hayo huwa ndio msingi wa wanasiasa katika kukubalika kwao katika jamii. Mwanasiasa yeyote lengo lake ni kukubalika katika jamii na kuhakisha anatimiza malengo yake ambayo ni kushinda uchaguzi. Kwa hakika lugha ni nyenzo muhimu sana katika kufikia malengo hayo, kama ilivyobainishwa katika makala hii.

### **Marejeleo**

- BAKITA. (2015). *Kamusi Kuu ya Kiswahili*. Nairobi: Longhorn Publishers.
- Falk, J.S. (1973). *Linguistics and Language: A Survey of Basic Concept and Implication*. New York: John Wiley and Sons.
- Habwe, H.J. na Karanja, P. (2004). *Misingi ya Sarufi ya Kiswahili*. Nairobi: Phoenix Publishers.
- Kihore, Y.M., D.P.B. Massamba na Msanjila, Y.P. (2001). *Sarufi Maumbo ya Kiswahili Sanifu*. Dar es Salaam: TUKI.
- Matei, A. K. (2008). *Darubini ya Sarufi: Ufafanuzi Kamili wa Sarufi*. Nairobi: Phoenix Publishers.
- Massamba, D.P.B, Kihore, Y.M. na Hokororo, J.I. (2009). *Sarufi Miundo ya Kiswahili Sanifu*. (Chapa ya Tatu) Dar es Salaam: TUKI.
- Massamba, D.P.B. (2009). *Kamusi ya Isimu na Falsafa ya Lugha*. (Toleo la Pili) Dar es Salaam: TUKI.
- Menya, V. O. (2017). “Mchango wa Sitiari za Kiswahili katika Kauli za Kichochezi kwenye Diskozi ya Kisiasa Nchini Kenya.” *Tasnifu ya Umahiri* (Haijachapishwa). Chuo Kikuu cha Nairobi.
- Michira, J. (2014). “The Language of Politics: A CDA of the 2013 Kenyan Presidential Campaign Discourse”. *Katika International Journal of Education and Research*. Juz. 2 Na. 1 January 2014:kur.1-18.

- Mills, E. (1984). *Senoufo Phonology, Discourse to Syllable*. Summer Institute of Linguistics Publications in Linguistics, 72. Dallas: Summer Institute of Linguistics.
- Pei, M. na Gaynor, F. (1969). *Dictionary of Linguistics*. Littlefield, Adams and Co. New Jersey.
- REDET (1995). *Misingi ya Demokrasia*. Dar es Salaam: Dar es Salaam University Press.
- Rubanza, Y.I. (1996). *Mofolojia ya Kiswahili*. Dar es Salaam: Chuo Kikuu Huria cha Tanzania.
- Tume ya Uchaguzi. (2015). *Taarifa ya Tume ya Taifa ya Uchaguzi kuhusu Uchaguzi wa Rais, Wabunge na Madiwani, 2015*. Dar es Salaam: Mpiga Chapa Mkuu wa Serikali.
- Tume ya Taifa ya Uchaguzi (2015). *Mwongozo wa Maadili ya Vyama vya Siasa kwa Uchaguzi Mkuu*. Zanzibar katika [www.zec.tz](http://www.zec.tz).
- Ullman (1972). *Semantics: An Introduction to the Science of Meaning*. Oxford: Basil Blackwell.
- Zheng, L. (2014). "The Analysis on Obama's Two Inaugural Speeches from the Perspective of Neo-Aristotle's Rhetoric", An Hui University.