



UBORA WA MAUDHUI YA VYOMBO VYA HABARI TANZANIA

VYOMBO VYA HABARI NA UCHAGUZI MKUU 2020

 Televisheni

 Magazeti

 Redio



RIPOTI YA
2020



WATAFITI

Abdallah Katunzi
Chuo Kikuu cha Dar es Salaam
Shule Kuu ya Uandishi wa Habari na Mawasiliano ya Umma
(UDSM-SJMC)

Christoph Spurk,
Zurich University of Applied Sciences, Institute of Applied
Media Studies

MFASIRI

Dkt. Gidion Kamfipo
Chuo Kikuu cha Dar es Salaam
Shule Kuu ya Uandishi wa Habari na Mawasiliano ya Umma

MSANIFU KURASA

Essy Ogunde
Creative Press Ltd

MSANIFU WA PICHA

Nuzulack J. Dausen
Nukta Africa

ISBN 978 99 87 710 70 6

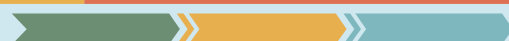
Haki zote zimehifadhiwa.

**Imetolewa na**

CHUO KIKUU CHA DAR ES SALAAM
SHULE KUU YA UANDISHI WA HABARI NA MAWASILIANO YA UMMA
P.o. Box 4067 Mikocheni B Makaburi Street, Plot Block D, No.34 Dar es Salaam, Tanzania
Tel: +255 22 2700756 Email: sjmc@udsm.ac.tz yearbookmediatz@gmail.com

Yaliyomo

iii	Shukrani
iv-v	Matokeo ya Utafiti kwa Muhtasari
01	1.0 Utangulizi
03	2.0 Usuli
11	3.0 Mbinu za Utafiti
14	4.0 Matokeo ya Utafiti
34	5.0 Mitazamo ya wahariri kuhusu matokeo ya utafiti
38	6.0 Hitimisho na Mapendekezo
39-41	Viambatanisho





Shukrani

Chuo Kikuu cha Dar es Salaam, Shule Kuu ya Uandishi wa Habari na Mawasiliano ya Umma (UDSM-SJMC) inatoa shukrani za dhati kwa balozi za Uswisi na Uholanzi nchini Tanzania kwa msaada wao wa kifedha walioutoa kwenye mradi huu wa **“Ubora wa Maudhui ya Vyombo vya Habari Tanzania 2020”**, na kwa nia yao thabiti wanayoendelea kuionesha ya kuimarisha ubora wa vyombo vya habari na taaluma ya uandishi wa habari nchini Tanzania, jambo ambalo limezaa matunda kupitia mradi huu.

Tunaishukuru tasnia ya habari nchini kwa namna inavyoendelea kuuunga mkono mradi huu jambo ambalo limetoa mchango mkubwa katika kuimarisha utendaji wa kiweledi wa vyombo vya habari nchini. Tunatoa shukrani nyingi kwa wale waliotenga muda wao kushiriki mahojiano na tunawashukuru kwa kuwa wawazi wakati wa mahojiano hayo.

Vile vile, tunatoa shukrani za dhati kwa walioipitia kazi hii akiwamo Profesa Michael Andindilile kutoka Chuo Kikuu cha Dar es Salaam, Shule Kuu ya Uandishi wa Habari na Mawasiliano ya Umma, na Dkt. Haron Mwangi aliyewahi kuwa Mkurugenzi Mtendaji wa Baraza la Habari nchini Kenya ambaye kwa sasa ni mshauri wa kimataifa katika masuala ya habari, kwa maoni na mchango wao muhimu.

Vile vile tunapenda kutambua mchango wa watafiti wasaidizi hasa kwa namna walivyojitoa kufanikisha mradi huu: Sebastian Okiki, Dianus Ishengoma, Vaileth Barden, Theodora Munisi, Theodora Theodory, Casiana Mwanyika, Faidha Ngaga, Fatma Mahfudh, Herimina Mkude, Pascael George, Angela Mondi, Safina Yasini, Swaum Manengelo, Amina Lweno, Masekepa Asangama, Ally Bakari, Carlos Banda, Tobias Masalu, Aisha Makame, Suleiman Chombo, Goodluck Paul, Shadida Salum, Charles Kombe, Esther Kasanga, Caroline Malewo, Lineth Renatus, na Venance Majula. Waliwezesha mchakato mzima wa kukusanya data, kuziweka pamoja na kisha kuzichambua data ghafi zilizokusanywa kutoka vyombo mbalimbali vya habari.



Matokeo ya Utafiti kwa Muhtasari

Utafiti huu wa “Ubora wa Maudhui ya Vyombo vya Habari Tanzania 2020” ulichunguza uripoti wa vyombo vya habari kwenye uchaguzi mkuu wa mwaka 2020 ukihusisha sampuli 2,400 za kazi za kihabari (habari, makala na vipindi) zilizopatikana kutoka kwenye magazeti 14, vituo vya redio 14 na vituo 5 vya televisheni kutoka Tanzania Bara na visiwani.

Matokeo yanaonyesha kutokuwepo kwa uwiano wa uripoti wa wagombea kati ya yule wa chama tawala (CCM) ikilinganishwa na wagombea kutoka vyama vya upinzani. Katika habari zake, vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali (*Daily News, Habari Leo, Zanzibar Leo, TBC Taifa, TBC1, ZBC Radio, na ZBC TV*) viliripoti kwa asilimia 81 taarifa za mgombea urais kwa tiketi ya CCM, John Pombe Magufuli ikilinganishwa na mgombea urais kupitia chama kikuu cha upinzani (Chadema) aliyepata asilimia 26 ya uripoti wote¹. Uripoti wa wagombea urais kupitia vyama vilivyobakia haukuwa wa kuridhisha.

Hali kama hiyo ilijibainisha wazi kwenye uchaguzi wa Urais visiwani Zanzibar. Vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali, asilimia 69 ya habari zake za kisiasa viliripoti kuhusu mgombea urais kupitia CCM, Hussein A. Mwinyi ikilinganishwa na mgombea aliyepaperusha bendera ya ACT-Wazalendo Maalim Seif Shariff Hamad, aliyepata uripoti wa asilimia 31. Vyombo vingine vya habari angalau viliripoti kwa usawa ambapo CCM ilipata uripoti wa asilimia 60 ikilinganishwa na asilimia 59 (ACT-Wazalendo). Kwa maneno mengine, mgombea urais wa Zanzibar kupitia upinzani alipewa uripoti mzuri ikilinganishwa na hali ilivyokuwa upande wa pili wa Tanzania Bara.

Magazeti yanayomilikiwa na chama tawala Uhuru na Mzalendo hayakuzingatia kabisa usawa katika uripoti wake yakitoa asilimia 94 kwa mgombea urais kupitia CCM (Magufuli) na asilimia 19 kwa mgombea urais kupitia Chadema (Lissu). Hali hii ya uripoti unaoege-me kwenye chama tawala ulionekana ni kawaida hata miongoni mwa “vyombo huru” vya habari. “Vyombo hivyo huru”, kwa mfano, viliripoti habari za mgombea urais wa CCM (Magufuli) 64 ikilinganishwa na mgombea urais kupitia Chadema (Lissu) aliyepata asilimia 42. Kwenye uchaguzi wa urais Zanzibar, magazeti yanayomilikiwa na chama tawala yaliripoti habari za mgombea urais kupitia CCM kwa asilimia 87 ikilinganishwa na asilimia 34 alizopewa mgombea urais kupitia ACT-Wazalendo. Hali hiyo ya kuegemea upande mmoja pia ilijitokeza katika chaguzi nyingine

za ngazi mbalimbali kama vile chaguzi za wabunge, wawakilishi na madiwani.

Hali hii ya kutokuwepo kwa uwiano katika uripoti pia ilikuwa bayana katika vigezo vingine. Vyombo vya habari vya serikali viliripoti zaidi matukio ya CCM kuliko yale ya vyama vya upinzani. Japo kwa uchache, hali ilikuwa tofauti kidogo kwa Mwananchi, *The Citizen, Mwanahalisi Online, Nipashe, Arusha 1 FM, na ITV*, ambavyo viliripoti zaidi matukio ya vyama vya upinzani ikilinganishwa na yale ya CCM. Vilitokeleza misingi ya dhima ya vyombo vya habari ya kutoa taarifa anuai kwa hadhira-yaani wapiga kura.

Kimsingi, maudhui ya sera za wagombea kama zinavyotolewa kwenye ilani zao za uchaguzi hayakuripotiwa kwa kiasi cha kutosha, bila kujali kwamba wapiga kura walihitaji taarifa za kutosha ili ziwasaide kufanya maamuzi ya kupiga kura kulingana na taarifa walizonazo kuhusu sera za wagombea. Hata hivyo, maudhui ya sera za CCM kupitia Magufuli yaliripotiwa zaidi na vyombo vya habari vya serikali kwa asilimia 33 ikilinganishwa na maudhui ya sera za Chadema kupitia Lissu ambazo ziliripotiwa kwa asilimia 10 huku vyombo vingine vya habari vikiripoti kwa uwiano sawia wa asilimia 29 kwa CCM na asilimia 25 kwa Chadema mtawalia.

Matokeo mengine ya kushangaza ni yale yaliyohusiana na uwezo wa kutekelezeka kwa ahadi za wagombea. Eneo hili liliripotiwa kwa kiasi kidogo mno kwenye kipindi cha uchaguzi. Kimsingi ni kama suala hilo halikuripotiwa kabisa kwani ni asilimia 1 tu (habari 17) ya habari zote zilizohusiana na uchaguzi ndizo zilioripoti kuhusu kipengele hiki kwa wagombea Urais wa Jamhuri ya Muungano wa

¹ Asilimia kwenye eneo hili hazileti jumla ya asilimia 100, kwa sababu kila habari au kazi ya kiuandishi mara nyingi inabeba zaidi ya mgombea mmoja. Kwa kuwa utafiti huu ulikuwa unatazama kila mgombea anayejitokeza kwenye habari, habari nyingine zilikuwa na wagombea wawili au watatu tofauti na hivyo kufanya asilimia kuzidi 100.

Tanzania. Kwa kuzingatia dhima iliyokuwa nayo vyombo vya habari wakati wa uchaguzi mkuu wa mwaka 2020, haya ni mapungufu makubwa mno kwani ilitarajiwa vyombo vya habari kuchunguza kwa umakini mazingira na ahadi zitolewazo na wagombea ili kutengeneza ufahamu kwa wapiga kura hatimaye wafanye maamuzi ya kupiga kura kulingana na taarifa walizonazo.

Vile vile tukiangalia kwa upande mwingine, sauti za wananchi kipindi cha uchaguzi ziliwekwa nyuma. Walinyimwa sauti. Kwa nguvu kubwa sana vyombo vya habari viliwasilisha sauti za wagombea pasipokuzingatia uwiano wa uwakilishi wa sauti za wapiga kura, ambapo, wao kama wapiga kura, wana nafasi muhimu kwenye chaguzi. Ni asilimia 10 tu ya taarifa za kihabari zilizofanyiwa uchunguzi ziliwatumia watu wa kawaida kama vyanzo vya habari. Kwa mfanano huo huo, wanawake wanaotumika kama vyanzo vya habari wanaonekana kwa kiasi kidogo sana cha asilimia 20 tu kwenye habari zilizohusiana na uchaguzi.

Kwa ujumla, kwa sehemu kubwa uripoti ulizingatia matukio, huku asilimia 19 tu ya uripoti ndio ulioanzishwa na vyombo vya habari na waandishi wa habari wenyewe. Zaidi ya hapo, matumizi ya vyanzo vingi vya taarifa jambo ambalo huupa uripoti mamlaka ya kuaminika, ulikuwa wa chini kwa kila habari. Redio zilifanya vibaya kiasi cha kuogofya ambapo asilimia 52 ya habari zake zilikuwa na chanzo kimoja tu cha taarifa zikifuatiwa na magazeti yaliyokuwa na asilimia 43 na televisheni asilimia 38. Kwa mujibu wa wahariri, kuna changamoto kuu tatu ambazo ziliathiri jitihada na uwezo wa vyombo vya habari kuripoti uchaguzi mkuu wa mwaka 2020. Mazingira ya kisiasa kabla ya uchaguzi na wakati wa kampeni za uchaguzi yalikuwa kikwazo kikubwa kwa uhuru wa habari nchini. Kwa hakika, ufungiaji, uzuiaji na ubatilishaji wa leseni kwa vyombo vya habari kulitengeneza mazingira ya waandishi wa habari na vyanzo vyao vya habari kujidhibiti wao wenyewe. Katika hali hiyo, uripoti wa vyombo vya habari kwenye uchaguzi wa 2020 haukufanyika kama ambavyo wahariri wangelipenda ufanyike.

Changamoto ya pili katika uripoti wa uchaguzi ilihusiana na mazingira ya kiuchumi. Kwa ujumla, mbinyo wa kiuchumi kabla ya uchaguzi uliviathiri mno vyombo vya habari kufuatia kushuka kwa bajeti

za matangazo ya biashara. Matokeo yake, vilitenga kiasi kidogo cha fedha kuwezesha kuripoti masuala ya uchaguzi na wengi wao walihaha kujiendesha ikiwamo kulipa mishahara. Kwa maumivu makubwa kama ilivyokuwa, ni vyombo vya habari vichache tu vilikuwa na bajeti kwa ajili ya kuripoti uchaguzi. Wakati vyombo vingi vya habari vikihaha namna ya kujiendesha iliawawia vigumu kuripoti uchaguzi kwa gharama zao binafsi pasipo kuhitaji msaada kutoka kwenye vyama vya kisiasa au kwa wagombea.

Changamoto ya tatu ilihusiana na masuala ya weledi. Ukosefu wa waandishi mahiri wa kuripoti masuala ya uchaguzi ulionekana kuwa kikwazo kwa uripoti wa uchaguzi uliozingatia weledi. Ni waandishi wachache tu kutoka kwenye vyombo vya habari ambao wangeweza kuripoti masuala ya uchaguzi kiweledi huku wakionesha stadi za kiuchambuzi na uwezo wa kuibua na kuzileta kwa hadhira mada zenye maslahi kwa umma. Changamoto hizi tatu za kisiasa, kiuchumi na uwezo wa kiweledi vilikuwa na mchango wake katika kuamua aina ya uripoti wa vyombo vya habari kuhusu uchaguzi mkuu wa mwaka 2020 nchini kama ambavyo imebainishwa katika ripoti hii.

Ili kuondoa mapungufu yaliyowekwa wazi na utafiti huu pamoja na changamoto zilizobainishwa hapo juu, utafiti huu unashauri pamoja na mambo mengine, mamlaka za kiserikali zinazosimamia tasnia ya habari, kukutana mara kwa mara na wadau wa tasnia ya habari ili kutatua changamoto ya mazingira ya vyombo vya habari yasiyo rafiki hapa nchini ili kuwezesha vyombo vya habari na waandishi wa habari kuripoti kwa uhuru na kistaarabu. Ili kuboresha utendaji wa vyombo vya habari vya utangazaji vya umma, wasimamizi wa vyombo vya habari vya utangazaji Tanzania Bara na Zanzibar wanapaswa kuvisimamia kwa karibu vyombo vya habari vya utangazaji vinavyomilikiwa na serikali kama ambavyo wanavisimamia vyombo vingine ili kuhakikisha kwamba vinatimiza wajibu wao wa kisheria na kitaaluma nyakati za uchaguzi kwa kutoa nafasi sawa kwa wagombea na vyama vya siasa. Kuhusiana na kuongeza ubora wa uripoti wa chaguzi, waandishi wa habari wanapaswa kwenda mbali zaidi pamoja na mambo mengine, kuripoti maeneo muhimu kama vile yahasuyo uchambuzi wa sera na kuhoji kutekelezeka kwa ahadi zinazotolewa na wagombea.

1.0 UTANGULIZI

Mwezi Oktoba mwaka 2020, Jamhuri ya Muungano wa Tanzania iliendesha uchaguzi wake mkuu wa sita uliohusisha vyama vingi vya siasa. Baada ya kurejeshwa tena kwa mfumo wa demokrasia ya vyama vingi vya siasa mwaka 1992, uchaguzi mkuu wa kwanza wa kiushindani ulifanyika mwaka 1995 na baadaye mwaka 2000, 2005, 2010 na 2015.

Kwenye kila moja ya chaguzi hizi, vyombo vya habari vimekuwa vikifanya kazi kubwa katika kutekeleza jukumu la kuripoti uchaguzi husika. Ripoti hii inachunguza utendaji wa vyombo vya habari wakati wa uchaguzi mkuu wa mwaka 2020 na namna vyombo vya habari vilivyozingatia maslahi ya umma katika utendaji wake.

Kwa maneno mengine, utafiti huu ulilenga kuonesha ni kwa namna gani vyombo vya habari vilidumisha utamaduni wake na kutekeleza wajibu wake wa kidemokrasia kwa kuripoti huru na haki. Utafiti huu ulichunguza uripoti wa magazeti 14, vituo 14 vya redio na vituo 5 vya televisheni na ukimakinikia kwenye ngazi tatu za nafasi za uchaguzi-Urais, Ubunge na Uwakilishi pamoja na Udiwani.

Tafiti hii ilitumia uchambuzi wa maudhui kitakwimu (quantitative content analysis) katika kuchunguza uripoti wa vyombo vya habari kwenye uchaguzi mkuu wa mwaka 2020 ukitumia vidokezo vya ubora kama vile mpangilio wa habari, mada zinazohusiana na uchaguzi, muktadha wa uripoti, vyanzo vya habari, kurejelea ilani ya uchaguzi ya chama, maswali kuhusu utekelezaji wa sera za wagombea, uripoti wa sera, uripoti juu ya masuala binafsi na/au sera za mgombea. Uchambuzi uliongezewa nguvu na taarifa kutoka kwenye mahojiano na wahariri na mameneja wa vyombo vya habari.

Ripoti hii ina sehemu kuu tano: Utangulizi, Usuli, Mbinu za Utafiti, Matokeo ya Utafiti na Hitimisho na Mapendekezo. Ripoti hii inatoa matokeo ya jumla kabla ya kugusia makundi mahsusi ya vyombo vya habari. Ripoti hii inaweza kupatikana kupitia tovuti ya UDSM-SJMC (<https://www.udsm.ac.tz/web/index.php/schools/sjmc>), ukiingia kwenye menu ya Year-book on Media Quality in Tanzania.

2.0 USULI

Kuchunguza uripoti wa vyombo vya habari kuhusu chaguzi unasaidia kuelewa jinsi vyombo vya habari vilivyoenenda kipindi cha uchaguzi-kipengele ambacho ni muhimu sana kwenye mchakato wa kidemokrasia. Uchunguzi huu unatoa mtazamo mpana kuhusu ni nini vyombo vya habari nchini vilifanya au havikufanya katika kutekeleza majukumu yake ya kidemokrasia kama mhimili wa nne. Sehemu hii inatoa mtazamo wa jumla wa mfumo wa kisiasa na muktadha wa vyombo vya habari kipindi cha uchaguzi mkuu wa mwaka 2020.

2.1 Mfumo wa kisiasa na uchaguzi mkuu wa mwaka 2020

Jamhuri ya Muungano wa Tanzania ni muunganiko wa Tanganyika (awali ikijulikana kama Jamhuri ya Tanganyika) na Zanzibar (awali ikijulikana kama Jamhuri ya watu wa Zanzibar) iliyopatikana tarehe 26 Aprili, 1964. Mfumo wa kisiasa wa vyama vingi ulikuwako Tanganyika na Zanzibar kabla ya mwaka 1964.

Tanganyika ilikuwa na vyama vingi hadi ilipofika mwaka 1965, ambapo mfumo huo uliondolewa ukitoa nafasi kwa chama cha Tanganyika African National Union (TANU) kuwa chama pekee cha kisiasa. Kule Zanzibar, vyama vyote vya kisiasa isipokuwa Afro-Shirazi Party (ASP), viliondolewa mara tu baada ya mapinduzi ya mwaka 1964. Mwaka 1977, TANU na ASP viliungana na kuunda Chama Cha Mapinduzi (CCM), hali iliyoashiria mwanzo wa miongo ya mfumo wa siasa wa chama kimoja nchini Tanzania.

Mfumo wa siasa wa vyama vingi ulirejeshwa tena mwaka 1992 baada ya mabadiliko ya katiba ya mwaka 1977 yakifungua nafasi ya kidemokrasia iliyofuatiwa na kuruhusu uanzishwaji wa siasa za vyama vingi ndani ya Jamhuri ya Muungano wa Tanzania. Kufuatia kurejea tena kwa mfumo wa vyama vingi vya siasa, Serikali ilipitisha Sheria ya Vyama vya Siasa namba 258, ambayo ilianzisha Ofisi ya Msajili wa Vyama vya Siasa. Ofisi ya Msajili wa Vyama vya Siasa imepewa mamlaka ya kuvisajili na kuvisimamia vyama vya siasa nchini.

Nchini Tanzania kuna vyombo viwili vinavyosimamia chaguzi. Wakati Tume ya Taifa ya Uchaguzi (NEC) inasimamia uchaguzi wa Rais wa Muungano, wabunge na madiwani², Tume ya Uchaguzi Zanzibar (ZEC) inasimamia uchaguzi za Rais wa Zanzibar, wajumbe wa Baraza la Wawakilishi na madiwani³ Zanzibar.

Kwenye uchaguzi mkuu wa mwaka 2020, vyama 19 vilivyosajiliwa vilishiriki. Palikuwa na wagombea 15 waliopitishwa kugombea nafasi ya Urais wa Jamhuri ya Muungano wa Tanzania, wagombea ubunge waliopitishwa walikuwa 1,257 huku wagombea udiwani wakiwa 9,231. Jedwali hapa chini linawabainisha wagombea kwa jinsia, uchaguzi na vyama vya siasa.

² Kwa Tanzania Bara pekee

³ Kwa Zanzibar pekee

Wagombea walioteuliwa kugombea kwenye uchaguzi mkuu wa 2020⁴

Na	CHAMA CHA SIASA	WAGOMBEA URAIS		WAGOMBEA UBUNGE		WAGOMBEA UDIWANI	
		Me	Ke	Me	Ke	Me	Ke
1	Alliance for African Farmers Party (AAFP)	1		17	11	12	7
2	Alliance for Change and Transparency-Wazalendo (ACT-Wazalendo)	1		135	21	856	39
3	African Democratic Alliance -Tanzania Democratic Alliance (ADA-TADEA)	1		24	13	15	6
4	Alliance for Democratic Change (ADC)		1	33	15	24	5
5	Chama Cha Kijamii (CCK)	1		11	7	17	16
6	Chama Cha Mapinduzi (CCM)	1		239	25	3,689	264
7	Chama cha Demokrasia na Maendeleo (CHADEMA)	1		153	58	2,648	143
8	Chama cha Ukombozi wa Umma (CHAUMMA)	1		22	6	13	2
9	Civic United Front (CUF)	1		116	38	822	92
10	Demokrasia Makini (MAKINI)		1	33	11	23	10
11	Democratic Party (DP)	1		16	7	22	7
12	National Convention for Construction & Reform-Mageuzi (NCCR-Mageuzi)	1		65	20	20	4
13	National League for Democracy (NLD)			7	2	268	28
14	National Reconstruction Alliance (NRA)	1		25	9	2	1
15	Sauti ya Umma (SAU)	1		13	6	20	15
16	Tanzania Labour Party (TLP)			18	9	48	11
17	United Democratic Party (UDP)			24	9	36	3
18	Union for Multiparty Democracy (UMD)	1		4	13	10	7
19	United Peoples Democratic Party (UPDP)	1		9	13	18	8
	JUMLA	13	2	964	293	8563	668

¹NEC (2020). Report on the 2020 presidential, parliamentary, and councillors' elections

Chanzo: Tume ya Taifa ya Uchaguzi (2021).

⁴ NEC (2020). Report on the 2020 presidential, parliamentary, and councillors' elections

Baada ya zoezi la kuhesabu kura kukamilika, CCM kilishinda kiti cha Urais kwa asilimia 84.4 kikifuatiwa na Chadema (13.4%) na ACT-Wazalendo (0.55%) huku vyama vilivyobakia vikiambulia kura chini ya asilimia 0.55%. Kwenye viti vya ubunge, CCM kilishinda kwa asilimia 96.97, kikifuatiwa na ACT-Wazalendo (1.51%), CUF (1.14%) na Chadema (0.38%). Matokeo ya jumla kwa uchaguzi wa madiwani yanaonesha kwamba CCM kilishinda kwa 96.63%, kikifuatiwa na Chadema (2.15%), ACT-Wazalendo (0.56%), CUF (0.51%), NCCR-Mageuzi (0.13%), na DP (0.02%)⁵

Visiwani Zanzibar, wagombea 250 waliteuliwa kugombea nafasi ya uwakilishi kwenye Baraza la Wawakilishi, 350 kwenye nafasi ya udiwani na 17 waliteuliwa kugombea nafasi ya Urais wa Zanzibar.

Wagombea walioteuliwa kugombea nafasi ya Urais wa Zanzibar

			
Ali Omar Juma (CHAUMMA)	Ameer Hassan Ameer (MAKINI)	Hamad Mohammed Ibrahim (UPDP)	Hamad Rashid Mohamed (ADC)
			
Hussein Ali Mwinyi (CCM)	Hussein Juma Salum (TLP)	Issa Mohamed Zonga (SAU)	Juma Ali Khatib (ADA-TADEA)
			
Khamis Faki Mgau (NRA)	Mfaume Khamis Hassan (NLD)	Mohamed Omar Shaame (UMD)	Mussa Haji Kombo (CUF)
			
Othman Rashid Khamis (CCK)	Said Issa Mohammed (CHADEMA)	Said Soud Said (AAFP)	Seif Sharif Hamad (ACT-Wazalendo)
			
	Shafi Hassan Suleiman (DP)		

Chanzo: Tume ya Uchaguzi Zanzibar (2021).

Baada ya zoezi la kuhesabu kura kukamilika, mgombea wa CCM alishinda kwa asilimia 76.27, akifuatiwa na mgombea wa ACT-Wazalendo (19.87%), huku wagombea waliobakia kila mmoja akipata chini ya asilimia 1 ya kura zote halali.

2.2 Muktadha wa vyombo vya habari kwenye uchaguzi wa mwaka 2020

Mwishoni mwa miaka ya 1980, kufunguliwa kwa milango ya uliberali wa kiuchumi kuliteleza kuibuka kwa vyombo vingi vya habari nchini. Hadi kufikia mwezi Juni, 2021, kwa Tanzania Bara kulikuwa na vituo vya redio 193 (kutoka vituo 106 mwaka 2015), vituo 50 vya huduma za utangazaji (kutoka vituo 31 mwaka 2015), na magazeti na majarida 257 (kutoka 216 mwaka 2015) (Mamlaka ya Mawasiliano Tanzania, 2021 na Idara ya Habari Maelezo). Kwa Zanzibar kulikuwa na magazeti mawili, vituo 25 vya redio na vituo 12 vya televisheni.

Mbali na ukuaji wa vyombo vya habari, nchi ilishuhudia ongezeko lenye kasi kubwa la watumiaji wa intaneti. Hakika, kwa kipindi cha miaka kumi iliyopita ukuaji wa matumizi ya intaneti umeongezeka mara tatu zaidi kutoka asilimia 17 mwaka 2012⁶ hadi kufikia asilimia 46 mwaka 2021⁷.

⁵ NEC (2020). Report on the 2020 presidential, parliamentary, and councillors' elections

⁶ TCRA (2015). Quarterly communications statistics report, October-December 2015, [https://www.tcra.go.tz/uploads/text-editor/files/december%20\(5\)_1619158941.pdf](https://www.tcra.go.tz/uploads/text-editor/files/december%20(5)_1619158941.pdf), retrieved on 11/9/2021

⁷ TCRA (2015). Quarterly communications statistics, April-June 2021, https://www.tcra.go.tz/uploads/text-editor/files/TelCom%20Statistics%20June%202021_1630483653.pdf, retrieved on 11/9/2021

Mpaka kufikia mwezi Juni 2021, zaidi ya watanzania milioni 25 walikuwa na uwezo wa kupata huduma ya intaneti huku wengi wao wakipata huduma hiyo kupitia simu zao za viganjani⁸. Japokuwa kimsingi linaonekana kama jambo la mijini zaidi, maendeleo haya yamewawezesha raia kupata habari za mitandaoni na kujumuika kwenye majadiliano ya mitandaoni yakiwamo yanayohusu uchaguzi mkuu.

2.3 Dhima ya vyombo vya habari kwenye chaguzi

Zipo seti kuu mbili za dhima za vyombo vya habari nyakati za uchaguzi. Seti ya kwanza inatokana na msimamo wa kitaaluma ikiunganishwa na wajibu wao kwa jamii, na seti ya pili inatokana na wajibu wa kisheria wa vyombo vya habari. Kwa ujumla, vyombo vya habari hutekeleza wajibu wake kwa kuarifu, kuelimisha, na hatimaye kuwajengea uwezo wananchi kwa kuwapatia taarifa sahihi, zinazotoka kwa wakati, zilizowekwa kwenye muktadha, zilizofanyanywiwa utafiti na zinazowahusu kuhusiana na mchakato mzima wa uchaguzi. Hii inajumuisha kuwaleta pamoja raia ili kuchukua hatua na kushiriki kwenye chaguzi. Hivyo, vyombo vya habari ni kitu muhimu na kisichoepukika ili kuwa na uchaguzi huru na wa haki.

Kwa mtazamo wa kitaaluma zaidi, vyombo vya habari vina dhima muhimu tatu⁹.

- *Vyombo vya habari kama mwalimu wa umma: vyombo vya habari huelimisha raia kuhusu mchakato wa uchaguzi, vinatoa taarifa zinazowawezesha na kuwajengea uwezo wapiga kura ili wafanye maamuzi kwa kuzingatia taarifa walizonazo (kupiga kura kwa busara).*
- *Vyombo cha habari kama jukwa la kampeni na majadiliano ya hoja: Vyombo vya habari vinatoa fursa ya kutumika kama jukwaa la mazungumzo na mijadala kuhusu maoni na mawazo mbalimbali ya wagombea na raia.*
- *Vyombo vya habari kama mwangalizi*

anayezingatia uwazi: Vyombo vya habari vinafanya kazi ya uangalizi hasa hasa katika mazingira yanayoweza kutia doa mchakato wa uchaguzi na hivyo kuhakikisha panakuwa na uchaguzi huru na wa haki.

Usimamizi wa chaguzi hapa nchini unaongozwa na taratibu mahsusi za kisheria zikijumuisha wahusika wote vikiwamo vyombo vya habari. Sheria inavitaka vyombo vya habari kuhakikisha panakuwa na uripoti unaostahiki, wenye usawa na unaotoa fursa sawa kwa vyama vyote vya siasa na wagombea. Hivyo, wajibu huu wa kisheria unatengeneza seti ya pili ya dhima ya vyombo vya habari nyakati za uchaguzi nchini.

Kwa lugha mahsusi, Kifungu namba 19 (a) cha Kanuni za Mawasiliano ya Kielektroniki na Posta (maudhui ya utangazaji kwa redio na televisheni), za mwaka 2018 kinawataka watoa huduma za maudhui kuhakikisha kwamba “nafasi ya kutosha na fursa sawa inatolewa kwenye kutangaza kampeni za vyama vyote vinavyoshiriki kwenye uchaguzi,” na kifungu cha 19 (b) kinatoa wito kwa vyombo vya habari kuhakikisha vinatoa fursa kwa wagombea na vinaripoti kwa usawa taarifa za wagombea wanaoshiriki uchaguzi wa Urais, Ubunge na serikali za mitaa,” na Kifungu cha 19 (f) kinawataka watoa huduma za maudhui kuhakikisha kwamba “kila kiashiria cha kuegemea upande mmoja kinaepukwa kwenye vipindi vyao vyote.”

8 TCRA (2015). Quarterly communications statistics, April-June 2021, https://www.tcra.go.tz/uploads/text-editor/files/TelCom%20Statistics%20June%202021_1630483653.pdf, retrieved on 11/9/2021.8

9 The Electoral Knowledge Network (2012), Media and Elections, 3rd edition, <https://aceproject.org/ace-en/topics/me/introduction/me10/default>; Marie-Soleil Frère (2010). The Media and Elections in Post-Conflict Central African Countries. Brussels: the University of Brussels

Wakati huo huo, Kifungu cha 4 (c) cha Kanuni za Huduma za Utangazaji (maudhui) za mwaka 2015 zinawataka watoa maudhui kuripoti matukio ya kisiasa kwa haki, usawa, ulinganifu, usahihi bila kuegemea upande wowote na kuweka ulinganifu katika kuripoti kwa vyama vyote, washirika wao na wgombea katika chaguzi” huku 12 (2) (a) kikiwataka watoa maudhui kuhakikisha “kunakuwepo na ulinganifu katika vipindi vya kisiasa kupitia uwasilishaji wenye usawa wa mitazamo au maslahi mbadala.” Tafiti hii inabainisha ikiwa vyombo vya habari nchini vinaishi kwenye matarajio ya dhima zake na kwa kiwango gani.

2.4 Uhuru wa vyombo vya habari na uchaguzi mkuu wa 2020

Uhuru wa vyombo vya habari ni nguzo muhimu ya demokrasia na uchaguzi. Ikiwa uhuru huo utatishiwa, basi demokrasia na uchaguzi vyote vitaathirika. Kabla ya uchaguzi mkuu wa mwaka 2020, mazingira ya vyombo vya habari yalijipambanua kwa kufungiwa kabisa kufanya kazi, kuzuiwa kwa muda, kufutwa kwa leseni na kuporomoka mno katika vipimo vinavyoonesha viwango vya uhuru wa vyombo vya habari.

Mwaka 2016, gazeti la Mseto lilifungiwa kwa miaka mitatu, mwaka 2017 Tanzania Daima lilifungiwa kwa siku 90, mwaka 2017 gazeti la Mawio lilifungiwa kwa miaka miwili, mwaka huo huo pia gazeti la Mwanahalisi lilifungiwa kwa miaka miwili na mwaka 2019 gazeti la The Citizen lilifungiwa kwa siku saba (7)¹⁰.

Kwenye mwaka wa uchaguzi wa 2020, vyombo vitatu vya habari viliadhibiwa. Tarehe 23 Juni, 2020, karibu miezi miwili kabla ya kuanza kwa kampeni za uchaguzi, serikali ilifuta leseni ya uchapishaji ya gazeti la Tanzania Daima. Serikali ilibainisha sababu za kufutwa kwa leseni hiyo kuwa ni kitendo cha gazeti hilo kuendelea kukiuka sheria za nchi na maadili ya taaluma ya uandishi wa habari¹¹. Ukijibu hatua hii, tarehe 25 Juni 2020, Ubalozzi wa Marekani nchini

ulitoa tamko¹² kuhusiana na uhuru wa vyombo vya habari na ushiriki jumuishi wa kisiasa, ukionesha kuguswa na “ufutaji wa leseni ya gazeti linalomilikiwa na upande wa upinzani”.

Ilibainishwa kwamba maamuzi hayo yalikuwa “yamesukumwa na mazingira yaliyotengenezwa ili kuvitisha vyombo vya habari.” Japokuwa gazeti la Tanzania Daima halikusajiliwa kama gazeti la chama cha upinzani, lilionekana kuwa linaegemea na kuunga mkono upande wa upinzani kwa kigezo cha maudhui yake.

Tamko la pamoja lililotolewa na Baraza la Habari Tanzania (MCT) na Jukwaa la Wahariri Tanzania (TEF), liliueleza uamuzi huo wa serikali kama jambo la kusikitisha. Kwa mtazamo wao, hatua hiyo ilikuwa imeingilia uhuru wa vyombo vya habari na hasa uhuru wa kujieleza. Tamko hilo liliongeza kwamba leseni ya uchapishaji wa gazeti hilo ilikuwa imefutwa wakati wa kipindi muhimu ambapo wananchi walitegemea majukwaa jumuishi mengi zaidi ili kuwapatia aina mbalimbali za maudhui ili kuwawezesha kuchagua kulingana na taarifa walizonazo.

Tarehe 27 Agosti, 2020 baada ya kampeni za uchaguzi kuanza, Mamlaka ya Usimamizi wa Mawasiliano Tanzania (TCRA), msimamizi wa huduma za utangazaji nchini, ilizisimamisha kwa muda wa wiki moja *Clouds Television* na *Clouds Entertainment FM Radio* kurusha matangazo kuanzia tarehe 28 Agosti, 2020 hadi tarehe 3 Septemba, 2020

¹⁰ Katunzi, A and Spurk, C (2020). Yearbook On Media Quality in Tanzania 2019, Dar es Salaam: University of Dar es Salaam’ School of Journalism and Mass Communication (UDSM-SJMC)

¹¹ Habari Leo, Serikali yasitisha leseni Tanzania Daima, <https://www.habarileo.co.tz/habari/2020-06-245ef2dcb32e88c.a.spx>, retrieved on 17 September 2020

¹² Ubalozzi wa Marekani nchini Tanzania, Tamko Kuelezea Masikitiko Yetu Kuhusu Uhuru wa Kujieleza na Ushiriki Jumuishi wa Kisiasa, <https://tz.usembassy.gov/sw/tamko-kuelezea-masikitiko-yetu-kuh-usu-uhuru-wa-kujieleza-na-ushiriki-jumuishi-wa-kisiasa/>, retrieved on 20th September 2021

mtawalia. Kwenye tamko lake, mamlaka hiyo ilidokeza kwamba vyombo hivyo dada vya kielektroniki vilikuwa vimekiuka vifungu namba 16 (1) na (2) vya kanuni ya Huduma ya Utangazaji Maudhui (Matangazo ya uchaguzi wa vyama vya siasa), ya mwaka 2015 ambayo kwa sehemu fulani inawataka watoa huduma za maudhui kutangaza matokeo ya uchaguzi kama ambavyo yametolewa na Tume ya Taifa ya Uchaguzi (NEC). Kwa hiyo, vyombo hivyo vilifungiwa kwa kushadidia kutangaza matokeo ya uchaguzi ambayo yalikuwa hayajatolewa rasmi na Tume ya Taifa ya Uchaguzi.

Vyombo hivyo viwili vilitoa habari za wagombea wawili wa ubunge kutoka chama tawala (CCM) ambao walipita bila kupingwa, taarifa ambayo ilikuwa haijathibitishwa na Tume ya Taifa ya Uchaguzi. Japokuwa hata vyombo vingine vya habari vilikuwa vimetangaza habari hiyo, ni vyombo hivyo viwili tu vya habari ambavyo vilionja makali ya TCRA. Hata hivyo, mamlaka inayosimamia uchapishaji wa magazeti, yaani Idara ya Habari Maelezo (TIS) haikutoa onyo wala adhabu kwa gazeti lolote. Baadae, tarehe 29 Septemba 2020, Mkurugenzi wa Tume ya Taifa ya Uchaguzi Daktari Wilson Mahera Charles alitoa tamko likionyesha kwamba wagombea ishirini na wanane wa nafasi ya ubunge kutoka chama tawala walikuwa wameshinda nafasi hizo kwa kupita bila kupingwa¹³.

Kwa ujumla, mazingira ya uhuru wa vyombo vya habari nchini kabla ya uchaguzi mkuu wa mwaka 2020 yalikuwa yanazua maswali mengi. Ripoti ya hali ya uhuru wa vyombo vya habari inayoandaliwa na taasisi ya Waandishi wa Habari Wasio na Mipaka ilionyesha hali ya mwelekeo usioridhisha kwenye suala la uhuru wa vyombo vya habari kati ya mwaka 2016 na 2020. Mwaka 2016 nchi ilishika nafasi ya 71 (kati ya nchi 180), mwaka 2017 nafasi ya 83, nafasi ya 93 (2018), 118 (2019), na 124 mwaka 2020; anguko kubwa kwa nafasi 53 ndani ya miaka mitano.

Kimahsusi kabisa, mazingira ya kisiasa kabla ya uchaguzi mkuu yalitengeneza hali ya kujidhibiti binafsi. Matokeo ya utafiti wa Ubora wa Maudhui ya Vyombo vya Habari Tanzania ya mwaka 2019 yanaonesha

kwamba, jamii, waandishi wa habari, na vyanzo vyao vya habari (wabobezi) walikuwa hawapendi kushiriki kutoa maoni yao kwa uwazi, hasa maoni yaliyoonekana kuigusa serikali.¹⁴

Mwaka mmoja kabla (2018), ripoti hiyo hiyo ilibainisha kwamba ilikuwa ngumu kwa habari kutoka kwenye vyombo vya habari vya asili (magazeti, radio na TV) ikiwa na mitazamo inayokosoa serikali. Matokeo yake, ripoti ya mwaka 2019 ilibainisha picha inayofanana na hiyo huku vyombo vya habari vya magazeti vikiongoza kuchapisha habari zilizokuwa zikiikosoa serikali kwa asilimia 4 tu.

2.5 Mazingira ya kibiashara ya vyombo vya habari kabla ya uchaguzi

Kushuka kwa kasi kwa mapato yatokanayo na matangazo ndiyo yaliyopambanua mazingira ya biashara ya vyombo vya habari nchini. Kupungua kwa mapato yatokanayo na matangazo ya biashara kulihusishwa na maamuzi ya serikali kupunguza bajeti yake ya matangazo kama njia ya kupunguza gharama, hali ikiwa hivyo hivyo kwenye sekta binafsi ambako bajeti zao za matangazo zilishuka kulikotokana na mabadiliko ya kiuchumi na kwa siku

13 NEC (2020). Tangazo la kuchaguliwa kwa wagombea pekee wa Ubunge katika uchaguzi mkuu wa mwaka 2020, <https://www.nec.go.tz/publications/65>, retrieved on 27th September 2021

14 Katunzi, A and Spurk, C (2019). Yearbook On Media Quality in Tanzania 2018, synthesized report on overall results, Dar es Salaam: Media Council of Tanzania and Spurk Media Consulting Ltd

za karibuni kutokana na changamoto ya UVIKO-19. Zaidi ya hayo, pamekuwepo na ushindani mkubwa wa kupata hadhira na mapato yatokanayo na matangazo kati ya vyombo vya habari vya asili na vile vya mtandaoni¹⁵.

Japokuwa hakuna taarifa za kitafiti zinazoonesha ni kwa namna gani serikali na sekta binafsi zimepunguza bajeti zao za matangazo, makisio ya wahariri yanaonesha sababu hiyo iliteleza vyombo vyao vya habari kuathirika kwa kupoteza mapato kwa asilimia kati ya 50 na 70¹⁶. Zaidi ya hapo, janga la UVIKO-19 pia lilikuwa na mchango wake kwenye hali hiyo licha ya kuwa janga hilo lilibuka miezi michache kabla ya kampeni kuanza.

Kuanguka kwa mapato yatokanayo na matangazo ya biashara kuliathiri mno biashara ya vyombo vya habari muda mrefu hata kabla ya kuanza kwa mchakato wa uchaguzi mkuu. Mazingira magumu ya ufanyaji kazi yalivilazimisha baadhi ya vyombo vya habari kurekebisha baadhi ya mambo ikiwamo kupunguza wafanyakazi, kupunguza mishahara, na wakati mwingine kufunga ofisi zao za mikoani. Katika baadhi ya mazingira yasiyovumilika ya kifedha, vyombo vya habari vilifunga kabisa uendeshaji wa biashara zake.

Mwaka 2019, stesheni moja ya redio jijini Mwanza inayofahamika kama Lake FM, ilifungiwa kwa kushindwa kulipia limbikizo la tozo za masafa na tozo nyingine za usimamizi walizopaswa kulipa mamlaka

¹⁵ Yearbook 2019 report

¹⁶ Yearbook 2019 report

¹⁷ Kampuni ya New Habari yasitisha uzalishaji, retrieved on 24/9/2021,

ya mawasiliano (TCRA). Mwezi mmoja tu baada ya uchaguzi, kampuni ya New Habari 2006 Ltd—inayochapisha magazeti ya Mtanzania, Rai, Bingwa, na Dimba ilisimamisha shughuli zake huku sababu iliyotajwa kuwa ni mazingira mabaya ya kibiashara¹⁷. Gazeti la Mtanzania ambalo ndilo linalobeba taswira ya kampuni limekuwa likijikakamua kujiendesha kwa njia ya mtandao- Mtanzania Digital.

Habari njema ni kwamba, kumekuwapo na jitihada fulani kutoka vyombo vya habari za kupanua wigo wa vyanzo vya mapato, kama vile kuandaa maudhui pendwa yatakayovutia hadhira kubwa. Baadhi yao wameongeza wigo wa vyanzo vyao vya mapato ikiwamo kuanzisha biashara kama vile ya uchukuzi (MCL) na huduma za uchapishaji (MCL, TSN). Zaidi ya hapo, baadhi wameendelea kuyaendesha majukwaa ya kibiashara ya mikoa (TSN) yenye lengo la kuzitangaza fursa za uwekezaji kwenye maeneo husika. Wengine wameamua kuanzisha majukwaa ya kidijitali na kuviandaa upya vipindi vyao (TBC1) ili kuongeza hadhira zaidi. kwamba jitihada hizi zimesaidia kupanua ukubwa wa soko la hadhira au zimeongeza kipato cha ziada wanachokihitaji sana ni jambo ambalo bado haliko bayana.

2.6 Waandishi wa habari wanaogombea nafasi za kisiasa

Kama ilivyokuwa kwenye chaguzi zilizotangulia, uchaguzi wa mwaka 2020 ulishuhudia idadi kubwa na ambayo haikutarajiwa ya waandishi wa habari wakiomba kuteuliwa kwenye vyama vya siasa ili kugombea kwenye nafasi za ubunge na udiwani, huku wengi wakijaribu kuomba kuteuliwa kugombea nafasi ya ubunge kupitia chama tawala, CCM. Hakuna hata mmoja miongoni mwao aliyepata nafasi hiyo kwa walioomba upande wa Tanzania Bara huku ikishuhudiwa mmoja tu akipata nafasi hiyo visiwani Zanzibar alikoteuliwa kugombea nafasi ya ubunge lakini hakushinda. Katika ujumla wake, hakukuwa na kanuni za wazi ambazo ziliwekwa na vyombo vya habari kuhusu wale waliotaka kugombea nafasi kwenye uchaguzi.

2.7 Kukumbushana, wito na miongozo

Ikiwa kama sehemu ya mkakati wa kuwashirikisha wadau, tarehe 18 Agosti 2020, Tume ya Taifa ya Uchaguzi (NEC) ilifanya kikao na wahariri. Mwenyekiti wa Tume Jaji Semistocles Kaijage alivitaka vyombo vya habari hasa vile vya umma kutoa fursa sawa kwa vyama vyote vya siasa: “Ninawaomba ninyi wahariri hasa wale walio kwenye vyombo vya habari vya umma kutoa muda na nafasi sawa kwa vyama vyote vya siasa na kuhakikisha kwamba mnawapa wagombea fursa ya kunadi ilani zao za uchaguzi [kwa wapiga kura].”

Tume ya Taifa ya Uchaguzi iliandaa Muongozo ya matumizi ya vyombo vya habari vya umma na wanasiasa wakati wa kampeni za uchaguzi mkuu wa mwaka 2020. Mwongozo huu ulilenga kuhakikisha kwamba vyombo vya habari vya umma vinatoa muda sawa kwa vyama vya siasa na wagombea kunadi ilani zao za uchaguzi na kuwashirikisha raia kwenye mikutano yao ya kampeni. Muongozo huo ulivitarajia vyombo vya habari vya umma kufanya kazi zao kimaadili, bila upendeleo na kuzingatia kanuni za maadili za taaluma ya habari wakati wote vitakapokuwa vinaripoti masuala yahasuyo vyama vya siasa au wagombea.¹⁸

Mnamo mwezi Aprili 2020, Tume ya Uchaguzi Zanzibar (ZEC) ilichapisha muongozo kwa huduma za utangazaji wakati wa uchaguzi mkuu wa mwaka 2020. Kifungu cha 5 (i) kinatoa wito kwa watoa huduma za maudhui kutangaza na kuripoti habari za kisiasa bila kuegemea upande wowote na kutoa fursa sawa kwa vyama vyote.¹⁹

Hitaji hili la kisheria pia limezingatiwa kwenye kifungu namba 17(3) cha Mkataba wa Afrika kuhusu Demokrasia, Chaguzi na Utawala ambacho kinatoa wito kwa nchi marafiki “kuhakikisha haki na usawa kwa wagombea na vyama vinavyoshindana na wagombea wao wapate nafasi ya kuvitumia vyombo

vya habari vinavyomilikiwa na serikali wakati wote wa uchaguzi.”

Tarehe 15 Agosti 2020, Dkt. Ayub Rioba, Mkurugenzi wa Shirika la Utangazaji Tanzania (TBC) chombo cha habari kinachomilikiwa na serikali, aliahidi kuzingatia usawa katika kuripoti kwa kutoa fursa sawa kwa wagombea na vyama vyote. Hata hivyo, mapema kabisa alibainisha kwamba hawatakuwa na uwezo wa kuripoti taarifa za kila mgombea nchi nzima²⁰

2.8 Mkwamo: TBC dhidi ya Chadema na usuluhishi wa Jukwaa la Wahariri (TEF)

Chama cha upinzani, Chama cha Demokrasia na Maendeleo (Chadema) kilifungua rasmi kampeni zake jijini Dar es Salaam eneo la Mbagala Zakhem tarehe 28 Agosti, 2020. Tukio lilikuwa likirushwa moja kwa moja hewani na vituo vya Shirika la Utangazaji Tanzania (TBC) yaani TBC Taifa na TBC1. Hata hivyo, baada ya muda mfupi tu TBC walisitisha urushaji wa moja kwa moja wa matangazo ikiwatumia viongozi wa Chadema kwamba walikuwa wakitoa matamshi yaliyokuwa yanaenda kinyume na kanuni za utangazaji. Hali ya kujirudia rudia ya kusitishiwa matangazo kwenye mkutano huo haikupokelewa vizuri na viongozi wa Chadema, ambao waliwapa wafanyakazi wa TBC dakika 15 kuwa wameondoka kwenye kiwanja walipokuwa wakifanyia mkutano wa kampeni.

¹⁸ Tume ya Taifa ya Uchaguzi (2020). Mwongozo kwa vyombo vya habari vya umma na vyama vya siasa katika kutangaza kampeni za uchaguzi mkuu mwaka 2020.

¹⁹ Muongozo wa huduma za utangazaji wakati wa uchaguzi Zanzibar 2020, tuz.go.tz/mydashboard/images/6814.pdf, retrieved 9/9/2021

²⁰ Taarifa ya habari ya TBC1 saa 2 usiku, 15 Agosti 2020

Wakati akihutubia mkutano huo wa kampeni, Mwenyekiti wa Chadema Freeman Mbowe alisema: "Wakati tukianza kuhutubia mkutano huu, TBC ilikuwa ikirusha mkutano huu moja kwa moja, kisha wakasitisha matangazo kwa sababu wanadhani hiyo televisheni (TBC1) inamilikiwa na CCM. TBC tunawapeni dakika 15 kuondoka eneo hili." Baadae, kwenye taarifa ya habari ya jioni ile, TBC1 wakatoa tamko likibainisha kwamba, kikiwa kama chombo cha utangazaji cha umma, kilikuwa kikitekeleza wajibu wake wa kisheria kwa kutangaza moja kwa moja

mkutano wa ufunguzi wa kampeni wa Chadema kama ilivyoelekezwa na kanuni za Tume ya Taifa ya Uchaguzi (NEC).

Zaidi ya hapo, TBC1 iliutetea msimamo wake kwa kusisitiza kwamba walikuwa wanawajibika kuhakikisha kwamba maudhui yanayoenda hewani yanaendana na kanuni zinazomuongoza mtoa huduma za matangazo.

Katika hatua ya juu zaidi, kituo hicho kilibainisha kwamba kilikuwa kimesitisha urushaji wa mikutano ya



MARIDHIANO: Mwenyekiti wa Chadema, Freeman Mbowe (kulia), akipeana mkono na Mkurugenzi Mkuu wa TBC, Dk Ayoub Rioba, ikiwa ni ishara ya maridhiano mbele ya Mkurugenzi Mkuu wa NEC, Dk Wilson Mahera Charles (katikati). Anayetazama aliyesimama mwenye suti ni Mwenyekiti wa Jukwaa la Wahariri Tanzania (TEF), Deodatus Balile (Picha na TEF).

kampeni ya Chadema mpaka pale wafanyakazi wake watakapokuwa wamehakikishiwa usalama wao, ikiongeza kwamba bado ilikuwa na nia ya kutimiza wajibu wake wa kisheria na ilikuwa tayari wakati wowote kushirikiana na vyama vyote vya siasa bila kuegemea upande wowote²¹

Katika jitihada za kuzipatanisha pande hizo mbili, Jukwaa la Wahariri Tanzania (TEF) liliwaalika mezani Mkurugenzi Mkuu wa TBC Ayub Rioba na Mwenyekiti wa Chadema Freeman Mbowe ili kulijadili suala hilo mbele ya Mkurugenzi Mkuu wa Tume ya Taifa ya Uchaguzi (NEC). Hatimaye pande hizo mbili zilipatanishwa na kuendelea kufanya kazi pamoja.

2.9 Tunachokifahamu mpaka sasa: matokeo kutoka tafiti na ripoti zilizopita²²

Ripoti za ufuatiliaji na ripoti za tafiti zilizopita kuhusu uripoti wa vyombo vya habari wakati wa chaguzi kuu nchini zimebainisha mianya ikiwemo ifuatayo:

- Kwa ujumla pamekuwepo na kuegemea na kupendelea upande mmoja katika ushindani ambao ni chama tawala (CCM) na wagombea wake.
- Kutokuzingatiwa kwa viwango vya kitaaluma kwa vyombo vya habari na waandishi. Hii ikijumuisha kuwa na habari zenye vyanzo mbalimbali vya habari, zenye kutoa mitazamo mbalimbali nk.
- Uripoti mbaya wa wagombea wanawake. Kuegemea zaidi kwa wanaume.
- Kutokuwepo kwa uwiano sawa wa uripoti kwa walioko madarakani kunakofanywa na vyombo vya habari vya serikali.
- Kutokuzingatia utoaji nafasi kwa usawa kwa vyama vya siasa na wagombea hivyo kuwanyima raia haki yao ya kupata taarifa za pande zote mbili.
- Kushindwa kuwahoji wagombea kuhusiana na kutekelezeka au kutimizwa kwa ahadi, tuhuma au matamshi wanayoyotoa kwenye uchaguzi.
- Kushamiri kwa uripoti unaoegemea matukio ya habari badala ya kuripoti masuala ya msingi yanayogusa jamii.

²¹ Taarifa ya habari ya TBC1, saa 2 usiku, 28 Agosti 2020

²² Include REDET (2015). Uchaguzi Mkuu wa Tanzania mwaka 2015; MCT (2016). Watching the watchdog: 2015 Election Media Monitoring Report, Dar es Salaam: MCT; Commonwealth Secretariat (2010). The Report of the Commonwealth Observer Group, Tanzania General Elections, 31 October 2010, retrieved on 26/9/2021, <https://www.eisa.org/pdf/tan2010commonwealthreport.pdf>; LHRC & TACCEO (2016). Report on the 2015 General Elections on United Republic of Tanzania, retrieved 25/10/2021 <https://www.humanrights.or.tz/assets/attachments/1504100983.pdf>

3.0 MBINU ZA UTAFITI

Ili kuchunguza ubora wa uripoti wa vyombo vya habari kwenye uchaguzi mkuu wa mwaka 2020, tulitumia mbinu ya uchambuzi wa maudhui (content analysis) kama njia fanisi, fanikishi na isiyo na upande ya uchambuzi wa ripoti za kihabari tukizingatia vigezo mahsusi vya kiuchambuzi na baadae kuunganishwa na taarifa zilizopatikana kupitia hojaji za kina zilizofanywa kwa wahariri na mameneja wa vyombo vya habari.

3.1 Vigezo vya ubora

Dhana ya uchunguzi wa ubora

Ripoti ya Ubora wa Maudhui ya Vyombo vya Habari hutumia neno “Ubora” kama muhtasari wa dhana pana inayobeba vigezo vya ubora kwani ubora kama ubora si rahisi kupimika. Badala yake, ni rahisi kupima kwa kuzingatia vigezo mbalimbali bainifu vya ubora ambavyo ni vipengele tofauti tofauti vya ubora wa jumla.

Vigezo vya ubora vilivyotumika kwenye ripoti hii vimechukuliwa kutoka kwenye nadharia za taaluma ya uandishi wa habari, uzoefu kutoka kwenye kazi ya uandishi wa habari na kutoka kwenye tafiti zinazohusu namna vyombo vya habari vinavyoripoti chaguzi. Baadhi ya vigezo vya ubora, hasa vile vinavyohusiana na weledi, vilitoholewa kutoka kwenye ripoti zilizopita za ubora wa maudhui na kubaliwa kwa pamoja na wadau wakuu wa vyombo vya habari nchini. Pia vilionekana vinafaa kuzingatiwa kwenye kuripoti uchaguzi wa 2020. Hivi ni kama vifuatavyo:

- **Muktadha wa uripoti:** Kigezo hiki kinaangalia matukio au matamko yanayopelekea kuripoti uchaguzi. Zaidi ya hapo kinaangalia ikiwa waandishi wa habari wanaenda mbali zaidi ya kuripoti matukio na kukusanya habari zao wenyewe zinazohusu uchaguzi. Kigezo hiki kinasaidia kuweka wazi mambo mawili: kwanza, nafasi ya uripoti miongoni mwa vyama vya siasa, na pili, nafasi ya habari zitokanazo na matukio dhidi ya habari zilizotafutwa na vyombo vyenyewe vya habari.
- **Vyanzo vya habari:** Kuwa na angalau vyanzo viwili au zaidi vya habari kwenye kila kipengele cha

kihabari (ndani ya habari) ni muhimu mno hasa kwenye kuripoti habari za uchaguzi. Hii inawasaidia waandishi wa habari kutoa mitazamo tofauti au taarifa za kina kwa wapiga kura ambazo zitawasaidia kuchagua viongozi kulingana na taarifa walizonazo. Zaidi ya hapo, inasaidia kubainisha sauti (= vyanzo vya habari) kutoka kwa wahusika tofauti, ikiwamo raia wa kawaida, ambao mara nyingi wamekuwa wakipuuza.

- **Uripoti tofauti wa wagombea:** Kwenye uchaguzi wa rais (wa Muungano na wa Zanzibar), tulichagua wagombea wakuu watano na watatu mtawalia na kuchambua uwiano wao katika uripoti wa vyombo vya habari. Hii ni hatua ya kwanza ya kubaini kuwepo au kutokuwepo kwa usawa katika uripoti. Kwa wagombea ubunge na uwakilishi kwenye Baraza la wawakilishi na kwa wagombea udiwani, hatukuwaangalia wagombea mahsusi kwa sababu ni wengi, badala yake, tulichambua uripoti wa vyama vilivyowateua. Hii pia ilikuwa ni namna ya kubaini ikiwa kulikuwa na upendeleo au la.
- **Utofauti wa mada:** Kigezo hiki kinaangalia mada zinazohusiana na uchaguzi na masuala yanayojitokeza kwenye vipengele vya kihabari (habari tofauti tofauti). Kinatoa picha ya vyombo vya habari na namna vinavyojipambanua katika uripoti kulingana na mwelekeo wao kisiasa, kimaendeleo, kiuchumi au katika masuala mengine.

Uripoti wa wagombea

Kwa upande mwingine, uchunguzi wa ubora wa uripoti wa wagombea wa Urais ulitumia vigezo vifuatavyo ili kupima ubora mzuri.

- **Kuripoti maudhui yahasuyo sera (mpya):** Vyombo vya habari vinatakiwa kuwafahamisha wapiga kura kuhusu sera za wagombea kwa manufaa ya baadae. Ubora mzuri humaanisha maudhui ya sera yana dhima muhimu katika kuripoti.
- **Kurejelea kwenye ilani ya uchaguzi ya chama:** Kurejelea kwenye ilani za uchaguzi za wagombea ni jambo muhimu mno kwenye kuripoti uchaguzi kwani kunawajua wapiga kura ni sera gani ziko nyuma ya wagombea. Waandishi wa habari wanapaswa kukishughulikia kipengele hiki kwa makini sana.
- **Kutekelezeka kwa sera za wagombea:** Nyakati za uchaguzi, wagombea hutoa ahadi kwa wapiga kura wao. Hivyo, ni wajibu wa vyombo vya habari kuhoji ikiwa ahadi hizo zinatekelezeka katika maana ya kutekelezeka kivitendo na kifedha. Ni suala la kuhoji uhalisia wa ahadi. Kigezo hiki kinachambua ikiwa vyombo vya habari vinaripoti kuhusu kipengele hiki kwani si rahisi kwa wagombea wa nafasi moja kujihoji wenyewe.
- **Uwepo wa mitazamo tofauti:** Wakati vikitafuta vyanzo vya habari vyenye kutoa mitazamo hiyo, vyombo vya habari vinapaswa kutoa nafasi kwa haki na usawa kwa mitazamo ya aina tofauti, iwe ile inayowaunga mkono wagombea au ile inayowapinga wagombea. Kipengele hiki ni muhimu mno kwani kinawawezesha wapiga kura kuwaelewa wagombea na vyama vya siasa na hivyo kuchagua kwa busara.
- **Masuala binafsi dhidi ya sera:** Mambo binafsi ya wagombea na yale

yahasuyo sera yana nafasi yake kwenye uchaguzi, japo kwa uzito tofauti. Uchambuzi huu ulichunguza ni kwa namna gani pande hizi mbili za mitazamo ya mgombea-masuala ya sera na masuala binafsi - zilivyojitokeza kwenye uripoti.

Kuripoti uchaguzi kwa vigezo vya ubora vilivyokwishatajwa hapo awali ni muhimu, hasa wakati ambapo uandishi wa habari wa kiraia ukiendelea kuchanua. Vyombo vya habari pamoja na waandishi wa habari wanapaswa kuongeza thamani ya uripoti wao kwani huzalisha jamii yenye taarifa, na muhimu zaidi, inawawezesha wapiga kura kupiga kura huku wakijua kwa nini wanafanya hivyo. Uripoti huo bora unapaswa kutofautisha uandishi wa habari wa kiraia dhidi ya ule wa kitaaluma unaolenga kujuza jamii kisichojulikana kuhusu matukio na masuala mbalimbali yanayoitengeneza jamii nyakati za harakati za uchaguzi.

3.2 Sampuli ya vyombo vya habari

Kwa ujumla wake, utafiti huu ulichunguza vyombo vya habari 33. Vingi miongoni mwavyo vikihusika pia katika tafiti za kila mwaka za ubora wa maudhui, mwaka 2018 na 2019. Magazeti yafuatayo yamejumuishwa kwenye sampuli ya utafiti huu: *The Citizen, Daily News, The Guardian, Jamhuri, Mwananchi, Zanzibar Leo, Habari Leo, Raia Mwema, Nipashe, Uhuru, Mwanahalisi Online, Mtanzania, Times Observer, na Mzalendo*. Sampuli ya vyombo vya habari vya utangazaji imejumuishwa *TBC Taifa, Radio Free Africa, Radio One, Clouds FM, ZBC Radio, Lake FM, Dodoma FM, Highlands FM, Arusha 1 FM, Micheweni FM, Safari FM, Zenji FM, CG FM, Chuchu FM, TBC1, ITV, Azam TV, Star TV na ZBC TV*. Sampuli hii ni wakilishi kwa aina mbalimbali za vyombo vya habari vyenye sifa anuai: vinavyomilikiwa na serikali, watu binafsi, vyombo vya habari vya mkoani na wilayani (local radio stations), na vyombo vya habari vinavyomilikiwa na vyama vya kisiasa.

3.3 Sampuli ya kazi za kihabari

Mradi huu wa utafiti ulinunua magazeti yote yaliyoyumuishwa kwenye sampuli, ilirekodi taarifa za habari za kila siku ziliorushwa jioni, na ilirekodi angalau vipindi vitatu (kwa wiki) kutoka kwenye sampuli ya

vyombo vya habari vilivyojumuishwa kwenye utafiti huu. Utafiti huu ulichambua kazi za kihabari zilizotoka kuanzia katikati ya mwezi Agosti, 2020 hadi katikati ya mwezi Novemba, 2020. Sampuli ya utafiti huu ilitokana na kundi hili la magazeti, redio na televisheni. Kila siku, kazi (8) za kihabari zilichukuliwa kutoka kwenye magazeti, huku kazi tatu (3) kati ya zilizofanyiwa uchambuzi zilitoka kurasa za mbele, habari kuu kwenye kurasa za ndani, makala, na maoni ya wahariri.

Kwenye Televisheni na redio, habari nne za mwanzo kwenye kila taarifa ya habari ya jioni zilichaguliwa pamoja na vipindi viwili au vitatu kwenye siku husika au kwenye wiki husika ikiwa vipindi vyote vitatu ilikuwa ni vigumu kuvipata. Baadhi ya vyombo vya habari vilikuwa na habari chache za kiuchaguzi kuliko vingine. Magazeti yanayotoka kwa wiki kama vile Jamhuri na Raia Mwema yalikuwa na habari chache ukilinganisha na magazeti yanayotoka kila siku. Vivyo hivyo, kwa vituo vya redio kama vile Clouds FM na Safari FM.

Katika mazingira haya, badala ya kutumia sampuli holela, kazi zote za kihabari zilizohusu uchaguzi zilichukuliwa na kuchunguzwa katika. Kwa ujumla, kazi 2,421 za kihabari zilichunguzwa, na vyombo vya habari vya uchapishaji viliwakilishwa na sampuli 1,566 za kazi za kihabari na vile vya utangazaji sampuli 855 za kazi za kihabari zilizotumika kama viunzi vya uchambuzi.

3.4 Uteuzi na mafunzo kwa watafiti wasaidizi

Kulikuwa na watafiti wasaidizi watatu: wafasiri (transcribers), wasimbaji (coders) na wachambuzi wa data. Vipindi vilivyorekodiwa vilifasiriwa ili wasimbaji (coders) waweze kusimba (coding) kazi zilizofasiriwa badala ya kusikiliza vipindi kabla ya usimbaji. Usimbaji wa vipindi vilivyofasiriwa uliwawezesha wasimbaji kushughulika vizuri zaidi na kazi zilizofasiriwa badala ya kushughulika na vipindi halisi vya redio na televisheni. Kazi zilizosimbwa zilichambuliwa na wachambuzi wa data wasaidizi. Makundi haya yote matatu yalipitishwa kwenye mafunzo maalumu kabla ya kuanza kazi walizopewa.

3.5 Udhibiti wa ubora wa kazi zilizorekodiwa na kufanyiwa usimbaji

Uhakiki ubora ni sehemu ya mradi huu. Inahusisha umakini wa mchakato mzima unaolenga kuhakikisha vipindi vyote vilivyorekodiwa vilifanyiwa fasiri kwa ukamilifu wake. Zaidi ya hapo, makala za kwenye magazeti na zile zilizoandikwa kutokana na kazi za kwenye redio na televisheni zilihifadhiwa kwa matumizi ya baadae kama rejea ikiwa itahitajika kufanya hivyo ili kutolea ufafanuzi kuhusu kitu chochote kihusianacho na usimbaji wakati wa uchambuzi wa data.

3.6 Uchunguzi na uchambuzi wa data

Baada ya kusimbwa, data zilipitiwa upya ili kubaini usahihi wake na usawa na kisha kuwekwa kwenye faili jumishi la SPSS. Uchambuzi ulitumia zana za kawaida za takwimu-idadi ya matukio (frequency) na upangilifu kimajedwali (cross-tabulation) ya kazi asilia na data zilizosimbwa upya (re-coded) kuhusu vigezo vya ubora.

4.0 MATOKEO YA UTAFITI

4.1 Uripoti wa chaguzi mbalimbali

Uchaguzi mkuu wa mwaka 2020 ulijumuisha upigaji kura wa aina mbalimbali (za urais, ubunge, uwakilishi [kwenye Baraza la Wawakilishi-Zanzibar] na udiwani) kwenye muungano na Zanzibar. Uchaguzi wa Rais wa Muungano uliripotiwa kwa kiwango kikubwa cha asilimia 43²³ ya habari zote zihusianazo na uchaguzi zilizochunguzwa ukifuatiwa na uchaguzi wa wabunge uliopata asilimia 28, uchaguzi wa rais wa Zanzibar uliopata asilimia 20, uchaguzi wa madiwani Tanzania Bara asilimia 10, wajumbe wa Baraza la Wawakilishi asilimia 5, na madiwani wa Zanzibar asilimia 1.

Ni asilimia 32 tu ya habari zilizohusiana na uchaguzi zilikuwa na masuala nje ya makundi haya manne ya uchaguzi. Uchaguzi wa wajumbe wa Baraza la Wawakilishi Zanzibar ulihusisha asilimia 5 ya habari zote zilizofanyiwa uchambuzi, ikiwa ni pungufu kuliko zile za udiwani kwa Tanzania Bara uliokuwa na asilimia 10. Hali hii inaweza kuhusishwa na ukweli kwamba sampuli kubwa ya vyombo vya habari ilichukuliwa kutoka Tanzania Bara ambapo palikuwa na sampuli 28 kati ya 33 zilizofanyiwa uchunguzi.

Vyombo vya habari vya Tanzania Bara viliripoti habari za uchaguzi wa muungano kwa asilimia 83 ikilinganishwa na chaguzi za Zanzibar zilizoripotiwa kwa asilimia 17. Vyombo vya habari vya Zanzibar viliripoti uchaguzi wa Zanzibar kwa asilimia 70 ikilinganishwa na zile za muungano zilizoripotiwa kwa asilimia 30 tu. Hii inadhihirisha kwamba vyombo vya habari vinaangalia zaidi maeneo vilivyopo.

Vyombo tofauti vya habari viliripoti uchaguzi wa rais Tanzania Bara na Zanzibar kwa namna tofauti. Raia Mwema na Uhuru viliripoti uchaguzi wa rais wa muungano mara nyingi zaidi ya vyombo vingine vya habari kwa asilimia 56, vikifuatiwa na *The Citizen* asilimia 54, *TBC Taifa* asilimia 53, *Mwananchi* asilimia 51, na *Azam TV* asilimia 44. Kwa upande mwingine, uchaguzi wa rais wa Zanzibar uliripotiwa zaidi na *ZBC Radio* kwa asilimia 41, *Zanzibar Leo* asilimia 38, *Chuchu FM* asilimia 34, *ZBC TV* asilimia 32, *Zenji FM* asilimia 31, na *Azam TV* asilimia 24.

Licha ya utofauti uliojitokeza, baadhi ya vyombo vya habari vilijitahidi kuripoti chaguzi zote mbili. Kwa mfano *Azam TV* waliripoti kuhusu uchaguzi wa Rais wa muungano kwa asilimia 44 dhidi ya asilimia 24 za uchaguzi wa Rais wa Zanzibar. Wakati *Daily News* waliripoti kwa asilimia 42 dhidi ya asilimia 17, *Mwananchi* asilimia 51 dhidi ya asilimia 18 na *Uhuru* asilimia 56 dhidi ya asilimia 18.

4.2 Mukstadha wa uripoti

Matukio au matamko yaliyohusiana na chama tawala (CCM) yalionekana muhimu zaidi kuleteleza kuripotiwa hivyo kupata asilimia 33. Kwa upande mwingine, matukio yaliyohusiana na vyama vya upinzani yalipata asilimia 23 ya uripoti wa vyombo vya habari wakati wa uchaguzi, ikifuatiwa na jitihada binafsi za vyombo vya habari kwa asilimia 19 na matamko au mikutano ya waandishi wa habari ya NEC na ZEC kwa asilimia 11.

Visababishi vingine vilivyosalia vilihusu vyombo vya usalama, balozi za nje, viongozi wa kidini, mitandao ya kijamii, na vinginevyo. Hali ya kutokuwepo kwa uwiano katika uripoti wa uchaguzi iliibuka kati ya vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali, chama dhidi ya vyombo vingine vya habari. Vyombo vya habari vya serikali viliripoti matukio ya CCM na yale ya vyama vya upinzani bila uwiano kwa asilimia 41 na asilimia 17 mtawalia, huku vyombo vingine vyote vya habari vikiripoti kuhusu kambi hizo mbili kwa usawa kwa asilimia 27 kwa 27.

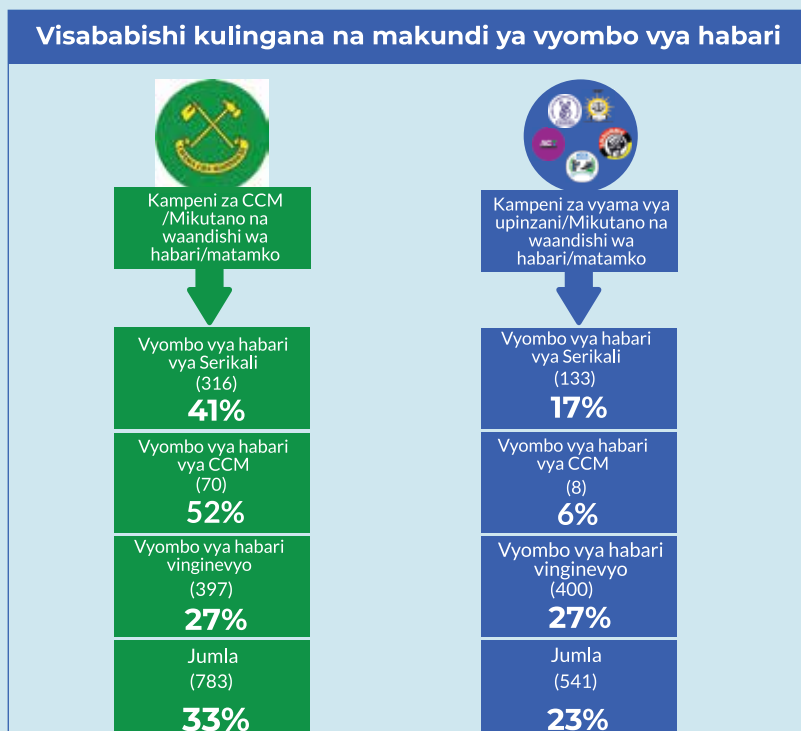
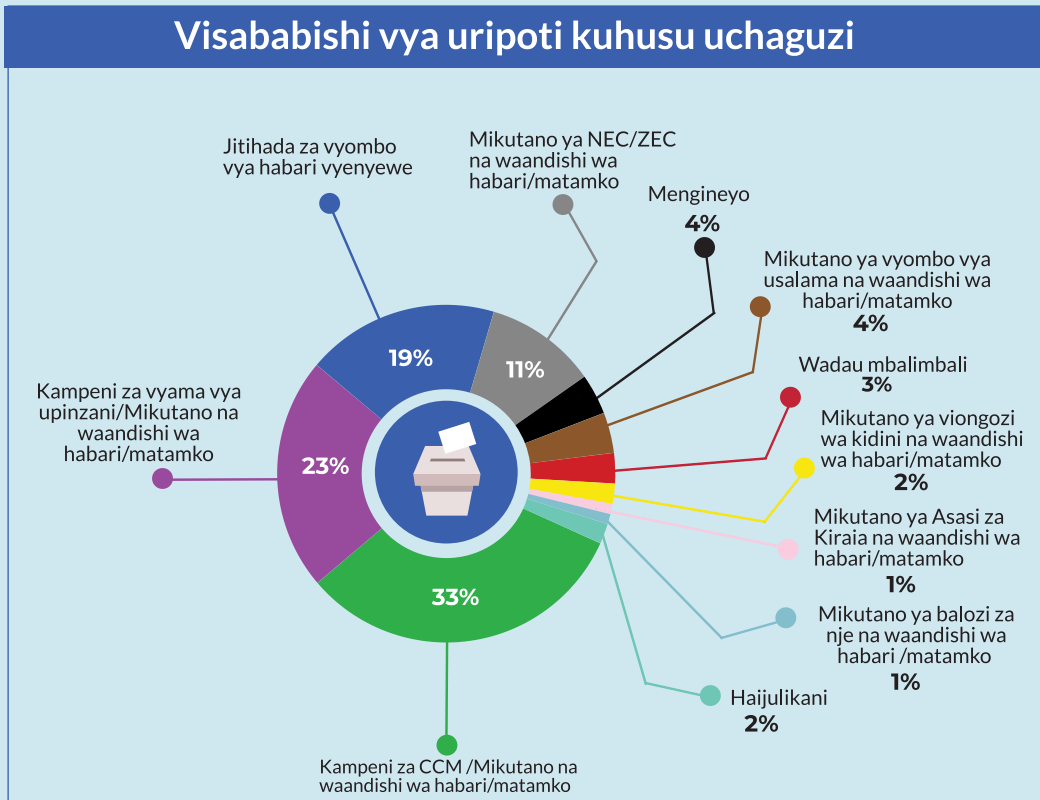
Ukiviangalia vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali, uripoti wa uchaguzi uliofanywa na gazeti la Zanzibar Leo kwa matukio ya CCM na kwa vyama vya upinzani haukuwa na usawa kwa asilimia 44 dhidi ya asilimia 15 mtawalia,²⁴ Habari Leo kwa asilimia 41 dhidi ya asilimia 22, *TBC Taifa* asilimia 44 kwa CCM ikilinganishwa na asilimia 19 kwa vyama vya upinzani. Hali ilikuwa mbaya zaidi kwa ZBC Radio ambayo iliripoti matukio ya CCM kwa asilimia 69 dhidi ya asilimia 5 kwa upinzani. Hali ilikuwa kama hiyo pia kwa *TBC1* ambayo iliripoti matukio ya CCM kwa asilimia 14 dhidi ya 7 kwa upinzani. Kwa *ZBC TV* ilikuwa asilimia 33 kwa CCM dhidi ya asilimia 21 kwa upinzani.

Hata hivyo, baadhi ya vyombo vya habari viliripoti zaidi matukio au matamko ya vyama vya upinzani kuliko yale ya CCM. Vyombo hivi ni pamoja na *The Citizen* asilimia 40 kwa upinzani ikilinganishwa na asilimia 17 kwa CCM, *Mwananchi* kwa asilimia 42 kwa upinzani ikilinganishwa na asilimia 20 kwa CCM, *Mwanahalisi Online* asilimia 46 ikilinganishwa na asilimia 24, *Nipashe* asilimia 34 dhidi ya asilimia 27, na *ITV*

²³ Kazi moja ya kiuandishi (habari, makala au kipindi) inaweza kubeba uchaguzi zaidi ya mmoja. Kwa mfano, habari inaweza kubeba uchaguzi wa Urais na Ubunge, au Ubunge na Udiwani nk.

²⁴ Asilimia hizi zinazidi 100 kwa sababu kuna matukio mengine yaliyotelelea upatikanaji wa habari kama matukio ya wadau wengine, jitihada binafsi za vyombo vya habari nk. na yamejumuishwa hapa.

asilimia 31 kwa upinzani dhidi ya asilimia 18 mtawalia. Ukiangalia kwa ukaribu uripoti huu wa vyombo hivi vya habari utabaini kwamba, vyombo hivi viliripoti matukio mbalimbali kuanzia vyama tofauti vya upinzani (Chadema, ACT-Wazalendo, CUF, NCCR-Mageuzi), mpaka masuala ya uchaguzi, na siyo chama kimoja tu. Jedwali picha hapa chini linaonesha matukio gani yalileteleza uripoti wa habari zote zilizofanyiwa uchambuzi.



4.3 Vyanzo vya habari

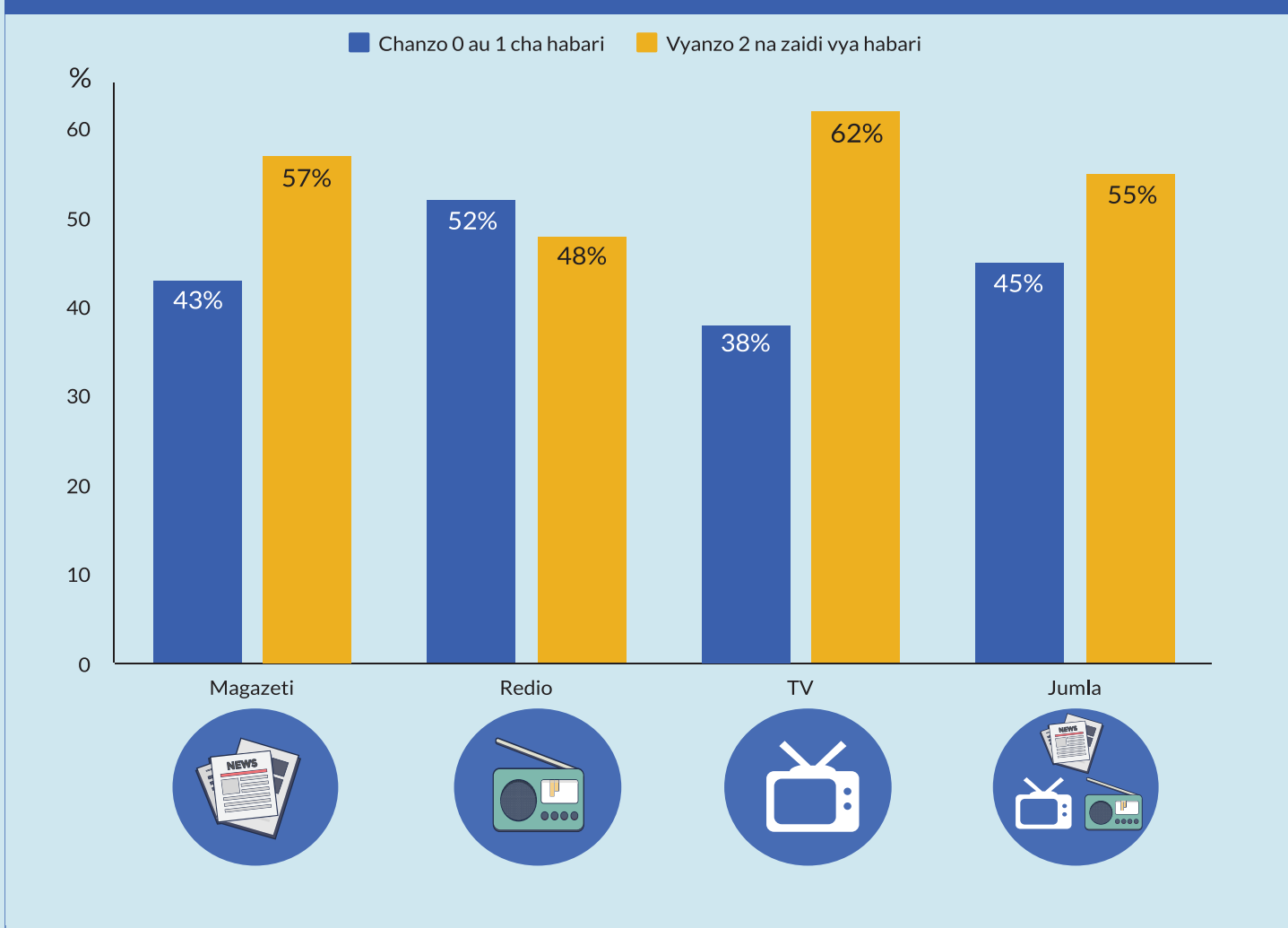
Kutumia vyanzo vingi vya habari ni moja ya mahitaji ya kitaaluma na kiweledi katika uripoti wa vyombo vya habari. Kwa ujumla habari yenye chanzo kimoja cha habari ni habari ambayo haijakamilika. Asilimia 55 ya habari zote zilizofanyiwa uchambuzi zilikuwa na vyanzo viwili au zaidi, asilimia 41 zilikuwa na chanzo kimoja, na asilimia 3 hazikuwa na chanzo chochote.

Tafiti zilizopita zimeonesha kwamba uripoti wa kutumia chanzo kimoja cha habari ni moja ya mapungufu ya kiweledi katika utendaji wa vyombo vya habari nchini, hivyo kupewa lebo ya ugonjwa wa chanzo kimoja 'single-source

syndrome'. Ugonjwa huu kwa sasa unakua kwa kasi kiasi cha kutovumilika hivyo kuhitaji kupatiwa ufumbuzi. Jambo la hatari zaidi ambalo liliwashia taa nyekundu taaluma ya habari kwenye utafiti huu ni uwepo wa habari ambazo hazikuwa na chanzo chochote cha habari.

Aina hii ya uripoti ulikuwa bayana kwenye magazeti yatokayo kila wiki, hasa kwenye safu za maoni kwa asilimia 55 na kwenye maoni ya wahariri kwa asilimia 33. Japo ni sawa kwa waandishi wa maoni kuwasilisha maoni yao, lakini ni lazima wayajadili maoni yao wakiyahusisha na maoni ya wengine. Jedwali picha hapa chini linaonesha vyanzo vya habari kwa aina tofauti za vyombo vya habari:

Mchanganuo wa vyanzo vya habari kwa aina ya vyombo vya habari



Uwepo wa idadi kubwa ya habari ambazo zina chanzo 0-1 zilizoonekana kwa asilimia 45 (sawa na habari 1,081) ya habari zote zilizofanyiwa uchambuzi ikilinganishwa na zile zenye vyanzo 2 au zaidi zilizopata asilimia 55 (sawa na habari 1,340), kunaibua swali la msingi kuhusiana na ubora wa habari nyingi zilizoripoti masuala ya uchaguzi. Imeonekana wazi kwamba walioripoti habari za uchaguzi kimsingi waliripoti matukio tu na hawakwenda mbali zaidi ya hapo, kwa mfano, katika kuthibitisha matamshi au tuhuma na kuthibitisha ukweli wa kinachosemwa. Kwa hakika, uwepo wa zaidi ya asilimia 50 ya habari zenye vyanzo viwili au zaidi vya habari hauwezi kutufanya tuukatae ukweli kwamba bado palikuwa na habari nyingi ambazo ama zilikuwa na chanzo kimoja tu cha habari au hazikuwa na chanzo chochote cha habari.

Cha kuzingatia, vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali na vinavyomilikiwa na chama vilifanya vizuri katika eneo hili. Vyombo hivi vilitumia vyanzo vingi vya habari ilikinganishwa na vyombo vingine vya habari. Kwa vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali, asilimia 60 ya habari zake zilikuwa na vyanzo viwili au zaidi ambapo kitakwimu, vilikuwa chini kidogo ya vyombo vya habari vinavyomilikiwa na chama ambavyo vilikuwa na asilimia 70. Hii ni ikilinganishwa na vyombo vingine vyote vilivyosalia ambavyo vilikuwa na asilimia 51 ya vyanzo vya habari.

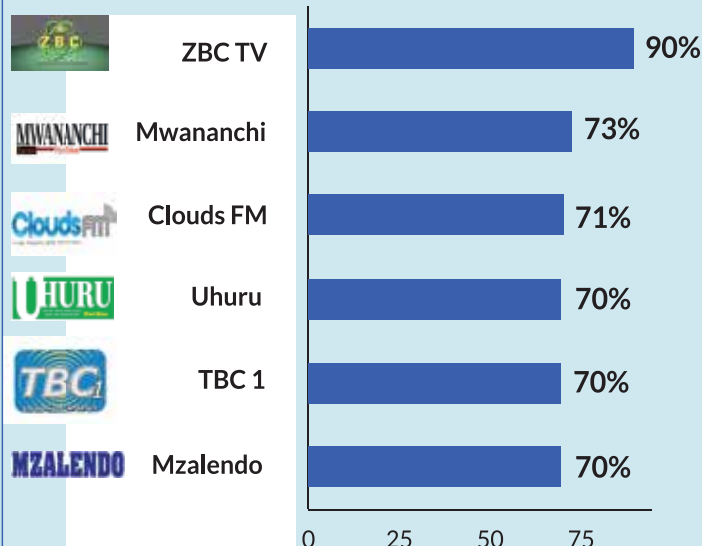
Hata hivyo, pamoja na hali hii inayoonekana kuwa ni uripoti chanya wa vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali na chama, vyombo hivyo vilitumia vyanzo vya kiserikali zaidi kuliko vyombo vingine vya habari.

Kwa maneno mengine, mara nyingi vimekuwa vikitumia vyanzo vile vile vya habari vyenye mwelekeo na mtazamo mmoja. Hii ina maanisha kwamba kwa vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali au chama kuwa na vyanzo vya habari viwili au zaidi kwenye habari moja hakuwezi kutafsiriwa kuwa ni uripoti wenye mamlaka. Hata hivyo, baadhi ya vyombo vya habari vilitumia vyanzo vya habari vya kiserikali kwa kiasi kidogo sana. Vyombo vya habari vifuatavyo vilikuwa na asilimia 33 ya habari zilizokuwa na vyanzo vya kiserikali au kwa kiasi kidogo katika eneo hilo: *Jamhuri, Mwananchi, Nipashe, Mwanahalisi Online, Times Observer, Radio One, Clouds FM, Lake FM, Dodoma FM, Highlands FM, Arusha 1 FM, Azam TV, na Star TV*. Uchambuzi wa vyanzo vya habari pia uliibua utofauti mkubwa miongoni mwa vyombo tofauti vya habari. Jedwali picha hapa chini linaonesha vyombo vya habari vilivyofanya vizuri na ambavyo havikufanya vizuri.

Matumizi ya vyanzo vya habari kwa vyombo vya habari

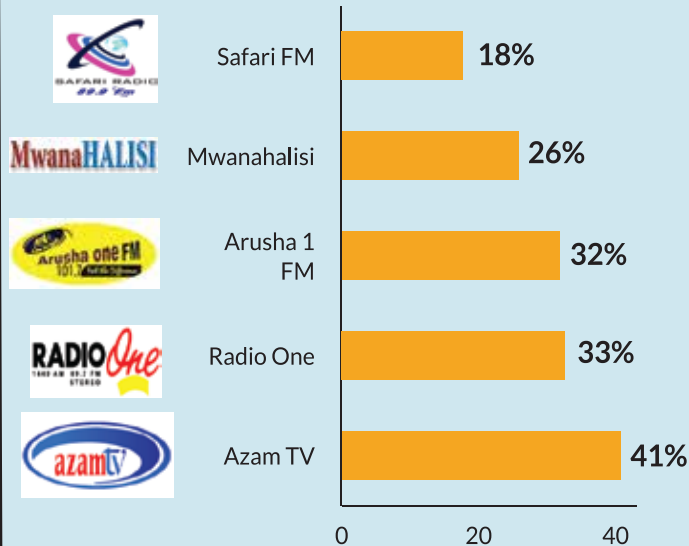
Vilivyofanya vizuri katika kutumia vyanzo vya habari

% ya kazi zenye vyanzo 2 na zaidi



Ambavyo havikufanya vizuri katika kutumia vyanzo vya habari

(% ya kazi zenye vyanzo 2 na zaidi)



Sauti za wananchi kuwekwa nyuma

Kutumia wananchi wa kawaida kama vyanzo vya habari nyakati za uchaguzi ni jambo muhimu kama ilivyo kwa wagombea na vyama vya siasa. Kwa hakika kuwapatia wananchi muda na nafasi ya kusikika kunawajengea uwezo wa kutangaza mitazamo na malalamiko yao kuhusiana na uchaguzi na kutengeneza jukwaa la ushiriki, jambo ambalo ni muhimu mno kwenye uchaguzi wa kidemokrasia. Kwa dhati yake, wagombea ni lazima wasikilize wapiga kura wao wanataka nini sawa na ambavyo wapiga kura wanavyotakiwa kusikiliza kile ambacho wagombea wanakisema.

Kwa ujumla, wananchi wa kawaida huwa wanapuuzwa kutumika kama vyanzo vya habari. Kwenye utafiti huu, ni asilimia 10 tu ya habari zote ndizo zilizotumia wananchi wa kawaida kama vyanzo vya habari. Hata hivyo kulikuwa na mazingira machache yaliyoonesha upekee. Magazeti kama vile Mwananchi na Zanzibar Leo, kila moja lilijumuisha sauti za wananchi wa kawaida kwa asilimia 12 kwenye habari zake, Times Observer asilimia 13, na Uhuru asilimia 16. Utofauti miongoni mwa vituo vya redio ulikuwa mkubwa. Wakati TBC Taifa ikiwahusisha wananchi wa kawaida kwa asilimia 2, na ZBC Radio kwa

asilimia 8, Clouds FM ikiwahusisha wananchi wa kawaida kwa asilimia 26, Dodoma FM kwa asilimia 31, Lake FM kwa asilimia 25, na Highlands FM kwa asilimia 22 vyote vikitoa picha chanya. Kwa vituo vya TV, ushirikishaji wa wananchi kama vyanzo vya habari ulikuwa kati ya asilimia 16 na 19.

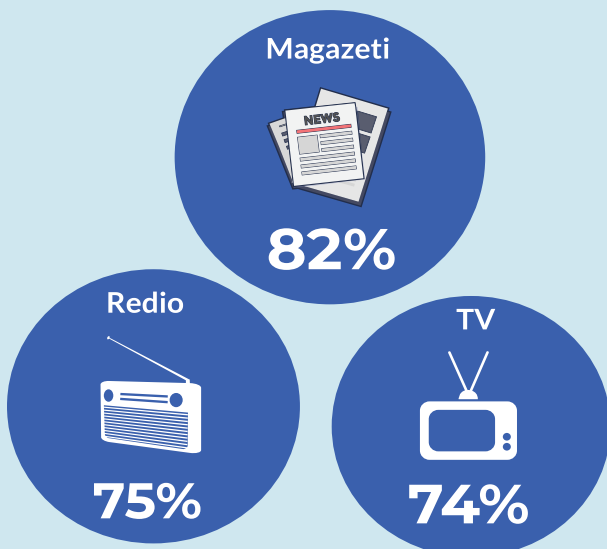
Wanawake kama vyanzo vya habari

Ujumuishaji wa wanawake kama vyanzo vya habari uko chini, ikiwa ni asilimia 20 tu ya habari zilizofanywa uchambuzi ndizo zilizowahusisha wanawake kama vyanzo vya habari. Kiwango hiki cha kuwashirikisha wanawake kama vyanzo vya habari kilikuwa ni cha chini kuliko hata kiwango kilichoonekana kwenye ripoti ya mwaka 2019 ambayo ilionesha matokeo ya asilimia 34 ya matumizi ya wanawake kama vyanzo vya habari.

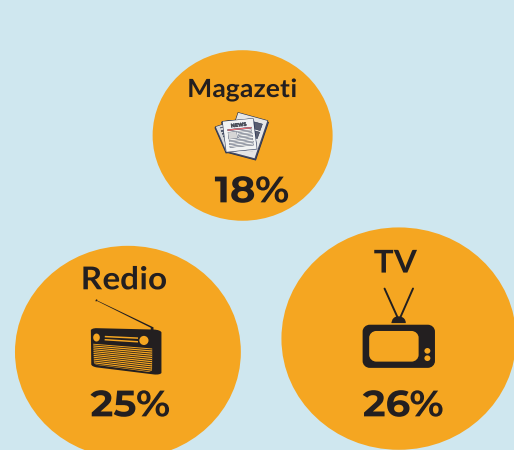
Redio na televisheni angalau ziliwatumia wanawake kama vyanzo vya habari kwa asilimia 8 zaidi ya magazeti. Jedwali picha hapa chini linaonesha mtawanyiko wa wanawake kama vyanzo vya habari kwa aina mbali mbali za vyombo vya habari:

Idadi ya wanawake kama vyanzo vya habari kwa aina ya chombo cha habari

Ambavyo havikutumia kabisa wanawake



Vilivyotumia angalau mwanamke mmoja



Vyombo vya habari vilivyoonekana kuwa na mwelekeo chanya wa matumizi ya wanawake kama vyanzo vya habari dhidi ya wastani wa asilimia 20, ni pamoja na Clouds FM iliyokuwa na asilimia 45 ya habari zilizokuwa na angalau mwanamke mmoja kama chanzo cha habari, Highlands FM ilikuwa na asilimia 44, Uhuru asilimia 38, na Dodoma FM asilimia 37.

4.4 Matokeo katika uripoti wa wagombea

4.4.1 Uripoti wa wagombea Urais wa Muungano-kuwepo au kutokuwepo kwa usawa

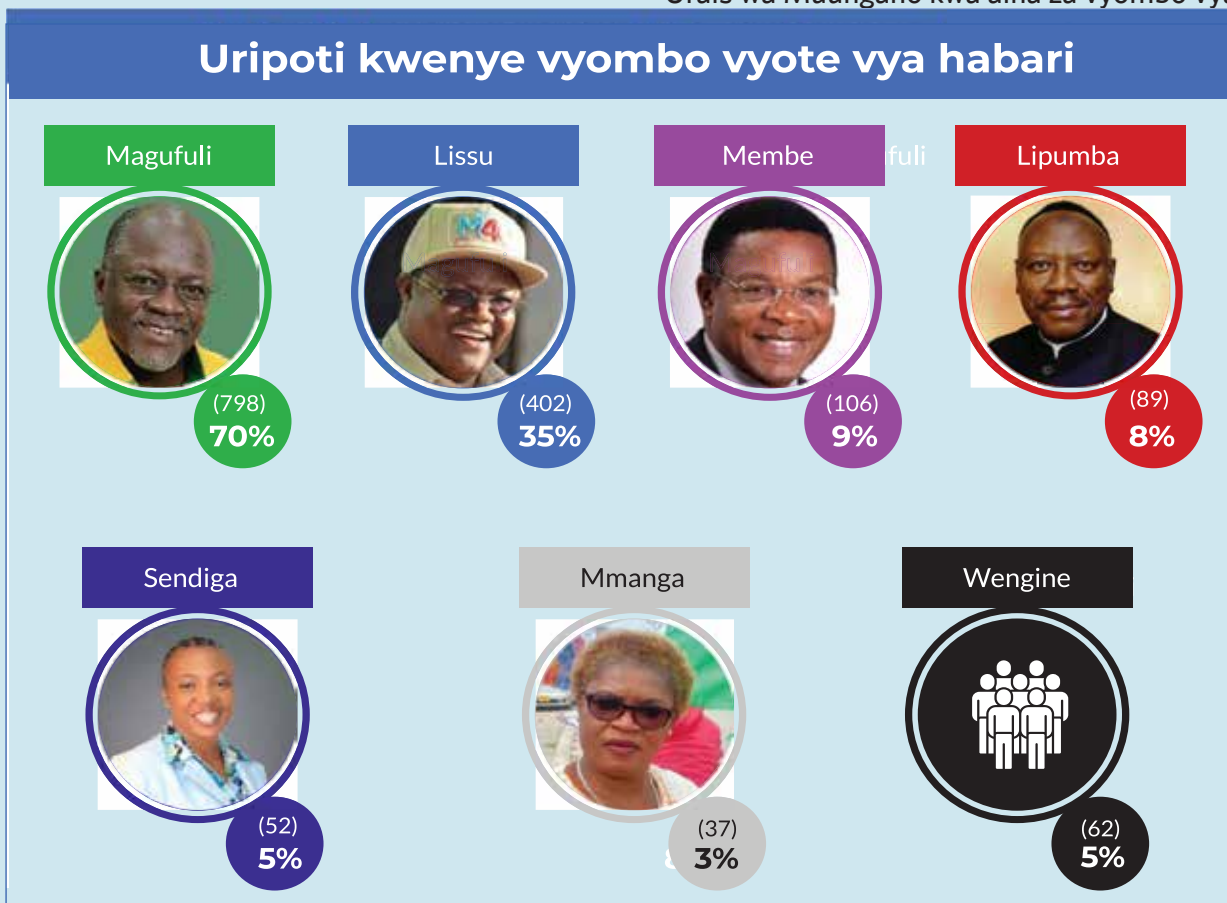
Uripoti wa wagombea

Vyombo vya habari vilimripoti Rais aliyekuwa madarakani

na akipeperusha bendera ya CCM John Pombe Magufuli kwa asilimia 70 ya habari zote zilizohusu uchaguzi wa Urais wa Muungano ikilinganishwa na mgombea wa Chadema Tundu Antipas Lissu ambaye vyombo vya habari vilimripoti kwa asilimia 35. Wawili hawa walifuatiwa na mgombea Urais wa Muungano wa chama cha ACT-Wazalendo Bernard Kamillius Membe aliyepata asilimia 9 na Ibrahim Haruna Lipumba wa CUF aliyepata asilimia 8.

Ili kuelewa uripoti wa wagombea urais wanawake, utafiti huu ulichunguza ni kwa namna gani wagombea wanawake wote wawili, Queen Cuthbert Sendiga (ADC) na Cecilia Augustino Mmanga (Demokrasia Makini), walikuwa wameripotiwa na vyombo vya habari. Wagombea wote wawili waliripotiwa kwa kiasi kidogo kwenye habari zilizohusu uchaguzi, wote wawili hawakupata uripoti wa kuridhisha, ambapo Sendiga alipata asilimia 5, huku Mmanga akipata asilimia 3. Jedwali picha hapa chini linaonesha uripoti wa wagombea wa nafasi ya Urais wa Muungano kwa aina za vyombo vya habari.

Uripoti kwenye vyombo vyote vya habari



Ukiangalia uripoti huohuo kwa aina tatu za vyombo vya habari-vyombo vya habari vya serikali, vyombo vya habari vya CCM na vyombo vingine vya habari-matokeo yake yanatoa picha tofauti. Kuna utofauti mkubwa kwenye uripoti wao wa wagombea wawili waliokuwa wakichuana vikali. Vyombo vya habari vina-vyomilikiwa na serikali vilimripoti Magufuli kwa asilimia 81 ikilinganishwa na Lissu aliyambulua asilimia 26. Utofauti ulikuwa wa kupindukia zaidi kwenye vyombo vya habari vinavyomilikiwa na CCM vilivyomripoti Magufuli kwa asilimia 94 na Lissu kwa asilimia 19.

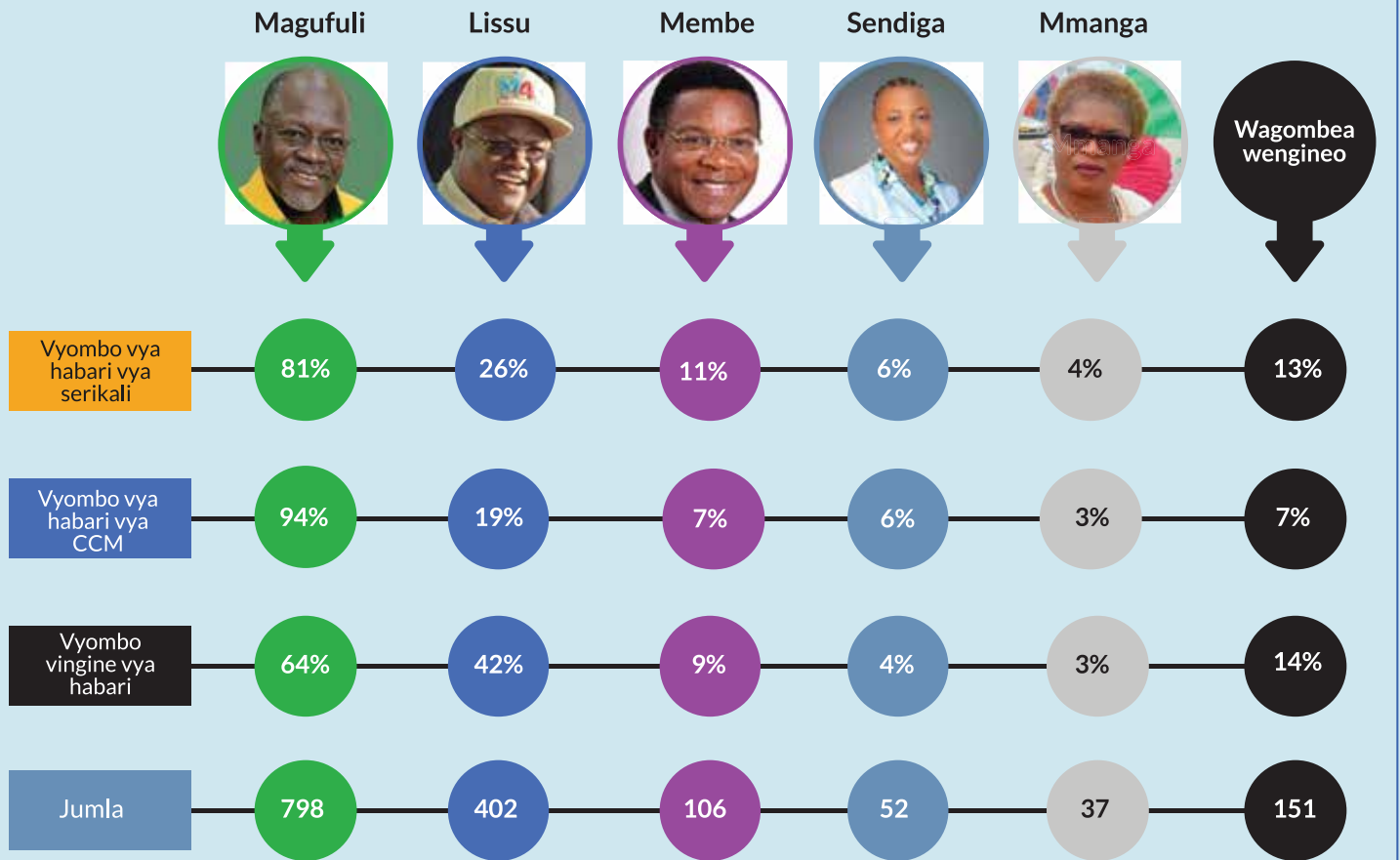
Hali hii haikuwa tofauti sana hata kwenye vyombo vingine vya habari ambapo vilitoa asilimia 64 kwa Magufuli na Lissu kupata asilimia 42 ya habari zao zote zilizohusu uchaguzi wa Urais. Japokuwa Lissu hakupata uripoti mzuri kwenye vyombo vinavyomilikiwa na serikali na vile vya CCM, hata hivyo alipewa nafasi ya kutosha tu kwenye vyombo vingine vya habari. Hivyo ikilinganishwa Magufuli na Lissu kwenye vyombo vingine vyote vya habari hali ya kutokuwepo kwa usawa inaonekana kupungua kidogo asilimia 64 ikienda kwa Magufuli na 42 kwa Lissu tofauti na kwenye vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali vilivyotoa asilimia 81 kwa 26 na vile vvinavyomilikiwa na chama vikitoa asilimia 94 kwa 19.

Zaidi ya hapo, kwa vyombo vya habari vya serikali kutoka Tanzania Bara, *Daily News* ilikuwa kinara ikimripoti Magufuli kwa asilimia 88 ikilinganishwa na Lissu aliyepata asilimia 33, *Habari Leo* asilimia 78 kwa 29 mtawalia. *TBC Taifa* kwa upande wake haikuegemea sana upande mmoja ikitoa asilimia 65 ya uripoti kwa magufuli na asilimia 31 kwa Lissu. Hata hivyo, *TBC1* ilionekana wazi ikiegemea upande wa Magufuli ikitoa uripoti wa asilimia 82 ikilinganishwa na asilimia 26 alizopewa Lissu.

Kutokana na uchunguzi huu, imebainika kwamba vyombo vyote vya habari vilimripoti zaidi Magufuli kuliko mpinzani wake mkuu Lissu. Ukilinganisha uripoti wa Magufuli na Lissu kwenye kundi la vyombo “vingine” vya habari, tulibaini uripoti ufuatao wa vyombo vya habari. Mtanzania ilimripoti Magufuli kwa asilimia 57 ikilinganishwa na Lissu aliyepata asilimia 25.

Hali ilikuwa kama hivyo kwenye gazeti la *Times Observer* lililoripoti kwa asilimia 74 dhidi ya 26, *Radio Free Africa* asilimia 72 dhidi ya asilimia 17, *Radio One* kwa asilimia 56 dhidi ya asilimia 28, na *Clouds FM* asilimia 56 dhidi ya asilimia 13. Hali ilikuwa hivyo hivyo kwa *Highlands FM* ikiwa na asilimia 65 dhidi ya asilimia 15, *Arusha 1 FM* asilimia 56 dhidi ya asilimia 20, na *Safari FM* asilimia 73 dhidi ya asilimia 13 kwa Magufuli na Lissu mtawalia. Vyombo vya habari ambavyo angalau vilitoa usawa katika uripoti wa Magufuli na Lissu vilikuwa ni *The Citizen* lilitoa asilimia 40 dhidi ya asilimia 37, *Jamhuri* asilimia 37 kwa asilimia 37, *Mwananchi* asilimia 32 dhidi ya asilimia 40, *Raia Mwema* asilimia 40 dhidi ya asilimia 40, na *Mwanahalisi Online* asilimia 38 kwa asilimia 40. Jedwali picha hapa chini linatoa muhtasari wa matokeo.

Uripoti wa wagombea kulingana na makundi ya vyombo vya habari (% ya habari zilizomripoti mgombea)



Kwa nyongeza, habari zilizomhusu Magufuli kwa wingi mno zilijitokeza kwenye kurasa za mbele za magazeti kwa asilimia 77 kuliko ilivyokuwa kwenye kurasa za ndani ambako aliripotiwa kwa asilimia 65. Kwa Lissu hakukuwa na utofauti wowote mkubwa kati ya kuripotiwa kwenye kurasa za mbele na kuripotiwa kwenye kurasa za ndani kwani alipata asilimia 40 kwa 34 mtawalia. Kwenye redio na TV, uripoti wa Magufuli kwenye habari mbili za mwanzo kwa siku husika pia ulikuwa wa juu kuliko kwenye habari zilizofuatia, lakini utofauti (asilimia 72 dhidi ya asilimia 60) kitakwimu haukuwa mkubwa sana. Kwa Lissu hakukuwa na utofauti wowote. Hata hivyo, *TBC Taifa* na *TBC1* vilionesha kumpendelea zaidi Magufuli. Magufuli aliripotiwa kwenye asilimia 75 ya habari mbili za kwanza za *TBC Taifa* na asilimia 88 ya habari mbili za kwanza za *TBC1*, huku Lissu akipata asilimia 18 tu ya habari mbili za kwanza za *TBC Taifa* na asilimia 12 ya habari mbili za kwanza za *TBC1*.

Uripoti wa sera za wagombea







Kuripoti kuhusu sera zinazopendekezwa na wagombea wa nafasi ya Urais ndio kiini cha uripoti wa uchaguzi ili kuwajaza wananchi na kuwaongoza katika kufanya maamuzi ya kuchagua wanachokitaka. Utafiti huu ulichunguza ikiwa maudhui yanayohusu sera na ahadi za wagombea zilipata uripoti kwa kuridhisha (= angalau aya mbili kwenye maudhui ya habari nzima). Sera za Rais aliyeko madarakani ndizo zilizoonekana kuripotiwa zaidi kwenye habari nyingi kuliko sera za Lissu kwa asilimia 31 dhidi ya 21 mtawalia. Wagombea wengineo na sera zao waliripotiwa kwa kiasi kidogo, huku Membe akipata asilimia 9, Sendiga asilimia 13 na Mmanga asilimia 4. Aina hii ya uripoti inaibua swali kuhusu usawa katika uripoti wa wagombea. Jedwali picha hapa chini linaonesha uripoti wa maudhui yaliyohusu sera:

Uripoti wa maudhui yaliyohusu sera kwa aina tofauti za vyombo vya habari

Uripoti usiokuwa na uwiano pia unajibainisha kwenye uripoti wa maudhui yaliyohusu sera. Vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali na chama havikuonesha usawa katika uripoti kati ya Magufuli na Lissu kwa asilimia 33 na asilimia 10 mtawalia katika namna vilivyoripoti masuala ya sera. Hata hivyo, vyombo vingine vya habari viliripoti kwa usawa kwa asilimia 29 za Magufuli dhidi ya asilimia 24 za Lissu. Tukiwalinganisha Magufuli na Lissu kwenye magazeti, *The Citizen*, *Mwananchi*, na *Nipashe* karibu viliripoti kwa asilimia sawa kwenye maudhui yaliyohusu sera wakati *Daily News*, *The Guardian*, *Zanzibar Leo*, *Habari Leo*, na *Times Observer* vilikuwa vimeegemea mno upande wa Magufuli. Kwa upande wa redio na TV, zilikuwa na idadi ndogo sana ya habari zilizohusu sera. Kimsingi, tangu kale magazeti huwa yanafanya uchambuzi wa sera na hiyo imekuwa kama nguzo yake imara. Jambo hilo lilijidhihirisha tena katika utafiti huu. Tazama jedwali picha hapa chini kupata picha halisi.

Upana wa uripoti wa maudhui kwa makundi ya vyombo vya habari

(% ya habari zilizomripoti mgombea)

Magufuli	Lissu	Membe	Sendiga	Mmanga	Wengineo
					
Vyombo vya habari vya serikali 33%	Vyombo vya habari vya serikali 10%	Vyombo vya habari vya serikali 6%	Vyombo vya habari vya serikali 6%	Vyombo vya habari vya serikali 0%	Vyombo vya habari vya serikali 13%
Vyombo vya habari vya CCM 38%	Vyombo vya habari vya CCM 6%	Vyombo vya habari vya CCM 0%	Vyombo vya habari vya CCM 0%	Vyombo vya habari vya CCM 0%	Vyombo vya habari vya CCM 7%
Vyombo vingine vya habari 29%	Vyombo vingine vya habari 24%	Vyombo vingine vya habari 11%	Vyombo vingine vya habari 25%	Vyombo vingine vya habari 17%	Vyombo vingine vya habari 14%
Jumla 247	Jumla 85	Jumla 10	Jumla 9	Jumla 4	

Kuhoji kutekelezeka kwa sera na ahadi za wagombea

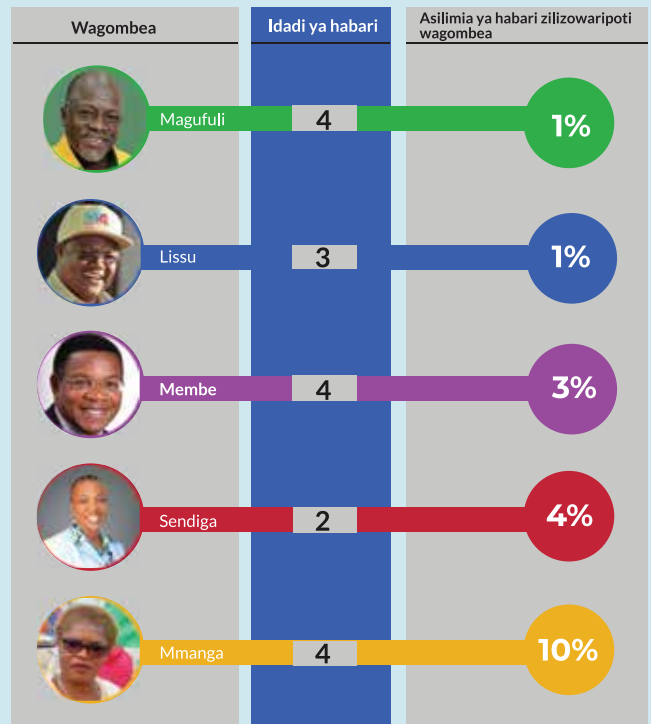
Wakati wa uchaguzi, vyombo vya habari vinapaswa kufanya kazi ya kumulika mwenendo wa uchaguzi ili kuhakikisha haki inazingatiwa kwenye mchakato mzima wa uchaguzi. Namna mojawapo ya kultekezeka hilo ni kuhoji bila hofu kutekelezeka kwa sera na ahadi za wagombea au kwa kuuliza kutekelezeka kwa sera, kwa mfano, uwepo wa fedha za kutekelezeka ahadi na sera hizo. Vinginevyo, ahadi zisizo na uhalisia zitaishia kupita bila kuhojiwa na hati-

maye kuwarubuni wapiga kura.

Ukiangalia kwa mapana uripoti kuhusu kutekelezeka kwa sera na ahadi ni kama haukuwepo kabisa. Kulikuwa na habari 17 tu zilizoripoti kipengele hiki idadi ambayo ni karibu sawa na asilimia 1 tu ya habari zote zilizoripoti wagombea Urais wa Muungano. Kuna jambo dogo la kushitua liliibuka kwa wagombea Urais wanawake, Sendiga na Mmanga, ambao katika uripoti kwa ujumla, walipata uripoti wa chini lakini walikuwa na uripoti wa juu katika maeneo yaliyohoji kutekelezeka kwa sera zao. Hili ni eneo ambalo vyombo vya habari havikuonyesha kulifahamu na kuliripoti.

Vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali viliwaripoti kwa kina Sendiga na Mmanga kuhusu kutekelezeka wa ahadi zao za uchaguzi kuliko ilivyokuwa kwa wagombea wanaume. Vyombo vya habari vinavyomilikiwa na chama kwa upande mwingine, vilihoji ahadi za uchaguzi za Lissu. Vyombo vingine vya habari viliwaripoti wagombea wote, lakini kama ilivyoelezwa huko nyuma, ni kwa kiwango kidogo mno. Kutekelezeka kwa sera za Magufuli kuliripotiwa na *The Citizen*, *Mwanahalisi Online*, *Mtanzania*, na *CG FM* tu, wakati Lissu aliripotiwa na *Mwananchi na Uhuru* tu. Tazama jedwali picha hapa chini.

Uripoti wa kutekelezeka kwa ahadi za wagombea



Urejeleaji kwenye ilani za uchaguzi za vyama

Urejeleaji kwenye ilani za uchaguzi za vyama ulifanyika kwenye habari zilizoripoti wagombea, huku asilimia 25 ya habari zilirejelea vya kutosha kwenye ilani za vyama ikihusishwa na mgombea mmoja au zaidi, na asilimia 14 angalau vilirejelea kwa uchache. Hata hivyo, kiwango cha uripoti kinatofautiana kati ya wagombea na vyombo vya habari, kama inavyobainishwa kwenye jedwali picha hapa chini:

Urejeleaji wa ilani ya uchaguzi ya chama kulingana na makundi ya vyombo vya habari

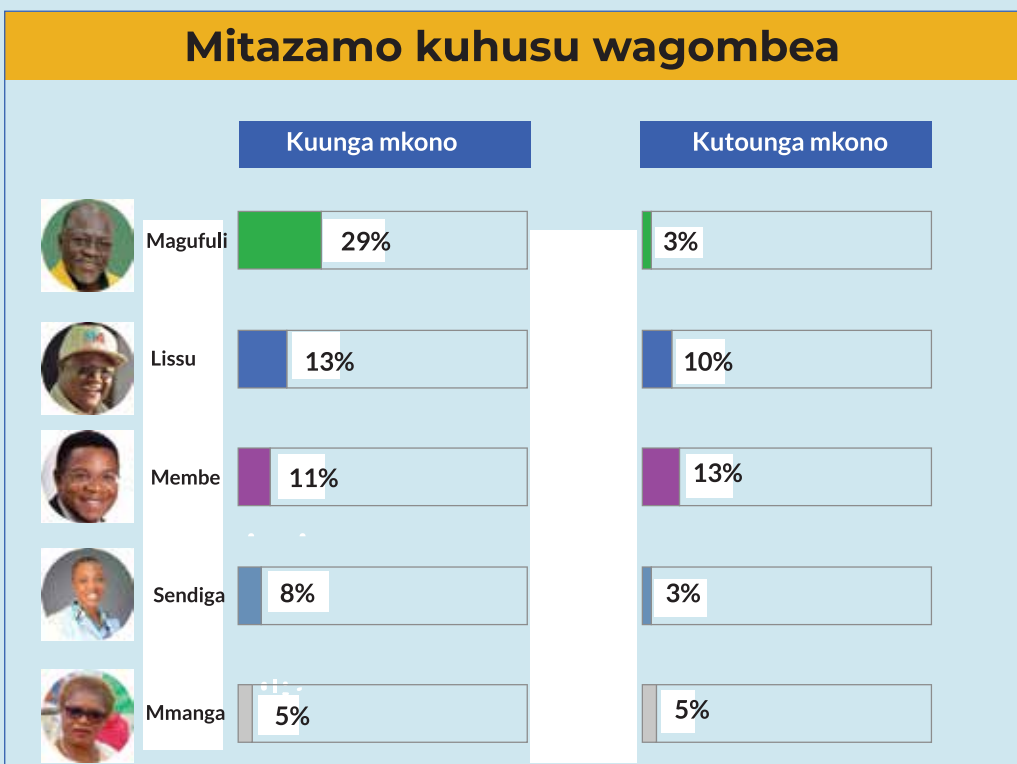
AINA YA CHOMBO CHA HABARI	MAGUFULI	LISSU	MEMBE	SENDIGA	MMANGA
Vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali	110 45% ²	14 18%	1 3%	4 24%	10 48%
Vyombo vya habari vinavyomilikiwa na CCM	45 54%	1 6%	0 0%	0 0%	1 25%
Vyombo vinginevyo vya habari	220 47%	104 33%	9 12%	12 35%	3 14%
JUMLA	375 47%	119 29%	10 9%	16 29%	14 30%

Kwa ujumla vyombo vyote vya habari vilionesha usawa katika kurejelea ilani za uchaguzi za vyama viwili vilivyokuwa vikichuana vikali kwa asilimia 47 za Magufuli na asilimia 33 kwa Lissu. Hata hivyo, vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali viliegemea zaidi kwa Rais aliyekuwa madarakani kwa asilimia 45 huku Lissu akipata asilimia 18. Vyombo vya habari vinavyomilikiwa na CCM kwa kiasi kikubwa havikuwa na usawa katika kurejelea ilani za uchaguzi za vyama ambapo viliegemea zaidi kwa Rais aliyekuwa madarakani kwa asilimia 54 na Lissu akipata asilimia 6. Vyombo vya habari kimoja kimoja viliripoti kwa usawa ilani za uchaguzi kwa washindani wote wawili Magufuli na Lissu. Vyombo hivi ni *The Citizen, Jamhuri, Mwananchi, Nipashe, Mtanzania, Radio Free Africa, Radio One, Clouds FM, na Azam TV.*

Mitazamo kwenye habari

Mitazamo ni ya muhimu kwenye uripoti wa vyombo vya habari kwani inasaidia kuweka wazi maoni kuonesha kumuunga au kutomuunga mkono mgombea. Uripoti wa chombo cha habari utakuwa wenye usawa au usio na usawa kulingana na jinsi inavyoichukulia mitazamo inayounga au isiyounga mkono. Uchambuzi huu unaonesha kutokuwepo na usawa katika kipengele hiki huku kikimpendela mgombea urais kupitia chama tawala. Katika ujumla wake, Magufuli alikuwa na habari nyingi zilizo kuwa na mitazamo chanya kwa asilimia 29 (habari 168) ikilinganishwa na Lissu aliyekuwa na asilimia 17 (habari 63). Katika mwelekeo huo huo, Magufuli alikuwa na chache zenye mitazamo hasi ambapo alipata asilimia 3 ikilinganishwa na Lissu aliyepata asilimia 18 na Membe asilimia 13.

Vyombo vinavyomilikiwa na serikali na vile vinavyomilikiwa na CCM vilitoa mitazamo chanya kwa Magufuli kama mgombea. Sawa na hilo, vyombo vingine vya habari havikuchapisha mitazamo yoyote iliyokinzana na Magufuli. Kwa Lissu, vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali ni kama vilionesha usawa wakati kwa vyombo vya habari vinavyomilikiwa na chama haikuwa hivyo. Vyama vingine vilionesha maoni chanya ya kumuunga mkono Lissu. Linapokuja suala la Membe, vyombo vya habari vilionesha usawa. Kwa Sendiga na Mmanga, kulikuwa na kazi chache mno zilizowahusu. Jedwali picha hapa chini linaonesha mtawanyiko wa takwimu kwa kila mgombea:



Masuala binafsi dhidi ya sera za mgombea

Utafiti huu pia ulichunguza vyombo vya habari viliripoti nini kuhusiana na sera za wagombea na masuala binafsi. Duniani, kuna mjadala kwamba masuala binafsi ya wagombea yana nafasi kubwa katika uripoti wa uchaguzi, hivyo kwa sehemu kubwa ikifunika mjadala kuhusu sera za wagombea na maudhui yake. Matokeo yanaonesha kwamba masuala binafsi ya wagombea yalikuwa na mchango mdogo kwenye uripoti wa uchaguzi mkuu wa mwaka 2020. Kwenye habari zote zilizoripoti kuhusu wagombea Urais wa Muungano, masuala binafsi ya wagombea yalionekana kwa asilimia 5 tu kwenye habari zilizochunguzwa.

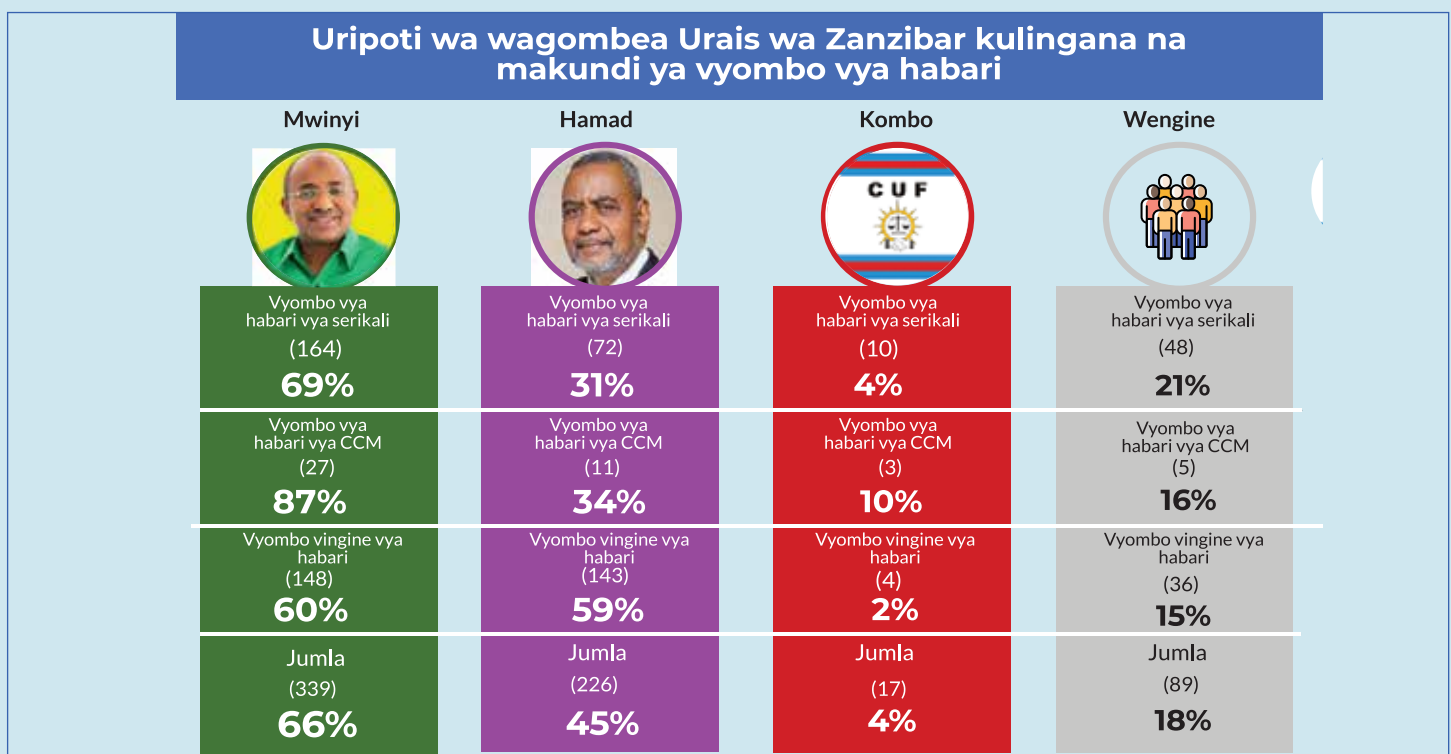
Kuripoti masuala binafsi ya wagombea kulijitokeza zaidi kwenye uchaguzi wa rais wa mwaka 2015 kuliko wa mwaka 2020. Maelezo yanayoweza kutolewa kwa utofauti wa aina hii ni kwamba kuelekea kwenye mbio za kampeni mwezi Agosti mwaka 2020, wito ulitolewa kutoka sehemu mbalimbali ukiwataka wagombea kusimama kwenye sera zao. Miito ilitoka kwa Jeshi la Polisi Tanzania, viongozi wa kidini na vyombo vya kitaifa vya usimamizi wa uchaguzi. Pengine uwepo wa kiasi kidogo cha masuala ya mtu binafsi kwenye uripoti wa vyombo vya habari kunaweza kuhusishwa moja kwa moja na wito huu, lakini ni jambo linalohitaji uchunguzi zaidi.

4.4.2 Uchaguzi wa Urais Zanzibar: Uripoti wa wagombea wawili

Uchaguzi wa Urais Zanzibar uliripotiwa kwenye habari 490 (asilimia 20 ya habari zote zilizochunguzwa). Vyombo vya habari kutoka Tanzania Bara viliripoti habari za uchaguzi wa Urais wa Zanzibar kwa kiwango cha chini kuliko vyombo vya habari kutoka visiwani humo, kwa mfano, Zanzibar Leo, ZBC Radio, ZBC TV, na vituo vya redio vya ndani tu Micheweni, Zenji FM, na Chuchu FM.

Tafiti hii ilichunguza uripoti wa wagombea watatu wa urais ambao ni Hussein Ali Mwinyi (CCM), Maalim Seif Sharif Hamad kutoka (ACT-Wazalendo), na Mussa Haji Kombo (CUF). Ni Mwinyi na Hamad pekee ndio walioripotiwa kwa kiasi kikubwa-wakijitokeza kwa asilimia 66 na 45 za habari zote zenye wagombea. Kwa upande mwingine, ni kama vile Kombo alikuwa amepuuzwa ambapo alijitokeza kwa asilimia 4 tu ya habari zote. Wagombea wengine kama vile Juma Ali Khatib kutoka ADA TADEA alipata asilimia 4, Hamad Rashid Mohamed kutoka ADC asilimia 4, Said Soud Said asilimia 3, na Ameir Hassan Ameir asilimia 2. Wagombea wengine waliobakia kutoka Demokrasia Makini, CHAUMA, Chadema, au UPDP waliachwa mbali sana kama vile hawakutajwa kabisa.

Vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali na vile vya chama vilimpendelea zaidi mgombea wa CCM (Mwinyi), wakati vyombo vingine vyote vilivyobakia viliripoti kwa usawa kwa Mwinyi kupata asilimia 60 na Seif Sharif asilimia 59 mtawalia. Tazama jedwali picha hapa chini kwa mchanganuo zaidi.



Tukikiangalia chombo cha habari kimoja kimoja kwa upekee, vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali ya Zanzibar vimeonesha kutokuzingatia usawa kwa kiasi kikubwa mno. ZBC Radio ilimpa Mwinyi asilimia 94 ya uripoti wake, huku Zanzibar Leo wakimripoti Mwinyi kwa asilimia 68 ya habari zake ikilinganishwa na Hamad, ambaye alipata asilimia 22 ya uripoti. Hapakuwa na utofauti wowote kwa ZBC TV, ambayo iliwaripoti wagombea hao wawili kwa asilimia 70 dhidi ya asilimia 25.

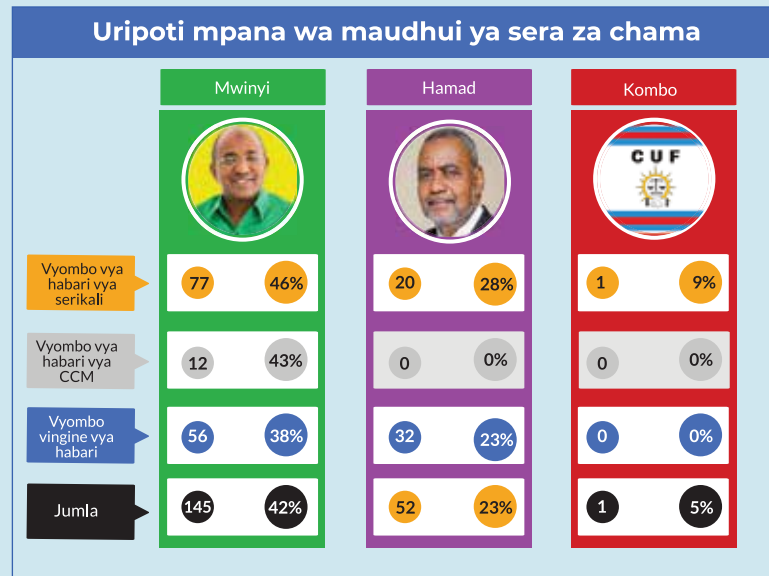
Kwa upande mwingine, magazeti ya serikali Tanzania Bara yalionesha hali tofauti kidogo. Kwa mfano, Habari Leo walimripoti Mwinyi kwa asilimia 63 na Hamad asilimia 51, Daily News (asilimia 62 na asilimia 43), TBC Taifa (asilimia 58 na asilimia 25) na TBC1 ilikuwa na habari (7) tu kwa wagombea hao wawili. Kwa uwazi kabisa, magazeti yanayomilikiwa na serikali (Daily News, Habari Leo) yaliripoti wagombea kutoka upinzani kwenye mbio za kugombea Urais wa Zanzibar kwa namna inayoweza kuwa ya usawa, huku ikiwa tofauti mno kwa uripoti wa wagombea Urais wa Muungano (Tazama sura inayoelezea Uripoti wa uchaguzi wa Urais wa Muungano).

Kwa upande wa mahali habari zilipowekwa, kwa kiasi kikubwa Mwinyi alionekana kuripotiwa zaidi kwenye kurasa za mbele kuliko kwenye kurasa za ndani kwa asilimia 74 dhidi ya asilimia 54. Kwa Hamad, hakukuwa na utofauti wowote kati ya habari zake zilizoripotiwa kwenye kurasa za mbele na zile za kurasa za ndani zote mbili zikipata asilimia 47. Kwenye vyombo vya habari vya utangazaji, hakukuwa na utofauti mkubwa uliojitokeza kwa Mwinyi kati ya habari mbili za mwanzo na zinazofuatia (asilimia 69 dhidi ya asilimia 52) vivyo hivyo kwa Hamad (asilimia 32 dhidi ya asilimia 29).

Uripoti wa sera za wagombea

Uripoti wa maudhui yaliyohusu sera kwa wagombea wa Urais wa Zanzibar unaonesha kumpendelea mgombea Urais wa CCM (Mwinyi). Maudhui ya sera ya mgombea wa CCM yaliripotiwa zaidi kwa asilimia 46 ya habari zote ikilinganishwa na Hamad aliyepata asilimia 28. Masuala ya sera za mgombea Urais wa CUF (Kombo) hazikuripotiwa kabisa. Vyombo vya

habari vya serikali sambamba na vyombo vingine vilipendelea kuripoti maudhui ya sera za Mwinyi. Hata hivyo, vyombo vya habari vya CCM havikuripoti kabisa maudhui ya sera za chama cha ACT - Wazalendo. Tazama jedwali picha hapa chini kwa picha zaidi:



Kwa ujumla, redio na TV viliripoti kuhusu sera za wagombea kwa kiwango kidogo na hivyo kufanya zoezi la ulinganishi baina ya wagombea kuwa gumu hasa miongoni mwa wapiga kura. Sawa na ilivyoonekana huko nyuma, magazeti yalifanya vizuri zaidi kuliko redio na TV katika uripoti wa sera za vyama. Gazeti la Mwananchi kwa mfano, liliripoti sera za wagombea wote wawili kwa usawa kwa asilimia 42 kwa Mwinyi na asilimia 42 kwa Hamad. Vyombo vya habari vya serikali kwa upande wake, viliegemea zaidi kwenye upande wa chama tawala kwa kuzingatia matokeo yafuatayo: Zanzibar Leo (asilimia 45 dhidi ya asilimia 33), Daily News (asilimia 52 dhidi ya asilimia 33), Habari Leo (asilimia 50 dhidi ya asilimia 10), ZBC Radio (asilimia 50 dhidi ya asilimia 0), na ZBC TV (asilimia 60 dhidi ya asilimia 36), japo ni kwenye idadi ndogo sana ya habari zilizoripotiwa.

Masuala binafsi dhidi ya sera

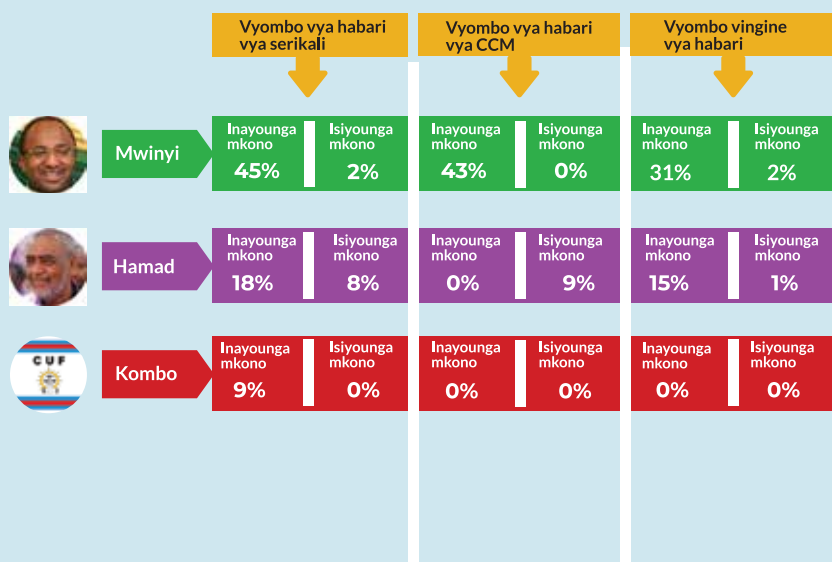
Kama ilivyoonekana kwenye uchaguzi wa Rais wa Muungano, masuala binafsi ya mgombea yalijitokeza kwa uchache mno kwenye uchaguzi wa rais wa Zan-

zibar. Kulikuwa na habari 12 tu (asilimia 5) ambamo kwamo masuala binafsi ya Mwinyi yalikuwa sehemu ya habari na kulikuwa na habari 5 tu (asilimia 3) zilizomhusu Hamad. Kwa mara nyingine tena, Kombo alionekana kupuuzwa katika kipengele hiki.

Mitazamo kuhusu wagombea

Uripoti wa Mwinyi ulisheheni mitazamo chanya mingi kwa asilimia 38 ya habari zote zilizomripoti yeye, zikimuacha mbali Hamad ambaye alipata asilimia 15 ya mitazamo chanya iliyomuunga mkono yeye. Mitazamo hasi ilijitokeza kwa uchache mno miongoni mwa wagombea hao, kila mmoja wao akijitokeza kwa asilimia 3 na 4 mtawalia. Kama ilivyo wazi hata katika maeneo mengine, vyombo vya habari vya serikali vilionekana kumpendelea Mwinyi sawa na vyombo vingine vyote vya habari. Jedwali picha hapa chini linakoleza picha kuhusu suala hili:

Mitazamo inayounga au isiyounga mkono



4.4.3 Uchunguzi wa wagombea ubunge na vyama

Kwa ujumla, habari 612 ziliripoti uchaguzi wa wabunge ikiwemo kuripoti kuhusu wagombea wa

ubunge. Wagombea ubunge waliotajwa zaidi walikuwa Zitto Kabwe (ACT-Wazalendo, akitajwa mara 32), akifuatiwa na Freeman Mbowe (Chadema 28), Halima Mdee (Chadema akitajwa mara 26), Tulia Ackson (CCM akitajwa mara 25), na Mrisho Gambo (CCM, akitajwa mara 14).

Uripoti wa wagombea mbalimbali kwenye habari

Kati ya habari 612 zilizoripoti uchaguzi wa wabunge, habari 391 kati yake (asilimia 64) zilikuwa na mgombea mmoja tu na habari 144 (asilimia 24) ziliripoti wagombea kutoka vyama tofauti vya siasa, habari ambazo katika hali ya kawaida zingewanufaisha zaidi raia kwa kuwapa taarifa zinazowahusu wagombea na hivyo kuchagua kulingana na ufahamu walionao kuliko pale mgombea mmoja tu anapojitokeza kwenye habari nzima. Ni mpaka pale mitazamo inayokinzana kutoka kwa wagombea inaporipotiwa ndipo raia watakuwa wamefahamishwa vizuri kuhusu wagombea hao.

Kwa redio, asilimia 73 ya habari zake zilimripoti mgombea mmoja ikilinganishwa na kwenye magazeti. Ni asilimia 24 tu ya habari za kwenye magazeti na asilimia 21 ya habari za kwenye redio ndizo zilizowaripoti wagombea kutoka vyama tofauti vya siasa (ndani ya habari moja). Kwa hiyo, kwa ujumla ilikuwa ni vigumu kwa wananchi kuwalinganisha wagombea papo hapo kwa wakati mmoja. Vyombo vya habari vya serikali viliwaripoti wagombea kutoka vyama tofauti vya siasa (kwa asilimia 12 ya habari zote). Vyombo vingine vya habari vilifanya vizuri zaidi katika eneo hili vikiwa na asilimia 28 ya habari zilizowaripoti wagombea kwa vyama vyote. Tukikiangalia chombo cha habari kimoja kimoja na tukizingatia vile vilivyokuwa na angalau habari 10 za uchaguzi wa Bunge, vyombo vifuatavyo vilikuwa na habari nyingi zilizohusu wagombea ubunge kutoka kwenye vyama tofauti vya kisiasa. The Citizen walikuwa na asilimia 47, Nipashe asilimia 39 na Mwanahalisi asilimia 35.

Kwa ujumla, wagombea 976 wa ubunge walitajwa kwenye kazi za kihabari zilizopitiwa kwenye utafiti huu. Kati ya wagombea hao, asilimia 58 walitoka CCM na asilimia 23 walitoka Chadema, wakifuatiwa na ACT-Wazalendo (asilimia 8), CUF (asilimia 4), na NCCR-Mageuzi (asilimia 2). Uripoti kwa wagombea waliosalia ulikuwa wa kiwango cha chini, katika ujumla wao walipata asilimia 1 au chini ya hapo. Jedwali picha hapa chini linatoa muhtasari wa mtawanyiko wa wagombea ubunge kivyama.

Utofauti katika muktadha huu ulioneshwa na gazeti la Mwananchi na Mwanahalisi Online, ambapo waliwaripoti wagombea wa vyama hivyo viwili kwa namna ambayo ilionyesha usawa. Mwananchi waliwaripoti kwa usawa wagombea kutoka vyama vyote vikiwamo vile vidogo.

Masuala binafsi dhidi ya sera

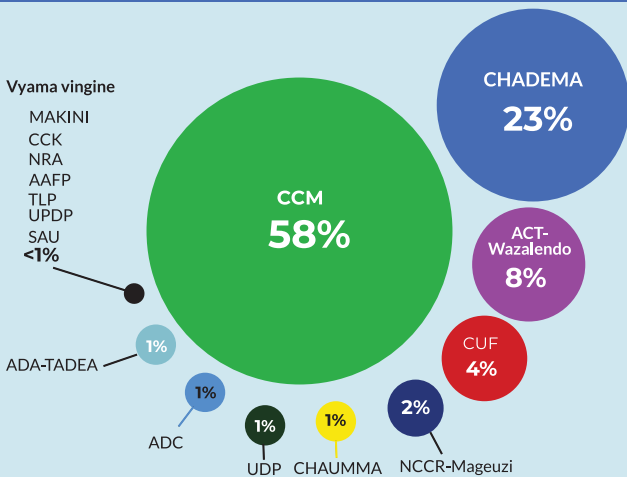
Kama ilivyokuwa kwa chaguzi za Marais, masuala binafsi ya wagombea ubunge hayakupewa nafasi sana. Yalijitokeza kwa asilimia 1 tu kwenye habari zote zilizowahusu wagombea ubunge. Kwa hakika, uripoti wa masuala binafsi ya wagombea ubunge ulikuwa mdogo mno kwenye sampuli yote ya uripoti wa uchaguzi wa wabunge. Kwa sehemu kubwa uripoti wake uliegemea zaidi kwenye sera.

4.4.4 Uchaguzi wa wajumbe wa Baraza la Wawakilishi Zanzibar

Uchaguzi wa wajumbe wa baraza la wawakilishi ulitoa mchango mdogo sana kwenye uripoti wa uchaguzi ukiwa na kazi za kihabari 75 tu. Wagombea waliotajwa zaidi ni pamoja na Ismail Jussa Ladhu aliyetajwa mara 8, Haji Omar Kheir mara 5, na Mtumwa Peya, Rukia Omary Ramadhan Mapuri, na Nassor Ahman Mazrui wakitajwa mara 4 kila mmoja.

Zanzibar Leo ndio chombo pekee cha habari kilichoripoti habari 51 za uchaguzi wa Baraza la Wawakilishi. Kwa upande mwingine, ZBC Radio walikuwa na habari (5) tu za Baraza la Wawakilishi (na

Wagombea ubunge na vyama vyao



Kwa ujumla, vyombo vya habari vya serikali viliwaripoti wagombea wa CCM²⁵ kwa asilimia 67, wagombea wa Chadema kwa asilimia 16 na wa ACT-Wazalendo asilimia 6. Uripoti wa vyombo vingine vya habari kwenye kipengele hiki ulikuwa wa usawa kwa asilimia 51 za CCM, asilimia 27 kwa Chadema na asilimia 9 kwa ACT-Wazalendo.

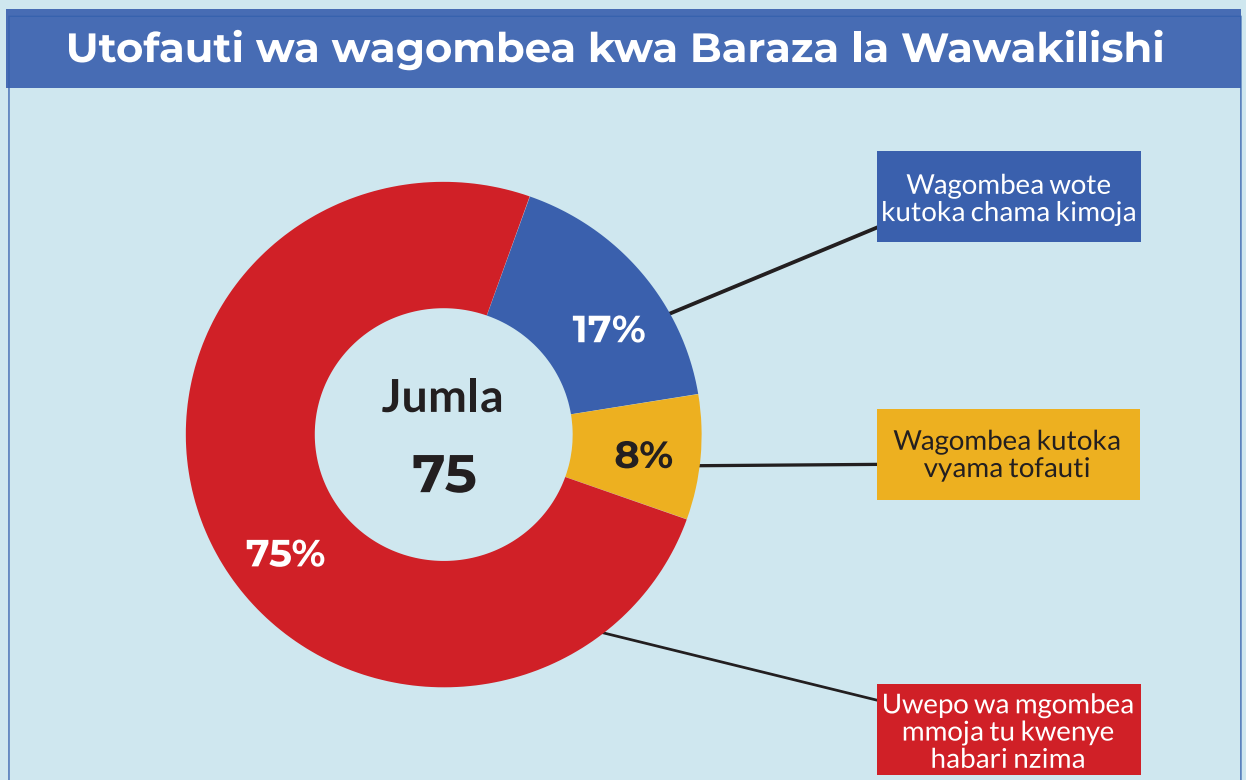
Ukikiangalia chombo cha habari kimoja kimoja, utabaini kwamba vyombo vingi vya habari viliwaripoti zaidi wagombea wa CCM kuliko ilivyokuwa kwa chama cha upinzani, Chadema.

²⁵ Uchambuzi uliangazia mpaka wagombea watatu wa nafasi ya Ubunge na vyama vyao. Asilimia kwenye jedwali picha inaakisi wagombea wote bila kujali walitajwa kama wagombea namba moja, mbili au tatu.

habari 2 = asilimia 40 kuripoti kuhusu angalau mgombea mmoja). ZBC TV walikuwa na habari 8 (asilimia 88 kuripoti kuhusu angalau mgombea mmoja), Micheweni FM walikuwa na habari (5) (4 kati ya hizo = 80 zikiwataja wagombea), Chuchu FM walikuwa nazo (3), na Zenji FM walikuwa nazo (2). Vyombo vya habari kwa Tanzania Bara zilikuwa na idadi ndogo mno ya habari zilizohusu Baraza la Wawakilishi.

Uripoti wa wagombea mbalimbali kwenye habari

Uripoti wa wagombea ulifuata mtindo wa 'ping-pong' ambapo mgombea mmoja hutajwa kwenye habari pasipo kuhusisha mtazamo wa mpinzani au mshindani wake. Isipokuwa kwenye matukio machache tu inaonekana habari kuwahusisha wagombea kutoka vyama tofauti vya kisiasa. Hata hivyo, ilikuwa ni kawaida kukuta wagombea wengi kutoka chama kilekile ndani ya habari ile ile iliyohusu jambo lile lile. Kwa mfano, ni katika matukio 6 tu, ambapo wagombea wa uwakilishi kutoka vyama tofauti walikuwa wametajwa kwenye habari moja. Asilimia 75 ya habari zote zilibeba mgombea mmoja tu. Mtindo huo wa uripoti, unafanya iwe ngumu kwa wapiga kura kuwalinganisha wagombea kwenye kazi moja ya habari. Kwa hakika kuwajumuisha wagombea tofauti kulijitokeza vizuri kwenye magazeti. Tazama jedwali picha hapa chini kwa taarifa zaidi kuhusu mtawanyiko wake.

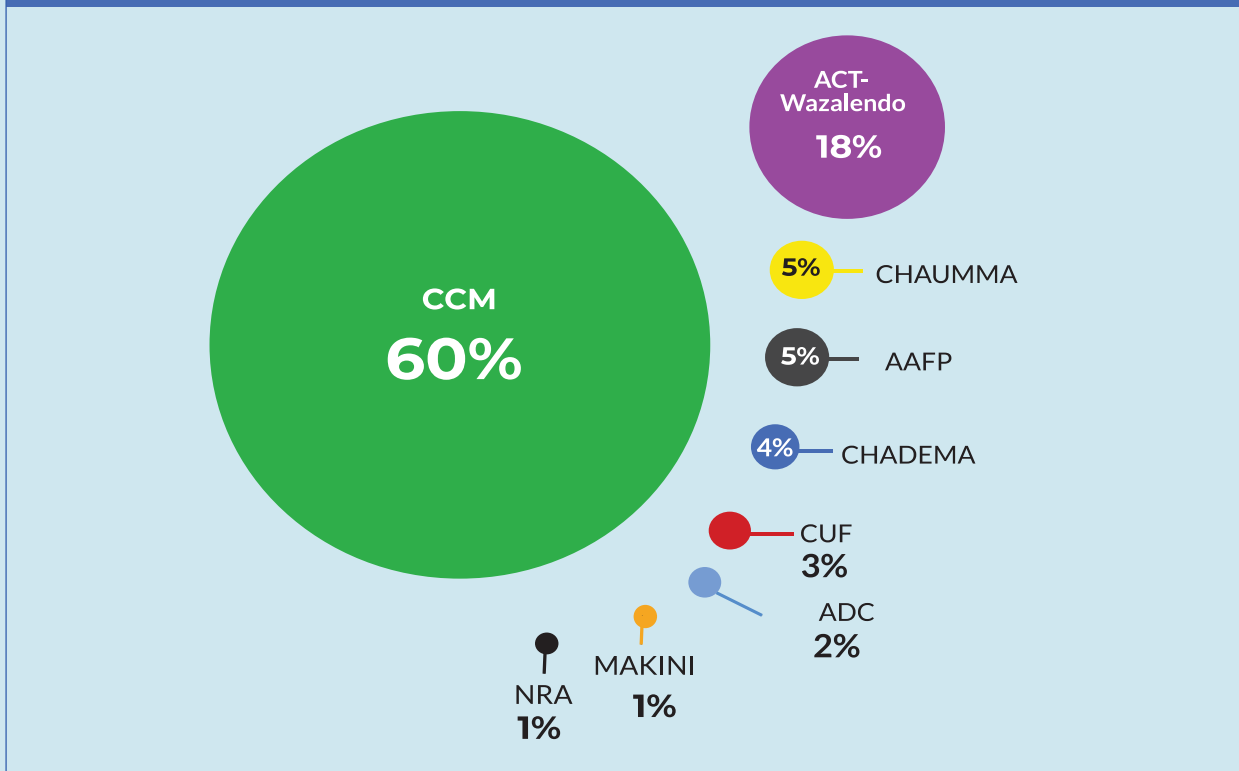


N = 75, 2346 zilizoondolewa kwa kuwa hazikuwa zikiripoti kuhusu uchaguzi wa Baraza la Wawakilishi au kuripoti kuhusu wagombea wa uwakilishi.

Uripoti wa wagombea kulingana na vyama

Kati ya wagombea 111 waliotajwa, asilimia 60 walikuwa wakitoka CCM, asilimia 18 kutoka ACT-Wazalendo, asilimia 5 kutoka CHAUMMA na AAFP, Chadema walipata asilimia 4 na CUF wakiambulia asilimia 3 tu. Jedwali picha hapa chini linaonesha idadi ya wagombea na vyama vyao kwenye uchaguzi wa Baraza la Wawakilishi.

Wagombea wa Baraza la Wawakilishi na vyama vyao



Vyombo vya habari vya serikali viliwaripoti zaidi wagombea wa Baraza la Wawakilishi kutoka chama tawala kuliko vyombo vingine vya habari kwa asilimia 68 dhidi ya 41 mtawalia. Hata hivyo, ACT-Wazalendo kidogo nacho kilionekana kuripotiwa zaidi na vyombo vya habari vya serikali ikilinganishwa na vyama vingine vya upinzani vilivyosalia.

Jinsia za wagombea

Kwenye uripoti wa wagombea uwakilishi, asilimia 78 ya habari zilizofanyiwa uchambuzi ziliwataja wagombea wanaume na asilimia 22 wagombea wanawake.

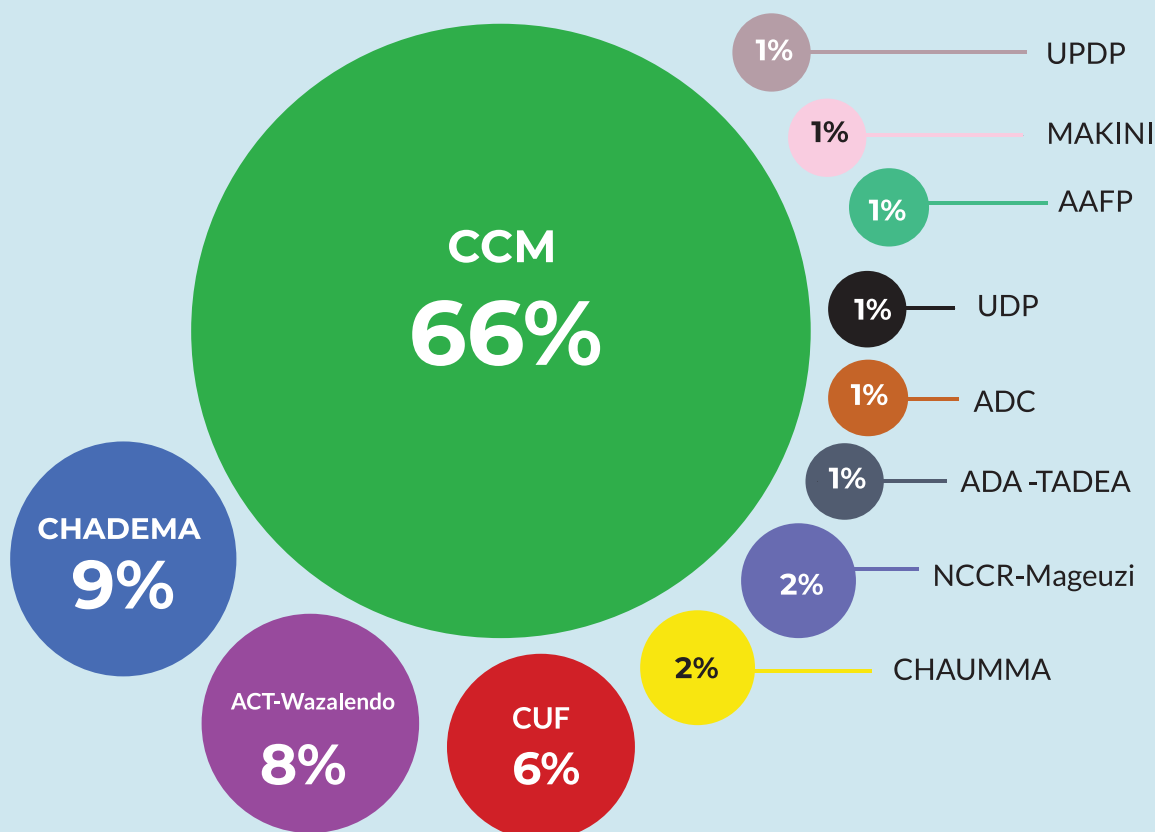
Masuala binafsi dhidi ya sera

Masuala binafsi ya wagombea hayakuripotiwa kabisa kwenye uchaguzi wa Baraza la Wawakilishi. Hali hii inamaanisha kwamba wagombea na waandishi wote walimakinikia zaidi kwenye masuala ya sera kuliko masuala binafsi ya wagombea.

4.4.5 Uchaguzi wa Udiwani

Uchaguzi wa madiwani ikiwamo wagombea uliripotiwa kwenye habari 191 tu. CCM ilitajwa kwenye habari 126 (sawa na asilimia 66), Chadema kwenye habari 18 (sawa na asilimia 9), na ACT-Wazalendo kwenye habari 16 (asilimia 8). Kama ilivyojadiliwa kwenye chaguzi za Urais na Ubunge hapo juu, hakukuwa na uwiano katika kiasi cha uripoti wa chama tawala ikilinganishwa na vile vya upinzani. Jedwali picha hapa chini linaonesha hali ya uripoti wa uchaguzi wa udiwani: disproportionate amount of coverage of the ruling party CCM compared to the opposition. Infographic 19 shows the coverage of councillorship elections:

Uripoti wa uchaguzi wa udiwani



4.5 Uripoti wa mada mbalimbali wakati wa uchaguzi

Utafiti huu ulichunguza mada kubwa mbili: Masuala yaliyohusiana na uchaguzi, na mada kuu ambazo kwazo kampeni zilijielekeza. Mada za uchaguzi zilitokana na mizunguko mitatu ya uchaguzi (election cycle) ambazo ni kipindi kabla ya uchaguzi, wakati wa uchaguzi na baada ya uchaguzi. Kwa upande mwingine, kulikuwa na masuala makuu ambayo wagombea waliyataja wakati wa kampeni kwa sababu yalionekana kuwa na umuhimu mkubwa kwa wapiga kura. Masuala haya yalijumuisha maji na usafi wa mazingira, afya, mabadiliko ya tabia nchi, elimu, katiba mpya, sayansi, teknolojia na ubunifu, kazi, ukosefu wa ajira, miundombinu na mawasiliano n.k.

4.5.1 Mada za uchaguzi

Ni wazi kwamba kampeni za uchaguzi na upigaji kura ni mada muhimu mno kwenye uchaguzi na zilionekana kwa asilimia 52 kwenye uripoti wa uchaguzi. Kutangaza matokeo ya uchaguzi, sheria na kanuni zinazosimamia mchakato wa uchaguzi, mchakato wenyewe wa kupiga kura, uripoti wa mapingamizi na malalamiko, na elimu ya mpiga kura yana mchango mkubwa (yakiwa yamejitokeza kwa asilimia 5 na 4 kwenye kila mada ya hapo juu). Na kwa kiasi kidogo mno kuhusu uangalizi nyakati za uchaguzi na ugharamiaji wa uchaguzi.

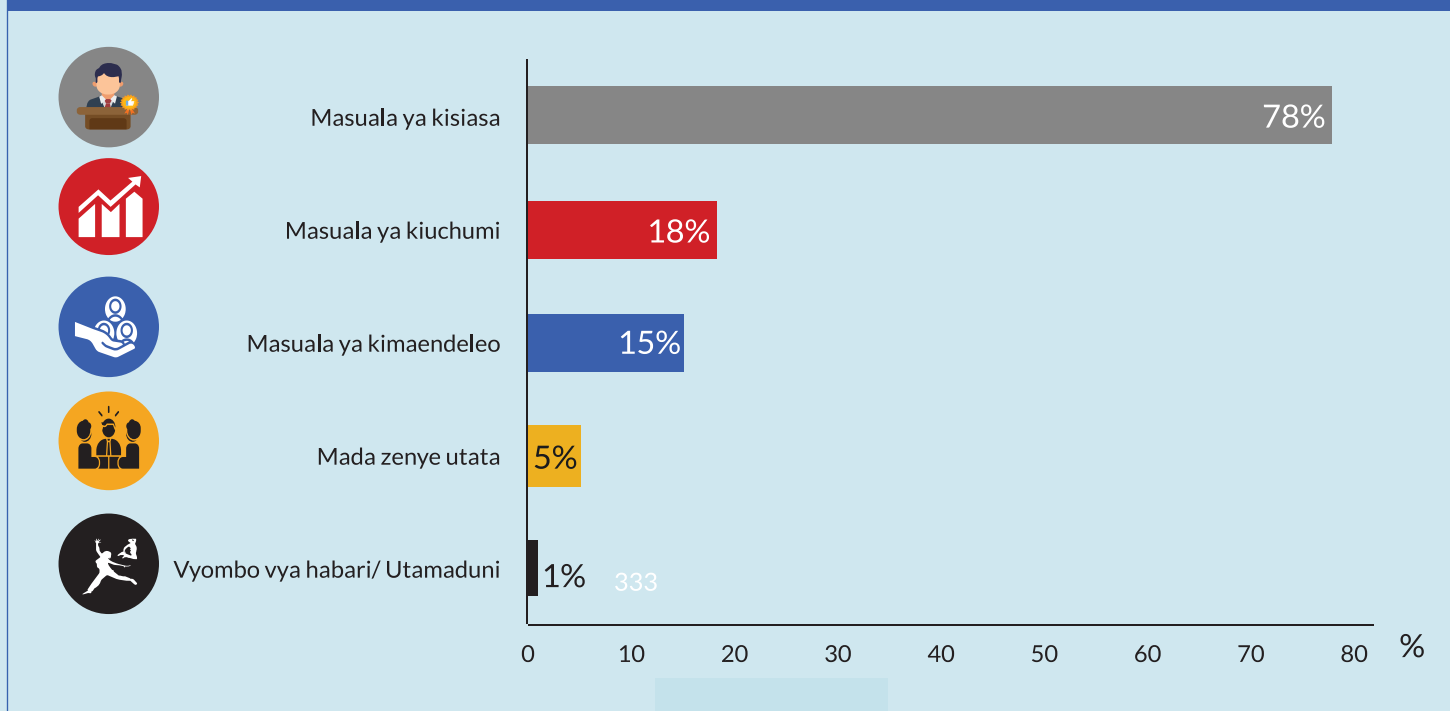
4.5.2 Mada nyinginezo

Ndani ya uripoti wa uchaguzi, mada ambayo ilikuwa na kiwango kikubwa cha uripoti ni uchaguzi wenyewe. Hata hivyo, nyingi ya habari zilizohusu uripoti wa uchaguzi zilitilia maanani pia habari zilizohusu masuala mengine kwa sababu wagombea huyaongelea kama mambo muhimu kwa wapiga kura. Mada hizi zimetengwa katika makundi matano (Tazama kiambatanisho kinachohusu mpangilio wa mada hizo). Kwenye habari zilizofanyiwa uchambuzi, masuala ya kisiasa yaliripotiwa kwa asilimia 78, kiuchumi asilimia 18 na maendeleo yalipata asilimia 15. Kwa maneno

mengine, masuala haya ndiyo yaliyoibuka kama masuala matatu muhimu katika uripoti wa uchaguzi. Jedwali picha hapa chini linatoa muhtasari wa uripoti kwenye mada kuu.

Pamekuwa na utofauti mdogo mno kati ya vyombo vya habari vya serikali na vyombo vingine vyote. Hata hivyo, vyombo vya habari vya chama viliripoti zaidi masuala ya kiuchumi kuliko aina nyingine za vyombo vya habari. Vyombo vingine vya habari vilimakinikia kwenye masuala ya kisiasa, vingine havikujihusisha kabisa na siasa na kuripoti zaidi kuhusu maendeleo na uchumi, na kundi jingine lilijibainisha kwa kuweka usawa na kuripoti mada zote.

Uripoti wa mada muhimu wakati wa uchaguzi



4.6 Uripoti wa vyombo vya habari kuhusu mzunguko wa uchaguzi

Chaguzi huwa zinaandaliwa zikipita kwenye vipindi vitatu-kabla ya uchaguzi, wakati wa uchaguzi na baada ya uchaguzi. Utafiti huu uliangalia kiwango cha uripoti wa kila mada ya uchaguzi kulingana na kila mzunguko wa uchaguzi. Asilimia 79 ya kazi zote za kihabari zilizofanyiwa uchambuzi zilihusu mzunguko wa pili ambao ni uchaguzi wenyewe, ikifuatiwa na mzunguko wa kwanza (kipindi kabla ya uchaguzi) kilichopata asilimia 17 na mzunguko wa tatu (kipindi baada ya uchaguzi) kikipata asilimia 4. Jedwali picha hapa chini linatoa muhtasari wa uripoti kulingana na mizunguko mitatu ya uchaguzi.

5.0 MITAZAMO YA WAHARIRI KUHUSU MATOKEO YA UTAFITI

Mbali na uchambuzi wa maudhui ya vyombo vya habari, utafiti huu ulikusanya maoni ya wahariri ili kubaini undani wa matokeo haya. Maoni ya wahariri hawa yanasaidia kutoa mwanga wa kilichopo nyuma ya takwimu zilizopo kwenye tafiti hii. Kwa hiyo, sehemu hii inajibu swali hili muhimu, “kulingana na maoni ya wahariri, ni kitu gani kinadhihirisha ubora wa uripoti wa vyombo vya habari kwenye uchaguzi mkuu wa mwaka 2020?” Kwa ujumla, wahariri 12 kutoka kwenye vyombo vya habari vilivyotandaa nchi nzima walihojiwa. Maswali waliyojibu yapo katika makundi mawili: i) mazingira ya vyombo vya habari kipindi cha kampeni na ii) ubora wa uripoti wa vyombo vya habari kuhusu uchaguzi.

Moja ya maswali ambayo wahojiwa walijibu lilikuwa ni: “Ukirejelea nyuma kwenye uchaguzi mkuu wa mwaka 2020, ni kitu gani ungekibadilisha kwenye uripoti wenu?” Wahariri kwa kauli moja walielezea kwamba wangebadiilisha namna walivyoripoti uchaguzi kwani uripoti wao uliacha mapengo mengi kitaaluma na vizuizi vingi kwa njia ya udhibiti binafsi. Akifafanua zaidi, moja kati ya wahariri waandamizi alisema: “Mazingira [ya kisiasa] hayakuwa [kwa namna fulani] rafiki, hali iliyotulazimisha kuandika habari zisizohoji na kutozingatia uripoti ulio bora. Kulikuwa na habari nyingi muhimu ambazo tungeweza kuziandika wakati wa kipindi cha kampeni na siku ya kupiga kura, lakini tuliogopa kuchukuwa maamuzi hayo magumu.”

Mhojiwa mwingine alifafanua: “Uhuru wa kujieleza ulikuwa kabatini. Vyombo vya habari na wahariri walitoa habari zilizorembwa kwani walitaka kuviokoa vyombo vyao vya habari visiadhibiwe. Taarifa zilidhibitiwa kweli kweli na wahariri waliliona hili mapema hata kabla ya uchaguzi. Kwa uangalifu mkubwa wahariri walijiweka sehemu salama kwa kutoandika au kutangaza kila ukweli. Udhibiti binafsi ulikuwa kwenye kilele chake wakati wa kipindi cha uchaguzi.”

Utaratibu huu wa ‘kutoandika au kutangaza kila ukweli’, wa kuwa na ‘habari zilizorembwa’, wa kuwa na ‘habari zisizohoji’ na ‘udhibiti binafsi’ ni maamuzi yaliyofanywa makusudi ili kuvinusuru vyombo vya habari viendeleo kuwepo katikati ya mazingira yasiyotabirika ya mustakabali dhidi ya matokeo ya

uamuzi wake wa kusimamia uripoti wenye ukweli, uadilifu na usioegemea upande wowote. Wahariri wote waliohojiwa walikiri kwamba uripoti wa uchaguzi wa mwaka 2020 ulikuwa na dosari nyingi za kitaaluma, huku wengine wakikiri kwamba uripoti huo ungeweza kuwa na matokeo tofauti kama mazingira ya uripoti yangekuwa rafiki kwa vyombo vya habari.

Licha ya ufunuo huu, mazingira ya maamuzi ya makusudi kuvidhibiti vyombo vya habari au ‘kuvinyamazisha’ yaliathiri ubora wa uripoti wa vyombo vya habari kuhusu uchaguzi. Uliwapora wananchi haki yao ya kidemokrasia ya kupokea mitazamo tofauti tofauti kipindi cha mchakato wa uchaguzi. Zaidi ya hayo, iliathiri majukumu muhimu ya vyombo vya habari wakati wa uchaguzi-chombo cha habari ni jukwaa la kampeni na la kushindanisha hoja.

Kwa dhati yake, mazingira ya kisiasa yalivithiri vyombo vya habari, waandishi wa habari na vyanzo vyao vya habari walivyovitegemea kwa taarifa zilizohusiana na uchaguzi. Wahariri walidai, baadhi ya vyanzo vya habari havikuwa tayari kutoa mitazamo yao ya kiweledi kwenye masuala ya uchaguzi: “Moja ya changamoto tuliyokabiliana nayo [kama waandishi wa habari] wakati wa uchaguzi ilikuwa ni kuwapata watu ambao wangeweza kutupatia uchambuzi, ufahamu kuhusu mambo muhimu na mitazamo kinzani. Huwezi kuamini [anataja jina la chanzo chake cha habari] amekuwa kimya kipindi chote cha uchaguzi, licha ya kumpigia simu mara kwa mara na kumtumia ujumbe mfupi wa maneno. Halikuwa jambo la kawaida. Mazingira ya kisiasa yaliviweka vyombo vya habari katika hali ngumu.”

Kauli hii kutoka kwa mmoja wa wahariri kwa sehemu fulani inafafanua kukosekana kwa uripoti unaohoji kuhusu utendaji wa wagombea, hasa wale wanaotoka chama tawala.

Changamoto hii haikuwa ya kipekee kwenye uripoti wa uchaguzi wa mwaka 2020 tu. Hali hii ilijitokeza pia kwenye ripoti zilizotangulia, ripoti ya 2018 na 2019. Vyombo vya habari kwa mfano, viliishia kuzitupa kapuni habari kubwa kwa sababu tu zilikosa

watu sahihi wa kutoa maoni ya kitaalamu hasa pale habari zilipokuwa zinazohusu masuala ya serikali.

Mamlaka zinazosimamia vyombo vya habari nazo zilitajwa kuwa mstari wa mbele kuvidhibiti vyombo vya habari hasa katika kutoa taarifa za uchaguzi. Wahariri wengi waliripoti kwamba kuna nyakati walikuwa wakiitwa na 'kukumbushwa kuhusu sheria' hata pale ambapo walikuwa wanaona wanaripoti kwa kuzingatia misingi ya sheria. "Katika tukio mojawapo, tuliitwa na kuelezwa kwamba kuna upande tulikuwa tunaegemea. Hata hivyo, kwenye uripoti wetu, uripoti wa mgombea waliyekuwa wanajaribu kumlinda ulionekana kuwa wa juu kuliko ule wa wgombea wengine. Walikuwa [wasimamizi wa vyombo vya habari] wakali sana kwetu."

Nusu ya wahariri waliohojiwa walidai kwamba athari walizozipata Tanzania Daima na Clouds Media zilionekana kama ni jambo lililokuwa limepangwa na wasimamizi wa vyombo vya habari ili kuvitisha vyombo hivyo na maandishi wa habari. Walisema kwamba uamuzi wa kusimamisha matangazo ya vyombo vya habari vilivyochini ya Clouds Media Group, moja ya vyombo vya habari vikubwa nchini, ulifanywa kwa makusudi kutuma ujumbe wa tahadhari kwa vyombo vingine vilivyosalia. "Ni kweli tulishitushwa kupitia kilichowakuta Clouds TV na Clouds Entertainment FM, lakini tuliziangalia sababu zilizopelekea hali ile na kubaini kwamba ilikuwa ni namna ya kututisha", alisema moja ya wahariri. Hata hivyo, wahariri wawili walieleza kwamba japokuwa hawakuunga mkono ubatilishaji wa leseni ya gazeti la Tanzania Daima, gazeti hilo lilichukua upande wa kisiasa pasipo kutangaza wazi msimamo wake kwenye masuala ya kisiasa.

Wakitoe ufafanuzi kuhusu kutawala kwa CCM na wgombea wake kwenye uripoti wa vyombo vya habari, wahariri watatu walisema kwamba tofauti na vyama vingine na wgombea wao, CCM walitenga bajeti kwa ajili hiyo na walikuwa na uwezo wa wgombea wao kuzunguka na lundo la maandishi wa habari hasa kwa mgombea Urais. Jambo hili, kwa maoni yao, liliongeza nafasi ya CCM kuripotwa kwenye vyombo vya habari kuliko vyama vingine. Hata hivyo, ni muhimu kufahamu kwamba kutawala kwa wgombea ubunge wa CCM kwenye vyombo vya habari wakati wa uchaguzi kulichangiwa na mgombea wao wa urais ambaye siyo tu kwamba alikuwa akiwafanyia kampeni, bali pia alikuwa

akiwapa nafasi ya kujinadi na kuomba kura kwenye mikutano yake ya kampeni.

Wahariri wote, isipokuwa mmoja tu, walikiri kwamba maandishi wao walikuwa sehemu ya msafara wa kampeni za mgombea Urais wa CCM. CCM ilikuwa ikilipa posho za maandishi hawa pamoja na gharama zao za safari: "Utamaduni huu wa kupachika maandishi wa habari kwenye timu ya mgombea fulani nyakati za kampeni za uchaguzi siyo mgeni; umekuwepo tangu uchaguzi mkuu wa mwaka 1995. Utamaduni huu umechangiwa na vyombo vya habari kutokuwa na uwezo wa kuwagharamia maandishi wao ili kujitegemea katika kuripoti masuala ya uchaguzi.

Wakati wa mahojiano na wahariri, iliwekwa wazi kwamba vyombo vingi vya habari havikuwa na bajeti mahsusi kwa ajili ya kuripoti uchaguzi. Kwa sehemu kubwa vilitegemea msaada kutoka kwenye vyama vya kisiasa na wgombea wao ili kukidhi mahitaji yao ya kujikimu ambapo kimsingi walipaswa kujikimu kupitia bajeti zao kama vyombo vya habari. Matokeo yake, maandishi wengi wa habari-bila kujali mazingira ya kisiasa yaliyokuwepo-walikuwa wahanga kwani vyombo vyao vilikosa rasilimali fedha za kuwaepusha maandishi wao wasiathiriwe na hali hiyo na kulinda uhuru wa habari.

Kwa ujumla, uripoti wa uchaguzi mkuu ulitawaliwa na matukio kwani sehemu kubwa ya uripoti ilitokana na kampeni. Ni dhahiri kabisa habari zilizozalishwa na vyombo vya habari vyenyewe zilikuwa kidogo mno. Kutegemea matukio ya kampeni ili kupata habari sio jambo baya; hata hivyo kushindwa kwenda mbali zaidi ya matukio ya kampeni kulivinyima vyombo vya habari na maandishi wa habari fursa ya kutengeneza ajenda na kuvichunguza vyama vya kisiasa na wgombea wao na hatimaye kuwafahamisha vizuri zaidi wapiga kura ili wachague kwa busara. Kwa maneno mengine, uripoti wa uchaguzi mkuu wa mwaka 2020, ni fursa iliyopotea kwa vyombo vya habari kutimiza majukumu yake kwa ufanisi.

Ukitazama kwa kina zaidi, ukosefu wa habari zilizoanzishwa na vyombo vya habari na ukosefu wa uripoti wa kiuchambuzi, haviwezi vikahusishwa moja kwa moja na hali ya kisiasa. Baadhi ya udhaifu uliojitokeza ulisababishwa na changamoto za ndani ya

vyombo vya habari—hivyo upo umuhimu wa vyombo hivyo kujitathmini. Wahariri waliohojiwa walitaja sababu mbili zilizochangia mapungufu hayo: uvivu na ukosefu wa maandishi mahiri. Mhariri mmoja alisema kwamba uripoti unaotegemea matukio umekuwa ni jambo la kawaida kwenye vyombo vya habari, jambo ambalo linahusishwa na uvivu. Uvivu, pia ulitajwa na wahariri kwenye ripoti ya mwaka 2019 ukionekana kama sababu inayochangia uripoti usio bora nchini.

Suala la ukosefu wa maandishi mahiri pia liliibuka kama sababu ya kukosekana kwa uripoti wa kiuchambuzi na kuhoji kutekelezeka kwa ahadi za wagombea n.k. “Kuna maandishi wachache wenye uwezo wa kuripoti kwa kina na kuibua maswali muhimu kuhusu kutekelezeka kwa ahadi za uchaguzi zinazotolewa na wagombea. Tunategemea zaidi wachambuzi kutoka nje ya vyombo vya habari, ambao baadhi yao wana maslahi ya aina nyingi”, alidai mhariri mmoja mwandamizi. Japokuwa ukosefu wa uwezo wa kuripoti kiuchambuzi unaweza kuleta changamoto kwenye uripoti, hata hivyo haiwezi kuwa ndio sababu pekee ya uwepo wa hali mbaya ya kukosekana kwa uripoti wa kiuchambuzi na kuhoji kutekelezeka kwa ahadi zinazotolewa na wagombea kama ilivyothibitishwa kwenye utafiti huu.

Wagombea wanawake: Kwa nini uripoti ni wa chini?

Uripoti wa wagombea wanawake haukuwa wa kuridhisha. Japokuwa hili linaonekana kuhusishwa na uchache wa ushiriki wao kwenye chaguzi ikilinganishwa na wanaume— wanawake (2), (13%) ya wagombea wa Urais, 293, (23%) ya wagombea Ubunge, na 668 (7.24%) ya wagombea Udiwani—kulikuwa na maelezo mengine yaliyotolewa kuhusiana na idadi hii na namna uripoti ulivyo. Mahojiano na wahariri yalitupatia maelezo yafuatayo.²⁶

- Baadhi ya wahariri huwachukulia wagombea wanawake kama vyanzo vya habari visivyo muhimu ikilinganishwa na wanaume.
- Wagombea wengi wanawake hawafahamu jinsi ya kushughulika na vyombo vya habari nyakati za uchaguzi. Hawana ufahamu wa kutosha wa mahusiano na vyombo vya habari.
- Ratiba zao za kampeni zilikuwa hazitabiriki, hali iliyokuwa ngumu kwa maandishi wa habari kuwaweka kwenye ratiba za kuwahoji na kuripoti matukio/kampeni zao, na

- Ukosefu wa rasilimali za kuvishirikisha vyombo vya habari, hasa hasa kwa wagombea wanawake kutoka vyama vya upinzani.

Zaidi ya hapo, ripoti ya national elections gender assessment report iliyotolewa mwaka 2015, inayataja mambo yafuatayo kama ndiyo yanayochangia kuwepo na uripoti usioridhisha kwa wagombea wanawake: vyombo vingi vya habari kuwa na wanaume wengi kuliko wanawake kwenye nafasi za maamuzi; motisha za kifedha kwa vyombo vya habari kuripoti wagombea wenye nguvu ambao kimsingi ni wanaume; uhaba wa wataalamu wa habari wanawake ambao wangetumika kuvishirikisha vyombo vya habari na maandishi wa habari kuripoti wagombea wao kwa ufanisi mkubwa; na uwepo wa maandishi wanawake wachache wanaoripoti habari za uchaguzi.

Licha ya maelezo haya, Mhariri mwanaume mmoja mwandamizi alidokeza kwamba vyombo vya habari havikuwa na nia ya makusudi ya kuwatenga wagombea wanawake, huku mhariri mwandamizi mwanamke akikiri na kujuta kwamba angeweza kufanya vizuri zaidi katika kuwaripoti wagombea wanawake.

Nidhamu ya kipaza sauti

Japokuwa utafiti huu haukuchambua matamshi (mazuri au mabaya) ya wagombea kwenye vipindi vilivyorushwa hewani moja kwa moja kwenye vyombo vya habari vya utangazaji, wahariri kutoka kwenye vyombo hivyo waliliibua suala hili. Wahariri hawa walisema ilikuwa ni vigumu kutabiri ni nini baadhi ya wagombea wa upinzani watakisema wakati wa matangazo ya moja kwa moja kwani baadhi yao waliwahi kutamka maneno ambayo baadae mamlaka za usimamizi yaliyachukulia kama maneno hasi mno au yasiyofaa kutamkwa hadharani.

Matokeo yake, mhariri mmoja kutoka chombo binafsi cha habari alifafanua kwamba baadhi ya vyombo vya habari vilikataa kutangaza matangazo ya moja kwa moja ya kampeni za baadhi ya vyama vya upinzani hata pale vyama hivi vilipokuwa tayari kulipia matangazo hayo. Kwa hakika, TBC walidai nidhamu ya kipaza sauti ilikuwa ni sababu ya kukatizwa mara kwa mara kwa matangazo ya moja kwa moja ya ufunguzi wa kampeni za Chadema.

²⁶ International Republican Institute (2016). The Tanzania national elections gender assessment of 2015, https://www.iri.org/sites/default/files/wysiwyg/tanzania_gender_report.pdf, retrieved 12/10/2021.

6.0 HITIMISHO NA MAPENDEKEZO

Utafiti huu ulichunguza ubora wa uripoti wa vyombo vya habari kuhusu uchaguzi mkuu wa mwaka 2020. Tukitumia uchambuzi wa maudhui (content analysis) na viashiria mahsusi vya ubora kwenye uripoti wa uchaguzi kutoka kwenye nadharia ya uandishi wa habari, utendaji na utafiti, utafiti huu umebaini kutokuwepo kwa uwiano katika uripoti wa uchaguzi mkuu kati ya CCM na vyama vya upinzani kwenye vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali. CCM na wagombea wake walipewa kiasi kikubwa cha uripoti ikilinganishwa na vyama vya upinzani na wagombea wao. Hali kama hiyo ilionekana pia kwenye magazeti yanayomilikiwa na chama. Ni vyombo vya habari vichache tu ambavyo uripoti wao ulikuwa wa usawa kwa pande hizo mbili. Kwa nyongeza, suala la sera-kama msingi wa wapiga kura kufanya maamuzi-pia halikuripotiwa kwa usawa kati ya wagombea mbalimbali.

Matokeo yanaonesha kwamba uripoti wa vyombo vya habari kuhusu kutekelezeka kwa ahadi za wagombea nyakati za uchaguzi ni kama haukuwepo kabisa, kukiwa na asilimia 1 tu ya kazi za kihabari zilizoripoti kuhusu suala hili. Kwa kuzingatia umuhimu wa dhima ya vyombo vya habari nyakati za chaguzi, udhaifu huu mkubwa wa kitaaluma unapiga kengele ya tahadhari, ikichukuliwa kwamba vyombo vya habari vina wajibu wa kuhoji mazingira na ahadi zinazotolewa na wagombea na hivyo kuwawezesha wapiga kura kufanya maamuzi kwa kuzingatia ufahamu wao. Wajibu huu wa vyombo vya habari ndio unaoendeleza demokrasia.

Zaidi ya hapo, utafiti huu unaonesha kwa ujumla kwamba ubora wa utendaji wa taaluma ya uandishi wa habari umeporomoka, huku kukiwa na asilimia kubwa ya uripoti unaongozwa na matukio. Ni asilimia 19 tu ya uripoti ndio ulikuwa na habari ambazo zimeanzishwa na vyombo vya habari na waandishi wa habari wenyewe. Kwa upande mwingine, matumizi ya vyanzo vingi vya habari yamedorora sana, huku magazeti na vituo vya redio vikifanya vibaya katika kipengele hiki. Sauti za wananchi zilinyamazishwa zikiwa na asilimia 10 chini kabisa ya sauti zingine kwenye kazi zilizofanyiwa uchambuzi. Hali hii pia iko hivyo kwa sauti za wanawake zikipata asilimia 20 ya uripoti wote kwa ujumla.

Mapendekezo

Kulingana na matokeo ya utafiti huu, yafuatayo yanapendekezwa:

- Mazingira ya vyombo vya habari: Miaka ya nyuma

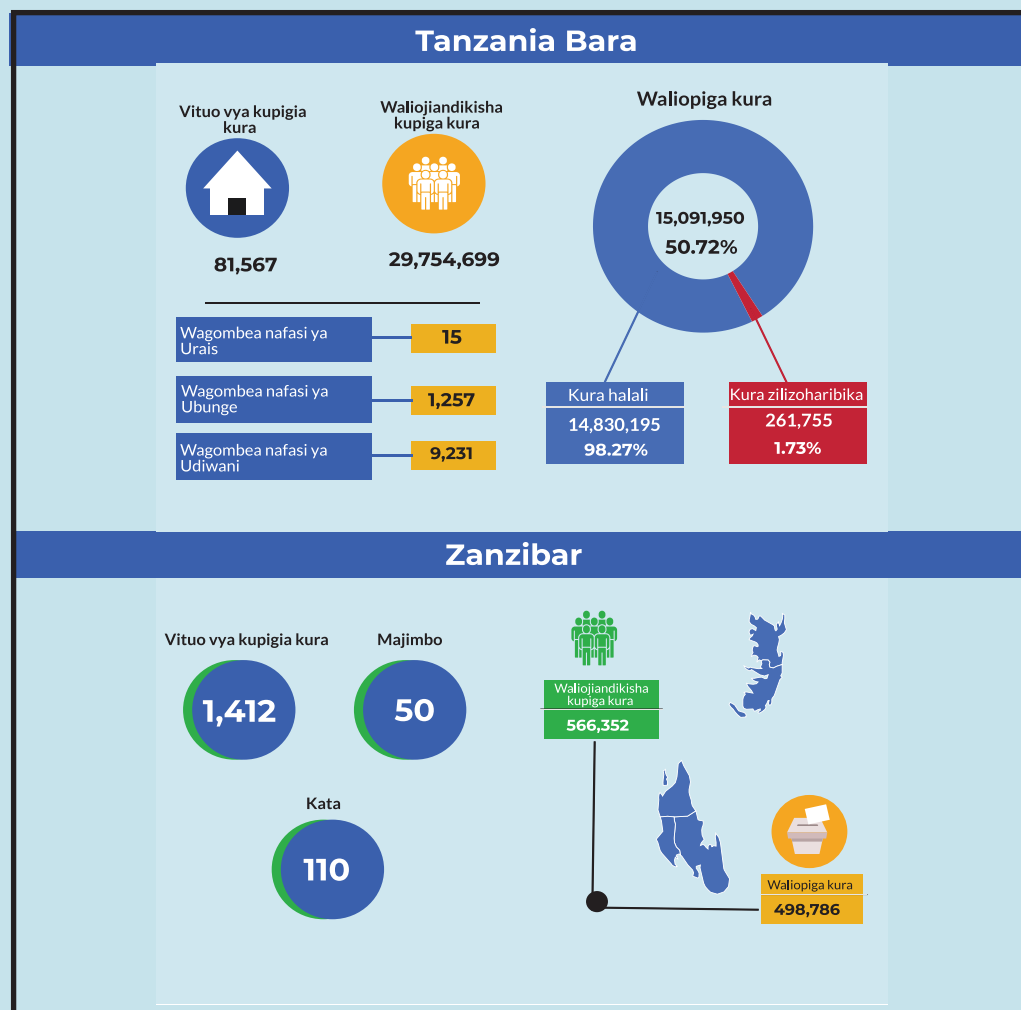
kabla ya uchaguzi mkuu wa mwaka 2020 ilijipambanua kwa mporomoko mkubwa wa nchi kwenye kipimo cha uhuru wa vyombo vya habari, kama ilivyobainishwa kwenye ripoti ya Reporters Without Borders na udhibiti binafsi uliopitiliza kwenye vyombo vya habari. Kwa hakika, mamlaka za kiserikali zinazosimamia tasnia ya habari zinapaswa kuweka hali sawa na kuendelea kushirikiana na wadau wa tasnia ya habari ili kuboresha mazingira ya vyombo vya habari na uhuru wa vyombo vya habari kwa ujumla wake. Mikutano ya mara kwa mara kati ya serikali na wadau wa tasnia ya habari ingeweza kusaidia kuziba mianya hii hali ambayo ingevitia moyo vyombo vya habari na waandishi wa habari kutekeleza majukumu yao kwa heshima ya kuitumikia nchi.

- Vyombo vya habari vinavyomilikiwa na serikali: Vyombo hivi vya habari, hasa vile vya utangazaji kwa umma, vinapaswa kuishi kwenye misingi ya kisheria na matarajio ya umma kwa kutoa fursa sawa kwa vyama kwa siasa na wagombea waohuku vikiepuka kupendelea upande mmoja. Kushindwa kwao kutoa fursa sawa katika uripoti kwa vyama na wagombea wao, pamoja namambo mengine, kunaweza kuibua kesi dhidi yao kutoka kwa wagombea na wananchi wasiofurahishwa na uripoti wao. Wasimamizi wa vyombo hivi vya habari, kama vile Mamlaka ya Usimamizi wa Mawasiliano Tanzania (TCRA) na Tume ya Utangazaji Zanzibar (ZBC) wanapaswa kuchunguza utendaji wa vyombo hivi vya umma hata kwenye vipindi visivyo vya uchaguzi ili kuiondoa kadhia hii.
- Kwenda mbali zaidi katika uripoti: Vyombo vya habari vinapaswa kutilia maanani zaidi masuala muhimu kwenye kampeni za uchaguzi badala ya kuripoti masuala hayo juu juu. Vyombo vya habari vinapaswa kuongeza ubora katika uripoti wake kwa kwenda mbali zaidi na kuripoti maudhui yaliyomo kwenye sera huku vikirejelea kwenye ilani za uchaguzi za vyama, kuhoji maswali magumu (au kutafuta vyanzo vya habari ili kutekeleza hilo), hasa hasa kuhusu kutekelezeka kwa ahadi za wagombea.

- Kutenga bajeti kwa ajili ya kuripoti uchaguzi: Kwenye uchaguzi mkuu unaokuja (2025), vyombo vya habari vinapaswa kuzingatia kutenga bajeti kila mwaka ili kuwezesha kuripoti uchaguzi. Panapaswa kuwapo akaunti maalumu ya benki au mfuko maalumu kwa lengo hili ili kukomesha na kuwalinda waandishi dhidi ya mitego ya vyama na wagombea wao kipindi nyeti cha uchaguzi. Hili linajumuisha kuanzisha vyanzo tofauti vya mapato kuondoa utegemezi kwenye vyanzo vya kale vya mapato kutokana na matangazo ya biashara, sehemu kubwa yakitoka serikalini au kwenye makampuni makubwa ya kibiashara.
- Mafunzo ya ndani: Vyombo vya habari vinapaswa kuendesha mafunzo ya mara kwa mara ya ndani ili kuunganisha mapengo

yanayojibainisha kwenye stadi na maarifa. Mafunzo ya aina hiyo yanapaswa kuwajumuisha waandishi wa habari na wahariri. Mafunzo hayo yanapaswa pia kujumuisha moduli zinazohusu jinsi ya kupanga kuripoti uchaguzi ili kuhakikisha kwamba uripoti wa vyama vya siasa na wagombea unafanyika kwa usawa zaidi kuliko ilivyokuwa kwenye uchaguzi mkuu wa mwaka 2020.

- Kuenzi na kuikumbatia dhana ya mhimili wa nne wa serikali: Vyombo vya habari vinapaswa kuanzisha na kuendeleza utamaduni wa kumulika na kuangazia masuala mbalimbali kwenye jamii likiwemo hili la uchaguzi. Vinapaswa kuanzisha maadili, miiko na tamaduni sahihi kwa ajili ya kuimarisha utawala bora ikiwemo ujenzi wa demokrasia.



Chanzo: NEC (2021), ZEC 2021.

Kiambatanisho 1

Mada zilizoripotiwa

MADA	IDADI YAKE	ASILIMIA
Uchaguzi	1,544	67%
Miundombinu na mawasiliano	144	6%
Kilimo, ufugaji, misitu na uvuvi	116	5%
Biashara, uchumi na fedha	91	4%
Masuala ya afya	85	3%
Haki, sheria, na utaratibu	78	3%
Elimu	72	3%
Maji na usafi wa mazingira	58	3%
Amani	57	2%
Kazi na ukosefu wa ajira	42	2%
'Muungano' (Union)	37	2%
Matatizo ya kijamii (Usalama wa jamii, umaskini, dawa za kulevya)	35	2%
Utawala bora na uwajibikaji	35	1%
Madini, mafuta na gesi	33	1%
Nishati	29	1%
Jinsia na masuala ya kifamilia	31	1%
Ulinzi na usalama wa taifa	31	1%
Siasa na matumizi ya madaraka	28	1%
Rushwa	25	1%
Katiba mpya	18	1%
Biashara ndogo ndogo	18	1%
Viwanda vya uzalishaji	18	1%
Utalii	19	1%
Umiliki wa ardhi	13	1%
Dini	14	1%
Migogoro	10	1%
Mambo ya nje na mahusiano ya kimataifa	6	<1%
Vyombo vya habari na uandishi wa habari	6	<1%
Masuala ya haki za binadamu	5	<1%
Mazingira na mabadiliko ya tabia nchi	2	<1%
Utamaduni, Sanaa na michezo	2	<1%
JUMLA	2,702	117%

Kiambatanisho 2

Mchanganuo wa namna mada zilizoripotiwa ulivyopangwa

MADA KWA MUHTASARI	MADA ZILIZOHUSU SUALA MOJA
<p>MASUALA YA KISIASA</p>	<p>Haki, sheria na utaratibu Katiba mpya Siasa na matumizi ya madaraka Uchaguzi Utawala bora na uwajibikaji 'Muungano' (the Union) Ulinzi na usalama wa taifa</p>
<p>MASUALA YA MAENDELEO</p>	<p>Masuala ya afya Maji na usafi wa mazingira Kilimo, ufugaji, misitu na uvuvi Elimu Mazingira na mabadiliko ya tabia nchi Sayansi, teknolojia na ubunifu</p>
<p>MASUALA YA KIUCHUMI</p>	<p>Miundombinu (barabara, reli, gridi ya umeme, mawasiliano ya simu) Nishati (aina zote, umeme, nyuklia na nishati mbadala) Madini, mafuta na gesi Biashara, uchumi na fedha Biashara ndogondogo (Wamachinga) Viwanda vya uzalishaji Kazi na ukosefu wa ajira Utalii Masuala yan je na ushirikiano wa kimataifa</p>
<p>UTAMADUNI/VYOMB VYA HABARI</p>	<p>Vyombo vya habari na uandishi wa habari Utamaduni, sanaa na michezo Dini</p>
<p>MADA ZENYE UTATA</p>	<p>Masuala ya haki za binadamu Jinsia na masuala ya kifamilia (masuala ya wanawake, ukatili wa kijinsia, na ukosefu wa usawa kijinsia) Migogoro Matatizo ya kijamii (Usalama wa jamii, umaskini, dawa za kulevya na matatizo ya watoto) Umiliki wa ardhi Rushwa</p>

Kiambatanisho 3

Uripoti wa wagombea kwa chama cha siasa na makundi ya vyombo vya habari

	UCHAGUZI WA RAIS WA MUUNGANO			UCHAGUZI WA RAIS WA ZANZIBAR			UCHAGUZI WA WABUNGE			UCHAGUZI WA WAJUMBE WA BARAZA LA WAWAKILISHI			UCHAGUZI WA MADIWANI		
	Vyombo vya habari vya serikali	Vyombo vya habari vya CCM	Vyombo vingine-vyo vya habari	Vyombo vya habari vya serikali	Vyombo vya habari vya CCM	Vyombo vingine-vyo vya habari	Vyombo vya habari vya serikali	Vyombo vya habari vya CCM	Vyombo vingine-vyo vya habari	Vyombo vya habari vya serikali	Vyombo vya habari vya CCM	Vyombo vingine-vyo vya habari	Vyombo vya habari vya serikali	Vyombo vya habari vya CCM	Vyombo vingine-vyo vya habari
CCM	81%*	94%	64%	69%	87%	60%	67%**	81%	51%	68%	62%	41%	73%	78%	61%
CHADEMA	26%*	19%	42%				16%**	14%	27%				7%	0%	12%
ACT WAZALENDO	11%	7%	9%	31%	34%	59%	6%	3%	9%	20%	23%	11%	3%		11%
CUF				4%	16%	15%	3%	2%	5%				4%	0%	8%
CHAUMMA										0%	8%	19%	0%	0%	8%

Jumla ya asilimia kwenye jedwali hili haifikii asilimia 100 kwa sababu habari moja iliyoandikwa au iliyotangazwa yaweza kuripoti mgombea mmoja au zaidi.

*Mfano wa usomaji: kati ya habari zote kwenye vyombo vya habari vya serikali zilioripoti uchaguzi wa Rais wa muungano na wagombea, asilimia 81 zilimripoti mgombea wa CCM (= Magufuli), huku asilimia 26 tu zikimripoti Lissu kama mgombea wa CHADEMA.

**kati ya habari zote zilizofanyiwa uchunguzi, vyombo vya habari vya serikali vililweza kuwaripoti hadi wagombea ubunge watatu, ambapo asilimia 67 walitoka CCM, na asilimia 16 tu walitoka CHADEMA.



UBORA WA MAUDHUI YA VYOMBO VYA HABARI TANZANIA



Chuo Kikuu cha Dar es Salaam
Shule Kuu ya Uandishi wa Habari na Mawasiliano kwa Umma
S.L.P 4067 Mikocheni B
Makaburi Street, Plot Block D, No.34
Dar es Salaam, Tanzania
Simu: +255 22 2700756
Barua pepe: sjmc@udsm.ac.tz
Tovuti: www.udsm.ac.tz



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Embassy of Switzerland in Tanzania



Kingdom of the Netherlands