

# **DIE ONTWIKKELING VAN 'N CHRISTELIKE VISIE OP SKAKELWERK IN 'N POSTMODERNISTIESE ERA**

**C. Ferreira, BBk**

Verhandeling voorgelê vir die graad Magister Artium in Bedryfskommunikasie aan die Potchefstroomse Universiteit vir Christelike Hoër Onderwys.

Studieleier: Prof. J.D. Froneman

Mei 2001

Potchefstroom, Suid-Afrika

*Dit betaam 'n Christen in elk geval om so ingestel en georden te wees dat hy dink dat hy sy hele lewe met God besig is. Om hierdie rede sal hy alles wat aan hom behoort, op God se oordeel en waardebeplating toespits. Net so sal hy die hele inspanning van sy verstand eerbiedig op Hom rig— (Johannes Calvyn, 1559 Inst. III, 7.2: Afrikaanse vertaling 1988:884)*

## Bedankings

Alleen was ek nie in staat om hierdie verhandeling af te handel nie. Daarom wil ek graag die volgende mense en instellings bedank:

Prof J vir sy studieleiding en hulp by die kleinere en grotere jakkalse. Vir die oplos van akademiese en administratiewe probleme. Van die bedink van konsepte, die “skruif” van “abstracte” tot die proeflees en inlewer. Baie dankie. Min mense het soveel vertroue in my gehad.

Martijn vir sy ondersteuning, in alles. Wat nooit gekla het oor die Saterdag en ander vakansiedae tuis (en voor die rekenaar) nie, vir al die kere wat hy die rekenaar weer reggemaak en my weer moed ingepraat het. Ek waardeer dit baie.

My ouers, wat altyd geglo het ek kan dit doen. En wat ook gehelp het waar hulle kon. Vir my pa wat die kontak met die administrasie op hom geneem het en gereël het dat sake soos registrasie afgehandel word. En, wanneer nodig, vir my artikels “ingescan” en per e-pos gestuur het! Vir Karlen, wat namens my in die Ferdi na die artikels gaan soek het, en Benja, wat selfs bereid was om al 250 bladsye te proeflees.

My skoonouers, wat vir 'n toe nog aanstaande skoonogter 'n “tuis” gegee het in Nederland. Vir Ma Riet wat gesorg het dat daar 10:00 koffiepouse is op die Troosterlaan. Pa Koos en Ma Riet het so veel gedoen om te sorg het dat ek niks tekortkom nie.

Die Driestar College in Gouda, vir die onmisbare begrip en ondersteuning van kollegas, leerlinge, die bestuur en direksie. Ek vergeet dit nooit nie. Ek sal nooit genoeg dankie kan sê nie.

Die Christelike Hogeschool Ede en die Puk wat dit vir my moontlik gemaak het om as uitruilstudent Nederland te besoek.

Johan Snel, wie se vriendskap in Ede vir my werklik baie beteken het. *Dankjewel*, Johan. Ook vir kere wat ek met hom gedagtes kon wissel oor kommunikasie en postmoderniteit. Dit het was 'n waardevolle verryking vir hierdie ondersoek.

Mev. Hestelle Stoppel van akademiese administrasie, wat meer as haar werk gedoen het om te sorg dat ook hierdie M deur die administratiewe meule kom.

En vir Jackie, wat vir my (en Martijn) al soveel kere gehelp het.

Ek het baie in Nederland geleer. Ook om die Puk te waardeer. As Puk neem mens die Ferdinand Postma-biblioteek en die hulp van al die biblioteekpersoneel en die dosente as vanselfsprekend aan. Ek het geleer dat dit nie so is nie. Ek het geleer dat dit 'n voorreg was om 'n Puk te kon wees vir so lank. Daarom baie dankie aan almal op die Puk wat maak dat die Puk die Puk is. In die besonder dankie aan die hulpvaardige biblioteekpersoneel en die dosente van die Skool vir Kommunikasiestudies.

## Abstract

This thesis explores the value dimension of public relations and offers a Christian vision on the theory and practice of the profession. It is done in view of the biblical notion that God calls his children to be faithful in all spheres of life and against the background of the history of public relations and the present post-modern context.

In view of an extensive literary review, it is concluded that public relations underwent marked developments through the years due to changing political, social, cultural and technological realities. As such this development has been intertwined with the broader context within which public relations practitioners had to function.

This is also true of the present post-modern context, which rejects universal norms and embraces, inter alia, superficiality and relativism. It is argued that a market-driven environment with its strong focus on marketing and profits holds a serious threat to a value-driven public relations profession.

In order to address this problem, the thesis examines the biblically informed views on communication held by Charles Veenstra and Calvyn (P.G.) Snyman. It is concurred with Veenstra that communication as such has an ethical dimension, because it is a mutually influencing process. He formulates an over-arching principle that God must be honoured in all communication. From this principle he derives other basic principles, namely that people using communication should have a high view of communication, they must recognise the direction of people's lives (because communication can influence that direction) and have full respect for others. Snyman's view of a loving caring for persons (*liefdevolle persoonsbehartiging*) adds another dimension which is deemed useful in formulating points of departure for a Christian vision on public relations.

The work of James Grunig and other leading public relations theorists are furthermore examined. It is concluded that the two-way symmetrical model suggested by Grunig fits well with a Christian approach to communication in general and public relations in particular. Likewise the idealistic social role and functional role of problem-solving facilitator are regarded as valuable points of departure for Christians who strive to practice

public relations consistent with their faith. This can be summarised as a process facilitating a loving caring for all other people, i.e. members of internal or external publics.

In conclusion it is argued that this approach is applicable in a typical four-phase public relations problem-solving process. It is pointed out that values underpin all facets of public relations problem solving, including the formulation of communication objectives and the use of different communication media.

It is accepted that this ethical, value-driven approach is perhaps not possible to implement in all situations or at all levels, but can be at least be applied at micro level. As such it may well impact on meso- and macro levels. In final analysis this approach is deontological, i.e. duty driven, and is offered as a contribution to a God-given calling and an ongoing discussion.

# Inhoudsgawe

<b>Bedankings</b>	<b>i</b>
<b>Abstract</b>	<b>ii</b>
<b>Hoofstuk 1: Inleiding, probleemstelling, doelwitte en metode</b>	<b>1</b>
<b>1</b>	
<b>1.1 Inleiding</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Vertrekpunte</b>	<b>2</b>
1.2.1 Die mens se skeppingsopdrag en gehoorsaamheid aan God.	
1.2.2 Roeping	
1.2.3 Die invloed van die sondeval	
1.2.4 Die eis tot gehoorsaamheid en die eis tot uitstekende skakelwerk wat aan die Christenskakelpraktisyn gestel word.	
1.2.4a Die teleologiese eise van skakelwerk	
1.2.4b Die deontologiese eise van skakelwerk	
1.2.5 Gevolgtrekking	
<b>1.3 Afbakening van die konsep</b>	<b>13</b>
1.3.1 Die werk van James E Grunig	
1.3.2 Bemerkingskakelwerk	
<b>1.4 Die algemene navorsingsvraag</b>	<b>21</b>
<b>1.5 Spesifieke navorsingsvrae</b>	<b>21</b>
<b>1.6 Rigtinggewende argumente</b>	<b>22</b>
<b>1.7 Navorsingsdoelwitte</b>	<b>23</b>
<b>1.8 Navorsingsmetode</b>	<b>23</b>
1.8.1 Geldigheid en betroubaarheid: Triangulasie	
<b>1.9 Navorsingsprosedure</b>	<b>26</b>
1.9.1 Literatuurstudie	
1.9.2 Onderhoude	
1.9.3 Voorafondersoek	
<b>1.10 Hoofstukindeling</b>	<b>27</b>
1.10.1 Hoofstuk1: Inleiding	
1.10.2 Hoofstuk 2: Geskiedenis van die skakelwese	
1.10.3 Hoofstuk 3: Postmoderne konteks van skakelwerk	
1.10.4 Hoofstuk 4: Enkele Christelike perspektiewe op kommunikasie en etiek.	
1.10.5 Hoofstuk 5: 'n Kritiese kyk op skakelkunde teorie.	
1.10.6 Hoofstuk 6: Verantwoording en samevattende gevolgtrekkings.	

<b>Hoofstuk 2: Kontekstualisering van die skakelpraktyk: Voorgeskiedenis en ontwikkeling van skakelwerk</b>	<b>29</b>
2.1 Inleiding en 'n oorsig oor die geskiedenis van skakelwerk	29
2.2 Kommunikasie en oorreding in die era voor die geboorte van Christus	31
2.3 Ontwikkelinge in die eeue n.C.	33
2.4 Gutenberg, die kerkhervorming en die Renaissance	34
2.5 Die versnellende ontwikkeling van skakelwerk	35
2.6 Die negentiende eeu: belangrike grondslae	39
2.7 Die twintigste eeu: snelle ontwikkeling	45
2.8 'n Suid-Afrikaanse perpektief	60
<b>Hoofstuk 3: Die huidige postmoderne konteks van skakelwerk</b>	<b>63</b>
3.1 <b>Inleiding</b>	<b>63</b>
3.1.1 'n Dooie punt	
3.1.2 'n Pou	
3.1.3 Verskeidenheid	
3.1.4 Ironie	
3.2 <b>Wat hou die postmoderne geestesgesteldheid in?</b>	<b>69</b>
3.2.1 Pluralisme en aandag aan die plaaslike	
3.2.2 Individualisering	
3.2.3 Die wêreld word toenemen uniform: globalisering	
3.2.4 Geen werklikheid en geen waarheid	
3.2.5 Die verwerping van universele Westerse norme en waarde	
3.2.6 Die betekenis lê in die oppervlak	
3.2.7 Die verdwyning van die mens	
3.2.8 Geen hiërargie	
3.3 <b>Gevolgtrekking</b>	<b>92</b>
<b>Hoofstuk 4: Enkele Christelike perspektiewe op kommunikasie</b>	<b>94</b>
4.1 <b>Inleiding</b>	<b>94</b>
4.2 <b>Insigte van Charles Veenstra</b>	<b>96</b>
4.2.1 Soewereiniteit van God	
4.2.2 Die mens as gerigte wese	
4.2.3 Respek vir alle mense	
4.2.4 Gevolgtrekking	

<b>4.3</b>	<b>Die insigte van Calvyn Snyman</b>	<b>102</b>
4.3.1	Die mens en sy verhouding tot God	
4.3.2	Die behoefte en die reg om te weet	
4.3.3	Die mens en sy verhouding tot sy naaste	
4.3.4	Die mens in groepsverband	
<b>4.4</b>	<b>Die individueel etiese lewe volgens J. A. Heyns</b>	<b>110</b>
4.4.1	Die etiese lewe as 'n lewe van roeping en gehoorsaamheid	
4.4.2	Die etiese lewe as 'n lewe van vryheid	
4.4.3	Die etiese lewe as 'n lewe van pligte	
4.4.4	Die etiese lewe as 'n lewe van regte	
4.4.5	Die etiese lewe as 'n lewe van deugde	
4.4.6	Die etiese lewe as 'n lewe van gewetensbeoordeling	
4.4.7	Die etiese lewe as 'n lewe van verantwoordelike kasuïstiek	
4.4.8	Die etiese lewe as 'n lewe van onvermydelike kompromieë	
4.4.9	Die etiese lewe as 'n lewe van kritiese solidariteit	
4.4.10	Die etiese lewe as 'n lewe van lyding	
<b>4.5</b>	<b>Samevatting</b>	<b>124</b>
<b>Hoofstuk 5: 'n Kritiese kyk op die skakelkunde teorie</b>		<b>126</b>
<b>5.1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>126</b>
<b>5.2</b>	<b>Etiese kodes</b>	<b>130</b>
5.2.1	Waarheid	
5.2.2	Lojaliteit	
5.2.3	Die media waar die skakelpraktisyn mee werk	
5.2.4	Die problematiek van etiese kodes	
<b>5.3</b>	<b>Op soek na 'n model vir skakelwerk wat deur Christene gebruik kan word.</b>	<b>136</b>
<b>5.4</b>	<b>Die vier modelle van Grunig in die praktyk vandag.</b>	<b>138</b>
5.4.1	Die publisiteitsmodel	
5.4.2	Die openbare inligtingsmodel	
5.4.3	Die asimmetriese tweerigtingmodel	
5.4.4	Die simmetriese tweerigtingmodel	
<b>5.5</b>	<b>Simmetrie en asimmetrie in organisasies</b>	<b>155</b>
5.5.1	Kenmerke van 'n simmetriese wêreldbeskouing.	
5.5.2	Gemengde motiewe in die simmetriese wêreldbeskouing	
<b>5.6</b>	<b>Die funksionele rol van die skakelpraktisyn in organisasies</b>	<b>164</b>
5.6.1	Kundige voorskrywers	
5.6.2	Kommunikasietegnici	
5.6.3	Kommunikasiefasiliteerders	
5.6.4	Fasiliteerders van die probleemoplossingsproses	



<b>5.7</b>	<b>Die sosiale rolle wat die skakelpraktisyn vervul</b>	<b>171</b>
5.7.1	Die pragmatiese sosiale rol	
5.7.2	Die konserwatiewe sosiale rol	
5.7.3	Die radikale sosiale rol	
5.7.4	Die ideale sosiale rol	
<b>5.8</b>	<b>Samevatting</b>	<b>179</b>
 <b>Hoofstuk 6: Op weg na 'n Christelike praksologie</b>		<b>180</b>
<b>6.1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>180</b>
<b>6.2</b>	<b>Navorsingsdoelwit 1</b>	<b>181</b>
<b>6.3</b>	<b>Navorsingsdoelwit 2</b>	<b>181</b>
<b>6.4</b>	<b>Navorsingsdoelwit 3</b>	<b>182</b>
<b>6.5</b>	<b>Navorsingsdoelwit 4</b>	<b>182</b>
<b>6.6</b>	<b>Navorsingsdoelwit 5</b>	<b>183</b>
<b>6.7</b>	<b>Navorsingsdoelwit 6</b>	
6.7.1	Geen resepebenadering	
6.7.2	Vierstapproses en strategiese denke	
6.7.3	Stap 1 in die skakelproses: Definiëring van die probleem	
6.7.3.1	Die visie en missie van 'n organisasie	
6.7.3.2	Die formulering en bereik van kommunikasiedoelwitte	
6.7.3.3	Navorsing: Waar is ons nou?	
6.7.4	Stap 2: Beplanning en programmering	
6.7.4.1	Die probleem	
6.7.4.2	Situasie-analise	
6.7.4.3	Programdoelwitte	
6.7.4.4	Publieke	
6.7.4.5	Programdoelwitte vir elke publiek	
6.7.4.6	Handelingsstrategieë	
6.7.4.7	Kommunikasiestrategie:	
6.7.4.7a	Boodskapstrategieë	
6.7.4.7b	Mediastrategieë	
6.7.4.8	Programmevaluering	
6.7.4.9	Implementeringsplan	
6.7.4.10	Terugvoer en aanpassings	
6.7.5	Stap 3: handeling en kommunikasie	
6.7.5.1	Skryf en redigeer	
6.7.5.2	Mediabetrekkinge	
6.7.5.3	Ander	
6.7.6	Stap 4: Evaluering van die program	
6.7.7	Gevolgtrekking	
<b>Bibliografie</b>		<b>221</b>
<b>Bylae</b>		<b>223</b>

# 1

## Inleiding, probleemstelling en navorsingsmetode

---

### 1.1 Inleiding

Kommunikasie deur regerings, organisasies en maatskappye het in die loop van die twintigste eeu 'n sentrale plek in Westerse demokrasieë en die gepaardgaande kapitalistiese vryemarkstelsel ingeneem. Gegee die waardedimensie van kommunikasie sou omvattende fundamentele besinning oor kontemporêre kommunikasiepatrone te wagte kon wees. Tog het dié besinning meer dikwels beperk gebly tot die rol en invloed van die massamedia. Fundamentele besinning oor skakelwerk is, op enkele uitsonderings na, heel seldsaam. Dit roep om 'n omvattende en voortgaande korreksie, iets waartoe dié studie 'n bydrae wil lewer.

In hierdie eerste hoofstuk word die drie boustene van die ondersoek aan die orde gestel, naamlik die algemene vertrekpunte, die afbakening van die konsep skakelwerk en die algemene konteks waarbinne skakelpraktisyns hul werk doen. Hieruit volg die algemene navorsingsvraag en word die metode van die ondersoek vervolgens aan die orde gestel.

## 1.2 Vertrekpunte

### 1.2.1 Die mens se skeppingsopdrag en gehoorsaamheid aan God

Het die skeppingsopdrag nog enige plek in die hedendaagse werklikheid, selfs vir diegene wat die Bybel as Gods Woord aanvaar? Die vraag is in die huidige postmoderne tydsgewrig ter sake. In hierdie ondersoek word die skeppingsopdrag aanvaar as die steeds geldige basisopdrag aan die mens. God roep die mens tot gehoorsaamheid aan Hom in alle dinge, ook die bedryf van skakelwerk:

Toe het God gesê: "Kom Ons maak die mens as ons verteenwoordiger, ons beeld, sodat hy kan heers oor die vis in die see, en die voëls in die lug, die mak diere, die wilde diere en al die diere wat op aarde kruip." God het die mens geskep as sy verteenwoordiger, as beeld van God het Hy die mens geskep...(Genesis 1:26-27a)

Wat is die huidige betekenis van die mense se beeldskap van God? En watter betekenis sou dit vir die skakelpraktisyn kon hê? Van der Walt (1999:328) gee hierop 'n raak antwoord wat in hierdie studie as riglyn gebruik word. "Beeld van God beteken om in die regte verhouding tot God te staan en om sy wette te gehoorsaam". Dit beteken dus dat skakelpraktisyns, wanneer hulle besig is met die beoefening van hul beroep ook nooit die wet van God uit die oog mag verloor nie. Van der Walt (1999:328) gaan verder: Hierdie beeldskap is nie staties nie, God het die mens nie as finaal voltooide beeld daargestel nie. Die mens moet elke dag meer en meer na sy beeld vernuwe word. Om die beeld van God te vertoon, moet die mens elke dag deur die leiding van die Heilige Gees, met al sy gawes, talente, tyd, kragte en middele God se gebooië (wat in die liefdesgebod saamgevat is) ultiem en so sy medemens en die hele skepping dien.

Hieruit kan die gevolgtrekking gemaak word dat skakelpraktisyns ook binne die skakelpraktyk hul gawes en talente, hul tyd en krag moet gebruik om God se gebooië uit te leef. Ook dat die medemens, wat binne die skakelpraktyk binne "publieke" val, gedien moet word. Maar hoe is skakelpraktisyns veronderstel om in die beoefening van hul dagtaak vorm te gee aan hul gehoorsaamheid aan die gebod van God? En wat hou die gebod in? Wat is dit presies waaraan hulle gehoorsaam moet wees?

Die eerste opdrag wat God aan die mens gegee het, is ook die eerste opdrag wat die skakelpraktisyn moet gehoorsaam: "Wees vrugbaar, word baie, bewoon die aarde en bewerk dit. Heers oor die visse in die see...." (Genesis 1: 28). In Genesis 2:15 lees ons

ook hoe God aan die mens opdrag gee om die hele skepping op te pas. Vermeerder, bewoon, heers, bewerk en oppas, word die kultuurmandaat van die mens genoem. God gee aan die mens 'n mandaat om sy skeppingswerk voort te sit en die potensiaal van die skepping te ontsluit (Van der Walt, 1999:343, Heyns, 1986:378,379). Die mens as burger van die skepping maak hier die verrassende ontdekking dat hy ook 'n koning in die skepping is, want ook hy mag heers. Die ganse skepping is aan die mens onderwerp (Heyns, 1974:73).

Net soos die mens na God se beeld geskape is, is die mens deur God geskape om hierdie kultuuroopdrag uit te voer. Dit moet nie los van die skepping gesien word nie. Dit is nie asof God eers geskep en toe die opdrag gegee het om oor die skepping te heers nie. Die uitvoering van die kultuurmandaat is "ingebou" in menswees. Die mens kan nie anders as om 'n bewoner, bewerk en bewaarder van die aarde te wees nie. Dit hou ook in dat die mens die wêreld waarin God hom geplaas het moet ondersoek en dit probeer verstaan, sodat hy dit werklik ook sy tuiste kan maak (Van der Walt, 1999:344).

Die eerste opdrag wat God aan die mens gee is nie om te bid, of om 'n kerk te bou of om enige ander sogenaamd "geestelike" aktiwiteit te verrig nie, maar om 'n tuin te bewerk en oor die hele skepping te regeer. Dit was nie 'n sekondêre taak nie, maar dié taak van die mens. Dit kan dan ook die "*omvattende religieuse roeping*" van die mens genoem word (Van der Walt, 1999:344). Hierdie opdrag van die mens is meer as net 'n opdrag tot landbou. Die tuin dui op die hele skepping en die taak om die tuin te bewerk en te bewaak dui op *alle* menslike aktiwiteite (Van der Walt, 1999:344). As die kultuurmandaat in hierdie wye sin verstaan word, sluit "alle aktiwiteite" ook skakelaktiwiteite in. En wanneer skakelpraktisyns met skakelwerk besig is, is hulle besig om te antwoord op hierdie omvattende religieuse roeping. Hulle is besig om die potensiaal van die skepping te ontsluit, deur die talente, gawes en middele wat hulle van God ontvang het. Van der Walt (1999:329) skryf in hierdie verband:

Terwyl die gelowiges, die kinders van God, daarna streef om die beeld van God te weerkaats (reflekteer), kan die ongelowiges hulle nie van hulle skeppingsaard losmaak nie...Dit beteken nie dat hulle 'n ontiese gebrek, iets minder in hulle menslike struktuur as die Christen het nie.

Hulle struktuur is dieselfde, maar die rigting verskil. Want waar Christene kies om God te volg, kies nie-Christene die rigting weg van God af (vgl. Van der Walt, 1999:329).

Gelowige skakelpraktisyns wat die allesopeisende roeping van God reg hoor, doen hulle

skakelwerk tot sy eer; nie-gelowiges kan ook skakelwerk goed doen, maar dan met ander motiewe.

In hierdie toevertrou van die skepping aan die mens, stel God die mens aan as sy rentmeester, verteenwoordiger, bestuurder en trustee aan. Van der Walt (1999:347) wys daarop dat hierdie verantwoordelikheid om oor die skepping te heers 'n genormeerde verantwoordelikheid is. Die mens kan nie net na goeddunke oor die skepping heers nie. God gee sy riglyne daarvoor en dit is volgens hierdie riglyne wat die mens aan God verantwoording moet doen. God se norme is die gidse, die rigtingwysers of gebruiksaanwysings vir verantwoordelike kultuuraktiwiteit (Van der Walt, 1999:347).

Wanneer God aan die mens die opdrag gee om oor die skepping te heers, gee hy ook sy wette. Die wette wat God vir die ordelike bestaan en voortbestaan van die dinge in die wêreld gegee het, mag en moet die mens ontdek en self daardeur beheer oor die skepping neem. Waar die mens in gehoorsaamheid (en met inagneming van die wette) oor die skepping heers, breek iets van die koninkryk van God af. As die skepping God se eerste woord is, en Jesus Christus is die vleesgeworde Woord, dan is hierdie wette sy voortgesette woord, en dus sy voortdurende liefdevolle bemoeienis met die werke van sy hande. Ons kan sê die wet van God is sy heilsame en heilbewerkende teenwoordigheid in hierdie wêreld (Heyns, 1974:73).

Wanneer die mens dan besig is met die dinge van hierdie wêreld en die wette wat daarvoor geld, of dit nou in die kuns, die wetenskap, tegniek (of skakelwerk — CF) is, dan is die mens — of hy dit nou weet of nie, bely of nie of selfs positief ontken — besig met die dinge se verhouding tot God en die gestaltes van God se bemoeienis met hierdie wêreld (Heyns, 1974:73; Heyns, 1972:72).

Maar God se woord is vanselfsprekend geen handboek vir die skakelpraktisyn nie. As bestuurders in die skepping is dit die taak van skakelkundiges en skakelpraktisyns om die beginsels wat God in die Bybel gee, te positiver tot norme wat bruikbaar is in die skakelpraktyk.

Uit bogenoemde kan ons aflei dat die uitvoering van die kultuurmandaat in wese gehoorsaamheid aan God se eerste opdrag aan die mens is. Daar is ook reeds gesê dat beeldskap van God in die eerste plek gehoorsaamheid aan die gebooe van God is (kyk 1.1.1, Van der Walt, 1999:328). Vir Heyns (1972:62) is gehoorsaamheid van die mens aan God in die eerste plek daarin geleë dat hy oor die skepping heers (uitvoering van die kultuurmandaat) en tweedens, maar geensins minder belangrik nie, deur sy naaste te dien (uitvoering van die liefdesgebod).

Heyns (1972:61, 1982:363-373) sien gehoorsaamheid in die algemeen as 'n positiewe antwoord op 'n orde-reëling van God. M.a.w. gehoorsaamheid is primêr 'n ordeningsbegrip waarin die besondere verhouding tussen twee of meer groothede uitgedruk word. Gehoorsaamheid is 'n teken van onderworpenheid. Die woord "gehoorsaamheid" kan teruggelei word na die die woord "hoor". Dit dui op die bereidheid om die standpunt van 'n ander te hoor en dit na te volg. Hierdie gehoorsaamheid behoort tot die wese van menswees. God het die mens in die eerste plek deur sy Skeppingswoord geskape. Daarom is die mens 'n woordbepaalde en deur die Woord aanspreekbare wese. Die mens is bestem om aan God gehoorsaam te wees. Maar die mens is nie alleen met betrekking tot God 'n horende wese en wese wat op sy Woord antwoord nie. Hy is ook 'n aangesproke wese. Dit hou verband met die universele betekenis van die woordjie "roeping".

### **1.2.2. Roeping**

In die verhouding tussen God en mens gaan dit om die ontmoeting en geskiedenis waarin die mens nie vanuit sy eie moontlikhede vir God kies nie. En soos wat die beeldskap van die mens nie met die skepping afgehandel is nie, maar voortdurend vernuwe moet word (kyk 1.1.1), word die mens voortdurend deur God geroep tot gehoorsaamheid (Berkouwer, in Heyns, 1972:61). Die mens word geroep om homself in geloof aan God oor te gee; en wanneer hy dit doen, vervul hy hierdie roeping en is hy aan God gehoorsaam. In die vrye en verantwoordelike gehoorsaming van sy roeping realiseer die mens sy eie menswees en is hy besig met vormgewing aan dié wêreld wat God aan hom toevertrou het (Heyns 1972:63).

Soos vroeër aangevoer, is die uitvoering van skakelwerk 'n manier om gehoorsaam te wees en God se kultuurmandaat uit te voer. Hierin ontmoet hy ook sy naaste aan wie hy naassteligde moet bewys. Heyns (1972:67, 1982:363) gaan hierin selfs verder. Hy beweer dat iemand wat nie insien dat die treffende etimologiese verband tussen roeping en beroep ook 'n diep teologiese betekenis het nie, nie die Skrif verstaan nie. Hilbers (1962:113) sluit hierby aan wanneer hy skryf 'n mens kan nie van 'n beroep praat sonder om daarin na die roeping te verwys nie. Sonder roeping bestaan daar geen beroep nie.

Die woord "beroep" in die sin van lewenstaak of werksterrein stam uit die bybelvertaling van Luther. Die woord het dus van oorsprong 'n religieuse kleur. Nêrens anders, nie by die antieke volke of die Latyns-Katolieke volke word dit wat ons 'n beroep noem 'n soortgelyke woord gevind waarin dit gaan om 'n opdrag van God nie (Hilbers, 1962:113). Die oorsprong van die woord "beroep" lê ook gedeeltelik in 'n Lutherse vertaling van 1 Kor 7: 17-20. In die jongste ampelike Afrikaanse vertaling van die Bybel (1983) lees ons: "Verder moet elkeen in die omstandighede bly wat die Here hom gegee het. Hy moet bly wat hy was toe God hom geroep het..." en "...In die samelewing moet elkeen bly in die omstandighede waarin hy was toe God hom geroep het" Luther vertaal dit met: "*Ein Jeglicher bleibe in dem Beruf, darin er berufen ist.*" Die woord *klèsis* wat Luther met "roeping" vertaal beteken nie 'n beroep as 'n soort funksie in die samelewing nie, maar 'n roeping van God tot en na die evangelie.

Ongeag die plek en omstandighede waarin iemand is, wanneer hy tot geloof in die Here kom, moet hy dáár leef en werk in geloofsgehoorsaamheid aan God. In die roeping waartoe hy geroepe is, moet hy bly. Daarmee sê die apostel volgens Hilbers (1962:79) eintlik twee dinge. Ons werk is deur God aan ons gegee en ons het dit in die geloof uit sy hand aanvaar. Vervolgens moet ons daar in geloofsgehoorsaamheid werk. Die woord roeping bedoel dus nie ons gewone alledaagse werk nie, maar wel van die eis tot heiliging in ons alledaagse werk (Vgl. ook Sherman & Hendriks, 1987:17).

Danksy hierdie vertaling van Luther praat protestantse volke tans nog van beroep en hierdeur het iets wesentliks nuuts ontstaan. Die arbeid het beroep geword. Die kerkhervormers het vir die eerste keer in die wêreldgeskiedenis duidelik gesê dat pligsgetroetheid binne wêreldse beroepe ook gesien moet word as geloof wat in daad

oorgaan. Luther (in Hilbers, 1962:114) trek arbeid wat getrou in die wêreld gedoen word, reglynig deur na die vervulling van die roeping wat ons van God gekry het.

Heyns (1972:67) meen dit is waar dat God se roeping in die eerste plek 'n heil tot saligheid is, maar wys ook daarop dat hierdie heil nie abstrak of 'n suiwer teoretiese aangeleentheid is nie. Roeping tot heil is konkreet 'n roeping tot gehoorsaamheid aan God en gehoorsaamheid aan God is om sy bevele uit te voer. So kom ons dan weer terug by die opdrag in Gen. 1:28, daarmee ook by die begrip beroep. Heyns (1972:67) lei hieruit af dat die een roeping tot gehoorsaamheid in verskillende beroepe gekonkretiseer word. Of anders gestel: Ook die beroep is 'n roeping wat gehoorsaamheid van die mens vra.

Stoker (in Snyman, 1990:57) het op Heidegger, Jaspers en Sartre se siening dat die mens oorspronklike vraer is wat moet aanhou vra, geantwoord dat die mens nie oorspronklike vraer is nie, maar die oorspronklike antwoorder wat antwoord op sy gegewe moontlikhede (vgl. ook Heyns, 1974:75, 1982:364). Die mens se antwoorde is egter soms wel beperk, maar dit is omdat sy moontlikhede kreatuurlik beperk is. Hy aktualiseer die moontlikhede wat in die skepping gelê is (vgl. Van der Walt, 1999:343, kyk 1.1.1) met die antwoorde wat hy selfbepalend en selfbeslissend (maar deonties) gebind gee, naamlik deur die nuwe te skep, sy eie bestemming te verwesentlik asook dié van die kosmos waarbinne hy sy take en roeping te vervul het.

Betreffende die moontlikhede voeg Snyman (1990:57) nog die volgende onderskeid by. *Moontlikhede van die mens*, soos sy talente en aanleg, verskil van die *moontlikhede vir die mens*, met ander woorde dit wat in die skepping aanwesig is en wat die mens kan aktualiseer. Hierdie twee tipes moontlikhede vorm saam 'n twee-eenheid. Die *moontlikhede vir die mens* in die skepping vereis dat die *moontlikhede van die mens* geaktualiseer word en omgekeerd het die *moontlikhede van die mens* die gegewe *moontlikhede in die skepping* nodig om geaktualiseer kan word. Met die moontlikhede van en vir hom vind die mens sy take, want hulle kom as vrae tot die mens en hulle is die voorwaardes vir die mens om sy roeping te vervul.

Bogenoemde het omvattende en verreikende implikasies. Dit is die mens met sy unieke aard, plek in die kosmos, take en bestemming wat die skepping in sy moontlikhede laat



ontploo deur dit wat hy doen. Daardeur vind hy dat hy deur die deontiese beantwoording ook meewerk aan die ontplooiing en aktualisering van sy eie moontlikhede (Snyman, 1990:57).

Sedert die tyd van Luther vra gelowiges hulle af of die terme roeping en beroep aan mekaar gelyk gestel kan word. Het Luther nie dalk te maklik die “roeping” verwêrelds en die normale werk 'n religieus-geestelike betekenis toegeken nie? Brunner (in Hilbers, 1962:117) waarsku dat ekonomiese besigheid nie tot die hoogste deug verhef moet word nie — dit is wanneer dit te ver gevoer word lei dit tot die afgod van kapitalisme. God roep die mens in die wêreld, maar tot sy hemelse ryk. Daarom moedig Brunner mense aan om op die plek waar hy is te werk in gehoorsaamheid aan God, maar dan, soos 'n arbeider in die wingerd van God, ook diensbaar aan sy broer. Dit beteken dat die mens sy beroep as sy roeping mag, en behoort te sien en ook groot waarde daaraan mag en moet heg, so lank dit geen afgod word nie. Die werk wat mense op aarde doen, is ook diens aan God en diens aan die naaste en as sodanig “heilig” en staan onder die direkte gesag van God en is onderhewig aan sy wil.

### **1.2.3 Die invloed van die sondeval**

Die mens wat goed geskape was het egter nie geantwoord op sy roeping nie. Hy het die keuse gemaak om sonde te doen. Deur in die sonde te val, het hy teen God en teen sy naaste in opstand gekom. Alle verhoudings waarin die mens staan (met God, sy naaste, die natuur, die kultuur ens. [vgl. Heyns, 1974:69-128]) is daardeur aangetas. En tog het God die mens nie uit sy hande laat gaan nie. Hy het hom in die verbond opgesoek en in Jesus Christus sy lewe gered van ondergang en vernietiging. Die goeie wat dus in die mens aanwesig is, kan nie soos wat die humaniste doen, toegeskryf word aan die inherente goedheid van die mens nie. Dit is te danke aan die bewarende genade van God in Christus. Wie in Christus is, is 'n nuwe mens en wil alles om hom en buite hom ook nuut maak. Die heilgemaakte mens kan nie vrede hê met die gebroke wêreld rondom hom nie (Heyns, 1974:74).

Daarom kan die Christenskakelpraktisyn ook nie net die gebrokenheid wat hy in sy beroep teekom vir lief neem nie, maar het hy die taak en roeping om daarteen in te gaan en die wil van God vir hom in sy lewe en beroep opnuut biddend te gaan soek.

#### **1.2.4 Die eis tot gehoorsaamheid en die eis tot uitstekende skakelwerk wat aan die Christenskakelpraktisyn gestel word**

Dit is vir die skakelpraktisyn nie maklik in hierdie gebroke wêreld nie. Maar dit is sy konteks. Met die eeuwisseling en nuwe millenium, is dit asof mens 'n grens in die geskiedenis oorskry. Dit was seker die geval met die nadering van die jaar 1000 nC toe baie mense die einde van die wêreld verwag het. Hierdie afbakening van honderd en duisend jaar, berus op menslike beplanning en is nie bedoel om 'n baken in die geestesgeskiedenis van die mens te wees nie. Tog was daar op die vooraand van die nuwe millenium sekere strominge wat lyk asof dit iets van die “tekens van die tyd” inhou, ook al besef 'n mens dat dié strominge ook enige ander tyd in die wêreldgeskiedenis sou kon voorkom (vgl. Van Peursen, 1994:9).

Aan die einde van die negentiende eeu het 'n bepaalde soort pessimisme en sinisme geheers. Sekere denkers en skrywers soos Nietzsche (wat ook die postmodernisme fundamenteel beïnvloed het) en Baudelaire word as simbool hiervan beskou. Maar wanneer 'n mens die huidige stemming sou wil opsom, sal pessimisme tog nie die regte woord wees nie. Aan die einde van die twintigste eeu gaan dit veel meer om 'n mensheid wat “sadder and wiser” voel en 'n mentaliteit van skeptisisme het, gepaardgaande met 'n bietjie ironie.

Dié postmoderne konteks dwing Christene opnuut om selfstandig te vra na 'n eie, Bybelsgefundeerde benadering tot kommunikasie in die algemeen en die skakelpraktyk in die besonder. Sodanige nadenke moet ook aansluiting vind by die teoretiese werk wat tot nog toe gedoen is en waarin die noodwendigheid van 'n normatiewe benadering beklemtoon is. Die feit dat 'n skakelpraktisyn 'n Christen is, maak nie van hom 'n ander soort Christen nie, maar die feit dat 'n Christen 'n skakelpraktisyn is, maak van hom 'n ander soort skakelpraktisyn — dis te sê as hy erns maak met sy geloof en gepaardgaande roeping. Die Christenskakelpraktisyn het daarom 'n unieke uitdaging. As goeie skakelpraktisyn, moet hy sy skakelwerk doen en dit goed doen, d.w.s. met sigbaar goeie resultate. Terselfdertyd moet hy as Christen hierdie werk doen sodat dit tot eer van God is. Eersgenoemde eise wat 'n rol speel in die skakelpraktisyn se werk het te make met die

gevolge van sy handeling, met ander woorde die teleologiese<sup>1</sup> eise. Laasgenoemde weer het te make met wat die Christenskakelpraktisyn as sy Godgegewe plig beskou. Dit het met sy persoonlike roeping te make. Maar iets anders as gewoon die gevolge, iets transendent, is ook bepalend, te wete deontologiese<sup>2</sup> eise.

Dit is belangrik om in gedagte te hou dat nie alleen Christene deur deontologiese motiewe gedryf word nie. Ook nie-Christene kan 'n morele verpligting voel om op 'n sekere manier op te tree. Mense wat uit humanitêre oorwegings 'n besluit neem, of 'n keuse maak omdat hulle voel "dit is die regte ding om te doen", voldoen ook aan bepaalde deontologiese eise. Hierdie eise word by alle mense deur hulle lewens- en wêreldbeskouing bepaal.

In 'n voorafliteratuurstudie het dit geblyk dat weinig teoretiese diepgaande werk oor skakelwerk gedoen is waarin daar tot op die vlak van lewens- en wêreldbeskouing gedelf is. Die meeste vakliteratuur is van 'n eng tegniese aard. 'n Uitstaande voorbeeld waarin daar bo die vaardighede en metodes van skakelwerk uitgestyg word, is die werk van James Grunig en sy medewerkers. Hulle gaan nie uit van 'n eksplisiet Christelike vertrekpunt nie, maar hulle werk is klaarblyklik uiters bruikbaar vir Christenskakelpraktisyns wat op soek is na 'n Bybelsverantwoorde manier om hul beroep te beoefen.

#### **1.2.4a Die teleologiese eise van skakelwerk**

Daar is reeds genoem dat 'n goeie skakelpraktisyn 'n uitdaging het om sy werk na die beste van sy vermoë te doen en daardeur die beste moontlike resultate te verkry. In hierdie verband het Grunig en sy span vir die International Association of Business Communicators (IABC) die uitnemende skakelwerk-projek (*Excellence project*) geloods. Die doel van die projek was om twee baie belangrike vrae aangaande skakelwerk te beantwoord: Wat is die eienskappe van 'n uitstekende kommunikasiedepartement/-afdeling? Hoe maak uitnemende skakelwerk 'n organisasie meer effektief en hoeveel is daardie bydrae in ekonomiese terme werd? (Grunig, 1993:xiii). Hierdie omvattende ondersoek het sewe jaar geduur (vanaf 1985-1992) (Grunig, 1993:xiii) en die resultate van die projek is in 1992 gepubliseer<sup>3</sup>. Grunig en White (1992:42-44, 56-57, 60-61) kom daarin

---

<sup>1</sup> Van die Griekse *teleos*, wat einde of resultaat beteken (Froneman & De Beer, 1993:252).

<sup>2</sup> Van die Griekse *deon*, wat plig beteken (Froneman & De Beer, 1993:251).

<sup>3</sup> Grunig, J.E. (ed.) 1992. *Excellence in public relations and communication management*. Hillside, N.J.: Lawrence Erlbaum.

tot die gevolgtrekking dat die beste hoeksteen vir 'n uitnemende skakelwerkteorie, 'n simmetriese lewens- en wêreldbeskouing is. Die navorsers van die projek het ook tot die slotsom gekom dat die simmetriese tweerigtingmodel vir skakelwerk, wat hierop gebaseer is, die beste, of dan die uitnemendste resultate lewer (Grunig, [J] 1992:18-19; Grunig & White, 1992:39-40, 48-49, 50, 53 & 54, Dozier & Ehling, 1992:178, 181-182; Grunig & Grunig, 1992:286-290, 307-320, Grunig [L.A.], 1992:512-514, 524).

In hierdie verhandeling word meermale na die seminale werk van Grunig en die medewerkers van die uitnemende skakelwerkprojek verwys. Hul benadering het immers nie slegs ten doel om uitnemende resultate te lewer nie, maar plaas 'n lewens- en wêreldbeskouing sentraal wat die medemens ten volle in ag neem.

Dit bied dus 'n potensieel vrugbare aanknopingspunt vir die uitbou van 'n Christelike visie op skakelwerk.

#### **1.2.4b Die deontologiese eise van skakelwerk**

Hoewel ook nie-Christene besluite neem wat op etiese en morele beginsels berus, is hierdie ondersoek beperk tot die ontwikkeling van 'n Christelike visie op skakelwerk en word daar gevolglik spesifiek aandag gegee aan die deontologiese eise wat vir Christene belangrik is.

Johannes Calvyn skryf in sy institusie van 1559 (Inst. III, 7.2: Afrikaanse vertaling 1988:884) "Dit betaam 'n Christen in elk geval om so ingestel en georden te wees dat hy dink dat hy sy hele lewe met God besig is. Om hierdie rede sal hy alles wat aan hom behoort, op God se oordeel en waardebeplanning toespits. Net so sal hy die hele inspanning van sy verstand eerbiedig op Hom rig". Omdat die skakelpraktisyn dus ook in sy werk met God besig is, is dit belangrik dat hy ook dit op God se oordeel en waardebeplanning toespits.

Hoewel daar gebruik gemaak kan en moet word van die waarheidsmomente van nie-Christelike denkers (vgl. Stoker, 1970:111 en Heyns, 1972: 87), moet 'n Christelike visie op skakelwerk op sigself die toets van die Woord van God kan deurstaan (vgl. ook Botha, 1993:175-176). Dit is dus nie die bedoeling van die navorser om te beweer dat lig van God slegs sy kinders verlig nie. Ook nie-Christene lewe uit Christus en sy genade, en daarom

is ook hulle in staat om iets te verwerkliklik van sy bedoeling met hierdie wêreld. Wat hulle sê is nie alles onwaar nie en al hulle denke nie onlogies nie. Al hul optrede is ook nie oneties nie (Heyns, 1972:87-88). Hulle kan ook ontdekkings maak oor die orde-reëlings wat God inherent in sy hele skepping ingebou het (wat die menslike en nie-menslike betref). Hieruit maak Heyns (1972:88) selfs die gevolgtrekking dat die gehoorsaamheids-gestaltes wat by nie-Christene aangetref word, ook *Christelik* genoem kan word, hoewel dit hier eerder nie so gebruik sal word nie. Wel kan waarheidsmomente wat by nie-Christene aangetref word ook in 'n studie deur Christene gebruik word, maar eers wanneer dit van hul valse vooronderstellings gestroop word (vgl. Stoker, 1970:111).

### 1.2.5 Gevolgtrekking

Dit is die roeping van die skakelpraktisyn om skakelwerk te doen wat tot eer van God is. Omdat nie-Christene hierdie roeping nie erken nie, gaan hulle daar anders mee om as Christene wat wel bewus is daarvan dat hulle in hul hele lewe deur God aangespreek word. Christenskakelpraktisyns wat sout vir die aarde en lig vir die wêreld ook in hul beroep wil wees, is die hele tyd besig om aktief God se wette te gehoorsaam. Hulle is besig om te antwoord op God se roeping. Hulle maak gebruik van die riglyne in die Woord van God, ook wanneer hulle hul werk doen. Daarom is normlose skakelwerk nie vir roepingsbewuste Christenskakelpraktisyns aanvaarbaar nie. Alleen dit wat vir God aanneemlik is, is aanvaarbaar.

Van der Walt (1999:1) voer aan dat mense wat deur die lewe, dood en opstanding van Christus en met die krag van sy Heilige Gees aangeraak is, self verander en probeer ook die lewe rondom hulle vernuwe: "Die ware Christelike godsdiens is nie 'n wêreldontvlugende nie, maar 'n wêreldveranderende, transformerende krag." Die reikwydte van hierdie vernuwing is egter nie tot die innerlike lewe beperk nie. Dit dui ook nie alleen op die mens se verhouding met God nie; die mens se verhouding met sy medemens en die res van die skepping word hierby ingesluit. Dit sluit skakelwerk noodwendig in.

### 1.3 Afbakening van die konsep

Waar dit hier gaan om die ontwikkeling van 'n Christelike visie op skakelwerk in 'n postmoderne era, is dit nodig om 'n nadere omskrywing van die term skakelwerk te gee — veral ook omdat daar geen eenstemmigheid daarvoor bestaan nie.

Skakelwerk is in wese kommunikasie. Die titel van Skinner en Mersham (1998:354) se hoofstuk oor skakelwerk in *Mass media towards the millenium*, lui dan ook: "Public relations: A vital communications function of our times." Om skakelwerk te definieer as "kommunikasie" is egter nie genoeg nie. Mastenbroek (1997:29) skryf dat kommunikasie 'n "container"-begrip geword het, d.w.s. 'n houer of asblik wat van tyd tot tyd leeggemaak kan word. Dit het gevolglik 'n ietwat niksseggende, verslete begrip geraak en is oop vir meervoudige en dus teenstrydige interpretasies (vgl. Mastenbroek, 1997:29). Dieselfde kan trouens van die begrip *skakelwerk* gesê word. In 1976 het Harlow (in Van der Meiden & Fauconnier, 1990:16; Cutlip et al 1985:3-4) al 472 gepubliseerde verskillende definisies vir "skakelwerk" getel. Van der Meiden en Fauconnier skat (1990:19) dat daar nou al meer as vier duisend definisies skakelwerk bestaan. En 'n dekade het intussen weer verloop. Daarby skryf Skinner en Mersham (1998:347): "The term 'public relations' has been one of the most misused and misunderstood since the early 1950's. In the past it has incorrectly been associated with advertising, marketing and promotions." Dit is daarom belangrik dat hier vanuit die staanspoor duidelik gemaak word wat hier met *skakelwerk* bedoel word. 'n Definisie wat dikwels gebruik word, is die van Grunig en Hunt (1984:6) (vgl. Prokom, 1999:1; Van der Meiden en Fauconnier, 1990:16 & Grunig, 1992:4) wat *public relations* beskryf as die bestuur van kommunikasie tussen 'n organisasie en sy publieke. 'n Definisie wat veral in Suid-Afrika algemeen gebruik word om skakelwerk te omskryf is "*Public Relations is the deliberate, planned and sustained effort to establish and maintain mutual understanding between an organisation and its publics- both internal and external*" (Skinner & Mersham, 1998:351). Dit is ook die definisie van skakelwerk wat deur OSISA, in Engels PRISA, (die professionele vereniging vir skakelpraktisyns in Suid-Afrika) as amptelike definisie gebruik word.

Omdat *kommunikasie* en begrip self problematiese begrippe geword het, kan nie daarmee volstaan word nie. Verder het 'n aantal outeurs, waaronder Cutlip et al (1985) en Wilcox et al (1992) gewaarsku teen die nadele van 'n enkele definisie van skakelwerk. Lubbe

(1994:7) het egter die volgende punte geformuleer waaroor die grootste mate van ooreenstemming bestaan.

1. Skakelwerk het met beleid te make en daarom is skakelwerk 'n **bestuursfunksie**. Dit behels die leiding van 'n organisasie na die bereiking van organisasie doelwitte volgens 'n plan (vgl. ook Skinner & Von Essen, 1982:3).
2. Skakelwerk behels die skep van wedersydse begrip (*mutual understanding* in die definisie van Skinner en Von Essen, 1985:3) daarom is skakelwerk ook 'n **interpretasiefunksie**. Dit interpreteer die organisasie (sy beleid en optrede) vir die publieke en interpreteer ook die publieke (hul behoeftes en persepsies) na die organisasie toe. "Om betekenis te vergemeenskaplik" is ook De Beer (1998:8) se kort samevatting van die konsep "kommunikasie".
3. Skakelwerk is 'n **kommunikasiefunksie**. Daarmee word bedoel dat dit sorg dra vir die stuur en ontvangs van boodskappe tussen die organisasie en sy verskeie publieke. (Vgl. ook Skinner & Von Essen, 1982:3; sien ook die transaksionele model, hoofstuk 5.4).

Groenendijk et al (1997:11) gee die volgende definisie van *public relations*<sup>4</sup>, wat aansluit hierby.

**Public relations** is die beleidsvoorbereidende, strategieplannende en uitvoering regiserende funksie ten behoeve van (het management van) organisasies die — op basis van de vastgestelde koers — verantwoordelik is voor:

- het bevorderen van het evenwicht tussen organisasie en saamenleving
- het stelselmatig bewaken, analyseren en bijsturen van de relatie tussen de organisasie, haar strategiesche doelgroepen en in het algemeen de saamenleving
- het plannen en uitvoeren van het interne en externe kommunikasiebeleid.

Groenendijk (1997:14) sê verder dat die kern van gesonde skakelwerkbeleid, die samehang tussen goed oorwoë organisasiegedrag en sistematiese kommunikasie is. So 'n beleid is daarop gerig om ewewig tussen 'n organisasie en die buitewêreld te bereik en dit te behou. Die element *organisasiegedrag* impliseer dat skakelwerk onlosmaaklik verbonde is met alle fasette van die organisasie.

The public relations practitioner serves as an intermediary between the organization that he or she represents and all of that organization's publics. Consequently, the PR practitioner has responsibilities both to the institution and to its various publics. He or she distributes information that enables the institution's publics to understand its policies.

---

<sup>4</sup> Hier word bewus gebruik gemaak van die "Nederlandse" term *public relations* (al lyk dit verdag baie na Engels) omdat daar tot onlangs in Nederland 'n onderskeid gemaak is, tussen *publiek relations* en *voorlichting*, wat in Afrikaans albei onder een term, nl. *skakelwerk* saamgevat word. PR is volgens hulle meer in belang van die organisasie self (skakelwerk in die bedryfswêreld) en *voorlichting* is in belang van die publieke (dit word nou veral "overheidskommunikasie" genoem. Hierdie onderskeid kom nog in dikwels voor in die spreektaal en sommige handboeke, maar is nie meer so algemeen nie. Volgens Van Gent en Katus (1990:7), bekende *voorlichting*kundiges in Nederland, kom dit nie voor in Engelse, Franse of Duitse vakliteratuur nie.

Hoewel 'n groot deel van die skakelpraktisyn se werk op die vlak van bestuurkommunikasie lê en die praktisyn veral hier 'n invloed kan uitoefen op die kultuur van 'n organisasie, word in hierdie verhandeling veral gekonsentreer op die georganiseerde kommunikasie wat namens die organisasie gedoen word.

### **1.3.1 Die werk van James E. Grunig**

Daar is vroeër melding gemaak van die werk van James E. Grunig en sy bydrae tot die ontwikkeling van die skakelkunde. Vir hierdie ondersoek word sy werk as van kardinale belang beskou. Die eerste belangrike oorweging is die diepgang wat in Grunig se werk aangetref word. Waar die meeste boeke oor skakelwerk vanuit 'n vaktegniese perspektief geskryf word, delf Grunig en sy medewerkers tot by die vooronderstellings en gee pertinente aandag aan die lewens- en wêreldbeskoulike aspekte van die terrein. Verder word Grunig se werk wêreldwyd gerespekteer en as basis vir verdere ondersoeke gebruik. So gebruik die Prokom (1999:1) in Salzburg van sy werk; Van Ruler (1996) in Nederland baseer haar doktorstesis op sy werk en ook Marra (1997) in Australië grond haar navorsing op die Excellence-ondersoeksresultate. In die meeste gesaghebbende handboeke word daar na Grunig en sy werk verwys. Dit sluit onder meer in: Lubbe en Puth (1994:9)(RSA), Van der Meiden en Fauconnier (1990:16, 150, 174) (Nederland en België), Groenendijk et al (1997) (Nederland), Newsom et al (1993:20-21, 97-98, 172, 480)(VSA).

Grunig en Hunt (1984) onderskei vier modelle vir skakelwerk. Die vierde hiervan, naamlik die simmetriese tweerigtingmodel vir skakelwerk, vorm later die basis vir wat hy uitnemende skakelwerk noem. Dit is 'n model wat gerig is op die verbetering van verhoudings tussen 'n organisasie en sy publieke.

Binne hierdie model vir skakelwerk soos bo (1.3.1-1.3.2) uiteengesit, lyk dit moontlik om skakelwerk te doen wat aan beide die teleologiese sowel as die deontologiese eise wat aan die skakelpraktisyn gestel word te voldoen.



### 1.3.2 Bemarkingskakelwerk

Bemarking is die funksie binne 'n organisasie wat daarop toegelê is om die omset van 'n produk of diens te vergroot of te behou. Die bemarkers doen marknavorsing en ontwikkel konsepte om die produk of diens verkoop te kry. Alle aandag is gerig op die produk of die diens. Bemarkers stel daarom ook bemarkingsplanne op waarin hulle die gebruik van verskillende tegnieke en middelle uiteensit om die produk of diens te bevorder. Ook skakeltegnieke word hierby ingespan (Kok, 1997:466).

Wanneer skakeltegnieke ingespan word vir bemarking, en die produk of diens word so sentraal geplaas dat die belange van andere uit die oog verloor word, of op 'n definitiewe tweede of derde plek geplaas word, val dit buite die veld van hierdie navorsing. Trouens, dit mag deel vorm van 'n totale kommunikasiebenadering wat skakelwerk insluit, maar is so andersoortig dat dit hier pertinent uitgesluit word. Daarmee word die behoefte aan bemarkingskommunikasie, insluitende bemarkingskakelwerk, nie ontken nie en word die uitsluiting hiervan kortliks gemotiveer.

Die konsep van totale kommunikasie (wat in die kommunikasieliteratuur veel aandag kry) het veral sedert die begin van die negentigerjare van die vorige eeu baie veld gewen (vgl. Overton-de Klerk [1993], Russell & Lane [1993], Belch & Belch [1995] & Webster [1994]). Overton-de Klerk (1993:179) noem totale kommunikasie 'n "home truth". Sy wys op die wenslikheid van totale kommunikasie as vereiste vir die suksesvolle vestiging en onderhouding van 'n handelsmerk. Die drie boustone van totale kommunikasie is volgens haar: koördinasie van kommunikasie-aktiwiteite, bestuur van die "kommunikasie-voorraad" en gesentraliseerde handelsmerkbestuur. Overton-de Klerk (1993:180) skryf verder:

*In essence, total communication means the co-ordination of each and every communication activity which can build a brand image— whether it is a product brand or a corporate brand. These communication activities may include advertising, promotion, personal sales, public relations, (my beklemtoning — CF) recruitment or corporate identification. They should be regarded as part and parcel of the same compact communication mix which, if their messages are consistent, can build up a strong and profitable brand image. Once this is achieved, a "fund of goodwill" ... or "brand equity" ... will be established from which the product or company can derive future benefits .*

Hierin sluit sy aan by vele wat skakelwerk in een asem noem met die ander maniere om bemarkingsdoelwitte te bewerkstellig. Belch en Belch (1995) noem dit geïntegreerde kommunikasie:

*...many companies are taking a new approach to marketing and promotion: they integrate their advertising efforts with a variety of other communication techniques such as sales promotion, direct marketing, publicity and public relations... (Belch & Belch, 1995:4) (beklemtoon deur my— CF).*

Belch en Belch (1995), Overton-de Klerk (1993) en vele ander sien skakelwerk as 'n "marketing function" (vgl. Belch & Belch, 1995:viii), as deel van die "marketing mix" (Russel & Lane, 1993:22,26 & Overton-De Klerk, 1993:183,191) of as deel van die "new marketing concept" (Webster, 1994:9). Belch en Belch (1995:viii) skryf voorts: "Today's student is expected to understand all of the major marketing communication functions: advertising, direct marketing, sales promotion, public relations and personal selling" (beklemtoon deur my— CF). En Russell en Lane (1993:22, 26) noem die vier elemente van die bemarkingsmengsel (marketing mix) as synde persoonlike verkope, verkoopspromosie, reklame en skakelwerk" (beklemtoon deur my— CF).

Wanneer 'n organisasie kommunikasiedoelwitte stel, lei hulle dit af van die strategiese doelwitte. Daar kan egter 'n verskil in persepsie wees oor wat die kommunikasiedoelwitte presies inhou. Russell en Lane (1992:23) skryf ook dat bemarkingsdoelwitte aanleiding gee tot reklamedoelwitte en dat reklame die belangrikste "kommunikasie-arm" van die bemarkingsafdeling is. Hulle gaan dan verder en skryf dat die belangrikste verskil tussen reklame en skakelwerk (as deel van die bemarkingsmengsel) die mate van kontrole is:

It (public relations) differs from advertising in that the advertiser directly pays for exposure of the message, controls in what media and how often it will appear, and dictated exactly what it will say. The public relations communicator can influence all these elements but has no precise control over them (Russell & Lane, 1993:26).

Die algehele doel van totale kommunikasie of "geïntegreerde kommunikasie" is om 'n boodskap na die publieke te stuur wat konsekwent is. Overton-De Klerk (1993:180) beskryf dit raak in die volgende paragraaf:

To put it simply, if your point of sale poster does not say the same thing about your product as your television advertisement, or if your advertising messages are different from your public relations (beklemtoon deur my— CF) messages, even though they all send favourable messages about your product, service or company, you are not practising total communication, and will not be able to develop a distinct product or corporate brand... conflicting messages break down the clear image people have about a party, product, company etc..

'n Totale kommunikasiebenadering kan vir 'n organisasie baie waardevol wees (veral so lank as wat dit goed gaan). Dat dit wenslik is dat boodskappe van 'n organisasie mekaar nie behoort te weerspreek nie, spreek vanself. Dat 'n "big picture approach", soos Belch en Belch (1995:7) dit noem, toegevoegde waarde verleen aan 'n kommunikasieplan, is

ook logies. Alle moontlike middele word immers aangewend om dieselfde doel te bereik. Om nie teenstrydighede te kommunikeer nie, spreek ook van integriteit (wat aansluit by die Christelike deugde van waaragtigheid, eerbaarheid en betroubaarheid [kyk 4.4.5]; vgl. ook Matteus 5:37: Laat julle "ja" eenvoudig "ja" wees en julle "nee", "nee"). Blootstelling van publieke aan konsekwente boodskappe lei tot die opbou van 'n "kommunikasie-voorraad" en die vestiging van 'n handelsmerk (Overton-De Klerk, 1993:188), maar kommunikasie van teenstrydige boodskappe is nie alleen uit 'n kommunikasieperspektief (teleologies) gesien nadelig nie, ook uit 'n deontologiese perspektief is dit nie goed nie. En as Overton-De Klerk (1993:191, vgl. Miyamoto, 1997:2) skryf dat bemarking, skakelwerk (ook interne kommunikasie) nie onafhanklik van mekaar behoort te funksioneer nie, kan daarmee akkoord gegaan word. Die probleem ontstaan egter wanneer alle ander doelwitte, kommunikasiedoelwitte (en daarom alle skakelwerkdoelwitte), interne- sowel as eksterne kommunikasiedoelwitte ondergeskik gemaak word aan die bemarkingsdoelwitte. En dit is wat deur talle bemarkingsboeke gesuggereer word.

Overton-De Klerk (1993:191) skryf verder:

*It can be concluded that many South African companies will benefit from becoming more marketorientated by paying more attention to the communications part of the marketing mix... Brand building can only occur through communication. More over successful brand building can only occur through total communication, which requires co-ordination of communication activities, the building of communication stock and centralised communication management.*

Die die oorhoofse kommunikasiedoelwit word dus die vestiging van 'n sterk handelsmerk. En die doel van 'n handelsmerk is die vergroting van 'n markaandeel. Die American Marketing Association (in Belch & Belch, 1995:6) definieer bemarking as die proses van beplanning en uitvoering van die konsep, prys, promosie, verspreiding van idees, goedere en dienste om 'n ruiltransaksie te bewerkstellig waarmee die doelwitte van die organisasie en individu bereik word. Bemarking fokus op die "ruiltransaksie" (Belch & Belch, 1995:6; vgl. ook Cutlip et al, 1984:6). Ondernemings wil wins maak. Kommunikasie en skakelwerk moet dus gebruik word om groter winste te verseker. Hierdie (her-)definiëring van skakelwerk tot, in terme van die heersende markideologie, 'n blote handperdjie van bemarking, is onaanvaarbaar. Gegee die teoretiese vertrekpunte wat in hierdie studie by herhaling gestel word (veral in hoofstuk 5), sal Christenskakelpraktisyns (saam met nie-Christene wat hierdie standpunt deel) op strategiese gronde nie daarmee kan saamgaan nie. Dit sal die aard van die kommunikasiedoelwitte ingrypend raak.

Craig Miyamoto (1997:1), 'n geakkrediteerde skakelpraktisyn van die PRSA, noem die kaping van skakelwerk deur voorstanders van die bemarkingsbenadering "marketing's usurpation ploy". Howard Chase (1999:13), 'n stigterslid van PRSA, het onder die opskrif "*Chase foresees dismal future for public relations— it's been captured by marketing*" hom ook pertinent daarteen uitgelaat. Wanneer Pardun en Brittain McKee (2000:481-493) in die gerekende vaktydskrif *Public Relations Review* 'n artikel plaas met die titel *Product placements as public relations: An exploratory study of the role of the public relations firm, is dit duidelik* hoe ver hierdie herdefiniëring van skakelwerk ("ploy") reeds geslaag het.

Miyamoto (1997:1) maak die verdere relevante stelling:

Most of the marketing people I know (with a few notable exceptions) have the arrogant attitude that marketing drives everything in the business world... And to an extent, their arguments hold water. After all, marketing controls communications in so many ways, from the creation of a product and/or service, to the moment that it is consumed or used by the customer. No argument there".

Wat besighede (en bemarkers) egter nie uit die oog moet verloor nie, soos Arthur Page (in Strenski, 1998:24) dit stel: "All business in a democratic country begins with public permission and exist by public approval." Geen organisasie of besigheid kan dit homself veroorloof om sy skakelaktiwiteite te laat vaar en slegs bemarking te doen nie. Die doel van bemarking en skakelwerk is te verskillend: die bemarker het 'n oog vir mark, verbruikers, vraag en aanbod (en daarmee kan prinsipiëel geen fout gevind word nie). Die skakelpraktisyn is egter (ook) geïnteresseerd in verhoudings, in die oplossing van konflik en die bevordering van wedersydse samewerking — dus die verkryging en onderhouding van toestemming en goedkeuring van die publieke (Czamecki, 2000:1). Ook Holzhausen (in Holzhausen & Verwey, 1996:25) kom tot die gevolgtrekking dat daar 'n wesentlike verskil tussen skakelwerk en bemarking is. Volgens hulle is die verskil geleë in die interpretasie van die woord "market" in "marketing" en "public" in "public relations". 'n Organisasie kan 'n mark uitkies en 'n bemarkingsstrategie bepaal om die mark te bereik, maar hy kan nie sy publieke kies nie. En soos Pelham (2000:38) skryf: "As long as there is 'n public, there must be public relations."

Bemarking is waardevol vir 'n organisasie omdat dit kan lei tot die vergroting van inkomste; skakelwerk het waarde vir 'n organisasie omdat dit breër kyk. Czamecki (2000:2), wat sy werk baseer op dié van Grunig, waarsku dat iemand wat die waarde van skakelwerk

opsigself onderskat die tyd moet neem om die volgende te oorweeg: Sonder egte skakelwerk ontstaan die *teenoorgestelde* van die volgende situasies:

- Belangegroepes wat tevrede is met die optrede van jou organisasies.
- Gerusgestelde gebruikers omdat hulle weet dat jou organisasie betroubaar is (of)
- Lojale donateurs wat jou vertrou en bly steun, al is geld skaars.
- Werknemers wat jou en jou organisasie respekteer as 'n goeie en regverdige werkgever.
- Minder mense en organisasies wat lus het om jou organisasie voor die hof te daag.
- Wetgewers wat jou as 'n etiese organisasie beskou wat openbare steun geniet.
- Bure wat nie omgee dat jou organisasie die straat met hulle deel nie.
- Aandeelhouers wat jou organisasie as bevoeg en kompetender beskou.
- Die industrie wat jou organisasie as 'n leier beskou.

Skakelwerk en bemerking funksioneer die beste as dit as afsonderlike bestuursfunksies beskou word. Hierdie twee funksies in die korporatiewe span kan saamwerk as gelykwaardige spanlede en help om die besigheidspesies te integreer.

"Today", skryf Grunig en Hunt (1984:vi), "organizations face increasing conflict with publics in their environment, and technical communication skills alone will not enable public relations people to deal with that conflict." Hoewel dit reeds in 1984 geskryf is, is dit vandag steeds geldig en in toenemende mate gesien die postmoderne konteks van skakelwerk waar daar met globalisering en pluriformiteit van kulture en kontekste rekening gehou moet word. Evers (1998:84-85) skryf dat daar steeds meer rekening gehou moet word met mondige burgers wat toegang en seggenskap in regeringsaangeleenthede wil hê met 'n steeds onafhankliker en kritieser wordende pers. Die toenemende konflik van organisasies met die publieke in hulle omgewing het verseker nie minder geword nie, daar kan eerder gesê word dat die konflik in die postmoderne era steeds verder toegeneem het. Organisasies het daarom skakelwerk steeds nodiger om hulle plek in die samelewing te behou. Publieke staan steeds meer wantrouig teenoor organisasies (n.a.v. gebeure soos rasionalisering, samesmeltings en die uitkoop van ander organisasies, omgewingsbesoedeling ens.) terwyl hulle steeds hoër eise aan organisasies stel. Hulle eis

gewoon van besighede en organisasies dat hulle betrokke raak by die oplossing van interne en eksterne probleme (vgl. Judd, 1995:37).

Wat skakelwerk kan doen (en wat nóg bemerking en nóg reklame kan doen), is om 'n grondslag te lê vir die skepping en herstel van vertroue en geloofwaardigheid. Die rede hiervoor, skryf Miyamoto (1997:3), is omdat alleen skakelwerk uitgaan van die ou gesegde: "what you do speaks so loud I cannot hear what you say". Hy skryf verder (1997:3) dat alleen geloofwaardige verhoudings wat opgebou is deur professionele skakelpraktisyns tussen 'n organisasie en sy publieke kan 'n goeie reputasie van 'n organisasie vestig onder die verskillende publieke van 'n organisasie. Bemerking is alleen geïnteresseerd in menslike gevoelens so ver dat dit 'n verbruiker oortuig om 'n produk te koop en dit te gebruik. Bemerkingsreklame is alleen geïnteresseerd in mense se gevoelens in die mate wat dit hulle dwing om op 'n boodskap te reageer en die produk te koop. Skakelwerk, daarenteen, is volgens Miyamoto (1997:3)

...concerned with human feelings to the extent that the relationships established can help to the company change its operations and philosophies to serve more than just the company's objectives, more than just the buyer's needs, more than just a community. Public relations can (and does) work from within an organization to serve a much nobler goal — that of serving the public interest. We are indeed the conscience of an organization. We are the ones who create the soul of an organization.

Wat verder in hierdie studie geargumenteer word, hou bogenoemde teoretiese keuse steeds voor oë en moet in die lig daarvan gelees word.

#### **1.4 Die algemene navorsingsvraag**

Die algemene navorsingsvraag wat uit die voorafgaande na vore kom, is:

*Watter Bybelse riglyne kan geïdentifiseer word vir die ontwikkeling van 'n Christelike benadering tot skakelwerk waarin 'n Christelike lewensvisie binne 'n post-modernistiese samelewing vergestalt word?*

#### **1.5 Spesifieke navorsingsvrae**

Na aanleiding van bogenoemde kan die volgende spesifieke navorsingsvrae geformuleer word:

- 1.5.1 Hoe het die skakelpraktyk ontwikkel tot sy huidige vorm en funksie?
- 1.5.2 Wat is die konteks van kontemporêre skakelwerk?
- 1.5.3 Watter Bybelse perspektiewe bestaan daar vir die ontwikkeling van 'n Christelike visie op kommunikasie in die algemeen en skakelwerk in die besonder?
- 1.5.4 Watter breë Bybelse perspektiewe bestaan vir die individueel-etiese lewe?
- 1.5.5 Watter elemente uit die sekulêre skakelpraktyk en skakelkunde is versoenbaar met bestaande Christelike perspektiewe (sg. waarheidsmomente)?
- 1.5.6 Hoe kan 'n praktiese Christelike visie op skakelwerk daaruit sien?

## **1.6 Rigtinggewende argumente**

In hierdie studie sal gepoog word om bogenoemde navorsingsvrae aan die hand van die volgende drie rigtinggewende argumente te beantwoord:

- 1.6.1 Christene word geroep om ook in die huidige oorwegend postmoderne beroepswêreld (kyk hoofstuk 2), insluitende die skakelwese, in terme van Bybelse norme op te tree.
- 1.6.2 Veenstra, Snyman en Heyns bied 'n aantal belangrike Bybelse perspektiewe op die ontwikkeling van 'n Christelike visie op kommunikasie (kyk hoofstuk 3). Hierdie perspektiewe kan benut word in die uitbou van 'n Christelike visie op skakelwerk (kyk hoofstuk 4).
- 1.6.3 Bestaande etiese kodes, Grunig se simmetriese tweerigtingmodel vir skakelwerk en sy idealistiese sosiale rol vir skakelwerk, asook Cutlip et al se gedagte dat die skakelpraktisyn moet optree as 'n fasiliteerder van die probleemoplossingsproses as sosiale rol vir die skakelpraktisyn bied aanknopingspunte vir die ontwikkeling van 'n Christelike visie op skakelwerk (kyk hoofstuk 4).

In die lig van hierdie argumente kan die doelwitte van die studie nou as volg saamgevat word:

## **1.7 Navorsingsdoelwitte**

- 1.7.1 Om die ontstaan en die ontwikkeling van skakelwerk kortliks te beskryf.
- 1.7.2 Om die veranderende postmoderne konteks van skakelwerk te beskryf.
- 1.7.3 Om bruikbare Bybelse perspektiewe op die begrip kommunikasie aan die hand van Veenstra en Snyman na te speur.
- 1.7.4 Om aan die hand van Heyns breë riglyne te vind vir 'n individueel-etiese lewe.
- 1.7.5 Om 'n uiteensetting te gee van bruikbare ontwikkelings in die sekulêre skakelpraktyk ( waaronder etiese kodes), Grunig se interpretasie van die ontwikkeling van skakelwerk (insluitende sy formulering van 'n simmetriese tweerigtingmodel vir skakelwerk), asook gangbare funksionele en sosiale rolle vir die skakelpraktisyn en -praktyk.
- 1.7.6 Om aan te toon hoe 'n Christelike visie op skakelwerk prakties deur individuele Christenpraktisyns toegepas kan word.

## **1.8 Navorsingsmetode**

Vir die doel van hierdie ondersoek is daar gebruik gemaak van 'n kwalitatiewe navorsingsmetode. Daaroor sê Christians en Carey (1989:359):

Qualitative studies start from the assumption that in studying humans we are examining a creative process whereby people produce and maintain forms of life and society and systems of meaning and value... Humans live by interpretation... The task of social science, the basic task of qualitative studies is to study these interpretations, that is to interpret these interpretations so that we may better understand the meanings that people use to guide their activities" .

Om die navorsingsdoelwitte te realiseer is in die besonder gekies vir 'n kwalitatiewe literatuurstudie. Die kwantitatiewe benadering sou vir hierdie studie geen nut gehad het nie. Die kwalitatiewe benadering volg prosedures wat nie so streng geformaliseer is soos die kwantitatiewe benadering nie. Die reikwydte hiervan is meer grensloos en daar word op 'n meer filosofiese wyse te werk gegaan (Mouton & Marais, 1992:27). Dit is inderdaad die benadering wat in hierdie ondersoek gevolg word aangesien na onder meer die onderliggende vooronderstellings in die postmoderne samelewing en kultuur, die Christelike lewens- en wêreldbeskouings en die gevolge daarvan vir skakelwerk gekyk word.



Deur kwalitatiewe navorsing probeer 'n navorser om die unieke, dinamiese en holistiese aard van die mens (en sy aktiwiteite) te verstaan (Greeff, s.a.:1). Die fokus van 'n kwalitatiewe ondersoek is kompleks en wyd en die bedoeling daarvan is om betekenis aan die geheel te gee. "In this view" skryf Christians en Carey (1989:363) "meaning is not determined by statistical indexes of external behaviour, but by context" (beklemtoon deur my— CF). Die lewe is kompleks en die ontdekking en verkenning van een konteks lei dikwels tot die ontdekking en verkenning van 'n volgende konteks, "and the richness of particular events is uncovered only as single situations... fit within their multiple contexts" (Christians & Carey, 1989:363). En vir enige gebeurtenis om reg verstaan te word of om na regte geskat of gewaardeer te word, is dit nodig om die tydsgees (Zeitgeist) te verstaan waarin die gebeure plaasgevind het (Christians & Carey, 1989:364). Sonder 'n historiese anker is ons geneig om die ontwikkelingsfasies van 'n gebeurtenis mis te kyk, kan ons nie peil in watter fase dit is nie (vgl. Christians & Carey, 1989:366).

Binne die kwalitatiewe navorsingsproses neem die navorser self aktief deel en die bevindinge van die navorser word deur sy persepsies en waardes beïnvloed. Hier word dus nie na objektiwiteit gestreef nie. Hierdie subjektiwiteit is essensieel vir die verstaan van menslike belewenisse. Kwalitatiewe navorsing word uitgevoer om kennis te genereer wat betrokke is by betekenis en ontdekking (Greeff, s.a.:2).

Opskerping van konsepte is 'n strategie vir teorieontwikkeling en bevestiging (Mouton, 1988:26). Christians & Carey (1989:370) maak 'n onderskeid tussen die konseptualisering uit die kwantitatiewe navorsingstradisie en dié in die kwalitatiewe navorsingsmetodologie. Die kwantitatiewe navorser is op soek na wetmatighede deur die konsep te isoleer; die kwalitatiewe navorser wil graag insig in die onderwerp verkry en die onderliggende betekenis daarvan ontdek. "He is aiming at *meaningful portraits* and not statistically precise formulations which have been deduced from artificially determined operational circumstances" (De Beer, 1980:18). Christians en Carey (1989:370) sê:

By sensitized concepts we mean taxonomical systems that discover an integrating scheme within the data themselves...the qualitative researcher maps out territories by finding seminal ideas that become permanent intellectual contributions while unveiling the inner character of events or situations.

In hierdie studie is gepoog om aan die kriteria van Christians en Carey (1989:359) te voldoen, naamlik vergelyking, kontekstualisering en opskerping van konsepte. Om insig in die skakelpraktik van vandag te kry, is gekies om dit ook vanuit die geskiedenis, die

omstandighede waarin dit tot stand gekom het, toe te lig, [kyk hoofstuk 2] en dan met die huidige konteks te vergelyk [kyk hoofstuk 3], om dit vanuit die Christelike lewens en wêreldbeskouing van toepassing te maak op die skakelpraktyk van vandag [hoofstuk 4, 5 & 6]. Christians en Carey (1989:358) onderstreep die waarde van kwalitatiewe navorsing in die verstaan van kontemporêre verskynsels en konsepte deur die plasing daarvan in 'n historiese konteks, soos met hierdie studie gepoog is.

### **1.8.1 Geldigheid en betroubaarheid: Triangulasie**

Krefting (in Greeff, s.a.:7) noem triangulasie as 'n kragtige strategie om waarheidsgetrouheid te verseker. Fortner en Christians (1989:380) asook Greeff (s.a.:8) verwys na verskillende maniere van triangulasie onder meer na aanleiding van die werk van Denzin<sup>5</sup>. Die doel van triangulasie is om 'n volledige afgeronde analise van 'n verskynsel te bewerkstellig deur kombinasie van verskillende benaderings daartoe. Elke benadering fokus op 'n ander faset van die werklikheid. Triangulasie kan vergelyk word met 'n kaleidoskoop. Afhangende van hoe dit gehou word sal die kyker verskillende kleure en patrone kan onderskei, met die verskillende ligval. Verskillende maniere van triangulasie sluit in: data triangulasie (die gebruik van 'n verskeidenheid van bronne vir die navorsing), metodologiese triangulasie (gebruik van veelvuldige metodes om die een probleem na te vors), teoretiese triangulasie, ook veelvoudige of triangulasie deur plasing in 'n historiese konteks (vgl. Greeff, s.a.:8 & Fortner & Christians, 1989:380).

Hier is doelbewus gekies om nie van metodetriangulasie gebruik te maak nie (kyk 1.8.2). Hier is gestreef na bron- en/of datatriangulasie deur van verskillende bronne gebruik te maak. Die Suid-Afrikaanse bronne is basis gebruik, maar die kennis in Suid-Afrika is veral ontleen aan Amerikaanse bronne (vgl. Skinner & Von Essen [1995], Lubbe en Putt [1994], Skinner & Mersham [1998]). As gevolg van hierdie Amerikaanse invloed wêreldwyd, is daar swaar gesteun op wetenskaplike en skakelkundige bydraes uit die Verenigde State. Daar is ook van Europese bronne (veral Nederlandse bronne en enkele Duitse bronne) gebruik gemaak, aangesien die navorser die Christelike Hogeschool in Ede as uitruilstudent besoek het. Daar is ook gebruik gemaak van literatuur (handboeke oor die skakelkunde, teologiese en etiekboeke) asook vaktydskrifte en data wat op internet beskikbaar is.

---

<sup>5</sup> Denzin, N.K. 1970. *The research act*. Chigaco: Aldine.

## **1.9 Navorsingsprosedure**

### **1.9.1 Literatuurstudie**

Die literatuurstudie sluit in 'n studie van tersaaklike literatuur oor die huidige postmoderne konteks en die analise van 'n verskeidenheid bestaande handboeke. Verlaas die werk van Grunig vorm 'n belangrike komponent in die gelese literatuur. Daarbenewens is literatuur oor 'n Bybelse, geïntegreerde lewens- en wêreldbeskouing as belangrik beskou vir die doel van hierdie studie.

### **1.9.2 Onderhoue**

Dis was aanvanklik die doel van hierdie studie op die literatuurstudie aan te vul met semi-gestruktureerde onderhoue met 'n aantal Nederlandse en Suid-Afrikaanse skakelpraktisyns en akademici. Onderhoue is gevoer met studente en afgestudeerde studente van die Christelike Hogeschool in Ede (Nederland) wat deur die navorser as uitruilstudent besoek is. In hierdie onderhoue is vrae gestel oor hoe die studente praktiese gestalte aan hulle Christelike lewens- en wêreldbeskouing probeer gee (al dan nie). Die onderhoue het egter min waarde gehad, omdat die betrokke skakelpraktisyns nouliks 'n begrip getoon het van die vooronderstellings onderliggend aan die skakelpraktyk. Hulle HBO-opleiding (vergelykbaar met dié van 'n Suid-Afrikaanse teknikon) het gefokus is op die tegniese aspekte van skakelwerk en was nie werklik ingestel is op die teorievorming van skakelwerk nie. Een derdejaarsstudent (1999), Diana Zwart-Crezée, het byvoorbeeld as volg geantwoord op die vraag wat Christenwees in die skakelpraktyk vir haar inhou: "Ik wil mij als christen onderscheiden, d.w.z. niet alles domweg doen. Ik wil mijn principes handhaven, duidelijke keuzes maken. Bijv. ik zou nooit op zondag werken. En ik zal niet koste wat het kost informatie op willen zoeken, als het een persoon schaad." 'n Ander derdejaar sê weer: "Ik geloof dat ik op mijn vakgebied niet veel anders zal handelen dan een niet-christen..."

Die meeste afgestudeerde Christenskakelpraktisyns was wel entoesiasies oor die idees en gedagtes wat in hierdie studie na vore kom, maar moes erken dat hulle nog nooit so daarvoor nagedink het nie.

### **1.9.3 Voorafondersoek**

Die navorser het 'n voorafondersoek oor 'n tydperk van 'n semester onder leiding van die huidige studieleier gedoen. Daaruit het geblyk dat hoewel modelle vir skakelwerk bestaan (soos dié van Grunig), geen een presies voldoen aan die vereistes van 'n geïntegreerde, Bybels lewens- en wêreldbeskouing nie. Vandaar hierdie verhandeling.

## **1.10 Hoofstukindeling**

### **1.10.1 Hoofstuk 1: Inleiding, probleemstelling, doelwitte en metode**

In hoofstuk een kom veral die vertrekpunte van hierdie studie aan die orde. Hierin word die basiese vooronderstelling kortliks uiteengesit en word daar ook aandag geskenk aan die konsep *skakelwerk* wat die sentrale punt van hierdie studie vorm.

### **1.10.2 Hoofstuk 2: Geskiedenis van die skakelwese**

Skakelwerk, soos wat dit vandag beoefen word, het 'n lang aanloop gehad wat. Skakelwerk vandag, kan ook nie los van hierdie historiese konteks gesien word nie omdat dit steeds bepalend is vir die rol en funksie van 'n skakelpraktisyn binne 'n organisasie.

### **1.10.3 Hoofstuk 3: Die postmoderne konteks van skakelwerk**

Die tydsgees en wêreldgebeure was in die verlede bepalend vir die ontwikkeling van skakelwerk (sien hoofstuk 3) en sal dit in die toekoms steeds bly. Hoe skakelwerk vandag gedoen word, die verwagtings wat ten opsigte van die skakelpraktisyn bestaan en hoe daar invulling gegee word aan skakelwerk in die praktyk word grotendeels bepaal deur die konteks waarin die skakelpraktisyn werk. Die postmoderne konteks van vandag waarin toenemende pluralisering, globalisering (internasionalisering), vervreemding van norme en waardes, individualisering ensovoorts plaasvind is bepalend vir die skakelpraktyk en kom in hierdie hoofstuk aan die orde.

### **1.10.4 Hoofstuk 4: Enkele Christelike perspektiewe op kommunikasie en etiek**

Eerstens word Veenstra en Snyman se belangrike insigte aan die orde gestel, waarna Heyns se uitvoerige formulering van die etiese lewe as 'n lewe van roeping, gehoorsaamheid, vryheid, pligte, regte, deugde, gewetensbeoordeling, verantwoordelike

kasuïstiek, onvermydelike kompromieë, kritiese solidariteit, geestelik-ligaamlike gesondheid en van lyding as riglyn vir die skakelpraktisyn voorgehou word (vgl. Heyns, 1982:363-493).

#### **1.10.5 Hoofstuk 5: 'n Kritiese kyk op skakelkundeteorie**

Elemente uit die sekulêre skakelpraktyk soos etiese kodes, Grunig se normatiewe modelle vir skakelwerk en Cutlip et al se funksionele rolle word hier aan 'n aantal Bybelse beginsels en norme oor kommunikasie getoets. Waarna die bruikbare elemente (waarheidsmomente) meegeneem word in die ontwikkeling van 'n Christelike visie op skakelwerk.

#### **1.10.6 Hoofstuk 6: Op weg na 'n Christelike praksologie**

Hier word 'n Christelike visie geformuleer wat tentatiewe perspektiewe aanbied wat aan Christene in die skakelpraktyk 'n raamwerk wil bied.

# 2

## Geskiedenis van die skakelwese

---

### 2.1 Inleiding en oorsig oor die geskiedenis van skakelwerk

Vandag is skakelwerk 'n gevestigde professionele aktiwiteit wat op elke vlak van die handels-, sosiale en politieke wêreld gedoen word en waaraan jaarliks wêreldwyd miljarde rande bestee word. Dit was egter nie altyd so nie. Dit het lank geduur en heelwat moeite gekos voordat die skakelwerk 'n prominente en aanvaarde plek in die samelewing kon inneem, hoewel daar steeds wanvoorstellings en voorbehoude daaroor bestaan.

Die manier waarop skakelwerk vandag gedoen word, is hoofsaaklik 'n resultaat van twee faktore, nl. die geskiedenis wat dit voorafgegaan het en die veranderende konteks wat nuwe en veelvuldige eise aan skakelpraktisyns stel en dreig om die posisie van skakelwerk as eiesoortige aktiwiteit te verdring.

Die eerste faktor, naamlik die voorgeskiedenis wat die huidige konteks voorafgegaan het, kom in hierdie eerste gedeelte van hierdie hoofstuk aan die orde terwyl die huidige konteks waarin die skakelwese funksioneer daarna bespreek word. Aan die huidige konteks waarin die skakelpraktisyn funksioneer, kan breedweg die naam "postmodern" gegee word, terwyl die ontwikkeling van die skakelpraktyk plaasgevind het deur die loop

van baie eeue. Om die postmoderne en die skakelpraktyk in die postmoderne era te verstaan, is dit nodig om eers te begryp hoe die moderne en selfs die premoderne eras daaruit gesien het (vgl. Veith, 1994:29).

Baie skakelkundiges het nie 'n begrip van die geskiedenis en ontwikkeling van hulle vak nie en verstaan daarom nie hulle plek en doel binne die gemeenskap nie (Cutlip et al, 1985:22). Dit lei selfs tot die verswakking van hulle professionaliteit. Wanneer die navorser egter terug wil gaan na die historiese bronne, is dit maklik om te verdwaal in 'n doolhof omdat daar geen enkele samehangende benadering tot die geskiedenis van skakelwerk bestaan nie.

Van der Meiden en Fauconnier (1990:143) onderskei vier skole in die geskiedskrywing van skakelkunde; Gras (1945), Raucher (1968) en Tødlow (1979) beskryf die ontwikkeling van die skakelkunde uit 'n handels- en ekonomiese perspektief; Ed Bernays (1977) probeer weer die professionalisering as raamwerk gebruik; Van der Meiden (1978) skryf uit 'n skakelkundige visie op die publiek; en Grunig en Hunt (1984) ontwikkel funksionele modelle waarvolgens hulle die ontwikkeling en dus geskiedenis van die vak probeer verduidelik. Elke konsep gee 'n eie visie op die ontwikkeling daarvan. Van der Meiden en Fauconnier (1990:143) sê tereg dat elke visie geldig is mits mens insien dat die geskiedenis van skakelwerk 'n onlosmaakbare onderdeel is van die ineengevegte sosiale, ekonomiese, politieke en godsdiensstig-kulturele geskiedenis van elke land.

Die poging om mense te beïnvloed of oorreed, staan sentraal in skakelwerk. Newsom, Scott en Turk (1993:33) sê daarom nie sonder rede nie dat dit onderliggend is aan alle skakelaktiwiteite (vgl. Truter, 1991:35). Dit is deels die rede waarom hulle skryf dat skakelwerk in 'n sin so oud is soos die beskawing self. Vir 'n gemeenskap om te bestaan, moet die mense wat daar deel van uitmaak 'n minimumvlak van ooreenstemming bereik en dié ooreenstemming word bereik deur gebruik te maak van oorreding binne interpersoonlike of kleingroepkommunikasieverband. Die bereiking van eenstemmigheid is moeiliker as net die oordra van inligting en daarom is daar meestal 'n sterk komponent van oorredingskommunikasie by betrokke (Newsom et al, 1993:34). Vandag is oorreding steeds 'n dryfkrag in die uitvoering van skakelwerk en baie van die tegnieke wat kontemporêre skakelpraktisyns gebruik, is reeds deur leiers duisende jare gelede gebruik (Newsom, 1993:34).

Ook as skakelwerk as méér as oorreding beskou word, maar die bevordering van wedersydse begrip, is skakelwerk 'n baie ou aktiwiteit. Die Christelike kerk en vorste het eeue gelede al mense in diens geneem wie se taak dit was om bande (verhoudings) met ander mense te skep en in stand te hou (Van der Meiden & Fauconnier, 1990:144). Dit sit steeds aan die hart van skakelwerk.

## **2.2 Kommunikasie en oorreding in die era voor die geboorte van Christus**

Soos Veith (1994:29) tereg sê, is dit nodig om die premoderne era te verstaan alvorens die moderne en postmoderne eras begryp kan word. Kortliks gesê het die mens tydens die premoderne ontwikkeling van die Westerse beskawing nog in die bonatuurlike geglo. Individue en kulture as 'n geheel het in God of gode geglo. Die lewe het sy bestaan en betekenis te danke gehad aan 'n spirituele werklikheid wat nie met die sintuie waargeneem kon word nie. In hierdie konteks het skakelwerk sy oerontwikkeling gehad. Volgens Veith (1995:29) behoort die premoderne ontwikkelinge ook met die nodig erns beheer te word, omdat dit grondliggend is aan die huidige konteks. Daar was nie een monolitiese lewens- en wêreldbeskouing in hierdie fase van die Westerse ontwikkeling nie; dit was eerder 'n komplekse, dinamiese era gekenmerk deur mitologiese heidendom, klassieke rasionalisme sowel as Bybelse openbaringe. Die antieke Grieke het konflik beleef tussen hulle heidense godsdiens wat uit die animistiese natuurgodsdienste van die primitiewe kulture ontstaan het en die rasionele filosofie van intellektuele reuse soos Plato en Aristoteles. Sokrates moes 'n gifbeker drink, as gevolg van sy "ateïsme": Hy het die mitologiese wêreldbeskouing verwerp en gesê die verhale van sogenaamde "gode" is deur mense opgemaak. Volgens hom kon daar maar een God wees, een bron van waarheid, skoonheid en goedheid. Ook Aristoteles verwerp die mitologiese en redeneer dat die ontstaan van alles terug te herlei is na 'n Eerste Oorsaak, wat self deur niks veroorsaak is nie. Die Eerste Oorsaak kan alleen maar een transendente God wees. Aristoteles het verder gegaan en die tasbare werklikheid ondersoek. Hy het analities gedink en dinge geklassifiseer en beginsels ontdek wat onderliggend is aan alle lewensfeere. Die antieke Grieke het dus met 'n primitiewe heidense lewens- en wêreldbeskouing begin, maar hulle intellektuele beredenering het 'n nuwe kyk op die werklikheid tot gevolg gehad. Toe Paulus op sy sendingreise in Griekeland aangekom het, het hy 'n altaar vir die "onbekende god" gevind. Toe het Paulus aan hulle die evangelie verkondig: "Nou ja, wat julle aanbid sonder om daarvan kennis te hê, verkondig ek aan julle" (Hand. 17:23). En vir meer as 'n duisend jaar is die Westerse samelewing gedomineer deur 'n ongemaaklike mengsel van



wêreldbeskouings, Bybelse openbaring, klassieke rasionalisme en die oorblyfsels van heidense mitologie (Veith, 1995:29-31).

Hoewel "skakelwerk" so oud is soos die mensdom, herlei die meeste skrywers georganiseerde skakelaktiwiteite en -tegnieke terug na die antieke Grieke en Romeine (vgl. Grunig & Hunt, 1984:15, Cutlip et al, 1985:23, Newsom et al, 1993:34). Die antieke Grieke het oor die belangrikheid van die openbare mening geskryf, al het hulle dit nie so genoem nie (Cutlip et al, 1985:23) Volgens Grunig en Hunt (1984:15) het die studie van kommunikasie, wat die belangrikste kennisbasis vir skakelkunde vorm, by Aristoteles begin. Reeds vier eeue voor Christus het hy geskryf oor die retoriek en dit beskryf as "the art of speaking or writing in a way that is likely tot persuade or influence people" (Longman Dictionary of Contemporary English, 1991:896). Die Grieke het die retoriek as 'n belangrike instrument van staatsmanskap beskou; dit was die manier waarmee die staatsman die publiek ontmoet het. Daarom kan Aristoteles se *Retoriek* selfs as die eerste werk oor skakelkunde beskou word (Grunig & Hunt, 1984:15).

Die kommunikasie van inligting om ander mense te beïnvloed, is in die vroegste beskawings terug te vind. Argeoloë het in Irak 'n "pamflet" ontdek waarin daar vir boere van 1800 v.C. vertel word hoe hulle moes saai, ploeg en oes en hoe hulle die probleem van veldmuise in hulle landerye moes oplos (Cutlip et al, 1985:23). Dit kan goed vergelyk word met die skakelwerk wat departemente van landbou vandag nog wêreldwyd doen.

Regerings het eeue gelede ook die waarde van skakelaktiwiteite ter wille van hulle eie behoud beseef. So het die Engelse konings "Lords Chancellor" gehad as die "keepers of the king's conscience" (Cutlip et al, 1985:23). Argeoloë se kennis van antieke Egipte, Assirië en Persië, is afgelei uit fondse van geskrifte uit die antieke tye met die doel om die regeerders van die dag te prys (Cutlip & Center, in Grunig & Hunt, 1995:15). In antieke Indiese geskrifte is gebeure opgeteken wat onder meer die aktiwiteite van die koning se spioene insluit. Nie alleen het hulle op vyande van die koning gespioeneer nie, maar dit was ook hulle taak om die koning in te lig aangaande die openbare mening, om die koning in die openbaar te prys en om gunstige gerugte aangaande die regering te versprei (in Cutlip et al, 1985:23).

Die Romeine was bekend vir hulle verkiesingspropaganda (Van der Meiden & Fauconnier, 1990:144). Die mure van Pompeii het daarvan getuig (Grunig & Hunt, 1984:15). Ceasar

het die Romeine ook versigtig voorberei op die oorsteek van die Rubicon in 49 v.C. deur berigte na Rome te stuur oor sy oorwinnings as die goewerneur van Gaul.

Geskiedskrywers glo ook hy het sy *Kommentaar* geskryf om propaganda te maak vir homself (vgl. Grunig & Hunt, 1984:15, Van der Meiden & Fauconnier, 1990:144).

### 2.3 Ontwikkelinge in die eeue n.C.

In die eeue ná die geboorte van Christus het kommunikasie steeds 'n belangrike rol in die openbare lewe gespeel. 'n Aantal voorbeelde illustreer die punt. Die gebruik van kommunikasienetwerke as 'n skakelwerktegniek kan bv. in die elfde eeu teruggevind word. In 1095 het pous Urbanus oorlog teen die Moslems in die Midde-Ooste gepropageer. Deur sy inligtingsnetwerk, bestaande uit kardinale, aartsbiskoppe, biskoppe en priesters, het hy laat weet dat deelname aan hierdie heilige oorlog gehoorsaamheid aan God was. Dit het Christene boonop die kans gegee om die heilige plekke te besoek en ook vergiffenis van sonde te verkry. Hoewel hierdie kruistogte nie ongekwalifiseerde suksesse was nie, was die reaksie van die mense oorgeweldigend (Newsom et al, 1993:35 en vgl. Van der Meiden & Fauconnier, 1990:145).

Stephen Langton, die aartsbiskop van Kantelberg, het in 1215 promosietegniese gebruik om vir 'n politieke doelwit stemming te maak. Hy het 'n groep invloedryke baronne gemobiliseer om vir hulle regte op te staan teen die koning (King John). Die groep het die koning oorreed om hulle voorwaardes te aanvaar: hy moes die Magna Carta onderskryf — 'n dokument wat sedertdien as politieke bannier dien vir mense wat teen politieke onderdrukking in opstand kom (Newsom et al, 1993:35).

In die vyftiende eeu het Niccolo Machiavelli deur sy kennis en wilskrag 'n politieke mag op die troon gehelp hou. Die werk wat hy vir Cesare Borgia gedoen het, het berus op die beheer van die openbare mening en propaganda (Newsom et al, 1993:35). Die Romeinse uitdrukking *Vox populi, vox Dei* (die stem van die mense is die stem van God) het nie sonder rede tot stand gekom het nie, het Machiavelli aangevoer. Hierin het hy die belangrikheid van die openbare mening erken. Maar hy skryf ook, heel kenmerkend, dat die mense (die publiek) of vertroetel of uitgeroei moet word.

Die belangrikheid van propaganda kom telkens na vore. Tog bestaan die woord "propaganda" nog nie so lank as die handeling nie en dateer dit maar uit die sewentiende eeu. Die oorsprong van die woord is die Congregation De Propaganda Fide (kongregasie

of byeenkoms vir die propagering van die geloof), wat in 1622 deur die Rooms-Katolieke Kerk in die lewe geroep is om die geloof te versprei (Cutlip et al, 1985:23, Newsom et al, 1993:35, Van der Meiden & Fauconnier, 1990:145).

As merkwaardige voorbeeld van skakelwerk deur beroepsorganisasies in die middeleeue, noem Van der Meiden en Fauconnier (1990:145) die gildes. Nie net het hulle 'n sterk "korporatiewe identiteit" gebou deur van bepaalde simbole en kleredrag gebruik te maak nie, maar hulle het ook beweer dat hulle "eksklusief" was. Hulle het dus al iets van "nisbemarking" toegepas.

## **2.4 Gütenburg, die kerkhervorming en die Renaissance**

Bepaalde ingrypende ontwikkelinge en gebeure in die geskiedenis het vanselfsprekend 'n invloed op skakelwerk gehad. Een van die belangrikste draaipunte in die geskiedenis is die tydperk wat aangebreek het rondom die middel van die vyftiende eeu. Dié tydperk het die ontdekking van die boekdrukkuns en die kerkhervorming asook die hoogtepunt van die Renaissance ingesluit, ruim 'n eeu voor die industriële rewolusie (vgl. Newsom et al, 1993:35).

Met die hoogtepunt van die Renaissance het die humanisme en sy klem op die menslike rede hoogty gevier. Dit het 'n ruimte geskep vir geleerdes en skrywers wat die openbare mening probeer beïnvloed het (vgl. Newsom et al, 1993:35; Grunig & Hunt, 1984:17). Verder het die kerkhervorming begin, wat onder meer 'n opstand van die Europese regerings teen die gesag van die (Rooms-Katolieke) kerk was. Gedeeltelik kan dit ook gesien word as 'n opstand teen die gevestigde idees. Bernays (in Grunig & Hunt, 1984:17) noem dit "private opinion opposed to ecclesiastical authority". Verder het die Europeërs met die ontdekking van die "nuwe wêreld" begin.

Al hierdie gebeure het mense gedring om anders te begin dink oor hulleself, oor andere en oor hulle omgewing. Ook die massamedia ontkiem in hierdie tydperk met Johann Gutenberg se uitvinding van die boekdrukkuns. Min ander uitvindings het so 'n invloed gehad op die ontwikkeling van die mens se kultuur (Newsom et al, 1993:35). Volgens Marston (in Grunig & Hunt, 1984:16) was godsdiens heel belangrik vir die geletterde mense van die tyd, wat beteken het dat boeke en pamflette oor godsdienstige sake vinnig versprei en gretig gelees is. Die gedagtes het aangesteek en die bydrae wat dit gelewer het tot die godsdiensoorloë in die tyd is nie te onderskat nie (vgl. Grunig & Hunt, 1985:16).

Drukwerk word sedertdien deur skakelpraktisyns gebruik: in boeke, advertensieplakkate, pamflette, mediaverklarings, koerante ensovoorts. Hoewel van hierdie media reeds voor Gutenberg se ontdekking bestaan het, was dit nou moontlik om dit vinnig en effektief te druk (Newsom et al, 1993:35).

Hoewel sommige skakelfunksies en -gebruike al so lank bestaan as die opgetekende geskiedenis, geld dit vanselfsprekend nie vir alle tegnieke nie. Die meeste moderne skakeltegnieke berus op moderne uitvindings. Sonder die radio, televisie, rolprent, video, telefoon, faks, internet en elektroniese pos is skakelwerk vandag ondenkbaar. Tog gebruik skakelpraktisyns steeds die retoriek (wat so oud is as die menslike spraak), simbole (wat so oud is soos die verbeelding), en slagspreuke (wat terugdateer tot die mense se eerste bewuswording van hulself as groepe) (Newsom et al, 1993:35). Waar die moderne tegnologie dus skakelwerk wesenlik beïnvloed het, dateer die fundamentele beginsels daarvan uit 'n baie vroeë tyd.

Die “skakelwerk” wat tot dusver beskryf is, is eintlik die voorgeskiedenis en wortels van wat ons vandag as skakelwerk ken. In die volgende gedeelte word die vormgewing van moderne skakelwerk paragrawe beskryf aan die hand van verskeie skrywers se soms wisselende indeling van tydvakke.

## **2.5 Die versnellende ontwikkeling van skakelwerk**

Die tydperk 1600-1799 word deur Newsom, Scott en Turk (1993:36) as die voorbereidende tydperk van skakelwerk soos dit vandag uitsien bestempel. Daar moet in gedagte gehou word dat Newsom et al skakelwerk binne die konteks van Amerikaanse geskiedenis plaas — 'n probleem wat telkens ondervind word: skrywers kontekstualiseer hul weergawes van die geskiedenis van skakelwerk tot so 'n mate dat 'n geheelbeeld slegs met moeite vasgevang word.

Van der Meiden en Fauconnier (1990:150) skryf dat geen enkele Amerikaanse skakelwerkhandboek selfs maar 'n enkele woord afstaan aan die geskiedenis van skakelwerk in die res van die wêreld nie. Opmerklik is dat wanneer Van der Meiden en Fauconnier (1990:146) self skryf oor die ontwikkeling van professionele skakelkunde, hulle ook begin by die ontwikkeling van skakelkunde in die VSA. Die meeste gesaghebbende werke oor die skakelkunde sluit 'n hoofstuk in waarin daar aandag gegee word aan die ontwikkeling van die skakelkunde in die VSA, want hoe daar ook al na skakelwerk gekyk

word, was en bly die VSA 'n leidende land op hierdie terrein. Verskeie skakelpraktisyns meen ook dat die skakelkunde (kennis oor die skakelpraktyk) nêrens in die wêreld so ver ontwikkel is as juis in die Verenigde State nie (Vasques en Taylor, 2000: 433; vgl. ook Skinner en Mersham [1998:348] en Truter [1991:37] in hierdie verband).

Gegee die VSA se dominante politieke, kulturele en ekonomiese posisie die afgelope eeu, is die ontwikkeling van skakelwerk in dié land van meer as parogiale waarde, veral as in ag geneem word dat die formele begin van skakelwerk in Suid-Afrika tipies na 1937 herlei word (kyk 1.5), of na die aanstelling van die eerste inligtingsbeampte in die destydse SA Spoorweë. Daarmee word, terloops, vergeet dat landbouvoorligting heelwat vroeër reeds gedoen is, maar veral dat allerlei voorbeelde van "skakelwerk" of doelbewuste ooredingswerk deur die staat, politici en ander belangegroepes reeds sedert 1652 plaasgevind het en in vergete dokumente opgeteken is (Froneman, 2000). Geen navorser het dit egter tot dusver opgediep en soos Amerikaanse skakelkundiges te boek gestel nie. (Mulder, 1977, gee wel 'n uitvoerige beskrywing van staatskommunikasie van 1936-1977.)

Die optekening van die Amerikaanse ontwikkelingsgeskiedenis van skakelwerk is dus ook belangrik omdat dit 'n rigtingwyser is van hoe na die wortels van die dissipline in Suid-Afrika gesoek sal kan word. Dit val egter buite hierdie ondersoek se opgaaf.

Die typerk van vroeë koloniasie tot en met die sg. Amerikaanse rewolusie dien dan as 'n wegspringpunt in die Amerikaanse konteks. Cutlip, Center en Broom (1985:24) voer verder aan dat die gebruik van publisiteit in Amerika om fondse in te samel, idees te propageer en om vermaaklikheidspersoonlikhede te skep, ouer as die Amerikaanse staat self is. Tydens die vroeë koloniasieperiode, is skakelwerk gebruik om 'n baie belangrike "produk" te verkoop, naamlik grond. In 1620 het die Virginia Company 50 akkers gratis grond aangebied aan enigeen wat voor 1625 'n nuwe setlaar na Amerika sou neem (Newsom et al, 1993:36). In 1643 is daar van skakelwerk gebruik gemaak om geld in te samel in die nuwe kolonies. Harvard College het fondse ingesamel deur 'n skakelbrosjyre uit te gee, genaamd *New England's First Fruits* (Newsom et al, 1993:36, Cutlip et al, 1985:24).

Teen die tyd wat die Amerikaanse rewolusie aangebreek het, het skakelkundige tegnieke en gebruike al verder ontwikkel. Al is die aktiwiteite in die tyd nog nie skakelwerk genoem nie, was baie van die skakelaktiwiteite en -funksies al wel in gebruik. Die patriotte wat die

Amerikaanse rewolusie gepropageer het, het geen geleentheid laat verbygaan om skakelwerk te doen in die bereiking van hulle doelwitte nie. Hulle het die oorlog geregverdig en steun gewerf vir hulle nuwe politieke planne. Om dit te bereik het hulle 'n verskeidenheid van skakelinstrumente gebruik — nuusbriewe, koerante, slagspreuke, simbole, retoriek, persagentskap en publisiteit, parades, uitstallings, feeste, gedigte, musiek, spotprente en vuurwerk (Newsom et al, 1993:36, Grunig & Hunt, 1984:18).

Amerikaanse patriotte het die meeste gemaak van hulle helde (George Washington, Ethan Allen), legendes (Yankee Doodle, the Spirit of '76), slagspreuke ("Give me liberty or give me death!" en "Taxation without representation is tyranny"). Lg. was maklik om te onthou en aan te haal. Verder is simbole soos die vryheidsboom gebruik, (dit was maklik identifiseerbaar en het by mense bepaalde emosies ontlok) en retoriek (insluitende die toesprake van John Adams, die geskrifte van Thomas Jefferson en die beroemde Declaration of Independence) (Cutlip et al, 1985:25; Newsom et al, 1993:36, Grunig & Hunt, 1984:18).

Aktiviste het alle pogings aangewend om gebeure op so 'n manier voor te stel wat die meeste tot die bevordering van hulle saak kon bydra. Een so voorbeeld is dié waar vyf inwoners van Boston in 'n skermutseling deur die Britte doodgeskiet is. In die rewolusionêre pers is dit die "Boston Massacre" genoem (Newsom et al, 1993:36). Hier het die rewolusionêres van nog 'n tegniek gebruik gemaak wat skakelpraktisyns tot vandag toe gebruik, naamlik om daarin te slaag om hulle weergawe van die verhaal eerste gepubliseer te kry. Dit het daartoe bygedra dat hulle weergawe van die verhaal die algemeen aanvaarde geword het (Cutlip et al, 1985:25, Van der Meiden & Fauconnier, 1990:145, Grunig & Hunt, 1984:18).

Wanneer daar nie gebeure was om uit te buit nie, het die rewolusionêre gebeure geskep. Die mees bekende daarvan het op 16 Desember 1773 plaasgevind. 'n Groep het hulself met oorlogsverf besmeer en met vere versier en toe op 'n Britse skip geklim en die vrag van teeblare oorboord gegooi. Die doel van die "Boston Tea Party" was om die aandag te trek en kan dus as 'n ekstreme voorbeeld van skakelwerk volgens die publisiteitsmodel gesien word (Newsom et al, 1993:36, Van der Meiden & Fauconnier, 1990:145). Dit kan ook as een van die eerste pseudo-gebeurtenisse beskryf word, iets wat kritici van skakelwerk tereg deur die jare as onaanvaarbaar uitgewys het (vgl Boorstin [in Grunig & Hunt, 1984:18]; Richard Bissell [in Newsom et al, 1993:36]).

'n Naam wat in die geskiedenis meer as een keer opduik, is dié van Samuel Adams (Cutlip et al, 1985:24). Adams was die eerste wat teen belasting sonder verteenwoordiging in opstand gekom het, hy het die "Boston Massacre" bekend gemaak, die "Boston Tea Party" gereël, en die onafhanklikheidsverklaring onderteken (Newsom et al, 1993:37, Cutlip et al, 1985:24). Grunig en Hunt (1984:18) skryf byvoorbeeld dat Adams deur die "Boston Tea Party" daarin geslaag het om die openbare mening teen onverteengewoondigde belasting te laat "kristaliseer", 'n belangrike funksie van skakelwerk (vgl Bernays [in Newsom et al, 1993:37]). Adams was ook die eerste Amerikaner wat op 'n verhoog geklim het en absolute onafhanklikheid geëis het. Bissell (in Newsom et al, 1993:37) skryf: "As an agitator he makes Vladimir Ilich (Lenin) and Trotsky look like pikers". Inderdaad het Adams en sy medewerkers "pen, platform, pulpit, staged events, symbols, the leak and political organization in an imaginative and unrelenting way" gebruik (Cutlip et al, 1985:24).

Adams het besef dat die pers die opkomende Amerikaanse nasie se sterkste wapen kon wees. Met die uitbreek van die rewolusie was daar dertig koerante in die kolonies en het hulle 'n belangrike rol gespeel in die bekendmaking van politieke appëlle. Baie van die koerante is deur patriotiese skrywers en uitgewers uitgegee (Newsom et al, 1993:37). Die drukpers is ook vir ander vorme van propaganda gebruik. So is die boeke van Jean Jacques Rousseau en die pamflette van Thomas Paine gedruk en uitgegee, wat 'n gees van rebellie aangemoedig het (Newsom et al, 1993:37).

Na die verkryging van onafhanklikheid is daar weer 'n skakelveldtog geloods om die grondwet bekend en aanvaar te kry. Dit het die vorm van 85 briewe (die sg "85 Federalist letters" deur Alexander Hamilton, James Madison en John Jay) aan koerante aangeneem (Newsom et al, 1993:37, Cutlip et al, 1985:25, Grunig & Hunt, 1984:19). In vandag se terme sou van 85 mediaverklarings gepraat kon praat. Hierdie briewe het vermoedelik 'n groot bydrae gelewer tot in die vorming van politieke denke by die Amerikaners in hulle nuutgevonde politieke vryheid. Die geskiedskrywer Allan Nevins (in Cutlip et al, 1985:25) beskryf die briewe as "history's finest public relations job". Van der Meiden en Fauconnier (1990:146) wys egter daarop dat die rol van die koerante in hierdie tyd nie oorskakel moet word nie. Eers later, na 1830, toe skole vir almal toeganklik geword het en geletertheid onder die breë publiek toegeneem het, het koerante 'n toenemende rol gespeel in die beïnvloeding van kiesers. Die presiese rol van die gedrukte woord in die beïnvloeding van lesers bly 'n netelige een (vgl. Froneman en De Beer, 1993; Grossberg, Wartella en Whitney, 1998:299-318; Livingston, 1996:305;324).

In hierdie tydperk waarin Newsom et al (1993:36) die wortels van moderne skakelwerk terugvind, breek ook die "verligting" aan. In die 1700's het die wetenskap so vinnig ontwikkel dat dit gelyk het asof dit enige iets kon verklaar. Sommige mense het geen beperkings gesien aan die vermoë van die menslike rede om alles te verklaar nie. Die moderne era breek aan as die tyd van rede, wetenskaplike ontdekking en menslike outonomie. Die denkers van die tyd omhels die klassieke denke vanweë die orde en rasionaliteit daarvan (maar laat die bonatuurlike waaroor Plato en Aristoteles skryf, weg). En saam met heidense mitologie verwerp dit ook die Christendom as outydse bygeloof. Die Verligting beskou die werklikheid as 'n geslote sisteem van oorsaak en gevolg. Dit beteken egter nie dat die denkers uit die verligting religie totaal ontken het nie. Hulle het aanvanklik die bestaan van 'n God wat die heelal geskape het erken, maar hierdie God is nie langer betrokke by die skepping nie. Hy het dit geskape en aan die gang gesit soos 'n groot masjien. Hierdie masjien loop volgens hulle nog steeds en vanself. Aan die begin gee hulle toe dat daar 'n God moes wees wat alles geskape het, maar dat dit vir die mens van die tyd nog iets sinvol te sê gehad het, het hulle nie meer geglo nie. Die Christendom was dus vir die lewe van elke dag agterhaal. Vanaf 1700 tot diep in die twintigste eeu, sou die denke van die verligting nog 'n groot rol speel in ontwikkelinge in die samelewing (Veith, 1994:32-33). In die ontwikkelinge in die skakelwerk is hierdie lewenshouding duidelik. Die dominees moes preek en hulle werk tot die diens van barmhartigheid beperk; skakelwerk moes aan die skakelpraktisyns oorgelaat word. Die "maak van publisiteit" was die werklike lewe en daarvoor het die kerk niks te sê gehad nie.

## **2.6 Die negentiende eeu: belangrike grondslae**

Wanneer die negentiende eeu onder die loop kom, is dit al 'n stuk nader aan die skakelwerk wat ons vandag ken. Alan Raucher (in Cutlip et al, 1985:26) skryf in hierdie verband:

Three major antecedents of twentieth century publicity can be distinguished from their sometimes shady past. One of these was press-agentry. Another was advertising. A third antecedent for publicity rather unexpectedly came from business critics and reformers. By the first decade of the century, those three elements largely unnoticed by contemporaries fused into a new compound [public relations]" (vgl. ook Van der Meiden & Fauconnier, 1990:146).

Hy bestempel die publisiteitsoeke van die negentiende eeu as 'n direkte voorloper daarvan. Die bewering dat moderne skakelwerk direk uit die publisiteitsmodel ontwikkel het, is (in die lig van die talle voorbeelde uit die voorgeskiedenis) miskien 'n



ooreenvoudig. Tog bevat Raucher se bewering 'n element van waarheid (vgl. Cutlip et al, 1985:27).

Die eerste helfte van die negentiende eeu (1800-1850) is in Amerika gekenmerk deur die gebruik van skakeltegnieke in die politiek. So is Amos Kendall as die eerste perssekretaris vir 'n Amerikaanse president aangestel. Weliswaar het Kendall nooit die titel van perssekretaris gehad nie, maar dit was in wese sy pligte en take in diens van pres. Andrew Jackson (Newson et al, 1993:38). Dié voormalige koerantman was deel van Jackson se sg "Kitchen Cabinet", 'n klein groepie persoonlike en invloedryke raadgevers. Kendall het toesprake geskryf, pamflette opgestel, strategieë beplan, meningspeilings gedoen, die president raadgegee oor sy openbare beeld, verskillende afdelings van die regering gekoördineer en die kommunikasie tussen die uitvoerende gesag en ander regeringsafdelings gefasiliteer. Kortom, die waarde van Kendall se werk is dat dit politici met nuwe oë na tipiese skakelaktiwiteite laat kyk het (Cutlip et al, 1985:26, Newsom et al, 1993:38). In 'n tyd waarin die stem van die "gewone man" al belangriker geword het, was Kendall se rol van deurslaggewende belang (Cutlip et al, 1985:26).

Politici was egter nie die enigste persone wat hulle idees met behulp van publisiteit "verkoop" het nie. Ook kampvegters vir ander doelwitte het besef dat publisiteit belangrik is om die openbare mening ten gunste van hul saak te laat swaai (Newsom et al, 1993: 38). Voorbeelde hiervan is die vroue wat vir vroueregte gestry het, bewegings vir die afskaffing van slawerny en mense wat geld ingesamel het vir militêre middele tydens die Amerikaanse Burgeroorlog (Newsom et al, 1993:38-39).

Die ontwikkeling van skakelwerk se verband met die ontwikkeling van die Amerikaanse vermaakindustrie kan nie onderskat word nie. In die begin van die negentiende eeu was publisiteit in dié industrie reeds onontbeerlik. In 1809 het die New York Evening Post 'n storie gepubliseer van ene Diedrich Nickerbocker wat op 'n geheimsinnige manier uit die Columbian Hotel verdwyn het. In opvolgberigte het die lesers gelees dat Knickerbocker 'n manuskrip nagelaat het en dat die hotel dit sou verkoop het om die hotelonkoste te dek. Die uitgewer Inskeep en Bradford het in dieselfde koerant aangekondig dat hulle die manuskrip, *Knickerbocker's History of New York*, sou publiseer. Niks van die hele verhaal was die waarheid nie; dit was alles 'n publisiteittruuk van die outeur Washington Irving om die boek te verkoop (Newson et al, 1993:39-40).

In die onderwys het mense ook die waarde van skakeltegnieke begin besef. Die Universiteit van Yale het reeds in 1899 'n skakel- en alumnikantoor gestig en die volgende jaar het Harvard die dienste van 'n publiseitsburo bekom. Dit wys daarop hoe belangrik die verkryging van die welwillendheid van die publieke vir hierdie instellings was en dat hulle reeds 'n eeu gelede die waarde van skakelwerk in die verkryging daarvan gesien het (Newsom et al, 1993:40).

In 1830 het 'n belangrike ontwikkeling plaasgevind wat die ontwikkeling van die publiseitsmodel 'n hupstoot gegee het: die geboorte van die populistiese sensasiepers ("penny press") (Newsom et al, 1993:41, Grunig & Hunt, 1984:28). Toe Benjamin Day die New York Sun in 1834 begin het, het hy dit verkoop teen 'n pennie per eksemplaar, vandaar die verwysing na "penny press". Vir ander koerante moes 'n leser heelwat meer betaal, wat bo die gemiddelde persoon se vermoë was. Die Sun was dus vir veel meer mense toeganklik en het die pad oopgemaak vir persagente om stories te skep wat die leeslustige publiek sou interesseer (Grunig & Hunt, 1984:28).

Verdere tegnologiese ontwikkelinge het hierdie opkoms van die populistiese pers bevorder: die rolperse het vinniger geword, fotografie het tekeninge vervang en die telegraaf het kommunikasie oor groot afstande vinniger en makliker gemaak (Van der Meiden & Fauconnier, 1990:147). Sirkulasiesyfers en leserstalle het die hoogte ingeskiet en so ook die tariewe van koerantadvertensies. Om die groot leserspubliek te bereik, sonder om die hoë advertensietariewe te betaal, het sommige mense 'n nuwe talent ontwikkel. Hulle het begin om nuus te "maak". Die doelwit daarvan was publiseit — ongelukkig dikwels ten koste van die waarheid en waardigheid (Newsom et al, 1993:41).

In die tweede helfte van die negentiende eeu (1850-1899) het die publiseitsmodel vir skakelwerk dus beslissende beslag gekry. Die onderliggende uitgangspunt was: "The public be damned or ignored." En in die vermaaklikheidswêreld is dié uitgangspunt aangepas tot: "The public be fooled".

Die publiseitsmodel vir skakelwerk word deur 'n aantal skakelkundiges (vgl. Grunig & Hunt, 1984:22,25, Olshoorn & Van der Velden, 1996:76) as die eerste fase in die ontwikkeling van die moderne skakelwerk gesien. Die neiging om nuus letterlik te "maak", wat met die ontstaan van die penniepers so 'n vrugbare teelaarde gevind het, het nou hoogty gevier. Persagente het rariteite uitgebuut om sirkusse te adverteer, legendes

bedink om politici te propageer en leuens vertel, alles net om aandag te trek. Die waarheid het net nie hier 'n belangrike rol gespeel nie. 'n Persverklaring is beoordeel op grond van die verbeeldingrykheid van die persagent wat dit geskryf het. Hoe groter sy verbeeldingskrag, hoe beter persagent was hy (Newsom et al, 1993:42). Dit was veral 'n paar persagente in die vermaaklikheidsbedryf wat vinnig besef het watter geldlike voordeel publisiteit kan beteken. Persagente van bv aktrises se taak was om die name van hulle werkgewers so veel as moontlik in die koerante te kry. Vir hierdie agente was die resultate baie belangriker as die metode. Dus het hulle van alle moontlike truuks gebruik gemaak, insluitende sogenaamde juweliediefstalle, (verbode) liefdesverhale, egskedings, kleding (of die gebrek daaraan). Die grootste gedeelte van die publiek het dit opgeslurp (Marston in Grunig & Hunt, 1984:29).

Maar die man wat hulle almal waarskynlik oortref het en seker die grootste verbeelding gehad het, was Phineas Taylor Barnum (1810-1891). Hom kom die twyfelagtige eer toe dat hy die meeste met die publisiteitsmodel vir skakelkunde geassosieer word (vgl. Cuttip et al, 1985:27, Grunig & Hunt, 1984:22, Van der Meiden & Fauconnier 1990:146). Barnum was 'n persagent van beroep en as sodanig 'n "publisiteitssoeker" of "publisiteitsmaker" vir wie ook al teen betaling van sy dienste gebruik wou maak. Van der Meiden en Fauconnier (1990:146) noem hom 'n sirkuspromotor, reklameman en "stuntbedenker". Hy het die loopbane van talle beroendes geskep, bevorder en uitgebuit (vgl. Newsom et al, 1993:40, Grunig & Hunt, 1985:28-29).

Vroeg in sy loopbaan het Barnum 'n swart slavin, Joice Heth, "ontdek" en haar voorgehou as die persoon wat 'n honderd jaar vantevore verantwoordelik was vir die versorging van George Washington. Amerikaanse koerante was vanselfsprekend geïnteresseerd in dié storie. Toe die belangstelling in Heth egter begin afneem, het Barnum onder verskillende name briewe aan die koerante geskryf om haar egtheid te debatteer. Daardeur het hy haar in die nuus gehou. Met Heth se dood het 'n nadoodse ondersoek getoon dat sy maar ongeveer tagtig jaar oud was. Barnum het net beweer dat sy hom ook om die bos geleidelik het. Intussen het hy \$1 500 per week ('n yslike bedrag vir daardie tyd) verdien deurdat New Yorkers na die pypropokende "160-jarige" vrou kom kyk het (vgl. Newsom et al, 1993:40, Grunig & Hunt, 1984:28).

Barnum het veral twee slagspreuke gehad waarvolgens hy gewerk het. Die eerste was: "There is no such thing as bad publicity" (wat tot vandag toe gebruik word). Hy het glo

gesê dat koerante enigiets oor hom kon skryf, solank as wat hulle maar oor hom skryf en sy naam reg spel. Sy tweede bekende slagspreuk was: "There is a sucker born every minute." Cutlip, Center en Broom (1985:27) som Barnum se "talent" as volg op: "Barnum's showmanship was evident not only in a canny instinct that enabled him to give the masses what they wanted, but also in his ability to dictate to them a desire for what he thought they ought to want". Dit is dus nie sonder rede dat Eric Goldman na die publisiteitsfase verwys as "the public be fooled" nie (Grunig & Hunt, 1984:29).

In die besigheidswêreld is bg. tipering opgevolg deur 'n houding van "the public be damned" (Grunig & Hunt, 1984:29). Dit het nou saamgehang met nog 'n tegnologiese ontwikkeling in die VSA, naamlik die grootskaalse uitbreiding van die spoorweë en gepaardgaande sosiale faktore (vgl. Van der Meiden & Fauconnier, 1990:147). In die Amerikaanse geskiedenis het persagente van spoorwegmaatskappye 'n belangrike rol gespeel, veral om mense na die Weste van Amerika te lok.

Charles Russell Lowell wat in 1858 die Burlington Railroad se publisiteitsveldtog geloods het, het bv. gesê: "We are beginning to find that he who buildeth a railroad west must also find a population and build up business" (Cutlip et al, 1985:28). Die manier hoe hy dit gedoen het, het hy self opgesom: " We must blow as loud a trumpet as the merits of our position warrants" (in Cutlip et al, 1985:28). In 1877 het Jay Gould 'n "persburo" vir die Union Pacific Railroad tot stand gebring met die doel om immigrante te oortuig om in die Weste te gaan woon (Newsom et al, 1993:41).

Die gesegde "the public be damned", wat die publisiteitsmodel vir skakelwerk in 'n neutedop saamvat, het waarskynlik sy oorsprong uit die mond van William Vanderbilt president van die New York Central Railroad (vgl. Grunig & Hunt, 1984:29). JP Morgan, 'n ander groot figuur in die spoorwegindustrie, het aansluitend hierby opgemerk dat hy die publiek niks verskuldig is nie (Newsom et al, 1993:40). Vanderbilt sou sy bekende uitlating gemaak het tydens 'n onderhoud met 'n joernalis en hoewel daar twyfel bestaan of dit werklik Vanderbilt was wat dit gesê het en oor die konteks waarin hy dit gesê het, bly dit 'n stelling wat die filosofie van die besigheidswêreld in die laat negentiende eeu goed saamvat (Grunig & Hunt, 1984:29).

In die jare na die Amerikaanse burgeroorlog het die opkoms van groot industrieë die hele Amerikaanse samelewing verander (Newsom et al, 1993:40). In die tydperk van 1875-

1900 het besigheid in die VSA "Groot Besigheid" geword. Die leiers daarvan was openbare figure en helde, die sg. "captains of industry" (Grunig & Hunt, 1984:29). Tog het hierdie bedryfsleiers weinig respek vir die publiek gehad en het nog minder met hulle gekommunikeer (Grunig & Hunt, 1984:29). Hulle het die publiek uitgebuit en het daarom ook die naam "the baron robbers" gekry (vgl. Van der Meiden & Fauconnier, 1990:147). Die enigste vorm van kommunikasie waarin hulle geïntereeserd was, was advertensies, waarvan hulle gebruik gemaak het om hulle goedere en dienste aan 'n groeiende mark aan te bied (Newsom et al, 1993:40). Goldman het hul houding so geformuleer:

*Shouldering aside agriculture, large scale commerce and industry became dominant over the life of the nation and big business was committed to the doctrine that the less the public knew of its operations, the more efficient and profitable — even the more socially useful — the operations would be (Grunig & Hunt, 1984:29)*

In die laaste twee dekades van die negentiende eeu het sosiale en ekonomiese faktore 'n groot rol gespeel in die verandering van die Amerikaanse samelewing: Die bevolking het teen 'n hoë tempo toegeneem en daarmee saam het die verbruikersmarkte gegroei (vgl. Cutlip et al, 1985:104). Daar was groter behoefte aan produkte en dienste en dit het gelei tot uitbreiding in die bedryfslewe. Onderwys het verbeter en geletterdheid het toegeneem en daarmee saam het die media groter mag gekry: meer mense kon en het koerante gelees en is ook (in 'n mate) beïnvloed deur dit wat hulle gelees het. Die meeste van die groot en kapitaalkragtige monopolieë wat in die bedryfswêreld ontstaan en gegroei het, het baat gevind by so min as moontlik media-aandag. Maar die media het tog (wanneer hulle daarop afgekom het) skandale en verborge praktyke van die monopolieë aan die kaak gestel (Van der Meiden & Fauconnier, 1990:147). En so gebeur dit dat organisasies soos Westinghouse onder leiding van die koerantman E.H. Heinrichs 'n eerste binnenshuise publisiteitsafdeling begin het (Newsom et al, 1993:41). Hulle het hierdie skakelpraktisyns (want dit is wat ons hulle vandag sou noem) aangestel ter wille van georganiseerde verweer teen al die (negatiewe) publisiteit wat hulle in die media gekry het (Van der Meiden, 1990:147).

Meer en meer groot organisasies het besef dat dit die houding "the public be damned" nie in hulle eie belang was nie. Sommiges het selfs agtergekom dat dit die moeite werd sou wees om die guns van hulle publieke te wen en het huiwerige voelers uitgesteek om met die publieke te begin kommunikeer. In 1858 het die Bordenmaatskappy 'n voorloper van 'n skakelaksie geloods deur finansiële verslae aan aandeelhouders te stuur. Theodor N. Vail van die American Bell Telephone Company was ook 'n belangrike voorloper deurdat hy 'n brief aan bestuurders van plaaslike telefoonsentrales gestuur het om hulle te vra om te let

op hulle diens en pryse. Die belangrikheid van die brief lê daarin dat hy 'n eerste was om sy besorgdheid ten opsigte van een van sy publieke, die verbruiker, uit te spreek. Die Mutual Life and Insurance Company was in 1888 ook 'n voorloper toe hy 'n konsultant, Charles J. Smith, gehuur het om vir hulle mediaverklarings te skryf en die maatskappy se beeld te bevorder.

Nie een van bogenoemde het al begin om na hulle publieke te luister nie, maar selfs hierdie eenrigting-kommunikasiepogings het 'n belangrike ontwikkeling vir die skakelkunde beteken: algaande het organisasies besef dit loon nie om die publiek te ignoreer nie.

## **2.7 Die twintigste eeu: snelle ontwikkeling**

Ook in die ontwikkelinge van die twintigste eeu is die moderne denke van die verligting sigbaar. Wat skakelwerk betref kan die jare 1900-1918 kan getipeer word deur die spreuk "The public be informed or served". As sodanig verteenwoordig dit 'n duidelik ontwikkeling en kan nou van 'n tweede fase in die ontwikkeling van moderne skakelwerk gepraat word (Olsthoorn en Van der Velden, 1996:76). Die doel van skakelwerk in hierdie tyd was om publieke in te lig en te dien. Maar ook hier sal dit uit alle voorbeelde blyk dat die inlig en dien van publieke nie gebeur uit hoër ideale of motiewe nie, nie omdat God naastediens eis nie, maar ontstaan dit uit selfsugtige motiewe. Vroeër (kyk 2.1.4) is reeds melding gemaak dat in die sg. Verligting die bestaan van God nog erken is, maar dat dit nie meer op die werklikheid van elke dag betrekking gehad het nie. Die skeppings was afgehandel; die geoliede "masjien" kon gewoon op sy eie verder stoom. Die hele werklikheid is in hierdie denkpatroon 'n geslote sisteem van oorsaak en gevolg. Elke verskyning moet verklaar word in terme an 'n oorsaak in die sisteem. Aan die begin het die mense wat morele sake betref nog steeds na hul God verwys, hulle het die bestaan van 'n lewe na die dood erken, en ook geglo dat goedheid uiteindelik beloon sal word terwyl verkeerde dade gestraf sal word. Maar heel snel het 'n soort etiek ontstaan wat binne die sisteembenadering gepas het. Die antwoorde op etiese vrae is ook gesoek binne die geslote sisteem — 'n utalitaristiese benadering tot etiek. Utalitariste neem morele besluite nie op grond van transendente absolute waardes nie, maar op grond van die effek van die besluit op die sisteem. Diefstal is verkeerd, nie omdat God dit eis in die Tien Gebooie nie, maar omdat dit inmeng by die ekonomiese funksionering van die samelewing en dit benadeel. Iets is goed en reg as dit bydra tot die effektiewe funksionering van die sisteem. Die praktiese word die enigste morele kriterium. As dit werk, is dit goed. Utalitarisme as

uitvloei van die Verligting is die wêreldbeskouing waarvolgens slawerny, kinderarbeid, die armoede van 'n groot deel van die bevolking ens. geregverdig is (Veith, 1994:33-34).

Die twintigste-eeue Amerika het heel anders uitgesien as dié van die negentiende eeu. Amerika was nou 'n geïndustrialiseerde staat met 'n beter ingeligte publiek en 'n gesofistikeerde media (Newsom et al, 1993:42). Groot besighede het bygedra tot die groot verandering: spoorlyne het die land deurkruis, stede het ontstaan, maatskappye is opgerig en moderne geriewe het die lewens van Amerikaners verander. Maar in 1900 het die helfte van die bevolking nog byna niks besit nie en het 54% van alles aan net 1% van die bevolking behoort (Grunig & Hunt, 1984:30).

Die groot besighede het ook bepaal wat by die stembus gebeur. Die stem van die gewone man is volgens Hiebert (Grunig & Hunt, 1984:30) "frequently sold away or manipulated into the hands of political bosses who were themselves tools of the men who owned the factories". Die groot base het baie meer vir hulle winste omgee as vir enige iets anders. So het 'n joernalis (Hiebert, in Grunig & Hunt, 1984:30) uitgewerk dat 500 000 werkers per jaar tydens hulle werkstyd gesterf het of verlam is. Duisende mense het gesterf by spoorweegoorgange, maar niemand het iets gedoen om die oorgange te verskuif of dit veiliger te maak nie. Maar hoe meer mense gesterf het en beseer geraak het en hoe minder die groot maatskappye iets daaraan wou doen, hoe meer het die publiek ontevrede begin raak. Ook die pers het meer en meer kritiek uitgespreek. Omdat die base geglo het publikasie van die feite sou hulle te veel benadeel, het hulle persagente aangestel om as buffers tussen die base en die publiek op te tree en om te keer dat die waarheid op die lappe kom (Hiebert in Grunig & Hunt, 1984:30-31).

Maar die besighede het nie aan kritiek en die oproep tot hervorming ontsnap nie. Die opponente van die groot besighede het ook geleer hoe om publisiteit ter bevordering van hulle saak te gebruik. In die voorste ry van kritici was 'n groep joernaliste wat deur Teddy Roosevelt "misharkers" genoem is. Newsom, Scott en Turk (1993:42) noem Joseph Pulitzer as die eerste "misharker". In sy redaksionele kommentare het hy die arbeiders gesteun in die staking van 1892. "The public be informed" was sy slagspreuk. Dit was egter net die voorsmaak van wat sou kom. Die werklike era van die inligtingsmodel breek aan met die begin van die nuwe eeu. In hierdie tyd doen joernaliste veel meer om die publiek in te lig (Newsom et al, 1993:42). Amerikaanse joernaliste het foute in die politiek en in die bedryfslêwe aan die kaak gestel en die een na die ander skandaal en korrupsie

oopgevelek. Sommige bronne (vgl. Olsthoorn en Van der Velden, 1996:76, Cutlip et al, 1985:32, Newsom et al, 1993:42) verwys na hierdie vorm van joernalistiek as "muckraking", 'n metafoer ontleen aan John Bunyan se *A Pilgrim's Progress* (vgl. Newsom et al, 1993:42).

Veral joernaliste van die tydskrif McClure's het 'n noemenswaardige bydrae gelewer (Grunig & Hunt, 1984:31; Newsom et al, 1993:42). Die werk van McClure se snuffelaars het ook in boekvorm verskyn. 'n Ander joernalis, Frank Norris, vat die spoorweg- en koringbase aan in sy boeke *The Octopus* (1901) en *The Pit* (1903). Ida Tarbell se *History of the Standard Oil Company* begin ook as 'n reeks in McClure's. Dit bestaan hoofsaaklik uit onderhoude met voormalige werknemers van Rockefeller en ontbloot die maatskappy se korrupsie en onregverdige kompetisie met kleiner maatskappye. Die golf van onthullende artikels het uiteindelik gelei tot die maak van wette wat die verbruikers beskerm het en maatreëls om die mag van die politici te verswak en monopolieë te voorkom.

Daarmee het 'n era van groter sosiale bewustheid aangebreek. 'n Bewys daarvan dat die publiek nie meer bereid was om vir die gek gehou te word nie, is die stigting van die eerste nasionale verbruikersorganisasie in die VSA, die National Consumers League (1899). Die groot besighede moes reageer op die publisiteitsoorlog teen hulle (Grunig & Hunt, 1984:31). Dreigement om advertensies te weerhou van media wat verantwoordelik was vir negatiewe publisiteit oor organisasies het nie meer die gewenste effek gehad nie. Die spoorweë kon ook nie meer die pers neutraliseer deur gratis kaartjies aan joernaliste te gee nie. Die publiek het nie meer stellings soos die van George F. Baer aanvaar wat in 1902 aan werkers gesê het om te vertrou op "the Christian men whom God in his infinite wisdom has given control over the property of the country".

Toe die steenkoolindustrie in 1906 weer in die spervuur kom, het die bedryfsleiers beseft dat bluf en retoriek nie meer genoeg was nie: Ivy Ledbetter Lee is aangestel om die bedryf se saak te stel (Newsom et al, 1993:44). Daarmee het een van die grootste figure in die geskiedenis van die skakelwese op die toneel verskyn. Ivy Lee, besighheidsverslaggewer van 'n New Yorkse koerant, was een van die eerstes wat beseft het dat besighede anders op hul kritici sal moet reageer. Die stilswe van "the public be damned" en die afgewaterde publisiteitsoekers was duidelik nie meer die oplossing nie. As publisiteit gebruik kon word om besighede te kritiseer, het hy gedink, sou dit ook gebruik kon word om besighede te



verdedig. Met hierdie gedagte maak hy en George Parker in 1904 die derde publiseitsburo in die VSA oop. (Let op hoe duidelik utilitaristies hierdie benadering is: geen gedagte aan die publieke self nie, alleen die onderhouding van die bestaande sisteem is van belang).

Die buro oorleef net vir vier jaar (Grunig & Hunt, 1984:31, Newsom et al, 1993:44). Parker het nog die gedagtes van 'n negentiende-eeuse publiseitsman gehad en Lee wou meer doen. Sy gedagte was so eenvoudig as wat dit Rewolusionêr was: vertel die waarheid. En as die waarheid van so aard is dat dit liever nie vertel moet word nie, pas dan die gedrag van die organisasie aan sodat die waarheid wel vertel kan word (Grunig & Hunt, 1984:31). Dit sit nog vandag aan die hart van etiese skakelpraktyk, al was die grondmotiewe van hierdie etiek in die lig van die Verligting utilitaristies van aard.

Reeds in die tyd van die 1906-staking stel Lee 'n verklaring van beginsels (Declaration of Principles) op (Van der Meiden & Fauconnier, 1990:147,148). Dit lui:

This is not a secret press bureau. All our work is done in the open. We aim to supply news. This is not an advertising agency; if you think any of our matter ought properly to go to your business office, do not use it. Our matter is accurate. Further details on any subject treated will be supplied promptly, and any editor will be assisted most cheerfully in verifying directly any statement of fact... in brief, our plan is frankly and openly on behalf of business concerns and public institutions, to supply to the press and the public of the United States prompt and accurate informations concerning subject which it is of value and interest of the public to know about.

Lee het sy verklaring aan koerantredakteure in stede regoor die VSA gestuur en daarmee respek gewen vir die werk van skakelpraktisyns (Newsom et al, 1993:43). In dieselfde jaar het Lee die Pennsylvania Railroad-maatskappy verteenwoordig toe 'n ongeluk op hulle belangrikste lyn plaasgevind het. In plaas daarvan om alles te verswyg (soos wat die bestuur graag wou volgens hulle tradisionele beleid) het Lee verslaggewers op koste van die maatskappy na die ongelukstoneel gebring. Hy het hulle rondgewys en alle moeite gedoen om aan die verlaggewers die inligting te gee waarop hulle gevra het. Die resultaat daarvan was dat Pennsylvania Railroad hulle eerste positiewe publisiteit in jare gekry het (Newsom et al, 1993:43, Grunig & Hunt, 1984:33).

Na die sogenaamde Ludlow-massacre in Colorado in April 1914 het Lee John D. Rockefeller jr. aangeraai om 'n beleid van openheid te voer en aanbeveel dat Rockefeller self die myne besoek om te kyk in watter toestande sy werkers leef (Grunig & Hunt, 1984:33). Hiebert (in Grunig & Hunt, 1984:33) beskryf dit as 'n baken in die geskiedenis

van skakelwerk. Lee adviseer later ook Rockefeller, wat as die "Rowerbaron" en "Seekat" beskryf is, om sy skenkings aan liefdadigheid publiek te maak. Dit het gehelp om sy beeld by die publiek te verander (Grunig & Hunt, 1984:34).

Die slagspreuk van die era, "The public be informed", was dus duidelik ook die uitgangspunt van Ivy Lee se publisiteitskantoor wat hy in 1916 geopen het — dié keer sonder Parker (Olsthoorn en Van der Velden, 1996:76). Hy noem homself vir die eerste keer "adviser in public relations" (Van der Meiden & Fauconnier, 1990:148). Die rol van die skakelpraktisyn was volgens Lee om sy publieke aan die organisasie te verduidelik en die organisasie aan sy publieke te verduidelik (Grunig & Hunt, 1984:34). Hierin het hy suiwer op sy gevoel staat gemaak. Hy het nooit 'n ondersoek laat doen om die publiek se mening te toets nie. Tog was dit 'n deurbraak en vorm dié advies tot vandag 'n belangrike komponent van die skakelpraktisyn se taak.

Onderliggend aan Lee se benadering was sy standpunt dat die publiek as *rasionele* mense gesien moet word. Indien hulle die regte inligting gegee sou word, sou hulle ook die regte besluite neem (Grunig & Hunt, 1984:34, beklemtoning CF — weer kom die grondmotiewe van die Verligting na vore). Hy het die skakelpraktisyn se rol met dié van 'n advokaat vergelyk, maar dan 'n "advokaat" van sy organisasie in die hof van die openbare mening. Hy het dit nie as die taak van 'n advokaat gesien om die motiewe van sy kliënt te ondersoek nie. Sy taak is om die belange van die kliënt na die beste van sy vermoë te behartig, so ver die wet dit toelaat. En die wet was, volgens Lee, die openbare mening. Net so is die skakelpraktisyn nie veronderstel om vrae oor die motiewe van sy werkgewer te hê nie; sy taak is om die belange van sy werkgewer na die beste van sy vermoë te behartig, in soverre die openbare mening dit toelaat (Hiebert, in Grunig & Hunt, 1984:33).

Hoewel Lee die bekendste vroeë voorbeeld is van 'n koerantman wat 'n organisasie se publisiteit behartig het, het die na-apers vinnig gevolg (Grunig & Hunt, 1984:35). Maatskappye het die openbare inligtingsbenadering gevolg deur koerantmanne aan te stel om skakeldepartemente binne die maatskappye te stig. Die American Telephone en Telegraph Company was een van die eerstes en sy president, Theodore Vail, een van die eerstes om die term "public relations" in plaas van "publicity" te gebruik.

Kerke (byvoorbeeld die Trinity Episcopal Church, 1909), die Rooi Kruis (1908) universiteite (byvoorbeeld die universiteite van Winsconsin en Pennsylvania, 1904) het begin om die

nut van 'n eie afdeling vir publiseit in hulle organisasies in te sien en sulke afdelings op die been te bring. Die doel daarvan was om hulle verhoudings met hulle publieke te verbeter (Newsom et al, 1993:44; Grunig & Hunt, 1984:36). Ook besighede het hulle voorbeeld gevolg (byvoorbeeld Ford wat 'n inhuispublikasie, Ford Times, in 1908 begin het en in 1912 marknavorsing oor die openbare mening begin doen het) (Newsom et al, 1993:45).

Die Eerste Wêreldoorlog (1914-19) val ook binne die fase waarin die klem van publiseit na openbare inligting verskuif het (vgl. Van der Meiden & Fauconnier, 1990:37). 'n Nuwe faset kom egter by deurdat propaganda 'n belangrike rol tydens die oorlog gespeel het. Aan die begin van die oorlog het veral Brittanje 'n propagandaveldtog geloods om die VSA aan sy kant te kry. Hulle het daardeur die Amerikaners oortuig van die regverdigheid van hulle saak en die foute van die Duitsers (Grunig & Hunt, 1984:37). Die Lusitania-insident, waar 'n Duitse duikboot 'n skip met Amerikaanse passasiers laat sink het, is veral hiervoor gebruik. Die geallieerdes het hulle kant van die verhaal voorgehou en die Duitsers brutale "Hunne" genoem (Newsom et al, 1993:45).

Net 'n week na die uitbreek van die oorlog het president Wilson van die VSA die "committee on public information" onder leiding van George Creel in die lewe geroep. Dié organisasie, waarin skakelpraktisyns soos Bernays en Byoir saamgewerk het, het ongekende sukses behaal (Grunig & Hunt, 1984:37; Van der Meiden & Fauconnier, 1990:148). Die doel van die Creel-komitee was om die Liberty Bonds ('n staatsobligasie) te propageer, gesdrif by gewone Amerikaners vir die oorlog te wek en Amerikaanse patriotisme te bevorder (Van der Meiden & Fauconnier, 1990:148). Tobin en Bidwell (in Grunig & Hunt, 1984:37) beskryf die werk van die komitee as die mees effektiewe oorlogspropaganda ooit. Die pro-oorlogsboodskappe is op alle maniere aan die bevolking oorgedra — advertensies, nuus, vrywillige sprekers, plakkate, skole, teaters, vlaggies en pamflette.

Hoewel die komitee gebruik gemaak het van algemene hulpmiddele van wat later as die openbare inligtingsmodel bekend geword het, het hulle onbewus nog iets gedoen wat bygedra het tot die verspreiding van hulle boodskap: hulle het ook die psigologiese beginsels vir ooredingskommunikasie gevolg. Boodskappe is geformuleer volgens dit wat die mense in geglo het en dit wat hulle graag wou hoor. Die Creel-kommissie was nie 'n groepie denkers wat hulle idees op die bevolking wou afdwing nie, maar het idees

bevorder wat 'n groot groep Amerikaners reeds voor die oorlog gehad het (Grunig & Hunt, 1984:38).

Die werk van die Creel-komitee het gelei tot 'n nuwe bewustheid binne die ontlukende skakelwese. Stelselmatig het skakelpraktisyns agtergekom dat hulle gebruik kon maak van kennis in die sosiale wetenskappe om hulle werk te ondersteun (Grunig & Hunt, 1984:38). Dit was die aanleiding tot 'n nuwe era in die skakelwese, nl. die asimmetriese tweerigtingbenadering. Die lid van die Creel-komitee wat dié benadering by uitstek sou uitbou, was Edward Bernays.

In die tydperk 1918-1945 het die rigtinggewende gedagte geword "The public be educated or respected". Oor die Creel-komitee se werk is gesê hulle het onbewus gebruik gemaak van psigologiese beginsels van oorrading. Met Bernays, 'n immigrant uit Oostenryk, was dit anders. Sy oom aan beide kante was die psigoloog Sigmund Freud. In die 1920's help Bernays sy oom om enkele van sy werke in Engels te vertaal en te publiseer. Dié twee korrespondeer gereeld en dit is heel moontlik dat hierdie kontak met Freud Bernays se belangstelling in die sosiale en gedragswetenskappe geprikkel het (Grunig & Hunt, 1984:38).

Bernays het lid van die Creel-span geword toe hy militêr ongeskik bevind is om self na die front gestuur te word. As lid van die komitee het hy by die buitelandse persburo gewerk wat verantwoordelik was vir die verskaffing en vertaling van materiaal aan oorsese media om Amerika se bydrae tot die oorlog te beklemtoon. Bernays het egter nie van die begin af die idee gehad dat hy skakelwerk wou doen nie. Hy het 'n landbouopleiding gehad en daarna vir 'n landboutydskrif gewerk. Daarna doen hy redigeerwerk vir twee ander blaie, die *Medical Review of Reviews* en die *Deitetic and Hygenic Gazette*. Dit is indirek as gevolg van sy werk by eersgenoemde dat hy die joernalistiek verlaat en 'n publiseitsman word. In 1913 het 'n dokter 'n resensie van 'n toneelstuk, *Damaged Goods*, na die *Medical Review* gestuur. Die stuk was 'n aanval op die preutse samelewing en die veneriese siektes wat dit tot gevolg sou gehad het. Bernays het die artikel geplaas omdat hy gedink het die lesers van die *Medical Review* sou daarby baat vind, al was dit heel gewaag vir dié tyd. Later help hy om die stuk in New York op die planke te bring en so geld in te samel vir die sg. Sociological Fund Committee, wat bande met die *Medical Review* gehad het (Grunig & Hunt, 1984:38-39). Na 'n besoek aan sy oom in Wenen los Bernays die

joernalistiek en word hy voltyds 'n persagent vir teater, musiek en toneel. Teen hierdie agtergrond sluit Bernays by die Creel-komitee aan (Grunig & Hunt, 1984:39).

In 1919 maak Bernays 'n eie kantoor oop. Met sy wetenskaplike benadering word hy die intellektueel onder die vroeëre skakelpraktisyns. In 1923 skryf hy die eerste boek oor skakelwerk, *Crystalizing Public Opinion*, in 1928 *Propaganda* en in 1952 volg sy eerste handboek vir skakelwerk, *Public Relations*. Hy was ook die eerste om 'n kursus in skakelwerk aan 'n universiteit te doseer (in 1922 aan die Universiteit van New York, waar hy 'n deelydse dosent was) (Grunig & Hunt, 1984:39).

Die VSA is in die twintigerjare van die vorige eeu gekenmerk deur groei in die reklamebedryf, welvaard en plesier (Newsom et al, 1993:46). Adverteerders het ook nuwe media ontdek. In 1921 word die eerste betaalde radio-advertensie in New York uitgesaai en gou ontwikkel reklame deur middel van radio. Ook ander media word ingespan, soos rolprente, groot reklameborde, advertensies op trems en selfs "sky writing" (die skryf van 'n boodskap met die rook van 'n vliegtuig op die hemelruim) (Newsom et al, 1993:46). Hierdie ontwikkelinge het die skakelwese vanselfsprekend nie onaangeraak gelaat nie. Boeke en kursusse oor die onderwerp verskyn, waaronder Walter Lippmann se *Public Opinion* (1922). Daarin spreek hy besorgdheid uit omdat die publiek dan nie meer hul eie menings vorm nie. Hy beweer dat die mening van die publiek vir hulle gevorm en ingegee word deur die media in die vorm van slagspreuke en stereotipes (Newsom et al, 1993:46).

Groot besighede het die sosioloë se belangstelling in openbare mening gedeel. Organisasies het byvoorbeeld uit hulle ervaring met die Eerste Wêreldoorlog geleer dat sosiale verantwoordelikheid goed is vir skakelwerk en daarom ook goed is vir hulle besighede. Toe Athur Page in 1927 die visie-president en binnenshuise kundige op die gebied van skakelwerk van die Amerikaanse pos- en telegraafmaatskappy geword het, het hy 'n gedagte uitgespreek wat nou nog vir skakelwerk geld, naamlik dat enige besigheid begin met die instemming van die publiek en dat dit oorleef met die goedkeuring daarvan. Ook dat 'n besigheid 'n skakelafdeling moet hê wat 'n werklike invloed op die topbestuur kan uitoefen en dat 'n organisasie te wete moet kom wat die publiek wil hê en dat hulle beloftes aan die publiek moet maak wat hulle ook moet nakom. Hierdie beloftes moet 'n soort funksie hê as 'n "hostage to performance" — 'n gyselaar wat die publiek kan hou totdat die organisasie sy beloftes nakom. Hy het ook gesê dat gesonde betrekkinge nie deur publisiteit gebou word nie, maar deur optrede. Dit wil sê die uitvoering van dit wat

hulle sê (in Newsom et al, 1993:46-47). Daarmee het hy natuurlik ook by Lee se vroeëre uitsprake aansluiting gevind.

Die heersende stemming van die 1930's het heeltemal van dié van die 1920's verskil. In 1929 het die aandelebeurs in Amerika ineengestort, wat die land in 'n depressie gedompel het waarvan dit nie binne tien jaar herstel het nie. Dit het skakelwerk voor nuwe uitdagings gestel. Die publiek het hul vertroue in die sakewêreld verloor en die werkersmag was ontevrede. Skakelpraktisyns moes help om hierdie vertroue te herstel. Vandaar die skakelveldtog met die slagsspreuk "What helps business helps you". Die grootste uitdaging vir skakelwerk was egter om die samelewing in geheel weer te laat moed skep. Veral van regeringskant het kommunikasie-inisiatiewe gekom waarin daar aan die publiek vertel is dat goeie tye weer sal kom. Soos pres. F.D. Roosevelt gesê het: Die enigste ding wat hulle moes vrees, was vrees self (Newsom et al, 1993:47).

In die laat 1920's het die American Telephone and Telegraph Company met meningspeilings begin. Hiermee het hulle begin beweeg in die rigting van asimmetreïse tweerigtingskakelwerk (Grunig & Hunt, 1984:41). 'n Belangrike ontwikkeling van die 1930's was die verbetering van meningspeilings, met name die Gallup Poll, wat die wetenskaplikheid en geloofwaardigheid van meningspeilings laat styg het (Newsom et al, 1993:47; vgl ook Grunig & Hunt, 1984:41). Ook die meer wetenskaplike benadering tot navorsing as deel van skakelwerk moenie as losstaand van die tydsgees gesien word nie.

Die ontwikkeling van skakelwerk in die 1930's is die beste te illustreer aan die hand van die voorbeeld van General Motors. Toe Paul Garret in 1931 die hoof geword het van die General Motors se eenmanskakelafdeling het daar algemene wantroue by die breë publiek in groot besighede bestaan. Die direksie van General Motors het van Garret verlang om die groot besigheid na 'n klein besigheid te laat lyk, sodat hulle die guns van die publiek kon wen. Garret was nie vir so 'n benadering te vinde nie. Hy het gemeen dat goeie skakelwerk van binne af na buite toe gewerk het. Goeie korporatiewe beleid wat ook die publiek in ag neem, moes die basis vorm vir goeie skakelwerk en aanvaarding deur die publieke. Die bestuur moes die vertroue, aanvaarding en welwillendheid (goodwill) van die publieke wen deur hulle optrede en nie deur 'n valse beeld aan hulle voor te hou nie. Garret se advies was dat hulle die publiek se belang in ag neem by elke besluit oor besigheid wat deur General Motors geneem word.

Ten spyte van Garret se benadering was General Motors se probleme nie verby nie. In 1937 was hulle betrokke by 'n werknemerstaking wat 24 dae geduur het en hoewel die algemene gevoel in die tyd teen vakbonde was, het die vakbond wat die staking georganiseer het tog daarin geslaag om die openbare mening in sy guns te kry. Daardeur kon hulle ook erkenning vir hulle vakbond kry. Ten spyte van hierdie teenslae het Garret sy beleid voortgesit en gestry vir goeie skakelwerk. In 1939 het die tydskrif Fortune 'n artikel oor Garret gepubliseer. Daarin is Garret se werk as volg beskryf: "carrying out a long-range program of finding out what people like and doing more of it". Dit was die eerste keer dat 'n belangrike tydskrif oor die skakelafdeling van 'n organisasie geskryf het. Dit het getoon dat skakelwerk ontwikkel het tot iets waarin daar tot op die vlak van beleidsmaking mee rekening gehou moet word (Newsom et al, 1993:48).

Ander belangrike figure in die tyd wat bygedra het tot die ontwikkeling van skakelwerk is Rex Harlow en John W. Hill. Harlow het boeke oor skakelwerk geskryf, kursusse daarvoor aangebied en ook teorieë oor skakelwerk geformuleer. In sy werk kom dit na vore dat hy oorreding as die belangrikste doel van skakelwerk gesien het (Grunig & Hunt, 1984:41). Hill het in 1927 saam met Don Knowlton die Hill & Knowlton -skakelagentskap in Cleveland opgemaak. Later het Hill New York toe getrek terwyl Knowlton in Cleveland agter gebly het. Die twee takke het elkeen op sy eie ontwikkel en dit is veral die New Yorkse kantoor wat belangrik was vir die ontwikkeling van skakelwerk. Hoewel Hill in 1977 oorlede is, was sy agentskap saam met Burson-Marsteller in 1980 die grootste skakelwerkfirma in die wêreld (Grunig & Hunt, 1984:41).

In sy outobiografie het Hill (in Grunig & Hunt, 1984:41) 'n definisie van skakelwerk gegee wat die ontwikkeling van skakelwerk in hierdie era baie goed weergee. Hy het geskryf:

*It functions in the dissemination of information and facts when non-controversial matters are involved. But when controversy exists, public relations may become the advocate before the bar of public opinion, seeking to win support through interpretation of facts and the power of persuasion.*

Al lyk dit asof die skakelwerk van die 1930's die openbare belang voorop gestel het, is die enigste manier waarop hulle dit bedoen het deur aan die bestuur te vertel wat die publiek sal aanvaar. Hulle het nie aan die bestuur vertel hoe om self te verander om meer aanvaarbaar vir die publiek te word nie. Hoewel hier dus sprake is van tweerigtingkommunikasie, was dit nie simmetries nie. Daar is wel geluister na wat die publieke wil hê, maar daar is nie hierby aangepas nie (Grunig & Hunt, 1984:41).

Met die aanbreek van die 1940's het die geestesgesteldheid in Amerika gou weer verander. Skakelwerk is weer eens gebruik om Amerika se deelname aan 'n oorlog (die Tweede Wêreldoorlog) te regverdig en te bevorder. So het Hill & Knowlton, toe 'n baie prestigeryke onderneming, die belange van oorlogsindustriële soos die Aviation Corporation of America, die American Shipbuilding Corporation en die Aeronautical Chamber of Commerce behartig (Newsom et al, 1993:49). Die hele skakelwerkpoging gedurende die Tweede Wêreldoorlog was meer gesofistikeerd en gekoördineerd as tydens die Eerste Wêreldoorlog. Skakelwerk is veral deur twee organisasies aangepak. Die Office of War Information (OWI) se taak was om inligting wêreldwyd te versprei en hulle het 'n plan gehad wat selfs dié van die Creel-komitee oortref het (Newsom et al, 1993:50). Die War Advertising Council het aankondigings gemaak wat met die oorlog verband gehou het en het slagspreuke geskep soos "Loose lips sink ships". Die twee organisasies was baie suksesvol in hulle taak om in die binne- en buiteland steun vir Amerika en die oorlogspoging te wen. Veral die gebruik van rolprente het vrugte afgewerp. In 1943 is 'n dokumentêr gemaak om patriotisme te bevorder en die moraal te bou terwyl Hollywood rolprente gemaak het wat die Amerikaanse soldate aan die front opgehemel het. Die effek van die rolprente was sodanig dat besighede soos Standard Oil 'n film (*Louisiana Story*) oor hulle maatskappy gemaak het (Newsom et al, 1993:50).

Individuele organisasies het op hulle eie maniere die oorlogspoging gehanteer. Tekorte aan basiese lewensmiddele is die realiteit van talle oorloë. So het 'n tekort aan ink voorgekom. Die Lucky Strike-sigaretmaatskappy het weens 'n gebrek aan groen ink hul sigaretverpakking na wit te verander. As gevolg van goeie skakelwerk het dit die maatskappy eerder bevoordeel as benadeel; hul skakelveldtog se slagspreuk was: "Lucky Strike Green Has Gone to War". Die wit pakkie het 'n simbool geword van Amerikaners se "bydrae" tot die oorlogspoging (Newsom et al, 1993:50).

Die kommunikasiekundige Charles Steinberg (in Newsom et al, 1993:50) beweer dat skakelwerk gedurende hierdie oorlog 'n volledige profesie geword het. Teen 1949 was daar 100 kolleges en universiteite wat kursusse in skakelwerk aangebied het. Die doel van skakelwerk gedurende hierdie derde groot fase was om die publiek op te voed en te vorm. In hierdie proses is dit ook belangrik geag om die publiek met respek te behandel (Olsthoorn & Van der Velden, 1996:76).



In die 1950's het Amerika 'n bloeiende ekonomie gehad, waarskynlik as gevolg van die stygende produksie van verbruikersgoedere. Die bevolking het vinniger as ooit tevore gegroei, meer mense het onderwys en opleiding ontvang en loopbane gevolg wat nie harde hande arbeid geveer het nie. Tegnologie het op alle fronte ontwikkelinge ondergaan: televisie, satelliet, atoomenergie en selfs die rekenaar. Ten spyte van groeipyne het die industrie ontwikkel, maar die geestesgesteldheid van die Amerikaners in die vyftigerjare was een van vrees. Vrees vir die atoombom, die Russe, jeugmisdaad en McCarthyisme (Newsom et al, 1993:51). In hierdie tyd (1955) verkoop Sloan Wilson se roman *The Man in the Gray Flannel Suit* soos soetkoek. Die lewe van 'n witboordjiewerker, 'n skakelpraktisyn vir 'n groot uitsaaikorporasie, word daarin beskryf. Die feit dat Wilson se held 'n skakelpraktisyn was, dui moontlik daarop dat die skakelpraktyk teen hierdie tyd 'n gevestigde beroep was.

Skakelkunde het saam met die tegnologie ontwikkel. In 1953 het die Internasionale Kamer van Koophandel 'n kommissie vir skakelwerk ingestel en in 1954 het die Amerikaanse vereniging van skakelpraktisyns, Public Relations Society of America (PRSA), 'n eerste etiese kode vir skakelpraktisyns opgestel. In 1959 aanvaar die PRSA 'n program van beginsels (Newsom et al, 1993:51,52).

Ten einde van die 1950's was daar ook reeds 'n aantal vroulike skakelpraktisyns, waaronder die vrou van Bernays, Doris E. Fleishman. Anne Williams Wheaton word in 1957 die perssekreter van President Eisenhower en verstig daarmee die aandag op skakelwerk as moontlike beroep vir 'n vrou (Newsom et al, 1993:51). As aanvaar word dat mans en vroue breedweg verskillende benaderings tot menseverhoudinge het, was dit 'n betekenisvolle ontwikkeling.

Televisie, wat in die 1950's al gewild in die VSA geword het, het 'n wesentliche invloed gehad op die ontwikkeling van skakelwerk. Die medium se vermoë om deur middel van boodskappe te oortuig, was van die begin af duidelik en die effek daarvan was voordelig sowel as nadelig vir die skakelpraktisyns wat daarvan gebruik gemaak het. Revlon het byvoorbeeld voordeel uit televisie getrek deur die borgskap van 'n baie populêre televisieprogram, maar toe die program *\$64 000 Question* ontmasker is as 'n bedrogspul, het hulle die negatiewe gevolge van die negatiewe publisiteit gevoel (Newsom et al, 1993: 51).

Die ontwikkeling van skakelwerk in die sestigs en sewentigs in die VSA is veral beïnvloed deur twee sosiale faktore. Die begin van die jare vyftig was ook die begin van 'n tydperk wat groot sosiale krisisse en veranderinge in Amerika ingehou het. Dit was ook 'n tydperk waarin die verbruiker sy stem toenemend laat hoor het. Die 1960's en 1970's was jare van groot veranderinge en krisisse in die Verenigde State. Newsom, Scott en Turke (1993:52) meen skakelpraktisyns is ingespan om die drama en trauma van die tyd te help oplos. En daarvoor het skakelpraktisyns 'n kennis van sosiale wetenskappe nodig gehad, sowel as kommunikasie- en bestuursvaardighede.

Die jare sestig en sewentig het in die VSA geen gladde verloop gehad nie. Die een bult op die weg na vooruitgang is gevolg deur 'n ander. Mense het van mekaar verskil ook menseregte, ontwapening, die ruimteprogram, die Viëtnamoorlog en vredesbeweging, natuurbewaring, vroueregte, kernenergie, die gebeure rakende Watergate ensovoorts.

Skakelpraktisyns het deur middel van seminare bestuurslede opgelei hoe om direkte antwoorde aan aktiviste te gee en hoe om dit indirek te hanteer, byvoorbeeld deur die media. Die aktiviste het ook skakelwerk gebruik en het die aandag van die publiek getrek met betogings en retoriek. Ook die groot besighede moes leer om krisisskakelwerk te doen. Verbruikers wat teen die oorlog in Viëtnam gekant was, het onder meer die gewone verbruikersprodukte van die chemiese maatskappy Dow geboikot omdat hy die napalm geproduseer het wat deur die Amerikaanse soldate in Viëtnam gebruik is. Skakelpraktisyns kon hierdie houding nie verstaan nie, omdat oorlogspogings in die verlede tekens positief deur skakelpraktisyns gebruik kon word. Toe niemand meer geweet het hoe om die Viëtnamese oorlog by die ontevrede publiek te regverdig nie, het die VSA vrede gesluit (Newsom et al, 1993:52).

Die verbruikersboikot teen die Dow-produkte was nie die enigste poging in dié tyd van verbruikers om hulle stem te laat hoor nie. Verbruikersbewustheid het oor die algemeen toegeneem. Tot die laat 1960's was die basis van die Amerikaanse ekonomie produktiwiteit. Mense het van die veronderstelling uitgegaan dat daar 'n mark was vir alle goedere wat gemaak en verkoop kon word. Die resultaat daarvan was 'n oorvloed produkte in 'n oorvol mark — met besliste gevolge vir die skakelpraktisyns en bemarkers. Reklamemense het begin agterkom dat die ou reklamegesegde "If we can make it, you can sell it" nie in alle gevalle waar was nie. Talle skakelpraktisyns het die heersende

gevoel in die markte begryp en in die grotere skakelafdelings is daar toenemend marknavorsing gedoen (Newsom et al, 1993:53-54).

Margot Sherman, 'n New Yorkse skakelpraktisyn, (in Newsom et al, 1993:54) meen die verbruikersbeweging het 'n wesenlike hupstoot gekry toe pres. John F. Kennedy in 1962 verklaar het dat elke verbruiker vier basiese regte het: Om ingelig te word; die reg tot veiligheid; die reg tot 'n keuse; en die reg om gehoor te word. Die sentiment agter die verbruikersbeweging was dat lewenspeil en -kwaliteit aan die agteruitgaan was, wat op sy beurt die gevolg van 'n "vyandige omgewing" was. Hierdie "vyand" was besighede. Die sakewêreld was verbaas oor 'n generasie van verbruikers wat nie meer oop was vir die ou maniere van oorreding nie. Boonop was daar groeiende verwagtings waaraan nie voldoen kon word nie. Dit het die ontevredenheid by verbruikers vergroot. Verbruikersontevredenheid was verder ook die oorsaak en gevolg van 'n golf ondersoekende joernalistiek (Newsom et al, 1993:54).

Louis Harris (in Newsom et al, 1993:56) se navorsing het ook aangetoon dat senior bestuurders nie in voeling was met die openbare mening nie. Verbruikersaktiviste sou liefers konsentreer op elektriese toebehore, die reklamebedryf, kernkragsentrales en banke, terwyl die besture van groot besighede gedink het hervorming was die nodigste in bv. die mediese profesie, die motorbedryf en die regsprofesie. Oor een saak was hulle dit wel eens: boodskappe via die massamedia is gewantrou (Newsom et al, 1993:56).

Ralph Nader 'n belangrike inisieerder in die verbruikersbeweging, noem (in Newsom et al, 1993:55) die belangrikste probleem van die verbruikersbeweging die "nie-vrywillige subekonomie", die ongeskrewe vaste pryse vir produkte en dienste. Die verbruikers moes die onnatuurlike hoë pryse vir goedere en dienste gewoon aanvaar, want daar was geen ander produkte of dienste nie. Omdat daar geen kontrole en keusemoontlikhede bestaan het nie het hy dit nie-vrywillig genoem en omdat dit onderliggend aan die ekonomie was, 'n subekonomie. In 1973 het Nader opgemerk dat die beweging nog nie genoeg sukses behaal het in die totstandbring van regulerende sisteme nie, maar waarin dit wel suksesvol was was die bewusmaking van die verbruiker dat hulle oneerlik behandel word en selfs in gevaar gestel word (Newsom et al, 1993:55).

Die stem van die verbruiker het so sterk geword dat president L.B. Johnson in 1967 vir Betty Furnes aangestel het as raadgewer oor verbruikerssake en teen 1971 was daar nie

minder nie as vier verbruikersorganisasies (Newsom et al, 1993:55). Verbruikers het mondig geword. Hulle het daarop begin aandrang om gehoor te word. Vir die skakelbedryf het dit nuwe uitdagings gestel.

Die dringendheid van die probleme wat Amerikaanse skakelpraktisyns gedurende die 1960's en 1970's moes oplos en die verwagtings van die persone en organisasies wat van die talente van skakelpraktisyns gebruik moes maak, het die skakelwese 'n hele nuwe rigting laat inslaan. Die algemene vertrouenskrisis het die skakelwese vanselfsprekend ook regstreeks geraak. Uitvloeisels was die ontstaan van 'n professionele organisasie vir skakelpraktisyns, die opstelling van etiese kodes en 'n verklaring van beginsels. Soos wat skakelwerk aan status gewen het en meer kennis daarvoor beskikbaar geword het, het al meer voornemende skakelpraktisyns die vak skakelkunde gestudeer voordat hulle in die veld begin werk het. Die gevolg was dat opgeleide skakelpraktisyns die beroep mettertyd begin oorheers het (Newsom et al, 1993:57).

Vir skakelpraktisyns was die 1960's en 1970's 'n waterskeiding: mediavaardighede en kennis van mediabetrekkinge was nie meer genoeg nie. Sosiale wetenskaplikes het lank reeds gesê dat skakelwerk tot op die vlak van die topbestuur van organisasies nodig is. Al hoe meer organisasies het skakelwerk as 'n bestuursfunksie begin sien en skakelpraktisyn in bestuursposte aangestel (Newsom et al, 1993:65).

In die jare tagtig en negentig het die wêreld ontwikkel tot 'n "global village", wat gekenmerk is deur gedeelde ervarings. Die massamedia het gebeurtenisse wat aan die ander kant van die wêreld plaasgevind het tot in ons huise gebring. Die totstandkoming van 'n "global village" is hoofsaaklik te danke aan ontwikkelings in kommunikasietegnologie. Hierdie ontwikkelings, wat ook in Suid-Afrika plaasgevind het, het ook 'n invloed op die werk van die skakelpraktisyn. Die ontwikkeling van rekenaars en satelliet maak dit moontlik om boodskappe en beelde binne sekondes reg oor die wêreld te stuur. Die verbetering en ontwikkeling van rekenaars het ook gelei tot beter tegnologie vir lessenaaruitgewery (desk top publishing, ofte wel DTP). Die skakelpraktisyn kan nou met hierdie programmatuur netjiese inhuyspublikasies saamstel en uitgee. Dit is ook handig te gebruik by die opstel van verslae, toesprake en advertensies (Newsom et al, 1993:62-63). Daarmee het die skakelpraktisyn groter beheer gekry, maar moes hulle ook beter opgelei word.

Wanneer die hele ontwikkeling van die Amerikaanse samelewing in oënskoue geneem word en dit aan die hand van bogenoemde geëvalueer word, kan die afleiding gemaak word dat die samelewing aan die einde van die jare negentig die hele proses van modernisering deurgemaak het. En omdat dit skakelpraktyk iets is wat nie los daarvan gemaak kan word nie en elke ontwikkeling in die samelewing ook sy stempel op die skakelpraktyk afgedruk het, kan gesê word dat die skakelpraktyk ook gemoderniseer is.

## **2.8 'n Suid-Afrikaanse perspektief**

Truter (1991:38) asook Malan en L'Estrange (1977:9) beskou J.B.M. Herzog as die vader van die skakelwese in Suid-Afrika. In 1937 stig hy die Departement van Inligting met die doel om amptelike inligting te versprei en 'n positiewe beeld van die land uit te dra. In 1947 het die werk in so 'n mate uitgebrei dat hierdie Inligtingsburo in 'n Staatsinligtingskantoor omskep is. Later is daar verskillende kantore reg oor die wêreld geopen om amptelike inligting te versprei en ook in ander lande 'n goeie beeld van Suid-Afrika te probeer skep. In 1961 het die eerste minister, H.F. Verwoerd, 'n selfstandige Departement van Inligting gestig omdat die regering besef het dat Suid-Afrika doelgerig aan sy beeld in die buiteland sal moet werk (Truter, 1991:39; Malan & L'Estrange, 1977:10; kyk ook Mulder, 1977).

Die Suid-Afrikaanse Spoorweë was in 1943 die eerste Suid-Afrikaanse organisasie om 'n skakelpraktisyn aan te stel en in 1948 is die eerste kantoor vir 'n skakelkonsultant in Johannesburg geopen. Kort daarna het ander skakelpraktisyns die mark betree. Dit was in dié tyd veral die mynweese wat die moontlike waarde van skakelwerk ingesien het en skakelpraktisyns aangestel het (Skinner & Mersham, 1998:350; Skinner & Von Essen, 1982:6; Malan & L'Estrange, 1977:10). In die tyd wat daarop gevolg het, het die skakelwese vinnig gegroei.

Ondememings het eers na afloop van die Tweede Wêreldoorlog bewus geword van wat 'n skakelpraktisyn in diens vir hulle kan beteken en skakelpraktisyns aangestel. Verlamate die koste verbonde aan hierdie poste begin vrugte afwerp het, het die skakelwese in Suid-Afrika erkenning begin kry (Truter, 1991:38). Daar is skakelpraktisyns werksaam in vele organisasies, onder meer: die myn-, olie-, tabak-, kunsmismaatskappye, die wynindustrie en brouerye, munisipaliteite, universiteite, regeringsdepartemente en industrieë wat met behulp van staatsbefondsing opererig is, soos Yskor en Sasol.

As Suid-Afrika dan tog 'n eie geskiedenis van die skakelwese het, waarom dan soveel klem op die geskiedenis en ontwikkeling van skakelwerk in die VSA? Dit is 'n geldige vraag, veral as daar beweer word dat die geskiedenis en ontwikkeling van skakelwerk in 'n land nie los van die sosiale, ekonomiese, politieke en religieus-kulturele geskiedenis van daardie land gesien kan word nie (Roodt, 1988:41). Die Suid-Afrikaanse leser van vandag kan die relevansie daarvan betwyfel, maar dit is 'n onvermydelike pad: beskikbaarheid van bronne en die feit dat skakelwerk soos wat dit vandag ook in Suid-Afrika gedoen word, het grotendeels voortgevloei uit ontwikkelinge wat in die VSA plaasgevind het (vgl. Lubbe, 1994:3; Skinner & Mersham, 1998:348).

Lubbe (1994:3) veronderstel dat die fases van ontwikkeling vanaf die vroeëre publisiteitsoekers, tot by die openbare inligtingsmodel en die latere ontwikkelinge in Suid-Afrika grotendeels ooreenstem met die ontwikkelinge in die VSA, hoewel daar uiteraard ook verskille sal wees. 'n Belangrike voorbehoud in hierdie verband is die groot verskille in politieke en ekonomiese ontwikkeling tussen die VSA en Suid-Afrika. Maar dit is nie van wesenlike belang vir hierdie studie nie. Feit is dat die skakelwese vandag sterk in Suid-Afrika staan. Geen maatskappy of onderneming van naam is sonder 'n skakelafdeling, of dan kommunikasie-afdeling nie. Selfs kleiner maatskappye of organisasies maak van deeltydse skakelpraktisyns gebruik of taak werknemers om sekere funksies te verrig wat normaalweg as skakelwerk bestempel sou kon word. Al hoe meer skakelpraktisyns is egter produkte van universiteite of teknikons wat deeglike professionele opleiding verskaf (meestal aan die hand van Amerikaanse handboeke of Suid-Afrikaanse handboeke wat swaar steun op Amerikaanse insigte). Talle, maar nie alle, skakelpraktisyns behoort ook aan die Public Relations Institute of Southern Africa (PRISA), waardeur hulle 'n professionele band met kollegas sluit. Vanweë die nie-verpligting van lidmaatskap, is daar veel meer wat as skakelpraktisyns werk, maar nie lid is van PRISA nie.

Die noodsaak van 'n duidelike filosofiese raamwerk is in die lig van laasgenoemde feit akkuut: as skakelpraktisyns nie deur verpligte lidmaatskap gedwing kan word om professioneel en eties verantwoordelik op te tree nie, moet hulle toegegerus word om dit uit eie beweging te doen, d.w.s. vanuit 'n persoonlike filosofie. Vir Christenskakelpraktisyns is die noodsaak van 'n Bybels-verantwoorde filosofie vir skakelwerk te meer 'n behoefte — gesien die soms treurige geskiedenis van skakelwerk, die eensydige klem wat in 'n vryemarkeconomie binne 'n globale mark op wins geplaas word, en die morele relativisme

van die postmoderne era waarin skakelpraktisyns hulle vandag bevind. Wat hierdie postmoderne konteks behels, is die fokus van die volgende hoofstuk.

# 3

## Postmoderne konteks van skakelwerk

---

### 3.1 Inleiding

In die vorige hoofstuk is aangetoon hoe die verskillende tydperke waarin skakelpraktisyns (of diegene wat skakelwerk gedoen het, of hulle nou as skakelpraktisyns bekend gestaan het of nie) gefunksioneer het en die ontwikkeling van skakelwerk telkens deur die kulturele, politieke en tegnologiese konteks beïnvloed het. Onderliggend daaraan was telkens 'n heersende tydgees. In die huidige konteks sal mens daarom kan aanneem dat die gebeure en faktore wat tans 'n rol speel ook hul stempel op die skakelpraktyk sal afdruk. As daar in hierdie studie gesoek word na 'n Christelike visie op skakelwerk, moet die huidige postmoderne tydsges deeglik verreken word omdat Christene nie buite die konteks staan nie. Dit verduidelik meteen ook die motiewe onderliggend aan die huidige sekulêre skakelpraktyk. Die skakelpraktisyn werk binne 'n organisasie met 'n bepaalde kultuur, wat ook deur die omgewing beïnvloed word: "Een bedryfscultuur ontwikkel zich in de loop van de tijd. Het denken, voelen en doen van een organisasie ontstaan als reactie op de omgeving," aldus Olsthoorn en Van der Velden (1996:119). Hulle definieer 'n organisasiekultuur as volg:

Bedryfs of organisasiekultuur (is) de onderliggende waarden, gezamenlijke normen, zienwijzen, het gedrag en de gevoelens die door de leden van een organisasie worden gedeeld (shared values). De kultuur bepaalt



het communicatiewe gedrag van die organisasie... Bedryfscultuur... is nie direct zichtbaar. Maar die kultuur word in die gehele kommunikatiewe gedrag van een organisasie (Olsthoorn en Van der Velden, 1996:117).

Hierdie aanhaling onderstreep hoe belangrik dit vir Christenskakelpraktisyne is om insig te verkry in die konteks van waaruit hulle hul werk doen. Die postmoderne konteks is egter nie maklik om in 'n neutrale saam te vat nie. Die probleem begin reeds by die formulering van 'n algemeen werkbare definisie van die konsep "postmodern". Soos wat die *Modernity Dictionary of Received Ideas* (in Featherstone, 1991:1) dit omskryf: "The word has no meaning. Use it as often as possible". Ook die "postmoderne era" is 'n probleem wanneer dit by die formulering van definisies kom, in die eerste plek omdat egte postmodernisme dit nie as 'n "era" wil beskou nie. Soos Lyotard (in Featherstone, 1991:5) skryf: "era" dui op 'n periode en periodisering; die hele idee om iets in (tyd)vakke in te deel, bly steeds 'n baie klassieke of modernistiese ideaal. Volgens hom is postmodernisme veel eerder 'n stemming of 'n gemoedstoestand. Die kern hiervan is 'n mensheid wat "sadder and wiser" voel en 'n mentaliteit van skeptisisme, gepaardgaande met 'n bietjie ironie, het (Van Peursen, 1994:9-10, vgl. ook Goudzwaard, 1998:4). Gott (in Featherstone, 1991:1) noem dit die "malaise at the heart of contemporary culture". Lyotard (in Featherstone, 1991:4) noem die postmodernisme "a state of mind". "Postmodern" is dus die naam wat aan die menslike geestesgesteldheid gegee is kort voor die aanbreek van die jaar 2000 (vgl. Van Peursen, 1994:9-10 & Veith, 1994:27). In Van der Hoeven (1995:56) se woord is postmodernisme:

...primarily the abandonment of the ideals of the Enlightenment regarding its pretensions of true universality (scientific, societal, cultural), but also, more broadly, the definitive cessations of all "great stories", especially the traditional metaphysical and religious accounts. It substitutes for these small stories, the right of each individual to his or her's playing with ideas; subtle deconstruction of the inheritance that strove after universality of pretended to universality; pluralism as primary given. Ditley spoke of the "anarchy of convictions".

Verder is daar al 'n aantal skrywers en filosowe wat die postmoderne era reeds as iets van die verlede beskou. In Augustus 1975 het 'n joernalis (in Featherstone, 1991:1) geskryf: "postmodernism is dead" en "postpostmodernism is now the thing". Volgens hulle is die postmoderne era 'n tydperk wat strek vanaf die middel 1970's tot die laat 1980's "when disillusionment with the prospects for radical political strategy appeared to be extensive and neo-conservative reaction and neo-liberal economic policy held sway" (in Smart, 1993:12). Ander meen weer dat die postmoderne era nog moet aanbreek. Dit is iets van die toekoms. Vir Giddens (1990:164) is postmodernisme die "life beyond modernism", 'n vorm van lewe wat nog gerealiseer moet word. Dit kan eers gebeur nadat daar met die

modernisme afgereken is ("after we have settled our accounts with modernism"). Hier val die klemtoon op die "post" in postmodern. Die egte postmoderne era sal volgens Giddens (1990:164) 'n tydperk wees waarin gebrek tot die verlede gaan behoort. Dit sal gekenmerk word deur ware multivlakkige demokratiese deelname, demilitarisering en die vermensliking van tegnologie. Postmodernisme kan daarom ook gesien word as 'n voltooiing van die modernisme (vgl. Goudzwaard, 1998:1).

Vir die doel van hierdie studie word saam met Van Peursen (1994:9) en andere aanvaar dat die postmodernisme nie iets van die verlede alleen is nie en ook nie alleen met die toekoms te make het nie. Dit is 'n denkrioting en stroming wat deeglik 'n invloed op mense het en alles wat met die menslike natuur te make het met die aanbreek van die een en twintigste eeu. Die sewentigerjare van die twintigste eeu kenmerk nie die einde van die postmodernisme nie, maar dit kan wel as 'n soort hoogtepunt in die postmodernistiese denkontwikkeling gesien word. In die jare sewentig en tagtig was dit die tyd waarin die "groot" Franse postmoderne filosowe hulle gedagtes gepubliseer het. Dit verwys veral ook na die tyd toe dié (ontnugterde) filosowe, soos Lyotard, die latere Foucault en Derrida, die "einde van die groot verhaale" aangekondig het. Vir die doel van hierdie ondersoek word van die standpunt uitgegaan dat die middeltagtigerjare nie die einde van die postmoderne era aandui soos sommige beweer nie, maar eerder dat daar 'n ander visie op die postmodernisme gekom het. Sedert dié tyd word die postmodernisme breër en anders beskou.

Hoe ook al na die huidige tydgees gekyk word en wat dit ook al genoem word, die einde het aangebreek vir die modernisme met sy geslote, meganistiese interpretasie van die wêreld. 'n Era waarin rasionalistiese selfgenoegsaamheid gekritiseer word, het aangebreek (vgl. Goudzwaard, 1998:1, 8).

Die term postmodern dui op 'n breuk met die moderne; 'n definitiewe wegbeweë van die eienskappe van die moderne era (Featherstone, 1991:3). Goudzwaard (1998:1) noem postmodernisme die teenpool en die voltooiing van die modernisme. Oden (in Veith, 1994:27) beweer heel stellig dat die moderne tydperk presies 200 jaar geduur het — van die val van die Bastille in 1789 tot met die val van die Berlynse muur in 1989. Die Franse Rewolusie is 'n hoogtepunt in die oorwinning van die Verligting: met die vernietiging van

die Bastille, waarin die monargie sy politieke vyande gevange gehou het, is ook die premoderne wêreld met sy feodale idees en geestelike hiërargie vernietig. Die Rewolusionêre het die Christendom as relikwie van die verlede beslissend verwerp en 'n tydperk is ingelui waarin die mens voorop gestel is. Tydens die Rewolusie is die god van rede ook in die Notre Dame-katedraal in Parys geïnstalleer. In die moderne tydperk sou die menslike rede die plek van God inneem, met die verwagting dat dit sou lei tot die oplossing van alle menslike probleme en die herorganisasie van die samelewing volgens riglyne van wetenskaplike en rasionele waarhede (Veith, 1994:27). Die modernisme is dan ook 'n geestesstrooming wat die Europese samelewing die laaste eeu op 'n baie intense wyse beïnvloed het. En het dit selfs buite Europa sy invloed gehad as gevolg van kolonialisasie. Modernisme was 'n denkrigting met 'n rasionalistiese uitgangspunt. Die mens moes op sy rasionele insigte staatmaak, wat onder meer tot 'n vergoddeliking van die rede gelei het. Op 'n rasionele wyse is die samelewing georden (soos wat 'n mens 'n masjien sou bou) en die mens is aangemoedig om op hierdie redelike konstruksies soos die markmeganisme of die demokratiese meganisme te vertrou (Goudzwaard, 1998:7).

Morele kwessies word nie opgelos deur te vra na die wil van 'n god nie, maar deur te vra na die effek daarvan op die onderhouding van die sisteem. Iets is goed as dit die werking van die sisteem help bevorder. Die praktiese funksionering het die maatstaf geword (Veith, 1994:34). In die skakelpraktiek het die totstandkoming en toepassing van etiese kodes byvoorbeeld nie te make met die wil van God nie. Wat goed en reg is, het te make met praktiese oorwegings. Etiese kodes ontstaan wanneer 'n bedryfstak, soos die skakelpraktiek, deur kritiese joernaliste aangeval word. Daardeur ontstaan in vele gevalle dan 'n ander mentaliteit waarin verantwoordelikheid en verantwoording belangrik word. Van der Meiden en Fauconnier (1990:185) noem dit 'n "enlightened self-interest". In die moderne skakelpraktiek het etiek veel meer met selfbehoud (die onderhouding van die sisteem) te make as met wat reg en verkeerd in die oë van God is.

Mense het heil gesoek in ekonomiese sisteme. Sommige is ontnugter deur die kapitalisme en het aanhangers geword van kommunisme. Die kommunisme as redelike konstruksie moes lei tot die bevryding van die mens, maar kon geen oplossing bied nie (Goudzwaard, 1998:8). In plaas daarvan om 'n werkersparadys te skep het dit onderdrukking en vervolging tot gevolg gehad wat selfs nie deur geheime polisie magte en kernwapens in stand gehou kon word nie. Daarom het hierdie sogenaamde moderne wêreld in 'n krisis

beland. Veith (1994:28) meen dat dit logies is: enige Christen sou kon voorspel wat gaan gebeur as die mens absolute gesag vir homself opeis. Dit is die oorspronklike sonde.

Die postmodernisme verwerp die skynsekerhede van die moderne mens en verklaar al die ou rasionele konstruksies (Goudzwaard, 1998:2,8). Die fundamente van die modernisme het uitmekaargeval, die Verligting word gediskrediteer, "rede" is onttroon. Die moderne maak plek vir die postmoderne; die nywerheidsrewolusie het plek gemaak vir die Inligtingsera; die rede word vervang deur emosie; moraliteit moet plek maak vir relativisme; intellek word vervang deur die menslike wil. 'n Hele verskuiwing in die samelewing vind plaas: tegnologie, waardes en alle basiese kategorieë van denke verskuif (Veith, 1994:28-29). Smart noem dit 'n "more modest modernity":

*Postmodernity as a form of life is a form of reflection upon and a response to the accumulating signs of the limits and limitations of modernity. Postmodernity as a way of living with the doubts, uncertainties and anxieties which seem increasingly to be corollary of modernity, the inescapable price to be paid for the gains, the benefits and the pleasures associated with modernity... postmodernism as modernity in its nascent state perhaps of postmodernity as a more modest modernity, a sign of modernity having come to terms with its own limits and limitations (Smart, 1993:12).*

Met alles wat die mens gesien het en weet van die modernisme, bied die postmodernisme nie nuwe antwoorde nie, maar leef die postmoderne mens nou in die tyd van die "onafwendbare, die onvermydelike, kontingente, sonder enige sin van die werklikheid" (Goudzwaard, 1998:9). Daarom is dit die uitgangspunt van die postmodernisme dat die mens nou maar moet leef vir so lank as wat die lewe duur. Alles moet gerelativeer word en met ironie beskou word totdat alles uiteindelik tot niet gaan. En waar die groot verhale tot niet gemaak is, is daar 'n verskuiwing van die universele na die plaaslike of partikuliere (vgl. Lyotard, 1987:30).

Hierdie verskuiwing van kategorieë maak dit nie makliker om die postmodernisme in enkele paragrawe vas te vat nie. Die postmoderniste is juis nie daarmee gediend om geklassifiseer te word en in vakkies ingedeel te word nie en sien dit juis as 'n modernistiese ideaal (vgl. Lyotard in Featherstone 1991:1-5). Goudzwaard (1998:2) se poging om "sin te maak van die postmodernisme" bied 'n indeling wat tog 'n greep op hierdie tema gee. Vir die verstaan van die huidige konteks van die skakelwese is dit belangrik.

### 3.1.1 'n Dooie punt

Die eerste trefwoord/beeld wat Goudzwaard gebruik om 'n greep op die postmodernisme te kry, dui op die ineenstorting of die ontbinding van alle groot ideologieë wat die gedurende die negentiende en twintigste eeu in die Westerse wêreld verkondig is. Wat hierdie ideologieë (of "groot verhale") betref, is 'n dooie punt bereik. Soos wat Goudzwaard (1998:2) sê: "Die posmodernisme verklaar hulle almal vals, een na die ander het misluk." Hierdie mislukte ideologieë sluit die fascisme, kommunisme, sosialisme, liberalisme en selfs die kapitalisme in. In plaas van die welvaart en heil, wat die verkondigers daarvan beloof het, het hierdie ideologieë net ellende en ongeluk gebring. Die eerste belangrike boodskap van die postmodernisme aan ons tyd is dat 'n duidelike dooie punt bereik is in al die sosiaal-politieke paaie wat die modernisme voorgehou het (Goudzwaard, 1998:2).

### 3.1.2 'n Pou

Die tweede beeld wat Goudzwaard (1998:3) gebruik is dié van 'n pou, d.w.s. 'n voël met pragtige vere wat hy veral vertoon as hy sy stert uitsprei. Sy pronkery word deur Goudzwaard (1998:3) as vertonerig, spoggerig, windmakerig, opsigterlik en opvallend beskryf. Hierdie beskrywing is net so goed van toepassing op die hedendaagse kommunikasie- en televisiekultuur. Die waarheid dien nie langer as maatstaf vir dit wat vertoon word en dit wat 'n mens sien nie. Die maatstaf wat gebruik word, is die indruk wat dit maak (Goudzwaard, 1998:3). Volgens Baudrillard (in Goudzwaard, 1998:3) is die beelde wat die mens ontvang sterker as die werklikheid self. Die mens sien die stert van die pou en dink dit is die pou self. Selfs wanneer die mens die ware werklikheid wil sien, is hy nie meer daartoe in staat nie. Hy is so gefassineer deur die beelde dat hy hom nie daarvan kan losmaak nie. Die wêreld soos wat ons dit geken het, bestaan nie meer nie. Dit is onderstebo gekeer. Die beelde regeer en ons moet toegee dat ons ons so laat betower en boei deur die "pouster" van nuwe tegnieke.

### 3.1.3 Verskeidenheid

Die derde term waarmee Goudzwaard die postmodernisme tipeer, is "verskeidenheid". In die wêreld waarin ons nou leef, waarin die groot ideale 'n dooie punt bereik het, die wêreld wat deur beelde beset is, is daar een ding wat die postmodernisme ten alle koste wil

vermy en dit is om toe te gee aan die verleiding om weer verlei te word om te glo in groot verhale of algemene beginsels of formules waarmee die wêreld "verlos" moet word of waardeur ons 'n utopia kan bereik. Met 'n terugblik op die modernisme kan die skade en ellende wat hierdie ideologie veroorsaak het, waargeneem word. Wat die postmodernisme voorstel, is daarom 'n terugkeer na die "klein verhaaltjies" van elke individuele persoon. Pluraliteit is iets waarna die postmodernisme streef, sodat daar van die eentonigheid weggebreek kan word. Verskeidenheid is belangriker as eenheid. Alles wat daarop aanspraak maak dat dit iets te sê het vir 'n hele groep of die hele mensheid, word met die diepste agterdog bejeen. 'n Streep word deur die universele getrek.

### **3.1.4 Ironie**

Die laaste beeld wat Goudzwaard (1998:4) gebruik, is die van ironie. Die enigste manier om te lewe in die samelewing met al sy verskeidenheid, is deur humor en relativering jou los te maak van alle openbare standpunte. Die mens kan homself ook teen verdere seerkry beskerm deur nooit dit wat hy dink of voel openbaar te maak nie; dit is ook nie nodig om altyd by een standpunt te bly nie. Dit het tog geen sin nie.

Die gevolg hiervan is 'n Europa en die res van die wêreld vol mense is wat seergemaak en teleurgesteld is met die droomwêreld van die ideologieë soos fascisme en kommunisme. Die vrees wat nuwe vorme van nasionalisme en rassisme hulle gaan aandoen, is reeds diep gewortel. Verder beweeg ons steeds meer na 'n kommunikasiegerigte samelewing waarin beelde regeer (Goudzwaard, 1998:4).

Die raad wat die postmoderniste aan die mensheid gee, is om homself teen seerkry te beskerm deur die "groot verhale" te laat staan en 'n eie klein leefwêreldjie te skep waarbinne hy veilig is. Hy kan die ervaring van steeds nuwe mediabeelde geniet en hom oorgee aan alles wat hy kan verbruik. Leef vir die hier en die nou, want niemand weet wat môre inhou nie.

## **3.2 Wat hou die postmoderne geestesgesteldheid (vir die skakelpraktyk en die Christen skakelpraktisyn) in?**

Vroeër is genoem dat postmodernisme as 'n bui of 'n gemoedstoestand beskou kan word. Dit sou ook 'n "lewensgevoel" genoem kan word (Geertesema, 1998:10). Wanneer al bogenoemde ondersoek word en daar krities na die samelewing gekyk word, kan die volgende eienskappe afgelei word waaraan die postmodernistiese geestesgesteldheid

erken kan word. In hierdie eienskappe is die vier aspekte wat hierbo bespreek is duidelik herkenbaar.

### 3.2.1 Pluralisme en aandag aan die plaaslike (lokale)

Die term pluralisme sluit aan by "verskeidenheid". Die wêreld waarin ons tans leef word gekenmerk deur die opkoms van pluralisme. Die pluraliteit beleef 'n opbloeit met die huidige veelheid van kulture. Die mens moet dan ook nie andere kulture na sy eie hand rig nie, maar 'n ontspanne houding inneem in die relativering van sy eie standpunt. Daarin moet hy die andersoortige opvattinge erken (Van Peursen, 1994:23,10).

Van Lyotard is reeds gesê dat hy die "einde van die groot verhale" aangekondig het (vgl. Lyotard, 1987:59, 108). Die postmoderniste erken geen fondament wat alles tot 'n geheel bind nie, geen universele norme en waardes nie. Daar is geen groot samehang van dinge nie. In plaas van 'n opbou van 'n sisteem wil die postmodernisme liever dekonstruksie toepas, die afbreek daarvan in kleiner deeltjies (Van Peursen, 1994:21). In plaas van die "groot verhale" propageer die postmoderniste 'n terugkeer na die "klein verhaaltjies", die van die individuele persoon (Goudzwaard, 1998:3). Dit beteken ook volgens Anderson (in Veith, 1998:47) die opbreek van geloof. Omdat daar vandag geen universele konsensus bestaan oor wat die waarheid is nie, is ons vandag volgens hom in 'n "kind of unregulated marketplace of realities in which all manner of belief systems are offered for public consumption." Anderson (in Veith, 1994:47) se tweede punt is die "geboorte van 'n globale kultuur", waarvolgens alle geloofsisteme bewus word van alle andere gelowe. Die resultaat hiervan is dat dit onmoontlik word om een van hulle as die enige absolute waarheid te aanvaar. Dit is soos om by 'n rolprent willekeurige stukkie en deeltjies aanmekaar te monteer; daar is immers geen verhaal nie, maar slegs die talle onderskeide fragmente (Van Peursen, 1994:22). Singewing en betekenisvorming vind alleen plaaslik of lokaal plaas. Vir Christenskapelike praktisyne is daar in die postmoderne samelewing dus wel 'n plekkie. As dit vir hulle "werk", deur met geloof in God sin aan die lewe te gee, is dit goed. Maar hulle mag nie kritiek hê op diegene wat dit deur die New Age-beweging of die Islam kry nie. Hulle mag dit ook nie "verkondig" nie, want dit beteken hulle misken die pluraliteit en gun die ander nie ruimte nie. Hulle mag as individue hulself daarmee besig hou, maar moenie beweer dat dit 'n absolute waarheid is nie. Absolute waarhede het geen plek in die postmoderne era nie. Openheid in die postmodernistiese denke het alleen bestaansreg in

die sin van 'n relativering wat die mens van krampagtigheid kan bevry. Die mens raak los van die dwangidee dat hy ander moet oortuig. Ons moet ander in sy of haar goeie reg laat. Met "goeie reg" word egter nie bedoel dat daar 'n standpunt sou kon bestaan wat op die een of ander grond geldig sou wees nie. Dit dui gewoon op die erkenning van die verskeidenheid van oortuigings, vertoë en woordeskatte (Van Peursen, 1994:22).

Ook Jameson (in Featherstone, 1991:5) noem pluralisme as een van die belangrikste eienskappe van die postmoderne era. Hy noem dit die "fragmentering", die opbreek van gehele in deeltjies. 'n Voorbeeld hiervan is dat die postmoderne mens nie voor die televisie gaan sit en rustig kyk nie, maar gedurig die kanale verander. Die postmoderniste praat van 'n ideale soort "channel-hopping mtv (music-television)"-kyker wat so vinnig deur die beelde flits dat hy nie in staat is om daarvan een betekenisvolle verhaal te maak nie. Hy geniet eenvoudig die gevoel om oor die oppervlakte van die beelde heen te flits (vgl. ook Goudzwaard se beeld van die pou).

### **Pluralisme: fragmentering van media**

Fragmentering van die media het direkte gevolge vir die skakelpraktisyn. Die skakelpraktisyn moet vandag 'n "postmoderne" publiek bereik en die manier waarop hy dit doen is besig om te verander. Die "postmoderne mens", aldus Jameson (in Featherstone, 1991:5), gaan nie rustig sit om televisie te kyk nie, maar verander dikwels van kanale. Die implikasie hiervan vir die skakelpraktisyn is dat dit nie meer moontlik is om sy publieke op dieselfde wyse en met die dieselfde effektiwiteit te bereik as vroeër nie, omdat die media verander het. "The world of media is continuing to fractionate," volgens David Abrahamson, 'n joernalistiekprofessor aan die Northwestern University se School of Journalism. In 1997 alleen het 852 nuwe tydskrifte in die VSA die lig gesien (Roth, 1999:27). Die ontwikkeling van die rekenaar en internet het verreikende gevolge vir die skakelpraktisyn, wat moet bepaal deur watter media sy publieke die beste bereik kan word. Met die aanbreek van die jaar 2000 was reeds meer as 90 miljoen mense en besighede by die internet ingeskakel met 'n geskatte 550 miljoen internetgebruikers (Howard, 2000:9). Nuwe tegnologie bied nuwe moontlikhede vir mense om die inligting te vind wat hulle nodig het om hulle self ten opsigte van die samelewing te oriënteer. Kinders is reeds op 'n jong leeftyd in staat om op die internet rond te snuffel en sakelui het die waarde van hierdie nuwe medium reeds deeglik raakgesien. 'n Studie wat in 1998 gedoen is, het aangetoon dat 91 persent van uitvoerende bestuurders die internet as hul



belangrikste bron van nuus en inligting beskou (Howard, 2000:9). Roth (1999:27) skryf: "An explosion of... new media is generating stiff competition in the market place of public awareness." Dit word moeiliker vir die skakelpraktisyn om sy boodskap na sy publieke te kommunikeer te midde van al die ander boodskappe wat met behulp van al die verskillende media gekommunikeer word.

Die internet is stewige kompetisie vir die tradisionele nuusmedia, veral omdat dit nuus so snel kan stuur. Deur middel van die internet kan mense van oomblik tot oomblik op die hoogte van nuutste ontwikkelinge gehou word. Die goeie skakelpraktisyn kan nie die belang van sy organisasie se tuisbladsy ignoreer nie. Verslaggewers maak toemend gebruik van die internet om hulle bronne te verifieer wanneer hulle 'n nuus storie skryf. Daarom moet die skakelpraktisyn sorg dat sy organisasie se tuisbladsy op datum is en dat dit maklik toeganklik is vir verslaggewers. Dit kan ook in verskillende tale op die internet gepubliseer word, wat dit vir verskillende publieke tegelykertyd toeganklik maak (Howard, 2000:11)

Howard (2000:11) wys ook die waarde van die nuwe media uit wanneer 'n organisasie 'n aanval van kritiek beleef: "The Internet can be your first line of defense when your organization is under attack." Dit skep die moontlikheid om direk met teikenpublieke te kommunikeer sonder dat die boodskappe eers deur die tradisionele nuusmedia gefilter word. Howard (2000:11) stel voor dat 'n skakelpraktisyn in so situasie 'n krisissentrum aanlyn daarstel. Die voordeel van die internet bo die tradisionele media is dat dit interaksie moontlik maak. Nie alleen kan dit gebruik word om boodskappe na die publieke te stuur nie, dit is makliker as ooit te vore om ook terugvoer van die publieke te kry. En terwyl dit vroeër noodsaaklik was om na 'n kantoor toe te gaan om interaksie te bewerkstellig, maak sellulêre telefone, skootrekenaars en ander vorme van moderne tegnologie dit moontlik om kommunikasie tot stand te bring vanaf die huis of uit motors of vliegtuie met 'n apparaat was soms selfs in die handpalm pas (Hirigoyen, 2000:39).

Een feit wat die skakelpraktisyn egter nooit uit die oog moet verloor nie, is dat tegnologie nie die waarde van 'n interpersoonlike gesprek kan vervang nie. Met alle ontwikkelinge wat dit vir mense van reg oor die wêreld moontlik maak om met mekaar te kommunikeer, bly kommunikasie van aangesig tot aangesig die beste manier om wedersydse begrip te

bewerkstellig. Hirigoyen (2000:40) meen dit is maklik om 'n goedversorgde pakket met inligting aan 'n Duitse verslaggewer te stuur, maar die verhouding kan alleen ontstaan wanneer 'n skakelpraktisyn die persoon ontmoet en met hom 'n gesprek aanknoop en so sy belangstellings, werkssterrein en verantwoordelikhede leer ken. Die e-pos kan 'n kantoor in die VSA met 'n verslaggewer in Singapoer binne sekondes verbind, maar daar is geen vervanger vir die terplaatsse inligtingssessie (*briefing*) vir 'n plaaslike korrespondent met die amptenare van 'n maatskappy of organisasie nie. Daarom beweer Hirigoyen (2000:40): "No matter what the technology, 'local' is still part of international PR... Effective international public relations is neither all global nor all local, but a balance of the two." Die uitvoering van internasionale skakelwerk hang af van 'n verskeidenheid van perspektiewe, benaderings, kommunikasiefasiliteite en -tegnologie. Daar is nie een enkele eenvoudige towersleutel of eienskap om dit te bewerk nie. Skakelpraktisyns in die internasionale konteks moet op die hoogte bly van ontwikkelinge op die internet en ander tegnologiese ontwikkelings, maar dit moet gebalanseer word deur eerstehandse kennis van ander lande, hetsy deur middel van besoeke of ander langtermynkontakte (Hirigoyen, 2000:40).

Ook in Suid-Afrika word hierdie fragmentering van die media toenemend sigbaar. Die marktaandeel van die gedrukte media ten opsigte van ander media het gedaal vanaf 51% in 1990 tot 41% in 1993. Engelse en Afrikaanse dagblaaie en tydskrifte toon 'n negatiewe groei. Maar waarmee die skakelpraktisyn in die Suid-Afrikaanse konteks verder rekening moet hou is die feit dat nie alle mense toegang het boodskappe wat met die rekenaar as medium gekommunikeer word nie (Mersham et al, 1995:181). Daarom sal ook ander media, soos gemeenskapsradio vir die skakelpraktisyn belangrik bly in die uitvoering van sy of haar taak. Radio is lank reeds 'n medium gewees om mense van verskillende etniese groepe (wat dikwels ongeletterd is) in ontwikkelingslande te bereik. Hoewel die verwagting bestaan het dat radio met die koms van televisie minder belangriks sou word was dit nie die geval nie. Rensburg (1994:152) wys daarop dat skakelpraktisyns die waarde van radio as medium tot nog toe onderskat het. Sy verwys verder na die voordele van radio vir die skakelpraktisyn, dit is 'n onmiddellike medium en het die voordeel dat die menslike stem dit 'n baie persoonlike gevoel en dimensie gee. Die meeste Suid-Afrikaanse gesinne het toegang tot radio en dit is 'n draagbare medium en laag in koste (Rensburg, 1994:153).

## Pluralisme van kulture

Die Koue Oorlog met al die ideologieë en angs wat daaraan verbonde was, het veertig jaar lank in Europa voortgeduur. Net toe die einde daarvan in Europa aangebreek het, breek die eerste "warm" oorlog in Europa sedert die Tweede Wêreldoorlog in die voormalige Joego-Slawië uit. Terselfde tyd ontstaan in Amerika 'n gevoel van tevredenheid oor die uitkoms van die Koue Oorlog en is daar 'n toenemende besorgdheid oor die toestand "back home". Die kleiner wordende bedreiging van die massale uitwissing van die aarde, lei tot groter besordheid oor die plaaslike "rampe". Etniese en rassekonflikte lei tot nuwe vrese. Daar word nie meer na eenwording (assimilasie) gestreef nie, maar eerder na "integrasie deur verskeidenheid" (Smart, 1993:40). In die tyd van "groot verhale" en "assimilasie", is geglo dat die VSA ook op die gebied van skakelwerk die wêreldleier was en het hulle hul nie veel aan skakelwerk in ander lande gesteur nie. Vandaar dan ook die Amerikaanse van Amerikaanse handboeke oor skakelwerk (vgl. 2.5). Steyn (1998:26) sluit hierby aan wanneer sy skryf:

Contrary to the beliefs held by supporters of modernity that Western civilisation is the only acceptable form of civilisation and that all other cultures should strive towards reaching this level of civilisation, postmodern supporters incorporate element of other (non-Western) societies in their work.

In die postmoderne era het daar wel aandag gekom vir die ontwikkeling van skakelwerk in ander lande (let op: nie die geskiedenis of konteks nie, want dit is nie van belang nie, alleen die hier en nou tel). Daar is nou navorsing beskikbaar oor die ontwikkeling van skakelwerk in Asië (vgl. Chen [1996] se werk oor China, Cooper-Chen en Kaneshige [1996] se studie oor skakelwerk in Japan, Sriramesh [1992, 1996] se publikasies oor skakelwerk in Indië, Jamais et al [1996] se ondersoek na skakelwerk in die Filippyne en ook dié van Beng [1994] en Taylor en Botan [1997] oor skakelwerk in Singapoer en Maleisië).

Onlangse studies is ook gedoen oor skakelwerk in verskillende Europese lande, waaronder Oostenryk en Noorweë (in vergelyking met die VSA) (Coombs et al, 1994), Duitsland (Bentele & Peter, 1996), Hongarye (Hiebert, 1992a), Slowenië (Vercic et al, 1996) en ander lande wat eers deel was van die Oosblok (Hiebert, 1992b).

Navorsing oor skakelwerk in die Afrika (Pratt, 1985a; Pratt, 1985b en Vanleuven & Pratt, 1996) en die Midde-Ooste (Alanazi, 1996, Vanleuven & Pratt, 1996) het ook aangetoon

dat in hierdie wêrelddele, wat so baie van die bekende Weste verskil, baie geleenthede en uitdagings is vir die ontwikkeling van skakelwerk. Hoewel verskillende kulture en die invloed daarvan reeds in baie ander dissiplines van die wetenskap bestudeer is, is dit eers in die postmoderne tyd wat dit ook in die skakelkunde onder die aandag gekom het. Hierdie toename in navorsing oor die rol en invloed van kultuur kan ook dui op 'n groeiende besorgdheid oor die invloed van etnosentrisme. Etnosentrisme in skakelkunde, wat in die skakelkunde beteken dat die skakelteorieë en skakelkunde van een land summier toegepas word op die skakelpraktyk van 'n ander land, is nie meer aanvaarbaar nie (Vasques & Taylor, 2000:434-435).

Hoewel baie lande die skakeltegniek en -teorieë van die VSA naboots, word die vraag nou al meer gevra of die Amerikaanse teorieë, tegnieke, modelle en vooronderstellings wel van so 'n aard is dat dit wel op alle ander lande toegepas kan word (Vasques & Taylor, 2000:435). Ook Taylor en Kent (1999:131) meen dat skakelwerk oor grense heen nie eenvoudig is nie. Daar moet eers ondersoek gedoen word na die vooronderstellings onderliggend aan die lande se kulture voor daar met skakelwerk begin kan word. Navorsing deur Taylor en Kent (1999:131) toon aan dat daar in verskillende kulture verskillende vooronderstellings bestaan wat lei tot verskillende denke ten opsigte van wat skakelwerk is en hoe dit gedoen behoort te word. Die meeste van die vooronderstellings onderliggend aan die Westerse skakelpraktyk en -teorie is nie van toepassing op ander lande nie. Ook Botan en Wakefield (in Taylor & Kent, 1999:132, 133) deel hierdie mening.

Dieselfde geld vir etiese kodes. Pluralisme en globalisering in die skakelwerk het ook 'n invloed op die toepassing van etiese kodes. Groot internasionale organisasies doen besigheid oor grense heen, maar in die postmoderne era word daar anders oor nagedink as in die moderne era. Die postmoderne is die tydperk waarin 'n einde aanbreek van oorheersing deur die "Weste" of die "Noorde" — dit word multikultureel en pluraal. Die postmodernisme is ook postkoloniaal. Dit lui 'n tydperk in van die relativering van Westerse waardes en die erkenning van kulturele pluralisme (Van Peursen, 1994:14, vgl. ook Toulmin, in Van Peursen, 1994:75). Kruckeberg (1989:6, 1998:45) wys veral op die probleem van internasionalisering van etiese kodes vir skakelwerk. Daar word van 'n Amerikaanse skakelpraktisyn wat vir 'n Amerikaanse organisasie werk verwag dat hy die kodes van die PRSA en Athene sal onderskryf. Maar wat gebeur as 'n organisasie sy grense verbreed en 'n internasionale organisasie word? Wat doen so 'n skakelpraktisyn as

hy skakelhoof is van 'n organisasie met takke en kantore in lande met ander waardes as dié waarop die kodes gebaseer is. In die postmoderne era is die Westerse waardes nie meer die (enigste) gangbare nie (kyk 2.3.5). Dit is onmoontlik om in een enkele etiese kode nasionale en internasionale waardes vas te lê. Kruckeberg (1989:6) is oortuig daarvan dat dit vir skakelpraktisyns nie moontlik is om internasionale konsepte te ontwerp nie, maar dat dit wel moontlik moet wees om etiese kodes vir internasionale ondernemings te ontwerp wat op die waardes van 'n onderneming/organisasie gebaseer is. Hierdie kodes kan egter nie op norme gebaseer wees nie. Volgens Van der Meiden en Fauconnier (1990:187) is norme nie alleen te abstrak, te breed en te idealisties nie; in die tyd waarin die plaaslike situasie die etiek bepaal, is dit gewoonweg nie meer toepasbaar nie (vgl. ook Evers, 1998:53). Ook in die etiek is daar 'n wegbeweeg van die groter geheel; daar bestaan (vir die postmodernis) nie (meer) so 'n groot geheel nie. In elke situasie moet afsonderlik beslis word wat etiese optrede is — en wat die een as eties beskou, mag die ander dalk as oneties beskou. Maar dit maak nie saak nie aangesien elkeen die reg op sy eie mening het. En hy hoef nie by die een mening te hou nie (vgl. Rorty, in Goudzwaard, 1998:4)

### **Verdere gevolge van globalisering**

Die veranderinge in tegnologie het dit moontlik gemaak om verskillende publieke wêreldwyd te bereik binne minute en self sekondes (FitzGerald & Spagnolia, 1999:13). In die korporatiewe wêreld is die eindjare tagtig en die negentigs van die vorige eeu gekenmerk deur korporatiewe afskaling (*downsizing* en *rightsizing*) asook samesmeltings van besighede tot korporatiewe reuse en sg. *multi-nationals*. Dit alles het saam met die mondiger wordende publieke daartoe gelei dat publieke wantrou is ten opsigte van groot besighede (Strenski, 1998:24 & Judd, 1995:38, vgl. ook Skinner & Mersham, 1998:366 & Seitel, 1995:468). Dit stel besondere eise aan die skakelpraktisyns van nou en die toekoms. Baie organisasies is nie meer tot een land beperk nie en hiervan uitgaande is skakelkundiges en -praktisyns dit eens dat daar 'n behoefte ontstaan het aan skakelpraktisyns wat nie alleen meerdere tale magtig is nie, maar ook 'n sensitiwiteit toon vir verskillende kulture. Daarom is nie alleen pluralisme 'n kenmerk van die postmoderne era nie, maar ook globalisering. Globalisering is meer as net etniese of kulturele verskeidenheid; dit is ook pluralisme van belange, eise en waardes. Skakelpraktisyns behoort bewus te wees van die psigografie van alle verskillende publieke (FitzGerald & Spagnolia, 1999:13). In die wêreldmark is dit goed moontlik dat 'n organisasie van 'n

skakelpraktisyn kan verwag om *vanuit die kulturele perspektief van die publieke* met daardie publieke te skakel wat die organisasie vyandiggesind is en wantrou. Dit sal nuwe eise stel aan die skakelpraktisyn wat in die postmoderne werklikheid moet funksioneer (FitzGerald & Spagnolia, 1999:13). Daarom beweer Creedon (in Kruckeberg, 1998:46) dat strategiese skakelwerk in die multi-kulturele konteks gebaseer moet word op eerlikheid en wedersydse respek vir mense se waardes en kulture. Gedeelde waardes is volgens haar die grondslag van vertroue in verhoudings, en hierdie vertroue is nodig vir 'n organisasie en die publieke in die bereiking van wedersydse doelwitte.

'n Verwachting wat onder skakelpraktisyns bestaan is dat korporatiewe leiers en hoofbestuurders uit voeling gaan raak met werknemers en kliënte en dat hierdie wêreldmarkleiers meer arrogant sal word. Dit sal 'n groter verwydering tussen hulle en die publieke tot gevolg hê, met gepaardgaande verlies aan vertroue. Dit het aan die lig gekom tydens 'n meningspeiling onder skakelpraktisyns oor watter gevolge van globalisering hulle in die vooruitsig stel. Hierdie soort probleme sal op bestuursvlak aangepak moet word en daarom is dit in belang van groot "grenslose" organisasies om skakelpraktisyns aan te stel wat op senior bestuursvlak kommunikasie kan fasiliteer (FitzGerald & Spagnolia, 1999:13).

Wakefield (2000:34) noem die voorbeelde van Coca-Cola en McDonalds om die problematiek van internasionale skakelwerk duidelik te maak. Die geloofwaardigheid van Coca-Cola het in 1999 'n swaar terugslag gehad toe 300 mense in Europa siek geword het nadat hulle van die koeldrank gedrink het. Die Europese Unie het produkte van Coca-Cola tydelik verbied en 'n ondersoek gelas. Ondanks pogings deur die maatskappy om die krisis te beredder, het dit gely tot 'n daling in verkope. In Serwië het McDonalds dit weer moeilik gehad na Navo-bomaanvalle toe Serwiese nasionaliste restaurants verniel het.

Coca-Cola en McDonals, twee van die mees sigbare handelsmerke in die wêreld en in 'n sekere sin ook simbole van die Amerikaanse ekonomie, het heel verskillend op die onderskeie krisisse gereageer. Daarin is hul verskille in filosofie en denke oor skakelwerk gereflekteer. McDonalds was gereed vir 'n krisis. Die bestuur het al vyftien Joego-Slawiese takke gesluit en aksies onderneem wat op Serwiese sentimente gebaseer was — die boë van McDonalds is bv. vervang deur boë in die nasionale kleure van Serwië; hulle het hamburgers met varkveis (wat tradisioneel baie geliefd is in Joego-Slawië) begin verkoop;

die kelder van een tak is in 'n skuiling verander; en hulle het geld gegee aan die Joego-Slawiese Rooi Kruis om slagoffers van bomaanslae te help. Hoewel die restaurante eers 23 dae na eerste gevalle van sabotasie deur die Serwe oopgemaak is, was die plan binne 'n week gereed. Vandag is die verkope van die Big Mac ten spyte van inflasie, laer lone en anti-Amerika sentimente weer op dieselfde vlak as voor die oorlog (Wakefield, 2000:34).

Coca-Cola, daarteenoor, het 'n hele andere benadering gehad. Eers 'n volle week na die mense in die hospitaal opgeneem is, het die uitvoerende amptenaar 'n vergadering met regeringlui en werknemers in Europa georganiseer. Advertisies het in nasionale dagblaai verskyn om die publiek om verskoning te vra en gratis Coke aan te bied, maar die reaksie is wyd gekritiseer as te laat en in eie belang (Wakefield, 2000:34).

Die bestaande probleem met internasionale skakelwerk, skryf Wakefield (2000:34), is nie swak reaksie op krisis nie, maar die doen van verkeerde dinge uit die staanspoor. Die sleutel tot goeie krisisbestuur is goeie verhoudings. As hierdie verhoudings, ook oor die grense heen, nie goed in stand gehou word nie, sal die nadelige effek van 'n krisis vermenigvuldig word deur swak van dag-tot-dag skakelwerk. Dit is besonder waar van multinasionale besighede omdat hulle uit die aard van hulle bestaan komplekse struikelblokke moet oorkom. "These flag-bearers of globalization often carry different and conflicting values. One misstep can ignite violence among people whose cultures, languages and political power have been eroded" (Wakefield, 2000:34). Larry Forster, vroeër vise-president van Johnson en Johnson (in Wakefield, 2000:35), meen dat te veel internasionale organisasies hulle skakelwerk afskeep en dat die langtermyngevolge baie nadelig sal wees.

Skakelwerk vandag word te veel gebruik om bemarking te ondersteun en te min aandag word aan die oplossing van probleme spandeer. In die postmoderne era sal skakelwerk in hierdie internasionale konteks 'n belangrike funksie hê. McDonalds kon die krisis afweer omdat hulle deur middel van goeie skakelwerk geweet het hoe om die verhoudinge weer te herstel. In die internasionale mark het die eise wat aan skakelpraktisyns gestel word, verander. Skakelpraktisyns moet nie alleen kennis van kommunikasie hê nie, maar ook van die wêreld ekonomie (global economics), mediëring, kulturele antropologie en ander

relevante vakgebiede. Dit, sê Wakefield (2000:36), is nodig om 'n krisis soos dié van McDonalds en Coca Cola die hoof te bied.

Wakefield (2000:35) meen Coca-Cola het minder sukses behaal omdat hulle hantering van die krisis sterk bemarkingsgedrewe was. Coca Cola het die mense se vrees vir die dioksienevergiftiging onderskat en die beskuldigings van oneerlikheid nie ernstig opgeneem nie. Hulle het nie 'n goeie verhouding gehad met die publieke nie en nie die besware en vrese van die publieke ernstig genoeg opgeneem nie. Dit het uiteindelik daartoe gelei dat Coca-Cola in 'n tyd van krisis weinig lojale klante oorgehou het. Die postmoderne organisasie in die internasionale konteks kan hom dit nie veroorloof om nie sy publieke ernstig op te neem nie. Dit gee aansluiting tot die volgende punt, naamlik dat die plaaslike publieke baie belangrik geword het.

### **Pluralisme en meer aandag vir die publieke**

Pluralisme en die erkenning van die belangrikheid van die plaaslike of die lokale as 'n teken van die postmoderne era is ook sigbaar in sosiale situasie. Dit lei byvoorbeeld tot die toenemende erkenning van en aandag aan klein en nie-amptelike organisasies. In die hedendaagse internasionale samelewing het nie-regeringsorganisasies soms meer gesag as regeringsinstansies. Dit is op talle vlakke merkbaar: skole, vakbonde, munisipaliteite ens. Die meer konkrete beroep of persoonlike brief het meer impak as amptelik uitgereike verklarings (Van Peursen, n.a.v. Toulmin, 1994:76). Vir die skakelpraktisyn van organisasies hou dit in dat hy nou op 'n ander manier rekening moet hou met sy organisasie se publieke. Dit beteken gewoon dat die samelewing verwag dat daar met die belange van die publieke rekening gehou moet word. 'n Skakelpraktisyn kan dit nie bekostig om die invloed van sy publieke te onderskat nie.

'n Uitvloeisel hiervan is die toenemende belangrikheid van 'n sosiale verantwoordelikheds-besef by organisasies. Veral in die tagtigerjare het organisasies bewus geword van hulle verantwoordelikheid ten opsigte van die gemeenskap. In die negentigerjare het ook 'n besef van die belang van sosiale investering gedaag. Hiermee word bedoel dat 'n organisasie nie alleen moet besef dat hy 'n verantwoordelikheid ten opsigte van die samelewing het nie, maar dat hy ook in die verskillende aandeelhouers van sy organisasie en in die samelewing moet investeer. Die samelewing gaan in die postmoderne era toenemend van organisasies verwag om geld te bestee aan sake wat niks te make het



met hulle alledaagse werksaamhede nie. Sosiale verantwoordelikheid hou ook in dat die sukses of mislukking van 'n organisasie medebepaal gaan word op grond van die feit dat sy publieke hom as sosiaal verantwoordelik en verantwoordbaar sien. In die Suid-Afrikaanse konteks beteken dit dat maatskappye bedrae van meer as R1,5 miljard per jaar aan opvoedkundige projekte alleen bestee (Skinner & Mersham, 1998:367).

### 3.2.2 Individualisering

Goudzwaard (1998:3) stel met reg die vraag hoe dit vir 'n mens moontlik is om binne so 'n pluraliteit te lewe? 'n Tipies postmoderne antwoord op dié vraag word gegee deur Richard Rorty (in Goudzwaard, 1998:4) wat sê dat die mens hom van alle openbare standpunte moet distansieer deur te relativer en met ironiese humor daarna te kyk. Hy vra ook die vraag waarom dit nodig is om blywende oortuigings te huldig? Dit is volgens hom heeltemal onnodig. Die pluralisme het dus ook individualisering tot gevolg. Elke mens het sy eie waardes en eie menings; daar is binne die postmodernisme geen erkenning van gemeenskaplike of universele waardes en menings nie (vgl. Van Peursen, 1994:10, 14). Hierby hoort ook die idee dat elkeen die werklikheid vanuit sy eie persoonlike gevoelens waarneem en nog sterker gestel, iets as die werklikheid (of nie werklikheid nie) beskou. Die werklikheid los op in individuele ervarings (Van Peursen, 1994:10). Baudrillard (in Smart, 1993:46) gaan self so ver om te beweer dat hiermee die einde van die sosiale antropologie en die sosiologie aangebreek het. Nie almal is so verdoemend soos Baudrillard nie, maar dat hierdie individualisme 'n invloed op die samelewing het, wat nie altyd ten goede is nie, is seker. In wese is individualisme ook selfsug. As elkeen net oor sy eie belang besorg is, sy eie klein ervarings, dan kan die postmoderne era inderdaat nog lei tot die einde van die sosiale.

Belangrik is dat Strenski (1998:24) aanvoer dat bogenoemde ook 'n invloed op skakelwerk het. Volgens hom was die kulturele diversiteit van die VSA altyd dié land se grootste bate; as dit sleg gegaan het was die diverse elemente in die samelewing altyd bereid om die gemeenskaplike belang voorop te stel. Hulle kon as een saamstaan en reageer wanneer die Amerikaanse ekonomie, politieke sisteem of sosiale sisteem bedreig is. Maar nou, beweer Strenski (1998:24), vorm die diversiteit self 'n bedreiging of uitdaging omdat elke groep homself alleen maar besighou met sy eie belang en selfsug. Hy noem dit hulle "special interest greed and selfishness". In die nuwe millenium (wat intussen aangebreek

het), sal dit die taak wees van die skakelpraktisyns om die bestuur van sy organisasie asook kliënte weer bewus te maak van die gemeenskaplike belang en daarop te fokus.

Strenski (1998:24-25) identifiseer 'n aantal teikenareas vir die skakelpraktisyn: Een aspek is dat die reputasies van organisasies en besighede 'n groter rol gaan speel in verbruikersgedrag, d.w.s. of die verbruiker die produk gaan koop of nie. 'n Faktor wat hiertoe bydra is die vergrysing van die samelewing: Mense leef langer, daar is meer senior burgers in die samelewing as vroeër en hierdie seniors is dikwels hoogs opgeleide mense. Dié groeiende "publiek" het in talle lande meer geld en tyd as ooit vantevore — en as verbruikers is hulle kieskeurig. Daarom is dit nodig vir organisasies om betrokke te raak by gemeenskapsake soos die omgewing en natuurbewaring, gesondheidsorg en onderwys. Wakefield (2000:36) voeg epidemies, besoedeling en die skending van menseregte wêreldwyd aan die lys toe. Hierin kan die skakelpraktisyn 'n pro-aktiewe rol speel. Met hierdie omgewingsfaktore wat 'n rol speel is dit nou 'n uitdaging vir die skakelpraktisyn om eerlik, oop en pro-aktief te wees en die verskillende interne en eksterne publieke "op te voed" om om te gee en vanuit dié gesindheid op te tree (Strenski 1998:24-25). Skakelpraktisyns moet dus probleemoplossers oor grense heen word (Wakefield, 2000:36).

### **3.2.3 Die wêreld word toenemend uniform: globalisering**

Tegelykertyd met hierdie individualisering vind ook die byna omgekeerde plaas: die wêreld word toenemend uniform. Ons wêreld het 'n simboliese teks in die inligtingssamelewing geword. Van Peursen (1994:10) illustreer dié standpunt aan die hand van die volgende voorbeelde: sportskoene ontleen hulle status aan die simbool wat daarop sigbaar is (Nike, Reebok); geld is vervang deur die bankkaart (pinkode); en die Levi-denimbroek en McDonalds is simbole wat vanaf Peking tot Moskou en vanaf Ouagadoubou tot Kuala Lumpur iets van 'n hedendaagse mentaliteit aandui. Die verbruiker leef steeds meer met die strepieskode (*bar code*). Reklame is vir baie mense inligting oor die werklike stand van sake. Popsterre soos Madonna en Michael Jackson word met al hulle eksentrisiteit en bekend oor die hele wêreldheen "werklike" figure — al is hulle in die "beeldvorming" (*image*) onwesentlik (Van Peursen, 1994:10-11) (vgl. weer eens Goudzwaard se beeld van die pou).

Dit is ook waarteen Baudrillard (in Smart, 1993:52) kritiek uitspreek. Hy noem dit “*simulacra*”, vervalsings van die oorspronklike. Tegnologie self en meganiese reproduksies word die werklikheid. Die verhouding tussen beelde (*images*), kodes, subjekte en gebeure het heeltemal verander en dit maak dit onmoontlik om nog na iets egs te verwys. Die onderskeid tussen hierdie beelde (*images*), kodes, subjekte en gebeure kan nie meer in stand gehou word in 'n wêreld wat deur nagemaakte modelle oorheers word nie. Vandaar sy kritiek op die massamedia (Baudrillard in Smart, 1993:54). By die postmoderniste heers daar argwaan ten opsigte van die maatskaplike werklikheid en die beleving daarvan (bv. die media en politiek) as skyn (Geertsema, 1998:14).

Hierdie markgerigte verbruikersamelewing onderstreep die belangrikheid van die produktiewe rol wat die skakelpraktisyn kan speel om mense bewus te maak van ander en die kwessies in die samelewing (kyk 2.3.2).

### **3.2.4 Geen ware werklikheid en geen waarheid**

Baudrillard (in Smart, 1993: 52) sê daar is niks meer eg nie, alles is namaaksels. Reeds in 1983 kritiseer hy 'n samelewing wat uit nabootsings opgebou is. Dit bestaan uit onegte wêreldes waarmee die mens vandag omgaan asof dit die werklikheid self is (in Van Peursen, 1993:11). Die probleem is dat die mens hierin geen “ware werklikheid” meer ken nie. Die werklikheid gaan op in die teks. Die reklame van 'n produk word vir die gebuiker gelyk aan die produk. Lyotard (1987:32) noem verder dat die ou beginsel dat kennisverwerwing onlosmaaklik aan vorming (*Bildung*) moet wees, nog verder in onbruik sal raak. Verder voer hy aan dat kennis verlaag sal word tot 'n gebruiksartikel. Kennis sal deur “produsente” vervaardig word en deur “verbruikers” verbruik word, inligting sal “geproduseer” word om verkoop te word. Kennis as doel opsigself verdwyn. Hierin vind die skakelpraktisyn weer die markgerigte denke van die postmoderne mens terug, selfs in die hoër onderwys waar studente “kliënte” geword het. Dit gaan nie meer om die inhoud van kennis nie, maar oor die markwaarde daarvan. Die dryfveer hieragter is weer eens wins.

Die implikasies hiervan is dat bemaking (waarvan reklame 'n onderafdeling is) die gebiedsterrein van skakelwerk binnegedring het. Die doel is om ten alle koste marktaandeel te wen, te vergroot en te behou ten einde groter winste moontlik te maak. So het skakelwerk (of meer presies: bemakingskakelwerk) 'n onderdeel van die

bemerkingsmengsel geword. Dit roep allerlei vrae op wat in die slothoofstuk uitvoerig bespreek word.

### **3.2.5 Die verwerping van Westerse en universele norme en waarde**

Een belangrike eienskap van die postmoderne era (kyk 2.3.1) is die pluralisme. Hierdie pluraliteit hou in dat 'n mens nie meer 'n beroep kan doen op die universele regte van die mens nie; 'n mens kan alleen maar 'n beroep op mekaar doen (Van Peursen, 1994:23). 'n Verdere aspek wat verband hou met die pluralisme, is verwerping van Westerse norme as die "standaard" en die wegbeweeg van die algemene (universele) na die plaaslike (vgl. Toulmin in Van Peursen, 1994:72-75, vgl. Steyn, 1998:25-26). Dit gee aanleiding tot die eienskap dat daar ook nie meer universele norme en waarde bestaan nie. In die modernistiese era het die opvatting geheers dat daar 'n universele, wêreldwye rede of absolute waarheid bestaan. Dit is ook die tydperk van oorheersing deur die Weste (of die "Noorde", soos dit in die jongste jare meer dikwels genoem word). Die postmodernisme is ook postkoloniaal. Dit lui 'n tydperk in van die relativering van Westerse waardes, die erkenning van kulturele pluralisme en die deurwerking van 'n bevrydende selfironie (Van Peursen, 1994:14, vergelyk ook Toulmin, in Van Peursen, 1994:75).

Die soeke na 'n universele waarheid wat uiteindelik afgedwing kan word volgens algemene geldige reëls, word opgegee. Die postmodernisme erken geen universele rede meer nie; daar is vir hulle geen dieper (transendente) legitimering meer nie, soos wat by die huidige moderniste J. Habermas en K.O. Apel nog bestaan nie. As daar nie meer 'n universele waarheid bestaan wat uiteindelik volgens algemene reëls afgedwing kan word nie, beteken dit vir die skakelpraktisyn dat etiese kodes nie meer veel wêreldwys sal wees nie. Reeds in 1985 skryf Van der Meiden en Dimou in afsonderlike publikasies (in Van der Meiden en Fauconnier, 1990:186) dat etiese kodes in 'n tyd opgestel is waarin mense hulle nog gehou het aan hierdie soort skriftelike afsprake. In dié tyd (dus die modernistiese tyd) het mense vertrou gestel in die kodes en daarvan uitgegaan dat praktisyns hulle gedrag sou baseer op die kodes ('n deduktiewe benadering: uit die kodes sal die gedrag voorkom).

Die werklikheid is dat die kodes 'n soort muurpapierfunksie gekry het. Dit lyk baie mooi in 'n raam wat agter die rug van skakelpraktisyn hang as vertrouenswekkende dekor. Maar in die huidige tyd, skryf Van der Meiden en Fauconnier (1990:186), "lijkt meer de concrete

situatie dictatief te zijn voor etiesch handelen". Die konkrete situasie gee dus aanleiding tot die etiese besef (die plaaslike situasie en nie 'n universele norm nie). 'n Reeks van konkrete beslissings gemaak in soortgelyke situasies kan *moontlik* lei tot die vorming van 'n "reël" wat hoogstens as hulpmiddel gebruik kan word by beslissings in soortgelyke situasies. Maar dit kan nooit gekodeer word nie. In die skakelpraktyk kom dus 'n soort etiek navore wat afsien van reëls en alleen geldigheid toeken aan besluite wat konkret geneem is. Dit beteken 'n individualisme in die etiek waarin daar nadruk gelê word op die vermoë om situasies en besluite te kan hanteer. Dit maak dus nie meer saak of dit ook vir andere 'n aanvaarbare besluit sou wees nie. Van der Meiden en Fauconnier (1990:186) noem dit privatisering van die moraal en skryf dit hieraan toe dat beroepsverenigings so weinig klagtes oor die oortredings van etiese kodes ontvang. (In Nederland het die College van Toezicht [’n kommissie wat moes toesig hou oor die navolging van die ondertussen afgeskafte kode van die NGPR, die Nederlandse ekwivalent van OSISA] gemiddeld maar een klagte per jaar gekry [Van der Meiden & Fauconnier, 1990:187]). Ook Evers (1990:53) is van mening dat normatiewe etiek nou moet plek maak vir die situasie-etiek.

Hierdie breuk van enige verbondenheid met tradisie en norme het 'n kulturele ontworteling tot gevolg wat radikaler is as enige vroeëre stroming van die humanistiese denke (Geertsema, 1998:14). Die postmoderniste maak verder die vryheidsidee los van verantwoording. Die mens is nou outonoom (sy eie baas) maar dit is nie meer soos in die moderne tyd in 'n universeel geldige rede gefundeer nie. Die gevolg is dat alles toelaatbaar is (Geertsema, 1998:15) met 'n gevolglik houding van "gryp die dag" (*carpe diem*) en oppervlakkige bevrediging. Hierdie veranderde houding het natuurlike verreikende gevolge vir die skakelpraktisyn. Niks dwing hom meer tot verantwoording en verantwoordelikheid nie. Van Luyken (voorsitter van die NGPR in 1993) (in Evers, 1990:55), beweer dat elke skakelpraktisyn self moet aanvoel wat kan en wat nie kan nie. Betekenis kan nêrens dieper meer gesoek word in norme of waardes nie aangesien daar geen onderliggende teorie is nie. Die betekenis van alles is in die situasie self — op die oppervlak.

### **3.2.6 Die betekenis lê in die oppervlak**

Die postmodernistiese lewensgevoel soek nie betekenis dieper as die oppervlak nie. Die uitgangspunt is: leef en geniet so lank as wat dit duur, voor alles tot niet gaan.

(Goudzwaard [1998:9] noem dit 'n diep gees van onverantwoordelikheid wat tuisgaan binne die postmodernisme.)

Die postmoderniste wil die betekenis van dinge ook nie in die diepte soek nie, maar gewoon in die oppervlak van dinge. Ook tekste moet volgens hulle nie na iets hoërs en beters buite hulleself verwys nie, maar moet op sigwaarde geneem word (Van Peursen, 1994:14, vgl. Steyn, 1998:27). Dit is die kern van Derrida se postmodernisme. Tekste kan slegs ontsyfer word deur die dekonstruksie daarvan (vgl. Derrida in Van Peursen, 1994: 42). 'n Teks het alleen homself, dit verwys nie na 'n wêreld daarbuite nie. En net soos die mens nie deur logika sin en betekenis aan tekste moet gee nie, moet hulle dit ook nie op ander lewensterreine probeer doen nie. Daar is geen diepere en vaste betekenis nie, aldus die postmodernisme (vgl. Van Peursen, 1994:41-42). By hierdie dekonstruksie van die werklikheid moet dit duidelik vermeld word dat die postmoderniste elke woord en gedagte oor universele norme en waarde verwerp (Van Peursen, 1994:14).

Dit hang ook saam met die postmoderniste se verwerping van die metafisika. In die metafisika word daar telkens na die fondament van iets verwys, word daar gesoek na iets wesentlik onder die oppervlak van verskynsels, na 'n natuur wat blywend is ten spyte van allerlei veranderinge. Wanneer die mens as subjek verdwyn en die teks oorneem, wanneer alles wat buite 'n teks om bedink sou kon word, verdwyn, dan het ook die metafisika onmoontlik geword. Sommige sê die "groot verhaal" het onmoontlik geword. Met hierdie groot verhaal noem hulle die omvattende lewens- en wêreldbeskouings en die oortuigings wat gewortel is in universele norme en waarde. Hulle rig hulle teen elke vorm van "foundationalism". In plaas van die opbouing van 'n groot sisteem wil hulle "dekonstrueer" (Van Peursen, 1994:21). Dekonstruksie en verbrokkeling vervang die idee dat daar 'n groot geheel bestaan wat verstaan kan word (Van Peursen, 1994:22). Behalwe in die etiek en ander aspekte wat reeds bespreek is, het hierdie oppervlakte-oriëntasie ook 'n uitwerking op ander terreine waar dit die werk van die skakelpraktisyn beïnvloed.

Ook in die skakelpraktyk is die oppervlakkigheid waarneembaar. In die eerste plek kan dit lei tot 'n oordrewe taakoriëntasie. Die gevaar bestaan egter dat skakelpraktisyns wat in die bedryf staan, sowel as skakelkundiges wat die vak bestudeer, die opdrag van die

skakelpraktisyn kan reduseer tot tegniese take — as skakelwerk ook gesien word as "niks meer as wat 'n skakelpraktisyn doen nie". Bakker, Van Melsen en Van Peursen (1981:23) waarsku dat 'n menswetenskap wat net gaan om sy "tegniese toepassing" hom later in die praktyk gaan wreek. 'n Skakelpraktisyn wat homself slegs as skrywer, redigeerder, navorser en mediaproducent sien, ontken die verantwoordelikheid wat hy het teenoor sy publieke, organisasie en profesie (vgl. Chase: 1999:14). Ronneberger en Rühl<sup>6</sup> (in Van Ruler, 1996:28) gaan so ver om te beweer dat die eensydige aandag wat navorsers aan die tegnieke van skakelwerk spandeer het en die "kannibalisering" van die vak deur bemarking, gelei het tot die blokkering van samehangende denke in die vakgebied. Hierdie beskouing het daarom nie alleen gelei tot onverantwoordelike skakelwerk nie, maar ook tot die te stadige teorie-ontwikkeling in die veld. Verreweg die meeste skakelkundige navorsing is gerig op die beantwoording van praktiese vrae en lewer nie 'n bydrae tot die ontwikkeling van skakelkundige teorie nie. (Gelukkig is daar uitsonderings, soos in hoofstuk 5 aangetoon word.)

Ook White en Mazur (1994:6) waarsku teen hierdie oppervlakkige postmoderne siening van die skakelpraktyk. Hulle moedig skakelpraktisyns aan om skakelwerk te sien as 'n benadering eerder as 'n tegniek. Skakelwerk moet die raamwerk vorm van korporatiewe gedrag, dit moet sorg vir konstantheid en deursigtigheid. Dit mag nooit 'n tegniek word om ongemaklike feite te versteek nie (White & Mazur, 1994:19). Howard Chase (1999:14) stigterslid van die Amerikaanse PRSA sluit hierby aan.

'n Verdere gevaar wat die takelyste vir die skakelkunde inhou, is dat studente van die vakgebied ook nie dieper gaan nadink oor die onderliggende waardes en lewens- en wêreldbeskouinge nie. Louet Feisser (1949:10) noem dit die tegnifisering van wetenskap, 'n uitvoesel van die utilitarisme in die samelewing (Louet Feisser, 1949:9,10). Vakwetenskappe, soos die skakelkunde, moet dit ten doel hê om meer kennis oor die werklikheid te wete te kom. Dit vloei voort uit kritiese vrae wat in die vakgebied gestel word. 'n Proses van vraag en antwoord wat nooit einde kry nie. Dit is 'n proses waarin die wetenskaplike telkens opnuut rekenskap gee van sy denke oor die werklikheid. Die wetenskap het sy bestaansreg te danke aan die stel van kritiese vrae (Louet Feisser, 1949:10).

---

<sup>6</sup> Ronneberger, F. & Rühl, M. 1992. *Theorie der Public Relations, ein Entwurf*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Mersham, Rensburg en Skinner (1995:16), drie bekende skakelkundiges in Suid-Afrika, gaan van die standpunt af uit dat 'n gebrek aan 'n geartikuleerde skakelkundige filosofie 'n oorsaak van groot probleme binne die skakelkunde is. Skakelkunde is 'n kommunikasiehandeling en hoort by die kommunikasiewetenskap en -studies. Skakelkunde moet daarom onderwerp word aan kritiese vrae ten opsigte van die morele, etiese en mensbeskouinge wat so tipies is van die sosiale wetenskappe. In die opleiding van skakelpraktisyns word daar egter dikwels gekonsentreer op *hoe* dit gedoen word. Daar word weinig gesê oor *hoekom* dit gedoen word, behalwe miskien iets soos "die bereiking van 'n organisasie se doelwitte" (Mersham et al, 1995:16-17).

Heel weinig van die handboeke of "*instant manuals*" soos Mersham, Rensburg en Skinner (1995:17) die "tien stappe om 'n skakelplan op te stel" noem, kom by die wortels van die skakelkunde uit. Skakelkunde is meer as net 'n tegnokratiese of burokratiese bestuursstelsel. Boeke met "koekresepte" en "inkopielysies" toon 'n gebrek aan die waardes, die wetenskaplike en filosofiese onderbouing onderliggend aan die skakelkunde. Die anker van die sosiale wetenskappe is vir die skakelpraktisyn onontbeerlik. Dit ontwikkel insig, perspektief, 'n kritiese begripsvermoë, <sup>7</sup>*perceptiveness* en kreatiwiteit. In die skakelkunde en -praktyk het die rol, proses, betekenis en waardes belangriker geword as ooit te vore en is die "koekresepte" totaal ontoereikend vir die eise van die praktyk (vgl. Mersham et al, 1995:17).

### **3.2.7 Die verdwyning van die mens**

Die dekonstruksie van tekste en die soek van betekenis in die oppervlak van dinge hou ook in dat 'n teks van die outeur, subjek of kartesiaanse ego, losgemaak word. Hiermee verwerp die postmoderniste elke rol van die menslike subjek (vgl. Van Peursen, 1994:14). Nietzsche (in Van Peursen, 1994:17) het in sy uitsprake al die idee genoem dat die mens oorwin moet word, maar die postmoderniste gaan 'n stap verder. Hulle is sterk deur die ideë van Foucault beïnvloed, o.m. sy siening dat die mens besig is om te "verdwyn". (Foucault is self egter nie 'n postmoderniste nie; daarvoor is die verskille tussen hom en die "egte" postmoderniste te groot. Die ware postmoderniste is 'n bietjie milder as die felle Foucault [1994:17]).



Lytard (1987:59) wys daarop dat daar by die postmoderne mens nie meer sprake is van 'n lewensdoel nie; elkeen word terugverwys na homself. Maar nou skryf Lytard (1987:59) verder dat almal weet dat *self* maar weining om die lyf het. In die postmoderne visie speel "*discours*", verhoog, en "*narratio*", vertelling, ook 'n rol, maar nie (meer) in die sin dat hulle deur 'n mens uitgespreek of vertel word nie. Die *vocabulaire*, waarin die mens nog sentraal staan, word vervang deur een waarin die mens niks meer as 'n wit vlek is nie (Van Peursen, 1994:17). Die mens as die sentrum van taal en denke het verdwyn; die objek het sy bestaansreg verloor. Die skema subjek-objek is dus verouder. Die postmoderniste is daarvan oortuig dat daar 'n hele nuwe manier van filosofer moet ontstaan.

In 'n era en denkraamwerk waar die mens se plek so weinig van belang is, is dit maklik vir die skakelpraktisyn om aan die mens te dink as verbruiker, veral in die markgerigte omgewing van 'n onderneming waar dit om wins en geld draai. Die mens word losgemaak van sy konteks. Hy is gewoon verbruiker, iemand wat oortuig moet word om 'n sekere produk te koop, of sy gedrag aan te pas (soos wat dit die organisasie pas). Ten slotte gaan dit tog om oorreding (vgl. Miyamoto, 2000:3). Hier verskil die postmodernistiese siening van die mens baie van die Christelike visie wat in die volgende hoofstuk aan die orde kom. Daarin word die vraag aan die orde gestel of die skakelpraktisyn met verbruikers en publieke alleen te make het en of dit ook die naaste van so 'n praktisyn is. In die slothoofstuk word ook aandag bestee aan die kwessie of organisasies hulle publieke alleen as markte en verbruikers moet sien wat oorreed moet word en of daar nog ruimte is vir skakelwerk waar dit primêr om verhoudings gaan (wat nie alleen in stand gehou word ter wille van die marktaandeel nie).

### **3.2.8 Geen hiërgie**

Die postmodernistiese filosofie sluit aan by die heersende mentaliteit, mense besef die relativiteit van opvattinge en veral die verwerping van die alleenheerskappy van die tradisionele Westerse waardes. Die oortuiging bestaan dat ons toenemend in 'n plurale wêreld gaan lewe (Van Peursen, 1994:15). Uit dié verwagting ontstaan ook die gedagte dat elke vorm van stygende en dalende strukture verwerp moet word, dit wil sê dat daar geen

hiërargie meer (moet) bestaan (nie). Van Peursen (1994:15) haal die Franse denker G. Deleuze (wat sterk deur Nietzsche beïnvloed is) aan, wat aansluit by postmoderne opvattinge as hy praat van 'n soort uitgroei in alle rigtings sonder dat daar van 'n rangorde sprake is. Deleuze gebruik die beeldspraak van nomadiese volke: hulle is nie aan 'n vaste woonplek gebonde nie en het ook nie aan vaste reëls binne die gemeenskap nie. Mense in Japan het hierdie stelling van Deleuze gebruik in die argitektuur van sommige stede. Hulle het nie gebou met die oog op die lang termyn nie, maar ook die argitektuur gesien as iets wat bedoel is vir 'n kort periode. Dit kan as 'n soort nomadiese argitektuur beskou word.

Lytard (1987:111) voorspel byvoorbeeld die verdwyning van alle hiërargië in die wetenskap. Volgens hom gaan die klassieke afbakening van wetenskapsgebiede verander, dissiplines gaan verdwyn en daar gaan van binne en buite die grense van die wetenskap in- en uitbreek word:

Die spekulatiewe hiërargie van kennis gaan plek maak vir 'n immanente en sogenaamde "vlak" netwerk van navorsing waarvan die respektiewelike grense onophoudelik gaan verskuif. Die ou fakulteite val uiteen in allerlei stigtinge en institute. Hiermee verloor die universiteit sy verantwoordelikheid om kennis te legitimeer (Lytard, 1987: 111).

Nie alleen die hiërargië verval nie, ook grense vervaag. In hierdie gedeelte van die hoofstuk (2.3.1,2.3.7) het die grens tussen skakelwerk en bemerking telkens ter bespreking na vore gekom. In die postmoderne konteks is daar op alle gebiede en vlakke vervaging van grense. Ook die ou grense tussen die "baas" en die "werknemer" vervaag. Die postmoderne organisasie lyk nie meer soos die moderne organisasies gelyk het nie.

### **Die postmoderne organisasie/besigheid**

In die postmoderne era is dit nie alleen die media waarmee die skakelpraktisyn boodskappe moet stuur wat verander het nie. Ook die sender in die transaksionele model vir kommunikasie lyk nie meer soos wat dit in die moderne era gelyk het nie. Dieselfde geld die organisasie namens wie die skakelpraktisyn moet kommunikeer. Ook besighede en organisasies word "postmodern".

Heyman (1999:9) gebruik as voorbeeld van verandering die maatskappy American Standard, bekend in die VSA vir die vervaardiging van lugversorgers, swaarvoertuigremme en loodgietersbenodighede. Deesdae definieer hulle hul

organisasiekultuur as een van "prosesorganisasie". Die tyd vir korporatiewe herinrigting het aangebreek. American Standard het sy produksielyn herorganiseer deur mense in spanne in te deel met "proseeseienaars" aan die hoof van elk. Terugvoer word gegee aan "afrigters" (coaches), met as verantwoordelikheid mentorskap maar geen bestuur.

Veith (1994:177) beskryf hierdie soort veranderings by besighede as die herontwerp daarvan aan die hand van postmoderne (rig)lyne. Besighede keer toenemend die rug op hiërargiese strukture met hul vaste patrone van outoriteit en gerasionaliseerde sentrale beplanning. Eenheid, die objektiewe organisasie en duidelike vorme van gesag is moderne waardes. In die plek daarvan gaan organisasies en besighede desentraliseer. Hulle "bemagtig" hulle werkgewers om besluite te neem as deel van kwaliteitskontrolegroepe. Hiermee het die postmodernistiese waardes van verskeidenheid, die verwerping van gesag, en klem op die kleinere groepe ook dit wat mense as die laaste bastion van die modernisme gesien het, naamlik die besigheidswêreld, ingeneem. Dit is nie die doel van dié studie om die postmoderne besigheidspraktyk te evalueer of te kritiseer nie. Die nuwe besigheidskultuur en organisasie van ondernemings, soos Veith (1994:177) skryf, mag effektief wees en miskien hou dit ook nodige aanpassings in. Modernisme het nie geslaag nie en dit is onwaarskynlik dat die modernistiese paradigmas van die besigheidswêreld wel sou slaag. Dit is daarom nie hier die kwessie nie. Die vraag wat wel van belang is, is: Hoe beïnvloed dit die skakelpraktyk?

Ook die skakelpraktisyn sal by hierdie veranderende besigheidsomgewing moet aanpas. Volgens Heyman (1999:22) is dit onvermybaar dat skakelpraktisyns (veral die wat skakelwerk as 'n bestuursfunksie uitoefen) geheel ander bestuursvaardighede en bevoegdhede sal moet verkry. Hy haal Peter Drucker (in Heyman 1999:22) aan wat sê: "You [will] have to learn to manage in situations where you don't have command authority; where you are neither controlled nor controlling."

Ook rekenaarvaardighede het vir die skakelpraktisyn (net soos baie ander beroepe) onontbeerlik geword — veral aangesien dit een van die belangrikste maniere van kommunikasie geword het. Die fabriek was die simbool van die moderne ekonomie. Die aanbreek van die industriële rewolusie het die moderne era ingelui. Wetenskaplike kennis het uitdrukking gevind in tegnologie. Fabriek het tekstiel, staal, gereedskap en motors

begin vervaardig en daarmee saam het mense mettertyd 'n ander lewenspeil begin kry. Die nywerheidsrewolusie was nie sonder koste en kwessies nie, maar vir kapitaliste en Marxiste, entrepreneurs en vakbonde het die fokus op die fabriek en die besigheid van produksie geval.

Die postmoderne ekonomie, daarenteen, word deur die rekenaar gesimboliseer. Rekenaars het in fabriek baie take oorgeneem wat eers in die hande van mense was. 'n Groot getal mense verdien vandag hulle brood deur agter rekenaarskerms te sit en inligting te verwerk. Werkers sit nie meer gedagtelos by die monteerband besig om herhaaldelik dieselfde handeling uit te voer nie, omdat 'n rekenaarbeheerde robot dit doen. Verder het gewone werkers nou toegang tot inligting wat vroeër alleen tot beskikking was van die hoofkantoerpersoneel was. Dit het nuwe moontlikhede geskep vir gedesentraliseerde besluitneming. Nuwe tegnologie het ook meegebring dat produkte presies volgens die behoefte van die klant vervaardig kan word. Moderne fabriek was ingerig vir massaproduksie; postmoderne fabriek is egter daarop ingestel om produkte te vervaardig wat aan die spesifieke behoeftes van groepe kliente voldoen (Veith, 1994:177).

Ook "vervaardiging" het verander. Die produksie van tasbare goedere is grotendeels geoutomatiseer en, wat Amerika en sommige ander Westerse lande betref, laat ondernemings dikwels produkte in die buiteland vervaardig waar die arbeidsloon veel minder is. Iets wat die globalisering van die ekonomie genoem kan word, 'n ander postmoderne karaktertrek. Maar die klem is nie meer op die "vervaardiging" van tasbare goedere nie. Veral die "diensindustrie" het 'n toenemend belangrike rol begin speel (Veith, 1994:178). 'n Groot aantal organisasies "vervaardig" nou nie-tasbare produkte. "Goedere en dienste" het altyd die kern van 'n ekonomie gevorm, maar in die postmoderne samelewing het dienste die oorhand begin kry. Baie nuwe diensgerigte ondernemings bestaan omdat hulle ander ondernemings help om nuwe tegnologie baas te raak en te gebruik. Veith (1994:178) noem hier die belangrike onderskeid tussen kennis en inligting. Kennis is iets substansiële, byna tasbaar. Inligting is vlietend en altyd veranderlik. Kennis is 'n moderne waarde. Die postmoderne lê weer klem op "data". In die moderne ekonomie is mense gesien as produsente, in die postmoderne ekonomie is hulle kliente, verbruikers. Die Amerikaanse en meeste ander ekonomiese, Suid-Afrika inkluis, is markgedrewe. Markgedrewe beteken nie alleen dat maatskappye hulle inligting oor verbruikers altyd op datum hou nie, maar ook dat hulle aggressief besig is om te bemark. Marknavorsing het

belangriker as ooit tevore geword en groot gedeeltes van begrotings word daaraan bestee. (Hier kom die "verdwyning van die mens" weer na vore, kyk 2.3.7.)

As die organisasies verander, verander ook die eise wat hulle aan hulle skakelafdelings stel. In hoofstuk 2 is aangetoon hoe die ontwikkeling van skakelwerk verband gehou het, met die ontwikkeling van die media. Die eerste vorme van skakelwerk (as dit so genoem kan word) was doelbewuste pogings om via koerante (later radio en televisie) die openbare mening te verander. Die skakelpraktisyn se eerste taak was die skryf van pers- en later mediaverklarings. Die onderhouding van mediabetrekkinge was ook vir lank een van die belangrikste take van die skakelpraktisyn. Later ontwikkel skakelwerk as 'n eie professie, maar een wat nog steeds die las van sy ontstaansgeskiedenis saamdra, naamlik die beïnvloeding van die openbare mening deur gebruik te maak van massamedia, te lank eensydig georiënteer op kommunikasiemiddele en massamedia (Groenendijk, 1997:18). In die tydperk van pluriformiteit, van media en publieke, sal die skakelpraktisyn opnuut moet gaan soek na maniere om die verhoudings met publieke gesond te hou. Boodskappe stuur met behulp van massamedia is nie meer genoeg om die skakeldeelwitte te bereik nie.

Ook Groenendijk (1997:18) skryf dat onder druk van omgewingsveranderinge besture van organisasies begin het om ander eise aan die skakelpraktisyns te stel. Eise veral op die gebied van analise, beleidsvoorbereiding en advisering. Die navorsing van Van Ruler (1996) (in Groenendijk, 1997:18) het aangetoon dat daar in die praktyk nog nie genoeg aandag aan die veranderende behoeftes bestee word nie. Sy skryf onder meer dat praktisyns graag vertel dat hulle beleidsmatig werk, maar as daar dieper na gekyk word, kom hulle "skakelwerk" daarop neer dat hulle uitinge oor die organisasie versprei en kontakte onderhou. Sy skryf verder dat kommunikasiebestuurders die ideale koester van simmetriese tweerigtingkommunikasie en hulleself as kommunikasiefasiliteerders sien, maar hulle dan soos strategiese verkopers gedra.

### **3.3 Gevolgtrekking**

Die postmoderne konteks kan verwarrend wees vir die skakelpraktisyn wat tans sy werk daarin moet verrig. Niks lyk soos dit gelyk het nie, die vanselfsprekende is nie meer vanselfsprekend nie. Daar word geen universele norme en waardes meer erken nie; die ou gesagstrukture word afgebreek. Die postmoderne skakelpraktisyn moet werk in 'n omgewing waar die mens aan die verdwyn is. In werkplek word aandag gegee aan

globalisering en internasionalering en in die pluriformiteit moet hy sinmaak van sy wêreld. Vir die skakelpraktisyn bied dit nuwe uitdagings.

Die Christenskakelpraktisyn wat sy beroep ook as roeping beskou, moet homself ook afvra wat God van hom in hierdie konteks verwag. Hoe kan hy sy werk doen en aan sy roeping getrou bly in 'n samelewing wat só anders geword het. Hoewel daar geen boek bekend is oor die Christen in die skakelpraktisyn nie, is daar tog Christene wat riglyne rakende die kommunikasiepraktyk geformuleer het en wat ook vir die skakelpraktisyn as riglyne kan dien. So het Charles Veenstra en Calvyn Snyman veral 'n sinvolle bydrae gelewer oor onderskeidelik kommunikasie in die algemeen en die joernalistiek. In belangrike opsigte het dit relevansie vir die skakelpraktyk. Vervolgens kom hierdie insigte aan die orde.

# 4

## Enkele Christelike perspektiewe op kommunikasie en etiek

---

### 4.1 Inleiding

In die vorige hoofstuk (kyk 3.5.2) is Drucker (in Heyman, 1999:22) aangehaal wat die stelling maak dat die skakelpraktisyn in die postmoderne era geheel nuwe vaardighede benodig omdat hulle sal moet werk in situasies waar hulle geen kontrole uitoefen nie. Die keersy hiervan is dat daar ook op die skakelpraktisyn self minder kontrole uitgeoefen word as in die verlede. Vir die Christenskakelpraktisyn het dit verreikende gevolge. Geen organisasie loer oor sy skouer om sy etiese gedrag te monitor nie. Die wêreld om hom heen erken geen universele waardes en norme nie. Dit het grootliks sy eie verantwoordelikheid geword.

Aan die een kant word dit vir die Christenskakelpraktisyn moeiliker om volgens sy oortuigings te handel, omdat sulke universele oortuigings nie in die postmoderne werklikheid byval vind nie. Maar as hy waarlik ook kind van God is, sal hy nie sy roeping wil versaak nie. En omdat hy nie noodwendig meer op sy organisasie of op etiese kodes kan terugval nie — veral ook wanneer hy moeilike etiese gelade besluite moet neem —

word dit meer en meer noodsaaklik om self terug gaan na die Woord van God. In sy soeke na wat werklik die wil van God is, kan die Christenskakelpraktisyn ook gebruik maak van die bydraes van ander Christendenkers om antwoorde te vind op die etiese vrae waarmee hy tydens die beoefening van sy dagtaak gekonfronteer word. Want dat die Bybel geen maklike "antwoorde" op hierdie moeilike vrae bied nie, spreek vanself.

Die navorsingsvraag wat in hierdie hoofstuk aan die orde kom is: *Watter Bybelse perspektiewe bestaan daar vir die ontwikkeling van 'n Christelike visie op skakelwerk?* In 'n soeke na antwoorde op hierdie vraag, word daar van twee rigtinggewende argumente gebruik gemaak, naamlik:

- Christene word geroep om ook in die huidige oorwegend postmoderne beroepswêreld, insluitende die skakelwese (kyk hoofstuk 1-3) in terme van Bybelse norme op te tree.
- C. Veenstra en C. Snyman bied 'n aantal belangrike Bybelse perspektiewe op die ontwikkeling van 'n Christelike visie op kommunikasie, terwyl J. A. Heyns 'n Bybelse perspektief bied op die individuele etiek. Hierdie perspektiewe kan *krities* benut word in die uitbou van 'n Christelike visie op skakelwerk (kyk hoofstuk 5).

Wat hier ook in gedagte gehou moet word is dat hier nie gepoog word om 'n model vir skakelkunde te formuleer wat deur groot organisasies masaal in die praktyk geïmplementeer kan word nie. In hierdie studie word daar van 'n realistiese standpunt uitgegaan dat groot besighede nie regtig uitsien na 'n model waarvolgens hulle hulle besighede aan die hand van Christelike riglyne kan inrig nie. Sekerlik nie in die postmoderne era waarin daar uitgegaan word van 'n standpunt dat geen universele norme en waarde bestaan nie. Die postmoderne mens verwerp juis alle "groot verhale" en daarmee saam die Christendom omdat dit steeds beweer om dié antwoord te wees. Daarom juis dat die individuele etiek, volgens Heyns (1982:363-519) so waardevol vir die skakelpraktisyn kan wees.

Postmodernisme het veral dit teen die Christendom: net soos die modernisme hou dit vas aan 'n absolute waarheid. Daarom sien die postmoderniste dit as 'n "universal or totalizing discourse" en val dit vir die postmoderniste in dieselfde kategorie as die verligting en die modernisme, hulle beweer dat dit "waar" is (Veith: 1994:43 en vgl. ook 2.4.5).



Vir die Christenskakelpraktisyn vandag behoort dit nie 'n verrassing te wees nie. Christus het immers gewaarsku dat sy volgelinge in hierdie wêreld nie welkom sou wees nie. Die Christelike weg, is nie een wat die massas en meerderhede graag volg nie — so blyk dit ook uit die geskiedenis. Daarom is hierdie studie ook gerig op die individuele Christenskakelpraktisyns — skakelpraktisyns wat daar waar hy of sy besig is ook aan hul Godgegewe roeping gehoorsaam wil wees; wat op die manier wat hulle werk 'n verskil wil maak in hierdie wêreld deur ook in hul werk hul beeldskap van Christus na vore wil laat kom. Dat so 'n opgaaf nie maklik is nie, spreek vanself.

Geen skakelpraktisyn kan sê hy volg sy eie, individuele model/benadering sonder verwysing na ander skakelpraktisyns nie. Elke skakelpraktisyn werk binne 'n konteks: hy werk vir 'n werkgewer, vir 'n organisasie en dikwels ook as lid van 'n kommunikasie- of skakelafdeling in 'n organisasie. Dit kan wees dat sy wêreldbeskouing bots met die wêreldbeskouing van sy organisasie en dat dit nie altyd moontlik is om volgens sy oortuigings op te tree nie. Hierdie praktiese oorwegings kom in hoofstuk vyf verder aan die orde. Die doel van hierdie hoofstuk is om eerstens die bestaande bruikbare Christelike perspektiewe op kommunikasie en skakelwerk onder die loep te neem.

## **4.2 Insigte van Charles Veenstra**

Charles Veenstra, professor in kommunikasie aan die Dordt College in die VSA het gepoog om die betekenis van kommunikasie, met name die inherent etiese dimensie daarvan, Bybels te verantwoord. Vir die Christenskakelpraktisyn, wat maklik sy werk met die woord “kommunikasie” sal kan saamvat, is dié insigte dus heel ter sake.

Vander Kooi (in Veenstra, 1994:76) beskryf kommunikasie as 'n interaktiewe proses waarin menings gewissel word deur gebruik te maak van simbole of signale. Omdat kommunikasie 'n interaktiewe proses is, gaan Veenstra daarvan uit dat dit 'n proses is wat lei tot wedersydse beïnvloeding. 'n Persoon wat besig is om te kommunikeer, kan dit eintlik nie verhelp om 'n impak (klein of groot) op 'n ander persoon te hê nie. Wedersydse beïnvloeding is een van die kerntemas van die kommunikasie-etiek en kom in byna alle etiese kodes vir skakelpraktisyns op die een of ander manier voor (Evers, 1998:84-85).

Omdat dit so 'n belangrike brandpunt in die kommunikasie is, is dit belangrik om as Christen in die skakelpraktyk ook verder daarvoor na te dink.

Wanneer wedersydse beïnvloeding ter sprake kom, is die logiese vraag wat daarop volg of die persoon wat ander wil beïnvloed dit vanuit die regte vertrekpunt doen. Is sy motiewe reg? Is hy besig om die ander te beïnvloed op 'n goeie of slegte manier? Het dit goeie of slegte gevolge? Die skakelpraktisyn, wie se werk dit vanuit die staanspoor was om te oorreed (kyk hoofstuk 2.2), is dus daagliks direk betrokke by etiese vraagstukke. Etiese vrae vra na die onderliggende waardes en beginsels wat onderliggend aan handeling is (Veenstra, 1994:77). Hospers (in Veenstra, 1994:77) skryf: "Ethics is concerned with pronouncing judgements of value upon human behaviour." Vergelyk ook die volgende aanhaling van Johannesen (In Veenstra, 1994:78):

Potential ethical issues are inherent in any instance of communication between humans to the degree that the communication involves possible influence (beklemtoning deur my — CF) on other humans and to the degree that the communicator consciously chooses specific ends sought and communicative means used to achieve those ends.

Die mens se skepping na die beeld van God, sy skeppingsopdrag en gehoorsaamheid aan God (roeping) is as vertrekpunte vir hierdie studie gebruik (kyk 1.2.1-1.2.2). Veenstra (1994:79) (en andere soos Snyman [1990] en Odell in Snyman [1985:11]) beskou ook die skepping van die mens na die beeld van God as vertrekpunt in die (Christelike) etiek. In wese hou dit in dat alle mense religieuse wesens is wat in hulle geskape aard op die roep van God wil antwoord. Schrottenboer (in Veenstra, 1994:79) sê in hierdie verband: "Religion is what we may call man's integral heart reaction to something or someone behind or beyond man." Berkhof (in Veenstra, 1994:79) sluit hierby aan: "Religion is rooted in the image of God and that image is central, revealing itself in the whole man with all its talents and powers. Consequently, man's relation to God is also central and involves the whole man."

Die punt wat Veenstra (1994:79,80) verder maak, is dat alle mense religieuse wesens is, of hulle dit erken of nie, en dat almal 'n religie het, wat natuurlik nie beteken dat dit in formele godsdiensteoefening na vore kom nie. Die feit dat God die mens na sy beeld geskape het en dat die mens altyd 'n religieuse wese bly, het ook sy impak op die skakelpraktyk. Beginsels oor wat as reg of as verkeerd beskou kan en moet word, is

gegrond in die lewens- en wêreldbeskouing van 'n skakelpraktisyn. Dit is geloofsake wat nie in bewysbare wetenskaplike feite gegrond is nie.

Veenstra (1994:80-83) beskryf in drie hoofpunte die verskil van die lewens en wêreldbeskouing van die Christen(-skakelpraktisyn) met van dié van 'n nie-Christen. Hierdie grondliggende verskille, is ook die rede waarom Christene en nie-Christene soms (maar nie noodwendig altyd nie) verskillende besluite in dieselfde (skakelkundige) situasies sal neem. Die eerste van hierdie hoofpunte van verskil is, dat die Christen altyd die soewereiniteit van God erken.

#### **4.2.1 Die soewereiniteit van God**

Die eerste en oorkoepelende beginsel veronderstel die soewereiniteit van God. God het die aarde en alles daarop geskape, met as kroon van die skepping die mens. Kommunikasie is 'n integrale deel van die skepping van die mens. God is dus ook die skepper van kommunikasie en Hy is steeds die heerser daaroor, al kies die mens dikwels om nie sy soewereiniteit daaroor te erken nie. Dit sluit aan by wat ander reformatoriese Christendekers, soos Wolters (1993:33), bely, naamlik dat daar niks in die menslike lewe is wat nie tot die geskape orde behoort nie; alles wat die mens is en doen, is deur en deur deel van die "geskapene". Dieselfde God wat die skepping tot stand laat kom het, onderhou dit met dieselfde soewereine mag (Kuyper, in Van Eikema Hommes, 1982:5; Wolters, 1993:23).

Dit impliseer die eerste basiese beginsel dat mense 'n hoë agting vir kommunikasie en die prosesse daarvan moet hê. Die mens is geskape na die beeld van God sodat hy in 'n verhouding met God kan tree en dan ook in staat sal wees om in 'n verhouding met ander mense te staan. Om hierdie verhoudings moontlik te maak, het die mens sy vermoë om te kommunikeer nodig. Sonder die mens se kommunikasievermoë sou hy nie in staat wees om te antwoord op God se roeping nie; hy sou geen aanspreekbare wese kon wees nie. Sonder kommunikasie sou 'n mens nie kon lewe nie (Veenstra, 1994:81).

Implikasies hiervan is onder meer respek vir kommunikasie as sodanig. Dit beteken dat die skakelpraktisyn nie sommer kommunikasie bloot as 'n stuk gereedskap ('n *tool*), mag sien of gebruik nie. Dit is ook nie net 'n vaardigheid wat na die volging van 'n kort tegniese

kursus (oor hoe dit "werk") gewoon toegepas kan word nie. Kommunikasie moet eties beoefen word, want dit raak mense. Kommunikasie is net so belangrik as die ander aspekte van die aard van 'n mens se persoon, soos die sosiale of die psigologiese. Hierdie beginsel het tot gevolg dat 'n Christenskakelpraktisyn sal probeer om die korrekte begrip en praktyk van kommunikasie te bevorder om so respek vir mense te toon (Veenstra, 1994:81).

#### **4.2.2 Die mens as gerigte wese**

Veenstra baseer sy gedagtes oor die struktuur en rigting van kommunikasie op die werk van Wolters (1985). Met struktuur word die wesentlike, die essensie van 'n geskapene bedoel, d.w.s. dit wat dit daardie geskapene maak wat dit is. Ook kommunikasie moet die basiese wette wat God in die skepping vasgelê het, gehoorsaam. Dit verwys na wat Wolters (1985:81) die "skeppingsorde vir alle kreatuurlike dinge" noem.

Vir die doel van hierdie studie is veral die rigting van kommunikasie belangrik; dit moet mense help om hulle lewens op God te rig (Veenstra, 1990:83). Met rigting word die sondige afwyking van die bedoeling van God aangedui en die henuwing, die terugkeer na die oorspronklike plan, soos God dit bedoel het (Wolters, 1985:72-73). Tydens die sondeval het die mens gekies om weg van God te draai. Die sonde is 'n blokkade wat gemeenskap met God onmoontlik gemaak het, maar die verlossing in Christus maak 'n terugkeer na God weer moontlik. Deur sy dood aan die kruis hef Christus die blokkade weer op. Hierdie skepping-sondeval-verlossing, word nie in die eng sin van die woord gebruik nie, maar verwys na die totaliteit van die werklikheid (vgl. ook Wolters, 1993:19-20 en Dooyeweerd in Kalsbeek, 1983:57). Dit sluit die kommunikasie vakgebied en die skakelpraktyk in. In elke menslik etiese handeling is hierdie keuse weer ter sprake en kies die mens om te handel volgens die wil van God (deur terug te draai na God), of kies die mens teen God (vgl. Wolters, 1993:66).

Die verlose Christen — wat enkel op grond van Gods genade gered is — wil graag, uit dankbaarheid, in sy daaglikse werk aan hierdie verlossing gestalte gee. Hy wil, gelei deur die Gees, besluite neem wat Hom verheerlik en met sy oë op God gerig hou. Op geen manier moet 'n poging tot formulering van Christelike perspektiewe op skakelwerk in

moralisme verval nie. Die doel is nie die red van die sondaar nie, maar 'n uiting van dankbaarheid deur die geredde sondaar.

Wanneer beweer word dat kommunikasie 'n proses van wedersydse beïnvloeding is, impliseer dit die erkenning van die invloed van kommunikasie op die rigting en gerigtheid van 'n ander mens se lewe. Geen kommunikasiehandeling behoort as 'n geïsoleerde gebeurtenis gesien te word wat geen verband hou met die geheelbeeld van daardie persoon se lewe-in-verantwoordelikheid nie. 'n Kommunikasiehandeling het die vermoë om die kwaliteit van 'n persoon se antwoord tot sy geskape aard te beïnvloed. Die sender van die kommunikasieboodskap moet besorg wees oor die persoon aan wie hy die boodskap stuur — in meer opsigte as net die een kommunikasiehandeling op daardie spesifieke tydsmoment en plek. Die sender behoort homself minstens die volgende self af te vra: "Beïnvloed ek hierdie persoon op 'n goeie of slegte manier? Beïnvloed ek hom/haar vir 'n goeie of slegte doel? Wat sal die langtermynresultaat van my kommunikasie wees? Help ek hierdie persoon om meer gehoorsaam voor God te lewe? In watter religieuse rigting is hierdie persoon op pad (na of weg van God)? Wat doen ek met betrekking tot hierdie rigting? (Veenstra, 1994:81).

Hierdie vrae gee iets weer van watter eise hierdie beginsel stel. Die aard van kommunikasie as 'n voorgaande, beïnvloedende proses, sluit aan by hierdie beginsel wat eis dat die kommunikeerder besorg behoort te wees oor die invloed van sy kommunikasie op die rigting van 'n ander persoon se lewe. En dié rigting kan, soos reeds opgemerk is, wesenlik net na of weg van God wees (Veenstra, 1994:82).

#### **4.2.3 Respek vir alle mense**

Die derde basiese beginsel vir etiese kommunikasie, is gegrond in die waardigheid van 'n persoon wat na die beeld van God geskape is. Dit hou in dat alle persone om hierdie rede ten volle gerespekteer moet word. Hierdie respek is nie gebaseer op wat 'n persoon gedoen het nie, maar op wie 'n persoon is as 'n geskape wese. 'n Persoon word gerespekteer omdat hy/sy 'n religieuse wese is wat 'n beeldraer is van God en daarom 'n sekere gelykenis met God openbaar, hoe verwronge hierdie gelykenis ook al mag wees. Respek vir Gods beeld in persone resulteer in respek vir God as die Skepper:

"Met ons tong loof ons die Here en Vader, en met die tong vloek ons die mense wat as die beeld van God gemaak is. Uit dieselfde mond kom lof en vloek. My broers, so moet dit nie wees nie" (Jakobus 3:9-10).

Dit is dus oneties om mense te vloek omdat die beeld van God in mense daardeur gevloek word en daar dan geen respek aan God die Skepper betoon word nie. In die tweede helfte van die Tien Gebooie kom die verskillende soorte aktiwiteite waardeur die volle respek nie aan mense betoon word nie, uitgebreid aan die orde (Veenstra, 1994:82).

Die beginsel van "volle respek betoon aan alle mense" hou in dat andere mense gesien word as intellektuele en morele wesens — as iemand wat wat in staat is om inligting op te weeg en keuses te maak. Ander mense moet ook gesien word as mense wat geroepe is om die element van geregtigheid in die beeld van God te reflekteer. As mense beskou word as God se verteenwoordigers op aarde met 'n roeping om in sy plek te regeer, dan volg respek vir alle mense byna vanself (Veenstra, 1994:82).

#### **4.2.4 Gevolgtrekking**

Veenstra se insigte kan vir die skakelpraktisyn van vandag baie waardevol wees, gegee die aanname dat kommunikasie die kern van skakelwerk is. Veenstra konkludeer dat menslike kommunikasie 'n wedersyds beïnvloedende proses is met onlosmaaklik verwikkelde etiese implikasies. Ook: dat as kommunikasie mense beïnvloed, beïnvloed dit mense in 'n bepaalde rigting. Daarom kan kommunikasie (en so ook skakelwerk) nooit neutraal wees nie. Die soewereiniteit van God is 'n aanname wat ook as oorkoepelende beginsel geld. Hierdie aanname impliseer ook dat God geëer moet word in alle vorme van kommunikasie en dus ook skakelwerk.

In die voetspore van Veenstra (n.a.v. Froneman, 1997:5-6) kan die volgende beginsels geformuleer word:

- Skakelwerk as 'n vorm van kommunikasie is 'n godgegewe geskenk en moet met die nodige sorg en verantwoordelikheid gebruik word. Alle mense is na die beeld van God geskape en die skakelwerk moet die publieke se verhouding met God en ander mense bevorder en nie in die pad daarvan staan nie.

- Die mens is 'n gerigte wese wat voortdurend deur kommunikasie beïnvloed word, die skakelpraktisyn se kommunikasie moet nie sy publieke beïnvloed in 'n rigting weg van God af nie, maar na God toe.

### 4.3 Insigte van Calvyn Snyman

#### 4.3.1 Die mens en sy verhouding tot God

Ook Snyman (1990:55), afgetrede mede-professor in die Dept Kommunikasiekunde (nou Skool vir Kommunikasiestudies) aan die Potchefstroomse Universiteit vir Christelike Hoër Onderwys, skryf dat die beeld van God in die mens (ook in sy vakgebied) verreikende gevolge het. Hy haal Stoker aan wat die aard van die beeldskap in die volgende fundamentele opsigte vind (Snyman, 1985:12, 1990:55 & 1994:54).

- Die mens is 'n persoon en gesien in die unieke en eksklusiewe sin van "kind van God". Dit dui op 'n diep en innige verhouding tot God.
- Wat betref die doen van die mens, kom die mens as beeld van God na vore in sy: (a) kreatuurlike heerskappy oor die natuur en oor homself, (b) kultuurskepping of kreatiwiteit, (c) sorg vir wat aan hom toevertrou is en in sy (d) diens met die aanroep van God se naam (godsdienst) en in die vervulling van sy Godgegewe alomvattende roeping (religie). Die mens, as roepingsvervullende kind van God, is ook "*mandator Dei* (plaasvervanger van God op aarde met 'n goddelike opdrag)" en dus ook koningskind. Hiermee sluit Snyman aan by Wolters (1993:25) wat wys op God se *middellike* regering van die skepping in die ryk van kultuur en menslike samelewing. Dit impliseer dat mense medewerkers van God is. God gee aan mense bepaalde mag op aarde; hulle is as't ware die "onderkonings" van die skepping.

Snyman (1990:56 & 1994:54) maak 'n onderskeid tussen menslike handeling en diere-aktiwiteit. Hy haal Gehlen aan wat gesê het "'n dier lewe, maar 'n mens voer sy lewe". Diere-aktiwiteit is geen handeling nie. Net die mens kan handel. Die mens doen meer as bloot op sy omgewing te reageer. Die mens moet selfstandig bepaal wat om te doen; hy moet vanself besluit hoe hy die wêreld wil benut en hoe hy hom daarin wil inrig. Die mens se handelingshorison is oop, maar by die dier is dit geslote. Die Duitser Rothaker (in Snyman, 1990:56) beklemtoon die verband van 'n menslike handeling en 'n betrokke situasie wat hy ken, begryp en beheers. Binne die situasie stel hy vir homself 'n doel, hy

neem besluite en beplan sy handeling. 'n Situasié kan van die mens beslissing eis of vereis dat hy 'n standpunt inneem. Die mens se instelling speel 'n belangrike rol in die maak van besluite. Sy instelling het te make met sy gerigtheid tot die werklikheid, waarby sy persoonlike belangstelling ingesluit is.

In sy handeling neem die mens ook sy eie belange en die belange van andere in ag. Die mens is die enigste wese wat keurend, inisierend, doelstellend, doelgerig, ontwerpnd, beplannend en doelverweselikend handel. Hy is ook die enigste wat die moontlike gevolge van sy handeling (kan) oorweeg. 'n Verdere onderskeid van die mens en ander wesens is dat motiewe en intensies ten nouste verweef is met wat hy doen (Snyman, 1990:56).

Snyman (1985:12 & 1994:56) formuleer ook hierby die grondbepaling agter hierdie vier hoofipes van menslike handeling: dit is daarin geleë dat die mens moontlikhede het wat te onderskei is in moontlikhede ván die mens (gegeë met aanleg en talente) en moontlikhede vór die mens in die wêreld (soos wat daar olie, was, chemikalieë, bemestingstof ens., uit steenkool gehaal kan word, dat daar van ystererts motors gemaak kan word, ens.). Al hierdie moontlikhede is in die skepping "ingebou". Die mens het die vermoë gekry om dit met sy moontlikhede te aktualiseer. Dit vorm 'n twee-eenheid. Die een kan nie sonder die ander een geaktualiseer word nie. Met die moontlikhede van en vir die mens word daar ook aan die mens take gestel. Dit kom as vrae of eise tot hom waarop die mens antwoord. In die inleidende hoofstuk is reeds melding gemaak van die mens as antwoorder op die roeping van God (nie as die oorspronklike vraesteller nie). Op grond van die mens as antwoorder is hy ook toerekenbaar op grond van die moontlikheid van die keuses wat hy het. Hy kan 'n keuse uitoefen rondom wát hy wil doen en dan kan hy ook nog kies hóé hy dit wil doen en daaromtrent rekenskap gee. Hy kan met ander woorde kies om aan die behorensiese gehoorsaam te wees of nie, en daarom toerekenbaar (Snyman, 1985:12, 1990:57 & 1994:55-56). Hy is verantwoordelik, volgens Snyman (1990:57) "op grond van die eise van die betrokke deontiese bepalings ( waaronder norme) waaraan sy antwoord behoort te beantwoord".

Toerekenbaarheid en verantwoordelikheid is wesenskenmerke van die mens wat volledig by die dier ontbreek. Hierin lê 'n grondonderskeiding tussen mens en dier, en daarmee is



'n wesenstrek van die menslikheid van die mens, van sy *persoonswees* gegee (Snyman, 1990:57, 1994:55). Wie ook al probeer om die mens se verantwoordelikheid of sy aanspreekbaarheid te elimineer, handel eties sleg. Snyman (1994:56) stel dit baie sterk: "Such action violates the self-determining, self-controlling essence of man." Dit beteken die mens is 'n idio-argiese, dit wil sê selfbepalende en selfregerende wese en enige skakelmodel wat hom hierin aantast, is eties verkeerd.

#### **4.3.2 Die behoefte en die reg om te weet**

In samehang met die mens as self-regerende, self-bepalende en ook toerekenbare wese, is die mens se behoefte aan kennis en sy reg om te weet (vgl. Van Vlastuin, 1998:33). Snyman (1994:61) gee in hierdie verband veral riglyne aan die joernalis, wie se taak en roeping dit is om die publieke in te lig oor wat gebeur. Hoewel dit nie die hoofsaak en roeping van die skakelpraktisyn is nie, hou dit tog ook direk verband met die werk wat die skakelpraktisyn elke dag doen. Die skakelpraktisyn fasiliteer kommunikasie tussen 'n organisasie en sy publieke — en in die praktyk kom dit dikwels neer op die uitruil van inligting.

God stel die mens in staat om dinge te ken en te weet. En omdat hy kan ken, ontmoet hy daarin die kenbare (dit wat God bekend gemaak het — deur sy Woord, sy werke en die wêreld wat hy geskep het). Die mens is bewus van die dinge waartoe hy in 'n verhouding staan, selfs van sy geboorte af. Hy oriënteer homself ten opsigte van die dinge waartoe hy in 'n verhouding staan en voel homself tuis. Die mens is so geskape dat hy homself kan tuisvoel in hierdie wêreld. Hierdie gevoel van "tuisvoel" is 'n tipies menslike gevoel, 'n dier kan homself nie op dieselfde wyse oriënteer en tuisvoel nie, 'n dier pas slegs aan by die wêreld waarin hy leef (Snyman, 1994:61).

Die verkryging van kennis en die insameling van inligting is take wat die mens gekry het op grond van sy vermoë om te kan ken. In die uitvoering van hierdie aktiwiteit is hy toerekenbaar en verantwoordelik. Hy is in staat om oor die aard van hierdie kennis en inligting na te dink en oor die vermoë wat hy het om kennis en inligting te versamel. Op grond hiervan is hy verder ook bewus van homself en van die belangrike kwessies van die lewe. Die verkryging van inligting en die eie-making daarvan is daarom, volgens Snyman (1994:62), een van die maniere waarop 'n mens werklik méns kan wees.

Die kennis wat 'n mens verwerf is algemene kennis, maar dit is ook kontingente (hier en nou-) kennis. Dit is so omdat die mens homself ten opsigte van 'n veranderende wêreld oriënteer en kan bly voel ten opsigte van die dinge waarmee hy in 'n verhouding staan (en wat in verhouding met hom staan). Aan die een kant, skryf Snyman (1994:62), verwerf die mens kennis puur op grond daarvan dat hy die vermoë het om dit te doen. Aan die anderkant het hy dit nodig ten einde homself te oriënteer en tuis te voel is sy omgewing waar ook al hy 'n taak het om te vervul: as 'n ouer, staatsburger, politikus, ekonoom, onderwyser, sleutelmaker ens. (kyk ook 4.3.4 waarin al die groepsverbande van die mens aan die orde kom).

Kennis maak dit moontlik om take te vervul en hy het dit nodig om te bepaal wat om te doen, hoe om dit te doen en waarom hy dit moet doen. Dit is geldig vir alle areas en aspekte van die lewe. Oral in die lewe het die mens kennis nodig om insig te verkry, 'n oordeel te vel, 'n besluit te neem en op te tree. Uit sy eie inisiatief en self-bepalende aard aktualiseer die mens sy kennis (Snyman, 1994:62).

Omdat die mens homself in 'n veranderende wêreld bevind, moet hy homself gedurig weer daarin heroriënteer. Dit is daarom ook die mens se taak om ingelig te bly oor sy werklikheid en nie tred met die tyd te verloor nie. Hierdie soort kennis en inligting lei tot die maak van keuses, die neem van besluite en 'n behoefte om op te tree. Geen mens wat sy roeping wil vervul en sy Godgegewe moontlikhede wil aktualiseer kan dit vermy nie. Dit is die taak van joernaliste om die publieke ingelig te hou. En dit is die taak van die skakelpraktisyn om die inligting wat relevant is vir sy publieke aan die joernaliste en die media bekend te maak. Daardeer bereik inligting ook die organisasie se publieke.

Om iemand in te lig, beteken ook om daardie iemand na 'n begrip van iets te lei, met ander woorde, iemand te help verstaan. Wanneer die begrippe "begrip" en "verstaan" ter sprake kom, so ook die begrippe "om nie te begryp nie" en "om nie te verstaan nie" en so ook die begrip "misverstand". Begryp en verstaan is, volgens Snyman (1994:63), 'n absolute voorwaarde vir die mens se reaksie op sy oriëntasie, sy verwagting, oordeel, besluit of handeling.

Wie ook al besig is om 'n ander persoon in te lig, is besig om daardie persoon se begrip te beïnvloed en het daarom ook 'n invloed op sy "verstaan" of "nie verstaan nie" en ook sy "misverstand". Daardie persoon oefen 'n invloed uit op sy oriëntasie op die werklikheid. Hierdie aktiwiteit, naamlik om iemand in te lig, is vir daardie persoon van die uiterste belang omdat dit 'n uitwerking het op die manier waarop so iemand sy plek in die werklikheid inneem, oor hoe hy homself ten opsigte van sake opstel, hoe hy sy standpunt inneem en homself in sy situasie en in hierdie werklikheid tuisvoel. Vir die Christen is daardie persoon nie sommer enige iemand nie, maar 'n naaste. In die gee van inligting ontmoet hy sy naaste. (Dat die ideale kommunikasiesituasie ook die ontvang van inligting van die ander impliseer, spreek vanself en kom in die volgende hoofstuk volledig aan die orde wanneer die konsep simmetriese tweerigtingkommunikasie bespreek word.)

#### **4.3.3 Die mens in sy verhouding tot sy naaste**

In die werk van Brummer, na aanleiding van Luther se geskrifte (in Hilbers, 1962:117) word die konsepte van beroep en roeping duidelik in verband gebring met diens aan die naaste. God roep die mens in die wêreld, maar tot sy hemelse koninkryk. Die goddelike van die beroep kom volgens Brummer (in Hilbers, 1962:117) tot uiting deur naastediens. 'n Mens ontmoet daarin sy broer en suster vir wie Christus ook gesterf het.

Die skakelkundige beroep is by uitstek een waarin die skakelpraktisyn sy naaste ontmoet. Hy werk nie met dooie materie nie, want sy dagtaak bestaan uit kommunikasie, die organisasie van interaksie tussen hom, ander mense en sy organisasie en ander mense (vgl. Van der Meiden, 1986:11). In hierdie taak moet die skakelpraktisyn dus sy naaste, vir wie Christus ook gesterf het, ontmoet.

Kommunikasie is ook 'n tipies menslike handeling. Dit is verbonde aan toerekenbare en verantwoordelike motiewe, doelstelling, beplanning, strategieëbepaling, uitvoering van wat hy beoog, en beoordeling van die gevolge van sy dade. Kommunikasie verloop nie vanself nie. Dit is 'n toerekenbare en verantwoordelike handeling en daarom het kommunikasie ook 'n duidelike etiese aspek. Wanneer kommunikasie gewoon 'n stimulus-respons-situasie sou inhou, was daar van menslike toerekenbaarheid en verantwoordelikheid geen sprake nie. Maar daar volg geen kousale wetmatige response op kommunikasie nie. Dit is so 'n tipies menslike handeling waarvoor die mens wel toerekenbaar en verantwoordelik is.

Kommunikasie is 'n handeling waardeur iemand anders 'n deelgenoot kan word. 'n Ander mens (ook toerekenbaar, verantwoordelik en antwoorder) word hier deel van iets gemaak. Hierdie iets is inligting of kennis waaroor die deler beskik, van sy ervaring of belewenis, sy gedagtes, gevoel, oortuigings, geloof, ensovoorts. As die mededeler omtrent iets georiënteer is (d.w.s daarvan op die hoogte is), maak hy van die ontvangers van relevante inligting *mede-georiënteertes*. Kommunikasie is dan 'n ko-oriënteringshandeling.

Binne hierdie kommunikasiebeskouing hoort sedelike oorwegings tuis. Ons kan daarom ook onderskei tussen "goeie" en "slegte" kommunikasie (Snyman, 1985:13). Snyman (1994:51) gaan so ver om te beweer dat alle tipies menslike handeling eties goed of sleg is. 'n Handeling wat eties goed is, is een waardeur die liefdesgebod gehoorsaam word; 'n slegte handeling is een van ongehoorsaamheid aan die liefdesgebod van God: "Jy moet jou naaste liefhê." As 'n dokter deur sy sorg 'n pasiënt help om gesond te word, of 'n handelaar 'n artikel teen 'n redelike prys aan 'n klant verkoop, is dit eties goeie handeling. Wanneer die dokter egter deur nalatigheid 'n pasiënt verkeerde medisyne gee of wanneer 'n handelaar 'n veels te hoë prys vir 'n (swak) artikel vra en so sy klant benadeel, is daar sprake van eties slegte handeling. Sulke handeling bly "etiese" handeling selfs as dit die norm oortree, omdat dit deel is van menslike handeling wat "die etiese" genoem word. Om te bepaal of 'n handeling goed of sleg is, moet ons terugval op die deontiek (deontiek, afgelei van die Grieks "tó deón", wat die mens behoort te doen) en norme (Snyman, 1994:52).

Die ideale manier waarop 'n Christen sy naaste behoort te ontmoet, noem Snyman (1990:51 & 1994:49), na aanleiding van die insig van Stoker (1967:231, 383), *liefdevolle persoonsbehartiging*. Wanneer 'n handeling aan die eise van hierdie sedelike norm beantwoord, is dit liefdevolle persoonsbehartiging (eties goed); dit wat nie aan die eise beantwoord nie is eties sleg en word deur Snyman (1990:51) *onliefdadige persoonsbehartiging* genoem. Volgens Stoker (in Snyman, 1990:51) is persoonsliefde die grondnorm vir die etiese. 'n Sedelike handeling wat nié aan die eis van die liefde, die Bybelse norm, beantwoord nie, is 'n eties slegte handeling en laat die persoon nie tot sy reg kom nie. Dit is persoonsbenadelend. Daarteenoor staan liefdevolle persoonsbehartiging. Snyman (1990:51) skryf daarvoor:

Die handeling van 'n *persoon* (as volle uitdrukking van sy menswees) as *persoonsbehartiging* behoort die *persoon* van homself of van die ander so te erken,

te eerbiedig, tot sy reg te laat kom en so te bevorder dat dit beskryf kan word as *liefdevolle persoonsbehartiging*.

Heyns (1986:70) voeg, op spoor van Snyman en Stoker, by:

Dit is duidelik: waar die liefde nie heers nie, kan geen persoonseerbiediging aagetref word nie en waar laasgenoemde ontbreek, word die mens nie meer as 'n sedelike subjek gesien en behandel nie, maar tot 'n na willekeur bruikbare objek vemeder. Hy is iemand wat geëksploiteer, gediskrimineer en geïndoktrineer word. So word...in die arbeid die mens as winsobjek gebruik..."

Voordat daar gepraat kan word van die ontmoeting van die naaste, is dit ook belangrik om nie te vergeet wie hierdie naaste is nie. In 'n Christelike lewens- en wêreldbeskouing, word die mens en sy menslikheid nie verhef tot afgod nie. Dit gaan om wie hy is as wese wat deur God geskape is, met ander woorde sy skeppingsaard. Hiervolgens het hy, soos Snyman (1990:55) dit stel, menswaardigheid en "*human dignity*". Dit gaan om dit wat hom in die oë van sy skepper kosbaar maak, so kosbaar dat hy nie tot blote middel tot 'n doel verlaag mag word nie. Hy is so kosbaar dat hy nie in sy menswees en menslikheid aangetas, gekrenk, te kort gedoen of vemeder mag word nie. Die betekenis van liefdevolle persoonsbehartiging, aldus Snyman (1990:55), is daarin geleë dat "die mens in sy bestaan en bestemming in sy menslikheid, in sy ware humaniteit regstreeks en onregstreeks erken, eerbiedig, ondersteun en bevorder moet word."

Verder waarsku Snyman (1990:55) dat wanneer die egte humaniteit van die mens, sy egte menswaardigheid, sy "*human dignity*" en sy kosbaarheid binne in homself gesoek word, die humaniste gelyk kry. Die beste antwoord op die vraag wie die mens werklik is, word gevind in die Woord en in die wete dat die mens na die beeld van God geskape is. Snyman (1990:55) haal Stoker aan wat aantoon dat die fundamentele aard van die mens gegee is in sy beelskap van God. Dit raak die "hele mens" en "in alles wat hy doen".

In al die genoemde fundamentele opsigte kom die wesensverskil tussen mens en dier duidelik na vore. Die mens moet as mens behartig word en die dier moet soos 'n dier behandel word. Wie die mens dus soos 'n ding of dier behandel, ontmenslik (*dehumanize*) hom en skaad sy menswees (Snyman, 1990:55). En dit mag nie.

#### 4.3.4 Die mens in groepsverband

Om die volle aard van die etiese en die normatiewiteit daarvan te verstaan, is dit belangrik om nie alleen na die menswees van die individuele persoon te kyk nie, maar ook na die groepe waarin daardie mens bestaan. Die mens staan nie alleen in die wêreld nie, hy bestaan en leef binne 'n sosiale konteks. Hy tree nie alleen as individu op nie. Die sosiale geaardheid van die mens, maak juis 'n samelewing moontlik (Snyman, 1994:58). Dit geld ook die skakelpraktisyn. Hy of sy funksioneer in groepsverband, hulle werk vir base, in skakelafdelings vir groter organisasies (vgl. Snyman, 1994:58).

Die skakelpraktisyn funksioneer ook binne 'n breër gemeenskap. Een publiek waarmee 'n skakelpraktisyn moet werk, is aandeelhouers of kliënte. Maar kliënte en aandeelhouers is ook individue en as sodanig het hulle elk 'n eie geaardheid, belangstellings en take in die lewe. Hulle vorm ook deel van ander sosiale verbande. In 'n huwelik word so persoon ook eggenoot, 'n lid van 'n gesin of familie, 'n pa of ma, 'n kind, 'n broer of 'n suster, 'n burger van 'n staat, 'n lid van 'n politieke party, 'n lidmaat van 'n kerk, 'n ouer/bestuursraadslid van 'n skool, ens. Elke mens is gelyktydig deel van verskillende sosiale groepe. Die gemeenskap bestaan uit individue en groepe. Individue is verbonde aan mekaar en daarin ook wedersyds afhanklik van mekaar. Die lidmaatskap van die groepe het ook verantwoordelikheid tot gevolg. Groeplidmaatskap aktualiseer altyd binne 'n spesifieke situasie. Die groep tree op op grond van die eise en norme wat die lidmaatskap aan die groep stel, in belang van die groeplede en die belang van die take wat verrig moet word (Snyman, 1994:58-59).

Liefdevolle persoonsbehartiging vir die mens hou in dat die skakelpraktisyn ook die groepe waarvan die mens deel is, sal erken, respekteer en help onderhou. Dit eis dat mense gehelp en ondersteun word in die uitvoering van hulle groeptake. Die goeie voltooiing van groeptake, is nie alleen in belang van die spesifieke groep nie, maar ook in die belang van die lede daarvan as individue en in belang van die samelewing as 'n geheel.

Hierdie toepassing van Stoker/Snyman se konsep van liefdevolle persoonsbehartiging is egter nie heeltemal probleemloos nie. Op spoor van Van Vlastuin (1998 ) wat die konsep skerper formuleer en in joernalistieke konteks van oriënterende persoonsbehartiging praat, sal die die konsep *fasiliterende persoonsbehartiging* in die slothoofstuk as 'n toepasliker,

presieser konsep vir die skakelpraktyk beredeneer word. Daarmee word die waarde van die breër konsep liefdevolle persoonsbehartiging nie gering geskat nie, maar skerper gestel ten einde aansluiting te vind by die gangbare omskrywing van die skakelpraktisyn se werk as fasiliteerder van die probleemoplossingsproses (vgl. Culip, Center & Broom, 1985:69,70).

#### **4.4 Die individueel-etiese lewe volgens J.A. Heyns**

Dit is vir die Christen as skakelpraktisyn in die postmoderne era krities belangrik om die waarde van sy individuele etiek te besef, veral aangesien daar in die postmodernistiese wêreld minder kontrole in organisasies bestaan, maar die skakelpraktisyn dikwels voor probleme en vraagstukke te staan kom. Hy word gekonfronteer met aspekte van die menslike bestaan en gedwing om besluite te neem en keuses te maak. In sy werk word daar dus aanspraak gemaak op die etiese kant van sy menswees. As verantwoordelike en toerekenbare wese moet hy ook, wanneer hy skakelwerk doen, etiese handeling (goed of sleg) uitvoer.

Waar hierdie studie primêr ten doel het om die *individuele Christenskakelpraktisyn* sensitief te maak vir die etiese en breë riglyne daar te stel wat in die praktyk van elke dag bruikbaar kan wees, is die individuele etiek klaarblyklik van sentrale belangrik. Die individueel etiese lewe, waarin dit gaan om die handeling vanuit en die behandeling van die eie persoon, speel af binne die dialogiese struktuur van woord en antwoord, roeping en gehoorsaamheid. Dit is geen maklike opgaaf wat deur klinkklare resepte gehanteer kan word nie.

##### **4.4.1 Die etiese lewe as 'n lewe van roeping en gehoorsaamheid.**

Wanneer Heyns (1982:363) oor individuele etiek skryf, begin hy by die vertrekpunt waarmee daar in hoofstuk 1 begin is, naamlik die verband tussen beroep en roeping. Die mens wat weet hy is 'n geroepe mens en inderdaad ook in gehoorsaamheid antwoord, is 'n mens wat eties goed handel. Die mens wat dit egter nie weet nie en daarop nie in gehoorsaamheid antwoord nie, handel eties sleg. Roeping en gehoorsaamheid is dus vir die etiese lewe sentrale begrippe. God roep die mens tot talle dinge: om die ewige lewe te ontvang (1 Tess. 2:12), om een hoop te hê (Ef. 4:4), om heilig te lewe (1 Tess. 4:7) en om in vrede te lewe (1 Kor. 7:15, Kol. 3:15). Hier moet ook duidelik gestel word dat die hele

mens geroep word, soos die hele mens ook gehoorsaam moet wees. Die hele mens is elke oomblik van sy lewe wat hy ook al mag doen en waar hy hom ook al mag bevind 'n geroepene. Buiten die roeping tot heil, gee God die mens ook 'n indirekte roeping — om die aarde te bewoon en te bewerk.

Die mens is nie in 'n wêreld geplaas wat niks van hom vra en niks van hom wil hê nie — so 'n wêreld sou absurd wees en nooit 'n tuiste aan die mens kon bied nie. Deur die mens se daad van gehoorsaamheid is die mens sinvol betrek by die werklikheid om hom en is hy aktief ingeskakel in die geskiedenis van die werklikheid. Daardeur kan hy homself en dit waarmee hy in gehoorsaamheid aan God besig is, help om tot bestemmingsverwesenliking te bring. "In die onophefbare verhouding van roeping en beantwoording speel die mens se ganse lewe af en in die vrye, verantwoordelike gehoorsaming aan sy roeping realiseer die mens sy eie menswees" (Heyns, 1982:364).

Heyns (1982:364-365) maak ook melding van 'n differensiasie van roepings. Die mens leer in sy eie konkrete lewensomstandighede sy besondere roeping ken (vgl. 1 Kor. 7:17). Geen twee persone verkeer in presies dieselfde lewensomstandighede nie en daarom kan geen twee persone presies dieselfde take en bestemmings hê nie. Die werknemer het nie dieselfde roeping as die werkgewer nie. Elke mens moet in die uniekheid van sy eie omstandighede sy eie besondere roeping gehoorsaam en dit tot die hoogste verwesenliking probeer voer.

Voorop staan die waarheid dat elke beroep (onderwyser, medikus, regter, boer, tegnikus, predikant — en skakelpraktisyn) ten diepste 'n roeping is, soos die etimologiese verband tussen roeping en beroep al suggereer. Basies het alle mense dieselfde roeping: om God te dien. Maar hierdie één roeping moet deur verskillende mense op verskillende wyses verwerklik word. Daarmee is die wyse van verwerkliking self ook as 'n roeping aangedui — al bly dit volledig 'n keuse van die mens wat deur deur allerlei faktore medebepaal word. Die één roeping differensieer dus in 'n verskeidenheid van roepings, dienste of beroepe. Al vind hierdie differensiasie plaas op grond van 'n subjektiewe behoefte in die mens, dan is juis die behoefte in die mens deur God gelê en het Hy bepaal dat dit deur en in 'n besonder soort arbeid bevredig sal word. Daarom is God se roeping 'n roeping met 'n appél en sy gebod 'n gebod wat gehoorsaamheid eis. Die uitoefening van 'n beroep is nie



net die voorsiening in 'n behoefte nie, dit is ten diepste 'n diens wat verrig word as arbeider van God in belang van sy koninkryk. Die gevolg hiervan kan in die volgende konkrete punte saamgevat word (Heyns, 1982:368-369):

- Die skeiding tussen heilig en profaan word radikaal afgewys. Die een werk mag miskien anders wees as die ander, maar dit is nie "heiliger" nie. God roep elke mens tot diens aan Hom op alle terreine van die lewe.
- Die een roeping val uiteen in verskillende gestaltes en op allerlei samelewingsverbande.
- Die bonte verskeidenheid van beroepe vorm in hulle gerigtheid op en afhanklikheid van God 'n samehangende eenheid.
- Elke beroep word 'n gestalte van die mens se lewensheiliging. Wie gelowig in sy beroep arbeid, antwoord daarmee God vanuit dié plek waar God hom persoonlik geplaas het.

Heyns stel ook ses etiese kriteria vir 'n beroepskeuse wat hier as ook relevant vir die skakelpraktisyn beskou word:

- **Kan ek God daardeur verheerlik?** Die vraag dien as 'n soort filter wat skeiding bring tussen aanvaarbare en nie-aanvaarbare soorte arbeid. Nie-aanvaarbare arbeid is ook onetiese arbeid, soos prostitusie of dwelmsmokkelary. Die vraag is ook 'n aanduiding van die motief waarmee en doel waarvoor 'n bepaalde beroep gekies word. Hier speel die subjektiewe beoordeling ook 'n rol. Daar kleef nie aan alle beroepe 'n stigma nie, maar dit is ook nie vanselfsprekend dat God deur alle beroepe verheerlik word nie (Heyns, 1982:369). Dieselfde geld ook vir die Christen wat 'n skakelpraktisyn wil word. 'n Christen wat nie dink dat dit 'n beroep is waardeur hy of sy God kan verheerlik nie, behoort nie 'n skakelpraktisyn te word nie. Maar iemand wat besef dat dit 'n beroep is waarin die naaste, vir wie Christus ook gesterf het, kan ontmoet (vgl. 3.3.3) en tot diens kan wees, besef ook dat wanneer hy sy naaste as toerekenbare, verantwoordelike wese dien, hy ook God daardeur verheerlik.

- **Is ek daarvoor geskik?** Wanneer 'n Christen 'n beroep kies, is dit ook nodig om nie die gewone praktiese oorwegings te ignoreer nie. God gee aan elke mens gawes en talente. En daarom skryf Heyns (1982:370) dat die mens ernstig rekening moet hou met die feit dat die begaafdheid waaroor die mens beskik, bewyse is van God se persoonlike spreke met die mens (vgl. ook De Klerk, 1994:96). Dit sluit weer eens aan by wat in die inleidende hoofstuk oor roeping gesê is (kyk. 1.2.2), nl. dat onderskei moet word tussen die moontlikhede *vir* die mens en dié *van* die mens (Snyman,1990:57;1994:56).

Veenstra (kyk 3.2.1) se insigte sluit ook hierby aan: God het die vermoë om te kommunikeer in die skepping ingebou en die mens moet dit aktualiseer, maar daarvoor gee hy ook die moontlikhede *van* die mens — Hy gee vir hom bepaalde talente en aanleg. Die skakelpraktisyn wat die vermoë het om goed te kommunikeer en die moontlikhede in die skepping te aktualiseer, moet o.m. die vermoë hê om goed te kan skryf, voor mense te kan praat, te kan organiseer, navorsing te kan doen, gemaklik met mense oor die weg te kom (vgl. Cutlip et al, 1985:64). Iemand met hierdie talente én wat die roeping daartoe het, sal dus 'n goeie skakelpraktisyn kan wees wat God deur hierdie beroep kan verheerlik (vgl. De Klerk, 1994:100).

- **Waar is ek die nodigste?** Heyns (1982:370) maak ook die belangrike opmerking dat die situasie waarin die mens homself bevind nie los staan en neutraal is ten opsigte van die handeling van die mens nie. Daar is kontingente norme wat ook die mens se beroepskeuse medebepaal. Wie byvoorbeeld vir twee beroepe ewe geskik is, kan vasstel waaraan daar 'n groter behoefte bestaan. 'n Beroep word gekies met die oog op diensbaarheid (vgl. ook De Klerk, 1994:95). Dit geld ook vir die skakelpraktisyn wat aansoek doen vir 'n werk. Nie alleen die groot internasionale organisasies wat goeie diensvoorwaardes bied, het 'n behoefte aan skakelpraktisyns nie. Ook organisasies wat diens lewer aan die gemeenskap en organisasies sonder winsoogmerk het 'n behoefte aan geroepe skakelpraktisyns. Organisasies soos die SA Bloeddienste, die Hartstigting en die kankervereniging Cansa, sendingsorganisasies, misdadaadvoorkomingsaksies en ander nie-regeringsorganisasies wat hulle vir bepaalde sake beywer, bied geleenthede aan mense met hierdie besondere gawes en talente om op 'n spesiale manier diens te lewer aan hul naaste. Hierin is die gesteldheid van die Christen direk in teenstelling

met die huidige postmoderne ingesteldheid, waarvolgens die individu alleen sy eie norm is, en diens aan die ander nie 'n plek inneem nie (vgl. 2.3.1).

- **Sal ek daarin vreugde vind?** Die vraag na persoonlike tevredenheid is 'n legitieme vraag. Wat die mens graag doen, doen hy ook goed. Die mens is nie 'n robot wat sy werk meganies verrig nie, maar is 'n emosionele wese wat 'n behoefte daaraan het om werk met vreugde en plesier te verrig (Heyns, 1982:271). Dit beteken dus dat individuele behoeftes ook 'n maatstaf is, al is dit nie die enigste maatstaf nie. Dit impliseer ook nie dat onaangename werk nie met volharding gedoen behoort te word nie. (Die mens is 'n verantwoordelike wese, vgl. 2.2.2.) Soms het die mens die verantwoordelikheid om vervelige en geroetineerde werk te doen. Die eties volwasse mens doen dit ook.
- **Watter vooruitsigte bestaan daar?** As vreugde deel van 'n mens se arbeidsverrigting mag wees, skryf Heyns (1982:371), dan sekerlik ook die vooruitsig op sukses. Geborgenheid en stabiliteit, aangename werkomstandighede en loon, asook bevorderings moontlikhede is almal legitieme faktore wat by die keuse van 'n beroep oorweeg mag word. Wie hiermee nie rekening hou nie, laat nie sy volle, gesonde menswees funksioneer nie. Die mens is bedoel vir ontwikkeling en vooruitgang. Maar hierdie oorwegings mag nie so oorheers dat dit die diensmotief van arbeid laat verdwyn nie.
- **Is dit nuttige arbeid?** Die gelowige kan inderdaad vra na wat nuttig, voordelig en konstruktief is. Al het alle arbeid in beginsel die een of ander nut, het alle arbeid nie *dieselfde* nut nie. Die arbeid met die hoogste nut en betekenis behoort daarom ook die hoogste op die voorranglys geplaas te word (Heyns, 1982:371). Vraag is wat *nuttig* is? In skakelkundige konteks sou mens kon sê dat die Christen wat vir 'n pos aansoek doen, daarteen moet waak dat hy of sy nie ingehuur word om allerlei pseudo-gebeurtenisse te skep en publisiteit ten alle koste te soek nie. So 'n skeefgetrekte vorm van "skakelwerk" kan kwalik as "nuttige arbeid" in die ware sin van die woord beskou word. Maar weer eens moet gewaak word teen moralistiese voorskrifte. Die Christenskakelpraktisyn moet in verantwoordelikheid hierdie vraag self vra en beantwoord. Dit is vir 'n buitestander soms moeilik om met die nodige

insig en kennis 'n oordeel oor 'n ander se beroepsterrein te vel. So sou Heyns (1982:371) se kritiese houding jeens beroepsport kwalik ernstig opgeneem kan word. Christensportlui kan tog sekerlik ook geroep word om op daardie terrein God te verheerlik en as rolmodelle 'n positiewe invloed uit te oefen.

#### 4.4.2 Die etiese lewe as 'n lewe van vryheid

Die individueel etiese lewe begin wel by roeping en gehoorsaamheid, maar dié is juis in sy vryheid gevestig (Heyns, 1982:373). Vryheid is vir die gelowige 'n status waarin hy deur Christus op grond van sy plaasvervangde soenverdienste geplaas is. Maar dit bring ook 'n verantwoordelikheid mee. Hy mag homself nie weer laat bind aan valse vryheid nie: "Staan vas in hierdie vryheid en moet julle nie meer onder 'n slawejuk laat indwing nie (Gal.5:1). Hierin bly die mens steeds God se beeldraer soos hy geskape is en as sodanig staan hy in 'n aantal grondverhoudinge en antwoord hy as 'n aangesproke wese, in gehoorsaamheid op die Woord waarmee God hom aanspreek. Die realisering van sy vryheid moet dan ook beskou word in die lig van hierdie verhoudinge (Heyns, 1982:374). Dit geld ook vir die skakelpraktisyn.

- *In sy verhouding tot God* is daardie mens vry wat weet dat sy plek nie bo of langs of teenoor God is nie, maar onder God. Alleen vanaf daardie posisie kan die mens God dien. In hierdie verhouding het vryheid die gestalte van *onvoorwaardelike diens*.
- *In sy verhouding tot sy naaste* is die mens slegs vry as hy langs sy naaste staan en hom help om die bestemming wat God vir hom bepaal het, te help bereik. Dit is volgens Heyns (1982:374) ook die kern van naasteliefde. Vryheid in hierdie verhouding neem dan ook die gestalte van *liefde* aan.
- *In sy verhouding tot homself* is die mens vry as hy vrede het met homself oor sy persoonlike roeping, sy taak en sy funksie as mens van God. Hier neem die vryheid die gestalte van *selfontplooiing* aan.
- *In sy verhouding tot die natuur* is die mens vry as hy die natuur in verantwoordelikheid beheers. Hier het die vryheid 'n *beheersende* karakter.
- *In sy verhouding tot die kultuur* is daardie mens vry mens wat aan die resultate en produkte van sy natuurbeheersende aktiwiteite vorm en gestaltes gee, soos sy skeppende gees hom mag lei. Hier is vryheid *skeppende vormgewing*.
- *In sy verhouding tot die strukture* is daardie mens 'n vry mens wat die heilsaamheid van die rigting- en vormgewende groothede onderken en in verantwoordelikheid daarmee omgaan. In hierdie verhouding openbaar menslike vryheid hom in *verantwoordelike gebondenheid*.

Hoe kom die mens daartoe? Hoe gebeur dit dat die mens God dien of sy naaste liefhet? Dit gebeur op grond van 'n bepaalde keuse wat hy maak. Hy kies, onder drang van die Gees, om God te dien. Hy maak 'n keuse om sy naaste lief te hê of homself te ontplooi. Vryheid is juis wetsvervulling en omdat die mens deur sy wetsvervulling doen waartoe hy deur God geroep is, is vryheid ook roepingsvervulling (Heyns, 1982:276).

#### **4.4.3 Die etiese lewe as 'n lewe van pligte**

Die individueel-etiese lewe speel af binne die dialogiese struktuur van roeping en gehoorsaamheid. Maar tussen roeping en gehoorsaamheid staan plig — en wel as dié wesenlike bestanddeel van roeping waarmee gehoorsaamheid in 'n korrelatiewe verhouding staan. Roepings is nie 'n gebeure wat in 'n lugleegte sonder herkoms en sonder adres rondswewe nie. Die roeping kom van God en is konkreet op die mens gerig. Die appél waarmee die roeping kom, die eis wat dit stel, dit is die plig van die mens.

Gehoorsaam die mens hierdie roeping en verwerklik hy so die bestemming nie net van die mens nie maar ook van die hele skepping. En dan funksioneer hy as verantwoordelike orgaan in Gods hand om sy raadsplan op aarde te realiseer (Heyns, 1982:380).

#### **4.4.4 Die etiese lewe as 'n lewe van regte**

Die mens is geroep om burger van die koninkryk van God te wees. Hierdie status waarin God die mens plaas en waartoe die mens deur sy geloof in Jesus Christus toetree, plaas op die mens 'n groot verantwoordelikheid: in gehoorsaamheid moet hy wees wat hy is en doen waartoe hy geroep is. Maar hy het ook regte wat hom beskerm en in staat stel om sy taak uit te voer (Heyns, 1982:388; vgl ook Vorster, 1999:56-90 oor die reformatoriese tradisie rakende menseregte).

Menseregte word in mensepligte gefundeer en moet uitgeoefen word volgens die normatiewe wetsorde wat God vir die hele skepping gegee het. Die uitoefening van regte mag nie ander se pligte verontagsaam of tersyde stel nie. Die mens het die reg op lewe van God ontvang. Maar in die proses mag ander mense — wat ook die reg het en hul pligte moet vervul — nie onderdruk of uitbuit word nie.

#### **4.4.5 Die etiese lewe as 'n lewe van deugde**

Wanneer Heyns (1982:401) skryf oor die etiese lewe as 'n lewe van deugde, beweeg hy nader aan die reële, inhoudelike vraagstukke van die lewe. Hier kom nie alleen die norme en voorwaardes vir 'n eties goeie lewe aan die orde nie, maar ook gestalte wat die eties goeie in die lewe van die mens aanneem en na buite vertoon. Dit noem Heyns deugde. Die woord deug het 'n bietjie in onbruik geraak omdat dit dikwels vroom en stroperig of selfs burgerlik klink. Heyns (1982:401) beweer egter dat wanneer die woord weer in die juiste betekenis gebruik word, dit vir die Christen baie waardevol kan wees. Suiwer etimologies beteken dit voortreflikheid, vaardigheid, verdienste, geskiktheid.

Maar 'n suiwer etimologiese analise is nie genoeg nie. Om tot 'n goeie begrip van die woord deug te kom is ook die konteks van belang. Daarom het Heyns (1982:401-413) 'n studie gedoen na die konteks waarin die woord "deug" gebruik word en tot die volgende insigte daarvoor gekom. Alle deugde het 'n etiese dimensie. By sommige is dit alleen meer voor die handliggend as by ander. Getrouheid, beskeidenheid, offervaardigheid en diensbereidheid is almal etiese deugde (wat in die postmoderne era dikwels geminag word— in die harde individualistiese konteks waar elkeen vir homself moet baklei.) Maar daar is ook ander etiese deugde wat minder voor die handliggend is, soos die linguïstiese deug van goeie taalgebruik en die logiese deug van konsekwensie. Hierdie deugde het óók 'n etiese dimensie (Heyns, 1982:402).

Heyns (1982:408) noem 'n aantal deugde wat ook in die skakelpraktik van toepassing is en nie uit die oog verloor behoort te word nie. Dit sluit in betroubaarheid, eerlikheid, getrouheid, liefde, meelevendheid, moed, nederigheid, saaklikheid, waaragtigheid en wysheid. Hy noem hiermee saam ook ander deugde wat in die algemeen geld: blymoedigheid, deemoed, eensgesindheid, eerbaarheid, geduld, geregtigheid, goedgesindheid, goehartigheid, ootmoedigheid, selfbeheersing, redelikheid, reinheid, regverdigheid, redelikheid, sagmoedigheid, selfbeheersing, verdraagsaamheid en vergifnis.

#### **4.4.6 Die etiese lewe as 'n lewe van gewetensbeoordeling**

In die intra-individuele etik (ek-ek verhouding) neem die gewete 'n uiters belangrike plek in. Dit vervul 'n fundamentele funksie, veral ten opsigte van die mens se handelinge en met name ten opsigte van die motivering daarvoor en die gestalte daarvan (Heyns, 1982:413).

Veral omdat die uiterlike kontrole in die postmoderne era ontbreek (kyk 2.3.8) en omdat algemene norme en waarde verwerp word (kyk 2.3.5 en 2.3.1), word die individuele etiek belangriker (kyk 2.3.1) en speel die gewete van die Christenskakelpraktisyn as individu in die postmoderne konteks 'n belangriker rol. Die gewete van die Christen kan ook die stem van God genoem word; dit is ook die openbaring van God in die mens.

Die vorming van 'n eie gewetensoordeel is 'n beginsel wat erken en eerbiedig moet word. Hieraan moet steeds en onder alle omstandighede vasgehou word. Dit is egter nie ongekwalifiseerd nie. Elke samelewing (en beroep, sou bygevoeg kon word - CF) veronderstel orde en reëls wat 'n mate van uniforme optrede impliseer. As elkeen die reg sou hê om vrylik volgens sy eie gewetensoordeel te handel sou daar chaos ontstaan. Hoe belangrik gewetensvryheid daarom ook al mag wees, dit kan nie vryelik en na willekeur gedoen word nie omdat dit in wanorde sou eindig (Heyns, 1982:423). Nee, die waarheid moet in gemeenskap met ander gesoek word.

Dit gaan nie om 'n verheerliking van die gewete as sodanig nie, maar om die gebondenheid van die gewete aan die openbaring van God. Los van alle menslike gesag en bindinge — maar by geleentheid ook met behulp daarvan — is gewetensvryheid alleen diens aan God (Heyns, 1982:425).

#### **4.4.7 Die etiese lewe as 'n lewe van verantwoordelike kasuïstiek**

Handelinge in gehoorsaamheid aan bepaalde norme, maak 'n wesentlike bestanddeel uit van 'n etiese lewe. Maar daarmee is onmiddellik al 'n lastige dilemma geïmpliseer. Enersyds is die norme (baie dikwels) algemeen en abstrak en andersyds is die omstandighede waarin die mens hom bevind en waar hy geroep word om te handel, van so 'n konkrete en spesifieke aard, dat 'n gapende kloof tussen die algemeenheid van die norme en die konkreetheid van die omstandighede sigbaar word. Die vraag wat hier na vore kom, is of die mens nou in sulke gevalle aan sy individuele gewetensinsig en -oordeel (kyk 4.4.6) oorgelaat moet word, en of hy gehelp moet word om tot eties verantwoorde handeling te kom? Die gewete is nie onfeilbaar nie en is nie die hoogste norm waarvolgens die mens moet handel nie (kyk 4.4.6) (Heyns, 1982:432).

Heyns (1982:432) konkludeer dat bereidheid tot “objektiewe” toetsing (my aanhaalttekens – CF) deel is van die diepste en edelste eienskappe van 'n egte en legitieme gewetensoordeel. Maar wanneer “objektiewe” toetsing gedoen word, is daar ook “objektiewe” voorskrifte nodig om iets aan te toets. Hier duik 'n probleem op. As

“objektiewe” voorskriftelikheid, vanweë die algemene en abstrakte aard van die norme, vir 'n bepaalde konkrete situasie ontbreek, hoe moet die “objektiewe” toetsing plaasvind? In 'n poging om die twyfelende en onsekere mens te help, het die verskynsel van die kasuïstiek histories ontstaan.

Die begrip kasuïstiek is van die Latynse *casus* (letterlik beteken dit *geval*) ontleen. 'n Geval is dan iets wat voorval, iets wat onverwags en onvoorsiens opduik. En daarom is dit as sodanig nie iets wat deur die gedragbepalende beginsels gedek word nie. Dit is duidelik dat so 'n situasie nie net gewetenskaplik en -spanning veroorsaak nie, maar ook die geleentheid en soms ook die noodsaaklikheid bied om 'n kompromis aan te gaan (Heyns, 1982:432).

“Die kasuïstiek,” is volgens Heyns (1982:433), “die praktyk of tegniek waarin die algemene norme en die prinsipiële abstrakte reëls op besondere, konkrete gevalle van die praktyk van toepassing gemaak word.” Hierby is 'n deeglike kennis van die norme en beginsels belangrik, asook kennis van die konkrete situasie waarbinne die mens hom bevind. Heyns (1982:434) voeg by: “Die aantreklike van die kasuïstiek is dat die adviese van die etikus, waarin hy dus verband probeer te lê tussen die algemene wet van God en die konkrete situasie van die menslike handelinge, kontroleerbaar is in die lig van God se Woord en voor die forum van elkeen se gewete getoets kan word.”

Hy erken dat daar etlike besware teen die kasuïstiek bestaan. 'n Belangrike een is dat elke situasie 'n nuwe, situatief bepaalde beslissing verg wat nie vooraf deur iemand anders gemaak kan word nie, maar slegs in die situasie deur die een wat die handeling self moet voltrek. Die keuse moet die mens nie uit hande (of uit die gewete) geneem word sodat daar 'n kliniese formaliteit bestaan nie. Die Skrif waarsku immers teen so 'n berekende vormlike godsdiens (vgl. Jesaja 18:10; Miga 6:6-8; Markus 7:6-7 & 13; Matt. 15:5 & 20). Daarom is die etiese lewe veral 'n lewe waarin daar klem is op persoonlike *verantwoordelikheid*.

Maar om aan iemand te sê: “Maak dit self met jou gewete uit” kan in feite liefdeloos en wreed wees. Die gewete is nie 'n orakel in die mens of geprogrammeerde robot wat op aanvraag die nodige informasie voorsien nie. Liefde moet meer doen as dit. Rigtinggewende geloofsperspektiewe, konkrete handelingsadviese, praktiese etiese reëls sal gegee en dankbaar ontvang moet word. Daarom is die individueel etiese lewe ook een van verantwoordelike, “eties-aanvaarbare” kasuïstiek (Heyns, 1992:438).



Uiteraard sal hierin deur die etiek 'n enorme bydrae gelewer kan en ook moet word. Die etiek en die kasuïstiek as onderdeel daarvan word belangriker omdat om in ons tyd Christen wees, so moeilik word (Heyns, 1982:439). Dit word ook vir die skakelpraktisyn nie makliker nie; daarom word daar in hoofstuk 6 'n praktiese toepassing gemaak van die Christelike visie op die skakelpraktyk as 'n poging om koers te gee aan die voortgaande gesprek en worsteling oor wat dit behels om 'n Christenskakelpraktisyn te wees. Daarmee word juis ook nie weggehardloop van die etiese probleme wat hulle in die skakelpraktyk voordoende nie, maar andersyds ook nie voorgegee dat algemeen-geldende norme vir alle situasies neergelê kan word nie.

#### **4.4.8 Die etiese lewe as 'n lewe van onvermydelike kompromieë**

Die eise wat aan die etiese lewe gestel word, is onvoorwaardelik en onverbiddelik. Die *héle* mens moet hom te alle tye in *volledige* gehoorsaamheid aan God toewy. Vroeër is reeds melding gemaak van die botsing van pligte (kyk 4.4.3) en die probleem van die kasuïstiek (kyk 4.4.7). Dit het reeds die vraag na 'n lewe in volledige ooreenstemming met God se wil sterk na vore gebring. Paulus sê ook: "Sorg dat julle bo alle verdenking staan en opreg bly, onberispelike kinders van God te midde van ontwaarde en korrupte mense" (Fil. 2:15) en Jakobus (1:27) sê dat ons, ons moet skoon hou van die besmetting van hierdie wêreld. Nou is dit die vraag of dit ook moontlik is. Is daar nie op talle lewensterreine voorbeelde te noem waar die besmetting van hierdie wêreld so ingedring dat radikale en totale gehoorsaamheid nie meer moontlik is nie? Wat doen die skakelpraktisyn in 'n sekulêre organisasie waar daar nie respek is vir God en sy gebod of vir norme en waarde nie? (vgl. die huidige postmoderne konteks van skakelwerk, soos aangedui van 2.3.1-2.3.8). Kan etiese norme nog gerealiseer word — deur mense tot 'n konkrete werklikheid gemaak word? En kan die realiteit genormaliseer word — dit wil sê tot die peil van die norm verhef word. Maar mag die Christen met minder as die gevraagde tevrede wees? Dit is die problematiek van die kompromie (Heyns, 1982:444).

Kompromie is ook 'n woord ontleen uit Latyn. *Compromittere* beteken letterlik 'n gesamentlike belofte om by die besluit van 'n arbiter te berus. So verkry kompromie geleidelik die betekenis van 'n vergelyk aan te gaan, 'n skikking te stel of 'n ooreenkoms te sluit. In die etiek word hierdie woord gebruik en gaan dit om die realisering van norme. Die kompromie waarom dit in die teologiese etiek gaan, het allereers 'n vertikale dimensie waarin die gebod van God die mens onder so 'n eis plaas dat hy nie anders kan as om te

handel nie. Die onvermydelikheid en die gerigtheid van die handeling, die onveranderbaarheid van die gesindheid waaruit die handeling voltrek moet word, gee aan die etiese kompromie 'n unieke karakter. 'n Radikale en integrale — dit wil sê tot die wortel toe deurdringende en alle aspekte omvattende — eties-goeie lewe is in hierdie wêreld nie moontlik nie. Daar bly dus 'n prinsipiële onvermydelike kompromie oor (Heyns, 1982:444-446). Die probleem het vanselfsprekend allerlei teologiese gesigshoeke waarop nie hier ingegaan kan word nie. 'n Kempunt is egter dat die mens, dus ook die skakelpraktisyn, self deel is van die gebroke werklikheid.

Heyns (1982:447) vat dit as volg saam: Deur die sonde veroorsaak struikelblokke in die kreatuurlike werklikheid, maak 'n reglymige en volledige konkretisering van God se gebod nie moontlik nie. Maar die voortgesette bemoeienis van God met die sondige werklikheid, maak 'n "voorlopige, kronkelende en onvolledige konkretisering" van God se gebod wél moontlik.

Dit moet tegelykertyd duidelik wees dat daar grense en voorwaardes vir egte eties-regverdigbare kompromieë is. 'n Belangrike faktor is die persoon se motief. Iemand wat bv. uit eiebelang 'n kompromie aangaan, handel eties sleg (Heyns, 1982:447-448).

Verder moet daar natuurlik nooit uit die oog verloor word wat die werklike aard van die kompromie is nie. 'n Kompromie is in sy wese onvolledig en voorlopig. Dit mag nooit as finaal of volledig gesien word nie. Wanneer die kompromie as 'n soort eindbestemming aanvaar word, dan word die gebroke wêreld as die normale aanvaar en nie meer weerspreek nie (Heyns, 1982:448).

Daar bestaan ook voorwaardes vir 'n kompromie. Die eerste is dat die mens altyd uit roepingsbesef moet handel. Die tipiese van die sedelike lewe is die dinamiek daarvan, die keuse tussen goed en kwaad. Die mens moet kies al weet hy nie wat om te kies nie, want om nie te kies nie is om tog te kies. En om niks te doen nie, is ook om iets te doen. Soms kan dié nie-kies en nie-handel meer skade veroorsaak en nadelige gevolge hê as 'n keuse. Ontrekking is dus nie (noodwendig) 'n eties goeie opsie nie. Die gelowige het die roeping om te kies en te handel, al is dit in 'n gebroke wêreld. Die gelowige moet handel en daarom is hy nie bang vir "vuil" hande nie, skryf Heyns (1982:449). Hy kan voor God gaan staan met vuil hande, maar nooit met leë hande nie. Dit spreek egter vanself dat alle handelinge steeds tot eer van God moet wees.

Dit beteken ook dat die mens altyd in beheer moet bly. Hy moet die kompromie as iets gevaarliks sien en as sodanig ook behandel. Nooit mag hy in 'n kompromientaliteit verval nie. Dan kan die kompromie tot 'n soort monster ontaard wat ook verkeerdelik as goed beskou word wanneer daar geen noodsaak vir 'n kompromie is nie. Heyns (1982:449) meen dit is 'n monster wat die mens van sy beginsels en vreemdelingskap in die wêreld beroof. Vir die skakelpraktisyn hou dié gedagtes regstreekse implikasies in.

Die weg van die kompromie is ook 'n lydingsweg. Kompromie is die onvolmaakte resultaat van 'n keuse in 'n onvolmaakte wêreld en daarom kan die mens ook nie anders as om te ly as gevolg van die onvolmaaktheid van sy handeling nie. Die gevolge van 'n kompromie kan ook pynlik wees (Heyns, 1982:449).

#### **4.4.9 Die etiese lewe as 'n lewe van kritiese solidariteit**

Wanneer dit gaan oor die etiese lewe as 'n lewe van kritiese solidariteit, gaan dit om die wyse van selfverwerkliking van die mens (waarna reeds verwys is). God het die mens op aarde geplaas met sy roeping en toegerus met gawes. Wat die mens kán en móét word, is nie 'n gegewe werklikheid nie. Dit lê as moontlikhede oop vóór die mens (vgl. Heyns, 1982:454).

Heyns (1982:453-470) kom tot die gevolgtrekking dat die beste lewenshouding en lewensinstelling een van kritiese solidariteit is. In sy solidariteit met die wêreld lewer die Christen die praktiese bewyse van deelname aan die beweging van God se barmhartigheid in Christus ten opsigte van die wêreld (Heyns, 1982:463). Die Christen staan daarmee met albei voete in die wêreld en verwerp die idee dat die Christen hom daarvan moet onttrek (Heyns, 1982:455,457).

Dit is het veral in die inleidende hoofstuk duidelik geword dat hierdie onttrekking geen sinvolle reaksie op die werklikheid is nie. Die Christen is geroepe om sout en om lig vir die wêreld te wees (vgl. Matt. 5:13, Mark 9:50 & Luk. 14:34-35). Daarom skryf Heyns (1982:463) verder dat dit nie genoeg is om die wêreld net te help nie, want dan help die Christen net die wêreld verlore gaan. Die wêreld moet verlos word, en dit kan alleen deur van die waarheid te getuig. Dit beteken dus ook nie gelykvorming aan die wêreld nie. Solidariteit met die wêreld, sonder die kritiek daarop, mond uit in gelykvormigheid. God roep juis die mens om níé gelykvormig aan die wêreld te word nie, maar God wil mense

verander deur die vernuwung van ons denke (Rom. 12:2) (vgl. Heyns, 1982:458). Daarom is hier sprake van *kritiese* solidariteit. En daarom sal die gelowige, in navolging van Christus, dan ook nie anders kán as om hom midde-in die wêreld met sy strukture, instellinge en organisasies op te stel nie. Sy getuienis sal formeel beteken dat hy, terwyl hy aanvaar (solidêr is), hy ook protesteer (krities is) en terwyl hy protesteer ook aanvaar. Die Christen is per definisie ook protestant<sup>8</sup>. Met woord en daad stry hy onder meer vir gewetenssensitiwiteit en inskerping van Christelike norme en morele waardes, 'n verskerpte visie op mensepligte en eerbiediging van menseregte, 'n versoeningsgesindheid, sosiale betrokkenheid, en -verantwoordelikheid, reg en geregtigheid in alle mens- en bevolkingsverhoudinge, selfwerksaamheid en effektiewe toekomsbeplanning, menswaardige lone en menswaardige arbeidsomstandighede. Hy stry ook onder meer teen die verskraling en ignorering van Christelike norme, afstomping van die verantwoordelikebesef, sosiale onreg en strukturele ongeregtigheid, hebsug en gemaksug, armoede en uitbuiting, rassisme en diskriminasie, onbillike eise en luiheid, milieubesoedeling, ondervoeding en onderprestasie (Heyns, 1982:463).

Hierdie "in-die-wêreld-wees" en tegelyk nie "van-die-wêreld-wees" nie, kan in een woord saamgevat word, naamlik "vrêmdelingskap". As vrêmdelinge verrig die gelowige arbeid in die wêreld as God se ryk. Tog is dit geen maklike taak nie, maar een wat dikwels met lyding gepaard gaan. Daarom is die etiese lewe ook 'n lewe van lyding, soos ook by die vorige subhoofstuk (4.4.8) aangedui is en nou pertinent aan die orde kom.

#### **4.4.10 Die etiese lewe as 'n lewe van lyding**

Wanneer Heyns (1982:493) sy gedagtes oor lyding uitspreek, dan word die begrip lyding in die breedste en omvattendste sin van die woord beskou. Dit sluit fisiese en psigiese lyding in. Psigiese lyding het te make met probleme, vrese en angs. En omdat die skakelkundige beroep nie een is waarin fisiese lyding ter wille van 'n roeping voorkom nie, het die Christenskakelpraktisyn wel deeglik te make met probleme, vrese en angs. Vrese dui volgens Heyns op fisiese, konkrete probleme, soos vrese vir finansiële probleme (dinge wat buite die mens lê) terwyl angs dui op die ongrypbare (wat binne die mens lê). Hierdie vrese en angs kan 'n persoon krenk en sy waardigheid aantas en kan hom ook verhinder om sy bestemming as mens te volvoer (Heyns, 1982:494). Hierdie lyding as instrument in die hand van die Satan is in die lewe van skakelpraktisyn 'n realiteit.

---

<sup>8</sup> Dit is belangrik om daarop te let dat Heyns (1982:469) meld dat hiermee die woord "protestant" nie "katoliek" hoef uit te sluit nie.

Wanneer die skakelpraktisyn as Christen in die wêreld staan, is dit logies dat hy soms uitgelag sal word vir sy "ouderwetse" idees. In 'n organisasie waar mense nie waarde heg aan norme en waarde nie, waar elkeen vir eie belang baklei, waar dit net gaan om wie so vinnig moontlik die meeste geld kan verdien, kan die Christenskakelpraktisyn alleen voel. Die Bybel is baie helder hieroor dat dit 'n realiteit vir die Christen moet wees; die gelowige word gewaarsku dat hy dit moeilik sal hê (Joh. 17:33), in die wêreld gehaat sal word (Joh. 15:18) en dat hy 'n kruis sal moet dra (Matt.16:24). Dit is 'n moeilike weg van gewetensbeoordeling (kyk 4.4.5). Soms sal hy moet kompromieë moet maak (kyk 4.4.7). Maar hy het wel een troos en houvas hierin. Heyns (1982:498) vat dit as volg saam:

Deur ons geloof word ons nie net midde-in lyding geplaas nie — waardeur ons verplig word om die onontwykbare werklikheid van lyding te aanvaar — maar ons word ook met Jesus midde-in lyding geplaas. In my lyding is ek nie alleen nie; Jesus is met my daarin en daarom is ook die Vader daar. Al kom alles nie uit sy hand nie — ten minste nie in die direkte sin nie — is alles in sy hand. As selfs die kleinste besonderheid van ons lewe — soos die hare van ons kop (Matt. 10:30)— nie buite die hand van God se voorsienige leiding val nie, hoeveel te meer nie die verwoestende magte van pyn en lyding... nie.... Om te weet dat die mens nooit sonder God is nie, is om te weet dat Hy nooit *teenoor* sy kind aan die kant van die vyand staan nie, maar altyd aan die kant van sy kind (Heyns, 182:488).

Maar juis hierom word God se kinders aangemoedig om met geduld die swaarkry te verduur (2 Kor. 1:16) en tot die dood getrou te bly (Open. 2:10). God wil dat ons in alle omstandighede, ook wanneer dit moeilik is by die werk, tot hom sal nader. God se betrokkenheid in elke situasie in ons lewens beteken dat sy kinders in hierdie wete vertroosting kan vind en krag sal put om voort te gaan. Maar dit beteken ook dat die situasie nooit uit God se hande sal raak en gevolglik onbeheerbaar sal word nie. En daarom moet elke mens weet dat dit ook nooit te veel vir hom sal word nie. Jesus, in die middel van alle probleme, in die wete dat sy kinders in die hand van hulle Vader is, maak dit moontlik om voort te gaan: Voort te gaan in die geloof in die Here (vgl. Heyns, 1982:498-499).

#### 4.5 Samevatting

Uit die voorafgaande blyk dat daar verskeie Bybelse riglyne oor kommunikasie bestaan wat ter sake is wanneer gesoek word na Christelike perspektiewe op skakelwerk. Veenstra en Snyman se insigte verteenwoordig dus tot groot hoogte die onderbou van die praksologie wat in hoofstuk 6 voorgestel word. Op 'n meer individueel-etiese vlak, is die kwessies wat deur Heyns aan die orde gestel word, baie relevant. Waar dit hier ook gaan om die vestiging van 'n voortgaande gesprek oor skakelwerk vanuit Bybelse perspektief, is dié tipe etiese nadenke ook van belang. Daarmee word gesê dat Heyns slegs een teoloog is en talle ander eweneens betrek kon word. Maar uiteindelik gaan dit hier om *skakelwerk* en moet teoretiese nadenke oor die vakgebied as sodanig spesifieke aandag geniet. Dit

gebeur in die volgende hoofstuk, waar veral op James Grunig en sy medewerkers se baanbrekerswerk gelet word.

# 5

## 'n Kritiese kyk op skakelkundeteorie

---

### 5.1 Inleiding

Ondanks die nut van die insigte van die denkers wat in die vorige hoofstuk aangehaal is, was hulle nooit skakelpraktisyns nie en is hul insigte nie altyd regstreeks toepaslik vir die skakelpraktyk nie. Dit wat hulle gesê en geskryf het, is daarom alleen nie genoeg of spesifiek genoeg vir die formulering van Christelike perspektiewe op skakelwerk nie.

Gelukkig word in die sekulêre wêreld ook erkenning gegee aan die normatiewe. So skryf onder meer Meijlink (1997:148) dat skakelwerk spesifiek 'n morele lading het wat intrinsiek deel is daarvan; dit is ingesluit in die definisie van skakelwerk. In die skakelpraktyk is daarmeense wat met etiese probleme worstel en 'n bydrae gelewer het wat ook vir die Christenskakelpraktisyn bruikbaar kan wees. Die taak van die praktisyn is om hierdie waarheidsmomente by die nie-Christen denkers te ontdek deur dit aan Bybelse norme en waarde te toets en dit sodoende van die nie-Bybelse en valse vooronderstellings te stroop (vgl. Stoker, 1970:111).

Hoewel Grunig & Hunt (1984:72) 'n aantal jare gelede aangevoer het dat min skakelkundiges al vroe oor die etiese dimensie van skakelwerk gevra het, is daar vandag tog 'n hele aantal waarheidsmomente in die skakelkundeliteratuur wat heel bruikbaar is. So het Newsom et al (1993:4) tien basiese beginsels vir skakelwerk geformuleer, waarin die morele lading en normatiewe aard van skakelwerk erken word. Hierdie vertrekpunte word ook vir hierdie studie gebruik en in vertaalde vorm hier weergegee:

- Skakelwerk is 'n aktiwiteit wat hom besig hou met die werklikheid. Dit gaan nooit om die voorhou van valse fronte nie. Sorgvuldig beplande programme waarin die belange van die publieke vooropgestel word, is die basis vir goeie skakelbeleid. (Hierin word die Christelike beginsel van *eerlikheid* erken— CF.)
- Skakelwerk is 'n diensgeoriënteerde professie waarin die openbare belang en nie persoonlike beloning nie die belangrikste oorweging behoort te wees. (Hierin word die Christelike beginsel van *naasteliefde en diens* aan die naaste vergestalt [vgl. 2 Kor. 4:5 "Ons verkondig nie onself nie, maar Jesus Christus as die Here en onself as julle dienaars ter wille van Christus"]— CF.)
- Openbare belang is die sentrale kriterium waarvolgens skakelpraktisyns keuses ten opsigte van programme en beleid moet maak. Hulle moet by die verskillende publieke ondersteuning en begrip wen en moet daarom die moed hê om kliënte en opdragte te weier wat van hulle verwag om te mislei. (Hiermee kan die Christenskakelpraktisyn hom ook vereenselwig. Dit eis dieselfde as die negende gebod, naamlik *waarheid*, en verder is dit ook 'n positivering van die norm *naasteliefde en persoonsbehartiging* om die openbare belang as kriterium te gebruik— CF.)
- Omdat skakelpraktisyns van die media afhanklik is om hul boodskappe by publieke te kry, is dit belangrik om 'n wakende oog oor die integriteit van die media hou. Daarom mag skakelpraktisyns hul nooit skuldig maak aan die uiting van 'n leuen in die media nie, nie direk nie en ook nie by implikasie nie. (Hierin word ook kommunikasie en die media *gerespekteer*, waarmee die Christen dit volkome eens sal wees [vgl. die insigte van Veenstra, 4.2.1]— CF.)
- Skakelpraktisyns is die medeërders of fasiliteerders van kommunikasie tussen 'n organisasie en die publieke. Hulle moet daarom inligting na beide kante toe oordra totdat wedersydse begrip die resultaat is. Skakelpraktisyns het dus by



implikasie 'n tipe "ombudsfunksie" (Dit is ook 'n gestalte van *diensbaarheid en persoonsbehartiging*. In Fil. 2:3-4 sê Paulus: "Moet niks uit selfsug of eersug doen nie, maar in nederigheid moet die een die ander hoër ag as homself. Julle moenie net elkeen aan sy eie belange dink nie, maar ook aan dié van ander."— CF.)

- Om op 'n verantwoordelike manier te kommunikeer, is dit nodig dat skakelpraktisyns navorsing doen. Skakelpraktisyns behoort uitgebreid van navorsing van die openbare mening gebruik te maak. Skakelwerk behoort nooit 'n raai-raai-speletjie te wees nie. (Hierdie eis van Newsom et al, het ten doel om die professie van die skakelpraktisyn op te hef en 'n professionele standaard te skep. Christenskakelpraktisyn wat hul beroep ook as roeping beskou, kan hulself hiermee vereenselwig. Die doel van hierdie uitspraak is in belang van die groep "skakelpraktisyns", waarvan die individuele skakelpraktisyn deel uitmaak (kyk 4.3.4). Skakelpraktisyns wat volgens hierdie riglyn optree, help om vir die groep erkenning en respek af te dwing. Dit is dus 'n vorm van *persoonsbehartiging teenoor kollegas*. — CF.)
- Om te verstaan wat die publieke "sê" en om ook effektief aan hulle te kan vertel hoe die organisasie "dink", behoort skakelpraktisyns kennis te dra van die sosiale wetenskappe. 'n Studie van psigologie, sosiologie, kommunikasiewetenskappe en semantiek is nie 'n vermorsing van tyd nie. Intuïsie is nie genoeg nie. (Dit gaan hier én in die volgende punt om professionalisering en persoonsbehartiging. — CF.)
- Skakelpraktisyns moet in staat wees om ook van die kennis en navorsing van ander gebruik te maak en dit toe te pas in hul veld. Kennis moet gedra word van die beginsels en teorieë van sielkunde, politieke wetenskappe, ekonomie en geskiedenis. Skakelwerk vereis 'n multidissiplinêre toepassing.
- Skakelpraktisyns is moreel verplig om probleme aan die publieke te verduidelik nog voordat dit krisisstatus bereik. Hulle moet mense waarsku en raadgee sodat hulle nooit onaangenaam verras word deur optredes of bekendmakings van 'n organisasie nie. (Hierdie eis van Newsom et al kom in die praktyk neer op *persoonsbehartiging* van die publieke neer. Die publieke is selfbepalende en verantwoordelike wesens wat die reg en behoefte het om te weet [vgl. 4.3.2]. Die tegemoetkoming aan die behoefte en die gee van die inligting is 'n manier waarop die skakelpraktisyn aan sy publieke diensbaar kan wees. Dit is 'n vorm van

liefdevolle persoonsbehandling. Meer in die besonder sou dit *oriënterende persoonsbehandling* genoem kan word. — CF).

- Skakelpraktisyns is ten alle tye verplig om eties op te tree. Skakelpraktisyns is so goed soos die reputasie wat hulle verdien. (Baie van die etiese kodes waarna Newsom et al verwys, is gepositiveerde norme vir die skakelpraktisyn. Hiervan kan Christene dankbaar van gebruik maak. Dit kom vervolgens aan die orde. — CF).

Die meeste bekende handboeke oor die skakelpraktyk bevat 'n hoofstuk of 'n aantal bladsye oor etiek. Voorbeelde hiervan sluit in die werk van Groenendijk et al (1997) met hoofstuk 10 (p. 144-155) deur Meijlink oor etiek, hoofstuk 8 (p.228-272) in *dé* van Newsom et al (1993), hoofstuk 12 (p.179-192) in *Profiel en profesie* van Van der Meiden en Fauconnier (1990), Grunig (1992:55-61) en ook Grunig en Hunt (1984: 399-400) wy daar 'n aantal bladsye aan en so ook Cutlip et al (1985:457-461, 72-75). Hoewel beperk tot los hoofstukke en soms slegs 'n enkele verwysing of twee, is dit insigte wat bruikbaar kan wees.

Daar verskyn ook soms artikels oor die etiek van die skakelpraktyk in vaktydskrifte soos die artikel van Pratt (1994), maar dit is eintlik net 'n druppel in die emmer. Die laatste navorsing wat hieroor raakgees is, is dié van Rodriguez (1996). Hy verwys na 'n PRSA-ondersoek van 1988 waartydens bevind is dat daar tot en met 1988 net 16 artikels oor die etiek van skakelwerk verskyn het en beweer dat dit die laaste paar jaar nie eintlik toegeneem het nie. Selfs op internet is daar nie veel oor hierdie onderwerp beskikbaar nie<sup>9</sup>. Hierdie onderwerp sou meer dikwels in die vakblaaie aan die orde behoort te kom (vgl. Rodriguez, 1996:1). Wanneer daar gepoog word om 'n Christelike visie op skakelkunde te ontwikkel, is dit gelukkig nie net die etiek wat bruikbaar kan wees nie; ook die teorievorming en kritiese nadenke in die skakelkunde kan waardevol wees. 'n Christelike visie is beslis nie beperk tot die etiek nie, dit is méér; daar behoort eintlik na deontiek en 'n vakfilosofie verwys te word. Tog is die etiek altyd 'n goeie vertrekpunt aangesien selfs diegene wat skepties staan teenoor 'n Christelik-gefundeerde vakfilosofie die noodsaak van etiese nadenke en riglyne sal erken. Die klem wat in hierdie studie op etiek geplaas word, moet telkens in die lig van hierdie uitgangspunt gelees word.

## 5.2 Etiese kodes

Die eerste hulpmiddel waar die skakelpraktisyn dankbaar gebruik van kan maak, is die beskikbare etiese kodes vir die skakelpraktyk. Wanneer die kodes gelees word, word dit duidelik dat die toepassing van hierdie kodes vorme van persoonsbehartiging is. Die etiese kodes bestaan om integriteit aan die skakelprofessie te verleen en lê 'n morele plig op die skakelpraktisyn. Daar bestaan 'n hele aantal etiese kodes vir die skakelpraktyk. Dit sluit onder meer die volgende in: die Kode van Athene, die Kode van Lissabon, die kodes van beroepsverenigings en etiese kodes van besighede. Die Kode van Athene, ook genoem die *International Code of Ethics*, is in 1965 deur die CERP (Confédération Européenne des Relations Publiques) opgestel, in 1968 hersien en later oorgeneem deur die IPRA (International Public Relations Association). Hierdie kode is gebaseer op 'n wêreldwyd erkende verklaring van menseregte. Die *European Code of Professional Conduct in Public Relations*, beter bekend as die Kode van Lissabon, is die gedragskode van die CERP wat in 1978 opgestel en in 1989 hersien is. Hierdie kode is opgestel om 'n beter toepassing van die etiese kodes in die beroepspraktyk moontlik te maak. Andere etiese kodes gee meer algemene riglyne, wat soms as vaag en moeilik geïnterpreteer kan word (Evers, 1998:60). Dit sluit aan by wat Heyns (1982:432) as die problematiek van algemene norme geïdentifiseer het (vgl. 4.4.7).

In die etiese kodes staan veral twee temas sentraal, te wete waarheid en lojaliteit. 'n Derde tema wat hieraan toegevoeg kan word, is respek vir die media.

### 5.2.1 Waarheid

In die etiese kodes vir skakelpraktisyns is 'n standaardvereiste dat skakelpraktisyns "waaragtig" moet wees, dit wil sê dat hulle te alle tye betroubaar moet wees en die publieke so volledig moontlik moet inlig. Dit is ook 'n vereiste dat hulle op 'n eerlike wyse te werk moet gaan, met ander woorde dat hulle geen inligting of kommentaar mag verstrek waarvan hulle weet, kan weet of vermoed dat dit nie die waarheid is nie of dat dit misleidend kan wees. Hulle moet so ver dit in hul vermoë is oortuig wees van die waarheid van die mededeling wat hulle moet maak. Elke poging om die publieke opinie te mislei, is

---

<sup>9</sup> 'n Internet soektog met "public relations" en "ethics" as trefwoorde het op 30 Junie 2000 net twee relevante, bruikbare

verbode (Evers, 1998:79). (Vgl. Kode van Athene nr. 9, 10, 11 & 12, Kode van Lissabon klousule 3 en klousule 15, Kode van PRISA [in SA] 1.3 & 2.4, Code of PRSA [VSA] onder meer no. 2, 4 & 5, in die voorlichtingskode van In 't Groen 1, 3, 7 & 8, in die Kanadese kode<sup>10</sup>, punt 3, die VPRA<sup>11</sup>-gedragskode, artikel 7, en in die NPRC-gedragskode, artikel 3 — kyk bylae met etiese kodes.)

Evers (1998:79) haal ook uit In 't Groen se ontwerp van 'n *voorlichtingskode* aan wat geskryf het:

...een voorlichter moet betroubare informasie verskaf en hy moet dit tydig en doeltreffend doen en so volledig moontlik, sodat die ontvanger 'n duidelike beeld kryg en kan beoordeel watter belang hy het en dat hy self 'n oordeel kan vorm. Hy moet die agtergronde van die informasie skets en hy moet die aktualiteit en die geleentheid daarvan aandui. Van belang is ook dat die voorlichter vermeld ower welke informasie hy nie beskik en dat hy verwys na ander bronne.

Dit spreek van self dat die kodes hierin aansluiting vind by die Tien Gebooe. In die negende gebod gebied God ook dat die mens nie valse getuieis mag gee nie (Eks. 20:16). Vanuit Christelike perspektief, waarin die skakelpraktisyn bewus moet wees van die deontologiese eise, word baie hoë waarde gegee aan "die waarheid". In 'n sekere sin kan die Christenskakelpraktisyn van die kodes gebruik maak omdat dit hom 'n eerste stap nader bring aan die formulering van 'n gepositiveerde norm vir die Bybelse beginsels. Die Woord van God was nog altyd heel duidelik gewees oor die waarheid. God gebied dat die mens altyd die waarheid moet praat. Hy eis dit ook in die negende gebod: "Jy mag nie valse getuieis teen 'n ander gee nie" (Ex. 20:16). In die verdere uitleg van die negende gebod in die Heidelbergse Kategismus (Sondag 43) word die Christen gemaak om alle leuens te vermy as werke van die duivel. Ook op grond van dit wat Veenstra (1984:82) skryf, kan waarheid as een van die belangrikste prerogatiwes van die skakelpraktisyn genoem word. Veenstra (1984:82) meen dat die vertel van leuens 'n oortreding is van die tweede helfte van die Tien Gebooe; dit is een van die aktiwiteite waardeur daar nie volle respek vir die mens betoon word nie. Die skakelpraktisyn wat die beeld van God in alle mense moet respekteer, kan nie vir 'n ander mens lieg nie (kyk 3.2.3). Dit sluit ook aan by Heyns (1982:401-408) se etiese lewe as 'n lewe van deugde. Hy noem eerlikheid en

---

artikels opgelewer.

<sup>10</sup> Die kode van die *Canadian Public Relations Society* (CPRS).

<sup>11</sup> Die NGPR het opgegaan in die nuwe *Beroepsvereniging voor Kommunikasie*, wat geen formele kode het nie. Daarmee het die terrein van gedragskodes in die Nederlandse *kommunikasiebranche* (soos Evers [1998:65] dit noem) 'n bietjie dun geword en bly alleen nog die kode van die VPRA, die *Vereniging van Public Relations Adviesbureaus*, uit 1985, en die kode van die NPRC, die *Vereniging van Nederlandse Public Relations Consultants*, wat uit 1992 dateer, oor.

betroubaarheid as belangrike Christelike deugde wat nie uit die oog verloor moet word nie (kyk 4.4.5).

Die doelbewuste gee van foutiewe inligting aan 'n naaste is duidelik “onliefdadige” persoonsbehartiging (vgl. Snyman, 1994:49). In die vorige hoofstuk is klem gelê om die verantwoordelikheid van die mens. Die mens moet selfstandig bepaal wat om te doen; hy of sy moet vanself besluit hoe die wêreld benut moet word en hoe die individu sigself daarin wil inrig. Deur die gee van foutiewe inligting, weerhou skakelpraktisyns die juiste inligting wat die mens nodig het om die beste besluite te neem, skakelpraktisyns maak dit daarin vir hul medemens onmoontlik om hulself goed ten opsigte van die werklikheid te oriënteer, sterker nog, skakelpraktisyns werk hierin aktief saam om 'n misverstand te bevorder en dit lei tot 'n verkeerde oriëntasie van 'n persoon ten opsigte van die werklikheid waarin hy of sy leef (kyk 3.3.2). Skerper gestel: dit *disoriënteer* die naaste en is dus ook nie oriënterende persoonsbehartiging nie. In liefdevolle, oriënterende persoonsbehartiging van die naaste kan alleen die waarheid gepraat word (kyk 3.3.1).

In hoofstuk drie, en by name veral 3.3.2, is verwys na die mens as self-bepalende, self-verantwoordelike wese. Die mens moet besluite neem om sy lewe te voer en daardeur sy pligte te vervul en te antwoord op God se roeping. Wanneer skakelpraktisyns inligting van publieke weerhou wat 'n lig op die negatiewe kante van 'n organisasie kan laat val, is hulle nie diensbaar aan hul naaste nie. Hierdie naaste is na die beeld van God geskape (vgl. 3.3.1 en 3.3.2 waar die gevolg uitgewys is): Die mens vervul 'n leidende rol in die skepping, die skepping is aan hom of haar toevertrou, die mens is God se ambassadeur op aarde. Maar omdat die mens nie die volle waarheid oor die werklikheid ken nie, kan mense nie hul taak na behore uitvoer nie. Skakelpraktisyns het hierin 'n roeping om hul naaste te oriënteer; wanneer dit nie na behore gedoen word nie, bly naasteliefde in die slag. Daarom kan ook gesê word dat die weerhouding van die nodige inligting ook geen liefdevolle persoonsbehartiging is nie.

## 5.2.2 Lojaliteit

'n Tweede vorm van persoonsbehartiging wat in die kodes voorkom is 'n morele eis dat skakelpraktisyns lojaal moet wees teenoor die openbare belang en ook teenoor hul opdraggewer of werkgewer. Hulle moet dus rekening hou met die belang van die organisasie vir wie hulle werk en ook met die belange van die publieksgroepe (vgl. Kode

van Athene, inleiding, punte 1, 2 & 8; Kode van Lissabon klousule 2, 3 & 8; die kode van PRISA [SA] punte 1.1 & 7.1, kode van PRSA [VSA] punt 3, die Kanadese kode punt 1 en die VPRA-gedragskode artikel 5.) Daar staan ook eksplisiet in die kodes vermeld dat hulle ook aan vroeëre en huidige werkgewers lojaal moet bly (byv. PRSA punt 3 & 13). Hulle mag nie botsende belange verteenwoordig nie (vgl. Kode van Athene punt 8, Kode van Lissabon klousule 5, 6, 7, 8, 9 & 12, kode van PRISA [SA] punte 2.1., 2.2 & 2.3, kode van PRSA [VSA] punt 8, 10 & 11, die Kanadese kode 6 & 7 en die NPRC-gedragskode artikel 8 ) 'n Derde "persoon" wat ook geregtig is op die lojaliteit van die skakelpraktisyn, is kollegas in die skakelpraktyk — en dan ook veral diegene wat hulle aan die kodes en die morele verpligtinge van die skakelpraktyk hou. In die kodes word daar 'n beroep gedoen op skakelpraktisyns om nie die reputasie van hul kollegas te skaad nie. Deur integriteit aan die dag te lê en hulle aan die etiese voorskrifte te hou, help hulle ook om die goeie reputasie van die skakelpraktyk in stand te hou. Onetiese optrede lei tot 'n swak reputasie waaronder ook ander skakelpraktisyns kan ly (vgl. Kode van Athene, punt 3, Kode van Lissabon, klousule 12, 16 & 18, kode van PRISA, punt 3.1-3.6, kode van PRSA [VSA] punt 14, die NPRC-gedragskode, artikel 15, en die Kanadese kode, punt 4 & 6). Die reikwydte van die negende gebod, wat die waarheid eis, is veel wyer as wat aanvanklik besef word. Die Heidelbergse Kategismus (vraag 112:g) noem, na aanleiding van die negende gebod, ook die Christen se plig om die goeie reputasie van andere (aktief) te bevorder. Volgens Veldkamp (1948:233) maak dit van elke Christen in 'n sekere sin ook 'n advokaat vir die reputasie van andere. As daar in hul omgewing kwaad van 'n ander gepraat word, is dit hul taak om te protesteer. Die skakelpraktisyn wat die media gebruik om leuens te versprei, tas ook die waardigheid van hierdie media aan en veroorsaak dat ander skakelpraktisyns geloofwaardigheid verloor. Dit is juis weens hierdie tipe skakelwerk dat skakelpraktisyns nie altyd as geloofwaardige mense bekend staan nie (vgl. Evers, 1998:34-35). Die minagting van waarheid en ook 'n minagtende houding daarvan, die gee van misleidende inligting lei dus nie alleen tot onliefdevolle persoonsbehartiging van publieke nie, maar veroorsaak ook "on-liefdevolle" persoonsbehartiging van kollega-skakelpraktisyns. Terselfdertyd is dit ook disoriëntierend en kan dit nie fasiliterend weens ten opsigte van enige probleemoplossingsproses nie.

In hierdie kodes word dus 'n norm gegee waardeur drie soorte "naastes" van 'n skakelpraktisyn beskerm word. Dit is 'n verdere formulering en uitbreiding van die norm "naasteliefde" en persoonsbehartiging (vgl. Evers, 1998:83; kyk ook 4.3.3).

### 5.2.3 Die media waar die skakelpraktisyn mee werk

Ook in die etiese kodes kan aansluiting gevind word by die eerste punt wat Veenstra maak oor die soewereiniteit van God oor alles, kommunikasie ingesluit. God heers daaroor, dit is deel van sy skepping. Daarom mag dit nooit bloot as 'n *tool* gesien word nie en ook nie misbruik word nie. Die verspreiding van onwaarhede, die misbruik maak van die media wanneer 'n skakelpraktisyn byvoorbeeld 'n gebeurtenis self skep (pseude-gebeure) bloot om publisiteit te kry, vertoon 'n gebrek aan respek ook vir kommunikasie as sodanig (kyk 3.2.1). In die etiese kodes word riglyne gegee en eise gestel wat by hierdie normatiewe waarheid aansluit. In die kode van PRISA staan daar onder meer dat die skakelpraktisyn nooit die integriteit en die geloofwaardigheid van die kommunikasiekanale in die gedrang mag laat kom nie. 'n Uitvloeisel daarvan is dat die kliënt se naam (in wie se belang die kommunikasie primêr plaasvind) bekend gemaak moet word (Kode van PRISA 4.1-4.2). (Vgl. ook die Kode van Athene, punt 2, die Kode van Lissabon, punt 14, 15 & 16; die NPRC-gedragskode, artikel 14, die Kanadese kode, punt 2 en die kode van die Amerikaanse PRSA, punt 6).

### 5.2.4 Die problematiek van etiese kodes

As daar dan uitgebreide etiese kodes bestaan, kan die vraag gevra word waarom 'n studie soos hierdie hoegenaamd nog nodig is? Die bestaan van die etiese kodes is egter nie 'n oplossing vir alle etiese probleme nie. In die eerste plek is dit natuurlik altyd in die praktyk moontlik dat 'n situasie kan ontstaan waarvoor daar nie 'n reël in die kode opgeneem is nie. Die klousules kan nie elke moontlik situasie vooraf inskat nie. Een resente voorbeeld hiervan is skakelwerk op die internet. Die postmoderne era is ook die inligtingsera of internet-era (vgl. 2.3.1). Strenski (1995:33) en Judd (1995:35-42) wys tereg daarop dat dit implikasies het vir skakelwerk en dat daar vir skakelwerk deur middel van die internet nog geen etiese reëls en standaarde vasgestel is nie. Hoewel daar geen spesifieke riglyne voor is nie, beteken dit nie dat dit vry van etiese vereistes en probleme is nie. Strenski (1995:33) wys daarop dat daar nog 'n behoefte bestaan aan 'n debat oor sake soos verspreiding van onakkurate inligting deur middel van die internet, die betwyfelbare veiligheid van internetboodskappe en die massaverspreiding (*spamming*) van boodskappe na internetadresse (wat soms met behulp van twyfelagtige metodes in die hande gekry word) (vgl. ook Judd, 1995:36-37). Strenski (1995:33) moedig skakelpraktisyns aan om wanneer hulle deur middel van die internet kommunikeer dieselfde etiese standaarde te stel as wanneer hulle die tradisionele media sou gebruik. Dit klink na billike advies. Met die kodes as riglyn, kan skakelpraktisyns tog terugval op bestaande norme en waardes. En vir

die Christenskakelpraktisyn lê die Bybel aan die grondslag hiervan. Verdere nadenke is egter nodig.

Die tweede probleem is seker die toepassing en afdwingbaarheid van hierdie etiese kodes. Hoewel die aantal organisasies met etiese kodes die afgelope jare meer as verdubbel het, is die meeste werknemers nog te bang om onetiese optrede te rapporteer, uit vrees vir die gevolge daarvan. "Companies still punish whistleblowers", is die gevolgtrekking van Hunt (1995:1). Diegene wat 'n regeringsinstansie of media nader met berigte van onetiese optrede, word gestraf deur hulle organisasies. Dit beteken dat mense nie sommer bereid is om die onetiese optrede van 'n organisasie rugbaar te maak nie. Die etiese skakelpraktisyn se posisie kan dus baie moeilik raak. En om skakelpraktisyns vas te trek wat gewillig saamspeel met onetiese gedrag, is nog moeiliker. Dit maak etiese kodes baie moeilik afdwingbaar.

Die beroepsverenigings wat hierdie kodes ingestel het, eis van hulle lede dat hulle hulle hieraan hou. Organisasies soos PRISA in Suid-Afrika, die PRSA in Amerika, die CPRS in Kanada, die VPRO en NPRC in Nederland, ens. sou skakelpraktisyns se lidmaatskap van die organisasie kon beëindig indien hulle hul nie aan hierdie kode sou hou nie. Maar anders as by ander professionele beroepe, kan skakelpraktisyns nog altyd as 'n skakelpraktisyn werk al is hy of sy nie lid van die beroepsvereniging nie omdat dit nie wettlik vereis word nie. Hierdie vrywillige lidmaatskap sowel as die feit dat skakelpraktisyns verpreid werk in honderde verskillende organisasies en besighede met verskillende doelstellings en werkwyses, maak dit moeilik (indien nie onmoontlik nie) om die kodes toe te pas. Die skakelpraktyk is grotendeels selfregulerend met beperkte moontlikhede vir sanksie in die geval van 'n blatante oortreding (Froneman & De Beer, 1998:311; Evers, 1998:52).

Veral in die huidige postmoderne konteks het die toepassing van die etiese kodes 'n selfs groter probleem geword. Een belangrike eienskap van die postmoderne era (kyk 2.3.1) is die pluralisme. Dit hou in dat 'n mens nie meer 'n beroep kan doen op die universele regte van die mens nie, 'n mens kan alleen maar 'n beroep doen op mekaar (Van Peursen, 1994:23). 'n Verdere aspek wat verband hou met die pluralisme, is die wegbeweeg van die algemene (universele) na die plaaslike (vgl. Toulmin in Van Peursen, 1994:72-75). Geen



norme en waarde word meer erken nie (vgl. 2.3.5) en die betekenis lê slegs in die oppervlak (vgl. 2.3.6). Die etiese kodes het daarom ook in die postmoderne era gesag verloor. Die NGPR in Nederland is opgehef en die organisasie wat die plek daarvan ingeneem het, die Beroepsvereniging voor Communicatie, het nie meer 'n gedragskode in die tradisionele sin van die woord nie. Hulle verkies nou 'n "dinamiese beroepskode"—'n voortdurend veranderende stel van geskrewe en ongeskrewe beroepsnorme (Evers, 1998:64-65). Hierdie kodes het dus waarde vir iemand soos die Christenskakelpraktisyn wat voortdurend besig is met en geïnteresseerd is in die etiese aspekte van sy of haar werk, maar daar is geen oorkoepelende beheer meer wat alle skakelpraktisyns doelbewus daarmee konfronteer nie. 'n Skakelpraktisyn wat nie wil eties optree nie, kan baie moeilik daartoe gedwing word.

### **5.3 Op soek na 'n model vir skakelwerk wat deur Christene gebruik kan word**

In hoofstuk 2 het die ontwikkeling van skakelwerk tot sy huidige vorm uitgebreid aan die orde gekom. Die manier waarop skakelwerk uitgevoer is in die verskillende tydperke in die geskiedenis het geleidelik tot verskillende benaminge vir die tipes skakelwerk wat kenmerkend van bepaalde eras was. Goldman (in Grunig & Grunig, 1992:286) noem fase 1 "the public be fooled" (sy benaming vir wat later deur Grunig die publisiteitsmodel genoem sou word) en fase 2 "the public be informed" (die openbare inligtingsmodel). Cutlip en Center (1952) (in Grunig en Grunig, 1992:286) se bekende onderskeid tussen "een- en tweerigting-kommunikasie" kan in baie handboeke vir skakelwerk teruggevind word.

Toe Grunig in 1976 begin het met sy navorsing oor skakelwerk, het hy van die beginsel van "een- en tweerigtingkommunikasie" gebruik gemaak, maar dit dan uitgebrei om die doel van die kommunikasie sowel as die rigting daarvan in te sluit. Verder maak hy gebruik van Thayer se konsepte "sinkroniese" en "diakroniese" kommunikasie om twee benaderings tot skakelwerk te omskryf. Die doel van sinkroniese kommunikasie, soos Thayer (in Grunig & Grunig, 1992:287) dit verduidelik, is om die gedrag van die publieke met die van die organisasie te sinkroniseer, sodat die organisasie sy huidige gedragspatroon kan voortsit sonder om deur die inmenging van een van die publieke gehinder te word. Die doel van diakroniese kommunikasie is om deur middel van onderhandelinge 'n stand van sake te bereik van vir die organisasie so wel as vir die publieke voordele inhou.

In 1976 het Grunig (in Grunig en Grunig, 1992:187) verder gegaan en die skakelaktiwiteite (soos die skryf van media verklarings, navorsing vir die beplanning en evaluering van 'n skakelplan en die raadgeving aan die bestuur van 'n organisasie) van twee-honderd-en-sestien organisasies deur middel van faktoranalise ontleed en dit as sinkronies of diakronies gekategoriseer. Hierdie navorsing het nie daarin geslaag om die verskillende maniere van skakelwerk te verduidelik nie. Grunig (in Grunig & Grunig, 1992:287) is van mening dat dit die hele veld van skakelwerk te eenvoudig voorgestel het en dat dit daarom nie tot enige waardevolle resultate gelei het nie. Die kategorieë was te breed. Twee modelle was 'n te eenvoudige indeling en kon nie die omvang van skakelaktiwiteite so indeel dat die navorsingsresultate enigszins bruikbaar was by die voorspelling van gedrag nie. So kon hulle byvoorbeeld nie verdere navorsing doen oor watter tipe organisasies watter tipe skakelwerk sou doen nie. In 1984 het Grunig (in Grunig & Grunig, 1992:287) ook tot die gevolgtrekking gekom dat die twee benaminge "sinkronies" (letterlik: in een keer) en "diakronies" (letterlik: twee kere) nie presies die verskille verwoord het wat hy in gedagte gehad het nie. Daarom vervang hy die twee terme met die terme "asimmetries" en "simmetries" om die doel van skakelwerk as 'n strewe na balans eerder as wanbalans in kommunikasie en kommunikasie-effekte te omskryf.

Beide die publiseitsmodel en die openbare inligtingsmodel verteenwoordig eenrigtingbenaderings tot kommunikasie: Albei het die verspreiding van inligting van die organisasie na die publieke ten doel. Beginnende by die Creel-kommissie gedurende die Eerste Wêreldoorlog het sommige skakelpraktisyns hulle werk op die sosiale en gedragswetenskappe gebaseer. Die gebruikmaking van navorsing in die skakelpraktyk is 'n belangrike stap in die ontwikkeling van die skakelwese. Dit het kommunikasie in die praktyk van 'n eenrigting- na 'n tweerigtingbenadering verander: Skakelpraktisyn het nie alleen maar inligting versprei nie, hulle was self ook nou op soek na inligting (Grunig & Grunig, 1992:288, kyk 2.7). Grunig en Hunt (1984:27) noem hierdie eerste tweerigtingmodel vir skakelwerk die "asimmetriese tweerigtingmodel".

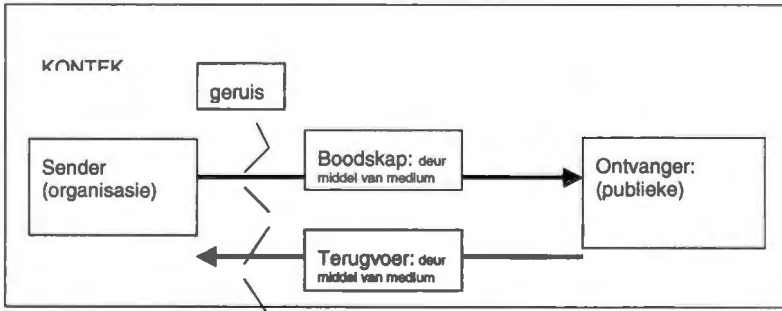
Volgens Grunig (in Grunig & Grunig, 1992:289) het hy en Todd Hunt die meeste van die aannames vir die vierde model van kommunikasie, naamlik die simmetriese tweerigtingmodel afgelei uit die werk van skakelpraktisyns soos Lee, Bernays en John Hill. Dit sluit verskeie aannames in, soos dat skakelpraktisyns hulle alleen met die waarheid moet besighou; dat hulle hulle organisasies en publieke vir mekaar moet "talk"

(interpreteer); en dat dit die taak van die skakelpraktisyn is om begrip te help kweek by die bestuur vir die standpunte van werknemers en organisasie-"bure". En by die "bure" en werknemers moet weer begrip gekweek word vir die standpunte van die bestuur. In die simmetriese tweerigtingmodel vir skakelwerk word van navorsing en ander metodes van tweerigtingkommunikasie gebruik gemaak, maar anders as by die asimmetriese tweerigtingmodel, word dit gebruik om begrip en kommunikasie te fasiliteer en nie meer om die boodskappe te identifiseer wat die grootste moontlike kans het om die publieke te beïnvloed nie. In die simmetriese model is die belangrikste doel van skakelwerk die kweek van begrip en nie meer oorreding, soos van ouds, nie.

Al het Grunig en Hunt (in Grunig & Grunig, 1992:289) hierdie modelle vir skakelwerk in die geskiedenis geïdentifiseer, meen hulle dat skakelwerk nou nog in organisasies volgens hierdie modelle gedoen word.

#### 5.4 Die vier modelle van Grunig in die praktyk vandag

By die interpretasie van die vier modelle is dit handig om die basiese transaksionele model vir kommunikasie in gedagte te hou.



#### 5.4.1 Die publiseitsmodel (Ook die persagentskapsmodel genoem n.a.v. *press agent/ publicity*)

In 1984 identifiseer Grunig en Hunt die vier modelle vir skakelwerk in die geskiedenis. Hulle erken dat daar in die geskiedenis vele voorbeelde van voorlopers tot skakelpraktisyns te vinde is (kyk hoofstuk 2, nr. 2.5-2.6), maar maak die stelling dat die publiseitssoekers uit die tweede helfde van negentiende eeu, die eerste beroepslui is, wie se voltydse werk dit was om skakelaktiwiteit te beoefen (kyk 2.6). Hulle sonder Barnum uit as die mees prominente van hierdie tyd, wat met sy slagspreuk: "There is a sucker born every minute" gesorg het dat sy sirkusartieste baie publiseit gekry het. Die slagspreuk van skakelwerk wat uitgaan van 'n publiseitsmodel is in gewone Engels ook te vertaal met: "*the public be damned*", na aanleiding van die uitspraak van Vanderbilt, 'n sakereus uit die 19e eeu (in Olsthoorn & Van der Velden, 1996:76,77, sien ook hoofstuk 2, 2.6). Olsthoorn & Van der Velden (1996:76,77) noem die houding wat met hierdie model vir skakelwerk gepaard gaan dan ook: "*the public be ignored*". Grunig en Hunt (1984:23) beskryf hierdie model as "*telling not listening*". Booth (1981) onderskei vier tipes retoriek wat parallel is aan die vier normatiewe modelle vir skakelwerk (in Grunig & White, 1992:48).

Dit wat Booth (in Grunig & White, 1992:48) die sub-retoriek noem, ("*... words or other symbols are being used to deceive or to obscure issues or evade action*"), kom ooreen met die publiseitsmodel vir skakelwerk. Die doel van kommunikasie binne dié model is niks anders as propaganda nie. Dit is eenrigtingkommunikasie. Dit kan die senders van die boodskappe ook nie veel skeel of die boodskappe wat hulle versend die waarheid is nie. Daarom is die gebruik van onvolledige gegewens, halwe waarhede en verdraaide inligting nie ongewoon in die model nie (Grunig & Hunt, 1984:21, 22 en Grunig in Mersham *et al*, 1995:37). Die model word toegepas deur organisasies wat hul kommunikasie rig op die verkryging van so veel as moontlike positiewe publiseit in die media. Alle kommunikasie-aktiwiteit word so beplan dat die organisasie goeie publiseit kry. Hierdie organisasies beoefen 'n soort propagandistiese skakelwerk, wat op alle denkbare en ondenkbare maniere probeer om die aandag van die media te trek (Olsthoorn & Van der Velden, 1996:73; Grunig in Mersham *et al*, 1995:37).

Die bietjie navorsing wat deur gebruikers van hierdie model gedoen word, noem Grunig en White (1992:22) "*counting house*". Wanneer dit aan die hand van die transaksionele model vir kommunikasie grafies voorgestel word, is daar dus nie werklik sprake van terugvoer nie en lyk die prentjie as volg (vgl. Grunig & Hunt, 1984:22):



Hierdie model het egter nie saam met die vroeë generasie skakelpraktisyns of propagandamakers (want dié benaming pas veel beter by die soort skakelwerk wat hulle gedoen het) verdwyn nie. Dit word vandag veral nog toegepas in die sport- en teaterwêreld asook by die promosie vir produkte (d.w.s. bemarkingskakelwerk). Grunig en Hunt (1984:22) skat dat vyftien persent van skakelwerk in die jare tagtig, nog altyd volgens die persagentskapsmodel geskied het. (In 1995 gebruik Mersham *et al.*, p. 37, nog steeds hierdieselfde persentasieskatting van Grunig en Hunt, omdat daar nog nie verdere navorsing hieroor bekend is nie. Dit is egter vandag erg verouderd en nie meer bruikbaar nie.) In die inleiding van hierdie hoofstuk (kyk 5.1) is verwys na die tien basiese beginsels vir goeie skakelwerk wat deur Newsom et al (1993:4) geformuleer is. Die eerste van die tien beginsels is dat skakelwerk hom altyd moet besig hou met die werklikheid en dat die voorhou van valse fronte nooit die doel van skakelwerk mag wees nie. Ook wanneer Skinner en Von Essen (1982:4) skryf oor wat skakelwerk nie is nie, sê hulle: "It is not a barrier between truth and public." En tweedens: "It is not propanda to impose a point of view regardless of truth, ethics and the public good." Skakelpraktisyns soos Newsom et al en Cutlip et al, kom tot hierdie gevolgtrekking alleen al op grond van die teleologiese eise van skakelwerk. Uitmennende en uitstekende skakelwerk wat lei tot die beste *resultate* is nie op leuens, misleiding en verdraaide feite gebaseer nie (vgl. 1.2.4a).

Maar ook vanuit 'n deontologiese perspektief gesien, is hierdie publiseitsbenadering tot skakelwerk onaantvaarbaar. Die Christenskakelpraktisyn wat op soek is na 'n bruikbare model vir skakelwerk, kan dit nie eens oorweeg om hierdie model as riglyn te gebruik nie. 'n Model wat so ligtelik met waarheid (kyk 5.2.1) omgaan, kan uit die staanspoor verwerp word. Behalwe dat dit 'n skending is van die waarheid (vergeelyk 5.2.1) moet hierdie model ook van die tafel gevee word op grond van die insigte van Veenstra (1984:82). Dit sou

immers 'n oortreding wees van die tweede helfte van die Tien Gebooue en is een van die soorte aktiwiteite waardeur daar nie volle respek vir die mens betoon word nie. N.a.v. Snyman (vgl. 1994:49) kan dit ook onliefdadige persoonsbehandiging genoem word. Veenstra (1994:82, kyk 4.2.3) skryf ook dat daar aan alle mense volle respek betoon moet word, wat inhou dat mense gesien moet word as intellektuele en morele wesens — mense wat in staat is om inligting op te weeg en keuses te maak. Die publiseitsmodel vir skakelwerk laat geen reg geskied aan die mens wat na die beeld van God geskape is nie en ontken hierdie dimensie van sy beeldskap.

Die skakelpraktisyn wat die media gebruik om onwaarhede te versprei en wat fratse bedink net om publiseit te kry, tas ook die waardigheid van hierdie media aan en veroorsaak dat ander skakelpraktisyns geloofwaardigheid verloor. Dit is juis om hierdie tipe skakelwerk dat skakelpraktisyns nie altyd as geloofwaardige mense bekend staan nie (vgl. Evers, 1998:34-35).

Hierdie model lei dus nie alleen tot onliefdevolle persoonsbehandiging van publieke nie; dit veroorsaak ook "onliefdadige" persoonsbehandiging van kollega-skakelpraktisyns. Dit is disoriëntierend en fasiliteer nie die probleemoplossingsproses nie. As sodanig is dit dus ook nie fasiliterende persoonsbehandiging nie. Christenskakelpraktisyns behoort hierdie model vir skakelwerk nie te aanvaar nie. Tog kan alle publiseitswerk nie summier afgemaak word nie. Dit is egter ten beste 'n verskraalde vorm van skakelwerk en moet eerder 'n tuiste onder die bemarkingsambreeel vind.

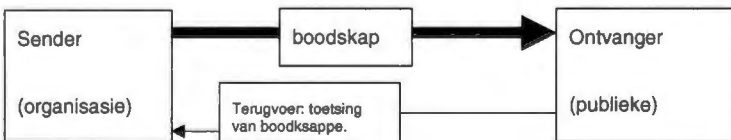
#### **5.4.2 Die openbare inligtingsmodel (*public information*)**

In die begin van die twintigste eeu ontwikkel die tweede model vir skakelwerk wat van Grunig en Hunt (1984:37) die naam "openbare inligtingsmodel" kry. Dit ontwikkel uit die reaksies van groot organisasies en maatskappye op die negatiewe beriggewing van 'n groep kritiese joernaliste deur self inhuis-joernaliste aan te stel om met die aanvalle op hulle uit die media te hanteer. En al het hierdie "inhuis-joernaliste" hoofsaaklik oor die mooiere kante van die organisasie geskryf en nie graag oor die meer negatiewe aspekte nie, was die berigte wat hulle versprei het in die algemeen wel waar (vgl. Grunig & Grunig, 1992:288 en 2.7). Grunig en Hunt (1984:22, 31) noem hier veral die naam van Ivy Lee.

Hierdie model lyk op die oog af veel beter as bogenoemde model omdat hierdie model reeds aan die kriteria voldoen waarvolgens die publiseiteitsmodel afgekeur is: dit is gegrond op die waarheid. Leuens is hier nie meer aanvaarbaar nie en dit berus op die gee van betroubare inligting aan publieke. Indien daar 'n leuse vir hierdie model sou bestaan, sou dit moontlik: "*The public be informed*" wees (vgl. Olsthoorn & Van der Velden, 1996:76,77). Olsthoorn en Van der Velden (1996:73) noem dit in die (vroëere) Nederlandse konteks die "voorligtingsmodel". Die rol van die skakelpraktisyn binne hierdie model is dié van 'n "inwonende joernalis" (Grunig en Hunt, 1984:22). Organisasies wat gebruik maak van die openbare inligtingsmodel, versprei inligting onder die publieksgroepe van die organisasie. Op 'n joernalistieke manier word daar deurgaans akkurate en relatief betroubare inligting versprei deur middel van die massamedia en eie media soos nuusbriewe, pamflette en gewone posstukke. Sogenaamde "negatiewe inligting", dit wil waar foute van die organisasie aan die orde kom, konflikte en derglike — d.w.s. enigiets wat 'n organisasie moontlik in 'n slegte lig by die publieke kan stel — word steeds nie vrywillig deur die organisasie bekend gemaak nie (vgl. Olsthoorn & Van der Velden, 1996:73). Maar anders as by die vorige model, is die waarheid wel belangrik in die sin dat daar nie van onwaarhede gebruik gemaak om propaganda vir die organisasie of sy doelwitte te maak nie (Grunig en Hunt, 1984:22). Volgens die klassifikasie van Booth (1981) (in Grunig & White, 1992:48) is dit "gewone retoriek". Hy omskryf dit as: "The whole art of sincere telling selling of any cause, not just the trickery part of the disguise, but the genuinely persuasive parts too, including the logical arguments."

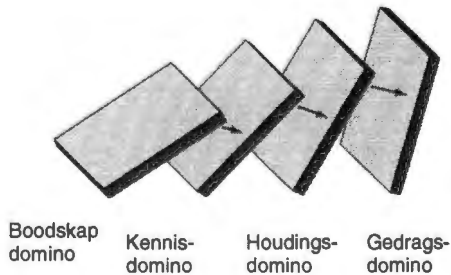
Die byna weglaatbaar min navorsing wat gedoen word deur diegene wat die model gebruik, is gerig op die toetsing van die leesbaarheid van boodskappe. Dit word ook gebruik om te sien wie die lesers is (Grunig en Hunt, 1982:22).

Grafies kan die model soos volg voorgestel word (vgl. Grunig en Hunt, 1982:22).



Ook hierdie model is nie net deel van die geskiedenis van skakelwerk nie. Organisasies pas dit nog daaglik toe, na raming is tot vyftig persent van alle skakelwerk wat gedoen word geskoei op die lees van die openbare inligtingsmodel (Grunig en Hunt, 1984:22, Mersham et al, 1995:37). Behalwe besighede is dit veral die regering en organisasies sonder winsoogmerk (bv. die NGO's) wat die model gebruik (Grunig en Hunt, 1984:22). In 'n studie wat Dozier (in Dozier & Ehling, 1992: 164) in 1990 gedoen het, het dit duidelik geblyk dat die meeste skakelpraktisyns geen kennis van navorsingsteorie en -tegnieke het nie en ook oor weinig evalueringsvaardighede beskik. Daar word dus van die kant van die skakelpraktisyns heel weinig moeite gedoen om die publieke sistematies of deur middel van formele navorsing te raadpleeg.

Vanuit 'n teleologiese perspektief is hierdie model baie aantreklik. Die organisasie kommunikeer alleen waarhede, wat beteken dat daar geen potensiële skande en skade in die vooruitsig is soos wanneer doelbewuste misleiding van die publiek sou uitlek of vorendag kom nie. Dit lyk heel effektief, en die organisasie self hoef daar nie baie moeite voor te doen nie. Die organisasie hoef homself nie te probeer verplaas in die posisie van publieke nie, nie navorsing te doen nie en kan tog die "gewenste" resultaat kry. Dit is juis by hierdie *gewenste resultaat* wat 'n vraagtekens geplaas kan word. Baie mense wie se dagtaak met die kommunikasie te make het, het hoë verwagtinge van hulle kommunikasie. Hulle verwag dat wanneer hulle kommunikeer dit ook 'n groot effek sal hê. Grunig en Hunt (1984:124) noem dit die domino-teorie en illustreer dit as volg.



(Grunig & Hunt, 1984:124)



Skakelpraktisyns reken dat daar 'n kousale verband bestaan tussen die boodskap wat 'n organisasie uitstuur (die kommunikasie) en die onmiddellike impak op die kennis, houdings en gedrag van die publieke. Die dominomodel hou verband met die beeld wat organisasies of skakelpraktisyns van hulself het. Die implikasie hiervan is dat die kommunikasie outomaties kennis, houdings en gedrag van die publieke beïnvloed. Dit verklaar die kommunikasiebenadering van byvoorbeeld Coca-Cola in België (kyk 3.2.1) in die somer van 1999. Hulle het gewoon (verkeerdelik) aangeneem dat as hulle die publieke sou meedeel dat hulle jammer was oor wat gebeur het en dat alles weer veilig was, die publiek tevrede sou wees. Navorsing het egter telkens uitgewys dat die kans wat 'n sender het om die gewenste effek by die ontvanger van die boodskap te bewerkstellig, eintlik heel klein is (vgl. Dozier & Ehling, 1992:164).

Sedert die tyd wat navorsers agtergekom het hoe klein die effek van die media soms is, het kommunikasiekundiges talle teorieë oor media-effekte ontwikkel. Dit is daarom goed dat skakelpraktisyns hulle oor die teorie-ontwikkeling in die vakgebied vergewis en kennis neem van onder meer die agenda-stellingshipotese (Klapper, 1961, in Dozier & Ehling, 1992:164 en McCombs & Shaw in McQuail & Windahl, 1981:62-64), 'n massakommunikasiemodel soos die van Schramm (in McQuail & Windahl, 1981:31-32), die gebruike- en beloningsbenadering (in McQuail & Windahl, 1981:75-79), die hekwagterwagter model van White (in McQuail & Windahl, 1981:100-101), die afhanklikheidsmodel van Ball, Rokeach en DeFleur (in McQuail & Windahl, 1981:65-67) ens. Suiwer teleologies gesien, is dit nie verstandig om geen navorsing te doen nie. Die effek van die kommunikasie mag dalk nie tot gevolg hê wat die skakelpraktisyn sou wou hê nie.

Dozier herlei hierdie negatiewe houding van skakelpraktisyns terug na hul opleiding wat dikwels joernalistiek van aard is. Hierdie feit hou verband met 'n siening wat in die skakelpraktyk bestaan, naamlik dat kommunikasie 'n doel opsigself is. Geskoold in 'n sg. "objektiewe" nuusstyl, dink baie joernaliste (of gewese joernaliste) nie na oor houdings en gedrag nie. Daarom is Dozier en Ehling (1992:162) ook nie verbaas dat dié skakelpraktisyns kommunikasie as 'n *eindpunt* beskou nie. Hulle het nooit geleer om kommunikasie as 'n middel tot 'n doel te beskou nie. Daarom gebeur dit tot vandag toe nog dat skakelpraktisyns as inhuis-joernaliste funksioneer en dit is as normaal beskou.

Hulle word immers dikwels op grond van hulle joernalistieke ervaring, vaardighede en netwerk van kontakte aangestel.

Navorsing van Broom en Dozier (in Dozier & Ehling, 1992:162) het egter aangetoon dat dit nie lei tot die beste resultate nie, omdat hierdie benadering skakelwerk in die besluitnemings- en strategiese beplanningsprosesse uitsluit. Dan is skakelwerk alleen nog 'n kommunikasiefunksie en geen bestuursfunksie nie. Daarom lei dit ook nie tot die beste resultate nie (vgl. hoofstuk 1.3.1; Groenendijk, 1997:11 en Grunig, 1992b:11-12).

Ook navorsing deur Broom en Dozier (in Dozier & Ehling, 1992:162) onderstreep die feit dat die openbare inligtingsmodel op teleologiese gronde alleen nie die beste model vir skakelwerk is nie. Maar die teleologiese eise is nie die enigste eise wat tel nie. Die vraag wat hier ter sprake kom is of die model deur 'n Christenskakelpraktisyn as riglyn gebruik kan word? Is dié benadering die beste beskikbaar?

Wanneer die Heidelbergse Kategismus asook die insigte van Veenstra en Snyman (sien hoofstuk 3) met verdere aandag gelees word, ontstaan twyfel. In die eerste plek word kommunikasie hier gebruik om die waarheid aan die publieke te kommunikeer, maar hier word ook doelbewus gekies om nie alles te vertel nie. Dit is juis hierdie weerhouding van bepaalde inligting wat die belangrikste probleem vir die Christenskakelpraktisyn is.

In hoofstuk vier is verwys na die mens as self-bepalende, self-verantwoordelike wese (kyk 4.2.3, 4.3.1 & 4.3.2). Die mens moet besluite neem om sy of haar lewe te voer en daardeur pligte te vervul en te antwoord op God se roeping (kyk 4.3.1). Daarin is die mens toerekenbaar en verantwoordelik. Ook Veenstra skryf dat *volle respek* aan alle mense betoon moet word op grond van hulle beeldskap van God en dat hulle as intellektuele en morele wesens gesien moet word wat in staat is om inligting af te weeg en keuses te maak (kyk 4.2.3). By die bespreking van die publisiteitsmodel vir skakelwerk is gesê dat skakelpraktisyns wat propaganda voer en selfs so ver gaan om te lieg, dit vir hul naastes onmoontlik maak om die beste besluite te neem, gewoon omdat hulle (die naastes) nie goed genoeg georiënteer is ten opsigte van hul situasie nie. Hulle vorm 'n valse beeld van hul omgewing op grond van die valse inligting. Die valse persepsies van hul omgewing beïnvloed hul oriëntasie op die werklikheid en hul besluitneming (kyk 4.3.2). Dieselfde geld vir die weerhouding van inligting. Wanneer skakelpraktisyns inligting van hul publieke

weerhou wat 'n lig op die negatiewe kante van 'n organisasie kan laat val, is dié skakelpraktisyns nie diensbaar aan hul naaste nie.

Dit kan ook aan die hand van konkrete voorbeelde verduidelik word: 'n Skakelpraktisyn werk vir 'n groot besigheid met 'n fabriek in 'n dorp. Die fabriek vervaardig 'n produk waarby giftige gasse in die atmosfeer vrygestel word. Aanpassing van die organisasie self, byvoorbeeld die aanskaf van 'n baie duur spesiale filter of verandering in die produksieproses, kos baie geld. Die organisasie wil nie dat dit bekend gemaak word nie. So organisasie stel 'n skakelpraktisyn aan, maar die skakelpraktisyn vertel net die goeie dinge van die organisasie. Hoeveel werksgeleenthede geskep is, watter beurse die organisasie vir kinders in die dorp beskikbaar gestel het ens. Intussen asem die bewonders van die dorp die ongesonde lug in. Dit is die taak van die mens om oor die skepping te heers, wat ook die natuur insluit. Christene wat hul taak ernstig opneem, sal nie graag so organisasie wil ondersteun nie. (Dit geld trouens ook vir nie-Christene wat ook besorg is oor die skepping, al sien hulle dit nie as God se skepping nie. Hulle deel die roeping om die skepping te onderhou, al herken hulle dit nie as sodanig nie. Hierin is hulle op dieselfde lyn as die Christene, maar sommige gaan daarin weer te ver. Hulle erken nie die koningskap van God oor die natuur nie, maar verabsoluteer die natuur. Vir hulle word die natuur self 'n afgod.) Omgewingsbewuste mense sou as verantwoordelike, ideologie, toerekenbare mense besluite neem en handelingte ondemeem wat hierdie vernieling in die natuur teengaan. Hierdie kans om hulle roeping te vervul, word hulle ontnem deur die skakelpraktisyn wat (in opdrag van hul base) nie die volle waarheid vertel nie. Die vader van 'n gesin wat met sy gesin naby aan die fabriek gaan woon, word in die vervulling van sy roeping om vir sy gesin op die beste moontlike manier te sorg, verhinder, deur die skakelpraktisyn wat hom die inligting weerhou om die beste besluit te neem. In 4.3.4 (op grond van die insig van Snyman) van die vorige hoofstuk is melding gemaak van die mens se rol in groepsverband, so is daar talle verbande waar roepingsvervulling teengegaan word, omdat die mens nie in staat is om die beste besluit te neem nie.

Hierdie is 'n ekstreme of harde voorbeeld, maar dit geld ook vir die kleiner dinge waarmee skakelpraktisyns hul daaglikse beshou. Die weerhouding van inligting aan 'n naaste wat dit nodig het om sy of haar roeping te vervul is onliefdadige persoonsbehartiging. Die Christenskakelpraktisyn behoort dit nie te doen nie.

Beide die publiseitsmodel en die openbare inligtingsmodel vir skakelwerk is eenrigtingmodelle vir skakelwerk. Tot nou toe is daar geen melding gemaak van die implikasies van so 'n eenrigtingmodel vir die skakelpraktisyn nie, maar dit spreek byna vanself. Organisasies en instansies wat kommunikasieboodskappe aan hulle publieke stuur, maar nooit die moeite doen om self boodskappe te ontvang nie, kan *logies gesproke* alleen maar omskryf word in terme van "onliefdadige"-persoonsbehartiging (Snyman) of blote liefdeloosheid. Tog kan nie so kategories daaroor geoordeel word nie, soos uit die volgende paragraaf blyk.

Die publieke, wat vir die organisasie ook 'n naaste behoort te wees, met al sy moontlike insette en behoeftes word heeltemal tot groot hoogte geïgnoreer. Die boodskappe in belang van die organisasie word aan die publieke gegee, maar die publieke kan nie daarop reageer nie. Die naaste word in ekstreme gevalle heeltemal geïgnoreer; daar word dus nie die nodige respek betoon aan die mense waaruit al hierdie publieke bestaan nie. Sodanige hantering van die publieke is nie noodwendig opsetlik liefdeloos of totaal onaantvaarbaar nie. Intendeel. Die deurgang van inligting kan immers tot voordeel van die ontvangers wees. Wanneer hierdie vorm van skakelwerk egter konsekwent toegepas word, is dit 'n verwronge, onvolledige vorm van kommunikasie en moet dit in beginsel afgewys word.

### **5.4.3 Die asimmetriese tweerigtingmodel (*two-way asymmetrical*)**

Die derde normatiewe model vir skakelwerk is die asimmetriese tweerigtingmodel, wat ooreenkomste toon met die "retoriek-B" van Booth (in Grunig & White, 1992:48). In wese is dit die retoriek van Aristoteles, waarin daar gesoek word na die beste moontlike manier om iemand te oortuig. Die kuns van retoriek-B is, volgens Booth (in Grunig & White, 1992:48), om te weet wat jy wil hê en werklik goeie argumente te vind om ander na jou standpunt oor te haal. Dít is die kuns van die goeie advokaat, die effektiewe besigheidsleier, die suksesvolle bemarker en moet nie onderskat of geïgnoreer word nie. Maar daar is tog 'n voorwaarde, skryf Grunig en White (1992:48):

...(retoric-B) does not itself teach us what ends it should serve; it is still an art without essential restraints other than those provided by the counter rhetoric created by other warriors or competitors. The world it builds, left on its own, is a world of a free market of atomized persons and ideas, each

privately seeking victory and hoping that in the melee a public good will be produced by some invisible hand.

Olsthoorn en Van der Velden (1996:73) noem hierdie model in Nederlands die “*marketingcommunicatiemodel*”. Volgens Grunig en Hunt (1984:22) is die doel van skakelwerk binne hierdie model “wetenskaplike oorreding”. Edward Bemays kan met reg die vader van hierdie benadering tot kommunikasie genoem word (Grunig en Hunt, 1984:22, Mersham et al, 1995:37).

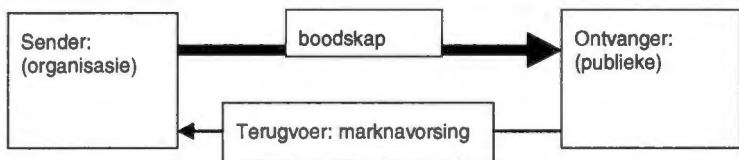
Grunig en Hunt (1984:22) is verder van mening dat die asimmetriese tweerigtingmodel baie met die publisiteitsmodel gemeen het, maar waar die persagente van hulle intuïsie gebruik maak om die publieke te oortuig, gebruik skakelpraktisyns binne die asimmetriese tweerigtingmodel die beskikbare teorieë en navorsing in die sosiale en gedragwetenskappe om hulle publieke oor te haal tot die standpunt van hulle organisasie, of om steun en simpatie te werf vir die doelwitte van die organisasie. Hulle is bewus van die feit dat die dominoteorie nie in die praktyk water hou nie (kyk 2.4.2) en benut die kennis wat hulle kan kry om hulle publieke op die mees geloofwaardige manier te oortuig.

Organisasies wat hierdie teoretiese model volg, doen navorsing wanneer hulle hul kommunikasiestrategieë ontwikkel. In die kommunikasieproses is daar dus wel sprake van terugvoer, al is dit nie in verhouding met die boodskappe wat gestuur word nie en al word daar nie na die publieke geluister op die manier wat die organisasie graag wil hê dat die publieke na hulle moet luister nie. Die organisasie kommunikeer met een doelwit en dit is om die laaste domino om te gooi — met ander woorde hulle wil dat die ontvangers se kennis, houding en veral hul gedrag by die boodskap aanpas. Hulle wil hê die ontvangers moet hulle produk koop en van hulle dienste gebruik maak. Sodoende kan hulle meer verkoop en meer wins maak. Die organisasie self pas egter nie aan nie.

Marknavorsing stel sulke organisasies in staat om boodskappe te ontwikkel en dit na strategiese publieke te stuur. Hulle identifiseer die teikenpublieke en doen dan media-analise ten einde by die grootste moontlike publiek simpatie (*goodwill*) te wen vir die organisasie (Olsthoorn & Van der Velden, 1996:73, Grunig en Hunt, 1984:22) om 'n

omgewing moontlik te maak waarbinne die optimum verkope moontlik is of die kieser vir die "regte" kandidaat stem.

Die verhouding tussen die organisasie en die publieke is asimmetries omdat die kommunikasie gerig is op die beïnvloeding van die publieke en die bereiking van bepaalde doelwitte sonder om self iets tot die belang van die publieke by te dra (Olsthoorn & Van der Velden, 1996:73, 74). Grunig en Hunt (1984:22) noem dit 'n wanbalans in die effekte van die kommunikasie. Die dialoog as interaksie is nie vir die organisasie belangrik nie. Terugvoer van die publieke word alleen maar gebruik om kommunikasiestrategieë te ontwikkel en nie om betrokkenheid by die organisasie te bevorder nie. Die organisasie kommunikeer dus vanuit 'n soort magposisie (vgl. Olsthoorn & Van der Velden, 1996:73, 74). Hierdie wanbalans in die effekte van kommunikasie is wat die asimmetrie van kommunikasie genoem kan word. Die voorafgaande modelle (die publiseitsmodel en die openbare inligtingsmodel vir skakelwerk) is dus ook asimmetriese modelle. Dit blyk weer eens in die grafiese voorstelling van die asimmetriese tweerigtingmodel vir skakelwerk:



In hierdie model sowel as die twee voorafgaande modelle is die pyl wat die kommunikasie vanaf die organisasie na die publieke voorstel dikker as die pyl wat die kommunikasie van die publieke na die organisasie toe voorstel. Eers wanneer albei pyle ewe dik sou wees, sou van simmetriese kommunikasie gepraat kon word. Maar tot dusver binne die bespreekte modelle is die kommunikasie dus asimmetries. Daar bly 'n wanbalans bestaan.

Grunig en Hunt (1984:22, vgl. Mersham et al, 1995:37) dink dat twintig persent van skakelwerk tans nog volgens die asimmetriese tweerigtingmodel geskied. Dit word veral deur kompeterende besighede en agentskappe gebruik. Dit is trouens 'n benadering wat in die samelewing en praktyk sonder skroom gebruik en aanvaar word Grunig en White (1992:38) haal die ervare skakelpraktisyne Robert L. Dilenschneider en James L. Tolley

aan om aan te toon watter vooronderstellings vandag nog by skakelpraktisyns bestaan. Tolley (in Grunig & White, 1992:38) se uitspraak van 1988 lui as volg: "For me public relations boils down to getting people to do what you want them to do" en Dilenschneider (in Grunig & White, 1992:38) maak in 1990 die volgende bewering:

*If you are communicating effectively, you will get positive recognition from the audiences you are trying to influence, which means people will think what you are doing is right and that you are doing it in the right way. When you get positive recognition your influence grows. You are perceived as competent, effective, worthy of respect — powerful.*

Beide uitsprake is gemaak deur 'n skakelpraktisyn wat vir 'n groot en belangrike skakelpraktyk of organisasie gewerk het. Beide uitsprake is verder verteenwoordigend van die dominante beskouing in die skakelpraktyk, naamlik 'n asimmetriese beskouing dat skakelwerk 'n manier is om die dinge te verkry wat 'n organisasie graag wil hê, sonder om 'n kompromis te maak of om self te verander. Dit is 'n verleidelike beskouing vir enige organisasie om te hê: Al wat so 'n organisasie hoef te doen om te kry wat hy graag wil hê, is om skakelpraktisyns te huur wat die organisasie "bevoegd, effektief, gerespekteerd en *magtig*" sal laat lyk, selfs al is hy dit nie (Grunig & White, 1992:39). Hierdie model, soos die voorafgaande twee modelle, het sy wortels in 'n asimmetriese lewensbeskouing ('n wanbalans in intensie — wil wel oorreed, maar wil nie self oorreed word nie).

In hierdie model word die stem van die publieke wel deeglik gehoor (anders as by die voorafgaande twee modelle), maar die doel van hierdie kommunikasie is om die beïnvloeding van die publieke te vergroot. Veenstra (1994:76-77, kyk 4.2), skryf dat wanneer beïnvloeding ter sprake kom, die Christen homself moet afvra is of die persoon wat die andere wil beïnvloed dit vanuit die regte beginsel doen. Die eerste vraag wat Veenstra (1994:77) hier vra, is of die persoon se motiewe reg is. Wanneer die asimmetriese modelle krities bekyk word, moet die gevolgtrekking gemaak word dat dit nie die geval is nie. Die motief is nie reg nie; dit is suiwer op eiebelang gegrond. Hierdie soeke na mag is in wese 'n selfsugtige benadering.

Veenstra (1994:81, kyk 4.2.2.) skryf verder dat die belangrikheid van die beïnvloedingsvermoë nie onderskat moet word nie. Deur kommunikasie het die mens 'n invloed op die gerigtheid van 'n ander mens se lewe. Geen kommunikasiehandeling is 'n geïsoleerde gebeurtenis nie. Dit moet altyd gesien word in die verband wat dit het met daardie persoon se geheelbeeld, die persoon as verantwoordelike wese. Veenstra is hierin baie ernstig as

hy aanvoer dat die kommunikasiehandeling die vermoë het om die kwaliteit van die mens se antwoord op sy geskape aard te beïnvloed. (Vgl. ook wat ten opsigte van die mens as self-bepalende, self-verantwoordelike wese gesê is by die evaluering van die openbare inligtingsmodel, 5.4.2). Die senders van kommunikasieboodskappe behoort in meer opsigte besorg te wees as net die kommunikasiehandeling op die spesifieke tydsmoment en plek. Senders behoort hulself minstens te vra of hulle die persone op 'n goeie of slegte manier beïnvloed, of hulle die ontvangers vir 'n slegte of goeie doel beïnvloed en wat die langtermynresultaat van die kommunikasie sal wees (Veenstra, 1994:81, kyk 4.2.2). Uit opmerkings soos die van Dilenschneider en Tolley is dit duidelik dat dit by hierdie model om in wese "slegte" bedoelings gaan. Dit gaan daarom om die mag van die organisasie te vergroot — en as dit ten koste van die publieke is, dan is dit so. En dit terwyl die God van sy kinders eis om andere net so lief te hê as wat hulle hulle self het (Matt. 22:39). In 'n mededingende markomgewing is dit duidelik 'n netelige saak.

Hierby kom die oorwegings en beginsels van waarheid (*truth-telling*) weer ter sprake, asook die oriëntasie van 'n medemens in die werklikheid. Maar daarmee saam geld ook die ou (Bybelse) beginsel of Goue Rêel: "Doen aan 'n ander wat jy aan jousef gedoen wil hê." (vgl. Grunig & White 1992:46).

Hier gaan dit nie alleen oor wat Christene behoort te doen nie, maar ook oor wat hulle nalaat om te doen terwyl hulle die kans gehad het om iets te doen. Vir 'n Christen in die skakelpraktyk kan geen asimmetriese model ooit die ideale model wees nie, selfs al kan dit as "tweerigting"-kommunikasie bestempel word. Skakelpraktisyns kry hier die geleentheid om as bemiddelaar tussen publieke, tussen mense wat van mekaar 'n naaste genoem kan word, op te tree. Wat die feite oor die optrede van hul organisasies betref, is skakelpraktisyns geroepe om meer te doen as om net deur middel van kommunikasie hul naaste te help om hulself in die wêreld te oriënteer. Hulle is in 'n posisie waar hulle kan bemiddel en fasiliteer om vir verskillende partye die beste moontlike oplossing te beding. Ons sou inderdaad van fasiliterende persoonsbehartiging kan praat (Froneman, 2000).

Skakelpraktisyns wat ten alle koste hul organisasies se belange vooropstel, is selfsugtig besig met die opeising van mag vir hulself en hul organisasies. 'n Skakelpraktisyn wat volgens die asimmetriese modelle skakelwerk bedryf, is in 'n magstryd betrokke en kan nie



'n fasiliteerder wees nie. Nicholas Wolterstorff (1995:213) skryf dat in talle studies wat gedoen is die beeld van die mens as soeker na mag na vore kom en versterk word. Die mens blyk van nature magshonger te wees. 'n Vooronderstelling in die postmoderne konteks is dat die mens van nature mag oor ander wil hê, terwyl alles gedoen word om te voorkom dat andere 'n mag oor homself verkry. Dit is 'n vooronderstelling wat bevestig word in alle asimmetriese modelle vir skakelwerk. Die Christen van vandag, in die postmoderne konteks, is geroepe om te bewys dat daar méér is in menswees. Dit was nie God se doel met die mens tydens die skepping nie; daar steek véél meer in die mens se omgang met sy naaste as dit (Wolterstorff, 1995:214).

Die asimmetriese modelle vir skakelwerk kan na aanleiding van Snyman (1990:51, kyk 4.3.3) gevolglik ook *onliefdadige* persoonsbehartiging genoem word. 'n Sedelike handeling wat nie aan die eis van die liefde, die Bybelse norm beantwoord nie, is 'n eties slegte handeling. Hierdie asimmetriese benadering is persoonsbehartiging in "*on-liefde*" (vgl Snyman, 1990:51, kyk 4.3.3). Kortom: dit kom neer op liefdeeloosheid. In hierdie benadering word die persoon van die publieke nie eerbiedig nie, en kan mense ook nie tot hul reg kom nie. Dit is eintlik persoonsbenadelend, maar word in 'n markomgewing waar markkragte al is wat erken word, nie so beskou nie. Daarom sal dié Bybelse perspektief waarskynlik vreemd op die ore val van diegene wat ingesuij is in die heersende wêreldideologie.

Vir liefdevolle persoonsbehartiging, met ander woorde waar die publieke so erken, eerbiedig en tot hul reg kom, is daar alleen maar ruimte in 'n tweerigtingmodel vir kommunikasie wat ook simmetries is.

Die asimmetriese tweerigtingmodel is nie alleen op 'n deontologiese vlak onverantwoord nie. Dit is ook teleologies gesien nie die beste model vir skakelwerk nie, want hoe verleidelik 'n asimmetriese houding ten opsigte van kommunikasie ook al mag wees, beweer Grunig en White (1992:39), is die effek daarvan nie so goed as wat dit mag lyk nie (vgl. ook Mersham et al, 1995:38). Hulle navorsing toon aan dat dit uiteindelik oneffektief is. Dit is veral in die langtermynbelang van 'n organisasie om skakelwerk nie asimmetries aan te pak nie. Grunig se studie wys uit dat uitnemende skakelpraktisyne en uitnemende skakelafdelings binne organisasies 'n veel meer

realistiese houding het, naamlik dat skakelwerk 'n simmetriese proses van kompromieë en onderhandeling moet wees en nie 'n magstryd nie. Op lang termyn is 'n simmetriese benadering veel meer effektief (Grunig en White, 1992:39). Soos hulle dit stel: "Organizations get more of what they want when they give up some of what they want." Wanneer Booth (in Grunig & White, 1992:48) se omskrywing van retoriek-B gelees word, blyk die tekortkominge van die asimmetriese manier van kommunikeer reeds duidelik. Veral as dit vergelyk word met sy omskrywing van retoriek-A (reeds gegee by die omskrywing van die asimmetriese model vir skakelwerk) vorm dit 'n skerp kontras.

"...a supreme art of inquiry through symbols that is designed not to win by cheating, as in sub-rhetoric, nor merely to win sincerely as in mere rhetoric, and not just to marshal all of the good reasons there might be for accepting what one knows already, but rather to discover and refine, in critical exchange, our end, our purposes, our values."

Wanneer hierdie definisie van Booth se retoriek verder deur Grunig en Hunt (1984:42-43) uitgebou word tot die simmetriese tweerigtingmodel vir skakelwerk, kan daar vir die eerste keer werklik 'n begin gemaak word met die formulering van 'n model waarin daar werklik sprake kan wees van liefdevolle persoonsbehartiging.

#### **5.4.4 Die simmetriese tweerigtingmodel (*two-way symmetrical model*)**

"*The public be known*" tot "*the public be involved*" noem Olsthoorn en Van der Velden (1996:76,77) hierdie benadering tot skakelwerk waarbinne gestreef word om die publieke van die skakelpraktisyn tot hulle reg te laat kom. Die bevordering van wedersydse begrip tussen 'n organisasie en sy publieke is die doel vir kommunikasie volgens hierdie model. Grunig en Hunt (1984:22) noem dit die ideale model vir skakelwerk. Die skakelpraktisyn vervul hier 'n bemiddelende rol (Grunig en Hunt, 1984:22).

Organisasies wat die tweerigting simmetriese model toepas baseer hulle kommunikasieprogramme op navorsing en gebruik kommunikasie in die bestuur van konfliktsituasies en by die bevordering van begrip tussen die organisasie en sy publieke. Hulle gebruik dus ook wetenskaplike kennis, maar nie noodwendig teorieë wat met oorreding en houdingsverandering te make het nie. Vir hulle is ook kommunikasieteorie belangrik wanneer hulle hul werk beplan en evalueer (Grunig en Hunt, 1984:22; Olsthoorn en Van der Velden, 1996:76, 77; Dozier & Ehling, 1992:159).

Skakelwerk binne dié model vind plaas met gelykwaardigheid en wedersydse respek as basis vir die kommunikasie. Anders as by die vorige beleidsmodelle, staan die dialoog in hierdie model sentraal (Olsthoom & Van der Velden, 1996:76,77). Die doel van die navorsing is nie net om die kommunikasiestrategie aan te pas nie. Indien dit daaruit sou blyk dat veranderinge en aanpassinge binne die organisasie nodig is, dan pas die organisasie ook aan. Die navorsing het dus ook 'n vormende rol.

Slegs sowat vyftien persent van alle skakelwerk in die VSA is in die jare tagtig volgens die simmetriese tweerigtingmodel gedoen (Grunig en Hunt, 1984:22, Mersham et al, 1995:37). Wat die syfer vandag is, en in die besonder in Suid-Afrika, is onbekend. Buitendien is dit bykans onmoontlik om akkurate syfers hieroor te bekom.

Die grafiese voorstelling van simmetriese tweerigtingskakelwerk lyk só:



Organisasies wat die simmetriese tweerigtingmodel gebruik, gebruik navorsing en dialoog om konflik te bestuur, begrip te kweek en te verbeter en om 'n gesonde verhouding met hul publieke op te bou. Binne die simmetriese tweerigtingmodel kan beide die organisasie en die publiek oorreed word en kan daarom ook albei oortuig word om hulle gedrag te verander (Grunig en White, 1992:30). Volgens Grunig en sy medewerkers (1992) is die simmetriese tweerigtingmodel vir skakelwerk die model wat die beste voldoen aan die teleologiese eise wat aan skakelwerk gestel word.

Mersham, Rensburg en Skinner (1995:38) is ook daarvan oortuig dat dit die beste benadering vir skakelwerk is, veral ook in die Suid-Afrikaanse konteks. Hulle sluit by Grunig (in Mersham et al, 1995:38) aan wat verder daarvan oortuig dat dit moeilik, en waarskynlik onmoontlik, is om etiese en sosiaal verantwoordelike skakelwerk te beoefen

deur 'n asimmetriese model te gebruik — hoe goed die bedoelings van die skakelpraktisyn ook al mag wees. Hier raak dit 'n punt aan wat verband hou met die deontologiese eise wat uit 'n Christelike perspektief aan skakelpraktisyns gestel word. Hoe skakelpraktisyns funksioneer en hoe hulle hul werk doen, hang nie net van hulself of goeie bedoelings af nie. Dit word deur baie faktore beïnvloed, waaronder die vooronderstellings wat binne 'n organisasie bestaan. Of skakelpraktisyns volgens 'n simmetriese of asimmetriese benadering te werk gaan, word mede hierdeur bepaal.

Vervolgens word die voor- en nadele van die simmetriese en asimmetriese model en lewens- en wêreldbeskouing teen mekaar opgeweeg.

### **5.5 Simmetrie en asimmetrie in organisasies**

Grunig (1992:42) het Kearney se studie oor wêreldbeskouing, en die verhouding tussen "self" en "ander" verder ontwikkel om beter insig in die simmetrie en asimmetrie in organisasies te kry. Onderliggend aan 'n simmetriese model vir skakelwerk en 'n simmetriese benadering tot kommunikasie is 'n simmetriese lewens- en wêreldbeskouing; dieselfde verhouding geld 'n asimmetriese benadering en model en 'n asimmetriese lewens- en wêreldbeskouing is. Mense onderskei hulle self van hulle omgewing. In sommige kulture beleef mense die verhouding tussen hulle self en die omgewing as een van interafhanklikheid en harmonie. In ander kulture word dit beleef as een van onderdanigheid en dominansie. Mense met eersgenoemde beskouing ervaar die verhouding tussen hulleself en hulle omgewing as 'n ekologiese verhouding, "waarin hulle hulle selfs ten diepste verbonde beleef met die Ander... en waarin hulle hul eie welstand sien as afhanklik van die welstand van die Ander" (Kearney in Grunig & White, 1992:42-43). In ander kulture is die verhouding weer individualisties en is dit 'n bestaanstryd waarin net die sterkste oorleef " (Kearney in Grunig & White, 1992:42-43). Grunig (in Grunig & White, 1992:43) het 'n aantal vooronderstellings geïdentifiseer wat volgens hom die simmetriese en asimmetriese wêreldbeskouing verduidelik en wat die verskil in aannames ten opsigte van die "Self" en "Ander" kenmerk. Grunig en White (1992:44) maak voorts ook gebruik van die werk van Pauchant en Mitroff (1988) oor die vooronderstellings wat in die kultuur van 'n organisasie vasgelê is. Laasgenoemdes het navorsing gedoen na die manier waarop organisasies in tye van krisis reageer en dit ingedeel in twee basiese soorte reaksies, naamlik 'n gesonde reaksie en 'n ongesonde reaksie. Hulle neem dit dat ook 'n stap verder en verdeel organisasies op grond hiervan in twee kategorieë, naamlik

"gesonde" en "ongesonde" organisasies. Ongesonde organisasies is, volgens hulle (in Grunig, 1992:44), "in wese... narcisisties. Hulle gee hoofsaaklik net vir hulself om. 'n Krisis is iets wat met hulle gebeur en nie met hulle kliante of omgewing nie". 'n Gesonde organisasie daarteenoor is 'n "organisasie met 'n gesonde selfbeeld". Gesonde organisasies het dan ook presies die teenoorgestelde eienskappe. Hulle tref 'n vergelyking tussen die twee tipes organisasies op grond van vyf vooronderstellings en die verskille wat hulle in die organisasies aangetref het (Grunig & White, 1992:45). Om die moontlike gewenste optrede van 'n Christelike skakelpraktisyn te kan karteer, moet deeglik van hierdie organisatoriese konteks kennis geneem word. Die fokus val op die simmetriese benadering omdat dit klaarblyklik aansluiting vind by wat as 'n Bybels-gefundeerde benadering beskou kan word:

#### **5.5.1 Kenmerke van 'n simmetriese organisasiekultuur.**

Organisasies met 'n simmetriese beskouing word meestal gekenmerk deur die volgende vooronderstellings onderliggend aan die organisasiekultuur dit kom weer in breë trekke ooreen met wat Pauchant en Mitroff (in Grunig & White, 1992:45) gesonde organisasies noem (in Grunig & White, 1992:43-44, vgl. Merham et al, 1995:39-40)

Interafhanklikheid: Organisasies kan hulleself nie isoleer van hulle omgewing nie. Hoewel organisasies grense het wat hulle onderskei van hulle omgewing, is daar publieke en ander organisasies wat deur hierdie grense toegang het na binne (Grunig & White, 1992:43, vgl. Merham et al, 1995:39). 'n Erkenning van interafhanklikheid is die begin van die erkenning van mekaar as naaste en die beseft dat mense nie alleen staan nie. Interafhanklikheid beteken ook dat 'n organisasie nie alleen ter wille van eersug en selfsug voortbestaan nie, maar dat daar ook ruimte gemaak kan word vir die belange van ander, soos wat daar in Fil 2:3-4 geëis word.

Oop-sisteem: Die organisasie se grens is oop vir ander sisteme en ruil aktief en vrylik inligting uit met daardie sisteme (Grunig & White, 1992:43, vgl. Merham et al, 1995:39). Organisasies met 'n simmetriese organisasiekultuur erken die interafhanklikheid van organisasies met ander organisasies en groepe in hul omgewing (Grunig.L. et al, 1992:67). Onderliggend hieraan is die vooronderstelling

wat kenmerkend is van 'n gesonde organisasie ten opsigte van die mens se verhouding met sy of haar omgewing.

Gesonde organisasies behandel die aandeelhouders en belangegroepes in hulle omgewing as "medemens" en wanneer 'n krisis opduik probeer hulle die invloed daarvan op hulle self sowel as hulle omgewing versag en of verminder. Dit is die gestalte wat naastediens kan aanneem in die skakelpraktiek. Wanneer 'n organisasie besig is om vir sy naaste die effek van 'n krisis te versag of te verminder, kan dit liefdevolle persoonsbehandling genoem word, wat ook die roeping van die Christenskakelpraktiek is. 'n Oop sisteem stel mense ook in staat om toegang te verkry tot inligting wat vir hulle noodsaaklik is. In hoofstuk vier is verwys na die belangrikheid van inligting vir die mens om sy of haar lewe te voer. Op grond van kennis handel die mens (kyk hoofstuk 4.3.2, Snyman 1994:61). Hoe meer openheid in 'n organisasie bestaan, hoe makliker word dit vir skakelpraktiek gemaak om insig te kry in die komplekse prosesse wat hul werksaamhede beïnvloed. Dit stel hom in staat om beter besluite te neem en met verskillende mense rekening te hou. Op grond hiervan kan gesê word dat 'n oop sisteem die beste moontlikheid vir die skakelpraktiek bied om in liefdevolle persoonsbehandling te werk te gaan. Andersyds kan gesê word dat 'n organisasie wat so geslote is dat die skakelpraktiek nie die nodige inligting kan kry nie, besig is om "on-liefdadige" persoonsbehandling toe te pas, omdat dit dan nie aan die norm van egte persoonsliefde voldoen nie (kyk 4.3.3, vgl. Snyman, 1985:15).

Balans in beweging: Organisasies as sisteme streef na balans met ander sisteme; dit is 'n toestand van balans wat permanent aan die beweeg bly, solank as wat die omgewing aan die verander bly. Sommige sisteme probeer in balans te bly deur kontrole uit te oefen oor ander sisteme, of deur hulle self by ander sisteme aan te pas, of deur wedersydse samewerking en aanpassings. Met 'n simmetriese beskouing word die keuse gemaak vir samewerking en wedersydse aanpassing eerder as kontrole en eensydige aanpassing (Grunig & White, 1992:43, vgl. Mersham et al, 1995:39). Deur waarneming en die bereidwilligheid om self te verander, kan 'n organisasie in balans bly met die interne sowel as eksterne wêreld (Groenendijk, 1997:22). Hy beklemtoon verder dat die skepping van balans in organisasies veral die verantwoordelikheid van die skakelafdeling is. Dit is die teenpool van tradisie en konserwatisme, wat kenmerke van die asimmetriese

lewensbeskouing is. Balans in beweging beteken daar is ruimte vir verandering. Maar dit is geen eensydige proses nie. Soos wat die liefdesgebod eis dat elkeen sy naaste so lief moet hê soos homself, is hier ruimte vir verandering na beide kante toe in belang van die organisasie (self) en in belang van die publieke (ander/naaste). Dit kan gebeur sonder dat die balans versteur word omdat daar te swaar geleun word na die een kant. Alle veranderinge behoort dus nie van die organisasie verwag te word nie en die organisasie kan ook nie alleen van die publieke verwag om aan te pas nie. Liefdevolle persoonsbehartiging is 'n tegemoetkoming van albei kante.

Billikheid en regverdigheid: Alle mense behoort gelyke geleenthede te hê en as mense gerespekteer te word. Enige iemand, ongeag sy of haar opleiding of agtergrond, kan 'n waardevolle bydrae in die organisasie lewer. Wanneer daar realisties hieroor nagedink word, is dit logies dat nie almal in 'n organisasie "gelyk" kan wees nie, maar almal kan billik en menswaardig behandel word (Grunig & White, 1992:44, vgl. Mersham et al, 1995:39). Enige mens se menswaardigheid moet erken word alleen al op grond van die feit dat hy of sy na die beeld van God geskape is (vgl. Veenstra, 1994:82, kyk 4.2.3). Hierdie staan teenoor elitisme en sentrale gesag. In so 'n simmetriese organisasiestruktuur is daar ruimte vir die kreatuurlike heerskappy van die mens, sy of haar kreatiwiteit en die spesiale kenmerke wat die mens onderskei van diere en kenmerk as *mens* — geskape na die beeld van God. In 'n organisasie waar billikheid en regverdigheid vergestalt word in menswaardigheid en gelyke geleenthede, het die mens menswaardigheid ("human dignity"), soos Snyman (1990:55) daarna verwys. Hier word erkenning gegee aan dit wat die mens so kosbaar in die oë van sy en haar skepper maak. In só 'n bestel word die persoon se humaniteit erken, eerbiedig, ondersteun en bevorder, soos wat Snyman (1990:55, kyk 4.3.3) dit as die omskrywing van liefdevolle persoonsbehartiging verwoord.

Outonomie: Dit is bewese dat mense meer innoverende gedrag toon, konstruktief te werk gaan en bevrediging uit hulle werk put as hulle outonoom kan funksioneer in 'n organisasie. Dit beteken dat hulle die geleentheid gegee word om hulle eie gedrag te bepaal en dit nie deur ander voorgeskryf en gekontroleer word nie. Outonomie lei tot tevredenheid binne die organisasie en samewerking buite die organisasie (Grunig & White, 1992:44, vgl. Mersham et al, 1995:39). Dit is ook 'n verdere uitvloeisel van billikheid en regverdigheid. Mense is immers geskape as self-bepalende en self-

verantwoordelike wesens, mense wat in staat is om inligting op te weeg en keuses te maak. 'n Organisasie behoort dit te erken en die insette van mense te waardeer. Hiervoor is daar dus plek in 'n organisasie met 'n simmetriese organisasiestruktuur. Ook die erkenning van die outonomie van mense kan liefdevolle persoonsbehartiging genoem word.

Innovasie: Nuwe idees en buigsaamheid, soepelheid in denke word in 'n simmetriese konteks van meer waarde geag as tradisie en te veel klem op effektiwiteit (Grunig & White, 1992:44, vgl. Mersham et al, 1995:39). In só 'n organisasie kan die mens ook aan sy of haar kreatiwiteit vrye teuels gee en so die gestalte gee aan die beeld van God.

Desentralisering van bestuur: Die ideale rol van bestuur is om te koördineer en leiding te gee, maar nie om outoritêr te dikteer nie. In die simmetriese konteks is die bestuur van 'n organisasie iets wat kollektief moet gebeur. Desentralisering van gesag lei tot groter outonomie van werknemers, meer werksbevreëdiging en innovasie (Grunig & White, 1992:44, vgl. Mersham et al, 1995:39). In so 'n organisasie word 'n klimaat vir liefdevolle persoonsbehartiging geskep (vgl. punte 3-6 van hierdie subhoofstuk, 5.5.2).

Verantwoordelikheid: Mense en organisasies moet bewus wees van die gevolge van hulle gedrag op andere en probeer om nadelige gevolge ook vir andere uit te skakel (Grunig & White, 1992:43, vgl. Mersham et al, 1995:40) Dit is tekenend van die gesonde organisasie. Gesonde organisasie se siening van die werklikheid verskil merkbaar van dié van 'n ongesonde organisasie — die gesonde organisasie is baie eerder geneig om sy verantwoordelikheid ten opsigte van sy omgewing te aanvaar. Hulle is ook baie meer bewus van hulle eie gebreke en is bereid om selfondersoek te doen en hulleself te verbeter. Onderliggend hieraan is hulle siening van die menslike geaardheid: hulle aanvaar dat mense nie perfek is nie. Daarom ken hulle nie alleen hulle sterkpunte en eie bevoegdhede nie, maar erken hulle ook hulle swakhede. Dit lei tot die volgende eienskap van gesonde organisasies, naamlik dat hulle innoverend en strategies optree. Hulle aanvaar die skuld en angs wat krisisse meebring sodat hulle daarteen stelling kan inneem en vanuit daardie posisie die



krisis aktief die hoof kan bied. Hierin is hulle vooronderstelling ten opsigte van menslike handeling ingebed (Pauchant en Mitroff in Grunig & White, 1992:45).

Konflikoplossing deur onderhandeling: Die beste manier om konflik op te los is onderhandeling, kommunikasie en die sluiting van kompromieë, en nie deur die gebruik van mag, manipulasie, dwang, onderdrukking of geweld nie (Grunig & White, 1992:44, vgl. Mersham et al, 1995:40). Die gebruik van mag, manipulasie en dwang om konflik op te los, kan vanselfsprekend nie as liefdevolle persoonsbehandling omskryf word nie. Liefdevolle persoonsbehandling in 'n organisasie is die oplos van konflik deur middel van onderhandeling en kompromieë. Jesus het self gesê: "Geseënd is die vredemakers want hulle sal kinders van God genoem word" (Matt. 5:9). Ook Paulus (1 Tess. 4:13b) skryf: "Leef in vrede met mekaar. En in vers 15: "Sorg dat niemand 'n ander mens kwaad vir kwaad vergeld nie, beywer julle liever altyd vir die belange van julle medegelowiges en van alle mense" (my beklemtoning — CF). Met onderhandeling en kompromieë bly die norm dan ook altyd liefde. Dit wat in hoofstuk 4 (kyk 4.4.8) oor kompromieë gesê is, bly hier ook geldig. Daar bly grense vir regverdigbare kompromieë. Wil 'n kompromie as eties aanvaarbaar gesien word, moet daar ook gehandel word uit liefde vir God en uit gehoorsaamheid aan sy gebod. Kompromieë wat tot stand kom uit gemaksug, lafhartigheid, implisiete of eksplisiete benadeling van die ander, is nie goed nie omdat die motief hier vir die kompromie egoïsme is. Waar die skakelpraktisyn as fasiliteerder binne die konfliktsituasie optree, kan weer eens van fasiliterende persoonsbehandling gepraat word: die skakelpraktisyn is dan die fasiliteerder van die probleemoplossingsproses.

Belangegroep liberalisme: Belangegroep is groep wat die belange van gewone burgers teen owerhede, korporatiewe strukture en organisasies beskerm wat nie ontvanklik of gevoelig is vir die behoeftes van hierdie groep nie. 'n Simmetriese beskouing is een waarin daar ruimte is vir openlike onderhandelinge tussen belangegroep oor allerlei kwessies (Grunig & White, 1992:44, vgl. Mersham et al, 1995:40). L. Grunig (1992:503) se studie hieroor toon aan dat organisasies met dinamiese en veranderende omgewings meer buigbare strukture gehad het en beter simmetriese skakelwerk gedoen het as organisasies in 'n stabiele omgewing wat geen druk op die organisasie uitgeoefen het nie. Sy het verder bevind dat hoewel belangegroep soms vir organisasies 'n bedreiging kan vorm, dit ook 'n geleentheid

bied vir egte skakelwerk. Uitnemende skakelwerk, en dit hou in dat die skakelpraktisyns help om die belangegroep te hanteer, maak skakelwerk in so 'n organisasie onmisbaar. L. Grunig (1992:505) skryf in dié verband die volgende:

Public relations practitioners... expand their role beyond publicity or press agency to identify and analyze emerging issues and evaluate alternative organizational responses. Rather than trying to manage the issue or the activists, they end up helping manage the organization's effort to contend with the problem. In so doing, the public relations manager becomes part of the reconciliation process as well as the accompanying communication effort. Without this forward-thinking and far-reaching involvement on the part of public relations, Jones and Chase (1979) contended, the corporation "may find itself unprepared to face issues that later invite adverse public policy decisions". As a result the CEO may simply turn to "outworn and traditional public relations defense mechanisms".

Hierdie benadering tot belangegroep sluit aan by Paulus se woorde in 1 Tess. 4:15 waar hy gelowiges maan om hulle te beywer vir die belang van medegelowiges en alle ander mense. Waar ongesonde organisasies belangegroep as bedreigend ervaar en dan 'n kompeterende en selfs aanvallende houding gaan inneem, is die houding van gesonde organisasies een van kompeterende samewerking. Hierdie bewuste samewerking dui op 'n instelling ten opsigte van verhoudings wat nie by ongesonder organisasies voorkom nie. Hulle is wel 'n bietjie kompetierend omdat organisasies hul nooit heeltemal van hul eie belang kan losmaak nie (Pauchant & Mitroff in Grunig & White, 1992:45), maar sien die ander nie as 'n bedreiging nie.

### **5.5.2 Gemengde motiewe in die simmetriese wêreldbeskouing**

Die beskouing dat skakelpraktisyns hul publieke ook as die naaste moet sien, van wie God die opdrag gegee het dat hulle hul naaste ook moet liefhê, met ander woorde, die breë beginsel van liefdevolle persoonsbehartiging (wat kan gestalte vind in oriënterende en fasiliterende persoonsbehartiging) lyk wêreldvreemd en onvanpas in die harde korporatiewe werklikheid. Dit lyk na 'n totaal onmoontlike eis.

Maar dit is ook wat kritici oor die simmetriese benadering van skakelwerk gesê het. Dié kritici van die simmetriese uitgangspunt vir skakelwerk, wat skakelpraktisyns en teoretici insluit, beweer dat die benadering onrealisties en idealisties is (Grunig & White, 1992:45). *Hulle gebruik die argument dat organisasies nie skakelpraktisyns in diens neem om weldoeners te wees nie, wat boonop ingee aan die buitestaanders met 'n ander agenda as die organisasie self nie.* Hierdie kritici is daarvan oortuig dat organisasies nie 'n skakelpraktisyn in diens neem wat op enige ander manier as vanuit 'n asimmetriese beskouing funksioneer nie (Grunig & White, 1992:46).

Dit is logies dat organisasies skakelpraktisyns in diens wil hê wat in hulle eie belang te werk gaan. Hulle wil nie sommer ingee aan buitestaanders nie, seker nie as hulle daarvan oortuig is dat die organisasies tog reg is nie. Grunig en White (1992:46) haal Tuleja (1985) aan wat skryf "... no responsible manager completely rejects return on investment ... Corporations are not charitable organizations". Maar mense in organisasies het verdeelde lojaliteite, tussen die organisasie en die samelewing. Dit is moontlik vir die "goeie ouens" om die "resies" te wen. "There is very good evidence that those who behave ethically toward their various constituencies are also those who make the most money" (Tuleja in Grunig & White, 1992:46). Hoewel 'n handige teenargument, plaas dit die klem te veel op die teleologiese en word die deontologiese geïgnoreer.

'n Ander term vir "verdeelde lojaliteite" is "gemengde motiewe" (Grunig en White, 1992:46). Skakelpraktisyns word in die algemeen eensydig gemotiveer deur hulle lojaliteit aan die organisasie waarvoor hulle werk, en andersydig deur die publieke wat deur die optrede van die organisasie beïnvloed word. Grunig en White (1992:46) is egter volledig daarvan oortuig dat hierdie gemengde motiewe nie die simmetriese benadering tot skakelwerk en die simmetriese wêreldbeskouing van 'n organisasie ongeldig en onrealisties maak nie. Tuleja (in Grunig & White, 1992:46) het verder skepties uitgewys dat die (deontologiese) Goue Reël ("Doen aan andere soos jy aan jouself gedoen wil hê") werk omdat dit 'n selfsugtige reël is. "The Golden Rule works not in spite of selfishness, but because of selfishness." Die reël is volgens hom selfsugtig omdat dit eis dat die mens eers moet dink hoe hy of sy self behandel sou wil word en dan andere op dieselfde manier behandel. Maar dié opdrag is tog net so verwoord omdat selfliefde eintlik 'n gegewe is.

Reeds in 1960 het Alvin Gouldner (in Grunig & White, 1992:46) 'n beginsel van wederkerigheid geformuleer wat hierby aansluit. Hy wys uit dat Aristoteles waargeneem het dat mense meer geneig is om goeie dinge te ontvang as wat hulle is om dit te gee. Mense is geneig tot egoïsme, 'n besorgdheid om die behoeftes van homself, maar nie uitsluitend nie. Daar is 'n sekere mate van altruïsme in egoïsme. "Egoism can motivate one party to satisfy the expectations of the other, since by doing so he induces the latter to reciprocate and satisfy his own."

Daarom kom Grunig en White (1992:46) tot die gevolgtrekking dat organisasies meer kry van wat hulle self wil hê as hulle ook sommige van hulle eie eise en wense prysgee.

Kritiek op die wederkerigheidsbeginsel is gebaseer op magsverskille. Wanneer een meer mag het as die ander, hoef hy nie van sy eie belange prys te gee nie, redeneer hulle (vgl. Gouldner, Rakow, Mallinson, & Pavlik in Grunig & White, 1992:46-47). Deel van die kritiek kan in die postmoderne era uitgeskakel word, omdat publieke in die samelewing meer mag gekry het, onder meer deur hulleself in belangegroep te organiseer. Gouldner (in Grunig & White, 1992:47) het 'n norm vir wederkerigheid ontwikkel wat die dilemma van magsverskille oplos. Die meeste morele kodes, volgens hom 'n norm dat wederkerigheid goed of nodig is, selfs wanneer organisasies kan kry wat hulle wil hê deur blote uitoefening van hulle mag. Organisasies wat hulle nie aan hierdie algemene norm steur nie, verloor die vertroue en geloofwaardigheid van die samelewing waarvan hulle deel uitmaak. Daarom, sê Grunig en White (1992:47), is uitnemende organisasies geneig daartoe om hierdie norm in hulle besigheidsetiek in te sluit. Die norm van wederkerigheid is wat algemeen bekend staan as sosiale verantwoordelikheid. Gouldner (in Grunig & White, 1992:47) verduidelik dit as volg:

The norm of reciprocity, however, engenders motives for returning benefits even when power differences might invite exploitation. The norm thus safeguards powerful people against the temptations of their own status; it motivates and regulates reciprocity as an exchange pattern, serving to inhibit the emergence of exploitive relations which would undermine the social system and the very power arrangements which had made exploitation possible.

Gouldner beweer dus dat die norm van wederkerigheid 'n sosiale sisteem stabiliseer. Wanneer van die aanname uitgegaan word dat andere die handeling van die "self" sal herhaal, is dit beter om mense eerlik en billik te behandel, self al is daar 'n magsverskil. Wederkerigheid hou byvoorbeeld ook in dat as 'n organisasie 'n publiek sleg behandel, dit logies is dat die publiek die organisasie vervolgens sleg gaan behandel. Daarom is die norm van wederkerigheid deel van die simmetriese benadering en ook onmisbaar in 'n uitnemende skakelwerk benadering (Grunig & White, 1992:48).

Daar is ook ander gemengde motiewe wat aandag verdien. Een daarvan is die effektiwiteit van 'n benadering. Ten slotte gaan dit tog vir die organisasie om die bereiking van sy doelwitte. Dozier en Ehling (1992:177) meen asimmetriese skakelwerk lewer nie die beste resultate lewer nie. Volgens hulle navorsing is asimmetriese skakelprogramme gedoem tot mislukking omdat manipulerende "gereedskap" nie opgewasse is vir skakelkundige

probleme nie. Op grond van hulle navorsing oor kommunikasie-effekte, maak hulle die gevolgtrekking dat simmetriese skakelwerk 'n groter kans het op die bereiking van doelwitte as asimmetriese benaderings, deels omdat simmetriese skakelwerk ander soort doelstelling het as asimmetriese skakelwerk en omdat hulle die kwessies wat in asimmetriese benaderings maklik kant toe geskuif word, tog aanspreek. Maar die belangrikste rede waarom hulle beweer dat die simmetriese benadering gewoonweg meer effektief is as die asimmetriese benadering, is omdat dit van die standpunt uitgaan dat die kennis, houding en gedrag van beide die bestuur van die organisasie en die van die publieke onderworpe is aan verandering. "Communication managers are more successful moving two parties closer together than concerting one party (publics) over wholly to the other party's (dominant coalition) perspective" (Dozier & Ehling, 1992:178). Die Christelike benadering tot skakelwerk wat in hierdie verhandeling voorgestaan word, naamlik om mense nader na mekaar te bring eerder as om in konfrontasie steeds na 'n "mededingende" voordeel te soek al bly die waarheid en goeie betrekkinge in die slag, is met ander woorde ook nie een wat as oneffektief afgemaak kan word nie. Hoewel die uitgangspunt hier deontologies begrond word, is die teleologiese dimensie, d.w.s. die uiteinde of resultate van sodanige skakelwerk, nie van geen belang nie.

Nadat Grunig en Hunt vir die eerste keer in 1984 die vier verskillende modelle vir skakelwerk geformuleer het, het verskeie navorsers in die skakelkunde navorsing gedoen oor die vier modelle in die praktyk. In 1992 het Grunig en Grunig (1992:258-325) navorsing oor die modelle geëvalueer en getoets of dit geldige en betroubare weergawes is van hoe skakelwerk vandag gedoen word. Hulle kom steeds tot die gevolgtrekking dat die simmetriese tweerigtingmodel die ideale normatiewe teorie is van hoe skakelwerk gedoen behoort te word. In die praktyk kom dit egter wel voor dat dit afwyk van suiwer simmetriese skakelwerk; dikwels is dit 'n kombinasie van simmetriese en asimmetriese skakelwerk. Dit doen egter nie afbreuk aan die simmetriese model as die ideaal waarna gestreef behoort te word nie. Hierop word weer teruggekom wanneer 'n praksologie vir 'n Christelik benadering tot skakelwerk aan die orde kom.

## **5.6 Die funksionele rol van skakelpraktisyns in organisasies**

By die inleiding tot hierdie hoofstuk is genoem dat skakelwerk nooit in isolasie plaasvind nie. Skakelwerk vind altyd binne die konteks van 'n organisasie plaas wat weer binne die konteks van 'n samelewing met verskillende publieke werksaam is (n.a.v. Van der Meiden,

1986:11, 26 en Grunig & White, 1992:42). Hierdie waarheid blyk ook baie duidelik uit die geskiedenis van die ontwikkeling van skakelwerk wat uitvoerig in hoofstuk 2 beskryf is. Die manier waarop skakelpraktisyns en organisasies te werk gaan, word ook grotendeels bepaal deur die vooronderstellings wat hulle het ten opsigte van hulle plek binne hierdie (veranderende) konteks.

Die vier modelle vir skakelwerk funksioneer op 'n meso-(organisasie) vlak. In hierdie hoofstuk (5.5-5.6) is telkens verwys na die belangrikheid van die organisasie waarbinne die skakelpraktisyn werk. Organisasies is nie neutraal nie. Ook organisasies (of dan die dominante beleidmakers en –voerders) het lewens- en wêreldbeskouwike vooronderstellings wat die werking daarvan bepaal. Skakelpraktisyns doen nie hul werk in 'n lugleegte nie, maar binne 'n bepaalde maatskappykultuur. Dit het ook uitwerkinge op die mikrovlak, m.a.w. die vlak van die skakelpraktisyn self. Hulle werk vir 'n bepaalde organisasie of onderneming, en die verwagtings van hul werkgewers het ook 'n invloed op hoe hulle hul werk sien en op die wyse waarop hulle hul dae deurbring (Hage in Dozier, 1992:345). Navorsing aan die Universiteit van Maryland het empiriese verbande aangetoon tussen die funksionele rolle van die skakelpraktisyn en die vier modelle vir skakelwerk (Dozier, 1992:345).

Die werk van Dozier (as lid van die sg. *excellence*-projek, 1992:327-355) steun onder meer op die van Cutlip, Center en Broom (1985)<sup>12</sup>. Hulle was van die eerstes om te beweer dat skakelpraktisyns in organisasies rolle en bypassende gedragspatrone aanneem om bepaalde situasies te hanteer en aan verwagtinge te voldoen. Hulle gebruik vier modelle om die benaderings wat skakelpraktisyns in die praktyk volg te beskryf. Skakelpraktisyns vervul soms al hierdie rolle in 'n mindere of meerdere mate, maar by elke skakelpraktisyn is een van hierdie rolle dominant. Die dominansie van 'n rol ontstaan in die praktyk waar skakelpraktisyns gekonfronteer word met verskillende situasies (waaronder die personeelposisie van die skakelafdeling) en mense. Dit word dus deur die eie lewens- en wêreldbeskouing beïnvloed maar ook dié van die organisasie (vgl. Dozier, 1992:331). Ook die funksionele dimensie van die skakelpraktisyn se werk is dus belangrik wanneer die vraag na 'n Christelike benadering tot die beroep gevra word.

---

<sup>12</sup> Dit geld ook vir hulle afsonderlike bydraes (vgl. Cutlip & Center, 1971; Broom, 1986; Broom en Dozier, 1983, 1985 & 1986 asook Broom & Smith, 1978 & 1979)

### 5.6.1 Kundige voorskrywers

Cutlip en Center (in Dozier, 1992:329) het hierdie rol vir die eerste keer in 1971 geïdentifiseer. Dit is die rol van die ingeligte skakelpraktisyn. Sulke skakelpraktisyns word gesien as die persoon met die meeste kennis oor skakelwerkkwessies en daarom ook die bekwaamste om skakelwerkprobleme op te los. Soos by 'n dokter-pasiënt-verhouding, skryf die skakelpraktisyn aan bestuur voor (Dozier, 1992:329; Cutlip et al, 1985:68).

Bestuurslede van 'n organisasie of die kliënt is daarmee tevrede om hul probleme en die oplossing daarvan aan die "kundige" oor te laat en verval self in 'n taamlike passiewe rol. Die kundige skakelpraktisyn moet die probleem definieer, die skakelplan ontwikkel en ook nog die verantwoordelikheid dra vir die implementering daarvan (Cutlip et al, 1985:68).

Sommige skakelpraktisyns word verlei om hierdie posisie as dominante rolspeler te aanvaar. Dit vervul in hulle behoeftes aan erkenning. Hulle wil graag gesien word as die kundige wat die hoogste gesag op 'n bepaalde gebied het. Hulle kan daarom bepaal wat gedoen moet word en ook hoe dit gedoen behoort te word. Vir die bestuur en kliënt is dit ook aantreklik om van die skakelpraktisyn 'n kundige voorskrywer te laat wees — alles darem binne redelike perke. Hulle voel gerusgestel dat hulle hul nie verder met die probleme hoef te bemoei nie, aangesien hulle dit reeds in die hande van 'n kundige oorgelaat het (Cutlip et al, 1985:68). Dit veroorsaak ook dat die bestuur die skakelplan sien as iets wat aan die skakelpraktisyn "behoort" (Argyris, in Dozier, 1992:330).

Daar is egter ook 'n hele aantal nadele hieraan verbonde. Die eerste en belangrikste hiervan is seker dat die ander werknemers in die organisasie nie mede-verantwoordelik vir die oplossing van die probleem gaan beskou nie. Hulle voel geen noodsaak om saam te werk aan die oplossing van 'n probleem nie. 'n Ander slag is dat die insette van kollegas en andere nie as belangrik beskou word nie. Die kundige voorskrywer "weet self wat gedoen moet word". Die skakelpraktisyn kom daarom telkens alleen voor die probleem te staan. Maar dit is heel seldsaam dat 'n skakelkundige probleem van so 'n eenvoudige aard is dat die skakelpraktisyn dit vinnig en alleen kan oplos. Die kans is dat kollegas wat nie van die begin af by die probleemoplossingsproses betrek is nie, ook nie gemotiveerd sal wees om die plan te help slaag nie.

Daardeur kom skakelwerk in 'n sy eie kompartement te staan en is integrasie moeilik. Die uiteinde van die saak sal waarskynlik wees dat die kundige voorskrywer se kollegas hom

of haar sal verkwalik omdat hulle nie hul werk (of dan hulle persepsie van wat skakelwerk inhou), na behore sou doen nie. So 'n rolspeler tree eintlik as 'n tipe brandweerman op wat moet ingryp en vure doodslaan wanneer sake skeefloop, maar het geen aandeel gehad aan die oorspronklike beplanning van die gedoemde optrede nie. Dit lei tot 'n wedersyds onbevredigende situasie. Dus bloot pragmaties beskou kan dit nie as die ideale funksionele rol vir die skakelpraktisyn beskou word nie.

Uit hierdie beskrywing kan die afleiding gemaak word dat dit 'n soort funksionele rol is wat by 'n organisasie met 'n asimmetriese lewens- en wêreldbeskouing pas. (Dozier [1992:330] kom tot dieselfde gevolgtrekking.) In die eerste plek is hier duidelik sprake van 'n geslotesisteembenadering. Elkeen bepaal hom by sy eie take en bemoei hulle nie met mekaar se werk nie. As daar 'n "skakelkundige" probleem is, moet die kommunikasiepraktisyn dit oplos. Die verskillende interne publieke van 'n organisasie aanvaar nie saam verantwoordelikheid vir die probleem nie; daar is nie ruimte vir 'n lewendige debat, die deurwerk van konflik of uitwisseling van idees nie. Verder is die hiërgargiese stuktuur ook sigbaar. Iemand van hoë kundigheid neem 'n besluit wat dus afwaarts toegepas word.

Die probleem wat die rol van die kundige voorskrywer inhou, ontstaan dus reeds ten diepste op die wêreldbeskoulike vlak van die organisasie en kring uit tot in die praktiese uitvoering van skakelwerk. Hoewel allerlei praktiese verskonings en redes vir hierdie benadering geopper kan word, bly dit 'n benadering met 'n dieper motivering — en daarom een wat nie sonder meer aanvaar kan word nie.

### **5.6.2 Kommunikasietegnici**

Volgens Cutlip et al (1985:68) begin meeste kommunikasiepraktisyns as tegnici in die veld. Soos wat hulle pligstaats aandui, word meeste aanvanklik in diens geneem omdat hulle oor bepaalde kommunikasie- en joernalistieke vaardighede beskik en ervaring het van die massamedia (Cutlip et al, 1985:68, Dozier, 1992:330). Broom (in Dozier, 1992:330) koppel hierdie model aan die inhuus-joernaliste van die openbare inligtingsmodel. Hulle kan nuusbriewe skryf en redigeer, persverklarings uitreik en inligting aan die massamedia deurgee. Junior skakelpraktisyns wat hierdie tipe werk doen, is selde betrokke by die definiering en oplossing van 'n skakelkundige probleem. Hulle is besig met die voorbereiding en produksie van kommunikasiemedie sonder dat hulle altyd bewus is



van die motivering agter die produksie of die beoogde resultate daarvan. Dit het tot gevolg dat hulle kommunikasie as 'n einddoel opsigself gaan beskou en nie meer as 'n middel tot 'n doel nie (vgl. die openbare inligtingsmodel, 5.4.2).

Die effektiwiteit van die kommunikasie berus daarom by die bevoegdheid van ander kommunikasiebestuurders om die probleem (in konsultasie met ander kollegas) akkuraat te definieer en strategiese besluite te neem om die probleem op te los — of, beter nog, die proses van probleemoplossing te fasiliteer. Baie berus ook op hulle vermoë om dit aan hulle ondergeskiktes te kommunikeer. Die meeste skakelpraktisyns begin nie alleen as kommunikasietegnici nie, maar bestee ook baie tyd aan die tegniese aspekte van kommunikasie (Cutlip et al, 1985:69). Dit sluit onder meer die skryf van nuusbriewe, pamflette, artikels, advertensies ens. in. Hulle is ook verantwoordelik vir die redigering van publikasies, die hantering van mediabetrekkings en mediaplasinge, die organisasie van spesiale gebeurtenisse (bv. konferensies, ope-dae ens.), openbare redevoering, produksie van kommunikasiemateriaal, navorsing en selfs opleiding van ander personeel om in die openbaar op te tree, toesprake te maak en die media te hanteer (Cutlip et al, 1985:64). Kommunikasietegnici is veral belangrike rolspelers in organisasies wat 'n publiseitsmodel en openbare inligtingsmodel vir skakelwerk volg. Waar daar nie 'n senior skakelkundige is wat bo hierdie tegniese aktiwiteite uitstyg nie en deel van die bestuur vorm nie, sal alle strategiebeplanning en probleemoplossingsbesluitneming heeltemal buite om die skakelafdeling gedoen word en die skakelpraktisyn bloot opdragte ontvang (Dozier, 1992:330-331).

Dat die tegniskusrol gewild by organisasies is, blyk onder meer uit die hoeveelheid instansies wat 'n tegniese opleiding tot skakelpratisyn aanbied (vgl. Holtzhausen & Verwey, 1996:41). Junior skakelkundiges tree toe tot die bedryf op grond van hul tegniese kennis (bv. rekenaarvaardighede). Dit is verder 'n benadering wat aansluiting vind by postmodernisme omdat dit alleen geïnteresseerd is in die oppervlak van skakelwerk en in die tegniese uitvoering daarvan. Wanneer 'n skakelpraktisyn egter deur hierdie tegniese take alleen ingesluk word, of dit as sy enigste taak in die organisasie sien, kan skakelwerk nooit tot sy volle reg kom nie. Die organisasie is daardeur ook armer, omdat hulle nie die vrugte kan pluk van 'n omvattende skakelplan en -beleid nie. Eers wanneer die skakelpraktisyn betrokke is by die hele besluitnemingsproses van 'n organisasie, kan skakelwerk tot sy reg kom en kan so 'n organisasie ook al die voordele geniet van goed

geoliede skakelwerk. Dan kan ander aspekte soos die sosiale verantwoordelikheid van 'n organisasie ook tot sy reg kom. Die skakelpraktisyn wat so betrek word, kan nie as 'n "Hansie-my-kneg" afgemaak word nie. Hierdie gevolgtrekking kom ook ooreen met dié van Judd (in Grunig & Grunig, 1992:296), naamlik dat kommunikasietegnici veral asimmetriese, en kommunikasiebestuurders veral simmetriese skakelwerk toepas. Anders gestel: dit is makliker vir 'n bestuurder om simmetriese skakelwerk toe te pas as vir 'n blote kommunikasietegnikus.

Dit spreek vanself dat kommunikasie alleen in die ware sin van die woord simmetries kan wees, as die skakelaktiwiteite bestuursmatig gehanteer word. Die hoof van die skakelafdeling (en ander senior skakelkundige kollegas, indien toepaslik) moet deel wees van die besluitnemingsproses. Die rol van kommunikasietegnikus *wat buite dié bestuursmatige benadering funksioneer*, pas verder by die asimmetriese wêreldbeskouing omdat dit by 'n geslote sisteembenadering pas. Kommunikasiebestuurders wat hulle met die besluitneming bemoei, bring verandering in die status quo te weeg. Mense wat 'n asimmetriese beskouing het, verkies die handhawing daarvan. Kommunikasiebestuurders vorm daarom 'n bedreiging vir die status quo en stabiliteit, terwyl die "tegniese", nie-bestuursmatige benadering, geen bedreiging vorm nie (vgl. ook Dozier, 1992:344). Volgens Chase (1999:14) is skakelpraktisyns wat hulself slegs as skrywer, redigeerder, navorser en mediaproducent sien, besig om die verantwoordelikheid wat hulle het teenoor hul publieke, organisasie en profesie het te ontken (vgl. White en Mazur 1994:6).

### **5.6.3 Kommunikasiefasiliteerders**

Skakelpraktisyns wat hulself (of die skakelafdeling) bloot as kommunikasiefasiliteerders beskou, sien hulself as die "groot versoener" binne 'n organisasie. Hulle het 'n gewillige luisterende oor en doen mededeling aan die publieke. Hulle is die brug tussen die organisasie en sy publieke en tree dikwels op as vertaler of middelman tussen die twee. Hulle sien hul belangrikste taak as die onderhouding van tweerigtingkommunikasie om uitruil van inligting moontlik te maak. Die doel daarvan is om vir die organisasie sowel as vir die publieke die inligting te gee wat hulle nodig het om met mekaar om te gaan en om besluite in die belang van albei partye te neem (Cutlip et al, 1985:69, Dozier, 1992:330).

Praktisyns wat hulle self as kommunikasiefasiliteerders sien, sal vind dat hulle optree as bronne van inligting en "amptelike kanale" tussen die organisasie en sy publieke. Hulle

beskou dit ook as baie belangrik om moontlik struikelblokke tussen 'n organisasie en sy publieke te verwyder en die kommunikasiekanale oop te hou. Hulle tree op as skeidregters van die interaksie en stel die agenda van besprekings vas. Wanneer die twee partye met mekaar kommunikeer, doen die skakelpraktisyn die opsommings (notule), vra om reaksie van die deelnemers en help oor die algemeen bloot om die kommunikasie glad te laat verloop. In wese vorm die skakelpraktisyn dus die skakel tussen 'n organisasie en sy publieke. Vir baie skakelpraktisyns sal dit die ideale rol wees. Die nadeel hiervan is egter dat die skakelpraktisyn dan primêr op die gewaande en werklike kommunikasieprobleme fokus en nie op die groter belangriker kwessies wat verband hou met beleid, prosedures en die optrede van 'n organisasie nie (Cutlip et al, 1985:69). Volgens Dozier (1992:330) word hierdie rol op mikrovlak in die mesovlak gereflekteer in die openbare inligtingsmodel.

#### **5.6.4 Fasiliteerder van die probleemoplossingsproses**

'n Skakelpraktisyn wat homself as die fasiliteerder van die probleemoplossingsproses sien, werk saam met ander bestuurders in die organisasie. Hulle lei die bestuurders sistematies vanaf die definisie van kommunikasie- en skakelkundige probleme tot by die oplossings daarvan. Samewerking en konsultasie begin by die eerste vraag en strek veel verder. Saam gaan skakelpraktisyns en hul kollegas van ander afdelings te werk in 'n poging om die probleem te diagnoseer, 'n plan te bedink, te implementeer en te evalueer. Praktisyns wat hierdie rol vervul, fasiliteer 'n proses van probleemoplossing. As staffunksionarisse lewer hulle die grootste bydrae tot die bepaling van die inhoud van die skakelplan en die implementering daarvan omdat hulle diegene is met die meeste kennis en die mees direk betrokke is by die organisasie se kommunikasiebeleid, -prosedures en -optrede. Hulle het ook die vermoë om verandering in die organisasie aan te bring, maar is geen lynbestuurders nie.

Skakelpraktisyns se inset in die hele proses is onontbeerlik; daarsonder sal die bestuurders waarskynlik oningelig wees oor die programdoelwitte en ook geen entoesiasme vir die implementering van die skakelplan hê nie. Hier blyk die verskil met die rol van die kundige voorskrywer duidelik — voorskriftelikeheid lei tot passiwiteit by bestuur. Waar die skakelpraktisyn nie deel is van die bestuurs- en besluitnemingsspan van 'n organisasie nie, raak die organisasiedoelwitte en die skakeldoelwitte stelselmatig los van mekaar. Integrasie daarvan is nodig vir die optimale benutting van skakelwerk binne 'n organisasie (Cutlip et al, 1985:68, Dozier, 1992:330). Tog moet steeds in die oog gehou

word dat die skakelpraktisyn (in dié geval die hoof van die skakelafdeling) nie 'n lynbestuurder is wat basiese koers van die organisasie bepaal nie, maar in terme daarvan moet optree (Cutlip et al, 1985:81).

Die fasiliteerder van die probleemoplossingsproses adviseer die bestuur, maar het nie self die gesag of mag om veranderinge aan die organisasie self aan te bring nie (Cutlip et al, 1985:69, Dozier, 1992:330). Die fasiliteringsproses behels soms moeilike werk en neem ook baie tyd. Op lang termyn is dit egter wel die beste manier. Daar is reeds aangevoer dat oplossings waarby die bestuur direk betrokke was, beter werk. Oplossings wat deur kundiges voorgeskryf word, laat die bestuur "unenthusiastic about the results, divided among themselves on key decisions, and unable to develop commitment" (Baker & Shaffer in Dozier, 1992:330). Omdat hierdie die enigste werklik integrale benadering tot skakelwerk in 'n organisasie is, is dit die benadering wat van uit 'n funksionele siening ook die mees ideale is. Hierdie funksionele rol is volgens Dozier (1992:330) en Grunig en Hunt (in Dozier, 1992:330) essensieel binne organisasies wat volgens die simmetriese tweerigtingmodel vir skakelwerk te werk gaan. Skakelpraktisyns wat hulself sien as die fasiliteerder van die probleemoplossingsproses lewer 'n bydra om die organisasie en publieke nader na mekaar toe te bring. Dit sluit aan by die stelling van Dozier en Ehling (1992:178) dat hierdie soort optrede die mees effektiewe vorm van skakelwerk is omdat die skakelpraktisyn daarvan uitgaan dat sowel die organisasie as die publieke onderwerpe is aan verandering. Dit pas volledig in by die konsep van simmetriese tweerigtingskakelwerk en versterk hierdie oorkoepelende model wesenlik.

In die lig van bogenoemde, lê dit voor die hand om die term *fasiliterende persoonsbehartiging* binne die skakelkundige konteks te gebruik. *Daarmee word nie 'n afdoende, allesverklarende term geskep nie, maar dit kan saam met ander begrippe (soos liefdevolle persoonsbehartiging) die waardebelaaide taak van die Christenskakelpraktisyn duideliker maak* (Froneman, 2000). Dit onderskei in alle geval die ideale benadering van die ander drie funksionele rolle, wat elk ernstige eensydigheid toon.

## **5.7 Die sosiale rolle wat skakelpraktisyn vervul**

Uit die voorafgaande blyk konsepte soos gemeenskap, sosiale sisteem, sosiale verantwoordelikheid en fasilitering belangrik vir skakelwerk te wees. Dit lê dan voor die

hand dat die meeste skakelpraktisyns en skakelkundiges vooronderstellings oor skakelwerk se sosiale rol het, al sou hulle dit nie altyd kan verwoord of duidelik bewys wees daarvan nie. Sommige van hierdie vooronderstellings bevorder, volgens Mersham, Rensburg en Skinner (1995:41 — n.a.v. Grunig & White, 1992:51) die beoefening van uitnemende skakelwerk terwyl ander vooronderstellings dit juis weer teëwerk. Sommige van hierdie vooronderstellinge oor die sosiale rol van skakelwerk is ook simmetries terwyl ander weer asimmetries is.

Die mesovlak (vier modelle) en mikrovlak (funksionele rolle) van 'n organisasie waar kommunikasie uitgevoer word, het reeds aan die orde gekom. Die sosiale rolle het te make met die makrovlak. Die makrovlak is die vlak van strategiese omgewingsbestuur (vgl. Holtzhausen & Verwey, 1996:40). Die sosiale rolle het spesifiek te make met die vooronderstellings wat ten opsigte van die makrovlak bestaan. *Hierdie aspek is van besondere belang waar in hierdie studie juis ook na makroperspektiewe gesoek word wat uiteindelik op meso- en mikrovlak relevansie het en 'n verskil kan en moet maak.*

Wat is die vooronderstellings van skakelpraktisyns ten opsigte van hul omgewing, en watter invloed het dit op die beoefening van skakelwerk? Dra dit by tot die beoefening van uitnemende skakelwerk, of werk dit dit juis teen? Lê die probleem nie juis hier nie, soos in 'n Suid-Afrikaanse studie bevind is (vgl. Holtzhausen & Verwey, 1996:35).

Die pragmatiese, neutrale, konserwatiewe, radikale, kritiese en idealistiese sosiale rolle vir skakelwerk word vervolgens kortlik bespreek. Ook daaruit kan insigte gehaal word (soms juis vanweë die onaanvaarbaarheid daarvan) wat kan help in die formulering van 'n eie Christelike visie op skakelwerk.

### **5.7.1 Die pragmatiese sosiale rol**

Skakelpraktisyns vervul meer dikwels 'n pragmatiese sosiale rol binne 'n organisasie. Hulle doen gewoon wat die organisasie van hulle verwag. Die gevolg hiervan is resultaatgeoriënteerde skakelwerk, maar dan resultate van 'n bepaalde tipe. Die uitgangspunt is dat skakelwerk 'n nuttige, ondersteunende taak is wat bydra tot die bereiking van 'n organisasie se doelwitte (Mersham et al, 1995:42). Hierdie sosiale rol sluit dus op

mikrovlak aan by die kommunikasietegnikus as funksionele rol. Dieselfde kritiek wat van toepassing is op die kommunikasietegnikus-benadering (kyk 5.6.2) is ook hier geldig.

Volgens aanhangers van die pragmatiese sosiale rol, is die doel van skakelwerk primêr om die kommersiële aktiwiteite van 'n organisasie te ondersteun. Die skakelafdeling in só organisasie werk daarom ook nou saam met die bemarkers van die organisasie en word ook maklik as deel van die bemarkingsafdeling beskou. Hulle sien die "publiek" uitsluitend as hulle klante en beskou kompetisie as iets wat geneutraliseer moet word (Mersham et al, 1995:42). Op makrovlak is dit hulle doel om die omgewing by die organisasie te laat aanpas. So het Holtzhausen (in Holtzhausen & Verwey, 1996:44) bevind dat dit 'n uitgangspunt is wat lei tot asimmetriese skakelwerk (sy noem dit die ooredingsmodel vir skakelwerk). Uitgangspunte hiervan is dat die organisasie strategiese omgewingsbestuur toepas met die doel om die omgewing te kontroleer. Skakelwerk word gebruik om die waardesisteem van die organisasie op die omgewing oor te dra. Dit sluit aan by 'n geslotesisteembenadering, of 'n oopsisteem met die doel om die omgewing te domineer. Die doel van skakelwerk is dan om dominansie te verseker. Organisasies waar so 'n model aanvaarbaar en selfs wenslik is, is dié wat graag outonoom in die omgewing wil wees, met so min moontlik beperkinge en ook so min as moontlik kompetisie. Sulke organisasies het ook 'n outokratiese en nie-deelnemingsgesinde organisasiekultuur. Op mesovlak sluit die pragmatiese sosiale rol aan by 'n asimmetriese model vir kommunikasie.

Volgens Mersham, Rensburg en Skinner (1995:42) is hierdie benadering heel selde effektief en kan dit ook nie as uitstekende skakelwerk beskou word nie. Dit het te make daarmee dat die studies van onder meer Grunig et al (1992) uitgewys het dat asimmetriese benaderings in die algemeen selde effektief is omdat die praktyk uitgewys het dat "organizations get more of what they want when they give up some of what they want" (Grunig en White, 1992:39) (vgl. 5.4.3).

Prinsipieel beskou is die pragmatiese rol onaanvaarbaar omdat dit geen hoër ideaal stel as bloot die bereiking van enger maatskappydoelwitte (soos hoër winste) nie. Dit verreken nie die organisasie se sosiale rol verder as die oppervlak nie en laat min indien enige

ruimte vir skakelpraktisyns om as geroepe mense 'n dieper, sosiaal verantwoordelike taak te verrig.

### 5.7.2 Die neutrale sosiale rol

Saam met die pas bespreek te rol, kan die enigsins akademiese siening van skakelwerk as neutrale aktiwiteit genoem word (vgl. Grunig & White, 1992:53; Mersham et al, 1995:43). Diegene met hierdie vooronderstelling beskou skakelwerk as 'n neutrale studieonderwerp. Hulle fokus op temas soos die motivering van 'n organisasie in die uitvoering van skakelwerk, die doelwitte en doelstellings van die skakelwerk en die effek van skakelwerk. In sommige gevalle gaan hulle ook daarvan uit dat hulle interpretasie van skakelwerk neutraal is en dat skakelwerk self 'n neutrale tegniek is (vgl. Mersham et al, 1995:43). In die loop van hierdie ondersoek is telkens geargumenteer dat dit nie die geval kan wees nie. Mersham et al (1995:43) beweer selfs dat dit in die wetenskapsfilosofie reeds algemeen aanvaar word dat aspekte wat in die skakelwerk voorkom *nie neutraal kan wees nie*. Wêreldbeskouing en waardes beïnvloed alle teorieë (vgl ook die kritiek op 'n positivistiese en neutrale benadering deur o.a. Max Weber, die Frankfurterskool en nieu-Marxiste [in Jansen, 1989:6-13] asook die kritiek wat oor dekades heen deur Potchefstroomse akademici soos H. G. Stoker (1970:45-122), M. Elaine Botha (1993:58-72) en B.J. van der Walt (1999:529-588) op die mite van neutrale wetenskapsbeoefening (en die praktyk wat bestudeer word) uitgespreek is.

Geen beroep en ook nie die skakelkundige beroep is 'n neutrale terrein nie. Veral die beroep van die skakelpraktisyn, wat elke dag met mense kommunikeer en waarin kommunikasie met ander mense sentraal staan (Van Ruler, 1996:30-31) is waardegelaai. Kommunikasie as 'n studieobjek is 'n menswetenskap. Die kommunikasiewetenskap (en – praktyk) is nie 'n liggaam van kontingente en neutrale feite wat gekaart kan word nie, dit moet eerder gesien word as die kreatiewe uitinge/skeppinge van mense (na aanleiding van Christians & Carey, 1981:346).

### 5.7.3 Die konserwatiewe sosiale rol

Met die konserwatiewe sosiale rol as onderliggende vooronderstelling by die beoefening van skakelwerk, is die doel van skakelwerk om die status quo binne 'n organisasie te

handhaaf (wat tiperend is van asimmetrie binne organisasies), in die eerste plek omdat skakelpraktisyns die geslote sisteem van hul organisasies in stand (moet) probeer hou. Veranderinge word met weerstand begroet en die tradisie van die organisasie is belangriker as innovasie). Tedlow (in Mersham et al, 1995:42) beskryf sulke skakelwerk as 'n "verdedigingsmeganisme vir politici" terwyl Pimlott vyf dekades gelede (in Mersham et al, 1995:42) krities beweer het dat skakelpraktisyns bloot die sosiale posisie en voorregte verdedig en regverdig van diegene in ekonomiese magposisies. Hy het skakelpraktisyns ook "articulate apologists" vir 'n sosiale sisteem wat in wese op onregverdige ongelykhede gebaseer is. 'n Meer moderne weergawe hiervan is die boek van Lesly (in Mersham et al, 1995:42) "*Overcoming opposition*", waarin hy verduidelik hoe skakelwerk gebruik kan word om bedreiging van die *status quo* af te weer. (Uiteraard sal niemand wat hierdie benadering toepas dit openlik erken nie.) Op mikrovlak is hier raakvlakke te bespeur met die kommunikasietegnikus as funksionele rol, omdat die organisasie reeds die doelwitte vasgestel het voordat die hulp van die kommunikasiekundige ingeroep word. Op mesovlak bied dusdanige vooronderstellings ruimte vir die openbare inligtingsmodel of die asimmetriese tweerigtingbenadering tot kommunikasie.

In die praktyk lei 'n konserwatiewe visie op die sosiale rol van skakelpraktisyns tot 'n verdedigende en beskermende houding van skakelpraktisyns ten opsigte van die belange van hul organisasie of kliënte (Mersham et al, 1995:42). Dit kom ook ooreen met Holtzhausen (in Holtzhausen & Verwey, 1996:44) se bevindinge ten opsigte van die doel van kommunikasie van organisasies op 'n makrovlak. Dit is weer eens die doel om die omgewing te domineer en skakelwerk wat gebruik word om die omgewing te probeer domineer. Hierdie sosiale rol is uiteindelik nie effektief nie en ook uit 'n Christelike perspektief prinsipieel nie gewens nie. Die Christenskakelpraktisyn sal eerder die foute en probleme in die organisasie help uitwys en regstel. Erkenning van ook die eie foute sit aan die hart van 'n Bybelsgefundeerde benadering; konserwatisme is, in hierdie konteks, die teenpool daarvan en het gewoon nie 'n oop oog vir die naaste nie (Froneman, 2000).

#### **5.7.4 Die radikale sosiale rol**

Die radikale sosiale rol veronderstel dat skakelwerk veranderinge binne die organisasie en sy omgewing te weeg moet bring. 'n Skakelpraktisyn vervul hierdie rol deur die perspektief van 'n buitestaander op die organisasie en sy interne funksionering te bied. Skakelwerk



dra by tot sosiale verandering deur inligting te verskaf wat in openbare debatte gebruik kan word en deur kontak tussen groepe in die samelewing te bewerkstellig wat sosiale probleme kan oplos (Mersham et al, 1995:42).

Skakelpraktisyns met hierdie idee van hulle sosiale rol sien kennis en inligting ook as mag wat gebruik kan word om verandering te weeg te bring (Mersham et al, 1995:42).

Goldhaber et al (in Mersham et al, 1995:42) beweer byvoorbeeld dat die mag en invloed binne organisasies nou tot groot hoogte by skakelpraktisyns berus wat inligting oor die omgewing aan die besluitnemers van die organisasie oordra. Hofstede (in Mersham et al, 1995:43) sluit hierby aan. Hy beweer dat skakelpraktisyns verandering in organisasies te weeg moet bring om die organisasie by die veranderinge in verwagtinge van die publieke aan te pas.

Die radikale en die konserwatiewe uitgangspunt hou in dat die skakelpraktisyn kommunikasie gebruik om 'n definitiewe effek op die samelewing te hê. Skakelwerk word gesien as 'n instrument wat gebruik kan word in die stryd tussen opponerende sosiale groepe (Mersham et al, 1995:43).

Die benadering is ook nie simmetries nie. Soos die konserwatiewe sosiale rol, gaan hierdie benadering ook uit van die vooronderstelling dat organisasiekommunikasie 'n kragtige effek op 'n gemeenskap of organisasie kan hê. Hier heers dus 'n groot vertroue in die vermoë van organisasiekommunikasie. Kommunikasie word gesien as 'n instrument in die oorlog tussen opponerende sosiale groepe. In die konserwatiewe benadering word dit ingespan ter verdediging van die organisasie en om te verkry wat die organisasie wil hê. Die skakelpraktisyn wat die radikale sosiale rol vervul, gebruik dit weer om die doelwitte van die publieke te verkry ten koste van die organisasie. Hier word kommunikasie gebruik om die organisasie te laat verander sonder dat die publieke bereid is om te verander, die organisasie moet volkome by die verwagtings van die publieke aanpas (Mersham et al, 1995:43).

Op mesovlak is hier dus weer sprake van 'n asimmetriese model vir kommunikasie terwyl op mikrovlak sprake kan wees van kommunikasiefasiliteerders. Hulle vorm die brug tussen die organisasie en die publieke, maar is in wese "in diens van" die publieke. Hoewel hier 'n

mate van simpatie met hierdie benadering kan wees, is dit twyfelagtig of dit toegelaat sal word. Maar uiteindelik is dit asimmetries van aard en gedoem tot vernietigende konflik met bestuur.

### **5.7.5 Die kritiese sosiale rol**

Skakelkundiges wat daarvan uitgaan dat skakelpraktisyns 'n kritiese sosiale rol behoort te vervul, sien organisasies as gekonstrueerde sisteme wat saamgestel (gekonstrueer) kan word, afgebreek (gedekonstrueer) kan word en verander (gerekonstrueer, herkonstrueer) kan word. Die fokus van hulle werk is die swak etiek en negatiewe sosiale gevolge van skakelwerk. Sommige analiseer skakelwerk vanuit 'n politieke oogpunt en toon dan aan hoe dit gebruik word om die ongelykheid in die gemeenskap onveranderd te hou en die politieke magstrukture op hul plek te hou. Navorsers en denkers wat van hierdie uitgangpunt uitgaan, wissel van Marxiste tot post-moderniste (Mersham et al, 1995:43-44).

Die kritiese sosiale rol is 'n voortvloeiende van die kritiese teorie wat die kapitalistiese gemeenskap kritiseer as gevolg van die onderdrukkende effek daarvan op die gewone burgers in die samelewing, d.w.s. die mense wat nie mag het nie. Die kritiese teorie beklemtoon die behoefte om mense te bevry van die slawerny en hulle te help om hulle menslike potensiaal te realiseer. In 'n sekere sin deel hulle die Christelike ideaal. Hulle wil ook dat mense tot hulle reg kom en hulle potensiaal ontwikkel, maar vir die Christen is dit 'n Godgegewe potensiaal te wyl aanhangers van die kritiese teorie dit in die mens self soek. Die doel van die kritiese sosiale rol is om die bestaande orde te vervang met 'n orde sonder die beperkings en struikelblokke van sy voorganger en so die algemene omstandighede vir die mense te verbeter ("to improve the human condition") (Jansen, 1989:65).

In die kapitalistiese samelewing gebruik die bestaande orde die massamedia om hierdie orde in stand te hou. Volgens aanhangers van die kritiese teorie moet die media en kommunikasie gebruik word om twee doele te verwesenlik. Dit moet die gewone lede van die samelewing oproep om teen die bestaande orde in opstand te kom en tweedens moet dit dien as 'n instrument om mense te help om hulle potensiaal te ontwikkel (Jansen, 1989:66). Weer eens kan opgemerk word dat daar veel steek in die kritiese teorie se blik op skakelwerk en kommunikasie, maar dat dit nodig is om vanuit eie vertrekpunte 'n Christelike visie op skakelwerk te formuleer.

### 5.7.6 Die idealistiese sosiale rol

Binne die simmetriese tweerigtingbenadering het die skakelpraktisyn 'n idealistiese sosiale rol. Die idealistiese vooronderstellings in skakelwerk kom voor in die etiese kodes en gedragskodes van organisasies en verenigings vir skakelpraktisyns en skakelkundiges, in definisies van die skakelwerk, voordrae wat tydens konferensies oor skakelwerk gehou word en in dit wat deur akademici oor die vak geskryf word. Hierdie beskouing hou in dat skakelwerk in die openbare belang is en dat dit wedersydse begrip tussen 'n organisasie en sy publieke bevorder. 'n Verdere idealistiese vooronderstelling is dat skakelwerk bydra tot 'n ingeligte debat oor kwessies in die gemeenskap en dat dit dialoog fasiliteer tussen 'n organisasie en sy publieke (Grunig & White, 1992:53, vgl. ook Mersham et al, 1995:43).

Die samelewing is volgens hierdie beskouing op kompromie gegrond en op die vreedsame oplossing van konflik tussen groepe in die samelewing. Dit veronderstel 'n pluralistiese en progressiewe samelewing. Daarmee word veronderstel dat 'n verskeidenheid van menings en die versoening daarvan met mekaar tot sosiale vooruitgang lei (Grunig & White, 1992:53, vgl. ook Mersham et al, 1995:43).

Met ander woorde: die siening van idealistiese sosiale rol vir skakelpraktisyns berus op 'n beginsel van wederkerigheid en hierdie beginsel maak dit moontlik vir die skakelpraktisyn om die rol te vervul wat by die simmetriese tweerigtingbenadering vir skakelwerk pas. Volgens Grunig (Grunig & White, 1992:53) is die idealistiese sosiale rol die een wat die beste binne 'n uitstekende model vir skakelwerk pas.

Realisties gesproke, is die idealistiese benadering nie elke dag en in elke situasie moontlik nie. Daar kan ook die voorbehoud gestel word dat die idealistiese benadering iets van die ou negentiende-eeuse vooruitgangsoptimisme koester. Tog kan vanuit die Christelike benadering wat tot hier voorgehou is nie anders geargumenteer word dat dit Christenskakelpraktisyns se plig is om "idealisties" tekens van Gods koninkryk te vestig — ook dan op die terrein van skakelwerk (kyk 4.4.3). Soos Heyns (1982:405; kyk 4.4.5) skryf: "Deug is 'n geestelike vaardigheid om te doen en te wees wat die mens behoort te doen en te wees."

'n Goeie skakelpraktisyn behoort uitnemende skakelwerk te doen— en al misluk hulle soms vanweë die onvolmaaktheid van mense en die swaar eise van die samelewing en

heersende vryemarkideologie (vgl. 1.2.3) is dit hul plig (roeping) om te strew na verbetering (vgl. Heyns, 1974:74). Christenskakelpraktisyns wat hul beroepe so sien, is dus wel idealiste, maar dan een met beide voete op die aarde. Hierdie benadering vind regstreeks aansluiting by Grunig en Hunt (1984:vi) wat skryf:

We see public relations professionals as in-house activists— people who constantly strive to make their organizations responsible to the publics they affect. Most people who do not understand public relations see the practitioner as an apologist for an organization. We see the role in exactly the opposite way.” (Beklemtoon deur my, CF)

Christenskakelpraktisyns wat liefdevolle persoonsbehartiging wil toepas in die organisasie waar hulle werk, word “inhuisaktiviste” wat aktief te werk gaan om ‘n simmetriese organisasiekultuur tot stand te bring.

## 5.8 Samevatting

In die voorafgaande hoofstukke is telkens bevestig dat kommunikasie nie neutraal is nie en dat skakelpraktisyns se taak waardebelaa is. Deur skakelkundige modelle, funksionele en sosiale skakelkundige rolle krities te ondersoek is gepoog om deel van die breër skakelkundige gesprek te wees. Daar is by implikasie gekies om waardes (en daarmee saam ook etiek) nie as ‘n opsionele ekstra te hanteer wat uiteindelik by “neutrale” modelle aangelas kan word nie. Vanuit die gestelde Bybelse perspektiewe op kommunikasie, word hier dus gekies vir ‘n simmetriese tweerigtingmodel vir skakelwerk waarin die skakelpraktisyn as fasiliteerder van die probleemoplossingsproses optree, en ‘n idealistiese sosiale rol met ‘n sterk etiese sensitiwiteit en sosiale bewussyn.

Hoewel hier nie soseer gestreef word na ‘n “Christelike model” apart van ander nie, is die taak van die slothoofstuk om in die lig van al die voorafgaande ‘n spesifiek Christelike visie op skakelwerk te gee wat in elke stap van die skakelkundige proses vakkundig relevant en lewens- en wêreldbeskoulik eerlik is.

# 6

## Op weg na 'n Christelike praksologie

---

### 6.1 Inleiding

Hierdie ondersoek is primêr gedoen met die oog op die onderskraging van die individuele Christenskakelpraktisyn — iemand wat probeer om vakkundig korrek én in gehoorsaamheid aan God op te tree (kyk hoofstuk 1.2.1 hoofstuk 4.3.2, asook Van der Walt, 1999:343, Heyns, 1986:378,379 & Froneman, 1997:4). Dit is ook geskryf met die oog op die skakelpraktisyn wat krities solidêr in hierdie wêreld en in die organisasie staan, midde in die strukture, besluite en beleide van die oomblik (kyk 4.4.9). As sodanig is die oorkoepelende doel om 'n praksologie (of ten minste 'n raamwerk) daar te stel vir die Christen wat ook voluit skakelpraktisyn wil wees.

Die vraag wat telkens aan die orde gekom het (regstreeks of by implikasie), is dié na die *hoe* van die daaglikse skakelkundige praktyk. Dit gaan dus hier nie maar om 'n Christelike visie op die skakelkunde (as dissipline) nie, maar ook 'n Christelike visie op die *skakelpraktyk*. Hierdie visie kan nie los van die geskiedenis en huidige konteks gesoek word nie; teorie en praxis loop saam. Maar daarmee saam kan ook nie oor die skakelpraktyk gepraat word as daar nie ondersoek ingestel word na die begrip kommunikasie en die heersende skakelkundige teorieë nie. Vandaar die stel (in die eerste

hoofstuk) van 'n aantal navorsingsvrae en gepaardgaande navorsingsdoelwitte. Vervolgens word kortliks verantwoording gedoen oor hoe hierdie doelwitte bereik is. Daarna word enkele implikasies daarvan uitgespel binne die raamwerk van die bekende vierfaseskakelproses.

**6.2 Navorsingsdoelwit 1:** *Om die ontstaan en die ontwikkeling van skakelwerk kortliks te beskryf.*

Die geskiedenis van die ontwikkeling van skakelwerk is in hoofstuk 2 taamlik uitvoerig beskryf deur gebruik te maak van 'n verskeidenheid sekondêre bronne. Daaruit blyk dat skakelwerk se wortels ver in die geskiedenis gesoek kan word. Dit is ook duidelik dat skakelwerk (nie onder dié naam nie, maar in die praktyk) telkens 'n kind van sy tyd was. Politieke, kulturele, sosiale en tegnologiese realiteite het die praktyk en ontwikkeling van skakelwerk regstreeks beïnvloed. Vandaar ook die ingrypende veranderinge in die denke oor skakelwerk tydens die afgelope eeu. Daar sou dus tot die gevolgtrekking gekom kan word dat die skakelwese kontekstueel ontwikkel het en begryp moet word. Vandaar die noodigheid om die huidige (postmoderne) konteks deeglik te vereken. Uit die partikuliere geskiedenis van skakelwerk blyk dit veral dat waardes (of die gebrek daaraan) bepalend was in die wyse waarop die publiek deur die eeue ingelig, mislei, bemoedig, gemanipuleer en oorreed is — of dan hoe skakelwerk bedryf is. *Konteks* en *waardes* is dus sleutel terme wanneer skakelwerk begryp wil word.

**6.3 Navorsingsdoelwit 2:** *Om die veranderende postmoderne konteks van skakelwerk te beskryf.*

Die postmoderne konteks waarbinne die skakelpraktisyn vandag funksioneer, is in hoofstuk 3 beskryf. Daaruit blyk dat die huidige tydsgees gekenmerk word deur die pluralisme en aandag aan die plaaslike, (en alles wat daarmee saamhang soos fragmentering van die media, pluralisme van kulture, globalisering ens., individualisering, ontkenning van 'n ware werklikheid en waarheid, verwerping van Westerse (en Christelike) norme en waarde, oppervlakkigheid, die “verdwyning” van die mens en die verdwyning van hiërgargiese strukture.

**6.4 Navorsingsdoelwit 3:** *Om bruikbare Bybelse perspektiewe op die begrip kommunikasie aan die hand van Veenstra en Snyman na te speur.*

In 'n tyd waar Bybelse norme min of geen erkenning op korporatiewe (meso-) en sosiale (makro-) vlakke geniet, is die noodsaak van individuele verantwoordiging deur Christene belangriker as ooit. Daarom was dit essensieel om Bybels verantwoorde riglyne oor die begrip kommunikasie op die tafel te plaas. Aan die hand van Veenstra is bevind dat kommunikasie beskou moet word as deel van God se geskape werklikheid. Op grond hiervan behoort die mens respek vir kommunikasie en al sy vorme te hê. Omdat kommunikasie ook 'n invloed kan hê op die rigting van ander menselewens, moet met die grootste versigtigheid daarvan gebruik gemaak word. Deur middel van kommunikasie moet daar volle respek betoon word aan andere.

Snyman se konsep van liefdevolle persoonsbehandling sluit hierby aan. Hy verwys na die mens as beeldraer van God, maar meer nog, as "onderkoning" van die skepping, wat daarvoor moet heers. Om hierdie roeping te vervul, het die mens die behoefte aan en reg tot die verkryging van kennis. Hierin kan die skakelpraktisyn bemiddelaar wees. Snyman verwys verder na die mens se verhouding tot sy naaste. Deur hulle deel te maak van sy kennis, word hulle "mede-georiënteerdes". Die ideale manier waarop die mens sy naaste ontmoet (en deel maak van die kennis wat hy ook nodig het) noem Snyman liefdevolle persoonsbehandling. Daar is tot die gevolgtrekking gekom dat ook Christenskakelpraktisyns (op grond van die norm van naasteliefde) liefdevolle persoonsbehandling as reël moet gebruik wanneer hulle hul beroep beoefen.

**6.5 Navorsingsdoelwit 4.** *Om aan die hand van Heyns breë riglyne te vind vir 'n individueel-etiese lewe.*

Riglyne is in hoofstuk 4 vir die individueel-etiese lewe neergelê en kan met vrug deur Christen-skakelpraktisyns gebruik word. Dit verwys na die etiese lewe as 'n lewe van roeping en gehoorsaamheid, vryheid, pligte, regte, deugde, gewetensbeoordeling, verantwoordelike kasuïstiek, onvermydelike kompromieë, kritiese solidariteit, geestelikkamlike gesondheid, en lyding. Daarmee is nie gepoog om voorskriftelik te wees nie,

maar eerder fasette van die individueel-etiese lewe aan die orde te stel en die gedagtes daaroor deur 'n gereformeerde teoloog deur te gee vir oorweging.

**6.6 Navorsingsdoelwit 5.** *Om 'n uiteensetting te gee van bruikbare ontwikkelinge in die sekulêre skakelpraktyk ( waaronder etiese kodes), Grunig se interpretasie van die ontwikkeling van skakelwerk (insluitende sy formulering van 'n simmetriese tweerigtingmodel vir skakelwerk), asook gangbare funksionele en sosiale rolle vir die skakelpraktisyn en -praktyk.*

Uit die bespreking in hoofstuk 5 blyk dit dat Christenskakelpraktisyns akkoord kan gaan met die bestaande etiese kodes. Belangriker is egter die simmetriese tweerigtingmodel (en onderliggende simmetriese lewensbeskouing) soos deur Grunig en sy medewerkers voorgestaan. Hierin kan Christenskakelpraktisyns hul grootliks tuis voel (al word in die model nie pertinent na Bybelse beginsels verwys nie). Die klem val in terme van hierdie model op medemenslikheid en word die eensydige nastreef van eiebelang (ten alle koste) afgewys. Die naaste word as beelddraer van God erken en behandel en die totale skakelkundige proses in 'n waardekonteks geplaas (in teenstelling met diegene wat "neutrale" skakelwerk wil bedryf en etiek bloot as brandweer wil gebruik wanneer probleme onvermydelik opduik). Die skakelpraktisyn kan in terme van hierdie model as fasiliteerder van die probleemoplossingsproses funksioneer. Daarmee word uitgestyg bo enger funksionele modelle (die voorskrywer-, tegnikus- en kommunikasiefasiliteerderrolle). In sosiale konteks blyk die idealistiese rol (met aspekte van die kritiese rol) 'n ideale breë filosofiese raamwerk te bied waarbinne die Christenskakelpraktisyn konkrete gestalte aan 'n Christelike visie op skakelwerk kan gee. Ook in dié verband word grootliks aansluiting gevind by Grunig en sy medewerkers. Hierdie teoretiese modelle bied dus gesamentlik 'n samehangende raamwerk waarbinne die fundamentele Bybelse vertrekpunte rakende die mens en kommunikasie tereg kom. Omgekeerd kan gesê word dat die skakelpraktisyn wat vanuit genoemde Bybelse perspektiewe soek na 'n verantwoorde benadering tot skakelwerk, genoemde skakelkundige modelle kan toepas.



**6.7 Navorsingsdoelwit 6:** *Om aan te toon hoe 'n Christelike visie op skakelwerk prakties deur individuele Christenpraktisyns toegepas kan word.*

In die voorafgaande hoofstukke (hoofstukke 4 en 5) is teoreties-filosofiese en funksionele standpunte gestel wat roepingsbewuste Christenskakelpraktisyns sou kon gebruik om konkrete gestalte te gee aan 'n Christelike visie op skakelwerk. Ter afhandeling van die laaste navorsingsdoelwit, word hier enkele opmerkings gemaak oor die wyse waarop dit binne die algemeen gebruikte vierstapskakelproses 'n verskil kan maak.

### **6.7.1 Geen resepsbenadering**

Skakelpraktisyns het in hul beroep die taak om hul gedagtes en handeling aan die die wil van God te onderwerp. Dit behels telkens die maak van waardebepaalde keuses, keuses tussen goed en kwaad. Hierdie *etiese* keuses kan op 'n individuele, bedryfs- of sosiale vlak lê (Van der Meiden in Olsthoorn & Van der Velden, 1996:129).

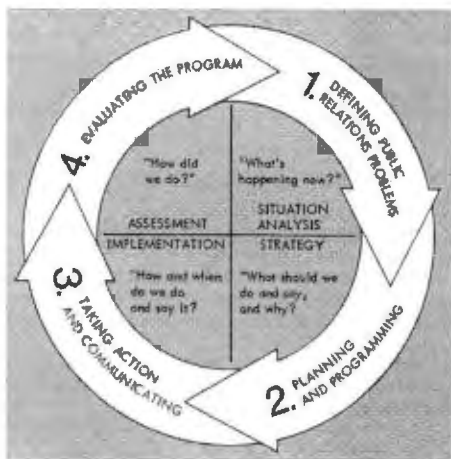
Christenskakelpraktisyns wat individueel getrou aan hul roeping is, se optrede sal wel deursuur na die ander twee vlakke van etiek (bedryf en sosiaal).

In hoofstuk 4 (kyk 4.4.7) is reeds gesê dat die lewe self konkreet is en daarom ook die etiese lewe. In hierdie hoofstuk word daar dan ook aan die hand van konkrete stappe 'n Christelike visie op die skakelpraktyk verwoord. Daarmee word nie voorgegee dat 'n Christelike visie resepmatig opgedien kan word nie. Buiten dat dit onmoontlik is om voorsiening te maak vir alle situasies, sou dit 'n ernstige inbreuk maak op die vryheid en verantwoordelikheid van individuele Christenskakelpraktisyn. Tog leer ons Gods wil in gemeenskap met ander gelowiges ken. Daarom is openbare verantwoording en intellektuele meningswisseling essensieel. Wat hier volg, word dan ook as sodanig aangebied.

### **6.7.2 Vierstapproses en strategiese denke**

Hoewel Cutlip et al (1985:199-200) se vierstapproses vir skakelwerk deur sommige as ontoereikerend beskou word, word dit algemeen in die skakelwêreld gebruik (vgl. ook die

"Methodik der Public Relations" van Kamm, 2000: 09<sup>13</sup>, Van der Meiden & Fauconnier, 1990:163 en Agee et al, 1991:443<sup>14</sup>). Ook Mersham, Rensburg en Skinner (1995:154-156) gebruik die vierstapplan van Cutlip vir die Suid-Afrikaanse konteks. Die vier stappe sluit in: 1. Die definiëring van die probleem. 2. Beplanning en programmering. 3. Handeling en kommunikasie. 4. Evaluering van die program.



Hoewel daar van hierdie vier stappe (wat vanselfsprekend allerlei tussenstappe behels) gebruik gemaak word en dit onder mekaar genoem word, is dit nie 'n lineêre proses waarin die stappe mekaar noodwendig chronologies opvolg nie. Dit is nie altyd vir 'n skakelpraktisyn moontlik om by stap een te begin nie. 'n Skakelpraktisyn wat by 'n organisasie begin werk, moet dalk by stap 4 inval en 'n junior skakelpraktisyn kan deur die skakelhoof miskien eers by stap 3 in 'n bepaalde projek betrek word.

Cutlip et al (1985:200) self skryf ook: Elke stap in die proses is ewe belangrik, maar die proses begin met die insameling van inligting om die probleem te diagnoseer. Die daaropvolgende stappe word gelei en gemotiveer deur die inligting en begrip van die

<sup>13</sup> **Methodik der Public Relations:** Auf der Basis einer individuellen Aufgabenstellung baut sie auf der mit dem Instrumentarium der **Kommunikationsforschung** erarbeiteten **Situationsanalyse** auf. Die ermittelten Daten und Fakten sind die Grundlage für die **Planung und Durchführung** des integrierten PR-Programms, aufgeschlüsselt in einem PR-Zeit- und Maßnahmenplan. Die **Evaluation** erfolgt mit Hilfe einer Kontroll-Studie.

<sup>14</sup> "It involves research and analysis, policy formation, communication and feedback from the publics involved."

probleem wat in die eerste stap bepaal is. In die praktyk kan diagnose, beplanning, implementering en evaluering nie in sulke netjiese kompartemente verdeel word nie. Dit is eerder 'n aaneenlopende, sikliese proses waarin die stappe mekaar oorvleuel.

Verder kan ook opgemerk word dat hierdie vier stappe op verskillende strategiese vlakke uitgevoer word. Dit word op makrovlak gedoen wanneer probleme op organisasie-strategiese vlak in die makro-omgewing bedink en geïmplementeer word (vgl. Holtzhausen & Verwey, 1996:27). Ook binne die organisasie (mesovlak) en na die publieke toe (mikrovlak) word die verskillende stappe uitgevoer (vgl. Holtzhausen & Verwey, 1996:28). Dit beteken dat daar terselfdertyd op drie verskillende vlakke gewerk kan word met die bepaling van doelwitte, situasie-analise, beplanning, programmering en uitvoering. Dit is nie die doel van die studie om die Christelike visie vir skakelwerk spesifiek op al drie die vlakke aan te dui nie. Die vier stappe word in breë trekke behandel met die oog op 'n breë toepassing daarvan (d.w.s. op al drie die vlakke van 'n organisasie).

Die manier waarop hierdie stappe uitgevoer word, is in ooreenstemming met die kultuur van 'n organisasie. Dit is moeilik om uitnemende skakelwerk te beoefen in 'n organisasiekultuur waarin daar nie ruimte is vir uitnemende skakelwerk nie. Wanneer 'n organisasie byvoorbeeld 'n geslote organisasie is met 'n streng tradisionele werkwyse, word dit vir 'n skakelpraktisyn ook moeilik om sy werk goed te doen. Openheid, ook van bestuur, is belangrik. Die oopsisteembenadering behels 'n kombinasie van rasionele probleemoplossingstegnieke en intuïsie, waarin die klem veral val op sistematiese beplanning. Wanneer skakelwerk in 'n organisasie tot sy reg kom, is dit deel van die organisasie se probleemoplossingsproses (Cutlip et al: 1985:199). Dit kom ooreen met Grunig (1992b:12) se normatiewe simmetriese benadering, waarvolgens alle organisasie-kommunikasie strategies beoefen moet word. Uitnemende skakelwerk is alleen moontlik in organisasies waar strategiese beplanning na waarde geskat word, en waar die skakelafdeling deel uitmaak van die beplanningsproses (Grunig, 1992b:16).

Daar sou dus gesê kon word dat die skakelpraktisyn waar moontlik reeds 'n rol het om die klimaat van die organisasie positief te beïnvloed. Dit sal die hantering van skakelkundige probleme grootliks vergemaklik.

### 6.7.3 Stap 1 in die skakelproses: Definiëring van die probleem

Die stelling is vroeër gemaak dat die ideale rol vir die skakelpraktisyn dié is van fasiliteerder van die probleemoplossingsproses. Wanneer die skakelpraktisyn 'n begin wil maak aan die oplossing van 'n probleem, is die eerste stap die definiëring daarvan. 'n Oop sisteem en organisasie met 'n simmetriese organisasiekultuur is 'n vereiste vir die effektiewe fasilitering van die probleemoplossingsproses. Grunig (1992c:231) merk in hierdie verband op:

Although studies of organizational excellence do not use the term "symmetrical communication", they all describe it — with both internal and external publics. Excellent organizations "stay close" to their customers, employees, and other "strategic constituencies."

Cutlip et al (1985:204) sluit hierby aan wanneer hulle sê:

In closed systems... problems are allowed to define themselves in the form of crises. Public relations effort then goes into "fire fighting" rather than "fire prevention"...Such situations have long histories, and sometimes neither side recalls what caused the blowup. Heading off blowups is part of the task. The earlier a complaint is caught, the easier it is to handle. Continuous fact finding uncovers many problems while they are still small enough to permit corrective action and communication before becoming a major public issue.

Daar kan nie gou genoeg met die fasilitering van die probleemoplossingsproses begin word nie. Grunig en Repper (1992:149) skryf ook dat dit beter is om 'n probleem op te los voordat dit 'n hele kwessie word. Uitnemende organisasies identifiseer kwessies terwyl dit nog probleme is en bestuur dan die organisasie se oplossing vir die probleem en die kwessie. "The problem definition process begins with someone making a *value judgement* that something is either wrong or could soon be" (in Cutlip et al, 1985:204; my beklemtoning — CF). Dit spreek byna vanself dat die organisasiedoelwitte die onderliggende kriteria vorm vir die vorming van so 'n (waarde-)oordeel. Daarom is die visie en missie van die organisasie krities belangrik. Die Christenskakelpraktisyn sal 'n fyn aanvoeling hê vir die morele dimensie van sodanige visies en missies en aandring dat dit in letter en gees ernstig opgeneem word. Daarom is die formulering van visies en missies so belangrik.

#### 6.7.3.1 Die visie en missie van 'n organisasie

Geen skakelpraktisyn kan effektief funksioneer sonder om te weet wat die oorkoepelende doelwit van die organisasie is nie. In die missiestelling van 'n organisasie word die norme en waarde van die organisasie weerspieël (Olsthoorn & Van der Velden, 1996:29). 'n Organisasie het 'n kultuur wat begin by norme en waardes en dan verder uitkring in rituele, leiers, simbole en die omgewing (Olsthoorn & Van der Velden, 1996:119).

Hiervanuit kan die skakelpraktisyn dan verder dink en beleid ontwikkel. As die skakelafdeling wil voldoen aan die toenemende eise wat in die praktyk aan hulle gestel word, sal skakelpraktisyns ook by die eise van die tyd moet aanpas. Die kern van die aanpassing is, volgens Groenendijk (1997:18), 'n nuwe gerigtheid op analise, beleidsvoorbereiding en strategiese ondersteuning van die organisasiebestuur. In die lig hiervan is dit belangrik om die organisasie goed te ken — dit is bepalend vir die visie en missie en bepaal ook die ander doelwitte van 'n organisasie, soos die strategiese doelwitte, die kommunikasiedoelwitte en die stel van prioriteite.

Die wêreldbeskouing en kultuur van 'n organisasie lei tot 'n bepaalde visie en missie, wat weer uitmond in sekere strategiese doelwitte, wat op hul beurt weer die kommunikasiedoelwitte bepaal. Die Christenskakelpraktisyn kan in die formulering daarvan 'n sleutelrol speel juis omdat dit hier om waardes gaan. Indien nodig, kan die Christenskakelpraktisyn koers gee deur bloot relevante vrae te vra, soos (vgl. Hazekamp, 1997:64):

Wat is die doel en aard van die organisasie?

Wat is die plek van die organisasie in die samelewing?

Is daar in die voorgeskiedenis van die organisasie faktore wat problematies kan wees, of in waargenome problematiek 'n rol kan speel?

Is daar in die organisasiestruktuur van die organisasie dinge wat aanleiding kan gee tot interne of eksterne kommunikasieprobleme?

Hoe lyk die organisasiekultuur (insluitend bestuurstyl)?

Wat is die sosiale beleid van die organisasie?

Hoe is die interne kommunikasie gestruktureer?

Hoe lyk die inhoud van die kommunikasie?

Hoe is die beeld van die organisasie by die belangrikste teikenpublieke en veral by die besluitnemers in die teikenpublieke?

Hoe word klagte gehanteer?

Wat is die verhouding van die organisasie met die media?

Met watter risiko's moet daar rekening gehou word?

Dit sluit aan by die eerste hoofstuk by die afbakening van die konsep "skakelwerk", waar daar klem gelê is op skakelwerk as 'n bestuursfunksie (kyk 1.3). Groenendijk (1997:16) skryf dat organisasiebestuur, wat skakelwerk werklik as "tool of management" wil gebruik, twee uitgangspunte in ag moet neem by die implementering van 'n kommunikasiebeleid. Eerstens dat die skakelafdeling van 'n organisasie die situasie analiseer waarin die organisasie hom bevind, aanvaarding van die doelstellinge en beleid, vertroue in die organisasiebestuur, potensieële bereidheid tot samewerking, en draagvlak vir die aktiwiteite van die organisasie in die samelewing. En verder analiseer die skakelafdeling ontwikkelinge in die samelewing, doen hulle navorsing oor die houdings en menings van interne en eksterne publieke en analiseer hulle die onderliggende motivering van die eksterne publieke (veral met die oog op konfliktsituasies) sodat konflikoplossing moontlik gemaak kan word en normale verhoudinge so snel moontlik herstel kan word.

Heath (in Grunig en Repper, 1992:150) sluit hierby aan wat die oplossing van probleme en kwessies betref. Volgens hom behoort die "issues management programs" deur die skakelafdeling bestuur te word in samewerking met ander afdelings van die organisasies (bv. die beplanningsafdeling). Wanneer dit so gekoördineer word, kan skakelwerk in die algehele strategiese bestuur van die organisasie geïntegreer word. (So is die skakelpraktisyn dan 'n fasiliteerder van die probleemoplossingsproses.)

'n Logiese gevolg van 'n simmetriese organisasiekultuur (met kenmerke soos interafhanklikheid, oop-sisteem, outonomie, balans in beweging, verantwoordelikheid, konflikoplossing, desentralisering van bestuur en belangegroep liberalisme kyk 5.4.1), is 'n sensitiwiteit vir die sosiale verantwoordelikheid van die organisasie. Die sosiale verantwoordelikheid van 'n organisasie, ook dikwels "goeie korporatiewe burgerskap" of die "korporatiewe gewete" van 'n organisasie genoem, word deur Overton-de Klerk (1994:179-180) gedefinieer as "a generic concept referring to the business or organisation's concern and active involvement with social, economic and political forces which influence the environment within which it exists". Die organisasie wat streef na 'n simmetriese benadering, beskou homself as 'n deel van sy omgewing en weet dat dit nie moontlik is om by die omgewing aan te pas sonder 'n aktiewe oriëntasie na buite nie. Daardeur bly die organisasie op hoogte van die veranderinge in sy omgewing en die eis wat dit aan hom stel. In antwoord op die eise van die omgewing identifiseer die organisasie sy belangrikste publieke, en gaan dan planmatig en in terme van die

oorhoofse strategiese doelwitte te werk om aan die eise en behoeftes van die publieke te voldoen.

Overton-de Klerk (1994:173) beklemtoon dat korporatiewe sosiale verantwoordelikheid nie 'n kantlynaktiwiteit van die skakelafdeling van 'n organisasie kan wees nie. Volgens haar is dit die enigste manier waarop organisasies in die Suid-Afrikaanse konteks kan oorleef met die eise wat deur die samelewing in 'n proses van voortdurende verandering en oorgang gestel word (vgl. Segal, 1996).

Met hierdie in gedagte, is dit dus belangrik om reeds by die stel van doelwitte en identifisering van probleme in die eerste fase van die vierstapproses die konsep van sosiale verantwoordelikheid voor oë te hou sodat dit in die doelstellings en doelwitte ingesluit kan word. Hierdie sosiaal betrokke benadering is in pas met die idealistiese en kritiese sosiale rolle wat vroeër (met bepaalde voorbehoude) as ideaal voorgehou is. Dit is veral hier waar 'n Christenskakelpraktisyn 'n kritiese rol kan speel deur met deontologiese en teleologiese argumente die noodsaak van hartgrondige sosiale verantwoordelikheid en gepaardgaande korporatiewe sosiale investering (KSI) voor te hou.

Dit blyk dat dit teleologiese beskou die beste is om skakelpraktisyns reeds in die vroegste stadia by die besluitnemingsprosesse te betrek. Maar dit is ook die beste wanneer daar na die deontologiese eise van skakelwerk gekyk word (vgl. die insigte van Snyman, 1985:12, 1990:55 & 1994:54, hoofstuk 4.3.1). Binne 'n organisasie moet die mens die geleentheid kry om "beeld van God" te wees. In hoofstuk vier is by die volgende waarheid stilgestaan: "Wat betref die doen van die mens, kom die mens as beeld van God na vore in sy kultuurskepping of kreatiwiteit en sorg vir wat aan hom toevertrou is. Hierin sluit Snyman aan by Wolters (1993:25) wat dui op God se *middellike* regering van die skepping in die ryk van kultuur en menslike samelewing, waar mense medewerkers van God word". Die kommunikasie van 'n organisasie is nie eksklusief nie, maar op 'n besondere manier aan die sorg van die skakelpraktisyn toevertrou. Die goeie bestuur van kommunikasie is die Godgegewe verantwoordelikheid van skakelpraktisyns. Hulle kan nie die gevolge van hul dade oorsien as hulle nie die volle insig daarin kry nie. Daarom is dit nodig dat hulle reeds by stap een betrokke is by die besluitneming. Dit sluit ook aan by Rothaker (in Snyman, 1990:56) wat die verband van 'n menslike handeling en 'n betrokke situasie wat hy ken,

begryp en beheers beklemtoon. Binne die situasie stel die mens vir hom- of haarself 'n doel, word besluite geneem en handelinge beplan. 'n Situasie kan van die mens beslissing eis of vereis dat hy of sy 'n standpunt inneem. Die mens se instelling is belangrik omdat dit te make met sy of haar gerigtheid tot die werklikheid waarby hulle persoonlike belangstelling ingesluit is. Organisasies wat nie toelaat dat skakelpraktisyns reeds op hierdie vlak betrokke is nie en skakelpraktisyns wat nie die belang van hulle betrokkenheid by die strategiese beplanning insien nie, is dus nie besig om liefdevolle persoonsbehartiging toe te pas nie.

Die etos van 'n organisasie hang nou saam met die missie en kan ook vasgelê word in die vorm van 'n etiese kode waarin riglyne vir moreel goeie optrede uitgespel word. Vir die Christen is die basis van 'n etiese kode die Wet van God en daarom kan die Christenskakelpraktisyn 'n sturende funksie binne 'n organisasie vervul waar so 'n kode opgestel, hersien en toegepas word. In die kode kan die riglyne met betrekking tot die volgende gegee word: Eerlikheid, waardigheid, integriteit, sosiale verantwoordelikheid en vertroulikheid (hoe daar met beroepsgeheime omgegaan word), ook hoe openbaarmaking (van ernstige mistastings) moet geskied, daar kan beleidsriglyne gegee word ten opsigte van billike geleenthede, ontwikkeling en hoe daar met die omgewing omgegaan word. En hoewel dit uiteraard onmoontlik is om volkome sluitend te wees, gee hierdie riglyne ten minste koers. Die praktiese probleme wat opduik wanneer die kode geïmplementeer word, kan bydra tot die verfyning daarvan (De Klerk, 1994:185-186). Soos genoem kan die skakelpraktisyn hiertoe bydra. Die etiese optrede van die organisasie kan immers net positief bydrae tot die vermyding of korrekte hantering van probleme. Daaruit kan weer net positiewe gevolge spruit wat die totstandbring en instandhou van gesonde betrekkinge met publieke sal vergemaklik.

Naas die formulering van die visie, missie en etos van 'n organisasie behoort die skakelpraktisyn ook betrokke te wees by die stelling van organisasie se strategiese doelwitte, die kommunikasiedoelwitte (kyk 6.2.2) en die bepaling van prioriteite in die uitvoer hiervan. Al hierdie besluite het 'n waardedimensie en kan Christenskakelpraktisyn 'n verskil maak — as hulle toegelaat word — deur aan te dring op beginsels soos menswaardigheid en billikheid.

Skakelpraktisyns is verantwoordelik vir die identifisering van kommunikasieleemtes in die uitvoering van die oorhoofse doelwitte. Om dit te bereik, word prioriteite gestel. Die



prioritisering word in terme van die oorhoofse doelwitte gedoen. Die stel van prioriteite is eweneens nie 'n waardevrye handeling nie. Wanneer die norm van naasteliefde gehandhaaf word, lei ook die stelling van prioriteite tot liefdevolle persoonsbehartiging. Tog kan dit vir skakelpraktisyns moeilik wees as hulle op individuele vlak eties goed wil optree (vgl. 4.4.6 — die etiese lewe as 'n lewe van gewetensbeoordeling) en aan God gehoorsaam wil wees, en die organisasie waarvoor hulle werk ander norme en waardes handhaaf. Olsthoorn en Van der Velden (1996:129) meen dat dit in die praktyk selde voorkom dat die etiese opvattinge op al drie vlakke dieselfde sal wees — dat die individuele etiek ooreen sal kom met dié van die organisasie en omgewing.

As Christenskakelpraktisyns in organisasies met 'n asimmetriese organisasiekultuur werk, is dit hul taak om verandering te weeg te probeer bring. Dit kan egter nie oomag gebeur nie; dit gebeur, wanneer dit wel gebeur, met die verloop van tyd en in oortog met mekaar. Die moontlikhede hiervoor word mede bepaal deur die senioriteit en geloofwaardigheid van 'n skakelpraktisyn. Skakelpraktisyns kan hul geloofwaardigheid bou deur 'n bestuurstrategiese dimensie te gee aan dit wat gedoen word. Hulle moet insig in die organisasie hê en strategies kan dink. Hulle kan hul stellings en standpunte teoreties begrond en die professionele aard van skakelwerk beklemtoon. Skakelpraktisyns moet die taal van 'n bestuurder praat, d.w.s. in terme van strategie en effektiwiteit. Hulle moet, indien enigsins moontlik, deel wees van die groter gesprek.

Wanneer die organisasie reeds 'n tweerigting-simmetriese benadering volg, vergemaklik dit vanselfsprekend die proses vir die skakelpraktisyn om skakelwerk te beoefen wat aan die norm van liefde voldoen, en waardeur liefdevolle persoonsbehartiging beoefen kan word.

'n Junior skakelpraktisyn funksioneer onder 'n skakelhoof, maar kan ook 'n invloed uitoefen op die stel van kommunikasiedoelwitte. Maar dit moet gedoen word met inagneming van die feit dat die organisasie dalk reeds 'n gevestigde wêreldbeskouing en kultuur het — en dit bepaal grootliks die kommunikasie-optrede. Dit kan een van die struikelblokke wees waarvan Heyns (1982:447) skryf: Die sonde veroorsaak struikelblokke in die kreatuurlike werklikheid en maak 'n reglynige en volledige konkretisering van God se gebod nie moontlik nie. Die gevolg hiervan vir die skakelpraktisyn is die onvermybare kompromieë waardeur die voorlopige, kronkelende en onvolledige konkretisering van God se gebod wel moontlik is (Heyns, 1982:447; vgl. 4.4.8). Hier kan die voorbeeld van Daniël

voorgehou word: hy het in 'n nie-Christelike sisteem gewerk, maar aan God getrou gebly en nooit voor die koning gebuig nie.

### **6.7.3.2. Die formulering en bereik van kommunikasiedoelwitte**

Vir die organisasie wat in die internasionale konteks steeds menslik wil bly, sal skakeelwerk onontbeerlik bly. En om dit te bereik, moet die skakeelpraktisyn op hoë vlak by besluitneming betrek word: eerstens by die formulering van 'n visie en missie, die stel van strategiese doelwitte en dan uiteraard die formulering van die kommunikasiedoelwitte (vgl. Creedon in Kruckeberg, 1998:46).

Dat die formulering van kommunikasiedoelwitte nie aan die bemarkers alleen oorgelaat mag word nie, is duidelik en reeds in die eerste hoofstuk beredeneer. Maar dié uitgangspunt geld alleen as 'n organisasie streef na simmetriese omgang met sy interne en eksterne publieke. Dit is belangrik dat skakeelpraktisyns hier 'n bydrae lewer om die tipiese asimmetriese inslag van bemarking te neutraliseer. Dit moet ook onderstreep word dat die bemarkingsfunksie van 'n organisasie wat produkte moet verkoop lewensbelangrik is. Die belang en nut daarvan word dus geensins ontken nie; wel word die uitgangspunt verwerp dat "alles" bemarking is. Sodanige imperialisme deur een funksie binne 'n organisasie is eensydig, kortsigtig en uiteindelik skadelik. Kommunikasiedoelwitte moet dus meer holisties geformuleer word, want alleen daardeur sal volle reg aan alle publieke geskied.

Grunig en Hunt (1994:119) noem aanpasbaarheid as die belangrikste en mees abstrakte organisasiedoelwit wat 'n simmetriese organisasie hom ten doel behoort te stel. En dit bepaal die kommunikasiedoelwit van die simmetriese organisasie:

Communication can be used both to attempt to control other people and groups — when persuasion is the objective — and to adapt to other people and groups — when understanding is the objective. Thus, logically, public relations can help the organization to survive and to adapt to the environment (Grunig & Hunt, 1984:119).

Hierdie uitgangspunte word gesteun deur die navorsing van Hardwick (in Grunig & Hunt, 1984:119). Vyftien organisasies waar hy kommunikasienavorsing gedoen het, wat die asimmetriese skakeelwerkmodelle gevolg het, het "kontrole van die omgewing" as belangrikste skakeelwerkdoelwit genoem. Die skakeelpraktisyn wat "wedersydse

aanpassing" as oorhoofse doelwit stel, ken ook sy publieke in die bepaling van die doelwitte. Kennis van die publieke word verkry deur navorsing (kyk 6.2.3).

Die laaste handreiking wat Grunig en Hunt (1984:133,135) by die formulering van kommunikasiedoelwitte gee, is dat die skakelpraktisyn nie moet vergeet dat die gewenste effekte verskil namate die omgewing verskil. Doelwitte moet by die publieke aangepas word, en daarom is dit nodig om die aard van die publieke en die aard van die probleme te verstaan.

### **6.7.3.3 Navorsing: Waar is ons nou?**

Navorsing in skakelwerk kan meerder doele dien. Navorsing is noodsaaklik om die publieke te leer ken en om die skakelplan te ontwikkel, hierdie navorsing is vormende navorsing (vgl. Grunig & Hunt, 1984:160). Soos reeds gesê is, is die visie en missie, strategiese en kommunikasiedoelwitte bepalend vir wat 'n organisasie as 'n probleem beskou. Wanneer die besluit geneem is dat daar 'n (moontlike) probleem is, word 'n probleemstelling geformuleer. Die probleemstelling omskryf die probleem in konkrete terme (dit kan ook die gevolg wees van navorsing). Die probleemstelling word in die teenwoordige tyd geskryf en behels meeste (of alles) van die volgende:

- Wat is die oorsaak van die besorgdheid?
- Waar is dit 'n probleem?
- Wanneer is dit 'n probleem?
- Wie is betrokke of word daardeur geraak? (Met watter publieke het ons te make met hierdie spesifieke probleem, kwessie, handeling [vgl. Grunig & Hunt, 1984:160])
- Hoe is hulle betrokke of word hulle daardeur geraak?
- Waarom veroorsaak dit rede tot kommer by die organisasie en /of die publieke? (Cutlip et al, 1985:204)

Hierin word egter nie ingegaan op die moontlike oorsake of moontlike oplossings van die probleem nie, wanneer dit wel so sou wees, dan hou dit te beperkte moontlikhede vir die werklike programmering en beplanning in (Cutlip et al, 1985:204, noem dit dan *predetermined and limited*). Die klassieke voorbeeld van 'n baie beperkende probleemstelling is: "Ons het 'n kommunikasieprobleem". Maar kommunikasie as sodanig is selde die probleem; wel is dit gewoonlik 'n belangrike deel van die oplossing. Die werklike probleem is meer dikwels van 'n heel konkrete aard. Soos dat net 5% van nuwe graduandi lid geword het van 'n alumni-vereniging of dat 'n bestuurder dit nie nodig ag om

gereed te konsulteer nie. Die probleem moet dus konkreet, in meetbare terme omskryf word en betrekking hê op die huidige situasie, nie die toekoms nie (Cutlip et al, 1985:205). Die Christenskakelpraktisyn kan (soos enige ander goeie skakelpraktisyn wat met eerlikheid en 'n simmetriese ingesteldheid optree) 'n verskil maak deurdat hy/sy deur die waas van gewaande "kommunikasieprobleme" die wesenlike probleme kan identifiseer.

Na die formulering van die probleemstelling word daar voelers uitgesteek na die omgewing, die insameling en monitor van kennis, menings, houding en gedrag van diegene wat geraak word deur die handeling en beleid van 'n organisasie. In wese is die vraag wat gestel word: "Wat gebeur daar nou?" Dit kan in een woord, naamlik situasie-analise, saamgevat word. Dit word deur navorsing (formeel en/of informeel) gedoen, na gelang van die omvang van die probleem, beskikbare tyd, bekwame personeel en geld (vgl. Cutlip et al, 1985:200).

Soos wat die postmoderne samelewing kompleks word en kommunikasietegnieke en metodes vernuwe en uitbrei, word navorsing vir skakelpraktisyns belangriker ten einde hulle en hul organisasie binne die veranderende wêreld te oriënteer (vgl. Skinner & Mersham, 1998:355-356). Om die sosiale omgewing te monitor is nie alleen die eerste stap in die proses nie, maar ook die moeilikste (Cutlip et al, 1985:201). Die organisasie en skakelpraktisyn wat voorstaanders is van 'n simmetriese tweerigtingbenadering, kies doelbewus 'n navorsingsmetode en navorsingsobjek wat hierdie benadering bevorder. Wanneer daar 'n probleem is en aanpassings gemaak moet word, is hulle self ook bereid om aan te pas. Daarom doen hulle ook navorsing na die interne faktore wat tot die probleem kon bygedra het. Hulle huiwer nie om ook ondersoek in te stel na die interne beleid, prosedures en handeling nie. Trouens, Cutlip et al (1985:206) stel voor dat daar eers ondersoek na interne faktore gedoen word voordat die eksterne faktore ondersoek word. Hierdie benadering is in pas wat as 'n Bybelse benadering bestempel kan word. Matteus 7:5 lui immers: "...Haal eers die balk uit jou eie oog, dan sal jy goed kan sien om die splinter uit jou broer se oog uit te haal."

Navorsing kan 'n wye verskeidenheid metodes en benaderings insluit (vgl. Wimmer & Dominick, 1991:329-333; Newsom et al, 1993:103 & Cutlip et al, 1985:208-215). Anders as wat positiviste graag glo, is ook die keuse van hierdie metodes, die doel wat daarmee nagestreef word en die wyse waarop die metode toegepas word, geensins waardeervry nie. Daarom is die keuse vir bv. kwalitatiewe navorsing belangrik, selfs onmisbaar, omdat dié

tipe navorsing nie alleen gestreef word na die verwerwing van (nuttige) statistiese kennis nie, maar veral ook na die verkryging van insig in en begrip van 'n bepaalde problematiek. Deur middel van kwalitatiewe navorsing kan 'n volledige beeld gegee word van die dinamiek wat prosesse kenmerk, in teenstelling met kwantitatiewe navorsing wat dikwels 'n momentopname is (Asselbergs, 1997:80). Van Vuuren et al (1998:xx) sluit hierby aan:

The qualitative researcher in the field of mass communication is concerned with *verstehen* of the communicator... as opposed to the quantification of human behaviour. In researching mass communication topics, pure quantitative analysis often falls into the trap of presenting a profile that offers no more than the fictitious average, the minority skew, insightless numbers and the homogeneity myth.

Met kwalitatiewe navorsing is dit makliker om rekening te hou met die verskille in individue, met die volledige mens (vgl. die insigte van Veenstra en Snyman, 4.2, 4.3) — en die mens nie te laat verdwyn nie (soos wat in die postmoderne era so maklik gebeur, kyk 3.2.7). Kwalitatiewe navorsing bied meer moontlikhede om die heterogeniteit van publieke voor oë te hou (Asselbergs, 1997:81) en kan die mens, op spoor van Christians (in De Beer, 1980:13), as 'n kreatiewe, verantwoordelike wese behandel word. Daardeur word die positivistiese en reduksionistiese visie van die mens verwerp. Die mens is nie alleen die somtotaal van sy biologiese impulse nie (vgl. die stimulus-responsteorie). In 'n kwantitatiewe metode kan die mens maklik (maar nie noodwendig nie) gereduseer en gedehumaniseer word tot 'n kwantitatiewe eenheid wat alleen maar deur kwantitatiewe analise en statistieke begryp kan word. 'n Kwalitatiewe benadering laat meer ruimte vir menswees, omdat daar 'n plek is vir die individuele karakter van die mens.

Dit is ook dikwels moontlik om tydens die doen van toegepaste navorsing kwantitatiewe en kwalitatiewe navorsingsmetodes te kombineer (Newsom et al, 1993:132). Alle vorme van kwantifisering is immers nie taboe nie. Die Christenskakelpraktisyn kan en moet ook (met oorleg) gebruik maak van kwantitatiewe navorsingsmetodes. Dit help soms om op 'n vinnige en koste-effektiewe wyse die vinger op 'n probleem te lê.

Die Christenskakelpraktisyn se lewens- en wêreldbeskouing is dus ook bepalend by die keuse en hantering van 'n navorsingsmetode. Christenskakelpraktisyns behoort ook navorsingsmetodes te gebruik waarmee liefdevolle persoonsbehartiging van publieke (respondente) moontlik is. Die uniekheid, aard en roeping van die mens moet steeds ruimte hê om tot sy reg te kom. Daarom is etiese riglyne vir navorsing ter sake. Cook (in Wimmer & Dominick, 1991:392) noem die volgende:

- Moet nooit mense by navorsing sonder hul medewete en toestemming betrek nie. Wimmer en Dominick (1991:393) gebruik ook die woorde "*informed consent*". Mense wat aan navorsing deelneem moet genoeg van die navorsingsprojek af weet om 'n ingeligte keuse te maak. (Dit sluit aan by die reeds besproke insigte van Snyman, 4.3.2 — die mens as self verantwoordelike en toerekenbare wese en 4.3.3 die reg van die mens om te weet)
- Moet mense nooit dwing om deel te neem aan navorsing nie. By telefoon- en posopnames is vrywillige deelname nie werklik 'n probleem nie omdat die respondent die telefoon kan neersit of die vraelys kan weggooi as hy of sy nie meer wil deelneem nie. Nietemin mag die navorser nie die respondente probeer oorhaal tot deelname deur 'n valse indruk te gee oor die organisasie wat die ondersoek wil doen of deur die belang van die navorsing te oordryf nie. (Die norm van eerlikheid en waaragtigheid).
- Moet nooit die ware doel en aard van die navorsing van 'n deelnemer weethou nie.
- Navorsing moet nooit daartoe lei dat die deelnemer se selfrespek aangetas word nie. (Hierin kom oor respek vir die respondent as geskape na die beeld van God na vore).
- Moet nooit die reg van selfbeslissing ondermyn nie. (Dit sluit aan by die etiese lewe as 'n lewe van regte van Heyns, kyk hoofstuk 4, 4.4.4)
- Die deelnemer mag nie fisiese of psigies geskaad word nie.
- Die privaatheid van 'n deelnemer mag nie aangetas word nie. (Dit sluit weer eens aan by die etiese lewe as 'n lewe van regte. 'n Medemens het die reg op privaatheid en dit mag nie geskend word nie.)
- 'n Navorser mag nie nalaat om deelnemers met respek te behandel nie. Deelnemers moet ook billik en regverdig behandel word (kyk hoofstuk 4.4.5., die etiese lewe as 'n lewe van deugde. Heyns [1982:408] verwys naamlik na die deugde van meelewendheid, regverdigheid, billikheid en goedgesindheid).

Wanneer skakelpraktisyns navorsing doen, is hulle ook daarvoor verantwoordelik om 'n professionele standaard in die versameling, verwerking en publikasie van die data te handhaaf. Hier is die etiese riglyn heel duidelik: Wees eerlik. Response en waarnemings mag nie gefabriseer, verander of vernietig word nie. Die skakelpraktisyn moet waak teen onnodige foute wat by die verwerking van die data kan insluip. Laastens en heel belangrik is dit om gevolgtrekkings te maak wat ooreenstem met die data. Interpretasies mag nie

gereg en verander word om 'n persoonlike voorkeur of mening te "bewys" of voorrang te gee nie. Die skakelpraktisyn mag ook nie groter waarde aan die data heg as wat die ondersoek regverdig nie (Wimmer en Dominick, 1991:397).

Die resultate van die navorsing word gewoonlik gebruik in advies aan die organisasiebestuur. Groenendijk (1997:16) stel dit as volg: Die skakelafdeling van die organisasie adviseer op basis van die analise 'n beleid wat op ewig tussen die organisasie en sy omgewing gerig is. Daaruit word die doelstellings vir die kommunikasiebeleid afgelei. Hier is die belang van die omgewing en belang van die organisasie gelyk en is hier ook duidelik sprake van "balans in beweging" (kyk 5.5.2).

In die navorsingsgebaseerde advies aan bestuur

bevordert public relations een mentaliteit van openheid naar de maatschappelijke omgeving van de organisatie, en verzorgt de afstemming tussen enerzijds het beleid van de organisatie en anderzijds de behoefte en de normontwikkeling in de samenleving (Groenendijk, 1997:16).

As sodanig is navorsing 'n noodsaaklike, waardebelaaide taak wat van die skakelpraktisyn noukeurige aandag verdien. Dit geld duidelik ook die Christenskakelpraktisyn.

#### **6.7.4 Stap 2: Beplanning en programmering**

Wanneer die probleem deur middel van navorsing vasgestel is, word daar tot die volgende stap oorgegaan — daar moet 'n oplossing vir die probleem bedink word. Basiese strategiese besluite moet geneem word en daar moet aksiestappe opgestel word. Die effektiwiteit van die derde stap (kommunikasie en handeling, kyk 6.4) hang van hierdie beplanning af (Cutlip et al, 1985:221).

Wanneer die skakelpraktisyn nie die moeite doen om te beplan nie en net inval by stap drie (optrede), kan die oorhaastige, ondeurdagte handeling tot die probleem bydra. Dit lei ook tot die verkwisting van geld (Cutlip et al, 1985:221).

Die beste manier van beplanning, is die bestuur van die probleemoplossingsproses aan die hand van die gestelde doelwitte en resultate (Cutlip et al, 1985:223; vgl. ook Grunig & Hunt, 1984:121). Beplanning behels die besluitneming ten opsigte van die doelstellings en doelwitte, die bepaling van beleid en riglyne waarvolgens die gepaste/ beste strategieë gekies kan word, en uiteindelik die bepaling van die strategieë.

Cutlip et al (1985:232) gee 'n tien stappe plan wat as handleiding kan dien by die opstel van 'n skakelplan. Maar dié stappe moet binne 'n duidelike filosofies-teoretiese raamwerk, soos in hierdie verhandeling bespreek, aangepak word.

#### **6.7.4.1 Die probleem**

Soos vasgestel in stap 1, word die probleemstelling hier in 'n enkele duidelike, konkrete stelling weergegee.

#### **6.7.4.2 Situasië-analise**

Die uitkoms van die situasië-analise in die vorige stap word hier duidelik gestel. Onderskeid word gemaak tussen eksterne en interne faktore

#### **6.7.4.3 Programdoelwitte**

Aan die hand van die oorhoofste doelwitte en met die oog op die situasië-analise, word die programdoelwitte geformuleer, met ander woorde: wat moet nou gedoen word om te bereik wat die organisasie wil bereik?

#### **6.7.4.4 Publieke**

Vervolgens word die lys van publieke vasgelê soos vasgestel by stap 1. Ook hier word geprioritiseer. Watter publieke is die belangrikste — raak die organisasie ten nouste of word self direk deur die organisasie geraak. Die belangrikheid van die publieke moenie onderskat word nie. Newsom et al (1993:175) beklemtoon dit: "To develop a real and realistic PR program, you must have respect for and empathy with the target publics." Dit spreek vanself dat die oorhoofse benadering tot skakelwerk hier bepalend is.



Dit is baie belangrik om die onderskeid tussen verskillende publieke te maak. Newsom et al (1993:175) waarsku die skakelpraktisyn daarteen om die publieke as een "massa" te sien: "Looking at the different subsets of people who constitute the organization's external publics helps PR practitioners avoid the fallacy of considering external publics as a 'mass public'. There is no such thing as a mass audience or public". Eers wanneer elke publiek afsonderlik gedefinieer is, kan die doelwitte vasgestel word, op grond waarvan elke publiek die beste bereik kan word.

#### **6.7.4.5 Programdoelwitte vir elke publiek**

Vervolgens word 'n program saamgestel met die oog op die bereiking van alle publieke en waarvolgens ook terugvoer van alle publieke verkry kan word.

#### **6.7.4.6 Handelingstrategieë**

Die konsep van handelingstrategieë is nie nuut nie. Tydens die Amerikaanse rewolusie (kyk 2.4) het die patriotte geen kans verby laat gaan om skakelwerk te gebruik ter bereiking van hul doelwitte nie — nuusbriewe, koerante, slagspreuke, simbole, retoriek, parades, uitstallings, feeste, gedigte, musiek, spotprente en vuurwerk is as skakelinstrumente gebruik om hulle doel te bereik. Van Adams is gesê dat hy van "pen, platform, pulpit, staged events, symbols..." gebruik gemaak het. Sommige handelstrategieë is na meer as tweehonderd jaar steeds bruikbaar. Watter kind kan 'n vuurwerkvertoning weerstaan? In die twintigste eeu noem Cutlip et al (1985:404-406) ope dae, spesiale gebeurtenisse, inskakeling van vrywilligers en skenkings (vir byvoorbeeld goeie doele, in die lig van sosiale verantwoordelikheid) as maontlike handelingstrategieë.

Wanneer 'n Christenskakelpraktisyn so 'n handelingstrategie beplan, weet hy egter (anders as Barnum en Adams van toe) dat die publiek nie gekul ("fooled") of geïgnoreer ("ignored") behoort te word nie. Dit is onmoontlik om 'n lys te maak van watter handelingsstrategieë wel en watter nie aan die Christelike norme van naasteliefde voldoen nie. Elke handelingsstrategie is 'n konkrete situasie, en geen twee situasies is presies dieselfde nie. Dit is die taak van die Christenskakelpraktisyn om die plan te toets aan die basiese norme, soos in hoofstukke 4 en 5 uitgespel. Veral in sulke situasies kan die kloof tussen die algemeenheid van die norme en die konkreetheid van situasies duidelik word. Hierin kom die etiese lewe as 'n lewe van verantwoordelike kasuïstiek veral na vore.

Skakelpraktisyns moet hul bes doen om die algemene norme en prinsipiële (abstrakte) reëls van toepassing maak op konkrete gevalle van die praktyk. Die strategie moet die toets van Gods Woord en die die forum van elkeen se gewete te weerstaan (kyk 4.4.7). Die norm is liefde — en die Goue Reël bly: Doen aan ander soos jy aan jouself gedoen wil hê. In hoofstuk 5 (kyk 5.2.2) is melding gemaak van die skakelpraktisyn se plig om sy naaste (insluitende ander skakelpraktisyns) se goeie reputasie aktief te bevorder. Dit pas nie by die Christenskakelpraktisyn om handelingstrategieë te ontwikkel waardeur die skakelpraktyk en skakelpraktisyns se reputasie skade kan ly nie. Die Christenskakelpraktisyn kan geen “publisiteitsoeker” en “stuntbedenker” (kyk 2.5) soos in die negentiende eeu wees nie. Dit spreek vanself dat die truuks (wat in swak smaak val en immorele ondertone het) nie die manier is om die aandag van die publiek te trek nie — al werk dit soms vir ander skakelpraktisyns.

#### **6.4.7.7 Kommunikasiestrategieë:**

##### **6.7.4.7a Boodskapstrategie**

Die boodskapstrategie behels die inhoud van die kommunikasie. By die bepaling van 'n boodskapstrategie kry die Christenskakelpraktisyn 'n rigtingwysing in die bestaande etiese kodes. 'n Standaardvereiste hierin is waarheid (kyk 5.2.1). Dit is vandag haas ondenkbaar dat 'n skakelpraktisyn 'n verhaal soos dié van Barnum oor Joyce Heth aan die publiek sal vertel. Uit die ondersoek en meningspeiling wat Evers (1998:79) gedoen het, blyk ook dat skakelpraktisyns in die algemeen leuens en die opsetlike verstrekking van verkeerde of misleidende inligting ten strengste afkeur, maar dit andersyds min of meer daarvoor eens is dat skakelpraktisyns nie altyd sonder meer die beskikbare inligting hoef te verstrek nie en seker nie as dit enige negatiewe effek op die organisasie van die skakelpraktisyn of sy opdraggewer kan hê nie. Hierdie houding, wat uit Evers (1998:79) se navorsing blyk, is tekenend van die postmoderne tydgees (kyk 3.2.4). Hierdie postmoderne ingesteldheid blyk ook verder uit dit wat Evers (1998:79) skryf: "De waarheid vertellen, maar wat is waarheid?" Wat presies 'n leuen is, is duideliker. Wanneer iemand 'n mededeling maak waarvan hy weet dat die inhoud nie waar is nie, dan lieg hy. Dit is nie in ooreenstemming met die plig van die skakelpraktisyn nie, want een van die pligte van 'n skakelpraktisyn in 'n organisasie is om die waarheid te kommunikeer. Maar hou die plig ook in dat so 'n skakelpraktisyn *alles* moet meedeel wat hy oor 'n kwessie weet? Mag 'n skakelpraktisyn alleen die korrekte antwoorde op gestelde vrae gee of moet hy uit eie beweging ook aanvullende inligting gee? Is die vertel van 'n halwe waarheid dieselfde as die vertel van 'n

leuen? Wanneer 'n skakelpraktisyn uit 'n verslag alleen die positiewe punte uitlig, lieg hy dan? (Evers, 1998:79). Mag 'n skakelpraktisyn die waarheid 'n "bietjie aanhelp" deur dit aan te dik?

Die kwessie is of die standpunte en opvattinge van die bestuur van die organisasie korrek en sorgvuldig weergegee word. Skakelpraktisyn wat worstel met hierdie vrae, sal bedroë daarvan afkom wanneer hulle antwoorde op hierdie tipe vrae alleen binne die sekulêre skakelpraktyk gaan soek. Postmodernistiese skakelpraktisyns sal terugval op hul eie situasies, want in hul beleving bestaan daar immers niks meer nie. Daar is nie 'n objektiewe waarheid nie en buitendien hoef hulle as individue nie voor 'n hoër gesag verantwoording te doen nie. Wanneer Christenskakelpraktisyns op soek gaan na antwoorde op hierdie vrae, kan hulle altyd terugval op meer as net die letter van die etiese kodes, naamlik op die Woord van God, belydenisskrifte, diverse etiese geskrifte en die oorwoë mening van ander gelowige en/of eties-verantwoordelike skakelpraktisyns.

Dit is ook nog verder moontlik om wel die letterlike waarheid te praat en nog steeds "on-liefdadige" persoonsbehartiging toe te pas. Veral wanneer die letterlike waarheid 'n paar verskuilde feite inhou.

#### **6.7.4.7b Mediastrategie**

By die bepaling van 'n mediastrategie word daar gekyk na watter media gebruik word, of die media die gewenste teikenpubliek bereik en wat die sirkulasiesyfer van die medium is.

Om interne publieke te bereik, kan gebruik gemaak word van geskrewe (interne) publikasies soos nuusbriewe, blaadjies, briewe, inligtingsstukke, kennisgewingborde en plakate. Gesproke kommunikasie moet ook nie onderskat word nie. Baie gerugte versprei deur middel van riemtelegramme. Die skakelpraktisyn moet veral ook oplet wat daar in die teekamers en in die gange gepraat word. Verder is vergaderings, toesprake, telefoonkonferensies ensovoorts ook maniere om boodskappe te kommunikeer. Soms kan daar ook van beeldkommunikasie — video, skyfies, rekenaaraanbiedings, tentoonstellings en uitstallings gebruik gemaak word. Dit kan gebruik word om met die interne publieke oor interne of eksterne sake te kommunikeer, byvoorbeeld herstrukturering in 'n organisasie,

'n nuwe korporatiewe beeld of identiteit bekendstel of moontlike samesmeltings met ander organisasies bekendmaak.

Die massamedia word veral gebruik om eksterne publieke te bereik. Hier word gedink aan radio, TV, drukmedia (dagblaaie, weekblaaie, streekkoerante, tydskrifte, vaktydskrifte, joernale) asook die nuwe media (bv. webwerwe). Die rol van die nuwe media word toenemend belangrik soos in hoofstuk 3 (kyk 3.2.1) reeds gemeld is. Hoewel dit in vele naslaanwerke oor skakelkunde nog nie voorkom nie, is dit belangrik om nie die opkomende nuwe media te vergeet nie. Die internet bevat verskillende vorme van media. Koerante kan op die internet gelees word, sommige publikasies het selfs internetuitgawes wat van die harde kopie verskil (vgl. Van Dijk, 1997:141-162).

Die Christenskakelpraktisyn kan aansluit by wat in etiese kodes (kyk 5.2.3) oor die hantering van media genoem is, naamlik dat die skakelpraktisyn nie die geloofwaardigheid van die media in die gedrang moet laat kom (deur halwe waarhede of misleiding) nie.

Maar die belangrikste om te vermeld, is dat elke medium sy eie "tegniese kode" het wat nie vry van waardes staan nie. Die hantering van 'n bepaalde medium is dus nie waardevry nie; elke medium dra 'n boodskap op verskillende wyses oor wat die aard van die boodskap kan verander. So is kamerahoeke nie bloot 'n tegnie aangeleentheid nie, maar kan dit die ontvanger se persepsies wesenlik beïnvloed. As sodanig kan die tegniese hantering van die media die ontvanger in 'n rigting stuur. Die skakelpraktisyn se hantering van die media is dus belangrik in soverre die boodskap aan die eise van liefdevolle persoonsbehartiging (ingeslote oriënterende en fasiliterende persoonsbehartiging) moet voldoen, maar ook dat die tegniese hantering van die media daarmee in pas sal wees. Deur die sogenaamde waardevryheid van die media te verwerp, verleen die Christenskakelpraktisyn 'n kwalitatief ander dimensie aan sy/haar werk en word die vertegnisering van skakelkundige probleemoplossingsprosesse vermy. Daardeur word ook nogmaals aansluiting gevind (en verdere diepte gegee aan) die gedagte dat die skakelpraktisyn meer as 'n kommunikasietegnikus moet wees, maar eerder 'n fasiliteerder van die probleemoplossingsproses (kyk 5.5.2 en 5.5.4).

#### 6.7.4.8 Implementeringsplan

Die drie belangrikste onderdele van die implementeringsplan is die werkverdeling, begroting en tydsbeplanning. Tydens die werkverdeling word bepaal wie vir die uitvoering van die verskillende strategiese en kommunikasiehandelinge verantwoordelik is. Wat ook hier aan die orde moet kom, is die rol wat ander departemente en afdelings in die organisasie in die uitvoering van die plan speel. Elke mens op watter vlak dan ook, is 'n onderkoning in die skepping van God, met die verantwoordelikheid vir waaroor hy of sy aangestel is (vgl. Snyman, kyk 4.3.1). Elkeen het 'n verantwoordelikheid en kan 'n rol speel. Ook die persoon wat die telefoon antwoord en dus die eerste "gesig" van die organisasie verteenwoordig, is belangrik en kan deel uitmaak van die implementeringsplan.

#### 6.7.4.9 Terugvoer en aanpassings

In hierdie stap word daar gekyk of die handelings- en kommunikasiestrategieë inderdaad die doel sal bereik waarvoor dit bedoel is. Die doel van die skakelplan is fasilitering van die probleemoplossingsproses en die norm is steeds liefde. In die skakelpraktyk het ons dus te make met fasiliterende persoonsbehartiging. Ook in hierdie fase kan die Christenskakelpraktisyn alle beplande kommunikasiehandelinge krities oorweeg en toets of dit wel aan die wil van God voldoen. Word die publieke inderdaad as 'n naaste erken en eerbiedig? Word daar aan almal respek betoon? Is hier inderdaad sprake van fasiliterende persoonsbehartiging? (vgl. hoofstuk 4). Hier kan die skakelpraktisyn ook die "inhuisaktiwis" wees wat verkeerdhede kan uitwys en aandring op die nodige aanpassings.

Selfs al is die waarde van beplanning in skakelwerk duidelik en word dit ook erken, gee talle skakelpraktisyns te min aandag aan die tweede stap in die proses. Volgens Cutlip et al (1985:223) hang dit meestal saam met leemtes in beplanning tydens die eerste fase. Beplanning moet egter nooit 'n doel opsigself word nie; dit is 'n middel tot 'n doel. Wanneer 'n plan opgestel is, moet dit nie rigied en ten alle koste uitgevoer word nie. Die implementering moet deur buigzaamheid en aanpasbaarheid (*flexibility and adaptation*) gekenmerk word (Cutlip et al, 1985:254). Daar moet op veranderinge in die omgewing gereageer kan word — so nie word dit weer 'n geslote sisteem en in plaas van 'n simmetriese tweerigtingbenadering, vind 'n klemverskuiwing plaas en word dit weer asimmetries. So gesien, is soepelheid van denke en aanpasbaarheid tog belangrike

kenmerke van 'n Christelike visie op skakelwerk. Klemlegging op Bybelse beginsels en daaruit afgeleide norme mag nie aanleiding gee tot rigiditeit en onbuigsaamheid nie. Die Christenskakelpraktisyn moet juis ruim van gees en sensitief vir die omgewing wees. Vanuit die gestelde normatiewe raamwerk moet die Christenskakelpraktisyn nooit die indruk wek van beterweterigheid en morele arrogansie nie.

Dit spreek vanself dat die kernpunte wat aan die orde gestel is by die formulering van doelwitte en die identifisering van die probleem, konkreet gestalte moet kry in die beplanning- en programmeringsfase. Dit gee onder meer gestalte aan die sosiale verantwoordelikheid van 'n organisasie — na die werknemers toe, die gemeenskap, opvoedkundige en opleidingsinstellings, verbruikers, handelaars, aandeelhouders, die regering, die media en internasionale organisasies en instellings (Overton-De Klerk, 1994:182-185).

In die tweede fase, wanneer daar aandag gegee word aan die beplanning en programmering, word daar ook 'n plan opgestel om moontlike probleme die hoof te bied, ook in krisissituasies. Dit is nodig om in die eerste fase ook moontlike krisissituasies te antisipeer en dan 'n krisisskakelplan op te stel. Die belangrikheid hiervan het reeds geblyk uit die voorbeelde van Coca-Cola en McDonalds (kyk 3.2.1). Uit die voorbeelde het dit ook geblyk dat 'n eensydige bemerkingsbenadering nie help tydens krisis nie. Marra (1992, in Marra, 1997:3) het aangetoon dat die beste krisisskakelplanne misluk as dit nie op 'n simmetriese tweerigtingbenadering gebaseer is nie. Vroeër was die fokus van 'n krisisskakelplan die kommunikasie deur 'n organisasie. Volgens Marra (1997:3) moet dit verskuif na kommunikasie vóór die uitbreek van die krisis. In sy navorsing voorspel Marra (op basis van die simmetriese tweerigtingbenadering) waarom organisasies in staat sal wees om krisis goed (of sleg) te hanteer en te bestuur in teenstelling met vorige beskrywende studies oor hoe krisis bestuur moet word. Asimetriese organisasies kan in krisistye nie meer die kommunikasie reg "brou" nie (vgl. ook Kinghom, 1995:23).

### **6.7.5 Stap 3: Handeling en kommunikasie**

Tydens hierdie stap word daar tot die onderneming van 'n handeling oorgegaan. Nager en Allen (in Cutlip et al, 1985:258) beskryf hierdie stap as volg: "socially responsible acts taken by public relations departments or other parts of the organization with your counsel".

Dit verwys dus nie net na kommunikasie nie, maar ook na stappe wat gedoen (moet) word om die organisasie se beleid, prosedures, produkte, dienste en gedrag te verbeter in die belang van die organisasie én sy publieke.

Cutlip et al (1985:64) onderskei 'n aantal handeling wat deel uitmaak van die skakelpraktisyn se dagtaak.

### 6.7.5.1 Skryf en redigeer

Sedert die tyd toe skakelpraktisyns as inhuisoernaliste en "misharkers" in diens geneem is, het 'n groot gedeelte van 'n skakelpraktisyn se taak uit skryf bestaan. Soos Cutlip et al (1985:64) dit stel: "The mix of assignments and responsibilities varies greatly from organization to organization, but one task is a common denominator to all the others — writing. Ability to write remains a requirement throughout one's career". Die skryf van mediaverklarings, nuusbriewe, verslae, toesprake, tekste vir brosjures en pamflette, radio- en televisietekste, artikels vir vaktydskrifte en handelsblaai en dergelike is 'n belangrike taak van alle skakelpraktisyns, hoewel dit vanselfsprekend van organisasie tot organisasie en van persoon tot persoon kan verskil. Dit is ook dikwels die taak van skakelpraktisyns om verskillende vorme van skriftelike kommunikasie aan interne en eksterne publieke te redigeer (Cutlip et al, 1985:64). Kortom, die skakelpraktisyn is dikwels 'n bedryfsjoernalis. En hoewel die bedryfsjoernalistiek in doel van die openbare joernalistiek verskil, kan 'n goeie bedryfsjoernalis baie van die openbare joernalistiek leer. Die belangrikste doel van die joernalistiek is om sy publieke in te lig "Zowel lezer als verslaggewers beschouwen informeren als de voornamelijkste taak van de krant. Het publiek hecht aan objectiviteit, volledigheid en deskundigheid..." (Kaiser<sup>15</sup>, in Cornelisse, 1989:5). Ook kan die Christenskakelpraktisyn leer van wat ander Christene oor die joernalistiekpraktyk geskryf het (soos ook gedoen is in hoofstuk 4 waar veel aandag aan Snyman gegee is).

Ook die interne nuusblad, mediaverklaring of verslag, is die produk van mense wat optree op grond van hulle Godgegewe kultuurmandaat (sien hoofstuk 1.2.1 hoofstuk 4.3.2, asook Van der Walt, 1999:343, Heyns, 1986:378,379) Deur inligting noukeurig weer te gee

---

<sup>15</sup> N.a.v. die gepubliseerde resultate van 'n ondersoek deur Kaiser, vkgroep massakommunikasie aan die Rijksuniversiteit Utrecht, Nederland, in opdrag van die joernalistieke vaktydskrif *Reporter*.

voldoen die skakelpraktisyn aan die gepositiveerde norm van oriënterende persoonsbehartiging (kyk 4.3.2; 6.3.7.2; Froneman 1997:4). Die bekendmaking van inligting stel mense in staat om goeie besluite te neem en verantwoordelik op te tree. Dit is een van die belangrikste take van die skakelpraktisyn in die proses van probleemoplossing.

#### **6.7.5.2 Mediabetrekkinge**

Met dit wat vroeër oor die media gesê is in gedagte, moet skakelpraktisyns goeie betrekkinge met die verskillende media tot stand bring en onderhou. Hulle staan die media ook te woord wanneer hulle inligting oor die organisasie nodig en beantwoord (eerlik) hulle vrae. Die beste manier om goeie betrekkinge met die media te onderhou, is om respek te hê vir die media en die funksie wat dit binne die samelewing vervul. Cutlip et al (1985:431-436) meen die media leer 'n skakelpraktisyn en sy organisasie vertrou as die inligting wat van so 'n organisasie afkomstig is akkuraat is. Integriteit, kwaliteit en diensbaarheid — d.w.s. professionaliteit — is van primêre belang. Die taak van die skakelpraktisyn is nie om ongunstige berigte uit die media te hou nie; wel om te help sorg dat situasies nie ontstaan wat aanleiding gee tot sulke ongunstige publisiteit (vgl. Cutlip et al, 1985:433).

#### **6.7.5.3 Ander**

Tydens hierdie (derde) fase van die vierstappeproses gee skakelpraktisyns uitvoering aan alle beplande aktiwiteite soos die spesiale gebeurtenisse (die hou van ope dae, mediakonferensies, uitstallings, kompetisies, die maak van toekennings ens.) Hulle is nou betrokke by die produksie van alle kommunikasie en hou 'n oog oor die bladuitleg en kopie van brosjures, pamflette en jaarverslae, kontroleer die inhoud, beeld en klank van korporatiewe videos en berei oudiovisuele aanbiedings voor — met inagneming van die waardebelaaide karakter van die media, soos in 6.3.7.2 gestel.

Skakelpraktisyns moet ook die media en publieke toespreek. Wanneer die skakelpraktisyns die media of publieke te woord staan moet hulle ook begrip vir die publieke laat blyk. Praat uit die perspektief van die publieke en die openbare belang (Cutlip, 1985:436). Die belangrikste wenk wat Cutlip (1985:436) hier gee is "Tell the truth — even if it hurts."



In alle aktiwiteite moet die lojaliteit van die skakelpraktisyn aan sy organisasie en die norm van liefdevolle, fasiliterende persoonsbehartiging van alle publieke gestalte kry. Dit is 'n dag- en lewenstaak waarin skakelpraktisyns dikwels kan terugval op Heyns se gedagtes oor die etiese lewe as 'n lewe van verantwoordelike kasuïstiek (kyk 4.4.7). Hoe kan God se riglyne op hierdie konkrete situasies toegepas word? Soms spreek dit byna vanself, soos dat die Christen in alle kommunikasiehandelinge netjiese taal behoort te gebruik (vgl Ef.4:29), soms is dit moeiliker en dan behoort die skakelpraktisyn God biddend om wysheid te vra. In Jakobus 1:5 vind ons hierdie troosryke belofte van God: "As een van julle wysheid kortkom moet hy dit van God bid, en Hy sal dit aan hom gee, want God gee aan almal sonder voorbehoud en sonder verwyt."

#### **6.7.6 Stap 4: evaluering van die program**

Grunig en Hunt (1984:160) onderskei tussen vormende en evaluerende navorsing. Soos reeds genoem by 6.2, maak skakelpraktisyns van toegepaste navorsing gebruik om hul planne en strategieë te ontwikkel (vormende) en ook om tydens en na afloop van die programme dit te evalueer. Evaluering van 'n skakelprogram beteken dat die bereiking van doelwitte gepeil word. Deur middel van navorsing kan die effektiwiteit van die beplanning, implementering en invloed van die kommunikasieplan gemeet word (Wimmer & Dominick, 1991:332).

Vir die Christenskakelpraktisyns is dit belangrik om in die evalueringsfase die hele skakelplan *ook in die lig van die gestelde waarderaamwerk te evalueer*. Is in terme van die simmetriese tweerigtingbenadering opgetree? Het die skakelpraktisyns as fasiliteerders van die probleemoplossingsproses opgetree? Was hier werklik sprake van "fasiliterende persoonsbehartiging"? Breër gestel: was hier sprake van konsekwente liefdevolle persoonsbehartiging? Is die naaste dus met respek en in waarheid gehanteer, terwyl die eie organisasie se belange ook na behore en op 'n professionele manier gehanteer is? En ten slotte: is God deur alles heen verheerlik? Dat nie altyd op alles bevestigend geantwoord sal kan word nie, spreek vanself. Maar dit bied geleentheid tot regstelling en verbetering.

### 6.7.7 Gevolgtrekking

In alle fases en stappe van die vierstappesproses van Cutlip is melding gemaak van die rol wat die Christenskakelpraktisyne in 'n organisasies kan en behoort te vervul. In die lig van 4.4.3 kan ons dit die plig van die Christenskakelpraktisyne noem. Telkens is melding gemaak van die sturende funksie, hul rol as "inhuisaktiviste" en hoe om sout vir en lig in die wêreld te wees. Maar erkenning is ook gegee aan die feit dat die benadering wat hier voorgestaan word nie algemeen aanvaar sal word of maklik in die praktyk toegepas sal kan word nie. Allertei struikelblokke bestaan wat die konkretisering van 'n Christelike praksiologie bemoeilik.

Daarom is ook erken dat die Christelik-etiese lewe 'n lewe van onvermydelike kompromieë is (vgl. 4.4.8). So sal die Christenskakelpraktisyn ook soms bereid moet wees om die tweede beste te aanvaar wanneer volkome gehoorsaamheid aan God nie moontlik is nie.

Dit is ook ongelukkig so dat baie organisasies nie hulle "inhuisaktiviste" waardeer nie. Sommige organisasies verwag steeds van hul skakelpraktisyne om "advokate" van die organisasies in die "hof van die openbare mening" moet wees, soos wat Lee dit in die begin van die twintigste eeu geformuleer het (kyk 2.7). In ag genome die feit dat die Amerikaanse regstelsel nie van die advokaat verwag om persoonlik aan die kliënt se onskuld te glo nie, is dié benadering verreikend. Dit is benadering wat in 'n siniese, normlose postmoderne konteks aanvaarbaar is — solank die winsmotief gedien word.

Dat 'n skakelpraktisyn soms eerder sal bedank as om deel van 'n oneerbare organisasie te bly, spreek vanself. Maar Grunig en Hunt (1984:73) meen: "Only when practitioners have no chance to change an organization, or when they are forced into unethical behaviour themselves... should they resign." So lank die Christenskakelpraktisyn lig en sout in 'n organisasie kan wees, is dit sy of haar taak om dit te wees. Deur op mikrovlak Bybelse beginsels uit te leef, kan 'n invloed op meso- en makrovlak uitgeoefen word. Hierdie invloed is nie beperk tot nie-winsgewende organisasies wat 'n simmetriese tweerigtingbenadering veel makliker as winsgedrewe maatskappye sal aanvaar nie. Juis laasgenoemde maatskappye het meer dikwels 'n veel groter behoefte aan weldeurdragte simmetriese tweerigtingsskakelwerk om eensydige bemarkingsimperialisme teen te werk en

'n omvattende, holistiese kommunikasiebenadering te bevorder wat ruimte laat vir sowel skakelwerk as noodsaaklike bemarkingskommunikasie.

Skakelwerk as profesie kan ook juis gedien word deur 'n gesonde idealisme wat op 'n etiese wyse uitstyg bo tegnieke. Soos Howard Chase (1999:14) opgemerk het: "I'm unhappy about the big gap between details and vision." En verder:

The public relations field is in desperate need of an idealism. I don't know where it's going to come from. The whole world is filled with people whose names shall be written in water. The field degrade itself if it accepts any responsibility for spindoctoring. We no longer have a fundamental philosophy of our own.

Daar is juis 'n plek vir en behoefte aan idealisme in die vakgebied— wat wetenskaplik en filosofies onderbou is. Dit is waartoe Christene in die skakelwese geroep word en waartoe God ons toerus.

## Bibliografie

AGEE, W.K., AULT, P.H., & EMERY, E. 1991. Introduction to mass communications. New York: Harper Collins.

ASSELBERGS, P.J.M. 1997. Onderzoek voor public relations. (*In* Groenendijk, J.N.A., Hazekamp, G.A. Th. & Mastenbroek, J. reds. 1997. Public Relations: Beleid, organisatie en uitvoering. 4<sup>de</sup> Geheel herziene druk. Alphen aan den Rijn, Nederland: Samsom. p.76-90.)

BAKKER, R., VAN MELSEN, A.G.M. & VAN PEURSEN, C.A. 1981. Inleiding tot de Wijsbegeerte in Christelijk Perspectief. Kampen: Kok.

BELCH, G.E & BELCH, M.A. 1995. Introduction to advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective. Chicago: Irvin.

BENG, Y.S. 1994. The state of public relations in Singapore. *Public Relations Review* 20(4):373-394.

BOTHA, M.E. 1993. Metateoretiese perspektiewe op die sosiale wetenskappe. PU vir CHO: Potchefstroom.

BROOM, G. M. & Dozier, D. M. 1983. An overview: Evaluation research in public relations. *Public Relations Quarterly*, 28(3), 5-8.

BROOM, G. M., & Center, A. H. 1983. Evaluation research. *Public Relations Quarterly*, 28(3), 2-3.

BROOM, G. M., & DOZIER, D. M. 1985 (August). Determinants and consequences of public relations roles. Paper presented at the meeting of the Public Relations division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Memphis.

BROOM, G. M., & DOZIER, D. M. 1986. Advancement for public relations role models. *Public Relations Review*, 7(1), 37-56.

BROOM, G. M., & SMITH, G. D. 1978. (August). Toward an understanding of public relations roles: An empirical test of five role models' impact on clients. Paper presented at the meeting of the Public Relations Division, Association for Education in Journalism, Seattle.

BROOM, G. M., & SMITH, G. D. 1979. Testing the practitioner's impact on clients. *Public Relations Review*, 5(3), 47-59.

BROOM, G.M. 1986 (May). Public relations roles and systems theory: Functional and historicist causal models. Paper presented at the meeting of the Public Relations Interest Group, International Communication Association, Chicago.

BYBEL, DIE. 1983. Alle teksverwysings in hierdie verhandeling verwys na tekste uit 1983-Afrikaanse vertaling. Kaapstad: Bybelgenootskap van Suid-Afrika.

CALVYN, J. 1988. *Institusie van die Christelike Godsdienst (1559)*, vertaal deur prof. dr. H.W. Simpson (1988). Potchefstroom: IRS.

CHASE, W.H. 1999. Chase foresees dismal future for public relations — It's been captured by marketing. *Public Relations Quarterly*. 44(4):13-18, Winter.

CHRISTIANS, C.G. & CAREY, J.W. 1989. The logic and aims of qualitative research. (*In* Stempel, G.H.III & Westley, B.H. 1989. *Research methods in mass communication*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. p.342-362.)

COOMBS, W.T.; HOLLADAY, S.; HASENAUER, G. & SIGNITZER, B. 1994. Comparative analysis of international public relations: Identification of similarities and differences between professionalization in Austria, Norway, and the United States. *Journal of Public Relations Research*. 6:23-39.

CORNELISSE, W. 1989. De journalist, wereldverbeteraar. *NRC Handelsblad*: 5, Mei 26.

CUTLIP, S. M., & CENTER, A. H. (1971). *Effective public relations* (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

CUTLIP, S.M., CENTRE, A.H. & BROOM, G.M. 1985. *Effective public relations*. 6th. edition. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall.

CZARNECKI, A. 2000. Public relations versus marketing. *In* Czarnecki, A. 2000. *Public relations and social marketing*. [Besikbaar op internet:] <http://www.web.net/~alcom/prvsmarketing.html> [Datum van gebruik: 10 Jun. 2000.]

DE BEER, A.S. 1980. Qualitative research in journalism— friend or foe? *Communicare*. 1(1),10-23.

DE KLERK, D. 1994. Rentmeesterskap in die ekonomiese en bestuurswetenskappe. (Verkorte uitgawe.) Potchefstroom: PU vir CHO (Departement Sentrale Publikasies).

DOZIER, D.M. & EHLING, W.P. 1992. Evaluation of public relations programs: What the literature tells us about their effects. (*In* Grunig, J.E. ed. 1992. *Excellence in public relations and communication management*. Hillside, NJ: Lawrence Erlbaum. p. 159-184.)

DOZIER, D.M. 1992. The organizational roles of communications and public relations practitioners. (*In* Grunig, J.E. ed. 1992. *Excellence in public relations and communication management*. Hillside, NJ: Lawrence Erlbaum. p.327-356.)

DPRG- DEUTSCHE PUBLIC RELATIONS GESELLSCHAFT. 2000. [Beskikbaar op internet:] <http://www.dprg.de.html> [Datum van gebruik: 28 Sept. 2000.]

EVERS, H. 1998. Communicatie-ethiek. Tilburg: Academie voor Journalistiek en Voorlichting

FEATHERSTONE, M. 1988. In pursuit of the postmodern: An introduction. *Theory, Culture and Society*. 5(1-3).

FEATHERSTONE, M. 1991. Consumer culture and postmodernism. London: Sage.

FITZGERALD, S.S. & SPAGNOLIA, N. 1999. Four predictions for PR practitioners in the new millenium. *Public Relations Quarterly*. 44(3);12-15, Fall.

FORTNER, R.S. & CHRISTIANS, C.G. 1989. Separating wheat from chaff in qualitative studies. (In Stempel, G.H.III & Westley, B.H. 1989. Research methods in mass communication. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. p.362-384.)

FRONEMAN, J.D. 1997. Towards a Christian model for journalism. *Koers* 62(1): 1-17.

FRONEMAN, J.D. 2000. Persoonlike mededeling. Aantekeninge in besit van outeur. Augustus: Gouda, Nederland.

FRONEMAN, J.D. & DE BEER, A.S. 1993. Media Ethics: Thorny questions with diverse answers. (In De Beer, A.S. ed. 1993. *Mass media for the nineties*. Pretoria: Van Schaik. p.289-320.)

GEERTSEMA, H.G. 'n Kort karakteristiek van die postmodernisme en die uitdaging wat dit aan 'n christelike universiteit stel. ('n Lesing gelewe in Nederlands op 16 Oktober aan die PU vir CHO. Getranskribeer en vertaal deur B.J. van der Walt). In Goudzwaard, B., Geertsema, H.G. & Heyns, M. F. 1998. Wat beteken postmodernisme? Potchefstroom: Instituut vir Reformatoriese Studie. PU vir CHO.

GIDDENS, A. 1990. The consequences of modernity. Cambridge: Polity Press.

GOUDZWAARD, B. 1998. Hoe om sin te maak van die postmodernisme. (In Goudzwaard, B., Geertsema, H.G. & Heyns, M. F. 1998. Wat beteken postmodernisme? Potchefstroom: Instituut vir reformatoriese studie. PU vir CHO.)

GREEFF, M. s.a. Inleiding tot kwalitatiewe navorsing. Potchefstroom: Ongepubliseerde klasaantekeninge.

GROENENDIJK, J.N.A. 1997. Public relations-management. (*In Groenendijk, J.N.A., Hazekamp, G.A. Th. & Mastenbroek, J. reds. 1997. Public Relations: Beleid, organisatie en uitvoering. (4<sup>de</sup> Geheel herziene druk). Alphen aan den Rijn (Nederland): Samsom. p.14-27.*)

GROENENDIJK, J.N.A., HAZEKAMP, G.A. Th. & MASTENBROEK, J. Redts. 1997. *Public Relations: Beleid, organisatie en uitvoering. (4<sup>de</sup> Geheel herziene druk). Alphen aan den Rijn (Nederland): Samsom.*

GRUNIG, J. E. & HUNT, T. 1984. *Managing public relations. New York: Holt Rinehart & Winston.*

GRUNIG, J.E. & GRUNIG, L.A. 1989. Toward a theory of the public relations behaviour of organizations: Review of a program or research. (*In Grunig, J.E. & Grunig, L.A. eds. 1989. Public relations research annual. (1): 27-63. Hillside, NJ: Lawrence Erlbaum.*)

GRUNIG, J.E. & GRUNIG, L.A. 1992. Models of public relations and communications. (*In Grunig, J.E. ed. 1992. Excellence in public relations and communication management. Hillside, NJ: Lawrence Erlbaum. p.285-326.*)

GRUNIG, J.E. & REPPER, F.C. 1992. Strategic management, publics and issues. (*In Grunig, J.E. ed. 1992. Excellence in public relations and communication management. Hillside, NJ: Lawrence Erlbaum. p117-158.*)

GRUNIG, J.E. & WHITE, J. 1992. The effect of worldviews on public relations. (*In Grunig, J.E. ed. 1992. Excellence in public relations and communication management. Hillside, NJ: Lawrence Erlbaum. p.31-64.*)

GRUNIG, J.E. 1992a. Preface. (*In Grunig, J.E. ed. 1992. Excellence in public relations and communication management. Hillside, NJ: Lawrence Erlbaum. p.xiii-xiv.*)

GRUNIG, J.E. 1992b. An Overview of the book. (*In Grunig, J.E. ed. 1992. Excellence in public relations and communication management. Hillside, NJ: Lawrence Erlbaum. p.1-30.*)

GRUNIG, J.E. 1992c. What is excellence in management. (*In Grunig, J.E. ed. 1992. Excellence in public relations and communication management. Hillside, NJ: Lawrence Erlbaum. p.219-250.*)

GRUNIG, L.A. 1992. Activism: how it limits the effectiveness of organizations and how excellent public relations departments respond. (*In Grunig, J.E. ed. 1992. Excellence in*

public relations and communication management. Hillside, NJ: Lawrence Erlbaum. p.503-530.)

GRUNIG, L.A., GRUNIG, J.E. & EHLING, W.P. 1992. What is an effective organization? (*In* Grunig, J.E. ed. 1992. Excellence in public relations and communication management. Hillside, NJ: Lawrence Erlbaum. p.65-90.)

HAT (Odendal, F.F. red.) 1991. Verklarende handwoordeboek van die Afrikaanse taal. 2<sup>de</sup> uitgawe, 8<sup>ste</sup> druk. Johannesburg: Perskor.

HAZEKAMP, G.A.Th. 1997. Organisasie, planning en budgettering van public relations. (*In* Groenendijk, J.N.A., Hazekamp, G.A. Th. & Mastenbroek, J. reds. 1997. Public Relations: Beleid, organisasie en uitvoering. 4<sup>de</sup> Geheel herziene druk. Alphen aan den Rijn, Nederland: Samsom. p.56-75.)

HEYMAN, W.C. 1999. Moving on up in the year 2000. *The public relations strategist* 5(2) 19-23, Summer.

HEYNS, J.A. 1974. Die mens: Bybelse en buite-Bybelse mensbeskouing. Bloemfontein: Sacum.

HEYNS, J.A. 1972. Lewende Christendom: 'n Teologie van gehoorsaamheid. Kaapstad: Tafelberg.

HEYNS, J.A. 1982. Teologiese Etiek: Deel 1. Pretoria: NG Kerkboekhandel Transvaal.

HEYNS, J.A. 1986. Teologiese Etiek: Deel 2/1. Sosiale etiek. Pretoria: NG Kerkboekhandel Transvaal.

HIEBERT, R.E. 1966. Courtier to the crowd. Ames, IA: Iowa State University Press.

HIEBERT, R.E. 1992a. Advertising and public relations in transition from communism: The case of Hungary, 1989-1994. *Public Relations Review* 29,357-372

HIEBERT, R.E. 1992b. Global public relations in a postcommunist world: A new model. *Public Relations Review* 18:117-126

HILBERS, A. 1962. Een Goddelijk beroep. Goes, Nederland: Oosterbaan en Le Cointre.

HIRIGOYEN, P. 2000. Postcards from international public relations. *The Public Relations Strategist* 6(1):37-40, Spring.



HOLZHAUSEN, D. & VERWEY, S. 1996. Towards a general theory of public relations. *Communicare* 15 (2):25-56, Summer.

HOWARD, C.M. 2000. Technology and tabloids: Hoe the new media world is changing our jobs. *Public Relations Quarterly* 45 (1): 8-12, Spring.

HUNT, T. 1995. Companies still punish wistleblowers. [Beschikbaar op internet:] <http://www.scils.rutgers.edu/de/graphics/databank/ethic1.html> [Datum van gebruik: 22 Aug. 2000]

JANSEN, N. 1989. The philosophy of mass communication research. Kaapstad: Juta

JUDD, L.R. 1995. An approach to ethics in the information age. *Public Relations Review*. 21(1): 35-44, Spring.

KALSBEER, L. 1983. De Wijsbegeerte der Wetsidee: Proeve van een christelijke filosofie. 5<sup>de</sup> druk. Amsterdam: Buijten & Schipperheijn

KAMM, S. 2000. *PR-guide online: PR von A bis Z*. [Beschikbaar op internet:] <http://www.dprg.de/know/grun/grun/html> [Datum van gebruik: 28 Sept. 2000.]

KATUS, J. 1990. Wetenschapsvoorlichting. (In Van Gent, B. & Katus, J. reds. 1990. Voorlichting, theorieën, werkwijzen en terreinen. Houten-Deurnen, Nederland: Bohn, Stafleu & Van Loghum.)

KINGHORN, E. 1995. A good record in social ethics can avert disaster. *The Sunday Independent*: 5, Dec. p.23.

KOK, P.J. 1997. Marketing public relations. (In Groenendijk, J.N.A., Hazekamp, G.A. Th. & Mastenbroek, J. reds. 1997. Public Relations: Beleid, organisatie en uitvoering. 4<sup>de</sup> Geheel herziene druk. Alphen aan den Rijn, Nederland: Samsom. p.466-475.)

KRUCKEBERG, D. 1989. The need for an international code of ethics. *Public Relations Review*. 15(2):6-12, Summer.

KRUCKEBERG, D. 1998. Future reconciliation of multicultural perspectives in public relations ethics. *Public Relations Quarterly*. 43(1): 45-48, Spring.

LONGMAN DICTIONARY OF CONTEMPORARY ENGLISH. (Summers, D. ed. dir.) 2nd. edition (1987), 13th impression. Burnt Mill, Harlow (England): Longman House.

LOUET FEISSNER, J.J. 1949. *Integratie der wetenschap.* (In Louet Feissner, J.J.; Kohnstamm, P., Van Niftrik, G.C., Diepenhorst, I.A. en Loen, A.E. 1949. *De Christen-Academicus en de Wetenschap.* Amsterdam: Ten Have.)

LUBBE, B. 1994. The nature of public relations. (In Lubbe, B. & Puth, G. eds. 1994. *Public relations in South Africa: A management reader.* Durban: Butterworths. p.1-14.)

LYOTARD, J. 1987. *Het postmoderne weten: Een verslag.* Oorspronklike titel: *La condition postmoderne- rapport sur le savoir.* Vertaal uit het Frans (van 1979) in Nederlands deur Cecile Janssen en Dick Veerman. Kampen: Kok Agora.

MALAN, J.P. & L'ESTRANGE, J.A. 1977. *Public relations practice in South Africa.* 4th ed. Kenwyn: Juta

MARRA, F. J. 1997. *New mindset required for excellent crisis public relations.* [Beskikbaar op internet:] <http://www.cbs.curtin.edu.au/mkt/research/9703.htm> [Datum van gebruik: 24 November 1999]

MASTENBROEK, J. 1997. *Public relations, vorme van kommunikasie en ander konsepte.* (In Groenendijk, J.N.A., Hazekamp, G.A. Th. & Mastenbroek, J. reds. 1997. *Public Relations: Beleid, organisasie en uitvoering.* 4<sup>de</sup> Geheel herziene druk. Alphen aan den Rijn, Nederland: Samsom. p.28-43.)

MCQUAIL, D. & WINDAHL, S. 1981. *Communication models for the study of mass communications.* London: Longman.

MEIJLINK, T.L. 1997. *Ethiek van public relations.* (In Groenendijk, J.N.A., Hazekamp, G.A. Th. & Mastenbroek, J. reds. 1997. *Public Relations: Beleid, organisasie en uitvoering.* 4<sup>de</sup> Geheel herziene druk. Alphen aan den Rijn, Nederland: Samsom. p.144-155.)

MERSHAM, G.M., RENSBERG, R.S. & SKINNER, J.C. 1995. *Public relations, development and social investment: A South African perspective.* Pretoria: Van Schaik.

MIYAMOTO, C. 1997. *Integrated Communication: A Concept So Old That It's New.* In: Miyamoto, C. 1997. *Miyamoto's public relations resource: Strategic public relations.* [Beskikbaar op internet: <http://www.geocities.com/WallStreet/8925/integcom.html>.] [Datum van gebruik: 22 Aug. 2000.]

MOUTON, J & MARAIS, H.C. 1992. *Basiese begrippe: metodologie vir die geesteswetenskappe.* Pretoria: RGN.

MOUTON, J. 1988. *Introduction to qualitative research.* Pretoria: HSRC.

NEWSOM, D., SCOTT, A. & TURK, J.V. 1993. This is PR: The realities of public relations. Belmont, CA.: Wadsworth.

OLSTHOORN, A.C.J.M. & VAN DER VELDEN, J.H. 1996. Elementaire Communicatie. Zutphen, Nederland: Thieme.

OVERTON-DE KLERK, N. 1993. 'Total communication': new buzzword or home truth? *Ecquid Novi* 14(2):179-192.

OVERTON-DE KLERK, N. 1994. Corporate social responsibility. (In Lubbe, B. & Puth, G. eds. 1994. *Public relations in South Africa: A management reader*. Durban: Butterworths. p. 173-190.)

PARDUN, C.J. & BRITAIN MCKEE, K. 2000. Product placements as public relations: An exploratory study of the role of the public relations firm. *Public Relations Review*, 25(4):481-493.

PELHAM, F. 2000. The triple crown of public relations: Pitch letter, news release, feature article. *Public Relations Quarterly*. 45(1) 38-44, Spring.

PRATT, C. 1985a. The African context. *Public Relations Journal* 4:11-16.

PRATT, C. 1985b. Professionalism in Nigerian public relations. *Public Relations Review* 10: 27-40

PRATT, C.B. 1994. Research progress in public relations ethics: An overview. *Public relations review*.20 (3):217-223. Fall.

PROKOM PUBLIC RELATIONS AGENTUR SALZBURG. 1991. Public Relations. [Beskikbaar op die internet: <http://speakers-corner.org/pr/index.htm>] [Datum van gebruik: 23 November 1999.]

RENSBURG, R. 1994. Public relations communication media. (In Lubbe, B. & Puth, G. eds. 1994. *Public relations in South Africa: A management reader*. Durban: Butterworths. p.142-172.)

RODRIGUEZ, C. 1996. The state of public relations ethics research. [Beskikbaar op internet: <http://www.scils.rutgers.edu/de/graphics/databank/ethic-3.html>.] [Datum van gebruik: 30 Jun. 2000.]

ROODT, Z. 1988. The knowledge dimension as a fundamental requirement in the professionalisation of public relations. Unpublished MCom dissertation. Johannesburg:RAU.

ROTH, B. 1999. Don't just yell louder, find your voice. *Public Relations Quarterly*, 44(1): 27, Spring.

RUSSELL, J.T. & LANE, W.R. 1993. Kleppner's advertising procedure. Engelwood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

SEGAL, S. 1996. Social responsibility is good business. *Mail & Guardian*: 22-28 March.

SEITEL, F. P. 1995. The practice of public relations. Engelwood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

SHERMAN, D. en HENDRICKS, W. 1987. Your work matters to God. Colorado Springs: Navpress.

SKINNER, C. & MERSHAM, G. 1998. Public Relations: A vital communication function of our times. (In De Beer, A.S. ed. 1998. Mass media towards the millennium: The South African handbook of mass communication. Pretoria: Van Schaik.)

SKINNER, C. & VON ESSEN, L. 1982. The handbook of public relations. 3<sup>rd</sup> edition. Halfway House: Southern.

SKINNER, C. & VON ESSEN, L. 1995. The handbook of public relations. 4th edition. Johannesburg: ITP Southern.

SMART, B. 1993. Postmodernity. London: Routledge.

SNEL, J. 1999. In epos aan navorser. In besit van outeur. Ede: Ongepubliseer.

SNYMAN, P.G. 1985. Die etiek van openbare kommunikasie. *Communicatio*, 11(1): 9-23

SNYMAN, P.G. 1990. Etiek van die joernalistiek. *Ecquid Novi*, 11(1):44-73.

SNYMAN, P.G. 1994. Media ethics: A deontological approach. *Ecquid Novi*, 15(1): 43-70.

SRIRAMESH, K., GRUNIG J.E. & BUFFINGTON, J. 1992. Corporate culture and public relations. (In Grunig, J.E. ed. 1992. *Excellence in public relations and communication management*. Hillside, NJ: Lawrence Erlbaum.p.577-596.)

SRIRAMESH, K. 1992. Societal culture and public relations: Ethnographic evidence from India. *Public Relations Review* 18, 201-211

STEYN, E. 1998. Postmodernism. (*In: De Beer, A.S. ed. 1998. Mass media towards the millennium: The South African handbook of mass communication. Pretoria: Van Schaik. p.25-27.*)

STOKER, H.G. 1967. Oorsprong en rigting. (Band een). Elsiesrivier: Nasionale Handelsdrukkery.

STOKER, H.G. 1970. Oorsprong en rigting. (Band twee). Elsiesrivier: Nasionale Handelsdrukkery.

STRENSKI, J.B. 1995. The ethics of manipulated communication: Public relations in Internet. *Public Relations Quarterly*. 40(3): Fall.

TAYLOR, M & KENT, M.L. 1999. Challenging assumptions of international public relations: when government is the most important public. *Public Relations Review*. 25(2):131-144, Summer.

TAYLOR, M. & BOTAN, C.H. 1997. Public relations campaigns for national development in the Pacific rim: The case of public education in Malaysia. *Australian Journal of Communication*. 24(2):115-130.

TRUTER, C. 1991. Openbare skakelwese: Beginsels en praktyk: Pretoria: Van Schaik.

VAN DER HOEVEN, J. 1995. Christian philosophy at the end of the twentieth century. (*In Griffioen, S. & Balk, B.M. 1995. Christian philosophy at the close of the twentieth century: Assessment and perspective. Kampen: Kok. p.55-66.*)

VAN DER MEIDEN, A. & FAUCONNIER, G. 1990. Profiel en professie: Inleiding in de theorievorming van public relations. 3<sup>de</sup> herziene druk. Leiden: Marthinus Nijhoff.

VAN DER MEIDEN, A. 1986. Public Relations: een kennismaking. Muiderberg, Nederland: Dick Coutinho.

VAN DER WALT, B.J. 1999. Visie op die werklikheid: Die bevrydende krag van 'n Christelike lewens- en wêreldbeskouing en filosofie: Potchefstroom: PU vir CHO (IRS).

VAN DIJK, J. 1997. Netwerk Nederland: Het groeipatroon van de nieuwe media. (In Bardeel, J. & Bierhoff, J. red. 1997. *Media in Nederland: Feiten en structuren* Groningen, Nederland: Wolters-Noordhoff. p.141-162.)

VAN EIKEMA HOMMES, H. 1982. Inleiding tot de wijsbegeerte van Herman Dooyeweerd. 's-Graveshage: Martinus

VAN GENT, B. & KATUS, J. 1990. Voorafwoord by de derde druk. (In Van Gent, B. & Katus, J. reds. 1990. *Voorlichting, theorieën, werkwijzen en terreinen*. Houten-Deurnen, Nederland: Bohn, Stafleu & Van Loghum.)

VAN PEURSEN, C.A. 1994. Na het postmodernisme: Van metafysica tot filosofisch surrealisme. Kampen: Kok Agora.

VAN RULER, B. 1996. Communicatiemanagement in Nederland: Een verkenning naar de visie van communicatiemanagers op die inhoud van hun beroep. Houten-Diegem, Nederland: Bohn, Stafleu & Van Loghum.

VAN VUUREN, D., MAREE, A. & DE BEER, A.S. 1998. Mass media research: The quest for certain knowledge. (In: De Beer, A.S. ed. 1998. *Mass media towards the millennium: The South African handbook of mass communication*. Pretoria: Van Schaik. p. 391-422.)

VAN WOUDEBERG, R. 1992. Gelovend denken: Inleiding tot een christelijke filosofie. (Verantwoording: Christelijk Wijsgerige reeks nr.7) Amsterdam: Buijten & Schipperheijn, Kampen: Kok.

VANLEUVEN, J.K. PRATT, C.B. 1996. Public Relations' role: Realities in Asia and in Africa south of the Sahara. In: Culbertson, H and Chen, N eds.1996. *International public relations: A comparative analysis*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

VASQUES, G.M. & TAYLOR, M. 2000. What cultural values influence American public relations practitioners? *Public Relations Review*. 25(4): 433-449, Winter.

VEENSTRA, C. 1994. Communication ethics: a christian approach. *Ecquid Novi*, 15(1): 71-85

VEERMAN, D. 1987. Ten geleide: Lyotars's integriteit; 13 opmerkingen. Voorwoord in: Lyotard, J. 1987. *Het postmoderne weten: Een verslag*. Oorspronkelijke titel: *La condition postmoderne- rapport sur le savoir*. Vertaald uit het Frans (van 1979) in Nederlands door Cecile Janssen en Dick Veerman. Kampen: Kok Agora.

VEITH, G.E. 1994. *Postmodern times: A Christian guide to contemporary thought and culture*. Wheaton, Ill.: Crossway Books.

WAKEFIELD, R.I. 2000. What's wrong with multinational public relations? *The Public Relations Strategist*: 6(1): 34-36, Spring.

WEBSTER, F.E. 1994. Executing the new marketing concept. *Marketing management*, 3(1):8-16.

WHITE, J. & MAZUR, L. 1994. Strategic communications management: Making public relations work. Workingham: Addison-Wesley.

WILCOX, D.L., AULT, P.H. & AGEE, W.K. 1992. Public relations strategies and tactics. 3rd ed. New York: Harper Collins.

WIMMER, D. & DOMINICK, J.R. 1991. Mass media research: An introduction. 3rd ed. Belmont, CA: Wadsworth.

WOLTERS, A.M. 1985. Creation regained: Biblical basics for a Reformational world view. Grand Rapids, MI: Eerdmans.

WOLTERS, A.M. 1993. Schepping zonder grens: Bouwstenen voor een Bijbelse wereldbeschouwing. Tweede druk. Amsterdam: Buijten & Schipperheijn (in samenwerking met Stichting voor Reformatorische Wijsbegeerte).

WOLTERSTORFF, N. 1985. From liberal to plural. (*In* Griffioen, S. & Balk, B.M. 1995. Christian philosophy at the close of the twentieth century: Assessment and perspective. Kampen: Kok. p.201-214.)

# Bylae

## 1. Internasionale kodes vir die beoefening van skakelkunde as beroep

### KODE VAN ATHENE: "CODE OF ATHENS"

adopted by IPRA General Assembly at Athens on 12 May 1965 and modified at Tehran on 17 April 1968

Considering that all Member countries of the United Nations Organisation have agreed to abide by its Charter which reaffirms "its faith in fundamental human rights, in the dignity and worth of the human person" and that having regard to the very nature of their profession, Public Relations practitioners in these countries should undertake to ascertain and observe the principles set out in this Charter;

- Considering that, apart from "rights", human beings have not only physical or material needs but also intellectual, moral and social needs and that their rights are of real benefit to them only in so far as these needs are essentially met;

- Considering that in the cause of their professional duties and depending on how these duties are performed, Public Relations practitioners can substantially help to meet these intellectual, moral and social needs;

- And lastly, considering that the use of techniques enabling them to come simultaneously into contact with millions of people gives public relations a power that has to be restrained by the observance of a strict moral code.

On all these grounds, the undersigned Public Relations Associations hereby declare that they accept as their moral charter the principles of the following Code of Ethics, and that if, in the light of evidence submitted to the Council, a member of these associations should be found to have infringed this Code in the course of his professional duties, he will be deemed to be guilty of serious misconduct calling for an appropriate penalty.

Accordingly, each member of these Associations:

### ***Shall endeavour***

1. To contribute to the achievement of the moral and cultural conditions enabling human beings to reach their full stature and enjoy the inalienable rights to which they are entitled under the "Universal Declaration of Human Rights";

2. To establish communication patterns and channels which, by fostering the free flow of essential information, will make each member of the society in which he lives feel that he is being kept informed, and also give him an awareness of his own personal involvement and responsibility, and of his solidarity with other members;



3. To bear in mind that, because of the relationship between his profession and the public his conduct even in private will have an impact on the way in which the profession as a whole is appraised;
4. To respect, in the course of his professional duties, the moral principles and rules of the "Universal Declaration of Human Rights";
5. To pay due regard to, and uphold, human dignity, and recognise the right of each individual to judge for himself;
6. To encourage the moral, physiological and intellectual conditions for dialogue in its true sense, and to recognise the right of the parties involved to state their case and express their views.

***Shall undertake***

7. To conduct himself always and in all circumstances, in such a manner as to deserve and secure the confidence of those with whom he comes into contact;
8. To act, in all circumstances, in such a manner as to take account of the respective interests of the parties involved: both the interests of the organisation which he serves and the interests of the publics concerned;
9. To carry out his duties with integrity, avoiding language likely to lead to ambiguity or misunderstanding, and to maintain loyalty to his clients or employers, whether past or present;

***Shall refrain from***

10. Subordinating the truth to other requirements;
11. Circulating information which is not based on established and ascertainable facts;
12. Taking part in any venture or undertaking, which is unethical or dishonest or capable of impairing human dignity and integrity.
13. Using any "manipulative" methods or techniques designed to create subconscious motivations which the individual cannot control of his own free will and so cannot be held accountable for the action taken on them.

**2. DIE EUROPESE KODE VIR PROFESSIONELE OPTREDE IN SKAKELWERK:**

**DIE KODE VAN LISSABON**

Hierdie kode is goedgekeur deur die Algemene Vergadering van die Europese Konfederase van Skakelwerk (CERP) te Lissabon op 16 April 1978, die amendement is gemaak op 13 Mei 1989. Byna al die Europese verenigings vir skakelkundiges is lede van die CERP en die kode is daarom bindend op al hulle lede:

### **Afdeling 1:**

Kriteria en standaarde vir professionele kwalifikasie van skakelkundiges vir wie hierdie kode bindend is.

#### **Klousule een:**

Elke professionele lid van (nasionale assosiasie) toegelaat soos in ooreenstemming met die reëls van (nasionale assosiasie) is vir die doel van hierdie Kode 'n skakelpraktisyn, en word gebind deur hierdie Kode.

### **Afdeling 2:**

Algemene professionele verpligtinge

#### **Klousule twee:**

In die uitvoering van sy profesie, moet die skakelpraktisyn onderneem om die beginsels wat in die "Universele Verklaring van Menseregte" uiteengesit is te respekteer, en spesifiek die vryheid van spraak (uitdrukking) en die vryheid van die pers wat die reg van die mens om inligting te ontvang, erken.

Net so moet hy onderneem om in openbare belang op te tree en nie die waardigheid of integriteit van 'n individu aan te tas nie.

#### **Klousule drie:**

In sy professionele optrede, moet die skakelpraktisyn eerlikheid, intellektuele, integriteit en lojaliteit wys. Dit is spesifiek sy opdrag om nie gebruik te maak van kommentaar of inligting, wat na sy kennis of oortuiging vals of misleidend is nie. In die selfde gees moet hy versigtig wees om die gebruik, selfs per ongeluk, van praktyke of metodes wat nie met die Kode versoenbaar is nie, te vermy.

#### **Klousule vier:**

Skakelaktiwiteite moet openlik uitgevoer word, dit moet maklik as sodanig geïdentifiseer kan word, dit moet duidelik wees wat die oorsprong daarvan is en dit moet nie neig om enige derde partye te mislei nie.

#### **Klousule vyf:**

In sy verhouding met ander professionele persone en met ander vertakkinge van sosiale kommunikasie moet die skakelpraktisyn die reëls en praktyke wat vir daardie professies of beroepe geld, respekteer in so verre dit versoenbaar is met die etiek van sy eie profesie.

'n Skakelpraktisyn moet die nasionale kode van professionele optrede en die wette wat van krag is in enige land waar hy sy professie uitoefen respekteer en nie na persoonlike publisiteit soek nie.

### **Afdeling 3:**

Spesifieke professionele verpligtinge

*Teenoor kliënte of werkgewers*

#### **Klousule ses:**

'n Skakelpraktisyn sal nie konflikerende of kompeterende belange verteenwoordig sonder die uitdruklike toestemming van die betrokke werkgewers of kliënte nie.

#### **Klousule sewe:**

In die uitvoering van sy professie sal 'n skakelpraktisyn met volkome diskresie optree, tot in die kleinste besonderheid professionele vertroulikheid respekteer, spesifiek nooit enige vertroulike inligting wat hy van sy kliënt of werkgewer ontvang, het sy in die hede of verlede, bekend maak nie en ook nie gebruik maak van sulke inligting sonder uitdruklike toestemming nie.

#### **Klousule agt:**

'n Skakelpraktisyn wat belange het wat met die van sy kliënt of werkgewer kan bots, moet dit so gou moontlik bekend maak.

#### **Klousule nege:**

'n Skakelpraktisyn mag nie die dienste van enige besigheid of organisasie waarin hy 'n finansiële, kommersiële of enige ander belang het by sy kliënt of werkgewer aanbeveel sonder om eers die belang bekend te maak nie.

#### **Klousule tien:**

Die skakelpraktisyn sal nie 'n kontrak met 'n kliënt of werkgewer sluit waarin die skakelpraktisyn gekwantifiseerde resultate waarborg nie.

#### **Klousule elf**

Die skakelpraktisyn mag net 'n salaris of fooie as vergoeding vir sy dienste ontvang. Onder geen omstandighede mag hy betaling of enige ander materiële beloning ontvang, wat afhang van gekwantifiseerde professionele resultate nie.

### **Klousule twaalf**

'n Skakelpraktisyn mag nie as betaling vir sy dienste aan 'n kliënt of werkgewer enige iets van 'n derde party aanvaar nie, hetsy in die vorm van afslag, kommissie of betaling van enige ander aard tensy met die toestemming van die kliënt of werkgewer.

### **Klousule dertien**

Wanneer die uitvoering van 'n skakelkundige opdrag enige ernstige professionele wangedrag en daarmee die oortreding van die beginsels van die Kode tot gevolg kan hê, moet die skakelpraktisyn dadelik stappe ondemeem om sy kliënt of werkgewer in te lig en alles in sy vermoë doen om te verseker dat laasgenoemde wel die bepalings van die Kode respekteer. Sou die kliënt of werkgewer volhard in sy bedoelings, moet die skakelpraktisyn tog die Kode gehoorsaam ongeag die moontlike gevolge wat dit vir hom persoonlik mag inhou.

*Teenoor openbare mening en die inligtingsmedia*

### **Klousule veertien**

Die gees van hierdie kode en reëls vervat in veral klousules 2,3,4 en 5, impliseer 'n deurlopende besorgdheid van die skakelpraktisyn ten opsigte van die reg tot inligting en meer nog die plig om inligting te verskaf, binne die grense van professionele vertroulikheid. Dit impliseer ook respek vir die reg en onafhanklikheid van die inligtingsmedia.

### **Klousule vyftien**

Enige poging om die openbare mening of die verteenwoordigers daarvan te mislei word verbied. Nuus moet verskaf word sonder dat fooie daarvoor gehêf word en sonder enige versteekte beloning indien dit vir publikasie gebruik sal word.

### **Klousule sestien**

Indien dit nodig sou wees om die inisiatief in en die kontrole van die verspreiding van inligting te neem, binne die bepalings van hierdie Kode, mag die skakelpraktisyn ruimte of uitsaaityd koop, in ooreenstemming met die reëls, praktyke en gebruike in die veld.

*Teenoor kollegas (mede skakelpraktisyns)*

### **Klousule sewentien**

Die skakelpraktisyn moet hom van ongesonde kompetisie met sy mede-skakelpraktisyns weerhou. Hy mag nie op enige wyse optree of praat wat die reputasie of besigheid van 'n mede-skakelpraktisyn kan benadeel nie, altyd onderhewig aan klousule negentien b van hierdie Kode.

*Teenoor die professie*

### **Kousule agtien**

Die skakelpraktisyn moet hom weerhou van enige optrede wat kan lei tot die ontstaan van vooroordeel ten opsigte van die professie wat hy beoefen. Daar word spesifiek van hom verwag om nie skade aan sy nasionale organisasie (naam) aan te rig of die goeie werking daarvan of sy goeie naam te benadeel nie, nie deur aanvalle om skade aan te rig of deur die verbreking van sy konstitusie of reëls nie.

### **Klousule negentien**

Die reputasie van die professie is die verantwoordelikheid van elkeen van sy lede. Die skakelpraktisyn het 'n plig, nie alleen om die Kode te respekteer nie maar ook:

- a) om te help in die verspreiding van die Kode, sodat die verder en beter bekend en verstaan word
- b) om die bevoegde dissiplinêre owerhede in kennis te stel van enige verbreking of vermoedelike verbreking van die Kode waarvan hy bewus word, en
- c) om alles in sy vermoë te doen om te verseker dat daar van die uitspraak van bogenoemde kennis geneem word en die sanksies in werking tree. Elke skakelpraktisyn wat 'n verbreking van die Kode toelaat sal beskou word as iemand wat self die Kode verbreek het.

## **3. Kodes vir die beoefening van skakelkunde in spesifieke lande**

### **3.1 DIE VSA**

#### **CODE OF PROFESSIONAL STANDARDS FOR THE PRACTICE OF PUBLIC RELATIONS— Public Relations Society of America**

This Code was adopted by the PRSA Assembly in 1988. It replaces a Code of Ethics in force since 1950 and revised in 1954, 1959, 1963, 1977, and 1983. For information on the Code and enforcement procedures, please call the chair of the Board of Ethics through PRSA Headquarters.

#### **Declaration of Principles**

Members of the Public Relations Society of America base their professional principles on the fundamental value and dignity of the individual, holding that the free exercise of human rights, especially freedom of speech, freedom of assembly, and freedom of the press, is essential to the practice of public relations.

In serving the interests of clients and employers, we dedicate ourselves to the goals of better communication, understanding, and cooperation among the diverse individuals, groups, and institutions of society, and of equal opportunity of employment in the public relations profession.

#### **We pledge:**

To conduct ourselves professionally, with truth, accuracy, fairness, and responsibility to the public;

To improve our individual competence and advance the knowledge and proficiency of the profession through continuing research and education;

And to adhere to the articles of the Code of Professional Standards for the Practice of Public Relations as adopted by the governing Assembly of the Society.

### **Code of Professional Standards for the Practice of Public Relations**

These articles have been adopted by the Public Relations Society of America to promote and maintain high standards of public service and ethical conduct among its members.

- 1. A member shall conduct his or her professional life in accord with the public interest.
- 2. A member shall exemplify high standards of honesty and integrity while carrying out dual obligations to a client or employer and to the democratic process.
- 3. A member shall deal fairly with the public, with past or present clients or employers, and with fellow practitioners, giving due respect to the ideal of free inquiry and to the opinions of others.
- 4. A member shall adhere to the highest standards of accuracy and truth, avoiding extravagant claims or unfair comparisons and giving credit for ideas and words borrowed from others.
- 5. A member shall not knowingly disseminate false or misleading information and shall act promptly to correct erroneous communications for which he or she is responsible.
- 6. A member shall not engage in any practice which has the purpose of corrupting the integrity of channels of communications or the processes of government.
- 7. A member shall be prepared to identify publicly the name of the client or employer on whose behalf any public communication is made.
- 8. A member shall not use any individual or organization professing to serve or represent an announced cause, or professing to be independent or unbiased, but actually serving another or undisclosed interest.
- 9. A member shall not guarantee the achievement of specified results beyond the member's direct control.
- 10. A member shall not represent conflicting or competing interests without the express consent of those concerned, given after a full disclosure of the facts.
- 11. A member shall not place himself or herself in a position where the member's personal interest is or may be in conflict with an obligation to an employer or client, or others, without full disclosure of such interests to all involved.
- 12. A member shall not accept fees, commissions, gifts or any other consideration from anyone except clients or employers for whom services are performed without their express consent, given after full disclosure of the facts.
- 13. A member shall scrupulously safeguard the confidences and privacy rights of present, former, and prospective clients or employers.

- 14. A member shall not intentionally damage the professional reputation or practice of another practitioner.
- 15. If a member has evidence that another member has been guilty of unethical, illegal, or unfair practices, including those in violation of this Code, the member is obligated to present the information promptly to the proper authorities of the Society for action in accordance with the procedure set forth in Article XII of the Bylaws.
- 16. A member called as a witness in a proceeding for enforcement of this Code is obligated to appear, unless excused for sufficient reason by the judicial panel.
- 17. A member shall, as soon as possible, sever relations with any organization or individual if such relationship requires conduct contrary to the articles of this Code.

#### OFFICIAL INTERPRETATIONS OF THE CODE

Interpretation of Code Paragraph 1, which reads, "A member shall conduct his or her professional life in accord with the public interest."

The public interest is here defined primarily as comprising respect for and enforcement of the rights guaranteed by the Constitution of the United States of America.

Interpretation of Code Paragraph 6, which reads, "A member shall not engage in any practice which has the purpose of corrupting the integrity of channels of communication or the processes of government."

- 1. Among the practices prohibited by this paragraph are those that tend to place representatives of media or government under any obligation to the member, or the member's employer or client, which is in conflict with their obligations to media or government, such as:
  - a. the giving of gifts of more than nominal value;
  - b. any form of payment or compensation to a member of the media in order to obtain preferential or guaranteed news or editorial coverage in the medium;
  - c. any retainer or fee to a media employee or use of such employee if retained by a client or employer, where the circumstances are not fully disclosed to and accepted by the media employer;
  - d. providing trips, for media representatives, that are unrelated to legitimate news interest;
  - e. the use by a member of an investment or loan or advertising commitment made by the member, or the member's client or employer, to obtain preferential or guaranteed coverage in the medium.
- 2. This Code paragraph does not prohibit hosting media or government representatives at meals, cocktails, or news functions and special events that are occasions for the exchange of news information or views, or the furtherance of understanding, which is part of the public relations function. Nor does it prohibit the bona fide press event or tour when media or government representatives are given the opportunity for an on-the-spot viewing of a newsworthy product, process, or event in which the media or government representatives have a legitimate interest. What is customary or reasonable hospitality has to be a matter of particular judgment in

specific situations. In all of these cases, however, it is, or should be, understood that no preferential treatment or guarantees are expected or implied and that complete independence always is left to the media or government representative.

- 3. This paragraph does not prohibit the reasonable giving or lending of sample products or services to media representatives who have a legitimate interest in the products or services.
- 4. It is permissible, under Article 6 of the Code, to offer complimentary or discount rates to the media (travel writers, for example) if the rate is for business use and is made available to all writers. Considerable question exists as to the propriety of extending such rates for personal use.

Interpretation of Code Paragraph 9, which reads, "A member shall not guarantee the achievement of specified results beyond the member's direct control."

This Code paragraph, in effect, prohibits misleading a client or employer as to what professional public relations can accomplish. It does not prohibit guarantees of quality of service. But it does prohibit guaranteeing specific results which, by their very nature, cannot be guaranteed because they are not subject to the member's control. As an example, a guarantee that a news release will appear specifically in a particular publication would be prohibited. This paragraph should not be interpreted as prohibiting contingent fees.

Interpretation of Code Paragraph 13, which reads, "A member shall scrupulously safeguard the confidences and privacy rights of present, former, and prospective clients or employers."

- 1. This article does not prohibit a member who has knowledge of client or employer activities that are illegal from making such disclosures to the proper authorities as he or she believes are legally required.
- 2. Communications between a practitioner and client/employer are deemed to be confidential under Article 13 of the Code of Professional Standards. However, although practitioner/client/employer communications are considered confidential between the parties, such communications are not privileged against disclosure in a court of law.
- 3. Under the copyright laws of the United States, the copyright in a work is generally owned initially by the author or authors. In the case of a "work made for hire" by an employee acting within the scope of his or her employment, the employer is considered to be the author and owns the copyright in the absence of an express, signed written agreement to the contrary. A freelancer who is the author of the work and is not an employee may be the owner of the copyright. A member should consult legal counsel for detailed advice concerning the scope and application of the copyright laws.

Interpretation of Code Paragraph 14, which reads, "A member shall not intentionally damage the professional reputation or practice of another practitioner."

- 1. Blind solicitation, on its face, is not prohibited by the Code. However, if the customer lists were improperly obtained, or if the solicitation contained references reflecting adversely on the quality of current services, a complaint might be justified.
- 2. This article applies to statements, true or false, or acts, made or undertaken with malice and with the specific purpose of harming the reputation or practice of



another member. This article does not prohibit honest employee evaluations or similar reviews, made without malice and as part of ordinary business practice, even though this activity may have a harmful effect.

## AN OFFICIAL INTERPRETATION OF THE CODE AS IT APPLIES TO POLITICAL PR

### **Preamble**

In the practice of political public relations, a PRSA member must have professional capabilities to offer an employer or client quite apart from any political relationships of value, and members may serve their employer or client without necessarily having attributed to them the character, reputation, or beliefs of those they serve. It is understood that members may choose to serve only those interests with whose political philosophy they are personally comfortable.

### **Definition.**

"Political Public Relations" is defined as those areas of public relations that relate to:

- a. the counseling of political organizations, committees, candidates, or potential candidates for public office; and groups constituted for the purpose of influencing the vote on any ballot issue;
- b. the counseling of holders of public office;
- c. the management, or direction, of a political campaign for or against a candidate for political office; or for or against a ballot issue to be determined by voter approval or rejection;
- d. the practice of public relations on behalf of a client or an employer in connection with that client's or employer's relationships with any candidates or holders of public office, with the purpose of influencing legislation or government regulation or treatment of a client or employer, regardless of whether the PRSA member is a recognized lobbyist;
- e. the counseling of government bodies, or segments thereof, either domestic or foreign.

### **Precepts.**

- 1. It is the responsibility of PRSA members practicing political public relations, as defined above, to be conversant with the various statutes, local, state, and federal, governing such activities and to adhere to them strictly. This includes, but is not limited to, the various local, state, and federal laws, court decisions, and official interpretations governing lobbying, political contributions, disclosure, elections, libel, slander, and the like. In carrying out this responsibility, members shall seek appropriate counseling whenever necessary.
- 2. It is also the responsibility of the members to abide by PRSA's Code of Professional Standards.
- 3. Members shall represent clients or employers in good faith, and while partisan advocacy on behalf of a candidate or public issue may be expected, members shall

act in accord with the public interest and adhere to truth and accuracy and to generally accepted standards of good taste.

- 4. Members shall not issue descriptive material or any advertising or publicity information or participate in the preparation or use thereof that is not signed by responsible persons or is false, misleading, or unlabeled as to its source, and are obligated to use care to avoid dissemination of any such material.
- 5. Members have an obligation to clients to disclose what remuneration beyond their fees they expect to receive as a result of their relationship, such as commissions for media advertising, printing, and the like, and should not accept such extra payment without their client's consent.
- 6. Members shall not improperly use their positions to encourage additional future employment or compensation. It is understood that successful campaign directors or managers, because of the performance of their duties and the working relationship that develops, may well continue to assist and counsel, for pay, the successful candidate.
- 7. Members shall voluntarily disclose to employers or clients the identity of other employers or clients with whom they are currently associated, and whose interests might be affected favorably or unfavorably by their political representation.
- 8. Members shall respect the confidentiality of information pertaining to employers or clients past, present, and potential, even after the relationships cease, avoiding future associations wherein insider information is sought that would give a desired advantage over a member's previous clients.
- 9. In avoiding practices that might tend to corrupt the processes of government, members shall not make undisclosed gifts of cash or other valuable considerations that are designed to influence specific decisions of voters, legislators, or public officials on public matters. A business lunch or dinner, or other comparable expenditure made in the course of communicating a point of view or public position, would not constitute such a violation. Nor, for example, would a plant visit designed and financed to provide useful background information to an interested legislator or candidate.
- 10. Nothing herein should be construed as prohibiting members from making legal, properly disclosed contributions to the candidates, party, or referenda issues of their choice.
- 11. Members shall not, through use of information known to be false or misleading, conveyed directly or through a third party, intentionally injure the public reputation of an opposing interest.

#### AN OFFICIAL INTERPRETATION OF THE CODE AS IT APPLIES TO FINANCIAL PR

This interpretation of the Society Code as it applies to financial public relations was originally adopted in 1963 and amended in 1972, 1977, 1983 and 1988 by action of the PRSA Board of Directors. "Financial public relations" is defined as "that area of public relations which relates to the dissemination of information that affects the understanding of stockholders and investors generally concerning the financial position and prospects of a company, and includes among its objectives the

improvement of relations between corporations and their stockholders." The interpretation was prepared in 1963 by the Society's Financial Relations Committee, working with the Securities and Exchange Commission and with the advice of the Society's legal counsel. It is rooted directly in the Code with the full force of the Code behind it, and a violation of any of the following paragraphs is subject to the same procedures and penalties as violation of the Code.

- 1. It is the responsibility of PRSA members who practice financial public relations to be thoroughly familiar with and understand the rules and regulations of the SEC and the laws it administers, as well as other laws, rules, and regulations affecting financial public relations, and to act in accordance with their letter and spirit. In carrying out this responsibility, members shall also seek legal counsel, when appropriate, on matters concerning financial public relations.
- 2. Members shall adhere to the general policy of making full and timely disclosure of corporate information on behalf of clients or employers. The information disclosed shall be accurate, clear, and understandable. The purpose of such disclosure is to provide the investing public with all material information affecting security values or influencing investment decisions. In complying with the duty of full and timely disclosure, members shall present all material facts, including those adverse to the company. They shall exercise care to ascertain the facts and to disseminate only information they believe to be accurate. They shall not knowingly omit information, the omission of which might make a release false or misleading. Under no circumstances shall members participate in any activity designed to mislead or manipulate the price of a company's securities.
- 3. Members shall publicly disclose or release information promptly so as to avoid the possibility of any use of the information by any insider or third party. To that end, members shall make every effort to comply with the spirit and intent of the timely-disclosure policies of the stock exchanges, NASD, and the SEC. Material information shall be made available on an equal basis.
- 4. Members shall not disclose confidential information the disclosure of which might be adverse to a valid corporate purpose or interest and whose disclosure is not required by the timely-disclosure provisions of the law. During any such period of nondisclosure members shall not directly or indirectly (a) communicate the confidential information to any other person or (b) buy or sell or in any other way deal in the company's securities where the confidential information may materially affect the market for the security when disclosed. Material information shall be disclosed publicly as soon as its confidential status has terminated or the requirement of timely disclosure takes effect.
- 5. During the registration period, members shall not engage in practices designed to precondition the market for such securities. During registration, the issuance of forecasts, projections, predictions about sales and earnings, or opinions concerning security values or other aspects of the future performance of the company, shall be in accordance with current SEC regulations and statements of policy. In the case of companies whose securities are publicly held, the normal flow of factual information to shareholders and the investing public shall continue during the registration period.
- 6. Where members have any reason to doubt that projections have an adequate basis in fact, they shall satisfy themselves as to the adequacy of the projections prior to disseminating them.

- 7. Acting in concert with clients or employers, members shall act promptly to correct false or misleading information or rumors concerning clients' or employers' securities or business whenever they have reason to believe such information or rumors are materially affecting investor attitudes.
- 8. Members shall not issue descriptive materials designed or written in such a fashion as to appear to be, contrary to fact, an independent third-party endorsement or recommendation of a company or a security. Whenever members issue material for clients or employers, either in their own names or in the names of someone other than the clients or employers, they shall disclose in large type and in a prominent position on the face of the material the source of such material and the existence of the issuer's client or employer relationship.
- 9. Members shall not use inside information for personal gain. However, this is not intended to prohibit members from making bona fide investments in their company's or client's securities insofar as they can make such investments without the benefit of material inside information.
- 10. Members shall not accept compensation that would place them in a position of conflict with their duty to a client, employer, or the investing public. Members shall not accept stock options from clients or employers nor accept securities as compensation at a price below market price except as part of an overall plan for corporate employees.
- 11. Members shall act so as to maintain the integrity of channels of public communication. They shall not pay or permit to be paid to any publication or other communications medium any consideration in exchange for publicizing a company, except through clearly recognizable paid advertising.
- 12. Members shall in general be guided by the PRSA Declaration of Principles and the Code of Professional Standards for the Practice of Public Relations of which this is an official interpretation.

bron: PRSA. Beschikbaar op Internet: <http://www.prsa.org/profstd.html> [datum van gebruik: 22 Aug. 2000]

### 3.2 KANADA

#### **Canadian Public Relations Society (CPRS): Code of Professional Standards**

Members of the Canadian Public Relations Society, Inc. (the "Society"), pledge to uphold the letter and spirit of this Code of Professional Standards. Members will ensure that any breach of this Code by fellow Members is reported to the Society authorities in accordance with the Regulations of the Society. Any breaches of the Code will be dealt with at either the national or Member Society level according to the decision of the National Judicial Review Committee.

Society members shall strive to improve their individual professional proficiency and advance their knowledge and competency through continuing research and professional development. Paramount in this respect is the achievement of

professional accreditation by each member which should be sought actively within seven years of joining the Society.

1. A member shall practice public relations according to the highest professional standards.

Members shall conduct their professional life in a manner that does not conflict with the public interest and the dignity of the individual, with respect for the rights of the public as contained in the Constitution of Canada and the Charter of Rights and Freedoms.

2. A member shall deal fairly and honestly with the communications media and the public. Members shall neither propose or act to improperly influence the communications media, government bodies or the legislative process. Improper influence may include conferring gifts, privileges or benefits to influence decisions.

3. A member shall practice the highest standards of honesty, accuracy, integrity and truth, and shall not knowingly disseminate false or misleading information.

Members shall not make extravagant claims or unfair comparisons, nor assume credit for ideas and words not their own.

4. A member shall deal fairly with past or present employers/clients, with fellow practitioners, and with members of other professions.

Members shall not intentionally damage another practitioner's practice or professional reputation.

Members shall understand, respect and abide by the ethical code of other professions with whose members they may work from time to time.

5. A member shall be prepared to disclose the name of their employer or client for whom public communications are made and refrain from associating themselves from anyone that would not respect such policy.

A member shall be prepared to disclose publicly the name of their employer or client on whose behalf public communications is made. A member shall also not associate themselves with anyone claiming to represent one interest or professing to be independent or unbiased, but actually serving another or undisclosed interest.

6. A member shall protect the confidences of present, former and prospective employers/clients.

Members shall not use or disclose confidential information obtained from past or present employers/clients, without the express permission of the employers/clients or upon the order of a court of law.

7. A member shall not represent conflicting or competing interests without the express consent of those concerned, given after a full disclosure of the facts.

Members shall not permit personal or other professional interests to conflict with those of an employer/client without fully disclosing such interests to everyone involved.

8. A member shall not guarantee specified results beyond the member's capacity to achieve.

9. Members shall personally accept no fees, commissions, gifts or any other considerations for professional services from anyone except employers or clients for whom the services were specifically performed.

### 3.3 NEDERLAND

#### **VPRA-gedragscode**

Het NGPR is opgegaan in de nieuwe Beroepsvereniging voor Communicatie. Deze vereniging heeft geen gedragscode in de klassieke zin van het woord: een document waarin de belangrijkste beroepspllichten staan geformuleerd. De Beroepsvereniging voor Communicatie spreekt liever, over een "dynamische beroepscode", een voortdurend evoluerend geschreven en ongeschreven stelsel van beroepsnormen.

Daarmee is op het terrein van de gedragscodes in de Nederlandse communicatiebranche de spoeling dun geworden; resteren enkel nog de in 1985 vastgestelde code van de VPRA, de Vereniging van Public Relations Adviesbureaus, en de in 1992 vastgestelde code van de NPRC, de Vereniging van Nederlandse Public Relations Consultants. Na de heroprichting van de VPRA eind 1997 besloot de ledenvergadering van de NPRC om op te gaan in de nieuwe vereniging. De meest relevante artikelen uit de VPRA-gedragscode [1] luiden aldus:

#### **Toepassing gedragscode**

##### **Artikel 1**

De gedragscode van de VPRA is zonder enige uitzondering van toepassing op en bindend voor de leden van de VPRA. Bij werkzaamheden buiten Nederland mag een lid slechts afwijken van de VPRA-gedragscode, indien de voorschriften van een beroepsvereniging of beroepspraktijk in andere landen dat vereisen. In algemene zin dient een public relations adviseur zich bij de uitoefening van het vak te richten naar de maatschappelijke normen van het land, waar het beroep wordt uitgeoefend.

#### **Verantwoordelijkheid naleving**

##### **Artikel 2**

Indien de gedragscode door een medewerker of medewerkster van een bij de VPRA aangesloten adviesbureau is overtreden, wordt deze overtreding beschouwd als te zijn begaan door het bureau, ongeacht of de betrokkene op individuele basis lid is van een beroepsorganisatie die persoonlijke gedragsregels kent. Het is de verantwoordelijkheid van de bureauleiding individuele medewerkers en medewerksters in kennis te stellen van de VPRA-gedragscode. Zij zijn gehouden zich aan deze gedragscode te conformeren, ongeacht onder welke gedragsregels van andere beroepsorganisaties zij vallen.

#### **Onafhankelijkheid**

##### **Artikel 5**

Noch het VPRA-bureau, noch de individuele medewerkers of medewerksters van het VPRA-bureau mogen eigen belangen nastreven, die van nadelige invloed kunnen zijn op de inhoudelijke kwaliteit en/of objectiviteit van adviezen en/of uitvoerende

werkzaamheden. Indien sprake is van dergelijke belangen moet de opdrachtgever voor de aanvaarding van de opdracht daarvan in kennis worden gesteld of moet de opdracht worden geweigerd. Ontstaat een belangentegenstelling tijdens de relatie tussen een lid en een opdrachtgever, dan moet dit onmiddellijk aan de opdrachtgever kenbaar worden gemaakt.

#### **Artikel 6**

Het VPRA-bureau moet de opdrachtgever onpartijdig kunnen adviseren. Indien een lid deel uitmaakt of eigendom is van een organisatie of organisaties, in welke vorm en/of mate dan ook, is het VPRA-bureau verplicht dit kenbaar te maken.

#### **Misleiding**

##### **Artikel 7**

Een lid mag bij de uitoefening van het vak en bij werving en verwezenlijking van opdrachten geen misleidende handelingen plegen. Niet-leden van de VPRA en zelfstandig opererende bedrijfsonderdelen van leden van de VPRA die niet voldoen aan de toelatingscriteria van de VPRA zijn niet gerechtigd op enigerlei wijze - door verwijzing naar Leveringsvoorwaarden en Gedragscode van de VPRA op hun briefpapier of anderszins - een band met de VPRA te suggereren.

#### **Kwaliteit**

##### **Artikel 8**

De leiding van een VPRA-bureau is verantwoordelijk voor de kwaliteit van behandeling van elke opdracht. Een lid moet een opdracht weigeren, indien daarvoor de vereiste deskundigheid ontbreekt. Een VPRA-bureau moet een opdracht eveneens weigeren, indien tevoren kan worden overzien, dat uitvoering van de opdracht en de realisering van de daaraan verbonden doelstelling onmogelijk zijn ten gevolge van de formulering van de opdracht en/of de ontoereikendheid van beschikbaar gestelde (financiële) middelen.

#### **Zorgvuldigheid**

##### **Artikel 9**

Het VPRA-bureau is gehouden optimale zorg en aandacht te besteden aan opdrachten van opdrachtgevers. Een lid mag in naam van de opdrachtgever geen informatie verspreiden, waarvan hem bekend kan zijn dat deze informatie onjuist of misleidend is. Een lid zal, voor zover dat redelijk en mogelijk is, zich tevoren overtuigen van de juistheid van informatie, die door een opdrachtgever wordt verstrekt ten behoeve van de uitvoering van een opdracht door het VPRA-bureau. Het VPRA-bureau toetst zijn werkzaamheden aan de algemeen geldende wettelijke en andere regelingen voor zover deze betrekking hebben op de uitvoering van de opdracht.

#### **Geheimhouding**

##### **Artikel 10**

Het VPRA-bureau verplicht zich al hetgeen het bij de uitoefening van zijn werkzaamheden ter kennis komt en dat van vertrouwelijke aard is of waarvan het

geacht kan worden het vertrouwelijke karakter te onderkennen, geheim te houden. Alleen met toestemming van de opdrachtgever mag het VPRA-bureau die geheimhouding doorbreken en/of op grond van een wettelijke plicht. De plicht tot geheimhouding strekt zich uit tot alle medewerkers en medewerksters van het VPRA-bureau. Het VPRA-bureau waarborgt de bescherming van bronnen, die bij de uitoefening van het vak en/of bij de realisering van een opdracht worden aangewend zowel tegenover de opdrachtgever als tegenover derden.

## **Garantie**

### **Artikel 11**

Een lid zet zich volledig in voor het bereiken van het resultaat, dat aan de opdracht als doelstelling is verbonden maar kan en mag dat resultaat niet garanderen; er is slechts sprake van een inspanningsverbintenis. Het is een VPRA-bureau niet toegestaan de honorering afhankelijk te stellen van het resultaat van zijn werk, noch een vergoeding te accepteren anders dan het overeengekomen honorarium.

## **Collegialiteit**

### **Artikel 17**

Een lid moet zich onthouden van activiteiten die afbreuk doen aan een goede collegiale verhouding tussen de VPRA-bureaus. Leden onthouden zich bovendien van het benaderen van elkaars opdrachtgevers in welke vorm dan ook, anders dan voor zaken die voortvloeien uit opdrachten van eigen opdrachtgevers. Het collega bureau moet daarvan tevoren in kennis worden gesteld.

## **Delegatie**

### **Artikel 18**

De bepalingen in de 7c gedragscode zijn onverminderd van kracht, indien een lid werkzaamheden delegeert aan derden.

## **NPRC-gedragscode**

De kern van deze code, die bindend is voor alle aangesloten zelfstandig gevestigde consultants, luidt als volgt:

## **II. Algemene professionele verplichtingen**

### **Artikel 2**

- a. Een NPRC-lid is gehouden zich overeenkomstig het algemeen belang te gedragen en geen schade te berokkenen aan de waardigheid of integriteit van het individu.
- b. Een lid zal zich bij de uitoefening van het vak onderwerpen aan de normen, de wetten en het recht van het land waarin hij het vak beoefent.

### **Artikel 3**

- a. Bij de uitoefening van het beroep betracht een lid eerlijkheid, zuiverheid en oprechtheid.
- b. Een lid mag geen informatie of commentaar verstrekken, waarvan hij weet, kan weten of vermoedt dat deze onjuist of misleidend is.



- c. Een lid mag geen gebruik maken van organisatievormen die hij heeft opgericht of waarin hij deelneemt, indien deze organisaties andere doelen of belangen voorgeven dan de werkelijke

#### **Artikel 4**

Public relations activiteiten moeten openlijk worden uitgevoerd. Ze moeten gemakkelijk herkenbaar zijn, een duidelijk kenmerk van hun herkomst dragen en mogen niet tot misleiding van derden leiden.

#### **Artikel 5**

- a. Een lid respecteert de normen en gedragsregels van andere communicatiedisciplines voor zover deze niet in strijd zijn met zijn eigen gedragscode.
- b. In zijn contacten met publiciteitsmedia zal een lid de daarvoor geldende normen en gebruiken in acht nemen.
- c. Bij het persoonlijk in de publiciteit treden zal een lid terughoudendheid betrachten

### **III. Professionele verplichtingen tegenover opdrachtgevers**

#### **Artikel 6**

Een lid is verantwoordelijk voor de kwaliteit van de behandeling van een opdracht. Hij zal slechts opdrachten accepteren indien hij de verantwoordelijkheid aanvaardt voor een deugdelijke en deskundige uitvoering.

#### **Artikel 7**

De zakelijke relatie tussen een lid en een opdrachtgever heeft als grondslag de Algemene Voorwaarden van de Vereniging NPRC. De Algemene Voorwaarden van de NPRC zijn gedeponneerd bij de Arrondissementsrechtbank te 's-Gravenhage. Afwijkingen hiervan zijn toegestaan, mits tussen opdrachtgever en lid schriftelijk vastgelegd.

#### **Artikel 8**

Een lid is verplicht tot geheimhouding van alle vertrouwelijke informatie van zijn huidige, vroegere of potentiële opdrachtgevers die hem bij de uitoefening van zijn werkzaamheden ter kennis komt. Zonder nadrukkelijke toestemming van zijn opdrachtgever mag hij deze geheimhouding niet doorbreken, of van de informatie gebruik maken.

#### **Artikel 9**

- a. Een lid dat enig belang heeft dat in strijd kan zijn met dat van zijn opdrachtgever is verplicht dat aan de opdrachtgever kenbaar te maken.
- b. Een lid dat deel uitmaakt van of eigendom is van een of meer organisaties, ongeacht in welke vorm, is verplicht dit kenbaar te maken.
- c. Een lid zal zijn opdrachtgever geen diensten aanbevelen van bedrijven of organisaties waarin hij een financieel, commercieel of ander belang heeft, zonder dat belang eerst kenbaar te maken.

#### **Artikel 10**

Een lid zal geen belangen behartigen die onderling strijdig of concurrerend zijn zonder de nadrukkelijke toestemming van de betrokken opdrachtgevers

#### **Artikel 11**

- a. De vergoeding die een lid ontvangt voor zijn diensten mag onder geen beding afhankelijk zijn van het al dan niet bereiken van een resultaat voor de opdrachtgever.
- b. Een lid zet zich volledig in voor het bereiken van een resultaat, maar mag dat resultaat nimmer garanderend er is slechts sprake van een inspanningsverplichting

#### **Artikel 12**

- a. Een lid zal voor de diensten die derden op naam en voor rekening van de opdrachtgever verlenen geen vergoedingen van deze derden accepteren, zoals kortingen, commissies en soortgelijke betalingen, tenzij met medeweten van zijn opdrachtgever.
- b. Het accepteren van mediakortingen volgens de gebruikelijke regels is toegestaan.

#### **Artikel 13**

Indien de uitvoering van een public relations opdracht tot ernstig professioneel wangedrag dreigt te leiden of tot handelingen in strijd met deze gedragscode dan zal het NPRC-lid onverwijld de opdrachtgever daarvan in kennis stellen en trachten deze te bewegen de gedragscode te respecteren. Indien de opdrachtgever volhardt in zijn bedoelingen, dan moet het NPRC-lid niettemin de gedragscode naleven ongeacht de gevolgen.

### **IV Professionele verplichtingen tegenover de massamedia en de publieke opinie**

#### **Artikel 14**

- a. Een lid respecteert de onafhankelijkheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid van de massamedia, het recht van de media om informatie te ontvangen en de plicht van de public relations beoefenaar om informatie te verstrekken binnen de grenzen van zijn beroepsmatige verantwoordelijkheid. De hier bedoelde plicht jegens de massamedia tot het verstrekken van informatie mag niet in strijd komen met de geheimhoudingsplicht die het NPRC-lid heeft jegens zijn opdrachtgever.
- b. Een lid dient zich naar vermogen te overtuigen van de juistheid van de te verstrekken mededelingen
- c. Pogingen om de publieke opinie of de pers te misleiden zijn verboden.
- d. Nieuws dient te worden verstrekt zonder kosten of verborgen beloning voor gebruik of publicatie
- e. De bepaling in het vorige lid heeft geen betrekking op het kopen van ruimte en (zend)tijd in de media overeenkomstig de gebruikelijke praktijk, zoals sponsoring, product-placing en het plaatsen van advertorials of infomercials.

## **V Professionele verplichtingen tegenover collega's en het vak**

### **Artikel 15**

- a. Een lid dient zich onder alle omstandigheden in overeenstemming met de waardigheid van het beroep te gedragen en zich te onthouden van activiteiten die afbreuk doen aan goede collegiale verhoudingen.
- b. Een NPRC-lid onthoudt zich van oneerlijke concurrentie. Hij zal zich in woord of daad niet laatdunkend over collega's uitslaten.
- c. Het is een NPRC-lid alleen toegestaan mee te doen aan competities ter verwerving van opdrachten of opdrachtgevers indien is zeker gesteld dat de procedure en condities voor alle mededingers gelijk zijn.
- d. Indien hij de overtuiging heeft dat een ander lid in strijd met deze gedragscode handelt wordt hij geacht de Commissie van Toezicht daarover in te lichten

### **VOORLICHTINGSCODE: (Uit Evers, 1988:72)**

Een in de praktijk bruikbare gedragscode voor voorlichters (althans minstens een forse aanzet daartoe) vond ik in een artikel van In 't Groen<sup>16</sup> (1988:180-182). Hij formuleert eerst de volgende uitgangspunten: een voorlichter laat zich leiden door de persvrijheid, de vrijheid van meningsuiting, het recht van de burgers op informatie en de plicht tot openbaarheid van bestuur. Op die manier dient hij onze democratische rechtsorde. Hij zet zich ervoor in dat burgers een oordeel kunnen vormen over zijn organisatie en dat de consument klantvriendelijk wordt bediend.

Vanuit deze uitgangspunten formuleerde hij de volgende spelregels:

1. Een voorlichter geeft betrouwbare informatie.
2. Een voorlichter geeft tijdig en doeltreffend informatie.
3. Een voorlichter kent de bron en haar validiteit alvorens hij informatie verstrekt.
4. Een voorlichter verstrekt met bronvermelding informatie. Als de bron niet kan worden vermeld, wordt de reden daarvan genoemd.
5. Een voorlichter schetst de achtergronden van de informatie.
6. Een voorlichter geeft de actualiteit en opportuniteit van de informatie aan.
7. Een voorlichter is terughoudend bij de informatieverstrekking als hij twijfelt over de betrouwbaarheid van de informatie en de bron. Deze twijfel laat hij blijken bij de informatieverstrekking.
8. Een voorlichter geeft zo volledig mogelijke informatie, zodat de ontvanger een duidelijk beeld krijgt, beoordelen kan welk belang hij heeft en zich een oordeel kan vormen.
9. Een voorlichter maakt bij de informatieverstrekking duidelijk wat feiten en wat opvattingen zijn en door wie die worden gegeven.
10. Een voorlichter meldt over welke informatie hij niet beschikt en verwijst naar andere bronnen.
11. Een voorlichter maakt informatie toegankelijk en stemt deze af op de behoeften van de doelgroep.
12. Een voorlichter maakt duidelijk waarom de informatie wordt verstrekt en wat het belang voor de doelgroep is.

---

<sup>16</sup> IN 'T GROEN, A.1988. Koning, koerier, krant en klant. Bestuur, voorlichter, journalistiek en burger. Den Haag.

13. Een voorlichter geeft aan namens wie hij informatie verstrekt en wie zijn opdrachtgever is.
14. Een voorlichter geeft het doel en het belang van zijn opdrachtgever aan bij de informatieverstrekking.
15. Een voorlichter moet zich realiseren dat het gevolg van zijn werk kan zijn dat hij het beleid van zijn opdrachtgever verdedigt. Hij geeft bij de voorlichting duidelijk aan dat die opdrachtgever deelnemer is aan het bestuurlijk krachtenspel, dat zich kenmerkt door belangentegenstellingen. Juist dan zijn deze spelregels belangrijk.
16. Een voorlichter kan informatie en bronnen kritiseren, mits hij daarbij aangeeft waarom hij dat doet, met welk belang en in wiens opdracht.
17. Een voorlichter heeft toegang tot alle informatie van zijn opdrachtgever die nodig is voor zijn werk.
18. Een voorlichter draagt bij aan de voorbereiding van beleid zodat zijn kennis van de doelgroepen kan worden ingebracht bij de ontwikkeling en uitvoering van beleid en hij de benadering van die doelgroepen.
19. Een voorlichter meldt zijn opdrachtgever tijdig als hij twijfelt aan betrouwbaarheid, oprechtheid en doel van de informatieverstrekking.
20. Een voorlichter stimuleert de openheid, de goede bedrijfs- en beleidsvoering en daardoor het klantvriendelijk werken van de organisatie waarin hij participeert.
21. Een voorlichter gaat regelmatig en systematisch na wat de wensen en de opvattingen van de doelgroepen zijn wat het rendement en het effect van de informatieverstrekking zijn, welke lacunes er zijn en welke correcties er moeten worden aangebracht in de voorlichting, maar ook in de beleids- en bedrijfsvoering van een organisatie
22. Een voorlichter benadert de doelgroepen efficiënt voorkomt overvloedige informatie en tijdsverspilling
23. Een voorlichter werkt constructief samen, ook met voorlichters van organisaties die tegengestelde belangen hebben.
24. Een voorlichter verstrekt geen informatie als bij tot geheimhouding is verplicht
25. Een voorlichter geeft de reden aan waarom bij geen informatie mag of kan verstrekken.

### 3.4 DUITSLAND

#### **Der Wirtschaftsverband der PR-Agenturen**

GPRA-Agenturen verstehen sich als Beratungs- und Service-Unternehmen für Public Relations mit besonderer Kompetenz für strategische Kommunikation und einem breiten kommunikativen Fachwissen, die national, international, allein oder im Verbund mit anderen Kommunikationsunternehmen zum Einsatz kommen.

#### **GPRA-Agenturen**

- sind Garant für Qualität, Professionalität, Leistungskompetenz und Integrität. Strenge Auswahlkriterien, denen sich alle Agenturen stellen müssen, tragen dem Selbstverständnis der GPRA als Leistungs- und Gütegemeinschaft Rechnung.

- arbeiten nach ethischen Grundsätzen. Sie erkennen die Normen der PR-Beratung an, wie sie im Code d' Athènes (internationale ethische Richtlinien für Öffentlichkeitsarbeit) festgelegt sind.
- fördern qualifizierte Mitarbeiter durch ständige Aus- und Weiterbildung
- bieten Full-Service in ihrem jeweiligen Bereich. Sie gewährleisten die umfassende und selbstständige Lösung und Bearbeitung auch schwieriger Kommunikationsprobleme.
- denken ganzheitlich. Sie planen strategisch und setzen zur Lösung von Aufgaben sinnvoll koordinierte Maßnahmenpakete ein. Diese umfassen alle denkbaren Kommunikationsmittel. verfügen über weitreichende gesellschaftliche Kontakte zu den unterschiedlichen Medien und gesellschaftlichen Gruppen.
- sehen sich als Meinungsbildner. Sie verfügen über Sensibilität für Trends, Tendenzen und Veränderungen und sind Impulsgeber für meinungsbildende Prozesse in Wirtschaft und Gesellschaft. Dabei nutzen sie Instrumentarien wie Meinungsforschung, Trend- oder Medien-Monitoring.
- sind marktwirtschaftlich orientiert. Sie arbeiten nach marktwirtschaftlichen Grundsätzen. Dies erfolgt über Standardverträge nach GPRA-Muster. Transparenz von Honorar- und Abrechnungssystem ist selbstverständliches Prinzip und gleichzeitig Garant für eine kaufmännisch einwandfreie und sachgerechte Auftragsbefriedigung.
- haben eine vielseitige Kundenstruktur. Sie arbeiten für Unternehmen aus Produktion, Handel und Dienstleistung, für Verbände, Behörden Organisationen oder Einzelpersonen.

## **Statuten des Deutschen Rates für Public Relations (DRPR)**

### **I. Präambel**

In dem Bewußtsein, für eine korrekte Informierung und Unterrichtung von Presse und Öffentlichkeit mitverantwortlich zu sein, haben sich die in Deutschland tätigen PR-Fachleute zu einer an ethischen Normen, Gesetzen und beruflichen Standards zu messenden Öffentlichkeitsarbeit verpflichtet. Sie wollen dafür Sorge tragen, daß alle in der Gesellschaft wirkenden Organisationen und Personen diese Verpflichtungen beachten. Um diesem Ziel innerhalb und außerhalb des Berufsstands Geltung zu verschaffen, wurde der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) gegründet.

## **II. Grundsätze des DRPR**

Der DRPR ist ein Organ der freiwilligen Selbstkontrolle der in Deutschland tätigen PR-Fachleute. Seine Träger sind:

1 die Deutsche Public Relations-Gesellschaft e.V. (DPRG) und die Gesellschaft Public Relations Agenturen e.V. (GPRA)

2. Die Trägerorganisationen sind grundsätzlich bereit, weitere Organisationen, die PR-Fachleute vertreten, hinzuzuziehen. Der DRPR ist vor der Aufnahme anzuhören.

3. Der DRPR handelt in Verantwortung gegenüber dem gesamten Feld der öffentlichen Kommunikation. Seine Zuständigkeit ist daher nicht an Personen oder Verbände des Berufsstandes gebunden. Er wird sich auch mit beanstandeten PR-Vorgängen befassen, die von Nichtmitgliedern der Trägerorganisationen und Nichtfachleuten ausgelöst oder veranlaßt wurden.

4. Die primäre Aufgabe des DRPR ist es, Mißstände und Fehlverhalten bei der Kommunikation mit Öffentlichkeiten zu benennen und zu rügen. Er wird ein normenkonformes und verantwortungsbewußtes Handeln einfordern und auf Offenheit und Fairness in den Beziehungen zwischen Organisationen und ihren Publika hinwirken. Er befaßt sich nicht mit Streitfällen zwischen Mitgliedern der berufsständischen Organisationen, da dafür gesonderte Schiedsstellen, zum Beispiel der Ehrenrat der DPRG, bestehen.

5. Die Entscheidungsgrundlagen des DRPR sind die von seinen Trägerorganisationen festgelegten Verhaltensregeln (Kodizes, Selbstverpflichtungen, Richtlinien) und die geltenden Gesetze. Auch die Berufskodizes und Richtlinien anderer Kommunikationsverbände und Institutionen werden von ihm beachtet.

6. Der DRPR wird die auf das Gebiet der öffentlichen Kommunikation anzuwendenden Normen benennen und, falls erforderlich, weiterentwickeln. Er wird gegebenenfalls neue Regelungen vorschlagen und sich für deren Akzeptanz einsetzen.

7. Der DRPR handelt grundsätzlich öffentlich, da auch zu beanstandendes PR-Verhalten gegenüber Öffentlichkeiten geschieht. Seine Urteile werden in der Regel publiziert.

8. Der DRPR ist in seinen Urteilen frei und an keine Weisungen gebunden.

*Bonn, den 19. Mai 1995: [drpr\\_21.htm](#) [Datum van gebruik: 26 Maart 2001]*

### 3.5 SUID-AFRIKA

In die etiese kode wat deur PRISA (die Openbare Skakelinstituut van Suidelike Afrika ook bekend as PRISA) aan skakelpraktisyns in Suid-Afrika voorgehou word, word riglyne ten opsigte van die volgende vir 'n skakelpraktisyn gegee:

#### 1 **Persoonlike optrede:**

'n Skakelpraktisyn moet in openbare belang op tree

Hy behoort sy integriteit te behou en voldoen aan die vereistes wat aanvaar word as die eise vir goeie smaak.

Hy mag geen valse inligting verskaf nie.

Hy mag nie beloftes maak wat nie deur hom of sy organisasie of sy kliënt nagekom kan word nie.

Hy moet hou by die etiese kodes van sy profesie (PRISA in Skinner & Von Essen, 1993:14, Lubbe, 1994: 5 ).

#### 2 **Kliënte**

Hy mag nie kliënte met konflikterende belange verteenwoordig sonder toestemming van beide nie.

Hy mag nie geld ontvang van twee kliënte met konflikterende belange sonder die toestemming van albei nie.

Hy moet sy vertrouensposisie by sy kliënte behou.

Hy mag nie deel wees van 'n strategie om te mislei nie. Hy mag nie deel wees van 'n skakelveldtog met verskuilde bedoelings en wat voorgee om iets ander se wees nie (PRISA in Skinner & Von Essen, 1993: 14, Lubbe, 1994: 5 ).

#### 3 **Kollegas**

Hy mag nie ander se professionele reputasie skade berokken nie.

Hy moet regverdig teenoor sy kollegas optree.

Hy moet hou by die kode en met ander kollegas saamwerk om dit toe te pas.

As hy die oorsaak is daarvan dat 'n ander kollega die kode verbreek word dit beskou asof hy dit self gebreek het.

Hy sal nie probeer om 'n kollega in diskrediet te bring by 'n kliënt of werkgewer nie.

As 'n kollega die kode verbreek moet hy die Raad inlig (PRISA in Skinner & Von Essen, 1993: 14, Lubbe, 1994: 5 ).

#### 4 **Kommunikasie media**

Die skakelpraktisyn mag nooit die integriteit en geloofwaardigheid van die kommunikasiekanale in die gedrang laat kom nie.

Hy moet die naam van 'n kliënt bekend maak in wie se naam die openbare kommunikasie gemaak word (PRISA in Skinner & Von Essen, 1993: 15, Lubbe, 1994: 5).

## **5 Die staat**

Die skakelpraktisyn moet die landswette gehoorsaam en die beginsels wat in die grondwet van die land vervat is respekteer.

Hy mag nie optree as dit teen die openbare belang is nie (PRISA in Skinner & Von Essen, 1993: 15, Lubbe, 1994: 6 ).

## **6 PRISA**

Hy moet respek hê vir die waardigheid en besluite van PRISA

Hy moet die fooie van PRISA betaal.

Hy moet gehoorsaam wees aan die dissiplinêre reëlings van PRISA maar kry wel die geleentheid om homself te verdedig (PRISA in Skinner & Von Essen, 1993: 15, 16, Lubbe, 1994: 6 ).

## **7 Die besigheidsomgewing**

'n Lid van PRISA wat finansiële wins uit 'n organisasie kry, of finansiële belang by 'n organisasie het, sal nie daardie organisasie aanbeveel of gebruik maak van daardie organisasie sonder om sy eie belang te meld nie.

As hy vir 'n kliënt werk sal hy nie geld van enige iemand ontvang sonder om die feite bekend te maak nie.

Hy mag nie bande hê met 'n organisasie wat hierdie kode verbreek nie (PRISA in Skinner & Von Essen, 1993: 15, Lubbe, 1994: 5 ).