View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk
brought to you by CORE
provided by Koers (E-Journal)

Kommunikasiekunde in Suid-Afrika: die begin, die hede en uitdagings vir die toekoms

P.J. Fourie
Departement Kommunikasiewetenskap
Universiteit van Suid-Afrika
PRETORIA
E-pos: fouripj@unisa.ac.za

Abstract

Communication science in South Africa: the beginnings, the present and challenges for the future

This article is based on the Gert Pienaar Commemorative Lecture given by the author of this article on 27 August 2009 at the North-West University, Potchefstroom. The late Professor Gert Pienaar founded communication science (then Press Science) in South Africa, fifty years ago. Apart from acknowledging his contribution, the purpose of the lecture and of this article is to briefly outline the main research paradigms which have guided South African mass communication research the past fifty years, namely the positivist (or managerial) paradigm and the critical paradigm. It is argued that normative questions about the role and functions of the media in society underlie these paradigms. Against the background of new paradigms such as the postmodern and postcolonial paradigms (of which the basic tenets are also outlined) the applicability and relevance of old normative media theory in a new society and in a new media landscape (briefly described) are questioned and the Western prejudice of "old" normative theory is highlighted. With this in mind, four research areas for future South African mass communication research are emphasised, namely fundamental new media research, development communication research from an African perspective, communications policy research, and the indigenisation of mass communication theory.

Opsomming

Kommunikasiekunde in Suid-Afrika: die begin, die hede en uitdagings vir die toekoms

Hierdie artikel is gebaseer op die Gert Pienaar-gedenklesing wat op 27 Augustus 2009 deur die outeur van hierdie artikel in die Skool vir Kommunikasiestudies van die Noordwes-Universiteit gelewer is. Wyle professor Gert Pienaar was vyftig jaar gelede die stigter van Kommunikasiewetenskap (toe Perswetenskap) in Suid-Afrika. Behalwe om hulde aan professor Pienaar te bring, was die doel van die lesing en die doel van hierdie artikel om die hoofstroomnavorsingsparadigmas wat kommunikasienavorsing die afgelope vyftig jaar in Suid-Afrika gerig het, kortliks weer te gee. Dit is naamlik, die positivistiese paradigma (of die bestuursparadigma) en die kritiese paradigma. In hierdie artikel word aangevoer dat normatiewe vrae oor die rol en funksies van die media in die samelewing hierdie paradigmas onderlê. Teen die agtergrond van nuwer paradigmas, soos die postmoderne en die postkoloniale paradigmas, word die toepasbaarheid en die relevansie van ou normatiewe mediateorieë in 'n nuwe samelewing en in 'n nuwe medialandskap bevraagteken en die Westerse bevooroordeeldheid daarvan beklemtoon. Teen hierdie agtergrond word vier navorsingsgebiede vir toekomstige Suid-Afrikaanse kommunikasienavorsing belig: fundamentele navorsing oor nuwe media, ontwikkelingskommunikasienavorsing vanuit 'n Afrikaperspektief, kommunikasiebeleidsnavorsing, en navorsing oor die verinheemsing van massakommunikasieteorie.

1. Inleiding

Die artikel is gebaseer op die Gert Pienaar-gedenklesing wat op 27 Augustus 2009 deur die outeur van hierdie artikel by die Skool vir Kommunikasiestudies van die Noordwes-Universiteit gelewer is. Met hierdie lesing is die grondlegger van Kommunikasiekunde in Suid-Afrika, wyle prof. Gert Pienaar, gehuldig. Die lesing het terselfdertyd deel gevorm van die Skool se viering van sy vyftigste bestaansjaar en daarmee saam die vyftigjarige bestaan van Kommunikasiekunde in Suid-Afrika.

Wanneer 'n mens huldeblyke oor wyle prof. Gert Pienaar lees, dan is dit opvallend hoeveel keer die woord "eerste" daarin voorkom. Hy was die eerste in Suid-Afrika om die belang van akademiese opleiding vir joernaliste te beklemtoon, dit te ondersoek en deur te voer; verantwoordelikheid te neem vir die instelling van die eerste diplomakursus in joernalistiek in Suid-Afrika, gevolg deur die eerste

graadkursus in Perswetenskap en later Kommunikasiekunde; en die eerste om ’n doktorsgraad in die Kommunikasiekunde (in die Regsfakulteit) in Suid-Afrika te behaal, met ’n proefskrif getitel, *Perssensuur en staatsveiligheid*. Onder sy leiding het die eerste Suid-Afrikaanse studente in die Joernalistiek en later in die Perswetenskap en Kommunikasiekunde hulle studies voltooi. Hier kan dit egter ook nie nagelaat word om te noem dat twee van die eerste studente wat in die Departement graad gekry het, onder die leiding van prof. H.G. Stoker, bekende Puk-filosoof, gewerk het nie. Hulle was ds. D.J Hattingh (*’n Wysgerige ondersoek na die probleem van persvryheid*) en prof. P.G. Snyman (M.A.: *Pers en leser – ’n prinsipiële voorstudie tot die persetiek*; D.Phil.: *Die etiese deontiek van propaganda – wetenskapsteoreties en antropologies benader*). Hierdie twee studies se prinsipiële benadering en grondslag het van die begin af in die Departement inslag gevind. Prof. Calvyn Snyman se *Pers en leser* (1971) word vandag nog as ’n seminale werk op die gebied van media-etiek beskou.

Hoe dit ook al sy, Gert Pienaar kan ongetwyfeld die Departement se man van eerstes genoem word. In weerwil van sy verskeie onderskeidings, onthou sy studente en kollegas hom vir sy nederigheid, hoflikheid, medemenslikheid, maar veral ook vir sy begrip, respek en deernis vir sy medemens. Hy sou vandag met groot trots kon terugkyk op die groei en ontwikkeling van ’n vak wat hy hier in Suid-Afrika begin het. Die res van die artikel word hieraan gewy.

2. Kommunikasiekunde as vak

In die geesteswetenskappe is Kommunikasiekunde ’n ou vak met sy oorsprong in die klassieke retoriek. In die moderne tyd het die vak begin deur dit hoofsaaklik op die joernalistiek toe te spits. Een van die eerste akademiese publikasies was Robert Eduard Prutz se proefskrif aan die Universiteit van Göttingen in 1845 oor die geskiedenis van die Duitse joernalistiek. Vandag is die vak uitgebrei na verskeie, bykans onafhanklike deelgebiede soos mediastudies, joernalistiek, organisatoriese en bedryfs-, ontwikkelings-, interkulturele, gesondheids-, spraak, en interpersoonlike kommunikasie. In elkeen van hierdie gebiede kan weer spesialisgebiede onderskei word. In elkeen word eiesoortige probleme, vrae, aannames en hipoteses geformuleer en ’n verskeidenheid metodes gebruik om die vrae en hipoteses te ondersoek. Tog bly die kern van die kommunikasiewetenskap massa- (openbare) kommunikasie, wat nog steeds om kernvrae sentreer, soos wat die rol, funksies en mag van die media in die samelewing is.

Dit is hierdie tipe vrae wat in die moderne tyd sosiale wetenskaplikes soos Paul F. Lazarsfeld, Kurt Lewin, Bernard Berelson en De Sola Pool, Stappers, Prakke, Boone en Fauconnier, in navolging van sosioloë soos Durkheim en Parsons, op 'n gesistematiseerde wyse laat begin het om navorsing aan die Universiteit van Chicago asook in Duitsland, Nederland en België te doen.

Dit is ook hierdie tipe vrae en die belang daarvan wat Gert Pienaar onder die aandag van sy tydgenote in die Suid-Afrikaanse joernalistiek, aan die Potchefstroomse Universiteit vir Christelike Hoër Onderwys en onder die aandag van die breë Suid-Afrikaanse akademiese gemeenskap, gebring het. Dit het hom geïnspireer om die destydse Perswetenskap, (genoem na aanleiding van die studie van die pers in Nederland en *Zeitungswissenschaft* in Duitsland) as 'n vak in 1959 aan die PU vir CHO ingestel te kry – 'n taak wat nie maklik was nie.

Die instelling en uiteindelike vak is dikwels deur die gevestigde geestes- en sosiale wetenskappe, veral die tale, sosiologie, sielkunde en politieke wetenskappe met akademiese elitisme en skeptisisme bejeën. Die aanvanklike praktiese beroepsgerigtheid van die vak en sy vraagstelling oor en problematisering van iets so ordinêrs en sekulêrs soos 'n koerant, die radio en later televisie, het grotendeels tot hierdie skeptisisme bygedra. In weerwil van hulle inligtingsfunksies, is hierdie sake met populêre massageproduseerde vermaak en kultuur geassioseer. Dit, ten spyte van die feit dat daar in daardie stadium nog weinig eie disiplinêre gevestigde navorsingstradisies, metodes en paradigmas was.

Vandag word die vak aan bykans al die Suid-Afrikaanse universiteite aangebied, en het Suid-Afrika vyf geakkrediteerde navorsingsvaktydskrifte (*Communicatio*, *Communitas*, *Communicare*, *EcQuid Novi* en *Critical Arts*) op hierdie gebied asook een van die mees dinamiese vakverenigings in die land, naamlik SAKOMM (die Suid-Afrikaanse Kommunikasievereniging). In die res van die wêreld lyk hierdie prentjie van vooruitgang dieselfde.

In soverre dit die akademiese ontwikkeling van die vak aangaan, is die vak vandag in terme van navorsingstradisies, metodes en paradigmas stewig as 'n volwaardige sosiale wetenskap gevestig.

In die res van die artikel val die klem op hierdie paradigmas en spesifiek op die toepassing daarvan op massakommunikasie, met as deelgebiede die joernalistiek en mediastudies (synde die oorspronklike ondersoekgebied van die kommunikasiekunde). Teen die agter-

grond van die postmoderne en postkoloniale paradigmas word vier navorsingsgebiede onderskei wat in die Suid-Afrikaanse kommunikasiekunde meer aandag kan kry, te wete fundamentele navorsing oor nuwe media, navorsing oor ontwikkelingskommunikasie vanuit 'n Afrikaperspektief, navorsing oor kommunikasiebeleid en navorsing oor die "verinheemsing" van massakommunikasie- en mediateorie.

3. Hoofstroomparadigmas in die studie van massakommunikasie

Normatiewe vrae oor die rol en funksies van massakommunikasie en die media in die samelewing is en word vanuit 'n aantal teoretiese en metodologiese paradigmas bestudeer. Die belangrikste hiervan is waarskynlik die positivisties-funksionalistiese, ook genoem die administratiewe en bestuursparadigma en die kritiese paradigma. Die administratiewe en bestuursparadigma vind ten nouste aansluiting by die teorieë, vrae, metodes en tegnieke van die empiriese sosiologie. Die kritiese paradigma is ten nouste gebaseer op Marxistiese en neo-Marxistiese teorieë oor die massasamelewing en oor massa- en populêre kultuur. Albei hierdie paradigmas domineer steeds die inhoud van massakommunikasieteorie en -navorsing. Op die kantlyn is die semiologiese, postmoderne en postkoloniale paradigmas wat, soos later aangedui sal word, al hoe belangriker word. (Vir 'n meer diepgaande bespreking van hierdie paradigmas vgl. onder andere Fourie, 2007a:115-183; McQuail, 2005:47-189; Couldry, 2004:115-132.)

- **Die positivisties-funksionalistiese paradigma**

'n Kernvraag, geformuleer deur een van die klassieke Amerikaanse grondleggers van die vak, Harold Lasswell, rig die positivistiese paradigma: *Who says what to whom in what channel with what effect?* Die *who*, dit wil sê *die kommunikator*, word ondersoek met vrae oor media-eienaarskap, kommunikasiedoelwitte, metodes en tegnieke, asook ekonomiese doelstellings en resultate. Die *what*, dus *wat* hulle doen, is die *boodskap* (of dit nuus, inligting, opvoeding, vermaak, propaganda, of wat ook al is) en die effektiwiteit van die boodskap. Slaag die kommunikasie en indien nie, wat kan gedoen word om dit te laat slaag? Hoe kan die boodskap verbeter word, meer effektief geformuleer, aangebied en versprei word? Die *whom* (*aan wie*) is *die ontvanger* wat hoofsaaklik as 'n "mark" bestudeer word. Die fokus is dus hoofsaaklik op die demografie van die mediamark of potensiële markte en op die effek van die media op mense se denke en gedrag. In kort – die sleutelwoorde in die

positivities-funksionalistiese paradigma is *funksionele gebruik* en die *effektiwiteit* van die kommunikasie.

Metodologies steun die positivistiese benadering veral op kwantitatiewe ondersoekmetodes soos kwantitatiewe inhoudsontledings, die tegnieke van marknavorsing en derhalwe demografiese ondersoeke, sisteemteorie en -analise, en laboratoriumondersoeke.

- **Die kritiese paradigma**

Hierteenoor is die sleutelwoorde in die kritiese paradigma *mag* en *magsmisbruik*. Dit handel primêr oor die mag van hekwagters om die media as ’n ideologiese instrument te misbruik en die onmag van mediagebruikers. Met hekwagters word media-eienaars bedoel, dus alle skeppers van media: inhoud (joernaliste en programmakers), mediareguleerders (die Onafhanklike Kommunikasie-owerheid van Suid-Afrika), mediavakbonde en regerings, in soverre regerings verantwoordelik is vir kommunikasiewetgewing en gewoonlik ook poog om met die onafhanklikheid en outonomie van die media in te meng. Dit gaan dus om die volgende: kapitalistiese/monopolistiese media-eienaarskap en die effek daarvan op media-inhoud en die kommersialisering en verpopularisering van media-inhoud; media-imperialisme; toegang en gebrek aan toegang tot media; media-geletterdheid of ’n gebrek daaraan; vryheid van spraak of ’n gebrek daaraan en die gevolge daarvan vir die demokrasie; die kwaliteit van die media as ’n publieke sfeer, ensovoorts.

Metodologies beroep die kritiese paradigma dit op die literatuurstudie en die hermeneutiese en deskriptiewe tradisies en metodes van die geestes- en sosiale wetenskappe met verskeie vorms van inhoud-, teks-, en diskoersontledings, ontledings van die politieke ekonomie van die media, en in soverre dit die ontvanger/ media-gebruiker aangaan, resepsieteorie met sy oorsprong in die literatuurwetenskap. Soos reeds genoem, vind die paradigma ten nouste aansluiting by aanvanklike Marxistiese en neo-Marxistiese samelewingskritiek en die Frankfurtskool se kritiek oor die rol van die media in die verval van die samelewing. Die paradigma steun ook op die werk en denke van Foucault, Althusser en Gramsci ten opsigte van ideologie, hegemonie en mag. In hierdie opsig vind die kritiese paradigma in mediastudies noue aansluiting by gender- en rassestudies. Die Britse kultuurfilosoof Raymond Williams, die Glasgow University Media Group se werk in die sewentigerjare, asook die werk van die Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies en Stuart Hall se beskouings oor die enkodering en dekodering van

mediatekste word dikwels as eksemplaries van die kritiese paradigma gesien.

Bogenoemde twee paradigmas domineer vandag nog, ook in Suid-Afrika, massakommunikasienavorsing en -teorie. Daar is wel in ’n toenemende mate aansluiting en ’n vermenging in die sin van die kombinasie van kwantitatiewe (hoofsaaklik positivistiese) en kwalitatiewe (hoofsaaklik kritiese) navorsingsmetodes.

- **Die semiologiese, postmoderne en postkoloniale benaderings**

In die semiologiese benadering is die sleutelwoord *verstaan* (vgl. onder andere Danesi, 2002)*.* Dit gaan om *betekenis*. Die uitgangspunt is dat die media in die moderne tyd dié skepper en verspreider van betekenis geword het. Kortom, ons ken en verstaan ons wêreld hoofsaaklik deur die oë van die media. Die media het *die werklikheid* geword. Hoe lyk die betekenis wat die media skep? Hoe *be*-teken die media die werklikheid of aspekte daarvan? Hoe weerspieël die media byvoorbeeld die Suid-Afrikaanse samelewing? Anders gestel, wat is die beeld wat die media van die Suid-Afrikaanse samelewing uitdra (byvoorbeeld die misdaadberiggewing in *Beeld*), van die Afrikaner, van rasseverhoudings in die land, ensovoorts, en hoe *produseer* die media hierdie betekenisse?

In terme van die beskouings van een van die grondleggers van die mediasemiologie, die Franse sosiale kritikus Roland Barthes, is die media dié skepper en draer van sosiale mites, wat sosiaal-gekonstrueerde betekenisse is, en wat gehersirkuleer en as die waarheid versprei en verkondig word. Dink aan die talle mites oor die Afrikaner as rassis, oor die swart man as dom en lui, oor die Jood as skelm, ensovoorts. Waar kom hierdie mites vandaan? In die mediasemiologie word geargumenteer dat dit geskep, versprei en versterk word deur die media, watter medium ook al, en in en deur die verskeidenheid mediagenres, of dit nou nuus of seepkisoperas is. Die media skep ’n semiosfeer van betekenis – ’n bril/raam waardeur die mens na die wêreld kyk, waardeur ’n mens die wêreld verstaan en daarop reageer, en waarop ’n mens weinig houvas het.

Die postmoderne en postkoloniale paradigmas (hoewel reeds lank rigtinggewend in die geskiedenis, literatuur-, teater- en kunswetenskappe, kortom in al die rigtings wat dit met simboliese uitdrukkingsvorme besig hou) is in massakommunikasienavorsing veral na vore gebring deur die eise van ’n *nuwe* samelewing en ’n *nuwe* medialandskap. In albei hierdie paradigmas speel die nuwe informasie- en

kommunikasietegnologie 'n kernrol. Alvorens die basiese uitgangspunte van hierdie paradigmas kortliks opgesom word, word eers kortliks inligting oor die nuwe medialandskap en die nuwe samelewing verskaf. Nuwe media sou tussen aanhalingstekens geplaas kon word, omdat wat algemeen as nuwe media gesien word, nie noodwendig meer nuut is nie. Daar verskyn gereeld nuwe variante/gebruiksmoontlikhede en toepassings van die "ou nuwe" media. Tans is daar oor die begrip *nuwe media* 'n lewendige debat in die vakliteratuur. Nietemin, die verwysing is deurgaans slegs na nuwe media sonder aanhalingstekens.

4. Die nuwe medialandskap en die nuwe samelewing

Sonder om in te gaan op die kompleksiteit van vrae oor wat globalisering is, wat die rol van die media daarin is, of globalisering en internasionalisering nie maar so oud soos die mensdom self is nie, wat moderniteit, laat-moderniteit en postmoderniteit behels, ensovoorts, word vir die doeleindes van hierdie artikel volstaan met die beskouing dat die nuwe inligtings- en kommunikasietegnologie soos satellietkommunikasie, die rekenaar, die internet, digitale tegnologieë, breëband en mobiele telefonie, om enkeles te noem, 'n radikale nuwe medialandskap tot stand gebring het. (Vgl. ook Ang, 1998; Brants, 1998; Jacka, 2003; Poster, 2001.) Behorende tot hierdie nuwe landskap is nuwe vorms van en benaderings tot mediaregulering en eienaarskap, wat weer veroorsaak is deur ekonomiese tendense soos die privatisering en liberalisering van die mediamark. Sommige uitstaande kenmerke van hierdie nuwe medialandskap is die volgende:

- 'n groot en nuwe verskeidenheid tegnologiese verspreidingsplatforms en 'n multi-media benadering, byvoorbeeld, radio op die internet, koerante en tydskrifte op die internet, film, televisie en video op die internet, film, video, radio, die internet en televisie oor selfone;
- 'n groot toename en groeiende diversiteit in keuses tussen verskillende titels in die gedrukte media, tussen radiostasies en televisiekanale, en webwerwe op die internet;
- meer as ooit tevore, die hoë vlak interaktiwiteit en terugvoering tussen die media en mediagebruikers, byvoorbeeld inbelprogramme, blogs, e-pos, gesels- en onderhoudprogramme;
- konvergensie tussen openbare (publieke) en private (kommersiële) media, byvoorbeeld die vroeëre duidelike onderskeid tus-

sen drie soorte uitsaaidienste (openbare, kommersiële en gemeenskapsdienste) het vervaag en is besig om saam te smelt in ’n mengsel van al drie met sprake van die verdwyning van die openbare uitsaaiwese (bv. die SAUK as ’n openbare uitsaaidiens);

- in soverre dit media-inhoud aangaan, ’n toenemende mate van vermenging van mediagenres, byvoorbeeld *infotainment*, wat dit al hoe moeiliker maak om te onderskei tussen joernalistiek en poniejoernalistiek (*tabloid journalism*), in die uitsaaiwese is ’n toename in die gebruik van *sound* en *image bites* (gedekontekstualiseerde klank- en beeldflitse), ’n vermenging van mediaformate met tydskrifte en koerante wat al hoe meer soos televisiebeelde wil lyk en televisie wat al hoe meer kenmerke van die internet oorneem;
- nuwe soorte mediagehore met nuwe mediagebruike, nuwe mediavoorkeure en -smake, ’n nuwe mediageletterdheid, en *niche* of nutsmarkte wat die diversiteit en pluralisme van die veranderde samelewing reflekteer.

In soverre dit die politieke ekonomie van die nuwe medialandskap aangaan, argumenteer die kommunikasiekundige, Brian McNair (2005:151-163), dat daar ’n beweging weg van die ou “beheer”- of “kontrole”- paradigma is. In laasgenoemde paradigma is die media gesien (en misbruik) as ’n politieke en ideologiese instrument vir die verkryging en behoud van mag. Mediagehore en gebruikers is as slagoffers van die ideologiese mag van die media gesien. Hierdie beweging verander egter na die sogenaamde *chaosparadigma*, volgens McNair (2005:151-163).

Hiermee word bedoel dat die media en veral die hoofstroommedia al hoe minder deur politieke magte gebruik of misbruik kan word of hulle daartoe leen, omdat die media in die nuwe samelewing self antipolitieke mag en anti-ideologie geword het. Anders gestel, die media staan eintlik en toenemend in ’n ondermynende, ondergrawende, en ikonoklastiese verhouding tot politieke mag. Kortom, die media bevraagteken, of is skepties teenoor enige magsvorm. In die praktyk word dit dikwels beskryf dat die media per se anti-establishment is. Hierdie nuwe aard van die media gee aanleiding tot nuwe spanning tussen die media, regerings en enige vorm van magsgroepering. ’n Mens sou egter ook kon agumenteer dat hoewel die media nie meer as ’n politieke ideologiseringsinstrument en mag misbruik kan word nie (of dit maklik daartoe leen nie), het die media in die nuwe samelewing en in die nuwe medialandskap ’n mag in en vir homself

geword. Onder die dwang van die heersende markparadigma (wat alles van kuns- en kultuur tot die onderwys rig en domineer) het die media primêr ’n kommersiële instrument geword en is as sodanig ’n kommersiële mag wat oop is vir kommersiële magsmisbruik en vir kommersiële misbruik van die mediapubliek.

’n Kenmerk van die nuwe samelewing (waarna dikwels ook verwys word as die laat-moderne of die postmoderne samelewing) wat spesifiek vir massakommunikasie en die media van belang is, is die bestaan van ’n nuwe soort publiek. Dit is ’n publiek wat getipeer kan word as *gehibridiseerd* en *gefragmenteerd*. Nog ’n kenmerk is ’n samelewing waarin die bestaan en opkoms van drukgroepe, minderheidsgroepe, nie-regeringsorganisasies en verskillende soorte gemeenskappe al hoe meer ’n belangrike rol speel. Derdens is dit ook ’n samelewing waarin die tradisionele onderskeid tussen die openbare (publieke) en die private vervaag. (Oor die postmoderne samelewing, vgl. ook Giddens, 1990; Castells, 1998.)

Teen die agtergrond van hierdie hibriditeit, die bestaan, opkoms en rol van nuwe burgerlike (*grassroots*) en nie-regerende organisasies en groepe en van nuwe en ’n verskeidenheid soorte gemeenskappe (insluitend virtuele gemeenskappe), het die begrip “openbare belangstelling” en wat dit behels, en in wie se belang iets (“nuus”/ “inligting”) is, ook verander. Hierdie aspekte maak dit vir die media al hoe moeiliker om te kan argumenteer dat hy die openbare belang dien, of vir die media om hom, ter selfverdediging, op die openbare belang te beroep.

In soverre dit die media se rol en funksies in die samelewing aangaan, vra die nuwe samelewing vir ’n nuwe konseptualisering van die publieke sfeer. Die media moet ’n publieke sfeer bied vir ’n hibriede, gefragmenteerde en diverse publiek – ’n publieke sfeer ver verwyderd van die Duitse sosiale denker Jürgen Habermas se “ideale” publieke sfeer waarin dit gaan om ’n koherente publiek met gedeelde norme en waardes.

Nog ’n prominente kenmerk van die nuwe samelewing is dat dit ’n samelewing is wat ’n nuwe soort demokrasie en ’n verskeidenheid opvattings oor wat demokrasie is of behoort te wees, huisves. Verskeie skrywers voer aan dat die idee van die ideale republikeinse demokrasie in ’n krisis is, of dit nou ook al verteenwoordigende of deelnemende demokrasie is. Dit is in ’n krisis omdat demokrasie in die postmoderne globale samelewing nie langer as iets gesien en/of ervaar kan word wat onbuigbaar (*fixed*) is nie, maar eerder as vloeibaar en veranderend. As gevolg daarvan het burgerskap en wat

dit is en beteken om 'n burger te wees as sodanig ook verander. Benewens die ideale demokrasie se tradisionele onderskeid tussen siviele (*civil*) burgerskap (met die klem op regte en vryhede), politieke burgerskap (met die klem op politieke verteenwoordiging) en sosiale burgerskap (met die klem op die welsyn van die burger), onderskei die kommunikasiekundige, John Hartley (1999), in die nuwe samelewing (sien Jacka, 2003:185) 'n sogenaamde doen-dit-self-burgerskap (*do-it-yourself citizenship*). Dit kom neer op "putting together a (civil – PJF) identity from available choices", en 'n mens sou ook kon byvoeg, "from wherever you are".

Hoewel bostaande kenmerke van die nuwe samelewing tussen samelewings mag verskil, argumenteer toonaangewende sosioloë soos Anthony Giddens en Manuel Castells dat tendense daarvan alomteenwoordig en universeel is.

In Suid-Afrika staan die paradokse en binêre opposisies van ons samelewing weereens voorop: Weste-Afrika/ryk-arm/ontwikkel-onderontwikkel/geletterd-ongeletterd/wit-swart. Dit is in hierdie opposisies, paradokse, diversiteite en kontekste waarbinne die Suid-Afrikaanse media as 'n eerstewêreldmediasisteem dikwels in derdewêreld- en ontwikkelingskontekste paradoksaal moet funksioneer. Indien 'n mens na die rye en rye glanstydskrifte en dergelike publikasies op Suid-Afrikaanse winkelrakke kyk en die kanaal- en programaanbod op kommersiële en openbare televisie en radio beskou, is dit byvoorbeeld moeilik om armoede en 'n arm Suid-Afrikaanse samelewing te visualiseer en selfs te konseptualiseer.

In weerwil van hierdie derdewêreldse kenmerke van die Suid-Afrikaanse samelewing is dit egter ook 'n samelewing wat onbetwisbaar deel is van die ontwikkelde eerstewêreldse, globale samelewing, waaronder die wêreldekonomie en internasionale mediatendense, en vir wie die kenmerke van die nuwe medialandskap en die nuwe samelewing soos hierbo kortliks beskryf, eweneens geld (al is dit deel van die Suid-Afrikaanse paradoks).

Dit is kenmerke soos hierdie wat nuwe denke oor massakommunikasie en die media noodsaak en wat in die postmoderne en postkoloniale paradigmas beklemtoon word.

- **Postmoderne en postkoloniale paradigmas**

Na aanleiding van die snelontwikkelde en ontwikkelende inligtings- en kommunikasietegnologie, word in die postmoderne paradigma geargumenteer dat die media só groot, só omvangryk en só alomteenwoordig geword het, met so 'n verskeidenheid boodskappe en

betekenisse wat die wêreld ingestuur word, dat die media eintlik nie meer beskryf (en beheer) kan word nie. Die media het 'n kultuur en 'n wêreld in en vir sigself geword – 'n simulakrum of afskynsel van die werklike wêreld, maar met die skyn van 'n hiperwerklikheid (vgl. ook Baudrillard, 1987). Die media en professionele mediapraktyke kan nie meer in terme van enkele ooreengekome normatiewe standaarde gemeet, beheer en gekontroleer word nie.

Soos met alles, is die pendulum egter aan die swaai en word daar in die *postkoloniale paradigma* juis weer klem op die normatiewe gelê. Daar is 'n beweging weg van die beklemtoning van die globale, terug na die lokale, of anders gestel, 'n beklemtoning van die lokale in 'n globale konteks (*glocalisation*).

Teen die agtergrond van die postkoloniale teorie (vgl. ook Shome & Hodge, 2002) gaan daar vanuit Afrika en vanuit die Ooste al hoe meer stemme op dat normatiewe teorieë oor die rol van die media in die samelewing, oor die media se sosiale verantwoordelikheid en etiese praktyke, en oor wat presies vryheid van spraak, vryheid van die pers, die openbare mening en die openbare belang is, vanuit die perspektief van inheemse lewens- en wêreldbeskouings hersien moet word. Westerse denke en praktyke hieroor het vir té lank beskouings oor wat die media is en hoe die media behoort te funskioneer, gedomineer (vgl. ook Gunaratne, 2005.) Die klassieke vier persteorieë van Siebert *et al.* (1956) uit die vyftigerjare, in terme waarvan die vryheid al dan nie van die media in 'n groot mate vandag nog beskryf en geëvalueer word, is Westersgeoriënteerd en Westersbevooroordeeld. Dit is nie gekonseptualiseer en deurdink in terme van 'n makrogeskiedenis van wêrelddenke en -filosofieë oor wat vryheid is nie. Dit kan dus nie universeel op die wêreldmediasisteme van toepassing gemaak word nie (vgl. ook Dirlik, 2002; Downing, 1996).

Waar die postmoderne paradigma op grond van die veranderende (globale) samelewing en veranderde media-omgewing 'n dilemma met normatiewe mediateorie het, fokus die postkoloniale paradigma juis weer die aandag op die belang van normatiewe teorie, maar dan 'n normatiewe teorie wat ook *nie*-Westerse beskouings oor die media in ag neem.

In die vak self is daar ook toenemend pogings "to de-Westernise the media and media studies" (vgl. ook Curran & Park, 2000). Vanuit die Ooste is daar al hoe meer pogings om mediateorie op Oosterse filosofiese en kulturele opvattings oor etiek en moraliteit en religieuse raamwerke te baseer. In Afrika is daar al hoe meer pleidooie om op

die media se ontwikkelingsrol te fokus met inagneming en beklemtoning van die gemeenskap – gedagtig daaraan dat die kern van die *ubuntu*-begrip die *gemeenskap* en *kollektiwiteit* eerder as *individualiteit* en individuele belange beklemtoon.

Ook in Suid-Afrika is daar sporadiese kritiek dat die Suid-Afrikaanse media nog té Westers is – nie net in terme van inhoud en perspektief nie, maar ook in terme van professionele praktyke, etiek, eienaarskap en regulering. In hierdie verband word dan ook na *ubuntu* as 'n alternatiewe raamwerk vir mediapraktyk en etiek in Suid-Afrika verwys (vgl. ook Fourie, 2007b).

Die voorafgaande bespreking is 'n breë aanduiding van hoe die vak in terme van paradigmas ontwikkel het en 'n aanduiding van die dinamika in massakommunikasienavorsing. Wat hieruit blyk is, onder andere, dat die werklikhede van globalisering en die ontwikkeling van inligtings- en kommunikasietegnologie navorsing en navorsingsdenke nie onaangeraak gelaat het nie. Nuwe paradigmas soos die postmodernisme en postkolonialisme sal ook in 'n toenemende mate in Suid-Afrikaanse massakommunikasienavorsing in ag geneem moet word om navorsing te kan rig. Dit is teen hierdie agtergrond dat die volgende vier navorsingsgebiede beklemtoon word.

5. Nuwe vrae en nuwe uitdagings

- **Die nuwe media**

Dit is nie vergesog om te sê dat die nuwe media en die funksionering daarvan in 'n nuwe samelewing onder 'n nuwe soort publiek baie van die ou modelle en teorieë oor massakommunikasie koponderstebo gedraai het nie. Daarom is fundamentele navorsing oor die nuwe media van belang, ook in Suid-Afrikaanse navorsing. (Met fundamentele navorsing word navorsing bedoel wat die fenomeen as sodanig bestudeer en nie net die gebruike, toepassings en moontlike gevolge daarvan nie; vgl. byvoorbeeld Dreyfus, 2001.)

Die nuwe media konfronteer navorsers byvoorbeeld met onderwerpe soos die volgende:

Eerstens noodsaak die interaktiwiteit, terugvoering en wisselwerking wat die nuwe media tussen die kommunikator en die mediagebruiker skep, navorsers om liniêre kommunikasiemodelle te hersien. Die ou drieluik-model tussen kommunikator-boodskap-ontvanger (met tussen-in 'n bietjie geraas) is nie langer toepasbaar in die nuwe medialandskap nie. Kommunikasiekundiges word ook geforseer om in terme van toegang, spoed, tyd en ruimte nuut oor die reikwydtes

van die media en die positiewe en negatiewe gevolge daarvan vir die skep van inligting, inligtingsverspreiding en inligtingsgebruik te dink.

Tweedens bied die nuwe media navorsingsuitdagings oor die toekoms van die joernalistiek en die gedrukte media. In die lig van kommerwekkende tendense oor die verdwyning van die gedrukte media as gevolg van die toenemende gewildheid van die internet en verwante nuwe media en nuwe vorms van inligtingskepping en -verspreiding, word daar in ’n toenemende mate verwys na die krisis van die joernalistiek (vgl. ook Allan, 2005). Die krisis bring nuwe vrae na vore oor die geloofwaardigheid, objektiwiteit, betroubaarheid en outentisiteit van veral internet- en selfoonjoernalistiek en die invloed van die nuwe media op tradisonele joernalistiek in die algemeen.

Derdens noodsaak die nuwe media fundamentele navorsing oor die aard van die nuwe media- en die massakommunikasiekultuur wat deur die nuwe media tot stand gebring is. Om byvoorbeeld sinvol oor die aard, vorm en inhoud van die internet as ’n nuwe massakommunikasiemedium te kan teoretiseer en navorsing te kan doen, stel vir kommunikasiekundiges ’n uitdaging om nuwe begrippe soos die *kuberruimte*, *kuberrealiteit*, *virtuele ruimte*, *virtuele identiteit*, *tydlose tyd*, *interaktiwiteit*, en nog meer te deurgrond en te verstaan.

Oor identiteit verwys Slater (2004:600) byvoorbeeld na “virtuele of aanlynidentiteit” as die “ontliggaming” van die mens se identiteit. Van Driel (2003) praat weer van internetidentiteit as die “vergeesteliking” van menslike identiteit, wat volgens hom die vraag “Wie is ek?”’ na “Waaruit bestaan ek?” verander. Hierdie tipe vrae het verreikende gevolge vir teoretiese denke oor die aard van ons hedendaagse massakkommunikasie en mediakultuur (vgl. ook Fourie, 2007a:115-183 oor die metamorfose van openbare kommunikasiekulture).

Laastens is daar ook nuwe fundamentele vrae oor die kwaliteit van die nuwe publieke sfeer wat die internet, Facebook en Twitter skep; oor die rol van die internet in die demokrasie en die uitbreiding daarvan al dan nie; oor die problematiek van kontekslose inligting in die nuwe media; oor probleme met regulering en sensuur, vryheid van spraak, toegang tot die nuwe media al dan nie, en die problematiek van die digitale kloof.

Die uitdagings vir die kommunikasiekunde wat bogenoemde onderwerpe en vrae skep, is ooglopend.

- **Kommunikasiebeleid**

Dit is juis kwessies en vrae soos hierbo wat dit vir die hedendaagse kommunikasiekundige noodsaaklik maak om by kommunikasiebeleid betrokke te raak. Laasgenoemde is ’n gebied wat tot nou toe in Suid-Afrikaanse kommunikasiekunde verwaarloos is. ’n Mens sou kon vra, wat help kennis en navorsing oor media-inhoude, mediavorme, mediagehore, mediaproduksie, kommunikasieveldtogte en strategiese kommunikasie indien dit nie gebruik en toegepas word waar belangrike besluite oor massakommunikasie geneem word nie.

Internasionaal gaan dit in kommunikasiebeleidsnavorsing oor die regulering van mediabesit; beheer of kontrole oor die inhoud en vorm van die media deur onder meer die daarstelling, toepassing en monitoring van gedragskodes; toegang tot die media waarmee beleid poog om in terme van koste en die beskikbaarstelling van ’n diversiteit van media, aan soveel burgers as moontlik toegang tot die media te probeer gee; en om deelname, naamlik om deur beleid te probeer verseker dat soveel mense as moontlik aan mediakommunikasie kan deelneem, hetsy deur die skep van kommunikasiemoontlikhede en platforms vir dialoog en terugvoering (en om daarmee demokrasie te versterk), maar ook deur deelname aan besit, bestuur en produksie.

In die algemeen word Suid-Afrikaanse kommunikasiewetgewing, wat in die vroeë negentigerjare met die hulp van buitelandse konsultante en regsgeleerdes tot stand gekom het, as van die bestes in die wêreld beskou. Wanneer dit egter gaan om die toepassings, wysigings, aanpassings by nuwe tye, nuwe behoeftes, nuwe markte en nuwe tegnologieë, is daar dikwels groot leemtes in die poel van plaaslike kundiges en/of ’n gebrek aan toepassingsvaardighede.

Die vraag is of die probleme wat hiermee (met beleid, beleidstoepassing en beleidsimplementering) in die kommunikasiebedryf ondervind word, nie toegeskryf kan word aan té veel amptenare wat sonder ’n grondige kennis op die gebied van kommunikasiebeleid in sleutelposisies is nie. In terme van kommunikasiekundiges se eie relevansie is die vraag verder of ’n mens nie ’n vinger kan wys na die gebrek aan opleiding en navorsing in kommunikasiebeleid in Suid-Afrikaanse kommunikasiekunde nie. Oor navorsing ten opsigte van beleid sou Suid-Afrikaanse kommunikasiekundiges heelwat kon leer by vakgenote in ontwikkelings- en publieke administrasie.

- **Ontwikkelingskommunikasie**

’n Derde belangrike navorsingsgebied is ontwikkelingskommunikasie en spesifiek die gebruik van massakommunikasie en kommunikasiemedia in en vir ontwikkeling.

Hoewel ontwikkelingskommunkasienavorsing in Suid-Afrika gedoen word en dit bykans in al die leerplanne voorkom, is die vraag tot watter mate Suid-Afrikaanse kommunikasiekundiges (soos wat kommunikasiekundiges in ’n toenemende mate in die res van Afrika doen) aandag gee aan ontwikkelingskommunikasie vanuit ’n Afrika-perspektief oor wat kommunikasie is. In hierdie verband is Ansu-Kyeremeh (2005) se beskouing belangrik, naamlik dat

> … much of Africa’s development, economic and political problems can be traced back to the lack of building on the indigenous institutional roots of African societies, which begins with and are characterized by moving from the ‘centrifugal’ through a hierarchical structure to the *periphery* – the so-called *centripetal* model of development.

Hierdie model impliseer volgens Ansu-Kyeremeh (2005:14) ware demokratisering wat begin deur die gemeenskap waaroor dit gaan, te bemagtig om deur tradisionele vorms van sosiale organisasie en interaksie, kommunikasie en besluitneming, probleme te hanteer en op te los.

Daar is groot Suid-Afrikaanse ontwikkelingskommunikasieveldtogte wat oor die bekamping en voorkoming van onder meer MIV en VIGS, behuising, armoede, energie, onderwys en gesondheid handel. Hoeveel hiervan vertrek egter pertinent vanuit ’n Afrika-perspektief ten opsigte van die essensie van kommunikasie? Die essensie is naamlik dat dit deelnemend, oop en deursigtig moet wees, en dat die klem op die onmiddellike gemeenskap moet val. Vir kommunikasiekundiges problematiseer hierdie essensie van wat kommunikasie sou wees, byvoorbeeld die begrip *massa* en wat kommunikasie gerig op ’n massa sou wees, en of dit hoegenaamd kan bestaan.

- **Verinheemsing**

Die voorafgaande sluit ten nouste aan by ’n vierde navorsingsfokus. Dit gaan naamlik om die belang van navorsing oor normatiewe mediateorie vanuit die perspektief van ’n postkoloniale paradigma.

Die primêre rede vir verinheemsing is nie politieke korrektheid, soos wat dikwels in akademiese kringe as ’n verskoning om nie betrokke

te raak nie, gehoor word nie, maar ’n intellektuele en akademiese aktiwiteit wat al hoe belangriker word in die konteks van toenemende vergelykende navorsing oor mediasisteme wêreldwyd. In hierdie navorsing word nie net die basiese eendersheid van die internasionale media beklemtoon nie, maar daar word ook op belangrike verskille gewys wat op kulturele waardes en normatiewe beskouings gegrond is (vgl. ook Dirlik, 2002).

Die kernuitgangspunt is die postkoloniale beskouing dat daar eksplisiet gepoog moet word om fenomene soos die media te situeer en in die konteks van groter geopolitieke geskiedenisse, waardes, religieuse raamwerke, filosofieë en die geskiedenisse van ongelykheid en van mag te verstaan.

’n Belangrike vraag in Suid-Afrika is hoe mediapraktyke in terme van Afrikaperspektiewe oor wat kommunikasie is, verander kan word. Is so iets hoegenaamd moontlik? Verskil Afrikaperspektiewe oor wat kommunikasie is van Westerse en Oosterse perspektiewe? *Kan* en *moet* mediapraktyke en media-etiek by inheemse kommunikasiebeskouings, waardes, filosofieë en morele waardesisteme aangepas word? Wat is hierdie inheemse beskouings? Wat sal die gevolge van “verinheemsing” vir mediapraktyke wees?

’n Voorbeeld van sodanige navorsing is Joy Morrison se navorsing (vgl. Ansu-Kyeremeh, 2005:16) wat beklemtoon dat mediakommunikasie in Afrika moet aanpas by wat as die essensie van kommunikasie in Afrika gesien word, naamlik dialoog en die betrokkenheid van die gemeenskap. Die media behoort ook veel meer gesien en gebruik te word as ’n simbool van die waardes van ’n gemeenskap en as sodanig dan simbool van die kultuur van ’n gemeenskap. Om as openbare kommunikasie in en vir ’n gemeenskap te kan slaag, moet die media egter veel meer retories en opvoedkundig wees.

Dit gaan dus in ’n toenemende mate in kommunikasienavorsing in Afrika om die beantwoording van die vraag wat outentieke kommunikasie vanuit ’n Afrikaperspektief is, en hoe dit mediakommunikasie en media-etiek behoort te rig. White (2008:8-10) stel dit soos volg: “A new vision of communication is emerging in Africa and this may have vast consequences for the future of journalism (the media – PJF) in Africa”. Waar staan Suid-Afrikaanse kommunikasienavorsing ten opsigte hiervan?

In Suid-Afrika is daar tans slegs enkele voorbeelde van navorsing oor die verinheemsing van massakommunikasie- en mediateorie (vgl. ook Wasserman, 2006; Fourie, 2007b). Die klem val meestal

op *ubuntu* as 'n moontlike normatiewe raamwerk vir media-etiek. In hierdie verband wys Fourie (2007b) byvoorbeeld daarop dat die belang van die gemeenskap en dialoog in die ubuntu-uitgangspunt beklemtoon word. Dit verskil van die Westerse denke oor die rol van die media en vryheid van spraak, waarin die vryheid en reg van die individu beklemtoon word. Westerse normatiewe denke oor die media fokus primêr op die informatiewe en toesighoudende rol van die media, die media se vryheid en reg tot inligting ten einde sy sosiaal-verantwoordelike rol in die samelewing te kan speel, asook op die individu se reg tot inligting. Die ubuntu-uitgangspunt beklemtoon hierteenoor die rol van die media in die skep van samehorigheid in die gemeenskap en die rol van die media as deel van 'n dialoog met die oog op die bereiking van konsensus oor openbare aangeleenthede. Die klem verskuif dus vanaf die media as inligter en hekwagter na die media as tussenganger; vanaf die media as toesighouer en waarnemer na die media as deelnemer en onderhandelaar; en vanaf die media as waghond na die media as gidshond.

Hierdie verskuiwing het verreikende gevolge vir die ontologiese, antropologiese en epistemologiese begronding van kommunikasie- en massakommunikasienavorsing. Eerder as om dit te ignoreer, sal Suid-Afrikaanse kommunikasiekundiges in die toekoms indringende hieraan moet aandag gee.

6. Opsomming

Die artikel begin deur erkening te gee aan die visie van wyle prof. Gert Pienaar om 'n vak aan die PU vir CHO te begin wat sou groei tot een van die mees dinamiese vakke in die sosiale en geesteswetenskappe wat vandag aan Suid-Afrikaanse universiteite aangebied word. Met die bespreking van paradigmas in massakommunikasie- en medianavorsing, die vrae wat daarin gevra word en die uitdagings wat daarin en daarmee gestel word, is gepoog om iets van hierdie dinamika en ontwikkeling te weerspieël. Die vak se aanvanklike klem op die historiese, normatiewe en praktiese is na vyf omvattende teoretiese navorsingsparadigmas uitgebrei, te wete die sogenaamde postivisties-funksionalistiese, die kritiese, die semiologiese, die postmoderne en die postkoloniale paradigmas. Teen die agtergrond van die nuwe samelewing en die nuwe medialandskap en hoe dit aanleiding gegee het tot nuwe vrae en denke (paradigmas), is vier fokuspunte vir toekomstige Suid-Afrikaanse kommunikasienavorsing geskets. Hierdie fokuspunte is navorsing oor die nuwe media, kommunikasiebeleid, ontwikkelingskommunika-

sie vanuit ’n Afrikaperspektief, en oor die verinheemsing van massakommunikasie- en mediateorie, met spesifieke verwysing na ’n normatiewe teorie vanuit ’n Afrikaperspektief.

Wat opval is dat massakommunikasienavorsing terug is waar dit begin het, naamlik by die rol en funksies van die media in die samelewing en die normatiewe teorie daaroor. Wat egter nou beklemtoon word, is inheemse perspektiewe wat op inheemse norme- en waardesisteme gebaseer is. Dít bied aan Suid-Afrikaanse kommunikasiekundiges ’n groot uitdaging.

Hierby sou ’n mens kon noem dat juis hierdie nuwe beklemtoning van normatiewe denke oor die rol en funksies van die media in die samelewing, asook nuwe opvattings oor die etiese gedrag van die media, enorme uitdagings aan die Christelike wetenskaplike bied om hierdie onderwerpe ook vanuit die perspektief van ’n Christelike lewens- en wêreldbeskouing te belig. In hierdie verband sou die Skool vir Kommunikasiestudies aan die Noordwes-Universiteit, soos in die verlede, weer ’n besondere bydrae kon lewer en sy Christelike stempel op die mens se verstaan en hantering van die media en massakommunikasie kon afdruk.

Geraadpleegde bronne

ALLAN, S., *ed*. 2005. Journalism: critical issues. Maidenhead: McGraw-Hill.

ANG, I. 1998. The performance of the sponge: mass communication theory enters the postmodern world. (*In* Brants, K., Hermes, J. & Van Zoonen, L., *eds*. The media in question: popular cultures and public interests. London: Sage. p. 77-88.)

ANSU-KYEREMEH, K., *ed*. 2005. Indigenous communication in Africa: concept, application and prospects. Accra: Ghana University Press.

BAUDRILLARD, J. 1987. The evil demon of images. Sydney: Power Institute.

BRANTS, K. 1998. With the benefit of hindsight: old nightmares and new dreams. (*In* Brants, K., Hermes, J. & Van Zoonen, L., *eds*. The media in question: popular cultures and public interests. London: Sage. p. 169-179.)

CASTELLS, M. 1998. End of millennium: the information age: economy, society and culture. Oxford: Blackwell.

COULDRY, N. 2004. Theorising media as practice. *Social semiotics*, 14(2):115-132.

CURRAN, J. & PARK, M-J. 2000. De-Westernizing media-studies. London: Routledge.

DANESI, M. 2002. Understanding media semiotics. London: Arnold.

DIRLIK, A. 2002. Reversals, ironies, hegemonies: notes on the contemporary historiography of modern China. (*In* Dirlik, A., Bahl, V. & Gran, P., *eds*. History after the three worlds: post-Eurocentric historiographies. Lanham: Rowman & Littlefield. p. 125-156.)

DOWNING, J. 1996. Internationalising media theory. London: Sage.

DREYFUS, H.L. 2001. On the internet. London: Routledge.

FOURIE, P.J. 2007(a). Approaches to the study of mass communication. (*In* Fourie, P.J., *ed*. Media studies. Vol. 1: Media history, media and society. 2nd ed. Cape Town: Juta. p.115-183.)

FOURIE, P.J. 2007(b). Moral philosophy as the foundation of normative media theory: the case of African ubuntuism. *Communications (European journal of communication research)*, 32(2007):1-29.

GIDDENS, A. 1990. The consequences of modernity. Cambridge: Polity.

GUNARATNE, S.A. 2005. The dao of the press: a humanocentric theory. Cresskill: Hampton.

HARTLEY, J. 1999. Uses of television. London: Routledge.

JACKA, E. 2003. Democracy as defeat: the impotence of arguments for public service broadcasting. *Television and new media*, 4(2):177-191.

MCNAIR, B. 2005. The emerging chaos of global news culture. (*In* Allan, S., *ed*. Journalism: critical issues. Berkshire: Open University Press. p. 151-167.)

MCQUAIL, D. 2005. McQuail's mass communication theory. 5th ed. London: Sage.

POSTER, M. 2001. What's the matter with the internet? Minnesota: University of Minnesota Press.

SHOME, R. & HOGDE, R. 2002. Postcolonial approaches to communication: charting the terrain, engaging the intersections. *Communication theory*, 12(3):249-270.

SIEBERT, F.S., PETERSON, T.B. & SCHRAMM, W. 1956. Four theories of the press. Urbana: University of Illinois Press.

SLATER, D. 2004. Social relationships and identity online and offline. (*In* Allen R.C. & Hill, A., *eds*. The television studies reader. London: Routledge. p. 596-615.)

SNYMAN, P.G. 1971. Pers en leser: 'n prinsipiële voorstudie tot die persetiek. Potchefstroom: Pro Rege. (D.Phil. – verhandeling.)

VAN DRIEL, H. 2003. Identiteit in een digitale kultuur. http:/comcom.uvt.nl/e-view/inhoud.htm Datum van gebruik: 17 Nov. 2003.

WASSERMAN, H. 2006. Globalized values and postcolonial responses: South African perspectives on normative media ethics. *The international communication gazette*, 68(1):71-91.

WHITE, R.A. 2008. Grassroots participatory communication: is a new vision of communication emerging in Africa. *African communication research*, 1(1):11-45, May.

Kernbegrippe:

inheemse teorie
kommunikasiebeleid
massakommunikasie
navorsingsparadigmas
normatiewe mediateorie
nuwe media
ontwikkelingskommunikasie
verinheemsing van teorie

Key concepts:

communications policy
development communication
indigenising of theory
indigenous theory
mass communication
new media
normative media theory
research paradigms