

REDAKSIONEEL EDITORIAL

Two interesting comments reached my ears the other day. One came from a well-known Afrikaans businessman, who said that South African companies, especially the Afrikaans-dominated ones, have been a little slow in opening up communication channels both inside and outside the company. This remark happens to tie in with research indications that South African companies are production and maintenance orientated, and not geared to adapt to change and flux in their social, economic and political environment. They tend only to disseminate information, instead of keeping their ears to the ground and listening. The communication flows one way — perhaps down a cul-de-sac.

The other comment came from the public relations director of a giant public enterprise, who remarked that since the deregulation and privatisation of his organisation the number of communications graduates appointed has increased from 4 to 39 in the past year. What does this say? Perhaps that since companies have become more market orientated, the need for communication has become infinitely more apparent.

Waarskynlik is die een aksent wat mens uit albei hierdie opmerkings moet haal, dat kommunikasie baie, indien nie alles nie, te doene het met verandering en aanpassing, proses en wording. En hou mens jou ore op die gras, hoor jy klaar klein ritselinkies van verandering, van groter gewilligheid tot gesprek, openheid vir oortuiging, erkenning van foute. 'n Hele nuwe ingesteldheid tot kommunikasie, wat sonder groot bohaal ooglopend word. Miskien moet ons ons nie net verlaat op wat die formele kommunikasiekanale en die media terugkaats nie, maar ons hoop meer plaas op die pro-aktiewe, interpersoonlike en laer profiel "onder-

handelinge" wat op alle vlakke van die samelewing deursypel. Is ons so gepolariseerd as wat ons dink, of beweeg ons nie almal dalk na 'n nuwe fase van aanpassing by onvermydelike realiteite nie, waarin persoonlike emosies en waardes ondergeskik raak aan pragmatiese noodwendighede? (En Afrikaners het nog altyd 'n goeie streep pragmatisme weg!) Dit is, terloops, ook die klimaat van Perestroika, van Bell se voorspelling dat ideologie ondergeskik raak aan kennis, ontwikkeling en ekonomie in die post-industriële era. Ek wil hierby byvoeg kommunikasie.

Artikels in hierdie uitgawe versterk toevallig almal dié aksent. Daar word gevra of die uitbeelding van swartmense in advertensies verband hou met die realiteite, en wat die impak van politieke onrus op die politieke bewussyn van Afrikaner-studente is. Die belangrikheid van kommunikasieklimaat op die oorlewing van die organisasie in 'n veranderende omgewing word aangespreek, terwyl die proses van politieke onderhandeling, probleme en mis-konsepsies vanuit 'n nuwe en baie kundige perspektief belig word. Die deregulering van die elektroniese media word bepleit juis om 'n groter markgerigtheid te verseker, terwyl die instellings van die elektroniese media ter sprake kom in *Die Laaste Woord*. Sommige bydraes sal karring aan ons fyngewoelighede en beslis reaksie ontlok, wat ook nodig is. Die laaste rubriek gooi nie net met klippe nie, maar moker plek-plek met rotse. Lees en gooi terug, maar met dié een perspektief, dat kommunikasie ter wille van die afbreek van halsstarrige balke in die eie oë is (sodat ons beter kan sien, my kind).

Nina Overton