

Navorsings- en oorsigartikels / Research and review articles (1): Media in die era van digitale kommunikasie

Inleiding

Die media het so deel van die hedendaagse samelewing en die hedendaagse mens se lewe geword dat dit, net soos taal, meestal as 'n vanselfsprekendheid aanvaar word. Slegs wanneer 'n mens spesifiek daarop gewys word, raak jy daarvan bewus dat die media, net soos taal, 'n betekenisgewende en betekenisheppende kommunikasie-instrument is wat deur 'n komplekse “grammatika” onderlê, geskep, gebruik en verstaan word. Mediateorie en medianavorsing het dit ten doel om hierdie grammatika van die media bloot te lê en vas te stel hoe die media as 'n (massa)kommunikasie-instrument kommunikeer. Die teorie en navorsing word gewoonlik toegespits op en afgebaken in 'n aspek van die drielukk van die kommunikasie, naamlik, in die wydste sin van die woord, die mededeler, die ontvanger en die boodskap (die inhoud, medium en vorm van die media).

Met die dertien artikels wat in hierdie uitgawe van die *Tydskrif vir Geesteswetenskappe* gepubliseer word, hoop die skrywers om iets van die “grammatika” van die media met die leser te deel. Dit word gedoen deur op spesifieke aspekte en kritieke kwessies van die Suid-Afrikaanse media, meer spesifiek die Afrikaanse media, te fokus.

In die eerste twee artikels word die gedigitaliseerde en gekonvergeerde media en die impak daarvan op die aard van die media as 'n kommunikasiefenomeen, vanuit 'n teoretiese oogpunt behandel. **Bert Olivier** gee 'n insiggewende oorsig van die standpunte van drie toonaangewende sosiale denkers en navorsers, Manuel Castells, Sherry Turkle en Bernard Stiegler. Daar word gefokus op die moontlike intellektuele en affektiewe afstomping van die mens in vandag se dominante digitale mediakultuur. Teen die agtergrond van die kenmerke van die nuwe digitale medialandskap (waaronder interaktiwiteit, interkonnektiwiteit, multimedia en multimodaliteit) illustreer **Pieter J. Fourie** hoe 'n nuwe paradigma, die mediatiseringsparadigma (die insypeling van die media in alle aspekte van die samelewing en in die daaglikse lewe van die mens), besig is om die effekparadigma te vervang in teorie en navorsing oor die mag en invloed van die media op die samelewing en op die mens.

Die volgende drie artikels handel ook oor die media vanuit 'n teoretiese perspektief, maar is meer afgestem op die uitwerking van die digitale media (en die digitale mediakultuur) op media-etiek, media en diversiteit, en die media as openbare sfeer. **Marcel Becker** illustreer hoe die beskerming van privaatheid in die era van die beskikbaarheid en beskikbaarstelling van (private) groot data deur die breër begrip van die erkenning van die *waardigheid* van die mens onderlê behoort te word. (Sy argument stem ooreen met Fourie se argument om in die digitale mediakultuur weg te beweeg van media-etiek na [die breër] kommunikasie-etiek.) **Elirea Bornman** bespreek teorieë oor die rol van die media in verskeie staatsvorme en baseer daarop haar siening van die rol van die media ten opsigte van diversiteit in die Suid-Afrikaanse samelewing. Die rol van die media in/as 'n openbare sfeer word deur **Pieter Duvenage** uiteengesit teen die agtergrond van 'n uiteensetting van Habermas se “klassieke” teorie oor die media en die openbare sfeer.

Ná hierdie eerste vyf artikels is die volgende artikels meer media-inhoudspesifiek. Soos die voorafgaande artikels, staan hierdie artikels ook in die teken van die impak van digitalisering op die media. **Ronnie Lotriet** illustreer dit eksplisiet met sy ontleding en bespreking van die inkrimping (geleidelike verdwyning) van die gedrukte media en pogings en strategieë van die

gedrukte media om inkomste vanuit aanlyn verkeer te genereer. **Johannes Froneman**, **Alexa Swart** en **Cornia Pretorius** se artikel oor *Huisgenoot* se misdaadvoorblaaie is 'n goeie voorbeeld van so 'n strategie in die gedrukte media – 'n strategie wat ek “van sensasie na die bisarre” noem.

Gawie Botma gee 'n insiggewende beskrywing van hoe die Suid-Afrikaanse media met die kwessie van ras en rassisme omgaan. Botma doen dit teen die agtergrond van die Foucaultiaanse siening van mag en kennis. Voortspruitend hieruit ontwikkel hy 'n beskrywing van die Suid-Afrikaanse media as 'n *loerbroer* en as 'n *biegbank* oor rassekwessies. Hy illustreer sy beskrywing en tipering met toepaslike gevallestudies.

Media-Inhoud en die impak van die media word vanuit die perspektief van standaard- en huidige mediateorie en -navorsing en die diskoers hieroor op 'n ietwat nuwe en ander manier deur **Danie du Plessis** en sy kollega **Charmaine du Plessis** aangepak in hulle artikel oor *Afrikaans.com* op Twitter. Die doel van die artikel blyk te wees om te kyk of McLuhan se teorie oor die “global village” as 'n effek van die media in die nuwe digitale medialandskap van toepassing gemaak kan word. Hulle gevallestudie is *Afrikaans.com* op Twitter.

Die Boer(e)/boer was al die teiken en onderwerp van menige besprekings en aanvalle. Wat media-inhoud betref, is **Cornia Pretorius** en **Johannes Froneman** se artikel oor die *Vrye Weekblad* se omgang met *Boer* as prys- en skeldnaam 'n insiggewende bydrae tot die “boerediskoers”. Hulle dui aan hoe die konstruk *Boer* as 'n positiewe en negatiewe identiteitsmerker, naamlik dié van prysnaam en skeldnaam, deur *Vrye Weekblad* gebruik is en hoe *Vrye Weekblad* vanuit 'n postkoloniale perspektief 'n kulturele tussenruimte geskep het waarin vrydenkende Afrikaners “'n weerstandsideentiteit kon aanneem sonder om afstand te doen van alle aspekte van hul Afrikaneridentiteit”.

Om die “effek” van die media (of 'n aspek daarvan) op menslike gedrag en denke en daarmee saam die mag van die media te bewys, is sedert die ontstaan van die media en media-navorsing 'n omstrede onderwerp waaroor nog geen uitsluitel bestaan nie. Daar is té veel veranderlikes wat 'n rol speel in menslike gedrag en denke om die media uit te sonder. Nietemin probeer **Lizette Rabe** vanuit 'n mediahistoriese perspektief aantoon hoe 'n ou rubriek, “Oom Izak van Kaapstad”, wat in die *Die Burger* verskyn het, gebruik sou kon word om aan te toon dat die rubriek (en *Die Burger*) die Afrikaner se denke gemanipuleer het en jare later sou kon bydra tot Fourie se argument dat die Afrikaanse media Afrikaners se denke gevorm en gemanipuleer het – Afrikaners se kognitiewe bestuurders, “mind managers” was.

Marenet Jordaan se artikel oor joernalistieke opleiding en **Rachel Barker** en **Yolandi Slabbert** se artikel oor die gebruik van aanlyn media in organisatoriese kommunikasie val ietwat buite die konteks van standaardnavorsing oor die drieluik van mediakommunikasie. Nietemin, teen die agtergrond van digitalisering en die nuwe medialandskap wat dit skep, is Jordaan se artikel belangrik. Sy beklemtoon die noodsaaklikheid dat joernalistiekdosente in 'n voortdurende veranderende medialandskap wat nuwe eise aan joernaliste stel, deurlopend kritiese selfrefleksie moet doen oor dit wat hulle onderrig en hoe. So-ook is Barker en Slabbert se bespreking van die belang van die gebruik van aanlyn media in die era van kommunikasiekonvergensie 'n belangrike bydrae tot navorsing oor die rol van die media as betekenis-skepping en betekenisoordrag in organisatoriese kommunikasie.

Gesamentlik bied die dertien artikels 'n goeie oorsig van dit waaroor daar tans in Suid-Afrika medianavorsing gedoen word. 'n Leemte in hierdie versameling is werk oor die verhouding tussen die media en demokrasie, vryheid van spraak, sensuur, toegang tot die media, Suid-Afrikaanse mediagehore en mediageletterdheid, en oor die Suid-Afrikaanse mediasisteen en mediabeleid, in die besonder beleid oor, maar ook die gebeure in, Suid-Afrika se onstuimige uitsaaiwese. Spruit die relatiewe stilswye hieroor en oor verbandhoudende

onderwerpe dalk voort uit Afrikaanse navorsers en akademici se sosiale, kulturele en politieke magsverlies en marginalisering wanneer dit kom by deelname aan mediabeleid en mediabestuur en deelname aan die diskoers oor die toekoms van die Suid-Afrikaanse media?

Ten slotte moet daarop gewys word dat al die artikels uitgaan van die veronderstelling dat mense aktiewe en geletterde mediagebruikers is. Daar moet deurgaans in gedagte gehou word dat Suid-Afrika, hoewel die land die mees ontwikkelde mediasisteem op die vasteland het, 'n relatief klein mediagehoor het wanneer dit om mediageletterdheid en mediagebruik gaan. Die media speel nie 'n prominente rol in die lewens van mense wat sukkel om 'n brood op die tafel te bekostig nie.

PIETER J. FOURIE

Gasredakteur

Oktober 2018