

stmf

STELLENBOSCH
MEDIA
FORUM
2009



identiteit en die media

Identity and the media

departement joernalistiek | Stellenbosch University

Bemagtig jouself.



Jou media loopbaan begin hier.



Media24

HOU JOU IN VOELING. MET WOORDE.

www.media24.com



Journalism²

We breathe journalism

The best job in the world?

Journalism, of course

The best journalism programme?

Stellenbosch, of course!

Die Departement Joernalistiek aan die Universiteit van Stellenbosch is die enigste gespesialiseerde nagraadse opleidingsinstelling vir hierdie beroep in Suid-Afrika. Dit stel die standaard vir professionele joernalistiek-opleiding vir die nuwe eeu, en skep 'n balans tussen praktiese joernalistieke vaardighede en die blootstelling van studente aan etiese, tegnologiese, bestuurs- en kulturele aspekte van die media. Aansoeke vir die nagraadse, honneursvlak **BPhil in Joernalistiek** sluit elke jaar op 31 Augustus. Vir meer inligting, gaan na www.sun.ac.za/journalism.

Stellenbosch University's Department of Journalism is the only specialised postgraduate training institution for the profession in South Africa. It sets the standard for professional journalism education and training into the new century, creating balance between practical journalism skills and exposing students to the ethical, technological, managerial and cultural aspects of the media. Applications for the post-graduate, honours level **BPhil in Journalism** close on August 31 every year. For more information, go to www.sun.ac.za/journalism.



UNIVERSITEIT • STELLENBOSCH • UNIVERSITY
jou kennisvennoot • your knowledge partner

smf

2009

Content Inhoud

Projection

NON-IDENTITY CRISIS Tarryn Harbour	4
THIN(K) NOW! Samantha Steele	3
'HATE WON'T MAKE ME STRAIGHT' Mia Cilliers	12
WANNEER HOË BOME KANTEL Pieter-Louis Myburgh	16
PLATTELANDS, JA PLAT, NEE! Salette Cloete	19
DIE GEHATE FEMME FATALE Jody Nel	22

Bedryf

VEEL MEER AS NET LETTERS... Thinus Dippenaar	26
THE IDENTITY OF ANONYMITY François Haasbroek	30
TV SE KLEURVOLLE NASIE? Tracey-Lee Davis	33
PONIEPERS RY STEREOTIPES BLOOTS Rudolf Stehle	36

People

DIE GESIG VAN DIE NUUS Roeline Daneel	40
SHADES OF GREY: THE SCIENCE OF SEMENYA Charl du Plessis	44

Kultuur

SEPIES IS NIE ALTYD SEEPKISSIES Annelie Maré	48
---	----

KILLING CUSTOMS TO SAVE DEMOCRACY? Nokuthula Ncala	52
---	----

COLOUREDS IS NIE ALMAL SO(N) NIE Colin Hendricks	56
---	----

TREK DIE MEDIA ONS REËN- BOOG SKEEF? Alet Janse van Rensburg	60
---	----

DIS TYD OM DIE BOERBEELD TE VERPLAAS Martinette Louw	64
---	----

Language

BAIE WOEF, MAAR WIE IS WAGTER? Gerda-Marié Viviers	68
SPEAKING IN TOO FEW TONGUES Olebogeng Molatlwa	71

Internasionaal

MIN SIMPATIE MET SA TREKKERS Blanché de Vries	74
ONE MAN'S TERRORIST... Kristen van Schie	77
ATISA! en EISH...	80

Redakteursbrief



The Team

EDITOR

Pieter-Louis Myburgh

DEPUTY EDITOR

Annelie Maré

PRODUCTION MANAGER

Martinette Louw

SUBEDITORS

Roeline Daneel | Tarryn Harbour
Alet Janse van Rensburg
Samantha Steele | Rudolf Stehle
Kristen van Schie

LAYOUT & GRAPHICS

Mia Cilliers | Colin Hendricks
Gerda-Marié Viviers

PHOTO EDITOR

Kristen van Schie

DISTRIBUTION

Salette Cloete | Tracey-Lee Davis
Thinus Dippenaar | Olebogeng
Molathlwa | Jody Nel

FACT CHECKERS

Blanché de Vries | Charl du
Plessis | Nokuthula Ncala

ONLINE MANAGER

François Haasbroek

Cover design by Seth Beukes
sethbeukes@gmail.com

Like those little green booklets that contain the most basic details about people's lives, the media also document and capture the building blocks of the abstract structure we call identity. But while an ID book is a terse, practically static collection of bits of personal information, identity itself is complex, layered and fluid.

This edition of *SMF* explores the relationship between identity construction and the media. Among others, the media's portrayals of Afrikaners, rural communities and gay women are examined. These articles strive to give insight into different media's projections of groups and individuals to their audiences.

Reflecting on the media's effect on identity is like casting a stone on the smooth surface of a sheltered pond. The splash, or point of impact, represents the core idea: identity and the media. Then the ripple-effect ensues, causing an ever-expanding circle of related concepts to form around the central notion. Representation, stereotyping, over-simplification, image... These are but a few of the phenomena present in feeding people's notions on identity.

The media, from fictional entertainment on one end of the spectrum to fact-driven news on the other, have a profound influence on the manner in which people experience the world. Throw in a multitude of agendas, political affiliations and ideological motives, and it becomes clear that constructing identity through the media is never a totally innocent or objective endeavour.

Dié metaforiese poel is egter meer soos 'n sement plaasdam. Die golfies bereik naderhand die sementrand, slaan daarteen vas en begin weer na binne beweeg. Op dieselfde manier is die media ook nie 'n een-

rigtingstroom wat slegs idees oor identiteit projekteer nie. Die omgewing waarin media-instellings gesetel is, het ook 'n wesenlike invloed op die wyse waarop hulle hulself oriënteer.

Hierdie wisselwerking kom neer op die volgende: Mense koop 'n bepaalde mediaproduk, soos 'n koerant, omdat dit die gebeure en mense in hul lewens op 'n manier skets wat vir hulle toeganklik en aanvaarbaar is. Op sy beurt spits die koerant hom toe op die tipe lesers wat die produk ondersteun. Hierdie lesers skep deur 'n reeks interaksies en invloede hul eie standaarde van toeganklikheid en aanvaarbaarheid. Neem die redaksie nie hierdie gegewens in ag nie, vervreem hy homself van sy mark.

Soos mens kan sien in die artikels oor Caster Semenya, Hamas en vroulike moordenaars, om 'n paar te noem, word etikette aan mense en groepe geheg. Die media speel klaarblyklik 'n groot rol in die oordra van sulke etikette.

Terselfdertyd word *Die Burger*, die *Son* en e-tv soms gerespekteer, en soms geminag, afhangende deur wie se oë elkeen beskou word. En ook hulle moet hul identiteit soms aanpas om te bly inpas in 'n veranderende mediawêreld.

'n Sirkel het immers geen beginpunt of einde nie. Deur 'n bepaalde identiteit aan mense en gebeure te heg, skep die verskeidenheid media wat verantwoordelik is vir die oordra van inligting, ook 'n identiteit vir hulself.

Hierdie uitgawe van *SMF* se identiteit is geheg aan besprekings oor identiteitskeping in beide rigtings. *Enjoy!*



PIETER-LOUIS MYBURGH

PUBLISHED BY

Department of Journalism
Stellenbosch University
2B Crozier Street
Stellenbosch

All possible avenues were pursued to credit photos. If a photo was not credited and we are informed after publication who the photographer is, we will credit him/her on *SMF*'s website.

CONTACT US

Meet the journalists and voice your opinion on our website

www.sun.ac.za/journalism/smf09

E-mail crozier@sun.ac.za

© 2009 All rights reserved
The opinions expressed in this magazine do not necessarily reflect those of the editorial team, Department of Journalism or Stellenbosch University.



NON-IDENTITY CRISIS

Souties. Rooinekke. Die Engelse. These are some of the terms used to refer to white English-speaking people in South Africa. Or is that white English-speaking South Africans? Unlike Afrikaners or black South Africans, English people do not form an easily definable cultural group. TARRYN HARBOUR investigates this apparent 'non-identity'.



The English, or the British as they are perhaps more correctly known, have a rather unfortunate history. They strode all over the world, believing they had a God-given mandate to 'civilise' the 'savages' – and in doing so disrupted traditional ways of life for millions of people, forcing them to be governed by the monarch of a tiny, distant island. Warfare, slavery and exploitation were typical of these times. But Britain was not alone in this; many European countries did the same. And each colonial power left some trace of herself, for good or bad, to a greater or lesser extent, on the countries and people under her control.

South Africa was no exception.

We see remnants of our British colonial past everywhere: we drive on the left; we eat roast dinners on Christmas Day (even though it's in the middle of our summer); we have an almost unhealthy passion for cricket and rugby, two sports originating from that fair Isle. And yet the English people in South Africa float along *sans* any particular cultural identity, strung between Afrikaner nationalism on the one side and African nationalism on the other. No longer British, but not much of anything else either, where do English people fit into the multicultural spectrum of South African society?

BACK TO OUR ROOTS

After the British finally annexed the Cape Colony in 1806, the settlers arrived in two major waves: the 1820 Settlers in the Eastern Cape and the Byrne Settlers in Natal around the 1850s.

But unlike the Afrikaners, who banded together against the British and formed their own distinctive culture, the English people in South Africa remained devoted to 'Queen (or King) and Country', seeing themselves as British citizens.

John Lambert, professor emeritus and research fellow at Unisa's history department, has been working on a project similar to historian Herman Giliomee's *The Afrikaners: Biography of a People*. He describes it as "rescuing the history of white English-speaking South Africans".

Lambert points out that until the mid-twentieth century, most English-

speaking South Africans were of British origin. In his article "An unknown people: reconstructing the British South African identity" he writes, "As a group they politically dominated nineteenth-century South Africa, remained culturally and economically dominant into the twentieth century, and gave South Africa the English language."

However, he notes that the British South Africans rarely agreed on policy or actions, except during the two World Wars and when a mutual institution was threatened, such as the British flag in 1924, or the issue of South Africa becoming a republic in 1960-61.

Unlike Afrikaners and Africans, they had few myths or heroes to symbolise their place in South Africa

"Most bonds...linked them to Britain and did not give them cohesion as South Africans...Unlike Afrikaners and Africans, they had few myths or heroes to symbolise their place in South Africa and they never established a political identity behind which they could mobilise," writes Lambert.

BELOW: A painting by Thomas Baines illustrating the arrival of British settlers at Algoa Bay in 1820.



Part of this continued identification with the 'mother country' was due to the influence of the media. According to Lambert, "Newspapers were modelled on British counterparts, looked to them for editors and senior journalists, sought to cultivate Britishness and to protect British interests in South Africa."

The South African Press Agency was owned by London-based Reuters, which held the monopoly for supplying news to the South African press. This meant that many stories were simply taken straight from British newspapers.

Radio too played a role: the SABC was modelled on the BBC, and for many years broadcast daily news bulletins straight from British airwaves. Lambert calls the BBC "a most effective force of imperialist propaganda".

ALIENS AT HOME

While many Afrikaners saw the English people's attachment to Britain as disloyal to South Africa, Lambert claims this was merely a nostalgic longing for an idealised world. But this enduring pro-British feeling made it difficult for a "vibrant English South African culture" to flourish.

At the same time, there has been a strong South Africanist tendency among British South Africans, who were able to see themselves in terms of multiple identities. "As early as 1824, John Fairbairn of the *South African Commercial Advertiser* asserted, 'If we

have made Africa our home...we are all Africans,' and this identification with South Africa can be found in the writings of many nineteenth-century settlers," Lambert notes.

This sentiment, which saw more people defining themselves as English-speaking South Africans rather than British South Africans, grew as the number of first generation South Africans declined. It was an alternative view of South Africa that, Lambert states, was "marginalised by the dominance of Afrikaner nationalism from 1948". This feeling of nationalism did much to make the English feel unwelcome.

And this alienation continued throughout the apartheid years. Lambert describes the "fatalistic apathy" many English speakers experienced after the National Party came to power in 1948.

"[The] concerted attack on all things British in South Africa after 1948, their curtailing of freedom of speech and of the media and their control of education, undermined English-speakers' confidence in their British heritage."

The NP's victory also had a major impact on the English press, which struggled to adapt to losing the political influence they had had with Prime Minister Jan Smuts.

After South Africa became a republic in 1961, the English media turned inward, as did the English people, and focused on South African issues. As a result, the emphasis of the different papers diversified, with some becoming more conservative and others becoming more liberal.

During apartheid the English media did not enjoy the same cosy relationship with the government that the Afrikaans media did. Yet, as David Wigston writes in *Media Studies: Media*

History, Media and Society, "the major newspapers were out of touch with what was happening in South Africa".

While the English press was traditionally seen as the "voice of the opposition", they actually only wrote what they felt safe publishing, and the real criticism of the government increasingly came from the alternative press.

DEMOCRACY

The process of nation-building post-1994 has not been simple or easy for anyone, but perhaps even slightly more challenging for English speakers than for the rest of the country. The focus has been more on reconciliation between Afrikaners and black South Africans than on the country as a whole.

Marijke van Vuuren, a lecturer in English and journalism at the University of Pretoria, explains how she sees the situation.

English people have truly become a melting pot, a mixture of origins and opinions

"I think sometimes it's easier to deal with someone who was your opponent, where you knew clearly what that person's position was. It's the in-between group, the amorphous group, that you don't know, you can't attribute a position to...And there has been a perception that there was a moral dishonesty among the liberals."

It is important to remember, though, that not all English people were liberals; that, in fact, the majority were "overwhelmingly conservative".

Lambert clarifies this: "It does remain true of course that most English, whether conservative or otherwise, and whether supporting discrimination or not, did feel that they were not morally responsible for apartheid. Many were unable to identify with the ideology behind apartheid while they were not reluctant to benefit from it."



TO ALL WHO LIVE IN IT?

These troubling issues came to a head recently, when President Jacob Zuma was criticised for remarks he made in the run-up to the April 2009 general election. Addressing a group of about 50 representatives of Afrikaner organisations at an upmarket hotel in Sandton, Zuma was quoted in *The Star* as saying, "In South Africa it is only the Afrikaners that are South African in the true sense of the word. They don't carry two passports."

Political parties and human rights groups condemned his remarks, and a few days later, Zuma amended his statement, saying everyone was equal. He added, according to *The Star*, "[My statement] did not in any way mean that other white South Africans are not loyal or patriotic to the country."

Says Van Vuuren: "I think he was probably appeasing his old opponents, but I think it was an ill-considered remark, especially from someone wanting to be a national leader...But then because the English speakers aren't a definable group, you can't address them as such."

The English-language media is just as indefinable. Since long before democracy, for example, English newspapers were read by people of all races, as English was the language most black and Indian people could read and understand. English remains the *lingua franca* of daily life, and as such the English-language media are extremely diverse.

BACK TO THE FUTURE

Today, English people in South Africa have truly become a melting pot, a mixture of origins and opinions. Poke around in it and you will find people who don't even know where their



IMAGES: commons.wikimedia.org

ancestors came from, and have no other national affiliation, or people with British or European passports due to a parent or grandparent who wasn't born in South Africa. Vibrant Greek and Portuguese communities co-exist quite happily with common and garden variety South African English people. There are English Catholics, Protestants, Jews, and atheists. There are those considering emigrating, just as there are Afrikaans people considering emigrating, and black, coloured, and Indian people thinking about emigrating.

But there are also those who are staying.

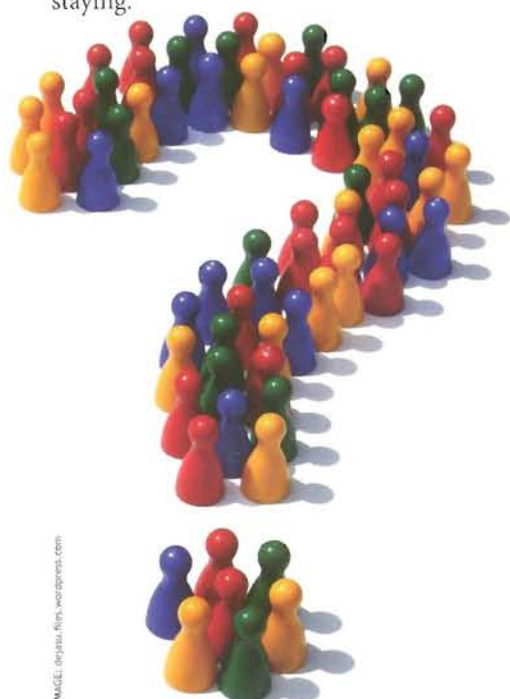


IMAGE: deyaufilms.wordpress.com

There are English people who are as deeply committed to this country as the rest, whose ancestors too worked the soil in KwaZulu Natal or in the Eastern Cape, or who died, along with many others, during the South African war of 1899-1901. They are willing to, and wanting to, work together with the rest of this multicultural, rainbow-hued nation of ours, to help fulfil its potential and to contribute to its progress.

As United Party MP Leslie Blackwell put it in 1929: "We English-speaking people in the Union of South Africa are South Africans. We love every inch of South African soil. In no other country would I live. In no other country will I die. To me it is my home."

It's time we all started seeing ourselves as South Africans first – no matter our race, culture, or mother tongue. **SMF**

WHAT THE YOUTH ARE SAYING



Kat Bartlett (23)
entertainment
technology
student

"While Afrikaans is my 'home language'

I obviously speak English to my UK-born Dad. I love speaking Afrikaans, my whole mother's side is Afrikaans – but you won't catch me identifying myself as an Afrikaner. But I love my Afrikaans friends and *gooi* the taal with them; we can be called what we want and act the way we want, but in the end we're all South African."

Natali Wiblin (23)
journalist

"I am a German-speaking South African (but first language English) who has lived in South Africa all my life and I definitely feel there is no place for English-speaking South Africans as part of a South African identity... We've just faded into the background. For me personally, it's really confusing, because I am mostly an English-speaking South African, but I identify more with German culture and Afrikaans culture."



Kelly-Ann Prinsloo (22)
journalism
student

"If my family have been here for one

hundred years, but an Afrikaans family can trace their roots back to Jan van Riebeck, does that make me less legitimately South African than they are? I am an English-speaking, white South African who gets excited when she sees Gautrain roadworks and says 'Eish!' every few seconds. I watch rugby, cricket and soccer, and *7de Laan*, *Isidingo* and *Generations*; and I support Caster Semenya and Ryk Neethling with equal amounts of enthusiasm. If that doesn't make me a legitimate South African, despite the language I happen to speak, then I don't know what will."

PHOTOS: www.facebook.com



Sean Stevenson (25)
computer
engineer

"English South Africans are the smallest of minorities because

we are a culturally deficient group, through lost roots from the colonial past and limited roles in the running of the country pre- and post-1994. We have no identity save the one we create for ourselves."

Catherine Blersch (22)
civil engineering
student

"I have grown up in an English-speaking home with my grandparents coming from England and Germany. Although I have an understanding of these cultures I have always thought of myself as South African and my family has adopted many South African traditions such as braais and a passion for sport. We are all very proudly South African and patriotic about our country but I would not consider our lifestyles and values as belonging to a specific South African culture because I don't feel the English South Africans have one... we have very little to cling to in the way of cultural identity."



Amy Darlow (22)
fine arts student

"There is a quote: 'We are African not because we are born in Africa but because Africa is born in

us.' Africans all around the world who have never stepped into this beautiful and rich country believe in that quote. My ancestors gave their sweat and blood to African soil so that I can call this place home... Where is WHITE from? Perhaps the white English South African is the true anxious diasporic identity – with no home, always on some other man's land. We are the foreigners with non-identities, living on borrowed time in a land not our own."



Thin(k) now!

PHOTO: Samantha Steele

Eating disorders and poor body image are increasingly becoming the norm. Many people are blaming the media for this. **SAMANTHA STEELE** examines why.



Have you ever looked at a magazine cover and sighed? I have. Looking at that gorgeous, perfectly formed woman makes me realise how far I fall from the ideal. Often I'll put aside the magazine, and watch TV instead. But the TV is also filled with seductive, happy, *thin* women telling me how amazing L'Oréal and Pantene and other products are. Then Megan Fox, the new perfect woman, glides onto the set, pouting her lips at the screen.

All of these adverts and images and models remind me that society has an ideal, a norm, and that I do not fulfil it. It re-dedicates me to sticking to that diet, or dyeing my hair, or going to gym for an extra hour. Those images make

me feel bad about myself. They make me feel bad about my body image.

And it's not just me. Poor body image is a global phenomenon, and eating disorders are spreading across the world. Eating disorders are unique because they affect a very particular socio-economic group, race and gender: normally white middle to upper class women. But they are becoming more and more common as Western ideals and culture are spread by the media. Though eating disorders are the extreme result of poor body image, the fact is that insecurity and unhappiness are also spreading.

And many fingers are pointing to the media. Psychologists, counsellors, and others refer to the vast

amounts of incredibly, unbelievably attractive women in magazines like *Cosmopolitan*, *Elle*, *Femina*, *Marie Claire*, and the like. With the popularity of similar men's magazines, like *Men's Health*, insecurity and eating disorders are crossing the gender divide. The critics say that the bodies shown in these magazines are an unachievable, unrealistic ideal. Natalie Maloney is a part-time counsellor at Crescent Clinic in Cape Town, a centre that, among other things, treats eating disorders. She says, "I think when it comes to body image, the media probably plays the biggest role. It's the most visible, it's the most in your face. Teenage girls live in a media-saturated world where they get their media input from magazines,

and some from TV, whereas boys get theirs from the Internet and video games and that kind of stuff. So teenage boys are less exposed." She goes on, "It's a two-way street – the media reflects certain things, things that people want; it also creates the world that we live in."

But, Maloney continues, the world we live in is not the one displayed in magazines and on TV. "If you go sit on a street corner and watch people walk past, your average person is not going to look anything like the people in magazines. However, these average people are invisible in the media." Body image, and the particular and significant role the media plays in creating body image, is something she has dealt with extensively. A study by Anne Cussins, published in the journal *Feminist Review* in 2001, agrees, saying that the British Medical Association (BMA) reported that "...waif-like models are fuelling an epidemic of illnesses such as anorexia and bulimia. [The BMA also] criticised the widening gap between the shapes of real women and models". Maloney says women are saturated with these images of perfected women. "The average young woman sees more images of incredibly beautiful women in a day than their grandmothers saw in an entire lifetime. They are bombarded by these perfect, idealised images. And there's no doubt that these images are not a reflection of reality."

The problem is not simply that

beautiful women (and increasingly attractive men, too) are portrayed in magazines, on TV and in adverts – it's that these people represent what is for most an unattainable ideal. An article in the journal *Current directions in psychological science* explains this.

"Thin-ideal internalisation is thought to directly foster body dissatisfaction because this ideal is virtually unattainable for most females," write J Thompson and Kevin Stice. *Abnormal Psychology* says, "...69 percent of the

Models are the icons that we actually strive to be, as normal people, but they are the unhealthiest people you'll ever get!

Playboy centrefolds and 60 percent of the Miss America contestants weighed 15 percent or more below normal for their age and height, actually meeting one of the criteria for anorexia." As Larissa West, a dietician working at My Diet Clinic in Pretoria says: "Models are the icons that we actually strive to be, as normal people, but they are the

unhealthiest people you'll ever get!" Maloney agrees, saying: "Being so very thin, which requires an unnatural amount of attention and dedication [is unhealthy]. In fact, if you are that size, you are almost certainly not eating healthily, because it very unusual to be genetically that way inclined."

However, says Carine Visagie, the editor of the diet, food and natural health section of Health24.com, the image of people displayed in the media is not necessarily unrealistic. "An 'achievable body image' is a very relative concept. For a small-framed woman, it may well be achievable; for a bigger-boned woman, it may not. In general though, the slim, trim image portrayed by the media probably isn't achievable by most."

Despite the plethora of accusations against magazines, Cathy Lund, the assistant editor and features editor of *Cosmopolitan*, says the magazine does not show unhealthy or unachievable body images. "I think it's a realistic and an inspirational body type. I mean, not everyone has their ideal weight. Not everyone is at their happiest in their bodies," says Lund, "but the girls that we reflect in the magazine are an inspirational body type. It's healthy – it's not thin, it's not tiny, it's not bony, it's not underweight, it's a nice ideal, realistic body weight. And I think that while not all our readers might have those bodies, they certainly aim to have these bodies."



LEFT: Anthea Michaletos (17) putting on make-up. TOP: Mart-Mare Viviers reads a magazine and is bombarded with images of idealised women.



TOP LEFT TO RIGHT: People will put in the effort to suit society's 'ideal'. Anthea Michaelatos (17) puts on make-up while Chantel Botes (23) dyes her hair. BOTTOM LEFT: Men are also prey to poor body image, though they often try to bulk up instead of slim down. BELOW: A model, before and after a combination of make-up, good lighting and Photoshop.



PHOTOS: Samanah Steele

PHOTO: Unknown

It's not just the actual bodies of the people displayed in the media that are a problem. The pictures are also airbrushed and perfected by retouch artists, adding a level of unfeasibility to the 'ideal'.

Dillon Marsh, a retouch artist, describes it: "I think it is impossible to look like [the models], if you want it bluntly." A retouch artist works with Adobe Photoshop, a complex piece of software used to perfect and alter photographs, changing pictures according to what art directors or fashion editors of magazines request.

"Really, it's just beautifying and smoothing out and taking out any imperfections. That's the most simple explanation," Marsh says. He has worked with *GQ*, *Elle*, and has

We're not giving her bigger boobs, or a smaller bum, we're not taking away her freckles or any small imperfections she has

done a small amount of work for *Cosmopolitan*. Most of the time, Marsh fixes the skin of the models. "Taking away pimples or moles, reducing bags under the eyes and such. Then in other cases we've been asked to slim down

the models," says Marsh. Although this does not happen *often*, it does happen – particularly in adverts. "If it's an advertising shoot and it's a bikini shoot we'll be asked to accentuate the boobs and so on. And maybe reduce the bum a little," Marsh says. The women displayed in magazines are perfected in a way that is unachievable for even the models to look like in real life. Maloney says: "Ask anyone you know, any woman your age, if they'd like to be thinner, and most of them, even the thin ones, will say yes, which is bizarre."

Cathy Lund says *Cosmo* restricts their retouching to the essential. "You must realise that we are working four, five months ahead of the magazine that we put out. So for instance, right now, you see the weather outside? We are

shooting our December fashion.” She is referring to the chilly Western Cape September. “We’re shooting models in bikinis, and it’s freezing, freezing cold outside. So you’re going to have a model outside who’s got chicken flesh, her blue veins are showing, because it’s so cold. So what we’ll do to the pictures is we’ll touch that up so that it looks like it’s in summer that we shot it. But I mean we’re not giving her bigger boobs, or smaller bum, you know, we’re not taking away her freckles or any small imperfections that she has. We really are just doing things like getting rid of chicken flesh.”

The bodies and faces of the models are an obvious point to discuss. But there is more to the poor body image equation than the fact that the people in the media are abnormally beautiful, and that ‘normal’ people are rarely seen. Dietician Larissa West explains, “Thin women are always depicted as being more successful, having the better husband, the better marriage, the better job. Which if you go and look at it, is not true at all. But people have this idea the thinner I am, the happier

my life is going to be.” So losing weight becomes a solution for a problem that it cannot fix. As they say, if you’re not happy with yourself *now*, you will not magically feel better after losing a few kilograms.

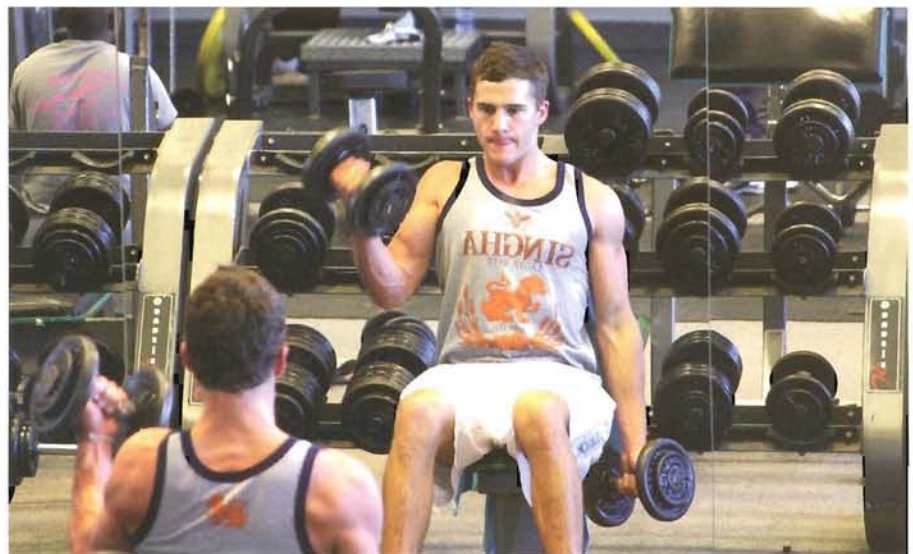
It is not just *seeing* all of these images that’s the problem, but rather believing them. Maloney suggests media literacy as a solution – one which she has tried and found successful in the past. After all, “Thin-ideal internalisation refers to the extent to which an individual ‘buys into’ socially defined ideals of attractiveness and engages in behaviours designed to produce an approximation of these

ideals,” write Thompson and Stice. Maloney teaches young women – those most vulnerable to poor body image (often a slippery slope to obsession and eating disorders) – to *understand* and not just absorb the images that are thrown at them. People that have gone through these programmes around the globe have been shown to be less affected by the images in the media.

Maloney says, “People need to be re-programmed. They need to be bombarded with images of normal people to counter-act the toxic acts of the ones they are seeing.”

Let’s hope that this too is not an impossible ideal. SMF

BELOW: Chantel Botes (23) is looking through a magazine, while trying to perfect her look artificially at a hairdresser. RIGHT: Meanwhile Paul Comley (20) is bulking up to fit with the standards set for men.





'HATE WON'T MAKE ME STRAIGHT'



Gay women's rights are protected by our gay-friendly and women-friendly constitution. Yet lesbians in South Africa, and particularly black lesbians, struggle against violence and prejudice. The media may report on lesbian-related issues, but does it do enough to counter stereotypes and make the public more tolerant of gay women? And are gay women's unique issues adequately brought to the table? **MIA CILLIERS** investigates.

She once represented Banyana Banyana, the national women's soccer team. But last year Eudy Simelane was gang-raped by a group of men, stabbed to death and her body dumped because of her sexuality. She was a woman. She was also what society terms a 'lesbian'.

Some women prefer the term 'gay' while others would rather be called

'lesbian'. In this article these terms will be used interchangeably.

Many men mistakenly believe that raping a gay woman – known as 'corrective rape', a gender-related hate crime – will 'cure' her of her homosexuality. This is a pressing issue in lesbian communities. They are often discriminated against in a country where, despite the constitutional protection of

gay rights, many people believe homosexuality to be wrong.

But how actively do the media work towards shaping a more tolerant society through their reporting?

In research led by Nosimilo Ndlovu for Community Media for Development, the lesbian, gay, bisexual, transgender and intersex (LGBTI) communities are covered. This research

culminated in a publication called "Out in the Media?" written by Ndlovu. In it she writes, "The media reflect society but also play a part in shaping how society views certain topics or communities. Media are very influential and how they portray groups such as the LGBTI sector influences what society thinks."

Thuli Madi is the director of *Behind the Mask*, an online magazine that covers LGBTI issues. She feels the mainstream media do not report in "a fair, well-informed and balanced manner... and therefore infuriate the LGBTI-group as the style of reporting is usually sensationalist and biased".

However, Anne-Marie de Vos, a former Pretoria High Court judge and prominent lesbian figure in South Africa, believes the media do report responsibly for the most part, but "use the lesbian part of a story to sensationalise it to get more clout". She recalls an article named "Lesbian judge grilled" about a "difference of opinion" she had had with a member of the Judicial Services Commission during a job interview. "There was absolutely no reason why the newspaper had to refer to me as a lesbian in the context of that story."

Ndlovu writes that "one would hope to see interviews with the LGBTI sector about issues that affect them, such as lesbian rape, homophobia and being gay in the workplace". One of the biggest problems she found was that most articles on gays and lesbians "do nothing to further understanding of the LGBTI sector".

UNIQUE PROBLEMS

A major obstacle particularly for black gay women is a misconceived moral and cultural view that homosexuality is un-African. "The culture within the African continent is very patriarchal and masculine, with very clear rules and definitions. Many South Africans believe homosexuality to be a Western phenomenon that has been imported and it is therefore unnatural or abnormal," says Marlow Valentine. He works for the Triangle Project, a non-governmental human rights organisation based in Cape Town which works towards ending discrimination against members of the LGBTI community.

Valentine believes the excessive

degree of gender-related violence in South Africa is a result of "the power dynamics of a patriarchal society whereby women are expected to know their place. Men pay *lobola* for women and therefore think they own them". He adds that men are particularly threatened by gay women because "they lose the power they have over women" once they are rejected sexually. Gay women "confront conventional sexual identity and gender stereotypes" – something Valentine describes as "a huge issue for men to deal with".

COVERAGE OF LESBIANS

In 2006 it was reported that Zoliswa Nkonyana, a young lesbian from Khayelitsha in Cape Town, was murdered by a mob of men. They allegedly kicked her and beat her with bricks and golf clubs. She was stabbed and later died in hospital. This is another example of the violence and hatred lesbians face because of their sexuality.

Only two weeks after her death did the *Sunday Times* publish the first report on Nkonyana's murder. This delay was a combination of poor police work and gay lobby groups that did not inform the media about the incident,

There was absolutely no reason why the newspaper had to refer to me as a lesbian in the context of that story

the *Mail & Guardian* reported. According to Valentine, Nkonyana's murder received too little attention from both the media and the gay community itself. The fact that it was "a homophobic hate crime was not highlighted".

Following the *Sunday Times'* late report on Nkonyana's death, Triangle raised another concern about the media's irresponsibility. The newspaper published a photo of Nkonyana with

three of her friends from their lesbian football club. One of the girls was the chief state witness in Nkonyana's case and was under police protection at the time. "The newspaper published her picture without considering what this might do to her as a lesbian. The issue around her safety was never questioned," Valentine says.

In recent years there has been a surge in the coverage of female homosexuality in the media, most noticeably in TV shows, films and men's magazines. Gay celebrities like Ellen DeGeneres, Lindsay Lohan and Portia di Rossi are to be seen everywhere without their sexuality constantly being emphasised. *The L Word* is a popular TV show that centres on the lives of lesbians in New York City. One of Ndlovu's respondents describes it as "not a bad programme at all, but it is quite idealistic and doesn't give South African gay and bisexual women any real local frame of reference". *Rhythm City*, a local soap opera, also has a black lesbian couple.

This may reflect society's positions and opinions, but does the perceived acceptance of gay women really imply that people generally are more accepting? Does it break down stereotypes by putting gay women in the limelight?

Loanna Hoffman, a Media24 photographer, thinks that as lesbians become more visible and prominent in their positions in society their representation will become more commonplace in everyday media. "I don't know if our society is more tolerant but I think lesbians are more visible," she says.

Madi believes the increased coverage of lesbian sexuality in the media "is not indicative of a genuinely tolerant society as it does not mean people are accepting of lesbians". She says, "It is a way of educating our society on the existence of lesbians and the fact that they live among all of us; lead normal lives like the heterosexual population; and also that our constitution recognises and protects their rights."

THE MEDIA AS ROLE MODELS

But what is the media's role and responsibility towards educating their audience about gay women and their interests?

Hoffman says, “The only place where lesbian issues are still important to me, as a lesbian, is the ignorance in black townships. So yes, there can be loads more education. But where are the lesbians when it comes to letter writing and article writing? I don’t believe in waiting for other people to fight my battles.”

De Vos acknowledges that the media report on lesbian-related subject matter when it is newsworthy, but says the media “should look at the tone of articles rather than the content”. She explains how she discerns “a slight and subtle tone of disapproval in reports written about lesbians in such a way that we are not meant to be taken seriously”. She recalls an article covering her wedding – one of the first gay marriages in South Africa – and says “the whole thing was like a mockery, as if our relationship was not important but actually funny”.

Madi suggests that both the media and LGBTI-organisations should forge partnerships so that the media can be “well-informed about this group and learn about the serious issues that they face”. Ideally, she hopes that the media could advocate for the rights of lesbians and other marginalised groups. “Advocacy journalism should be fostered by mainstream media at all times to further social change.”

She adds, “The media should be open to educating and changing negative attitudes towards lesbians – it is their responsibility.”

WHAT SHOULD THE MEDIA DO?

Behind The Mask has set up a manual that aims to help journalists to “capture and report fairly and accurately about homosexuality issues”. One of their main concerns is that journalists need to understand the community they are writing about.

Madi says, “The responsibility of the media should be to educate on every issue regardless of the media professionals’ prejudice or personal beliefs on whatever matter, including lesbian issues.” She believes the public should be allowed to make its own judgment on what the media disseminates, as long as it is “balanced, fair and also accurate”. She stresses that good reporting “re-

quires that the media do extensive research on every subject written about and not generalise”.

But how do journalists go about their research with sensitivity, fairness and respect? Shortly before Women’s Day this year, *By*, a weekly supplement of *Die Burger*, published two articles that explored the realities of black gay women living in the townships. Over a period of two months, journalist Willemien Brümmer interviewed women who had been brutally raped because of their sexuality.

As a journalist, one often has to cover topics that one might not be personally familiar with, but “make sure you educate yourself”, Brümmer says. “It is important to build up a relationship before people start telling you things.” Of her interview with one of the rape victims she says, “I asked her beforehand if she was okay and told her that if I asked anything that was traumatising or insensitive she should let me know. I made sure she understood the story as it was written in Afrikaans, and I used a pseudonym to protect her identity.” For Brümmer, the women being rape victims was a far more sen-

sitive issue than them being gay.

Brümmer says how “terribly shocked” she was to learn how little reporting there had been on the “appalling problem” of corrective rape. She recalls an incident where a gay woman was gruesomely raped and her vagina cut out. The incident was barely reported in the local media and, worse yet, the immense social implications of the ongoing and violent stigmatisation of lesbians was not touched on. Valentine himself prefers the term ‘hate rape’ because “it doesn’t give the same positive and affirmative spin to an act which punishes women through violence”.

Ndlovu’s research found that gay women, and the LGBTI sector at large, for the most part “do not see their own unique experiences, stories, and issues being reflected in the media”. While Brümmer’s articles are a step forward in the representation of the human interest aspect of gay women’s lives, she too condemns the media in her piece. Reflecting on the death of Eudy Simelane and others like her she writes “the majority of these cases are at most mentioned in a short paragraph somewhere on page 14 of some local newspaper”. **SMF**



ABOVE: Examples of media reports on gay-related issues.

LEFT: Willemien Brümmer’s article on black lesbians living in the townships as published in *By*.

From dodgy men to delicious dresses, from green beauty to celeb gossip...

***260 000 women chatting about EVERYTHING.**

Come join in on Women24.com



your voice, every day
www.women24.com

*as measured by Nielsen Online (MI) for September 2009.

WANNEER HOË BOME KANTE



Openbare persoonlikhede se vuil wasgoed word dikwels aan die media se wasgoedlyn opgehang. Dié soort publisiteit het 'n geweldige uitwerking op hierdie mense se openbare beeld. Die vraag is: word bekendes doelbewus geteiken, of probeer joernaliste net die werklikheid so akkuraat moontlik weer-gee? **PIETER-LOUIS MYBURGH** het medialeiers en joernaliste hieroor uitgevra.



Die onthulling van Joost van der Westhuizen se sekskapades vroeër vanjaar was sonder twyfel een van 2009 se opspraakwekkendste media-gebeurtenisse. Te midde van die skok en ongeloof waarmee dié oud-Bokheld se oepsie begroet is, het die media self ook in die kollig beland.

Sommige publikasies, veral dié wat die Joost-sage dag ná dag op hul voorblaaië geplaas het, het onder beskuldigings van gevoelloosheid deurgeloop. Kritici, van wie heelparty lesers was, het ook gedink daar is inbreuk gemaak op dié individu se reg op privaatheid.

Maar of die media direk aandadig was in die val van 'n held of nie, die Joost-geval het gewys hoe invloedryk koerante en tydskrifte is wanneer dit kom by die projeksie van iemand se openbare beeld. Die vraag is egter of glanspersoonlikhede en ander bekendes in 'n mate geteiken word omdat hulle inherent nuuswaardig is, en of hul

media het nie hierdie identiteit vir hom geskep nie," sê Du Plessis, wat ook voorheen redakteur van *Rapport* was.

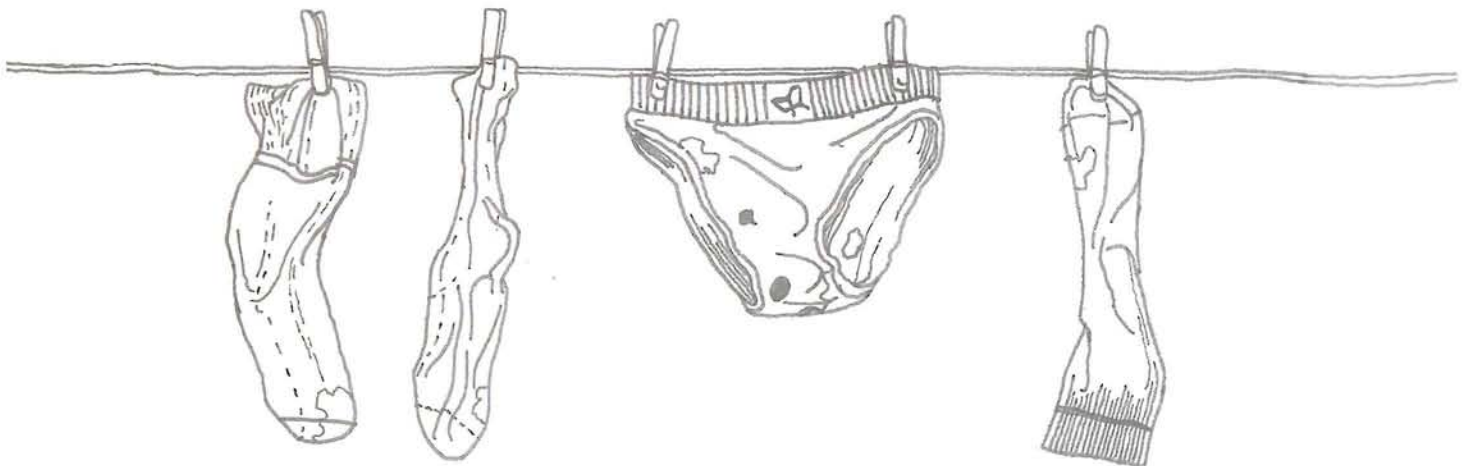
Hy meen wanneer bekendes slegte publisiteit kry, dit meestal deur hul eie toedoen is en dus nie die gevolg is van media-instellings en joernaliste se vooroordele nie. Oor een van Suid-Afrika se grootste kolligbesetters, die popkoning Steve Hofmeyr, sê hy: "Die publikasies waarby ek betrokke was en steeds is, het Hofmeyr nog altyd probeer teken soos wat hy is: soms 'n held, soms 'n ploert en soms 'n anti-held. Dit hang af van wat hy op 'n gegewe tydstip doen. Hofmeyr is volledig die argitek van sy eie beeld in die media."

Du Plessis dink ook nie die media is heeltemal so magtig as beeldskepper soos wat baie mense glo nie. "As die media werklik so invloedryk was, sou Steve Hofmeyr en Julius Malema verworpeling gewees het, aangesien

die kollig plaas, sê die media is beslis 'n identiteitskepper. Sy wys egter op die ingewikkelde interaksie tussen die media en hul onderwerpe, en meen die media gaan subtiel te werk wanneer hulle iemand op 'n spesifieke wyse uitbeeld. "Dit is altyd soos 'n dans tussen openbare persoonlikhede en die media. *Celebs*, politici en ander in die openbare oog skeep hul eie beeld, maar die media verdraai, vergroot, verklein of ignoreer dinge wat reeds bestaan om 'n bepaalde prentjie te skets."

Die joernalistieke beginsels van objektiwiteit en neutraliteit word egter soms blatant geïgnoreer wanneer sekere publikasies óf gunstig óf negatief oor iemand verslag doen. Joubert sê dit is veral op die gebied van politieke verslaggewing waar strepe getrek en kant gekies word. Dit veroorsaak dat sommige politieke rolspelers as helde en ander as skurke uitgebeeld word.

"Ek dink nie joernaliste of hul



openbare vernedering bloot deur hul eie toedoen is.

Tim du Plessis, redakteur van die dagblad *Beeld*, gee toe dat individuele joernaliste soms uit hul pad gaan om nuusmakers op 'n bepaalde manier uit te beeld, maar hy meen die meeste van hulle teken hul onderwerpe so realisties en akkuraat moontlik. "Die Van der Westhuizen-geval het hulle enkele weke voor die nuus oor die video gebreek het, in 'n artikel in *Vroukeur* laat uitbeeld as die ideale, gelukkige gesin met 'n goeie man en vrou en oulike kindertjies. Toe blyk daar 'n ander realiteit te wees as dié een. Die gesaniteerde beeld van die goeie man en held is een wat hy self geprojekteer het, die

albei van hulle tans ongunstige dekking kry. Tog is hulle steeds gewild in hul onderskeie gemeenskappe."

Hy benadruk sy siening dat openbare figure self bepaal op watter wyse hulle in die media figureer. "Ons kan nie iemand opruk hemel toe of aftrek aarde toe as hy of sy nie reeds in een van daardie rigtings op pad was nie. Maar ons kan wel die reis na een van dié bestemmings 'n bietjie versnel of vertraag."



Pearlie Joubert, 'n gesoute joernalis van *Mail & Guardian* wat sedert haar dae by *Vrye Weekblad* bekendes in

publikasies is ooit 100 persent neutraal nie. Die manier waarop *The Cape Argus* die voormalige Wes-Kaapse ANC-leier, Mcebisi Skwatsha, as 'n 'Africanist' uitgebeeld het, is skreiend." Sy verduidelik dat dié koerant hom in daardie stadium agter die voormalige premier, Ebrahim Rasool, geskaar het, en dat bedenklige praktyke ingespan is om hom as 'n politieke held uit te beeld. "Joernaliste van *Cape Argus* is letterlik betaal om pro-Rasool-stories te skryf," beweer sy.

Joubert glo egter nie die media het noodwendig hul messe uit vir mense wanneer hulle oor omstrede kwessies berig nie. Dit is eerder 'n kwessie van onverwagse en ontoelaatbare gedrag wat na die openbare verhoog gebring



FOTO'S: Media 24

Steve Hofmeyr (LINKS) en Joost van der Westhuizen (REGS) weet hoe dit is om die nuus om al die verkeerde redes te haal.

word. "Die media rapporteer eerder oor 'slegte nuus' rakende bekendes, soos korrupsie of dronkbestuur, omdat dit is wat ons móét doen. As 'n minister van behuising byvoorbeeld huise bou, is dit nie nuus nie, want dit is wat van hom of haar verwag word. Maar indien hy of sy geld steel, behoort dit op die voorblaaië uitgebasuín te word."



Die tydskrifte *Huisgenoot*, *You* en *Drum* bereik saam weekliks meer as ses miljoen Suid-Afrikaners, en het 'n sterk fokus op bekende mense. Omdat so baie lesers hierdie tydskrifte verslind, kan *Huisgenoot* en haar susterpublikasies met reg as gerekende meningsvormers beskou word, veral oor die doen en late van beroemdes.

Die redakteur van dié drie tydskrifte, Esmaré Weideman, stem saam dat die media 'n geweldige invloed op Jan Publiek se opinie uitoefen, maar voeg by dat bekendes wat ongemaklike publisiteit moet verduur, byna nooit onskuldige slagoffers van

gewetenlose verslaggewing is nie.

"'n Mens moet verstaan dat *celebs* die media doelbewus op hul pad boontoe gebruik. Dit is hoekom ons na kinderpartytjies, troues en verlowings genooi word. As dieselfde glansmense egter skandes maak en dit verskyn in tydskrifte en koerante, blameer hulle die media. Dit is tog absurd!"

Sy meen ook dat wanneer storms van omstredeheid oor openbare figure se koppe losbars, hulle dit dikwels vererger deur die situasie verkeerd te hanteer. "Die feit dat Joost tot vandag toe ontken dat dit hy op die video is, veroorsaak dat die media simpatie met hom verloor en hul rol as wag hond selfs nog ernstiger as gewoonlik opneem. Die land vra vir 'n verduideliking, 'n erkenning en 'n verskoning."

Weideman vertel verder dat dit soms 'n baie onaangename taak is om die wind oor die hoogste bome te laat waai. "Ons wil nie hê helde moet voete van klei hê nie, en dit is nie vir ons lekker wanneer helde

val nie. Verder bou 'n mens ook vriendskappe oor die jare op... Om dan klinies oor daardie mense verslag te lewer, is

bitter moeilik. Dit is egter nuus, en ons moet onpartydig bly. Maar is dit lekker? Allermíns!"



Hendrik Coetzee, *Die Burger* se ombudsman, het vroeër vanjaar in 'n toespraak ter viering van Internasionale Mediavryheidsdag die etiese aspekte rondom verslaggewing oor bekendes bespreek. Hy het verduidelik dat daar 'n komplekse wisselwerking bestaan tussen individue se reg op privaatheid, die media se reg op spraakvryheid en die publiek se reg om ingelig te word. "Hoewel die Grondwet iemand soos Joost van der Westhuizen se reg op privaatheid beskerm, weeg die publiek se reg om ingelig te word soms swaarder," het Coetzee gesê.



Joernaliste is belas met die verantwoordelikheid om mense op hoogte te hou van dit wat die publiek geregtig is om te weet, en wat hul lesers wil weet. Die media is nie beeldpoetsers of beskermhere van prominente figure se openbare beeld nie, maar moet wat in die publiek se belang is om te weet, akkuraat weergee. Solank hulle dié taak omsigtig en onpartydig aanpak, word daar van hulle verwag om die skynheiligheid van bekendes (soms saam met sokkies en gaatjies-onderbroeke) in die openbaar ten toon te stel. **SMF**

Ons wil nie hê helde moet voete van klei hê nie, en dis nie vir ons lekker wanneer helde val nie. Dit is egter nuus, en ons moet onpartydig bly

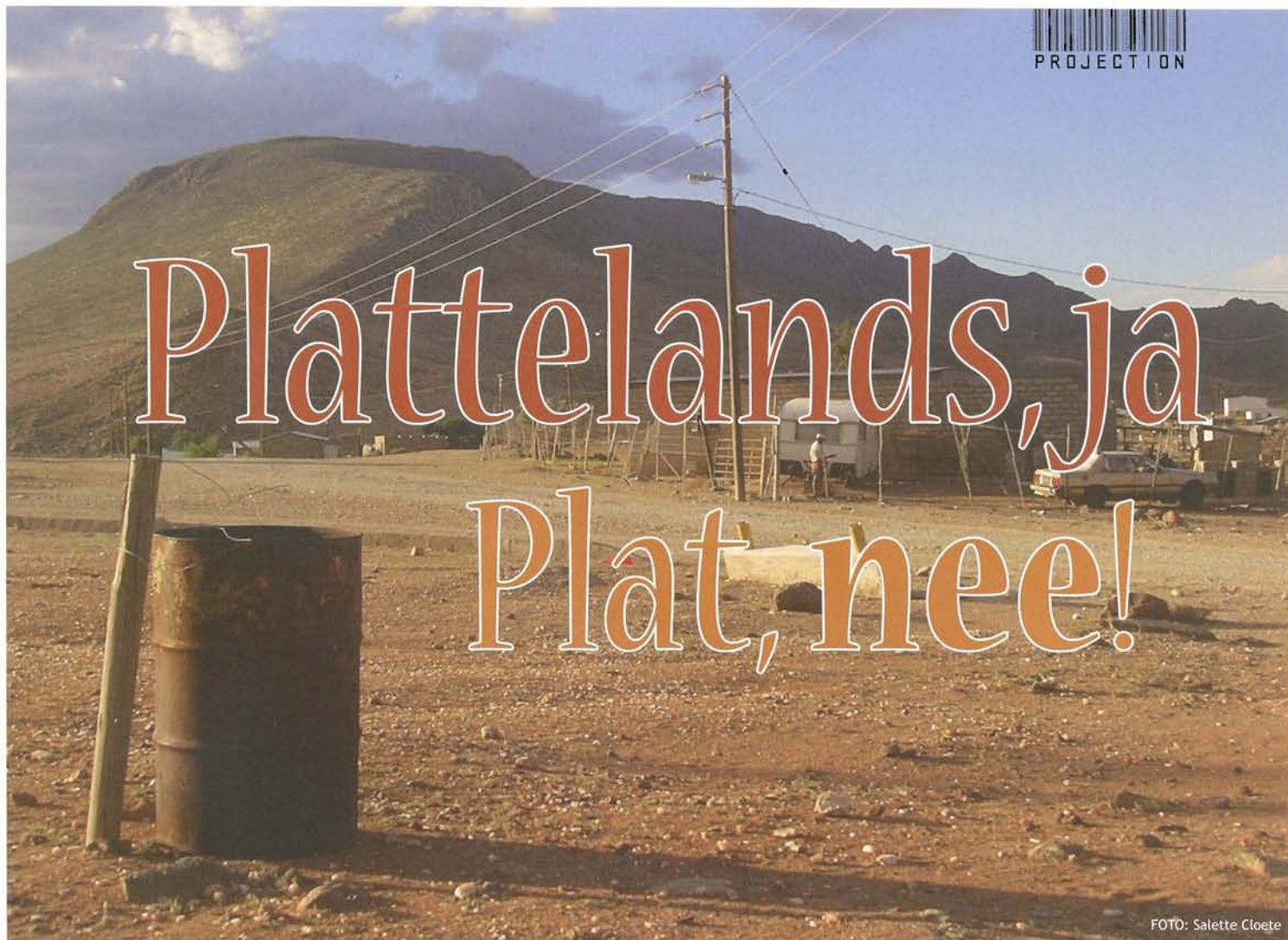


FOTO: Salette Cloete

Identiteit is iets wat aan ons toegeskryf word deur die taal wat ons praat, die kerk waaraan ons behoort en die buurt of dorp waar ons vandaan kom. Wat is die identiteit van Suid-Afrika se plattelanders en wat doen die media om daardie identiteit te beïnvloed? SALETTE CLOETE doen verslag.



Plattelanders word dikwels gestereotipeer as agterlik en onkundig. Hulle word gesien as komieklik en daar word dikwels die gek met hulle geskeer.

So sê Adrienne Cloete, Engelsvakadviseur van die departement van onderwys in die Namakwa-distrik in die Noord-Kaap. Sy sê ook hulle word gesien as konserwatief en kleindorps, afgesny van die werklikheid en van wêreldgebeure. Ander persepsies is dat plattelanders mense is wat niks weet nie, altyd dronk is, geen ambisie het nie en ook geen kultuur nie.

Hoewel hierdie persepsies elke dag verkeerd bewys word deur plattelanders wat florerende besighede het of akademies presteer, skeer die media almal dikwels oor dieselfde kam. Dit is asof daar van plattelanders verwag word om soos karakters uit die televisiedrama *Mannakwalanners* op te tree – 'n blatante stereotipering. Hierdie beeld word nie net deur buitelanders of stedelinge aan mense op die platteland toegedig nie. Dit heers ook onder plattelanders self, wat mekaar ook in vakkies plaas. In die tydskrif *Kruisgewys*, skets die predikant Frederick

Marais die probleme in gesprekke oor identiteit. Hy meen identiteit is vir 'n mens byna soos water vir 'n vis. Die vis is nie eintlik bewus daarvan nie, totdat dit daaruit gehaal word. "Nou hoe kan jy oor water praat as jy jou lewe lank nog net in water was?" Dit geld ook vir plattelanders. Hoe kan jy anders wees of iets anders word as jy nog nooit daaraan blootgestel is nie? Dit is ongelukkig die harde werklikheid waarmee baie plattelanders elke dag moet saamleef: dat hulle nie genoeg of glad nie blootgestel word aan dinge anders as die "gewone" nie. Die vraag is hoe dit



FOTO: François Haasbroek



FOTO: Annelie Maré

BO: 'n Kind ry fiets in die strate van Van Wyksdorp in die Wes-Kaap. REGS BO: Een van die windpompe by die Loeriesfontein Windpomp museum in die Noord-Kaap.

verander kan word.

Marais is van mening dat mense figuurlike grense moet oorskry. "Dit is in gesprek met vreemdelinge wat ek myself leer verstaan het op 'n manier wat nooit sou kon gebeur het as ek nie grense oorgesteek het om na myself uit 'n ander hoek te kyk nie." Só 'n ervaring help 'n mens om 'n blik te kry op die blindekolle in jou perspektief op jouself. Die logiese volgende vraag is of die beeld wat plattelanders van hulself het, uit eie ervaring ontstaan het en of dit net ook 'n blindekol van hulself is.

Het die persepsies dalk ontstaan omdat plattelanders dink dit is wat ander van hulle dink – dat hulle niks weet nie en ongekultiveerd is? Die afleiding kan gemaak word dat hierdie negatiewe persepsies lewe gekry het omdat dit geglo word. "Wanneer mens in 'n wêreld leef waar jy net met mense praat wat soos jy dink en leef, verloor jy die vermoë om op 'n geïntegreerde manier oor jouself te kan dink," verduidelik Marais. Volgens hom het mense na die apartheid-era bewus geword van hoe onseker hulle oor hul identiteit is. Die voorstanders van die dialogiese verstaan van identiteit, praat van die "looking glass self". Hiermee bedoel hulle dat die beeld wat jy van jouself

het, 'n weerkaatsing van jouself in die oë van ander is.

Anne Kruger, redakteur van die koerant *Paarl Post*, sê dat hulle die Paarlite, wat uiteraard plattelanders is, dieselfde as Kapenaars beskou. "Ons skryf op dieselfde vlak vir ons lesers as wat Die Burger vir sy lesers skryf. 'n Mens moenie jou lesers onderskat nie."

Dit is wat in baie gevalle gebeur met mense wat van die platteland af kom en

Bruin op bruin geweld in die platteland haal baie min die voorblaaie of selfs wit op wit geweld. Nuus op die platteland word altyd deur 'n rasselens beskou

'n lewe in die stad wil bou. Die stigma volg hulle oral en hulle kan slegs daarvan wegbreek as hul denke oor hulself, asook oor die gemeenskappe waaruit hulle kom, verander.

Marais sê in sy artikel die taal wat mense gebruik, verklap baie van hoe hulle oor hulself en oor ander mense

dink. Dit was veral in die apartheidstyd duidelik in die gebruik van woorde soos "anderskleurig", "anderstalig" en "andersdenkend". "Ons was so verlief op die ons/ander wêreld wat ons geskep het, dat ons wette gemaak het om mense te dwing om binne hul eie wêreld te leef..."

Brenden Ruiter, 'n joernalis wat van die platteland kom en nou by die tydskrif *Kuier* werk, voel baie sterk hieroor. "Die Suid-Afrikaanse media is in die groot stede gesentreer, met gebrekkige media in plekke buite dié plekke. Die uitbeelding van nuusgebeure geskied dus uit die oog van die stedeling." Hy sê dit bring mee dat die platteland as agterlik uitgebeeld word. "n Dorp soos Koekenaap sal nooit die hoofstroommedia haal nie, tensy iets skandaligs daar gebeur. En dan sal die mentaliteit geld van 'Ai, die plaasmense hou darem van sus en só."

Sakkie Jenner, 'n politieke leier en lid van die Onafhanklike Demokrate, stem saam met Ruiter. Hy het verlede jaar 'n brief aan *Die Burger* geskryf oor sy stryd en agterstand as 'n plattelandseun. Hy was reeds van vroeg af gekonfronteer met die uitdagings gekoppel aan die lewe op die platteland, soos afstand en die gebrek aan hulpbronne.



FOTO: Pieter-Louis Myburgh



FOTO: François Haasbroek

BO: Donkiekarre is nog volop in die platteland. Tonele soos hierdie word dikwels gebruik om persepsies oor streke se 'agterlikheid' te versterk.
REGS BO: 'n Van Wyksdorpse.

Lionel Adendorf, direkteur van media skakeling en publieke verhoudings in die ministerie van vroue, kinders en persone met gestremdhede, sê daar is 'n wesenlike verskil tussen hoe blanke plattelanders en swart of bruin plattelanders uitgebeeld word.

"Blankes word altyd gesien as rassisties, konserwatief en kundig, terwyl swartes en bruines weer beskou word as slagoffers van rassisme, of as skandelik en onbevoeg uitgebeeld word."

Adendorf, wat van Bonnievale in die Kaapse Wynlanddristrik is, sê nuus oor plattelanders is altyd uit die oog van 'n stadsjapie wat nie die kultuur, norme en waardes van die platteland verstaan nie.

'n Spesialis-verslaggewer van Die Burger, Frieda le Roux, self 'n trotse plattelandse, sê die koerant probeer om nuus uit alle oorde te dek en doen dit in al vyf van hul uitgawes, waarvan een op die platteland gemik is. Sy sê mense van die platteland en hul stories is nie minder belangrik as dié van stedelinge nie.

"Ek is self van die platteland en weet hoe groot die oomblik is wanneer jy jou dorpie se naam in die koerant sien." Volgens le Roux is *Die Burger* bewus van sy groot aantal lesers op die plat-

teland en sal hy hulle dus nooit minder belangrik ag of afskeep nie. Sy sê soms word daar egter na die groter prentjie gekyk as dit kom by die oorweging van berigte en hoeveel mense daardeur geraak word.

Maar Aubrey Piedt, 'n opvoedkundige sielkundige in die Namakwa-district, verskil van le Roux. Hy meen dat plattelanders nie as betekenisvol gesien

Almal kom hier en al wat hulle sien is dit wat nie hier is nie. Hulle vergeet om te fokus op dit wat hier is

word nie en dat hulle nie in ag geneem word nie. "Die platteland is yl bevolk en maak dus nie 'n direkte impak op die winsgrense van die media nie."

In 'n artikel op Stoppiracy.org skryf Peet van Aardt, nuusredakteur by Nuus24.com, dat plattelanders as maklike prooi "wat te onkundig is om te besef wat aangaan," beskou word. Hy wys op die groot aantal kleinhan-

delwinkels wat Chinese, Somaliërs en Nigeriërs op die platteland oopmaak. Hulle bring produkte na die platteland wat nie noodwendig wettig is nie, soos nagmaakte cd's en films. Die boodskap is dus duidelik: Plattelanders is naïef.

Gert Visagie en Danny Newman is twee plattelanders wat hul meestersgrade in sielkunde aan die Universiteit Stellenbosch verwerf het. Dié twee is maar enkele voorbeelde van plattelanders wat uit hul agtergeblewe omstandighede beweeg het, die stof van hul voete geskud en ander verkeerd bewys het.

Visagie meen die media berig op 'n neerhalende manier oor plattelandse dorpe. Hy sê alles word nie gesê nie, kleiner goed word opgehemel en aan die groot klok gehang. Hy meen op die platteland word meer gefokus op kultuur en toerisme en nie op dinge soos vooruitgang, opvoeding en ontwikkeling nie.

Newman sê: "Ons word gesien as mense wat nie oor genoegsame kennis en vaardighede beskik om dinge vir onself te doen nie."

Die beeld van die plattelanders in die oë van ander sal dalk net deur hulself en hul denkwyses verander kan word. SMF

DIE GEHATE FEMME FATALE



Najwa Petersen. Ruby Marais. Daisy de Melker. Berugte vroue in Suid-Afrika. In die media is hulle as gewetenlose monsters uitgebeeld. Die vraag is: Is dié vroue dieselfde behandel as mans in soortgelyke posisies? JODY NEL stel ondersoek in.

Die vroulike geslag se onderdrukking in 'n patriargale samelewing is al eeue lank bekend en selfs aanvaar. As jy die Bybel se inhoud as feit aanvaar, was Eva nie net die eerste vrou op aarde nie, maar ook die eerste sondaar. Sy is immers die een wat die verbode vrug van die boom van kennis gepluk het.

In die moderne samelewing het dinge nie veel verander nie. Vroue is wel in 'n beter posisie as waarin hulle 'n honderd jaar gelede was. Dit is grootliks te danke aan vroue soos Susan B. Anthony en Elizabeth Stanton wat reeds in die 19de eeu in Amerika vir gelyke regte vir vroue begin veg het. Maar dit beteken nie vroue is nou gelyk aan mans nie. 'n Mens hoef net na die media se uitbeelding van vroue te kyk om die teendeel te sien. Die media is, en was nog altyd, baie krities teenoor vroue. Vroue moet aan 'n spesifieke idee van skoonheid voldoen, anders is hulle nie goed genoeg nie. Vroue moet ook aan sekere sosiale vereistes voldoen: Hulle moet trou, kinders grootmaak en na die huis omsien. Hierdie neiging is wel verouderd en aan die verander, maar baie vroue leef steeds binne hierdie norm.

Die samelewing neig om vroue

in twee kategorieë te plaas. Een is die "goeie vrou" wat haar plek in die samelewing ken en leef binne die parameters van wat goed en aanvaarbaar is. Die tweede groepering is die "slegte vrou". Sy veg vir wat sy wil hê en konformeer nie met die patriargale idee van vrouwees nie. Die uitbeelding van dié vrou is veral gewild in die vermaaklikheidswêreld.

Die samelewing is gek daarna om bose vroue te haat en wil graag sien hoe dié vroue kry wat hulle verdien

Dink net aan *Isidingo* se Cherel de Villiers-Haines, *7de Laan* se Gita McGregor, *Brothers & Sisters* se Holly Harper of *Prison Break* se Gretchen Morgan. Dié vroue is daarvoor bekend dat hulle nie sal toelaat dat iets of iemand in hul pad staan nie. Om dié rede word hulle uitgebeeld as boos en gewetenloos. En die kykers eet dit op. Vra kykers wie hul gunsteling televisie-karakters is en hierdie soort vroue word

dikwels genoem.

Maar moet dit nie verkeerd verstaan nie. Mense is nie lief vir hierdie vroue nie. Kykers is bloot lief daarvoor om hulle te haat. Gewoonlik loop hierdie vroue se gekonkel uit op 'n slegte einde waarin hulle self aan die kortste ent trek. En die kykers juig oor hul ondergang.

Dit is hier waar die kykers *Schadenfreude* beleef, van die Duitse woord wat van "skade" en "vreugde" kom. Dit is daardie lekker gevoel wat sommige mense uit ander se ellende kry. Volgens Aristoteles is *Schadenfreude* "soeter as 'n heuningkoek wat van die suiker drup en versprei dit in die harte van mense".

Die samelewing is gek daarna om bose vroue te haat en wil graag sien hoe dié vroue kry wat hulle verdien. Dié antipatie is nie net vir fiktiewe televisie-karakters beskore nie, maar ook vir werklike vroue.

SUID-AFRIKAANSE FEMMES FATALES

Najwa Petersen en Ruby Marais het berugtheid verwerf nadat hulle van die moorde op hul mans beskuldig is. Die media het hierdie vroue tydens hul verhore as monsters geskets wat hul

eggenote wreed laat vermoor het. In albei gevalle is mense gehuur om die moorde te pleeg. Albei vroue is as die meesterbrein agter die moorde gesien.

Die manier waarop die media oor hulle verslag gedoen het, is identies. Daar is berig hoe regter Siraj Desai Petersen se gedrag as “pure wreedheid” beskryf het en gesê het “sy het die hof verlei met haar leuens”.

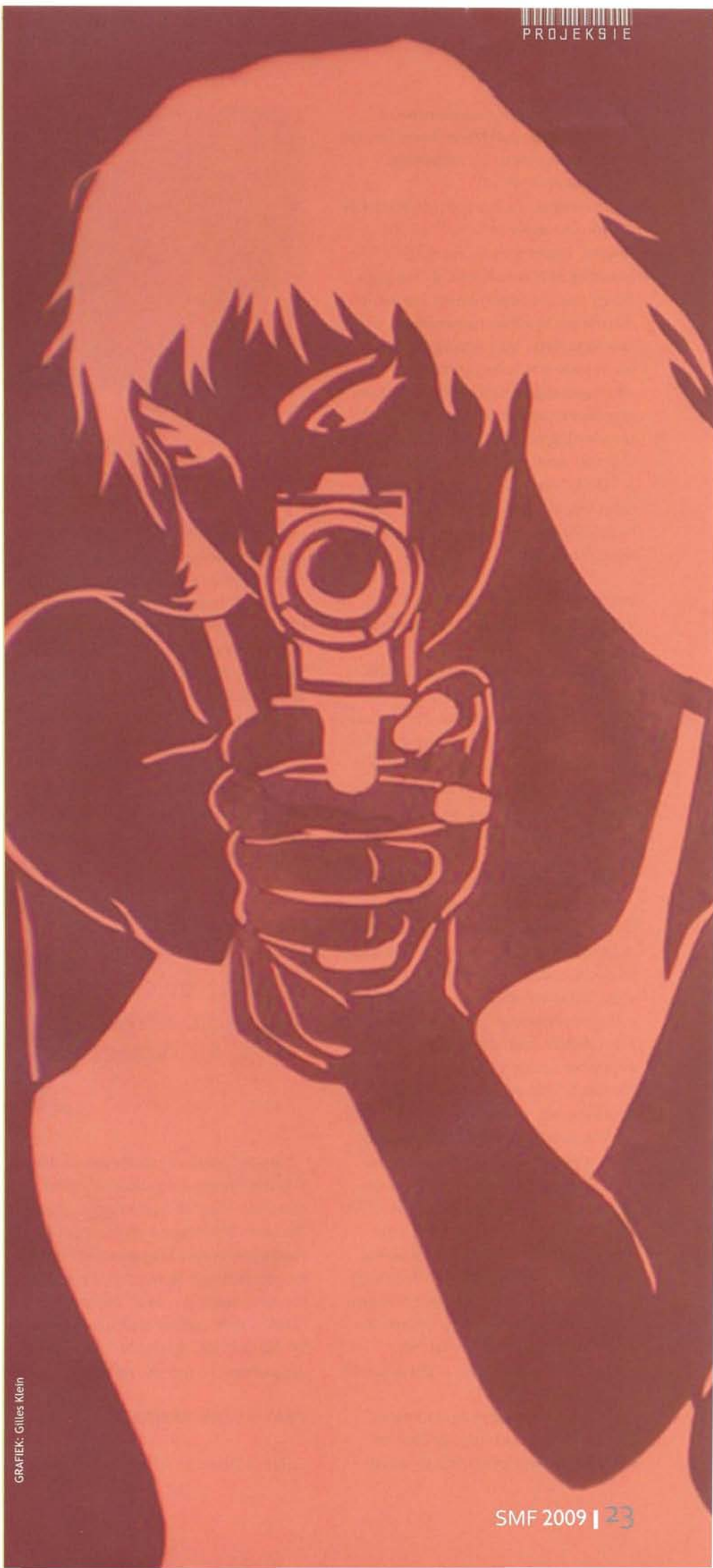
Regter Daniel Dlodlo het, volgens die *Cape Argus*, Marais beskryf as “een van die gevaarlikste leuenaars waarmee ek nog in die hof te doen gehad het”. Albei vroue is vir waarneming in die Valkenburg-psiatriese hospitaal opgeneem waar bevind is hulle kon onderskei tussen reg en verkeerd. Gierigheid is in albei gevalle aangevoer as die rede vir die moord. Albei weduwees sou finansieel baat gevind het by hul mans se dood. Tydens Petersen se verhoor het betogers aangedring op die herinstelling van die doodstraf. Hier het die media die publiek se mening weerspieël.

Die media se uitbeelding van Marius van der Westhuizen, wat in 2006 sy drie kinders doodgeskiet het, en Morné Harmse, wat op 18-jarige ouderdom ’n 16-jarige skoolseun met ’n swaard vermoor het, is anders as dié van Petersen en Marais. Albei mans is skuldig bevind aan moord, maar die media het hulle uitgebeeld as mans met geestelike en/of emosionele probleme, en dat dit tot hul dade bygedra het.

Regter Phillip Hattingh het volgens Nuus24 gesê Harmse se vonnis was vir hom ’n moeilike besluit. Harmse se verdediging het beweer hy kom uit ’n dis-funksionele familie met gepaardgaande gesinsgeweld. Verder is Harmse beskryf as ’n jeugdige met “persoonlikheidsprobleme” wat net vererger sou word deur lang tronkstraf.

Van der Westhuizen is uitgebeeld as ’n gebroke man wat sy dade berou. Die media het berig hoe hy sy gewese vrou om verskoning gevra het en hoe hy in die hof gebewe en gehuil het. Sy verdediging het beweer hy was depressief as gevolg van emosionele mishandeling deur haar, en dat hy aan ’n stresstoornis ly as gevolg van sy werk. Die media het dit só aan die publiek oorgedra.

In die media se uitbeelding van Petersen en Marais is die twee vroue se menslikheid bevraagteken. Alhoewel



GRAFIËK: Gilles Klein

Van der Westhuizen en Harmse se skuld nooit bevraagteken is nie, het die media hulle simpatiek uitgebeeld.

Hoekom is dit so?

Die regters in Petersen en Marais se verhoor het albei as “koud” en “berkend” bestempel. In ’n artikel in *The Saturday Star* verduidelik dr Lorinda Bergh van die departement korrektiewe dienste dat vroulike misdadigers, in haar ervaring, “baie intelligent (is). Hulle weet wat hulle doen.” Sy sê vroulike misdadigers moet nie almal saam gegroeper word nie, maar omdat die samelewing nie misdaad van vroue verwag nie, word hulle as monsters beskou.

Dit is hier waar ’n mens die vraag moet vra: Weerspieël die media die samelewing, of weerspieël die samelewing die media?

WEERSPIEËL DIE MEDIA WERKLIK DIE SAMELEWING?

Simphiwe Sesanti, dosent aan die departement joernalistiek by die Universiteit Stellenbosch, skryf in die joernaal *Critical Arts* oor die opvatting dat die media die “mag het om persepsies... te verander”. Volgens hom kan die media gelykheid tussen mans en vroue te weegbring. Maar omdat dit ’n moontlikheid is, beteken dit nie noodwendig dit is ’n prioriteit vir die media nie.

Dorothy Mbilinyi skryf in haar boek *Gender Relations and Women's Images in the Media* dat die media ’n belangrike rol speel in die “versterking van die sosio-kulturele sfeer van dominante geslagsverhoudinge en -ongelykheid”. Klaarblyklik doen die media dit deur negatiewe beelde van vroue te skep. Hierdie beelde dra by tot die onderdrukking van vroue.

Wanneer ’n vrou verantwoordelik is vir ’n gewelddadige misdaad soos moord, gryp die media na sosiale teorieë om hiervan sin te maak. Een teorie is die Franse sosioloog Émile Durkheim se konsep van *anomie*. Volgens ’n artikel in die *Journal of Criminology and Criminal Justice, Research & Education*, verwys *anomie* na ’n ongesteldheid wat ’n individu ervaar, wat “gekenmerk word deur ’n afwesigheid ... van beginsels”.

In die artikel skryf Amerikaanse akademici van die Gonzaga Universiteit dat *anomie* gebruik kan word



FOTO: Suid-Afrikaanse Nasionale Argief

BO: Daisy de Melker was op haar dag die berugste *femme fatale* in Suid-Afrika. Sy het haar eerste twee mans en haar enigste seun vermoor. REGS BO: Najwa Petersen was een van die mees gehate mense in Kaapstad nadat sy haar bekende man, Taliep Petersen, laat vermoor het.



FOTO: Renee de Villiers

om die media se effek op die vroulike moordenaar beter te verstaan. Wanneer *anomie* op die samelewing toegepas word, impliseer dit sosiale onrus of chaos. Daarom gaan die media ’n “koorsagtige toestand” binne wanneer hulle, en die publiek, van ’n gewelddadige misdaad deur ’n vrou hoor. Wanneer dit gebeur, kom die samelewing se normale reëls tot stilstand. Mense gryp dan na stereotipiese idees van vroulikheid. In die *anomie*-teorie word vroulike misdadigers as óf “sleg” óf “mal” gesien en die media gebruik dié terme vrylik.

In die geval van Petersen en Marais het die media gekies om albei vroue as “sleg” te bestempel

In die geval van Petersen en Marais het die media gekies om albei vroue as “sleg” te bestempel. Omdat Van der Westhuizen en Harmse se verdediging melding gemaak het van emosionele probleme, het die media die twee mans as “mal” bestempel. ’n “Mal”-etiket ontlok makliker simpatie by die publiek, terwyl ’n “sleg”-etiket die publiek se woede ontketen.

WAT SÊ DIE KENNERS?

Volgens Adelene Africa, ’n dosent

in sielkunde aan die Universiteit van Kaapstad, sensasionaliseer die media gevalle van vroue wat moord pleeg, want “hierdie vroue daag stereotipes van tradisionele vroulikheid uit”. Africa, wat op die oomblik ’n doktorsale studie oor vroulike gevangenes in Suid-Afrika doen, sê “vrouemoordenaars is dikwels gekonstrueer as mal/abnormaal/patologies – dus word hulle uitgebeeld as psigologies afwykend, wat dan... aanneemlike redes vir hul dade verskaf”.

Omdat moord nie as ’n “vroulike misdaad” gesien word nie, word vroue wat moor, uitgebeeld as “aggressief, manlik en geldgierig”. Africa glo sulke vroue daag tradisionele geslagstereotipes uit en daarom veroordeel die samelewing hulle met groter felheid as mans. Dit hou sterk verband met die patriargie wat gevestig is op die idee dat vroue onderdanig, afhanklik, versorgend en passief moet wees, terwyl mans die teenoorgestelde is. Sodra vroue dit buite hierdie patriargale idee van vrouwees waag, word hulle veroordeel.

Die wrede *Prison Break*-karakter, Gretchen Morgan, se alias in die reeks is Susan B. Anthony. Die televisiereeks se skrywers het sekerlik nie lukraak op hierdie naam besluit nie. Dit spreek boekdele van die patriargale persepsie van hoe ’n vrou moet wees.

Dit is dus geen wonder die media stel vroue aan meer kritiek as mans bloot nie. Slegs wanneer mans en vroue besluit om weg te beweeg van die normatiewe geslagstereotipering wat bestaan, sal groter gelykheid tussen die geslagte tot stand kom. SMF

SARIE

my inspirasie

No1 selling
women's glossy
139 031
circulation
SOURCE ABC Apr-Jun'09



We are extending
our **inspiration...**

 **sarie.com**

A hub of two-way-
inspiration & solutions

30 304

DOMESTIC UNIQUE BROWERS
FOR THE MONTH OF AUGUST 2009
(NIELSEN NETRATINGS)



SARIE KOS

Honest
food that
inspires

49 566

CIRCULATION
SOURCE ABC JAN-DEC'08

ON SALE **NOW**



SARIE GESOND

Inspiration
for
healthy living

ON SALE **1 FEBRUARY '10**



SARIE WOON

Inspiration
for
lifestyle ideas

ON SALE **4 NOVEMBER '09**



SARIE BRUID

Inspiration
for
your special day

ON SALE **NOW**

Die vorm en lettersoort waarin teks gedruk word, is nie sommer toevallig nie. Dit word noukeurig bedink omdat bepaalde boodskappe daarmee uitgestuur word – nog voor die leser 'n enkele woord gelees het.

**THINUS
DIPPENAAR**

het op 'n paar van hierdie “persoonlikhede” afgekom.



Meer as net
etters

Uit oom *Burger* se gesig kan jy aflei hy is hoogs konserwatief. Sy baba, *Son*, is soos die bedorwe brokkie wat in hoofletters skree om gehoor te word. Allemansvriend *Huisgenoot* probeer waarlik om 'n huisgenoot te wees. Dan is daar *heat*, wat lyk of sy net wil baklei. En die statige uitdrukking van tant *Sarie* laat dit lyk of sy heeldag doilies hekel ...

Dit is van die eerste indrukke wat lesers van dié publikasies kan vorm wanneer hulle na die gebruik van die verskillende lettertipes kyk. Volgens Marja Apteker, 'n professionele handskrif-ontleider van Kaapstad, werk die subliminale boodskappe wat deur lettertipes oorgedra word, op die onderbewussyn van die leser in.

"Terwyl handskrif 'n persoon reflekteer en gedrukte letters deur masjiene gedoen word, word letters nie verniet karakters genoem nie," verduidelik Apteker. Sy meen die uitwerking wat 'n handskrif op die leser se persepsie van die skrywer het, geld vir gedrukte letters ook. "Dit gaan alles oor persepsie en die effek wat dit op die onderbewuste het."

In grafologie (die studie van handskrifontleding) is daar 'n kombinasie van projeksie en reflektoring van die persoonlikheid. Dié twee prosesse vul mekaar aan. In die gedrukte media het die leser nie 'n keuse nie en volgens die teorie is net die refleksie-proses op die leser van toepassing.

'n Lettertipe met 'n Times New Roman-aanslag word byvoorbeeld gesien as tradisioneel nuusgedrewe. Lesers assosieer hierdie lettertipes met tradisionele gedrukte media toe koerante "net verslag gedoen het". Die gebruik van hierdie lettertipe skep die persepsie van geloofwaardigheid.

En dit is nie net breekbladkoerante soos *Die Burger*, *Cape Times* en *Cape Argus* wat hierdie lettertipe gebruik nie. Ook die *Son* en sy eweknie die *Daily Voice* gebruik dit.

"Daar is 'n uniforme gebruik van

hierdie nuuslettertipes in ernstige joernalistiek. Die poniekoerante gebruik hierdie styl om deel van dié persepsie te wees," meen Apteker.

Poniekeerante gebruik ook telkens hoofletters, groter lettertipes en vetdruk om klem te lê. Dit skep die gevoel dat daar op die leser geskree word, veral as onderkoppe onderstreep word. Beide die *Son* en *Daily Voice* gebruik hierdie tegniek. Die dagblaai skree meestal nie, die ponies wel.



Lesers en mediagebruikers het 'n ingebore persepsie van wat professioneel is, sê Apteker. 'n Besige uitleg met teks wat saamgedruk voorkom met min spasie, dui op 'n ongeorganiseerde publikasie. Die persepsie wat dit by 'n leser wek, is onprofessionaliteit. 'n Koerant soos die *Daily Voice* is volgens Apteker té besig. Die tydskrif *Cosmopolitan* het weer groot, gespasiëerde letters

en spasies wat 'n lesersvriendelike en georganiseerde indruk skep.

Tydskrifte is lief daarvoor om gekrulde en reguit lettertipes af te wissel. *Huisgenoot* wend hierdie tegniek effektief aan deur 'n gekrulde nuuslettertipe te gebruik vir artikels waarin verslag gedoen word oor 'n nuusgebeurtenis, en vir stories wat bloot informatief is of selfhelp-kennis oordra, die reguit lettertipe.

Apteker sê die meeste tydskrifte het aangepas by die "kits-era" waarin ons leef. "Dis 'n tyd van kitskoffie, vinnige sms'e en inligting in kort stukkie. Die media het hierby aangepas." Inligting word in kleiner brokkies weergegee en lettertipes word in 'n verskeidenheid groottes, kleure en vorms aangebied om die leser geïnteresseerd te hou. Die meeste tydskrifte gebruik 'n groot verskeidenheid lettertipes op hul rubriekblaaie, wat die vooruitstrewendheid, pret en lighartigheid van die publikasie openbaar.

Apteker meen daar is 'n subliminale betekenis in die gebruik van nuuslettertipes vir sensasionele stories, soos in die geval met koerante. Dit herinner daaraan dat daar akkuraat verslag gedoen word en nie gesensasionaliseer word nie. Lesers sal in sommige gevalle nie eens die akkuraatheid bevraagteken nie. *Huisgenoot*, sowel as *heat*, wend dié tegniek aan.

Die reguit-lettertipes getuig van 'n jonger, liberale identiteit, terwyl die gekrulde lettertipe met sy tradisionele

Kleur en vorm...

Die kleur waarin 'n lettertipe gedruk is, het 'n intuitiewe uitwerking op die leser:

Rooi	Energie, mag
Blou	Vroulikheid
Swart	Ernstig
Groen	Die natuur
Pienk	Meisierig

Die drie vorms waarin letters neig, het elk 'n eie betekenis:



Rond: Sagtheid, vriendelikheid.



Hoekig: Steurend, irriterend, konfrontierend.

Blok: Struktuur, stabiliteit, sekuriteit, prakties.



assosiasie konserwatisme uitstraal. In *Cosmopolitan* kan 'n mens byna geen gekrulde teks-lettertipe opspoor nie, terwyl dit in oorfloed in *Sarie* gebruik word.

'n Tydskrif se identiteit word deur baie elemente geskep, waarvan lettertipe-keuse maar een is, waarsku Anton Sassenberg, 'n tydskrifontwerpkonsultant en Mondi-finalis.

'n Lettertipe het wel 'n spesifieke identiteit, meen Sassenberg, en 'n goeie ontwerper sal lettertipes kies wat hy

voel sal bydra tot die persoonlikheid van die tydskrif. "Tog is daar heeltemal te veel klem op die fontkeuse en nie genoeg op die gebruik daarvan nie."

Ontwerpers kies glo nie 'n spesifieke lettertipe met die leser in gedagte nie. "Goeie ontwerpers gebruik gewoonlik lettertipes wat hulle verkies of waarmee hulle vaardig is." 'n Tradisionele nuus-lettertipe wat as konserwatief beskou word, kan ook as liberaal uitgebeeld word, afhangende van die ontwerper se gebruik daarvan, meen Sassenberg. SMF



Koerant- en tydskrifvoorblaaie wat elk iets van die publikasie se persoonlikheid weergee.

Die Burger

gebruik hoofletters in sy mashoof. Daarmee wil die koerant beklemtoon dat hy belangrik in die samelewing is. Dit gee ook te kenne dat die koerant ernstig is. Die letters is dunner as normaalweg en neig na binne, wat die persepsie skep dat die koerant konserwatief is. Vir die koppe word 'n lettertipe gebruik wat reguit van bo na onder beweeg, sonder frilletjies. "Dis net 'n letter," sê Apteker, "so dit dien net die doel van inligting oordra". Die hoofkop is wel vet gedruk en in 'n lettertipe wat vet letters gebruik. Hiermee word gesê dat die berig vriendelik, dog ferm en belangrik is. Die feit dat die simplistiese font vir die opskrifte afgewissel word met die elegante nuusfont vir die inhoud, sê dat die koerant soos 'n sake-man aantrek, maar ook prakties is.

son

Die **Son** se mashoofletters is rondom as *Die Burger* s'n, wat die effek skep dat eersgenoemde vriendeliker, warmer en meer toeganklik vir sy lesersgemeenskap is. Die kleurgebruik is ook vars en helder, wat gehalte voorstel. Dit geld ook vir die foto's en drukwerk. "Wat *Son* se vet teksletters aan lengte inboet, word voor vergoed in breedte. Dit skep 'n gevoel van kompensasië - die koerant hou die leser in gedagte," sê Apteker.

Die koerant se uitleg is modulêr; berigte is in duidelike blokke ingedeel. "Dit kom skoon en vars voor, wat dui op georganiseerdheid. Dit is nie aggressief nie." 'n Vierkantige vorm dui op stabiliteit. Dit wek vertroue by die leser.

DAILY Voice

Die **Voice** se mashoof is wyer gestrek as die normale lettergrootte en die kleur is ook 'n flouer geel as dié van sy eweknie, die *Son*. Dit laat die koerant goedkoper voorkom en skep die indruk dat sy standaard laer is. Die mashoofletters is dikker, wat oortollig aandoen. Die uitleg is ook oordadig: berigte word in kassies geplaas en ook nog omraam. Apteker meen die ineen-vloeiing van die foto's en teks, wat dié koerant gebruik in uitleg, impliseer dat die leser soos 'n baba gelei word. Sy meen dit wys dat dié koerant meen sy lesers het nie goeie onderskeidingsvermoë nie.

Sarie gebruik 'n ouer lettertipe in hul kopie wat konserwatisme uitstraal. Dit tesame met die spaarsamige aanwending van reguit lettertipes maak die tydskrif meer gesaghebbend. Spasie word ook oordeelkundig aangewend en sorg vir 'n elegante en stylvolle voorkoms.



Cosmopolitan gebruik 'n vars en duidelike lettertipe. Die spasiering is grasieus met baie wit ruimte. Die tydskrif is goed gedefinieer en selfstandig. "Sy weet wie sy is en wie haar mark is," sê Apteker. 'n Eenvormige styl word regdeur die tydskrif gebruik. Dit straal georganiseerdheid en gehalte uit. Sy lyk na 'n stylvolle vrou danksy die aanwending van spasie tussen die letters wat aan haar 'n estetiese kwaliteit verskaf.



Huisgenoot gebruik 'n nuus-lettertipe wat nie een standaarddikte is nie. Die letters is dun na links en dikker na regs. Dit word gemeng met 'n reguit lettertipe elders in die tydskrif en skep 'n eenheid van die oue en die moderne. Sô akkomodeer die tydskrif beide ou en jong lesers se smake. Die indruk is ernstig, dog prettig. Die afwisseling van lettertipes voorkom eentonigheid sodat die oog telkens iets anders vang. "Alles is so verskillend, die oog draal oral en vertoef dan net 'n rukkie op die blad," sê Apteker. Sy meen die variasie in lettertipes is stimulerend.



heat se opskrifte konfronteer die leser. Die lettertipe is driehoekig wat sterk dryfkrag simboliseer. Dit kan lesers opswep of senuweeagtig maak.

Die vorm van

Die vorm van

Die vorm van

Men's Health se lettertipe is sagter en kleiner, wat dit 'n meer vroulike persoonlikheid gee. Artikels word in die nuus-lettertipe uitgelê. Dit weerspieël 'n sakeman wat ook ander, ernstige publikasies soos breëbladkoerante lees. Die tydskrif se keuse van lettertipe skep die indruk dat dit eerder op die intellektuele as die "macho"-man gemik is.

Die vorm van

Die vorm van

Die vorm van

The Identity Anonymity

There are many 'traditional' role players in the media today, each with its own specific identity. They determine not only which media are consumed, but also who consumes what. FRANÇOIS HAASBROEK explores the new role players who are becoming increasingly prominent: those without an identity.



GRAPHICS AND PHOTOS:
François Haasbroek

Anonymity is an integral part of journalism, even though journalists try to avoid it as far as possible. The naming of a source, or at least that of the writer, vastly raises the credibility of the information because someone accepts responsibility for the information. But it is idealistic to expect this to be possible at all times; situations often arise where it is important to protect the identity of sources.

'TRADITIONAL' ANONYMOUS SOURCES

Anonymity promotes free speech. Sometimes sources are unwilling to supply information because they fear persecution, resentment or losing their jobs. But they are often more willing when the protection of their identity is guaranteed. Even though many countries don't have any laws when it comes to protecting anonymous sources or the journalists who use them, there have been numerous cases of journalists suffering in order to protect their sources. Over the course of two centuries, journalists have been held in contempt of court and even imprisoned for refusing to release the names of their sources. Supposedly, most courts have so far managed to restrain themselves, because they don't want to infringe on the right to free speech.

Whether it is leaking government secrets or revealing an actress's indiscretions, the anonymous source is a pivotal part of the journalistic toolkit. But using one often leaves a bad taste, and many journalists prefer not to.

Ben Bradlee, a former editor of the *Washington Post*, banned the use of unnamed sources from his newspaper because he believed it would compromise the integrity of the entire

paper. Although his motivation was well-intentioned, he was forced to lift the ban after just two days because the *Washington Post* wasn't able to stay competitive. This illustrates how well-established the practice is. One of the best known anonymous sources of the 20th century, Deep Throat, contributed to the downfall of the Nixon administration when he blew the whistle on Watergate. Ironically, this was under Bradlee's editorship.

The case is a prime example of how an anonymous source should be treated and protected. Deep Throat remained the best-kept media secret for 30 years, until 2005 when 91-year-old Mark Felt, a former FBI agent, revealed that he had been the source.

Unfortunately, even though this pinnacle of journalism was aided by anonymity, the flipside remains true: anonymous sources are generally more

Anonymous sources are generally more prevalent in publications that don't share the same journalistic integrity as a paper like the *Washington Post*

prevalent in publications that don't share the journalistic integrity of a paper like the *Washington Post*. Tabloids especially run articles revealing scandalous information on a particular celebrity based on information provided by 'a close friend of the star'.

INTERNET: THE NEW PLAYER IN TOWN

Today, newspapers are under siege from the Internet as this cheaper and faster medium encroaches on their readership. Newspapers are losing money because much of their content is available on the web – for free. On top of this, the degree of anonymity found on the Internet has sparked a new style of journalism, one that makes print-puritans cringe.

In cyberspace reports, the byline

is often replaced with an anonymous title. This means the writer no longer has to publicly accept responsibility for the information or opinions he or she disseminates.

Another trend in cyberspace is that of new social media, such as Facebook and Twitter. These make it possible for users to post a variety of personal information, including pictures, text and realtime updates on what they are doing at any given moment.

The overarching theme is rooted in anonymity. Writers can post comments in the cyberworld while remaining in the shadows. Blogging, often conducted anonymously, has become a public forum. Blogs are more opinion-based and less fact-driven than traditional media but have been embraced by Internet users over the past couple of years.

The majority of those active in the blogosphere prefer to use pseudonyms, also called handles. Many of these bloggers have disclaimers on their sites which state that they will be willing to reveal their identity if contacted in a professional capacity. But because of the inherent risks of identity theft, they prefer to publish under pseudonyms.

However, anonymity becomes problematic when bloggers get carried away with the fact that they are not held accountable for what they write. This leads to badly researched, baseless and sometimes downright offensive blogs reaching the blogosphere, while the authors of these posts claim they are celebrating their right to freedom of speech.

Now, even big newspapers have full-time bloggers for their websites. *The Huffington Post*, an online newspaper, has an arsenal of experienced analysts and writers employed as bloggers. However, these bloggers don't use pseudonyms. They also post links in their published articles to their detailed biographies.

PUBLIC MUDSLINGING

It's not only the bloggers who are capitalising on this new-found anonymity. Their readers also getting in on the action. Blogs, as well as news stories published on respected news websites, all include a comment section. Here, people can leave anonymous

The Internet, as a public arena, is a huge asset for the free flow of information and ideas. However, hate speech seems to be rife

posts. The result is that news has become a conversation. There has always been space in newspapers for reader comments, but it is usually limited. Also, an editorial team chooses which letters get published. But online, comments are instant and unlimited, put through a filter which searches only for offensive words. This screening process is easily circumvented by the clever use of dashes and symbols in appropriate places. Once screened, comments are published immediately.

Comment sections are used for debates that very often get heated and offensive. For examples of this, one need look no further than News24.com's sports pages. The users of this site love rugby. Almost every single story on the sport will spark widespread reactions from users. Towards the end of the forum, the debate usually turns to race and politics, leaving the original story almost forgotten.

Comments such as "Peter de Villiers was appointed coach by the 'black' government so that rugby in South Africa will fail on purpose because it is a white sport" get a lot of responses. Or "Tsepho-with-an-o" will get a lot of anger directed at him after he posts that "Dutchmen" should stop watching rugby and turn to soccer because it is the biggest and most important sport in the country.

ADDRESSING ACCOUNTABILITY

Here the right to free speech gets blurry. The Internet, as a public arena, is a huge asset for the free flow of information and ideas. However, hate speech seems to be rife. Anonymity on the Internet gives the user considerable power.

With no means of tracing comments to their sources, users are not held accountable for their statements and are able to say whatever they like. They can make comments about a person or group, comments which under normal circumstances they might not have the courage to say. Blogging, it seems, is the cyber equivalent of road rage.

The abuse of anonymity on the Internet has been treated leniently because of the difficulties involved in identifying culprits. This has lulled

them into a sense of security. Hate speech and libel apply not only to traditional forms of the media, but also to new media, like the Internet.

Rosemary Port is an American blogger currently involved in a civil court case because of a blog she posted. Port, who wrote under a pseudonym, published a piece called "Skanks in NYC", in which she targeted various New York socialites, using inflammatory terms like 'skanks' and 'whores'. The main target of the abuse, model Liskula Cohen, didn't take this comment in her stride. She sued Google and won the case, forcing the company to reveal the identity of the blogger in order for her to sue for libel. Cohen subsequently filed a defamation suit against Port who, in turn, is now suing Google for revealing her identity. The court cases are still being heard.

A precedent has been set. The Internet is no longer an unregulated blank wall where anybody can simply write what they want. The need for regulation is important because anonymity is a double-edged sword. At times it undermines the credibility of journalism. But often, it is necessary. Which ever way you look at it, the faceless are not voiceless. They will always have their own identity in the media, whether they call themselves Deep Throat or Rugby_Boer89. SMF





GRAFIKA: François Haasbroek

TV se kleurvolle nasie?

In amper elke tweede televisie-advertensie kuier 'n groep vriende van verskillende rasse en kulture nou vrolik saam. **TRACEY-LEE DAVIS** bekijk die rol, indien enige, van "reënboognasie"-advertensies in Suid-Afrika se nasiebou.



Elton en Jan is bure met min oog-hare vir mekaar. Elton is bruin, Jan is wit. Alles, van tuinmaak tot die kruideniersware wat hulle koop, word 'n stryd tussen die twee. Albei is groot ondersteuners van die Springbok rugbyspan, maar ook daar wil hulle mekaar oortref met steun vir die span.

En soos dit mededingende bure betaam, vertrek Elton en Jan elk in hul eie voertuig na 'n groot wedstryd. Elkeen in 'n Springboktrui. Langs die veld beland hulle wraggies langs mekaar, en Elton en Jan word hier beste pëlle.

Dit is natuurlik te danke aan die gees by die rugby, as 'n mens Vodacom se *Player 23*-advertensieveldtog moet glo. So bring een van die land se grootste sportsoorte twee mans van verskillende kleure bymekaar op die klank van die advertensie se slagspreuk: "Elton en Jan/die *soul* van die span."

Die onderliggende boodskap: Rugby verenig die nasie.

Vergelyk 'n ander advertensie: 'n groep mans van verskillende rasse en kleure wat die groot lewensomblieke, soos die geboorte van 'n kind, deel. Dit gebeur teen die musikale agtergrond van Prime Circle se "These could be the best days of our lives". Elkeen met 'n

bier, 'n Castle Lager, in die hand.

Ook hier is die boodskap: Bier verenig die nasie.

Dr Sarah Britten, direkteur van strategiese beplanning by die advertensie-maatskappy Young & Rubicam, het haar doktoraat verwerf met die tesis *One Nation, One Beer: The mythology of the New South Africa in Advertising*. Sy behandel die vraag oor hoe die mites van 'n reënboognasie en die nuwe Suid-

Ná ongeveer 46 jaar van apartheid is vreedsame verhoudings tussen swart, wit, bruin en Indiër die beeld wat Suid-Afrika vir die wêreld wil voorhou

Afrika in advertensies uitgebeeld word.

Volgens haar is daar drie benaderings wat gebruik word om die nasie te adverteer: die besweringsbenadering, die romantiese benadering en identifiseringsbenadering.

Die besweringsbenadering weergee oorheersende nasionale mites sonder om hulle te bevraagteken, terwyl die romantiese benadering die aanames waarop sulke mites gebaseer is, onder-
vra.

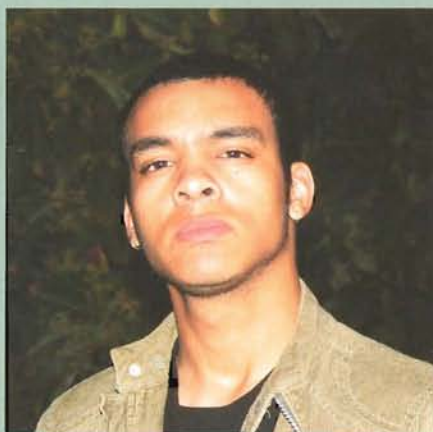
Volgens Britten fokus die identifiseringsbenadering op dit wat tipies Suid-Afrikaans is, sonder enige ideologiese agenda. Dié benadering word dan al hoe meer opmerklik namate die mite van die nuwe Suid-Afrika al hoe meer 'n onrealistiese langtermynideaal word.

In 'n artikel wat in die *Natal Witness* verskyn het, skryf Stephen Cohen dat nasionale simbole die mense van 'n land 'n sterk sin van nasionale identiteit gee. Die simbole wat hy in die artikel uitwys, is die nasionale vlag, posseëls, banknote en munte, asook monumente en geboue. Maar deesdae lyk dit al hoe meer of rugby, en by name die Bokke, 'n groot nasionale simbool is. En wat van die span so 'n nasionale simbool maak, is die ondersteuners. Natuurlik

Word die idee van nasiebou werklik uitgebeeld in advertensies?



"Die advertensies is nie regtig suksesvol nie. Hulle beklemtoon die feit dat nasiebou nie werklik besig is om te gebeur nie. Dit maak die baie verskille tussen kulture en rasse in die land duideliker."
– Jillian Croy



"Dit is 'n vorm van nasiebou. Ons sal nie nou al die effekte daarvan sien nie, maar dalk met die volgende generasie. Vandag se kinders kyk heeldag televisie, en hulle kan hulself makliker met dié soort advertensies vereenselwig."
– Darren da Silva



"My mening is dat die advertensies nie die algemene werklikheid uitbeeld nie. Hierdie gevalle bestaan wel, maar is meestal geïsoleerd. Mense se denke moet verander en dit is die regte medium. *Fake it, till you make it.*"
– Viane Fredericks

weet maatskappye soos Vodacom dit en hulle begryp goed dat so 'n nasionale simbool Suid-Afrikaners 'n gevoel van eenheid kan gee. Want Suid-Afrika is die tuisland van die Springbokke waar ondersteuners ondanks ras, klas, geloof of politieke verskille saamstaan.

Dit is immers ná 1994 dat Suid-Afrika bekend geword het as die "reënboognasie", en wanneer het Suid-Afrikaners meer opvallend as 'n nasie saamgestaan as toe die Bokke in 1995 die Wêreldbeker gewen het?

Reënboognasie. Volgens Wikipedia is dié term die eerste keer deur emeritus-aartsbiskop Desmond Tutu gebruik om die nuwe Suid-Afrika te tpeer. Ná ongeveer 46 jaar van apartheid is vreedsame verhoudings tussen swart, wit, bruin en Indiër die beeld wat Suid-Afrika vir die wêreld wil voorhou.

Maar ná soveel jare van oorheersing deur die wit minderheid wat alle aspekte van mense se lewens beperk het tot die etniese groep waarin hy of sy geklassifiseer is, is die skepping van dié beeld nie 'n eenvoudige taak nie. Suid-Afrikaners het, ondanks die nuwe optimisme in die lug, nie geweet hoe en waar om te begin om in vrede saam te leef, oor grense heen met mekaar te praat, mekaar te respekteer en almal in ag te neem nie.

Dit is hier waar die reklamebedryf 'n gaping gesien en ingespring het, en dalk kon hulle met die oorredingskrag van advertensies Suid-Afrikaners laat glo in een nasie, een land en die konsep van 'n reënboognasie. Of nie?

Britten het in 'n ander artikel, "How advertising helped create the New South Africa", ondersoek ingestel na advertensies wat sedert 1994 Suid-Afrikaners laat glo het dit is moontlik om mekaar se kulture te verdra en dat wit en swart vir mekaar en saam kan lag sonder om mekaar aan te val. Sy skryf hoe dit duidelik was dat die taak van nasiebou net suksesvol sou wees as gedeelde mites, nuwe stories en simbole geskep word.

Voorbeelde daarvan is Castle Lager se slagspreuk "one nation, one goal, one beer, one soul" wat tydens die Wêreldbekersokkertoernooi van 1998 gebruik is, die "Welcome"-veldtog en slagspreuk wat Suid-Afrikaners aanmoedig om toeriste te verwelkom, en die konseptualisering van die regering



FOTO: Alan Fey

se Masakhane-veldtog wat dorpsgemeenskappe aanmoedig om vir dienste te betaal. Britten sê in die artikel dat dié tipe advertensies, veral die Castle Lager-veldtog, 'n verheerliking is van die verhouding tussen nasie en produk. Danksy advertensies, het Suid-Afrikaners nuwe gemene beelde en simbole, dit wil sê meestal produkte, wat vir hulle as 'n definisie van nasionaliteit kan dien.

Die vraag is of hierdie advertensies die werklikheid weerspieël? Ons hoor, lees en sien nog daaglikse gevalle van rassisme. Aan die ander kant kan mens ook vordering sien; jongmense wat saam verkeer, kinders wat nie meer in 'n land grootword waar hulle geleer word om dié wat anders lyk, te haat nie. Dit is die generasie wat die bewys van 'n reënboognasie vir die res van die land kan wees.

Deesdae sien ons al hoe meer gemengde paartjies wat onbewus van die wêreld rondom hulle sonder skaamte verlief rondloop. Dis tog vir hierdie soort vryheid waarvoor daar dekades geveg is. Die Suid-Afrikaanse media loop oor van boodskappe van versoening, vergifnis en onvoorwaardelike liefde vir jou medelandsburgers.

Maar die media se boodskappe lyk soms ook bietjie aangeplak.

BO: Suid-Afrikaners berei hulle voor om Suid-Afrika se eenheid sowel as diversiteit in 2010 te vier. ONDER: Elton en Jan saam met hul ondersteuners.



In advertensies soos die nuutste van Fattis en Monis, sing 'n swart gesin soos wafferse Italianers, sommer in operastyl. Die seun se wit vriend kom kuier en skielik sing hy saam. Dit lyk net té goed om waar te wees. Nie die singery nie, maar dat die wit seuntjie ewe gemaklik by die swart gesin se vrolike aandete inpas.

Dit is nie 'n beeld wat deur ons werklikheid gesteun word nie, maar eerder 'n ideaal van wit, swart, bruin en Indiër wat saam kan leef.

Suid-Afrika is nou al in sy vyftiende jaar van demokrasie. Vyftien jaar wat gekenmerk is deur baie veranderinge en deurlopende pogings tot nasiebou. Maar dit lyk of die reklamewese die ideaal van 'n ongepolariseerde Suid-Afrika so effens vooruit loop. Ons moet dalk maar vir nou tevrede wees met 'n volgehoue strewe na die eenheid wat nou meestal net op ons televisieskerms in advertensies uitspeel. SMF



Poniepers ry stereotipes bloots



Die geval Blackman Roderick Ngoro in 2005 en die berugte "aliens"-geval in 2008 was twee voorbeelde van stereotipering deur die poniepers wat wye mediadekking gekry het. Stereotipering is egter 'n daaglikse verskynsel. **RUDOLF STEHLE** stel ondersoek in.

“Baba-las”, kondig die *Son* in vet wit letters op sy voorblad aan. En daarby?

“Meeste gevalle van kleingoed wat aan fetale alkoholsindroom ly, in Wes-Kaap – want swanger vroue suip hier.”

Stereotipering kan kwalik meer eksplisiet as dit wees. Tóg is stereotipering so eie aan poniekoerante soos koeksisters aan ’n kerkbasaar.

In hul boek *Key Concepts in Communication and Cultural Studies* definieer Tim O’Sullivan en sy medeskrywers stereotipering as “die sosiale klassifisering van spesifieke groepe en mense as dikwels hoogs vereenvoudigde en veralgemeende tekens, wat implisiet of eksplisiet ’n stel waardes, oordele en aannames heg aan hul gedrag, karaktereenskappe en geskiedenis”.

Dié definisie laat mens terugdink aan ’n opspraakwekkende voorval in Julie 2005. Dié keer was die skuldige die Kaapse poniekoerant, die *Daily Voice*.

Blackman Roderick Ngoro, ’n adviseur van die Kaapstadse burgemeester, het in ’n rassistiese rubriek op sy webwerf, www.asiaafrorights.org, teen bruin mense uitgevaar.

Hy het gesê as ’n mens deur Kaapstad stap, word jy gebombardeer met “insults from Coloured beggars (sic), homeless, and drunk on cheap wine”.

Hy het ook aangevoer die beledigings “are base and vile and include those about one’s mother’s genitals”. ’n Growwe stereotipering van bruin mense hiërdie.

Die *Voice*, wie se lesers hoofsaaklik afkomstig is uit die bruin werkersklas op die Kaapse Vlakte, het besluit om vir sy lesers op te kom.

Die dag ná Ngoro se rubriek verskyn het, het dié poniekoerant in ’n tweeledige opskrif op sy voorblad uitgebasuin: “Mayor’s toyboy calls Coloureds DRONKS and says his ‘African culture is SUPERIOR. We Say...’”. Die tweede deel van die opskrif het gelui: “Jou ma se p– –s”.

In plaas van die stereotipiese uitbeelding van bruin mense te bevraagteken, het die *Voice* besluit om die gesprek binne die raamwerk van daardie stereotipe te voer. Deur op dié manier te reageer, het die koerant Ngoro se stereotipiese beeld van Kaapse

bruin mense bevestig.

Soms kan stereotipering verreikende gevolge hê. In Mei 2008 is Suid-Afrika byvoorbeeld deur ’n vlag van xenofobiese geweld geteister.

Die *Daily Sun*, die land se grootste dagblad met ’n leserstal van ongeveer vier miljoen, het na onwettige immigrante as “aliens” verwys. Een opskrif het gelui “War on aliens”, ’n ander “War against aliens: Thousands

As toeris sou jy
vergewe gewees het
as jy gedink het dit
is wetenskapfiksie

forced to flee Alexandra”. As toeris sou jy vergewe gewees het as jy gedink het dit is wetenskapfiksie.

In joernalistiekkringe is gedebatteer oor die media se rol in die uitbreek van die geweld en die *Daily Sun* was onder verdenking omdat ’n groot deel van sy lesers in die gebiede woon waar die geweld voorgekom het.

In sy artikel “Of aliens and mobs” op sy blog, The Harbinger, noem prof Anton Harber tereg dat die gebruik van die woord “aliens” die effek het dat dit buitelanders etiketteer as buitelanders wat anders, vreemd, en selfs gevaarlik is.

Nadat die Media Monitoring Project (MMP) en die Consortium for Refugees and Migrants in South Africa ’n klag teen die *Daily Sun* by die persombudsman en die Suid-Afrikaanse Menseregtekommissie ingedien het, het die partye gestop.

Die *Sun* het ingestem om ’n verklaring te plaas waarin hulle onderneem om op te hou om die woord “aliens” te gebruik om buitelanders te beskryf.

Hoewel dié gevalle uitsonderlik was ten opsigte van die hoeveelheid media-aandag wat dit gekry het, was dit betreklik geïsoleerd.

Die sogenaamde “bladsydrie-meisies” wat ’n kenmerk van die meeste poniekoerante is, is egter ’n voorbeeld van gender-stereotipering wat daaglik plaasvind.

Dié volbladgrootte foto’s op bladsy drie van meisies wat gewoonlik óf baie skamel geklee óf bostukloos is, bestendig die chauvinistiese beeld van die vrou as seksobjek wat slegs daar is om die man seksueel te bevredig.

Volgens Colleen Lowe-Morna, uitvoerende direkteur van Gender Links, slaan poniekoerante ook munt uit die stereotipe van die “bose vrou”.

In “Tabloids as gender activists? Research says no” merk sy op dat die *Daily Voice* met Dina Rodrigues se vonnisoplegging na haar verwys het as “Pure Evil” en ’n foto van haar gepubliseer het wat gemanipuleer is sodat dit bloedbelope lyk.

Op dieselfde trant verwys die *Voice* op 8 September vanjaar na Najwa Petersen, wat skuldig bevind is aan die moord op haar man, Taliep Petersen, as die “Killer weduwee”.

Volgens Lowe-Morna is die beroepe waarin vroue in poniekoerante figureer ook opvallend stereotipies. Die enigste beroepe waarin vroue oorheers, is as modelle, binnenshuise versierders, huiswerkers, kantoorwerkers, maatskaplike werkers en skoliere.

Hierteenoor oorheers mans in beroepe soos dié van sakemanne, arbeiders, bestuurders, godsdiensteleiers en politici.

Poniekeoerante dra volgens Lowe-Morna ook by tot die stereotipering van macho mans. Só het die *Daily Sun* na die penis van ’n verkragter as die “spear of the nation” verwys, terwyl die *Daily Voice* manlike lesers in ’n seksrubriek aangeraai het om hul penisse te oefen totdat dit “’n swaard van beheer” is.

Lowe-Morna verwys in ’n artikel op die *Sunday Independent* se webwerf na ’n berig oor die kaptein van Orlando Pirates, Benedict Vilakazi, met die opskrif “Bucs captain on rape rap!”

Die berig oor die “Shock charges” is vergesel van ’n foto van Vilakazi saam met ’n model. Lowe-Morna merk op die oorheersende indruk wat geskep word, is dat daar iets bewonderenswaardig manlik is omtrent die beweerde voorval.

Nóg ’n groep wat deurloop onder die stereotipering van die poniepers, is homoseksuele mense.

Só byvoorbeeld verskyn die *Daily Voice* op 11 Junie 2008 met die hoofopskrif “Moffie hooker *steeked* me”.

Prof Pierre de Vos, grondwetkenner aan die Universiteit van Kaapstad, argumenteer in 'n artikel, "On the Daily Voice and the 'M' word", dat koerante die konstitusionele verantwoordelikheid het om nie haat teen minderheidsgroepe te bevorder nie.

Hy skryf dat deur die woord "moffie" op só 'n afbrekende wyse te gebruik, die *Voice* die stereotipe van homoseksuele mans as gewelddadig en weersinwekkend bestendig en aan sy lesers toestemming gee om met gays die spot te dryf en vir hulle te lag.

Volgens De Vos kan vooroordele in die samelewing nooit diskriminasie regverdig nie en daarom is die gebruik van 'n pejoratief soos "moffie" onverdedigbaar.

Ook op kulturele gebied buit poniekoerante die moontlikhede vir stereotipering uit.

Dr Herman Wasserman, media- en kommunikasiedosent aan die Newcastle Universiteit, maak die opmerking in sy artikel "A 'danger to journalism'", dat ofskoon poniekoerante na kultuur kyk vanuit 'n Afrika-perspektief, dit beperk is tot verslae oor hekserie, bygeloof of wondergenesings.

Blaai mens deur poniekoerante, is sulke berigte volop.

In "Beast strikes in Bloem!" berig die *Daily Sun* van 8 September oor 'n sangoma se drie beeste wat deur 'n "mystery beast" verskeur is.

Op 8 Julie vanjaar berig die *Son* in "Man sê slang treiter hom" oor 'n man

wat snags nie kan slaap nie omdat 'n "toorslang" hom "anaal treiter".

In "Bose mag wil huis afbrand", berig dieselfde koerant op 10 September oor 'n gesin van Mitchells Plain wat sê dat 'n demoniese mag hul huis probeer afbrand.

Andrew Koopman, *Son*-redakteur, stem nie saam met bewerings dat die koerant stereotipeer nie. "*Son* maak hom nie aan stereotipering skuldig nie. Inteendeel, *Son* verwerp die stereotipering van mense geheel en al."

Op die vraag of *Son* se verwysing na 'n "dom Engelsman" in 'n berig oor 'n man wat homself met 'n naelknipper probeer besny het, stereotipering is, sê

...poniekoerante is die pornograwe van die inligtingsmedia

Koopman: "Wel, as hy nie dom is nie, weet ek nie wat dom is nie, en hy het sekerlik homself die reg toegeëien om dom genoem te word.

"Dit is een voorval waar ons na 'n Engelsman as dom verwys het en enige

redelike mens sal die afleiding maak dat hy dom is, want die mens van gemiddelde intelligensie sal beslis nie so iets doen nie ... Ons stereotipeer hom nie, hy verdien om so genoem te word."

Koopman se verwysing na "enige redelike mens" en "die mens van gemiddelde intelligensie" is problematies. Wat is 'n redelike mens?

Een van die klousules in *Son* se etiese kode lui soos volg: "*Son* moedig rasseharmonie aan en streef daarna om die welsyn en vooruitgang van alle sektore van die bevolking te bevorder deur sy verslaggewing."

Dit is duidelik dat *Son* sy eie etiese kode verbreek en hom wel aan stereotipering skuldig maak wanneer hy berig dat swanger vroue in die Wes-Kaap "suipt" en dat 'n Engelsman "dom" is.

Hazel Friedman, 'n joernalis by *Special Assignment*, meen poniekoerante is die pornograwe van die inligtingsmedia.

"Ek bedoel dit nie op 'n veroordelende of moralistiese manier nie, maar hulle is 'in jou gesig'. Dit is nie in poniekoerante se belang om nuanses of dubbelsinnighede uit te lig nie.

"Ek dink nie poniekoerante wil doelbewus stereotipes laat voortbestaan nie. Maar hulle mik beslis vir die laagste gemene deler deur middel van die mees uitdagende opskrifte.

"Die doel van 'n poniekoerant is om lesers te lok, of dit nou is deur die voortsetting van gender-stereotipes, skokwaarde of sensasie." SMF



LINKS: 'n *Son*-leser verlustig hom in die nuutste uitgawe van die poniekoerant.

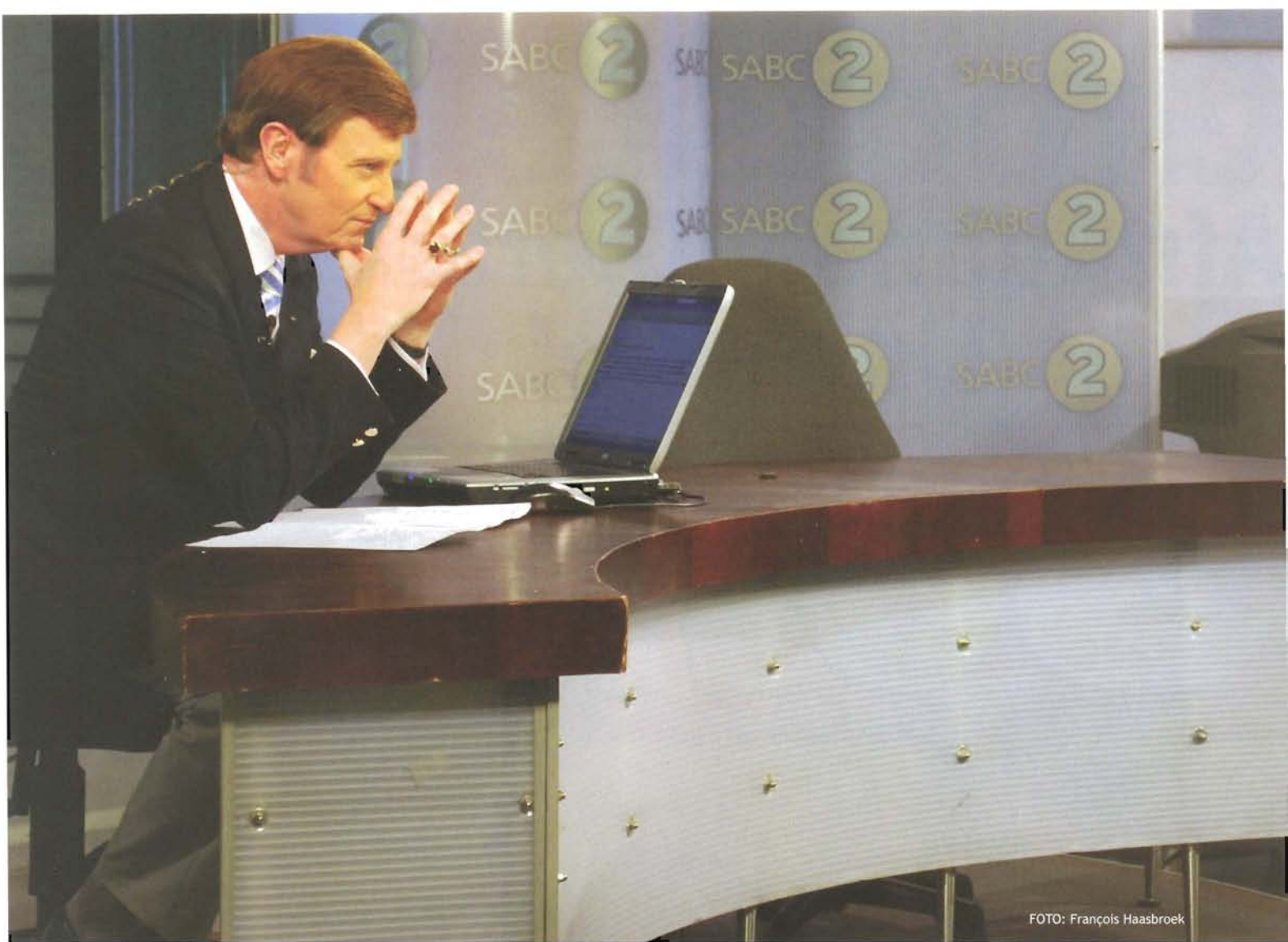
FOTO: Rudolf Stehle

Grootste Afrikaanse Koerant in die Universe!

son

sien alles





BO: Riaan Cruywagen sit gereed vir SABC2 se Afrikaanse nuusbuletin.

Die GESIG van die NUUS

Vir baie mense is dit nie bloot die nuus op TV wat tel nie, maar wie dit aanbied. Sommige kykers beskou nuuslesers en programaanbieders as die filters en interpreteerders van 'n chaotiese en onverklaarbare wêreld. Walter Cronkite is selfs as die "mees vertroude openbare figuur in Amerika" bestempel. **ROELINE DANEEL** vors op eie bodem na wat die beeldkapitaal van nuus- en aktualiteitsprogramme is.



*Iewers in daardie groot en grys ou
gebou
in Auckland Park
Waar Riaan se reuke aan die mure
bly klou
Wag sy kil op die kamera se oog
Sy lek haar lippe so effentjies droog
En dan begin sy praat...*

Só sing Johannes Kerkorrel en sy Gereformeerde Blues Band in die laat 1980's. Maar terwyl hierdie rampokkers dalk wantrouig staan teenoor nuuslesers, is hulle juis die gesagsfigure wat dikwels die meeste vertrou word.

Die Amerikaanse CBS-nuusman Walter Cronkite is in 1972 deur 'n gesaghebbende peilingsmaatskappy as die "mees vertroude openbare figuur in Amerika" aangewys. Hy het oudpres Richard Nixon en verskeie senatore om dié titel geklop en het tot met sy dood in Julie vanjaar dié etiket behou.

Met sy ryk baritonstem en netjiese snorretjie het Cronkite Amerika deur van die grootste gebeurtenisse in die tweede helfte van die twintigste eeu gelei: die eerste maanlanding, die Viëtnam-oorlog en die sluipmoord op pres John F. Kennedy. En die publiek het hom vertrou. Wanneer Cronkite sy bulletin met sy kenmerkende, "That's the way it is," afgesluit het, was dit doodeenvoudig hoe dit was.

Vandag is dit moeiliker vir aanbieders om dieselfde vlak van onaantasbaarheid te bereik. Met meer gesigte wat op meer televisiestasies met verskillende markte praat en mekaar selfs weerspreek, is die moderne wêreld meer wantrouig teenoor gesagsfigure. Die konsep van waarheid is ook vloeibaarder as vroeër. Tog bereik sekere aanbieders steeds byna kultusstatus. Sonder hierdie ikone sou nuus- en aktualiteitsprogramme waarskynlik suksel om kykergetalle (en natuurlik die gepaardgaande advertensie-inkomste) te behou.

Peet van Staden, uitvoerende regisseur van die SABC se Afrikaanse televisienuus, definieer hierdie waarde wat kykers aan 'n

nuusleser heg as "beeldkapitaal". "Dit gaan oor die somtotaal van gunstige indrukke wat 'n aanbieder oor jare by kykers opbou en wat as't ware eksponensieel groei tot by 'n punt waar hy of sy volgens die kykers eintlik niks verkeers kan doen nie," verduidelik hy.

Watter eienskappe maak 'n aanbieder geloofwaardig? Ruda Landman, eertydse aanbieder van die gewilde M-Net aktualiteitsprogram *Carte Blanche*, beklemtoon die waarde van eerste indrukke. "Kyk 'n mens na Walter Cronkite of Dan Rather ('n voormalige CBS-nuusanker) lyk dit eenvoudig asof mens hulle kan vertrou," sê sy.

Sy voeg by dat op-pervlakkige eienskappe op die lang duur nutteloos is. "Dan gaan dit oor die verhouding met jou gehoor en of hulle voel hulle kan jou vertrou op grond van wat hulle van jou werk weet," sê sy.

REGS: Ruda Landman was vir byna 20 jaar een van die bekendste gesigte op Suid-Afrikaanse televisie.

"Jy het 'n verhouding met jou gehoor en dit is die kosbaarste ding wat jy het."

Van Staden meen ook talent is belangrik, maar dat slegs professionaliteit en volgehoue verbetering 'n aanbieder se aansien kan laat aanhou groei. "Dit is gevaarlik om te probeer bydra op enige ander manier as met professionaliteit."



FOTO: M-Net

As sy dit sê, kan jy dit voel

"Dit is asof daar wêreldwyd 'n persepsie bestaan dat harde nuus, veral moord en doodslag, gewoonlik met groter oortuiging deur 'n man aangebied word," sê Riaan Cruywagen.

Ruda Landman, een van die TV-vroue wat haar bedrewenheid met harde feite bewys het, meen egter vroue het eienskappe wat juis tot hul voordeel kan strek. "Ek dink vroue stel belang in die mens, nie net in wat gebeur het nie," sê sy. "Ek dink ook mans wil nie so graag ingetrek raak nie. 'n Vrou wil juis kontak maak en regtig connect." Sy verwys na Deborah Tannen

se boek *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation* waarin aangevoer word dat kommunikasie vir mans om aksie gaan, maar vir vroue om interaksie. "Vroue soek verhoudings, ons soek verbin-tenis, ons soek intimiteit. Mans soek feite en aksie. Ons soek na verskillende goed." Hoewel feite natuurlik onontbeer-lik in enige nuusstorie is, lê die sukses van aktuele programme soos *Carte Blanche* daarin om die hartklop van kliniese onderwerpe te laat deurskemer. En hiervoor is vroue dalk beter toegerus.

Die sukses van 'n nuus- of aktualiteitsprogram word dikwels gekoppel aan die identiteit van die ankerpersoon. Van Staden merk op dat kykers dikwels die aanbieder en die nuusinhoud verwar. Wanneer 'n gerekende aanbieder 'n teks lees wat foute bevat, word die nuusredaksie geblameer. Wanneer dieselfde flater uit 'n minder geloofwaardige mond kom, kry die nuusleser egter al die blaam. "Kykers vergeet of verreen nie dat dieselfde nuusredaksie al die aanbieders se teks skryf nie."

Landman sê dieselfde gesag is aan haar en haar destydse mede-anker, Derek Watts, toegedig. "Die publiek assosieer absoluut die inhoud met die persoon. Hulle besef nie daar is 'n hele span daaragter nie. Ek weet mense het gedink ek doen alles. Ek het tot die vliegtuig gevlieg as ons weg was!"

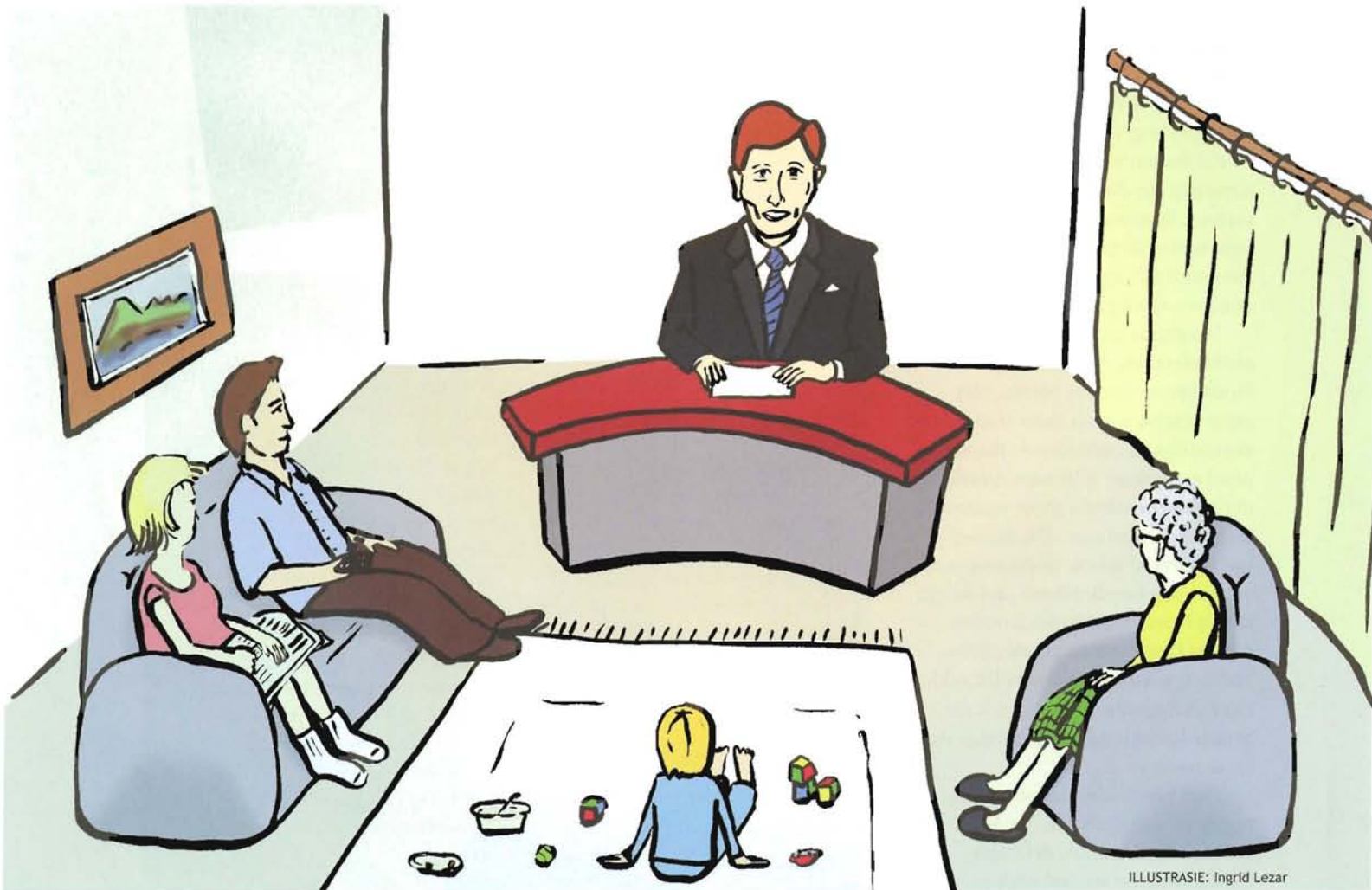
ONDER: 'n Kunstenaarsvoorstelling van hoe Riaan Cruywagen deel van baie televisiekykers se gesin geword het.

Die publiek assosieer absoluut die inhoud met die persoon. Hulle besef nie daar is 'n hele span daaragter nie. Ek weet mense het gedink ek doen alles. Ek het tot die vliegtuig gevlieg as ons weg was!

Van Staden meen 'n aanbieder se gewildheid "neem met die jare buite verhouding toe tot waar die egtheid van die inligting soms nie van die bron óf die redaksie óf die nuusorganisasie afhang nie, maar van die aanbieder".

Veral Amerikaanse nuuskanale bou hul beeld rondom aanbieders. In Suid-Afrika is die kultuur van nuuspersoonlikhede minder prominent, maar wel daar. Die SABC se veteraanuusleser Riaan Cruywagen is 'n sprekende voorbeeld. Hy het in die oë van baie mense bykans mitiese status verwerf.

Cruywagen bied die nuus reeds sedert die eerste Suid-Afrikaanse TV-uitsendings in 1976 aan. Hy is vir menige Afrikaanse kykers 'n televisie-uuspionier, net soos wat Cronkite vir die Amerikaners was. Sy kleredrag en haarstyl het oor drie dekades min of meer onveranderd gebly. Leiers en politieke partye het gekom en gegaan, noodtoestande



ILLUSTRASIE: Ingrid Lezar



FOTO: United States Library of Congress

BO: Walter Cronkite op televisie in 1976.

is afgekondig en die SABC is onder totale nuwe bestuur geplaas, maar steeds kan kykers op Riaan Cruywagen staatmaak om die wêreld na hul woonkamers te bring.

“Alles om hom het verander, maar Riaan is steeds daar,” sê Landman. “Elke aand om sewe-uur kan jy weer hoor wat aangaan.”

Vir baie kykers is Cruywagen 'n baken in die nag. “Hy het met sy professionaliteit en bekendheid vir sommige kykers selfs sekuriteit verteenwoordig in 'n samelewing vol veranderinge,” verduidelik Van Staden. “Hy kon oor soveel jare bly aanbied omdat hy aanbidding nooit as 'n trappie na iets anders beskou het of hom nooit aan die een of ander party of produk buite sy nuusbuletin verbind het nie. Die gevolg is dat hy vir party mense bykans 'n nasionale instelling geword het; iets wat amper verder strek as gewildheid.”

Volgens 'n grap wat vertel word, is Cruywagen nie 'n mens nie, maar 'n marionet wat die SABC elke aand afstof en voor die kameras plaas. Cruywagen meen hierdie verwydering van die persoonlike stel hom in staat om steeds so lank in kykers se persoonlike ruimtes vertrou te word. Hy glo dit is omdat “min mense my in lewende lywe sien, maar ek tóg al 34 jaar lank 'n bekende gesig

in hulle woonkamers geword het. Hulle voel hulle ken my, maar hulle ken my ook nie. Ek is vir die kykers slegs tweedimensioneel, 'n vertroude objek wat hulle sien, maar nie in drie dimensies kan aanraak nie.”

Cruywagen sê hy kan bloot dankbaar wees oor sy gewildheid wat hom toelaat om so lank reeds te doen wat hy liefhet. “Ek is intens dankbaar vir die vertroue en doen steeds my bes om dit nie te skok nie.”

Sy mentor is juis Walter Cronkite omdat hy nooit volkome tevrede van die werk af huis toe gegaan het nie. “Daar is altyd iets wat jy beter kon gedoen het,” sê Cruywagen. “Selfvoldaanheid en 'n reuse-ego is enige nuusleser se doodskoot.”

Wanneer hy gevra word hoe lank hy nog hoop om nuus te lees, is sy antwoord onomwonde: nie voor hy die volmaakte bulletin voorgelees het nie. “Ek oefen nou reeds 34 jaar om die kuns van nuusaanbidding op televisie te bemeester. Die dag wanneer ek dit regkry, sal ek uitree.”

Vir dié selferkende perfeksionis sal die dag waarskynlik nie somer aanbreek nie. Ook maar goed so, want dan sal Suid-Afrikaanse televisie een van sy min ware legendes verloor en menige Suid-Afrikaner sal armer voel sonder een van die openbare figure wat hulle só lank sekerheid besorg het. SMF

'n Lewende legende

In antwoord op die reeks Chuck Norris-grappe wat 'n paar jaar gelede gesirkuleer het, het 'n hele paar plaaslike weergawes rondom Riaan Cruywagen se persona ontstaan:

■ Riaan Cruywagen dra nie 'n pruik nie. Hy het een perfekte haar wat sy hele kop bedek.

■ Cruywagen praat 27 van Suid-Afrika se elf amptelike tale vlot.

■ Een aand tydens 'n advertensieflits het Cruywagen teenoor die grimeerkunstenaar opgemerk hy is “moeg van die apartheidnonsens”. Nelson Mandela is die volgende dag uit die tronk vrygelaat.

■ Die SABC is in werklikheid 'n geheime organisasie van Switserse bankiers wat die wêreld ekonomie manipuleer. Die voorsitter is niemand anders as Sy Agbare Riaan Cruywagen nie.

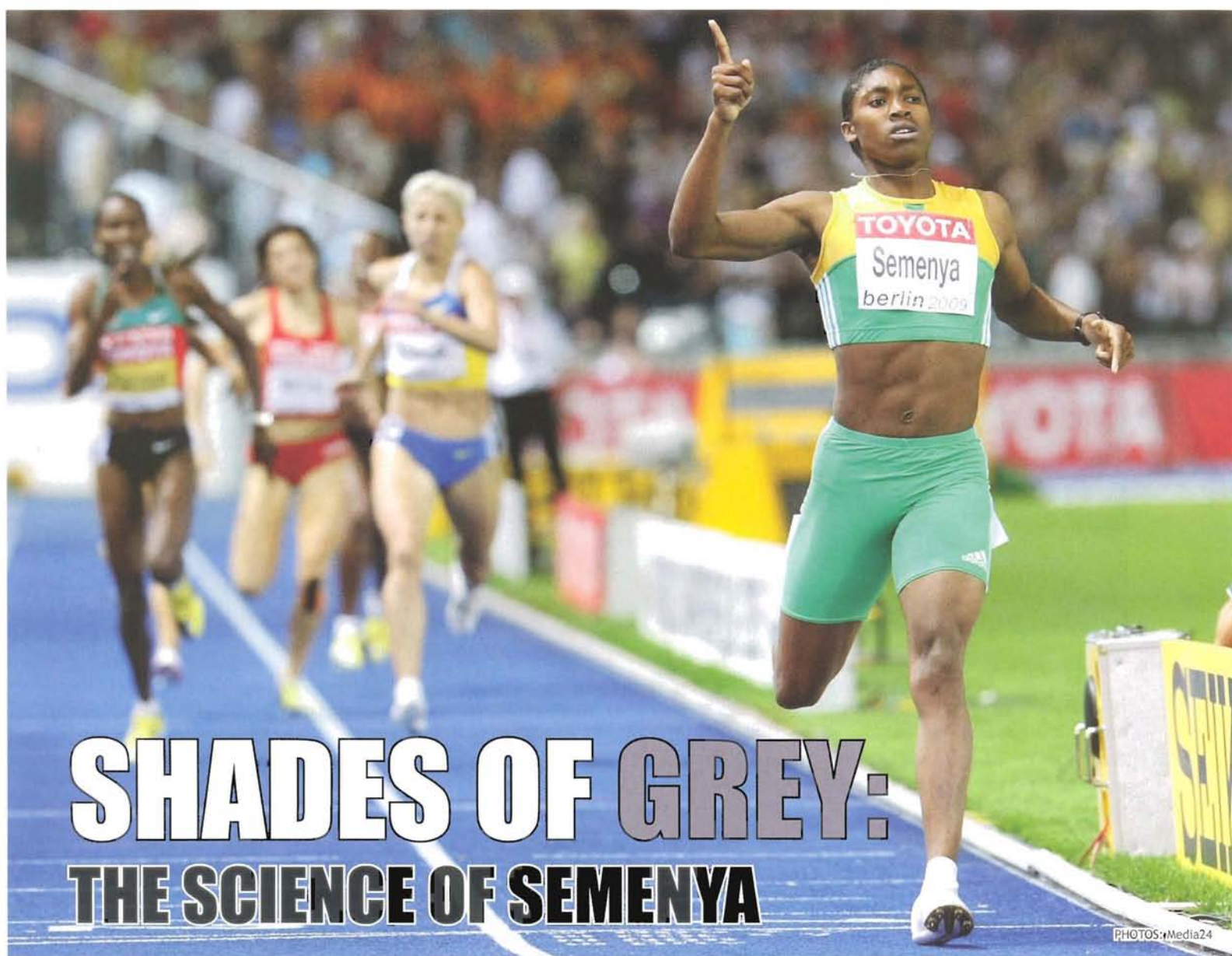
■ Bruce Willis se karakter in die *Die Hard*-rolprente is gegrond op Riaan Cruywagen se ongepubliseerde outobiografie.

■ Cruywagen is 'n gerekende digter en skrywer. Hy is egter te beskeie om onder sy eie naam te publiseer en gebruik skuilname soos Hemingway, Proust en Chaucer.

■ As Riaan Cruywagen nie die nuus lees nie, het dit nie gebeur nie.

BRONNE

Insig, Beeld en
www.adultjokes.co.za



Caster Semenya has been called 'stoutly built,' 'masculine' and, most recently, a 'hermaphrodite'. What does this term refer to and what does it mean for Caster? **CHARL DU PLESSIS** ventures a reply.

When Caster Semenya changed into her soccer kit in high school, she did it out of sight. She was the only girl in the team. A girl who preferred soccer to skirts perhaps, but definitely a girl. As she crossed the finish line at the World Athletics Championships a few years later, the whole world would question this.

"She called me after [the heats] and told me that they think she's a man," Semenya's grandmother told *The Times* newspaper.

The 18-year-old gold medallist

from rural Limpopo was dragged into the international spotlight after her astounding 1:55:46 finish in the Women's 800 metre event in Berlin. After the race, the International Association of Athletics Federations (IAAF) announced complex gender testing had begun on Semenya. The IAAF said it did not suspect dishonesty, but said it was left with little choice in the matter.

"She won by two seconds in a race in which it can be usual to win by hundredths," reported *universalsports.com*.

For most South Africans – inclu-

ding Semenya's teammate who told the *Mail & Guardian* how she changed at a distance – this was irrelevant. Their girl had won.

Max du Preez described it in *The Star* as "a wave of indignation and outrage by South Africans of all groupings and by the country's media. Black, white and brown South Africans adopted her as a national hero and demonstrated an extraordinary national outpouring of caring toward the 18-year-old."

Leonard Chuene, head of Athle-

tics South Africa (ASA), as well as senior ANC politicians, quickly responded to the testing with a slew of racism allegations against the IAAF, white South Africans and the South African media. The Young Communist League said it “smacks of racism of the highest order. It represents a mentality of conforming feminine outlook within the white race.”

Much of the indignant fury was indeed centred on how Semenya could have been picked from a field of less than stereotypically ‘feminine’ girls. Pin Khoabane aptly summed it up in her *Sunday Times* column. “There’s no doubt that Semenya doesn’t look anything like that which the world desires girls to be, but to question her gender on the basis of muscularity and looks require that you cast your eye across the entire athletics field.”

But the issue is not necessarily as black and white as the political fallout that followed. Dr Ross Tucker (PhD), an exercise physiologist at the University of Cape Town, explains on his blog, sportsScientists.co.za, that all too often the realities of human sexual development do not correspond with rigid societal distinctions.

“Gender refers to how an individual portrays him or herself – for example, male or female. It is more of a social construct than a biological one. Sex on the other hand, is biological, and that is the essence of the debate, whether or not Semenya is of male or female sex, not gender.”

This important distinction was missed when anonymous sources, allegedly close to the Semenya investi-

gation, leaked two pieces of information to the international media.

The first appeared on 24 August, when the UK *Telegraph* quoted a source as saying that Semenya’s testosterone levels were

“three times higher than those normally expected in a female sample”.

Just over two weeks later, the Australian *Daily Telegraph* published a report alleging there was evidence that Semenya had internal testes and no uterus. Their source allegedly told the newspaper that there “certainly is evidence that Semenya is a hermaphrodite”.

These reports ripped through the South African media, but with allegations of racism, sexism and mismanagement already rife, little attention was given to the complex nature of sex testing.

Science – much like Caster Semenya herself – became a silent victim.

For the reports to use the term ‘hermaphrodite’, says Tucker, “is probably not entirely accurate, since the classification of intersex conditions [doesn’t] use the term much anymore,

except in very rare cases and this seems unlikely to be one”. If the foreign reports were correct, it is possible that Semenya could rather have what is described as a DSD, or disorder of sexual development.

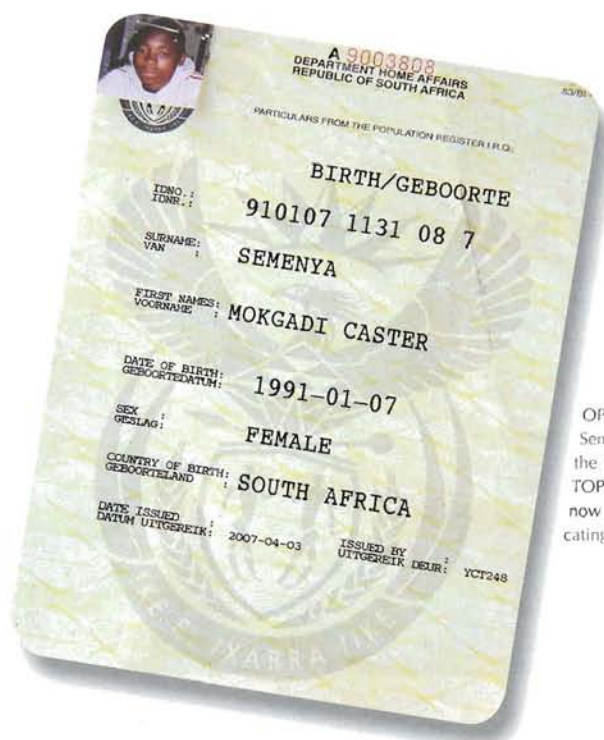
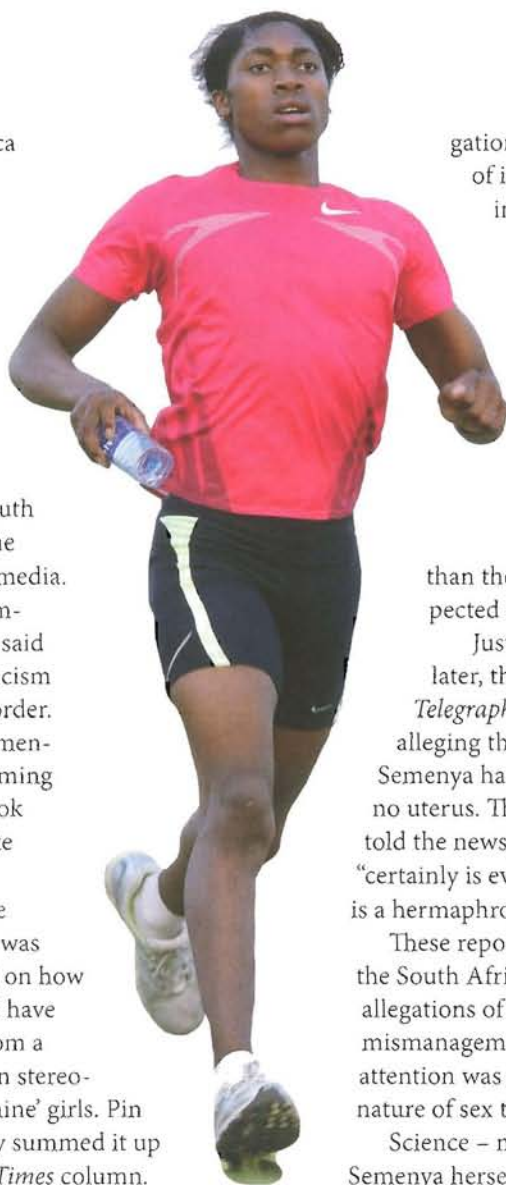
“DSDs are the disorders that are often responsible for producing what is known as an intersex condition, a condition where a person develops ambiguous genitalia,” says Tucker. To understand what this means, it is necessary to understand some of the genetic basics of how babies develop.

Tucker explains it as follows:

- In human genes, female babies usually have two X chromosomes and males usually have an X and a Y chromosome.
- Despite this, all fetuses initially develop by ‘default’ as girls.
- For the development of a baby boy to begin, a ‘switch’ on the Y chromosome of the baby must first be ‘flicked’.
- This switch, however, can malfunction or short circuit – preventing the normal development of a boy (under-masculinised male).
- Conversely, if the switch is activated mistakenly, a female baby can begin to develop as a boy (masculinised female).

“These people are intersex, and they present the challenge with regards to sporting participation,” says Tucker. “The ethical debate around this is huge and one that I have no answers to.”

Tucker says there are a variety of



OPPOSITE PAGE:

Semenya wins the 800m event at the IAAF World Championships. TOP: Training in pink. LEFT: The now famous birth certificate indicating Semenya’s sex as female.

possible disorders that may have caused Semenya's condition. If news reports are to be believed, however, it is possible that Semenya has an X and a Y (male) chromosome. During her foetal development her switch may have malfunctioned, in essence 'short-circuiting' the transition to male development. This would account for reports of high levels of testosterone.

While there are a number of explanations for the faulty switch, two pertinent ones in Semenya's case are androgen insensitivity syndrome and 5-alpha-reductase deficiency. Both these conditions could result in the development of internal testes and the absence of a uterus or ovaries.

Strikingly, the IAAF policy document on gender verification says persons with certain intersex conditions can compete against other women. Eight women failed the gender verification test in the 1996 Atlanta Olympic Games; seven had the former condition and one the latter. All of them were allowed to compete.

For all the speculation, Tucker makes it clear that there is little to do but wait for the official test results.

The IAAF says that the case will come before the executive council meeting in Monaco on 21 November. "It is clear that she is a woman but maybe not 100 percent. We have to

see if she has an advantage from her possibly being between two sexes compared to the others," says IAAF General Secretary Pierre Weiss.

The athletics body convened a special panel on the matter, one of whom is relatively certain of what the outcome should be if Semenya tests as intersex. Dr Myron Genel, a professor emeritus of paediatrics at Yale University, told *The Times* that women

Women who are born and raised as female before the onset of puberty should be allowed to compete in women's events, period, end of discussion

who are born and raised as female before the onset of puberty "should be allowed to compete in women's events, period, end of discussion".

With whom does the blame lie in a case like Semenya's?

The IAAF claims it asked ASA for a report on Semenya's sex three weeks

before Berlin. Chuene denied this, but subsequently admitted that this was a lie. Chuene was not dismissed, despite the fact that the IAAF's policy document on gender verification states that any "problems related to this issue are expected to be picked up by national team doctors".

Should we blame the media?

Prof Anton Harber of the Journalism Department at the University of the Witwatersrand points out on his blog, theharbinger.co.za, that the Australian paper which carried the story seems to have had no regard for the victim of such unwanted attention.

"Once the information is out, however, the rest of the media would look foolish if they did not follow the story, though we can still be careful about treating the story with care and trying to minimise the hurt."

Or do we dare look to ourselves?

As Harber says, the politicians, media and South Africans who have claimed to support Semenya by calling her 'our girl' miss the point completely.

"If we emerge from this issue with a more nuanced sense of sexual identity and use it to break down the stereotypes which have prevailed and caused such pain and harm, if we pull our perspective in line with what the science is telling us, then it will be for the good." SMF



Semenya dances at her rural Limpopo birthplace

Responsible

journalism

PRINTED

RESPONSIBLY

Strong ethics underly responsible actions. That is why at Paarl Media, we have led the way in ensuring your work is printed with minimum impact on the natural resources without compromising the print quality.

Newspapers, magazines, marketing material and books are printed responsibly:

- Green paper choices
- Eliminating emissions
- Eco friendly inks
- Recycling
- Reducing energy consumption
- Cutting waste



Sepies is nie altyd seepkissies

FOTO: Annelie Maré



Die sepie-genre is só diep deel van mense se lewens dat dit die potensiaal het om die samelewing te beïnvloed en selfs te verbeter. Maar mag ons dit van hulle verwag? **ANNELIE MARÉ** stel ondersoek in.

Niks kry koerante se brieweblaaie en ook internetforums so aan die gons soos sepies, hul karakters en storielyne nie.

Soek jy die gewilde Afrikaanse sepie *7de Laan* op Facebook, kom jy op meer as sestig groepe oor die reeks af. Daar is min of meer ewe veel bewonderaars- en haatgroepe, en selfs een of twee met jong akteurs wat rolle bedel.

En toe die sepie vanjaar sy eerste liefdesverhouding oor die kleurgrens kry, gons dit éérs.

In akademiese kringe word gevra of sepies aktief behoort by te dra tot die vorming van 'n nuwe, nasionale identiteit waar ras en klas nie in die pad van liefde staan nie. Maak dit saak of sepies, wat tradisioneel as vermaak en ontvlugting gesien word, daaroor praat of nie?

Die antwoorde op dié vrae begin by 'n erkenning van die invloed wat die sepie-genre werklik op mense se lewens en hul wêreldbeskouings het.

Tanya van Tonder, wat saam met Jacques Blignaut die rolle van Ciska en

Vince (die wit vrou en bruin man in die veelbesproke gemengde verhouding) vertolk, vertel hoe kykers dikwels nie tussen aktrise en karakter onderskei nie.

“Ek is nou al gewoond daaraan dat dit deel van elke Pick 'n Pay-uitstappie is dat mense my voorkeer en vra hoe dit met my (as Ciska) gaan,” sê sy gemoedelik. “Hoe gaan dit met Vince? Wanneer word jy gesond?”

Nadia van der Merwe, 'n dosent in mediastudies aan die Universiteit van Johannesburg, verduidelik daar is verskeie redes waarom mense dikwels so diep betrokke by sepiekarakters raak.

Om mee te begin nooi sepiekykers die karakters elke dag in hul huise in. Die stories word deel van hul alledaagse roetine, en die karakters soos ou bekendes.

Verder kry veral plaaslike sepies dit reg om 'n wêreld te skep wat vir kykers bekend is, al is dit selde presies dieselfde as hul werklike leefwêreld.

“Die plekke is bekend, die kwessies wat aangepak word, is bekend en van

die sepies vier ook dieselfde openbare vakansiedae,” verduidelik Van der Merwe. En dit gebeur ondanks die feit dat episodes dikwels lank vooruit geskiet word.

Hannelie Marx, 'n navorser van die Universiteit van Pretoria se departement Afrikaans, wys daarop dat Suid-Afrikaanse sepiekarakters meer eg voorkom as hul Amerikaanse eweknieë.

In die VSA is swart mense byvoorbeeld erg onderverteenvoerdig en word sterk klem gelê op voorkoms, terwyl Suid-Afrikaanse sepies mense van alle vorms en kleure insluit.

In *7de Laan* se geval is daar ook dikwels bekendes wat die reeks se boekwinkel en nagklub besoek. André P. Brink, Deon Meyer en John van de Ruit is maar 'n paar van die skrywers wat al boekbekendstellings in die Laan gehou het. Dit alles help om 'n identifikasie met karakters in dié parallele wêreld te versterk.

Daarmee saam gebruik sepieskrywers verskeie verfynde tegnieke om mense voor die kassie vasganael te hou.



Anna McCarthy skryf in *The Television Genre Book* dat konflik en komplikasie in sepies gewoonlik nou verweef word, sodat 'n boeiende storielyn nooit opgelos word voor die volgende een begin nie.

Begin jy kyk, hou die spanning jou dalk net lank genoeg daar om te sien wat volgende gebeur. En kort voor lank is die karakters deel van jou daaglikse roetine.

Die vraag bly: selfs al pas sepies so gemaklik in mense se lewens in, het dié genre 'n geloofwaardige stem wanneer dit by ernstiger storielyne kom, of dien dit bloot as ontvlugting?

Volgens *Yes! Magazine*, 'n Amerikaanse tydskrif wat veral op kwessies van volhoubare ontwikkeling en sosiale geregtigheid fokus, het sepies definitief 'n rol in die samelewing te speel.

Die tydskrif berig dat die organisasie Search for Common Ground (SFCG), wat dwarsoor die wêreld werk om samehorigheid te bewerkstellig waar daar konflik is, die werklike mag van die sepie-genre ontdek het.

In Burundi het SFCG 'n radio-sepie met die naam *Umubanyi niwe Murungu* ("Ons bure, onself") ingespan om die verhaal van twee Hutu- en Tutsi-families te vertel.

Die reeks se boodskap van versoening was uiteindelik so doeltreffend dat die SFCG nou soortgelyke sepies in Sierra Leone, Masedonië, Liberië, die Kongo, Angola, Indonesië en die Palestynse gebiede inspan.

As 'n mens na die Suid-Afrikaanse joernalis, skrywer en akademikus Graeme Addison luister, is die moontlikhede wat sepies bied vanselfsprekend. "Sepies is vir die elektroniese era wat die mondelinge tradisie vir Homer en die roman vir Tolstoi was,"

skryf hy. Dit is "'n eenvoudige, selfs barbaarse, koppeling met die bloed wat in ons gedeelde are vloei".

In dié sin bied Suid-Afrikaanse sepies 'n besondere geleentheid om 'n eens verdeelde samelewing uit te beeld as samehorig in al sy diversiteit.

Marx argumenteer ten gunste van hierdie siening in haar MA-tesis, *Narrative and soap opera: A study of selected South African Soap Operas*.

Het dié genre 'n geloofwaardige stem wanneer dit by ernstiger storielyne kom, of dien dit bloot as ontvlugting?

Sy skryf dat identiteit gedurig herdefinieer word, en dat dit wat 'n nasie skep (van kulturele produkte soos kunswerke tot mediaprodukte soos sepies), ook bydra tot die herdefiniëeringsproses. Met dit as vertrekpunt is dit interessant om op die verskil in aanslag by vier sepies van die SABC te let.

"*Muvhango* het 'n sterk kulturele aanslag in sy benadering van die Venda-kultuur," sê Van der Merwe.

"*Generations* stel 'n glansryke wêreld voor waarin swart mense suksesvol is en vooruitgang maak. *Isidingo* beklemtoon transformasie en oorgang in die nuwe Suid-Afrika binne 'n multi-kulturele en veeltalige konteks, en *7de Laan* beklemtoon die plek van Afrikaans en die Afrikaanssprekende in die nuwe Suid-Afrika."

Só word aandag geskenk aan die be-

BO (van links na regs): Felicity, Emma, Charmaine, Alyce en Altus. Vir kykers wat sepiesterre gereeld in hul huise innooi kan hierdie *7de Laan*-karakters "soos familie raak".

langrikheid van 'n oorkoepelende Suid-Afrikaanse identiteit en uiteenlopende identiteite binne die nasionale konteks.

Tog is dit volgens Linda Scheepers, hoofskrywer by *7de Laan*, nie noodwendig vir dié sepie 'n prioriteit om so indringend oor hierdie kwessies te besin nie.

"*7de Laan* is 'n vermaaklikheidsprogram en nie 'n opvoedkundige program nie," verduidelik Scheepers, wat al sedert die sepie se ontstaan aan die draaiboek skryf en sowat agt jaar as hoofskrywer werk.

"As ons op enige manier nasiebou aanmoedig, is dit 'n pluimpie."

Vir haar is die fokus eerder op mense se doen en late, en vloei stories oor karakters se kulturele agtergrond uit die stories self eerder as om die kollig te steel.

"Hoewel mense se stories ons hooffokus is," voeg sy by, "poog ons voortdurend om positiewe boodskappe uit te stuur – ook wat interkulturele interaksie betref. Die afgelope nege jaar was daar talle voorbeelde van storielyne waar hierdie verhoudings op 'n ongedwonge, gemaklike en positiewe manier uitgebeeld is."

Dr Viola Milton, ook van die departement Afrikaans by die Universiteit van Pretoria, meen egter hierdie soort vriendskaplike verhoudings is nie noodwendig genoeg nie.

Wat hierdie joviale vriendskappe oor die kleurgrens verskans, is dat die program eintlik nader aan die persepsie van 'n soort "apart, maar gelyke ontwikkeling" funksioneer, skryf sy in *Local is lekker: Nation, narration and*



BO: Die Afrikaanse band Die Heuwels Fantasties besoek die 7de Laan-stel. Volgens Nadia van der Merwe kan die insluiting van bekendes uit kykers se regte lewe die realiteitsgevoel van sepies verskerp. REGS: Vince (Jacques Blignault) en Ciska (Tanya van Tonder) soos hulle op *Huisgenoot* se voorblad verskyn het.

the SABC's Afrikaans Programming.

"Terwyl hierdie vriende saamspeel, saamwerk en selfs saambly, sal hulle nooit, ooit saamslaap nie."

Hoewel seks selde in *7de Laan* ter sprake kom (en Vince en Ciska se romanse was geen uitsondering nie), kan mens tog sê 'n grens is uiteindelik oorgesteek met dié paartjie se verskyn- ing in die reeks.

Die reeks se vervaardiger, Danie Odendaal, vertel in 'n onlangse onder- houd met *Huisgenoot* dat kykers se reaksies baie wissel. "Party voel dit is heeltemal natuurlik en hoog tyd, en ander dreig om hul TV's af te skakel."

Sommige briefskrywers in *Huisge- noot* het gekla die storielyn is onnodig pessimisties omdat Vince en Ciska negatiewe reaksies op hul verhouding moet hanteer (van, onder andere, haar ma).

Sepies is vir die elektroniese era wat die mondelinge tradisie vir Homer was... 'n eenvoudige, selfs barbaarse, koppeling met die bloed wat in ons gedeelde are vloei

Maar Jacques Blignaut, wat die rol van Vince vertolk en in die regte lewe ook in 'n gemengde verhouding is, sê dis nie noodwendig ver van die waarheid nie.

"Ons was gelukkig nooit in 'n lelike situasie waar mense ons uitgekryt het nie, maar daar was tog gevalle waar jy die ondertone van afkeur kon hoor, of agterkom mense skinder agter jou rug," het hy aan *Huisgenoot* vertel.

Scheepers meen dit is moeilik om alle kykers tevrede te stel.

"Storielyne val nie altyd in almal se smaak nie. As daar oorweldigende negatiewe reaksie op 'n karakter of storielyn is – en hiermee bedoel ek nie een of twee briewe in die media nie, eerder 'n stortvloed oproepe of briewe na ons of die SABC – sal ons dit vanselfsprekend in ag neem. Ons wil immers nie ons kykers vervreem nie. So iets gebeur egter bitter selde, indien ooit."

Van der Merwe meen daar is meer as een rede waarom die storielyn onge- maklik vir sommige kykers is.

"My navorsing het getoon dat *7de Laan*-kykers die sepie assosieer met ligte vermaak en humor. Te ernstige of polities gelaaide storielyne pas dus nie altyd die verwagtinge van die gehoor nie," sê sy.



Van Tonder stem saam dat die reeks eintlik meer op ligte vermaak fokus, maar wys daarop dat aktuele kwessies tog dikwels aangeraak word. 'n On- langse voorbeeld is die storielyn van skoolkinders wat dwelms misbruik.

Dalk is *7de Laan* nie doelbewus be- sig om die Suid-Afrikaanse samelewing saam te bind of kommentaar te lewer nie, maar die reeks bied tog 'n blik op die vordering wat ons sover gemaak het. Of nie gemaak het nie.

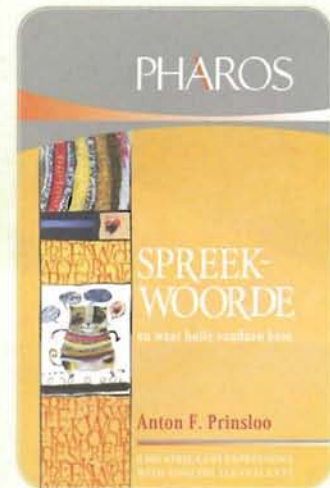
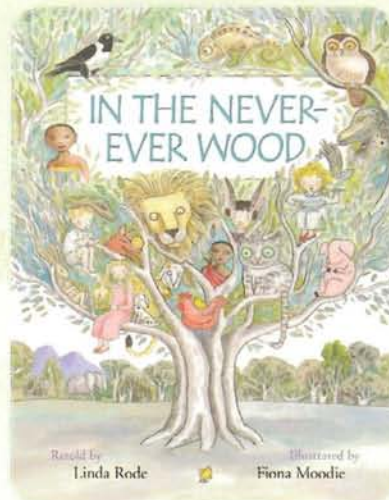
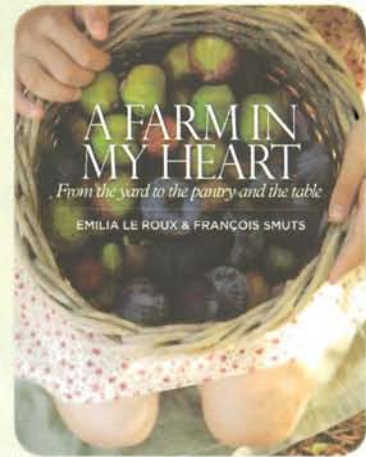
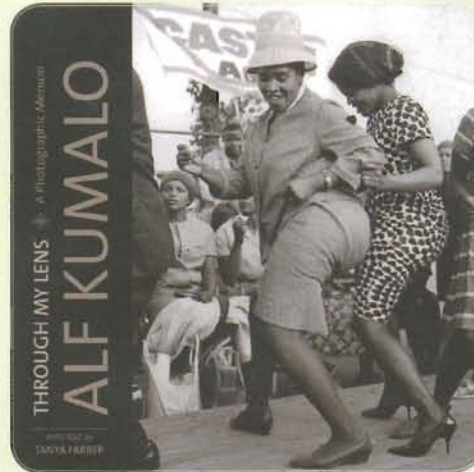
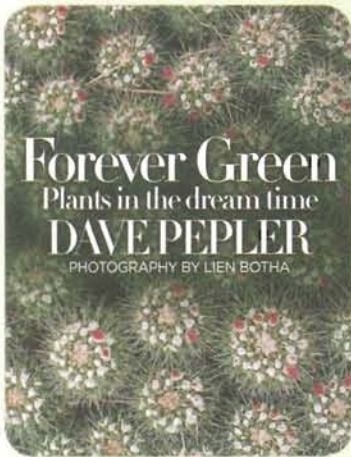
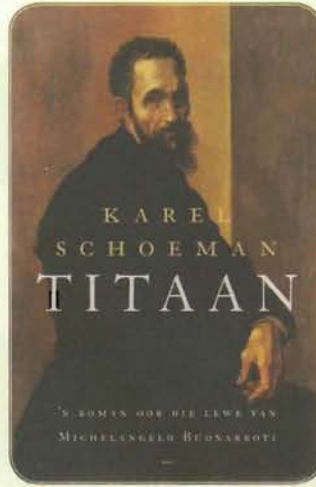
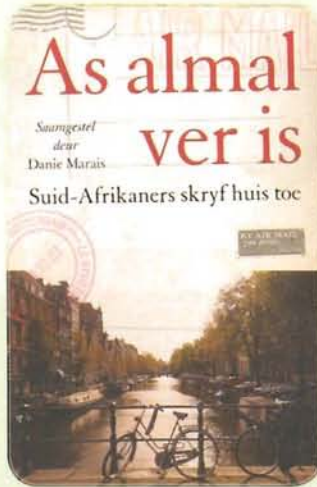
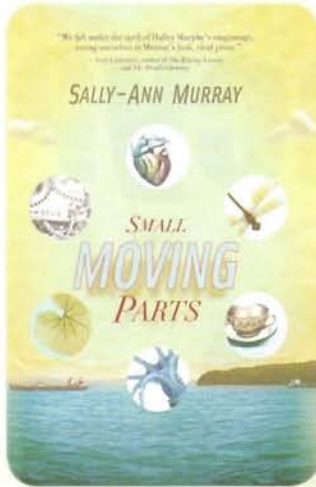
Van Tonder meen die nuus is oor- wegend goed. "Ek dink mense sien dit as net nog 'n liefdesverhaal. Ek het nog niemand op straat ontmoet wat negatief oor die verhouding is nie. Mense gee om vir hulle."

Sy dink na.

"Ek kry nogal die idee hulle wil hê dinge moet uitwerk tussen ons, dat ons ons *happily ever after* moet kry." SMF

PROUD PUBLISHERS OF LOCAL TALENT

TROTSE UITGEWERS VAN PLAASLIKE TALENT



www.nb.co.za

nb
UITGEWERS
PUBLISHERS

Tafelberg
Human & Rousseau
Pharos
Kwela
Best Books

Killing customs to save democracy?



GRAPHIC: François Haasbroek

South Africa's democratic order has brought much freedom – but also conflict, especially with traditional customs and their custodians. One area which is set to become a 'test case' in this regard is the custom of male circumcision. In performing its duty the media have to weigh up the right to individual or cultural privacy against the media's duty to inform. But, asks **NOKUTHULA NCALA**, can we reconcile tradition and democracy in this way?



In the wake of the dismantling of apartheid, certain traditional and tribal customs which were, for the most part, subjugated during those times are now under scrutiny and the topic of intense debate among traditional leaders and the media.

Traditional customs are an ancient institution, prevalent across the African continent. For centuries African people had no other form of governance. They relied on traditional customs being orchestrated by traditional leaders as a way of living.

Inculcating customs in African communities has always been a way in which these groups identify themselves.

One example is the amaXhosa's circumcision ritual – similar to the Jewish *brit milah* custom (the circumcision of a baby boy on the eighth day after birth) or the Cape Muslims' *doekmal*. These practices have been under scrutiny for many years and the media has continually reported on incidents pertaining to traditional customs – rites of passage in particular.

According to the website www.sahistory.co.za, academics Talia Meer and Craig Campbell state in their article "Traditional Leadership in a Democratic South Africa", that "the forces of imperialism and colonialism have served to severely undermine and disintegrate the institution of traditional customs".

Consequently, the roles traditional leaders play and their duty as the custodians of traditional customs have deteriorated since democracy. Now, African rituals as a constitutional right are under threat as many deaths occur during the initiation period.

At present, as South Africa's young democracy strengthens, the future of traditional leaders seems uncertain. Some theologians argue that traditional customs have no place in a democratic society and that traditional leaders have a small part to play in the new South African system of governance.

This argument has been opposed by traditional authorities who claim that their fundamental cultural rights within rural communities are unfairly compromised by the new democratic system.

Although government has allowed traditional authorities some political voice, traditional leaders claim that they have been excluded from the political arena.

SABC PULLS PROGRAMME

The screening of award-winning reporter Hazel Friedman's documentary "Rights of Passage" was cancelled shortly before it was broadcast on *Special Assignment*. Friedman's report had looked into the death of 25-year-old University of Cape Town student Buntu Majalaza who died of blood poisoning as a result of a botched traditional circumcision. The *Mail & Guardian* reported that the SABC pulled the documentary a few hours before it was due to be aired. This was in response to a complaint from a member of the Congress of Traditional Leaders of South Africa (Contralesa).

The decision to stop the showing of the documentary was allegedly made unilaterally by SABC head Dali Mpofu. The documentary had apparently not been approved by an advisory body set up to guide the public broadcaster on

I could have taken the story further but I treated it with sensitivity. It is important for us as journalists not to submit ourselves to the potential for censorship



ABOVE: Xhosa boys covered with *ikota* (white fluid) meant to protect the boys from snakes or any wild animals from the bush. This fluid is believed to give off a certain smell which makes them invincible and safe from wild animals.

cultural and traditional issues. Friedman said that in making the programme she had consulted provincial ministers for culture and health in both the Eastern Cape and the Western Cape and had received permission to film in hospitals.

RIGHTS OF PASSAGE

According to Friedman, the programme was approved by *Special Assignment*'s executive producer, Johann Abrahams, and the head of current affairs Themba Mthembu. In an interview with *Mail & Guardian* Friedman maintains that the documentary was "respectful of tradition and it did not violate any secrets or undermine the role of any legal representative or any legal cultural custodians".

"I could have taken the story further but I treated it with sensitivity," Friedman told *SMF*. "It is important for us as journalists not to submit ourselves to the potential for censorship."

Friedman says the traditional leaders saw some provocative visuals in the documentary and thought the programme's intention was to vilify the custom. But, according to her, the documentary was not an attack on the legitimacy of the custom, saying instead that she was only looking at the violation and health abuses of the custom.

AN ACT OF CENSORSHIP?

Contralesa president Chief Phathekile Holomisa told the *Mail & Guardian* that he had not viewed the programme before the objection had been sent to him. When asked if this was an act of censorship he said, "It is a complex, not a straightforward matter, because you are talking about the media's freedom of expression. But there are other freedoms, such as freedom to privacy and the freedom to exercise your cultural rights."

Holomisa told the *Mail & Guardian* that Mpofu's determination on the Friedman documentary had been "a good decision". He maintained that cultural rituals don't need to be aired on television because the amaXhosa initiation ceremony "is a private ritual requiring the presence and participation of only those directly involved". In the same breath, acknowledging the role journalists play in society, Holomisa told the *Mail & Guardian* that the media has a duty to expose unscrupulous opera-



PHOTO: Creative Commons

ABOVE: Xhosa initiates covered in *imbola* (red dust) from a particular stone. The red dust protects the skin from impurities.

tors of backyard initiations, as long as they do it in a manner which brings this practice into disrepute. "It is the journalist's responsibility to consult with traditional leaders, but it's not mandatory because there are structures that are meant to deal with problems emanating from malpractices," maintains Friedman.

According to Contralesa.org, Holomisa said at a presentation in Pretoria in 2007 that the African way of life "is informed by history, traditions, religion, customs, cultural identity, morals and values, as well as systems of governance. Adding to this, Holomisa said that "Colonialism and its affiliated foreign forms of religion and education have impacted very negatively on this way of life to such an extent that important aspects of it have been lost."

A TEST ON DEMOCRACY

On 11 August 2009 this way of life was put to the test, when 21 year-old Bonani Yamani took his father to court for allegedly infringing on his religious beliefs, arguing "that his Christian faith did not permit him to be circumcised in a manner that involved a blood covenant with his ancestors", as reported by the *Cape Argus*.

According to the *Cape Argus*'s report, Yamani, a second-year microbiology student at the University of the Free State, was "allegedly abducted from his home, subjected to circum-

cision by some ten community leaders and forced to eat skin cut from his penis."

Ahead of the start of proceedings, Contralesa told the media that its position on circumcision, forced or otherwise, would remain unchanged regardless of what a court may decide. Eastern Cape Contralesa chairperson Chief Nkosi Mwelo Nonkonyana was quoted by the *Cape Argus* saying that "those who refused traditional circumcision should be ostracised by the community because it is this initiation into Xhosa manhood that marks his passage from *ubukhwenkwe* (boyhood) to *ubudoda* (manhood)". Traditional leaders upheld that to be stigmatised in such a way would amount to fair discrimination, reports the *Cape Argus*.

UNVEILING THE TRUTH

A new novelist, Thando Mgqolozana, is described by critics as the man who "lifts the veil on Xhosa initiation and tackles Xhosa circumcision head on".

At the launch of his book, *A man who is not a man*, Mgqolozana told the media that the problem is that when you start talking about the amaXhosa circumcision ritual, as a Xhosa man, "your manhood comes under scrutiny".

"I'm not saying abolish the tradition," said Mgqolozana, "but I'm saying let's see if we can improve it to curb the deaths."

When explaining what the book

was about, Mgqolozana told Percy Zvomuya from the *Mail & Guardian* that although the book may be fiction, it deals with issues of culture, tradition and the secret rites of Xhosa initiation. "These issues are very real and taboo, but many young Xhosa males experience them," he adds.

The question that remains is, can the media report on such an issue without undermining the legitimacy of traditional customs?

Writer and journalism lecturer Simphiwe Sesanti told *SMF* that what one needs to emphasise is the role of the media in a democratic South Africa. "Where the confusion arises is the conflation of the right to privacy with the right to commit abuses in the name of cultural practice," says Sesanti.

"The two are very different and unfortunately the media seems to become self-censoring, with media freedom being sacrificed on the altar of abusive practices sheltered in the sanctuary of cultural privacy."

With this logic, is the media as watchdogs of society meant to tolerate a young boy being made to eat his own foreskin? Should it then not be seen as criminal abuse but as a form of cultural expression? And what takes precedence cultural privacy or respect for human rights as enshrined in our constitution?

"These are the slippery balls that the media has to continue to juggle in a multicultural South Africa," says Sesanti. **SMF**

The African Leader
you have been waiting for is
YOU.

www.citypress.co.za

City Press
DISTINCTLY AFRICAN

• News • Views • Sport • Business • Investigations • Jobs • Lifestyle

SUBSCRIPTIONS: 0860 109 552



FOTO: www.wallpaperslibrary.com

COLOURED IS NIE ALMAL SO(N) NIE

Daar is etlike koerante en 'n paar tydskrifte wat hulle openlik op "die bruin mark" toespits. Maar dien hulle die bruin gemeenskap of bevredig hulle bloot uitsers basiese behoeftes en versterk in die proses stereotypes en bevooroordeling?

COLIN HENDRICKS probeer 'n antwoord gee.



Hulle gebruik dwelms, moor, verkrag en behoort aan bendes. As jy poniekoerante soos die *Son* lees, sal jy vergewe word as dit die beeld is wat jy van bruinmense kry.

Redakteurs van dié koerante sal dit natuurlik ontken, ook die stereotipering wat in dié publikasies voorkom. Maar hou in gedagte dat 'n koerant soos die *Son* onbeskaamd op bruinmense en hul stories gemik is.

Vordering dalk? Want vir jare is bruinmense se stories in aanhangsels soos *Ekstra* en *Metro* gepubliseer, en nou het hulle hul eie koerante en 'n tydskrif, *Kuier*, wat duidelik op die bruin mark gemik is. Ook dié publikasie se redakteur ontken in onderhoude dat dit die geval is.

Maar die motiewe vir veral die *Son* was nogal edel: kommer oor die gebrek aan 'n leeskuilte onder sommige groepe. Die oplossing? Die *Kaapse Son*. Nou kry die *Kaapse Son* dit reg om bruinmense te laat lees.

Die Wes-Kaapse redakteur van die *Son*, Andrew Koopman, het in 'n onlangse onderhoud met *The Media* gesê die rede hoekom die *Son* so gewild is en op die bruin gemeenskap gemik is, is "omdat dit is waar die groeipotensiaal lê". En dat die *Son* op dié groep gemik is, is omdat bruinmense die "aspirende groep is, wat hul eie koerant moet hê wat hulle verteenwoordig".

Devidan Moses, die skoleverslaggewer by die *Paarl Post*, meen egter dat die *Son* nie die soort koerant is wat bruinmense moet verteenwoordig nie. "Dit leer nie die gemeenskap goeie taalgebruik nie. Dit is nie goed vir die jeug se opvoeding nie, want dit gebruik nie standaard-Afrikaans nie."

Die *Burger* het n 60 persent bruin lesersmark, wat bewys dat nie alle bruinmense verkies om dié poniekoerant in Afrikaans te lees nie. Moses meen dat die *Son* nie die bruin gemeenskap enigsins bevorder nie, "want met die groot aantal jong bruinmense wat nie kan lees nie, is dit nie 'n goeie

verteenwoordiger van bruinmense nie".

Florence de Vries, verslaggewer by *Business Report* en *Cape Times*, stem saam. "Die *Son*, wat direk op die bruin mark gerig is, beywer hulle nie vir die vooruitstrewing van bruinmense nie." Sy meen daar is 'n onbewuste aanname by die media dat dié lesers nie in goeie nuusaanbiedings belangstel nie.

Die media kan egter nie geblameer word vir al die vulgêre stories wat in dié soort koerante gepubliseer word nie. "Daar is mense met agendas wat die stories aandra, en koerantmense wil

Vir jare is bruin mense se stories in aanhangsels soos *Ekstra* en *Metro* gepubliseer

met sensasionele opskrifte nog eksemplare verkoop en sal dus die stories skryf."

Maar word die stereotipes wat in poniekoerante uitgebeeld word as waar beskou juis omdat bruin joernaliste dié soort stories skryf?

Sy het in die media beland, sê Kay Karriem, Media24-joernalis, omdat sy die soort stories wou vertel wat sy destyds nie in die koerante gesien het nie. "Wanneer ek my skrywersmantel aantrek, raak dit persoonlik en dan het ek 'n rol as bruin vrou."

Moses voel weer dat sy nie as 'n

bruin joernalis beskou wil word nie, maar net as 'n joernalis. Vir haar maak dit nie saak vir wie sy skryf nie. Wat wel saak maak, is "om die publiek in te lig oor die nuus. Dit maak nie saak vir watter ras ek skryf nie".

Ander bruin joernaliste meen weer dat dit nodig is vir hulle om hulle as bruin joernaliste te projekteer, eerder as net joernaliste. "In die konteks van Suid-Afrika en sy interessante geskiedenis beskou ek myself as 'n bruin joernalis," sê De Vries.

Saafia February, 'n joernalis van *Kuier*, sê dit is vir haar baie moeilik om as bruinmens in die media te werk. Dit is te wyte aan stereotipes en die uitbeelding van bruinmense in poniekoerante dat sy as bruin joernalis elke dag "onderskat word as joernalis".

February skryf egter net vir die tydskrif se teikengroep en voel dat kleur nie so 'n groot rol moet speel nie. "Ek voel nie ek verteenwoordig die bruin gemeenskap nie. Daar is verskillende bruin gemeenskappe, wat miskien nie



BO REGS: Kay Karriem, Media24-joernalis sê: "Ek het 'n rol as bruin vrou". HEEL REGS: Florence de Vries, Cape Times Business Report joernalis voel "koerante soek sensasionele opskrifte". REGS: Nicholas Jennings, nuusvervaardiger by e-tv, sê "dis hartseer om te sien hoe bruinmense uitgebeeld word".

FOTO'S: Verskal

eens almal hou van die goed wat ek skryf nie.”

Kuier, wat in September die rakke getref het, verskil aansienlik van *Izzit*, 'n ander bruin tydskrif, wat verlede Oktober sy verskyning gemaak het. Dit is dalk tog 'n bewys van die verskille binne die groter bruin gemeenskap.

Ander voel weer dat daar nooit één tydskrif of koerant vir die bruin gemeenskap sal wees nie, juis vanweë die diversiteit binne dié gemeenskap. Sommige bruin joernaliste vind dit daarom erg problematies dat bruin mense meestal negatief uitgebeeld word. Dit is veral duidelik sigbaar in gemeenskapskoerante, waar daar byna net in terme van misdaad oor dié groep berig word, terwyl mense uit ander groeperinge op die promosieblaai verskyn.

Karriem sê die bekendste stereotipe van bruinmense in dié koerante is die skollie-tipe. “Hulle word dikwels uitgebeeld as getatoeëerd met 'n lang misdaadgeskiedenis en afkomstig uit een van die bendebuurte van die Kaapse Vlakte.” Die stereotipe kry later 'n nuwe dimensie wanneer hierdie figure hedendaagse “Robin Hoods” en selfs rolmodelle word, soos Rashied Staggie.

Die media kan ook geblameer word vir die jollie-klopse-stereotipe. Dié beeld is jare lank oorgedra sodat 'n groot deel van die publiek geglo het alle bruinmense woon in die Bo-Kaap, hou van Klopsemusiek en klink dieselfde.

Nicholas Jennings, 'n nuusvervaardiger by e-tv, sê dit is hartseer om te sien hoe bruinmense uitgebeeld word in die media. “Die stories oor geweld, dwelmmisbruik en bendes is sinoniem met bruin gemeenskappe.”

“Die *Son* sê hul lesers is meestal bruin. Ek dink dit is omdat hulle in die taal van hul lesers kommunikeer,” sê Jennings.

Hoewel tot 45 persent van die kykers van 'n sepie soos *7de Laan* bruin is, is die bruin karakters glad nie verteenwoordigend van die verskeidenheid binne dié groep nie.

Bruin belangegroep het onlangs vir Pick 'n Pay aangevat omdat bruinmense nie in die “dankie aan ons kopers”-advertensie uitgebeeld is nie. Die advertensie wys 'n wit, swart en Indiërgesin vir wie Pick 'n Pay bedank vir hul ondersteuning oor die jare. Daar is geen sprake van 'n bruin gesin nie.

Meer kan gedoen word om die regverdige mediadekking van bruin-



FOTO'S: Verskaf by www.facebook.com

LINKS BO: Die Wes-Kaapse *Son* redakteur, Andrew Koopman. REGS BO: Saalia February, *Kuier*-joernalis sê: “Ek word onderskat...”. LINKS: Devidean Moses, *Paarl Post* joernalis: “Die *Son* is nie goed vir die jeug nie”.

Dit is hartseer om te sien hoe bruin mense uitgebeeld word in die media. Die stories oor geweld, dwelmmisbruik en bendes is sinoniem met bruin gemeenskappe

mense te bevorder, sodat hulle regverdige verteenwoordiging in bestaande publikasies en ander media kry, meen sommige waarnemers.

Ander sê daar word onnodig gekla, want 40 persent van RSG se luisteraars is bruin, sowel as 220 000 van *Die Burger* se 387 000 lesers en 'n derde van *Huisgenoot* s'n. Maar tog is hulle nie hoofsaaklik op bruin mense gemik nie.

Dalk is dit tyd dat poniekoerante 'n les by van dié instellings leer. 'n Les oor hoe bruin lesers gewen kan word sonder om stigmatiserende taalgebruik aan te wend en dit dan as Kaaps aan te bied.

Dit is tyd dat hulle leer hoe koerante bruinmense se stories kan vertel sonder stereotipes wat dié gemeenskap belaglik maak. En hulle nie uitbeeld as randfigure in 'n Suid-Afrika wat strewe na eenheid in diversiteit nie. SMF

“'N MENS HET MENTORS NODIG, MAAR UITEINDELIK MOET JY NET IN JOUSELF GLO” – DIANA ROSS

IN STYLE

Kuier

14 Oktober 2009
ELKE TWEE WEKE

slegs R7
(86c 9TW ingesluit)

BORSKANKER:
Vroue vertel stories van hoop

LOOPBANE
Word 'n maatskaplike werker

INSPIRASIE
✿ Ready D oor die ander kant van hip-hop

WEN
HOPE PRYSE MET KUIERKLUB

SOEK JY RAAD?

- ✿ Handige wenke vir stiefouers
- ✿ Stop vatterige kollegas
- ✿ Spaar nou vir jou kind se toekoms
- ✿ Slaaproetine vir jou kind

DENISE NEWMAN
LEGENDE VAN DIE VERHOOG, TV EN SILWERDOEK

WEN 'N MOTOR!
Sien bl. 41



Media24 Gesinstydskrifte het pas 'n splinternuwe tydskrif begin wat vroue elke twee weke bemagtig en inspireer.



Media24
GESINSTYDSKRIFTE
FAMILY MAGAZINES

Kuier IN STYLE

TREK DIE MEDIA ONS REËNBOOG SKEEF?

Die media speel 'n onmiskenbare rol in ons verstaan van onself en ander. Dit vorm ons identiteit en beïnvloed ons persepsies van die wêreld waarin ons leef. ALET JANSE VAN RENSBURG stel ondersoek in na hoe dié fenomeen werk.



Die Reënboognasie. 'n Land waarin elke kleur, kultuur, geloof en geslag tot sy reg kan kom.

Dit was die droom van die nasie toe die nuwe Suid-Afrika op 27 April 1994 aangebreek het. En toe oudpresident Nelson Mandela met sy nommer 6-Springboktrui op Ellispark se veld stap, het almal geglo in die droom dat elke Suid-Afrikaner die reg op 'n persoonlike identiteit, vry en gelyk met dié van elke ander burger, sou kon uitleef.

'n Diverse nasie sou ons wees, gewortel in die gemeenskaplike belang van 'n vreedsame lewe in die land van ons voorvaders. Vir dié ideaal is daar duur betaal in die aangesig van ernstige menseregteskendings.

Die Suid-Afrikaanse Grondwet erken vandag die inherente menswaardigheid van alle mense en voorsien dat elkeen geregtig is op die beskerming daarvan. In werklikheid beïnvloed baie meer as net die teoretiese regte egter ons identiteit, en alte dikwels is die faktore wat ons beïnvloed buite ons

beheer. Die massamedia is een van dié faktore.

Die lewe gebeur vandag teen die spoed van jou ADSL-lyn en die media is deel van dié gejaagde leefstyl. Dit beïnvloed elke aspek van ons lewens. Die radio-nuusbulletin waarsku jou om 'n ander pad as die geslote een werk toe te neem, en die berig in die dagblad laat jou

weet die afswaai in die Amerikaanse ekonomie gaan jou sak ruk. En as jy nie twee minute nadat dit gebeur het op Twitter lees van Barack Obama se media-flater nie, staan jy vanaand met 'n mond vol tande langs die braaivleisvuur.

Op 'n heeltemal ander vlak beïnvloed die media egter ook hoe ons dink oor wie ons is en

Die lewe gebeur vandag teen die spoed van jou ADSL-lyn en die media is deel van dié gejaagde leefstyl. Dit beïnvloed elke aspek van ons lewens

waar ons inpas. Volgens die Britse sosioloog en kultuurteoretikus Stuart Hall skep en reflekteer die media “verteenwoordigings” van die sosiale

wêreld. Dit skep beelde, beskrywings, verduidelikings en raamwerke vir hoe die wêreld is en hoekom dinge werk soos wat dit werk.

Hall skryf in sy boek *Representation* verteenwoordiging verbind betekenis en taal aan kultuur.

“Verteenwoordiging beteken om taal te gebruik om iets betekenisvol oor die wêreld te sê of om die wêreld betekenisvol teenoor ander mense te verteenwoordig.”

Die media is dus 'n sleutelrolspeler in dit wat uiteindelik ons sosiale realiteite verteenwoordig. Hoe mense hul sosiale realiteite skep, hoe hulle verstaan wat dit beteken om man





of vrou, swart of wit, Afrikaan of Afrikaner te wees, word in 'n groot mate gevorm deur inligting wat deur die media geproduseer word vir gehore wat toenemend geskei is deur die einste sosiale samevoegings.

Die vraag is dus of die media die diverse persoonlike en groeps-identiteite in Suid-Afrika só verteenwoordig dat dit reg laat geskied aan die reg van elke individu om gelykwaardig uniek te wees, iets waarvoor ons baie hard geveg het.

Inligting en kennis is in 'n sosiale konteks altyd gekoppel aan mag. En mag, soos wat die geskiedenis dikwels gewys het, het altyd sy eie agenda.

Die media beskik oor beide kennis en die mag van verteenwoordiging en is só 'n gesaghebbende stem in die samelewing. Terwyl die media aanspraak maak op waardes soos objektiwiteit, balans en regverdigheid, is dit belangrik dat daar mense is wat voortdurend krities staan teenoor 'n ideologiese agenda wat moontlik agter die media se narratief skuil.

Die Suid-Afrikaanse mediabedryf is gevorm in unieke sosiale omstandighede en dié omstandighede het 'n onuitwisbare impak gemaak op hoe verskillende groepe vandag in die media uitgebeeld word.

Prof Anton Harber van die departement joernalistiek aan die Universiteit van die Witwatersrand verduidelik dat hoofstroomkoerante in Suid-Afrika tradisioneel slegs 'n elite gedien het. "Hulle is besit, geproduseer en geteiken deur en vir hierdie elite in die geloof dat dit die omvang van die mark was."

Die opkoms van demokrasie het verteenwoordiging in die media verander. Terwyl media-instansies in post-apartheid Suid-Afrika afstand gedoen het van hul formele loyaliteit aan sekere politieke standpunte, is die oorblyfsels van die vorige bestel

egter nog duidelik sigbaar in die in- en uitsluiting van sekere groepe in die huidige diskoers.

Volgens Harber speel media-eienaarskap 'n belangrike rol in hoe nuus geproduseer word. "Natuurlik beïnvloed media-eienaarskap die bestek van standpunte wat uitdrukking vind in die media.

Dit beïnvloed ook wie en wat gedek word, asook hóé dit gedek word." 'n Eng definisie van die mark, oorgeërf uit die media-ekonomie van die ou bestel, vererger die probleem van ongelyke verteenwoordiging.

Nuus word gevorm deur baie dinge wat een gebeurtenis voorkeur gee bo 'n ander, soos taal, ligging en vooroordeel. Maar die oorweldigende verdeling in ons mediadekking is gebaseer op klas

In 'n opset waarin slegs 6% van die algehele koerantsirkulasie in besit van swart aandeelhouders is, kry 'n groep soos die swart werkersklas die minimum verteenwoordiging. Dit is volgens 'n eng definisie van die mark bloot nie winsgewend om nuus te dek wat vir dié groep mense van belang is nie.

Terselfdertyd is nuus oor hulle wat wél die publiek bereik, gewoonlik partydig teenoor die standpunte van dié groepe wat binne die teikenmark val. Dit gebeur dus dat bruin mense in die Kaap uitgebeeld word as byvoorbeeld bendeleders en swart mense as misdadigers of onontwikkelde voorgestel word.

"Nuus word gevorm deur baie dinge wat een gebeurtenis voorkeur gee bo 'n

ander, soos taal, ligging en vooroordeel. Maar die oorweldigende verdeling in ons mediadekking is gebaseer op klas," meen Harber. Dit lei tot 'n eng definisie van die mark. Die situasie word verder deurdat die openbare uitsaaiër misluk in sy plig om gehore te bereik wat kommersieel nie lewensvatbaar is nie, verduidelik hy.

Publikasies soos die *Daily Sun*, die *Daily Voice* en *Son* mik vir die eerste keer na lesers buite die hoofstroom-teikenmark. Die *Daily Sun* is Media24 se grootste publikasie met 'n leserskorps van meer as 2 miljoen. Dié koerant se teikenmark is die oorwegend swart werkersklas. "Sy bladsye is gevul met die gesigte en stemme van mense wat ons weinig in die res van die media sien of hoor," verduidelik Harber. Die persepsie dat dié groep nie 'n lewensvatbare mark vorm nie, is dus besig om te verander.

Die skepping van 'n koerant soos die *Daily Sun* is moontlik 'n klein treetjie in die rigting van 'n meer verteenwoordigende Suid-Afrikaanse media. Harber meen sommige mense in die media hersien voortdurend die taal en beelde wat hulle gebruik, maar baie doen dit nie. "Dit help instansies waar daar strukture in plek is om die proses aan te moedig, soos byvoorbeeld deur 'n ombudskantoor."

Hoewel die Grondwet by wyse van spreke sê alle varke is gelyk, wil dit voorkom of die media in Suid-Afrika tóg die beeld bestendig dat sommige varke meer gelyk is as ander. En dié ongelyke verteenwoordiging trek ons reënboog skeef, want dit beïnvloed die manier hoe ons mekaar se identiteite verstaan en uiteindelik ook ons aksies.

Ná die klipperige pad wat Suid-Afrikaners moes stap om te kom waar ons vandag is, hoop 'n mens die media stuur homself in 'n rigting wat die droom van gelykwaardige identiteite uiteindelik sal verwesenlik. SMF

Woorde vir Afrika

Miljoene Suid-Afrikaners raadpleeg daaglik Media24 se titels vir nuus, inligting, raad en vermaak. En hoewel elke titel 'n unieke karakter het, het almal die vermoë om mense met die krag van woorde te raak.

Media24, as Afrika se toonaangewende uitgewer van die geskrewe woord, het belange in koerante, tydskrifte, digitale besighede, boekuitgewerye, drukkers en verspreidingsmaatskappye.

Media24 Koerante gee jaarliks bykans 60 titels en ongeveer 341.8 miljoen koerante uit, waarvan talle leiers in hul onderskeie markte is.



Media24

HOU JOU IN VOELING. MET WOORDE.

Media24 Corporate Communication

DIE AFRIKANER IN DIE MEDIA

Dis tyd om die boerbeeld te verplaas

FOTO: Martinette Louw



Die Afrikaner: oud én nuut. MARTINETTE LOUW ondersoek die uitbeelding van die Afrikaner in Suid-Afrikaanse televisie-advertensies en die vorming van 'n nuwe Afrikaner-identiteit in 'n nuwe Suid-Afrika.

Peinsend leun hy teen die hekpaal – die konserwatiewe wit boer. Sy tweekleur-kakiehemp span effens om sy middel en twee stowwerige velskoene loer onder rugbysokkies uit.

Hy stamel 'n paar Engelse woorde met 'n swaar Afrikaanse aksent terwyl hy ongemaklik rondtrap. Hy voel meer tuis tussen sy vee en by sy trekker.

Sy vrou is in die agtergrond besig om tee te maak, skinkborde aan te dra of sy bevele uit te voer.

Dit is die Afrikaner.

Of is dit maar een van die maniere waarop Afrikaners in die Suid-

Afrikaanse media uitgebeeld word?

Volgens Chris Moerdyk, 'n bemarkings- en mediaontleder, maak veral die Suid-Afrikaanse advertensiewese hom skuldig aan die stereotipering van wit Afrikaanssprekendes. "Afrikaners word gestereotipeer as plaasjapies, boere of verstandelik gestremde persone," sê hy.

'n Onlangse advertensie van Robertsons-speserye illustreer die gebruik van hierdie stereotipes.

In die advertensie vertel Pieter, 'n wit Afrikaanse boer, in Engels hoe hy en sy vrou die ideale romantiese

reënweer vir hul hoenders skep. Plaaswerkers staan en spuit met 'n tuinslang "reënwater" op die hoenderhok terwyl vrouliet 'n sinkplaat skud om die klank van donderweer na te boots. Pieter moedig haar aan met 'n "skud dit, Bokkie, skud dit."

Hoewel die advertensie amusant is, werk dit duidelik met stereotipes.

Die wit man is steeds baas van die plaas terwyl sy vrou en die swart plaaswerkers sy bevele gehoorsaam. Dit lyk ook of Pieter nie veel van boerdery verstaan nie.

Advertensies wat hierdie stereotipes

bevat, is dikwels gewild en die wit Afrikaanse gemeenskap kla selde daaroor.

Volgens Moerdyk sal die media advertensies gebruik wat groepe soos Afrikaners en Christene hekel bloot omdat hierdie groepe nie amptelike klagtes daaroor sal indien nie.

Hoewel ontevrede mense hulle tot die Gesagsvereniging vir Reklamestandaarde (GRS) of die Uitsaai-klagtekommissie van Suid-Afrika (BCCSA) kan wend, meen Moerdyk dit is onvoldoende.

“Persoonlik voel ek stereotipering moet in dieselfde kategorie as misleidende advertering en inligting val en só deur die GRS en BCCSA behandel word. Omdat dit onmoontlik is om akkuraat te stereotipeer, is alle stereotipering inherent misleidend,” sê hy.

“Die [wit Afrikaanse gemeenskap] het die vermoë om vir stereotipes oor hulself te lag, veral wanneer ander groepe met hulle die spot dryf,” sê Moerdyk.

’n Voorbeeld hiervan is die gewilde “Met eish”-advertensie.

’n Swart man en vrou staan buite hul motor die omgewing en bewonder.

HOOFFOTO: Die Afrikaner as boer is een van die gewilde stereotipes van wit Afrikaanssprekendes wat in die Suid-Afrikaanse media voorkom.

’n Wit boer neem aan hulle is gestrand met motorprobleme en hy begin hulle “help”.

Hulle spreek hom in Engels aan,

maar hy neem elke keer die eerste woord wat bekend klink in Afrikaans en heg sy eie betekenis aan hul opmerkings.

“We are on our way to Touwsriver” word “Ja-nee, ek tou julle sommer gou plaas toe, man.”

Al is daar ’n

kommunikasiegaping, eindig die advertensie met die mans op die stoep, elk met ’n glas brandewyn in die hand.

Pieter Fourie skryf in *Media Studies: Media History, Media and Society* die soort advertensies is baie algemeen.

“Vandag word swart mense as welvarend en wit mense in verspotte rolle of in situasies met gemengde rasse uitgebeeld wat nie met die ervaring van die meeste mense in Suid-Afrika ooreenstem nie,” sê hy.

Die stereotipes van Afrikaners is nie altyd negatief of eksplisiet nie, maar Moerdyk waarsku dat die gebruik van stereotipes veral gevaarlik is omdat dit sekere persepsies by mense skep.

“Deesdae kan niemand beweer dat

ONDER: Wit Afrikaanssprekendes word dikwels in ’n landelike omgewing – omring deur die natuur en plaaselemente – uitgebeeld.

alle wit mense op een manier en alle swart mense op ’n ander manier oor hul begeertes, aspirasies en behoeftes dink nie.

“Dit maak dus nie sin om enige groep te stereotipeer op grond van hul ras, godsdiens of gender nie, omdat hierdie stereotipes en die persepsies wat dit skep, ver van die werklikheid is.”

Hoewel stereotipes nog volop in advertensies voorkom, meen Moerdyk dat die gebruik daarvan langamerhand sal afneem weens toenemende politieke korrektheid en minder verdraagsaamheid daarvoor in die samelewing.

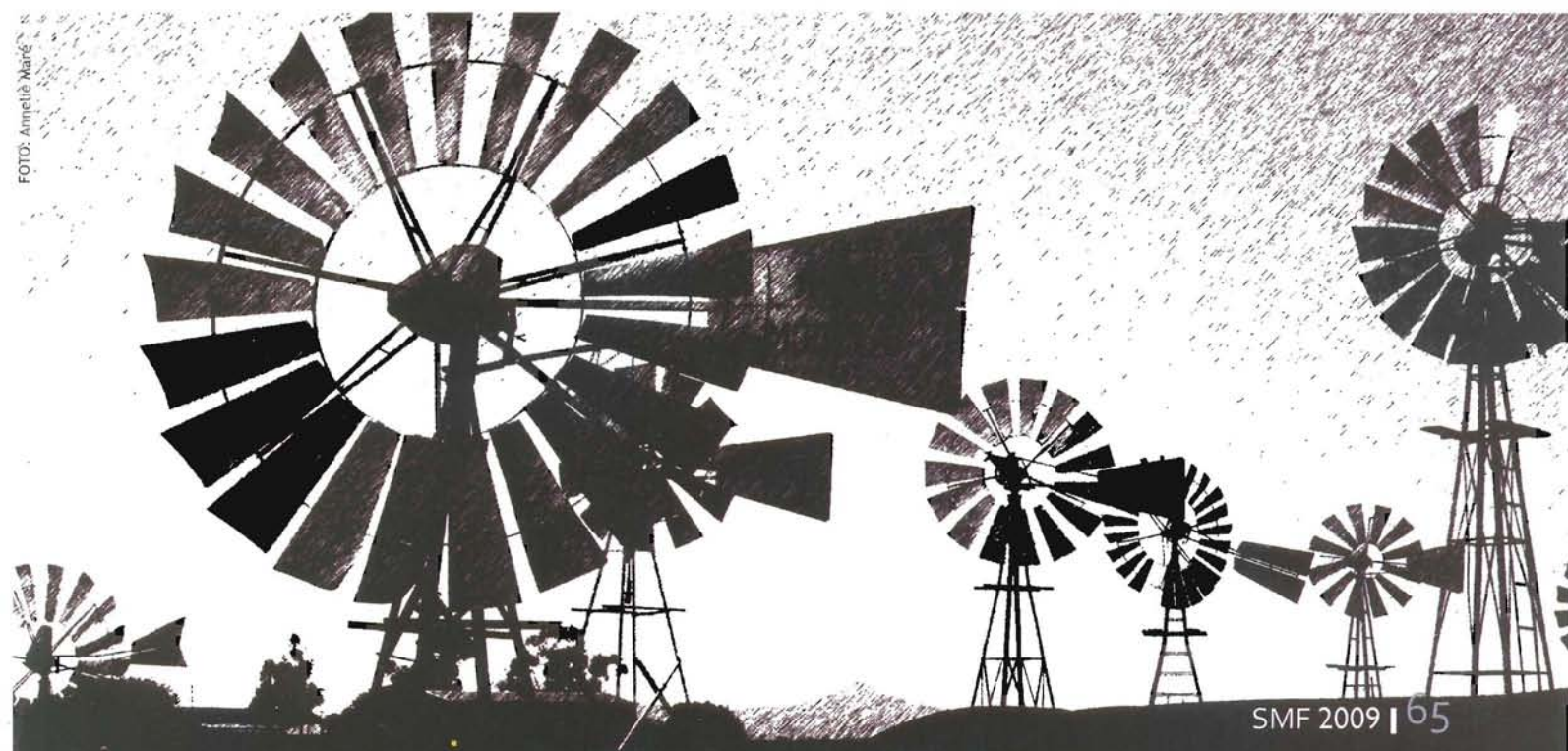
“Uit ’n sakeperspektief maak dit ook nie sin nie. Koerante, radiostasies en televisienetwerke wil nie hul gehore of lesers omkrap nie en nog minder die teikenmarkte van hul adverteerders.”

Volgens Fourie maak kykers, lesers en luisteraars die betekenis wat aan stereotipes geheg word, deel van hul geheue. Dié herinneringe kom na vore wanneer hulle oor mense uit die bepaalde groepe dink of met hulle te doen kry, ongeag hul werklike persoonlike karaktereenskappe.

Leopold Scholtz, Media24 se verteenwoordiger in Brussel, meen ’n nuwe Afrikaner-identiteit is aan die ontwikkel, al het die meeste stereotipes in die media nog nie aangepas by hierdie verandering nie.

“Die Afrikaners het die mag verloor. Hulle het nog meer onseker geword, maar is ook meer realisties oor

Afrikaners word as plaasjapies, boere of verstandelik gestremde persone in die media gestereotipeer



hulself ... Die ou Afrikanernasionalisme is weg, eenvoudig omdat dit verbind was met die besit van die mag.

“’n Nuwe identiteit is aan die ontstaan, baie meer ontspanne, en gerig daarop om met die verlies van die mag om te gaan en tog te oorleef. Solidariteit (die vakbond) is die beste voorbeeld daarvan. Wat hulle bind, is eintlik maar net hul taal.”

Scholtz meen die manier waarop Afrikaners uitgebeeld word, het ná 1994 verander.

“Tot in die loop van die 1980’s het die Afrikaanse media die idee versprei dat die Afrikaners byna almal goeie Christene is, dat hulle die swartes uitstekend behandel, dat alle meisies maagde is wanneer hulle trou, ensovoorts.

“Dis die tipiese houding van ’n groep mense wat onseker is van hulself. Die Engelstalige en swart media het destyds al stereotipes van die Afrikaners versprei, maar sedert 1994 het dit verskerp,” sê hy.

Hoewel ’n nuwe Afrikaner-identiteit begin vorm kry, meen Moerdyk die media weerspieël dit (nog) nie.

“Ek dink nie daar was enige suksesvolle poging in die media om die Afrikaanse identiteit te herdefinieer nie, beslis nie in die wyer Suid-Afrikaanse sosiale konteks nie.”

In die artikel “Taal en Sedes: Die nasionalistiese en religieusmorele waardes onderliggend aan taalpurisme” in die *Suid-Afrikaanse Tydskrif vir Linguistiek* van 1997, sê Mariana Kriel die Afrikaner se politieke posisie het verander.

Hierdie verandering van magposisies in die Suid-Afrikaanse samelewing het ook gelei tot advertensies wat doelbewus bestaande stereotipes op hul kop probeer keer, soos byvoorbeeld ’n onlangse Ford Bantam-advertensie.

Twee mans, een wit en een swart, is vennote in ’n herstelwerkonderneming.

Wanneer die kliënt wit is, tree die wit man soos die baas op, maar wanneer die kliënt swart is, ruil hy en sy vennoot rolle om en word die wit man die handlanger.

Sedert 1994 beleef die Afrikaner ’n soort identiteitskrisis. Prof Albert Grundlingh, ’n geskiedenisdosent aan die Universiteit Stellenbosch, meen onder die term Afrikaner het negatiewe

konnotasies omdat dit politieke bagasie saamdra.

“Ek weet nie hoeveel jongmense ... sal hulself nog as Afrikaners definieer nie. Ek kry die indruk hulle praat Afrikaans en het sekere waardesisteme, maar hulle is

totaal geglobaliseerd.

“In hul eie subjektiewe beleving van die wêreld om hulle is dit nie ’n primêre Afrikaneruitgangspunt soos mens dit gehad het in die sestiger- en sewentigerjare nie,” sê hy.

Volgens Grundlingh is “[identiteit] ’n meganisme wat voortdurend ontwikkel, ’n ontwikkelende konstruksie. Dis verwant aan gender, aan generasie en dikwels ook aan klas.”

Scholtz meen die Afrikaner word meestal gedefinieer as wit Afrikaanssprekendes.

“Persoonlik meen ek die definisie moet verruim word, om alle mense wat hulle met die Afrikaners wil vereenselwig, ongeag ras, kleur of afkoms, daarby in te sluit,” sê hy.

Wiida Fourie skryf in die artikel “Afrikaner identity in post-apartheid South Africa: the self in terms of the Other”, wat in 2008 in *Power, Politics and Identity in South African Media* verskyn het, dat Afrikaner-identiteit besig is om te verander.

Volgens haar kom die Afrikaner deesdae voor as ’n wit minderheid wat trots is op hul taal en kultuur en wat veg vir hul reg om Afrikaans te praat en te hoor. Die stereotipe van die Afrikaner as ’n Christelike nasionalis is ook besig om te verdwyn.

“Afrikaners in die nuwe Suid-Afrika het daarin geslaag om hul godsdienst van hul Afrikaner-karakter (in die politieke sin) te skei en so die tipering van Afrikaner-Christelike Nasionalisme irrelevant gemaak,” sê sy.

Sy meen die nuwe Afrikaner is “’n nasie met ’n trotse geskiedenis, vry van die las van apartheid en met ’n definitiewe breuk tussen hul Afrikaner-karakter en hul godsdienst. Hierdie nuwe Afrikaners is bereid om met ander saam te werk vir ’n nuwe Suid-Afrika.”

Dit is dus hoog tyd dat die media van dié verandering kennis neem en dit begin weerspieël. SMF

Wit Afrikaners het die vermoë om vir stereotipes oor hulself te lag, veral wanneer ander groepe met hulle die spot dryf



REGS: Die boer en sy bakkie is gereeld die fokuspunt in televisie-advertensies.

Are you taking too much risk?



Targeting black female magazine readers is complex, that's why research is so important to us.

Can the publishers you work with answer these questions?

1. Are your readers more or less likely to engage with my ad in your magazine than those of your competitors?
2. Am I matching the right creative with the right magazine?
3. How do I get your readers to better engage with my ad?
4. Am I taking too much risk with my magazine selection?

...we can.

pr[o]ject engage 1.0

To find out more, speak with your Account Manager about Project Engage.

Reaching 3.8 million readers.



Knowledge is power and in today's market this is not a nice-to-have, it's a necessity. As the leading publisher of black female magazines in South Africa and with expertise in high-quality research, Thought24 knows its market. Let us share this knowledge with you. Contact your sales account manager to find out how.

Thought24. Research Driven.

For more information, please visit www.thought24.co.za

Thought24
ideas happen here

BAIE WOEF, MAAR WIE IS WAGTER?

Die Universiteit Stellenbosch bly in die nuus, meermale nie danksy akademiese prestasie nie, maar oor die nimmereindigende taalkwessie.

GERDA-MARIÉ VIVIERS ondersoek hoe die reflektoring van Maties se beeld op 'n skoothondneiging van *Die Burger* dui.

Die taaldebate aan die Universiteit Stellenbosch het mettertyd in 'n taalstryd ontaard. Hierin speel die Wes-Kaapse dagblad *Die Burger* 'n groot rol, en 'n mens kan jouself die vraag afvra of die koerant in hierdie skaakspel nie 'n pion geword het nie.

Soos die swart stukke teenoor die wittes staan, staan die Giliomee's teenoor die "pro-Engelse," of dan in die gemoed van die ander kamp: die verraaiers van die sterk gevestigde Afrikaanse identiteit op die kampus. Dis 'n stryd waarin die perde en ponies, die strydwaens en ossewaens voortgalop. I ful resiesbaan is die kolomme van *Die Burger*. Daar is ná omtrent 'n dekade nog geen wenner nie, die stryd duur voort, terwyl dit terselfdertyd koerante verkoop.

In September het dr Marié Heese besluit genoeg is genoeg. Dié voormalige US-raadslid het eenvoudig sat geraak vir die raad se hantering van die taalkwessie en gevolglik bedank. In die proses is die raad ook in *Die Burger* 'n klap toegedien. 'n Anonieme US-personeellid het in die briewekolom Heese se bedanking toegeskryf aan die raad se "onmagtigheid of onwilligheid om raadsbesluite uit te voer". Die einste koerant het vroeër die jaar berig oor die mosie van sensuur teen haar ná die "beweerde verbreking van protokol deur raadskwessies met die media te bespreek".

Dit lyk of *Die Burger* daarop staatmaak dat die taalstryd, wat hy deur sy beriggewing aanwakker, voortdurend vir nuus sal sorg. 'n Verslaggewer

van *Die Burger* het byvoorbeeld na aanleiding van 'n toespraak deur die rektor, prof Russel Botman, geskryf: "Botman het nie oor die voortdurende omstredenheid om Afrikaans aan die US gepraat nie."

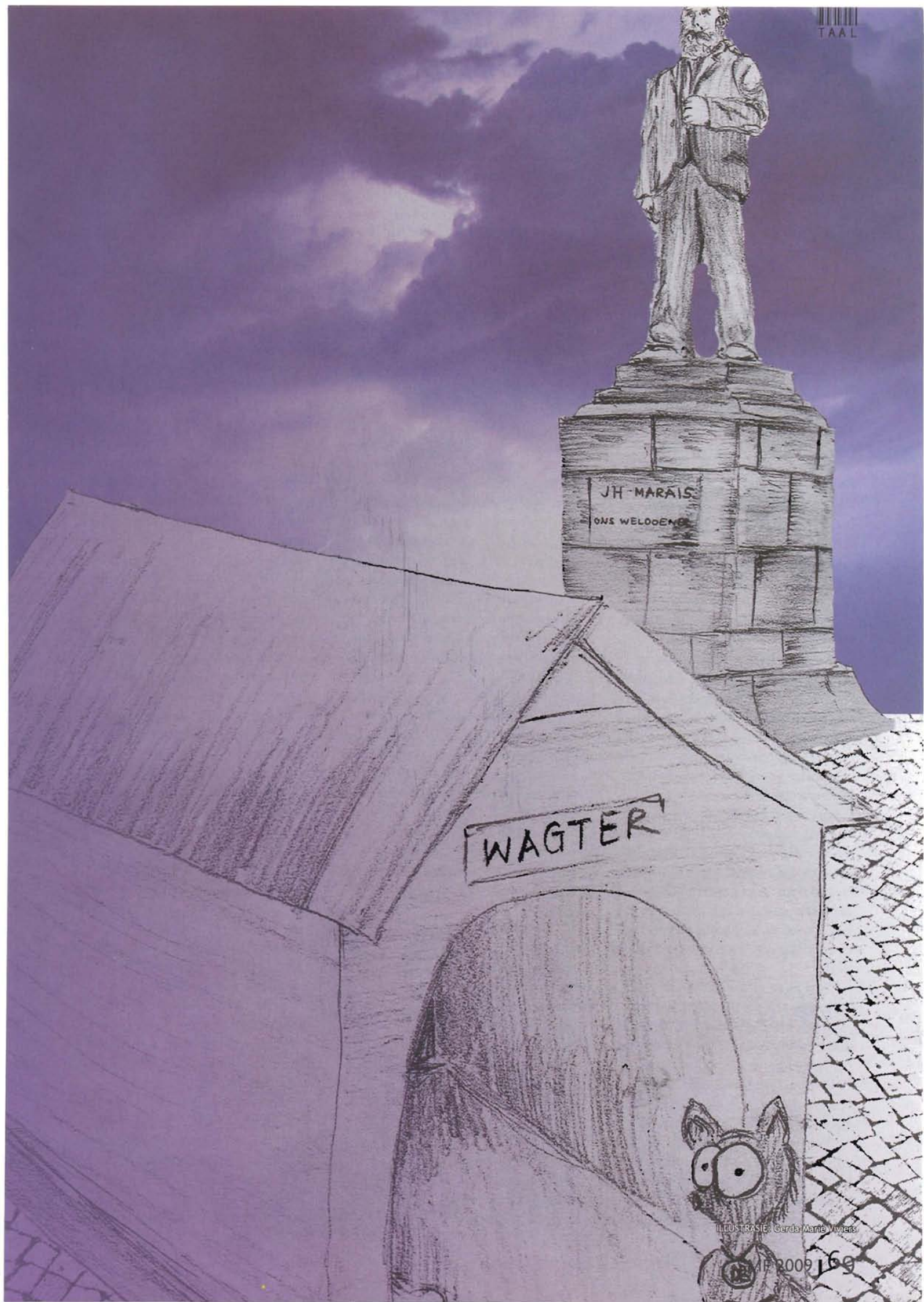
Die taaldebate is dus vir die koerant van soveel oorheersende belang dat om (soms) nie daaroor te praat nie, ook nuuswaardig en dalk selfs betreurenswaardig is.

Ons het in die taaldebate se geval die media as 'n wapen gebruik... Ons wou druk op die US-besuur plaas en dit was goed vir ons beeld...

Die Burger se voortdurende verslaggewing oor die taaldebate het waarskynlik te make met sy goed gedefinieerde lesersmark en -belange (lees: kontroversie en geld). Die meningsblaaie is immers gereeld gevul met een of ander opiniestuk oor die taaldebate en die beweerde onderdrukking van Afrikaans wat alumni en Stellenbosers na hul e-posmandjies laat snel.

Artikels oor dié onderwerp en rassekwessies kry voorkeur en word gewoonlik in vet letters met 'n duidelike boodskap aangedui: 'Maties se mikpunt is 34% swart studente'. Dit staan in





direkte verband met die identiteit van die universiteit en sy sterk Afrikaner-kultuur wat net in die verkramptes en verknoptes se oë bestaan, terwyl die gaping verbreed tussen die taalhel wat die koerant voorhou en die bestaande taalbeleid wat vir die meeste studente aanvaarbaar is.

Vir sommige studente is die taaldebat 'n geveg. Die "taalregses" soos die Adam Tas Studentevereniging, wil volgens hul leuse die kampus transformeer – in Afrikaans. Dit is duidelik waar dié groep sy heil soek en hul voormalige voorsitter, Nico de Wet, erken openlik: "In die taaldebat se geval het ons die media gebruik as 'n noodsaaklike wapen. Ons wou die publiek bewus maak van wat op Stellenbosch aangaan, sodat daar druk op die US Bestuur geplaas kan word. En dan natuurlik is dit goed vir ons eie beeld en mense sien ons staan op vir die saak."

Adam Tas het gretig materiaal aan die media verskaf deur hulle uit te nooi na protesaksies op die kampus en by die Kasteel in Kaapstad, asook taaldebatverwante sprekersaande. Dit het gesorg vir prominente nuusdekking in *Die Burger*. Dit was egter teleurstellend om te sien dat geen studente, behalwe dié by Adam Tas-byeenkomste, aangehaal word nie. Hul menings het nie deel uitgemaak van 'n objektiewe weergawe van die debat in *Die Burger* nie.

Adam Tas het ook *Die Burger* gesien as 'n handige vennoot in hul verset teen die US-raad se besluite. "Ons het die wiel aan die rol gesit, maar daarna het hulle self inisiatief geneem." Dit laat die vraag ontstaan: Het *Die Burger* van 'n waghond na 'n skoothond verander en toegelaat dat "taalregses" sy toutjies trek?

Prof Hermann Giliomee, 'n buitengewone professor aan die US en ook 'n US-raadslid, erken die groot aantal taaldebat-berigte en -briewe in *Die Burger* het 'n invloed op die raad. "Die feit dat die taalkwessie 'n groot openbare geskilpunt geword het, het gemaak dat die US twee keer dink."

Volgens hom sou die stryd om Afrikaans sonder verslaggewing en briewe in die koerante baie swaarder gewees het.

Dr Gerrit Brand, voormalige boeke-

redakteur van *Die Burger*, glo ook die taaldebat-artikels het besluite deur die raad beïnvloed. "Die druk op akademië, die bestuur, die regering en 'die mark' is groot om dinge net te laat gaan wat die toenemende verengelsing van die universiteit betref. Die hewige reaksie en kritiek in die media skep

...die wyse waarop koerante verslag doen oor die onderwerp...dit hits mense selfs aan...

druk van 'n ander kant af en danksy die enorme publieke druk en die media, worstel die bestuur tans met die vraag hoe Afrikaans behoue kan bly." Hy het gemengde gevoelens oor die taaldebat-berigte: "Party is deurdag, beredeneerd, ingelig; ander is weer emosioneel, beledigend en vol feite- en denkfoute!"

"*Die Burger* is 'n Afrikaanse koerant en ten regte of ten onregte is daar 'n perspektief by sommige joernaliste dat die universiteit onverskillig staan teenoor Afrikaans; dat die universiteit die posisie van Afrikaans verskraal. Dit het 'n direkte impak op die koerant as kommoditeit in Afrikaans," sê Mohamed Shaikh, senior direkteur: kommunikasie en skakeling by die US.

"Omdat die universiteit as 'n 'histories' Afrikaanse universiteit beskou word, bestaan die persepsie dat die US op grond van die taalbeleid en hoe dit toegepas word, besig is om Afrikaans as onderrigtaal af te skeep en weg te beweeg van daardie spesifieke definisie."

Vogens sommige waarnemers het *Die Burger* in hul verslaggewing oor die taalkwessie gefaal. Giliomee vra: "Gegewe die omstredenheid van die T-opsie, hoekom het 'n joernalis van *Die Burger* nog nooit sulke klasse bygewoon nie? Wat *Die Burger* se hoofartikels betref, is daar sedert 2002 volkome ondersteuning vir en

vertroue in die rektor, wat hy al mag doen oor taal."

Volgens Malani Venter, verslaggewer by *Die Burger*, is die rapportering oor die taaldebat van openbare belang, eerder as 'n jag na sensasie. "Die taaldebat is in die belang van elke Matie, oud-Matie, Afrikaanssprekende en Suid-Afrikaner. Taal is 'n onderwerp wat deur alle Suid-Afrikaners as sensitief en belangrik beskou word. Almal is nie altyd ingelig oor die verloop van die debatte of besprekings nie en soms maak hulle (verkeerde) opsommings rondom die rolspelers en besluite."

Shaikh beweer die koerante se manier van rapportering bepaal die denke en gevoelens van die publiek – dit hits mense selfs aan. "Ons ervaring oor koerante se rapportering oor die taalbeleid tot op hede is noodwendig vanuit die hoek dat Afrikaans bedreig word. Dit het 'n suurdeeg-effek op mense wat glo dit is waar en dit lei tot die emosionele taal-georiënteerde briewe wat in koerante verskyn, asook tot 'n emosionele opwerking." Hy sê joernaliste se siening van die kwessie is 'n saak van kommer omdat hulle mense kry aan wie hulle hul eie menings kan toedig.

Venter sê hulle skryf oor die kwessie, oor wat bespreek en gedebatteer word, en nie om die instansie as sleg of goed voor te stel nie. Dit bly egter 'n vraag of die beeld van die US onaangeraak bly wanneer 'n joernalis skryf: "Die US-bestuurslede en die studenteraad het 'n uitnodiging van die hand gewys" na een van Adam Tas se sogenaamde inligtingspraatjies. In dieselfde berig haal Venter vir Brand aan: "Die US se T-opsie het misluk. Die doel was om swart studente na die US te lok, maar hulle getalle het nie toegeneem nie."

Die feit dat *Die Burger* hom aan die neus laat rondlei en nie self onder die oppervlak na ander perspektiewe soek nie, laat hom na 'n gehoorsame skoothondjie lyk.

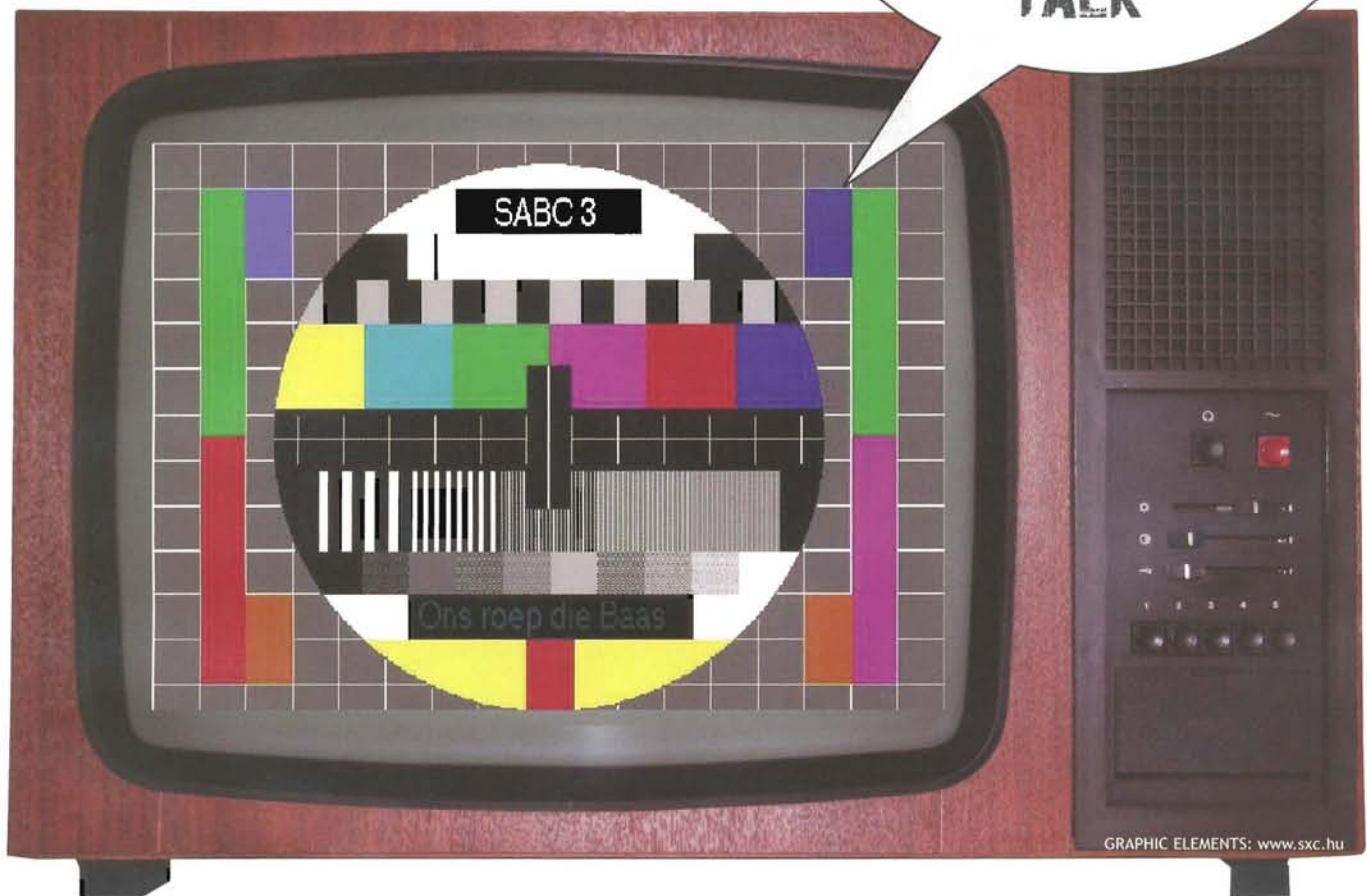
Die feit dat die koerant by elke moontlike geleentheid oor die taaldebat skryf, herinner aan 'n hondjie wat al keffende geraas maak net om op te sweep en te frustreer.

Wat het van die media as waghond geword? SMF

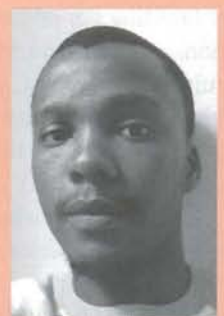


Speaking in too few tongues

THETHA
BOLELA PRAAT
BUA KHULUMA
TALK



With a dominant footprint in South African broadcasting, it is regrettable that the SABC is unable to provide full programming in marginalised indigenous languages. One would suspect that this is not a priority for the SABC - until you realise the odds against the ailing behemoth. **OLEBOGENG MOLATLHWA** investigates.



The promise of television programming in indigenous languages has been on the debate menu for quite some time and it does not seem to be subsiding. It shouldn't. The vision of having full-spectrum programming in indigenous languages, each on their own separate television channels, will remain just that: a vision.

The SABC, as the dominant broadcaster in the country, is best placed and expected to deliver on this promise, in languages the majority of South Africans can understand. This majority are not English speakers but speakers of South Africa's marginalised indigenous languages: Setswana, Sepedi, Sesotho, siSwati, Tshivenda, Xitsonga, isiNdebele, isiXhosa and isiZulu. Despite its dominance and a language policy that claims to recognise the importance of programming in previously disadvantaged languages, SABC Television still finds it difficult to turn policy into action and do what is expected of it. However, the broadcaster is still able to provide ample programming in English.

Tuning into the SABC's three television channels, one is immediately confronted with the mishmash of nine indigenous languages tightly packed into two channels (SABC1 and SABC2) while English is left to frolic abundantly on one channel (SABC3). As if that is not enough, English programmes still find their way onto the two other channels, claiming large quantities of airtime in primetime slots. This goes against the SABC's language policy as well as the country's constitutional stipulations on language in the media.

The preamble to the broadcaster's policy on language states clearly, "We recognise that freedom of expression can be realised fully only when every South African can inform and be informed in their language of choice." The broadcaster makes further promises alluding to the recognition that "language plays a crucial part in promoting and attaining the goals of building our democracy and our nation, and developing our uniquely diverse cultures". The SABC also believes that "the use and development of language is closely linked to the development of culture and identity".

If this is true, why is the SABC unable to offer South Africans full programming in their home language? There are numerous reasons for this, one of those being the belief that English is the most effective language in which to

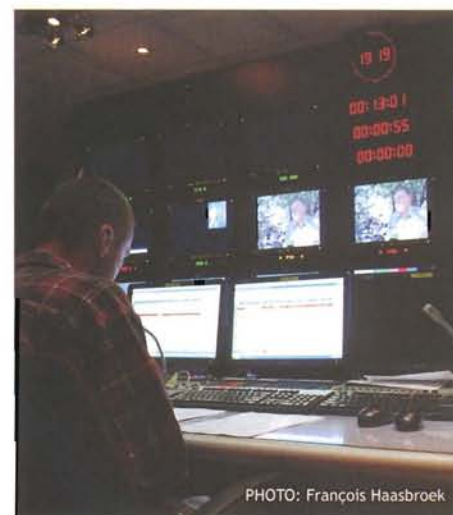
We recognise that freedom of expression can be realised fully only when every South African can inform and be informed in their language of choice

communicate to a wide audience. This is seen in the manner in which government officials use English to address their constituents, regardless of whether these people speak or understand the language. Prof Vic Webb, who teaches linguistics at the University of Pretoria, believes that "state institutions are becoming more monolingual in practice (that is, becoming more English), which means that the government is acting contrary to the spirit of the constitution". One only has to switch on the TV to see the perplexed expressions on people's faces when they are met by a public official addressing them in English.

BELOW: The SABC's head offices in Auckland Park, Johannesburg.



PHOTO: François Haasbroek



LEFT AND ABOVE: The broadcaster may be facing serious financial and managerial hiccups, but for the journalists at the SABC, the show must go on.

If the SABC's big shots can't be good advertisements for indigenous languages by speaking and writing in local languages, it is only natural that the exercise of promoting such languages will be futile.

Another reason for the SABC's failure to offer programming in indigenous languages has to do with money. It is more expensive to produce local content than it is to buy the cheaper international productions. The SABC is able to buy ready-made programmes from overseas.

This has brought criticism from media observers who feel that the broadcaster is neglecting its responsibilities in favour of profit. This criticism is valid when taking into account the number of international productions, especially American ones, on the SABC channels.

Another factor is the pressure on the SABC to broadcast shows that draw big audiences and revenues. The organisation has tried to introduce measures to have more programming in indigenous languages, but these only served to discriminate against the lesser-spoken languages.

According to these proposed measures, regional services will be introduced to areas where a large number of people speak the same language. The broadcaster's language policy promises the equal treatment of all indigenous languages and the allocation of broadcasting time suited to each one. But this equal treatment rests on suspicious conditions.

These are:

- The number of home language speakers in the coverage area of a channel
- The geographical spread of the language
- The extent to which members of a language community are able to

If the SABC should change its stance on this issue, we would probably support it to a degree – but not in all of the eleven official languages

understand other languages

- The extent of marginalisation of the language
- The extent to which it is understood by other South Africans
- Available resources

Looking at the above conditions, it becomes clear that some languages will be left out in the cold. How will the broadcaster determine the extent to which a language was marginalised, for example?

Understanding a language may not be the most difficult thing for the SABC to worry about in areas where a majority of people speak an identical language – but what about a metropolitan province like Gauteng, which is home to many languages and cultures? Will the people residing in this province tune in to the national service which will be, predominantly, in English? The SABC has not yet addressed this issue.

An issue the SABC has addressed is the introduction of two new regional

services, namely SABC4 and SABC5. In June 2005, the Independent Communications Authority of South Africa (Icasa) granted the SABC licenses for the two television stations. SABC4 will cater for Setswana, Sesotho, Sepedi, Tshivenda, Xitsonga and Afrikaans; while SABC5 will broadcast in isiZulu, isiXhosa, siSwati and Afrikaans, again.

Mandla Langa, then chairperson of Icasa, said the introduction of SABC 4 and SABC5 "doesn't mean English will be totally prohibited". He said the language "may still be used in, for example, news and current affairs shows".

The SABC estimated, in 2005, that it would cost R442 million to fund the stations in the first year alone. Advertising would help to cover some of the expenditure, but the channels were not expected to bring in significant commercial revenue. Why not?

The answer may be found in how Samantha Maunders, senior marketing manager for clothing retailer PEP, replied to a question regarding whether they would be able to conceptualise and pay for ads in all eleven official languages if the SABC were to create separate television channels for each official language.

She said, "As far as TV goes, we produce and flight our commercials in English only, even if they are flighted in vernacular programmes. If the SABC should change its stance on this issue, we would probably support it to a degree – but not in all eleven official languages."

Her reasons were clear and simple. "Our TV ads have a shorter flying period than radio and the production costs are higher." **SMF**

Min simpatie met SA trekkers

Vir baie Suid-Afrikaners is die gras aan die ander kant van die draad – of dan die oseaan – groener as hier. Die media is nie geneig om dit as 'n goeie keuse te sien nie en stel dié wat emigreer meestal in 'n negatiewe lig, volgens BLANCHÉ DE VRIES.



Vroeër jare was die buiteland 'n uitkoms vir mense wat nie die politieke situasie in Suid-Afrika kon verduur nie of vir hul eie veiligheid moes vlug. Maar met die koms van die demokrasie kyk Suid-Afrikaners met ander oë na die buiteland. Vir baie is dit nou 'n plek van gelyke geleenthede vir almal waar 'n mens 'n nuwe begin kan maak. Toe én nou is dit 'n bestemming vir wanneer “the tough gets going”. En vir baie het die toestande hier vermoedelik onuithoudbaar geword.

“Fleeing From South Africa – Fourteen years after apartheid, why are the best and the brightest leaving Africa’s most successful state?” So beskryf die internasionale tydskrif *Newsweek* vroeër vanjaar op sy voorblad die grootskaalse emigrasie uit Suid-Afrika. In die artikel word beweer dat regstellende aksie en misdaad te blameer is vir die feit dat soveel middelklas-mense die land verlaat. Sommige burgers sal dié publisiteit as aanmoediging sien om te emigreer.

Daar is gereeld mediaberigte wat negatief is oor mense wat met hul vaardighede en al oorsee gaan. Wat nie altyd genoem word nie, is dat daar vir baie van hierdie mense eenvoudig nie

werksgeleenthede in Suid-Afrika is nie. Kan hulle dus verkwelik word dat hulle die pad vat?

Terselfdertyd merk mens 'n nydigheid jeens diegene wat emigreer. Die kommentaar van lesers op Johan Eybers se berig “Meeste wit Suid-Afrikaners tussen 24 en 40 het land verlaat, sê instituut” wat op *Rapport* se webtuiste verskyn het, spreek boekdele. Dit het 'n hewige en persoonlike debat ontlok. 'n Leser met die skuilnaam “SAARP” het ook ingeklim en gesê Suid-Afrikaners in die buiteland moet “probeer om eerder 'n positiewe bydrae in julle nuwe verblyflande te lewer, in plaas van so tekere te gaan oor ons s'n! Julle is 'n verleentheid vir julle self en vir ander.”

'n Mens sou kon redeneer dat al die publisiteit aan die landsverlaters bydra om die rasseverdeling in die land te vergroot, want dikwels, soos in *Rapport* se berig, word beklemtoon dat die emigrante wit is. Dit laat by ander rasse die gevoel ontstaan dat die wittes nie soveel omgee vir die land nie en dat hul lojaliteit maar flou is. 'n Ander anachronisme is dat die misdaad, geweld en korrupsie in die land elke dag uitgebazuin word – met

die implikasie dat dinge elders beter is – maar wanneer mense dan dié boodskap ernstig opneem en besluit om te verhuis, word hulle daarvoor verkwelik.

In 'n artikel in *Sarie* is berig dat jong Suid-Afrikaners die land verlaat om glo hul horisonne te verbreed, maar dat hulle dikwels in hul nuwe verblyflande nie nuwe vaardighede aanleer nie. Die artikel het mense aangemoedig om nie die land te verlaat nie, maar gesê wat verkeerd is in Suid-Afrika. Mense wat wel emigreer, word gekritiseer omdat hulle nie hul vaardighede “in hul vaderland inploeg nie”. Die Suid-Afrikaanse Instituut vir Rasseverhoudinge (SAIRR) het volgens die artikel bereken sowat 841 000 wit Suid-Afrikaners het die land tussen 1995 en 2005 verlaat.

Die *Financial Times*, 'n Britse koerant, het berig dat baie Suid-Afrikaners nou terugtrek “huis toe” weens die ekonomiese krisis in die VSA en Brittanje. Die *Cape Times* het ook in Junie vanjaar berig dat meer Suid-Afrikaners nou oorweeg om terug te kom, maar hulle is gewaarsku dat die “gras by die huis dalk nie so groen is nie”. Al dié berigte oor werkloosheid en misdaad in die land maak mense

FOTO: Martin Fieldus

HOOFFOTO: Die Suid-Afrikaanse ambassade in Londen, waar Suid-Afrikaners in vanjaar se verkiesing gestem het.

huiwerig om terug te keer, maar terselfdertyd word hulle dan gekritiseer omdat hulle hul vaardighede uit die land geneem het.

Hierdie ambivalensie word ook deur die advertensiebedryf voortgesit, met die gevolglike voordele wat dit vir die media in terme van inkomste inhou. 'n Mens sien dit in die volgende scenario: Suid-Afrikaners in die buiteland verlang steeds na "die goeie dinge by die huis". Op baie plekke vorm hulle hul eie gemeenskappies. In Engeland het Nando's en Cape Town Fish Market restaurante oopgemaak. Dié nostalgie oor "die huis" skep die geleentheid vir byvoorbeeld die Steers-advertensie

Mense wat wel emigreer, word gekritiseer omdat hulle nie hul vaardighede "in hul vaderland inploeg nie"

waarin twee vriende oor die Internet gesels. Die een babbel oor die geld wat hy oorsee maak en hoe alles daar beter is, totdat hy agterkom sy vriend in Suid-Afrika het iets begeerliks wat hy nie het nie: 'n Steers-burger.

Mandy Rossouw het tot onlangs namens Media24 verslag gedoen uit Londen en sê haar waarneming is dat "Suid-Afrikaanse" koerante soos *The South African* wat oorsee gepubliseer word, meer gebalanseerd is as die plaaslike koerante in hul beriggewing oor Suid-Afrikaners in die buiteland. Volgens Rossouw moedig die klein Suid-Afrikaanse gemeenskappies

mekaar aan om eerder in die buiteland te bly. "Hulle verewig die idee dat Suid-Afrika sleg is. Hulle beskou Suid-Afrika as 'n glas wat halfleeg staan."

Wat haar betref, wek die Suid-Afrikaanse media die indruk dat dié mense nie meer werklik Suid-Afrikaners is nie, want hulle verkies ander lande bo hul eie. "n Mens kry twee soorte mense wat die land verlaat: Dié wat nie met die nuwe regering kon of kan vrede maak nie, en dié mense wat eenvoudig hul vaardighede en persoonlike ervarings elders wil uitbrei."

Muriel Bartes het in 2004 na Londen verhuis. Sy het gekies om in die buiteland te bly om haarself te bemagtig om haar twee kinders, Sylvester en Samantha, meer geleenthede te bied.

"Ons word deur die media gekritiseer omdat ons in Suid-Afrika opgelei is, maar ons vaardighede in ander lande aanwend. Maar ek kan tans met gemak na my kinders omsien. Die salaris wat in Suid-Afrika aangebied word, kan eenvoudig nie vergelyk met 'n oorsese een nie."

Bartes sê sy kry soms die gevoel dat van haar familieleden in Suid-Afrika nydig teenoor haar is, en sy meen dit hou verband met die media se voorstelling van Suid-Afrikaners in die buiteland.

Talle Suid-Afrikaners oorweeg dit om terug te keer, maar weens die negatiewe beeld wat deur die media

FREE

THE

SOUTH AFRICAN

NEWS FOR GLOBAL SOUTH AFRICANS Tuesday 29 September 2009 • Issue 329 www.thesouthafrican.co.uk

255 DAYS TO KICK OFF

VISAS - TO EXTEND YOUR STAY IN THE UK

TAX, FINANCIAL AND MIGRATION EXPERTS: Money Transfers, Tax Refunds, Accounting, UK Bank Accounts, Visas, CV & Job Assistance, Travel Clinic, Shipping and Umbrella Services

1st Contact

0808 168 0455

www.1stcontact.com/must1

SA CRIME: YOU'RE SAFER IN THE UK

Official statistics released in South Africa last week showed an overall increase in the crime rate. Against these figures, British statistics show much of their shock value. But what do the numbers really mean, and how will South Africa deal with the issues behind the police report?

PAIGE DORRIN
editor@thesouthafrican.co.uk

WHEN official crime figures were released in the UK a few weeks ago, the British press proclaimed England the most violent country in Europe. More than that, it was - according to press spin on these figures - worse than South Africa when it came to the rate of crimes per 100 000 residents.

But while this made for shocking headline fodder, it simply didn't ring true. Criminologists were quick to point out that crime figures can be affected by many factors, including differences in criminal justice systems and differences in how crime is reported and measured.

So although the UK ranked above South Africa for all violent crime, up to 18 000 South Africans are murdered each year, compared to Britain's 931 murders in 2007.

Anyone still convinced that the UK has more serious crime problems than South Africa need only take a look at the official crime figures released in South Africa last week - although caution in interpreting these figures is again judicious, given the circumstances of their release.

Because just one set of statistics, covering the financial year until the end of March, was revealed in the annual police report this month, up-to-date and accurate assessments of if and how crime is increasing have been rendered impossible. By the time the information was officially disclosed, it was already almost six months old. Previously, two sets of statistics were released each year.

continued on page 3

NEW: AFRICAANS COLUMNIST KOOS KOMBUIS
lifestyle | 13

WIN tickets to watch the Mysteries
lifestyle | 16

ASSAULT CHARGE LAID AGAINST MALEMA
news | 5

INTERVIEW: SA DANCER VINCENT MANTSOE
lifestyle | 12

CHAMPIONS TROPHY REVIEW
sport | 31

geskep word van hulle, ontmoedig hulle. Hulle kry die indruk dat hulle nie langer welkom is in hul vaderland nie omdat hulle glo die land in die steek gelaat het.

Nkosi Sikelel' iAfrika, al sit van Afrika se kinders in die Queen se teetuin! **SMF**

BO: The South African-koerant in Londen het onlangs berig oor misdaad in Suid-Afrika.

LINKS ONDER: 'n Aksiefoto van Kevin Pietersen, 'n oud-Suid-Afrikaanse krieketspeler. REGS ONDER: Muriel Bartes en ander Suid-Afrikaners by 'n kroeg in Londen waar hulle Suid-Afrika se oorwinning in 'n rugbywedstryd vier.



FOTO: Sharief Jaffer, Foto24



FOTO: Verskaf deur Muriel Bartes

ONE MAN'S TERRORIST

PHOTO: Amir Farshad Ebrahimi



...is another man's freedom fighter. Or so they say. But who gets to decide how a group is classified? And how much more harm is being done by labelling groups when the conflicts themselves are so complicated, asks **KRISTEN VAN SCHIE**.

On 27 December 2008, the Israeli Defence Force launched Operation Cast Lead against the Hamas-led Palestinians in the Gaza Strip. Their tanks rolled out three weeks later, leaving behind a shell-shocked nation and over 1 100 Palestinian casualties. Thirteen Israelis died in the conflict. Strange then that Israel is regarded by the West as a stalwart of democracy, while Hamas has been labelled a terrorist organisation by the United States, the United Kingdom, the European Union, Canada and Japan.

But 'terrorist' is a contentious term and, depending on who's using it, is often morphed into 'freedom fighter' instead.

Speaking to *SMF*, Shaun Edge, a lecturer in political science at the

University of Pretoria, explained that the latter is a euphemised construct. "Terms such as 'freedom fighter' are often derived during debate whereby someone would say, 'Can you believe how the ETA are terrorising Spain?' And then someone would reply, 'No, they are simply fighting for their independence and freedom.'"

Even though it's not a political term, it is politically-loaded, "developed by both the media and the freedom fighters themselves in order to portray their cause in a more legitimate manner," says Edge.

In the political sciences, 'terrorism' is generally defined as the use of politically-motivated violence to influence a government. Crucial in the definition is the attacking of civilian targets such

as schools and hospitals rather than military bases. "The killing of civilians automatically negates all claims of freedom fighter status and firmly places you in the terrorist camp," says Edge.

But if the term is so clearly defined in theory, why all the havoc in practice?

Edge explains that institutions purposefully misuse the terms 'freedom fighter' and 'terrorist' in order to justify their own policy positions. "Most states assert that they are supporting freedom fighters simply because it sounds better than saying you support terrorists," he says. A state will choose how to define 'terrorist' based on its own needs.

The media, too, misuse the terms, often to elicit the drama needed to attract an audience. But while entertaining the audience with explosions and



PHOTO: Michael Castielli

gory details, the media often fail to fully explain the context of conflict situations to their users. It's an issue Edge feels strongly about. "I think the media make use of the term 'freedom fighter' when they know that the fighters have international sympathy and the term 'terrorist' when they do not." And since September 11, the West has not been partial to Islamic states, like Palestine. It's a distinction that is keenly felt in the Middle East. Shortly after Operation Cast Lead began, Fawzi Barhoum, spokesperson for Hamas, said that Israel was busy "committing a holocaust as the whole world watches and doesn't lift a finger to stop it".

Gysbert Kirsten, who lectures in communication studies at the University of South Africa, feels that this bias of Western governments against certain countries in the Middle East is then passed on to media users. "Our views may well be shaped by global institutions such as news agencies," says Kirsten. "Those international news agencies such as Reuters, Associated Press and Agence France-Presse, are based in the developed countries of Europe and North America, with bureaus

in the rest of the world. The news we receive from these agencies has a First World slant that is sometimes critical of the developing world."

For the South African media, the opposite seems to be true. Media Tenor, a content analysis organisation based in Pretoria, analysed a year's worth of coverage in the South African media, from August 2000 to September 2001. The data showed that though Israel received almost double the amount of coverage that Palestine received, it had a negative spin. The result was a public perception of Israel as aggressor, Palestine as victim.

What effect 9/11 has had on South African coverage of the conflict remains unclear, but it is possible that the favourable slant towards Palestine has to do with South Africa's own past. The African National Congress (ANC) was labelled a terrorist organisation by both the United States and the United Kingdom. Nelson Mandela was sent to Robben Island a convicted terrorist. Racism, political interests, or truth? "The ANC during apartheid made use of terrorist attacks against the domestic civilian population and many of these

SPOT THE TERRORIST (ABOVE) A Palestinian man is detained by Israeli soldiers and (FAR RIGHT) a child at a pro-Hamas rally in Damascus, Syria.



The ANC during apartheid made use of terrorist attacks against the domestic civilian population and these were brutal and indiscriminate...



Words themselves become dangerous: to speak of 'occupied territories'; to describe the Palestinian bombers as anything other than 'terrorists'; to reject the Israeli government's euphemism of 'targeted killings'...

attacks were brutal and indiscriminate," says Edge. "This places them in the terrorist camp."

But what about the oppression of non-whites by the apartheid government? And what about the secret police death squads?

Theoretically, such actions constitute what is called a 'terrorist state'. "Protection of their citizens, state security, and internal stability are some of the justifications used by governments practising state terrorism," explains Kirsten. "In South Africa's history the media did not expose instances of state terrorism."

The reports of civilian casualties caused by Operation Cast Lead differ. The Palestinian Ministry of Health declared that there were 686 civilian deaths. The Israeli Defence Force (IDF) attacked mosques, houses and schools – a fault on Hamas's part, it claims: "The Hamas terror organisation placed the primary fighting scene at the heart of civilian neighbourhoods as it booby-trapped homes, fired from schools, and used civilians as human shields." The IDF claims only 295 Palestinian civilians died.

Does this make Israel a terrorist state?

Eusebius McKaiser, a political and social analyst at the University of Johannesburg's Centre for the Study of Democracy, thinks it does. In a commentary piece for *Business Day* just two days before Operation Cast Lead ended, he wrote, "Israel is waspishly – and wrongly dismissing the moral complexities involved in choosing military tactics that will foreseeably lead to civilian deaths."

Edge disagrees. "The targeting of civilians by a state need not necessarily be a terrorist act as oppression is often used by states and oppression is not theoretically terrorism," he says. "If your state were attacked, would you not make use of all your strength to eradicate the threat?"

Definitions aside, another major concern is the blatant misuse of the media for propagandist purposes – from both sides. Brigitte Nacos, professor in political science at Columbia University, describes this as "mass-mediated terrorism": terrorism specifically for the purpose of getting the media's attention, and hence public support.

Israel was not the first to strike in December 2008. A few days beforehand, Hamas began firing rockets into southern Israel. Edge believes it was a carefully planned publicity stunt: "The terrorists knew the rockets they were firing into Israel were insignificant and were like throwing pencils at a wall, but they knew Israel would respond with massive force and that Israel would hence lose public support."

It worked. The invasion that followed was a transgression of international law and Israel came under heavy pressure to withdraw its troops from Palestinian land. An investigation has now been launched by the United Nations to determine whether Israel committed war crimes during Operation Cast Lead, especially in the use of disproportionate force.

But while public support for

Palestine seems to be growing, Israel, too, is misusing the media. In his book *Flat Earth News*, British investigative journalist Nick Davies describes an 'electric fence' of pressure groups who work against the media to ensure that coverage in the region is pro-Israel. The groups resort to mass e-mails and letters to bully the media into advocating their viewpoint. "Words themselves become dangerous: to speak of 'occupied territories'; to describe the Palestinian bombers as anything other than 'terrorists'; to reject the Israeli government's euphemism of 'targeted killings,'" writes Davies. "The facts are there, but the electric fence will inflict pain on any reporter who selects them."

The result is a polarisation between the opposite sides, a perpetuation of stereotypes and a portrayal of one's opponent as a strange 'other' that must be defeated.

But amidst all the chaos of pressure groups and governments and organisations and academics, are the civilians – both Palestinian and Israeli – who live in fear for their lives every day.

"The taking of civilian lives is never justified," insists Edge. "To claim that you're doing it for the greater good or that by killing a hundred civilians you're saving a million is simply preposterous and extremely naïve." And by throwing about emotive terms like 'terrorist' and 'freedom fighter' for the purposes of dramatic reportage, the media is undermining the complexities of the Israeli-Palestinian conflict.

Without objectivity in reportage, how can there be understanding? Without understanding, how can there be peace? **SMF**



PHOTO: Jane Houle

SMF's main course has been served. This is the pudding. We leave you with a selection of the past year's media-related achievements, and we also name and shame those who put their foot in it. "Aitsa" is 'n uitdrukking van waardering. Vir die res kan mens net kopskud en 'n uitgerekte "eish" uiter.

aitsa!

- *District 9*: This local sci-fi masterpiece boasts with some great acting. Even Americans now know where Jozi is.
- Die media het die publiek bewus gemaak van kabinetslede se aankoop van buitensporig duur ampsmotors. Hierdie blink rygoed is nog op die pad, maar ten minste het vervoerminister S'bu Ndebele onder die druk geswig en sy swierige geskenk van 'n maatskappy wat sake met sy departement doen, teruggegee.
- *heat* magazine: Great job on breaking the Joost-gate scandal. The public has a right to know when self-proclaimed rolemodels are hypocrites.
- Die hooggeregshof in Zimbabwe het in September beslis dat die onafhanklike dagblad, *Daily News*, weer gepubliseer mag word. Ook CNN en die BBC is onlangs toegelaat om weer uit ons buurland verslag te lewer.
- After Iran's controversial elections, in which alleged rigged results gave president Mahmoud Ahmadinejad the lead, the social networking site Twitter was used to mobilise protesters in a country with very little media freedom.
- Die aanstelling van twee vroue in prominente posisies het geslagsgelykheid in die bedryf 'n hupstoot gegee. Liza Albrecht en Ferial Haffajee is die nuutste redakteurs van onderskeidelik *Rapport* en *City Press*.



eish...

- Athletics South Africa's Leonard Chuene not only blatantly lied about Caster Semenya's gender tests, but also called the media racist for reporting on the matter.
- **Die Regterlike Dienskommissie het die media verbied om hul Hlophe-ondersoek by te woon. Gelukkig het die Suid-Gautengse hooggeregshof anders besluit.**
- "Sleeping around means sleeping around." In a radio interview on Talk Radio 702, the ANC Youth League's Floyd Shivambu struggled to explain the organisation's baseless remarks about Helen Zille.
- The *Sunday World* and *Sunday Independent* ran articles in which a young woman alleged she was expecting then president Kgalema Motlanthe's child. It eventually turned out that she had lied.
- The SABC was featured in the news for all the wrong reasons. Terrible leadership, the wasting of millions of rands and its failure to pay producers kept the public broadcaster on the front pages for several months.
- **SMF 2008** het 'n flater op sy eie flaterblad gemaak. Dit was die *Daily Sun*, nie *The Daily Voice* nie, wat tydens verlede jaar se xenofobiese geweld na buitelanders as "aliens" verwys het. **Eisssssshhhhhh...**



What you can't see, can hurt you.

The media are your eyes and ears on the world. Media freedom guarantees your right to know what's going on in your country, and participate fully in the decisions affecting you. Media freedom is **your** freedom. Insist on it. To find out more, go to www.sanef.org.za

South African National Editors' Forum
SANEF

As jy ernstig is oor 'n loopbaan in die joernalistiek, is die US se nagraadse Departement Joernalistiek jou leerskool. Besoek ons webwerf by www.sun.ac.za/journalism vir inligting oor ons nagraadse joernalistiekkursusse.

If you're serious about a career in journalism, study at Stellenbosch University's graduate Department of Journalism. Visit our website at www.sun.ac.za/journalism for more information on our postgraduate journalism courses.

Identified in the Sanef Skills Audit 2002 as a 'centre of excellence'
Identified as one of the top twelve journalism schools in Africa
– UNESCO report 2007
'Criteria and Indicators for Quality Journalism Training'

JO₂urnalism
We breathe it!

Department of Journalism, University of Stellenbosch
Private Bag X1, Matieland 7602
Tel: +27 21 808 3488 Fax: +27 21 808 3487
e-mail: crozier@sun.ac.za www.sun.ac.za/journalism