U.O.V.S.
Bloemfontein
BIBLIOTEEK

UOVS-SASOL-BIBLIOTEEK 0233363
111003201701220000019

DIE PLEK EN ROL VAN SKAKELWERK AAN DIE UNIVERSITEIT VAN DIE ORANJE-VRYSTAAT

deur

PHILIPPUS JACOBUS REINECKE

Verhandeling goedgekeur vir die graad

MAGISTER ARTIUM

in die

Departement Kommunikasiekunde

van die

Fakulteit van Lettere en Wysbegeerte

aan die

Universiteit van die Oranje-Vrystaat

Studieleier: Prof. D.A.S. Herbst

Bloemfontein Desember 1977

Universiteit van die Oranje-Vrystaat
BLOEMFONTEIN

03 -05- 1978

KLAS No. T659.148 0768 ...

No. 233363

BIBLIOTEEK

HIERDIE EKSEMPLAAR ... ONDER
GEEN OMSTANDIGHEDE UIT DIE
BIBLIOTEEK ... WORD NIE

INHOUD

HOOFSTUK		BLADSY
	VOORWOORD	(i)
1.	BEPALING VAN SKAKELWERK	1
	1.1 UITGANGSPUNT	1
	1.2 SKAKELWERK AS KOMMUNIKASIE	4
	1.3 VOORLIGTING IN SKAKELWERK	9
	1.4 SKAKELWESE, SKAKELKUNDE EN SKAKELWERK	12
	1.4.1 SKAKELWESE	12
	1.4.2 SKAKELKUNDE	13
	1.4.3 SKAKELWERK, SKAKELING, OPENBARE BETREKKINGE	13
	1.5 DOELSTELLING	13
2.	NOODSAAKLIKHEID VAN SKAKELWERK	15
	2.1 INLEIDING	15
	2.2 ORGANISASIES WAARVOOR SKAKELWERK 'N HEELTYDSE TAAK IS	18
	2.3 SKAKELWERK EN UNIVERSITEITE	26
3.	BEGINSELS VAN 'N SKAKELPROGRAM	30
	3.1 INLEIDING	30
	3.2 UITGANGSPUNT	30
	3.3 BEPLANNINGSFASE	31
	3.3.1 BELEIDSBEPALING	31
	3.3.2 BEGROTING	33
	3.3.3 DOELWITTE	34
	3.3.4 PUBLIEKBEPALING	37
	3.3.5 BOODSKAPBEPALING	39

HOOFSTUK		BLADSY
	3.4 TOEPASSINGSFASE	42
	3.4.1 BENADERING	42
	3.4.2 TYDSTIPBEPALING EN OMSTANDIGHEDE	45
	3.4.3 TEMPO-BEPALING	47
	3.4.4 MEDIA	48
	3.5 EVALUERINGSFASE	50
4.	SKAKELBEGINSELS VIR 'N UNIVERSITEIT	53
	4.1 INLEIDING	53
	4.2 BEPLANNINGSFASE	53
	4.2.1 BELEIDSBEPALING	53
	4.2.1.1 DIE BEPALING VAN DIE SKAKELBELEID IN OORLEG MET DIE UNIVERSITEITS-BESTUUR	53
	4.2.1.2 BASISDOKUMENTASIE EN OP DIE HOOGTE BLY	56
	i) Dokumentasie	56
	ii) Op die hoogte bly	59
	4.2.2 DOELWITBEPALING	61
	4.2.3 PUBLIEKBEPALING	66
	4.2.3.1 INTERNE PUBLIEKE	67
	i) Studente	67
	ii) Personeel	69

HOOFSTUK		BLADSY
	4.2.3.2 EKSTERNE PUBLIEKE	72
	i) Gemeenskapsinstel-linge	72
	ii) Ouers	74
	iii) Alumni	75
	4.2.3.3 ANDER EKSTERNE PUBLIEKE	77
	i) Voornemende studente	77
	ii) Ouers van voornemende studente	79
	iii) Huidige en potensi-ele Donateurs	80
	iv) Kommunikasiemedia	82
	4.3 TOEPASSINGSFASE	83
	4.4 EVALUERINGSFASE	85
5.	DIE BURO VIR ONTWIKKELING EN OPENBARE BETREKKINGE AAN DIE UNIVERSITEIT VAN DIE ORANJE-VRYSTAAT	86
	5.1 INSTELLING EN BELEIDSBEPALING T.O.V. DIE BURO	86
	5.1.2 HOOFFUNKSIES EN BELEIDSBEPALING T.O.V. DIE HOOF VAN DIE BURO	87
	5.1.2.1 HOOFFUNKSIES	87
	5.1.2.2 BELEIDSBEPALING	88
	5.2 BEPLANNING EN WERKSAAMHEDE VAN DIE BURO	89
	5.2.1 OPENBARE OPTREDE (BEELDBOU)	90
	5.2.1.1 INTERNE PUBLIEKE	93
	i) Personeel	93

HOOFSTUK		BLADSY
	ii) Studente	95
	5.2.1.2 EKSTERNE PUBLIEKE	96
	i) Oud-studente	96
	ii) Ouers	98
	iii) Gemeenskapsin-stellings	99
	5.2.2 ADMINISTRATIEF	101
	5.2.3 MEDIA EN PUBLIKASIES	105
	i) Mediabeampte	105
	ii) Publikasies	108
	iii) Ander Kommunikasiemedia	109
	5.2.4 SKOLEVOORLIGTING	112
	5.2.5 GELDINSAMELING	115
	5.2.6 SPORT	117
	5.3 STREEKKANTORE VAN DIE BURO	119
	5.3.1 KIMBERLEY-KANTOOR	119
	5.3.2 JOHANNESBURG-KANTOOR	120
6.	GEVOLGTREKKINGS EN AANBEVELINGS	123
	6.1 NAAMSVERANDERINGE	123
	6.1.1 BURO VIR ONTWIKKELING EN OPEN-BARE BETREKKINGE	123
	6.1.2 ADJUNK-DIREKTEUR: ONTWIKKELING EN REKLAME	125
	6.1.3 STREEKKANTORE	127
	6.2 SAMEVATTING	129
	BIBLIOGRAFIE	131

HOOFSTUK		BLADSY
BYLAE, PROF. W.L. MOUTON		138
BYLAE, VRAELYS: MNR. D.J. VILJOEN		145
BYLAE, ANTWOORDLYS: MNR. D.J. VILJOEN		147
BYLAES, PLIGTESTATE:	1. DIREKTEUR	150
	2. ADJUNK-DIREKTEUR: ADMINISTRATIEF	155
	3. ADJUNK-DIREKTEUR: ONTWIKKELING EN REKLAME	158
	4. ADJUNK-DIREKTEUR: FONDSINSAMELING	161

VOORWOORD

Die skrywer is besondere dank verskuldig aan professor D.A.S. Herbst, hoof van die Departement van Kommunikasiekunde aan die Universiteit van die Oranje-Vrystaat, vir sy raad en leiding in die voorbereiding van hierdie verhandeling.

Dank en waardering is ook verskuldig aan:

Prof. W.L. Mouton, Rektor van die Universiteit van die O.V.S., vir die aanwending in bylaevorm van sy siening van skakelwerk aan die U.O.V.S.

Mnr. D.J. Viljoen, Direkteur van die Buro vir Ontwikkeling en Openbare Betrekkinge aan die U.O.V.S., vir sy hulp en uiteensetting in bylaevorm van die taak en werksaamhede van die Buro.

Mej. L.R. Kok vir die netjiese en bekwame tik van die verhandeling.

Mnr. & mev. P.J. Reinecke vir hulle belangstelling en algemene bystand.

Die skrywer se eggenote, Lizette, vir haar volgehoue belangstelling en aanmoediging.

HOOFSTUK I

BEPALING VAN SKAKELWERK

1.1 UITGANGSPUNT

Kommunikasie word bestempel as 'n fundamentele sosiale verskynsel (McQuail, 1975: 1 e.v.). As sosiale gegewe kan dit nie losgemaak word van menslike verkeer nie. Die mens is meer as 'n enkeling; hy is ōōk 'n sosiale wese. "A man is not an isolated being in a void; he is essentially integrated into society". (Andersch e.a., 1969: 4 Kommunikasie is die menslike aktiwiteit waardeur boodskappe - bewussynsinhoude - van een mens aan 'n ander deur simbole gemeenskaplik gemaak word. (Fauconnier, 1973: 1.)

Soos die mens geen sinvolle lewe sonder kommunikasie kan voer nie, kan geen instelling, organisasie of onderneming in isolasie bestaan nie. Kommunikasie verbreek isolasie in die samelewing. (Vogelaar, 1962: 3 e.v.; Schramm, 1973: 18 e.v.). Die organisasie of instelling is afhanklik van die publiek se steun en het daarvoor die breë publiek of publieksgroepe se vertroue en welwillendheid nodig: "....... some companies and industries by 1970 already had begun serious examinations of population growth and change, but mostly as these affect sales. In my opinion sales will

be among the least of the concerns of the future. More to the point will be relations with consumers, with employees, with communities, with minorities and dissidents, with pressure groups, with local, state and national government ...." (Stephenson, 1971: x..)

Die noodsaaklikheid van kommunikasie in die vorm van skakelwerk lê daarin dat kommunikasie met publieksgroepe bewerkstellig, behou en uitgebrei moet word. Die grootte, omvang en kompleksiteit van die moderne organisasie, instelling of onderneming, kan lei tot onpersoonlikheid, misverstand, wantroue en die gevolglike verlies aan steun. Skakelwerk het onder meer daarmee te doen om hierdie stempel van onpersoonlikheid te versag of selfs af te breek.

Kommunikasie bied geen eenvoudige of kitsoplossing vir probleme nie, maar behels 'n ingewikkelde proses. Fauconnier se omskrywing van kommunikasie gaan uitdruklik om die menslike of sosiale. „Het betreft hier de studie van het proces van menselijke of sociale communicatie, waarbij een persoon, instelling of groep (de communicator) een bewustzijnsinhoud (boodschap) tracht over te brengen naar een of meerdere, andere personen, instellingen of groepen (ontvangers) en zulks door middel van een kanaal, signalen en tekens". (Fauconnier, 1973: 1.)

Fourie se uitgangspunt is menslike behoeftes. "....... all communication is motivated and directed at the satisfaction of a need or more than one need". (Fourie, 1975: 1.)

Miller sê: "....... communication has as its central interest those behavioural situations in which a source transmits a message to a receiver(s) with conscious intent to affect the latter's behaviours". (Miller, 1968: 92.)

Op grond hiervan kàn gesê word dat 'n kommunikator 'n boodskap intensioneel oordra. In kommunikasie gaan dit daarom dat die kommunikator sy betekenis by die bestemming wil konstitueer. Dit gaan om eenderse betekenisgewing; soos Berlo dit stel: ".... to bridge the gap between two individuals through the production and reception of messages which have meanings for both". (Berlo, 1960: 130 - 131 Fauconnier praat van „....... een poging tot 'gemeenschappelijkmaking'". (Fauconnier, 1973: 15.)

Die kerndoelstelling van skakelwerk is om 'n gunstige geestesinstelling teenoor 'n onderneming te ontwikkel en welwillendheid te skep, want daarsonder is daar nie vertroue en steun nie. (Malan & L'Estrange, 1969: 18 e.v.). Dit gaan by skakelwerk om die daarstel van 'n beeld van 'n onderneming. Beeld word omskryf as die globale indruk, idee of voorstelling wat van 'n organisasie, maatskappy of produk gevorm word. (Witwatersrandse Tegniese Kollege, Intermediêre Skakelwerk, 1969, Toetsvraestel 1.)

'n Universiteit word beskou as 'n institusionele kommunikator.

(Schramm, 1970: 18.) Wat universiteite betref, het die belangrikheid van skakelwerk in die afgelope dekade of twee geweldig toegeneem. "The student revolt, which began at the University of California in mid-1960, has swept around the world, bringing profound changes as well as painful crises to universities in all lands. Essentiality of the function in higher education is no longer debated. Institutions of higher learning were among the first to set about winning public favor on a systematic basis. .... In the twentieth centrury the administrator turned to .... public relations". (Cutlip & Center, 1971: 586.)

1.2 SKAKELWERK AS KOMMUNIKASIE

'n Teoretiese studie van skakelwerk voer na 'n breë ondersoekterrein, waarvan die talle definisies getuig wat al gegee is. (Vgl. Cutlip & Center, 1971: 5 e.v.).

Talle uiteenlopende sienings word nagehou oor wat skakelwerk is. Die verskillende beskouinge het dié dissipline benadeel en spruit uit die wanopvattinge dat skakelwerk die openbare mening manipuleer. (Walker, 1975: 100.) "The aim of public relations is not to manipulate people's minds, but to present facts in such a straightforward manner that people can form their own opinions". (Malan & L'Estrange, 1969: 26.)

Dat beïnvloeding 'n rol speel, kan nie sonder meer verwerp word

nie. John E. Marston sê: "Whether or not all communication is persuasion, in public relations activities persuasion is almost always intended as a result of communication, and frequently the recipients are aware of the intent". (Marston, 1963: 35.)

Hy beklemtoon egter dat die element van beïnvloeding nie noodwendig agterdog of kwade gevoelens impliseer nie. (Marston, 1963: 5 e.v.).

Die wek van vertroue, begrip en welwillendheid teenoor die groep of instelling, word beskou as doelstellings van skakelwerk. „Wie aan public relations doet, probeert rondom een organisatie stelselmatig een sfeer van bekendheid en begrip te kweken. Het doel daarvan is voldoende medewerking en vertrouwen te werven voor een gezonde ontplooiing van de werkzaamheden". (Seret, 1972: 14.) Vir Fauconnier lê die kern van die saak by die bedoeling van die kommunikator wat besig is met die skakelaksie. Hy sê dat die bedoeling van die skakelafdeling nie daarin kan bestaan om begrip, welwillendheid en dies meer te kweek nie. Sy bepaalde bedoeling is die beïnvloeding van die denke en handelinge van die mense, groepe of publieke tot wie hy hom rig in 'n gunstige rigting. (Fauconnier, 1973: 151.) „Zij trachten immers door een systematische actie, vooral door communicatie, een invloed uit te oefenen die voor hen een gunstig resultaat oplewert: begrip en sympathie. Het gaat echter daarbij niet in de eerste plaats om het begrip of de sympathie als dusdanig, wel

om het feit dat deze gevoelens, dit klimaat gunstig zijn voor het bereiken van het ondernemingsdoel". (Fauconnier, 1973: 152.) Dit kan oor die langtermyn strek.

Een van die bekendste omskrywinge van skakelwerk is: "The management function which evaluates public attitudes, identifies the policies and procedures of an individual or an organisation with the public interest, and plans and executes a program of action to earn public understanding and acceptance. (Stephenson, 1971: 7. Vgl. ook Starr, 1968: 1 - 2 en Marston, 1963: 5.)

Bertrand Canfield noem verskeie definisies, maar verkies die volgende: "Public relations is a social philosophy of management expressed in policies and practices which are communicated to the public to secure its understanding and goodwill". (Canfield, 1968: 1.)

Dit het die Raad van die Institute of Public Relations in Engeland baie jare gekos om konsensus te bereik oor 'n omskrywing van skakelwerk. Die omskrywing wat aanvaar is, lui: "Public relations is the deliberate, planned and sustained effort to establish and maintain mutual understanding between an organisation and its public". (Black, 1966: 3;) Die definisie van die Openbare Skakelinstituut van Suid-Afrika, wat by die Insti-

tute of Public Relations in Engeland geaffilieer is, het dieselfde bewoording. (Malan & L'Estrange, 1969: 18.)

Die omskrywing van die Nederlandse Genootschap voor Public Relations (N.G.P.R.) soos deur Seret bespreek en waarvan die begrip voorligting 'n element is, dien grootliks as basis vir hierdie studie oor skakelwerk: "Public relations is het - in hoofdzaak door voorlichting - stelselmatig bevorderen van goede verhoudingen met groepen van mensen van wier oordeel men als organisatie afhanklik is (voor de optimale verwezenlijking van het beleid)". [x] (Seret, 1972: 12.)

Die begrip voorligting werk verhelderend by die studie van skakelwerk. Om dié rede word die begrip verder toegelig. Fauconnier praat van „kennisvermeerderende voorligting". (Fauconnier, 1973: 152.) Hy meld dat die boodskap in skakelwerk aan bepaalde eise beantwoord. 'n Boodskap word nooit aan 'n bestemming opgedring nie en 'n keusebeperkende effek word nie nagestreef nie. Die bestemming word as't ware toegelaat om 'n eie oordeel oor die boodskap te vorm op grond van inligtingsverskaffing. (Fauconnier, 1973: 152.)

---

[x] Die woorde tussen hakies is deur Seret toegevoeg om groter gewig aan die woord <u>afhanklik</u> te gee.

Vir sowel Marston as Fauconnier is bedoeling en beïnvloeding elemente van skakelwerk, maar die oordrag van die boodskap geskied op 'n bepaalde wyse. Uit die feit dat daar nie 'n keusebeperkende effek[x] nagestreef word nie en dat die bestemming toegelaat word om 'n eie oordeel te vorm, blyk dit dat skakelwerk as kommunikasie 'n bepaalde vorm van voorligting is, nl. kennisvermeerderende voorligting. „Wij komen tot de conclusie dat de communicatie die gebruikt wordt in de public relations niets anders is dan een welbepaalde vorm van voorlichting, namelijk kennisvermeerderende voorlichting". (Fauconnier, 1973: 152.)

Die begrip voorligting kom nie tot sy reg in die omskrywing van die Britse Skakelinstituut nie.

Voorligting speel volgens Seret en Fauconnier in skakelwerk 'n baie belangrike rol.

---

[x] Wat dié keusebeperking betref, vgl. Fauconnier: 155. Een van die belangrikste verskille, sê hy, tussen skakelwerk en reklame of propaganda, lê in die keusebeperking op die bestemming, vanuit die bedoeling van die kommunikator.

1.3 VOORLIGTING IN SKAKELWERK

Die term voorligting kom in Afrikaans en Nederlands voor, maar kan nie aan 'n gelykwaardige enkele Engelse woord getoets word nie. Schramm (1973: 170 - 171) praat van "instruction" en Coetzee vertaal Fauconnier se „voorlichting" met "guidance-extension".[x] (Fauconnier, vertaal deur Coetzee, 1975: 125.)

In die praktyk is dit egter 'n gebruikswoord. Dit is dus geregverdig om te vra of die woord ook by skakelwerk ter sprake kom. Sonder meer omvat die woord voorligting nie die breër begrip van skakelwerk nie. Seret sê: „Het woord voorlichting heeft zelfs het risico, dat men zicht daarbij te sterk de informatiestroom in één richting voorstelt, terwyl het tweerichtingsverkeer juist een elementair bestanddeel van alle public relations-activiteit uitmaakt". (Seret, 1972: 54.)

Hier word aangesluit by dr. G.A.M. Vogelaar (Fauconnier, 1973: 120 - 121) wat voorligting omskryf as 'n deur die voorligter bewuste aan die gang gesette proses met die oog op direkte of indirekte beïnvloeding van die handelinge van die voorgeligte.

---

[x]Fauconnier, Mass, Media & Society, 1975: 125 (Vertaal deur Leon Coetzee

Twee belangrike elemente word in die omskrywing onderskei:

- Die oorbring van gedagtes en/of feite.
- Die direkte of indirekte beïnvloeding van die handeling van die bestemming.

„Oor die oorbring van feite of oordele kan daar geen twyfel wees nie. Hier vind ons die essensie terug van kommunikasie". (Herbst, 1976: 2.)

Met die bedoeling tot beïnvloeding van handelinge van die bestemming, kom twee probleme na vore. Die eerste is of die bedoeling van voorligting noodwendig net die beïnvloeding van die voorgeligte is. (Vgl. ook Fauconnier, 1973: 121.) Dit is so dat baie voorligtingsveldtogte enkel daarop gerig is om 'n mening, 'n bepaalde geesteshouding of oortuiging te vorm.[x] Voorligting hoef nie tot 'n werklike handeling of die verandering van 'n bepaalde handeling te lei nie.

In dié verband lyk Vogelaar se bepaling dus te smal en beperkend. Saam met Fauconnier kan dit uitgebrei word tot „met het oog op beïnvloeding van de opinie, van de houding, of van het handelen van voorgelichte ...." (Fauconnier, 1973: 124.)

---

[x] Vgl. hier die voorligtingsbesoeke van universiteite aan skole.

Die tweede probleem in verband met Vogelaar se bepaling het betrekking op die beïnvloedingsproses. Vogelaar sê die beïnvloeding kan geskied deur kennisvermeerdering of wilsbeïnvloeding. (Fauconnier, 1973: 122.) In die eerste geval praat hy van kennisvermeerderende voorligting en in die tweede van wilsbeïnvloedende voorligting. „Wij willen wel aanvaarden dat propaganda een proces is waarbij hoofdzakelijk gepoogd word de wil te beïnvloeden, en dat dit proces geen voorlichting meer kan genoemd worden". (Fauconnier, 1973: 123.)

Wilsbeïnvloedende voorligting het, soos Fauconnier tereg aantoon, hoofsaaklik betrekking op propaganda en daarom kan hier nie van voorligting gepraat word nie.

Wat voorligting betref, word die element van beïnvloeding beperk tot beïnvloeding wat hoofsaaklik berus op kennisvermeerdering. „Daar word gesê hoofsaaklik omdat dit nie ondenkbaar is nie dat wilsbeïnvloedende elemente gebruik word. Kennisvermeerdering en wilsbeïnvloeding kan nie deurgaans duidelik geskei en teen mekaar afgeweeg word nie". (Herbst, 1976: 6.)

Bondig kan voorligting, een van die vernaamste eienskappe in skakelwerk, omskryf word as „........ een communicatieproces dat door de communicator (voorlichter) op gang wordt gebracht met het oog op de beïnvloeding van de opinie, van de houding

of van het handelen van de bestemmeling (voorgelichte) en dat vólledig of hoogdzakelijk steunt op een kennisvermeerdering". (Fauconnier, 1973: 125.)

1.4 SKAKELWESE, SKAKELKUNDE EN SKAKELWERK

Kernonderskeidinge wat betrekking het op skakelwerk word hier kortliks gestel. (Herbst, 1976: 1.)

1.4.1 SKAKELWESE:

Die begrip skakelwerk het betrekking op die skakelbedryf in die geheel. In die praktyk word hoofsaaklik drie soorte kategorieë aangetref:

i) Onafhanklike skakelfirma.
ii) Skakelafdeling van reklamemaatskappye.
iii) Skakelafdeling van maatskappye en ander instellinge.

(Malan & L'Estrange, 1969: 267.)

In dié studie gaan dit om die derde onderskeiding hierbo, omdat universiteite onder „ander instellinge" val.

1.4.2 SKAKELKUNDE:

Skakelkunde is die wetenskaplike vertakking of toepassingsgebied binne die Kommunikasiekunde wat die skakelwese en skakelwerk (openbare betrekkinge) as studiegebied het. Dit is dus die wetenskaplike bestudering binne die Kommunikasiekunde van 'n bepaalde gebied waarin kommunikasie opereer.

1.4.3 SKAKELWERK, SKAKELING, OPENBARE BETREKKINGE:

Die begrip skakelwerk word bo die begrippe skakeling en openbare betrekkinge verkies, maar aldrie het betrekking op die beroep, met ander woorde die uitvoering van die kommunikasieproses wat as skakelwerk aangedui word.

Hierdie studie handel hoofsaaklik oor die kommunikasiekundige aspekte van die beroep skakelwerk, soos dit by 'n institusionele kommunikator - die Universiteit van die Oranje-Vrystaat - aangetref word.

1.5 DOELSTELLING

Die doel van hierdie verhandeling is om die plek en rol van skakelwerk aan die Universiteit van die Oranje-Vrystaat te ondersoek en te analiseer.

'n Dekade of twee gelede het byna alle Suid-Afrikaanse universiteite 'n afdeling, departement of buro vir skakelwerk ingestel. Aanvanklik sou dié studie 'n ondersoek na skakelwerk aan alle universiteite behels het, maar as gevolg van die omvang van skakelwerk en die uitbreiding daarvan, sou dit te breed geword het.

Die studie word om die rede beperk tot die Universiteit van die O.V.S. en daar sal geprobeer word om die plek van die Buro vir Ontwikkeling en Openbare Betrekkinge aan die U.O.V.S. te ondersoek en sy rol aan te toon in soverre skakelwerk ter sprake kom. Die universiteit as institusionele kommunikator beklee in hoër onderwys 'n baie belangrike rol en die bevindinge wat hierin vervat is, kan in mindere of meerdere mate op skakelwerk aan ander universiteite van toepassing wees.

HOOFSTUK II

NOODSAAKLIKHEID VAN SKAKELWERK

2.1 INLEIDING

Oor waarom skakelwerk nodig is, sê Van Santen: „Het nieuwe, 20ste-eeuwse levenspatroon is de hoofreden van de opkomst der public relations". (Van Santen, 1970: 45.) Deur die verandering van die wêreld het ook die lewe van die mens as enkeling en as lid van die samelewing anders geword. Die lewenspatroon van die 20e-eeuse samelewing is nie meer soos die van die 19e eeu nie. „Al die redenen komen erop neer, dat de wêreld van heden heel anders is dan vijftig en zeker honderd jaar geleden was". (Van Santen, 1970: 45.)

Die wêreld se bevolking word daagliks groter wat 'n stroomversnelling van idees meebring. In die moderne tyd werk meer idees en op sneller wyse op die mens in as wat in die verlede die geval was. 'n Belangrike toespraak kan nou gelewer word en binne 'n paar uur het dit deur die wêreld gesirkuleer. (Herbst, Dilemma van die moderne koerant: 67 e.v.).

Verbeterde onderwys maak die wêreld ingewikkelder. Ongeletterdheid in die Westerse wêreld is iets wat verdwyn, veral te meer as gevolg van verpligte skoolgang.

Meer en beter kommunikasiemiddele bring 'n kommunikasie-ontploffing mee. (De Fleur, 1970: 32.) Die telefoon, telegraaf en druktelegraaf word intensiewer gebruik. Dwarsoor die wêreld groei die aantal radio- en televisietoestelle (vgl. Die Volksblad, 17.7.1976: 5.) Tot voor die Tweede Wêreldoorlog was massakommunikasie deur televisie beperk, maar sedertdien het televisie 'n magtige faktor in die openbare lewe geword. „De moderne communicatiemiddelen maken het ook mogelijk dat men op talrijke specialistische gebieden op de hoogte blijft". (Van Santen, 1970: 50.) Dit vergemaklik, maar bemoeilik ook sy lewe. Die bombardement van inligting moet verwerk kan word. Die verskeidenheid massamedia ding mee om die aandag en belangstelling van die mens. (Herbst, Dilemma van die moderne koerant: 166.) Daar moet onthou word dat elkeen van die media heeldag besig is om iets te „verkoop". Hulle maak gevolglik 'n kuns daarvan en ding mee om die publiek se aandag te lok en te behou.

Die publiek met wie geskakel word, is geen eenvoudige en eenvormige groep mense nie. Elke organisasie of instelling het baie publieke, d.w.s. skakelpunte, van wie hy afhanklik is. "The principal publics of a corporation are: employees, stockholders, consumers, community neighbors, distributor-dealers, suppliers, educators and government. Each of these publics is interested in a

corporation as a source of benefits: ....". (Canfield, 1968: 89.) Met elkeen moet geskakel word, meestal met verskillende boodskappe vir elkeen.

Die oorlog van 1939 tot 1945 kan bestempel word as die tydperk waarin die waarde van skakelwerk algemeen ingesien en begryp is en in toenemende mate deur toonaangewende organisasies en regerings ingestel is. Suid-Afrika se Departement van Inligting, talle skakelfirmas en skakelafdelings van maatskappye in die na-oorlogse jare, getuig hiervan. (Witwatersrandse Tegniese Kollege, Intermediêre Skakelwerk, 1969, Toetsvraestel 1: 3 e.v.).

Skakelwerk, en dus ook die beeld van 'n organisasie, moet daar wees om betrokke publieksgroepe bymekaar te bring in 'n gemeenskaplike verstandhouding van werkgewer — werknemer — publiek. Die goeie beeld word opgebou deur die daarstelling en handhawing van doeltreffende kanale van kommunikasie tussen groepe van mense. Deur die verstandhouding wat geskep is, volg welwillendheid en harmonie. (Witwatersrandse Tegniese Kollege, Intermediêre Skakelwerk, 1969, Toetsvraestel 1: 5 e.v.).

Skakelwerk, wat die ontwikkeling van 'n goeie naam of aansien ten doel het, is noodsaaklik om te verseker dat die organisasie, maatskappy of instelling se beleid, produkte of dienste aanvaarbaar vir die publiek moet wees. Dit bou goeie verstandhouding en welwillendheid, wat noodsaaklike vertroue en ondersteuning in die organisasie verseker. In die verband sê Smit: "The

objective of Public Relations is to promote understanding and a climate of favourable acceptance for a corporate body, its policies, its personnel and all its activities, which include production, finance, marketing, recruitment .... The function of Public Relations is to promote, with the co-operation of everyone in an organisation, a climate in which these activities will thrive". (Smit, 1968: 13.)

Samevattend kan dit gestel word dat die bevolkingsontploffing en die daarmee gepaardgaande probleme die hoofrede is waarom skakelwerk op die verskillende terreine noodsaaklik geword het. "Public relations as an art and science of dealing with people, will never have any lack of raw material for its practice. There will be plenty of people". (Ferreira, 1976: 5.)

2.2 ORGANISASIES WAARVOOR SKAKELWERK 'N HEELTYDSE TAAK IS

Namate die mededinging om bekendheid van bedrywe en organisasies toeneem en die voortbestaan in 'n klimaat van voortdurende veranderinge meer afhanklik word van beter en veelvuldiger kontak met die buitewêreld, tree die behoefte aan 'n kundige, heeltydse afdeling of beampte vir skakelwerk in. (Vgl. Canfield, 1968: 16 e.v.); ook Stephensen, 1971: 5 e.v.).

Die omvang van 'n organisasie, aan personeellede gemeet, is nie die enigste maatstaf vir die instel van 'n afdeling of beampte vir skakelwerk nie. Ewe min kan die omset van 'n onderneming hiervoor 'n maatstaf wees. 'n Aantal faktore werk saam wat deur Seret so gestel word:

i) Die omvang van die organisasie in personeelgetalle uitgedruk.

ii) Die aard van die organisasie en die dienste wat die organisasie — kommersieel of nie-winsgewend (bv. universiteite) — aan die samelewing verleen.

iii) Die groeitempo van die organisasie.

iv) Die tempo van wisseling en verandering in die kring waarin die organisasie werksaam is.

v) Die geestesgesteldheid of -instelling van die bestuur van die organisasie. (Seret, 1972: 124.)

Dié vyf faktore kan saamgevat word deur dit te stel dat die aantal kontakte en baie wisseling van die kontakte sterk invloed het op die vraag in watter stadium 'n afdeling vir skakelwerk nodig is. Maar of dit, selfs met die beste beampte of afdeling vir skakelwerk, iets positiefs gaan meebring, hang af van die beleid van die bestuur van die organisasie.

Genoemde faktore word kortliks toegelig:

i) As eerste faktor word die omvang van die bedryf volgens personeelgetalle genoem. Uitgaande van die gegewe dat elke personeellid vir die kring van sy gesin, vriende en kennisse die inligtingsbron insake die bedryf of instelling is waar hy werk, is die voor-die-hand-liggende begin van skakelwerk „tuis", binne die organisasie self. (Seret, 1972: 124.)

Word in ag geneem dat elkeen min of meer reëlmatig met minstens tien ander mense kommunikeer, bereik 'n universiteit soos die Universiteit van die O.V.S. met sê 8 000 betrokkenes, d.w.s. studente, akademiese en administratiewe personeel, sowat 80 000 mense. Wanneer 'n kommersiële instelling 2 000 tot 4 000 werknemers in diens het, word dit as 'n baie groot en belangrike organisasie beskou. Word universiteite in hierdie verband met kommersiële instellings vergelyk, kan daar slegs aan die hand van getalle 'n saak vir doeltreffende skakelwerk uitgemaak word.

ii) Die aard van die organisasie bepaal die aard van sy dienste of produkte. Met die aard van die organisasie word bedoel of die organisasie bv. 'n onderneming met winsbejag is, 'n vereniging met bv. 'n kultuurtaak, 'n instelling, bv. 'n

universiteit, 'n owerheidsdiens of bv. 'n federasie is.

'n Historiese genootskap van 'n paar honderd lede neem in die samelewing 'n ander plek in as 'n bedryf met enkele honderde personeellede of 'n universiteit met duisende betrokkenes. Laasgenoemde twee voorbeelde het onmiskenbaar behoefte aan doelgerigte skakelwerk, maar die eerste nie noodwendig nie.

Seret (1972: 125) sê: „Een vereniging die voor een goed doel fondsen wil werven, zal er zich voor moeten inspannen om aan de buitenwêreld zo efficiënt mogelijk te vertellen wat dit goede doel is .... (Misschien denkt het publiek wel, dat de vereniging al genoeg overheidssubsidie 'inslikt' waaraan men in de vorm van belasting al rijkelijk bijdraagt!)" Dië aanhaling het in groot mate ook op universiteite betrekking, omdat geldinsameling 'n belangrike deel van die werk van die afdeling vir skakelwerk uitmaak. Diegene wat verbonde is aan die afdeling vir skakelwerk aan universiteite, weet dat die aanhaling betrekking het op praktiese situasies wat telkens voorkom.

Wat die aard van die dienste of produkte betref, is dit begryplik dat 'n onderneming wat gespesialiseerde halfklaar produkte aan 'n uiters beperkte groep van ander industrieë produseer en lewer, veel minder behoefte aan kontak met die

buitewêreld sal hê as 'n groot bedryf wat verbruikersprodukte soos voedselware of klere bemark.

'n Universiteit lewer uit sy aard dienste aan die gemeenskap en is in voortdurende wisselwerking met die buitewêreld, 'n faktor wat skakelwerk noodsaaklik maak. "Many companies have found it effective public relations to sponsor research at universities, which both public and experts accept as objective and independent institutions". (Stephenson, 1971: 513.)

iii) 'n Sterk groeitempo van 'n organisasie beteken nuwe mense, uitbreiding, nuwe vertakkinge, nuwe magsverhoudinge, „........ meer mogelijkheden voor de één, oppassen voor de ander". (Seret, 1972: 126.)

Universiteite in Suid-Afrika beleef steeds 'n sterk groeitempo. Dit is onnodig om hier uit te brei op die wisseling en toevoegings van personeel en studente en die skepping van nuwe fakulteite en departemente aan universiteite. Vir enige gemeenskap is die aanwesigheid van 'n universiteit belangrik, omdat dit groei en aktiwiteit stimuleer. "The campus should make efforts to relate itself to the large community in terms of the special skills available from the sub-community of the scholar". (Cutlip & Center, 1971: 602.)

iv) Die tempo van verandering wat 'n groot organisasie of selfs 'n universiteit meebring, is voor-die-hand-liggend. „Een ingeslapen vereniging, die zich uitstekend thuis voelt bij de bereikte status quo en opziet tegen al dat overhaaste gedoe in de buitewêreld, lijkt op een huis met gesloten blinden". (Seret, 1972: 126.) Gebrek aan aktiwiteit en kontak, kan meebring dat enige organisasie vanweë gevolglike onbekendheid agteruitgaan.

'n Nuwe mensesametrekking, so ook die betrokkenheid van 'n universiteit, bring gaandeweg verandering in opvattings en verwagtings mee. „Het plaatselijke bedrijf moet om kunnen blijven bestaan zijn bakens verzetten. De directie zal meer dan ooit, misschien voor het allereerst, bewust aan 'public relations' - vragen toe zijn en aan een adviseur of 'een eigen man' moeten denken". (Seret, 1972: 127.)

Sulke omstandighede bring die vraag na en behoefte aan skakelwerk na vore.

v) Die geestesgesteldheid of -instelling van die bestuur van die organisasie.

Die vraag is of die bestuur die buitewêreld belangrik genoeg ag vir skakelwerk en of hy die buitewêreld iets wil meedeel. Volgens Seret (127 e.v.) is die vraag verder: „Moet men de buitenwêreld wel iets vertellen en moet men het risico loop tegenover die buitenwêreld een soort verantwoording te moeten aflegging van gevoerd beheer?"

Dit is nodig om hier te onderskei tussen openheid en openbaarheid omdat dit hier gaan om die geestesgesteldheid of openheid van die bestuur van die organisasie. Onder openheid word verstaan „........ een mentaliteit, die wordt gekenmerkt door bereidheid tot het verstrekken van informatie en door ontvankelijkheid voor de meningen van anderen". (Rapport van de Commissie heroriëntatie overheidsvoorlichting, 1970: 9.) Wanneer die openheid van 'n bestuur ter sprake kom, word daarmee bedoel die mate waarin die bestuur deur hierdie geestesinstelling gelei word.

„Openbaarmaking is het algemeen bekend maken of algemeen toegangelijk maken van gegevens die slechts bekend zijn aan sommigen". (Rapport van de Commissie heroriëntatie overheidsvoorlichting, 1970: 10 e.v.). Openbaarheid dui dus op 'n toestand en openheid op 'n gesindheid.

Sonder om dieper daarop in te gaan, kan 'n tweërlei houding

in enige organisasie bespeur word, nl. openheid en terughouding van inligting, soos Seret dit stel: „Het is echter heel goed mogelijk, dat men de openheid vreest omdat men niet voldoende weet hoe de gedane mededelingen in de buitenwêreld zullen worden opgevat". (Seret, 1972: 129.) Dit kan lei tot verlies aan prestige waarvoor organisasies op hulle hoede moet wees.

Uit die omskrywing van die Nederlands Genootschap voor Public Relations, blyk dit egter dat die bevordering van goeie verhoudinge een van die belangrikste doelstellings van skakelwerk is. Volgens die veel gebruikte toevoeging word die bevordering van goeie verhoudinge diensbaar gemaak aan 'n meer fundamentele doel, die optimale verwesenliking van die beleid. „Met name geldt dit voor de term 'goede verhoudingen' in de omschrijving van public relations als aktiviteit, waar met 'goed' in de eerste plaats het tweerichtingsverkeer in het contact word aangegeven". (Rapport, Commissie heroriëntatie overheidsvoorlichting, 1970: 167.)

Tweerigtingverkeer en kommunikasie lei tot openheid en beter begrip, maar impliseer nie dat die tydelike terughouding van inligting in bepaalde omstandighede verkeerd is nie. Malan & L'Estrange sê tereg: "While frankness is

necessary in the practice of public relations, there are times when the matter is not so simple and when it may be necessary to defer publication of information until the right time - but never to be dishonest". (Malan & L'Estrange, 1969: 27.)

Dit geld ook vir 'n nie-kommersiële instelling en organisasie of institusionele kommunikator soos 'n universiteit. „Voor een niet-commerciële instelling of organisatie kan dit op analoge wijze gelden". (Seret, 1972: 129.)

'n Eie afdeling of beampte vir skakelwerk kan tot die tweerigtingverkeer en bewusmakingsproses van die geestesinstelling van die bestuur 'n baie belangrike bydrae lewer.

2.3 SKAKELWERK EN UNIVERSITEITE

Dit word allerweë beskou dat skakelwerk grootliks in die bedryfswêreld ontstaan het en van toepassing is. "Public relations wordt door velen in verband gebracht met het bedrijfleven". (Rapport - heroriëntatie overheidsvoorlichting, 1970: 163.) Die ontstaan van skakelwerk ten opsigte van velerlei terreine kan wel na die bedryfswêreld teruggevoer word. Daar word gepraat van kommersiële en nie-winsgewende skakelwerk, en daar word naas die bedryfswêreld,

ook by instellings soos die regering, weermag, liefdadigheidsorganisasies en universiteite skakelwerk aangetref. So gediversifiseerd soos wat die samelewing is, so gediversifiseerd kom skakelwerk voor. Dit geld nie net vir individue nie, maar vir instellinge.

Ofskoon skakelwerk reeds lank aan universiteite in Amerika gebruik word, is dit relatief nuut aan Suid-Afrikaanse universiteite. In Amerika verg toestande dat 'n rektor 'n puik kommunikator en bemiddelaar moet wees om toenemende kampuskonflikte die hoof te bied. "Today's president or chancellor is caught in the crunch of conflicting values and demands from his continuent-claimant publics". (Cutlip & Center, 1971: 587.) Die grootte, doelstellings en take van universiteite, veroorsaak 'n buitengewone gekompliseerde sosiale opset. "The college face communication breakdown with external publics of equal magnitude - with communities crowded by campus growth and traffic congested by student cars, with legislators angered by student protest and student mores, with alumni whose sons and daughters cannot be admitted, with taxpayers growing weary of the mounting bill for higher education. This breakdown in communication has had and will continue to have serious consequences". (Cutlip & Center, 1971: 587.)

Baie van bogenoemde faktore word âl meer van toepassing op Suid-

Afrikaanse toestande. Steeds stygende koste in hoër onderwys, getalle- en gehaltebeheer van studente en die rol van personeel, gemeenskap, ouers en oud-studente is van die faktore wat toenemend in ag geneem moet word by die funksionering van 'n universiteit.

Amerika het met die instelling van skakelwerk aan universiteite die leiding geneem. Suid-Afrikaanse universiteite het veral vanaf die jare sestig gevolg. Die publieksgroepe en behoeftes van universiteite, wat as gevolg van die belangrikheid daarvan afsonderlik in 'n volgende hoofstuk bespreek word, met die gepaardgaande geleenthede en probleme, is die hoofredes vir die instelling van afdelings of departemente vir skakelwerk aan universiteite.

"A dollar pinch is developing for higher education. The 1970's will bring larger student bodies ...., greater demands for services and research, and continued rapidly rising costs. Competition for the education dollar will become acute. Budgets will be squeezed and all aspects of higher education will have to become more effective and efficient. The challenge to programs and personnel devoted to the furtherance of understanding and financial support will be equally as great. Interpretation of the educational program will be increasingly difficult as institutions grow more complex and the public more sophisticated.

.... just to stay even, the management of educational fund raising and public relations will have to be improved greatly". (Cutlip & Center, 1971: 594.) Diegene wat betrokke is by skakelwerk aan Suid-Afrikaanse universiteite, besef dat voorspellings in die bogenoemde omvattende aanhaling, reeds in Suid-Afrika bewaarheid is.

Samevattend kan dit gestel word dat Suid-Afrikaanse universiteite vanweë die kursusse wat hulle aanbied, projekte wat onderneem word en onderlinge mededinging behoefte het aan skakelwerk, d.w.s. die skepping van 'n klimaat van begrip en welwillendheid waarin hulle hul werk kan doen.

HOOFSTUK III

BEGINSELS VAN 'N SKAKELPROGRAM

3.1 INLEIDING

In hoofstuk I is dit gestel dat die omskrywing van skakelwerk van die NGPR, soos aangepas deur Seret, grootliks dien as basis vir die studie. (Vgl. 1.2,) Aan die hand van Fourie se doelwitgerigte kommunikasie word diê beskouing nou uitgebou en toegepas op skakelwerk in die algemeen sodat in hoofstuk IV 'n toepassing van die beginsels op skakelwerk vir 'n universiteit gegee word.

3.2 UITGANGSPUNT

Volgens Van Santen (1970: 36) omvat 'n skakelprogram die volgende agt punte:

i) die doel wat bereik wil word;
ii) die publieksgroepe wat bereik wil word;
iii) die persone met wie en instansies, organisasies of bedrywe waarmee saamgewerk kan word;
iv) die middele waarmee die publieksgroepe bereik wil word;

v) die wyse waarop die middele gebruik word;

vi) die tydstip en die volgorde van die verskillende dele van die program;

vii) die persone wat met die uitvoerende taak belas is;

viii) die koste wat die programme meebring.

Enkele byvoegings en 'n herindeling van hierdie punte bring groter volledigheid mee en vorm die basis van hierdie studie. Hiervolgens word die skakelprogram in drie fases ingedeel, t.w. beplanning, toepassing en evaluering.

In die beplanningsfase is beleidsbepaling (wat begroting insluit), doelwitbepaling, publiekbepaling en boodskapbepaling die begrondende werk wat lei tot die tweede fase, nl. implementering. In dié fase kom benadering van die publiek, tydstip, omstandighede en tempo vir lewering van die boodskap en aanwending van media ter sprake. Die derde fase is dié van evaluering van die program.

3.3 BEPLANNINGSFASE

3.3.1 BELEIDSBEPALING

Skakelwerk moet 'n vertrekpunt hê wat vasgelê is in die beleid van die onderneming. Stephenson sê: "The advantage of a policy statement is that it acts as a sky hook

.... is the point where judgment is applied to make sure that every message furthers the public relations purpose". (Stephenson, 1971: 19 e.v.). Die skakelwerk van 'n onderneming moet gevolglik diensbaar wees aan die bedoeling van sy bestuur of beleidmakers.

Die publieke waarmee die onderneming te doen het, moet 'n idee hê van wat die organisasie is en wil bereik. "As public relations is primarily concerned with understanding public attitudes and developing favorable public opinion, it promises to play an increasingly important role in management decision making". (Canfield, 1968: 22 - 23.) Hoe groter duidelikheid uit die bedoeling van die bestuur blyk, des te beter weet die publieke wat hulle aan die onderneming het. „So kan 'n gesonde geloofwaardigheidsbasis vir samewerking ontstaan". (Herbst, 1976: 8.)

Die bestuur van 'n onderneming bepaal sy beleid. Die skakelbeleid volg dus uit die beleid van die onderneming in die geheel. Die skakelwerk van 'n onderneming is die praktiese verlenging of toepassing van beleid, met as doel „de optimale verwezenlijking van het beleid". (Seret, 1972: 12.)

Omdat die skakelbeampte in die praktyk te make het met die toepassing van beleid in soverre dit die skepping van

welwillendheid betref, volg dit dat die skakelbeampte sy onderneming en dié se beleid deeglik moet ken. In sy skakelaksie kan hy immers nie buite die onderneming se beleid optree nie.

As deel van beleidsbepaling geld ook dat die begroting waarvolgens die program uitgevoer word, vooraf opgestel word.

3.3.2 BEGROTING

Geen beplanning vir 'n skakelprogram kan sonder 'n begroting gedoen word nie. Sistematiese begroting vereis vooruitbeplanning. Buigsaamheid moet egter vir onvoorsienbare omstandighede toegelaat word. "Budgets provide means of relating objectives with plans as these are shaped and limited by funds available. A sound budget includes all phases of management planning and results in a unified, agreed upon plan of action". (Cutlip & Center, 1971:- 224.)

Sekere organisasies lê 'n begroting vir skakelwerk volgens 'n vaste formule vas, soos 'n persentasie van verkope. Ander begroot op die basis van bestuursdoelwitte.

As 'n organisasie sy skakelwerk met duidelike doelwitte, behoorlike navorsing en deeglike beplanning begin, sal dit die

opstel van 'n begroting vergemaklik. "The budgeting or costing will proceed in the same way as the budgeting for any other company operation, starting with a detailed analysis of the work to be done". (Malan & L'Estrange, 1969: 47.)

Wanneer 'n skakelprogram opgestel word, moet rekening gehou word met die mense wat beskikbaar is om die verskillende onderdele van die program uit te voer.

Wat die koste betref, is dit so dat as die program opgestel is, kan makliker aan die hand daarvan 'n kosteberekening opgestel word. Die koste kan breedweg verdeel word in koste wat deur mense veroorsaak word (deur bv. salarisse en vergoedings); en dié deur middele soos drukwerk, masjiene of materiaal. Wanneer dit nodig is om te besuinig, kan dit makliker gedoen word op middele as op mense. Hoe hoër die koste van die middele is, hoe belangriker is dit dat die bestuur van die program by iemand berus wat die maksimum resultaat met die beskikbare middele kan bereik.

3.3.3 DOELWITTE

Die skakelbeampte projekteer sy doelwitte volgens beleidsriglyne. Doelwitte het betrekking op die eindresultaat van skakelwerk en kan onderskei word as 'n toestand, 'n aksie

of 'n objek wat die kommunikator wil bekom. (Fourie, 1975: 17.) "Conditions will include environmental, economic, physical, physiological and mental states of affairs or conditions". (Fourie, 1975: 16.) Aksie dui op bepaalde gedrag of handelinge wat deur kommunikasie gestimuleer word. Objek dui op konkrete of tasbare sake wat deur die kommunikator bekom wil word. (Fourie, 1975: 16.)

In skakelwerk gaan dit hoofsaaklik om 'n toestand, nl. 'n gesindheid, klimaat of instelling van welwillendheid en die sg. beeld wat geskep wil word. "Public relations sets about creating or conserving a favourable climate by setting out to help management to know and understand what is expected of the organisation by the publics affected by its operations; it helps management to ensure that the policies, products or services of the organisation are both understood and accepted by its publics. Most important, perhaps, it must ensure that the publics are aware of these facts". (Krause, 1977: 13.)

Die kommunikator moet sy doelwitte so noukeurig en duidelik moontlik formuleer, nie net omdat dit hom in staat stel om sy aandag te bepaal en inspanning aan te wend waar dit hoort nie, maar omdat hy die mate van welslae of mislukking beter

kan bepaal as hy duidelikheid het oor sy eie doelwitte. "....... objectives that specify exactly what one wishes to be known for can be of great help both in planning activities and in later evaluating whether a public relations program was worth the effort". (Starr, 1968: 16.)

Die skakeldoelwitte van ondernemings sal na gelang van hul aard, ligging, grootte en talle ander faktore verskil. Daar is egter verskeie min of meer algemene doelwitte en volgens 'n opname deur die Public Relations Society of America van vyf en twintig groot en klein ondernemings, is die volgende doelwitte volgens belangrikheid opgeteken: (Malan & L'Estrange, 1969: 36.)

i) To develop and maintain the goodwill of the public for the company.
ii) To help guide management in operating in the public interest.
iii) To increase understanding and acceptance of the company and to increase sales.
iv) To keep employees informed about the company and its operations.
v) To explain the part the company plays in the economy.
vi) To help preserve free enterprise.
vii) To promote the economic education of the public.

Hierdie lys kan geweldig uitgebrei word, veral as in ag geneem word dat bogenoemde hoofsaaklik kommersiële instellings se doelwitte reflekteer en dat talle ander faktore by niewingewende ondernemings 'n rol speel. Boonop is dit algemene, breë en uit die aard van die saak langtermyndoelwitte, terwyl bepaalde en op die korttermyn gerigte doelwitte opgestel kan word. "It should be clear, too, that circumstances may demand that certain objectives should be given precedence over others. This, in turn, will determine the public relations strategy that follows". (Malan & L'Estrange, 1969: 37.)

3.3.4 PUBLIEKBEPALING

Starr sê: "What is necessary is to make a thoughtful review of what groups really constitute your publics". (Starr, 1968: 14.) Schramm sê: "'know your audience' is the first rule of practical mass communication". (Schramm, 1970: 13.) Dit beteken, bondig gestel: „ken jou publiek(e)". Die institusionele kommunikator kan ondervind dat die bestemming hom nie wil aanvaar nie en as indringer beskou. „Aanvaarding van die kommunikator is in hoë mate afhanklik van sy kennis van die bestemming se kultuur, lewenswyse, opvattinge, begripstruktuur en sy vermoë om hom daarmee te identifiseer". (Herbst, 1976: 7.)

"It is a common mistake to think of The Public as one massive, monolithic assemblage ..... 'We the People' consist of many publics ....". (Cutlip & Center, 1971: 144.) Kennis van die publiek is nodig om moontlike struikelblokke te identifiseer en só te vermy of te oorbrug. "The dual purpose of the communicator .... is to identify possible barriers which may impede the successful completion of the project and to obtain information on useful predisposing factors in the communicational composition of the destination". (Fourie, 1975: 41.) Wat bestemmings- of publiekontleding betref, kom byna alle eienskappe van die bestemming relevant voor. Dié probleem kan gedeeltelik oorbrug word as die bestemming bestudeer word met spesifieke verwysing na die doelwitte wat die kommunikator wil bereik.

Die kommunikator moet die vloei van inligting gevolglik ook bestudeer, dit wil sê tot wie moet hy sy kommunikasie rig om sy bedoelde publiek die beste en die maklikste te bereik. "The fundamental purpose of public relations practice is to establish a two-way flow of mutual understanding ....". (Black, 1966: 3.)

Wanneer publiekbepaling voltooi is, „........ dan is de tijd aangebroken om zich bezig te gaan houden met de benadering van de verschillende publieksgroepen". (Van Santen, 1970: 107.)

3.3.5 BOODSKAPBEPALING

Die vasstelling van die beleid, doelwitte en publiek loop oor in die boodskap. Die boodskap is daardie spesifieke bewussyninhoud wat die kommunikator aan sy bestemming wil oordra. (Fauconnier, 1973: 28.)

Meer as een boodskap kan gelyktydig tot die publiek oorgedra word, hoewel dit die proses ingewikkelder maak. "If more than one message is involved, probably more than one need is involved, and more than one communication should be considered". (Fourie, 1975: 14.) Verder kan daar ook onderskei word tussen openlike en verskuilde boodskappe. "An overt message can be described in terms of the face value of a communication, or, in other words, the obvious .... Covert messages are quite common and usually we refer to them as suggestions or subtle communications". (Fourie, 1975: 15 - 16.)

Wat die inhoud van die boodskap betref, word aan die eenkant van die kommunikator verwag om binne sy beleidsvertrekpunt te bly. Aan die anderkant probeer hy om die inhoud aan te pas by sy kennis van die publiek, die moontlike reaksie van die publiek en die omstandighede waaronder die kommunikasie gaan plaasvind. (Vgl. Herbst, 1976: 10 e.v.).

Dit is moeilik om die verhouding tussen die inhoud van die boodskap en die uitwerking daarvan te voorspel. Daar is egter sekere voorwaardes waaraan 'n boodskap moet voldoen om die kommunikasie doeltreffend te laat verloop. Eerstens moet die boodskap so geformuleer word dat dit die bestemming se aandag prikkel. Die boodskap moet beskikbaar wees, dit wil sê daar kan geen kommunikasie wees as die kommunikator nie hard genoeg praat om gehoor te word nie. Selfs al is die boodskap beskikbaar, beteken dit nie dat die bestemming dit sal selekteer nie. Die mens selekteer boodskappe omdat hulle by sy behoeftes en belange aanpas. (Schramm, 1970: 18.) Dit bevestig die belangrikheid van „ken jou publiek(e)". „Een en ander wijst er in elk geval op dat de communicator, wil hij zijn kansen op een geslaagd communicatieproces optimaal maken, zich zo goed mogelijk zal moeten 'inleven' in het gedachtensysteem van de ontvanger". (Fauconnier, 1973: 167.)

Tweedens moet simbole gebruik word wat gemeenskaplik is vir sowel die kommunikator as bestemming. As die boodskap geformuleer word, moet die kommunikator seker maak dat hy nie net „dieselfde taal" as die bestemming praat nie, maar dat sy boodskap binne die begripstruktuur van die bestemming bly en nie regstreeks in konflik is met die bestemming se siening van die wêreld om hom nie. (Schramm, 1970: 14.)

Derdens moet die boodskap aanpas by die behoeftes van die bestemming en die een of ander wyse voorstel waarop daardie behoeftes bevredig kan word. Die boodskap moet dus verband hou met een of meer van die mens se basiese behoeftes. Die boodskap moet so 'n behoefte prikkel en die bestemming laat voel dat hierdie behoefte of spanning deur aksie bevredig of verlig kan word. Die boodskap kan probeer om die gedrag of aksie wat gaan volg, te beheer deur voor te stel watter aksie die bestemming moet volg. „'n Persoon se waardes of sy rolverdeling in 'n bepaalde groep kan verhinder dat hy die voorgestelde aksie volg en sy aksie dus beheer". (Herbst, 1976: 11.)

Vierdens kan die kommunikator, omdat hy die bestemming se aksie nie met sekerheid kan bepaal nie, die bestemming deur middel van die boodskap wel in 'n bepaalde rigting probeer stuur. Die boodskap moet 'n oplossing aan die hand doen om daardie behoeftes te bevredig wat verband hou met die groep en die groepsituasie waarin die bestemming hom ten tye van die kommunikasie bevind. Die bestemming word dus geleidelik deur die kommunikator in die gewenste rigting gestuur. Die trefkrag van 'n boodskap is groter as dit aanpas by reeds bestaande houdings, waardes en doelwitte van die bestemming; of as dit minstens aanvanklik daarby aanpas en geleidelik gewysig word. Dit wil sê die bestemming moet gelei word. (Schramm, 1970: 15.)

Geen boodskapsoordrag kan egter van die mens as individu losgemaak word nie. Elke mens ontvang en verwerk 'n boodskap individueel, met ander woorde gee sy eie betekenis daarvan. Geen mens is presies soos 'n ander nie, en al word gemeenskaplike simbole gebruik en vind die boodskap aansluiting by die bestemming se behoeftes, heg hy steeds 'n eie betekenis daaraan. (Schramm, 1970: 22.)

3.4 TOEPASSINGSFASE

3.4.1 BENADERING

Die kommunikator bepaal sy besondere benadering op grond van sy kennis van die aard van die bestemming. Die benadering kan hoofsaaklik op vier maniere gedoen word: ernstig, humoristies, rasioneel en emosioneel. (Fourie, 1975: 16.) By bepaling van sy benadering is dit veral belangrik dat die tradisies van die bestemming in ag geneem word. By alle mense is daar geleenthede wat tradisioneel 'n bepaalde benadering vereis. Andersch praat van "Cultural Diffusion" (Andersch e.a., 1969: 9.) So vereis feestelike geleenthede en godsdienstige aangeleenthede twee verskillende benaderings. Eersgenoemde sal 'n meer humoristiese benadering vereis, terwyl laasgenoemde ernstig beskou word. "On a university campus one will find a variety of approaches but the

discussion of scientific matters is usually approached rationally". (Fourie, 1975: 66.) As sekere tradisies deur die kommunikator oor die hoof gesien word, word met 'n benadering gekommunikeer wat teenstrydig is met dië van die bestemming wat daardie tradisies aanhang.

Afgesien van die erkenning van tradisies vir die gebruik in benadering, is daar ander wegwysers. Hierdie wegwysers is ingesluit in die inligting wat die kommunikator opdoen wanneer hy sy bestemming en sy omstandighede analiseer. Dit wys weer eens op die belangrikheid van „ken jou publiek(e)".

'n Ernstige benadering dui gewoonlik daarop dat die kommunikator die belange van die saak, die toestand of die toekoms van die saak waaroor hy kommunikeer, op die hart dra. „Dié benadering word gewoonlik toegepas wanneer die bestemming hom sterk identifiseer met 'n ideologiese konsep of beweging; die kommunikasie handel oor 'n omstrede onderwerp; die bestemming se toekoms daarvan afhang en die bestemming sterk houdings het ten opsigte van die saak". (Herbst, 1976: 15.)

Die humoristiese benadering is moeilik om te bemeester en vereis baie oefening. Mense hou van humor, maar baie min kan werklik humoristies wees. (Vgl. Fourie, 1975: 67 e.a.). Kommunikators wat nie humoristies is nie, moet die humoris-

tiese benadering liewer vermy. Afgesien daarvan dat hy sy aansien of beeld en moontlik sy geloofwaardigheid kan skaad, verminder hy sy kanse op realisering van sy doelwitte.

Die rasionele benadering word gekenmerk deur die kommunikator wat gebruik maak van feitelike inligting, wetenskaplike feite, statistiek en argumente wat georden en logies opmekaar volg. Die rasionele benadering word gewoonlik toegepas as die bestemming hoogs intelligent en ontwikkeld en die onderwerp tegnies is, soos aan universiteite. (Vgl. Fourie, 1975: 69.)

'n Emosionele benadering word gebruik as die kommunikasie tot die emosies of gevoelens van die bestemming gerig word. Dit word gewoonlik gekenmerk deur woorde wat 'n sterk emosionele betekenis ontlok. Hierdie benadering sal gewoonlik gebruik word as die bestemming minder intelligent en minder ontwikkeld is en as behoeftes en ideale daarby betrokke is. Samevattend kan gestel word, dat „........ waar die intellek objektiewe betekenisse in feitlikhede vind en vertolk met insluiting van die self, daar bestaan die emosionele in teenstelling daarmee uit subjektiewe betekenisse, met die self sentraal en dinamies daarby gemoeid. Kommunikasie in die intellektuele dimensie het betrekking op die rede en bewerkstellig begrip en insig. Kommunikasiesimbole in die emosionele dimensie voorsien aanvoeling, dryfkrag en motivering". (Blignaut & Fourie, 1970: 71.)

Opsommend kan gesê word dat kommunikasie gewoonlik 'n kombinasie van al vier die benaderings is, maar met klem op een of moontlik twee benaderings. Kommunikasie kan dan byvoorbeeld bestempel word as hoofsaaklik rasioneel en ernstig, maar met elemente van emosie en humor.

Veral in die praktyk sal skakelafdelings aan universiteite vind dat 'n kombinasie en gedurige klemverskuiwing van benaderings tot die drie basiese funksies, naamlik beeldbou, studentevoorligting en geldinsameling, die geslaagste uitwerking het. Die voorwaarde is egter dat die kommunikator die regte balans vind en buigsaam genoeg moet wees om al vier soorte benaderings te gebruik. Vir die geskoolde kommunikator wat sy publieke deeglik ken, volg dit later vanself.

3.4.2 TYDSTIPBEPALING EN OMSTANDIGHEDE

Die kommunikator moet die geskikste tydstip vir die lewering van sy kommunikasie uitsoek. Die kommunikasie-aksie behoort onderneem te word op 'n tydstip wanneer die bestemming daarvoor die ontvanklikste is. Cutlip & Center sê: "The several elements of a program .... must be spaced and timed to produce the desired effect at exactly the right time .... like timing is sought in fund-raising campaigns". (Cutlip & Center, 1971: 229.) Die laaste

sin is veral baie belangrik by die beplanning van geldinsamelingsveldtogte deur universiteite.

Uit die kommunikator se kennis van die bestemming en veral met inagneming van sy gewoontes en gedragpatrone, moet die kommunikator 'n gunstige kommunikasieklimaat skep. As die kommunikasieboodskap by die heersende behoeftes aansluit, sal die bestemming uiteraard ontvanklik wees: "......... if we can point out or provide a channel for action along the line of the desired attitude .... then we can be as confident as possible .... of accomplishing what we want to accomplish with our suggestions". (Cutlip & Center, 1971: 231.) As dit nie die geval is nie, sal dit onverstandig wees om, as die bestemming byvoorbeeld geen oes as gevolg van haelverwoesting gehad het nie, hom in 'n insamelingsveldtog om geld te nader. So sal die bestemming nie belangstel in inflasie, deflasie, regressie of depressie as hy vermaak en ontspanning begeer nie. (Herbst, 1976: 13.)

Die kommunikator kan egter soms sy boodskap in verband bring met 'n heersende behoefte of behoeftes van die bestemming. Verkoopmanne moet byvoorbeeld daaglikse, weeklikse, maandelikse en seisoenprogramme van sake-ondernemings in ag neem om vooruit te beplan. Dit sou verkeerd wees om 'n boer in die Kersseisoen, waar hy sukkel om die laaste koring vóór reën te stroop, oor universiteitsake soos geldinsameling te nader.

Dit is moontlik om die ouderdom van 'n persoon of die gemiddelde ouderdom van 'n groep as aanduiding tot die ontvanklikheid vir 'n spesifieke boodskap te neem. Indien daar enigsins twyfel bestaan dat die bestemming die kommunikasie nog nie ten volle kan verstaan nie, moet die moontlikheid om dit uit te stel, goed ondersoek word. So kan daar byvoorbeeld nie met 'n standerd sesleerling in „dieselfde taal" as 'n matriekleerling oor universiteitsaangeleenthede gepraat word nie.

Die beskikbaarheid van tyd vir die bestemming is ook van belang. Die bestemming moet voldoende tyd tot sy beskikking hê om die hele kommunikasieboodskap te ontvang. "The availability of time refers also to the amount of time needed to complete the preparation of the communication and the time available for this". (Fourie, 1975: 64.) 'n Skakelbeampte wat 'n matriekklas toespreek, kan byvoorbeeld nie 'n kommunikasieboodskap waarin feite mekaar progressief opvolg en 'n wye terrein dek, afsny nie. Sy boodskap moet so voorberei wees dat dit by die beskikbare tyd, soos een of twee skoolperiodes, aanpas.

3.4.3 TEMPO-BEPALING

By die benadering van publieksgroepe moet besef word dat groepe op bepaalde punte besonder gevoelig is. Dié punte

sal by die uitvoering van die skakelprogram vermy word. „Een belangrijke saak hierbij is het kiezen van de juiste volgorde waarin men deze groepen benadert", sê Van Santen (1970: 107.) 'n Verkeerde volgorde van benadering en verwysing na gevoelige punte wat miskien hulle wortels in die verlede het, is faktore wat 'n skakelprogram kan veronge-luk.

Skakelwerk is uiteraard 'n stadige en volgehoue proses wat oor 'n tydperk strek. Die proses verloop in fases waarvan die tempo individueel bepaal en aangepas moet word met inagneming van die ouderdomsgroep, kennis, opvoeding, intelligensie, taalgebruiksvermoë, houding en mediavoorkeur van die bestemming. "People often refer to a communication as slow or fast or just right, referring to the tempo at which the communicator covered his subject. Tempo thus is a term used to indicate the rate at which successive communication elements follow one another in the communication". (Fourie, 1975: 76.)

3.4.4 MEDIA

Medium, soos die begrip hier gebruik word, dui op enige middel wat gebruik kan word om kommunikasie van een punt tot 'n ander te vervoer. Geen kommunikasie vind plaas sonder 'n medium nie en soos alle ander faktore, kan die medium 'n diep-

gaande uitwerking op die uiteindelike sukses van die kommunikasie hê.

Die skakelbeampte moet die volgende in ag neem: (Seret, 1972: 231)

i) die verskeidenheid van media;
ii) die spesifieke aard van die media;
iii) die samestelling en
iv) die gebruik van die kommunikasiemedia.

Daar is vir skakelbeamptes baie media beskikbaar en veral in hoogsontwikkelde lande, is die keuse soms oorweldigend groot. Fourie gee 'n lys van vyf en dertig media en hy onderskei tussen universele, institusionele en projek-veranderlikes. Ook moet onderskei word tussen massamedia, groepmedia en individuele media. (Fourie, 1975: 113.)

Mediaseleksie is 'n moeilike en belangrike proses wat kennis van die benadering van die bestemming asook die verskeidenheid en werking van die media vereis. "The selection of a medium or a combination of media is a complicated process which should not be undertaken lightly. Communicators should consider the universal, institusional and project variables carefully. They should then relate the selected codes to possible media and make an eventual choice of the

most appropriate media. To be able to do this they should know the encoding possibilities of the media at their disposal". (Fourie, 1975: 114.)

Vir die doeleindes van hierdie studie word die begrip medium in sy wydste betekenis opgevat: sô sluit dit meer in as die massamedia en word dit beskou as enige draer van 'n boodskap. (Fauconnier, 1973: 39.)

3.5 EVALUERINGSFASE

Deur terugvoering van die bestemming stel die kommunikator vas of sy kommunikasie geslaag het of nie, m.a.w. of die betekenis gekonstitueer is wat die kommunikator bedoel het.[x] Dit moet egter beklemtoon word dat die kommunikator veral geïnteresseerd is in terugvoering van diegene vir wie die boodskap spesifiek bedoel is. "Provision of a feedback loop, however, does not necessarily guarantee good communication. There must be a mutuality of understanding which can come about only through trust, which in turn is based on candidness". (Bassett, 1968: 135.)

Dit kan gestel word dat geen kommunikasie sonder die een of ander vorm van terugvoering kan plaasvind nie. Daar is egter groot verskille in die wyse waarop 'n kommunikator terugvoering kan ontvang. Terugvoering kan geïgnoreer word, maar nooit uitgeskakel word nie.

---

x Vgl. 1.1

In ander gevalle sal dit 'n spesiale poging van die kommunikator verg om die terugvoering te kry wat hy nodig het vir die evaluering van sy kommunikasie.

Die volgende agt soorte van terugvoering is die algemeenste en kan deur die kommunikator gereël word. (Vgl. Fourie, 1975: 122 - 123.)

i) Direkte waarneming. Van die gesigsuitdrukkings, gebare, geluide en opmerkings van die bestemming, kan die kommunikator aflei of hy verstaan is en of sy boodskap aanvaar of verwerp is.

ii) Vraelyste. Vraelyste kan as 'n integrerende deel van die totale projek voorberei word. Die inhoud moet versigtig opgestel word.

iii) Toetse. In oorredingskommunikasie is dit dikwels nodig om vas te stel wat die houdings en menings van die bestemming is, vóór en ná die kommunikasie.

iv) Eksamen. Die kommunikator kan reël dat die begrip van die bestemming, nadat hy die kommunikasie ontvang het, getoets word.

v) Veranderings in gedrag. Dit is dikwels onmoontlik om toetse of eksamen toe te pas en die enigste aanduiding wat 'n kom-

U.O.V.S. : U.O.F.S.
BLOEMFONTEIN
BIBLIOTEEK - LIBRARY
233363

munikator sal hê, is direkte waarneming van die gedrag van die bestemming.

vi) Vrywillige kommentaar. Kommunikators van massamedia slaan ag op kommentaar van ontvangers. (Briewe aan redakteur e.d.m.)

vii) Peilings. Lesers- of luisteraars- of kykersopnames, sal aanduidings aan die kommunikator gee van die gewildheid van verskillende publikasies of programme en hy kan sô sy mate van sukses aflei.

viii) Deskundige evaluering. Die kommunikator kan die hulp van 'n deskundige nodig hê om sy kommunikasie te evalueer.

Samevattend kan dit gestel word dat die kommunikator sy terugvoering aan 'n universiteit hoofsaaklik deur die waarneming van 'n verandering in die houding, mening of gedrag van die bestemming kry. Dié soort terugvoering is gewoonlik nie regstreeks nie, maar word oor 'n uitgestrekte tydperk waargeneem.

HOOFSTUK IV

SKAKELBEGINSELS VIR 'N UNIVERSITEIT

4.1 INLEIDING

Ofskoon elke organisasie, so ook elke universiteit sy eie taakindeling en -omskrywing het, word die voorgaande uitgangspunte van hoofsaaklik die beplanningsfase op universitêre skakelwerk toegepas.

4.2 BEPLANNINGSFASE

4.2.1 BELEIDSBEPALING

4.2.1.1 DIE BEPALING VAN DIE SKAKELBELEID IN OORLEG MET DIE UNIVERSITEITSBESTUUR

Skakelwerk aan 'n universiteit moet 'n vertrekpunt hê, wat vloei uit die beleid van die universiteit. As algemene stelreël geld dat skakelwerk van 'n universiteit diensbaar moet wees aan die bedoelinge van die bestuur, d.w.s. rektor en universiteitsraad. Die publieke waarmee die universiteit te doen het, moet 'n idee hê van wat die universiteit is en

wil bereik. Hoe groter duidelikheid uit die bedoelinge van die bestuur blyk, des te beter weet die publieke wat hulle aan die universiteit het. (Vgl. 3.3.1.)

Ooreenkomstig die omskrywing van skakelwerk deur die Britse Instituut en OSISA (Vgl. 1.2) word twee dimensies aan skakelwerk toegeken.[x] Die twee dimensies is skakelwerk as bestuurstegniek en skakelwerk as kommunikasie.

Skakelwerk as kommunikasie is, soos in hoofstuk I aangedui, voorligting: die skakelbeampte se taak as kommunikator is om beeld te bou. (Vgl. 1.1.)

Die eerste dimensie is dus die van beeldbou. Die afdeling vir skakelwerk aan 'n universiteit moet onder leiding van die rektor, die beste moontlike openbare beeld vir die universiteit skep en die beste verhoudinge met die publiek opbou. Lesly sê: "........ it is apparent that good will and prestige will be increasingly important assets of any

---

[x] Hierdie dimensies word gestel deur Herbst in o.m. kernaantekeninge oor Skakelwerk, 1976.

college, university, or other educational institution", en ook: "This public relations job must start with the president and his office". (Lesly, 1969: 380 - 381.)

Die tweede dimensie laat aan skakelwerk as bestuurstegniek reg geskied. Dié dimensie bring inspraak na vore. Die hoof van 'n skakelafdeling aan 'n universiteit behoort in waarnemende hoedanigheid sitting in die universiteitsraad te hê. Universiteite, soos sake-ondernemings en nywerhede, staar daagliks nuwe probleme in die gesig. Veral waar met mense gewerk word, is probleme onvermydelik. Hierdie probleme vereis beleidsbeslissinge, sommige onmiddellik, ander oor maande. "The public relations director must be a part of the policy-making process". (Lesly, 1969: 387.) Hy moet dus inspraak in dié universiteitsraad hê en regstreeks verantwoordelik wees aan die uitvoerende hoofamptenaar van die universiteit, naamlik die rektor.

Die doel van die inspraak is om inligting aangaande publieksgroepe en faktore soos die hantering en benadering van die publieke aan die universiteitsbestuur oor te dra sodat dit by die bepaling van beleid en optrede in ag geneem kan word. Die hoof

van die skakelafdeling moet dus ingelig wees en ten volle vertroud met onder meer die beleid en besluite. Hy moet bevindings terugvoer na die universiteitsraad en die raad adviseer op grond van waarnemings van die openbare mening. Boonop moet hy weer vanaf die raad feite en beleidsbepalinge ontvang vir die korrekte toepassing daarvan. Verdere beleidsbepalings aan 'n universiteit sal faktore soos geldinsameling en studentevoorligting, om slegs enkeles te noem, insluit.

Die skakelafdeling projekteer in sy plan doelwitte volgens die beleidsriglyne. Die skakelprogram is die oriëntasie en uitgangspunt vir die tydige reëling van die werksaamhede wat vir die uitvoering van die plan noodsaaklik is en hang ook ten nouste saam met die begroting wat deur die universiteitsowerheid goedgekeur is.

4.2.1.2 BASISDOKUMENTASIE EN OP DIE HOOGTE BLY

i) Dokumentasie

'n Skakelafdeling aan 'n universiteit kan nie sonder 'n elementêre stelsel van basisdokumentasie, waarin die vernaamste gegewens oor die

organisasie op 'n oorsigtelike manier opgeteken is, klaarkom nie. Dit is belangrik dat hierdie gegewens vinnig teruggevind moet kan word. (Seret, 1972: 86.)

Elke universiteit of onderneming laat hom deur sy eie aard lei, maar dokumentasie sluit o.m. uitknipsels van koerant- en tydskrifartikels en verslae in. Die doel kan tweeledig wees. Dit kan 'n aanduiding van die universiteit se eie beeld by die pers wees; dit kan ook as 'n bron van inligting dien oor die sosiale, ekonomiese en politieke sake wat van belang vir die universiteit is. As alle koerante en tydskrifte gedek moet word, is dit beter, indien die kosteberekening dit toelaat, om van die dienste van 'n knipseldiens gebruik te maak.

'n Skakelafdeling moet in elke geval sy eie verslae en lêers van knipsels hou waarna gereeld terugverwys word. Biografieë en foto's van geboue en toerusting, is noodsaaklik vir gebruik deur die pers en in eie inligtings- en ander brosjures.

Wat die fondse-afdeling betref, moet rekord van elke donateur van die universiteit gehou word. Die volledige inligting word geliasseer. Afdelings vir fondse moet self besluit oor die aard van die liassering.

Visuele materiaal soos films oor die universiteit en meningsondersoeke oor die trefkrag tydens die verspreiding by bioskope, moet gehou word.

Name en adresse van alle konvokasielede en oudstudente moet gehou word. Die lys is ook van belang vir die verspreiding van oud-studenteblaaie en ander brosjures en uitnodigings aan dié persone.

'n Lys van en inligting oor alle moontlike navorsingsprojekte vir gebruik deur die afdeling vir fondse, is nuttig en tydbesparend.

Alle belangrike inligting of klagtes moet op lêer vasgelê en onder personeellede van die skakelafdeling versprei word.

Afgesien van bogenoemde is daar die gebruiklike lêerstelsel insake briewe, navrae of verslae.

Slegs 'n paar voorbeelde van die belangrike aspek van dokumentasie aan 'n universiteit is hierbo genoem. Skakelafdelings aan universiteite kan, na gelang van behoeftes, baie hierop uitbrei.

ii) Op die hoogte bly

Terwyl dokumentasie die skakelbeampte gegewens uit die verlede verskaf, is „op die hoogte bly" onmisbaar vir sy werk in die hede en toekoms. (Seret, 1972: 89 e.v.).

Om die publieksgroepe te kan voorlig oor wat die universiteit is en wat sy bedoelinge en verwagtinge is, moet die skakelbeampte die situasie deeglik ken. Hy kan geen skakelbelange behartig as hy nie eerstehands weet wat aan sy universiteit gebeur nie. Die universiteit wat 'n skakelbeampte aanstel, moet besef dat dié persoon genoeg moet weet om as gespreksvennoot op te tree.

In die praktyk is dit vir die skakelbeampte nie genoeg om te weet hoe 'n bestuursbesluit uiteenvloei nie. Dit is vir die formulering van sy kommunikasieboodskap met die publieke ewe belangrik om die motiewe en omstandighede van die besluit te ken. (Seret, 1972: 89.)

'n Bestuur wat „oop" is, kan die werk van die skakelbeampte net vergemaklik. Die reëlmatige meemaak van vergaderings gee die skakelbeampte ideale agtergrond en is ook erkenning van sy vertrouensposisie. Wie oor essensies moet voorlig en vertrouensverhoudinge moet opbou, kan nie met besluite volstaan nie. Die vertrouensverhouding moet in die eerste plek by die topbestuur bestaan. (Seret, 1972: 89. Rapport van de Commissie Heroriëntatie Overheidsvoorlichting, 1970: 9 e.v.).

Dit is om die rede dat die skakelbeampte as deel beskou word van die beleidsopset van 'n onderneming - hy is nie mede-bepaler van beleid nie, maar medebelewer daarvan. Dit is die skakelbeampte se bestuursfunksie naas sy kommunikasiefunksie. (Vgl. 4.2.1.) Die siening gee ook diepte aan Stephenson en Canfield se omskrywing

van skakelwerk as 'n bestuursfunksie. (Vgl. 1.2.)

4.2.2 DOELWITBEPALING

'n Doelwit t.o.v. skakelwerk is in 3.3.3 omskryf as die eindresultaat van 'n kommunikasiehandeling en wat onderskei kan word as 'n toestand, 'n aksie of 'n objek wat die kommunikator wil bekom. In skakelwerk gaan dit om beeldbou, wat geskied deur voorligting. Voorligting in skakelwerk het betrekking op algemene oriënterende voorligting. Dit gaan kortom daarom dat voorligting beïnvloeding van die bestemming is wat steun op kennisvermeerdering. (Vgl. 1.3.)

Algemene oriënterende voorligting is vir universiteite veral van toepassing op die gebied van beeldbou, geldinsameling en studentevoorligting. Die kennis van die bestemming, rakende 'n universiteit se bepaalde doel, beplanning en opvattings, moet verbreed word. Die bestemming moet m.a.w. 'n breëre insig en oorsig ontwikkel voordat hy geld gaan gee vir ontwikkelingsprojekte. 'n Voornemende student se kennis insake studierigtings moet verbreed word voordat hy 'n keuse kan doen. Algemene oriënterende voorligting dien bv. ook om onkunde uit die weg te ruim. So moet 'n student sonder Wiskunde en Natuur- en Skeikunde vroegtydig daarop gewys word

dat rigtings soos Veeartsenykunde, Geneeskunde en B.Sc. nie vir hom moontlik is nie. Sy kennis moet verbreed word sodat ander studierigtings in ooreenstemming met sy vakkeuse en belangstellingsveld, oorweeg kan word.

Algemene voorligting kan ook gebruik word om iemand die weg na bronne van tegniese en gespesialiseerde kennis aan te dui.

Insidentele skakelwerk is 'n teenstrydigheid en het geen bestaansreg nie. Om dié rede is skakelwerk 'n doelmatige en beplande aksie. Dit is waarom die woord stelselmatig sterk nadruk kry in die NGPR se omskrywing, want die stelselmatigheid is veranker in die sosiaal-psigologiese wetmatighede waarmee die skakelbeampte te doen het. (Seret, 1972: 18.) Stelselmatigheid is volgens die opvatting van die NGPR 'n essensiële bestanddeel van skakelwerk.

Stelselmatigheid kom tot uitdrukking in:

i) Die opspoor en vasstel van groepe van mense, publieksgroepe waarmee 'n onderneming te make het. Soos gestel in die vorige hoofstuk word dit as publiekbepaling bestempel. Die publieke van 'n universiteit - wat later bespreek word - bestaan gewoonlik uit studente, personeel (akademies en administratief), gemeenskap, ouers, alumni, voornemende studente, ouers van voornemende en

huidige studente, huidige en potensiële donateurs en meningsleiers, om enkeles te noem.

ii) Die nagaan en vasstel wat hierdie publieke van die organisasie af weet of watter vooroordele hulle daaroor nahou, en wat die oorsaak daarvoor is. 'n Sekere skool kan bv. 'n vooroordeel teen 'n sekere universiteit hê. Die redes hiervoor moet gesoek word. Is dit geografiese ligging? Is dit menslike invloed? Skakelwerk behels dus ook bestemmingsanalise, wat hoofsaaklik op meningspeilings berus.

iii) Die nagaan van besondere gevoelighede, die norme, taalgebruik en ontwikkelingsvlak van die publieke tot wie die boodskap gerig wil word. Die publiek moet gepeil word om vas te stel watter behoeftes bestaan. As die boodskap bv. tot die matriekklas van 'n landbouskool gerig word en die klem val grotendeels op die opleiding van manlike verpleërs, kan die kommunikasie skade ly. Die uitgangspunt is dat die kommunikasie die beste kans op sukses het as die boodskap aanklank by die betrokke publiek vind.

iv) Die bepaling van 'n skakelbeleid en die opstel van 'n daaropvolgende skakelprogram. Dié belangrike saak van beleididentifisering is reeds bespreek.

v) Die skepping en onderhouding van kontakte, m.a.w. gereelde skakeling met teikenpublieke en meningsleiers.

vi) Die kies, samestelling en toepassing van geskikte voorligtingsmedia. Dit sluit in radio, koerante, universiteitspublikasies en talle ander maniere.

vii) Die inbou van maatstawwe en vergelykbare basisse vir die beoordeling van verkreë resultate, d.w.s. evaluering/resultaatkontrole. Skakelwerk is die voortdurende meting en vasstelling of doelstellings bereik word. Met die beplanning van 'n geldinsamelingsveldtog, word 'n doelwit vooraf gestel aan die hand van 'n moontlike skenkingsgemiddelde. Val dië bedrae totaal te kort, moet die beplanning dadelik gekontroleer en regstellings gedoen word.

Skakelwerk as kommunikasiehandeling kan ten hoogste goeie verhoudinge bevorder, soos blyk uit die NGPR se definisie: „Public relations is het - in hoofdzaak door voorlichting - stelselmatig bevorderen van goede verhoudingen met groepen van mensen van wier oordeel men als organisatie afhanklik is". (Seret, 1972: 12.) Elke personeellid van 'n universiteit behoort hierin 'n rol te speel. "The ideals of public relations must pervade the whole organisation from top management to the lowest worker. The reputation or image which the programme must promote depends on every activity of the

organisation and on the actions of each employee". (Malan & L'Estrange, 1969: 24.)

Die skakelafdeling is alleen geen waarborg vir die bevordering van goeie verhoudinge of die skep van 'n goeie beeld nie, maar verskaf die riglyne en hulpmiddele vir 'n gesamentlike poging. Die skakelafdeling aan 'n universiteit, is dus die rigtingduider in so 'n poging. Dié afdeling moet ekstra gevoelig wees vir alles wat die beeld en goeie naam van sy universiteit skade kan aandoen en die inisiatief neem om dit teen te werk.

Goed in die samehang van goeie verhoudinge, dui op die karakter van tweerigtingverkeer in die kontak met die persone van wie se oordeel die onderneming afhanklik is. Die verhouding is goed wanneer op 'n basis van wedersydse belang belangstelling in mekaar ontstaan. (Seret, 1972: 20.)

As 'n universiteit bv. 'n belangrike aankondiging of uitvinding aan die publiek via die massamedia wil meedeel, kan gesê word dat die universiteit die media nodig het. As die universiteit egter met die mededeling waardevolle nuus oorbring waarin die media belangstel, kan dit net so goed gestel word dat die media die universiteit nodig het, nl. vir die samestelling van 'n interessante koerantberig of nuusprogram.

In wese is daar dus, as dit goed is, altyd sprake van wedersydse afhanklikheid.

Universiteite moet gevolglik sorg dat nuus, wat redelik volop aan 'n universiteit is, goed en vars is en dat tegniese terme in gewone taal omgeskep is. Dit kan slegs goeie verhoudinge bevorder.

4.2.3 PUBLIEKBEPALING

Publieke kan aan die hand van talle onderskeidinge ingedeel word. Fourie (1975: 41 - 48) gee vier hoofindelinge vir die bepaling van publieke, t.w. demografiese eienskappe, begripsvermoë, kommunikatiewe geaardheid en kommunikasiegebruike of -gewoontes.

Daar is verskillende groepe van mense, d.w.s. publieksgroepe vir verskillende organisasies. So verskil die publieksgroepe van 'n universiteit van die publieksgroepe van 'n mynhuis.

Breedweg kan die publieke van 'n universiteit onderskei word in interne publieke — wat te doen het met skakelwerk na binne — en eksterne publieke — skakelwerk met die buitewêreld.

Goeie skakelwerk begin tuis. (Vg. Malan & L'Estrange, 1969: 24.) 'n Universiteit kan alles in sy vermoë doen om 'n goeie

beeld na buite op te bou, maar as hy nie steun en welwillendheid geniet nie, kan hy beswaarlik welslae met publieksgroepe na buite behaal. Skakelwerk na binne, wat baie takt en diplomasie aan die kant van die skakelafdeling verg, het betrekking op gelukkige, veilige, versekerde en tevrede werknemers. Tevrede werknemers skep ook weer na buite 'n goeie beeld van hul organisasie.

4.2.3.1 <u>INTERNE PUBLIEKE</u>

i) <u>Studente</u>

Studente kan van die belangrikste beeldbouers in die skakelprogram wees: eers as studente en later as oud-studente. Houdings en gedrag van studente is belangrike faktore by die verwerwing van openbare steun. Studente kom uit alle dele van die volk. Hierdie studente word „gesaghebbende" beelddraers van hul universiteit in hulle tuisdorpe. As hulle trots en geesdrif ontwikkel het, sal dit in hulle lewenswandel weerspieël word. As hulle ongelukkige opvoedkundige ondervindinge opgedoen het, kan dit ook vir baie jare weerklank vind.

Wat die skakelafdeling se funksie betref, kan die publiek voortdurend ingelig word deur voorbeelde van openbare diens wat deur studente verrig is. Konstruktiewe en opvoedkundige voorstelling van 'n universiteit, kan baie welwillendheid werf en skenkings oplewer.

'n Universiteit moet geesdrif en verantwoordelikheid by studente ontwikkel, sowel as goeie ambassadeurs van hulle maak. Met die vinnige verwisseling van studentegroepe aan 'n universiteit, is dit 'n moeilike taak. Die beste manier om die student se waardering en sy verantwoordelikheid te ontwikkel, is om hom 'n aktiewe deelname aan sekere programme te bied. Puik studente is een van die doeltreffendste openbare simbole wat 'n universiteit kan hê.

Studente kan betrek word in die organisasie van kampusbesoeke, gidsgroepe, ouerdae, „oop dae", ontvangs van eerstejaars, koortoere, dramagroepe en baie ander geleenthede. Personeellede en studenteleiers moet die student in hierdie verantwoordelikheid lei en van raad dien. Universiteite moet nie wag tot 'n student reeds 'n oud-student is voordat sy welwillendheid gesoek word nie.

Die student wat goeie leermeesters het, wat wyse raad ontvang en waardevolle individuele aandag kry, sal gewoonlik 'n goeie oud-student wees.

Dit is belangrik vir doeltreffende studenteverhoudings om oop kanale tussen die owerheid en die studente te handhaaf, want hieruit blyk ook die beginsel van openheid. (Vgl. 2.2.) 'n Rektor wat sy studenteleiers informeel onthaal — dus betrokke maak — en bereid is om te luister, kan baie sukses behaal. Die universiteitskoerant wat deur studente versorg word, kan, as die regte verhouding bestaan, baie bydra tot beter begrip tussen owerheid en studente. Doeltreffendheid van hierdie interne kommunikasiekanale, hang af van die openheid van die bestuur.

ii) <u>Personeel</u>

Die rektor sowel as elke lid van die personeel speel 'n belangrike rol in skakelwerk. Die publiek dink in terme van mense, die persoonlike simbool en die konkrete. "The personalities of people identified in the public mind with an in-

stitution will largely determine the kind of confidence and support the institution has". (Cutlip & Center, 1971: 600.) Die persoonlike simbool is besonder belangrik vir 'n universiteit omdat sy leiers en akademici gedurig in die openbaar optree, en ook in groot mate vryspraak geniet.

Rektore en akademici is 'n vrugbare bron van nuus. Die ontwikkeling van die universiteitspersoneel in 'n doeltreffende span, is die skakelprogram se beginpunt. Die rektor, uit hoofde van sy amp en prestige, is die leier. Hy verpersoonlik die universiteit. 'n Sterk persoonlikheid bring prestige, aansien en openbare vertroue.

Die akademici kan baie bydra deur geïnspireerde lesings, ope gesprekke met studente, deur suksesvolle navorsing en deur openbare instellings te adviseer en te help (in soverre so iets prakties moontlik is).

Lede van die universiteitshuishouding, die sekretaresses, tiksters, telefoondames en verkeer- en veiligheidsbeamptes moet met 'n gesindheid

van vriendelike diens deurtrek wees. Die belangrikste is dat hierdie personeellede ter sake ingelig moet wees oor die universiteit se beleid, programme en probleme. Dit vereis kontinuïteit in die interne inligtingsprogram. Die personeel moet sagkens, maar aanhoudend aan hulle verantwoordelikheid in openbare verhoudinge herinner word.

Akademici moet 'n spreekstem in die beleidmaking van 'n universiteit hê. Dit beteken dat die akademici deur die administrasie op die hoogte van sake gehou moet word. Sonder 'n egalige vloei van inligting van diegene wat dit besit na diegene wat dit nodig het, kan gesamentlike besluitneming nie ten beste benut word nie. "The fact that university faculty members are highly intelligent does not mean that they will be ipso facto well informed upon the whole state of the university .....". (Marston, 1963: 105.)

Raadslede verteenwoordig 'n belangrike interne publiek omdat die universiteitsraad as amptelike bemiddelaar tussen sleutelpublieke en die universiteit dien. As strategiese groep wat

gewoonlik uit meningsleiers bestaan, moet hulle oortuig word van die noodsaaklikheid om aan aspekte van skakelwerk in die beleidmaking aandag te gee. Dit is die rektor, as uitvoerende hoofamptenaar, se taak om die raad op die hoogte van sake te hou.

4.2.3.2 <u>EKSTERNE PUBLIEKE</u>

"The external aspect of public relations concerns all communication with the outside world and, more specifically, those groups of people who are affected by one's activities and upon whose support and goodwill one is dependent". (Malan & L'Estrange, 1969: 39.) Hierdie groepe van mense of publieke, in die geval van 'n universiteit, sluit gewoonlik in:

i) <u>Gemeenskapsinstellinge</u>

Met gemeenskapsinstellinge word bedoel die georganiseerde gemeenskapslewe. Goeie verhoudinge moet gehandhaaf word tussen die universiteit en die gemeenskap. Die omgekeerde is ook waar. 'n Munisipaliteit word daargestel deur die gemeenskap, maar ook 'n universiteit kan baie deur 'n munisipaliteit bevoordeel word.

Veral t.o.v. uitbreidings en ontwikkeling van 'n universiteit in 'n digbeboude gebied, is die waarde van bestaande betrekkinge en ook die verdere hantering daarvan voor-die-hand-liggend.

Die keersy is dat daar baie positiewe voordele is wat die universiteit die gemeenskap kan en wel aanbied. Die gemeenskap moet gereeld hieraan herinner word, sodat dit nie as vanselfsprekend aanvaar word nie.

'n Breë en omvattende doel moet wees om die kampus, fisies en sosiaal, vir sekere geleenthede met die gemeenskap te deel. 'n Goeie verhouding tussen universiteit en die gemeenskap kan opgebou word deur die gemeenskap kennis te laat maak met spesiale dienste wat beskikbaar is. In die breedste sin, beteken dit dat die gemeenskap gehelp word in sy soektog na 'n beter en betekenisvoller lewe.

'n Goeie verhouding tussen universiteit en gemeenskap sal meebring dat, met welvaart in die gemeenskap, meer geld en steun aan die universiteit toegesê kan word.

ii) Ouers

Ouers van studente is 'n klaargemaakte kern van ondersteuning. Hulle kan in 'n doeltreffende groep bondgenote saamgesnoer word. Ouers se ondersteuning word gewen deur 'n „goeie huis" ver van die tuiste af te verskaf en aan hul seuns en dogters vriendelike, persoonlike aandag te gee. Hierdie potensiële welwillendheid moet egter geaktiveer en versterk word. Ouerdae en gereelde briewe van die rektor of van diegene wat met toesig belas is aan ouers, bring ouers nader aan die universiteit. Briewe aan die ouers kan ook persoonlike beantwoording meebring van sekere navrae insake hulle seun of dogter of briewe wat in die studentekoerant gepubliseer is.

Wanneer sekere inligting of goedkeuring van ouers verwag word, soos in die geval van tugsake, aanduiding van kleredrag, verhoogde klas- of losiesgelde — om enkeles te noem — sal nuusbriewe vanaf die rektor die steun van die ouers geniet. "Since many parents are under severe financial strain and are making sacrifices to send their children to college, infor-

mation about the work of the institution, personal reporting, and recognition at some time other than the end of a term of graduation day seems only their due". (Marston, 1963: 105.)

iii) Alumni

Elke universiteit het 'n oud-studentevereniging en sommige het ook oud-studentetakke in verskillende dele van die land. Dikwels is die enigste funksie van so 'n oud-studentevereniging om lojaliteit in stand te hou.

Alumni-verenigings moet aan die basiese doelwit van ondersteuning van die Alma Mater deur georganiseerde pogings, gehou word. Emerson Reck sê: "The alumni form the most important off-campus public of most colleges and universities, and there is no limit to the good they can do for their institutions ....". (Cutlip & Center, 1971: 603.) Die voorwaarde is dat die ondervinding wat in voorgraadse jare opgedoen is, met waardering en genot herdenk word; hulle ten volle op die hoogte van sake gehou word insake die doelwitte, beleidrig-

tinge, vooruitgang en probleme van hulle Alma Mater en hulle die geleentheid gegun word om sekere uitdagende take vir hulle universiteit te doen. Hier word slegs gedink aan die rol wat oud-studente in geldinsamelingsveldtogte kan speel, nie noodwendig onder oud-studente self nie, maar in ander sfere van die samelewing.

Die meeste van die Suid-Afrikaanse universiteite beskik oor skakelkantore in die Randse gebied waar die land se geldbronne geleë is. Die organisasie van sekere oud-studente in 'n geldinsamelingskomitee, word deur byna elke skakelkantoor toegepas. Dit verseker dat daar nie in 'n lugleegte gewerk word nie, maar ook dat oud-studente hulp en raad verleen in die vasstelling en opbou van kontakte, met die gevolglike finansiële steun.

Gelukkige oud-studente vorm ook 'n belangrike arm in die beeldbouproses van 'n universiteit. Hierin kan en moet oud-studente-blaaie kanale van openhartige kommunikasie tussen universiteit en alumni word. "Informed alumni can be

a strong base of support. Uninformed alumni can represent a disturbing interference in the conduct of the college". (Cutlip & Center, 1971: 603.)

Afgesien van oud-studenteblaaie, is dit nodig om oud-studente gereeld te betrek by funksies en bv. sportdae, want uit hulle geledere word die kernkomitees vir die bevordering van sekere universiteitsake saamgestel.

4.2.3.3 ANDER EKSTERNE PUBLIEKE

Lesly sê: "....... for most colleges and universities the number of publics, in addition to staff members and students, is likely to approach, if not pass, the thirty mark". (Lesly, 1969: 386.) Sulke eksterne publieke sluit in:

i) Voornemende Studente

Skakelwerk in dié geval, beteken voorligting aan skoliere. Voorligting aan voornemende studente vorm 'n gespesialiseerde taak van afdelings in skakelwerk. Die doel van skakelwerk by skole is kortliks die volgende: om

die studentepotensiaal kwantitatief en veral kwalitatief te ontgin; om die beeld van die universiteit na die skole en betrokke gemeenskap uit te dra en om 'n diens aan voornemende studente te lewer en sodoende inligting oor die universiteit aan die leerlinge oor te dra. 'n Skakelbeampte moet op die hoogte wees van al die leergange, inhoud, vakkeuses, toelatingsvereistes, geriewe, beurse, lenings en talle ander reëls; afgesien daarvan dat hy vertroud moet wees met kommunikasietegnieke soos benadering, tempo-bepaling, opstel van brosjures vir matrikulante en 'n vrye kennis en kontak van beroepsmoontlikhede ná voltooiing van die studie.

Daar kan aangevoer word dat die klem in die verlede te veel geval het op die verkryging en werwing van studente en te min op die sosiale verantwoordelikheid. 'n Skakelbeampte moet elke faset, fakulteit en departement soos aangedui in die betrokke jaarboek, op die punte van sy vingers ken. Vrae kan nie omseil word nie en moet reguit en met verantwoordelikheid beantwoord word. Briewe moet navrae bevestig en nadere inligting verskaf.

ii) Ouers van voornemende studente

Ouers van voornemende studente moet bygestaan word in die beplanning, finansieel en andersins, van hulle kinders se studieloopbane. So word 'n diens aan voornemende studente en hulle ouers gelewer, ook omdat ouers 'n groot en belangrike rol speel in die kind se besluit waar hy/sy eendag gaan studeer. Deeglike beplanning en vooruitberekening is noodsaaklik. Onderhoude kan dus ook smiddags deur skakelbeamptes met leerlinge gevoer word. Dit stel die ouers ook in staat om persoonlik kennis te kom maak en sodoende eerstehandse inligting te bekom.

Skakelbeamptes moet sover moontlik gereelde kontak met ouers behou. Ouers van voornemende en huidige studente — mits hulle gelukkig en op die hoogte van sake is — word belangrike inligtingsbronne vir 'n universiteit. Vorderingsverslae en gelukwensings met kinders se prestasies kan gereeld deur universiteitsowerhede aan ouers gestuur word, wat net welwillendheid kan bevorder.

iii) Huidige en Potensiële Donateurs

Geldinsameling is 'n baie belangrike en gespesialiseerde taak van 'n skakelafdeling aan 'n universiteit. Tot onlangs toe is meestal gebruik gemaak van professionele geldinsamelingskonsultante, ook om plaaslike ontwikkelingsbeamptes in die tegnieke van geldinsameling op te lei.

Om aan te pas by Suid-Afrikaanse toestande (veral in plattelandse geldinsamelingsveldtogte) en om kontinuïteit by die in van geld te verkry, wissel die benaderings in vergelyking met die streng professionele metode.

Die klem — by die U.O.V.S. altans — is gaandeweg besig om te verskuif van bydraes tot 'n ontwikkelingstrust tot bydraes vir spesifieke navorsingsprojekte. Dit geld veral by die skenking van groot bedrae. "Fewer companies today like to see their donations swallowed up in general university funds .... Companies would prefer to support a particular faculty or university activity which is relevant to their business .... This could

lead to an exchange of ideas and lectures between company executives and university experts and the use of each other's facilities". (Malan & L'Estrange, 1969: 243.) Skakelbeamptes of skakelafdelings kan veral in die bymekaarbring van dié betrokke partye, 'n belangrike rol speel.

Donateurs en potensiële donateurs se voorkeure, moontlikhede en behoeftes moet vooraf gepeil word. Die hantering en benadering van donateurs, moet uit die aard van die saak, versigtig en doeltreffend geskied.

Universiteite het steeds meer geld nodig en 'n moeilike toestand kan selfs ontstaan, om veral die volgende drie redes: die geweldige toename in inskrywings en in wetenskaplike navorsing; die stygende las van opvoedkundige koste en die opdroog van tradisionele bronne van finansiële steun. Die vraag is, waar gaan die bykomende geld vandaan kom? Daar is slegs drie hoofbronne: klasgeld, staatsubsidies en skenkings en bemakings. "In a time of increased demands on governmental resources, private support is increasing markedly for all state uni-

versities". (Cutlip & Center, 1971: 595.)

Die donateurs, as 'n uiters belangrike publieksgroep van universiteite, verg steeds intensiewer en doeltreffender benadering.

Die volgende publieksgroepe van universiteite, spreek vanself: meningsleiers op talle gebiede, ander universiteite en opvoedkundige inrigtings soos skole, wetgewers, regeringsinstansies, die weermag, organisasies soos vroue-organisasies, munisipaliteite en 'n menigte ander publieke en natuurlik baie belangrik, die kommunikasiemedia.

iv) <u>Kommunikasiemedia</u>

Die kommunikasiemedia (as een van die publieksgroepe) soos die pers, radio en televisie moet met noukeurigheid behandel word. 'n Klomp minder belangrike feite of 'n oorwig sportnuus kan van minder waarde in die skepping van verstandhouding wees as wat voorheen die geval was. Die behoefte lê in die waardering van opvoedkundige pogings en dit kan slegs bereik word

as redakteurs, verslaggewers en omroepers of kommunikators volle inligting het insake die universiteit wat hulle bespreek. (Vgl. Marston, 1963: 103 e.v.).

'n Baie belangrike taak van die mediabeampte, werksaam by die skakelafdeling van 'n universiteit, word met die volgende aanhaling opgesom: "How many major universities for example, take key newsmen individually through their establishments so that they may learn the work of the insitution and meet faculty members informally?" (Marston, 1963: 105.)

Die belangrikheid van skakeling met die verskillende media, verg dat universiteite oor doeltreffende persone en/of afdelings in die universiteitsopset beskik, wat die individuele media kan hanteer. Nuusverklarings, ontvangs van mediaverteenwoordigers en die skep van bv. kommunikasiegeriewe moet dus gesentraliseer word.

4.3 TOEPASSINGSFASE

Die voorafgaande in hoofstuk IV bespreek, is die beplanningsfase.

Kommunikasie in die vorm van skakelwerk is so gediversifiseer en geld uniek in elke situasie, sodat algemeen geldende reëls vir toepassing — afgesien van die genoemde in hoofstuk III — nie hier behandel word nie. Dit is situasie-gebonde.

Vir elke kommunikasie-situasie sal 'n eie benadering, eie tydstip, eie omstandighede en eie tempo bepaal moet word vir lewering van die boodskap en aanwending van die media.

Dit is hier waar die skakelbeampte wat sy publiek en sy doelwitte ken, hom laat lei deur die omstandighede van elke situasie. Ter illustrasie kan genoem word dat 'n skaapboer in 'n plattelandse omgewing en 'n mynmagnaat in 'n groot stedelike gebied, nie dieselfde benadering en tydstip gaan vereis wanneer om 'n skenking aangeklop word nie. Ook by skoleskakelwerk moet die benadering en tydstip in berekening gebring word. Wanneer 'n skakelbeampte 'n voorligtingspraatjie insake 'n universiteitsloopbaan voor matrikulante hou, sal dit weinig waarde hê indien die bestemming of ontvangers slegs praktykgerigte leerlinge is en nie universiteitskandidate nie. Die tydstip van die skolebesoek, m.a.w. vroeg in die jaar voordat matrikulante reeds aansoek om universiteitstoelating gedoen het, spreek vanself.

Opsommend kan gesê word dat die boodskap telkens verskillend tot verskillende publieksgroepe gerig word omdat elke kommunikasiesituasie uniek is.

4.4 EVALUERINGSFASE

Die algemeenste soorte terugvoering of evaluering of die kommunikasie geslaag was, is reeds in hoofstuk III (vgl. 3.5) bespreek.

Daar is gestel dat geen kommunikasie sonder die een of ander vorm van terugvoering kan plaasvind nie. Die klem val op terugvoering van diegene vir wie die boodskap spesifiek bedoel is.

Die volgende voorbeeld kan ten slotte genoem word. 'n Skakelbeampte van 'n universiteit wat 'n matriekklas toespreek, kan nie van die hele matriekklas, wat ontvangers van sy boodskap is, suksesvolle terugvoering verwag nie. Slegs diegene wat belangstel in die spesifieke universiteit en wat dit moontlik vir hulle kan bied, sal reageer.

HOOFSTUK V

DIE BURO VIR ONTWIKKELING EN OPENBARE BETREKKINGE AAN DIE UNIVERSITEIT VAN DIE ORANJE-VRYSTAAT

5.1 INSTELLING EN BELEIDSBEPALINGS T.O.V. DIE BURO

Die beeld en boodskap van die Universiteit van die Oranje-Vrystaat is aanvanklik deur lede van die akademiese personeel oorgedra en uitgedra. (Jaarboek, U.O.V.S., 1976: 84.) Die omvangrykheid en toename in werksaamhede het egter 'n meer professionele benadering begin vereis. Op 24 Maart 1964 het die Universiteitsraad 'n Departement van Openbare Verhoudinge en Ontwikkeling ingestel.

Die doelstellings van dié departement is soos volg geformuleer: (Jaarboek, 1976: 84.)

i) om onder leiding van die Rektor die bes moontlike openbare beeld van die Universiteit te skep en die beste verhoudinge met die publiek op te bou;

ii) om op die basis van gesonde verhoudinge tussen die Universiteit en die gemeenskap wat hy dien, die publiek te bearbei om skenkings aan die Universiteit te maak en sodoende 'n intiemer aan-

deel te hê in die saak van Hoër Onderwys in ons land; en

iii) om op doelgerigte wyse kontak te bewerkstellig met en voorligting te verskaf aan voornemende studente.

Uit hierdie departement het die huidige Buro vir Ontwikkeling en Openbare Betrekkinge mettertyd tot 'n integrerende deel van die Universiteitshuishouding gegroei. (Van 1971 af het die organisasie en administrasie van alle sport aan die Universiteit deel van die Buro geword.)

5.1.2 HOOFFUNKSIES EN BELEIDSBEPALING T.O.V. DIE HOOF VAN DIE BURO

Aan die hoof van die Buro is die Direkteur wat direk aan die Rektor verantwoording verskuldig is vir werksaamhede van die Buro in sy geheel. Hy is dus verantwoordelik vir al die hooffunksies wat voortvloei uit die doel van die Buro. In hierdie stadium word die volgende hooffunksies reeds waargeneem. (Viljoen, 1977: 150.)

5.1.2.1 HOOFFUNKSIES

i) Die bevordering van openbare betrekkinge (skakelwerk) na binne en buite tussen die publiek en die Universiteit.

ii) Die werwing van studente.[x]

iii) Die insameling van fondse d.m.v. die voering van veldtogte.

iv) Die beheer van skenkingsfondse onder leiding van die Raad van Trustees en sy Uitvoerende Komitee.

5.1.2.2 BELEIDSBEPALING

i) Om die Rektor te adviseer t.o.v. die bepaling van kort- en langtermyndoelwitte vir die Buro; die modus operandi wat vir die verwesenliking van daardie doelwitte sal geld; en die beleid wat van toepassing sal wees op die Buro en sy werksaamhede.

ii) Om die opdragte en beleid van die Raad en die Rektor i.v.m. die werksaamhede van die Buro te interpreteer; om toe te sien dat hierdie opdragte en beleid op 'n doeltreffende wyse uitgevoer

---

x Die woord werwing is onvanpas en word nie meer gebruik nie. Werwing is vervang deur voorligting en kontak.

word en om leiding aan die personeel te gee ten opsigte daarvan.

iii) Om 'n kode t.o.v. beleidsvoorskrifte op te stel en in stand te hou en om toe te sien dat die personeellede op die hoogte is van die inhoud van die kode.

Onder die Direkteur ressorteer drie afdelingshoofde t.w. Adjunk-direkteur: Administratief, Adjunk-direkteur: Ontwikkeling en Reklame en Adjunk-direkteur: Fondsinsameling. Dan volg die skakel- en ontwikkelingsbeamptes en dan die tikster/vroulike klerke. Die Buro het twee skakelkantore, nl. in Kimberley en Johannesburg.

Aan die hand van die gegewe beleidsbepalings t.o.v. die Buro en die Direkteur, kan die skakelplan of wel funksie en werksaamhede van die Buro vir Ontwikkeling en Openbare Betrekkinge ontleed word.

5.2 BEPLANNING EN WERKSAAMHEDE VAN DIE BURO

Die werksaamhede van die Buro vir Ontwikkeling en Openbare Betrekkinge, kan aan die hand van genoemde geformuleerde beleid en latere beleidsbepalings, in ses hoofafdelings, nl. openbare optrede (beeldbou), ad-

ministratief, media en publikasies, skolevoorligting, fondsinsameling en Sport[x] verdeel word. Daar is gedurige oorvleueling in die publieksgroepe en die faktor van beeldbou is deurlopend by al die take aanwesig.

5.2.1 OPENBARE OPTREDE (BEELDBOU)

Soos deur beleid bepaal, het die voorkoms van skakelwerk aan die Universiteit van die Oranje-Vrystaat twee dimensies. Die eerste is die van openbare optrede of beeldbou. „Die Buro vir Ontwikkeling en Openbare Betrekkinge aan die U.O.V.S. moet onder leiding van die Rektor, die bes moontlike openbare beeld van dié Universiteit skep en die beste verhoudinge met die publiek opbou en handhaaf". (Jaarboek, 1976: 84.) Dit kom daarop neer dat skakelwerk die daarstelling is van 'n wisselwerkende stroom van begrip, gebaseer op akkurate kennis, waarheid en volledige inligting. Prof. W.L. Mouton (1976: 138), Rektor van die U.O.V.S. sê: „..... die Buro is die openbare arm van die Universiteit waarmee hy na buite beweeg ....".

---

[x] Vanweë die toenemende getal studente aan die Universiteit, die vermeerdering in sportsoorte, die groter aantal spanne in die gevestigde sportsoorte en die toenemende behoefte aan sportgeriewe, word die herorganisasie van sport tans gedoen. (Bylae tot Raadsnotule, U.O.V.S.: 1977.) Daar sal dus in dié verhandeling slegs kortliks na die aspek van sport verwys word.

Waarheid, akkurate kennis en volledige inligting in die uitvoering van die take van die Buro, die vereiste om op die hoogte van sake te wees en die taak „om die opdragte en beleid van die Raad en die Rektor in verband met die werksaamhede van die Buro te interpreteer ....", (Vgl. 5.1.2.2 (ii)) lei tot die tweede dimensie van skakelwerk aan die U.O.V.S., nl. die nuutingestelde taak van inspraak.[x]

Die woord inspraak impliseer dat die Direkteur, as hoof van die Buro vir Ontwikkeling en Openbare Betrekkinge, waarnemerstatus in die Universiteitsraad het. Die beleid, oorgedra deur die Rektor, lui: „Hy is die persoon wat die Universiteit moet uitdra en ook die buite-instansies binne toe moet dra. Hy moet dus volledig op die hoogte wees met die beleid van die Universiteit. Dit is nie dat hy deelneem aan die besluite nie, maar hy kan wel 'n mededeling maak wat vir die Raad belangrik kan wees in die formulering van sy beleid, en dan in die tweede plek, inligting aan die Raad verskaf". (Mouton, 1976: 139.)

Dit is om hierdie rede dat die Buro as deel beskou word van die beleidsopset van die Universiteit, maar die

---

[x] Die Direkteur van die Buro het sedert die begin van 1977 inspraak in die U.O.V.S.-Raad. (Viljoen, 1977: 147.)

Direkteur met sy personeel is nie mede-bepaler van beleid nie, maar medebelewer daarvan. Seret (1972: 120) som dit op deur te sê: „Onder public relations-werk wordt in dit verband met alleen het uitvoerende, maar ook het beleidsadviserende werk begrepen". Beeldbou en inspraak gaan hand oor hand en berus op 'n vertrouensverhouding. Die meemaak van Raadvergaderings gee die Direkteur van die Buro ideale agtergrond en is ook erkenning van sy vertrouensposisie deur die Universiteitsraad. Dit beteken verder dat die Direkteur ten volle vertroud met die beleid, besluite en talle ander faktore is, en dus korrekte feite en positiewe openbare beeld aan die media en publieke kan deurgee. Aangesien die Buro daagliks in kontak met die buitewêreld is, kan die Direkteur ook waarnemings terugvoer en die Raad en Rektor adviseer insake blyke van positiewe of negatiewe openbare menings.

Die hele saak van beeldbou en inspraak dui daarop dat die Universiteitsraad volle uitvoering aan sy beleidsbepalings gee en nou aansluiting vind by die definisie wat as uitgangspunt vir hierdie studie dien, nl. die stelselmatige bevordering van goeie verhoudinge met groepe van mense (publieksgroepe) van wie se oordeel die onderneming (dus die Universiteit) afhanklik is vir die optimale verwesenliking van beleid.

Die Direkteur kan Raadsbesluite, in oorleg met die Rektor, aan sy personeel oordra vir gebruik in die benadering van publieksgroepe wat die openbare optrede uitmaak. Openbare op-

trede of beeldbou is allereers van toepassing op die interne publieke, nl. personeel en studente.

5.2.1.1 INTERNE PUBLIEKE

i) Personeel

Die bereiking van die personeel van die Universiteit van die Oranje-Vrystaat geskied op velerlei terreine. Die Buro vir Ontwikkeling en Openbare Betrekkinge speel in die oordrag van inligting op indirekte wyse, 'n belangrike rol. Aangesien die geskrewe woord, of inligtingspublikasies onder die opskrif Media en Publikasies ressorteer, beklee die gereelde samespraak van die senior amptenary van die Universiteit hierin 'n belangrike funksie.

Die Rektor, Vise-rektor, Registrateur: Administratief en Algemeen, Registrateur: Akademies en die Direkteur van die Buro vir Ontwikkeling en Openbare Betrekkinge kom weekliks bymekaar om informeel gedagtes oor beleidsake te bespreek en uit te ruil. Die doel is om te koördineer, om verskillende aktiwiteite te bespreek en om sekere sake te inisieer.

Aangesien die Rektor uit hoofde van sy amp die hoof-uitvoerende amptenaar van die Universiteit is, kan die menings van die publieksgroepe deur die Direkteur van die Buro aan die Rektor oorgedra word. Belanghebbende sake wat spruit uit die samespraak van die senior amptenary, word op die agendas van die verskillende komitees geplaas. As gevolg van die bywoning van vergaderings deur die Rektor, kan sekere openbare optredes oorgedra word aan die Universiteitsraad, die Senaat en die Administrasie. Ten einde die akademiese personeel nog meer ingelig te hou, woon die Rektor sekere vergaderings van die Dekanekomitee by.

Die reëling lei ook tot nouer samewerking en skakeling tussen die akademici en die Buro. Sekere sake kan saam aangepak word. Kennis is afkomstig van die akademici en die uitvoeringskanale van die Buro.

Deur middel van die samespraak van die Direkteur van die Buro met die senior amptenare van die Universiteit, word die regte klimaat vir volledige inligting geskep wat later op velerlei wyse deur die Buro toegepas word.

ii) Studente

Studente vorm saam met die personeel van die belangrikste faktore in die bepaling van openbare optrede van 'n universiteit.

Noue skakeling tussen die Buro en studente word gedurig gehandhaaf. Die afdeling vir Sport aan die Buro veroorsaak 'n aanhoudende toeloop en gevolglike skakeling met sportleiers; daaruit vloei die kies van 'n sportman en -vrou jaarliks van die Universiteit. Studente word as gidse en inligtingsbeamptes deur die Buro gebruik tydens die ontvangs van besoekers, soos skolegroepe. Universiteitsverenigings soos die Universiteitskoor, word deur die Buro gebruik by „Dankie-sê-funksies" nâ geldinsamelingsveldtogte in die plattelandse gebiede.

Verteenwoordigers van die studentekoerant, Irawa, moet gedurig skakeling met die Buro hê ten einde volledige inligting te kan ontvang en oor te dra. Onvoldoende inligting kan lei tot „aggressiewe" beriggewing wat konfrontasie tussen die Universiteitsowerheid en studente bewerkstellig en die slegte gevolge landwyd instuur. Die Buro sien dit nie sy taak om die studentemening te „manupi-

leer" nie, maar deur noue kontak en hulpvaardigheid probleempunte vas te stel en sodoende langs die regte kanale op te los. Geleenthede vir vrye gedagtewisseling is die ideaal van die Buro. Gereelde en openlike samesprekings tussen die Rektor en studenteleiers lei tot groter deelname en groter verantwoordelikheid in die openbare optrede van studente.

Sommige senior studente in die Departement Kommunikasiekunde moet as deel van toegepaste werk, joernalistieke take verrig vir die kwartaallikse nuusblad Kaleidoskoop wat deur die Buro uitgegee word.

5.2.1.2 EKSTERNE PUBLIEKE

1) Oud-studente

Die Buro vorm die sekretariaat vir die U.O.V.S.-Reüniebestuur en help met die inisiëring en stigting van nuwe oud-studentetakke. Verskeie oud-studentetakke funksioneer reeds in verskillende dele van die land. Die Buro, saam met sy

skakelkantore in Johannesburg en Kimberley, help in die organisasie soos uitnodigings, geldhantering en verkryging van besoekende sprekers vir oud-studentetakke in sentra soos Bloemfontein, Port Elizabeth, Kimberley, die Rand, Pretoria, die Vaaldriehoek, Kaapstad, Wes-Transvaal, Verre-Noord-Transvaal, Kroonstad, Durban en Windhoek. Nuwe takke word gereeld met die bystand van die Buro gestig.

Volgens konstitusies moet die verskillende oudstudentetakke ten minste een keer per jaar 'n saamtrek hou. Gesinsnaweke, informele samekomste en sportdae word ook aangemoedig en georganiseer.

Die Buro is gretig om oud-studentetakke aktief te hou, omdat daar oök besef word hoe belangrik die steun van oud-studente vir 'n universiteit kan wees.

Die Bult, die U.O.V.S. se oud-studenteblad, asook die kwartaallikse nuusblad Kaleidoskoop, verg deeglike beplanning en versameling van nuus en feite voordat dit aan alle oud-studente in die land gestuur word. Die belangrikheid van

oud-studente word saamgevat in die verklaring van die Rektor: „Oud-studente is mense wat deel van die beeld na buite vorm. Hulle moet in die eerste plek ingelig gehou word oor die Universiteit en wat daar gebeur. Ook wat fondsinsameling betref, is hulle baie belangrike mense vir die Universiteit. (Mouton, 1976: 144.)

Oud-studente vorm die kern van die Buro se geldinsamelingskomitees in stedelike gebiede soos Johannesburg, Durban en Kaapstad.
Afgesien daarvan dat oud-studente vir 'n konstante inkomste tot o.m. die U.O.V.S.-Ontwikkelingstrustfonds sorg, is hulle uitstekende inligtingsbronne by die opbou van kontak met talentvolle voornemende studente. Die waarde, direk en indirek, van oud-studente vir die Universiteit kan nooit oorbeklemtoon word nie en daarom verleen die Buro spesiale aandag aan oud-studente-sake.

ii) Ouers

„Ouerdae" by amptelike openings en die inskrywing van studente, is belangrike faktore in die openbare optrede van die Universiteit. Die Buro,

personeellede van die Administrasie, akademici en studenteleiers ontvang die ouers en sorg vir die begeleiding op die kampus, verversings en beantwoording van vrae. Skakeling met ouers verbreek die eienskap van onpersoonlikheid in groot mate en dra by tot die openbare aansien van die Universiteit.

Briewe en gebare van gelukwensing, sterkte of medelye aan ouers van studente, is 'n integrerende deel van die werksaamhede van die Buro. Skakelbeamptes van die Buro skep geleenthede om ouers te besoek, veral diegene buite die onmiddellike omgewing van die Universiteit.

iii) Gemeenskapsinstellings

Dit kan tereg gestel word dat die Universiteit van die O.V.S. die hartslag vir kultuur- en sportbedrywighede vir die Bloemfonteinse gemeenskap en vir die sentrale gedeelte van die land is.

Samewerking met belanghebbende instansies soos die Munisipaliteit, Provinsiale Administrasie en Staatsdepartemente geniet hoë prioriteit van die

Universiteit. Dit is belangrike publieke „van wie se oordeel die Universiteit afhanklik is vir die optimale verwesenliking van sy beleid". Maar ook die gewone publiek moet met trots na die Universiteit as „ons" Universiteit kan verwys.

Die publiek en gemeenskap se skakeling met die kampus is in die bywoning van musiekuitvoerings, drama- en toeneelaanbiedings, gewone besigtigingstoere en sportaangeleenthede. Die gemeenskap verkeer met personeellede en studente van die Universiteit en daarom speel openbare optrede 'n groot rol.

Die gemeenskap moet as't ware na die kampus gelok word. Die Buro beskik oor heeltydse personeel vir die verhuring en algemene aanbieding van groot sportgeleenthede in byvoorbeeld die Callie Human-sentrum. Dit bring die gemeenskap op die kampus.

Vroue-organisasies en talle ander besoek gereeld die Universiteit en word deur lede van die Buro op besigtigingstoere vergesel.

Omrede die Universiteit oor die nodige geriewe beskik, is gradeplegtighede geleenthede waartydens duisende ouers en lede van die gemeenskap die Universiteit besoek. Doeltreffende rigtingaanduiders, ontvangs en hantering van die gaste, aansien van geboue en die kampus en ook optrede van personeellede, dra baie by tot die algemene indruk of beeld van die Universiteit wat by die gemeenskap geskep word.

Dit is enkele van die faktore in openbare optrede waaraan die Buro en die Universiteit spesiale aandag gee, omdat dit in die breedste sin beteken dat die gemeenskap deur die Universiteit gehelp kan word in sy strewe na 'n beter en kultuurvoller lewe.

5.2.2 ADMINISTRATIEF

Sonder 'n doeltreffende administratiewe masjinerie kan geen afdeling vir skakelwerk bestaan nie.

Die Adjunk-direkteur: Administratief staan die Direkteur by in die uitoefening van sy beheerfunksie ten opsigte van die afdeling Administratiewe Dienste en personeelbestuursfunksies, d.w.s. in administratiewe pligte en verantwoordelikhede soos opgedra

deur die Direkteur.

Die <u>beleidsbepaling</u> t.o.v. die Adjunk-direkteur: Administratief is as volg: „Om die Direkteur te adviseer ten opsigte van die bepaling van kort- en langtermyndoelwitte vir die betrokke afdeling en die modus operandi wat vir die verwesenliking van daardie doelwitte sal geld en die beleid wat van toepassing sal wees op die afdeling se werksaamhede". (Viljoen, 1977: 155.)

Die administratiewe afdeling sorg vir administratiewe ordelikheid in die skakelwerksaamhede van die Buro. Netheid, flinke en doeltreffende hantering van administratiewe sake en reëlings van funksies is belangrike faktore in die openbare optrede of beeldbouproses van enige organisasie of universiteit en daarom is die Adjunk-direkteur: Administratief met die volgende operasionele pligte belas: (Viljoen, 1977: 156.)

i) Die ontwerp en instandhouding van registers vir doeleindes van voorligting- en ontwikkelingsaktiwiteite.

ii) Die behartiging van korrespondensie, o.m. bedankings-, herinnerings- en erkenningsbriewe.

iii) Die behartiging van die finansiële en voorrade-administrasie.

iv) Die verspreiding en versending van publikasies.

v) Behartiging van sekretariële pligte - notules, vergaderings, e.s.m.

vi) Die administrasie van publisiteitsveldtogte.

vii) Die administrasie van oud-studente- en ander publikasies - verleen hulp met versorging daarvan waar nodig.

viii) Die administrasie van fondsinsamelingsveldtogte.

ix) Reëlings vir die jaarlikse C.R. Swart-lesing.

x) Die opstelling en administrasie van die twee begrotings vir die Buro (Reklame en Ontwikkeling).

xi) Sekretaris van Openbare Lesingskomitee.

xii) Sekretaris van die Oud-studente-reüniebestuur.

xiii) Behartiging van alumni-aangeleenthede, soos registers, adreslyste, finansiële state, verkoop van sakwapens, e.s.m.

xiv) Sekretaris van Voorligtingskomitee.

xv) Inligting te versamel, te verwerk en beskikbaar te stel soos deur die Direkteur opgedra.

xvi) Die Direkteur en die personeel van die ander afdelings sover doenlik en prakties van administratiewe pligte te onthef.

xvii) Behartiging van verlofreëlings.

xviii) Toesighouding en balansering van werkindeling.

xix) Lewering van verslae aan hoër gesag soos opgedra.

xx) Tree namens Direkteur op as Sekretaris van die Raad van Trustees.

xxi) Goedkeuring en nagaan van alle uitbetalings (reiseise en rekenings).

xxii) Toesighouding van telefoonsentrale, liasseerstelsel, inkomende en uitgaande pos, kontant-ontvangstes, e.s.m.

5.2.3 MEDIA EN PUBLIKASIES

Media sluit in pers, radio en televisie; die voorbereiding van inligtingsmateriaal aan spesifieke publieksgroepe soos Die Bult, Kaleidoskoop, Op die Kampus, Ontwikkelingsbrosjures; voorligtingspublikasies soos die Prospektus; visuele materiaal soos films, foto's en skyfies en representatiewe sake soos tentoonstellings en ook 'n knipseldiens.

Media en Publikasies is dié afdeling van die Buro wat die beeld en werksaamhede van die Universiteit intern en ekstern, veral deur middel van die geskrewe ouditiewe en oudiovisuele middele uitdra.

i) Mediabeampte

Die persoon wat die afdeling ten dele behartig, is die Skakel- en Ontwikkelingsbeampte; Pers en Publikasies, of beter, die Mediabeampte.[x] Daar word gestel „ten dele" omdat die mediabeampte as gevolg van die omvangrykheid van die werk deur ander lede van die Buro in spesifieke sake bygestaan word.

---

[x] Die Mediabeampte is tans nog bekend as skakel- en ontwikkelingsbeampte: Pers en Publikasies, hoewel herorganisasie en die naamverandering nou onder bespreking is.

Die mediabeampte[x] is regstreeks aan die Direkteur verantwoordelik en as die Direkteur nie beskikbaar is nie, is hy direk aan die Rektor verantwoordelik. Die Direkteur het inspraak in die Universiteitsraad en kan dus via die Rektor volledige inligting aan die mediabeampte verskaf.

Die hooftaak van die mediabeampte is om die beeld van die Universiteit na buite uit te bou en wel deur die volgende wyse van verklarings:

a) Algemene roetinesake: Die Mediabeampte behartig die taak. Dit behels 'n konstante vloei van inligting na die media, soos aanstellings, bevorderings, konferensies en sport.

b) Kontensieuse sake: Dit is ander sake as roetinesake. Dit is aangeleenthede wat beleidsake impliseer. Hier word verklarings gedoen slegs ná oorleg met die Direkteur of die Rektor.

---

[x] Die huidige taak van die Mediabeampte word weergegee aan die hand van 'n uiteensetting deur die Direkteur van die Buro en die Hoof van die Departement Kommunikasiekunde.

c) Departementele werksaamhede: Die Mediabeampte sorg vir gereelde nuuswaardighede op byvoorbeeld navorsingsgebied. Dit beteken:

i) noue kontak met Fakulteite en Departemente. Die Mediabeampte dien as skakel tussen die Fakulteite en Departemente aan die eenkant en die media aan die anderkant;

ii) koördinering van verklarings deur die Mediabeampte, met ander woorde, departemente moet verklarings deur die Mediabeampte doen.

Samevattend kan die taak van die Mediabeampte as volg gestel word:

a) Die Mediabeampte koördineer alle nuus na buite van die Universiteit, soos departementele nuus, nuus van die studenteraad en sportnuus.

b) Die Mediabeampte koördineer alle navrae ten opsigte roetinesake en kontensieuse aangeleenthede.

c) Die Mediabeampte verlig die taak van die Direkteur deurdat die Direkteur hom nie met die fyn besonder-

hede inlaat nie, maar in oorleg met die Rektor oor die finale produk besluit.

d) Die Mediabeampte behartig Op die Kampus. Op die Kampus verskyn weekliks en gee 'n vooruitblik van alle sosiale, akademiese, kulturele of sportgebeurtenisse wat op die kampus gaan plaasvind. Dit word aan alle personeellede verskaf. Op die Kampus is die ekwivalent van 'n nuusverklaring.

e) Die Mediabeampte reël byeenkomste of ontvangste waar verteenwoordigers van plaaslike en ander media die kampus besoek.

ii) Publikasies

Afgesien van Op die Kampus en ander verklarings en skakeling met die pers, radio en televisie is daar die volgende lywige publikasies wat onder redaksie van die Buro verskyn:

Die Bult wat sedert 1953 verskyn en jaarliks aan alle oud-studente van die Universiteit gestuur word.

Kaleidoskoop van Kovsieland wat sedert Augustus 1971 verskyn, laat die lig kaleidoskopies val op die be-

drywighede op en om die kampus van die Universiteit. Kaleidoskoop is eers net jaarliks uitgegee, maar vanaf 1977 het dit verander van 'n eenmalige tydskrif na 'n kwartaallikse nuusblad (skakelblad).

Prospektus wat op keurige wyse die Universiteit aan die voornemende student voorstel en deur skakelbeamptes met skolebesoeke gebruik word.

Ontwikkelingsbrosjures wat elke paar jaar opgestel word om op bondige en doeltreffende wyse die Universiteit aan moontlike donateurs bekend te stel en wat terselftertyd dien as vorderingsverslae aan maatskappye wat reeds skenkings tot die Ontwikkelingstrust gemaak het.

Departementele inligtingstukke wat veral aan die voornemende student meer inligting oor 'n spesifieke departement verskaf. (Bv. Departement Argitektuur — wat die eienskappe vir toelating tot Argitektuur behels, beroepsmoontlikhede e.d.m.)

iii) Ander Kommunikasiemedia

Ander kommunikasiemedia wat intern en ekstern deur die Buro in openbare optrede en die beeldbouproses aangewend word, sluit in:

a) Interne dokumentasie: Hierdeur word bedoel dat die Buro sekere inligtingsmateriaal soos artikels in tydskrifte oor die Universiteit vir vinnige opdieping bewaar. Foto's van geboue, toerusting, personeellede en vooraanstaande oud-studente word ook geliasseer vir beskikbaarstelling aan die pers en vir gebruik in eie publikasies. Dit beteken ook dat nuwe foto's gedurig aangeskaf en geliasseer word.

Die Buro beskik ook oor 'n knipselstelsel waarvolgens sekere koerantartikels en foto's oor die Universiteit bewaar kan word. Aangesien die Instituut vir Eietydse Geskiedenis aan die U.O.V.S. oor 'n omvangryke knipseldiens beskik en waarvan die Buro gebruik kan maak, is die knipselstelsel van die Buro beperk tot slegs enkele belangrike aspekte van die Universiteit.

b) Films: Aangesien 'n film nie jaarliks vervaardig kan word nie, moet deeglike beplanning en ondersoek die maak van 'n film voorafgaan. 'n Geskikte, professionele draaiboekskrywer, regisseur, kameramanne en filmmaatskappy moet gevind word. Aangesien die totale funksionering van 'n universiteit binne tien tot dertien minute op doek vasgelê

moet word, is dit nodig dat die filmmakers elke departement aan die Universiteit moet ondersoek om 'n oorsigtelike beeld van die „karakter" van die Universiteit te kry en sodoende die nuuswaardige op doek vas te lê.

Die laaste film oor die Universiteit van die Oranje-Vrystaat is in 1972 onder leiding van die Buro en ander personeellede van die Universiteit vervaardig. Die wye aanbieding word weerspieël deurdat die film van 13 minute by byna 200 bioskope vertoon is. Vraelyste is aan alle bioskoopbestuurders gestuur en sodoende kon die trefkrag van die duur beeldbou-onderneming vasgestel word.

Die gebruik van die film gedurende skolebesoek het ontsaglike waarde in die bekendstelling van die Universiteit en word gereeld deur die Buro aangewend.

c) Tentoonstellings: Aangesien die Universiteit oor 'n permanente uitstalruimte by die Sentrale Tentoonstellingsterrein in Bloemfontein beskik, word die aanbieding aan die Buro toevertrou. Ook hier verg dit maande se deeglike vooruitbeplanning om die openbare optrede geslaag te maak.

(Van tyd tot tyd neem die Buro ook deel aan ander (opvoedkundige) tentoonstellings by sentra soos die Randse Paasskou in Johannesburg).

Uit die voorafgaande is dit duidelik dat die mediabeampte 'n wye veld moet dek en dat ander personeellede van die Buro die mediabeampte behulpsaam moet wees in dié beleidsaspek van beeldbou.

5.2.4 SKOLEVOORLIGTING

„Om op 'n doelgerigte wyse kontak te bewerkstellig met en voorligting aan voornemende studente te verskaf" (Jaarboek, 1976: 84), impliseer dat skakelbeamptes van die Buro senior leerlinge van hoërskole in die Oranje-Vrystaat, Kaapland, Transvaal, Natal en Suidwes-Afrika te woord staan. „Die standpunt van die Universiteit is dat 'n student moet gaan na die universiteit van sy/haar keuse; daarom is dit die taak van die Buro (skakelbeamptes) om die fasiliteite van die Universiteit van die O.V.S. op doelgerigte wyse aan voornemende studente bekend te stel". (Viljoen, 1977: 148.)

Doelgerigte voorligting vereis dat skakelbeamptes ten volle op die hoogte moet wees van beleidsbepalinge van die Universiteit, kursusse en in groot mate beroepsmoontlikhede.

Getalle is nie noodwendig die antwoord nie, maar gehalte soos deur die Rektor gemeld: „Die gehalte is baie belangrik en die soort akademikus wat gekweek word. Gebalanseerdheid is die wagwoord". (Mouton, 1976: 143.)

Afgesien van die mondelinge voorligting, word briewe aan alle voornemende studente geskryf en navrae word beantwoord of bevestig. Hoë kostes en ook toelatingsvereistes vereis dat skakelbeamptes noue kontak met die akademici moet hê om voornemende studente presiese en volledige inligting te kan gee. Wanvoorstellinge van die Universiteit en verkeerde inligting moet uitgeskakel word.

Die Buro organiseer, in noue samewerking met die Departement van Sielkunde, die aflê van aanleg- en belangstellingstoetse vir voornemende studente.

Die Buro reël ook jaarliks 'n skoledag waartydens etlike honderde standerd negeleerlinge die Universiteit besoek om sodoende kennis te maak met die verskillende fasette en leergange van die Universiteit.

Die Buro sorg dat skakelbeamptes die sogenaamde „beroepsdae" wat jaarliks by verskillende skole aangebied word, bywoon. Dit bied ideale geleentheid om kontak met ouers te maak en ook op die talle vrae van skoliere en belangstellende, voornemende studente te antwoord.

Met skolevoorligting word 'n positiewe diens aan voornemende studente gelewer met voortdurende inagneming van die openbare beeld van die Universiteit.

Volgens die pligtestaat is die Adjunk-direkteur: Ontwikkeling en Reklame die afdelingshoof vir skolevoorligting afgesien van ander pligte wat aan hom opgedra is. Die beleidsbepaling t.o.v. sy bestuurspligte lui o.m.: „Om, in oorleg met die Direkteur, op 'n doeltreffende wyse te beplan en te programmeer vir die uitvoering van die werksaamhede van die Buro in besonder dié ten opsigte van sportaktiwiteite, fondsinsameling en reklame (skoolvoorligting ingesluit)". (Viljoen, 1977: 158.)

Aangesien voorligting aan voornemende studente so 'n belangrike aspek van die werksaamhede van die Buro uitmaak, neem byna al die skakel- en ontwikkelingsbeamptes van die Buro aan skoleskakelwerk deel.

Die werksaamhede t.o.v. skoleskakelwerk (voorligting) word goed opgesom in die operasionele pligte soos opgedra aan die Adjunk-direkteur: Ontwikkeling en Reklame, nl. „Die besoek van skole en ander opvoedkundige inrigtings en die hou van voorlesings, onderhoude met hoofde, voorligtingsonderwysers en met individuele leerlinge en ouers met die doel om die opvoedkundige fasiliteite aan die Universiteit bekend te stel". (Viljoen, bylae, 1977.)

5.2.5 GELDINSAMELING

Die Buro gaan op verskillende maniere te werk om „........ op die basis van gesonde verhoudinge tussen die Universiteit en die gemeenskap wat hy dien, die publiek te bearbei om skenkings aan die Universiteit te maak en sodoende 'n intiemer aandeel te hê in die saak van Hoër Onderwys in ons land". (Jaarboek, 1977: 84,)

Hoewel beweer word dat geldinsameling streng gesproke nie skakelwerk is nie, is dit 'n baie belangrike faset van die skakelplan van elke universiteit.

Die afdeling vir geldinsameling, ressorteer onder die Adjunk-direkteur: Fondsinsameling en hy word bygestaan deur ander personeellede van die Buro veral wat betref plattelandse veldtogte. Die Adjunk-direkteur: Fondsinsameling is ook regstreeks aan die Direkteur verantwoordelik.

Die beleidsbepaling ten opsigte van die Adjunk-direkteur: Fondsinsameling in die beoefening van sy bestuursfunksie, lui o.m.: „Beplanning deur behulpsaam te wees met die voorspelling van die vereistes m.b.t. fondsinsameling, lang- en korttermyn;

gebaseer op beleid soos bepaal deur die Raad, Rektor, Senaat en Direkteur (van die Buro)". (Viljoen, 1977: 161.)

Openbare optrede is deurgaans in die werksaamhede aanwesig, soos in die pligtestaat vervat, nl. om „..... in die proses van fondsinsameling die beeld van die Universiteit uit te dra". (Viljoen, 1977: 163 Kortliks is die taak van die Adjunk-direkteur: Fondsinsameling, die beplanning, organisering, uitvoering en opvolging van veldtogte vir die in van gelde ter stywing van die U.O.V.S.-Ontwikkelingstrust.

Geldinsameling aan die Universiteit van die O.V.S. kan met vyf doelwitte benader word. Eerstens is daar geldinsamelingsveldtogte onder eie personeel, dit wil sê alle werknemers; geldinsamelingsveldtogte onder oud-studente via die verskillende oud-studentetakke in die land; plattelandse of veldtogte onder individue soos boere, wat meestal persoonlike bearbeiding deur die skakelbeamptes vereis; stedelike geldinsameling wat veral met die hulp van komitees versoeke tot bv. maatskappye, munisipaliteite en staatsgesubsideerde organisasies rig en laastens boedelbemakings, wat goeie verhoudings met die publiek en veral skakeling met prokureurs vereis.

Die ou resep van „finansiële invloed vloei afwaarts" word veral met maatskappye in stedelike gebiede gevolg waar invloedryke komitees, bestaande uit vooraanstaande sakemanne, die

Buro bystaan in die verkryging en opbou van kontakte met die oog op skenkings. Skakelbeamptes sorg vir die voortdurende kontak en administratiewe sake van dié geldinsamelingskomitees. Dié komitees help in alle sake rakende die uitbou en goeie naam van die Universiteit en deur die Buro te adviseer en in te lig, word verseker dat die werksaamhede van die Buro in dié verband, nie in 'n lugleegte geskied nie.

Aangesien maatskappye vandag in 'n groot mate navorsingsprojekte, wat ook vir die betrokke maatskappye van belang kan wees, wil stimuleer eerder as geld vir die Ontwikkelingstrust te bewillig, het die Rektor opdrag gegee dat 'n lys van navorsingsprojekte by die Buro gehou word. (Mouton, 1976: 143.) Die Registrateur: Akademies sal dié lys van moontlike navorsingsprojekte van die verskillende departemente bekom, aan die Buro voorsien en sorg dat dit jaarliks hersien word. Dit verseker nie alleen interne samewerking tussen die Buro en akademici nie, maar bespoedig die verkryging van fondse vir navorsing en verlig die taak van die Buro aansienlik.

5.2.6 SPORT

Aangesien die herorganisasie van sport aan die U.O.V.S. aan die einde van 1977 aandag geniet, word slegs 'n kort weergawe van die werking hier weergegee.

„Gebalanseerdheid in die opleiding van studente is die wagwoord" (Mouton, 1976: 143), en daarom speel sport en ontspanning naas akademie, 'n geweldige groot rol in die openbare optrede en die algemene universiteitsopset. „Indien sport in die toekoms as 'n selfstandige departement onder 'n eie direkteur funksioneer, moet noue samewerking steeds gehandhaaf word". (Viljoen, 1977: 148.)

Aan die hoof van die omvangryke taak van die organisasie van sport aan die Universiteit, staan die Sportadministrateur, bygestaan deur skakelbeamptes wat ook gespesialiseerde afrigters in die verskillende sportsoorte is. Naas doeltreffendheid, val die klem grootliks op die bekendheid van die persoon van die skakelbeampte. Die Sportadministrateur is direk aan die Direkteur verantwoordelik. Ten einde die taak van die Direkteur te verlig, word die Sportadministrateur ook in spesifieke sporttake bygestaan deur die Adjunk-direkteur: Ontwikkeling en Reklame.

Sport is 'n magtige bekendstellingsmiddel vir enige universiteit en aangesien dit jaarliks etlike honderde talentvolle sportlui lok, vereis die organisasie daarvan veel werk. Nie alleen sportlui word getrek nie, maar saam met die sportprestasies van die Universiteit, kom bekendheid en ook ander puik studente.

Hoewel gebalanseerdheid tussen sport en akademie gehandhaaf moet word, word universiteite die bakermat van Suid-Afrikaanse sportmanne en -vroue. Faktore wat hiertoe bydra, is beskikbare tyd, getalle en dus sterk mededinging en goeie fasiliteite wat steeds verbeter en ontwikkel word.

Bekendheid en sportprestasies vereis puik organisasie en afrigting, maar ook doeltreffende toesig in die openbare optrede. Dit is die afdeling vir sport aan die Buro se taak, om saam met goeie sportprestasies die goeie openbare optrede van sportmanne te handhaaf in die uitbouing van die beeld van die Universiteit.

Uit die aard van die bekendheid van die persone belas met sport, is hulle skakeling met die buitewêreld omvangryk. Hulle dien in sportkomitees en verskaf hulp by sportkursusse. Deur dié skakeling met die buitewêreld word die beeld van die Universiteit verder uitgedra.

5.3 STREEKKANTORE VAN DIE BURO

5.3.1 KIMBERLEY-KANTOOR

„Aangesien Kimberley, Noord-Kaapland en Suidwes 'n groot potensiaal as voedingsbron vir die Universiteit inhou, dien die Kim-

berleyse kantoor as 'n onontbeerlike skakelpunt met voornemende studente, donateurs en oud-studente". (Viljoen, 1977: 148.)

Die klem in die werksaamhede van die Kimberley-kantoor, val veral op openbare optrede (beeldbou) en voorligting aan voornemende studente. Naas die Oranje-Vrystaat is die grootste getal studente aan die U.O.V.S. uit die Kaaplandse streek afkomstig. Dit bring intensiewe en omvangryke skoleskakelwerk oor 'n groot gebied mee.

Die kantoor in Kimberley tree op as sekretariaat van die Noord-Kaaplandse Oud-studentetak, terwyl die skakel- en ontwikkelingsbeampte wat aan die hoof van die kantoor is, ook help met geldinsamelingsveldtogte in Kimberley en plattelandse gebiede, soos geïnisieer deur die Adjunk-direkteur: Fondsinsameling.

5.3.2 JOHANNESBURG-KANTOOR

Afgesien van openbare optrede wat deurlopend in die take aanwesig is, bevorder die Johannesburg-kantoor 'n drieërlei doel:

i) Geldinsameling

Die grootste deel van die skenkings aan die U.O.V.S.-Ontwikkelingstrust is uit die Randse en omliggende gebiede afkomstig. Die Johannesburg-kantoor word in die spesifieke geldinsamelingstake, soos opbou van kontakte en skakeling met donateurs of potensiële donateurs (maatskappye) bygestaan deur 'n komitee bestaande uit vooraanstaande oud-studente en/of sakemanne. Hierdie komitee vergader maandeliks om sake rakende die ontwikkeling en ontplooiing van die materiële hulpbronne van die Universiteit te bespreek en tot uitvoering te bring en ook om voorstelle te doen oor die uitbou van die naam en beeld van die Universiteit.

ii) Oud-studente

„Talle oud-studente staan in hierdie gebied in leiersposisies en kontak met hulle is onskatbaar waardevol". (Viljoen, 1977: 149.) In hierdie verband behartig die Johannesburg-kantoor reëlings en administratiewe take vir bv. oud-studentesaamtrekke en sportdae.

Die Johannesburg-kantoor tree m.a.w. as sekretariaat op vir vyf oud-studentereüniebesture in Transvaal, nl. die Randse Reüniebestuur, die Vaaldriehoekse Reüniebe-

bestuur, die Pretoriase Reüniebestuur, die Wes-Transvaalse Reüniebestuur en die Verre Noord-Transvaalse Reüniebestuur.

iii) Skolevoorligting

'n Groot getal studente word deur middel van hierdie kantoor na die U.O.V.S. gekanaliseer. As gevolg van die groot getal skole in die Transvaalse gebied, neem skoleskakelwerk 'n belangrike plek in die jaarlikse beplanning en werksaamhede van die Johannesburg-kantoor in.

HOOFSTUK VI

GEVOLGTREKKINGS EN AANBEVELINGS

Breedweg gesien, beskik die Buro oor 'n doeltreffende opset asook senior personeel vir die uitvoering van sy take en bestaan daar duidelike tweerigting-verkeer tussen die beleidmakende owerheid (Raad en Rektor) en die Buro. Dit stel die Buro in staat om op die hoogte van sake te wees en volledige inligting aan die Universiteit se publieksgroepe deur te gee, en omgekeerd.

Aanbevelings hierin vervat, gaan slegs om sekere naamsveranderinge en enkele strukturele vernuwings.

6.1 NAAMSVERANDERINGE

6.1.1 BURO VIR ONTWIKKELING EN OPENBARE BETREKKINGE

Hoewel die Buro via die Direkteur sitting in die Raad van Trustees van die U.O.V.S.-Ontwikkelingstrust het, is die Buro nie werklik gemoeid met die fisiese beplanning van die Universiteit nie. Die Buro se rol in die verband is die ontwikkeling van materiële hulpbronne, m.a.w. die vind van skenkings ter versterking van die ontwikkelings-

trust. Die begrip ontwikkeling het dus hier te doen met fondsinsameling.

Wat die begrip Openbare Betrekkinge in die naam van die Buro betref, word die begrip skakelwerk bo die begrippe skakeling en openbare betrekkinge verkies, omdat betrekkinge reeds openbaar is. (Vgl. 1.4.) Aldrie begrippe het egter betrekking op die beroep, m.a.w. die uitvoering van die kommunikasie-aksie wat as skakelwerk aangedui word.

'n Omvattende, maar tegelyk meer afgebakende begrip lyk gewens. Om die rede word 'n naamsverandering, nl. Buro vir Skakeldienste, aanbeveel.

Die begrip skakeldienste is nie slegs korter en omvangryker as die begrippe ontwikkeling en openbare betrekkinge nie, maar sluit alle fasette van skakelwerk in, ook die werksaamhede van die Buro wat te doen het met openbare optrede, media en publikasies, skolevoorligting, administrasie en geldinsameling. Die Buro moet die beleid soos neergelê deur die Raad en Rektor uitvoer en sodoende diens lewer aan die Universiteit ên die gemeenskap. Vir gemaklike identifisering deur publieksgroepe kan die benaming Direkteur verander word na Skakeldirekteur.

6.1.2 ADJUNK-DIREKTEUR: ONTWIKKELING EN REKLAME

Met die moontlike afstigting van sport as 'n selfstandige afdeling — met 'n Universiteit van dié grootte, is 'n selfstandige afdeling met sy eie sportdirekteur 'n logiese stap — is daar sekere aanbevelings t.o.v. die posbenaming Adjunk-direkteur: Ontwikkeling en Reklame. Sy pligte m.b.t. sportaktiwiteite (Viljoen, 1977: 158) sal dan wegval.

Ontwikkeling ressorteer reeds onder die pligte van die Adjunk-direkteur: Fondsinsameling, terwyl die begrip „Reklame" meer by handelsmaatskappye van toepassing is. Reklame het ten doel die verkoop van produkte of om dienste te stimuleer en is primêr gerig op die verhoudingsgroep in die sogenaamde afset, d.w.s. afsetbevordering van verbruikersprodukte. Skakelwerk het ten doel om bekendheid en begrip te bou vir die organisasie in die geheel en is gerig op alle groepe of publieke waarmee die instelling te make het. Seret (1972: 60 - 61) sê: „Reclame heeft het produk of de dienst als kern van haar boodschap, terwijl public relations betrokken is op het bedrijf als maatschappelijk geheel. Reclame is onderdeel van de commerciële sector van het bedrijf, terwijl public relations waakt

voor de goede naam van het bedrijf in alle sectoren". Skakelwerk het dus met beeldbou te doen en geld by uitstek oor die langtermyn.

Aangesien administrasie, geldinsameling en skolevoorligting (openbare optrede of beeldbou is in al die funksies aanwesig) van die belangrikste take van die Buro is, kan die benaming Ontwikkeling en Reklame deur Skolevoorligting vervang word.

Die huidige posbenamings van die drie adjunk-direkteure kan dus verander na:

Adjunk-skakeldirekteur: Administratief
Adjunk-skakeldirekteur: Fondsinsameling
Adjunk-skakeldirekteur: Skolevoorligting

Soos in hoofstuk V bespreek, kan die Skakel- en Ontwikkelingsbeampte: Pers en Publikasies na Mediabeampte verander word. Die begrip media sluit immers al die bekende massamedia in. As gevolg van die toenemende take in dié afdeling, kan die Mediabeampte bygestaan word deur 'n Assistent-mediabeampte.

Aangesien Buro vir Skakeldienste alle fasette van die werksaamhede aan die Buro insluit, is die benaming skakel- en ontwikkelingsbeampte lomp en kan dit deur die begrip skakelbeampte — wat ook in die praktyk aanvaar word — vervang word.

6.1.3 STREEKKANTORE

Die funksies van die streekkantore, soos geldinsameling (veral maatskappye), skolevoorligting, oud-studentesake, openbare optrede en beeldbou, is reeds in hoofstuk V bespreek.

Streekkantore van die Buro kan as bevorderingsposte binne die opset van die Buro geklassifiseer word, omdat hulle uit die aard van die operasionele pligte deur senior personeel beman moet word.

Maar omdat daar geen duidelike lynfunksies of pligtestate neergelê is nie en skakel- en ontwikkelingsbeamptes wat die streekkantore beheer, sekere toelae as addisionele vergoeding ontvang, dui die bestaan van dié kantore op 'n tussentydse maatreël, terwyl dit juis permanentheid vir vestiging en uitbouing vereis.

Streekkantore funksioneer streng gesproke op eie inisiatief in die uitvoering van take soos bo genoem, en hulle

verantwoordelikheid slegs teenoor die Direkteur van die Buro, behoort in 'n pligtestaat vervat word. Sodoende kan onduidelikheid in die afbakening van pligte uitgeskakel word.

Uit die aard van die plek en rol van 'n streekkantoor in die gemeenskap wat dit bedien, die rol wat dit in die uitvoering van die beleidsbepalinge t.o.v. die Buro vervul en omdat dit verteenwoordigend van die Universiteit van die O.V.S. in sy geheel deur publieksgroepe beoordeel word, behoort die streekkantoor duideliker en met groter aansien geïdentifiseer te word.

Die huidige toelae wat aan skakel- en ontwikkelingsbeamptes in beheer van streekkantore betaal word, kan in 'n vaste salarisskaal omgeskep word om kontinuïteit in die voortbestaan van dié kantore te handhaaf en om sodoende noodsaaklike bevorderingsgeleenthede binne die Buro te skep.

Om duideliker onderskeiding in die opset van die streekkantore teweeg te bring en ook om die plek van 'n streekkantoor in die gemeenskap te verhoog, kan die benaming Skakel- en ontwikkelingsbeampte: Johannesburg-kantoor en Kimberley-

kantoor vervang word deur Hoofskakelbeampte: Transvaal en Hoofskakelbeampte: Kaapland. Die streekkantore verteenwoordig nie slegs Johannesburg of Kimberley nie, maar is vir die hele gebied of betrokke provinsie op dienslewering ingestel.

Met die moontlike uitbreiding van die U.O.V.S. na Natal, kan mettertyd aan uitbreiding van die Buro in hierdie provinsie aandag gegee word, ooreenkomstig die gestelde riglyne.

6.2 SAMEVATTING

In hierdie studie is die plek en rol van skakelwerk aan die U.O.V.S. ontleed. As analitiese studie was dit nie die bedoeling om kritiek op of oordele oor die Buro vir Ontwikkeling en Openbare Betrekkinge uit te spreek nie.

Aanbevelings wat in 6.1 gedoen is t.o.v. sekere naamsveranderinge, volg uit die voorgaande. Dit gaan om aanpassing by moderne praktyke, vaartbelyning en die status van die Buro.

In die algemeen kom die werk van die Buro ooreen met die omskrywing van skakelwerk soos gestel in 1.2. Die twee dimensies van skakelwerk, soos ontwikkel in 4.2.1.1, kom ook tot hul reg in die fungering van die Buro. Vir die beplanning van 'n skakelprogram of

-veldtog kan sekere algemene beginsels neergelê word (vgl. hoofstuk IV), maar die toepassing van hierdie beginsels geld uniek en eiesoortig in elke kommunikasie-situasie. Hierdie studie bring aan die lig dat dié beginsels nie net akademiese en teoretiese waarde het nie, maar besliste toepassingsmoontlikhede in verskillende kommunikasie-situasies.

Die studie beklemtoon verder die noodsaaklikheid van 'n georganiseerde Buro vir Skakeldienste aan die U.O.V.S.; 'n afdeling wat vir die Universiteit onontbeerlik is.

BIBLIOGRAFIE

1. ANDERSCH, ELIZABETH. G., STAATS, L.C., BOSTROM, R.N.: Communication in Everyday Use. 3rd ed., Holt, Rinehart and Winston, Inc., New York, 1969.

2. ARANGUREN, J.L.: Human Communication. World University Library, London, 1967.

3. BASSETT, GLEN A.: The New Face of Communication. 2nd ed., AMA, Inc., New York, 1968.

4. BERLO, DAVID. K.: The Process of Communication. Holt, Rinehart and Winston, Inc., New York, 1960.

5. BLACK, SAM: Practical Public Relations. 2nd ed., Sir Isaac Pitman and Sons Ltd., London, 1966.

6. BLIGNAUT, F.W. & FOURIE, H.P.: Kommunikasiekunde - Inleidende Opstelle. Eerste uitgawe, Unisa, Pretoria, 1970.

7. BLUMENTHAL, L. ROY: The Practice of Public Relations. The Macmillan Company, New York, 1972.

8. BUDD, RICHARD. W.; THORP, R.K.; DONOHEW, L.: Content Analysis of Communications. 3rd Printing, The Macmillan Company, New York, 1971.

9. BOND, F. FRASER: An Introduction to Journalism. 2nd ed., The Macmillan Company, New York, 1969.

10. CANFIELD, BERTRAND, R.: Public Relations - Principles, Cases and Problems. 5th ed., Richard D. Irwin, Inc., Illinois, 1968.

11. COMMUNIKA: Amptelike Blad van die Openbare Skakelinstituut van Suid-Afrika. Johannesburg, Nommer 14, Oktober 1974.

12. CUTLIP, SCOTT. M. & CENTER, A.H.: Effective Public Relations. 4th ed., Prentice Hall, Inc., New Jersey, 1971.

13. DE FLEUR, MELVIN. L.: Theories of Mass Communication. 2nd ed., David McKay Company, Inc., New York, 1972.

14. DEVOLDER, P.N.: De Ethiek van de Pers. Leuvense Universitaire Uitgaven, Kardinaal Mercierplaats, 2, Leuven, 1952.

15. EMERY, E., AULT, P.H., AGEE, W.K.: Introduction to Mass Communications. 3rd ed., Dodd, Mead & Company, New York, 1971.

16. FAUCONNIER, G.: Massamedia en Samenleving. (Inleiding tot de wetenschappelijke studie van de massacommunicatie). Uitgeverij De Nederlandsche Boekhandel, Kapellen, 1973.

17. FAUCONNIER, G.: Mass Media and Society - Leuven, Universitaire Pers, 1975 (Vertaal deur Leon Coetzee).

18. FERREIRA, FRITZ: Toespraak insake Openbare Skakelwese voor Instituut vir Personeelbestuur op 7 Junie 1976 by die Randse Afrikaanse Universiteit, Johannesburg.

19) FISCHER, HEINZ-DIETRICH EN MERRILL, J.C.: International Communication - Media, Channels, Functions. Hastings House Publishers, Inc., New York, 1970.

20. FOURIE, H.P.: Communication By Objectives. McGraw-Hill Book Company, Johannesburg, 1975.

21. HANEY, WILLIAM. V.: Communication and Organizational Behaviour. Text and Cases. 3rd ed., Richard D. Irwin, Inc., Illinois, 1973.

22. HERBST, D.A.S.: Kommunikasie en sy Toepassinge. Studiegids, U.O.V.S., 1976.

23. HERBST, D.A.S.: Dilemma van die Moderne Koerant. Potchefstroom, P.U. vir C.H.O., 1974. (Verhandeling vir die graad D.Phil).

24. HILL & KNOWLTON EXECUTIVES: Critical Issues in Public Relations. Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, New York, 1975.

25. JEFKINS, F.: Planned Public Relations. Intertext Books, London, 1969.

26. KOK, WALTHER: Geweld op de Televisie (Een drietal aspecten). Eurosboekje 1972/1 (Uitgave van Wolters-Noordhoff NV Groningen E.S.M. Werkgroep 2 000).

27. KRAUSE, R.C.: Understanding Public Relations. David Philip, Cape Town, 1977.

28. LENDT, DAVID. L. AND OTHERS: The Publicity Process. 2nd ed., The Iowa State University Press, Iowa, 1975.

29. LESLY, PHILIP: Public Relations Handbook. 3rd ed., Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New York, 1969.

30. LUCAS, D.B.:BRITT, S.H.: Het Effect van de Reclame. Utrecht, Marka-Boeken, 1966.

31. MACDOUGALL, CURTIS. D.: Interpretative Reporting. 5th ed., The Macmillan Company, New York, 1968.

32. MALAN, J.P. & L'ESTRANGE, J.A.: Public Relations Practice in South Africa. 2nd ed., Citadel Press, Landsdowne, Cape, 1969.

33. MALAN, J.P.: Lesing by Kursus in Skakelwerk. Aangebied deur sentrale streek van OSISA en Departement van Kommunikasiekunde aan die U.O.V.S. in Bloemfontein op 25 en 26 Mei 1973.

34. MARSTON, JOHN. E.: The Nature of Public Relations. McGraw-Hill Book Company, Inc., New York, 1963.

35. MAY, A. FRANK: Journalism - Advertising for Journalists, Public Relations, Cartooning, Press Photography. A Course for Beginners The Lion's Head Publishers, Cape Town, 1967.

36. MCQUAIL, D.: Communication. London, Longman, 1975.

37. MILLER, G.R.: On Defining Communication. Another stab - Journal of Communication, Vol. 18., 1968.

38. MORTENSEN, C. DAVID: Communication: The Study of Human Interaction. McGraw-Hill Book Company, New York, 1972.

39. MOUTON, W.L.: Beleidsidentifisering - Plek en Taak van die Buro vir Ontwikkeling en Openbare Betrekkinge aan die U.O.V.S. - Persoonlike onderhoud, op band met Rektor van U.O.V.S. deur skrywer, 18 Oktober 1976. (Aangeheg as bylae.)

40. NORRIS, DONALD. F.: Police-Community Relations: A Program that failed. D.C. Heath and Company, Lexington, 1973.

41. RAPPORT VAN DE COMMISSIE HERORIëNTATIE OVERHEIDSVOORLICHTING: — Openbaarheid, Openheid — Staatsuitgeverij, '5-Gravenhage, 1970.

42. ROBINSON, EDWARD. J.: Public Relations and Survey Research. — Achieving Organizational Goals in a Communication Context. Appleton-Crofts, Meredith Corporation, New York, 1969.

43. SCHRAMM, W.: Men, Messages and Meaning - A Look at Human Communication. New York, Harper & Row, 1973.

44. SCHRAMM, W.: The Process and Effects of Mass Communication. University of Illinois Press, Urbana, 1970.

45. SERET, A.: Public Relations - Plaats en Taak. Uitgeverij Het Spectrum NV. Utrecht/Antwerpen, 1972.

46. SMIT, J.: Public Relations: What its function really is. In: News Check, Johannesburg, 14 Junie 1968.

47. STARR, EDWARD: Public Relations. Oceana Publications, Inc., New York, 1968. (Number 13 in the Business Almanac Series).

48. STEPHENSON, HOWARD: Handbook of Public Relations. The standard Guide to Public Affairs and Communications 2nd ed., McGraw-Hill Book Company, New York, 1971.

49. STRAUSS, S.A., STRYDOM, M.J., VAN DER WALT, J.C.: Die Suid-Afrikaanse Persreg. 2de uitgawe, J.L. van Schaik Beperk, Pretoria, 1968.

50. UNIVERSITEIT VAN DIE ORANJE-VRYSTAAT: Jaarboek, U.O.V.S., Bloemfontein, 1976.

51. VAN SANTEN, J.P.M.: Public Relations - Achtergrond en Praktijk. N.V. Uitgeversmaatschappij, Succes - Den Haag, 1970.

52. VILJOEN, D.J.: Plek en Taak van die Buro vir Ontwikkeling en Openbare Betrekkinge aan die U.O.V.S. — Persoonlike onderhoud met Direkteur van die Buro aan U.O.V.S. deur skrywer, 4 Oktober 1977. (Aangeheg as bylae.)

53. VOGELAAR, G.A.M.: Communicatie. Kernproces van de Sameleving. Haarlem, Erven F. Bohn, 1962.

54. WALKER, J.H.: 'n Sosiologiese Studie van Openbare Skakelwerk as Kommunikasievorm. Pretoria, Universiteit, 1974. (Verhandeling M.A.).

55. WITWATERSRAND TEGNIESE KOLLEGE: Intermediêre Skakelwese. Kursus no. 661/1199, Johannesburg, 1969.

BYLAE

ONDERHOUD MET PROF. W. L. MOUTON OP 18 OKTOBER 1976

U.O.V.S. - BLOEMFONTEIN

VRAAG 1: Ek vra u: hoe sien u die plek van die Buro vir Ontwikkeling en Openbare Betrekkinge in die algemene opset van die Universiteit, bv. as u regterhand? Dit blyk dat die Buro ontstaan het om vir die Rektor, die uitvoerende hoofamptenaar te help met die uitvoering van sy beleid.

ANTWOORD: Die Buro het 'n baie belangrike plek in die Universiteitsopset. Dit is 'n uiters belangrike arm van die Universiteit en het verskillende funksies. Dit is moeilik om hulle in prioriteitsorde te plaas, maar nommer een is dat die Buro die openbare arm van die Universiteit is waarmee hy na buite beweeg, waardeur hy kontak maak na buite — op verskillende maniere natuurlik. Daar is noue kontak met openbare instansies; daar is kontak met die oud-studente, daar is kontak met die pers, ensovoorts.

VRAAG 2: Die definisie van openbare betrekkinge aan die Universiteit word in twee dimensies gesien. Die een is beeldbou. Dit is die beeldbouproses wat u genoem het — die openbare arm na buite en natuurlik na binne ook. Daar is sekere faktore wat 'n mens in ag moet neem, bv. beeldbou na binne, by eie personeel. Hoe sou u hulle bereik? Die ander dimensie is inspraak van bv. die hoof van die Buro, wat u ook in gedagte gehad het.

Hoekom het die Direkteur van die Buro inspraak in die Raad? Inspraak, wat ons daarby bedoel, is sitting in die Raad in waarnemende hoedanigheid. U formuleer die beleid (u en die topbestuur) en die Direkteur met sy afdeling is daar om dit toe te pas en uit te dra.

ANTWOORD: Die Direkteur van die Buro is nie 'n volle lid van die Raad nie, maar hy moet teenwoordig wees. Hy is die persoon wat die Universiteit moet uitdra en ook die buite-instansies moet binne toe dra. Dus, hy moet volledig op die hoogte wees van die beleid van die Universiteit en wat hier aan die gang is en dies meer. Om behoorlik te kan skakel na buite, moet hy volledig op die hoogte wees. Ons het dit ook verwesenlik nadat die Raad goedkeuring gegee het dat die Direkteur Raadvergaderings kan bywoon. Dit is nie dat hy deelneem aan die besluit nie, maar hy kan wel 'n mededeling doen wat vir die Raad belangrik kan wees in die formulering van sy beleid en dan in die tweede plek inligting aan die Raad verskaf.

VRAAG 3: Dit blyk uit wat u sê dat skakelwerk aan die U.O.V.S. soos in die bedryfswêreld, en veral in Amerika, deel is van die topbestuur. Wat betref die ontvangs van inligting, kry die Buro dit dadelik uit topvlak?

U topbestuur, kry u hulle gereeld bymekaar?

ANTWOORD: Ek glo nie ons moet hulle die topbestuur noem nie, maar die senior amptenare van die Universiteit. Ek kry die Vise-rektor, die twee Registrateurs en die Direkteur vir Ontwikkeling bymekaar. Ons vergader een maal per week, gewoonlik op 'n Vrydag, om te koördineer, om verskillende aktiwiteite te bespreek en om sekere dinge te inisieer. Ek noem 'n voorbeeld. Ons moet die beplanning van die Universiteit goed aan die gang kry. Ons sit en gesels oor hoe sien ons die beleid en dan verwys ons dit na die betrokke komitees, of plaas dit op die agenda van die verskillende komitees. Dit is dus nie net koördinering nie. Ons inisieer ook sekere dinge. Dan word dit deurgestuur na die belanghebbende kanaal. Ek sien dit ook as 'n geleentheid om die senior personeel in te lig oor sekere dinge sodat die mense op die hoogte is, ook die Direkteur vir Ontwikkeling, die Vise-rektor, die twee Registrateurs — dat hulle sal weet wat aan die gang is by die Universiteit.

VRAAG 4: U het beplanning genoem. Ek het toevallig 'n onderhoud met die besturende direkteur van 'n groot onderneming in Johannesburg gehad. Toe het die kwessie van die poort wat die Universiteit wou bou, ter sprake gekom. Sekere inligting is van Irawa weerhou en dit het 'n ongelukkige voorval tot gevolg gehad deurdat sekere inligting toe gepubliseer is. Die aanval van Irawa op die Universiteitsraad insake die poort is wyd bespreek, selfs in hoë kringe in Johannesburg, aldus my genoemde onder-

houd. Dit is met ander woorde nie 'n goeie openbare beeld na buite nie.

ANTWOORD: Ons moet ons studente ingelig hou oor hierdie koördinerende komitee. Ek dink dat dit 'n baie belangrike aangeleentheid is dat die studente ingelig moet wees, sodat die mense nie onverantwoordelike dinge doen nie. Ek het reeds 'n vergadering belê met hulle, deels as 'n inligtingsvergadering sodat ek ook aan die studente sekere mededelings in verband met belangrike sake kan doen. Dit lyk vir my baie wenslik. Op dié manier kan 'n mens sekere dinge vermy. Ek dink 'n mens moet sover moontlik probleme vermy, jy moenie eers wat dat dit gebeur nie. Ek het nou ook gewonder of die redakteur van Irawa in die toekoms nie ook sulke vergaderings moet bywoon nie — vergaderings van die studenteleiers met my. (Irawa is die studentekoerant).

VRAAG 5: Sou u sê sekere sake kan met studente bespreek word, ander nie? U behou u tog die reg voor om sekere sake terug te hou?

ANTWOORD: Daar is sekere sake wat 'n mens net nie met studente bespreek nie. Daar is sekere sensitiewe dinge wat in onderhandelingstadium is, wat jy nie kan bekend maak in bepaalde stadiums nie.

VRAAG 6: U beleid t.o.v. die personeel in die algemeen, met die onderskeiding tussen die administratiewe en die akademiese

personeel. Wat is u beleid t.o.v. skakeling met hierdie persone?

ANTWOORD: Hier word gereeld 'n vergadering van die Dekanekomitee gehou. Ek dink daar moet ook inligting meegedeel word en 'n mens moet ook die Dekanekomitee stimuleer t.o.v. die akademiese dinge. Bv. een ding wat ek by die Dekanekomitee wil aanhangig maak, is die kwessie van die voorlesing. In die lig van die huidige omstandighede en die moderne tegniese hulpmiddels en ook kennisontploffing moet ons maar gedurig besin oor die aanbieding van voorlesings. Ons moet ons dosente aktiveer om die beste te doen dat ons die maksimum-voordele kan geniet. 'n Mens dink aan die aspek van navorsing. Ons moet ons dosente navorsingsbewus maak en dit vir hulle moontlik maak om navorsing te doen. Dit is 'n saak wat 'n mens by die Dekanekomitee aanhangig moet maak, maar dan moet jy hulle ook inlig oor sekere bevindinge waarvan hulle moet kennis neem. Ek wil ook hê dat die akademici moet deel hê aan die toekomsbeplanning - die akademiese beplanning van die Universiteit. Ons moet ons akademici ken, dit is 'n akademiese aangeleentheid en ek meen dat ons as 'n eenheid aan die Universiteit moet werk.

VRAAG 7: Is dit u beleid om die studentetal te verhoog?

ANTWOORD: Nie noodwendig nie. Dis nie dat ek teen getalle is nie. Ek

dink nie dit moet 'n mens se eerste prioriteit wees nie. Die gehalte is baie belangrik en ook die tipe akademikus wat 'n mens kweek. Gebalanseerdheid is die wagwoord.

VRAAG 8: Die kwessie van navorsing. U weet self dat maatskappye vandag nie noodwendig geld wil gee vir die Ontwikkelingstrustfonds nie. Maar 'n mens moet hulle byvoorbeeld geïnteresseerd kry in navorsing.

ANTWOORD: By 'n onlangse vergadering het ek die Registrateur gevra om met al die departemente in verbinding te tree en te sê die Buro ontvang van tyd tot tyd versoeke van mense wat sekere projekte wil doen. In die lig van hierdie omstandighede hou ons 'n lys van projekte beskikbaar. Ons het nou die Registrateurs opdrag gegee om aan al die departemente te skryf en te vra dàt hulle voorstelle sal doen. Dié sal ons dan koördineer en tot die beskikking van die Buro stel, maar dit beteken ook dat jy dadelik samewerking sal kry. Jy sal ook elke jaar aan jou departemente en ook afdelings moet skryf dat hulle met voorstelle kom — wat wil hulle as 'n projek hê. Dan kan die Buro oor 'n verskeidenheid van projekte beskik wat ons jaarliks moet hersien. Ek dink as 'n mens sô werk, behoort jy miskien heelwat meer te vorder en ek dink jy gaan die Buro se taak makliker maak t.o.v. fondsinsameling. Nog 'n aspek is om geld in te samel as deel van skakeling na buite. Die twee gaan hand oor hand. Ek

dink die verdere funksie van die Buro is steeds om die Universiteit op die hoogte te hou van sy beeld na buite, sodat 'n mens kan regstellings maak indien nodig.

VRAAG 9: Hoe sien u die plek van oud-studente in die universiteitsopset?

ANTWOORD: Ongetwyfeld baie belangrik. Ek dink dit is mense wat deel vorm van ons beeld na buite. Ek dink ons moet hierdie mense in die eerste plek ingelig hou oor die Universiteit en wat daar gebeur. Saamtrekke is baie belangrik. Ek ag dit ook baie belangrik dat ek en die Vise-rektor en die Kanselier by die mense kom en hulle inlig oor wat by die Universiteit gebeur, want hulle vorm deel van die beeld en hulle moet ook die Universiteit uitdra. Ook wat fondsinsameling betref, dink ek dat hulle belangrike mense is. Ons kan nou nie sulke groot bedrae van hulle verwag nie, maar 'n mens wil graag 'n konstante inkomste hê van jou oud-studente, al is dit heel beskeie. Behalwe dat hulle verder moet bou aan die beeld en die Universiteit moet uitdra, kan 'n mens ook in die lig van dit wat hulle hier ontvang het, 'n taamlike bydrae verwag.

P.J. REINECKE
ONDERHOUDVOERDER

PROF. DR. W.L. MOUTON
REKTOR - U.O.V.S.

BYLAE

VRAELYS AAN MNR. D.J. VILJOEN, DIREKTEUR VAN DIE BURO VIR ONTWIKKELING EN OPENBARE BETREKKINGE AAN DIE U.O.V.S. IN BLOEMFONTEIN

(3 OKTOBER 1977)

VRAAG:

1) Wat is die posisie van die Direkteur in die beleidshierargie van die Buro en die Universiteit?

   1.1 Het hy sitting in die Raad? (Datum asseblief)

   1.2 Het hy sitting in die Senaat?

   1.3 Het hy sitting in die weeklikse informele besprekings van die senior amptenare?

   1.4 Enige ander uitvoerende- of beleidmakende liggame (bv. Raad van Trustees)?

   1.5 Enige bykomende opmerkings wat u oor die hoofvraag wil doen?

2) 'n Breë taakomskrywing van die werk van die Direkteur van die Buro.

3) Die Buro se take. Wat is die siening van die Direkteur oor elkeen van die vertakkinge in die opset van die Buro.

   3.1 Beeldbou

   3.2 Geldinsameling

   3.3 Skolevoorligting

   3.4 Sport

   Geliewe in u antwoord die beleidmatige aspekte sowel as die organisatories-funksionele plek van elkeen te verduidelik.

4) Geliewe 'n omskrywing van die taakindeling van die volgende, ooreenkomstig jaarboek 1977, Deel I, p. 89 te gee:

Adjunk-direkteure:

4.1 Administratief

4.2 Fondsinsameling

4.3 Ontwikkeling en Reklame

5) Geliewe te bepaal die plek, funksie en taakindeling van:

5.1 Kimberley-kantoor

5.2 Johannesburg-kantoor

6) Waarom heet die Buro se benaming soos tans, nl. Buro vir Ontwikkeling en Openbare Betrekkinge? Wat word verstaan onder:-

6.1 Openbare betrekkinge?

6.2 Ontwikkeling?

BYLAE

ANTWOORDLYS IN VERBAND MET DIE BURO VIR ONTWIKKELING EN OPENBARE BETREKKINGE VAN DIE UNIVERSITEIT VAN DIE O.V.S.

1.1 Die Direkteur woon die Raadvergadering by in waarnemende hoedanigheid. Hy het spreekreg, maar nie stemreg nie. Dié reëling het van die begin van 1977 in werking getree.

1.2 Die Direkteur het nie sitting in die Senaat nie, maar ontvang vir insae alle stukke en notules van die Senaatsvergadering.

1.3 Die Direkteur het aanvanklik sitting gehad in die Rektorsvergadering met topamptenare, maar woon dit op eie versoek nie meer by nie, aangesien baie sake wat daar bespreek word administratiewe aangeleenthede is waarby hy nie betrokke is nie. Hy ontvang egter die notules en voer gereeld met die Rektor samesprekings.

1.4 Lid van die Raad van Trustees; lid van die Komitee verantwoordelik vir die program van die Oriënteringsweek; lid van die Beheerraad van die Studentesentrum; lid van die Beheerraad van die Callie Human-sentrum; lid van die Sentrale Sportkomitee; lid van die Oud-studente-Reüniebestuur.

1.5 Die Direkteur het direkte toegang tot die Rektor.

2. Pligtestaat aangeheg (vgl. bv. 150.)

3.1 Beeldbou: Om onder leiding van die Rektor, deur optrede, dienslewering, die gesproke en geskrewe woord, die bes moontlike openbare beeld van die Universiteit te skep en die beste verhoudinge met die publiek op te bou.

3.2 Fondsinsameling: Ten einde tred te hou met die noodsaaklike fisiese en geestelike groei en ontwikkeling van die Universiteit is fondsinsameling vanselfsprekend 'n belangrike deel van die werksaamhede van die Buro.

3.3 Skolevoorligting: Die standpunt van die Universiteit is dat 'n student moet gaan na die universiteit van sy/haar keuse; daarom is dit ons taak om die fasiliteite van die Universiteit van die O.V.S. op doelgerigte wyse aan voornemende studente bekend te stel.

3.4 Sport: Sport kan met welslae ingeskakel word by die ontwikkelings- en beeldboumasjinerie van die Universiteit. Indien sport in die toekoms as 'n selfstandige departement onder 'n eie direkteur funksioneer, moet noue samewerking steeds gehandhaaf word.

4. Pligtestate aangeheg (vgl. bls. 155, 158 & 161).

5.1 Kimberley-kantoor: Aangesien Kimberley, Noord-Kaapland en Suidwes 'n groot potensiaal as voedingsbron vir die Universiteit inhou, dien die Kimberleyse kantoor as 'n onontbeerlike skakelpunt met voornemende studente, donateurs en oud-studente.

5.2 Johannesburg-kantoor: Hierdie kantoor het 'n drieërlei doel:

5.2.1 Fondsinsameling: Die grootste deel van ons skenkings is uit hierdie gebied afkomstig.

5.2.2 Oud-studente: Talle oud-studente staan in hierdie gebied in leiersposisies en kontak met hulle is onskatbaar waardevol.

5.2.3 Skolevoorligting: 'n Groot getal puik studente word deur middel van hierdie kantoor na die U.O.V.S. gekanaliseer.

6. Die doelstellings van die Buro word vervat in die benaming.

6.1 Openbare betrekkinge: Die basis waarop gesonde verhoudinge tussen die Universiteit en die gemeenskap wat hy dien, berus.

6.2 Ontwikkeling: Fisiese en geestelike groei van die Universiteit ten einde te voorsien in die stygende hoër opvoedkundige behoeftes van die land.

D.J. VILJOEN
DIREKTEUR

3 OKTOBER 1977

BYLAES

PLIGTESTATE

1. DIE DIREKTEUR

Die Direkteur is direk aan die Rektor verantwoording verskuldig vir werksaamhede van die Buro in sy geheel.

Die Direkteur as hoof van die Buro is verantwoordelik vir al die hooffunksies wat voortvloei uit die doel van die Buro. In hierdie stadium word die volgende hooffunksies reeds waargeneem:

a) Die bevordering van openbare betrekkinge na binne en buite tussen die publiek en die Universiteit.
b) Die werwing van studente.
c) Die insameling van fondse d.m.v. die voering van veldtogte.
d) Die beheer van skenkingsfondse onder leiding van die Raad van Trustees en sy Uitvoerende Komitee.

I) BESTUURSPLIGTE:

a) Beleidsbepaling:

1) Om die Rektor te adviseer ten opsigte van die bepaling van kort- en langtermyndoelwitte vir die Buro; die modus operandi wat vir die verwesenliking van daardie doelwitte geld; en die beleid wat van toepassing is op die Buro en sy werksaamhede.
2) Om die opdragte en beleid van die Raad en die Rektor in verband met die werksaamhede van die Buro te interpreteer; om toe te sien dat hierdie opdragte en beleid op 'n doeltreffende wyse uitgevoer word en om leiding aan die personeel te gee ten opsigte daarvan.

3) Om 'n kode ten opsigte van beleidsvoorskrifte op te stel en in stand te hou en om toe te sien dat die personeellede op die hoogte is van die inhoud van die kode.

b) <u>Organisering</u>:

1) Om die funksionele en postestruktuur van die Buro van tyd tot tyd in oënskou te neem en die Rektor ten opsigte van die hersiening daarvan, wanneer dit nodig geag word, te adviseer.
2) Om op 'n doeltreffende wyse te beplan en te programmeer vir die uitvoering van die werksaamhede van die Buro.
3) Om in samewerking met die afdelingshoofde doeltreffende prosedures, werksprosesse en hulpmiddele vir die Buro te ontwikkel en in stand te hou.
4) Om werksaamhede en bevoegdhede op 'n sinryke wyse te delegeer en maatreëls te tref vir die uitoefening van doeltreffende beheer oor gedelegeerde werksaamhede en bevoegdhede.

c) <u>Personeelbestuur</u>:

Om stappe te doen met die oog daarop om die groep personeellede as 'n span te laat saamwerk en om die <u>morele</u> en korpsgees van die groep op te bou en in stand te hou, meer in die besonder om -

1) deel te neem aan die prosesse van keuring, aanstelling en plasing van personeel vir die Buro ooreenkomstig die voorgeskrewe prosedure;
2) die personeel van die Buro vir hul werk te bekwaam by wyse van indiensopleiding, ontwikkeling en beraadslaging;

3) verantwoordelikheid te aanvaar vir dissiplinering en tugtiging en gevalle van ernstige aard na die Rektor te verwys; en
4) die verdienstelikheid van personeellede van tyd tot tyd te bepaal en op 'n gemotiveerde wyse daaroor aan die Rektor verslag te doen.

d) Koördinering:

Om deur middel van die toepassing van bestuurstegnieke toe te sien dat die onderskeie organisatoriese eenhede as 'n „geïntegreerde geheel" sal saamwerk ter verwesenliking van die doelwitte van die Buro, meer in die besonder deur -

1) gereëlde samesprekings tussen personeellede per sakelys te reël;
2) die ontwikkeling van prosedure wat die personeel op hoogte sal hou van wat in die Buro aangaan, bv. by wyse van die sirkulering van afskrifte van korrespondensie onder die onderskeie personeellede en dergelike maatreëls;
3) die doen van stappe om oorvleueling of duplisering van werksaamhede in die Buro uit te skakel; en
4) onderrig aan die personeel te gee in verband met die doelwitte en funksies van die Buro, dié van die onderskeie afdelings en van elke pos met die oog daarop om 'n volledige begrip van die organisasie en werking van die Buro by elke lid tuis te bring.

e) Verslaggewing:

Om op gesette tye aan die Rektor verslag te doen oor die werksaamhede van die Buro, resultate wat behaal is, probleme wat

ondervind is, e.s.m. en om die lig daarvan voorstelle aan die hand te doen vir die voortdurende verbetering van die werkverrigting van die Buro.

f) Beheer:

Om in die algemeen stappe te doen om te verseker dat die werkopdragte van die Buro en die beleid wat met sodanige opdragte gepaard gaan, op 'n doeltreffende wyse uitgevoer word en om gepaste beheermaatreëls vir dié doel in te stel, meer in die besonder die volgende -

1) die bepalings van standaarde van werkverrigting;
2) om toe te sien dat alle werksaamhede wat nodig is om die doelstellings van die Buro te verwesenlik, verrig en dat onnodige werk uitgeskakel word;
3) om die resultate wat behaal word, periodiek te evalueer met inagneming van die gestelde standaarde en die bepaalde werkprogramme;
4) om die werk van ondergeskikte gereeld te inspekteer en te reël dat afdelingshoofde gereeld verslag doen oor hul aktiwiteite, te resultate wat behaal is, probleme wat ondervind word en om daarop aan te dring dat afdelingshoofde in die lig van hul kennis en ervaring voorstelle aan die hand doen vir die voortdurende verbetering van die werkverrigting van hul afdelings;
5) om op 'n nougesette wyse beheer uit te oefen oor die uitgawes van die Buro en om veral aan te dring op die spaarsame aanwending van die hulpmiddele van die departement, t.o.v. tyd, ruimte, energie en toerusting; en

6) om op 'n ewe nougesette wyse beheer uit te oefen oor die betaling van reis- en verblyftoelae en aan te dring op uiters doeltreffende reëlings in dié verband.

II) OPERASIONELE PLIGTE:

a) Die uitdraging van die beeld van die Universiteit na binne en buite.

b) Die beplanning, organisasie en uitvoering van programme ter bevordering van openbare betrekkinge.

c) Die behartiging van publisiteitsdienste.

d) Die behartiging van oudstudente-publikasies.

e) Skole te besoek en lesings te hou met die doel om die opvoedkundige fasiliteite van die Universiteit bekend te stel.

f) As gasheer namens die Universiteit op te tree, soos opgedra.

g) Die beplanning en van stapel stuur van fondsinsamelingsveldtogte.

h) Om die Universiteit of Buro in sodanige rade of komitees te verteenwoordig as wat van tyd tot tyd besluit word.

i) Onderneem ander pligte soos deur die Rektor opgedra.

2. ADJUNK-DIREKTEUR: ADMINISTRATIEF

Die Adjunk-direkteur: Administratief staan die Direkteur by in die uitoefening van sy beheerfunksie ten opsigte van die afdeling Administratiewe Dienste en personeelbestuursfunksies, d.w.s. in administratiewe pligte en verantwoordelikhede soos opgedra deur die Direkteur.

Die vernaamste funksies wat behartig word, is die volgende:

i) Bestuurspligte:

a) Beleidsbepaling:

Om die Direkteur te adviseer ten opsigte van die bepaling van kort- en langtermyndoelwitte vir die betrokke afdeling en die modus operandi wat vir die verwesenliking van daardie doelwitte sal geld en die beleid wat van toepassing is op die afdeling se werksaamhede.

b) Organisering:

i) Om op 'n doeltreffende wyse te beplan en te programmeer vir die uitvoering van die afdeling se werksaamhede.

ii) Om doeltreffende prosedures, werkprosesse en hulpmiddele vir die afdeling te ontwikkel en in stand te hou.

c) Koördinering:

Om doeltreffende reëlings te tref om op die hoogte te bly van wat elders in die Buro aan die gang is, met die oog op die behoorlike integrasie van die Afdeling Administratiewe Dienste met die res van die Buro.

d) <u>Personeelbestuur</u>:

Om die Direkteur by te staan in die uitoefening van sy personeelfunksies en beheer van personeel.

e) <u>Verslaggewing</u>:

Om op gesette tye en op die voorgeskrewe wyse verslag te doen aan die Direkteur oor die werksaamhede van die afdeling, resultate wat behaal is en probleme wat ondervind is, e.s.m., en om in die lig daarvan voorstelle aan die hand te doen vir die voordurende verbetering van die werkverrigting van die afdeling.

f) <u>Beheer</u>:

Om die Direkteur op doeltreffende wyse by te staan in die uitoefening van sy beheerfunksie.

ii) <u>Operasionele Pligte</u>:

a) Die ontwerp en instandhouding van registers vir doeleindes van voorligting- en ontwikkelingsaktiwiteite.
b) Die behartiging van korrespondensie, o.m. bedankings-, herinnerings- en erkenningsbriewe.
c) Die behartiging van die finansiële en voorrade-administrasie.
d) Die verspreiding en versending van publikasies.
e) Behartiging van sekretariële pligte - notules, vergaderings, e.s.m.
f) Die administrasie van publisiteitsveldtogte.
g) Die administrasie van oudstudente- en ander publikasies - verleen hulp met versorging daarvan waar nodig.

h) Die administrasie van fondsinsamelingsveldtogte.

i) Reëlings vir die jaarlikse C.R. Swart-lesing.

j) Die opstelling en administrasie van die twee begrotings vir die Buro (Reklame en Ontwikkeling).

k) Sekretaris van Openbare Lesingskomitee.

l) Sekretaris van die Oud-studente-Reüniebestuur.

m) Behartiging van alumni-aangeleenthede soos registers, adreslyste, finansiële state, verkoop van sakwapens, e.s.m.

n) Sekretaris van Voorligtingskomitee.

o) Inligting te versamel, te verwerk en beskikbaar te stel soos deur die Direkteur opgedra.

p) Die Direkteur en die personeel van die ander afdelings sover doenlik en prakties van administratiewe pligte te onthef.

q) Behartiging van verlofreëlings.

r) Toesighouding en balansering van werkindeling.

s) Lewering van verslae aan hoër gesag soos opgedra.

t) Tree namens Direkteur op as Sekretaris van die Raad van Trustees.

u) Goedkeuring en nagaan van alle uitbetalings (Reiseise en Rekenings).

v) Toesighouding van telefoonsentrale, liasseerstelsel, inkomende en uitgaande pos, kontantontvangstes, e.s.m.

3. ADJUNK-DIREKTEUR: ONTWIKKELING EN REKLAME

BESTUURSPLIGTE:

1. Om onder toesig van die Direkteur, die opdragte en beleid van die Raad, die Rektor en die Direkteur in verband met die werksaamhede van die Buro en in die besonder die ten opsigte van ontwikkeling, reklame en sport-aktiwiteite te interpreteer en toe te sien dat hierdie opdragte en beleid op 'n doeltreffende wyse uitgevoer word.

2. Om die Direkteur te adviseer ten opsigte van die bepaling van kort- en langtermyndoelwitte vir die Buro in die algemeen en in die besonder ten opsigte van openbare verhoudinge, die ontwikkeling van die finansiële hulpbronne en sport-aktiwiteite van die Universiteit, die modus operandi wat vir die verwesenliking van daardie doelwitte geld, en die beleid wat op die betrokke werksaamhede van toepassing is.

3. Om die Direkteur van advies te dien oor funksionele en struktuurveranderings wat van tyd tot tyd mag nodig wees.

4. Om, in oorleg met die Direkteur, op 'n doeltreffende wyse te beplan en te programmeer vir die uitvoering van die werksaamhede van die Buro, in besonder dié ten opsigte van sport-aktiwiteite, fondsinsameling en reklame (skoolvoorligting ingesluit.)

5. Om, in oorleg met die Direkteur en in samewerking met die Adjunk-direkteur: Administratief en ander afdelingshoofde doeltreffende

prosedures, werkprosesse en hulpmiddele vir die Buro daar te stel en in stand te hou.

6. Om die Direkteur te adviseer ten opsigte van die delegering van werksaamhede en bevoegdhede waar van toepassing.

7. Om op gesette tye aan die Direkteur verslag te doen oor die werksaamhede in verband met sport-aktiwiteite, fondsinsameling en skolebesoek, resultate wat behaal is, probleme wat ondervind is, e.s.m., en om in die lig daarvan voorstelle aan die hand te doen vir die voortdurende verbetering van hierdie werksaamhede.

OPERASIONELE PLIGTE:

1. Om, onder toesig van die Direkteur, verantwoordelikheid te aanvaar vir die werksaamhede in verband met sport-aktiwiteite (veral atletiek).

2. Om, onder toesig van die Direkteur, verantwoordelikheid te aanvaar vir die organisering in verband met fondsinsameling.

3. Om, onder toesig van die Direkteur, verantwoordelikheid te aanvaar vir die werksaamhede in verband met die bevordering van openbare verhoudings insluitende voorligting.

4. Die besoek van skole en ander opvoedkundige inrigtings en die hou van voorlesings, onderhoude met hoofde, voorligtingsonderwysers en met individuele leerlinge en ouers met die doel om die opvoedkundige fasiliteite aan die Universiteit bekend te stel.

5. Doeltreffende stappe te doen om die voorligtingswerksaamhede by skole op te volg met die oog daarop om veral studente wat deur middel van die voorligtingsprogramme vir die Universiteit gewerf is, te beïnvloed om op daadwerklike wyse 'n gunstige beeld van die Universiteit na buite uit te dra.

6. Mee te help met die georganiseerde besoeke van senior skoliere, veral van die Bloemfonteinse skole.

7. Die skakeling met voornemende studente en die uitbouing van kontakte met skoliere, o.m. deur persoonlike onderhoude en persoonlike briewe.

8. Om, in oorleg met die Direkteur, enige aspek van die operasionele werksaamhede van die Buro wat by die onderskeie afdelings ingedeel is, self te behartig indien dit, vanweë die kontensieuse aard daarvan op hoë vlak, aandag verg of gedurende druktye.

9. Om ander pligte wat deur die Direkteur opgedra word, te onderneem.

4. ADJUNK-DIREKTEUR: FONDSINSAMELING

1) Beoefening van die bestuursfunksies:

i) Beplanning deur:

a) behulpsaam te wees met die voorspelling van die vereistes m.b.t. fondsinsameling, lang- en korttermyn, gebaseer op beleid soos bepaal deur die Raad, Rektor, Senaat en Direkteur;

b) behulpsaam te wees met die opstelling van die begroting vir werksaamhede wat deur die Afdeling behartig moet word;

c) die daarstelling van lang- en korttermyndoelwitte vir die Afdeling;

d) behulpsaam te wees met die bepaling van beleid vir die Afdeling in ooreenstemming met verklaarde beleid van hoër gesag;

e) die opstelling van 'n program van werksaamhede en aanbevelings te doen m.b.t. die bepaling van prioriteite binne sodanige program. ...

ii) Organisasie:

a) die identifikasie en die groepering van die werk van die Afdeling en die verdeling van beskikbare tyd en werkkragte t.o.v. sodanige werk;

b) behulpsaam te wees met die opstelling van 'n gesagsdistribusiekaart vir die Afdeling;

c) behulpsaam te wees met die daarstelling van goeie werkverhoudings en die uitbouing van goeie werkverhoudings met ander Afdelings;

d) die organisering van werkprosesse binne sy Afdeling.

iii) Motivering deur:

a) aanbevelings te doen i.v.m. die keuring en plasing van beamptes in sy Afdeling op werk wat by hulle bekwaamhede pas;

b) gereelde skakeling met die Direkteur en kollegas ten einde homself en sy ondergeskiktes op die hoogte te hou van beleidsbepalings en gedagtes in verband met fondsinsamelings, ens.;

c) ondergeskiktes aan te moedig om deel te hê aan die bereiking van die doel van die Afdeling en Departement deur konstruktiewe voorstelle te doen ter verbetering van metodes en werkomstandighede;

d) gereelde samesprekings en raadpleging met kollegas i.v.m. probleme rakende fondsinsamelings;

e) as leier van die Afdeling op te tree en die voorbeeld te stel i.v.m. gedissiplineerde optrede.

iv) Koördinasie deur:

a) balansering van die werk, sodat die regte soort en hoeveelheid werk aan die regte persone binne die Afdeling toegeken word;

b) sinchronisering waardeur werk op gesette tye afgehandel word, sodat afdelings wat verder aan daardie werk aandag moet gee, nie vertraag word nie;

c) integrasie van werk sodat die gesamentlike resultaat afstuur op die doel van die Afdeling.

v) Kontrole deur:

a) die bepaling van standaarde van werkverrigting binne die Afdeling;

b) periodieke meting van resultate teen sodanige standaarde;

c) gepaste optrede wanneer die standaarde nie gehandhaaf word nie. Verslae aan hoër gesag moet betyds gelewer word, sodat krisisse vermy kan word.

2) In die proses van fondsinsameling die beeld van die Universiteit uit te dra.

3) Die beplanning van veldtogte.

4) Die organisering van veldtogte.

5) Die uitvoering van veldtogte.

6) Die opvolging van veldtogte.

7) Die aanknoping en uitbouing van kontakte namens die Universiteit.

8) Die voer van onderhandelings namens en die verteenwoordiging van die Universiteit soos opgedra.

9) Die Direkteur te alle tye op die hoogte te hou van die vordering van elke voldtog d.m.v. gereelde en konstruktiewe verslaggewing.

10) Enige ander pligte soos opgedra.

OPSOMMING: M.A. VERHANDELING: P.J. REINECKE

DIE PLEK EN ROL VAN SKAKELWERK AAN DIE UNIVERSITEIT VAN DIE ORANJE-VRYSTAAT

In hierdie studie is 'n ontleding onderneem van die plek en rol van skakelwerk aan die UOVS. Dit is 'n analitiese studie wat gegrond is op primêre bronne asook sekondêre bronne wat as bylaes aangeheg is.

In hoofstuk I is die uitgangspunt gestel oor wat skakelwerk is en behels. Die element van voorligting, wat wesentlik in skakelwerk is, is gestel teenoor inligting en behandel as oorredingskommunikasie.

In hoofstuk II is die plek van skakelwerk in 'n organisasie gestel. Die opkoms van skakelwerk in die bedryf en die noodsaaklikheid van 'n skakelafdeling of -beampte is gestel. Vervolgens is die opkoms van skakelwerk aan universiteite, veral in die VSA, dan kortliks gestel.

In hoofstuk III is die noodsaaklikste beginsels van 'n skakelprogram ontleed aan die hand van beplannings-, toepassings- en evalueringsfases.

In die daaropvolgende hoofstuk is die beginsels wat in hoofstuk III gestel is deurgetrek tot skakelwerk aan 'n universiteit.

In hoofstuk V is 'n ontleding gedoen van die Buro vir Ontwikkeling en Openbare Betrekkinge van die UOVS. 'n Uiteensetting van die plek van die afdeling in die beleidshiërargie is gegee asook van die rol wat dit vervul t.o.v. bv. beeldbou en skolevoorligting.

In die slothoofstuk is sekere bevindinge en aanbevelinge gedoen. Aanbevelinge is t.o.v. aanpassinge by moderne praktyke, vaartbelyning en die status van die Buro gedoen. So word 'n naamsverandering voorgestel.

Die studie beklemtoon die noodsaaklikheid van 'n georganiseerde Buro vir skakeldienste — 'n afdeling wat vir die UOVS van onskatbare waarde is.

P.J. REINECKE

U.O.V.S. = U.O.F.S.
BLOEMFONTEIN
BIBLIOTEEK - LIBRARY