

Source: BEELD

Date: 11-Feb-2010

Topic: 27

Ref No: 547



1

ID: 03805959-01 Source Page: 6

SA moet besin oor reputasie van sy dansende president in luiperdvel

Sake-siening

Ronel Rensburg

As Suid-Afrikaners gereken het dat die onlangse sekskapades van ons eerste burger, pres. Jacob Zuma, nie die land se reputasie skade berokken nie, het ons dit mis.

Voorts knou korrupsie, swak dienslewering, bestuursprobleme, korporatiewe konflik en politiekery by verskeie strategiese staatsinstellings ook Suid-Afrika se openbare beeld en reputasie – hier én internasionaal.

Die voortslepende misdaad en die regering se onvermoë om hierdie misdaad te beheer, stuur ook negatiewe boodskappe die wêreld in. Dit is slegte nuus aan die vooraand van die Wêreldbeker-sokkertoernooi.

Daar word baie geskryf oor die reputasieverskynsel. Korporatiewe reputasiebestuur – die hantering van ondernemings se korporatiewe identiteit, beeld en reputasie – maak deesdae opslae.

Daar is groot verskille in 'n onderneming se korporatiewe identiteit, korporatiewe beeld en reputasie.

Ondernemings kan hul identiteit self bepaal: Dit is soos ondernemings hulself sien en definieer. 'n Onderneming se korporatiewe beeld is soos al die belanghebbende inshouers soos werknemers, aandeelhouders, die gemeenskap, die media, markte en die internasionale gemeenskap die onderneming sien.

Identiteit en beeld kan deur ondernemings bestuur word deur middel van verskeie kommunikasie-ingrype.

Om korporatiewe reputasie te beheer, is egter moeiliker omdat daar lank gewerk moet word aan

die vestiging van 'n geloofwaardige korporatiewe reputasie. Dié reputasie is baie kwesbaar en dit kan maklik deur 'n enkele woord of daad beskadig of selfs vernietig word.

Navorsing wat in 2007 deur Burson-Masteller, een van die toonaangewende kommunikasie-agentskappe in die wêreld, gedoen is, wys dat die reputasies van uitvoerende hoofde 'n groot invloed op die korporatiewe reputasies van hul ondernemings uitoefen.

In 2007 het die navorsing beweer dat sowat 50% van 'n onderneming se reputasie aan die reputasie van die uitvoerende hoof toeskryfbaar is. In 2009 was hierdie persentasie reeds 14% hoër.

Gegrand op navorsing deur die Reputasie-instituut (in 2009) is daar drie sleutelfaktore wat 'n uitvoerende hoof se reputasie bepaal: geloofwaardigheid, gedrag en kommunikasie.

Korporatiewe dramas soos dié by Eskom, Transnet, Krygkor, die SAL en die SAUK skaad wel die reputasie van instellings én Suid-Afrika – hier en internasionaal.

Die probleem tussen Eskom en sy uitvoerende hoof is nie 'n geïsoleerde geval nie. Dit is deel van 'n tendens in Suid-Afrika en kan teruggevoer word na 'n era waar onbekwame partyvolgelingen in uitvoerende poste en as raadslede aangestel is.

Die reputasies van lande en hul leiers "kommunikeer" ook. Lande met positiewe en sterk reputasies trek beleggers en toeriste.

Die Reputasie-instituut gebruik 'n gestandaardiseerde model vir die meet van reputasies op internasionale vlak. Die model bepaal of mense 'n land vertrou,

bewonder, respekteer en goed oor die land voel.

Drie dimensies speel hierin 'n rol: 'n gevorderde ekonomie met goeie produkte en dienste; 'n aantreklike omgewing wat ook 'n veilige lewenswyse kan bied; en 'n doeltreffende regering waarin sake sorgeloos bedryf kan word.

Switserland en Kanada het die hoogste reputasies in die rangorde van 34 lande wat in 2009 gemeet is. Suid-Afrika is 33ste wanneer dit kom by hoe landsburgers hul eie land ervaar.

Met die Wêreldbeker-sokkertoernooi is die wêreld se oë op

Suid-Afrika gerig. Die prentjie wat hulle sien, is dalk nie altyd so aantreklik nie.

Misdaad wat nie in bedwang gebring kan word nie, opruiende politieke retoriek deur mnr. Julius Malema van die ANC-jeugliga, korrupsie van politieke en sakeleiers, slaggate in die paaie, rommel in die strate, riviere en skaars bronne wat besoedel word en betogings oor swak dienslewering wat dikwels in erge geweld en chaos ontaard "kommunikeer" 'n boodskap oor Suid-Afrika, sy leiers en sy mense.

Die reputasie van die eerste burger van 'n land het 'n onuitwisbare invloed op die reputasie van 'n land.

Suid-Afrikaners raak gaandeweg aan die gedrag van ons poligame president gewoond, maar vir die wêreldverhoog bly dit moeilik om te verorber.

Alles oor Zuma kommunikeer 'n boodskap na buite – sy wit tekies, sy tradisionele wapens, die

Source: BEELD

Date: 11-Feb-2010

Topic: 27

Ref No: 547



1

ID: 03805959-02

Source Page: 6

sing van sy geliefde *Umshini wami*, sy poligamie, sy beoefening van onveilige seks, en die feit dat hy 20 kinders het, waarvan heel party buite-egtelik is.

Die beeld wat dit vir die wêreld skilder, is nie maklik verteerbaar en aantreklik nie.

Kultuur en die argument dat kulture nie "meerderwaardig" teenoor ander is nie, maar "anderswaardig", help nie veel meer vir Suid-Afrika se internasionale reputasie nie. Kultuur het ook 'n reputasie.

Die seine wat oor ons inheemse kulture uitgestuur word, val op verwarde ore.

Om kultuur aan te gryp en as verskoning te gebruik wanneer ons of ons leiers fouteer of oortree, maak 'n bespotting van die reputasie van Suid-Afrika se ryk kulturele samestelling.

■ *Prof. Rensburg is professor in die departement van bemaking- en kommunikasiebestuur aan die Universiteit van Pretoria.*