

5.KONKLUSIES

Om hierdie eerste deel van die studie mee af te sluit, word kortliks 'n paar konklusies uit bogenoemde beredenering aangeteken. Hiermee word die eerste vrae van die probleemstelling en navorsingsdoelwitte oor die koninkryk, die identiteit van die kerk en die aard van die konteks waarbinne die kerk funksioneer, beantwoord.

- Die God van die Bybel is 'n unieke God. Hy is die monoteïstiese God wat almagtig heers oor die heelal. Hy is die enigste ware God wat die Skepper van die hemel en die aarde is. Hy het die laaste sê oor alles en almal en het die reg en die mag om alles en almal te gebruik om sy plan met die skepping tot uitvoer te bring. Hom kom al die lof en aanbidding en eer toe as die Koning oor alles en almal.
- Die almagtige God kies om sy identiteit op aarde deur mense bekend te maak. Daarom het Hy die mens gemaak na sy beeld. Daarom het Hy aan die mens die opdrag gegee om namens hom hier op aarde te heers en alles so uit te bou dat God se identiteit sigbaar kan word. Verder het God vir hom 'n bepaalde volk, die volk Israel, uitgekies om met hulle in 'n verbondsverhouding te staan. Aan hulle gee Hy al sy verbondsbeloftes en vra van hulle om so te leef en op te tree tussen die ander volke dat sy identiteit bekend sal word en almal op aarde sal besef dat God die enigste ware almagtige heerser is. In die opsig het die mens dus 'n missionale verantwoordelikheid en is dit vandag nog die primêre doel van die mens se bestaan om dit so te doen dat God se identiteit sigbaar kan word en Hy verheerlik word.
- God het sy toorn oor die mens se sonde op sy Seun, Jesus Christus, op aarde kom aflaaï sodat die mens kan besef hoe lief God hom het. Jesus Christus het deur sy gehoorsaamheid aan sy Vader uiteindelik sy lewe aan die kruis kom gee om te boet vir die mens se sonde. Hy het ook weer opgestaan uit die dood en opgevaar na die hemel om so sy oorwinning oor die bose te demonstreer. God se koninkryk is dus nie meer 'n belofte wat in die toekoms lê nie, maar het 'n praktiese werklikheid geword. God se liefde vir die hele wêreld moet deur God se mense, sy kerk op aarde, uitgedra word deur woord en daad sodat almal kan hoor dat hulle welkom is in God se koninkryk. Die kerk se missionale verantwoordelikheid lê dus daarin dat God se identiteit en sy koninkryk die wêreld ingedra moet word.
- Die tyd waarin ons leef, beleef geweldige veranderinge wat die uitdaging vir die kerk van die Here om 'n missionale rol te speel soveel groter maak. Oor die algemeen het die mense van ons tyd postmoderne mense geword. Hierdie mens sal dus op 'n eie unieke manier gehelp moet word om missionaal te funksioneer. Daarvoor sal die kerk veral sy oë moet oopmaak vir nuwe maniere van doen en veral nuwe maniere van

kommunikeer sodat die eietydse mens bemagtig kan word om missionaal 'n verskil te maak in die alledaagse lewe. Hierin kan elektroniese kommunikasie 'n beduidende rol speel.

- Om gelowige te wees, beteken om deel te wees. Die kerk van die Here is 'n hegte groep mense wat nie sonder mekaar kan klaarkom nie. Terwyl ons in 'n postmoderne samelewing die gebrek aan lojaliteit op alle terreine en ook in die kerk beleef, sal spesiale moeite gedoen moet word om gelowiges die erns van betrokkenheid by 'n gemeente in te skerp. Die gelowige sal steeds moet besef dat die ander hom/haar nodig het en dat hy/sy die ander nodig het. Terwyl die Internet daagliks op die meeste van ons mense se tafel 'n saambindende rol speel in die netwerk van die lewe, kan dit ook benut word om die individuele gelowige aan die ander gelowiges te bind.
- Om hierdie diens aan mekaar en saam aan die wêreld te lewer, moet elke gelowige bemagtig word. In Suid-Afrika word hierdie verantwoordelikheid tot diens des te meer belangrik as die nood rondom ons in ag geneem word. Wanneer in die Bybel na die ware eienskappe van egte geloof verwys word, dan gebruik Jesus juis die omsien na die mense in nood as teken van egte geloofsverbintenis aan God se koninkryk (Matt 25:31-46) en Jakobus vertel van die valsheid van geloof as dit nie in daade omgesit word nie, daade van omgeeliefde (Jak 2). Johannes skryf in 2 Joh:4 van sy vreugde toe hy van die gemeentelede in die gemeente raakgeloop het en gesien het hoe dat hulle geloof in Jesus uit hulle lewensstyl uitstraal. Hy sê: “Die goddelike waarheid straal sommer uit die manier waarop hulle hulle gedra.” (Die Boodskap vertaling).
- Meer as ooit tevore het die kerk die verantwoordelikheid om gelowiges toe te rus tot hierdie soort van bemagtiging sodat die kerk die lig vir die wêreld en die sout van die aarde kan wees (Matt 5:13 & 14). Die eise wat die postmoderne samelewing aan gelowiges stel, laat mense besef dat dit nie meer goed genoeg is dat mense slegs geestelik gevoed en toegerus word wanneer hulle en in die mate waarin hulle instaat is om erediens geleenthede by te woon nie. Die eise wat beroepe aan mense se tydsbesteding stel vra dat die kerk ander maniere moet ontgin om geestelike begeleiding aan mense te bied. Daarom moet besef word dat die benutting van die Internet dit vir die kerk (gemeente) moontlik maak om enige persoon enige plek in die wêreld met geestelike versorging te bedien. Hiervoor is die benutting van massamedia en veral die gemeente se webblad uiters geskik.

6.DIE INTERNET

Tot hiertoe is gefokus op die aard van God se koninkryk en die impak wat dit op die verstaan van kerk-wees het. Daar is aangedui dat die kern daarvan daarop neerkom dat die roeping van die kerk missionaal van aard is. God se koninkryk moet op aarde gestalte kry deur die missionale funksionering van die kerk onder alle mense en op alle plekke. Die konteks waarbinne dit moet gebeur is 'n vinnig veranderende konteks waarin die postmoderne mens God moet dien en bedien moet word. Die Kerk, ook die NGK, kan nie hierdie tipiese kenmerke van die makro veranderende samelewing ignoreer nie. Die kerk moet dit eerder omarm en positief benut in diens van God se koninkryk.

In die volgende gedeelte van die studie sal nou aangetoon word hoe die Internet as internasionale elektroniese kommunikasiemiddel die kerk in sy roeping kan ondersteun. Daarmee word aangedui hoe die kerk onder andere die konteks van die tyd kan verreken in haar bedieningstruktuur. In hierdie hoofstuk word die ontwikkeling en belang van die Internet aangetoon en word dit toegepas op die navorsingsvraag, naamlik: "Hoe kan die massamedia en veral die webblad die gemeente help om aan missionale kerk-wees gestalte te gee?". Dit is immers God wat in ons die moontlikheid geskep het om so 'n kommunikasiemiddel soos die Internet te kon skep. "Whenever we express our God-given creativity by coming up with something that will help us be more fruitful, that will multiply and promote human flourishing in a way that honors God, we act out of the imago Dei, the "image of God" in which we were created." (Challies, 2011:256-60).

Waarvan word gepraat as die term "Internet" gebruik word? Waar het dit alles begin? Hoekom het dit begin? Watter rol speel dit in mense se lewens? Wat het dit alles met die kerk uit te waai? Dit is alles vrae waarop nou verder antwoorde gesoek moet word.

Destyds met die uitvinding van die poswese, telegramme, telefone, die radio en uiteindelik die rekenaar, het die wêreld verstom gestaan. "Long before the arrival of digital communications, the steam engine, telegraph pole and coalmine quickened the pace of the world" (Ryan 2010:Kindle ed, loc 38).

Eweskielik kon mens met iemand anders kontak maak, selfs mekaar se stemme hoor, terwyl jy letterlik duisende kilometer van mekaar af is. Met die rekenaar kan mense berekenings doen en dokumente skep wat nooit vantevore moontlik was nie, grafiese materiaal en selfs geanimeerde stof oor die hele wêreld heen versprei sonder om fisies kontak te maak. Dit is om die minste te sê revolusionêr.

Wat sal mens dan van die Internet sê? Skielik het die wêreld weer letterlik "plat" en "klein" geword. Nie net kan mens nou met mekaar oor die aarde kommunikeer nie, maar jy kan selfs mekaar sien terwyl jy kommunikeer. Jy kan met die rekenaar nie net dokumente

skep nie, maar kennis kan wêreldwyd tot almal se toegang beskikbaar gestel word asof jy al die boeke van 'n biblioteek in jou kantoor of huis het, en dit teen 'n fraksie van die koste. Met die nuutste tegnologie in die omgewing van mobiele telefone het mens nie eers meer 'n rekenaar nodig om op Internet te kommunikeer nie. Mens kan dus met net 'n selfoon in die hand via Internet met ander kommunikeer. Mens kan letterlik elke oomblik van die dag met ander deel en ander se kommentaar daarop terug ontvang binne 'n paar sekondes. Dokumente kan oor die hele aardbol rondgeskuif word binne sekondes. En dit word hoofsaaklik moontlik gemaak met 'n verskynsel wat ons “die Internet” noem. “The Internet is at once a world-wide broadcasting capability, a mechanism for information dissemination, and a medium for collaboration and interaction between individuals and their computers without regard for geographic location” (Leiner et al 2010:<http://www.isoc.org/Internet/history/brief.html>, besoek 9 November 2010). Vandag bied die Internet 'n globale informasie netwerk wat nie net belangrik is vir die ekonomie, industrie en akademie nie, maar wat ook individue in hulle persoonlike lewens en huise daaglik radikaal beïnvloed. Ryan dui aan dat die koms van die Internet 'n geweldige verandering ten opsigte van die individu se plek in hierdie wêreld meegebring het. “It is also the story about the coming power of the networked individual as the new vital unit of effective participation and creativity.” (Ryan 2010: Kindle ed loc 48). Die koms van die Internet het dit moontlik gemaak vir die individu om dwarsoor die wêreld op elke terrein 'n betekenisvolle rol te speel. Dit bemagtig die mens om sy opinie te lug, op alle vlakke mee te ding, gemeenskappe te beïnvloed, selfs die staat uit te daag en 'n beslissende rol te speel in die verkiesing van 'n land se president (soos in die VSA rondom Obama gebeur het). “the Internet is a centrifugal force, user-driven and open.” (Ryan 2010: Kindle ed loc 63). Die mens en daarby ook die kerk sal deeglik daarvan moet kennis neem en die krag daarvan verdiskonteer tot eie voordeel – of ons nou wil of nie.

Die vraag is: waar en hoe het dit alles begin en wat het dit alles te make met die kerk en die missionale verantwoordelikheid van die kerk?

6.1.Oorsprong en bedoeling van die Internet

Volgens Ryan (Ryan 2007: Kindle ed, loc 68) was die Koue oorlog tussen die VSA en die Soviet Unie (Rusland) van die vyftiger jare in die vorige eeu en die gepaardgaande militêre eise wat dit na vore gebring het, die grootste enkele oorsakende faktor vir die tot stand kom van die Internet. Dit het algaande duidelik geword dat die moondheid wat op die mees effektiewe manier kommunikasie tussen militêre dissiplines kan bewerkstellig die beste toegerus sal wees om die druk van die ander moondheid te kan afweer. Vir dié doel het die VSA 'n groep mense, RAND genoem, aangesê om hieroor navorsing te doen.

Volgens hulle “improving the communications network across the United States was the key to averting war.” (Ryan 2010: Kindle ed, loc 127).

Leonard Kleinrock het die eerste geskrif oor die “packet switching theory” in Julie 1961 opgestel en in 1964 die eerste boek daaroor die lig laat sien. Die volgende groot stap was om rekenaars met mekaar te laat “praat”. Die eerste aangetekende voorkoms van rekenaarinteraksie tussen mense via ’n netwerk sonder grense is notas wat deur J.C.R. Licklider van MIT in Augustus 1962 aan mense gestuur is waarin hy sy “Galactic Network”-konsep bespreek het. Hy het die visie met ander gedeeltes van ’n netwerk van rekenaars wat aan mekaar verbind kan word sodat mense van enige plek af met die rekenaar data en programme kan aflaai. Die idee het nie oral byval gevind nie en soms was die navorsing ’n moeilike saak.

In 1965 het Thomas Merrill en Roberts saamgewerk om ’n rekenaar met die naam TX-2 in Massachusetts (USA) via ’n lae spoed skakel telefoonlyn aan die Q-32 in Kalifornië te verbind en so die eerste (hoewel klein) rekenaar netwerk ooit te bou. Die resultaat hiervan was die ontdekking dat dit fisies moontlik is om sulke soort netwerke te kan oprig en vir kommunikasie te benut. Daarmee is die behoefte aan die rondskuif van data ook bevestig.

Die volgende groot ontwikkeling wat die Internet ’n groot sprong vooruit gegee het, is die daarstel van die “ARPANET”-konsep in 1967. Daarmee saam het verskeie ander geskrifte oor die verskuiwing van data pakkette te voorskyn gekom sonder dat die ontwerpers van mekaar geweet het. Hieruit het die ontwikkeling vinnig uitgebrei sodat teen 1969 vier rekenaars aan mekaar kon koppel aan die oorspronklike ARPANET.

In 1968 het hierdie ontwikkeling ’n groot stukrag gekry toe ’n maatskappy van Cambridge, Massachusetts met die naam van “Bolt, Beranek and Newman (BBN)” (van der Merwe, van Dyk & Prinsloo 2008:3) die reg verkry het om ’n projek te loods wat die eerste “IMP” (Interface Message Processors) daar gestel het. Teen die einde van 1969 is hoofsaaklik rekenaars en kleiner rekenaars op verskillende universiteitskampusse in die VSA via ’n netwerk aan mekaar gekoppel en so is die konsep wat ons vandag as die Internet ken gebore. So is daar mettertyd deur die studente allerlei protokols en programme ontwikkel wat die ARPANET-konsep ’n sukses sou maak.

In 1971 is nog 19 addisionele webwerwe bygevoeg vir ’n totaal van 23. In 1972 het die ARPANET gegroei tot 32 webwerwe en in 1973 is die eerste internasionale toevoegings gemaak toe Engeland en Noorweë tot die netwerk toegetree het. “Growth was exponential. By 1989 there were more than 100 000 hosts connected to the network that was increasingly called “the Internet” (van der Merwe et al 2008:4).

As gevolg van die geweldige uitbreidings in die tagtiger jare het die kommersiële wêreld in die Internet begin belangstel omdat daar beseft is dat netwerkskakeling ’n belangrike rol

in die vooruitgang van die ekonomie kan speel. Omdat hardeware en programme wat deur verskillende verskaffers ontwerp is van mekaar verskil het, het dit die kommunikasie oor die netwerk bemoeilik en algaande is tot die besef gekom dat sekere protokolle gestandaardiseer sal moet word om kommunikasie te vergemaklik. Dit het daartoe gelei dat 'n volledige pakket van protokols (die "TCP/IP" genoem) ontwerp is. Dit het dus nie meer saak gemaak watter soort rekenaar of program jy gebruik om met die Internet te konnekteer nie, solank as wat jou rekenaar die "TCP/IP" ondersteun het.

In 1990 het Tim Berners-Lee toestemming gekry om 'n program te ontwerp wat hy "WorldWideWeb" genoem het. Dit sou die basis vorm vir die skakeling van dokumente met mekaar dwarsoor die Internet. Dit was uiteindelik die voorloper van die "World Wide Web" (www) wat vandag so algemeen bekend is vir skakeling van webbladsye oor die Internet (van der Merwe et al 2008:5). Ryan gee die volgende kort omskrywing oor die essensie van die Internet :

"The Internet is a loose arrangement of connected but autonomous networks of devices. Each device, a 'host' in networking jargon, uses a 'protocol' to communicate with other devices on the network. These protocols tie together diverse networks and govern communication between all computers on the Internet. Not only are the protocols elemental to the Internet and how it works, but the unique collaboration between their designers was the formative event of Internet culture." (Ryan 2010: Kindle ed, loc 505).

Mettertyd het die manier hoe hierdie kommunikasie sou plaasvind geweldig ontwikkel. Aanvanklik was vaste telefoonlynne daarvoor gebruik. Later sou radio seine benut word en nog later het die digitale sein te voorskyn gekom.⁴

Wat hier van belang is, is die feit dat die koms van die Internet kommunikasie wesenlik verander het. Almal kan letterlik met almal kommunikeer oor die hele wêreld sonder dat die kommunikasie deur een sentrale punt beheer word. Enige mens kan sy opinie met ander deel en kan deur ander se opinies beïnvloed word. Wanneer die werkgroep van die Anglikaanse Kerk in Engeland genoem "Mission-shaped Church" hulle navorsing te boek stel, kom hulle tot die gevolgtrekking dat die Westerse wêreld aan die begin van die derde millennium ten beste beskryf kan word as 'n netwerk gemeenskap waar die vloei van inligting prioriteit nommer een inneem. Daardeur word die gemeenskap gevorm. Die belang van die Internet lê in die feit dat dit geen sentrale beheerpunt het nie. Almal word met almal verbind. Elke gebruiker kies sy/haar eie roete met net die soekgereedskap as

⁴ Vir 'n volledige uiteensetting van hierdie ontwikkeling kan Ryan, J se boek "A history of the Internet and the digital future" gelees word.

spilpunt waarom alles draai. So word netwerke van verhoudings geskep rondom gemeenskaplike gesprekstemas.

Alhoewel die aanvanklike bedoeling van die Internet (volgens Ryan) dus was om die militêre kommunikasie in die VSA te vergemaklik, het die uiteindelijke ontwikkeling daarvan meegebring dat ons vandag 'n kommunikasie netwerk tussen mense het wat oud en jonk dwarsoor die wêreld raak. Natuurlik het dit 'n positiewe en 'n negatiewe effek op mense. Die kerk moet egter hierdie gegewe kommunikasiemiddel(s) positief benut om gelowiges so te begelei dat hulle al beter elke dag die koninkryk van God missionaal in hulle doen en late kan gestalte gee en God verheerlik. Volgens Friesen (Friesen 2010: Kindle ed, loc 29) maak Erich Jantsch die volgende opmerking wat hier ter sprake is: "In life, the issue is not control, but dynamic connectedness." Dit stel die vereiste dat die kerk in geheel asook elke gemeente in die kleiner konteks nie anders kan nie as om die geleentheid wat die Internet bied optimaal te benut in die uitlewing van die kerk se missionale roeping. In die res van hierdie studie sal in detail hierop gefokus word.

6.2.Sosiale kommunikasie netwerke/media

Wikipedia wys daarop dat sosiale media beide webblad gebaseerde en mobiele tegnologie gebruik om kommunikasie in interaktiewe dialoog te omskep. "Andreas Kaplan and Michael Haenlein define social media as "A group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of user-generated content." (Wikipedia: http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media#cite_note-0, besoek op 6 Maart 2012) Met ander woorde, sosiale media is media vir sosiale interaksie wat sosiale kommunikasie op 'n ander dimensie stel. "This term social media encompasses many forms, each of which furthers some kind of interactive communication. It is a form of horizontal communication, where content is created and commented on by amateurs, by the crowds of users rather than the few professionals." (Challies, 2011: Kindle ed, loc 117-19). Omdat dit moontlik gemaak word deur alomteenwoordige toeganklike kommunikasietegnologie, het die manier waarop organisasies, gemeenskappe en individue kommunikeer, substansieel verander. Brown stel dit soos volg: "Social media encompasses a broad range of activities, platforms, and technologies all with a common theme: the ability to rapidly publish to the Web and to communicate with an audience." (Brown 2011: Kindle ed, loc 16) Hierdie gereedskap en gehore neem verskillende vorme aan wat wissel van kort boodskappe van nie meer as 140 karakters nie (Twitter), video en oudio opnames, Internet forums, Facebook groepe en bladsye en tegnologie wat dit moontlik maak om foto's op die lug te vertoon. Deur 'n boodskap te skep of te reageer op iemand anders se boodskap of om kommentaar te lewer, is almal maniere om van massamedia gebruik te maak. Eric Harr skryf soos volg

oor sosiale media: “Social media is the #1 online activity with 1.5 billion users and the fastest-growing form of communication in history. In three years, social media has drawn together one in six humans on the planet. If it were a country, Facebook would be the third largest.” (<http://socialme-diatoday.com/eric-harr-resonate-social-media/458294/> never-been-better-time-be-alive, besoek op 6 Maart 2012)

Alhoewel hierdie studie nie die benutting van al die verskillende voorkomste van kommunikasie netwerke vir die bediening in die kerk volledig navors nie, moet daar kortliks kennis geneem word van hierdie sosiale netwerk kommunikasiesisteme. Dit is veral so omdat dit nie los staan van die Internet nie. In baie gevalle is dit kommunikasie sisteme wat beide die Internet en die mobiele selfoon as medium van kommunikasie gebruik. “This new digital world is a world built on socializing, on communication, and we are finding that social mores are quickly changing so that we declare people we’ve never met our friends, and many of us develop our deepest relationships through social networks and games.” (Challies, 2011:Kindle ed, loc 1088-90).

Juis hierdie feit beteken dat mense oral waar hulle hulle ook mag bevind, bereik en dus beïnvloed kan word. Die kerk moet dus nie net hiervan kennis neem nie, maar dit benut tot voordeel van die bediening aan die lidmate. Met verloop van tyd het daar letterlik tientalle sulke sosiale media sisteme die lig gesien. Dit is nie moontlik om almal hier te noem nie, maar ter wille van voorbeeld, word die volgende indeling wat deur Linda Fulkerson (<http://onbloggingwell.com/23-types-of-social-media-sites/>, besoek op 6 Maart 2012) gemaak word, hier weergegee.

1. Werfjoernaal — Wikipedia omskryf “blogs” soos volg:

“A blog (a portmanteau of the term web log) is a personal journal published on the World Wide Web consisting of discrete entries (“posts”) typically displayed in reverse chronological order so the most recent post appears first. Blogs are usually the work of a single individual, occasionally of a small group, and often are themed on a single subject.” (<http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>, besoek op 6 Maart 2012).

Dit is 'n tipe sosiale media. Die mees populêre “free blogging platforms” is WordPress.com, TypePad, en Blogger.

2. Social Networking Sites — Fokus daarop om verhoudings tussen mense met dieselfde belangstellings tot stand te laat kom. Voorbeelde hiervan is Facebook, MySpace en Friendster.

3. Social News — Nooi mense om kommentaar op nuusberigte te lewer. Voorbeelde is Digg en PopURLs.

4. Social Measuring — Is bedoel om die inhoud van artikels te meet. Voorbeelde is Technorati en BlogPulse.
5. Microblogging – Verskil van gewone “blogs” daarin dat die inhoud beperk word tot kort boodskappe. 'n Voorbeeld is Twitter.
6. Social Bookmarking — Bied gebruikers die geleentheid om sekere webblaaie te merk, te organiseer en met ander te deel. Voorbeelde is Del.ici.ous en Diigo (formerly Furl).
7. Social Q&A – Gebruikers kan vrae vra en antwoorde stel. Voorbeelde is Answers.com en Yahoo! Answers.
8. Video Sharing — Om video's op Internet te laai en op ander kommentaar te lewer. Voorbeelde is YouTube en Vimeo.
9. Photo Sharing — Om foto's op Internet te laai en op ander kommentaar te lewer: voorbeelde is Flickr en PhotoBucket.
10. Social Search — Sommige soekenjins maak resultate aan 'n sosiale media gemeenskap bekend waar gebruikers interaktief deur epos kan reageer. Voorbeelde is Google en Yahoo!
11. Professional Networks — Hierdie is 'n soort virtuele “Rolodex” wat professionele mense geleentheid bied om mekaar aan te beveel en inligting oor die industrie met mekaar te deel. Voorbeelde is LinkedIn en Plaxo.
12. Niche Communities — “Niche networking has grown beyond the message boards of old into full-fledged communities. There is no “leader of the pack” in this category, but here is a list of social media niche sites maintained by Traffikd.”
13. Podcasting Communities — Podcasting gemeenskappe is sosiale netwerke wat podcasters, adverteerders en luisteraars met mekaar verbind. 'n Voorbeeld hiervan is Blubrry.com.
14. Blog Networks – Dit is gewoonlik of 'n groot versameling van “blogs” met 'n verskeidenheid van temas of 'n kleiner meer gefokusde groep versamelings. Soms moet 'n gebruiker registreer om toestemming te kry om die inhoud te lees wat aan gebruikers 'n sekere vlak van prestige verleen. Voorbeelde hiervan Gawker, b5Media en 9Rules.
15. Blogging Communities — Is minder eksklusief as die vorige een. Dit bied aan gebruikers geleentheid om met mekaar te deel en interaktief te verkeer deur gereelde “blog posts”. Voorbeelde hiervan is BlogHer en LiveJournal.
16. Presentation-sharing Sites — Bied gebruikers geleentheid om skyfie aanbiedings met ander te deel. 'n Voorbeeld hiervan is SlideShare.

17. Content-driven Communities — Staan ook bekend as “Wikis.” Gebruikers kry hier geleentheid om 'n bydrae te lewer tot gepubliseerde artikels. Die mees bekende is Wikipedia.
18. Product-based Communities — Dit is webwerwe waar allerlei produkte aanlyn gekoop en ook verkoop kan word. Die bekendstes is Ebay en Amazon.com.
19. Review & Recommendation Sites — Deesdae kan Internet gebruikers 'n oorsig van feitlik enige iets aanlyn bekom. Twitter vra “What are you doing?”, en Shelfari (en ander boekresensie gemeenskappe) vra “What are you reading?” Webtuistes met reis aanbevelings is besonder gewild. Voorbeelde is TripAdvisor, Lonely Planet en Where I've Been.

6.3. Etiek van Internet- en sosiale media kommunikasie

Een van die waarhede wat met die koms van die Internet gekom het om te bly, is dat mense dwarsoor die hele wêreld met mekaar verbind word. Sweet skryf hieroor en sê: “Connection is one of the absolutes of life. We don't choose it; it is hard-wired within us. Just as neurons that are unable to connect with other neurons will die, so abandoned souls will atrophy and die. Our well-being depends on our ability to connect with other humans.” (Sweet 2012:1) Hy verdeel mense in twee groepe: die Gutenbergers en die Googlers. Eersgenoemde groep is mense wat geneig is om vas te haak by die verlede. In die geskiedenis was die uitvinding van die boekdrukkuns deur Gutenberg in die vyftiende eeu net so 'n revolusionêre verskynsel soos wat die koms van die Internet in ons dag is. Die Googlers (so genoem na aanleiding van die soekenjin Google) is weer die mense wat gewillig is om eietyd te dink en aan te pas. (vgl Sweet 2012:4). Challies sluit hierby aan deur te sê dat mens deur die Internet dit regkry om dwarsoor die wêreld nuwe vriendskappe te sluit wat 'n kosbare invloed op jou lewe het. “This new digital world is a world built on socializing, on communication, and we are finding that social mores are quickly changing so that we declare people we've never met our friends, and many of us develop our deepest relationships through social networks and games.” (Challies, 2011:Kindle ed, loc 1088-90)

Juis omdat hierdie onderlinge afhanklikheid van mekaar waar is, is die mens ook blootgestel aan positiewe en negatiewe beïnvloeding deur die sosiale media. Dat dit baie nodig is om oor die etiek van die Internet te praat, is geleë in die feit dat die Internet ook deel vorm van hierdie gebroke werklikheid waarin ons leef en dat sondige mense dit misbruik om die bose mee te dien. Miskien vra Feinberg die regte vraag in sy boek oor die etiek as hy sê:

“What makes good acts good and evil acts evil? If Nazi soldiers ask if I am hiding Jews in my attic, is it immoral to lie in order to safeguard those I am protecting?”

How do I know my moral rules are correct? How would I prove that Christian ethics are binding on non-Christians?" (Feinberg, JS & PD 2010:21)

Die laaste deel van sy opmerking is vir ons doel veral belangrik. Etiek word altyd vanuit 'n bepaalde kultuur, konteks en godsdienstige agtergrond benader. Vir ons mag dit miskien ononderhandelbaar lyk dat etiek vanuit 'n Christelike konteks bekyk moet word. Maar, watter gesag het ons om te beweer dat die beginsels wat geformuleer word vir ander mense buite die Christelike etiek geldig is?

Die grootste bedreiging kom van gemorspos wat deur middel van epos boodskappe na rekenaars gestuur word. 'n Organisasie soos M86 Security Labs (http://www.m86security.com/labs/spam_statistics.asp, besoek op 8 Maart 2012) vermeld in sy jongste verslag dat 72,1% van inkomende eposse van firmas onder hulle beskerming deur gemorspos infekteer was. Die gevaar van gemorspos is dat dit kwaadwillige virusse op rekenaars aflaai wat op verskillende maniere jou data infiltreer en vernietig.⁵ 'n Firma soos Spamhaus bied interessante statistieke oor die oorsprong van hierdie gemorspos. Die VSA staan bo-aan die lys gevolg deur Sjina en Rusland. Vir volledige inligting kan <http://www.spamhaus.org/statistics/countries.lasso> besoek word. Daarom is dit so belangrik dat geen rekenaar sonder 'n effektiewe antivirus program gebruik moet word nie.

Behalwe die gevaar van virus besmetting is daar ook talle ander misbruike wat via Internet 'n negatiewe invloed op mense uitoefen. Dink maar net aan die promovering van pornografie wat vrylik beskikbaar is, geweld, negatiewe taalgebruik en so sal die lysie nog langer gemaak kan word.

Miljoene mense word letterlik daaglik daardeur beïnvloed. Kwaadwillige boodskappe beloop daaglik 14,5 biljoen. Sommige maatskappye beweer dat kwaadwillige boodskappe selfs soveel as 73% van alle epos daaglik uitmaak. (vgl <http://www.spamlaws.com/spam-stats.html>, besoek op 8 Maart 2012).

Die bedreigings wat ervaar word, hou natuurlik verband daarmee dat dit steeds mense is wat die verskillende sosiale media gebruik. Die media hou nie 'n bedreiging as sodanig in nie, maar die feit dat dit mense in 'n gebroke werklikheid is wat kommunikeer word die media deur die mense benut om mekaar mee te bedreig. Twee ervarings die afgelope tyd (Januarie tot Maart 2012) het my opnuut weer die erns van hierdie saak laat besef. Een van die NGK se kerklike gespreksforums op die Internet moes onlangs gesluit word vanweë die feit dat kwaadwillige mense dit misbruik het om die kerk by te kom en dan dikwels met taalgebruik en onaanvaarbare uitdrukkings wat kwetsend en

⁵ Vir die volledige verslag kan gegaan word na <http://www.m86security.com/labs/>.

onaanvaarbaar vir die algemene publiek is. Die ander ervaring hou verband met die feit dat 'n persoon wat homself as toegewyde gelowige as segsman vir ontevrede lidmate aangestel het, die sosiale media misbruik het om 'n persoonlike vendetta op 'n baie liefdelose wyse teen die leiers van die NGK te loods. Dit het my opnuut laat beseef dat wanneer oor die gebruik van sosiale media gepraat word, sal 'n baie duidelike standpunt ten opsigte van die etiek daarvan uitgespel moet word. Mense wat sosiale media benut, sal baie duidelik bewus gemaak moet word oor die etiese beginsels vir die gebruik daarvan.

In hierdie verband het die Christen 'n spesiale verantwoordelikheid. “As a Christian, you have the unique challenge of simultaneously living in two worlds. You live in this natural world, where you have responsibilities to your community and nation. You are also a citizen of the kingdom of God and are accountable to the Lord Almighty (see Philippians 3:20-21).” (Stanley 2011:8) Daarom moet ons mekaar help om 'n stel norme daar te stel waaraan ons gehoorsaam moet wees sodat sosiale media tot opbou van mense benut kan word en God se koninkryk daardeur uitgebou word.

Behalwe antivirusprogramme moet 'n poging aangewend word om 'n etiek vir Internetgebruik te formuleer wat as basis vir die kerk se kommunikasienetwerk kan dien. Dit beteken nie dat 'n lysie van moets en moenies opgestel word nie, maar dat daar veral na 'n aantal duidelike beginsels gekyk moet word. Verskillende persone het al 'n poging aangewend om 'n lys van beginsels daar te stel. So bv werk Allan Turner met 'n stel van vyf beginsels:

- Doen dit geweld aan enige duidelike onderrig in die Woord van God?
- Doen dit skade aan die mens (fisies, psigies, of spiritueel), wat die tempel van die Gees is?
- Het dit enige nadelige effek op die swakker gelowige of die nie-gelowige?
- Onteer dit die uitgesproke wil van enige iemand wat 'n Godgegewe reg het om oor my te heers?
- Verheerlik dit God? Met ander woorde, kan ek God se seën vra met 'n skoon gewete? (vgl <http://allanturner.com/ethic.html>, besoek op 8 Maart 2012)

Wanneer die Christian Medical Fellowship in Engeland soek na etiese beginsels vir die mediese profesie word van die standpunt uitgegaan: “We should resist the temptation to construct a pharisaical list of do's and don'ts but rather look for biblical ethical principles to guide our decision making.” (<http://www.cmf.org.uk/publications/content.asp?context=article&id=1330>, besoek op 8 Maart 2012) Daarmee word bedoel dat die samevatting van die Wet naamlik om God bo alles lief te hê en jou naaste soos jouself (Matt 22:37-40) eerbiedig moet word. Christelike moraliteit gaan ook verder as

blote wettiese gehoorsaamheid. Dit beteken om die tweede myl saam te stap (Matt 5:21-22, 27-28). Dit behels die beginsels van liefde soos gevind word in 1 Kor 13:4-8).

Geisler laat die klem val op die onderskeid tussen twee benaderings van die etiek naamlik “Deontological Ethic” en “Teleological Ethic”. Die verskil tussen die twee word dan soos volg opgesom:

“Deontological Ethic

Rule determines the result.
Rule is the basis of the act.
Rule is good regardless of result.
Result is always calculated within the rules.

Teleological Ethic

Result determines the rule.
Result is the basis of the act.
Rule is good because of result.
Result is sometimes used to break rules.” (Geisler 2010: Kindle ed, loc 164)

Wat is eties korrekte gedrag? Feinberg formuleer dit mooi deur te sê: “To act ethically or morally means to act in accord with accepted rules of conduct that cover moral (as opposed to non-moral) matters. To have ethics or a morality is to hold a set of beliefs about what is good and evil, commanded and forbidden.” (Feinberg, FS & PT 2010: Kindle ed, 21)

Volgens Geisler se vergelyking tussen Deontologiese etiek en Teleologiese etiek kan mens konkludeer dat Feinberg etiese beginsels soek binne die sfeer van eersgenoemde soort etiek. Christelike etiek word dus sterk gebind aan sekere gegewe beginsels wat as opdragte bindend vir die gewete van die mens is.

Omdat dit hier gaan om Christelike etiek, word die Woord van God as basis van hierdie gesprek gebruik. Dit op sigself is nie so 'n maklike saak nie. Die oomblik wat van die Woord van God gepraat word, kom Skrifgebruik ter sprake. Daaroor is daar uiteenlopende meningsverskil onder gelowiges. Hier word egter uitgegaan van die veronderstelling dat Skrifgebruik in ons tyd baie duidelik rekening moet hou met die feit dat die Bybel 'n baie ou geskrif is wat primêr tot stand gekom het in 'n tyd waarvan die konteks radikaal verskil het van die konteks van ons tyd. Claassen en Loubser merk die volgende op:

Die konteks van 'n teks is kardinaal vir die verstaan daarvan. Dit is veral belangrik in die geval van die lees van 'n Bybelteks. Trouens waar die Bybel ook al misbruik is en allerhande eierdansa rondom die betekenis van 'n teks uitgevoer is, is nie moeite gemaak met die konteks nie. Indien die konteks buite rekening gelaat word, kan die Bybel gebruik word om letterlik enige iets te sê. As daar gepraat word oor die verstaan van tekste moet dit altyd as ‘teks-binne-konteks’ verstaan word. Leë kontekslose teologiese omskrywings doen die betekenis van 'n teks geen eer aan nie. Elke teks moet in sy eie, anderse en unieke

leefkonteks verstaan word. Bybelgedeeltes moet gelees word teen die agtergrond van die historiese, kulturele en sosiopolitieke konteks waarbinne dit ontstaan het. Om die Bybel binne konteks te lees, moet met die volgende rekening gehou word:

- * Dit is belangrik dat die leser 'n basiese historiese raamwerk in gedagte sal hou.
- * Die tydlyn waarbinne tekste ontstaan het, is belangrik.
- * Die ontstaan van die Bybel vanaf 'n mondelinge tradisie tot 'n geskrewe dokument moet in ag geneem word.
- * Nie net die konteks van die teks nie maar ook dié van die leser is ter sprake.
- * Die verhouding tussen Ou en Nuwe Testament moet ter sprake kom.
- * Die skopus van verskillende vertalings moet waardeur word.
- * Skrifgesag en die inspirasie daarvan is belangrik.” (vgl Claassens & Loubser 2010:6)

Feinberg erken dat die Skrif die bron van alle etiese norme moet wees en vra dan tog of dit hoegenaamd moontlik is dat die Bybel wat in 'n ander tyd en plek geskryf is as dié waarin ons vandag leef, gebruik kan word as basis van die etiek. Hy voeg nog 'n volgende vraag hierby en dit is of die Ou Testament hoegenaamd iets te sê het vir die Christen van ons tyd wat in die Nuwe Testamentiese tyd na die koms van Jesus Christus leer. (vgl Feinberg JS en PD 2010: Kindle ed, 40). Verder tref die Feinberg broers 'n belangrike onderskeid tussen Bybelse etiek en die gebruik van die Bybel in etiek. Om hierdie probleem te help oplos, bied hulle die volgende stel riglyne vir die benutting van die Bybel in etiese sake aan:

First, one must distinguish between general principles or commands and specific applications of those commands... The key point here is that general principles normally apply to many situations, including those of our own day.

A second interpretive principle is that one must interpret the OT or NT command in light of its own social, political, and religious context.

Third, one must discover, if possible, the reason for the command. Is the rationale theological or purely cultural?

Fourth, one should decide how modern society relates to OT law altogether?
(Feinberg, JS en PD 2010: Kindle ed, 42)

Wanneer in gedagte gehou word dat dit hier veral gaan om die beginsel dat die kerk 'n missionale doel in die wêreld het, is bogenoemde etiese uitgangspunte soveel meer van belang. Daar moet deurentyd in ag geneem word dat een van die primêre mikpunte wat met die ontwerp van die gemeente se webblad bereik moet word, is om juis die mense wat die webblad gaan lees wat nog-nie-gelowiges is, daardeur geprikkel moet

word om verder belang te stel. Die webblad is dus nie primêr gerig op die lidmate van die gemeente nie, maar juis op die nog-nie-gelowiges wat doelbewus maar ook en veral toevallig die webblad besoek. Juis sulke mense moet kan agterkom dat die eer van God en die welwese van alle mense in die webblad gerespekteer word.

Met dit alles as agtergrond word hier 'n poging aangewend om net kortliks die paar belangrikste etiese riglyne vir die gebruik van sosiale media aan te dui. Uit die aard van die saak gaan dit dus nie hier om spesifieke etiese vraagstukke nie, maar oor beginsels wat geld vir die algemene gebruik van sosiale media as kommunikasie sisteme. Wanneer egter in die kommunikasie oor etiese sake geredeneer word, sal die norme wat hierbo genoem word, in elke spesifieke geval toegepas moet word.

6.3.1. Die skeppingsmatigheid van die mens

In die skeppingsgedig van Gen 1 (vgl opmerkings van vroeër op bl 15 ev) word vertel dat die mens aan die einde van die skeppingsgebeure op 'n baie unieke manier deur God geskep word. Dit is asof God met homself in gesprek tree en sê: “Kom Ons maak die mens as ons verteenwoordiger, ons beeld, sodat hy kan heers oor die vis in die see, die voëls in die lug, die mak diere, die wilde diere en al die diere wat op die aarde kruip.”

Geen ander deel van die skepping word op so 'n wyse direk aan God verbind soos die mens nie. Slegs die mens word God se “beeld” genoem. Die 1953 Afrikaanse Bybelvertaling vertaal hierdie uitdrukking met “na ons gelykenis”. Die 1890 Darby Bible, American Standard Version, die King James Version asook die English Standard Version vertaal op dieselfde wyse met “after our likeness”. Die Lewende Bybel vertaal met “mense wat soos Ons lyk” en die The Message vertaal met “in our image, make them reflecting our nature”. The Good News Translation vertaal met “they will be like us and resemble us”.

Die Hebreeuse woord wat hier gebruik word is die woord *šelem*. The Complete Word Study Dictionary: Old Testament verduidelik:

A masculine noun meaning an image, a likeness, a statue, a model, a drawing, a shadow. The word means image or likeness; its most celebrated theological and anthropological use was to depict human beings as made in God's own image (Gen 1:26, 27; 5:3). People continue to be in His image even after the fall, although the image is marred (Gen 9:6), and still serves as the basis of the prohibition not to kill human beings. (Baker 2003, c2002: electr ed, ref 6754).

Die begrip word ook metafories gebruik om aan te toon dat die mens soos 'n skaduwee asof in 'n droom leef (Ps 39:6 & 7). Op dieselfde wyse word van die ongelowige mens gepraat as mense wat soos 'n droom voor God verdwyn as Hy ingryp

(Ps 73:20). Die woord word ook gebruik om konkreet te verwys na mensgemaakte gode van die vreemde nasies (2 Kon 11:18; Amos 5:26. Ook Eseg 7:20; 16:17). Dit is veelseggend dat die woord ook in Gen 5:3 gebruik word wanneer Adam 'n seun in die wêreld bring. Dan word gesê: “Toe Adam 130 was, het hy die vader geword van 'n seun, sy beeld, een soos hyself.” Dit wil dus voorkom dat die woord bedoel dat daar 'n baie noue ooreenkoms is tussen die werklikheid en beeld wat gevorm of gemaak word. Die een verteenwoordig in baie realistiese terme die ander.

So word oor die skepping van die mens gepraat. Wat verder hier opvallend is, is die feit dat dit van die mens gesê word nog voor die sondeval. Dat die mens dus beeld (verteenwoordiger) van God is hou nie verband met die feit dat die mens in God glo of nie. Dit vorm deel van die skeppingsmatige aard van die mens. Laasgenoemde opmerking hang natuurlik af van die vertolking van Gen 1. As dit geskryf was as reaksie op die skeppingsverhale van die heidennasies om daarmee 'n geloofstandpunt in te neem oor wie God is, sou mens kon redeneer dat dit die woorde van gelowige verbondsmense is en dat dit in eerste instansie van verbondsmense gesê word. Hier word egter geredeneer dat daar nie genoeg grond is om so 'n standpunt te handhaaf nie. Al is dit die verklaring van die verbondsvolk van God, is dit nogtans uit die formulering van Gen 1:26 duidelik dat die bedoeling is dat dit van alle mense waar is. Of die mens dus glo of nie, hy/sy leef as verteenwoordiger van God op aarde om namens God orde te handhaaf, kultuur te ontwikkel en God se skepping ten goede te dien.

Wat vra dit van die mens? Wanneer Johannes aan die gemeente 'n pastorale brief skryf, maak hy heelwat van die wese van God. Hy sê in 1 Joh 1:5: “God is lig en daar is geen duisternis in hom nie.” Later in 1 Joh 4:8 & 16 skryf hy: “God is liefde.” Dat God lig en liefde is, speel 'n belangrike rol dwarsdeur die Bybel om God se teenwoordigheid by sy volk te verseker. Wanneer God in die woestyn vir Moses roep om sy volk uit Egipte te gaan uitlei, verskyn Hy aan hom in die vorm van 'n brandende bos (lig) in die woestyn. Later as die volk besig is om deur die woestyn te trek na die beloofde land kry Aäron die opdrag om olielampe in die tent van samekoms te laat brand dwarsdeur die nag sodat die lig wat skyn die volk gedurig daaraan kan herinner dat God in hulle midde teenwoordig is (Lev .24:2 & 3). Dat God lig is, sou dus simbolies deur die lamp in die tent van samekoms God verteenwoordig.

Wanneer hierdie uitspraak oor God in gedagte gehou word, verstaan mens skielik beter wat Jesus bedoel het toe Hy die skare in die bergpredikasie geleer het en gesê het: “Julle is die lig vir die wêreld. Laat julle lig so voor die mense skyn, dat hulle julle goeie werke kan sien en julle Vader wat in die hemel is, verheerlik.” (Matt 5:13 & 16). Die manier hoe die mens God dus op aarde moet verteenwoordig is deur jou goeie

dade, dade van gehoorsaamheid aan Hom. Goeie dade se doel is dus nooit om die mens te verheerlik nie, maar om God God te laat wees. Deur die mens se goeie dade kry God geleentheid om in hierdie wêreld soos 'n lig te skyn. Wanneer Johannes hieroor met die gemeente praat, sê hy verder in 1 Joh 4:12 “Niemand het God nog ooit gesien nie, maar as ons mekaar liefhet, bly God in ons en het sy liefde in ons sy doel volkome bereik.” Dit is asof Johannes vir die gemeente sê hulle moet God aan die wêreld sigbaar maak deur mekaar lief te hê en in liefde saam te leef. Wat 'n geweldige gedagte dat ons as mense God op aarde sigbaar moet laat word.

Al is dit so dat die mens God op aarde verteenwoordig omdat dit deel van die mens se skeppingsmatigheid is, is dit ook waar dat die gelowige mens daarby op 'n baie spesiale manier God hier op aarde na die sondeval verteenwoordig. Paulus skryf hieroor aan die gemeente in Korinte en sê van die gemeente in 1 Kor 3:16 “Weet julle nie dat julle die tempel van God is en dat die Gees van God in julle woon nie? As iemand die tempel van God beskadig, sal God hom straf, want die tempel van God is heilig, en die tempel is julle.” Na die herskeppende werk van God in mense se lewens vorm hulle saam die plek waar God deur sy Heilige Gees kom woning maak het. Om hierdie saak verder te beklemtoon, sê Paulus dieselfde ding van elke gelowige mens in 1 Kor 6:19 “Of besef julle nie dat julle liggaam 'n tempel van die Heilige Gees is nie? Julle het die Heilige Gees, wat in julle woon, van God ontvang, en julle behoort nie aan julleself nie: julle is gekoop, en die prys is betaal. Julle moet God dus in julle liggaam verheerlik.” Nie net die gemeente as geheel nie, maar ook elke gelowige mens is op 'n baie spesiale manier die draer van die Heilige Gees. Waar die gelowige dus ook elke dag beweeg, praat, werk, ontspan of net teenwoordig is, is hy/sy verteenwoordiger van God as God se nuutgemaakte “tempel”.

Die eerste belangrike beginsel waarvan ons dus hier kennis moet neem, is die feit dat die mens in sy skeppingsmatigheid en die gelowige as herskepte eiendom van God die verantwoordelikheid het om namens God op aarde op te tree. Wat die mens dus ook al doen, mag nooit om die mens as sodanig gaan nie, maar altyd om die eer van God. Hierdie waarheid geld ook die gebruik van die Internet en ander kommunikasie middele.

6.3.2. God se liefdesgebod

Terwyl Israel deur die woestyn trek en op pad is na die beloofde land gee God aan hulle 'n stel reëls waarvolgens Hy verwag hulle sal lewe ten einde as sy verbondsvolk uit te staan tussen die ander volkere rondom hulle. Hierdie stel reëls staan allerweë bekend as die Tien Gebooe of die Wet van God. Dit is op twee plekke in die Ou Testament volledig opgeteken naamlik in Eks 20 en Deut 5. Met eerste oogopslag lyk

dit dus dat dit by God gaan om die nakom van 'n klompie reëls en regulasies as mens tot sy eer wil leef. Die fariseërs en skrifgeleerdes het ook later so geredeneer en om seker te maak dat hulle ten volle die wil van die Here doen, het hulle die tien gebooi wat God gegee het nog verder gaan uitrafel en nog 346 reëls gaan formuleer. So het hulle dan die volk onderrig met die uitgangspunt dat dit in die mens se verhouding met God gaan om die nakom van reëls sodat God tevrede gestel kan word.

In verband hiermee gebeur daar dan in Matt 23 'n baie interessante ding. Jesus erken dat die skrifgeleerdes en die fariseërs die gesag het om die wet van Moses te vertolk (vers 2) en moedig selfs die skare aan om alles te doen wat die godsdienstige leiers vir hulle sê (vers 3). Daarmee hoor ons dat Jesus nie iets teen die nakom van al hierdie reëls as sodanig het nie. En tog lees mens verder in Matt 23 dat Jesus nie minder nie as sewe keer (verse 13, 15, 16, 23, 25, 27 en 29) 'n oordeel oor die leiers uitspreek met die woorde “Ellende wag vir julle, skrifgeleerdes en Fariseërs...”. Verder laat Hy hulle in geen onduidelike taal nie verstaan presies hoe ontevrede Hy oor hulle is. Hy voeg hulle woorde toe soos “huigelaars” (verse 13, 15, 23, 25, 27 en 29), “Blinde dwase” (vers 17), “Julle blindes” (vers 19), “Blinde leiers” (vers 24), “Blinde Fariseërs” (vers 26), “witgeverfde grafte” (vers 27) en die ergste van alles noem Hy hulle “slange” en “addergeslag” (vers 33). Hoekom doen Jesus dit?

Die probleem wat die leiers van die kerk in Jesus se tyd gehad het word mooi saamgevat in die woorde van Matt 23:23-25 “Julle gee tiendes van kruisement, anys en koljander, maar wat volgens die wet van God die swaarste weeg, laat julle na: geregtigheid, barmhartigheid en betroubaarheid. Juis hierdie dinge moet 'n mens doen en die ander nie nalaat nie. Blinde leiers! Julle skep die muggie uit julle beker uit, maar julle sluk die kameel in. Julle maak die buitekant van die beker en die skottel skoon, maar binne is hulle vol hebsug en onmatigheid.” Daarmee het Jesus kom beklemtoon dat dit in ons verhouding met God nie gaan om 'n blote uiterlike nakom van allerlei wette en reëls nie, maar in die eerste instansie om 'n innerlike gesindheid wat in die uiterlike manier van lewe sigbaar moet word. Hierdie innerlike gesindheid word in die Bybel saamgevat in een woord: liefde. Die gerigtheid van hierdie liefde lê op twee vlakke naamlik 'n vertikale vlak: “Luister, Israel, die Here is ons God, Hy is die enigste Here. Daarom moet jy die Here jou God liefhê met hart en siel, met al jou krag.” (Deut 6:4 en 5. Vgl ook Matt 22:37; Mark 12:30) en 'n horisontale vlak: “...jy moet jou naaste liefhê soos jouself.” (Lev 19:18. Vgl ook Matt 22:39; Mark 12:31).

Wat Jesus dus kom doen, is om vir ons daarop te wys dat gesonde etiek waardeur God verheerlik word nie gebou is op die blote nakom van 'n klomp uiterlike regulasies nie, maar veral bestaan uit gedrag wat gemotiveer word vanuit die binneste van die

mens deur 'n gesindheid wat opregte liefde genoem word. Opregte liefde het ten doel om God en ander mense se eer na te jaag. Die probleem van die skrifgeleerdes en Fariseërs wat deur Jesus in Matt 23 aangespreek word, was juis geleë in 'n lewenswyse wat uitsluitlik gerig was op eie gewin, dikwels ten koste van ander. Opregte liefde bring juis mee dat die eie-ek van die mens verdwyn en dat jou optrede nooit ten koste van ander geskied nie.

Om ons verder te help verstaan waarom hierdie liefdesgebod werklik prakties gaan, is daar verskillende skrywers in die Nuwe Testament veral wat dit vir ons uitspel. Paulus skryf herhaaldelik daaroor. Dink maar aan gedeeltes soos 1 Kor 13 wat as 'n loflied oor die liefde beskou kan word. Hy kom uiteindelik tot die konklusie dat niks die moeite werd is as dit nie deur liefde gemotiveer word nie (1 Kor 13:1-3) want sê hy: “Die liefde is geduldig, die liefde is vriendelik; dit is nie afgunstig nie, is nie grootpraterig nie, is nie verwaand nie. Dit handel nie onwelvoeglik nie, soek nie sy eie belang nie, is nie liggeraak nie, hou nie boek van die kwaad nie. Dit verbly hom nie oor onreg nie, maar verheug hom oor die waarheid. Dit bedek alles, glo alles, hoop alles, verdra alles.” (verse 4-7). Die liefde sal ook nooit vergaan nie (vers 8) want uiteindelik is die grootste van alles, die liefde (vers 13).

Wanneer Paulus aan die gemeente in Kolosse skryf dan vermaan hy hulle om bo alles mekaar lief te hê (Kol 3:14) want “Dit is die band wat julle tot volmaakte eenheid saambind.” Wat dit prakties beteken, spel hy onder andere uit deur te sê: “Nou moet julle al hierdie dinge laat staan: woede, haat, nyd en gevloek. Vuil taal moet daar nie uit julle mond kom nie. En moenie vir mekaar lieg nie.” (Kol 3:8 en 9) Dit is die negatiewe. Aan die positiewe kant van die saak roep hy hulle op: “Wees geduldig met mekaar en vergewe mekaar as die een iets teen die ander het. Soos die Here julle vergewe het, moet julle mekaar ook vergewe. Bo dit alles moet julle mekaar liefhê. Dit is die band wat julle tot volmaakte eenheid saambind. En die vrede wat Christus gee, moet in julle lewens die deurslag gee. God het julle immers geroep om as lede van een liggaam in vrede met mekaar te lewe. Wees altyd dankbaar. Die boodskap van Christus moet in sy volle rykdom in julle bly. Leer en onderrig mekaar met alle wysheid. Met dankbaarheid in julle harte moet julle psalms, lofgesange en ander geestelike liederere tot eer van God sing. En wat julle ook al sê of doen, sê en doen dit alles in die Naam van die Here Jesus en dank God die Vader deur Hom.” (Kol 3:13-17)

Om hierdie gesprek mee af te sluit, kan verwys word na Feinberg se praktiese vrae wat mens help om eties korrek op te tree. Hy noem die volgende:

If one answers any of the questions negatively, he should not engage in the activity at issue. Each person must ask and answer for himself alone before the Lord.

The first question is, am I fully persuaded that it is right?

Second, can I do it as unto the Lord?

Third, can I do it without being a stumbling block to my brother or sister in Christ?

Fourth, does it bring peace?

Fifth, does it edify my brother?

Sixth, is it profitable?

Seventh, does it enslave me?

A final test is, does it bring glory to God? (Feinberg ,JS & PD 2010:54-55)

Behalwe vir die Bybelse moraliteit wat mens as gelowige moet handhaaf ook wanneer jy deur middel van sosiale media kommunikeer, is daar ook nog die gewone regsimplikasies wat in werking kan tree as mens onnadenkend ander se menseregte skend met die manier waarop jy die sosiale media gebruik. Sarah Britten maak mense hierop attent in 'n artikel wat op 27 Mei 2012 in die tydskrif bylaag van Rapport “My Tyd” verskyn het. Sy maak hierdie belangrike opmerking: “Dink voor jy twiet”. (Rapport bylaag My Tyd 27 Mei 2012:28). Sy herinner mense aan 'n paar voorvalle waar mens deur middel van Twitter dinge kwytgeraak het sonder om te dink. So byvoorbeeld is die onlangse voorval van 'n wit model, Jessica Leandra Dos Santos wat 'n twiet met die k-woord gebruik het, waarna 'n swart model Tshidi Thamana gereageer het met die wens dat “alle wit mense dood is”. Jessica is intussen haar FHM-titel as model van die jaar vir 2011 en borgskappe kwyt. Al het albei modelle om verskoning gevra, is hulle waarskynlik hulle loopbane kwyt.

6.4.Sosiale media en die kerklike bediening

Die bedoeling van hierdie paragraaf is om die belang van sosiale media vir kerklike bediening aan te dui en riglyne te verskaf oor hoe dit prakties kan funksioneer.

Uit die lys wat hierbo gegee is oor sosiale media kan mens agterkom dat sosiale media hoofsaaklik bedoel is om spesifieke inligting vir spesifieke groepe beskikbaar te stel met die oog daarop om interaksie uit te lok of om sekere produkte te bemark. So byvoorbeeld is die gebruik van Twitter en Facebook oor die algemeen meer populêr onder die gewone publiek terwyl 'n medium soos LinkedIn bedoel is vir persone wat op 'n meer professionele basis met mekaar wil kommunikeer.

In die bylaag Jip van Beeld se uitgawe van 26 Maart 2012 rapporteer Riëtte Grobler soos volg oor sosiale media nadat sy met 'n klompie jongmense en ander daarvoor gesprek gevoer het:

Dit kan gebruik word as 'n manier om regerings omver te werp en om boodskappe oor sosiale ongeregtigheid soos 'n veldbrand te laat versprei.

Deur ons sosiale-netwerk-platform te gebruik, kan ons sien waarom ons vriende omgee, vrae stel en mekaar help om dit te beantwoord én kan ons mense met soortgelyke standpunte van regoor die wêreld ontmoet.

Dr Sharlene Swartz van die Raad vir Geesteswetenskaplike Navorsing stem saam dat dié netwerke gesprekke aan die gang sit tussen mense wat andersins dalk nooit iets met mekaar te doen sou hê nie.

'Die onmiddellikheid waarmee mense tot optrede opgeroep kan word, is baie handig. 'n Mens kan sosiale bewegings begin en mense vinnig tot optrede laat oorgaan' sê Swartz. (Beeld, Jip bl 3)

Watter medium ook al gebruik word, die feit van die saak is dat dit maniere is om met ander mense kontak te maak en inligting deur te gee wat weer daartoe kan lei dat mense beïnvloed word. Die kerk moet hierdie kommunikasie middele omarm en positief benut om mense met die Evangelie te bereik en vanuit 'n Bybelse etiek so te beïnvloed dat God se grootheid en heerskappy aan mense gekommunikeer word. 'n Baie groot persentasie van gemeentedele het daagliks toegang tot die Internet via rekenaars (in beroepsverband en/of tuis) en/of selfone. Selfs skoolkinders word al meer verplig om inligting op die Internet te soek vir gebruik in tuisopdragte van huiswerk. As na die dalende syfers van erediensbesoekers gekyk word, is die vermoede groot dat die grootste aantal van hierdie Internet gebruikers waarskynlik selde en selfs nooit in die erediens kom nie en nog minder geleenthede soos Bybelskole, kategetiese skole, omgee-/selgroepe en ander kerklike byeenkomste bywoon waar hulle geestelik versorg kan word. Daarby moet steeds onthou word dat baie van hierdie sosiale media toeganklik is deur mense se mobiele aparate soos die selfoon, elektroniese leie (ipad) en "i-phones" omdat die ontwikkeling van selfone in ons tyd sodanig is dat mense selfs volle Internet toegang op hulle fone het. Dit beteken dat mense bereik kan word selfs al is hulle nie by hulle rekenaars tuis of elders nie. Daarom het dit gebiedend noodsaaklik geword dat die Internet met al die kommunikasie moontlikhede wat dit bied, benut word om mense met die Evangelie te bereik en ook geestelik op te bou en toe te rus om as gelowiges so te leef dat hulle God se koninkryk op aarde vergestalt.

Hoe kan hierdie media in die bediening aangewend word? Die volgende word genoem sonder om daarmee te kenne te gee dat dit die enigste is.

6.4.1. Diensgroep vir kommunikasie

Om enige bediening in 'n gemeente te laat slaag, is dit noodsaaklik dat 'n groep mense daarvoor die leiding neem.

An effective and sustained Internet ministry requires teamwork for two main reasons. First, growing and maintaining the website takes a lot of time—people must gather, create, organize, edit, and post the content. And, people must research technical details and implement solutions. Second, Internet ministry requires many different skills and gifts, and God does not stuff all these gifts into one person. God created us to be interdependent. (Stevenson 2011: Kindle ed, loc 302-5)

Verskillende gemeentes se kerkrade gebruik verskillende terme om die organiserende spanne in die gemeente te benoem. Soms word dit “kommissies” genoem of “aksiespanne” of “diensleiers” of “bedieningsgroepe” of iets anders. Wat dit genoem word is nie so belangrik nie solank as daarmee bedoel word die groep mense in die gemeente wat vir 'n spesifieke diensterrein verantwoordelikheid neem om die strategie en struktuur van die bediening uit te werk en te bemark sodat gemeentede daarby betrokke kan raak om hulle gawes in diens van God se koninkryk te benut. Die bedoeling van so 'n groep mag nooit wees om die bediening alleen te hanteer en uit die hande van gemeentede te neem nie. Die gedagte van Paulus in Ef 4:12 waar hy oor die leiers in die gemeente sê “Sy doel daarmee was om die gelowiges toe te rus vir hulle diens en vir die opbou van die liggaam van Christus”, moet steeds gehandhaaf word.

Hier word gekies om te praat van 'n diensgroep om daarmee die klem op dienslewering te plaas. Omdat kommunikasie so 'n kritiese onontbeerlike rol speel in die funksionering van 'n gemeente behoort daar in elke gemeente 'n diensgroep vir kommunikasie in die lewe groep te word. Uit die aard van die saak omvat kommunikasie veel meer as net elektroniese kommunikasie maar hier word nie op alle aspekte van kommunikasie ingegaan nie. 'n Groot deel van hierdie kommunikasie behoort te fokus op die elektroniese middele van kommunikasie. Hiervoor moet sosiale media aangewend word veral met die oog op die uitbreiding van die koninkryk van God hetsy deur inligting bekend te maak of om gelowiges toe te rus en op te bou vir hulle dienswerk of met die doel om 'n interaktiewe kommunikasie kanaal daar te stel sodat enige persoon (nie net gemeentede nie) iewers 'n adres het om vrae te vra en/of reaksie te toon. Met die kommunikasie middele tot beskikking en veral met die koms van die Internet het dit nodig geword dat in elke gemeente so 'n diensgroep tot stand gebring word. Kommunikasie is lank nie meer 'n saak wat net op die kantlyn as 'n toevalligheid hanteer kan word nie. Mark Stevenson (2011) skryf soos volg oor sy jare lange ervaring:

With the Internet, you can: improve your church's communication quickly, easily, and inexpensively; empower lay volunteers for active participation; minister to people at any time and in any place; connect people in caring community; allow your sermons, devotions, and Bible studies to continue to minister for years to come; and expand your ministry to reach people around the world.

By die samestelling van die diensgroep vir kommunikasie moet daar dus voorsiening gemaak word vir persone wat bekwaam is om die verskillende media aan te wend. Die diensgroep in die gemeente waarvan Stevenson lidmaat is naamlik die Ginghamburg Church in Ohio, VSA, word soos volg saamgestel:

- 'n Leier wat hoofsaaklik die groep moet motiveer, visionerend moet dink en die koers moet aandui. Hy/sy hoef nie noodwendig rekenaar bekwaam te wees nie, maar moet begrip en waardering hê vir die waarde van die bediening.
- 'n Bestuurder wat die hele projek moet bestuur.
- 'n Inhoudsbestuurder wat verantwoordelik is vir die samestelling van die inhoud en die verkryging daarvan.
- 'n Modereerder wat enige terugvoering en reaksies van mense op die inhoud wat uitgestuur word, moet kontroleer. So 'n persoon moet seker maak dat antwoorde op vrae voorsien word en dat versoeke na die regte persone deurgegee word.
- 'n Skrywer en redakteur wat die teks van die inhoud moet opstel en redigeer.
- 'n Ontwerper of grafiese kunstenaar het die taak om die voorkoms van webblad te ontwerp.
- 'n Media ontwerper wat klank en video inhoud moet opstel en beskikbaar stel.
- 'n Data prosesseerder wat die taak het om die inhoud in te sleutel.
- 'n Web ontwikkelaar wat meer gevorderde webontwerpe hanteer.
- 'n Programmeerder met die verantwoordelikheid vir die dinamiese ontwerp en programmering van die medium wat gebruik word.
- 'n Webmeester wat die oorhoofse rekenaardienste hanteer. (vgl Stevenson 2011: Kindle ed, loc 302-312)

As in ag geneem word dat die gemeente wat ter sprake is 'n baie groot gemeente is, kan verstaan word waarom bogenoemde diensgroep so groot is. Of dit egter werklik nodig is om al hierdie verskillende poste in die diensgroep afsonderlik te vul, bly te betwyfel. Wat ons wel uit hierdie samestelling aflei, is dat seker gemaak moet word dat die hele kommunikasie bediening nie net deur een of twee persone hanteer word nie, maar dat al die verskillende aspekte van so 'n bediening deur bekwame persone hanteer word. Een persoon kan sekerlik meer as een funksie behartig. Daar moet egter

deurgaans seker gemaak word dat die bediening deur 'n span entoesiastiese mense wat 'n passie vir hierdie soort bediening het, hanteer word. Niemand in die groep moet soveel verantwoordelikheid dra dat die saak daar onder ly nie.

6.4.2.Watter media?

As mens daaglik net om jou waarneem watter sosiale media deur mense benut word, blyk dit dat die volgende hoofsaaklik ter sprake is wanneer binne die gemeentelike bediening na effektiewe kommunikasie media gesoek word: Facebook, Twitter, Podcasts, werfjoernale, linkedin en webbladsye. Die eerste vyf sosiale media staan nie teenoor of in kompetisie met die gemeente se webblad nie, maar kan in samehang daarmee benut word om die kommunikasie in die gemeente soveel meer aktueel en effektief te maak.

Daarom sal daar voorts kortliks op hierdie media gekonsentreer word en veral aandag gegee word aan die benutting van die gemeente se webblad as bedieningsmiddel.

6.4.2.1.Twitter

Twitter is 'n besonder vinnig groeiende sosiale netwerk wat tans meer as 140 miljoen gebruikers het (vgl <http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>: besoek op 9 Mei 2012). Daar word verwag dat dit nog gaan ontplof tot baie meer. Dit is in Maart 2006 deur Jack Dorsey ontwerp en in Julie van daardie jaar vrygestel. Daar word bereken dat dit tans meer as 340 miljoen “tweets” daaglik hanteer en meer as 1.6 biljoen soek navrae. Twitter Inc. is in San Francisco gebaseer met addisionele dienskantore in New York City. Die Twitter webblad is een van die top tien mees besoekte webblaaie op die Internet.

Omdat Twitter ontwerp en bestuur word in 'n konteks waar Engelse terminologie aan die orde van die dag is en omdat dit baie moeilik vertaalbaar is, word die tegniese werking van die medium in die woorde van Jason Katzenbag weergegee.

Twitter's core technology is a device agnostic message routing system with rudimentary social networking features. They accept messages from SMS, web, mobile web, instant message, or from third party API projects. Twitter's engineering team works with an open-source web application framework called Ruby on Rails. The web site and user interface were designed using Omnigraffle and Photoshop. They like to make frequent changes to the interface, and Rails provides them with a skeleton code frameworks so they don't have to re-do the whole site every time they add or change something like a sign in form or a picture

upload feature. I realize that 90% of you do not care about this but now you know. Twitter has a very simple interface for interacting with other users – simply type your message in to a text box, and click to send it out. It then goes into Twitter’s database, is sent out to all that area following you, will appear on your own homepage, your profile and on any cross-platform third party application you might be using (I will get into much more details on this later). (<http://www.johncow.com/what-is-twitter-and-how-does-it-work/>, besoek op 9 Mei 2012)

Boodskappe word beperk tot 140 karakters met geen spesiale kodes nie. Daar kan egter in die boodskap na ander skakels verwys word. Die aanvanklike bedoeling was om 'n kommunikasie netwerk te skep vir familie, vriende en medewerkers deur net op een kern vraag met kort boodskappe (bekend as “tweets”) te antwoord naamlik: “Wat doen jy?” Dit het egter baie goue 'n manier van kommunikasie tussen alle mense geword. 'n Mark navorsings firma met die naam van Pear Analytics in San Antonio (VSA) het 2 000 “tweets” oor 'n periode van twee weke in Augustus 2009 tussen 11:00 en 17:00 ondersoek en die inhoud daarvan in ses kategorieë ingedeel naamlik: “Pointless babble – 40%, Conversational – 38%, Pass-along value – 9%, Self-promotion – 6%, Spam – 4%, News – 4%” (<http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>, besoek op 9 Mei 2012)

Hierop het Danah Boyd wat 'n sosiale netwerk navorser is, gereageer en gesê dat dit wat deur Pear Analytics “Pointless babble” genoem word eerder gekarakteriseer kan word as “social grooming” en/of “peripheral awareness”. Sy verduidelik dat persone “want[ing] to know what the people around them are thinking and doing and feeling, even when co-presence isn’t viable” (<http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>)

Dit is 'n netwerk wat op rekenars en selfone benut kan word. Dit is 'n baie eenvoudige manier van kommunikasie. 'n Boodskap wat nie langer as 140 karakters is nie word in die rekenaar of selfoon se tekskassie getik en deur op die “stuur” ikoon te klik, kan dit uitgestuur word na almal wat op die publieke tydlyn is of jy kan dit net stuur na die mense wat jou volg. Dit sal op jou tuisblad, profiel en enige ander derde party platform aan wie jy verbind is, verskyn. Dit gebeur baie vinnig en word dadelik op die netwerk vrygestel. Die groot geheim van hierdie manier van kommunikeer lê by volgelingskap: wie jou volg en wie jy volg en dit geskied kosteloos. Daar moet dus moeite gedoen word om te sorg dat jy soveel as moontlik mense kry wat jou volg. Uiteindelik vind daar 'n soort ketting reaksie plaas: iemand lees die opmerkings en boodskappe wat jy skryf en reageer daarop. Dit word weer deur ander mense gelees wat daardie persoon volg. So kring die aantal mense wat van die inhoud van jou opmerkings bewus raak al verder uit sodat jy verbaas is wie almal daardeur bereik word.

Alhoewel die oorspronklike bedoeling met Twitter was om familie, vriende en medewerkers met mekaar te verbind, word dit vandag deur baie mense, besighede en organisasies benut om met mekaar in verbinding te kom en inligting oor nuusgebeure, nood, produkte en hulp met mekaar te deel en so by mekaar betrokke te raak dat die wêreld ten goede bedien word.

Uit hierdie kort uiteensetting van Twitter is dit baie duidelik dat die kerk hierdie kommunikasie medium baie beslis as missionale bedieningsinstrument kan benut. Hierdie stelling dra des te meer gewig as in ag geneem word wat Jeremiah Owyang, 'n analis van industrieë wat sosiale media bestudeer, waarneem dat Twitter nie net deur jongmense gebruik word nie, maar veral ook deur ouer volwassenes (tussen 40 en 55 jaar). "Adults are just catching up to what teens have been doing for years," (<http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>, besoek op 16 Mei 2012). Verder is die lys van beïnvloeding wat deur benutting van Twitter al gedoen is 'n verdere aanduiding dat ons hier te make het met 'n kragtige instrument wat nie langer deur die kerk in sy bediening geïgnoreer kan word nie. Twitter word vir 'n wye verskeidenheid van doelwitte deur baie industrieë en organisasies benut. Dit is al gebruik om protes te organiseer, soms "Twitter revolusies" genoem. Hieronder val byvoorbeeld die revolusie in Egipte in 2011, die protes in Tunisië n 2009-2010, die protes met die verkiesing in Iran en die burgerlike onrus in Moldovië in 2009.

'n Meer positiewe manier om Twitter te benut is in noodgevalle. So is dit in San Francisco gebruik met die aardbewings wat daar plaasgevind het. Nog 'n positiewe gebruik van Twitter is om radio- en TV programme interaktief kommunikeerbaar te maak. Daar is deesdae talle programme waarin luisteraars en kykers gevra word om in te skakel, onder andere dan ook via Twitter. In hierdie verband is daar al in kerke eredienste (veral vir die jeug) aangebied waarin hulle tydens die verloop van die erediens via Twitter kon reageer op die erediensgebeure.

As bogenoemde in ag geneem word, is dit duidelik dat Twitter 'n kommunikasie netwerk is wat in die kerk as geheel en ook in sinodes, ringe en gemeentes effektief aangewend kan word om nie net oor en weer te kommunikeer nie, maar ook missionaal benut kan word om mense te beïnvloed. Byna elke bediening in die kerk kan baat by die gebruik van Twitter. Dit is vinniger as e-pos, makliker as telefoonoproepe en meer gebruikersvriendelik as die stuur van sms-tekste. Dit kan mense vinnig op hoogte hou van byeenkomste, afsprake en enige ander inligting.

Hieroor sê Sweet kortweg: "I mean Twitter can make you a better Jesus-follower." (Sweet 2012:62)

Boodskappe kan op verskillende maniere gestuur word. Dit kan privaat net aan mense wat jy self kies gestuur word. Dit kan ook aan 'n spesifieke groep mense gestuur word. Indien jy graag 'n wye onbeperkte groep mense wil bereik, kan dit gestuur word sodat enige iemand wat Twitter gebruik die boodskap kan lees. Teen die agtergrond hiervan noem Coppedge die volgende moontlike gebruike van Twitter in die gemeente:

- Herinner mense aan gebeure, vergaderings, byeenkomste op die gemeente se program.
- Dit bied aan gemeentelede en die leiers van verskillende groepe en bedieninge in die gemeente die geleentheid om op 'n vinnige manier nood onder ander se aandag te bring en veral ook versoeke tot voorbidding te vra.
- Die leraar(s) van 'n gemeente kan op 'n persoonlike manier kontak maak met gemeentelede en op gereelde basis iets van hulleself met mense deel. So kan mense die leraar(s) beter leer ken en deur hulle bemoedig word. “By sharing parts of your life, pastors can help people to better to relate to them as a person, not just as a pastor. Your real-life sermon illustrations are played out daily. With Twitter, you don’t have to wait for a weekend message to sneak in that illustration. Simply post a Tweet and, in the process, give people a view into your life and your world. (Coppedge, AD 2009:23)
- Lidmate kry geleentheid om interaktief deel te neem aan die bespreking van aktuele sake deur oor en weer opinies te gee en antwoorde te kry.
- Elke bedienings- of aksiegroep in die gemeente kan die betrokke bediening onder lidmate se aandag bring of lidmate herinner aan aksies. “Don’t let “oh, I forgot about that after church” become a legitimate excuse. Invite people to follow your ministry on Twitter – for free! – to put their talents to use in serving other members of the body and your community” (Coppedge, AD 2009:14)
- Die kort boodskappe van Twitter kan benut word om die gemeente se webbladsy te bemark.
- Die leraar(s) kan ook deur middel van Twitter die prediking van die Sondag opvolg deur die kern van die boodskap aan lidmate deur te stuur op die Maandag. Skakels na ander webbladsye of klank- en video materiaal kan met Twitter deurgegee word.
- Ouers kan deur Twitter gehelp word met die opvoeding van hulle kinders.

“One youth pastor (@keithmorrison) I know is using their junior high Twitter account to communicate with the parents and engage in dialogue without sending yet another church email. This kind of communication allows parents to see what

their child's leader is thinking, how they're working with the kids and even what other parents are saying." (Coppedge, AD 2009:20)

- Twitter is 'n maklike manier om die personeel van die gemeente voortdurend met mekaar in kontak te laat bly.
- Dit is 'n manier om fondsinsamelingsprojekte onder die gemeenskap se aandag te bring. Wanneer Twitter hiervoor benut word, moet altyd in gedagte gehou word dat die gemeenskap nie noodwendig sal belangstel om fondse te voorsien vir projekte wat binne die gemeente se eie belang aangewend word nie. Die oomblik egter wat die gemeente projekte buite die grense van die gemeente aanpak en dan veral projekte wat 'n bydrae lewer tot die opheffing van die nood en/of opheffing van die gemeenskap, sal baie organisasies en besighede belangstel om finansiële ondersteuning te verleen as hulle maar net daarvan bewus gemaak kan word. Hiervoor is Twitter 'n baie handige hulpmiddel.

Uit bogenoemde opmerkings is dit duidelik dat 'n sosiale medum soos Twitter beslis in 'n gemeente met groot nut aangewend kan word.

Social media such as Twitter can be retooled as a discipleship tool. It can be a transformative vehicle to faith, a powerful spiritual discipline, and a relational connector to God, fellow Christians, and the world. Whatever tools we use in service to Christ (whether words, images, music, audiovisuals, social media), they can be used for our own satisfaction or used to the glory of the Savior. (Sweet 2012:87)

Om Twitter effektief in die gemeente te benut, moet die volgende werkswyse gevolg word:

- Deeglike beplanning oor die benutting van Twitter is die eerste stap. Met hierdie beplanning word veral bedoel dat die doel van Twitter bespreek word. In dié verband moet onthou word dat Twitter benut kan word om gesprek (conversation) te bewerk, of dit kan gebruik word om mense se aandag te vestig op iets (megaphone).
- Die plan van aksie moet met die leiers van die gemeente gedeel word.
- Die gemeente moet daarvoor ingelig word en gemotiveer word om met entoesiasme saam te werk. Uit gesprekke wat ek self met verskeie gemeentelede oor Twitter gevoer het, blyk dit dat in ons eie konteks daar by baie mense 'n redelik negatiewe persepsie oor Twitter bestaan en ook baie onkunde voorkom. 'n Hele paar mense het dadelik op Twitter reageer met die opmerking: "Ek wil nie hê die hele wêreld moet alles van my persoonlike lewe af weet nie." Daarmee word dan gewoonlik bedoel dat as jy deel is van Twitter ander mense outomaties toegang tot jou persoonlike lewe het. Mense verstaan nie altyd dat jy in beheer is van wat jy bekend maak en wat nie.

Daar sal dus 'n hele opvoedingsproses rondom die gebruik van Twitter moet plaasvind om die negatiewe persepsies af te breek. Dit mag ook nodig wees om lidmate aan te moedig om by Twitter te registreer en daar kan selfs oorweeg word om 'n persoon wat kundig is in die hantering van Twitter te kry om die gemeentelede touwys te maak rondom die gebruik van die medium.

- Lidmate wat inkoop in die plan van aksie moet gehelp word om te verstaan hoe om die medium te gebruik. Vir baie mense is dit nie so ooglopend eenvoudig om die kommunikasie met Twitter sommer self te bemeester nie.
- Omdat dit by Twitter hoofsaaklik gaan om wie jy volg en wie jou volg, is dit belangrik om te konsentreer op die opbou van 'n groep volgelinge. Die gedagte dat dit gaan om volgelingskap laat mens onmiddellik dink aan Jesus wat telkens vir mense gevra het om hom te volg. Sweet reageer op hierdie gedagte met die opmerking: “The real question is not, would Jesus tweet? but, what would Jesus tweet? The Twitter question of “What are you doing?” has been replaced in my mind with “What is God doing?” and “Where do I see Jesus?” and “What am I paying attention to?” (Sweet 2012:65)

Op die Internet is daar verskeie persone wat wenke gee oor tegnieke om volgelinge te werf. Don Gilbert (<http://www.mastersofseo.com/author/admin/>, besoek op 30 Mei 2012) noem byvoorbeeld tien stappe wat gevolg kan word. In die tydskrif Social Media van 13 Oktober 2009 gee DS Clark raad (vgl <http://Internet-search-marketing.com/twitter-followers-how-to-create-a-large-following-in-a-matter-of-months.php>, besoek op 30 Mei 2012). Kathryn Vercillo noem twintig maniere om volgelinge te verkry (vgl <http://kathrynvercillo.hubpages.com/hub/20-Ways-to-Get-Followers-on-Twitter>, besoek op 30 Mei 2012). Ann Donnelly noem dertien metodes om volgelinge te verkry (vgl <http://www.searchenginejournal.com/how-to-get-twitter-followers/29960/>, besoek op 30 Mei 2012). Laura Hale skryf saam met sewe en vyftig ander helpers hieroor (vgl <http://www.wikihow.com/Get-More-Followers-on-Twitter>, besoek op 30 Mei 2012).

Hoekom Twitter? 'n Laaste woord hieroor van die kant van Coppedge:

By creating logical, simple ways for your folks to follow the kinds of things that they're interested in you'll start to see the value of Twitter take off exponentially. Eventually, your church can reduce the cost of expensive mailers, minimize (or eliminate) email spam from your ministries and increase attendance & involvement in the life of your church. Finally, as I've mentioned earlier, adding usage and metrics guidelines for Twitter is a good idea. Your communications team/ministry should include proper Twitter practices as part of your communications acceptable usage policy. (Coppedge, AD 2009:60)

Hoekom Twitter en nie net 'n gewone sms-diens nie? Twee groot faktore speel hier 'n rol: koste en effektiwiteit. 'n SMS-diens kan nogal 'n aardige bedrag kos indien dit op groot skaal gebruik word. Huidig kos dit omtrent 28 sent per sms (afhangende van die hoeveelheid wat met een transaksie gekoop word). Twitter is kosteloos. Wat effektiwiteit betref is mens met sms'e beperk tot die selfoonnommers tot beskikking. Met Twitter het mens 'n onbeperkte toegang tot persone wat die boodskap kan ontvang. Verder moet in ag geneem word dat mens met Twitter toegang het tot persone wat rekenaars sowel as selfone het terwyl mens met sms'e beperk is tot persone met selfone.

6.4.2.2. Facebook

Die ontstaan en verloop van Facebook tot hiertoe is niks minder nie as merkwaardig. Die sosiale netwerk is die handewerk van Mark Zuckerberg saam met sy studente kamermaats Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz en Chris Hughes en is die besitting van en word beheer deur "Facebook, Inc." Alhoewel die naam van die netwerk vir 'n kort rukkie Facemash genoem was, (vgl <http://inventors.about.com/od/fstartinventions/a/Facebook.htm>, besoek op 30 Mei 2012) is dit later die naam "Thefacebook" gegee en uiteindelik bekend gestel as "Facebook". Dit is ontleen aan die naam van die boek wat by Harvard universiteit aan eerstejaar studente gegee is by inskrywing met die bedoeling om daarin inligting van ander studente beskikbaar te stel sodat onderlinge verhoudinge gebou kan word. Die aanvanklike bedoeling van Facebook was om die studente van die universiteit van Harvard (Cambridge, Massachusetts, VSA) deur middel van 'n Internet netwerk met mekaar in verbinding te bring met die oog daarop om op humoristiese wyse die foto's van studente met mekaar te vergelyk en dan te besluit wie is "hot" en wie is "not". "Mark Zuckerberg put his computer science skills to good use by hacking into Harvard's security network and where he copied the student ID images used by the dormitories and used them to populate his Facemash website." (vgl <http://inventors.about.com/od/fstartinventions/a/Facebook.htm> besoek op 30 Mei 2012). Die netwerk is egter gou uitgebrei na ander inrigtings in die omgewing van Boston, die Ivy League en Stanford Universiteit. So het dit algaande uitgebrei om ander universiteite in te sluit. In September 2005 is 'n hoërskole-weergawe bekend gestel. Daarna is dit ook vir ander maatskappye soos Apple Inc. en Microsoft beskikbaar gestel en op 26 September 2006 is dit oopgestel vir enige iemand wat ouer as dertien jaar is en oor 'n wettige e-posadres beskik. "However, according to a May 2011 Consumer Reports survey, there are 7.5 million children under 13 with accounts and 5 million under 10, violating the site's terms of service." (<http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>, besoek op 30 Mei 2012). In Januarie 2009 is Faceook aangewys as die sosiale netwerk wat die meeste deur gebruikers oor die hele wêreld maandeliks benut word. Volgens

Wikipedia het Entertainment Weekly onlangs die netwerk deel gemaak van die lys van “best-of” vir die einde van die afgelope dekade met die opmerking: "How on earth did we stalk our exes, remember our co-workers' birthdays, bug our friends, and play a rousing game of Scrabulous before Facebook?" (vgl <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>, besoek op 30 Mei 2012).

Op 24 Oktober 2007 het Microsoft 1,6% van die aandele vir 'n bedrag van \$240 miljoen bekom wat aan Facebook 'n totale waarde van \$15 biljoen gegee het. “In November 2010, based on SecondMarket Inc., an exchange for shares of privately held companies, Facebook's value was \$41 billion (slightly surpassing eBay's) and it became the third largest U.S. Web company after Google and Amazon.” (vgl <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>, besoek op 30 Mei 2012). DoubleClick het in 2011 bekend gemaak dat Facebook in Junie van daardie jaar een triljoen bladbesoekers gehad het wat dit die mees besoekte webwerf in die wêreld gemaak het. Op 17 Mei 2012 is aandele openbaar beskikbaar gestel teen 'n bedrag van \$38 per aandeel wat die maatskappy se waarde op \$104 biljoen geplaas het. Dit is die hoogste waardering van 'n nuwe publieke maatskappy tot datum. Tans is Facebook betrokke by die ontwerp van hardeware en hoop om teen 2013 sy eie slimfoon (smartphone) uit te bring.

Ten spyte van al die hoogtepunte wat bereik is, is dit ongelukkig ook so dat daar deur die loop van Facebook se bestaan ook verskillende negatiewe kritiek gekom het en verskeie regsdinge teen die maatskappy aanhangig gemaak is. Die ernstigste van hierdie sake is die aanklag teen Mark Zuckerberg dat hy sy idee by ander studente afgekyk en gesteel het. Dit word vertel dat Mark deur drie senior studente van Harvard naamlik Cameron Winklevoss, Tyler Winklevoss, and Divya Narendra genader is om te help met die ontwerp van 'n sosiale netwerk vir die studente en alumni wat HarvardConnections.com genoem sou word. In die verloop van hierdie proses het Mark klaarblyklik sy idee gekry om eers sy eie sosiale netwerk te ontwerp en dan voor te gee dat die ontwikkeling van HarvardConnections.com nie lewensvatbaar is nie. (vir detail van aantygings, vgl <http://www.businessinsider.com/how-facebook-was-founded-2010-3>, besoek op 30 Mei 2012). Die sake kon egter tot dusver telkens bevredigend geskik word.

Hoe werk Facebook? Persone wat Facebook wil gebruik, moet daarvoor registreer by www.facebook.com. By registrasie verskaf jy 'n gebruikersnaam wat jyself kies. Indien die gebruikersnaam reeds deur iemand anders benut word, sal dit onmiddellik bekendgemaak word en moet jy 'n ander een kies totdat dit uniek is. Saam met die gebruikersnaam kies jy ook 'n wagwoord. Hierdie gebruikersnaam en wagwoord word

dan gebruik om telkens wanneer jy op Facebook wil ingaan, in te teken. Sodra jy ingeteken is, is daar 'n hele verskeidenheid opsies wat jy kan uitoefen.

- Om ander Facebook gebruikers op te spoor, is betreklik maklik. Op die blad is daar aan die bokant ruimte vir die insleutel van iemand se naam en/of van wat dan op die internet gesoek sal word. Uit die lys persone wat dan aangebied word, kan gekies word watter persone jy graag deel van jou “vriendekring” wil maak. Aan hulle word outomaties 'n versoek gestuur waarin gevra word of hulle jou vriendskap wil aanvaar of nie.
- Die “vriende” wat jy lys kan in verskillende groepe of kategorieë verdeel word.
- Jy kan op “vriende” se persoonlike Facebook blaaie ingaan (indien jy toegelaat word) en gaan kyk wat daar gepubliseer is. Op verskillende maniere kan jy dan op daardie publikasies 'n opmerking maak en net aantoon dat jy hou van wat jy daar sien. Dit is baie interessant dat jy nie kan aandui dat jy nie van iets hou nie behalwe as jy 'n negatiewe opmerking skryf.
- In jou eie Facebook-blad kan jy sekere verstellings insit wat volgens jou keuse aan mense toestemming verleen om op jou Facebook in te gaan. Jy kan net sekere persone toelaat of jy kan alle mense toelaat om jou Facebook te lees.
- Deur middel van jou blad kan jy boodskappe neerskryf, foto's publiseer, skakels na ander webblaaie noem en selfs video materiaal oplaai. Veral die funksie om foto albums aanlyn aan ander te kan toon, is baie populêr. Daar is ook ander netwerke soos Photobucket en Flickr wat mens toelaat om foto's op te laai, maar hulle beperk die gebruiker met die aantal foto's wat benut kan word terwyl Facebook sy gebruikers toelaat om tot 200 foto's in een album te publiseer. “The website is the most popular for uploading photos, with 50 billion uploaded cumulatively.” (<http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>, besoek op 30 Mei 2012).
- Jy kan ook vanuit ander webblaaie artikels of ander inhoud deel (share) met persone deur 'n skakel uit daardie webblad na jou eie Facebook-blad.
- Jy kan ook in jou eie blad aantoon dat jy sekere ander persone se blaaie (pages) volg sodat wanneer iets op daardie persoon se blad verskyn, dit ook na jou blad gestuur word. In hierdie opsig werk dit baie soos die volgfunksie van Twitter.
- Van die nuutste ontwikkelings op Facebook is 'n kalender funksie wat die gebruiker toelaat om sekere gebeure op kalender aan te teken en ander gebruikers die moontlikheid bied om dit op hulle rekenaar kalenders af te laai.
- Sedert April 2011 is dit ook moontlik om lewendige stem oproepe via “Facebook Chat” te kan maak. “This feature, which is provided free through T-Mobile's new Bobsled service, lets the user add voice to the current Facebook Chat as well as

leave voice messages on Facebook.” (<http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>, besoek op 30 Mei 2012).

- Sedert 6 Julie 2011 het Facebook ook 'n video oproep funksie moontlik gemaak. Hiervoor word die bekende Skype tegnologie gebruik.
- Om die gebruik van Facebook nog makliker te maak, is op 6 Maart 2012 'n applikasie genoem “Messenger for Windows” bekend gestel. Dit stel mense met Windows 7 as gebruikers sisteem op hulle rekenaars in staat om sekere Facebook dienste te benut sonder om web soekgereedskap (browser) te gebruik.

Van al hierdie funksies moet deeglik kennis geneem word aangesien Facebook tans beskou word as die mees populêre sosiale netwerk. In Mei 2012 was die lande met die meeste Facebook gebruikers soos volg: die VSA met 157,3 miljoen, Brasilië met 47.0 miljoen, Indië met 46,3 miljoen, Indonesië met 42,2 miljoen en Mexiko met 33,1 miljoen. Dit het dan ook die afgelope paar jaar verskeie pryse wêreldwyd gewen soos onder andere “placement into the “Top 100 Classic Websites” by PC Magazine in 2007, and winning the “People's Voice Award” from the Webby Awards in 2008. In 2010, Facebook won the Crunchie “Best Overall Startup Or Product” for the third year in a row and was recognized as one of the “Hottest Silicon Valley Companies” by Lead411” (<http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>, besoek op 30 Mei 2012).

Die belangrike vraag is egter watter betekenis dit vir die kerklike bediening inhou en dan veral vir missionale kerk-wees? Hier moet steeds ingedagte gehou word dat ons leef in 'n tyd waarin dit vir mense verskriklik belangrik geword het om via 'n netwerk met mekaar verbind te word. Facebook beïnvloed die sosiale lewe en aktiwiteite van mense op verskillende maniere. Omdat dit ook op mense se selfone beskikbaar is, word mense in staat gestel om deurlopend met familie, vriende en ander persone in verbinding te bly ongeag waar hulle ook al in die wêreld mag wees en toegang tot die internet het. Dit verenig mense met gemeenskaplike belange en/of geloofsoortuigings. Dit is bekend daarvoor dat dit al gehelp het om verskeie persone wat van mekaar oor die jare vervreem het, weer met mekaar in verbinding te laat kom. Op Wikipedia word die verhaal van John Watson vertel wat na twintig jaar wat hy na sy vervreemde dogter gesoek het, weer met haar in aanraking kon kom. Nog so 'n vader-dogter hereniging was dié van Tony Macnauton en Frances Simpson wat mekaar na bykans 48 jaar weer via Facebook ontdek het. Niemandt noem twee gevalle wat hierdie behoefte onderstreep:

Two events underlined this ability to form real community and build relations. A colleague with whom our team of pastors have the best of personal relations chose Facebook to announce the fact that she was in a newfound relationship.

The good news was posted on Facebook before she informed us of the love of her life! When a student at the Faculty of Theology was in a serious car accident (he subsequently died) a grieving Facebook community of more than 1400 formed within days. (Niemandt 2012:9)

Hieroor het Sweet 'n baie interessante opmerking verwysende na Heb 12: “Googlers don’t approach the “cloud of witnesses” truth as an interesting idea or novel theory. They apply it to their lives, nearly every waking moment. How? Through social networking. Facebook can be a digital form of the “great cloud of witnesses.” (Sweet 2012:158)

Hy meen dat Facebook ook die naam “Flatbook” sou kon genoem word aangesien dit oor die vermoë beskik om die wêreld waarin ons leef plat te maak. “Facebook can burn to the ground the barriers that keep people apart. The 800 million people (and counting) who use Facebook are not there to recruit members to their silo; they are there to connect with a diverse, international, democratic array of individuals.” (Sweet, 2012:161) omdat dit so is, het dit in die verlede al gehelp met die loods van politieke veldtogte en veral in die loodsing van noodlenigings veldtogte. Sweet beklemtoon die belang van verhoudings tussen mense. Deur middel van die massamedia kan hierdie behoefte aan verhoudings bevredig word al is dit dan net verhoudings via 'n onsigbare netwerk. “Relationships have become the most valuable, most important form of cultural capital in our globalized world... The social-networking generation is sold out to relationships... Relationships drive us, and the best thing in life is to find a relationship with God” (Sweet 2011: Kindle ed, loc 811-814, 3405-6)

Met bogenoemde alles as agtergrond kan gelet word op die manier hoe Facebook funksioneer en in die kerklike bediening benut kan word as missionale bedienings-instrument. Sweet vra ook die vraag: “The opportunity to gain exposure for a message has never been greater, and that should hold an irresistible attraction for Christians, Christian ministries, and the church at large. Micro media is now mass media, but how is it being used for God’s kingdom?” (Sweet 2012:26)

Hy vra die vraag veral in die lig van sy opmerking: “Relationship is foundational to all evangelization, and people find and experience biblical truth in relationship” (Sweet 2011: Kindle ed, loc 746) Alhoewel ons in 'n tyd leef waarin enige mens toegang het tot 'n magdom van inligting en terwyl dit moontlik is om meer as ooit te vore dogmatiese feite en teologiese antwoorde oor belydenis kwessies te bekom deur middel van gepubliseerde werke en veral die internet, is dit tog opvallend dat mense al minder belangstel in ortodoksie en al meer behoefte het aan warmte deur middel van kontak met ander al is dit dan ook net deur 'n sosiale netwerk. Orto-praksie is aan die orde van

die dag. Geloof is nie 'n probleem wat opgelos moet word nie en ook nie 'n vraag wat beantwoord moet word nie, maar 'n misterie wat geleef en met mekaar gedeel moet word. (vgl Sweet 2011: Kindle ed, loc 299) Hiermee kan Facebook geweldig baie help.

Die volgende moontlikhede word kortliks genoem:

- Soos hierbo die geval is met Twitter kan Facebook eweneens benut word om met gemeentelede kontak te maak met die oog op bekendmaking van inligting in verband met byeenkomste, aktiwiteite en vergaderings binne die gemeente. Die voordeel van Facebook is egter dat dit byna onbepaalde ruimte vir die lengte van sulke boodskappe laat en dit ook moontlik maak om foto's en ander grafika in die boodskap te inkorporeer. Dit beteken dat baie meer detail oor die geleentheid gegee kan word. Een voorbeeld van die gebruik van Facebook op hierdie manier is die twee inskrywings op die Facebook blad van die NGK Ventersdorp-Oos. Op 28 Mei 2012 staan die inskrywing: "Roudiens vir Oom Bill Woest Woensdag 30 Mei 11:00 uit Oos gemeente en Theuns Lourens Vrydag 1 Junie om 11:00 uit Oos gemeente. Ds Gerrit." En op 31 Mei 2012 die inskrywing: "SAVF ouetehuis basaar Saterdag vanaf 08:30. Kom ons ondersteun hulle. Ilze en haar span doen regtig baie goeie werk en het ons hulp nodig om die pot aan die kook te hou. As die Here dit op jou hart lê om 'n donasie te maak, inbox ons net asb. Ds Gerrit." (<http://www.facebook.com/ngkerk.ventersdorpoos>, besoek op 30 Mei 2012.)
- As pastorale hulpmiddel kan Facebook gebruik word om mense te bemoedig en vertroos of selfs geluk te wens en te ondersteun met gebeurlikhede in iemand of 'n groep mense se lewens. Sweet meen dat Facebook 'n groot rol te speel het in die ondersteuning en opbou van ouers met die opvoedingstaak van hulle kinders met die gevolg dat "Surprisingly, kids today feel closer to their parents than was true of any generation in the twentieth century. Facebook and other TGIF media do more to build and broaden family ties than quash them." (Sweet 2012:174)
- Een van die groot voordele van Facebook is die feit dat dit veral bedoel is om interaktief met ander mense gesprek te voer, hetsy lidmate of enige iemand anders. Sweet vertel van so 'n benutting: "I have a youth-ministry friend who claims that almost overnight, Facebook has become "the most important tool that I own." He may have a couple dozen kids show up on Sunday evening. But during the week he will have Facebook conversations with two or three times that number of kids." En voeg verder daarby: "In other words, the more we use Facebook, the more we find ourselves in the faces of each other and the more we find God in face-to-face interface." (Sweet 2012:161 & 163) Vroeër is reeds geskryf oor die behoefte by vandag se postmoderne mens om interaktief by 'n netwerk van mense ingeskakel te wees. Die kerk het dus die keuse om deur middel van Facebook hierdie behoefte te bevredig of om toe te sien dat 'n

generasie verloor word vir die toekoms. (vgl Sweet 2012:197). Met interaktief bedoel Sweet dan “someone’s participation has the ability to shape the content of the experience itself”.

- Omdat die stuur van boodskappe met of sonder grafika daarby nie beperk is tot gemeentelede nie, maar letterlik publiek beskikbaar gestel kan word, het Facebook groot waarde om juis missionale kerk-wees te dien. Deur middel van Facebook kan die kerk ‘n groot rol speel om die koninkryk van God in hierdie wêreld gestalte te laat kry. “If Jesus were here today (which he is), he would run to embrace people in these new social spaces. Jesus taught us to be “in” the world, whatever that world is, but not “of” the world, or “out of it” either. Christians are always standing at an angle to their age.” (Sweet 2012:53) Byers en Stockdale gee tien wenke hoe om 'n gemeente se Facebook blad so aan te bied dat dit optimale waarde het as missionale bedienings instrument. (Byers en Stockdale :Kindle ed, loc 8-88)

6.4.2.3. Podcasts

In Wikipedia word Podcasts soos volg verduidelik:

A podcast is a type of digital media consisting of an episodic series of audio files subscribed to and downloaded through web syndication or streamed online to a computer or mobile device. The word is a neologism derived from "broadcast" and "pod" from the success of the iPod, as podcasts are often listened to on portable media players. (<http://en.wikipedia.org/wiki/Podcast>, besoek op 7 Junie 2012)

Die term “Podcast” is vir die eerste keer deur Ben Hammersley gebruik in 'n artikel in die koerant “The Guardian” in Februarie 2004. Dit is 'n elektroniese medium wat oudio lêers deur middel van die internet gratis beskikbaar stel aan gebruikers met rekenaars of selfs selfone van die nuwer generasie wat normaalweg as slimfone (smart phones) bekend staan. Dit is nie tegnologie wat aan iemand spesifiek behoort nie, maar wat beskikbaar is vir enige iemand om oudio lêers op te laai na die internet en ook af te laai vir eie benutting. “It is very much a horizontal media form: producers are consumers and consumers become producers and engage in conversations with each other.” (<http://en.wikipedia.org/wiki/Podcast>, besoek op 7 Junie 2012).

Verskillende individue en groepe soos onder andere Dawn en Drew van “The Dawn and Drew Show”, Kris en Betsy Smith van “Croncast and Dan Klass of The Bitterest Pill” het bygedra tot die bekendstelling en popularisering van die medium. VJ Adam Curry word beskou as die persoon wat na vore gekom het met die idee om oudio teks via die internet op draagbare media spelers beskikbaar te stel. Saam met sagteware ontwikkelaar, Dave Winer, het hy 'n program genoem “iPodder” ontwerp. Dit het hom in staat gestel om direk van die Internet af radioprogramme af te laai na sy iPod-speler. Verskeie ontwikkelaars het

die idee verder ontwikkel (vgl <http://computer.howstuffworks.com/internet/basics/podcasting.htm>, besoek op 7 Junie 2012). So is die “iPodderX” deur August Trometer en Ray Slakinski ontwikkel. Hierdie nuwe tegnologie sou mettertyd die plek inneem van wat vroeër op die radio as gespreksprogramme uitgesaai is. In Junie 2005 het Apple iTunes 4.9 bekend gestel met die oog op die aflaai en luister na Podcast lêers. Later sou ook ander produkte die lig sien met dieselfde doel in gedagte. Hieronder is onder andere GodCast, Podcast Realty, GuidePod, Pod-Casting, MyPod, Podvertiser, Podango, ePodcast, PodCabin, Podcaster, PodcastPeople, PodShop, PodKitchen, Podgram, GodPod en Podcast. Naas oudio lêers het dit later ook moontlik geword om video’s op dieselfde manier via die internet beskikbaar te stel.

An enhanced podcast can display images simultaneously with audio. These can contain chapter markers, hyperlinks, and artwork; all of which is synced to a specific program or device... Enhanced podcasting is considered to be a very practical way to present information. This new technological phenomenon is becoming more prominent in schools, universities and businesses; as it is an efficient way to present school and university lectures, slide shows, video clips, and other presentation materials of the like. (vgl <http://en.wikipedia.org/wiki/Podcast>, besoek op 7 Junie 2012)

Hierdie tegnologie maak dit dus vir enige iemand met 'n rekenaar moontlik om self “a radio disc jockey, talk show host or recording artist” (<http://computer.howstuffworks.com/internet/basics/podcasting.htm>, besoek op 7 Junie 2012) te word. Omdat dit 'n gratis diens is wat vir publieke gebruik beskikbaar gestel word, beteken dit dat ook die kerk en met name gemeentes van hierdie diens gebruik kan maak om op missionale manier die koninkryk van God te dien. In baie gemeentes word eredienste op klankbane vasgelê. Daar is ook talle gemeentes wat elke erediens beeldsend sodat ouers in moederskamers of lidmate wat in aangrensende geboue op die erediens inskakel die prediker kan sien. Hierdie materiaal sou vir baie wyer gehore beskikbaar gestel kan word indien dit via podcasts op die internet opgelaaai kan word. Deur dit te doen kan enige iemand oor die hele aardbol tot hierdie lêers toegang hê. Op so 'n manier kan die Evangelie wyd versprei word. Selfs die Bybelskool en kleingroep materiaal wat in gemeentes gebruik word, sou op hierdie manier tot die lidmate en ander mense buite die grense van die gemeente beskikbaar gestel kan word. Dink net wie almal daardeur bereik kan word en watter impak dit op die uitbreiding van die koninkryk van God kan hê. En dit alles kosteloos.

6.4.2.4. LinkedIn

LinkedIn is 'n sosiale netwerk webblad vir mense met professionele beroepe. Die firma met dieselfde naam is in Desember 2002 gestig deur Reid Hoffman en 'n span wat lede is van PayPal en Socialnet.com (Allen Blue, Eric Ly, Jean-Luc Vaillant, Lee Hower,

Konstantin Guericke, Stephen Beitzel, David Eves, Ian McNish, Yan Pujante, and Chris Saccheri) en vrygestel in Mei 2003. Op 9 Februarie 2012 was daar meer as 150 miljoen geregistreerde gebruikers volgens die firma se eie verslag. (vgl <http://en.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>, besoek op 3 Julie 2012).

Die webblad funksioneer op dieselfde manier as Facebook behalwe dat dit hoofsaaklik deur professionele persone binne die konteks van hulle beleweniswêreld benut word. Daarom sal persone dit ook benut om ander beroepsgeleenthede te soek en hulleself aan te bied vir poste. Aangesien predikante ook as professionele beroepslui erken word, bied hierdie webblad 'n gulde geleentheid vir geestelike insette en beïnvloeding deur positiewe prinsipiële waardes te kommunikeer. Dit is 'n wonderlike geleentheid.

6.4.2.5 Werfjoernale

'n Werfjoernaal is 'n “discussion or information site published on the World Wide Web consisting of discrete entries (“posts”) typically displayed in reverse chronological order so the most recent post appears first.” (<http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>, besoek op 10 Julie 2012). Tot die jaar 2009 was so 'n werfjoernaal gewoonlik die werk van een persoon of dié van 'n klein groepie persone. Gewoonlik was op een tema gefokus. Meer onlangs het “multi-author blogs” (MABs) die lig gesien met inskrywings deur 'n groot groep outeurs wat ook professioneel geredigeer word. “MABs from newspapers, other media outlets, universities, think tanks, interest groups and similar institutions account for an increasing proportion of blog traffic. The rise of Twitter and other “microblogging” systems helps integrate MABs and single-author blogs into societal newstreams. Blog can also be used as a verb, meaning to maintain or add content to a blog.” (<http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>, besoek op 10 Julie 2012)

Die term “weblog” was uitgedink deur Jorn Barger op 17 Desember 1997. Die korter weergawe “blog” is weer deur Peter Merholz gevorm deur grappenderwys die woord weblog te verdeel in twee woorde “we blog” in die kantlyn van sy werfjoernaal Peterme.com in April of Mei 1999. Kort daarna het Evan Williams by Pyra Labs die woord “blog” as beide werkwoord en selfstandige naamwoord gebruik (“to blog,” meaning “to edit one's weblog or to post to one's weblog”) (<http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>, besoek op 10 Julie 2012). So het die term “Blog” algaande meer populêr geword.

'n Tipiese werfjoernaal bestaan gewoonlik uit 'n kombinasie van teks, foto's, skakels na ander werfjoernale en webblaaie, musiek in die vorm van mp3-lêers en selfs video's. Die aanvanklike bedoeling met werfjoernale was om 'n soort dagboek oor jou lewe te hou. Deesdae word dit baie gebruik om standpunte oor sekere sake bekend te maak, bemerking van artikels en projekte te doen en bekendstelling van gebeure. Inskrywings word gewoonlik in chronologiese volgorde van die nuutste tot die oudste geplaas sodat die

jongste inskrywings gewoonlik eerste gelees kan word. Dit is meesal interaktief met die bedoeling dat ander mense op iemand se werfjoernaal opmerkings kan maak en so kommentaar oor die ter sake inligting kan lewer. Dit het moontlik geword omdat die vroeëre vereiste om internet-taal soos HTML te gebruik om teks op die internet te plaas nie meer nodig is nie.

Wurfjoernale kan 'n geweldige invloed hê op die verloop van 'n bepaalde saak. Een so 'n voorbeeld is die gebeure in 2002 rondom Trent Lott, meerderheidsleier in die VSA Senaat. Tydens 'n geselligheid ter ere van Senator Strom Thurmond het Trent Lott die senator geprys deur te suggereer dat die VSA beter daaraan toe sou wees indien Thurmond as president gekies was. Alhoewel hierdie opmerkings in die openbaar gemaak is, het geen media daarvoor verslag gedoen nie. Nadat “bloggers” egter die storie via die internet versprei het, het politieke krisis ontstaan wat uiteindelik daartoe gelei het dat mnr Lott geforseer is om terug te staan as meerderheidsleier. Teen die jaar 2004 het politici hulle toenemend daarop toegelê om werfjoernale te gebruik om menings te vorm. Hierdie manier van doen word deesdae versterk deur die gelyktydige benutting van Twitter wat in der waarheid 'n mini-wurfjoernaal is.

Met verloop van tyd het verskillende soorte werfjoernale die lig gesien. So is daar byvoorbeeld persoonlike werfjoernale (die oorspronklike bedoeling), werfjoernale van organisasies, werfjoernale volgens sekere genres en soorte media. Verskillende soorte soekgereedskap kan gebruik word om na spesifieke werfjoernale op internet te soek. Omdat werfjoernale in die openbaar groot effek op mense, insluitende die skrywer self, kan hê, het Tim O'Reilly met die idee na vore gekom dat 'n etiese kode ontwerp moet word vir skrywers van werfjoernale. “The idea of the code was first reported by BBC News, who quoted O'Reilly saying, "I do think we need some code of conduct around what is acceptable behaviour, I would hope that it doesn't come through any kind of regulation it would come through self-regulation." (<http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>, besoek op 10 Julie 2012). O'Reilly het saam met ander met sewe punte na vore gekom as deel van die etiese kode:

- “Take responsibility not just for your own words, but for the comments you allow on your blog.
- Label your tolerance level for abusive comments.
- Consider eliminating anonymous comments.
- Ignore the trolls.
- Take the conversation offline, and talk directly, or find an intermediary who can do so.
- If you know someone who is behaving badly, tell them so.

- Don't say anything online that you wouldn't say in person.” (<http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>, besoek op 10 Julie 2012)

Soos met ander sosiale media is dit ook die geval met werfjoernale: dit het 'n integrale deel van die aanlyn kultuur geword. “Practically everyone reads blogs now, whether they're “official” news blogs associated with traditional news media, topic-based blogs related to one's work or hobbies, or blogs purely for entertainment, just about anyone you ask has at least one favorite blog.” (<http://www.webdesignerdepot.com/2011/03/a-brief-history-of-blogging/>, besoek op 10 Julie 2012). Of die kerk en gemeentes dit wil weet of nie, dit is die manier hoe mense met mekaar in aanraking kom en inligting uitruil of opinies lig. Hoe gouer die kerk en haar gemeentes iets daadwerkliks daaraan doen om ook via werfjoernale met lidmate en deur lidmate met die gemeenskap te kommunikeer, hoe gouer sal die kerk ook langs hierdie weg missionale invloed op die gemeenskap kan uitoefen en relevant bly in die tyd waarin ons vandag leef.

6.5. Samevatting

In hierdie hoofstuk is aangetoon dat die Internet deel is van die dinamies veranderende wêreld waarin die kerk vandag moet funksioneer. Dit bied aan die kerk geweldige moontlikhede om via die sosiale media en veral die gemeente se webblad lidmate asook alle ander mense missionaal te bedien. So word die Internet uiteindelik in die hand van die kerk 'n missionale bedieningsinstrument wat geen grense ken nie.