



Die waardes en kenmerke van die Afrikaanse Christelike tydskrifte *Finesse, Lig en Lééf*

E. Els
12126330

Verhandeling voorgelê vir die graad
Magister Artium in Kommunikasiestudies
aan die Potchefstroomkampus van die Noordwes-Universiteit

Studieleier: Prof. J.D. Froneman

2010

BEDANKINGS

Heel eerste wil ek vir ons Hemelse Vader dankie sê vir die geleentheid om hierdie studie te kon doen en vir wysheid en krag van Hom waarsonder ek niks sou kon regkry nie. Alle eer aan Hom!

My man, Stefan Els: Baie dankie vir jou aanmoediging en geduld en dat jy altyd die beste van my verwag.

My ouers, Piet en Hannie Lerm: Julle ondersteuning beteken vir my ontsettend baie. Baie dankie ook vir al Pappa se waardevolle insette.

My studieleier, prof. J.D. Froneman: Dankie vir die gepaste kommentaar wat my telkens met nuwe oë na aspekte van hierdie studie laat kyk het.

Familie en vriende: Dankie dat julle dikwels na my vordering geluister het en my baie aangemoedig het.

ABSTRACT

Magazine readers in South Africa have a wide choice: there are more than 188 consumer magazines on the shelf and this gives readers the opportunity to choose what they like. However, there are very few Afrikaans Christian magazines and they have to compete commercially with the other publications. The question that arises is how these magazines manage to maintain a Christian character while at the same time staying competitive. In an attempt to answer this question, this study investigates the covers and contents of *Finesse*, *Lig* and *Lééf*.

A literature study was used to determine which features and approaches can be used to make a Christian magazine's agenda (and therefore approach) unique. A qualitative content analysis is used to investigate how the covers and contents of *Finesse*, *Lig* and *Lééf* correlate with what one associates with Christian journalism, and how these magazines differ from one another in this regard. All these findings are compared with the biggest Afrikaans women's magazine, *Sarie*, to identify correspondences and differences. Semi-structured interviews were also held with the editors of *Finesse*, *Lig* and *Lééf*. Specific directive arguments were formulated about the features of Christian journalism and about agenda setting and the role of magazine covers. These specific directive arguments were used as a guideline in the content analysis.

It was found that all four publications in question use well-known personalities (like actresses, singers and sports stars) as cover models. However, there are differences in the way the covers are presented and framed. *Lig* and *Lééf* give noticeably more attention to the spiritual lives of their models, and as a result these magazines have clear features that can be associated with Christian journalism. Signs of the so-called "celebrity" culture were particularly evident in the covers and contents of *Finesse* and *Sarie*.

In summary, it may be argued that *Lig* and *Lééf* (which are outspoken Christian publications) strongly display their Christian character. On the other hand, *Finesse* (who views itself not as a Christian publication but as a lifestyle publication for the Christian woman) less consistently displays a Christian character. There is a strong distinction between *Lig* and *Lééf* and the secular *Sarie*, whereas *Finesse* displays more correspondences with *Sarie*.

OPSOMMING

Tydskriflesers in Suid-Afrika het 'n wye keuse: daar is meer as 188 verbruikerstydskrifte op die rak en dit gee aan lesers die geleentheid om te kies en keur. Die aantal Afrikaanse, Christelike tydskrifte is egter baie min en moet kommersieel met die ander publikasies meeding. Die vraag wat hier aan die orde kom is hoe dié tydskrifte dit regkry om beslag te gee aan 'n Christelike karakter, maar steeds mededingend te wees. Hierdie studie ondersoek daarom *Finesse*, *Lig* en *Lééf* se voorblaaie en inhoud.

Deur 'n literatuurstudie is bepaal watter kenmerke en benaderings gebruik kan word om 'n Christelike tydskrif se agenda andersoortig te maak (en dus te peil). Deur middel van kwalitatiewe inhoudsanalises word ondersoek gedoen na hoe *Finesse*, *Lig* en *Lééf* se voorblaaie en inhoud strook met die kenmerke en benaderings van wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer word (en hoe hulle onderling verskil). Dié bevindinge word telkens met die grootste Afrikaanse vrouetydskrif, *Sarie*, vergelyk om vas te stel wat die verskille of ooreenkomste is. Semi-gestruktureerde onderhoude is ook met *Finesse*, *Lig* en *Lééf* se redakteurs gevoer. Spesifieke rigtinggewende argumente is geformuleer oor kenmerke van 'n Christelike joernalistiek en oor agendastelling en die rol van tydskrifvoorblaaie. Die spesifieke rigtinggewende argumente is gebruik as riglyn in die inhoudsanalises.

Daar is bevind dat al vier genoemde publikasies bekende persoonlikhede (soos aktrises, sangers en sportsterre) as voorbladmodelle gebruik. Daar is wel 'n verskil in die aanbieding en raming hiervan. *Lig* en *Lééf* gee merkbaar meer aandag aan die geestelike lewe van hulle modelle, wat dié tydskrifte duidelik eienskappe laat toon van benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word. Tekens van die sogenaamde "celebrity"-kultuur het veral aan die lig gekom by die voorblaaie en inhoud van *Finesse* en *Sarie*.

Opsommend kan geargumenteer word dat *Lig* en *Lééf* (wat uitgesproke Christelike publikasies is) hulle Christelike karakter sterk ten toon stel. *Finesse* (wat hulleself nie as 'n Christelike publikasie beskou nie, maar 'n leefstylpublikasie vir die Christenvrou) toon minder konsekwent 'n Christelike karakter. Terwyl daar 'n sterk onderskeid tussen *Lig* en *Lééf* en die sekulêre *Sarie* is, toon *Finesse* meer ooreenkomste met *Sarie*.

SLEUTELTERME

Christelike karakter/benadering, Afrikaanse Christelike tydskrifte, inhoudsanalise, Finesse, Lig, Lééf, waardes en kenmerke

KEY TERMS

Christian character/approach, Afrikaans Christian magazines, content analysis, Finesse, Lig, Lééf, values and characteristics

INHOUDSOPGAWE

Hoofstuk 1	Agtergrond en doelstelling van die ondersoek.....	1
1.1	Inleiding	2
1.2	Waar het tydskrifte begin?	2
1.3	Suid-Afrika se massaverbruikersmark	4
1.4	Hoekom lees mense tydskrifte?	6
1.5	Funksies van die media	7
1.6	Die geskiedenis van <i>Finesse</i> , <i>Lig</i> , <i>Lééf</i> en <i>Sarie</i>	9
1.6.1	<i>Finesse</i>	9
1.6.2	<i>Lig</i>	10
1.6.3	<i>Lééf</i>	11
1.6.4	<i>Sarie</i>	11
1.6.5	Opsommend	12
1.7	Normatiewe veronderstellings	13
1.8	Inhoud en voorblad	13
1.9	Algemene navorsingsvraag	13
1.9.1	Spesifieke navorsingsvrae	14
1.9.2	Spesifieke navorsingsdoelwitte	14
1.10	Oorhoofse doelstelling	14
1.11	Rigtinggewende argumente.....	15
1.11.1	Die agenda, kenmerke en benaderings van Christelike tydskrifte.....	15
1.11.2	Verskillende interpretasies en verwagtings	15
1.12	Metode van ondersoek	15
1.12.1	Literatuurstudie	15
1.12.2	Empiriese ondersoek	15
1.13	Uitleg van studie	16
Hoofstuk 2	Perspektiewe op Christelike publikasies.....	19
2.1	Inleiding	20
2.2	Wat sê die literatuur?	20
2.3	Voorbeelde van Christelike publikasies	27
2.4	Wat sê die redakteurs van <i>Finesse</i> , <i>Lig</i> en <i>Lééf</i> ?	31
2.4.1	<i>Finesse</i>	31
2.4.2	<i>Lig</i>	34
2.4.3	<i>Lééf</i>	35

2.4.4 Opsommend	37
2.5 Voorblaaie	38
2.5.1 Hoe belangrik is 'n voorblad?	38
2.5.2 Die "celebrity"-kultuur	40
2.5.3 Wat is die funksies van voorblaaie?	43
2.5.4 Die ontwerp van die voorblad is van kardinale belang	44
2.6 Inhoud	47
2.6.1 Wat is nuus?	48
2.6.2 Agendastellingsteorie	49
2.6.3 Nuusraming	52
2.7 Opsommend	53
Hoofstuk 3 Die voorblaaie van <i>Finesse</i>, <i>Lig</i>, <i>Lééf</i> en <i>Sarie</i>	55
3.1 Inleiding	56
3.2 Die voorblaaie van <i>Finesse</i>	58
3.2.1 Wie word as voorbladmodel gebruik?	58
3.2.2 Watter opskrif trek die meeste aandag of het die meeste klem ontvang? ..	62
3.2.3 Watter ander opskrifte verskyn op die voorblad?	62
3.2.4 Watter temas ontvang die meeste klem op elke tydskrif se voorblad?	63
3.2.5 Hoe gee die voorblad gestalte aan Christelike joernalistiek? Is daar 'n andersheid op die voorblaaie en in welke mate strook die voorblaaie met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word?	63
3.2.6 Samevattende gevolgtrekkings oor <i>Finesse</i> se voorblaaie	65
3.3 Die voorblaaie van <i>Lig</i>	65
3.3.1 Wie word as voorbladmodel gebruik?	65
3.3.2 Watter opskrif trek die meeste aandag of het die meeste klem ontvang? ..	69
3.3.3 Watter ander opskrifte verskyn op die voorblad?	70
3.3.4 Watter temas ontvang die meeste klem op elke tydskrif se voorblad?	70
3.3.5 Hoe gee die voorblad gestalte aan Christelike joernalistiek? Is daar 'n andersheid op die voorblaaie en in welke mate strook die voorblaaie met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word?	71
3.3.6 Samevattende gevolgtrekkings oor <i>Lig</i> se voorblaaie	72
3.4 Die voorblaaie van <i>Lééf</i>	73
3.4.1 Wie word as voorbladmodel gebruik?	73
3.4.2 Watter opskrif trek die meeste aandag of het die meeste klem ontvang? ..	73
3.4.3 Watter ander opskrifte verskyn op die voorblad?	73
3.4.4 Watter temas ontvang die meeste klem op elke tydskrif se voorblad?	77

3.4.5	Hoe gee die voorblad gestalte aan Christelike joernalistiek? Is daar 'n andersheid op die voorblaaie en in welke mate strook die voorblaaie met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word?	78
3.4.6	Samevattende gevolgtrekkings oor Lééf se voorblaaie.....	79
3.4.7	Samevattend oor <i>Finesse, Lig</i> en <i>Lééf</i> se voorblaaie	80
3.5	Die voorblaaie van <i>Sarie</i>	80
3.5.1	Wie word as voorbladmodel gebruik?	80
3.5.2	Watter opskrif trek die meeste aandag of het die meeste klem ontvang?..	80
3.5.3	Watter ander opskrifte verskyn op die voorblad?	81
3.5.4	Watter temas ontvang die meeste klem op elke tydskrif se voorblad?	85
3.5.5	Samevattende gevolgtrekkings oor <i>Sarie</i> se voorblaaie	85
3.6	Gevolgtrekking oor die voorblaaie van <i>Finesse, Lig, Lééf</i> en <i>Sarie</i>	86
Hoofstuk 4	Die inhoud van <i>Finesse, Lig, Lééf</i> en <i>Sarie</i>	89
4.1	Inleiding	90
4.2	Inhoudsopgawes	90
4.3	Voorbladartikels.....	92
4.4	Rubrieke	108
4.5	Eksklusiewe artikels	124
4.6	Ander artikels.....	128
4.6.1	Christenskap	134
4.6.2	Huwelik.....	145
4.6.3	Gesin	148
4.6.4	Bekende persoonlikhede.....	153
4.6.5	Mode/Skoonheid	156
4.6.6	Finansies	157
4.6.7	Gesondheid	158
4.6.8	Verhoudings	159
4.6.9	Ander	161
Hoofstuk 5	Gevolgtrekkings.....	165
5.1	Inleiding	166
5.2	Die navorsingsdoelwitte van hierdie studie	166
5.2.1	Navorsingsdoelwit 1	166
5.2.2	Navorsingsdoelwit 2	169
5.2.3	Navorsingsdoelwit 3	170
5.3	Ten slotte	171

Bronnelys 173

Addendum 185

NAWEEKPOS

DIE MAANDBLAD VIR SATERDAE en SONDAE

Uitgewers: Naweekpos (Edms) Bpk., Bloemfontein 16, Kaapstad.
Telefoon: 626

Posbus: 626
DIEEL I NR. 1

INHOUD

VERHAAL	
SYNOPSIS: NIEUW TOEGEVOEGDE (HOOFDSTUK I) - Antoon van d.	4-5
Die Snyer van 'n Vrak	4-5
Taan Billa in Oorlog	26-27
Die Groot Liefde (HOOFDSTUK I) - Hoorstia E. M. E. Jacobs	28
ARTIKELS	
Hier Sien Ek My Die Bepoel	L. J. Koster 6
Die Jaar in Romeinse Tye	U. van Lier 8
Die Mens in Afrika	Dr. Norman Vincent Peale 12
Die Huis van Koning Karel	J. J. de T. 20
Die Wêreld se Grootste Oor	S.K. 24
ALGEMEEN	
Die Nieuwste Pen en	15



Hoofstuk 1

AGTERGROND EN DOELSTELLING VAN DIE ONDERSOEK

1.1 INLEIDING

Op 30 Junie 2009 was daar 188 verbruikerstydskrifte in Suid-Afrika wat ABC-lede (*Audit Bureau of Circulations*) is (ABC, 2009). Lesers het dus 'n groot verskeidenheid waaruit hulle kan kies. Christelike publikasies is deel van hierdie titels en poog net so hard soos ander titels om die leser se aandag te trek. Christelike publikasies wil ook gewild wees, maar plaas hulself tog in 'n spesifieke nismark uit eie keuse. Dit bring mee dat hulle hulself vereenselwig met Christelike waardes en dat dit sigbaar moet wees in die publikasie as gevolg daarvan dat hulle dit as nismark gekies het. Hoe kry Christelike publikasies dit reg om hulle Christelike karakter tot uiting te bring en die leser se aandag te trek, maar tog hulself te onderskei van ander (sekulêre) publikasies? Die doel van hierdie studie is breedweg om hierna ondersoek in te stel en te kyk wat die stand van bepaalde Afrikaanse Christelike publikasies is.

1.2 WAAR HET TYDSKRIFTE BEGIN?

The Review was die eerste tydskrif wat gepubliseer is – dit was in 1704 deur Daniel Defoe van Engeland (Claassen, 1998:119). Die eerste Christelike tydskrif, *The Christian's Magazine*, is in 1805 gepubliseer deur Elias Smith van New Hampshire (Bailey, 2009).

In Suid-Afrika was die ontwikkeling van tydskrifte grootliks verbind met die verskillende koloniale tydperke. Na 'n hewige stryd om persvryheid tussen die pers en Britse regeerders het tydskrifte en koerante in die 19de eeu meer algemeen in die Kaap geword. Die *Kaapse Ordonnansie 60* is op 30 April 1829 deur heer Lowry Cole geteken en het in 'n mate die vryheid van die pers beteken (Claassen, 1998:122). Thomas Pringle en John Fairbairn het *The South African Journal* in Januarie 1824 gepubliseer, maar die volgende maand gestaak. Daarna volg *Het Nederduitsch Zuid-Afrikaansch Tijdschrift*. Meer bekende publikasies soos *De Gereformeerde Kerkbode* (1849 en word *Die Kerkbode* in 1933) en *De Huisvriend* het later gevolg. *Ons Klyntji* (1896-1906) en *De Huisgenoot* (sedert 1916) het 'n belangrike rol gespeel in die bevordering van Afrikaans as taal. Die stigting van die *Nasionale Pers* (1915) was ook 'n groot mylpaal in die geskiedenis van tydskrifte in Suid-Afrika. Een van die eienskappe van die vroeë Kaapse tydskrifte, was dat dit die sterk religieuse oortuigings van die populasie weerspieël het (Claassen, 1998:122). Dit impliseer dat dit wat in tydskrifte te sien was, 'n weerspieëling was van wat vir die gemeenskap/nasie belangrik was.

Na die Tweede Wêreldoorlog (na 1945) het nistydskrifte die mark oorstroom. Verbruikerstydskrifte het ontwikkel sodat hulle op gefragmenteerde nismarkte gefokus het wat spesifieke individuele mediabehoefte aangespreek het (Claassen, 1998:125). *Rooi Rose*

(1942) en *Sarie Marais* (1948) het hulle verskyning gemaak (Claassen, 1998:126). Die diversiteit van Suid-Afrika se populasie het daartoe gelei dat baie tydskrifte bekendgestel is vir spesifieke populasiegroepe in die land. 'n Voorbeeld hiervan is *Drum* wat gemik was op die swart mark en in 1951 bekendgestel is (Claassen, 1998:127). In die 1950's het *Die Huisvrou* en *Naweekpos* 'n sterk Christelike alternatief gebied, wat 'n aanduiding is dat daar toe reeds 'n behoefte aan publikasies met 'n sterk Christelike inslag was. *Naweekpos* het met hulle eerste verskyning in Mei 1954 dit reeds duidelik gemaak wat hulle visie is. Die volgende aanhaling wys hoe hulle hulself voorgestel het (Naweekpos, 1954):

Ons glo dat dit nie waar is dat die oorgrote meerderheid van die mense in ons sonnige land niks anders wil lees as verhale en artikels oor diefstal, doodslag en owerspel nie.

Ons glo dat ons jeug saam met ons ouer mense genot sal put uit leesstof veral oor die mooi dinge in die mens en in ons land: die liefde van 'n moeder vir haar kind, van 'n vriend vir 'n vriend, van 'n jong man vir 'n jong vrou; die beloning wat volg op eerlike werk; die heldhaftigheid van wie end-uit volhou as die lewe soms met harde slaes slaan; die skoonheid van ons eie land en die adel van sy mense.

Maar ons glo ook dat 'n mens, nadat jy jou van die sleur van die daaglikse geledig het, iets moet hê waarmee jy jou gees kan vul – jou siel kan verryk. Slegs so sal jy kan verhoed dat die moeilikhede van die wêreld jou weer oorstroom en onderdompel. Daarom het ons 'n spesifieke afdeling vir Sondaglesstof ingevoeg.

Artikels onder die opskrif "Afdeling vir Sondae" sluit die volgende in: "70 x 7 Maal" (onder die subopskrif "Verhale"); "Niemand soos Hy nie" en "Waarom jou kwel?" (onder die subopskrif "Artikels") en "Josef se broers kruip weg" (onder die subopskrif "Algemeen"). Uit hierdie voorbeelde is daar drie duidelike aanduidings waar daar oor iets in die Bybel geskryf word: "70 x 7 Maal" verwys na die woorde van Jesus in die Bybel dat 'n mens sewentig maal sewe keer moet vergewe (Matteus 18:21-22). Die hoofletter waarmee "Hy" in die opskrif "Niemand soos Hy nie" geskryf is, verwys na Jesus of God. "Josef se broers kruip weg" verwys na die storie van Josef in Genesis in die Bybel. *Naweekpos* het dus 'n sterk Christelike inslag gehad. Die laaste uitgawe van *Naweekpos* het in 1970 verskyn.

Die NG Kerk se blad, *Die Voorligter*, het sedert 1937 maandeliks verskyn en ook in die behoefte vir 'n publikasie met 'n sterk Christelike inslag, probeer voorsien.

Volgens Spies (1992:351) was die eerste tydperk na die Tweede Wêreldoorlog vir uitgewers van gesinstydskrifte jare van ontnugtering en teleurstelling. Gevestigde tydskrifte het in geldelike moeilikheid geraak en is gestaak – soos bv. *Die Brandwag*, wat een van *Huisgenoot* se grootste mededingers was. Die vraag is gevra of die algemene tydskrif iets was wat tot 'n verbygane tyd behoort het. Vandag weet ons dat dit nie die geval is nie, maar die vraag bly of

tydskrifte wat aan winsgedrewe uitgewers behoort, ooit in die behoefte van lesers gaan voldoen wat na iets spesifiek Christelik soek. Met "Christelik" word bedoel dat dit volgens die leer van Christus is en blyk gee aan die gesindheid van Christus (Odendal *et al.*, 1988:129).

Na die koms van TV (1976) in Suid-Afrika het algemene tydskrifte nogmaals 'n knou gekry (Claassen, 1998:129). Maar 'n tydskrif soos *Huisgenoot* het onder Niel Hammann van 'n relatief konserwatiewe familietydskrif suksesvol na 'n tydskrif verander wat meer op die menslike aspek en harde nuus ingestel is (Claassen, 1998:129; vgl. ook Spies, 1992:353). *Huisgenoot* het sy intellektueel, opvoedkundige rol van vroeër finaal laat vaar en sy leserstalle het van 140 000 tot 500 000 per week gegroei (Froneman, 2004:75). Intussen het dit te midde van vele mededingers tot 323 946 (April – Junie 2009) weekliks teruggesak, maar dit bly die gewildste algemeen Afrikaanse tydskrif (Media24, 2009). *Huisgenoot* se sukses het ook ander Nasionale Pers publikasies, soos *Sarie*, beïnvloed. Die klem het toenemend op 'n jonger, minder konserwatiewe gehoor begin val. Te midde van groter sekularisasie het 'n leemte vir die Christenvrou ontstaan.

Vandag is die volgende Afrikaanse publikasies met 'n Christelike inslag op winkelrakke beskikbaar: *Finesse*, *Lig*, *Lééf* en *Juig!*. *Finesse*, *Lig* en *Lééf* word in hierdie studie ondersoek en meer inligting oor elkeen volg later. *Juig!* is die susterspublikasie van *Joy!*, maar omdat *Juig!* eers Mei 2009 begin verskyn het, kon hierdie publikasie nie ingesluit word by hierdie studie nie. Engelse Christelike publikasies in Suid-Afrika, soos byvoorbeeld *Joy!* en *Today*, bied 'n verdere verskeidenheid, maar word nie in hierdie studie ondersoek nie. As na die wyer prentjie gekyk word, is daar internasionale publikasies soos *Worldmag*, *Christianity Today*, *Today's Christian Women* en *Christian Living* wat 'n sterk Christelike inslag het. Volgens Mary Fairchild (2009:1) is *Christianity Today* een van die top Christelike publikasies wêreldwyd. Wêreldnuus, nasionale nuus, asook kerk- en bedieningsnuus word deur *Christianity Today* gedek. Praktiese raad oor verskillende aspekte van die lewe word gegee, byvoorbeeld oor ouerskap, die huwelik en vermaak (sien hoofstuk 2 vir meer inligting hieroor).

1.3 SUID-AFRIKA SE MASSAVERBRUIKERSMARK

Suid-Afrika se tydskrif massaverbruikersmark word deur *Media24*, *Caxton*, *Johnnic*, *Highbury*, *Monarch Communications*, *Associated Magazines* en *Ramsay, Son & Parker* domineer (SA Business Guidebook, 2007/2008). In 1995 het Salie de Swardt (toe hoof van *Nasionale Tydskrifte* van die *Nasionale Pers*) gesê dat tydskrifte 'n vormende en opvoedkundige rol in

Suid-Afrika se Heropbou- en Ontwikkelingsprogram kan speel en 'n stewige bydrae kan lewer tot opvoeding, geletterdheid en werkskepping in Suid-Afrika (Beeld, 1995:8). Die rol van tydskrifte, soveel jaar na die koms van televisie in Suid-Afrika, is steeds kardinaal en belangrik genoeg dat tydskrifte se bestaansreg verseker is. Johnson en Prijatel (1999:20) sê dat die kompetisie wat televisie vir tydskrifte bied een van die beste dinge is wat met tydskrifte kon gebeur, aangesien dit tydskrifte dwing om hulself te definieer en op hul sterk punte te fokus.

Die vraag of internetpublikasies nie gedrukte publikasies heeltemal van die toneel af gaan laat verdwyn nie, word dikwels gevra. Daar is vandag al hoe meer 'n toename in publikasies wat op die internet verskyn, maar studies het gevind dat 'n kombinasie van aanlyn- en hardekopie-advertensies die beste resultate lewer (SA Business Guidebook, 2007/2008). 'n Voorbeeld van een van die wêreld se voorste Christelike tydskrifte wat aanlyn publiseer asook in hardekopie, is *Christianity Today*. Dit blyk dus dat internet-publikasies en gedrukte publikasies mekaar aanvul en dat die internet nie gedrukte publikasies heeltemal sal uitskakel nie. Ook Johnson en Prijatel (1999:21) sê dat die internet die manier versterk hoe tydskrifte besigheid doen. Die voordele van gedrukte tydskrifte wat in hoofstuk 2 bespreek word, is 'n verdere bewys daarvan dat gedrukte publikasies nie sommer sal verdwyn nie.

Resultate van die *Alle Media Produktestudie* (AMPS 2008A) vir Julie 2007 tot Junie 2008 toon dat die tydskrifleserskap van 37,5% (AMPS 2007A) na 40,4% (AMPS 2008A) gestyg het – daar was egter wisselende resultate vir die verskillende titels (Beeld, 2008:1). Weeklikse tydskrifte het van 6,4 miljoen lesers na 7 miljoen lesers gegroei en maandblaaie is stabiel met 9,3 miljoen lesers.

Die oorvol tydskrifrakke in winkels is 'n bewys daarvan dat televisie nie tydskrifte se ondergang beteken het nie. Die wye verskeidenheid nistydskrifte bevestig dit (Wikipedia, 2009). Daar is wel 'n duidelike wisselwerking tussen televisie en tydskrifte. Televisiesterre verskyn op voorblaaie van tydskrifte en daar word baie klem geplaas op bekende televisie-persoonlikhede in tydskrifte. Daar is vandag 'n kultuur aan die orde van die dag wat die idee oordra dat bekende persone en televisiesterre as rolmodelle gesien moet word en nagevolg moet word.

Hierdie sogenaamde "celebrity"-kultuur was eens op 'n tyd beperk tot koninklikes en Bybelfigure, maar het intussen baie sektors binnegedring, byvoorbeeld die besigheidswêreld, publikasies en selfs akademie. Die massamedia het die blootstelling en krag van populêres verhoog (Wikipedia, 2009). Sepiesterre van sepies soos *7de Laan*, *Egoli* en *Villa Rosa* is baie

gewild as voorbladmodelle op tydskrifte – dit kan gesien word in hoofstuk 3 waar die voorbladmodelle van vier Suid-Afrikaanse publikasies identifiseer word.

Party mense is onbekend en ander is bekend in geskiedenis. 'n "Celebrity"-kultuur is die struktuur wat daardie beroemdes beïnvloed (Wikipedia, 2009). Die "celebrity"-kultuur word in hoofstuk 2 verder verduidelik.

Chris Rojek, professor in Sosiologie en Kultuur aan die Brunel Universiteit (VK), glo dat "celebrity"-kultuur besig is om groter te raak as georganiseerde godsdienste en baie fasette van ons lewens vervang (aangehaal deur Gadd, 2009). Die populêre persone word mense se rolmodelle en mense leer van hulle hoe om op te tree.

Volgens Chris Moerdyk (aangehaal deur Richards, 2009:28) het die verswakte ekonomie dadelik 'n oorbesetting van tydskrifte beteken en is die tydskrifte wat hierdie harde tye oorleef, dié wat op kwaliteit fokus. Hy noem ook dat een van die neigings van televisie, naamlik produkplasing (wat behels dat 'n produk met 'n spesifieke handelsmerk in 'n program of fliek gebruik word) gou wyer sal versprei na gedrukte koerante en tydskrifte. Dit is nog 'n aanduiding van die wisselwerking tussen televisie en gedrukte media.

1.4 HOEKOM LEES MENSE TYDSKRIFTE?

In die besige, gejaagde lewenstyl van die 21ste eeu lees mense steeds tydskrifte – hulle wil wegkom van die alledaagse en vir 'n tydjie lank in 'n ander wêreld, iewers tussen die glansblaaie van 'n tydskrif, leef.

Een van die belangrikste redes waarom mense tydskrifte lees, is omdat hulle selektief kan wees (OPPapers.com, 2009). Tydskrifte fokus op 'n spesifieke teikengroep, en kyk ook na demografiese en geografiese teikenmarkte. Lesers hou ook van die glansblaaie van gedrukte tydskrifte en die kreatiewe variasie wat daarmee saamgaan, byvoorbeeld gekeurde bladsye, plakkers en monsters van onderlaag of room. Tydskrifte is langer beskikbaar en word maklik weer deurgeblaai en ook dikwels deur meer as een persoon gelees (OPPapers.com, 2009).

Tydskrifte is vol inligting en die Engelse woord vir tydskrif, "magazine", wat kom van die Franse woord "magasin" wat beteken om te stoor, is baie gepas (Hiebert *et al*, 1988:73). Lesers vind waardevolle inligting oor verskeie onderwerpe of indiepte-inligting oor 'n spesifieke onderwerp in 'n tydskrif.

Tydskrifte oorleef omdat dit ander media komplementeer en ook sy eie voordele het (Biagi, 1992:109). Tydskrifte fokus op 'n spesifieke teikengroep en lesers kan dus kieskeurig wees. Dit is ook voordelig vir adverteerders wat 'n spesifieke teikengroep wil bereik (Lad, 2008:1).

Volgens Victor Nell (1988:38) het studies bewys dat een van die voordele van lees is dat die leser beheer het en kan lees wanneer hy/sy wil en selfs 'n stuk oor en oor kan lees terwyl 'n fliek, byvoorbeeld, nie daardie voordele bied nie. Lees is ook 'n manier om te ontsnap van die alledaagse en die werklikheid.

Reeds in 1959 voer Wolseley en Campbell (1959:163) aan dat mense tydskrifte koop vir vermaak en inligting, maar hoofsaaklik vir vermaak en dat die tydskrif vir baie 'n plek is om heen te ontvlug en van hulle probleme te vergeet. Lesers soek inhoud in tydskrifte wat direk verband hou met hulle individuele behoeftes (Click & Baird, 1990:4). Volgens Click en Baird (1990:5) lê die werklike uniekheid van tydskrifte daarin dat dit persoonlike verhoudings bou tussen skrywers en redakteurs van tydskrifte en hulle lesers – oor 'n lang tydperk. Die behoefte van kennis, vermaak en idees verseker die tydskrifbedryf se oorlewing – moontlik in 'n groter verskeidenheid formate en vorms as wat nou bestaan (Click & Baird, 1990:15). Die feit dat tydskrifte baie meer aktueel kan wees, is ook 'n groot voordeel wat tydskrifte het teenoor boeke (Hildick 1966:51) en maak dat tydskrifte meer direk tot die leser kan spreek as boeke.

1.5 FUNKSIES VAN DIE MEDIA

Tydskrifte bestaan nie maar net om vir nog 'n paar mense van werk te voorsien nie, maar het spesifieke doelwitte en funksies wat hulle wil bereik en uitvoer. Volgens Wolseley (1966:3) is die tydskrif deel van beide joernalistiek en kommunikasie. Joernaliste moet sistematies, met ander woorde georden, goed georganiseer en deeglik wees, asook betroubaar, met ander woorde geloofwaardig en akkuraat. Volgens Wolseley het joernalistiek basies vier doelwitte: om in te lig, te lei, te vermaak en die handel te ondersteun deur advertensies (1966:4).

Die sagter aanslag wat baie tydskrifte kenmerk, is die gevolg van lesers se behoefte aan vermaak, afleiding en ontspanning (vgl. McQuail, 1989:71). McQuail (2000:79) verduidelik die funksies van die media as volg:

- Inligting. Die media verskaf inligting oor gebeure en omstandighede in die gemeenskap en die wêreld.
- Korrelasie. Dit verduidelik, interpreteer en gee kommentaar oor gebeure en inligting.

- Kontinuiteit. Die uitdrukking van die kultuur en nuwe kulturele ontwikkelings asook die handhaaf van waardes.
- Vermaak. Verskaf vermaak en ontspanning.
- Mobilisasie. Veldtogte van gemeenskaplike doelwitte byvoorbeeld in die sfeer van politiek, werk en soms ook godsdiens.

Volgens McQuail (1989:52,53) bied die media (in die algemeen, dus ook tydskrifte) aan lesers (kykers en luisteraars) nie net 'n venster op die werklikheid nie, maar interpreteer dit gebeure, dra menings en inligting oor, en gee normatiewe leiding. Hiermee kom die sosialiseringfunksie van die media sterk na vore. 'n Belangrike volgende stap, wat ook by Christelike tydskrifte ter sake kan wees, is die mobiliseringsfunksie van die media: daar kan doelbewus gewerk word aan die bevordering van bepaalde "godsdienslike" doelwitte (vgl. McQuail, 1989:71).

Die massamedia speel 'n groot rol om sekere sake meer te beklemtoon en ander minder (Steyn, 1995:38). Daar word van die massamedia verwag om 'n forum vir openbare bespreking en debattering daar te stel sodat burgers bewus is van al hulle opsies en sodoende die beste keuses kan maak (Coronel, Lorimer & Gasher soos aangehaal deur Haskell, 2007:55).

Volgens die gebruike- en beloningsbenadering het die massamedia sekere individuele funksies (McQuail soos aangehaal deur Grossberg, Wartella & Whitney, 1998:249). Dit verskaf inligting oor gebeure en toestande in die gemeenskap en die wêreld. Mense se nuuskierigheid en algemene belangstelling word bevredig en hulle kan ook hulle kennis verbreed deur die gebruik van die media. Die media gee ook 'n persoonlike identiteit aan mense en dit versterk hulle persoonlike waardes en laat hulle met ander in die media identifiseer en insig kry in hulself. Daar vind ook integrasie en sosiale interaksie plaas deurdat mense insig kry in die omstandighede van ander. Sodoende kan hulle met ander mense identifiseer en voel dat hulle tuis hoort. Die media is dikwels 'n plaasvervanger vir lewende, persoonlike geselskap. Laastens verskaf die massamedia ook vermaak en is dit 'n plek om heen te ontvlug van probleme en te ontspan.

McQuail (2000:81) noem dat die massamedia essensieel is vir die gemeenskap vir integrasie en samewerking; orde, beheer en stabiliteit; aanpassing by verandering; mobilisasie; beheer van spanning en die kontinuiteit van kultuur en waardes.

Volgens Hermes (1995:27) spreek vrouetydskrifte sake aan wat lesers as sensitiewe areas beskou waaroor hulle minder beheer het en graag meer beheer oor sou wou hê.

Vrouetydskrifte, nes ander media, word indirek gebruik om identiteit te bou (Hermes, 1995:27). Dit is ook maklik om 'n tydskrif so tussen ander aktiwiteite te lees en dit kan maklik neergesit word.

Daar is verskillende redes waarom mediagebruikers sekere keuses ten opsigte van hulle mediagebruik uitoefen. McQuail (2000:391) noem onder andere dat sosiale agtergrond soos opvoeding, godsdien, kultuur en politiek byvoorbeeld bepaal waarom 'n gebruiker 'n spesifieke publikasie kies. Persoonlike kenmerke soos ouderdom, geslag, werksituasie, inkomste en leefstyl speel ook 'n rol.

Verskillende nistydskrifte het die voordeel vir lesers dat die individualiteit en persoonlikheid van die tydskrif beteken dat lesers hulself makliker kan assosieer met die waardes van die tydskrif en ook 'n nouer band met die tydskrif het – soms selfs die tydskrif as 'n vriend/vriendin beskou (PPA Marketing, 2009). Lesers het 'n persepsie van wat hulle dink hulle wil wees en daar is 'n al hoe groter neiging dat lesers voel dat hulle tydskrif hulle kan help om te word wat hulle graag wil wees (PPA Marketing, 2009). Na verwagting kan Christelike tydskrifte met 'n sterk normatiewe karakter hierdie rol by uitstek speel.

1.6 DIE GESKIEDENIS VAN *FINESSE*, *LIG*, *LÉÉF* EN *SARIE*

Die drie tydskrifte wat in hierdie studie ondersoek word, naamlik *Finesse*, *Lig* en *Lééf* se geskiedenis is van groot belang om 'n beter perspektief te kry op die manier hoe hierdie tydskrifte beslag gee aan hulle Christelike waardes en kenmerke. Daarna word ook na *Sarie* se geskiedenis gekyk, omdat bogenoemde drie tydskrifte met *Sarie* vergelyk gaan word soos gesien sal word by die spesifieke navorsingsvrae.

1.6.1 *Finesse*

Met die aanvang van hierdie studie, is aanvaar dat *Finesse* 'n Christelike tydskrif is, maar by navraag het die redakteur bevestig dat dit nie die geval is nie en dat *Finesse* eerder as 'n "leefstylpublikasie vir die Christenvrou" gesien kan word. *Finesse* het in Mei 1998 die eerste keer verskyn en was oorspronklik onder redakteurskap van die skrywer Maretha Maartens. Volgens Maartens (Beeld, 1998:13) was dit *Finesse* se doel om weg te beweeg van die beeld dat Christene naïewe, versukkelde, "agter-die-bos"-mense is wie se mening nie tel nie. "Die voorbladmeisies gaan gelowiges wees vir wie hulle Christenskap belangriker is as om mooi te

lyk. Hulle gaan byvoorbeeld by hulpverleningsprojekte betrokke wees. En die modelle sal klere vir normale mense vertoon" het Maartens gesê net voor die eerste verskyning van *Finesse*

(1998:13). Hierdie artikel van Maartens was deel van die rede waarom *Finesse* met aanvang van hierdie studie as 'n Christelike publikasie beskou is. Maretha Maartens sê ook dat *Finesse* aanvanklik begin is as Christelike tydskrif (Maartens, 2009). *Finesse* het volgens Maartens beweeg van 'n Christelike publikasie na 'n goedvoel- en leefstyltydskrif vir die Christenvrou.

Navorsing deur *Finesse* se stigter, Coenie Schoeman (*Carpe Diem Media*), het getoon dat daar wêreldwyd 'n neiging na 'n waarde-gegronde lewenstyl is (Beeld, 2005:25). Dit het gelei tot die ontstaan van *Finesse* wat in Mei 1998 bekendgestel is. Venessa Schoeman is tans redakteur en *Finesse* het in Mei 2008 haar tiende verjaarsdag gevier. *Finesse* het 'n Pica-toekenning in 2007 gewen en is goed op dreef met 'n sirkulasiesyfer van 91 400 vir April tot Junie 2009 (Briers, 2009).

Finesse Meisie wat op tienermeisies fokus, verskyn aanlyn, maar was by die skryf hiervan onder konstruksie. *Finesse* se webwerf www.finessemag.co.za is 'n uitbreiding van die tydskrif eerder as 'n duplisering daarvan. 'n Elektroniese nuusbrief word maandeliks aan 100 000 intekenare gestuur. 'n *Nuwe jy* is 'n projek van *Finesse* waar 8 lesers jaarliks gekies word uit inskrywings en elkeen van hulle ontvang 'n 12-weke program van gesond eet, oefening, die insette van 'n lewensafripter en ander skoonheidsbehandelings. Vier werksinkels word ook jaarliks gehou waar van die skrywers as sprekers optree oor onderwerpe byvoorbeeld huwelik, kreatiwiteit en ouerskap. Lesers kan ook inskryf en elke dag 'n inspirerende sms van *Finesse* ontvang.

Finesse Meisie, *Finesse* se webwerf en 'n *Nuwe jy* is maniere hoe *Finesse* hulle handelsmerk uitbrei behalwe deur die maandelikse gedrukte publikasie. Dit bevorder ook *Finesse* se verhouding met lesers.

1.6.2 Lig

Lig se voorloper, *Die Voorligter*, het in Desember 1937 vir die eerste keer verskyn en was aanvanklik 'n blad net vir die lidmate van die NG Kerk. In Junie 1996 het *Die Voorligter* net *Voorligter* geword. In Maart 1998 het Markinor-navorsing gewys dat die naam *Voorligter* nie meer toepaslik was nie (Van Renen, 2008). Die naam het toe verander na *Nuwe Voorligter* en die "nuwe" en "LIG" is uitgelig om lesers subtiel op die naam "Lig" voor te berei. In Desember

1999 is *Lig* gebore deurdat "nuwe" en "voor" en "ter" weggeval het. Volgens Adri-Louise Van Renen, redakteur van *Lig*, is daar geen ander Afrikaanse Christelike tydskrif wat in die kleinhandel te koop is wat vir die hele gesin bedoel is en op spesifiek gesinskwessies fokus nie. Volgens Van Renen het *Lig* sy plek in hierdie nismark ingeneem deur van 'n algemene kerktydskrif hervorm te word tot 'n gesinstydskrif vir alle Christene. *Lig* is 'n publikasie van Tydskriftemaatskappy. *Lig* is in 2005 as die naasbeste tydskrif by die Christelike Boekhandelaars van Suid-Afrika se toekenningsgeleentheid vir beste Christelike publikasies van 2004 aangewys (Kerkbode, 2005) en het 'n sirkulasiesyfer van 35 774 en leserstal van 143 096 (geouditeerde ABC-syfer, 2de Kwartaal 2009) (Van Renen, 2009).

1.6.3 *Lééf*

Volgens Mari Lategan, die spesifieke uitgewer wie verantwoordelik was vir die bekendstelling van *Lééf met hart & siel* in 2005, het hulle besef dat, hoewel sommige kenners meen die vrouetydskrifmark reeds oorvol is, tydskrifte steeds nie alles vir almal is nie (Beeld, 2005:24). "Al die tradisionele, maatskaplike en kulturele ankers in die Afrikaanse gemeenskap is die afgelope tien jaar stukkie vir stukkie weggekalwe, veral ten opsigte van skole, kerke en taal," meen Lategan. Volgens haar het dit gelei tot die besluit om 'n Afrikaanse tydskrif met 'n baie sterk waardestelsel vir die vrou te begin: *Lééf*. Die eerste uitgawe het in Oktober 2005 verskyn. Volgens Inge Verster, eindredakteur van *Lééf*, sluit *Lééf – met hart en siel* (die volle naam), aan by hulle missie – om die lewe met hart en siel en oorgawe aan te pak (Verster, 2009). *Lééf* se doel is om die tipe leser te trek vir wie geloof nie maar net nog 'n aspek van die lewe is nie, maar vir wie geloof sentraal staan en alles beïnvloed wat sy doen, dink en sê. *Lééf* se redaksie bid elke oggend saam tydens hulle produksievergaderings en soek die Here se wil in elke besluit wat hulle neem. *Lééf* is 'n Media24-publikasie en is dus deel van *Naspers*, 'n genoteerde maatskappy met 'n sterk winsmotief. *Lééf* se sirkulasiesyfer vir Januarie tot Maart 2009 was 43 415 per maand (Media Update, 2009).

1.6.4 *Sarie*

Sarie se eerste uitgawe het op 6 Julie 1949 verskyn (toe nog *Sarie Marais*) met Fred le Roux as eerste redakteur. Volgens Rabé (1985:4) het *Sarie* van die dag van haar verskyning af aangekondig dat sy 'n leier is en nie 'n volgeling nie. *Sarie* was die vierde volwaardige Afrikaanse vrouetydskrif en die eerste wat die vrou se lewe in alle fasette gedek het (Rabé, 1985:5). *Sarie* het reeds in die beginjare bydraes gelewer oor huweliks-, geslags- en gesondheidsvoorligting en kinderopvoeding (Rabé, 1985:125). *Sarie* het begin met 'n sirkulasiesyfer van 67 026 (Julie tot Desember 1949), het in 1980 en 1981 die 200 000-merk oorgesteek, maar staan vandag op

'n ABC-syfer van 139 031 (April tot Junie 2009) (Media Update, 2009) wat dit die leier maak in Afrikaanse glans- vrouetydskrifte.

Sarie is vandag onder redakteurskap van Michéle van Breda en het al verskeie toekennings gewen soos die ADvantage AdMag-prys vir beste vrouetydskrif in Suid-Afrika 2007. In 2008 het *Sarie* 'n Pica-toekenning gewen vir Suid-Afrika se beste algemene tydskrif en ook goud in die ADvantage AdMag-toekennings. *Sarie Kos* (uitbreiding van die *Sarie* handelsmerk) vaar goed en haar eerste sirkulasiesyfer is 49 566. Die grootste aantal lesers is in die ouersdomsgroep 35 tot 49 jaar, maar lesers wissel van 16 jaar tot 50+. Volgens *Sarie* is hulle lesers:

- Vir ewig 30 jaar oud
- Die hedendaagse Afrikaanssprekende vrou
- Trots Suid-Afrikaans
- Onafhanklik en oopkop in haar benadering tot die lewe
- Gemaklik met verandering
- Gegrond in familie, vriende en die gemeenskap
- Iemand wat baie doen en vinnig beweeg
- Op hoogte van die nuutste neigings en 'n vrou/burger van die wêreld
- Iemand wat inspireer wil word in die taal van haar hart – Afrikaans!

Sarie haal vir Michael Bublé aan wat sê dat dit belangrik is om in kontak met jou gehoor te wees, om hulle te vermaak en hulle weg te vat. Die handelsmerk-essensie is om lesers van buiteblad tot buiteblad te inspireer. *Sarie* is 'n hoofstroom glans- vrouetydskrif wat Suid-Afrikaanse stories op 'n intieme, vermaaklike en inspirerende manier vertel. "Ons soek na inspirasie in die hede en toekoms en stel Suid-Afrikaanse talent ten toon deur inhoud (visueel en inhoudelik) wat die hoop en drome reflekteer van die hedendaagse Afrikaanssprekende vrou" sê Michéle van Breda, redakteur (Coetzee, 2008).

1.6.5 Opsommend

Finesse, *Lig* en *Lééf* bied aan die Afrikaanse Christenvrou vandag ten minste drie tydskrifte om van te kies. Maar watter tipe joernalistiek bedryf *Finesse*, *Lig*, en *Lééf* se redaksies? Hoe onderskei hulle hulself van sekulêre tydskrifte? Aan watter kriteria kan hulle gemeet word? En hoe onderskei hulle hulself van mekaar? Stem dit wat hulle doen ooreen met hulle redaksionele beleid? Antwoorde op hierdie en ander verbandhoudende vrae kan meer lig werp op wat dit

beteken om 'n joernalistiek te bedryf wat in Christelike styl en waardes ingebed is – en wat 'n "Christelike tydskrif" in vandag se wêreld kan beteken.

1.7 NORMATIEWE VERONDERSTELLINGS

Daar bestaan geen algemeen aanvaarde, oorkoepelend Christelik normatiewe raamwerk vir die beoordeling van joernalistieke produkte soos tydskrifte nie. Wel het navorsers soos Snyman (1990), Froneman (1997; 2004), Chapell (2004), Olasky (2004) en andere heelwat oor "Christelike joernalistiek" (of dan joernalistiek vanuit 'n Christelike perspektief) geskryf (kyk in hoofstuk 2 vir 'n volledige bespreking). Hierdie riglyne gaan gebruik word om die agenda en inhoud van die genoemde tydskrifte uit 'n Christelike perspektief te ondersoek om vas te stel hoe hulle die Christelike karakter tot uiting bring.

1.8 INHOUD EN VOORBLAD

Terwyl die belang van die hele inhoud van 'n tydskrif vanselfsprekend sy karakter bepaal deur 'n bepaalde agenda te stel (vgl. Dearing & Rogers, 1996; Steyn, 1995), wys Broes (1983:108) daarop dat 'n voorblad veral belangrik is. Dit reflekteer die kwaliteit, karakter/ persoonlikheid en identiteit van die blad (vgl. ook Nel, 1999:225) in 'n oogopslag.

Die voorblad is in wese 'n klein plakkaat wat ontwerp is om aandag te trek en inligting vinnig, duidelik en aantreklik oor te dra. (Root, 1966:122,123; Kner, soos aangehaal deur Broes, 1983:111). Ook Christelike tydskrifte moet dit doen om te verkoop (kyk hoofstuk 2 vir 'n volledige bespreking hiervan). Daarom sal spesiale aandag aan hierdie aspek van die tydskrifte gegee word.

Gedagtes oor 'n Christelike joernalistiek asook die betrokke Christelike tydskrifte se eie redaksionele riglyne (kyk hoofstuk 2) kan gebruik word om pertinente vrae oor die voorblaaie en inhoud van hierdie tydskrifte te stel.

In die lig van die voorafgaande, word die algemene navorsingsvraag van hierdie studie as volg gestel:

1.9 ALGEMENE NAVORSINGSVRAAG

Hoe gee die redaksies van die Afrikaanse Christelike tydskrifte Finesse, Lig en Léeft beslag aan dié tydskrifte se Christelike waardes en kenmerke?

1.9.1 Spesifieke navorsingsvrae

- Watter kenmerke en benaderings kan gebruik word om Christelike tydskrifte se andersoortigheid en agenda te peil?
- Hoe vergelyk die voorblaaie van *Finesse*, *Lig* en *Lééf* met mekaar; in welke mate strook dit met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word, en hoe kontrasteer (of strook) *Finesse*, *Lig* en *Lééf* met *Sarie* as sekulêre tydskrif?
- Hoe vergelyk die inhoud van *Finesse*, *Lig* en *Lééf* met mekaar; in welke mate strook dit met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word, en hoe kontrasteer (of strook) *Finesse*, *Lig* en *Lééf* met *Sarie* as sekulêre tydskrif?

1.9.2 Spesifieke navorsingsdoelwitte

- Om deur 'n literatuurstudie te bepaal watter kenmerke en benaderings gebruik kan word om Christelike tydskrifte se andersoortigheid en agenda te peil.
- Om deur 'n kwalitatiewe inhoudsanalise vas te stel hoe *Finesse*, *Lig* en *Lééf* se **voorblaaie** in terme van temas en aanbieding met mekaar vergelyk en in welke mate dit strook met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word, en hoe dit met *Sarie* as sekulêre tydskrif kontrasteer, al dan nie.
- Om deur 'n kwalitatiewe inhoudsanalise vas te stel hoe die **inhoud** van *Finesse*, *Lig* en *Lééf* in terme van temas en aanbieding met mekaar vergelyk en in welke mate dit strook met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word, en hoe dit met *Sarie* as sekulêre tydskrif kontrasteer, al dan nie.

1.10 OORHOOFSE DOELSTELLING

Die oorhoofse doelstelling van hierdie studie is dus om deur middel van 'n kwalitatiewe inhoudsanalise (en aan die hand van die geïdentifiseerde kenmerke en benaderings vir 'n Christelike joernalistiek en met verwysing na *Sarie*) die voorblaaie en inhoud van *Finesse*, *Lig* en *Lééf* te beskryf en te analiseer. Die bedoeling is dus nie 'n beoordeling van die tydskrifte aan die hand van voorafgeformuleerde kriteria nie, maar 'n poging om te peil hoe die redaksies hulle taak interpreteer en hoe dit met mekaar vergelyk. Daar is reeds verwys na die feit dat *Finesse* nie deur die uitgewer as 'n Christelike tydskrif beskou word nie, wat selfs binne hierdie groep van drie tydskrifte op 'n wesenlike andersoortigheid dui. Deur dit met 'n sekulêre blad te vergelyk, word verder gepoog om die andersheid/eendersheid van die Christelike tydskrifte uit te lig.

1.11 RIGTINGGEWENDE ARGUMENTE

1.11.1 Die agenda, kenmerke en benaderings van Christelike tydskrifte

Christelike tydskrifte verteenwoordig 'n spesifieke nis in die mark. Daar kan dus verwag word dat ook Afrikaanse Christelike tydskrifte duidelik onderskeibare agendas, kenmerke en benaderings sal hê (ter onderskeiding van sekulêre publikasies soos *Sarie*).

1.11.2 Verskillende interpretasies en verwagtings

Vanweë verskillende interpretasies van wat 'n Christelike tydskrif kan en moet wees, asook uiteenlopende lesersverwagtinge kan verwag word dat Afrikaanse Christelike tydskrifte nie noodwendig presies dieselfde inhoud en karakter sal openbaar nie.

Die spesifieke rigtinggewende argumente word in hoofstuk 2 geformuleer na aanleiding van die bespreking van voorblaaie en teoretiese gesigshoeke.

1.12 METODE VAN ONDERSOEK

Die studie is kwalitatief van aard. De benadering is sterk beskrywend en 'n groter begrip van die onderwerp word nagestreef. Volgens Strauss en Corbin (1998:10) beteken kwalitatiewe navorsing enige tipe navorsing wat bevindings lewer wat nie deur statistiese prosesse bekom is nie. Kwalitatiewe metodes bestaan volgens Patton (1990:10) uit drie maniere van insameling van data: indiepte-onderhoude, direkte observasie en geskrewe dokumente. Hierdie drie maniere word almal in hierdie studie gebruik. Dit geskied as volg:

1.12.1 Literatuurstudie

'n Literatuurstudie is gedoen (sien hoofstuk 2) om vas te stel wat die geskiedenis, ontwikkeling en sukses van Afrikaanse Christelike tydskrifte in Suid-Afrika is. Die internet en artikels is as hoofbronne gebruik. 'n Soektog op die Nexusdatabasis het geen soortgelyke studie aan die lig gebring nie.

1.12.2 Empiriese ondersoek

- Onderhoude (sien hoofstuk 2)
Semi-gestruktureerde onderhoude is met Venessa Schoeman van *Finesse*, Adri-Louise van Renen van *Lig*, en Christine Ferreira van *Lééf* gevoer waartydens elkeen se redaksionele beleid en ander sake van belang bespreek is. Volgens Mason (1996:38)

bestaan kwalitatiewe onderhoudvoering gewoonlik uit indiepte semi-gestruktureerde onderhoude wat meer los van aard is. Die doel van die onderhoude is om 'n groter begrip te kry van Afrikaanse Christelike tydskrifte se uitdagings en doelwitte.

- Inhoudsanalise

Die voorblaaie en inhoud van *Finesse*, *Lig*, *Lééf* en *Sarie* vir die tydperk Januarie 2008 tot Desember 2008 is aan die hand van gestelde kenmerke en benaderings (vanuit die literatuurstudie) met mekaar vergelyk. *Finesse*, *Lig* en *Lééf* is gekies vir hierdie studie omdat hulle aldrie binne dieselfde nismark val, naamlik Afrikaanse Christelike tydskrifte, en ook al drie ván en ná 1998 hulle verskyning op tydskrifrakke gemaak het. Al drie is van verskillende uitgewers. *Sarie*, wat nie in dieselfde nismark val as bogenoemde drie tydskrifte nie, is gekies om te bepaal hoe die Afrikaanse Christelike publikasies met 'n Afrikaanse sekulêre publikasie verskil of ooreenkom. *Sarie* is sirkulasiegewys die voorste vrouetydskrif in Suid-Afrika. Michéle van Breda, redakteur van *Sarie*, is ook oorkoepelende hoof oor *Lééf*.

In hoofstuk 3 word die voorblaaie beskryf en bespreek deur die volgende vrae aan die orde te stel:

- Wie word as voorbladmodel gebruik?
- Watter opskrif trek die meeste aandag of het die meeste klem ontvang?
- Watter ander opskrifte verskyn op die voorblad?
- Watter temas ontvang die meeste klem op elke tydskrif se voorblad?
- Hoe gee die voorblad gestalte aan Christelike joernalistiek? Is daar 'n andersheid op die voorblaaie en in welke mate strook die voorblaaie met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word?

In hoofstuk 4 word die inhoud (inhoudsopgawe, voorbladartikels, rubrieke, eksklusiewe artikels en ander artikels) aan die hand van die volgende twee vrae beskryf en bespreek:

- Hoe strook dit met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word?
- Hoe vergelyk die Christelike tydskrifte met *Sarie* as sekulêre tydskrif?

1.13 UITLEG VAN STUDIE

Hoofstuk 1 gee 'n kort oorsig oor die geskiedenis van tydskrifte in Suid-Afrika en ook oor spesifiek Christelike tydskrifte. Daar is ook ondersoek ingestel na om watter redes mense

tydskrifte lees, die ontwikkeling van publikasies in Suid-Afrika, asook die agendastellende rol. Die geskiedenis van *Finesse*, *Lig*, *Lééf* en *Sarie* is ook bespreek.

Hoofstuk 2 fokus op Christelike publikasies. Christelike publikasies word onder twee hoofpunte bespreek. Eerstens word gekyk na wat die literatuur oor Christelike publikasies te sê het. Tweedens word gekyk na wat die redakteurs van *Finesse*, *Lig* en *Lééf* se standpunte ten opsigte van Christelike publikasies is.

In hoofstuk 3 word die **voorblaaie** van *Finesse*, *Lig*, *Lééf* en *Sarie* (uitgawes van Januarie 2008 tot Desember 2008) aan die hand van vrae wat in hoofstuk 1 oor voorblaaie genoem is, met mekaar vergelyk deur hierdie drie tydskrifte se voorblaaie te meet aan die riglyne vir Christelike publikasies soos in hoofstuk 2 bespreek is. Laastens word gekyk of daar 'n beduidende kontras tussen die voorblaaie van hierdie drie Christelike publikasies en die sekulêre publikasie *Sarie* is, of nie.

In hoofstuk 4 word die **inhoud** van *Finesse*, *Lig*, *Lééf* en *Sarie* (uitgawes van Januarie 2008 tot Desember 2008) aan die hand van vrae wat in hoofstuk 1 oor inhoud genoem is, met mekaar vergelyk asook met *Sarie*.

Hoofstuk 5 gee 'n samevatting van die studie en dui aan wat die bevindings was van die navorsingsvrae wat ondersoek is.



Hoofstuk 2

PERSPEKTIEWE OP CHRISTELIKE PUBLIKASIES

2.1 INLEIDING

In hierdie hoofstuk word eerstens aandag gegee aan perspektiewe op Christelike publikasies soos aangetref in die literatuur asook die standpunte van die publikasies en hulle redakteurs wat spesifiek hier ondersoek word. Eersgenoemde plaas die tydskrifte wat hier ondersoek word in 'n breër konteks; laasgenoemde gee 'n goeie aanduiding van wat die leser (of, in hierdie geval, die ondersoeker) in die betrokke Christelike tydskrifte te wagte kan wees. Hierdie perspektiewe behoort, saam met die bevindinge wat op die empiriese ondersoek gegrond word, 'n goeie aanduiding te gee van wat in die algemeen met Christelike tydskrifte bedoel word, by name dié wat op die vrou en/of gesin toegespits is en kommersieel moet oorleef. In die besonder behoort dit aan ons 'n groter begrip te gee van die tydskrifte *Finesse*, *Lig* en *Lééf* binne die Afrikaanse tydskrifmark.

Verder word teoretiese aspekte rakende voorblaaie en agendastelling bespreek. Die spesifieke rigtinggewende argumente wat in die lig hiervan formuleer word, sal in hoofstuk 3 en 4 gebruik word wanneer die verskillende uitgawes beskryf en geanaliseer word.

2.2 WAT SÊ DIE LITERATUUR?

Daar is geen vaste, volmaakte stel riglyne waaraan 'n Christelike publikasie moet voldoen nie. Verskillende kundiges het wel riglyne identifiseer wat kan help met die vorming van gedagtes oor Christelike publikasies. Wanneer 'n Christelike model vir die nuusmedia geformuleer word - hoe tentatief dit ook al mag wees - is dit belangrik om te vra watter Bybelse beginsels en norme vir 'n Christelike mediamodel bestaan en watter implikasies dit vir die joernalis het wat in 'n konstante seleksieproses gewikkel is (Froneman, 1997:1-17).

Daar kan met reg verwag word dat Christelike publikasies anders moet wees as sekulêre publikasies. Maar wat onderskei 'n Christelike joernalistiek van ander joernalistiek? 'n Paar kenmerke wat volgens literatuur belangrik is vir Christelike publikasies, kom sterk na vore in verskillende bronne. Hoewel dit nie noodwendig vir alle Christelike publikasies geld nie, gee die volgende perspektiewe 'n aanduiding van wat ten grondslag van 'n Christelike joernalistiek kon lê:

- **God moet geëer word**

Christelike joernalistiek wil die rigting na God wys en moet daarom God as fokuspunt eer. Deur dit te doen, sal Christelike joernalistiek vanself ontstaan (Van Delden,

2004:33; Olasky, 2006). As volgeling van Christus is een van die verantwoordelikhede van die Christen om God te eer. Dit moet ook na vore kom in die werk van die Christenjoernalis (Slothower, 2008:9). Die Bybel is ook duidelik daaroor dat God geëer moet word: "Of julle dan eet of drink of enigiets doen, doen alles tot verheerliking van God" (1 Korintiërs 10:31). Hieruit is dit duidelik dat alles wat ons doen, tot God se eer moet wees – dus ook joernalistiek.

- **Die gebruiker se verhouding met God moet bevorder word**

God moet in alle massakommunikasie geëer word. Joernalistiek moet mediagebruikers se verhouding met God bevorder en nie verhinder nie. Dit moet hulle oriënteer tot 'n nuttige, Godvrugtige lewe (Froneman, 1997; Van Genderen & Velema, 1993; Van Vlastuin, 1998).

- **Christus moet voorrang kry**

Vir *Christianity Today* is dit belangrik dat Christus voorrang moet kry in alle dinge. Christelike joernalistiek moet die realiteit van die geestelike werklikheid erken: eerstens is God soewerein en niks gebeur sommer toevallig nie. Volgens Hammond (2008:22) bring koerantjoernaliste en TV-aanbieders dikwels die nuus vanuit 'n anti-Christelike oogpunt. Hy sê daar was 'n tyd in die vroeg 19de eeu toe joernalistiek God se soewereiniteit en die mens se verantwoordelikheid beklemtoon het. Vandag gebeur dit egter baie min. "Die feit dat die meeste moordenaars onder invloed van dwelms of alkohol is, word nie beklemtoon nie." "Gehoorsaamheid aan God se Woord het die mees produktiewe, vooruitstrewende en onafhanklike nasies in die geskiedenis geproduseer." Dit is dus moontlik dat lesers nie altyd die volle waarheid of al die kante van 'n storie sien nie (Hammond, 2008:22). Marvin Olasky, 'n professor in joernalistiek aan die Universiteit van Texas asook redakteur van die tydskrif *World*, sê daar is nie 'n neutrale grond nie – die mens se fokus is òf op God, òf op mense (1997).

- **Versoekings moet vermy word en kompromieë moet nie aangegaan word nie**

Versoekings soos materialisme, sekularisasie, rassisme, ensovoorts moet vermy word (Van Genderen & Velema, 1993:307-308). Goeie Christelike joernalistiek trek aandag en is gewild in 'n kompeterende wêreld sonder om te kompromieer op waardes en beginsels (Froneman, 1997). Soos in hoofstuk 1 gesien het *Sarie Marais* aanvanklik 'n sterk Christelike inslag gehad, maar *Huisgenoot* se sukses nadat hulle meer op die menslike aspek en harde nuus begin fokus het, het ook ander *Nasionale Pers* publikasies

beïnvloed (Claassen, 1998:130) en daar kan gesê word dat *Sarie* een hiervan was aangesien *Sarie* so fokus ook verskuif het. Freyn (2008) sê een van die beste voorbeelde van media wat hulle beginsels opoffer vir kommersiële gewin, is die sogenaamde Christelike tydskrifte en hulle gebruik van rubriekskrywers en voorbladmodelle. Volgens hom moet jy net kyk wie vir die Christelike tydskrifte skryf en wie op die voorblad verskyn as jy 'n baie los interpretasie van Christelike waardes wil sien. Volgens Isaac (2008) speel die media 'n toenemend katalitiese rol in 'n wêreld waar geografiese grense amper verdwyn het. Net soos 'n klein bietjie sout 'n verskil aan kos maak, kan 'n Christenjoernalis ook 'n verskil maak. Die kern van 'n Christenjoernalis se getuigenis is wanneer hy/sy alleen kan staan vir die waarheid ten spyte van al die kompromieë en perversiteit rondom hulle. Volgens Isaac maak dié tendens in vandag se joernalistiek die taak van die Christenjoernalis nog moeiliker en kan dié 'n alleenloper word tussen hulle wat hul joernalistieke missie prysgee vir kommersialisasie en wêreldse gewin.

- **Verantwoordelike beeld vir lesers vorm**

Die leser word gehelp om 'n verantwoordelike beeld te vorm van die werklikheid. Kennedy sê dat joernalistiek die Christen wat gemoeid is met sy verantwoordelikheid teenoor Christus in die verskeie sfere van die lewe, 'n buitengewone geleentheid bied om betrokke te raak. Dit blyk egter nie so 'n maklike taak te wees nie. Joernaliste het 'n groot verantwoordelikheid en kan nie toelaat dat hulle vooroordeel 'n drogbeeld van die werklikheid aan lesers voorhou nie (Kennedy, 1972:28; Van Delden, 2004:34).

- **Respekteer mense**

Wanneer nuus ingesamel word, moet altyd onthou word om mense te respekteer, veral in hulle eie huise. Die realistiese inligtings- en ontspanningsbehoefte van lesers moet gerespekteer word (Chapell, 2004:1; Froneman, 1997, 2004). Die persone oor wie geskryf word, is na die beeld van God gemaak volgens Genesis 1:26-27 (1933-vertaling). Wanneer byvoorbeeld oor kwaaddoeners geskryf word, moet gebed word (deur die joernalis) dat die openbaarmaking van die kwaaddoeners se sonde daartoe sal lei dat hulle om vergifnis vra (Chapell, 2004:1). 'n Leser kan ook vir die kwaaddoener waaroor geskryf is, bid. Deur gebed kan daar 'n draaipunt (ten goede) in die kwaaddoener se lewe kom wat dan tot gevolg het dat die skryf van die artikel oor die kwaaddoener, van kardinale belang was. Volgens Romeine 13:1-2 is alle mag deur God daargestel en volgens 1 Timoteus 2:1,2 (1933-vertaling) moet daar vir alle mense, ook

leiers, gebid word. Een van die twee grootste gebooie in die Bybel is dat die mens sy/haar naaste moet liefhê soos hom-/haarself (Matteus 22:37-40). Die Christenjoernalis sal dus ook erken word as volgeling van Christus deur die liefde wat hy aan sy naaste toon, ook in die joernalistiek (Slothower, 2008:9).

- **Akkuraat, volledig en die waarheid vertel**

Betroubare, onverdraaide en akkurate nuus. Hierdie norm word in al wat 'n mediakode is, gevind en is ook volgens God se opdrag in Eksodus 20:16 (1933-vertaling). Christelike joernalistiek moet bewys kan word. Daar moet betroubare bronne en feite wees wat die verslaggewing beaam. Vermoedens, spekulاسie en gerugte moet geen plek hê nie. As die motief vir 'n aksie nie motiveer kan word nie, kan dit nie publiseer word sonder om skuldig te wees aan ongegronde skinderpraatjies nie. Volgens Chapell (2004) red die woorde "na bewering" verskeie publikasies van regsake omdat hulle argumenteer dat hulle nie direk gesê het iets is waar nie. Dit is egter onaanvaarbaar vir Christenjoernaliste omdat dit die Bybel se opdrag om nie te skinder nie, verontagsaam. Die Bybel noem op verskeie plekke (bv. Eksodus 23:1, Efesiërs 4:25, Spreuke 23:10) dat die waarheid altyd vertel moet word. Die waarheid beteken dat daar geen feite weggelaat word nie en dat dit nie 'n halwe waarheid is nie (want 'n halwe waarheid is 'n leuen), maar die volle waarheid. Die Bybel is die Christen se handleiding vir die lewe en moet ook gebruik word wanneer joernalistiek bedryf word. Volgens *Worldmag* verloor Christelike publikasies hulle trefkrag, behalwe wanneer die hoofjoernaliste verstaan dat die Bybel geskik is vir gebruik nie net vir redding nie, maar ook vir gebruik in alle aspekte van die lewe. Woorde en opskrifte moet met versigtigheid gekies word om akkuraat te wees en nie aanstoot gee nie. Daar moet gestreef word na volledigheid. Alle moontlike kante van 'n saak moet ondersoek word, nie net 'n Christelike kant nie. Verskeie bronne (ook in die Christengemeenskap) moet geraadpleeg word (Chapell, 2004:1,3; Froneman, 1997:5, 2004; Kennedy, 1972:42). Psalm 106:3 kan 'n seën, bemoediging en uitdaging wees vir die Christenjoernalis wat reg doen en die waarheid vertel: "Welgeluksalig is hulle wat die reg bewaar, die wat altyd geregtigheid doen" (Fjeldstad, 2008).

- **Opbouend**

Christelike joernalistiek moet opbouend wees. Volgens 2 Timoteus 4:2 moet ons ook "weerlê, bestraf, vermaan in alle lankmoedigheid en lering." Dit sal soms veroorsaak dat nie verslag gedoen word oor dinge wat ander kan benadeel nie. Lesers moet opgebou

word om hulle samelewing krities maar opbouend en diensbaar te benader (Froneman 1997; 2004; Kennedy, 1972:42).

- **Regverdig**

Daar moenie bevooroordeeldheid wees nie. Diegene wie se geloof verskil van dit van die wêreld, moet beginsels hê wat van die wêreld s'n verskil – in besigheid, opvoeding, kuns en ook joernalistiek (Chapell, 2004:7; Kennedy, 1972:42).

- **Omvattende nuus**

Omvattende nuus oor alle fasette van die lewe moet verskaf word. Geen onderwerp is buite die kwessie nie – dit hang net af hoe die media die onderwerp hanteer (Snyman, 1994:66; Froneman, 1997).

- **Bevrydend**

Christelike joernalistiek moet bevrydend wees. Volgens Chapell sal baie wat hulself Christene noem, nie joernalistiek aanvaar wat Christus eer in daad en woord nie. Die begeerte na mag en vergelding is te kragtig. Ons moet onself die vraag afvra of ons joernalistieke beginsels gevorm is deur God, of deur die wêreld. Dit is net so verkeerd om skinderpraatjies aan te hoor as te versprei. Christelike joernalistiek moet die hulpelose beskerm, bese verafsku, genade bevorder en regverdigheid bevorder (Chapell, 2004:1).

- **Positiewe rolmodelle**

Positiewe rolmodelle moet aan lesers voorgehou word (Froneman, 1997; 2004).

- **Bybelse objektiwiteit en 'n Bybelse wêrelduitkyk**

Die Christenjoernalis bring aan die leser 'n artikel wat geskryf is vanuit 'n Bybelse perspektief (Slothower, 2008:6). 'n God-gesentreerde perspektief is van kardinale belang vir 'n Christen wat sy taak verantwoordelik wil uitvoer en só 'n perspektief verskaf die absolute waarheid omtrent enige gebeurtenis (Slothower, 2008:12). Die regte manier om joernalistiek te bedryf is volgens Olasky dat joernaliste sal toelaat dat die Bybel hulle leer hoe om na enige gebeurtenis te kyk en dan daarvolgens daaroor verslag te doen (Olasky, 2006).

Bogenoemde faktore wat in ag geneem moet word by Christelike publikasies, bied aan die Christenjoernalis 'n groot uitdaging. Robert Kirsch het aan sy klasse in tydskrifjoernalistiek aan die *Universiteit van Kalifornië* gesê dat indien hulle suksesvolle skrywers wil wees, hulle duidelik

moet verstaan wat hulle glo en hoekom (Kennedy, 1972:58). Dit kan selfs in die werk van Michelangelo (beeldhouwerk) en Bach en Handel (musiek) gesien of gehoor word dat hulle Christus bely (1972:58). Volgens Fisher (1998:46) verklaar baie studente van die *Regent Universiteit in Amerika* (wat Christenjoernaliste oplei) aan die einde van hulle kurrikulum dat joernalistiek geen plek vir Christene is nie. Wat hierdie joernalistiekopleiding anders maak, is dat die Bybel ook 'n plek het in die klaskamer en dat 'n wêrelduitkyk die manier bepaal hoe hulle na die waarheid soek. 'n Oud-student van die *Regent Universiteit* wat vir *CBN Nuus* (Christian Broadcasting Network) gaan werk het, het genoem dat sy Christelike joernalistiek gestalte laat kry deurdat sy, wanneer sy byvoorbeeld 'n storie moet doen oor mense wat teen kanker veg, mense kry wat sê dat hulle hul immuunstelsels verbeter deur gebed. Betty Medsger se mening is dat 'n persoon ingelig moet wees deur sy eie vooroordele, maar nie daardeur beheer moet word nie (soos aangehaal deur Fischer, 1998:49). Dit is duidelik dat om 'n Christenjoernalis te wees 'n groot uitdaging is waarvoor min kans sien.

Die Christenjoernalis het 'n groot geleentheid om God se waarheid aan 'n groot gehoor bekend te maak. As Christene uit die joernalistiek bly, los hulle die taak om huidige gebeurtenisse te verduidelik totaal in die hande van ongelowiges (George Wallace, aangehaal deur Slothower, 2008:4).

Volgens Ferreira (2007) moet die media bedryf word volgens internasionale beginsels van verslaggewing dat die voorkeure van die meerderheid van die bevolking in die media sigbaar moet wees. Die statistieke in 2007 het getoon dat meer as 70% Suid-Afrikaners aangedui het hulle is Christene. Ferreira het 'n beroep op die media gedoen dat daar meer balans in die media moet wees, dat daar begrip vir ander se standpunte moet wees en mense nie alewig afgekraak moet word nie.

Christelike joernalistiek wil nie maar net inligting oordra, vermaak of 'n ontvlugting wees nie, maar 'n verskil maak (Froneman, 2004:27). Volgens hom is Matteus 10:16 op hulle van toepassing: "Ek stuur julle soos skape tussen wolwe in. Wees dus versigtig soos slange en opreg soos duiwe."

Die tydskrif *Christianity Today* se missie om Christelike inhoud te skep wat mense kan verander sodat hulle die wêreld kan verander (Christianity Today, 2009), dui verder op die groot uitdaging vir die Christenjoernalis.

Volgens die bekende skrywer van Christelike boeke, Maretha Maartens (2009), moet die ware Christelike tydskrif die volgende wees:

- Die ware Christelike tydskrif is 'n **roepingstydskrif**, 'n medium om ander te bedien met die magtige en vrymakende waarheid van die Evangelie.
- **Dit moet ontdaan wees van die dinge wat ons in elk geval elders sou kon vind:** advertensies van haarmiddels en naellak, advertensies van verslankingsprodukte en handsakke.
- **Vry.** Dit is nie kerk- en denominasieverbonde nie, maar vry om Skrifgebonde en Skrifveranker te wees. Dit het nie bekendes nodig nie, maar verwelkom bekendes wat hul passie vir Christus uit vrye wil met die lesers wil deel. Dit is vry van -ismes, bevry van die druk om te kompeteer vir 'n markaandeel, vry om 'n roeping te volvoer. Dit is veral vry van groeiende materialistiese motiewe. Dit moet uiteraard ekonomies oorleef. Die uitgewer van 'n ware Christelike tydskrif moet oor die kundigheid beskik om die tydskrif met strategiese wysheid te bestuur, maar ook die diepe verantwoordelikheid voor God hê om te weet wanneer genoeg genoeg is.
- **Die inhoud van 'n ware Christelike tydskrif is passievol en wys, nie-sentimenteel en relevant.** Die eindresultaat is 'n tydskrif waarin die Skrif sentraal staan, 'n tydskrif waarin gelowiges getuig van wat hulle tans in en deur Christus beleef.
- Die ware Christelike tydskrif laat die leser **nie altyd goed voel nie**. Dit is 'n **tydskrif van waarheid, in die gees van Hebreërs 4:12** (1933-vertaling): "Want die woord van God is lewend en kragtig en skerper as enige tweesnydende swaard, en dring deur tot die skeiding van siel en gees en van gewrigte en murg, en is 'n beoordelaar van die oorlegginge en gedagtes van die hart." Maar wanneer die nie-goedvoelfase van worsteling met die inhoud van die ware Christelike tydskrif verby is en die waarheid van die Woord in die leser gewerk het, het geestelike groei plaasgevind en beweeg die leser dieper in die vreugde en blydschap van 'n verhouding met Jesus Christus in.
- Die ware Christelike tydskrif is **altyd vol hoop, want ons hoop is Christus**. Dit het egte blydschap, want Christus het gekom om vir ons blydschap te gee.
- Die ware Christelike tydskrif is 'n **tydskrif, nie 'n akademiese publikasie nie**. Die inhoud word in bevatlike styl aangebied. Die integriteit van elke artikel is bo verdenking en waardig die Evangelie.
- Die ware Christelike tydskrif is **deur en deur keurig en smaakvol**. Dit stel 'n standaard. Dit is, in die idoom van die Skrif, " 'n lieflike geur".

- Die ware Christelike tydskrif **word daagliks weer gebore in gemeenskap met die Here, is verantwoordelik aan die Here en staan in diens van die Christus wie se Naam daarin bely word.**

'n Paar Christelike publikasies (uitsluitend *Finesse*, *Lig en Léf*) wat van die beginsels wat hierbo genoem is, toepas, gaan van naderby bekyk word:

2.3 VOORBEELDE VAN CHRISTELIKE PUBLIKASIES

Begrip vir die doel van Christelike publikasies kan verkry word as na voorbeelde van goeie Christelike publikasies wêreldwyd gekyk word.

Mary Fairchild (2009), wat voltyds in die Christelike bediening is sedert 1988 en optree as redakteur en skrywer vir *Calvary Chapel*, se lys gunsteling elektroniese/gedrukte publikasies sluit 'n weeklikse tydskrif, *World Magazine*, in wat wêreldnuus vanuit 'n Bybelse perspektief gee. *World Magazine* fokus dikwels op nuus wat deur ander media verkeerd of onvoldoende rapporteer is. Die gewone nuusonderwerpe soos in enige sekulêre nuustydskrif is hier aanwesig, maar die verskil is dat dit vanuit 'n Bybelse perspektief gebring word.

Worldmag (die e-weergawe se naam) berig dat jy, voordat jy 'n koerant of tydskrif wil publiseer, eers in staat moet wees om sy teologiese, politiese en kulturele perspektiewe te beskryf. Dit is nie genoeg om te sê dis 'n Christelike publikasie nie. Volgens *Worldmag* moet 'n Christelike publikasie onderrig deur te wys eerder as te vertel. 'n Eenvoudige toets om die storie te evalueer is as volg: Gaan deur die artikel en omkring elke konkrete detail, spesifieke voorbeeld en gedefinieerde aanhaling. Onderstreep dan elke veralgemening, nie spesifieke byvoeglike naamwoorde of bywoorde (Olasky, 2009). *Worldmag* se doel is om verslag te doen oor goeie en slegte nuus; adverteerders beïnvloed nie nuusinhoud nie; hulle staan vir feitelike korrektheid en Bybelse objektiwiteit; hulle glo hulle doel is om God te vereer vir ewig – en dat hierdie "ewig" nou begin.

Worldmag som hulle doelwit op as dat hulle probeer om "sout en nie suiker nie", te wees (*Worldmag*, 2009). *Worldmag* publiseer goeie nuus sonder om dit te "soet" te maak, maar ook slegte nuus, omdat Christus se genade meer betekenisvol word as ons bewus is van ons sonde. Verder noem hul ook:

- Ons is afhanklik van God en onafhanklik van enige politieke of ander groep.

- Ons laat nie toe dat adverteerders nuusinhoud beïnvloed nie.
- Ons soek stories wat nie uit die duim gesuig is nie.
- Ons wil hê lesers moet die wêreld geniet soos God dit gemaak het.
- Ons staan vir feitelike korrektheid en Bybelse objektiwiteit.
- Ons onderskei tussen sake waaroor die Bybel duidelik is en waaroor nie.
- Ons onderskei tussen joernalistiek en propaganda.
- Ons glo ons doel is om God te eer vir ewig – en dit begin nou.
- Ons is nie Christene met reëls teen alles wat pret is nie.
- Ons glo in 'n God wat die waarheid vertel en wil hê ons moet dieselfde doen.

Uit bogenoemde punte is dit duidelik dat *Worldmag* 'n hoë standaard vir hulself gestel het, maar dat hulle hoofsaaklik wil hê dat die waarheid moet seëvier en hulself onderwerp aan die riglyne van die Bybel. *Worldmag* probeer nie om net oor onderwerpe wat binne die Christelike raamwerk val (soos dissipelskap, evangelisasie, kerk, ensovoorts) te skryf nie. Wat hierdie publikasie onderskei is die feit dat daar oor alle nuus berig word waaroor in sekulêre publikasies geskryf word, maar *Worldmag* skryf daarvoor vanuit 'n Christelike perspektief en probeer om aan die lesers die volle waarheid van 'n gebeurtenis te bring sonder om feite te bring waaroor hulle nie heeltemal seker is nie. Daar word dus nie op 'n halwe waarheid gefokus nie, maar die volle waarheid oor 'n gebeurtenis word uitgelig.

Eerste op Fairchild (2009) se lys is egter die Amerikaanse Christelike tydskrif *Christianity Today* (CTI) wat wêreld-, nasionale, kerk- en bedieningsnuus dek. Praktiese inligting oor verskillende aspekte van die Christelike lewe word gegee. CTI is 'n nie-winsgewende kommunikasiebediening met die missie om Christelike inhoud te skep wat mense verander sodat hulle die wêreld kan verander (Christianity Today, 2009). Daar word ook oor algemene nuussake geskryf soos die ekonomiese krisis, Barack Obama en aardverwarming, maar daar is ook heelwat artikels met Christelike temas soos dissipelskap, kerkleiers en evangelisasie.

Christianity Today identifiseer die volgende kenmerke waaraan voldoen moet word sodat hulle visie of missie bereik kan word (Christianity Today, 2008):

- Christus moet voorrang kry in alle dinge
- Duidelike klem op bediening
- Geloofwaardige inhoud wat op die Bybel baseer is
- 'n Vredeliewende toon wat oortuiging en liefde kommunikeer
- Uitstekende joernalistiek en professionele integriteit

- Kreatiewe geesdrif en nederige ontevredenheid met hoe dinge nou is
- Personeelontwikkeling, diversiteit en toegewydheid
- Finansiële gesondheid en krag
- Gefokusde, strategies beplande groei

Dit is duidelik uit bogenoemde dat *Christianity Today* nie net 'n gewone tydskrif wil wees nie. Hulle erken Christus as die belangrikste asook die Bybel en probeer deur hulle joernalistiek die Christelike waardes toepas.

In 1970 op *Christianity Today* se 15de herdenkingsuitgawe het hul 'n "verklaring van doel" publiseer wat onder andere die volgende sê (Kennedy, 1972:47):

Ons glo dat Christenskap die mees intellektueel bevredigende en lewensvatbare uitkyk op die lewe is; dat dit redelik en verdedigbaar is, dat die Heilige Gees met die mens se gees en hart praat; dat daar 'n voortdurende behoefte is aan tydskrifte wat die Bybelse uitkyk verklaar en uiteensit.

Ons glo dat jong en ou Christene op soek is na leiding in hul daaglikse probleme, ekonomie, ens. Hulle maak staat op Christelike leiers om te help. Alle evangeliste moet aangemoedig word om hulle geloof deur hulle beroepe uit te druk.

Ons glo dat Christenskap oor en oor bewys het dat dit verwant kan wees aan nuwe omstandighede. Ons glo dat Christenskap se beginsels toegepas kan word op enige ouderdom en vir enige probleem.

CT sal vir sterk, kreatiewe benaderings soek en die nodige risiko's neem. Ons sal voortgaan om die kerk en wêreld te roep tot bekering en nuwe geloof in Jesus Christus. Ons sal nie huiwer om ongeloof in kerke duidelik te maak of krities te reageer oor sake nie. Ons sal gelowiges sterk aanmoedig om in lyn met die Woord van God te leef. Ons maak staat op die ondersteuning en gebede van ons lesers, asook hulle voorstelle vir verbetering.

CTI probeer om vir Christene leiding te gee. Hulle dek die gewone nuusgebeure én bied direkte Christelike artikels oor dissipelskap en ander Christelike onderwerpe.

Die skrywer Maretha Maartens sien die e-publikasie *Christian Women Online* as 'n eg Christelike tydskrif (Maartens, 2009). Hierdie publikasie stel hulleself op hulle webwerf bekend met die slagspreuk dat hulle vroue van geloof verenig (Christian Women Online, 2009). Daar word geskryf oor onderwerpe wat vrouens help in die daaglikse lewe. Artikels oor ouerskap, finansies, vriende, ensovoorts help vrouens om situasies te hanteer en gee raad vanuit 'n Christelike perspektief. Van die skrywers deel ook persoonlike ervarings waarmee lesers kan assosieer en vertel hoe hulle geloof hulle deur die situasie gekry het. Ongelukkig het hierdie publikasie se laaste uitgawe in Julie 2009 verskyn. *Christian Women Online* was 'n publikasie

vir vroue waar hulle kon kontak maak met ander vroue en hoop en inspirasie vir die lewe kon kry.

Nog 'n Christelike publikasie, *Christian Women Today*, skryf oor onderwerpe wat vroue interesseer soos gesondheid, mode en ouerskap en ook onderwerpe soos geestelike groei en gebed. Een van die artikels handel byvoorbeeld oor die vraag wat mense vra: "As God in beheer is, waarom...". Verse uit die Bybel word gebruik om te verduidelik dat die mens gereeld herinner moet word aan hulle afhanklikheid van God en daarom soms in moeilike situasies beland – dat hulle op God kan vertrou. Daar word ook uitgewys dat Paulus ook in moeilike situasies beland het waar hy op God moes vertrou soos in 2 Korintiërs 1 (1933-vertaling) (*Christian Women Today*, 2009). 'n Ander artikel oor ouerskap gee raad aan ouers wat wonder hoe om hulle kinders te leer om op en af van die sportveld hulle Christelike geloof uit te leef. Die artikel verduidelik dat daar geen perfekte formule is om kinders groot te maak nie en ook geen belofte dat hulle wel sal uitdraai soos die ouers hoop nie, maar dat daar sekere riglyne is wat kan help om kinders aan die regte dinge bloot te stel. Daar word gepraat oor rolmodelle, inspirerende kampe waarop kinders kan gaan, wat ouers kan doen asook die belangrikheid van gebed (*Christian Women Today*, 2009).

Ook die Suid-Afrikaanse *Joy!* het 'n duidelike visie en waardes waarvolgens hulle funksioneer (*Joy!*, 2009). *Joy!* streef daarna om God te vereer deur op te voed, in te lig en die bevordering van die Bybelse wêrelduitkyk en toepassing van die heerskappy van Jesus Christus in alle areas van die lewe. Hulle waardes is as volg:

- Strewe daarna om uitstekend te wees en integriteit te hê.
- Verskaf interessante, akkurate en eerlike verslaggewing ten alle tye.
- Beveg die duiwel en nie broers en susters in Christus nie.
- Respekteer alle Christelike denominasies.
- Soek altyd daarna om die Liggaam van Christus te verenig.
- Evalueer alles in die lig van die Bybel.
- Moedig lesers aan om die Bybelse mandaat uit te voer om sout en lig in die gemeenskap te wees.
- Moedig leserdeelname aan.
- Motiveer lesers tot aksie.
- Wees daarop gefokus om oplossings te vind.
- Neem persoonlik verantwoordelikheid.

Dit is duidelik dat *Joy!* volgens sterk waardes funksioneer en dit as riglyne gebruik vir wat in die tydskrif verskyn. Hulle waardes word ook voor in die publikasie gedruk sodat lesers bewus is van hulle uitkyk. *Joy!* het 'n sterk teologiese aanslag en skryf oor onderwerpe soos bekering, die sondaarsgebed en wys ook die leuens van evolusie uit.

In die lig van wat literatuur oor Christelike publikasies sê, kan die volgende spesifieke rigtinggewende argument geformuleer word:

Spesifieke rigtinggewende argument 1:

Christelike joernalistiek moet God eer; die gebruiker se verhouding met God moet bevorder word; daar moet aan Christus voorrang gegee word; versoekings moet weerstaan word en daar moet nie kompromieer word nie; dit moet verantwoordelik wees; mense moet gerespekteer word; dit moet akkuraat, opbouend, regverdig, omvattend en bevrydend wees en positiewe rolmodelle moet voorgehou word. Daar word 'n andersheid op die voorblaaie van Christelike tydskrifte verwag en modelle se lewens moet hulle Christelike waardes weerspieël. Woorde en opskrifte moet versigtig gekies word sodat dit waar is en weergee wat die opskrif sê.

Dit is dus duidelik dat Christelike joernalistiek aan hoë standarde moet voldoen en dat daar 'n andersheid verwag word wat nie by sekulêre tydskrifte gekry sal word nie. Die praktyk verskil egter dikwels van die teorie en daarom word ook gekyk na die redakteurs se standpunte.

2.4 WAT SÊ DIE REDAKTEURS VAN *FINESSE*, *LIG* EN *LÉÉF*?

Die redakteurs van *Finesse*, *Lig* en *Lééf* het elkeen 'n bepaalde idee van hoe kenmerke en benaderings wat geassosieer word met Christelike joernalistiek (soos hierbo bespreek) tot uiting kan kom. 'n Beter begrip en agtergrond van elkeen van die tydskrifte is nodig om te verstaan hoe hulle funksioneer. Inligting oor die tydskrifte se redaksionele beleide en posisionering of teikenmarkte word ook in ag geneem. Die belangrikste is egter die onderhoude wat met die redakteurs gevoer is.

2.4.1 *Finesse*

Volgens Venessa Schoeman, redakteur, is *Finesse* 'n goedvoel-leefstyltydskrif vir die Christenvrou (Schoeman, 2009). Die inhoud is opbouend en inspirerend en *Finesse* moedig lesers aan om voluit te leef en hulle volle potensiaal te bereik – fisies, emosioneel en geestelik.

Daar word van gewone mense se buitengewone ervarings en van buitengewone mense se lewensveranderende ervarings vertel. "Ons lag en huil saam met ons lesers en inspireer mekaar en leer en groei saam. Ons deel inspirasies en streef daarna om lewens te verander," sê Schoeman. *Finesse* verstaan die leser en hoor by die lesers wat hulle behoeftes is.

Finesse is spesifiek gemik op Afrikaanssprekende vroue van 30 jaar en ouer. Volgens navorsing het *Finesse* 'n leserstal van omtrent 309 000 en woon lesers hoofsaaklik in stedelike gebiede. Die *Finesse*-leser het opleiding en is oorheersend getroud met kinders. Sy is 'n ma, vrou en besigheidsvrou en het al die inspirasie nodig wat sy kan kry om haar lewe te balanseer en verryk (Schoeman, 2005:27).

Volgens Schoeman (2005:27) is *Finesse* se inhoud op vier pilare baseer:

1. Jouself
Hierdie afdeling handel oor emosionele gesondheid en sluit artikels in oor jou innerlike, hoe om jou drome te volg, hoe om tyd te maak vir wat regtig belangrik is in jou lewe.
2. Jou lewe
Hierdie afdeling sluit advies in oor verhoudings – met jou man, familie, vriende, kinders, kollegas en ander. Dit sluit ook beroepskwessies in.
3. Jou siel
Gee advies oor hoe om geestelik te groei en meer vervulling uit die lewe te kry.
4. Jou liggaam
Sluit artikels in oor skoonheid, mode, gesondheid en jou huis.

Volgens Maretha Maartens, *Finesse* se eerste redakteur, het die tydskrif se karakter verander sedert dit in Mei 1998 vir die eerste keer op die rakke verskyn het en noem sy dat ekonomiese redes moontlik die rede hiervoor is (2009). *Finesse* het in die beginjare voorbladmodelle gebruik wat as sterk geestelike leiers bekend gestaan het, "algaande het bekendheid en gewildheid van voorbladmodelle belangriker geword as uitgesproke Christenskap" (Maartens, 2009). Maartens is van mening dat bekendes as voorbladmodelle nie noodsaaklik is vir die ware Christelike tydskrif nie.

In 'n onderhoud met die redakteur van *Finesse* is groter duidelikheid verkry oor die tydskrif. Volgens Schoeman (2009) het *Finesse* 'n geskrewe redaksionele beleid in plek, maar dit kan eerder "huisreëls" genoem word en dit bevat slegs inligting oor taalbeleid, tydskrifredigering en "moets, mags en moenies" vir styl. Die tydskrif het ook 'n dokument saamgestel wat ingestuur is

toe die blad vir die *Pica*-toekennings in aanmerking wou kom. Daarin is *Finesse* as 'n "goedvoel-leefstyltydskrif vir die Afrikaanssprekende vrou" geposisioneer. Op die vraag of sy *Finesse* as 'n spesifiek Christelike publikasie sien, het Schoeman die volgende geantwoord:

"Nee, *Finesse* is geloods as 'n leefstylpublikasie vir die Christenvrou. Ek dink daar is nogal 'n groot verskil; as jy praat van 'n Christelike publikasie, is alles in daardie publikasie Christelik. *Finesse* is egter 'n leefstylpublikasie, so ons kyk na die vrou as geheel, ons kyk na haar hele lewe: haar kinders, haar man, haar gewig, haar gesondheid, haar huis, kosmaak."

Sy noem ook dat hulle byvoorbeeld nie gesondheid vanuit 'n Bybelse perspektief bespreek nie, maar dat hul die beste kenners op elke gebied gebruik wat vir hulle die beste raad oor 'n spesifieke gebied kan gee. Volgens Schoeman is *Finesse* anders as *Sarie* en *Rooi Rose* in die sin dat *Finesse* wel 'n geestelike afdeling in die tydskrif het waar die vrou gehelp word om geestelik te groei deur by ander te leer wat byvoorbeeld deur dieselfde situasie gegaan het – daar is getuigenisse. "Dit moet soos tydskrifstof voel, maar sy moet voel sy kry iets meer, dit moet haar dieper raak" (Schoeman, 2009).

Finesse het aanvanklik gesukkel om adverteerders te kry omdat die konsep van 'n Christelike publikasie vreemd was en baie adverteerders gedink het Christene is "agter die klip". *Finesse* het 'n toetsgroep van omtrent 200 persone waarheen hulle elke uitgawe se moontlike stories en vyf opsies vir die voorbladmodel stuur. Die terugvoer van hierdie toetsgroep word dan by die redaksievergadering bespreek en dan word besluit wat wel in die uitgawe sal verskyn. Hierdie proses word met elke uitgawe gevolg. Dit dui daarop dat *Finesse* die menings van mense buite die vaste redaksie vra ten opsigte van belangrike besluite soos die voorbladmodel. Dit is dus vir hulle belangrik om die toetsgroep se menings te hoor en dit sal hulle besluite beïnvloed.

Volgens Schoeman is *Finesse* in die beginjare dikwels gekruisig oor die voorbladmodel (2009). Lesers het verwag dat iemand wat kerk toe gaan of 'n ouderling of diaken is op die voorblad moet verskyn. Volgens haar is dit egter nie altyd moontlik nie en word bekendes vir voorblaaie gebruik om meer lesers te trek. *Finesse* probeer egter altyd 'n bekende wat 'n inspirasie vir ander kan wees, as voorbladmodel gebruik. Die beste verkoper tydens 2008 was *Finesse* se verjaarsdaguitgawe in Mei waarop daar tien bekende vroue was wat 'n inspirasie vir mense is. Dit is vir Schoeman amper belangriker dat die tydskrif lekker moet lees as dat dit so akademies korrek is. Hieruit kan afgelei word dat sy eerder die styl van hoe mense praat sal aanvaar as 'n absoluut korrekte styl wat dalk nie so lekker lees nie. Tog is korrekte spelling vir haar belangrik. Sy sê: "skryf soos jy praat".

Opsommend kan gesê word dat *Finesse* baie sterk klem daarop plaas om 'n inspirasie vir lesers te wees. *Finesse* posisioneer haarself as goedvoel-leefstylpublikasie vir die Christenvrou.

2.4.2 *Lig*

Lig is 'n Afrikaanse Christelike gesinstydskrif wat gesinne (kern-, uitgebreide en nie-tradisionele gesinne) wil bemagtig om met oorgawe te leef en sodoende 'n positiewe verskil in die samelewing te maak. *Lig* spreek lewenskewissies aan wat gesinne moet hanteer, vertel die verhale van bekende gesinne en rus ook die leser geestelik toe. *Lig* is onbeskaamd Christelik en spreek elke lid van die gesin aan, aldus Van Renen (2008).

Van Renen het wel 'n dokument saamgestel waarin die redaksionele beleid van *Lig* saamgevat word, maar sê dat dit meer mondelings oorgedra word en dat daar 'n oop kommunikasiestruktuur binne die redaksie is. *Lig* het dikwels gesprekke om te praat oor wat hulle doen, waarheen hulle op pad is en wat hulle nie wil wees nie. *Lig* het eers in 2004 op die rakke begin verskyn, voor 2004 is *Lig* net na intekenaars en gemeentes gestuur. *Lig* se doel is om duidelike standpunte in te neem. Volgens Van Renen wil sy nie hê iemand moet iets in *Lig* lees en na die tyd wonder wat hul eintlik probeer sê het nie. *Lig* se grootste kompetisie is *Finesse* en *Lééf* en die nuwe Afrikaanse weergawe van *Joy!* (naamlik *Juig!*) wat Mei 2009 begin verskyn het (Van Renen, 2008).

Lig onderskei homself egter van *Finesse* en *Lééf* deurdat dit 'n gesinstydskrif is – met iets vir elke lid van die gesin: "Afrikaans, Christelik, gesin". Volgens Van Renen verskil *Lig* van ander Christelike tydskrifte deurdat die inhoud grotendeels goed nagevorsde, vollengte artikels en volblad rubrieke is. Daar word nie ruimte afgestaan aan bladsye met brokkies algemene inligting nie. Sake soos skoonheid en kosmaak speel nie 'n besondere groot rol in *Lig* soos wat die geval in sommige ander Christelike publikasies dalk is nie. "Dit is ook vir ons baie belangrik dat *Lig* deur enige Christen gelees kan word - of hy nou 'n lidmaat van die AGS, Hervormde Kerk, Gereformeerde Kerke of Nuwe Pinkster Kerk of NG Kerk is. Daarom verwys ons nie na enige denominasie nie en hanteer ook nie in dogmatiese sake nie omdat dit nie die kern van Christenskap is nie."

Volgens Van Renen moet bekende persone op voorblaaie gebruik word, omdat dit as trekpleister dien (2009). *Lig* kies mense wat besig is met geloof – nie noodwendig engele nie, maar mense wat hulle geloof uitleef en ook vrae vra oor geloof en selfs daarmee stoei. Die beste verkoper van 2008 was die Mei-uitgawe met Hestrie Cloete op die voorblad. Die November-uitgawe met Hennie Jacobs (*7de Laan* se Diederik) en sy verloofde was ook 'n baie

goeie verkoper. Die inhoud word so saamgestel dat daar vir elkeen in die gesin iets is. Die tyd van die jaar en hoe dit die gesin raak, is ook bepalend bv. Januarie is skooltoegaantyd, ensovoorts. Die kern is dat *Lig* 'n verskil maak in die gesin se lewe. Van Renen beskryf *Lig* se grondslag as volg: "Christus is ons enigste Verlosser, God is Liefde."

Van Renen sê dat gedrukte media nooit van die rakke af sal verdwyn nie. "Die term 'Christelik' gee jou nie verloop om slegter te lyk as ander tydskrifte nie. Jy moet juis 'n voorloper wees - wat inhoud, voorkoms, ens betref" (Van Renen, 2008). Klem is geplaas op die kern van *Lig*: om 'n verskil te maak en Christus te erken as enigste Verlosser en aan die leser artikels met diepte te verskaf.

2.4.3 *Lééf*

Volgens die redakteur van *Lééf*, Christine Ferreira (*The Media*, 2005:26) vat die spanning van vandag se vinnige pas asook globale en plaaslike kwessies saam met gemeenskaplike verwagtings baie van 'n mens en is daar 'n behoefte vir 'n veilige geestelike huis. *Lééf* gee volgens Ferreira die diepte en geestelike inhoud wat nie in ander tydskrifte gevind word nie. Daar is groot fokus op lesers se emosionele en persoonlike waardestelsels. Die tydskrif bied goedvoel stories, maar laat die leser nooit onaangeraak nie. Sielskos, dag-tot-dag skoonheid en mode, familie lewe, gesondheidsake, geldkwessies en vele meer word aangespreek. Soos in die onderhoud gesien is, het *Lééf* nie 'n geskrewe redaksionele beleid nie. Volgens Inge Verster, eindredakteur van *Lééf*, (Verster, 2009) druk *Lééf* dit vir nuwe skrywers op die hart dat hulle streng oor hulle geloofwaardigheid as Christentydskrif waak – "alle bronne moet dus so ver as moontlik geloofwaardig wees in terme van die Christelike beginsels. Ons streef ook daarna om lekker gebalanseerd na menings regoor die denominele spektrum te kyk. Die hoop-faktor is vir ons belangrik – ons kies om genesing en positiwiteit uit te dra deur op mense se belewenisse van groei en oorwinning te fokus – te midde van uitdagende, swaar omstandighede."

Volgens Mari Lategan (soos aangehaal deur Talotta, 2005:33) teiken *Lééf* nie 'n spesifieke ouderdomsgroep nie, maar eerder mense met 'n spesifieke ingesteldheid. Dit is volgens Lategan die perfekte leesstof vir die Afrikaanse vrou wat na meer geestelike diepte in glansvrouetydskrifte soek.

Lééf het glad nie 'n formele geskrewe redaksionele beleid nie, maar verduidelik hulself goed deur 'n dokument wat hulle opgestel het oor die kern van hulle handelsmerk. "Ons skryf vir die Afrikaanse vrou wat meer diepte soek in 'n glansvrouetydskrif. Die inhoud moet haar omarm; dit moet haar nie onaangeraak laat nie en dit moet die waardes waarvolgens sy leef, reflekteer. Ons glo daardeur gee ons rigting en betekenis aan haar lewe. *Lééf* moet soos 'n geliefde vriendin wees

vir die leser en dit moet haar gees voed, dit moet haar hoop gee vir die toekoms en dit moet haar bemagtig om die lewe voluit te lewe met hart en siel" (Ferreira, 2009).

Verder noem Ferreira (2009) dat wat in *Lééf* staan altyd gemeet moet word aan Bybelse waardes. *Lééf* behoort glad nie aan 'n denominasie nie. Ferreira het die volgende dinge van die begin af oor *Lééf* besluit: "Dit moet 'n gehalte tydskrif wees, dit moet mooi wees en inhoud met absolute integriteit. Ek is geensins bereid om 'n kompromie te tref op die inhoud nie en indien dit adverteerders afskrik, is dit nou maar een van daai dinge. Ons is skaamteloos Christelik." *Lééf* se eerste helfte is die "hart"-deel waarin daar die mode, skoonheid, en bekende persoonlikhede figureer. Die "siel"-deel is reg in die middel van die tydskrif en bevat inligting oor verhoudings en selfhelp. Die laaste deel van die tydskrif is "met hart en siel" en bevat inligting oor kos, kuns en skryf. Dit is die kreatiewe deel waar die hart en siel bymekaar kom. "*Lééf* omvat alle aspekte van 'n Christelike vrou se lewe, maar die goue draad is Christelikheid."

Volgens Ferreira (2009) word *Lééf* in 'n absolute toeganklike, wêreldse verpakking verpak sodat 'n nie-Christen ook *Lééf* kan optel en welkom voel. Hulle toets alles wat hulle skryf om te sien of dit in ooreenstemming met die Woord is en of hulle altyd die waarheid praat. Ferreira noem ook dat *Lééf* se redaksie elke oggend saam bid en die Here vra wat om te doen met hulle tydskrif en ook om die regte deure oop te maak en toe te maak ten opsigte van die voorbladmodel. Ferreira is van mening dat gedrukte tydskrifte nie sal verdwyn nie, maar dat daar altyd daarvoor plek sal wees. "Die betowering en lekkerte van tydskrifte sal jy nooit kan vervang nie." Ferreira noem dat hulle nie belangstel om hulself aan die kompetisie te meet nie, maar dat hulle hulself hoofsaaklik aan God se standaard meet en 'n baie sterk idee het van wat hulle wil doen en daarom nie nodig het om hulself te vergelyk met ander tydskrifte nie.

Wat maak *Lééf* anders as ander Christelike tydskrifte? Ferreira (2009) sê hoe *Lééf* lyk, hoe mooi elke uitgawe is, maak *Lééf* anders, die harte van die redaksie kom uit in die tydskrif en integriteit bo alles. "Daar is 'n sagtheid van hart in die tydskrif en ek dink 'n mens kan regtig die Gees van die Here in hierdie tydskrif sien." Volgens Ferreira is die leser se verwagting dat die voorbladmodel 'n Christen moet wees. Sy moet ook 'n "skoon beeld" in die publiek hê. "Haar lewe moet getuig van 'n pad met die Here." *Lééf* gebruik ook bekende persoonlikhede op die voorblad, maar hulle moet aan bogenoemde kriteria voldoen en aktueel wees. *Lééf* se beste verkoper van die voorblad in 2008 was Carike Keuzenkamp en ook Penny Coelen. *Lééf Man* is in Junie 2009 bekendgestel en het 'n seksie aan die agterkant van *Lééf* wat vier maal per jaar verskyn.

"Integriteit altyd, skoonheid bo alles, om die balans te hou, om modern en relevant te wees, om so uniek as moontlik te wees, om sonder pretensie te wees, konsekwent, kwaliteit-inhoud, die taal van die leser te praat en toeganklik" (Ferreira, 2009).

Die oorkoepelende boodskap van *Lééf* is dat daar nie kompromieer word nie, inhoud met integriteit aan lesers verskaf word en alles aan Bybelse waardes gemeet moet kan word.

2.4.4 Opsommend

Van die kommentaar van die redakteurs van *Lig* en *Lééf* stem ooreen met dit wat die literatuur (sien spesifieke rigtinggewende argument 1) oor Christelike publikasies gesê het, byvoorbeeld dat Christelike joernalistiek God moet eer. *Finesse* se hoofokus is om te inspireer – dit stem ook ooreen met wat die literatuur as belangrik geag het, naamlik dat dit opbouend moet wees.

Van die punte wat belangrik geag is deur literatuur is egter nie genoem deur die redakteurs nie, byvoorbeeld dat mense respekteer moet word en opskrifte so gekies moet word dat dit nie dubbelsinnig is nie. In die literatuur het dit ook duidelik geword dat daar 'n andersheid op voorblaaie van Christelike publikasies verwag word, terwyl redakteurs van mening is dat bekendes wel op voorblaaie gebruik moet word. *Finesse* gebruik voorbladmodelle wat lesers op een of ander manier kan inspireer. *Lig* het wel genoem dat die bekendes wat as voorbladmodelle gebruik word, mense moet wees wat met geloof besig is en *Lééf* het genoem dat die bekende op die voorblad 'n skoon beeld by die publiek moet hê.

Die bydraes van die redakteurs dra baie by tot die studie omdat daar vanuit 'n praktiese oogpunt en vanuit hulle harte gekyk is na die publikasie eerder as om akademies korrekte bewoordings te gebruik. Die redakteurs is tog die persone wat in beheer is van die tydskrif se stemming en boodskap en daarom is hulle insette van kardinale belang omdat hulle op die ou einde bepaal wat op die tydskrifrakke beland.

Finesse se redaksionele beleid word "huisreëls" genoem en bevat inligting oor die taalbeleid en styl wat hulle volg. *Lig* het 'n geskrewe redaksionele beleid, maar dit word meestal mondelings oorgedra. *Lééf* het nie 'n formele geskrewe redaksionele beleid nie, maar 'n sekere standaard word van artikels verwag en dit word meestal mondelings oorgedra.

In die lig van wat bogenoemde redakteurs oor Christelike publikasies te sê gehad het, kan die volgende spesifieke rigtinggewende argument geformuleer word:

Spesifieke rigtinggewende argument 2:

'n Christelike publikasie moet mense inspireer. Die inhoud moet Christus erken as enigste Verlosser en weerspieël dat God liefde is. Inhoud moet ook integriteit hê en die waarheid praat en aan die Bybel gemeet kan word. Voorbladmodelle moet 'n pad met die Here stap en 'n skoon beeld by die publiek hê. Daar moet nie kompromieer word nie en die leser moet welkom voel en hoop kry.

2.5 VOORBLAAIE

Finesse meen dat voorbladmodelle 'n inspirasie moet wees. Die redakteurs van veral *Lig* en *Lééf*, net soos gevind is in die teorie/literatuur, voel sterk dat daar 'n andersheid by Christelike publikasies moet wees en dat voorbladmodelle 'n skoon beeld by die publiek moet hê en 'n pad met die Here moet stap. Maar is dit haalbaar en wat speel alles 'n rol by die voorblad?

Die voorblad van enige tydskrif is die leser se eerste ontmoeting met die tydskrif. Dit is dan ook waarom dit bydra tot hierdie studie en daarna gekyk moet word. In hoofstuk 3 gaan die voorblaaie van 'n jaar se uitgawes van elke tydskrif analiseer word. Voordat dit gedoen kan word, moet eers ondersoek ingestel word oor wat literatuur oor voorblaaie van tydskrifte sê.

2.5.1 Hoe belangrik is 'n voorblad?

Die konkretisering van voorafgaande en ander norme sal merendeels op die binneblaaie van 'n tydskrif teëgekom word. Die voorblad van 'n tydskrif trek egter die meeste aandag en gee onmiddellik iets van die gevoel, karakter, waardes en agenda van 'n tydskrif weer. Daarom kry dit, in samehang met die inhoud, spesiale aandag in hierdie studie.

Die voorblad is die eerste element van die tydskrif wat jy sien. Dit stel jou bekend aan die tydskrif en trek jou aandag. Dit laat jou 'n tweede keer kyk en dan koop.

Volgens Kner (soos aangehaal deur Broes, 1983:111) is 'n voorblad eintlik 'n klein plakkaat wat ontwerp is om aandag te trek en inligting vinnig, duidelik en aantreklik oor te dra. Die meeste kunsredakteurs, fotograwe en kunstenaars sien die voorblad van 'n tydskrif as die verhoog waarop hulle kreatiwiteit of uitkyke projekteer kan word (Crowley & Beazley, 2003:5). Die voorblad is 'n banier wat aandag trek en ook 'n venster vir die leser om in die tydskrif in te kyk.

Aanloklikheid, impak en vinnige identifikasie is begeerlike kwaliteite vir alle voorblaaie (Root, 1966:122).

'n Voorblad het 'n enorme effek op die sukses of mislukking van 'n tydskrif. Dit reflekteer ook die kwaliteit van die tydskrif wat geloofwaardigheid bevorder en adverteerders aanmoedig (Broes, 1983:108). Kery, soos aangehaal deur Broes (1983:109), sê dat tydskrifte 'n belangrike rol speel om ons te help om die wêreld om ons te verstaan. Die waarde van die tydskrifvoorblad word gesien in die hoeveelheid mense wat daarvoor bekommerd is (White, 1976:1):

- Die redakteur is besorg omdat hy/sy wil hê die tydskrif moet gelees en waardeer word.
- Die publiseerder is besorg, want hy wil hê dit moet gewild en bruikbaar wees en maklik verkoop.
- Persone wat advertensies moet insamel is besorg – dit help om advertensies te verkoop as voorblaaie goed beplan is.
- Sirkulasiemense wil ook hê sirkulasie moet groei.

Hieruit kan afgelei word dat al vier bogenoemde rolspelers 'n invloed het op die agenda van die tydskrif. Elkeen het 'n sekere stel verwagtings waaraan hulle voel die publikasie moet voldoen. Die voorbladfoto is 'n baie belangrike aspek.

Die voorbladfoto dra 'n sekere boodskap of betekenis oor (Ferguson, 1980:219). Die rede vir 'n vrou op die voorblad van baie vrouetydskrifte is bloot omdat die tydskrif oor vroue gaan en inhoud bevat wat vir vroue interessant sal wees (Ferguson, 1980:220). Een van die boodskappe wat wel deur die voorblad oorgedra kan word, is om vir die leser te sê "koop my en wees soos ek" deur die manier hoe die voorbladmodel aangebied word (Ferguson, 1980:219). Redakteurs selekteer voorbladmodelle hoofsaaklik op grond van twee vrae: Sal die foto die tydskrif identifiseer? Sal hierdie foto die tydskrif verkoop? (Ferguson, 1980:222).

Volgens Broes (1983:112) bly voorblaaie nie staties nie, maar verander dit saam met die mode en tipografiese en tegnologiese ontwikkeling in die industrie. Volgens Kery (soos aangehaal deur Broes, 1983:112) het voorblaaie die laaste 150 jaar van verwaarloos en onversierd na die mees kleurvolle, kreatiewe deel van die tydskrif verander.

Tydskrifte van die 1920's tot die vroeë 1960's het probeer om lesers se aandag te trek met uitsonderlike ontwerp, oorspronklike tipografie of 'n treffende kunswerk. In die 1930's was daar op die voorblaaie van *Die Huisgenoot* Suid-Afrikaanse natuurtonele en ander

besienswaardighede en was dit dekoratief en het gefokus op ontspanning (Froneman, 2004:70). 'n Waterval in die Drakensberge (5 Junie 1931) en die Uniegebou (4 Maart 1932) is tipiese voorbeelde van voorblaaie in hierdie tyd. Die voorblad was nie net as 'n advertensiebord beskou nie, maar eerder as 'n skilderdoek (Turczyn, 2009). Vandag se voorblaaie lyk egter heelwat anders. "Kyk na jou plaaslike tydskrifrak en jy sal die volgende sien: rakke en rakke tydskrifte wat amper almal identies lyk" (Turczyn, 2009).

Maak nie saak of die fokus op musiek, mode, fiksheid, vroue of mans is nie, die meeste tydskrifte het 'n populêre persoon op die voorblad wat uitloer tussen 'n klomp opskrifte. Maar wat behels hierdie kultuur waar bekendes as rolmodelle voorgehou word en op al wat 'n publikasie is, se voorblad verskyn?

2.5.2 Die "celebrity"-kultuur

Die populêre kultuur en "celebrity"-kultuur verskil ietwat van mekaar en word daarom kortliks bespreek. Die populêre kultuur is die mense, gebeurtenisse en neigings wat die publiek se verbeelding aangryp. Die term word ook gebruik om huidige kulturele neigings te beskryf. Kulturele ikone kan politieke figure, atlete, glanspersoonlikhede en selfs mense wat op ongewone maniere soos deur 'n lotery te wen of iets te ontwerp, bekendheid verwerf het (Glynn, 2008).

Die status van "populêre ikoon" wat 'n "celebrity" kan kry, hang af van verskeie faktore: die langdurigheid van die persoon se berugtheid of beroemdheid speel 'n rol; die persoon word ook erken in ander areas, nie net die area wat vir hom/haar "celebrity"-status gegee het nie; daar moet ook 'n onderskeibare assosiasie wees met 'n algemene term wat gemaak kan word, bv. Einstein word met "genius" assosieer en Marilyn Monroe met seks en aanloklikheid.

Die definisie van die woord "celebrity" is nie meer dié van woordeboeke nie, maar eerder nader aan wat David Boorstin gesê het: Die "celebrity" is iemand wat bekend is vir sy bekendheid (Boorstin soos aangehaal deur Epstein, 2005:7). Daar is ook 'n verskil tussen roem en "celebrity". Roem is iets wat 'n mens verdien deur een of ander talent of prestasie, terwyl "celebrity" eerder iets is wat 'n mens beoefen of wat aan jou opgedring word (Epstein, 2005:9). Dit behels dat 'n persoon baie talente en prestasies kan hê en dan nog deur die kultivering van "celebrity" sy/haar roem verder kan bekendmaak. Net so kan 'n persoon min prestasies hê, maar tog 'n "celebrity" wees, soos byvoorbeeld Paris Hilton (Epstein, 2005:9). Die "celebrities" is skuldig daarvoor dat hulle hul eie briljantheid, prestasies en waarde opblaas en hulleself oordra as iemand wat hulle nie heeltemal is nie, sê Epstein (2005:10).

Die term "celebrity"-kultuur word in hierdie studie gebruik en nie vertaal met woorde soos populêre kultuur, beroemdheid-kultuur of ander nie, omdat die woord 'n ander betekenis het as laasgenoemde twee voorbeelde en daar nog nie 'n geïdentifiseerde, erkende Afrikaanse woord bestaan wat "celebrity"-kultuur heeltemal reg omskryf nie.

"Celebrity" word as 'n kultuur gesien en word aangehelp deur die media (Epstein, 2005:10). Omtrent 25 jaar gelede is beroemdes "sterre" genoem, toe word die woord te vervelig en is "supersterre" gebruik en voortdurend ontstaan daar 'n behoefte aan 'n nuwe woord vir hierdie begrip (Epstein, 2005:12). Een ding wat "celebrities" vir mense doen, is dat hulle die gewone mense se fantasieë in hulle lewens uitelef (Epstein, 2005:12). Epstein vra ook die vraag of hedendaagse "celebrities" dan die beste lewende gode is wat vir mense beskikbaar is om te aanbid, maar sê ook dat dit baie keer gepaardgaan met afkeur (Epstein, 2005:12). Om te lees dat "celebrities" ook foute maak en negatiewe dinge ervaar, laat mense dikwels beter voel oor hulle eie lewens (Epstein, 2005:12).

Volgens English (2003) ontbloom "celebrities" hulle lewens vir die publiek en word hulle deur die media uitgenooi om te glo dat hulle die "celebrities" intiem ken. Toere van "celebrities" se huise is 'n voorbeeld hiervan. Volgens die vioolspeler, Nicola Benedetti (soos aangehaal deur Swarbrick, 2009) is "celebrity"-kultuur lagwekkend en sê sy dit is wonderlik as iemand bekend is omdat hy/sy die beste in een of ander gebied is, maar dit is 'n verskriklike ding as iemand gevier word net omdat hy/sy op televisie verskyn het.

Milner (2005:69) sê dat "celebrity"-kultuur sekere kenmerke het wat ooreenstem met dié van ander statussisteme. Daar is ook 'n behoefte aan intimiteit, soos byvoorbeeld dat mense vir ure in 'n ry sal staan om die persoon wat hulle bewonder, te sien en enige objek sal versamel wat 'n konneksie het met die persoon en dit hoog sal ag. Terme soos "aanbid" of "verafgod", wat in godsdiens gebruik word, word soms ook in die "celebrity"-kultuur gebruik. Die persoon se verhouding met die "celebrity" is egter net 'n fantasie. Die geskinder oor "celebrities" se persoonlike lewens is nog 'n poging tot verbeelde intimiteit. Die rede vir die eindelose behoefte aan nuus oor "celebrities" se lewens en die liefde vir "celebrities" is as gevolg daarvan dat die mens assosiasie met ander van hoër status soek en daardeur voel dat hulle hul eie status verhoog. "Celebrities" is al hoe minder en minder toonbeelde van morele voorbeeldigheid (Milner, 2005:74). Mense boots "celebrities" na in terme van hulle kleredrag en styl (Milner, 2005:74).

Daar word verskillende redes gegee vir die verskyning van die "celebrity"-kultuur (Rojek soos aangehaal deur Bolsmann & Parker, 2007:110):

- Die demokratisering van die gemeenskap.
- Die tegnologiese vordering van die massamedia.
- Die afsterwing van godsdiens.

Die media help die "celebrity"-kultuur aan deur publikasies soos *People*, en geselsprogramme op televisie waar beroemdes hulle persoonlike lewens oopstel vir die publiek (US History Encyclopedia, 2009).

Wat is die implikasies van hierdie kulture vandag? Turczyn meen dat die kuns van die tydskrifvoorblad vandag oorheers word deur die "aanbidding van die 'celebrity'-kultuur en swak smaak" (Turczyn, 2009). Innovasie en kreatiewe uitdrukking het verlore gegaan en die artistieke oorwegings is nou beperk tot hoeveel verbetering aan die beroemde se gesig aangebring moes word in die program *Photoshop* en hoeveel opskrifte ingedruk kan word op die voorblad (Turczyn, 2009). Hy sê die gevolg hiervan is dat dit moeilik is om die verskil tussen tydskrifte te sien sonder om hulle oop te maak. Verder sê hy dat uitgewers bloot net sê dat hulle nie met televisie en die internet kan kompeteer sonder die aantrekkingskrag van beroemdes nie. Vir baie is dit ook die enigste manier hoe hulle tydskrifte ken en dink hulle nie eers dat daar ander opsies is nie. "Miskien leef ons in 'n tyd waar daar min geduld is vir die kunswerk van die voorblad sodat dit die tydskrif se inhoud interpreteer eerder as om dit net te telegrafeer. Of miskien weet lesers nie wat hulle mis nie en gee uitgewers ook nie juis om nie" (Turczyn, 2009).

'n Vinnige terugblik wys dat die behoefte om mense as helde te identifiseer reeds in die 19de eeu 'n werklikheid was. Hierdie behoefte het egter met tyd ontwikkel. Tydens die tydperk van 1820 tot ongeveer 1860 was die helde van die tyd vakkundiges en patriotte. Aan die einde van die 19de eeu was uitvindings soos Henry Ford en Thomas Edison die helde. Die uitkyk oor beroemdheid het in die 20ste eeu verander. Theodore Roosevelt was een van die nuwe helde. Van die 1920's af het media-gegenereerde beroemdheid al hoe meer gewild geword. Uiteindelik is die "celebrity"-kultuur vandag aan die orde van die dag (Henderson, 2005:p36-46). Volgens Henderson (1992:49) was dit die soeke na self-identifikasie wat daartoe gelei het dat helde in die 19de eeu identifiseer is.

Die inhoud van tydskrifte (en daarmee saam die voorblaaie) verander soos wat die kultuur verander en tydskrifte dien as 'n barometer vir die meet van die veranderende kultuur onder

nasies (Wilson & Wilson, 1998:161). Die behoefte om 'n rolmodel te hê wat vereer word, word al hoe groter. Die mens het 'n ingeboude behoefte om iets of iemand te aanbid (Driscoll, soos aangehaal deur Moran, 2009). Die verering van mense as "idols" is volgens Driscoll misplaaste aanbidding en kan die mens verwoes, omdat geen "idol" perfek is nie en noodwendig sal teleurstel. Hierdie "idols" kry volgens Driscoll die plek van God in mense se lewens.

Die belangrikste afleiding wat hieruit gemaak kan word, is dat populêre kultuur en "celebrity"-kultuur veroorsaak dat glanspersoonlikhede vandag dikwels die plek in mense se lewens inneem wat eintlik vir God bedoel is. Die glanspersoonlikhede word vereer en bewonder in plaas van God. Een van die opvallendste kenmerke van die "celebrity"-kultuur is dat beroemdes hulle persoonlike lewens vir die publiek oopstel.

2.5.3 Wat is die funksies van voorblaaie?

Die vier hoof funksies van voorblaaie (volgens Click & Baird, soos aangehaal deur Broes, 1983:121) is die volgende:

- Dit stel die stemming en persoonlikheid van die tydskrif.
- Dit trek lesers se aandag deur 'n dinamiese voorkoms.
- Vertoon die tydskrif se spesifieke identiteit.
- Lok die leser om die tydskrif te lees.

Daar is geen twyfel nie dat die voorblad besonders moet wees in die opsig dat die leser onmiddellik aangespreek word en nuuskierig gemaak word oor die inhoud.

Volgens White (1976:1) is die voorblad die verpakking van die inhoud en moet dit so manipuleer word dat die leser, koper en adverteerder dadelik die boek kan beoordeel volgens sy voorblad. Dit moet karakter en inhoud weerspieël, maar ook 'n eie identiteit. Dit is uiteindelik die woorde wat op die voorblad is, wat die koper oortuig om te koop (White, 1976:2). Die voorblad is die tydskrif se gesig en skep die eerste indruk (Click & Baird, 1990:198). Dit stel ook die toon en persoonlikheid en trek lesers. Wagenhaag het gesê 'n voorblad kan die verkope van 'n spesifieke tydskrif affekteer met tot soveel soos 20% (soos aangehaal deur Broes, 1983:137).

Volgens Broes, White en Click en Baird moet die voorblad inligting oor die inhoud weergee, die leser oortuig om te koop en die persoonlikheid van die tydskrif weergee.

2.5.4 Die ontwerp van die voorblad is van kardinale belang

Dit is belangrik om na die ontwerp van die voorblad te kyk omdat dit 'n kardinale rol in die kommunikasieproses met die leser speel. Wanneer die voorblad van 'n tydskrif ontwerp word, word gewoonlik gevra op wie dit gemik is en wie die kompetisie is (McLean, 1969:5). Frost het 'n paar aspekte identifiseer wat in ag geneem moet word wanneer 'n publikasie ontwerp word (2003:13):

- Teikengroep
Wat is hulle behoeftes? Die teikengroep kan baseer wees op geografie, demografie, belangstelling, werk, skool, ens.
- Gebruik
Daar moet in ag geneem word hoe die leser die publikasie sal lees, wanneer hulle dit lees en wat hulle daarmee doen ná dit gelees is. Verbruikerstydskrifte wat een keer 'n maand verskyn, sal verskeie kere gelees en hanteer word en op 'n koffietafel of êrens gebêre word. Daarom is 'n baie hoër kwaliteit drukwerk as in koerante nodig. Baie tydskrifte word vir jare deur lesers gebêre.
- Kleur
Die begroting bepaal hoeveel kleur gebruik kan word.
- Papier
Tydskrifte word gewoonlik op hoë kwaliteit papier gedruk.
- Hoeveelheid bladsye
Die balans tussen redaksionele inhoud en advertensies hang ook van die begroting af.
- Tegnieke data
Die grootte van kantlyne en hoeveelheid kolomme bepaal ook die voorkoms van die publikasie en hoe die leser daarop sal reageer.

White (soos aangehaal deur Broes, 1983:123) noem belangrike aspekte wat in ag geneem moet word wanneer die voorblad van 'n tydskrif ontwerp word. Eerstens moet die tipe voorblad die gehoor aanspreek. Die finansiële beperkings sal ook bepaal of daar spesiale effekte soos byvoorbeeld goue letters of verhewe letters gebruik kan word. Dit is ook belangrik dat dit wat op die voorblad belowe word, binne-in verskaf moet word. Nadat die formaat van die tydskrif bepaal is, word die voorblad hoofsaaklik saamgestel uit die titel en ander inligting soos datum en volume, 'n illustrasie of foto en bewoording.

'n Tydskrif is altyd in kompetisie met dit rondom: ander tydskrifte en die omgewing. 'n Voorblad moet die inhoud adverteer en moet van 'n afstand raakgesien kan word (McLean, 1969:6). Die

ontwerp van 'n tydskrif gaan nie net oor hoe dit lyk nie (Nel, 1999:215). Dit gaan ook oor waar die publikasie vandaan kom, hoekom en waarvoor dit bestaan en waarna dit streef. Baie publikasies faal omdat hulle nie verstaan presies wat hulle wil kommunikeer nie (Nel, 1999:220). Die enigste manier om te meet of jy goeie werk doen, is om spesifieke doelwitte vir jou publikasie te stel. Hierdie doelwitte moet altyd die inhoud van die publikasie bepaal. Volgens Nel (1999:220) moet die teikenmark ook in ag geneem word wanneer besluit word hoe die publikasie moet lyk.

Volgens White (1976:3) moet die formaat standaardiseer word omdat dit erkenbaarheid en familiariteit gee. Tog moet daar 'n mate van buigsaamheid wees. Die rugkant van 'n tydskrif word dikwels vergeet, maar is baie belangrik. Die naam, datum en volume moet nie te groot verskyn nie sodat daar plek is vir ander woorde wat eerder sal aandag trek (White, 1976:11).

Formules vir die ontwerp (Nel, 1999:225) van die voorblad sluit byvoorbeeld in dat gevra word wat daar vir die leser daarin is, hoe vinnig die inligting oorgedra word en of komplekse inligting eenvoudig oorgedra word. Tipografie kan ook help dat die voorblad duideliker kommunikeer. Die gebruik van die lettertipe en grootte van die opskrif van die hoofstorie kan help om die belangrikheid daarvan uit te wys en aandag daarheen te trek. Kleur kan ook help om te organiseer, uit te lig en te beklemtoon.

Volgens White (soos aangehaal deur Nel, 1999:25) kyk mense voordat hulle lees. Hulle begin lees waar iets hulle aandag trek. Mense vorm makliker 'n verwantskap met emosionele waarheid as met intellektuele waarheid – dit beteken meer foto's en korter stories (Nel, 1999:226). Mense wil maklik kan herken wat die belangrikste is – deur bv. sekere afdelings (soos sport, plaaslike nuus, ens.) op dieselfde plek in die publikasie te hou. 'n Publikasie moet 'n onderskeibare karakter hê. Ontwerpriglyne moet neergelê word sodat lesers die voorkoms en styl van die publikasie herken. Goeie ontwerp dra by tot goeie besigheid, maar dis nie genoeg nie: die regte stories moet goed geskryf wees om lesers se aandag te behou.

Die keuse van lettertipe bepaal in 'n groot mate die voorkoms van die dokument. Root sê die foto is die mees gewilde element van die voorblad (1966:123). Die keuse van die foto is dus baie belangrik. Dit is nodig om al bogenoemde riglyne in ag te neem wanneer 'n publikasie ontwerp word en help dit ook wanneer 'n publikasie analiseer word.

Ook Frost (2003:1) sê dat koerante en tydskrifte 'n sterk mengsel van teks en beeld is wat ontwerp is om die leser se aandag te trek en te behou. Die doel van 'n tydskrifvoorblad is

hoofsaaklik om die leser uit te lok om te koop; om die leser uit te lok om die publikasie op te tel en geboei te word deur die inhoud (Frost, 2003:1). Die doel van die binnekant van die tydskrif is dan om in te lig, op te voed en vermaak te bied. Die vraag kan gevra word wat goeie ontwerp is. Volgens Frost (2003:5) word koerante en tydskrifte versigtig ontwerp met die doel om die joernalistiek wat hul aanbied op die duidelikste en mees aantreklike manier aan die leser te bied. Die doel van goeie ontwerp is om die joernalistiek aan die leser te verkoop en die verbruik daarvan so maklik moontlik te maak. Goeie ontwerp sluit aantreklikheid in, maar ook gerief, is maklik om te verstaan en is tot hulp van die gebruiker (Frost, 2003:5). Lesers moet 'n publikasie maklik kan herken en identifiseer. Hierdie aspekte moet alles tot voordeel van die leser wees, maar het ook beperkings as gevolg van die begroting wat beskikbaar is. Tog moet die beste oplossing gekies word uit wat beskikbaar en moontlik is vir die publikasie.

Die voorblad moet sekere eienskappe hê wat met elke uitgawe herhaal word sodat dit maklik geïdentifiseer kan word. Deur 'n klomp elemente op die voorblad te plaas, kan 'n gevoel van lewe en aksie geskep word. Deur op 'n minimum elemente te konsentreer – byvoorbeeld dit so te plaas dat dit absolute balans tot gevolg het, word 'n gevoel van waardigheid geskep. Die meeste ontwerpers maak staat op foto's om aandag na die tydskrif te trek (Click & Baird, 1990:200). Behalwe die voorblad het die meeste tydskrifte ten minste een ander blad wat relatief konstant bly in die ontwerp van die uitleg, naamlik die inhoudsopgawe. Vermeulen (1980:246) noem ook dat die voorblad van 'n tydskrif die belangrikste is en lesers met een oogopslag die publikasie op grond van sy voorblad kan beoordeel. Die kuns van die voorblad is kreatiwiteit binne sekere riglyne (Jute, 1994:30).

Volgens Bowles en Borden (2004:241) kan die persoonlikheid van die meeste gedrukte publikasies bepaal word vanaf 'n afstand van omtrent een en 'n half meter. Persoonlikheid word hoofsaaklik uitgedruk in die soort stories waarop klem geplaas word en in die kwaliteit daarvan. Die hoofdoel van die ontwerp van 'n publikasie is om te kommunikeer – om lesers te help om maklik en effektief deur die bladsy te beweeg (Bowles & Borden, 1994:327).

Wanneer foto's geselekteer word, is die volgende doelwitte belangrik (Bowles & Borden, 2004:293):

- Om effektief te kommunikeer.
- Lesers se aandag te trek en hulle in te lei in die bladsy.
- Om die voorkoms van die blad te bevorder.

Volgens McLean (1969:v) is 'n basiese waarheid oor tydskrifontwerp dat dit nie saakmaak hoe 'n tydskrif lyk as die inhoud in die eerste plek nie die moeite werd is om gedruk te word nie.

Tydskrifte word beplan om aantreklik vir kopers te wees en dit is ook reg dat dit so is (Root, 1966:45). Enige tydskrif moet die wense en behoeftes van die lesers ontmoet om te oorleef, ongeag wat die publiseerders se doelwitte is. Alle redaksionele besluite word geneem op grond van die tydskrif se beleid. Volgens Root sal die tydskrif groot standvastigheid en sukses hê as sy doelwitte neergeskryf word (1966:49).

Al bogenoemde riglyne moet in ag geneem word by die uitleg en ontwerp van 'n publikasie. Dit is ook nodig om dit te verstaan, want dit gee 'n beter begrip wanneer gekyk word na die verskillende voorblaaie in hoofstuk 3.

Uit bogenoemde literatuur is dit duidelik dat die voorblad as volg ontwerp moet word:

Spesifieke rigtinggewende argument 3:

Die voorblad moet inligting oor die inhoud weergee, die leser oortuig om te koop en die persoonlikheid van die tydskrif weergee. Die hoofdoel van die voorblad is om die teikengehoor aan te spreek. Die voorblad moet van 'n afstand af raakgesien word en die persoon wat daarna kyk in so 'n mate prikkel dat hy/sy die tydskrif wil oopmaak om te lees.

Dus kan gesê word dat die voorblad sekere aspekte van die inhoud uitlig en die leser se aandag daarop fokus. Die doel is dus om die leser te laat blaai na iets binne-in die tydskrif – die inhoud.

2.6 INHOUD

Die inhoud van die tydskrif is waaroor die tydskrif eintlik gaan. Lesers koop dit om dit te lees. In hoofstuk 4 gaan die inhoud van 'n jaar se uitgawes van elke tydskrif analiseer word. Tydskrifte, soos koerante, dra nuus oor, alhoewel tydskrifte 'n heeltemal ander aanslag het en meer gemik is op vermaak. Tydskrifte het die groot voordeel bo koerante dat dit nooit meer as een keer per week verskyn nie en daarom het die redaksie van tydskrifte baie meer tyd om in diepte in te gaan in 'n storie as 'n koerant (Agee *et al.*, 1997:154). Koerante moet gewoonlik ook vir 'n breë gemeenskap aantreklik wees en iets vir almal hê terwyl tydskrifte meer op spesifieke nismarkte gemik is en tydskrifte in kategorieë soos die volgende kan val: algemene familietydskrif;

nuustydskrif; vrouetydskrif; besigheidstydskrif; tydskrif vir 'n spesiale belangstellingsveld, ensovoorts (Agee *et al.*, 1997:155). Terwyl koerante se fokus dus op die wye spektrum is, konsentreer tydskrifte meestal op 'n "enger spesialisveld" (Froneman, 1998:50). Tydskrifte se fokus is nie soseer op onmiddellike aktualiteit nie, maar daar is wel 'n strewe daarna om by die nuus van die dag aansluiting te vind (Froneman, 1998:51). Tydskrifte verskil dus ook van koerante deurdat koerante meer fokus op harde nuus (onmiddellike gebeure) en tydskrifte se fokus meer op sagte nuus (minder tydgebonde) (vgl. Froneman, 1998:62).

Dit is dus belangrik om te weet wat nuus is, want daarsonder sou die media nie bestaan het nie. Wat sê literatuur oor die nuus, inhoud en agenda van 'n publikasie?

2.6.1 Wat is nuus?

Heelwat skrywers het al hierdie vraag probeer beantwoord. Volgens Nel (1999:20) moet nuus nuut wees; dit moet gesprekke aanwakker en oor gepraat word en dit moet kommersiële waarde hê – mense moet dit koop omdat hulle dit wil hê. Nuuswaardes wat in ag geneem moet word wanneer besluit word wat nuus is, sluit byvoorbeeld in dat dit nie oud moet wees nie, wie die gehoor is, wat die gevolge daarvan sal wees, hoe naby of ver dit van die gehoor af gebeur het, 'n onverwagte of ongewone gebeurtenis, bekende persoonlikhede, konflik, ensovoorts (Nel, 1999:21).

Die definisie van nuus hang af van die sosiale struktuur en aktiwiteite van nuusorganisasies. Volgens Froneman (1997:11) moet geen beperking geplaas word op watter onderwerpe Christene mag of nie mag verslag doen nie. Die drie mees essensiële aspekte van kwaliteitinligting in nuus is volgens Mcquail (1992:205) die volgende:

- **Feitlikheid**
Hoe meer feite, hoe minder onduidelikheid. Een van die aspekte hiervan is in watter mate dit moontlik is om feite na te gaan. Word feite ondersteun deur 'n bronverwysing of relevante bewyse?
- **Akkuraatheid**
Een strategie is om punte in 'n teks te toets deur na 'n eksterne betroubare weergawe van dieselfde inligting te kyk of selfs na die oorspronklike bron. 'n Ander manier is om dit te toets met die organisasie/persoon of bron van nuus. Ooggetuies kan ook gekontak word om feite te toets.
- **Volledigheid**

Dit is moeilik om te bepaal hoeveel inligting is genoeg. Deeglikheid, diepte en volheid van die dekking is belangrik.

Volgens Bloyer (aangehaal deur Wolseley & Campbell, 1959) is nuus enigiets tydig wat 'n hoeveelheid mense interesseer en die beste nuus is dit wat die grootste belangstelling by die grootste hoeveelheid mense wek. Nuuswaardes kan onderverdeel word in twee groepe: beslissende faktore en komponente. Die beslissende faktore sluit in hoe naby die nuusgebeure aan die leser is; tydigheid; grootte van die gebeurtenis; belangrikheid en die beleid van die publikasie wat bepaal op watter manier inligting aangebied word. Die komponente van nuus gaan oor die inhoud daarvan en dui op bv. onderwerpe wat konflik, geld, ensovoorts insluit (Wolseley & Campbell, 1959:273-274).

Volgens Steyn is daar sekere kenmerke van 'n gebeurtenis wat daaraan nuuswaardigheid verleen (1995:38). Volgens Golding en Elliot (soos aangehaal deur Steyn, 1995:39) spruit nuuswaardes voort uit implisiete aannames oor drie aspekte:

- Die gehoor
Is die gebeurtenis belangrik vir die mediagehoor en sal dit hul aandag behou?
- Toeganklikheid van die nuusitem
Is die gebeurtenis uniek en is dit toeganklik vir mediadekking deur joernaliste?
- Gepastheid van die gebeurtenis
Is daar al voorheen aan hierdie gebeurtenis mediadekking gegee?

Hierdie aannames, onder andere, oor nuuswaardes bepaal dus die agenda van die publikasie. Die agendastellingsteorie en nuusraming verduidelik die rol wat die media speel (deur byvoorbeeld bogenoemde vrae te vra) in die leser of gehoor se persepsie van die nuus.

2.6.2 Agendastellingsteorie

Daar word van die massamedia verwag om 'n forum vir publieke bespreking en debat daar te stel sodat burgers al hulle opsies ken en die beste keuses kan maak (Haskell, 2007:13). Volgens Haskell (2007:56) wil ons hê dat die media die onderwerp onder ons aandag moet bring, maar ons wil nie hê hulle moet ons opinie beïnvloed nie. Ons wil nie hê die media moet ons vertel hoe om te dink nie. Dit is moeilik om te oordeel wanneer die nuusmedia oor die tou trap van sosiale verantwoordelikheid tot die posisie waar die media die denkwyse oordrewe beïnvloed.

Die agendastellingsteorie wat deur McCombs en Shaw geformuleer is, bepaal dat dit die proses is waardeur die invloed van die media (intensioneel of onintensioneel) die belangrikheid van nuusgebeure, sake en persoonlikhede in die publieke oog beïnvloed deur die volgorde waarin dit aangebied word in nuusverslae (McQuail, 2000:491).

'n Agenda is 'n stel sake wat in 'n hiërargie van belangrikheid kommunikeer word op 'n sekere tyd (Dearing & Rogers, 1996:2). Volgens Steyn (1995:29) kan volgehoue mediadekking van 'n spesifieke nuusgebeurtenis 'n kummulatiewe impak op lede van die mediagehoor hê. Die basiese benadering waarvandaan die agendastellingsbenadering tot media uitgaan, is dat dit 'n kummulatiewe rol speel om hulle begrip vir die belangrikheid van sekere nuusgebeure in die samelewing te bepaal (Ward, soos aangehaal deur Steyn, 1995:29). "Individue se siening van die belangrikheid van spesifieke sake in die samelewing word gevorm deurdat die media meer prominensie aan hierdie sake gee. Hierdie media-agenda kommunikeer dus aan lede van die mediagehoor dat sekere sake belangriker is as ander en so word ook 'n openbare agenda gevorm." (Steyn, 1995:30). Ook Christelike tydskrifte het 'n bepaalde agenda en gebruik die prominensie wat aan 'n sekere onderwerp gegee word, om klem daarop te plaas.

Volgens Lowery en De Fleur (soos aangehaal deur Steyn, 1995:33) was die vertrekpunte waarvandaan aanvanklike studies oor die agendastellingsmodel uitgevoer is, die aanname dat die massamedia (as vernaamste daaglikse bron van inligting) 'n konstante vloei van nuus en inligting binne 'n samelewing verskaf en dat 'n groot aantal mense aan hierdie nuus en inligting blootgestel is. 'n Saak kan verhoogde belangstelling en bewustheid (nuuswaardigheid) onder lede van die mediagehoor verkry deur die verhoogde mate van mediadekking wat daaraan verleen word (Steyn, 1995:35).

Lowery en De Fleur (1988:327) sê die massamedia is steeds 'n belangrike bron van gedetailleerde inligting oor wat aangaan vir 'n baie groot hoeveelheid mense. Daar is 'n konstante vloei van inligting vanaf die pers na die gehoor. Daar kan dalk nie bewys word dat die media mense se houdings en geloof beheer nie, maar dit is duidelik dat die pers 'n geselekteerde agenda van onderwerpe onder die lesers se aandag bring en hulle daaraan laat dink en daarop laat reageer. Bernard Cohen (soos aangehaal deur Lowery & De Fleur, 1988:329) het gesê: "Die pers mag dalk die meeste van die tyd nie suksesvol wees om vir mense te vertel wat om te dink nie, maar is baie suksesvol daarin om lesers te vertel waaroor om te dink." Lang (soos aangehaal deur Lowery & De Fleur, 1988:329) het gesê dat die massamedia aandag fokus op sekere sake; hulle bou publieke beelde/figure op; hul bied

konstant onderwerpe wat voorstel waarom die massa moet dink, wat hulle moet weet en waarom hulle gevoelens moet hê. Die sake en mense waarom ons hoor deur die massamedia en waarom ons opinies en kennis het, is alles tweedehandse realiteit (McCombs & Shaw, soos aangehaal deur Lowery & De Fleur, 1988:338). Die leser het min persoonlike of direkte kontak. Hulle kennis kom primêr van die massamedia. Redakteurs en nuusredakteurs tree as hekwagters op deurdat hulle besluit wat nuuswaardig is en hoeveel klem op 'n storie geplaas moet word. Dit bevestig dus ook die belangrikheid van die redakteur en daarom dan die onderhoude wat met die verskillende redakteurs gevoer is (vroeër in die hoofstuk). In hoofstuk 4 sal verder gekyk word na die rol van die redakteurs in die agendastellingsfunksie wanneer gekyk word na die klem wat op sekere artikels geplaas word.

Volgens die *Visual Communication Quarterly* (Fahmy, Cho, Wanta & Song:7) het verskeie studies sterk verbande gevind tussen visuele inligting-inname en individuele emosies. Die model vir visuele agendastelling het drie faktore:

- Individuele emosies
Visuele beelde van die 9/11-voorval (selfmoordaanvalle van Al Qaeda op die Verenigde State op 11 September 2001 waar amper 3000 mense oorlede is) kan bv. skok, woede en hartseer by individue skep.
- Visuele herroeping
Individuele verskillende vlakke van visuele herroeping wat baseer is op hulle emosionele reaksies op die gebeure.
- Belangrikheid van die gebeure
Gebaseer op mense se visuele herroeping van bv. 9/11 vorm hulle opinies oor terrorisme.

Die agendastelling bied 'n verduideliking van hoekom inligting oor sekere sake en nie ander nie, beskikbaar is vir die publiek (Dearing & Rogers, 1996:40). Die gemiddelde persoon vat die media se woord vir wat sake van belang is – met of sonder dat hy persoonlike betrokkenheid of belang daarin het (Funkhauser, soos aangehaal deur Dearing & Rogers, 1996:40).

Daar sou egter nie redeneer kan word dat die redaksie van 'n publikasie die enigste sê het oor wat in die publikasie verskyn nie. Daar is ook buitefaktore (buite die redaksie se beheer) wat 'n rol speel (Froneman, 1998:64):

- Druk van die eienaar of uitgewer

- Druk van adverteerders
- Mededinging tussen die media
- Beskikbare ruimte
- Beskikbaarheid van nuus

Hierdie buitefaktore het dus ook 'n invloed op die agenda van die publikasie.

Die agendastellingsteorie dui daarop dat die hekwagters (waaronder die redakteur een van die belangrikste rolspelers is) 'n groot invloed op 'n publikasie het. "Deur 'n bepaalde item as 'n hoofberig op 'n bladsy te gebruik, oefen die redaksie sy agendastelling- en hekwagterfunksie uit" (Froneman, 1998:64). Hieruit is dit duidelik waarom dit dus so belangrik is dat 'n Christelike publikasie verantwoordelik moet wees (soos vroeër in die hoofstuk genoem). Soos hierbo gesien (soos aangehaal deur Dearing en Roger, 1996:40) vat die gemiddelde persoon die media se woord vir wat sake van belang is. Die Christelike publikasie bepaal dus vir die leser wat belangrik is en daarom is dit dan so belangrik dat hulle verantwoordelik optree en ander met respek hanteer.

2.6.3 Nuusraming

Nuusraming verwys na die wyse waarop die nuusinhoud deur die joernalis gevorm en gekontekstualiseer is binne 'n bekende raam van verwysing en volgens 'n verborge struktuur van betekenis. Die gehoor, word gemeen, neem die rame van verwysing wat deur die joernalis aangebied word aan en sien die wêreld op 'n soortgelyke wyse (McQuail, 2000:495).

In die vroeë 1980's het navorsers gevind dat die media nie net vir die gehoor vertel waarom om te dink nie, maar ook kontekstuele wenke of rame gee waarin onderwerpe evalueer kan word (Johnston, soos aangehaal deur Haskell, 2007:62). Mediapersoneel is gesien dat hulle spesifieke interpretasies vir 'n gebeurtenis promoveer – 'n persepsie wat verder gegaan het as agendastelling na die beïnvloeding van die publike opinie (Kuypers, soos aangehaal deur Haskell, 2007:62). Wanneer 'n verslaggewer oor 'n gebeurtenis, wat bv. dae geneem het, verslag doen, is dit onmoontlik om alles te vertel in 'n 500-woord artikel. Joernaliste gebruik dus hulle oordeel – hulle kies sekere feite en laat ander uit. Verslaggewers soek moeilikheid wanneer hulle hul eie persoonlike voorkeure toelaat om die oordra van neutrale inligting oor gebeure te verdraai (Haskell, 2007:66). Nuusdekking kan as gebalanseerd en regverdig gesien word wanneer dit aan die volgende kriteria voldoen (Bennett, soos aangehaal deur Haskell, 2007:67):

- Beide kante van 'n storie word ondersoek.
- Die joernalis die versoeking verstaan om die sensasionele kant te bespreek en dit weerstaan.
- Waarheid en feite van die nuus gewaarborg kan word.
- Gestandaardiseerde formaat van verslaggewing gebruik.

Scheufele (in Haskell, 2007:68) het 'n model opgestel wat verduidelik waarom sekere nuusgebeure dieselfde hanteer word deur verskillende mediapublikasies: 'n joernalis sien 'n ander joernalis se storie oor 'n ingewikkelde konsep op 'n effektiewe verstaanbare manier en raam dan sy eie storie op dieselfde manier. Hieruit word gesien dat joernaliste se perspektief van 'n storie soms nie hulle eie is nie en bloot 'n ander joernalis s'n na-aap en dus op dieselfde manier raam sonder om die storie op 'n verantwoordelike wyse weer te gee. Mediagebruikers is dan die slagoffers van hierdie onverantwoordelike wyse van beriggewing. In hoofstuk 4 sal gekyk word na hoe die joernaliste van die verskeie publikasies hul artikels raam.

In die lig van bogenoemde kan die volgende spesifieke rigtinggewende argument geformuleer word:

Spesifieke rigtinggewende argument 4:

Die agendastellende rol van 'n publikasie moet met groot verantwoordelikheid vertolk word aangesien die agendastellingsteorie bepaal dat die media vir gebruikers aandui watter nuus die belangrikste is deur die hoeveelheid klem wat daarop gelê word. Verder bepaal nuusraming dat 'n joernalis se verwysingsraamwerk ook 'n rol speel in die manier hoe die nuus aangebied word en dat die gebruiker dus die wêreld deur dieselfde raamwerk as die joernalis sien. Gevolglik kan weereens beklemtoon word dat publikasies 'n groot verantwoordelikheid teenoor gebruikers het. Soveel te meer Christelike publikasies wat daarna strewende om die volle waarheid te bring en nie toe te gee aan versoekings soos sensasie en materialisme nie.

2.7 OPSOMMEND

In hierdie hoofstuk is die perspektiewe op Christelike publikasies, soos aangetref in die literatuur, asook die standpunte van die publikasies en hulle redakteurs, ondersoek. Spesifieke rigtinggewende argumente is formuleer wat in hoofstuk 3 en 4 gebruik gaan word wanneer die voorblaaie en inhoud van *Finesse*, *Lig*, *Lééf* en *Sarie* ondersoek word.



Hoofstuk 3

DIE VOORBLAAIE VAN
FINESSE, LIG, LÉÉF EN SARIE

3.1 INLEIDING

Die voorblad is die potensieële leser se eerste kennismaking met die tydskrif. Die voorblad moet inligting oor die inhoud weergee, die leser oortuig om te koop en die persoonlikheid van die tydskrif weergee (spesifieke rigtinggewende argument 3, hoofstuk 2). Dit is daarom noodsaaklik om die voorblaaie van elk van die betrokke tydskrifte noukeurig te ondersoek.

Die voorblaaie van *Finesse*, *Lig*, *Lééf* en *Sarie* vir die uitgawes Januarie tot Desember 2008 word vervolgens aan die hand van die onderstaande vrae en in die lig van die rigtinggewende argumente beskryf en analiseer.

- **Wie word as voorbladmodel gebruik?**

Die redakteur speel hier 'n groot rol. Daar is ook sekere verwagtings van die uitgewer en adverteerders oor wie op die voorblad moet verskyn. In hoofstuk 2 is gesien dat die besluit oor wie die voorbladmodel moet wees, baie belangrik is omdat die voorblad die eerste kontakpunt/kennismaking met die leser is. Voorblaaie het ook baie ontwikkel en vandag word die "celebrity"-kultuur duidelik in die media gesien (sien volledige bespreking hiervan in hoofstuk 2). Het die "celebrity"-kultuur 'n invloed op *Finesse*, *Lig*, *Lééf* en *Sarie* se keuse van voorbladmodelle?

- **Watter opskrif trek die meeste aandag of het die meeste klem ontvang?**

Soos in hoofstuk 2 gesien, oefen die redaksie hulle agendastellende rol uit deur meer prominensie aan sekere sake te gee. Die opskrifte wat op die voorblad die meeste klem kry, is dus volgens die redaksie dit waaroor hulle wil hê die publiek moet dink en praat en wat volgens hulle die meeste aandag gaan trek en die beste gaan verkoop. Opskrifte wat die meeste aandag trek is op grond van verskillende aspekte gekies. Die grootte van die lettertipe wat gebruik is, speel 'n rol en die kleur van die opskrif asook dit rondom die opskrif (bv. oop spasie) het 'n invloed. Die agtergrond waarop die opskrif geplaas is, kan ook 'n effek hê. Die opskrif "Chris, Kurt & Ryk" op Desember 2008 se *Finesse*, staan byvoorbeeld meer uit as gevolg van die helder kleur en grootte van die opskrif op die wit agtergrond van die foto.

- **Watter ander opskrifte verskyn op die voorblad?**

Hierdie opskrifte kry ook klem omdat hulle uit al die artikels in die publikasie gekies is om op die voorblad te verskyn. Die agendastellingsfunksie word dus ook hier gesien. Die opskrifte wat op die voorblad verskyn, is volgens die redaksie dit wat belangrik geag word. Hierdeur stel die redaksie dus die agenda van die publikasie.

- **Watter temas ontvang die meeste klem op elke uitgawe se voorblad?**

Hierdie vraag sluit aan by die vorige een deurdat dit ook dui op die agenda van die publikasie. Die temas waaronder die voorbladopskrifte ingedeel word, is as volg:

- **Christenskap**
Alle opskrifte waar identifiseer kan word dat die artikel oor geloof, een of ander geestelike/Christelike aspek of 'n getuienis gaan.
- **Wen/Gratis/Kompetisie**
Enige opskrif wat aandui dat die leser iets kan wen, iets gratis kan ontvang of kan deelneem aan 'n kompetisie.
- **Huwelik**
Opskrifte wat enige aspek rondom die huwelik insluit of verwys na die huwelik.
- **Gesin**
Opskrifte van artikels wat handel oor die gesin en sluit ook ouerskap, kinders, ouma en oupa en tieners in.
- **Bekende persoonlikhede**
Opskrifte van artikels oor die voorbladmodel, enige opskrif waar na 'n bekende verwys word asook menings van bekendes.
- **Eksklusief**
Opskrifte van artikels wat slegs vir daardie publikasie se lesers beskikbaar is. Dit is meestal oor bekende persoonlikhede.
- **Mode/Skoonheid**
Opskrifte oor mode, skoonheid en soortgelyke onderwerpe.
- **Finansies**
Enige opskrifte wat verwys na finansies of hoe om geldsake te hanteer.
- **Gesondheid**
Alle opskrifte wat aandui dat daar oor gesondheid of 'n gesonde leefstyl geskryf word.
- **Verhoudings**
Verhoudings in die algemeen. Nie oor die huwelik nie – dit is 'n afsonderlike tema, soos hierbo gesien kan word.
- **Ander**
Dit sluit alle ander onderwerpe in soos resepte, huis en dekor, kreatiewe doendinge en enigiets anders wat nie onder een van bogenoemde temas inpas nie.

- **Hoe gee die voorblad gestalte aan Christelike joernalistiek?**

Is daar 'n "andersheid" op die voorblaaie of enige aanduiding dat dit 'n Christelike publikasie is? Onderskei Christelike publikasies hulself van sekulêre publikasies deur die voorblad? In hoofstuk 2 is gesien dat 'n Christelike publikasie lesers moet opbou en inspireer. Is daar enige tekens hiervan op die voorblaaie? Stroom die werklikheid met spesifieke rigtinggewende argumente 1, 2 & 3?

3.2 DIE VOORBLAAIE VAN *FINESSE*

3.2.1 Wie word as voorbladmodel gebruik?

Die volgende voorbladmodelle is in 2008 op *Finesse* se voorblaaie gebruik: Ilse Roos (Januarie 2008); Brümilda van Rensburg (Februarie 2008); Anna-Mart van der Merwe (Maart 2008); Michelle Beling (April 2008); Mei-verjaarsdaguitgawe – 9 van die 10 mees inspirerende vroue (Bertha du Plessis, Juanita du Plessis, Christi Panagiotopoulos, Liesel Krause-Wiid, Nedine Blom, Jo-Ann Strauss, Chante Hinds, Suzette van der Merwe, Carike Keuzenkamp); Jani du Plessis (Junie 2008); Therese Benade (Julie 2008); Milan Murray (Augustus 2008); Nadia Valvekens (September 2008); Christi Panagiotopoulos (Oktober 2008); Lianie May (November 2008); Chris Linford, Kurt Darren & Ryk Neethling (Desember 2008).

Dit is duidelik dat *Finesse* meestal TV-sterre of bekende sangers as voorbladmodelle gebruik. Die wisselwerking tussen televisie en tydskrifte is duidelik aangesien die voorbladmodelle van *Finesse* hoofsaaklik TV-sterre is. *Finesse* se Mei- en Desember-uitgawes verskil egter van die ander. Die Mei-uitgawe gebruik nie 'n enkele voorbladmodel soos by die ander uitgawes nie, maar nege van die tien mees inspirerende vroue (volgens *Finesse*-lesers) se foto's in die vorm van die "10". Hierdie vroue sluit TV-sterre, kunstenaars, skoonheids-modelle en ook die vrou van wyle Hansie Cronje (krieketkaptein) in. Die Desemberuitgawe is ook heeltemal anders as enige van die ander uitgawes in die sin dat drie mans as voorbladmodelle gebruik is. Hulle is wel ook al drie bekende persoonlikhede. Bogenoemde modelle is almal bekend vir een of ander prestasie, maar hulle stel ook hulle persoonlike lewens vir die publiek oop (sien hoofstuk 4) – dit dui op die bevordering van die "celebrity"-kultuur.

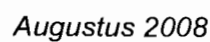
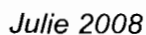
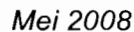
Die artikels oor die voorbladmodelle vertel van die persoon, maar nie van die rol wat God in daardie persoon se lewe speel of 'n verwysing na hulle geloof nie. Daar is wel enkele artikels waar melding gemaak word van die voorbladmodelle se Christenskap (bv. Oktober, Christi Panagiotopoulos en die Mei-uitgawe).

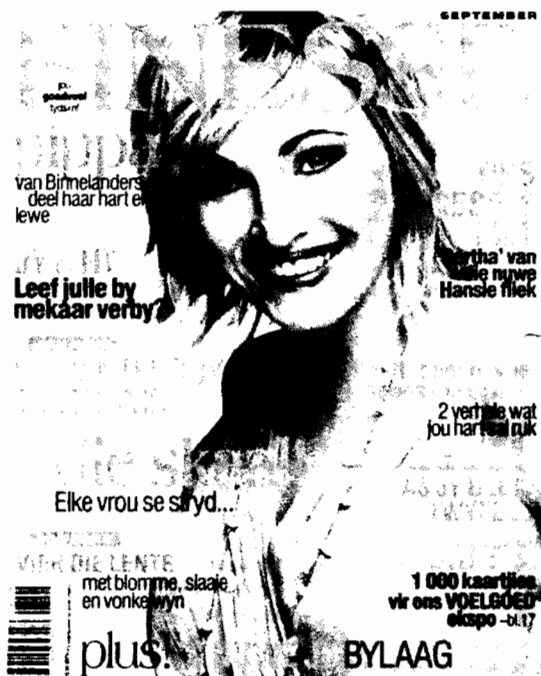


Februarie 2008

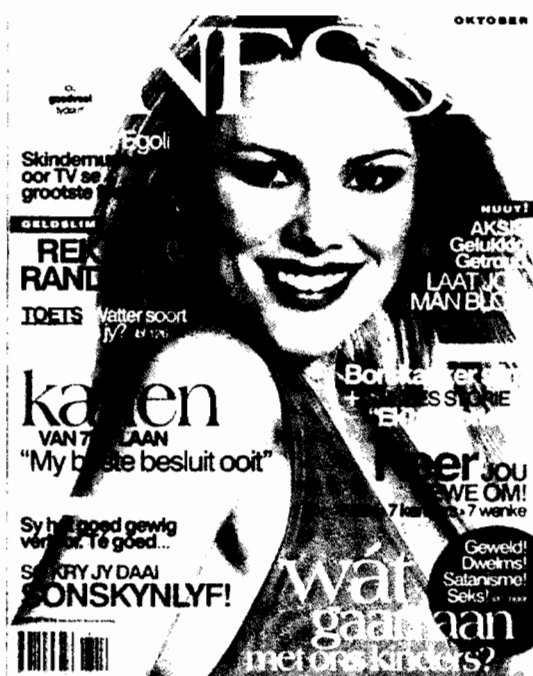


April 2008





September 2008



Oktober 2008



November 2008



Desember 2008

3.2.2 Watter opskrif trek die meeste aandag of het die meeste klem ontvang?

Die opskrifte wat telkens die meeste aandag trek is as volg: "2008 jón beste jaar ooit" (Januarie 2008); "Ons vier die liefde!" (Februarie 2008); "Stop die horlosie" (Maart 2008); "Is vet vrolik?" (April 2008); "10" (Mei 2008); "Janie – Ma (én Pa) vir haar twee seuns" (Junie 2008); "Seks!" (Julie 2008); "Milan Murray" (Augustus 2008); "Die skaal! Elke vrou se stryd" (September 2008); "Karien van 7de Laan 'My beste besluit ooit'" (Oktober 2008); "Lianie May – Plaasnoui word superster" (November 2008); "Waarom ons mal is oor Chris, Kurt & Ryk" (Desember 2008).

In sommige gevalle is dit wel moeilik om te besluit watter opskrif die meeste aandag trek en spring die oog tussen twee of selfs drie opskrifte (bv. Oktober 2008). Bogenoemde opskrifte word groter aangebied as die ander en verskyn gewoonlik in 'n helder kleur wat uitstaan teen die agtergrond. Daar is dikwels genoeg oop ruimte rondom hierdie opskrifte sodat die oog daarheen getrek word. In vyf van die uitgawes (Junie, Augustus, Oktober, November, Desember) hou die opskrif wat die meeste aandag trek verband met die voorbladmodel. Die ander sewe uitgawes se hoofopskrifte hou egter nie verband met die voorbladmodel nie en handel oor 'n verskeidenheid onderwerpe wat vir die vrou aanloklik mag wees, byvoorbeeld liefde, gewig, tyd, ensovoorts. *Finesse* slaag daarin om die leser se aandag te trek en nuuskierig te maak oor die inhoud en spreek dus die teikengehoor aan. Deur klem op hierdie opskrifte te plaas, gee die publikasie aan die leser deur dat hierdie sake meer leeswaardig as die res is.

3.2.3 Watter ander opskrifte verskyn op die voorblad?

(volledige lys opskrifte – sien Addendum)

Opskrifte oor ouerskap kom dikwels voor: "Debat: Tuisbly ma of werkende ma?" (Januarie 2008); "Kweek só 'n kind met karakter" (Februarie 2008); "Net vir ma's: Verstaan jou oudste, middelste en jongste beter" (Maart 2008); "Ma, is jy te streng of te sag?" (Julie 2008); "Jou kind: Só hanteer jy tantrums" (September 2008). Die gesin is dus ook belangrik vir *Finesse*, daarom dat opskrifte oor artikels wat handel oor die gesin op die voorblad verskyn.

Opskrifte wat die meeste voorkom (soos by 3.2.4 gesien word) is egter dié oor bekende persoonlikhede. 'n Paar hiervan is byvoorbeeld die volgende: "Ons gesels met Andriette" (Februarie 2008); "Eksklusief: Julia Roberts oor Tom Hanks, naaktonele & nog meer" (Maart 2008); "Ons gesels met Oscar Pistorius – bene van staal en 'n hart van goud" (Julie 2008); "Eksklusief! Annie Malan 'kaal' voor die kamera" (Augustus 2008) en "Ons kuier by Jurie en

Hestrie in Nieu-Seeland" (Desember 2008). Die persone oor wie geskryf is, strek van "Idols"-wenner en aktrise tot by sportpersoonlikheid.

3.2.4 Watter temas ontvang die meeste klem op elke tydskrif se voorblad?

Hierdie tabel vertoon die temas waaronder die voorbladopskrifte van al twaalf uitgawes van *Finesse* 2008 ingedeel is. Hier kan dus gesien word watter temas meer klem kry op *Finesse* se voorblaaie as ander.

TEMA	AANTAL ARTIKELS
Christenskap	8
Wen/Gratis/Kompetisie	3
Huwelik	16
Gesin	11
Bekende persoonlikhede	22
Eksklusief	6
Mode/Skoonheid	8
Finansies	2
Gesondheid	9
Verhoudings	4
Ander	30

Finesse se voorbladopskrifte plaas die meeste klem op bekende persoonlikhede en stories rondom bekendes. Die huwelik kry die tweede meeste klem en derdens die gesin. "Ander" opskrifte sluit 'n verskeidenheid temas soos kos, huis, kenners, ensovoorts in en daarom is die hoeveelheid opskrifte daaronder meer as by die ander. Die hooftokus van *Finesse* se agenda is dus bekende persoonlikhede. In hoofstuk 4 word artikels rondom bekende persoonlikhede bespreek en sal daar gesien word waarom bekendes praat.

3.2.5 Hoe gee die voorblad gestalte aan Christelike joernalistiek? Is daar 'n andersheid op die voorblaaie en in welke mate strook die voorblaaie met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word?

Enkele opskrifte op die voorblad verwys direk na 'n geloofsaspek of onderwerp wat met Christenskap verband hou, byvoorbeeld: "Geloofstories – die dae van wonderwerke is nie verby nie" (Januarie 2008); "Is die hemel regtig? " (Februarie 2008); "Jou geestelike 10-uit-10-

ervaring" (Mei 2008); "Waarom moes dit gebeur? Ons geloofskenner antwoord" (Junie 2008); "Jou geloof: As jy begin twyfel" (September 2008).

Daar is ook 'n hele paar opskrifte wat hoop bring of inspireer en dus ten opsigte van hierdie aspekte strook met spesifieke rigtinggewende argument 2 (sien hoofstuk 2):

- Januarie 2008
"2008 jóú beste jaar ooit!"
"Hoe om... positief te dink, te vergewe, geldslim te wees"
- Februarie 2008
"Van negatief na positief"
"Ons vier die liefde!"
- Maart 2008
"Waarvoor wag jy? Vergeet van motivering, dóén dit net!"
- April 2008
"Meer tyd vir jou! (en ja, dit is moontlik)"
"Candy – dit het my lewe verander"
- Mei 2008
"10 mees inspirerende vroue"
"10 wenke om gelukkig te wees"
- Junie 2008
"27 idees om gelukkig en gesond te wees"
- Julie 2008
"Hoe om vir altyd mooi te bly!"
"Negatief? Moedeloos? Depressief? Wen die oorlog in jou kop!"
" 'n Fliek, 'n boek, 'n foto – dit het bekendes se lewe verander"
- Augustus 2008
"Hoe om geldslim te wees & te wen by die werk"
- Oktober 2008
"Ek het oorleef"
"Aksie gelukkig getroud – laat jou man blom"
- November 2008
"Leef nuut! Moenie dat gister jou môre steel nie!"
- Desember 2008
"Skep so onthou-dae saam met jou kind"

Hierdie opskrifte skep 'n gevoel van hoop by die leser en laat die leser moedskep. Dit strook dus met die gedeelte in spesifieke rigtinggewende argument 2 wat sê dat 'n Christelike publikasie mense moet inspireer, welkom laat voel en hoop gee.

3.2.6 Samevattende gevolgtrekkings oor *Finesse* se voorblaaie

Behalwe die ag opskrifte wat direk verband hou met 'n geloofsaspek of Christelike onderwerp, is daar nie ander elemente wat dui op 'n andersheid op die voorblaaie nie (sien spesifieke rigtinggewende argument 1, hoofstuk 2). Daar is wel heelwat artikels wat inspireer en hoop gee – soos hierbo genoem (sien spesifieke rigtinggewende argument 2, hoofstuk 2). *Finesse* se voorbladmodelle is bekende persoonlikhede soos akteurs, sangers, kunstenaars en sportsterre wat bekend is as gevolg van die publisiteit van die media. Die "celebrity"-kultuur of te wel die gebruik van bekende persoonlikhede, kom na vore as na die voorblaaie gekyk word. Van die opskrifte op die voorblad bevorder ook die "celebrity"-kultuur: "Helen Zille sonder haar politieke pantoffels" (Augustus 2008), "Pippa van Binnelanders deel haar hart en lewe" (September 2008), "Jane van Egoli – Skindernuus oor TV se grootste feeks" (Oktober 2008). Hierdie opskrifte dui daarop dat persoonlike inligting oor die bekende aan lesers oorgedra word en soos in hoofstuk 2 gesien is, is een van die kenmerke van die "celebrity"-kultuur dat beroemdes hulle persoonlike lewens vir die publiek oopstel.

3.3 DIE VOORBLAAIE VAN *LIG*

3.3.1 Wie word as voorbladmodel gebruik?

Die voorbladmodelle is as volg: Bertha Wahl en Kiana Maribelle Wahl (Januarie 2008); Dozi en Muriël Opperman (Februarie 2008); Sarah en Shirah Theron (Maart 2008); Francois Lensley en sy hond Cerberus (April 2008); Hestrie en haar dogtertjie (Mei 2008); Johan Scholtz en sy kinders, Simeon en Lara (Junie 2008); Sonja Heroldt en haar twee dogters (Julie 2008); Victor Matfield en sy dogtertjie (Augustus 2008); Herman Hardick en Beatrix Erasmus (September 2008); Cindy Nell en haar verloofde (Oktober 2008); Hennie Jacobs en sy verloofde (November 2008); Nianell en haar drieling (Desember 2008/Januarie 2009).

Lig beeld meestal hulle voorbladmodelle in 'n gesinsverband uit, met ander woorde 'n bekende plus sy/haar ma of 'n bekende en sy/haar kinders of 'n bekende en sy/haar suster/broer ens. – sodoende word meer fokus op die gesin en familie geplaas. Die voorbladmodelle is kunstenaars, akteurs en ook ander bekendes soos die rugbyspeler Victor Matfield.





Mei 2008



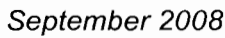
Junie 2008



Julie 2008



Augustus 2008



Een uitsondering is die April-uitgawe waar Francois Lensley sy hond as gesinslid saam met hom op die voorblad het. Die redakteur van *Lig* het ook bevestig dat bekende persone as voorbladmodelle gebruik word omdat dit verkoopswaarde het (sien hoofstuk 2).

Die artikels oor die voorbladmodelle vertel meestal ook iets oor hulle Christenskap soos in hoofstuk 4 gesien kan word (sien ook spesifieke rigtinggewende argument 2, hoofstuk 2). Dit strook met spesifieke rigtinggewende argument 2 wat sê dat die voorbladmodelle 'n pad met die Here moet stap. Deurdat daar in artikels oor die voorbladmodelle oor hulle geloof geskryf word, word dit duidelik. Omdat *Lig* 'n gesinstydskrif is en nie soos die ander publikasies wat in hierdie studie ondersoek word vrouetydskrifte is nie, word op al die voorblaaie meer as een persoon (of lid van die gesin) op die voorblad gebruik om die gesin voor te stel.

Lig slaag dus daarin om hul teikengroep – die hele gesin – te teiken deur die keuse van voorbladmodelle wat byna altyd meer as een lid van 'n gesin is (sien teoretiese stelling 3, hoofstuk 2). Daar is wel altyd een persoon op die voorblad wat as 'n bekende persoonlikheid gesien word, soos 'n TV-ster, kunstenaar of atleet. Op grond hiervan kan gesê word dat beroemdes tog in 'n mate vir *Lig* belangrik is en dat die "celebrity"-kultuur wel in 'n mindere mate bevorder word. Die opskrifte oor die voorbladmodelle vertel egter iets positief oor die model en geen skindernuus nie.

3.3.2 Watter opskrif trek die meeste aandag of het die meeste klem ontvang?

Die volgende opskrifte trek die meeste aandag: "Prinses Kiana betower Bertha" (Januarie 2008); "Dozi leer 'n les" (Februarie 2008); "Sarah en Shirah – 'n Liedma vir 'n Liedkind" (Maart 2008); "Marko en Cerberus: tot die dood toe lojaal" (April 2008); "Eksklusief: Hestrie praat oor ma-wees, nuwe horisonne en seerkry" (Mei 2008); "Johan Scholtz: Vashou-en-druk-pa vir Simeon en Lara" (Junie 2008); "Sonja: mooier en sterker as ooit" (Julie 2008); "'Prinses' Jaime leer bid by Pa Victor" (Augustus 2008); "Villa Rosa se Beatrix & Herman blinkoog oor ware liefde" (September 2008); "Cindy Nell stap 'n nuwe pad met God" (Oktober 2008); "Marissa: Trouvrou vir Diederik" (November 2008); "Feestyd saam met Nianell & Tayden, Kaeley en Jade" (Des 2008/Jan 2009).

Daar is enkele gevalle (byvoorbeeld September 2008) waar dit moeilik is om 'n opskrif te kies wat die meeste uitstaan omdat daar meer as een is wat stry om die hooffokus. Die hoofopskrif handel wel in al bogenoemde gevalle oor die voorbladmodel.

3.3.3 Watter ander opskrifte verskyn op die voorblad?

(volledige lys opskrifte – sien Addendum 1)

Opskrifte oor die gesin kom verreweg die meeste voor op *Lig* se voorblaaie van 2008 (sien 3.3.4). 'n Paar hiervan is die volgende: "Ek en my kind: Slapelose nagte oor die jongste kys" (Januarie 2008); "Ek en my gesin: Leer jou kind bid" (Februarie 2008); "Waarom kinders moet skottelgoed was" (Maart 2008); "Kan jou gr.5-kind lees?" (Mei 2008); "Help jou kind om geweld te verstaan" (Junie 2008); "Ek en my gesin: Nagskofwerk vs gesinslewe" (Julie 2008); "Stop! Sit en eet saam as gesin" (Augustus 2008); "Leer jou kind flink dink" (September 2008); "Verbrou of bou jy jou kind se selfbeeld?" (Oktober 2008); "Leer jou kind bid" (November 2008) en "Só kan jy jou kind se onderwyser ondersteun" (Desember 2008).

Die agenda wat *Lig* op hierdie manier stel, is dat die gesin vir die publikasie baie belangrik is en daarom kry opskrifte oor die gesin ook voorkeur.

3.3.4 Watter temas ontvang die meeste klem op elke tydskrif se voorblad?

Hierdie tabel vertoon die temas waaronder die voorbladopskrifte van al twaalf uitgawes van *Lig* 2008 ingedeel is. Hier kan dus gesien word watter temas meer klem kry op *Lig* se voorblaaie as ander.

TEMA	AANTAL ARTIKELS
Christenskap	8
Wen/Gratis/Kompetisie	16
Huwelik	5
Gesin	50
Bekende persoonlikhede	21
Eksklusief	1
Mode/Skoonheid	0
Finansies	1
Gesondheid	1
Verhoudings	1
Ander	29

Lig se fokus is baie duidelik op die gesin – daar is selfs heelwat meer opskrifte (50) oor die gesin as oor enige ander tema. Bekende persoonlikhede het die tweede meeste klem gekry (21). Opskrifte onder die tema "Ander" sluit 'n verskeidenheid onderwerpe in. Die inhoud van

artikels oor die gesin en bekende persoonlikhede word in hoofstuk 4 ondersoek. *Lig* slaag daarin om hul teikengroep – die hele gesin – aan te spreek deur die opskrifte op die voorblaaie.

3.3.5 Hoe gee die voorblad gestalte aan Christelike joernalistiek? Is daar 'n andersheid op die voorblaaie en in welke mate strook die voorblaaie met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word?

Daar is 'n paar opskrifte wat direk verwys na 'n geloofsaspek of onderwerp wat met Christenskap verband hou: "Ek en my gesin: leer jou kind bid" (Februarie 2008); "Kniel voor die kruis saam met: Solly Ozrovech, Anoeschka von Meck, George Weideman" (Maart 2008); "Drama! Heldinne! Liefde! En fratsongelukke! Lees die Bybel met nuwe oë" (April 2008); "Vergifnis maak jou vry" (Julie 2008); "Prinses Jaime leer bid by Pa Victor" (Augustus 2008); "Wen: Familiebybels" (September 2008); "Milanie Vosloo – geloofsreis wat inspireer" (Oktober 2008); "Leer jou kind bid" (November 2008).

'n Christelike publikasie moet ook hoop bring en inspireer (sien spesifieke rigtinggewende argument 2, hoofstuk 2). *Lig* gebruik dikwels opskrifte op die voorblad wat hoop bring of inspireer:

- Februarie 2008
 - "Help jou vet kind só"
 - "Inspirasie: Gaynor Young hoor weer voëltjies sing"
- Maart 2008
 - "Waarom kinders skottelgoed moet was"
 - "Komaan, kommerkous – dis tyd om te *Lééf*"
 - "Ek en my gesin: Toekomsdrome gee woema"
- April 2008
 - "Kruievrou Antoinette Pienaar se jaar van *Lig* breek aan"
 - "Leon van Nierop kies tien flieks wat lewens verander"
- Mei 2008
 - "Drie wyse manne van durf en daad: Graham Power, Beyers Truter, Kobus van Rooyen"
 - "Ek's lief vir jou ma! Krynauw Otto, Roxy Louw, Rolanda Marais"
- Julie 2008
 - "Studeer is beste geweer"
- Augustus 2008

- "My kind: stapels huiswerk hoef nie 'n nagmerrie te wees nie"
- "Tienerselfmoord: jou hart kan weer heel word"
- "Vir die eerste keer ma op 40 – alles wat jy moet weet"
- September 2008

"Tweede keer gelukkig: so kan jou tweede huwelik slaag"

"6 geheime van 'n gelukkige kind"

"Leer jou kind (flink) dink"

"Pa-wees beteken nie baas-wees"
 - Oktober 2008

"My gesin: baie generasies vreugdevol in een huis"
 - November 2008

"Selfbeheersing – jou sleutel tot sukses"

"Verstaan jou dromer-kind"

"Almal se pak-esel? Jy mag nee sê"
 - Desember 2008/Januarie 2009

"Om dankbaar te leef... "

"So kan jy jou kind se onderwyser ondersteun"

"Liefde bring hoop in 'n plakkerskamp"

Bogenoemde strook dus met wat spesifieke rigtinggewende argument 2 (sien hoofstuk 2) sê, naamlik dat 'n Christelike publikasie moet inspireer, lesers welkom moet laat voel en hoop moet gee.

3.3.6 Samevattende gevolgtrekkings oor *Lig* se voorblaaie

Lig ondersteun en inspireer die leser op verskeie maniere en ten opsigte van alledaagse probleme wat 'n gesin teëkom. 'n Leser kan nuwe hoop kry hierdeur en die leser word ook nuuskierig gemaak oor die inhoud van die tydskrif sodat hy/sy verder wil lees (sien spesifieke rigtinggewende argument 3, hoofstuk 2). *Lig* se voorblaaie verskil van *Finesse*, *Lééf* en *Sarie* s'n in die sin dat daar meestal meer as een persoon op die voorblad verskyn en dat die tweede, derde en vierde persone dikwels familieleden is van die bekende persoonlikheid. Die "celebrity"-kultuur is in 'n mindere mate aanwesig, alhoewel minder bekende gesinslede ook die voorblad haal. Nog 'n uitsondering is die April-uitgawe waar selfs Francois Lensley se hond die voorblad gehaal het.

3.4 DIE VOORBLAAIE VAN *LÉÉF*

3.4.1 Wie word as voorbladmodel gebruik?

Die voorbladontwerp is baie belangrik, want hierdeur word 'n leser se aandag getrek of nie (sien spesifieke rigtinggewende argument 3, hoofstuk 2). *Lééf* gebruik die volgende voorbladmodelle: Sonja Heroldt (Januarie 2008); Mandi du Plooy (Februarie 2008); Kurt Darren en Helené Bester (Maart 2008); Juanita du Plessis (April 2008); Penny Coelen-Rey (Mei 2008); Susan Coetzer (Junie 2008); Anel Alexander (Julie 2008); Carike Keuzenkamp (Augustus 2008); Bertha le Roux (September 2008); Sybel Coetzee (Oktober 2008); Laurika Rauch (November 2008); Rina Hugo en haar dogter Anri en kleinkind Enzo (Desember 2008).

Bogenoemde is almal bekende persoonlikhede, TV-sterre of kunstenaars. Opmerklik is dat die artikels oor die voorbladmodelle iets bevat oor die persoon se verhouding met God of geloof soos in hoofstuk 4 gesien kan word (sien ook spesifieke rigtinggewende argument 2, hoofstuk 2).

3.4.2 Watter opskrif trek die meeste aandag of het die meeste klem ontvang?

Die volgende opskrifte trek die meeste aandag: "Rustig rivierlangs" (Januarie 2008); "Maak plek vir die mooi" (Februarie 2008); "Kurt & Helené" (Maart 2008); "Juanita" en "Vul jou hart met vrede" (April 2008); "Penny Colen-Rey" en "My hart is in die herfs" (Mei 2008); "Kom sit aan!" (Junie 2008); "Soet soos sjokolade" (Julie 2008); "Carike" en "My land, my mense" (Augustus 2008); "Bertha" en "Wat laat jou blom?" (September 2008); "Sybel Coetzee" en "Kom word rustig..." (Oktober 2008); "Laurika" en "Vars & heilsaam" (November 2008); "Vrede op aarde..." (Desember 2008).

Daar is telkens twee opskrifte wat stry om die hooffokus – dit is gewoonlik die naam van die voorbladmodel en 'n ander opskrif. Die naam van die voorbladmodel is gewoonlik in 'n ander meer vloeibare lettertipe terwyl die ander opskrif in 'n groot serif lettertipe aangebied word. Helder kleure word gebruik om die opskrifte verder te laat uitstaan teen die agtergrond.

3.4.3 Watter ander opskrifte verskyn op die voorblad?

(volledige lys opskrifte – sien Addendum 1)

Lééf het heelwat opskrifte op die voorblaaie van 2008 wat oor kosdinge gaan.



Januarie 2008



Februarie 2008



Maart 2008



April 2008



Mei 2008



Junie 2008



Julie 2008



Augustus 2008



September 2008



Oktober 2008



November 2008



Desember 2008

Opskrifte soos "Hartkos: Proe die somer in 'n slaai & maak jou eie roomys" (Februarie 2008); "Hartkos: Varsgebakte brood & ryk sjokoladekoek – eg en lekker!" (Maart 2008) en "Hartkos: Mosselpastei, vispotjie en sagopoeding – so reg uit die Weskus!" (Oktober 2008) is voorbeelde hiervan.

Opskrifte oor bekendes kry ook hier die meeste aandag (sien 3.4.4). 'n Paar voorbeelde is: "Alvin Bruinders – grapjas met 'n lewensplan" (Januarie 2008); "Supersterre se Kobus – 'nederigheid kom voor sukses" (Februarie 2008); "Ryk Neethling: Die kant wat jy nie ken nie" (Maart 2008); "Eksklusief: Ons kuier by *Prophet* se Koos vd Merwe op Heroldsbaai" (Julie 2008). Die inhoud van artikels oor bekendes word in hoofstuk 4 bespreek.

3.4.4 Watter temas ontvang die meeste klem op elke tydskrif se voorblad?

Hierdie tabel vertoon die temas waaronder die voorbladopskrifte van al twaalf *Lééf* 2008 ingedeel is. Hier kan dus gesien word watter temas meer klem kry op *Lééf* se voorblaaie as ander.

TEMA	AANTAL ARTIKELS
Christenskap	15
Wen/Gratis/Kompetisie	8
Huwelik	5
Gesin	3
Bekende persoonlikhede	25
Eksklusief	1
Mode/Skoonheid	5
Finansies	0
Gesondheid	6
Verhoudings	0
Ander	45

Lééf se hooffokus ten opsigte van voorbladopskrifte tydens die jaar 2008 val op bekende persoonlikhede (25) of stories rondom hulle. Die tema "Ander" sluit 'n verskeidenheid onderwerpe in en daarom is die hoeveelheid meer. Opskrifte met 'n Christelike tema kom ook dikwels voor (15). Die inhoud van hierdie artikels word in hoofstuk 4 bespreek.

3.4.5 Hoe gee die voorblad gestalte aan Christelike joernalistiek? Is daar 'n andersheid op die voorblaaie en in welke mate strook die voorblaaie met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word?

Daar is 'n paar opskrifte wat direk verwys na 'n geloofsaspek of onderwerp wat moontlik met Christenskap verband kan hou: "As Hy ver voel...bly só vertrou" (Januarie 2008); "Ons huwelik: nie sonder swaarkry, maar altyd geseënd", "Strook *The Secret* met wat jy glo?" (Februarie 2008); "Lofkonsert" (Maart 2008); "Hy maak my vry om te kan vlieg" (April 2008); "'Ek bid vir jou' – wat gebeur as ons vir mekaar intree..." (Mei 2008); "Dra jy swaar aan kleintydseer? Leer ken Hom as Pa – bl.72" (Junie 2008); "Coenie de Villiers – 'Ek het te veel gesien om nie te glo'", "Anel Alexander oor geloof, liefhê en haar grootste uitdaging nog..." (Julie 2008); "Aanbidding – balsem vir jou hart" (Augustus 2008); "Gaan ek my geliefdes herken? + 6 ander groot vrae oor die hemel" (Oktober 2008); "Jou stiltetyd – hoe weet jy dis Hy wat praat?" (November 2008); "Vrede op aarde", "Die dag toe my vriendin haar geloof verloor het" en "Julius Magan – My lewe geraak deur 'n wonderwerk" (Desember 2008).

Verskeie opskrifte bring hoop en inspireer:

- Januarie 2008:
"Joyce Meyer – 2008: Verwag die beste!"
"Jou kind se eerste skooldag – Ma, hier's gemoedsrus, bl.94"
"As Hy ver voel... bly só vertrou"
- Februarie 2008:
"Ons huwelik: Nie sonder swaarkry, maar altyd geseënd"
- Maart 2008:
"Joyce Meyer: 5 besluite wat jou lewe kan omkeer"
"Jou huwelik: So verskil jy & hy, so maak julle dit werk! – dr. Gys"
- April 2008:
"Hy maak my vry om te kan vlieg"
"'n Ma wat veg vir waardes"
- Mei 2008:
"Penny Coelen-Rey – ryper en mooier deur roem en pyn"
- Junie 2008:
"Gesondheid – keer verkoues met die regte kos – bl.46"

"Ontevrede met jou lyf – 6 stappe om jouself lief te kry"

"Nou is ek op 'n plek van stilte en seën"

- Julie 2008

"Ek het te veel gesien om nie te glo' – Coenie de Villiers"

"Gesondheid – raad met artritis"

"Ons huwelik: Ons is getuies van mekaar se lewe"

- Augustus 2008

"Manne wat bemoedig" deur Francine Rivers

"Aanbidding – balsem vir jou hart"

- September 2008:

"Kyk hoe mooi! Amy Kleinhans, Mimi Coertse & Rina Nienaber se lente-inspirasie"

- Oktober 2008:

"Leer ken die helende krag van aanraking"

"Vind so stilte in jou storm"

- November 2008:

"Afgetree? Nou kan jou lewe vlam vat"

- Desember 2008:

"So kom lê die stilte in my hart"

"Krieketster AB de Villiers – 'Dis hoe jy opstaan wat saak maak"

Bogenoemde strook dus met spesifieke rigtinggewende argument 2 wat sê dat 'n Christelike publikasie lesers moet inspireer, hoop moet bring en welkom moet laat voel.

3.4.6 Samevattende gevolgtrekkings oor Lééf se voorblaaie

Lééf se voorblaaie het elke maand opskrifte wat bemoedig en inspireer. Dit is opvallend dat voorblaaie nie aandag skenk aan skinderpraatjies of sensasie nie, maar dat inligting op 'n suiwer, opregte manier oorgedra word. Tog word bekende persoonlikhede as voorbladmodelle gebruik en word die "celebrity"-kultuur hierdeur bevorder. Die opskrif "Bertha – Gesond, gelukkig en 19kg ligter! 'Só het ek dit reggekry'" (September 2008) dui ook in 'n mate op die "celebrity"-kultuur omdat die model hier 'n persoonlike aspek van haar lewe oopstel vir lesers/publiek, naamlik haar gewig. 'n Ouer vrou, Penny Coelen-Rey (Mei 2008) word wel gebruik – dit is 'n uitsondering in die sin dat daar meestal jonger vroue op voorblaaie gebruik word.

3.4.7 Samevattend oor *Finesse*, *Lig* en *Lééf* se voorblaaie

Hierdie drie publikasies maak al drie van bekende persoonlikhede op hul voorblaaie gebruik. Die "celebrity"-kultuur word by al drie publikasies bevorder, alhoewel in 'n mindere mate by *Lig* en *Lééf*.

3.5 DIE VOORBLAAIE VAN SARIE

3.5.1 Wie word as voorbladmodel gebruik?

Die volgende voorbladmodelle is op die voorblaaie van *Sarie* in 2008 gebruik: Michelle Botes (Januarie 2008); Christi Panagiotopoulos (Februarie 2008); Elma Postma (Maart 2008); Andriëtte Norman (April 2008); Diaan Lawrenson (Mei 2008); Nina en Lise Swart (Junie 2008); Jana Strydom (Julie 2008); Brümilda van Rensburg (Augustus 2008); Lindie van Eeden (September 2008); Natasha Sutherland (Oktober 2008); Quinne Brown (November 2008); Dana Winner (Desember 2008).

Sarie se voorbladmodelle gedurende 2008 is almal TV-sterre. Daar word gewoonlik een voorbladmodel gebruik, behalwe vir die Junie-uitgawe waar Nina en Lise Swart die voorblad deel. Die voorbladmodelle word só geraam (deur die manier hoe die foto geneem is asook deur die opskrif oor die voorbladmodel) dat die leser wens sy is soos die voorbladmodel.

3.5.2 Watter opskrif trek die meeste aandag of het die meeste klem ontvang?

Die hoofopskrif op die voorblad is maklik identifiseerbaar (behalwe by die Februarie-uitgawe) en verwys in die meeste gevalle na die voorbladmodel (behalwe Februarie en September).

"Michelle, 'n ster sonder houding" (Januarie 2008); "Liefdesliedjies se geheime" (Februarie 2008); "Kyk hoe lyk sy nou! Tot siens Dezi, halo Elma. Blond tot brunet 6 bl." (Maart 2008); "Smeul-foto's Nicholis Louw & Andriëtte – 'Hy's my Idol!'" (April 2008); "Eksklusief: 7de Laan Paula – Diaan Lawrenson maak haar hart oop – 'By dié man het ek my geluk gevind'" (Mei 2008); "Nina & Lise – 'Geluk en liefde maar tricky'" sê dié susters" (Junie 2008); "7de Laan – Jana se ewige drama met mans – sien haar saam met Strictly se Emmanuel bl.30 + regisseur Henry Mylne onthul 'Matrone klap 'n ekstra & Hilda se surprise'" (Julie 2008); "Brümilda – 'Ek't 'n baba verloor, nou's ek ma van vele'" (Augustus 2008); "Steve stort sy hart uit. 'Ek verdien die straf'" (September 2008); "Smeulend en sexy – Natasha & haar hartsdinge 9 bl. glansfoto's" (Oktober 2008); "Kyk wie kom kuier! Quinne – 'Ek mis my 7de Laan-mense'" (November 2008);

"Eksklusiewe Kerskonserte – Dana Winner met nuwe liefde in SA – Verniet! 200 kaartjies bl.38" (Desember 2008).

Sarie se voorbladmodelle is almal aktrises of sangers en die voorbladmodel word so aangebied dat dit aanloklik is vir die leser.

3.5.3 Watter ander opskrifte verskyn op die voorblad?

(volledige lys opskrifte – sien Addendum)

Opskrifte oor bekende persoonlikhede is ook die gewildste op *Sarie* se voorblaaie van 2008: "TV se supermodelle word *Sarie* se glans-ikone – sien die top 7 en jý kan ook so lyk bl. 82" (Januarie 2008); "Steve se *affair* – los jy of hou jy só 'n man? " (Maart 2008); "*Sex & the City* – *Sarie* praat eksklusief met Sarah Jessica in NY" (Julie 2008). Die inhoud van artikels oor bekendes word in hoofstuk 4 bespreek.



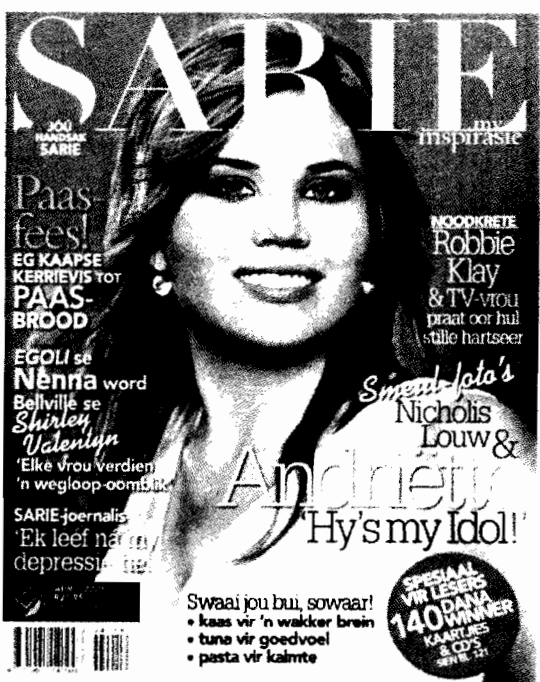
Januarie 2008



Februarie 2008



Maart 2008



April 2008



Mei 2008



Junie 2008



Julie 2008



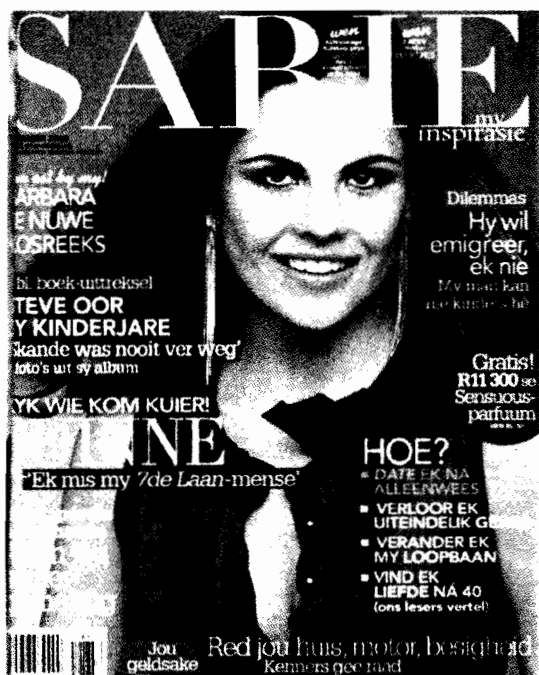
Augustus 2008



September 2008



Oktober 2008



November 2008



Desember 2008

3.5.4 Watter temas ontvang die meeste klem op elke tydskrif se voorblad?

Hierdie tabel vertoon die temas waaronder die voorbladopskrifte van al twaalf *Sarie* 2008 ingedeel is. Hier kan dus gesien word watter temas meer klem kry op *Sarie* se voorblaaie as ander.

TEMA	AANTAL ARTIKELS
Christenskap	3
Wen/Gratis/Kompetisie	6
Huwelik	4
Gesin	2
Bekende persoonlikhede	26
Eksklusief	5
Mode/Skoonheid	3
Finansies	6
Gesondheid	7
Verhoudings	7
Ander	28

Die meeste opskrifte val onder die tema "Ander" met 'n totaal van 28 gedurende 2008, maar dit sluit 'n verskeidenheid onderwerpe in. Bekende persoonlikhede (26) het die meeste opskrifte. Daarna volg gesondheid en verhoudings. *Sarie* gebruik die voorbladmodel in die meeste gevalle effektief om die leser se aandag te trek om verder te lees (sien spesifieke rigtinggewende argument 3, hoofstuk 2).

Daar is wel drie opskrifte tydens 2008 wat spesifiek dui op Christenskap. Omdat *Sarie* egter nie 'n Christelike publikasie is nie, word die vraag oor hoe gestalte gegee word aan 'n Christelike joernalistiek, nie hier gevra soos by *Finesse*, *Lig* en *Lééf* nie.

3.5.5 Samevattende gevolgtrekkings oor *Sarie* se voorblaaie

Sarie gebruik hoofsaaklik TV-sterre as voorbladmodelle. Die "celebrity"-kultuur is duidelik wanneer na die opskrifte op die voorblad gekyk word wat die meeste klem ontvang (sien 3.5.2). Bekendes deel oor hulle liefdesleuens of mans (Mei, Junie, Julie) en "Steve stort sy hart uit" – hierdie is duidelike voorbeelde van die "celebrity"-kultuur aangesien persoonlike aspekte oor die beroendes se leuens oopgestel word aan die publiek (sien eienskappe van "celebrity"-kultuur, hoofstuk 2). 'n Besoek aan 'n haarsalon word ook met lesers gedeel (Maart)

3.6 GEVOLGTREKKING OOR DIE VOORBLAAIE VAN *FINESSE*, *LIG*, *LÉÉF* EN *SARIE*

Die voorblaaie van die verskillende tydskrifte toon verskille. Verskillende onderwerpe word aangespreek. Een ooreenkoms tussen al vier tydskrifte is egter dat bekende persoonlikhede op al die voorblaaie gebruik word. Daar is ook modelle wat op meer as een van hierdie publikasies voorkom: Brümilda van Rensburg, Christi Panagiotopoulos en Sonja Heroldt.

Dit is egter opvallend as na die artikels oor die voorbladmodel gekyk word, dat daar meestal slegs by *Lig* en *Lééf* oor die voorbladmodel se Christenskap of geloof geskryf word. Dit word egter in die inhoud bespreek en die voorblad gee dit nie weer nie. In hoofstuk 4 sal verder ondersoek ingestel word na hoe die verskillende tydskrifte hulle artikels oor die voorbladmodel raam.

Finesse se voorblaaie is baie vol. Daar is heelwat groot opskrifte en die leser kan soms wonder waar om te fokus. *Lig* plaas meestal klem op die opskrif oor die voorbladmodelle. *Lééf* se voorblaaie is nie so vol nie en laat ruimte vir asemhaling. *Sarie* gebruik in die meeste gevalle die opskrif oor die voorbladmodel baie groter as die res en trek soveel aandag daarheen dat daar geen twyfel by die leser kan wees oor waar om te fokus nie. *Sarie* slaag baie goed daarin om die leser se aandag na 'n sekere punt te trek waarvandaan dan verder gelees word (sien spesifieke rigtinggewende argument 3, hoofstuk 2).

Dit is ook interessant dat daar baie min opskrifte op enige van die Christelike tydskrifte is wat direk aandui dat dit 'n Christelike publikasie is. Enkele opskrifte is geïdentifiseer wat direk na geloof of Christenskap wys. *Finesse* het ag opskrifte tydens 2008 se twaalf uitgawes gehad wat direk op geloof of Christenskap gedui het; *Lig* het ag gehad en *Lééf* het vyftien sulke opskrifte gehad.

Daar is wel heelwat artikels wat opbou en inspireer (sien spesifieke rigtinggewende argument 2, hoofstuk 2). Op die twaalf uitgawes van 2008 het *Finesse* 18, *Lig* 24 *Lééf* 23 opbouende en inspirerende opskrifte gehad.

Elkeen van die vier tydskrifte het 'n eie unieke styl ten opsigte van die voorblad. Die opvallendste kenmerk is egter dat al vier hierdie publikasies gebruik maak van bekende persoonlikhede om lesers se aandag na die tydskrif te trek.

Turczyn (2009:1) se opmerking blyk dus gepas te wees: "Kyk na jou plaaslike tydskrifrak en jy sal die volgende sien: rakke en rakke tydskrifte wat amper almal identies lyk." Maak nie saak of die fokus op musiek, mode, fiksheid, vroue of mans is nie, die meeste tydskrifte het 'n bekende persoon op die voorblad wat uitloer tussen 'n klomp opskrifte (sien ook hoofstuk 2).

In hoofstuk 4 sal verder gekyk word na hoe elkeen van die publikasies hul artikels raam en waarop die inhoud fokus.



Hoofstuk 4

DIE INHOUD VAN FINESSE, LIG, LÉÉF EN SARIE

4.1 INLEIDING

In die vorige hoofstuk is op die voorblaaie van *Finesse*, *Lig*, *Lééf* en *Sarie* gefokus omdat dit so 'n belangrike bemarker van elke betrokke uitgawe is. Maar uiteindelik gaan die sukses van 'n publikasie deur sy inhoud bepaal word. Die leser moet telkens binne-in die publikasie genoeg vind wat hom/haar interesseer. Dit bring die volgende navorsingsvraag aan die orde: Hoe vergelyk die inhoud van *Finesse*, *Lig*, *Lééf* en *Sarie* met mekaar, in welke mate strook dit met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word, en hoe kontrasteer dit met *Sarie* as sekulêre tydskrif? (sien hoofstuk 1, 1.7.1). Om hierop antwoorde te probeer vind, word die verskillende publikasies se inhoud hier ondersoek. Aspekte wat die aard en karakter van die tydskrifte bepaal, sluit in die inhoudsopgawe, voorbladartikels, rubrieke en ander artikels. Hierdie sleutelkomponente van die artikels word telkens aan die hand van die volgende twee vrae beskryf en bespreek:

- Hoe strook dit met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word?
- Hoe vergelyk die Christelike tydskrifte met *Sarie* as sekulêre tydskrif?

Deur die inhoud op grond van bogenoemde twee vrae te ondersoek, sal dit ook duidelik word of die inhoud strook met die vier spesifieke rigtinggewende argumente (sien hoofstuk 2).

4.2 INHOUDSOPGAWES

Ná die voorblad, is die inhoudsopgawe 'n plek waarheen lesers kan blaai om te sien wat die tydskrif bied. Lesers blaai ook dikwels na die inhoudsopgawe nadat hulle 'n opskrif op die voorblad gesien het wat hulle interesseer het. Hulle gaan soek dan in die inhoudsopgawe daarna. Elkeen van die tydskrifte wat hier bestudeer word, se inhoudsopgawes verskil.

Finesse se inhoudsopgawe beslaan twee bladsye. Elke blad is in vier kolomme ingedeel. Op die eerste blad is daar een kolom sonder 'n opskrif en die ander kolomme se opskrifte is as volg: "Jou self", "Jou verhoudings" en "Jou skoonheid". Die tweede bladsy se opskrifte is as volg: "Jou gesondheid", "Jou gees", "Jou welvaart" en "Jou huis".

Van die opskrifte op die voorblad word in kleur aangedui in die inhoudsopgawe. 'n Paar ander artikels waarvan opskrifte nie op die voorblad verskyn nie, word ook in kleur aangedui in die inhoudsopgawe. In Januarie 2008 se inhoudsopgawe is die volgende opskrifte uitgelig:

- "Voorblad: Ilse Roos bieg... Kom loer saam met ons in die kamers van haar hart"
- "Eksklusief: Ons maak kennis met Suid-Afrika se nuutste Survivor wenner, Lorette Mostert"
- "*Finesse* kenner – selfhelp: Tanya van Zyl verduidelik hoe jy jou hart, verstand en liggaam in ritme kan kry met jou doelwitte"
- "2008 my jaar: Bring die kleur terug in jou vaal bestaan. Leef kreatief en word 'n interessante mens!"
- "*Finesse* kenner – kreatiwiteit: Leer om jou negatiewe gedagtes in positiewes te omskep saam met Kobus Neethling"
- "*Finesse* kenner – huwelik: Gretha Wiid wys jou hoe om 'n koning te maak van die hoofseun in jou huis"
- "Jou man: Maak dit vir hom saak as ek vet word? Die manne praat saam"
- "*Finesse* kenner – kinders: Hettie Britz help jou om jou moeilike kleuter beter te verstaan"
- "Jy...net mooier! Oefen om jou grimering perfek aan te sit, gebruik gehalte produkte en word so die mooiste jy wat jy kan wees"
- "Probleem opgelos: Al ooit gewens dat jy 'n paar knellende vrae aan 'n kenner kan vra? Jou wens het sopas waar geword. Ons het vier kenners genader om elke maand 'n lastige gesondheidsprobleem op te los"
- "*Finesse* kenner – geloof: Hennie Stander verduidelik dat jy nie noodwendig moet vergeet as jy vergewe het nie"
- "Leef nuut: Die dae van wonderwerke is nog nie verby nie"

Finesse lig baie van die artikels deur kenners uit. Dit word ook in die ander maande se inhoudsopgawes gesien. Van die opskrifte wat op die voorblad verskyn, word ook uitgelig. Die meeste van die opskrifte hierbo is opbouend en probeer die leser inspireer. Die publikasie oefen op hierdie manier hulle agendastellende rol uit deurdat hulle artikels wat hulle as belangrik beskou, uitlig deur gekleurde tipografie. Alhoewel *Finesse* 'n opskrif "Jou gees" in die inhoudsopgawe het, waaronder artikels val wat spesifiek op die geestelike aspek fokus, word 'n geestelike inslag ook by van die artikels onder die ander opskrifte gevind.

Lig se inhoudsopgawe neem slegs een bladsy in beslag. Die inhoudsopgawe is ingedeel onder die volgende onderafdelings: "Inspirasie", "Gereeld", "Ontspan", "JongLIG", "Leefstyl", "Wen-gezinne" en "Kom binne".

Die opskrifte onder "Kom binne" is dieselfde as dit wat op die voorblad verskyn – die bewoording verskil soms, maar dit verwys na dieselfde artikels. Dit word in swart vetgedrukte letters aangedui en is ook nie verspreid onder die verskillende opskrifte nie, maar almal onder dieselfde opskrif. Deurdat *Lig* sekere artikels in die inhoudsopgawe uitlig, oefen hulle op hierdie manier hulle agendastellende rol uit en lei die leser na dit wat hulle as belangrik beskou. In die Februarie-uitgawe het *Lig* die volgende opskrifte in die inhoudsopgawe uitgelig:

- "Dozi en Muriël: Ballade van die liefde"
- "Fees van die ou bokke en jong blare"
- "Dagga is gif"
- "Ooo vet..."
- "Niemand se peetkind?"
- "Ma se slim kind!"
- "Ouma het (alweer) geval"
- "Tommy Klein: 'Die Vlake' se klankboks-engel"
- "Gaynor Young hoor weer voëltjies sing"
- "Ons daag jou uit! (Rooimiere)"
- "Kinders van die Bybel"

Aktuele sake word aangespreek (bv. dagga) en hier is ook sterk klem op artikels wat op een of ander manier verband hou met die gesin. Ook in ander uitgawes word opskrifte van artikels oor die gesin uitgelig.

Lééf gebruik ook twee bladsye vir die inhoudsopgawe. Die inhoud is ingedeel onder die volgende onderafdelings: "Met hart...", "...met siel" en "Met hart & siel". Groot foto's word gebruik en die uitleg nooi die leser om te wil lees. *Lééf* help ook lesers om die opskrifte op die voorblad in die inhoudsopgawe te vind deur dit in kleur aan te dui teenoor die res van die inhoud wat in swart teks is. Dus oefen hulle ook hulle agendastellende rol uit in die inhoudsopgawe. *Lééf* se geestelike artikels word nie onderskei van die res nie, maar is 'n integrale deel daarvan.

[illegible]

- 6 KOS & DEKOR** Son
 stila er spískar. Og við
 þú ert nokkri hest um þú
 stundir þu ert. Með þu

- Heerde praktische waarde
wel of sommige deze maat-
regelen zijn.

- 27 **TEKEN 1941** Tekenen in 1941
jaar in en key ses uitgewers
wrekelele. Plus of

tem // ook staat is die gesonde
alternatief of is dit bloot n mee
rijt vrouw laat beter voor de huij

93

januarie 2008



...met Ziel

66. *Swedish: "enligt"*
67. *Slovakian: "podľa"*
68. *Swedish: "enligt"*
69. *Swedish: "enligt"*
70. *Swedish: "enligt"*
71. *Swedish: "enligt"*
72. *Swedish: "enligt"*
73. *Swedish: "enligt"*
74. *Swedish: "enligt"*
75. *Swedish: "enligt"*
76. *Swedish: "enligt"*
77. *Swedish: "enligt"*
78. *Swedish: "enligt"*
79. *Swedish: "enligt"*
80. *Swedish: "enligt"*
81. *Swedish: "enligt"*
82. *Swedish: "enligt"*
83. *Swedish: "enligt"*
84. *Swedish: "enligt"*
85. *Swedish: "enligt"*
86. *Swedish: "enligt"*
87. *Swedish: "enligt"*
88. *Swedish: "enligt"*
89. *Swedish: "enligt"*
90. *Swedish: "enligt"*
91. *Swedish: "enligt"*

Met hart & ziel

- 106 Aethiops (Aethiopian)
107 Dialect: English
108 Konyak (Armenian brandy)
109 Konyak (Armenian brandy)
110 Konyak (Armenian brandy)
111 Konyak (Armenian brandy)
112 Konyak (Armenian brandy)
113 Konyak (Armenian brandy)
114 Konyak (Armenian brandy)
115 Konyak (Armenian brandy)
116 Konyak (Armenian brandy)
117 Konyak (Armenian brandy)
118 Konyak (Armenian brandy)
119 Konyak (Armenian brandy)
120 Konyak (Armenian brandy)

Met $\tilde{f}_{\text{part}}$

- 10
-
- 12
-
- 20



Inhoudsopgawe – Lééf



My styl

- [illegible]

My lewe

- 132 Fiedler, Peter: Angeln für den ungeduldeten Fischereisportler
von S&P-Verlag
- 138 Wein, Essen & Kultur in Italien: eine Reise in die Welt der
italienischen Küche und Kultur
- 144 Die Kunst des Kochens: eine Reise in die Welt der
italienischen Küche
- 150 Wein & Essen
- 152 Kultur & Essen: eine Reise in die Welt der
italienischen Küche
- 154 Italienische Küche
- 157 Konopel



Myer Dinger

Let's see what's in
there. It's a... *Maternal Fetus*

various types of stock exchange

One kernel: δ Eye: the right image.

Generalized α -G

1. *Phragmites* (Junc.) R. & S. *Phragmites* (Junc.) R. & S.
 2. *Phragmites* (Junc.) R. & S. *Phragmites* (Junc.) R. & S.

der Annahme: $\lambda = 0,0001$
 Suchen wir ein λ mit $\lambda \approx 0,0001$

Kapitel 10: Die Kunst des Schreibens
Seite 10

Lauritzen 94

Inhoudsopgawe – Sarie

In die Januarie-uitgawe het *Lééf* die volgende opskrifte in die inhoudsopgawe uitgelig:

- "Sonja Heroldt vier weer fees"
- "Lééf met oorgawe: Asemskep"
- "Aktrise Bertha le Roux: Ek & my lyf"
- "Sielsvreugde"
- "Lééf met geloof: Alvin Bruinders"
- "'n Kwessie van geloof: As God ver voel..."
- "Deur die oë van 'n kind: 'My eerste skooldag' "
- "Hartskos: Pak 'n pieknik"
- "Inteken-aanbod: Gratis CD of DVD"

'n Paar opskrifte wat duidelik dui op 'n geestelik inslag, word hier gevind. Ook in ander uitgawes se inhoudsopgawes kom iets oor geloof sterk deur. Hiermee dui *Lééf* vir lesers aan dat geloof, om met oorgawe te leef en sielsvreugde te hê, belangrik is.

Sarie gebruik slegs een bladsy vir die inhoudsopgawe. Dit is ingedeel onder die volgende onderafdelings: "My styl", "My inspirasie", "My lewe" en "Myself". Die opskrifte wat op die voorblad verskyn word ook in die inhoudsopgawe uitgelig deur 'n helder kleur. In Januarie se inhoudsopgawe word die volgende opskrifte uitgelig:

- "Inteken-aanbod: 50% afslag vir twee"
- "Michelle Botes – 'n ster sonder houding"
- "TV se supermodelle word SARIE se glans-ikone – sien die top 7"
- "Tendense vir 2008: groen modes, Charlize & ronde lywe!"
- "Eksklusief: Komediant Marc Lottering maak nou sy hart oop"
- "Supermodel-wedstryd: Jy kan ook lyk soos 'n ikoon"
- "Gelukkig getroud, maar waar's die seks?"
- "Eksklusief: 10kg ligter! Tannie Evita skryf vir ons uit die hydro"
- "'n Skryf maak my heel ná my egskeiding' – Dine van Zyl"

Die klem val hier (en in ander uitgawes) sterk op sterre, supermodelle en ander bekendes. *Sarie* dui hierdeur vir lesers aan dat dit belangrik is. Deur die voorbladopskrifte weer in die inhoudsopgawe uit te lig, oefen *Sarie* hulle agendastellende rol uit en wys vir die leser wat as belangrik beskou moet word.

Elkeen van die tydskrifte gebruik onderafdelings met opskrifte in die inhoudsopgawe. Al vier tydskrifte lig van die opskrifte wat op die voorblad verskyn, in die inhoudsopgawe uit deur 'n kleur of in vetgedrukte letters. Al vier publikasies oefen dus hier hulle agendastellende rol uit deurdat hulle vir gebruikers aandui watter nuus die belangrikste is deur die hoeveelheid klem wat hulle daarop lê (sien spesifieke rigtinggewende argument 4, hoofstuk 2). Die rol van die inhoudsopgawe mag dalk klein wees, maar kan nie ignoreer word nie omdat dit 'n plek is waar die publikasie sy agendastellende rol uitoefen. *Finesse* fokus sterk op artikels van kenners, *Lig* op die gesin, *Lééf* op artikels oor geloof en *Sarie* op glanspersoonlikhede en ander sterre.

4.3 VOORBLADARTIKELS (OOR VOORBLADMODELLE)

Hier word gekyk na die artikels wat handel oor die belangrike voorbladmodelle. Normaalweg het die tydskrifte wat hier ondersoek word 'n prominente artikel oor die gekose voorbladmodel. Die keuse van modelle sal vanselfsprekend 'n invloed hê op die aard van die artikel, maar uiteindelik kan die artikel 'n baie bepaalde inslag hê, na gelang van die tydskrif se invalshoek.

Finesse se voorbladartikels fokus op die persoon se persoonlike ervarings. In die **Januarie-uitgawe** word byvoorbeeld geskryf oor die aktrise **Ilse Roos** se kinderjare, die dinge waarvan sy hou en haar gesin. Die artikel het 'n sterk nostalgiese inslag wanneer oor haar jeugjare vertel word:

Met die intrapslag gesels ons oor haar kinderjare op Mooiplaas. Die wynlandgoed wat nou deur haar twee ouer broers bestuur word, is waar sy onteenseglik haarself kan wees. Dis hier waar sy as kind druiwe getrap en boom geklim het. "Ek was 'n regte *tomboy*" erken sy. "Ek sou eerder saam met my pa in die kelder wees as by my ma in die kombuis."

Wanneer Roos oor haar beroep gesels, kom 'n ander aspek na vore. *Finesse* skryf:

Wanneer Ilse oor haar kabaret, Blou Kafee, begin gesels, is dit asof sy vorentoe op haar stoel skuif. Daar is passie en opgewondenheid in haar stem: "Daardie uur is vir my 'n katarsis, 'n reis." Musiek het reeds vroeg in haar lewe haar verbeelding ingekleur. "*Quality Street* eet en opera kyk saam met my ma op 'n Saterdagand" herroep sy die prentjie.

Maar Roos is ook 'n ma en het haar loopbaan vir 'n tyd lank opgeskort om kinders groot te maak. Die artikel vertel:

Om teëls stukkend te slaan vir haar mosaïekwerk was vir Ilse 'n helende ritueel tydens haar tuisblydae. Alhoewel sy gewilliglik haar loopbaan vir 'n paar jaar opsy geskuif het, het die titel "tuisblyma" nie aldag soos 'n handskoene gepas nie. "Ek moes *cope* met die *madness of motherhood*."

Hierdie artikel vertel niks spesifiek oor die voorbladmodel se Christenskap nie. Persoonlike inligting word hier gedeel en laat die leser voel dat sy hierdie glanspersoonlikheid goed ken en amper 'n tipe van vriendskapsverhouding met haar het alhoewel sy haar dalk nog nooit ontmoet

het nie. Dit strook met wat oor "celebrity"-kultuur gesê word in hoofstuk 2, naamlik dat daar 'n verbeelde intimiteit by die leser is tussen haarself en die glanspersoonlikheid.

Die betekenis wat die aktrise **Brümilda van Rensburg** in haar vriende se lewens het, is die fokuspunt in die **Februarie-uitgawe**. Die leser leer ken die voorbladmodel op 'n ander vlak deur haar "hartsmense". Wie is hierdie "hartsmense"? Die artikel verduidelik:

'n Mens het kennis en vriende... en jy het hartsmense. Dis hulle wat jou ken wanneer jou Maandag blou is, wat jou tranes bakhand vang en sonbaai in jou geluk, mense vir wie jy enigiets sal doen en in wie se lewe ook spore lê wat jy daar getrap het. Vir Brümilda van Rensburg is dit hulle wat haar onbevange laat lag, die mense by wie sy haar skanse kan laat sak. Kom loer saam met ons by hulle in...

Hiermee beoefen *Finesse* duidelik glansjoernalistiek, ingebed in die "celebrity"-kultuur wat die media vandag merkbaar beïnvloed (kyk hoofstuk 2). Die gebruik van die woorde "kom loer saam met ons by hulle in..." kan as bloot gemeensame styl beskou word, maar die woord "loer" pas in by "tabloid-" of poniepersstyl van populistiese blaai soos *Kaapse Son*, *Heat* en *People*. (vgl. Grahne *et al*, 2004).

Van die "hartsmense" is Lizzy Senya (huishoudster) en Renico van Rensburg (broer):

"Ek en Brümilda is soos susters. Sy is my alles!" vertel Lizzy Senya, die vrou wat Brümilda se huishouding bestuur. Wanneer Brümilda saans tuis kom, oefen hulle haar dialoog. "Ek was al Nora, Rex, Chris... almal van hulle!" lag Lizzy.

Renico van Rensburg, haar broer en vertroueling, sê hulle is nie net familie nie, maar ook vriende en kollegas. Renico is 'n bekende fotograaf. "Ons het vertroue in mekaar en respek vir mekaar. Ek kan talent raaksien. Sy het deur die jare 'n buitengewone vermoë ontwikkel om studente van hul inhibisies te laat vergeet en hul diepste emosies te ontbloot by haar dramaskool."

Maartmaand vertel van agt plekke wat die aktrise **Anna-Mart van der Merwe** besoek het en haar ervarings van elkeen. Aanhalings maak die artikel meer geloofwaardig en bring die leser nader aan die voorbladmodel. Die artikel lui onder meer:

Dís hoe ons haar ken. Anna-Mart van der Merwe – beeldskoon, aards en met haar voete stewig op Afrika-bodem. Maar as sy die dag wil "kop skoonmaak", maak sy haar ankers los en kies koers... die vreemde in, want vir reis sal sy haar siel verkoop.

Oor Oberammergau in Duitsland sê sy dit het haar oë "laat oopgaan".

In standerd nege was Anna-Mart lid van 'n toergroep na die Passiespele in Oberammergau, en het terselfdertyd ook ander dele van Europa besoek. Dit het 'n blywende indruk gemaak en die reisgogga behoorlik laat byt. "Ek sal my pa ewig dankbaar wees dat hy my toegelaat het om te gaan."

En oor Parys en die Franse platteland sê sy: "(dit)...het my my wortels laat herontdek":

Frankryk bly een van Anna-Mart se grootste reisliefdes... en vir dieper redes as net die skoonheid van Parys; of dat sy in die suide van Frankryk vir die eerste keer werklik ontspan het. "My gunstelingplek bly die Franse platteland. Iewers onder 'n boom by 'n middagetetafel... glasie wyn in die hand... witgekalkte gruisklippies onder my voete..."

Hier vervul *Finesse* een van die erkende funksies van tydskrifte, naamlik ontvlugting (sien hoofstuk 1). Die leser word as't ware op reis geneem deur die artikel hoewel sy in haar eie sitkamer sit en lees. Die artikel het egter geen identifiseerbare geestelike dimensie nie.



Voorbladartikel – *Finesse*, Maart 2008

Soos hierbo, weerspieël die April- en Junie-uitgawes ook die tendens by *Finesse* om voorbladmodelle se persoonlike onthou- en verliesoomblikke in artikels weer te gee. Aktrise **Michelle Beling (April-uitgawe)** deel onthou-oomblikke en sakevrou **Janie du Plessis (Junie)** deel haar verliesoomblikke.

Die **Mei-uitgawe** verskil egter: Die **10 mees inspirerende vroue** deel elkeen iets kosbaars uit hulle lewe, maar hier word ook oor geloof gedeel, wat nie die geval is in die ander voorbladartikels nie. Twee (Juanita du Plessis en Suzette van der Merwe) van die volgende drie inspirerende vroue wie se aanhalings gedeel word, is bekende persoonlikhede. Tog deel hulle in hierdie artikel iets oor hulle geloof. In hierdie artikel is tekens van Christelike joernalistiek: dit

is opbouend, bevorder lesers se verhouding met God en erken Christus. Dit strook dus met kenmerke en benaderings wat in hoofstuk 2 daargestel is vir Christelike joernalistiek (sien spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2). Verskillende gedeeltes uit die artikel word hier aangehaal:

Ongeag die uitdagings, het dié tien bekendes oor die afgelope tien jaar die lewenspel met oorgawe gespeel. Dit was soms 'n spel van vreugde, soms van trane, sukses, mislukking, aanvaarding, verwerping, nuwe besluite of 'n terugkeer na "ou" waardes. Maar nooit het hulle daarvan weggeskram nie... en dit maak hulle inspirerend in elke opsig.

Bertha du Plessis sê dat haar verliese haar geleer het dat tyd kosbaar is:

Eers was dit haar man, Hansie Cronjé, se skielike dood in 2002. Toe haar suster (32) in Oktober 2006, haar skoonma en vriendin se man in Januarie verlede jaar, en toe haar vriendin self 'n jaar daarna. "Met elke verlies het dit vir my duideliker geword hoe ongelooflik kosbaar tyd is. Ons moenie daarmee mors nie." Alhoewel hulle vrae mettertyd minder geword het, sê Bertha dat daar steeds tye is dat die hartseer haar oorweldig. "Maar die oorheersende gevoel bly een van stilwees en vertroue en 'n wete dat die planne wat God vir ons het, planne van voorspoed en nie teëspoed is nie. Dis planne van hoop en 'n goeie toekoms (Jer 29:11). Niemand van ons weet hoe lank ons tyd op aarde is nie – daarom moet ons tyd maak om *memories* te skep. Dis die goeie herinneringe wat hartseertye draagliker maak."

Sangeres Juanita du Plessis erken haar afhanklikheid van God en dat sy niks op haar eie kon bereik nie:

"My geestelike lewe het oor die afgelope 10 jaar geweldig verdiep," sê Juanita. "Ek het geleer dat ek absoluut niks op my eie kan doen nie, en dat ek God nodig het in elke situasie, besluit en asemteug. Al my suksesse is te danke aan Sy groot genade; ek het niks op my eie bereik nie."

Vir skoonheidskoningin Suzette van der Merwe het alles weer nuut geword:

"Om te vergewe is waarskynlik die moeilikste maar noodsaaklikste besluit wat enige mens kan neem. Die oomblik toe ek volkome vergewe het, het my lewe verander," gesels Suzette van der Merwe, wat met haar val en opstaan na 'n egskeiding 'n groot inspirasie vir baie vroue is. "Die Here laat regtig alles ten goede meewerk vir dié wat Hom liefhet en wat Hy na Sy voorneme geroep het – en ek weet ek is een!"

Julie tot Desember se voorbladartikels volg dieselfde resep as die meeste ander uitgawes. Aktrise **Therese Benade (Julie)** saam met Channele de Jager (aktrise) en Liezel van der Westhuizen (televisie-aanbieder) antwoord vrae wat *Finesse* aan hulle stel. Een van die vrae is byvoorbeeld wat die persoon sou doen indien sy vir 'n dag lank president kon wees. In die **Augustus-uitgawe** byvoorbeeld, deel aktrise **Milan Murray** swaar tye in haar lewe en die lesse wat sy daaruit gedeel het en gee die leser 'n kykie in haar persoonlike lewe:

Les nommer 1 – Hoe om nie te bly lê nie...

"Een van my drome was om 'n Olimpiese gimnas te word en ek het aan my eerste kompetisie deelgeneem toe ek sewe was," vertel Milan. "Ek moes 'n vooroorrol op die balk doen. Ek kan onthou ek het gerol en afgeval... en net so bly sit. Ek was te *embarrassed* om op te staan en aan te gaan. My ma moes my kom wegdra."

Aktrise **Nadia Valvekens (September)** deel haar goeie en slegte gewoontes. Aan die einde van die artikel deel sy ook oor haar verhouding met God: "Ek het 'n baie goeie verhouding met God. Dit is baie persoonlik, maar dit is sterk en dit is my verhouding met Hom."

In die **Oktober-uitgawe** verwys aktrise **Christi Panagio** kortliks na haar verhouding met God:

"Ek het 'n ingeboude reg-en-verkeerd-radar en vertrou my instink. Ek en Nico besluit saam oor dinge en ons waardeer mekaar se oordeel. God gee vir almal wysheid, maar dis jou keuse of jy dit gebruik of nie. Wanneer ek twyfel of ongemaklik voel oor iets, is daar 'n goeie rede voor. God het 'n plan met ons en Hy is ook daar wanneer jy foute maak. Hy verander 'n negatief in 'n positief."

Sangeres **Lianie May** is **November** se voorbladmodel en sy vertel bloot hoe haar loopbaan op dreef gekom het. Die **Desember-uitgawe** verskil wel van die ander in die opsig dat dit hier drie mans is oor wie die voorbladartikel gaan, terwyl al die ander voorbladartikels oor vroue of vroue en hul gesinne gaan. Die drie mans deel egter soos in die ander uitgawes iets oor hulself en hul ervaring van Kersfees.

Swemmer **Ryk Neethling** verkies ervarings bo geskenke:

"Ek hou nie van geskenke uitsoek nie. Materiële goed is nie vir my belangrik nie. Ek gee liever ervarings. Ek sal byvoorbeeld vir my ouers vliegkaartjies koop om te kom kyk hoe ek by die Statebondspele swem. Ervarings is kosbaarder as geskenke."

Akteur **Chris Linford** erken dat hy "vrot" is met geskenke uitsoek:

Sy gesin moet maar tevrede wees met geskenkbewyse, want hy is vrot met geskenke uitsoek. Die grootste geskenk wat hy sou wou "koop", sou liefde, medemenslikheid en 'n nuwe osoonlaag wees.

Vir **Kurt Darren** (sanger) is geskenke baie belangrik:

Die briefie wat hy vanjaar aan Kersvader sou wou skryf, sal vra vir vliegkaartjies Parys en Venesië toe. "Dit sal darem lekker wees..." Hy soek graag spesiale geskenke uit. "Iets wat vir elke spesiale mens in my lewe iets beteken. Dis lekker om hulle te sien glimlag."

Soos gesien in hoofstuk 3 plaas *Finesse* die meeste klem op die tema bekende persoonlikhede. *Finesse* oefen hulle agendastellende rol uit deur meer prominensie hieraan te gee (sien spesifieke rigtinggewende argument 4, hoofstuk 2). Ag van die twaalf uitgawes het aktrises as voorbladmodelle gebruik. Die Mei- en Desemberuitgawes het meer as een voorbladmodel en die ander twee uitgawes het 'n sangeres en sakevrou as voorbladmodelle. Hierdie bekende persoonlikhede vertel in die meeste gevalle nie van hulle verhouding met God nie. Soos hierbo gesien, is daar wel drie uitsonderings waar die voorbladmodelle iets oor hulle Christenskap of geloof deel: Mei, September en Oktober (sien spesifieke rigtinggewende argumente 1&2, hoofstuk 2).

Onderwerpe waaroor artikels oor voorbladmodelle handel, sluit hulle grootwordjare, onthou- en verliesoomblikke, reise, lesse wat hulle geleer het en goeie en slegte gewoontes in. Hieruit is dit duidelik dat die "celebrity"-kultuur teenwoordig is (sien hoofstuk 2).

Lig se **voorbladfoto's én -artikels** handel meestal oor lede van 'n gesin omdat die hele gesin hierdie tydskrif se teikengroep is. Die artikels oor die voorbladmodelle deel iets oor hulle geloof of Christenskap – wel nie altyd ewe veel nie.

Aktrise **Bertha Wahl (Januarie)** vertel hoe sy vir haar dogtertjie, **Kiana**, uit die Bybel voorlees en vir haar leer dat God sentraal in haar lewe moet staan. Op die **Februarie-uitgawe** is die sanger **Dozi en Muriël** (op daardie stadium sy vrou) die voorbladmodelle. Dozi vertel dat hy glo dit is God se wil dat hy musiek moet maak. Sangeres en aktrise **Sarah Theron** en haar dogter, **Shirah**, is **Maartmaand** se voorbladmodelle. Theron vertel van haar loopbaan en ook van haar verhouding met God.

Akteur **Francois Lensley** deel in die **April-uitgawe** oor sy verhouding met God. Die artikel vertel ook waarvan hy hou en van ervarings wat hy gehad het, maar deel ook iets oor geloof:

"Ek word elke oggend wakker met die roep van 'n bokmakierie. Sy geroep is vir my soos 'n vinger in die ribbes wat my keer op keer God se grootheid laat besef. Geloof is 'n totale oorgawe aan Hom."

Voormalige hoogspringkampioen, **Hestrie Cloete (Mei)**, deel ook oor haar geloof. Sy verskyn saam met haar dogtertjie, **Chrizette**, op die voorblad. Die leser leer ken steeds die voorbladmodelle beter, maar ook op 'n geestelike vlak:

Die gesin het na Nieu-Seeland vertrek en woon tans daar in 'n gemeenskap waar hulle omring word deur gewese Suid-Afrikaners. Veilig en gelukkig. "Die Here het ons gesin veilig hierheen gebring," laat weet sy uit Nieu-Seeland. "Wanneer Hy saam met jou is, sal dit goed gaan met jou – maak nie saak wat oor jou pad kom nie."

"My verhouding met God is vir my baie belangrik en dit is een aspek wat ek graag aan my kinders wil oordra. Die Here het my telkemale uit die diep water gelig. Wanneer ek wou opgee en gaan lê, was Hy daar vir my en het Hy my weer opgehelp. God is die anker in my lewe."

Hierdie aanhaling is 'n voorbeeld van 'n artikel wat die gebruiker se verhouding met God kan bevorder. Dit strook dus met kenmerke van spesifieke rigtinggewende argument 1 (sien hoofstuk 2) en strook op hierdie manier met die kenmerke en benaderings van 'n Christelike joernalistiek.

Johan Scholtz (voorheen akteur, nou leraar) en sy twee kinders is op **Juniemaand** se voorblad. Die artikel oor hulle gebruik Vadersdag as invalshoek, maar fokus op God as Vader en vertel dan van Johan Scholtz wat sy lewe toewy aan God en sy gesin:

"Ons leer in die Bybel om God aan te spreek as Abba, Vader, oftewel 'Ons Pappa'. Hy is ons Hemelse Vader en as ons Hom verteenwoordig, verteenwoordig ons ook Sy Vaderskap. Die enigste manier hoe my kinders God as Vader kan ken, is deur my verhouding met Hom – ek moet die voorbeeld stel en die leiding neem."

Die artikel oor **Sonja Heroldt (Julie)** deel ook heelwat oor hoe belangrik haar verhouding met God vir haar is. Dit kan ook die leser se verhouding met Hom bevorder en voldoen sodoende aan kenmerke van spesifieke rigtinggewende argument 1 (Hoofstuk 2). Dit beklemtoon dat God liefde is en inspireer mense (kyk spesifieke rigtinggewende argument 2, Hoofstuk 2):

"Ek was onlangs by 'n geleentheid waar iemand gesê het: "Sonja Heroldt? Lééf sy nog?" Ja, ek leef nog. Ek is besig om weer my stem te vind. Ek is nie meer net "Jantjie" en "Waterblommetjies" nie, alhoewel ek dit nog sing. Ek is nou iemand wat ook iets anders het om te sê!"

Sonja sê een ding wat soos 'n goue draad deur haar biografie loop, is haar kinderlike vertroue in die Here. Vir haar was Hy nog altyd – maar nou meer as tevore – soos 'n Pa wat getrou sy kind versorg.

Rugbyspeler **Victor Matfield (Augustus)** vertel van sy rugby-ervarings en is ook nie skaam om oor sy geloof te deel nie: "God speel 'n geweldige belangrike rol in my lewe. Ek glo my en Monja se huweliksgeluk is gebaseer op die fundamente wat ons in die Bybel vind. Ek ken God in al my besluite."

In die **September-uitgawe** vertel die artikel hoe **Herman Hardick en Beatrix Erasmus** by mekaar uitgekom het – wat dit egter anders maak is dat hulle getuig hoe God hulle bymekaar gevoeg het en vertel van Sy rol in hul lewens.

Beatrix Erasmus en Herman Hardick het mekaar op die Villa Rosa-stel ontmoet. Herman bieg dat hy van die eerste oomblik af "volledig bewus was" van hierdie pragtige donkerkop. Tog het daar 'n hele ruk verloop voordat die twee uiteindelik besef het waarom hulle altyd mekaar se geselskap by hulle werkplek opgesoek het. Teen Februarie laasjaar het Herman die waagstuk aangegaan om vir Beatrix te vertel sy laat sy hart vinniger klop... en tot sy groot blydschap agtergekom dat die gevoel wedersyds is. "Beatrix is beslis die vrou wat God vir my uitgesoek het," sê hy.

"Ek dink 'n mens moet altyd waardeur wat jy op hierdie oomblik het" sê Herman. "Ek beskou God as 'n Vader wat na sy kinders omsien. Hy daag hulle uit om die beste te wees wat hulle kán wees. Terselfdertyd is Hy die vangnet wat jou red wanneer iets skeef loop."

Lesers word ook goed ingelig omtrent televisiepersoonlikheid **Cindy Nell en Clive Roberts (Oktober)** se trouplanne, maar hulle deel ook oor hulle verhouding met God so tussendeur al die ander inligting en die leser kan duidelik sien dat hulle verhouding met God deel is van hulle alledaagse lewens:

103

gelukkig
maak nie

Cheng, A. H. S. 1997.

For a full report, please contact: **Marcelo José de Assis**, **Gerente Técnico**

MAY 27 AM 15

20598-40

94 12 18 3000

10. $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$ [illegible][illegible]

3 lezers *Ik heb de laatste aflevering van de serie gelezen en ben er helemaal mee weggevoerd. Het is een heerlijk boek, maar ik heb het nog niet gelezen. Het is een heerlijk boek, maar ik heb het nog niet gelezen.*

3 lesen

Akteur **Hennie Jacobs** en sy verloofde, **Marissa Vosloo**, vertel in die **November-uitgawe** dat God 'n "definitiewe plek" in hul verhouding het. Sangeres **Nianell en haar drieling** pryk op die voorblad van die **Desember-uitgawe**. Sy vertel dat sy hulle reeds op 'n jong ouderdom van God leer en dat hulle baie bewus van God is.

Deur *Lig* se voorbladartikels kom die boodskap duidelik na vore dat Christenskap nie los moet staan van jou alledaagse lewe nie, maar dat dit juis deel daarvan moet wees. Die manier hoe die voorbladmodelle oor hulle geloof praat en die manier hoe *Lig* daaroor berig, is opvallend. Baie van die artikels erken God, bring hoop vir die leser, is opbouend en weerspieël dat God liefde is. Dit strook dus met kenmerke en benaderings wat in hoofstuk 2 (spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2) daargestel is vir Christelike joernalistiek.

Op ses van die uitgawes verskyn modelle wat bekend is as akteurs. Die res van die uitgawes se modelle is 'n atleet, rugbyspeler en vier sangers/sangeresse. In al twaalf die voorbladartikels word vertel van die voorbladmodel se verhouding met God. Deurdat daar in elkeen van die artikels oor die persoon se verhouding met God geskryf word, word dit duidelik dat hierdie mense 'n pad met die Here stap.

Lééf se **voorbladartikels** vertel ook van die persoon, maar daar is baie klem op wat geleer kan word, inspirasie en die voorbladmodelle deel meestal iets oor hul Christenskap of geloof.

Sangeres **Sonja Heroldt (Januarie)** deel haar pad na vernuwning en vertel van haar verhouding met God: "Ek weet nou dit gaan nie oor wat die kerk, die mense, die pastoor of énigteen van jou sê nie, maar oor wat die Heilige Gees deur God se Woord aan jou openbaar." Vir aktrise **Mandi du Plooy** en haar verloofde **Schalk Baard (Februarie)**, is 'n Goddelike huwelik belangrik: "Ons wil 'n Goddelike huwelik hê."

In die **Maart-uitgawe** vertel sangers **Kurt Darren en Helené Bester** oor hulle lewens en wat vir hulle kosbaar is en *Lééf* vra ook 'n lysie vrae aan elkeen oor onderwerpe wat belangrik is en wat lesers kan inspireer.

Kurt Darren erken dat God se Woord hom 'n beter mens maak:

"Die Woord van God het my geleer om 'n beter mens te wees. Ek probeer selfs in die klein dingetjies van die lewe 'n goeie mens te wees, soos om op te let hoe ek die mense om my hanteer. Goeie maniere kos niks nie. Maar ek is nie 'n engel nie hoor. Ek het ook foute. Ek word soms maklik kwaad, en ek weet een van my swakpunte is dat ek mense in die rede val."

Helenè Bester soek dikwels stilte:

So tussendeur haar druk skedule gaan soek Helenè dikwels stilte waar sy net weer 'n slag haar eie stem kan hoor. En God s'n. "Ek streef na balans deur die heeltid bewus te probeer wees van wat die Here van my verwag. Daardie bewustheid kweek ek deur my kerk, deur God se Woord en my selgroeprvriende."

Op die vraag "Hoe weet jy dis nou tyd om stilte op te soek?" antwoord hulle as volg:

Helenè: "Wanneer ek voel alles en almal raak vir my te veel. As ek te vinnig emosioneel raak of ek voel ek het nie krag om die volgende dag aan te pak nie, dan weet ek dis nou tyd om stil te raak – om te bid vir krag en vir die Here se stilte in my lewe. Maar meer vir Sy vrede as net vir stilte."

Kurt: "My lyf en my kop sê dit vir my – ek kom gewoonlik net by 'n punt waar ek weet ek het genoeg gehad. Dit vat so twee dae om net weer my kop oop te kry, en dan begin ek my meisie, my musiek en my vriende mis. Sodra ek dinge as vanselfsprekend begin aanvaar, weet ek dis tyd om stilte te gaan soek."

Die artikel oor voormalige Mej. Wêreld, **Penny Coelen-Rey (Mei)**, vertel oor haar lewe, maar ook oor haar geloof in krisistye:

Moeilik om te glo dit was 'n hele halfeeu gelede dat die beeldskone Penny Coelen as Mej. Suid-Afrika gekroon is én as die mooiste mejuffrou in die ganse wêreld. Vandag, op 68, is sy steeds beeldskoon. Haar helder, groenblou oë kyk stip, sonder om te intimideer. Die plooië wat wel op haar sonbruin vel kreukel, verleen karakter.

Later, oor 'n koppie koffie, waag sy dit om skramsweg oor die hartseer van Nickey se tragiese ongeluk te gesels. Hoe oorleef 'n mens so 'n krisis? "My geloof het beslis 'n rol gespeel. Sonder God sou ek nie al die stampe en stote van die lewe kon oorleef nie. 'n Mens moet in jou oortuigings glo, iets hê om hulle op te baseer. 'n Rots, 'n fondament om jou lewe op te bou." Vir haar en Mickey, wat al self 'n pad met kanker gestap het, is dit hul Hemelse Vader. "Soms voel ek dat ek nie so diep gelowig soos my man is nie, maar sonder God sou ons nooit oorleef het nie."

Opvallend is dat Lééf hier 'n "ouer" vrou as model gebruik en daardeur die stereotipe verbreek dat modelle noodwendig jonk moet wees.

Ook aktrises **Susan Coetzer (Junie)** en **Anel Alexander (Julie)** vertel van hulle Christenskap en persoonlike lewens. Die **Augustus-uitgawe** verskil van die ander deurdat die voorbladartikel nie net oor sangeres **Carike Keuzenkamp** handel nie, maar oor elf bekendes wat elkeen iets vertel oor wat hulle in Suid-Afrika hou:

"Ons is 'n nasie so taai soos biltong. En ons kén die krag van wonderwerke wat geskiedenisboeke herskryf... bekendes vertel van die hoop wat hulle net hier hou."

Wilna Snyman, aktrise, sê 'n gees van liefde is nodig:

"Die antwoorde op al ons vrae en uitdagings sal in die gees van liefde 'n gedaanteverwisseling ondergaan. Maar dit verg 'n kopskuif."

Retief Burger, jeugleraar en aanbiddingsleier, het hoop:

"Ek sien gewone gelowiges wat verantwoordelikheid neem vir die opvoeding van die ongeskooldes, die versorging van die armes, die vertroosting van die weeskinders en die ontwikkeling van die minderbevoorregtes. Dit gee my hoop, 'n hoop waarvan ek deel wil wees."

Barrie Burger, berede woestynprofeet van die Kalahari, is ook vol hoop vir Suid-Afrika:

"Daar's net eenvoudig te veel mense in ons land wat in gehoorsaamheid aan Christus leef om iets anders as hoop te hê."

Carike Keuzenkamp, sangeres, sê positiwiteit is belangrik:

"Ons mense gee my altyd hoop, want die meeste van hulle is goed. Omring jou met positiewe mense en hou jou besig met positiewe gedagtes."

Die **September-uitgawe** se voorbladartikel vertel nie iets spesifieks oor aktrise **Bertha le Roux** se geloof nie, so ook nie die **Oktober-artikel** oor aktrise **Sybel Coetzee** nie, maar is wel opbouend in die sin dat Le Roux vertel dat sy gelukkig is met haarself (dus 'n goeie selfbeeld) en Coetzee onder andere vertel van 'n paar mense se positiewe invloed op haar lewe. Sangeres **Laurika Rauch** deel oor haar mylpale, drome en haar geloof in die **November-uitgawe**:

"As ek oor die mylpale van my lewe moet gesels, sonder ek eerste die geboorte van ons twee kinders uit. Ek wil nie dink hoe my lewe sou gewees het sonder hulle nie. Ons kinders was nog altyd en bly steeds 'n geskenk wat aanhou gee! Dis lekker om met hulle op soveel vlakke te resoneer – en dit word net lekkerder soos wat hulle ouer word."

Wees eers jou eie beste vriend voordat jy vir ander iets kan beteken. En hou vas aan vergifnis. Oor die rol van geloof in haar lewe, sê sy: "Ek het te veel beantwoorde gebede om eers op te noem. Ek leef met 'n ingesteldheid op die rigtingwysing van die Heilige Gees."

Die artikel oor sangeres **Rina Hugo**, haar dogter **Anri** en kleinseun **Enzo (Desember)** vertel van hulle eerste Kersfees saam met Enzo. Daar is nie 'n identifiseerbare bewys van 'n geestelike inslag nie alhoewel familiebande en –waardes sterk uitgelig word.

Alhoewel *Lééf* se voorbladartikels nie elke keer iets oor die voorbladmodel se geloof vertel nie, is dit in die meeste gevalle wel so: Sewe van die twaalf artikels vertel iets van die voorbladmodel se verhouding met God. Die ander artikels waar nie oor geloof vertel word nie, het wel 'n inspirerende, opbouende fokus en erken in die meeste gevalle vir God. Die leser kry hoop en voel welkom. Soos in hoofstuk 3 gesien, is bekende persoonlikhede die tema waarop *Lééf* klem plaas. Nadat na die inhoud van hierdie artikels gekyk is, is dit duidelik dat daar meestal iets oor die geloof en Christenskap van die persoon geskryf word. Daar word ook baie van die voorbladmodel se lewe en ervarings vertel, maar dis nie al nie – die leser kry ook 'n kykie in die geestelike lewe van die voorbladmodel. Ses van die uitgawes maak van sangeresse

107

Die meeste artikels deel iets uit die persoonlike lewe van die voorbladmodel. Dit is egter opvallend dat die persoon se verhouding met God ook ter sprake kom en deel uitmaak van die persoon se lewensreis. Dit strook dus met wat spesifieke rigtinggewende argument 2 (sien hoofstuk 2) sê, naamlik dat voorbladmodelle 'n pad met die Here moet stap. Alhoewel *Lééf* dus ook bekende persone gebruik en só die agenda stel dat dit belangrik is om te weet wat in bekendes se lewens aangaan en oor hulle te praat, bring hulle die fokus, as Christelike publikasie, na die bekende se verhouding met God.

Sarie bied die voorbladmodel op 'n manier aan wat elke leser laat wens sy is soos die voorbladmodel. Die artikels handel oor die model se persoonlike lewe en vra ook soms vrae aan die persoon wat in die vorm van vraag en antwoord aangebied word en 'n fotoblad, soos byvoorbeeld die artikel oor aktrise **Michelle Botes** in die **Januarie-uitgawe**.

Sarie sinspeel op die feit dat daar 'n misterie omtrent Michelle Botes is:

Daar's iets omtrent Michelle Botes... maar wat? Is dit haar geborgde swart weeldemotor buite die restaurant in Melville, terwyl sy eintlik 'n donkergrys Mini Cooper sou verkies? Is dit die manier waarop sy saamsmelt met teksture – van die smeulbruin fluweel waarmee sy by *SARIE* se fotosessie opdaag tot die groen blinkers waarmee sy voor die kamera poseer?

Sarie vra vrae soos onder andere die volgende aan Michelle Botes:

Wat is die waarde van 'n TV-drama soos *Isidingo* vir die nasie, indien enige?

"Dit het baie waarde. Die storielyne is 'n spieëlbeeld van ons samelewing en daar's ongelooflike opvoedingsgeleenthede in stories soos Nandipha se vigs, Agnes se ongeletterdheid en hoe om 'n kleinsake-onderneming te begin. Ook die rol van geregtigheid in ons samelewing, mishandeling, geweld, ens. Ek is baie passievol daaroor dat ons die kwessies aanraak en bekyk – en sepies bied daardie geleentheid op 'n nie-bedreigende manier."

Die voorbladmodel word hier op so 'n manier aangebied dat lesers haar bewonder en wens dat hulle soos sy kan wees. Dit is 'n teken van die "celebrity"-kultuur (sien hoofstuk 2). Lesers kyk op na hierdie glanspersoonlikheid en verbeel hulleself dat hulle haar ken, al het hulle haar nog nooit ontmoet nie, maar slegs oor haar in tydskrifte gelees.

In die **Februarie-artikel** word die artikel op 'n interessante manier aangebied – die artikel bestaan uit elf bladsye en sluit modesessies by die sirkus in. Baie volbladfoto's word gebruik met min teks. Interessant genoeg deel aktrise **Christi Panagio** wel iets oor haar Christenskap: "Ons is Christene en ons het gevoel ons moet voor God belowe om ons lewens saam deur te bring. Dit beteken ons het Sy seën. Hy gooi emmers vol daarvan op ons." Tog word die artikel so aangebied dat die leser weereens begeer om soos hierdie persoon te wees.

Die **Maart-uitgawe** bied ook die voorbladmodel op 'n interessante manier aan – 'n nuwe haarstyl word vir **Elma Postma** gekies. Die leser word stap vir stap deur die hele proses geneem waartydens *7de Laan* se (destydse) Dezi se haarkapsel oorgedoen word. "Voor" en "na" foto's word gewys wat die leser intrek en laat voel asof sy hierdie persoon ken. Dit dui op die "celebrity"-kultuur waar die leser voel dat sy deur die tydskrif 'n tipe van verhouding of intimiteit met die bekende persoonlikheid het. Hierdie voorbeeld dui baie sterk op die "celebrity"-kultuur aangesien iets soos 'n haarkapsel 'n persoonlike keuse en aspek van 'n persoon is. Die persoon se persoonlike lewe word dus deur die media aan die publiek ontbloot. Die bekende persoon in die "celebrity"-kultuur kan bekend wees vir 'n prestasie of talent, of nie (sien hoofstuk 2). Elma Postma is bekend as aktrise en het talent, maar steeds kom ander eienskappe wat dui op die "celebrity"-kultuur, sterk na vore soos gesien is.

Die artikel oor sangeres **Andriëtte Norman (April)** beslaan sewe bladsye. Groot foto's word gebruik en daar is net een en 'n halwe bladsye teks. Norman vertel van die "idols" in haar lewe en hulle sê dan ook elkeen iets oor haar. **Aktrise Diaan Lawrenson (Mei)** maak haar hart oop en vertel van die man in haar lewe. **Nina en Lise Swart (Junie)**, aktrise **Jana Strydom (Julie)** en **aktrise Brümilda van Rensburg (Augustus)** vertel iets uit hul persoonlike lewens. Die artikel oor die aktrise **Lindie van Eeden (September)** toon 'n afwisseling en het 'n duidelike geestelike dimensie:

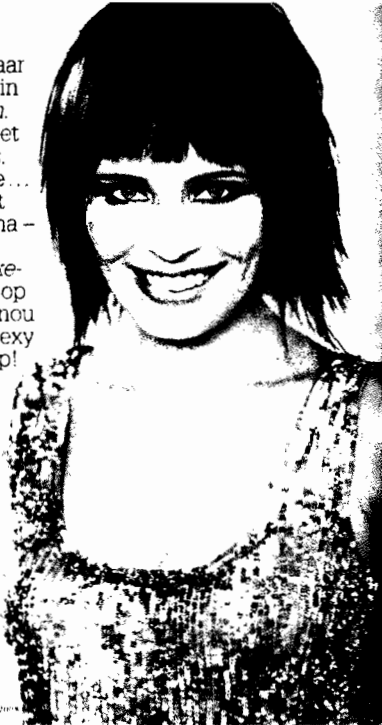
Sy glo keerpunte en veranderings is noodsaaklik in 'n mens se lewe. En deesdae spog Lindie van Eeden met 'n nuwe voorkoms – een wat die manne op die Egoli-stel twee keer sal laat kyk. 'n Groot keerpunt in Lindie se lewe was toe sy in 1998 tot bekering gekom het. "Daarna was daar gereeld keerpunte terwyl ek my lewe stukkies vir stukkies vir Hom gegee het. Dis 'n proses."

Die negebladartikel oor aktrise **Natasha Sutherland (Oktober)** bevat baie min teks. Die bietjie teks wat daar is beskryf items wat vir Sutherland kosbaar is, byvoorbeeld 'n skildery van Michele Nigrini. Aktrise **Quinne Brown Huffman (November)** vertel van haar lewe saam met haar Amerikaanse man in Kalifornië en hoe sy terugverlang na Suid-Afrika.

MY STYL

Sy was 7 jaar lank Dezi in *7de Laan*. Sy't vergeet wie sy is. Tot nou toe... Ontmoet Elma Postma – akteur, Ontbytsake-aanbieder op kykNET & nou die nuwe, sexy donkerkop!

32 SARIE MEI 2014




Kyk toe, lyk sy nou!
tot siens
DEZI
hallo
ELMA

CHARIS LABUSCHAGNE
foto's CLINTON LUBBE
hare TERENCE TERENCE
van Terence-haarsalonne
stillerig FANIE CRONJE
grimering ADELLE JUNG



'DAAG JOUSELF UIT DEUR
**HUWC
IDEE'S**

TERENZO HAARSALONNE
LOAN DE JONGHUIS KLEED
TERENZO HAARSALONNE
LOAN DE JONGHUIS KLEED

MY STYL



Like other agencies that use the standard, the Agency has not used any

$$C_{10}H_{16}N_2O_2 \cdot 2H_2O \cdot 2NaCl \cdot NaNO_2 \cdot NaNO_3 \cdot Na_2CO_3 \cdot Na_2C_2O_4$$

"We must be a little kinder to the poor," said the king.



1. The first step in the process of identifying a problem is to determine the nature of the problem. This involves a thorough understanding of the situation and the factors that are contributing to the problem. Once the nature of the problem is understood, the next step is to identify the causes of the problem. This involves a detailed analysis of the situation and the factors that are contributing to the problem. Once the causes of the problem are identified, the next step is to develop a plan of action to address the problem. This involves determining the steps that need to be taken to address the problem and the resources that will be required to implement the plan. Once a plan of action has been developed, the next step is to implement the plan. This involves carrying out the steps that have been identified in the plan of action. Finally, the last step in the process is to evaluate the results of the plan. This involves determining whether the plan has been successful in addressing the problem and whether any further action is required.

and the net is sequenced to determine the order of the genes.

[illegible]

111

voorbladartikel en met groot en baie foto's ook aandui dat bekende persoonlikhede vir hulle 'n hoofprioriteit is. Elf van die uitgawes het aktrises op die voorblaaie. Die twaalfde uitgawe het 'n sangeres as voorbladmodel. Die fokus in hierdie artikels is op die lewe van die voorbladmodel en om haar so aantreklik moontlik vir die leser aan te bied. Wat *Sarie* wel regkry, is dat die agendastellende rol wat hulle het, sterk beoefen word deurdat daar soveel bladsye aan die voorbladmodel afgestaan word dat die leser die boodskap kry dat dit as belangrik geag word (sien spesifieke rigtinggewende argument 4, hoofstuk 2). Die "celebrity"-kultuur is ook aanwesig deurdat die leser inligting oor die glanspersoonlikhede se persoonlike lewens kry en hulle so bewonder en aanhang, dat hulle hulleself verbeel hulle "ken" die persoon. God word nie in hierdie artikels erken nie en daar is ook nie identifiseerbare aanduidings dat dit die leser se verhouding met God sal bevorder nie.

Opsommend oor al vier publikasies kan genoem word dat al twaalf *Finesse* se voorbladartikels handel oor bekende persoonlikhede en dat die leser persoonlike inligting omtrent die bekende kry wat in 'n mate dui op die bevordering van 'n "celebrity"-kultuur en 'n pseudo-ontmoeting tussen die leser en glanspersoonlikheid skep. *Lig* se voorbladartikels gebruik ook bekende persoonlikhede op al twaalf uitgawes, maar 'n onbekende gesinslid kry ook blootstelling. Al twaalf artikels vertel van die bekende persoon se verhouding met God. *Lééf* se voorbladartikels handel ook almal oor bekende persoonlikhede en sewe van die twaalf artikels vertel van die persoon se geloof. *Sarie* se voorbladartikels is anders as bogenoemde drie publikasies in dié opsig dat die voorbladartikels meestal meer as vyf blaaie beslaan, groot volbladfoto's van die model gebruik word en daar minder teks is as by die ander drie publikasies se voorbladartikels. Al vier publikasies gebruik bekende persoonlikhede as voorbladmodelle.

Daar is wel 'n onderskeid wanneer dit kom by die manier hoe die artikels geraam is. By *Finesse* en *Sarie* is die "celebrity"-kultuur duidelik sigbaar (alhoewel nie ewe veel nie) en word nie van die voorbladmodel se verhouding met God vertel nie (behalwe vir enkele uitsonderings) terwyl *Lig* en *Lééf* meestal in die voorbladartikel oor die persoon se geloof skryf. Daar word dus soms oor dieselfde tipe bekende persone (bv. aktrises, sangers, ens) geskryf, maar dit word verskillend geraam en by *Lig* en *Lééf* oefen die publikasies hulle agendastellende rol uit deur vir die leser bewus te maak dat die bekende se geloof of Christenskap ook belangrik is. By *Finesse* en *Sarie* oefen hulle hul agendastellende rolle uit deur die lesers bewus te maak van wat in die persoonlike lewens van die bekendes aangaan en word die leser genooi om persoonlike aspekte van die model te deel.

By die meeste van *Lig* en *Lééf* se artikels is tekens van 'n Christelike joernalistiek en by drie van *Finesse* se artikels was ook tekens daarvan. Die tekens van 'n Christelike joernalistiek dui op die kenmerke en benaderings wat in hoofstuk 2 daargestel is in spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2. Hierdie kenmerke word nie by *Sarie* se artikels gevind nie.

Tog moet beklemtoon word dat 'n artikel wat die geestelike of geloofsaspek van 'n Christen uitlig, nie per se as "Christelik" getipeer kan word nie. Net so is die gebrek aan 'n geestelike dimensie nie noodwendig "sekulêr" nie. Dit gaan hier oor tendense en hoe 'n tydskrif duidelik waarneembare agendastellende kenmerke uitoefen.

4.4 HOE VERSKIL DIE RUBRIEKE (EN ANDER ARTIKELS WAT ELKE MAAND VERSKYN) VAN MEKAAR?

Die waardes van die tydskrif kom duidelik na vore wanneer na die vaste rubrieke gekyk word. Daar is ook verskeie artikels wat nie noodwendig 'n rubriek genoem kan word nie, maar 'n maandelikse instelling van die tydskrif is. Dit wys wat vir die publikasie belangrik is en wat hulle belangrik genoeg ag om elke maand te plaas. Die publikasie oefen hulle agendastellende rol op hierdie manier uit, want hulle ag hierdie artikels belangrik genoeg om elke maand te verskyn en dui dus vir die leser aan dat dit belangrik is (sien spesifieke rigtinggewende argument 4, hoofstuk 2).

Finesse het 'n hele paar sulke artikels:

- Redakteursbrief van Venessa Schoeman

Sy vertel dikwels iets uit haar eie lewe – iets wat sy iewers gehoor het of wat met haar gebeur het en dikwels 'n positiewe boodskap daarby. Soms verwys sy ook na 'n artikel in die uitgawe wat verband hou met dit wat sy oor haar lewe vertel het. So skryf sy in April 2008 se uitgawe:

Tog dink ek ek verstaan die waarde van tyd. Ek het nog altyd. Dit is nie waarom ek so benoud voel op hierdie Sondagmiddag nie... Uit pure desperaatheid besluit ek om te gaan stap. Dit maak altyd my kop helder. Omtrent 'n kwartier later begin dit saggies reën. Ek voel die koelte op my vel en ruik die nat grond. Dis toe dat die waarheid my tref! Dis asof God saggies in my oor fluister: "So seker as wat jy die reën op jou vel voel, so seker moet jy wees dat jy elke dag lééf. Dat jy elke dag vóél. As elke oomblik – hartseer of gelukkig – aan jou hart geraak het, het jy sinvol geleef." Die probleem is nie dat ons te min tyd het of dat die tyd te vinnig verbygaan nie. Die probleem is dat ons onbewustelik leef, amper asof ons op *autopilot* is. Dis dan dat ons buite beheer voel, dat ons toeskouers van ons eie lewe word en nie aktief deelneem aan die lewe self nie.

Ek vertrou dat die artikel op bladsy 38 jou sal help om nie net meer ure in jou dag te hê vir jouself en vir die mense vir wie jy lief is nie, maar dat jy veral hierdie maand sal besef dat jy die lewe moet voel gebeur!

Dit is opbouend en inspireer die leser.

- Hoe om...

In hierdie rubriek word inligting gedeel oor een of ander onderwerp, bv. hoe om 'n goeie indruk te wek of hoe om uit 'n groef te kom. Vyf verskillende skrywers word gebruik vir hierdie rubriek. Die raad wat gegee word, word meestal puntsgewys aangedui en is tipies van leefstyltydskrifte:

Hoe om... daai *blues* te tem (November 2008) – deur Eugene Kemp

Almal van ons voel nou en dan bietjie "af". Wanneer jy depressief raak, is dit al hoe moeiliker om van negatiewe gevoelens ontslae te raak. As jy eers in 'n depressie verval het, kan dit baie verg om weer daaruit te kom. Kom so uit die donker put:

- Hanteer onverwerkte gebeure en emosies. Moet dit nie net wegbêre nie. Wees bereid om oor jou emosies te praat en werklik in voeling te kom met dit wat jy beleef.
- Waak daarteen om jouself af te sonder – dit is brandstof vir depressie. Maak seker dat jy jouself met positiewe mense omring.

Hoe om... 'n goeie indruk te wek (Maart 2008) – deur Fatima Abdool

Eerste indrukke word binne die eerste drie sekondes gevorm. Jy het dus drie sekondes om 'n blywende positiewe indruk te wek. Doen dit só:

- Wees betyds. Die persoon wat jy die eerste keer ontmoet, stel nie in jou verskonings belang nie. Daag eerder 'n bietjie te vroeg op.
- Wees gemaklik en wees net jouself. 'n Ongemaklike houding kan jou poging om 'n goeie indruk te wek in die wiele ry. As jy kalm en met selfvertroue optree, stel dit die ander persoon ook op haar gemak.

Dit kan die leser inspireer, maar hier is nie identifiseerbare tekens dat God 'n rol te speel het nie.

- Probleem opgelos!

Kenners deel inligting oor onderwerpe, byvoorbeeld hoe om jou soettand onder beheer te kry of slaaploosheid te voorkom. Vier verskillende gesondheidskenners word hier gebruik. Hier is geen identifiseerbare aanduiding van 'n Christelike of geestelike inslag nie, selfs nie by implikasie nie.

Die probleem is as volg:

Dis asof my soettand die oorhand oor my gekry het. Ek is so belustig vir soetgoed dat ek myself nie kan inhou nie!

Arien (mediese dokter) sê...

Dink 'n bietjie of daar dalk emosionele redes vir jou soettand is. Jy soek dalk onbewustelik kitsoplossings deur soetgoed te eet, wat goedvoel-neuro-oordragstowwe soos dopamien en serotonien op 'n kunsmatige manier verhoog. Jy behoort in elk geval 'n vastende bloedsuiker- en insulientoets te laat doen om insulienweerstandigheid en selfs latente diabetes uit te skakel...

Antoinette (kruiekenner) sê...

Bergpatat is 'n krui wat sal help om jou metabolisme te reguleer, en as jou metabolisme gebalanseerd kan funksioneer, sal jy ook minder na soetgoed hunker.

Bogenoemde is dus opbouend, maar daar is geen teken dat die leser se verhouding met God bevorder word of ander kenmerke en benaderings wat dui op Christelike joernalistiek nie.

- Jou werk & jou geld

Hierdie rubriek word behartig deur Helen Ueckermann en gee raad oor finansiële beplanning, hoe om jou begroting te laat klop, geldslim te wees en vele meer. Hier is geen aanduiding van 'n Christelike/geestelike inslag nie:

Die artikel, "Laat jou sake klop" (Julie 2008) gee praktiese raad:

As 'n kleinding op pad is, is dit tyd om weer na jou finansies te kyk, want kinders is 'n duur stokperdjie! Jy sal jou begroting moet aanpas om voorsiening te maak vir die volgende uitgawes:

- Behuising. Is dit nodig om te trek na 'n groter huis of 'n ander woonbuurt wat nader aan skole is?
- Kos, klere en ander huishoudelike items. Doeke en melkformule is duur en kan honderde rande tot jou maandelikse uitgawe byvoeg. En wat van 'n stootwaentjie, motorstoeltjie, wiegie en so meer?
- Mediese uitgawes. As jou mediese versekering nie 100% van alle mediese uitgawes dek nie, sal jy bybetalings moet doen vir besoeke aan onder meer die ginekoloog en pediater.

"Wen by die werk" (Desember 2008) help lesers om die implikasies daarvan om te verhuis ter wille van jou werk, in ag te neem:

As jy gewillig is om te verhuis ter wille van jou werk, kan dit jou loopbaan 'n reuse hupstoot gee. Dan is jy deel van 'n toenemende aantal mense (sowat 79% van alle werksoekers) wat bereid is om ver van huis en haard te gaan werk. Wat ook al jou rede, hetsy meer geld of omdat jy die wêreld wil sien, moet jy slim te werk gaan as jy besluit om jou wortels uit te trek, sê *Manpower SA*.

- Jy moet alle aspekte van jou voorgenome trek goed navors sodat jy 'n realistiese prentjie het van wat voorlê.
- Dink mooi na oor die redes waarom jy bereid is om te trek en watter voordeel jy daaruit wil kry.
- Moenie onderskat hoe moeilik dit kan wees nie. Maak seker jy is die regte persoon om dit aan te durf.
- Leer vooraf so veel as moontlik van die taal en kultuur van die mense by jou bestemming.

- Kos

Juandi Andrag hanteer hierdie rubriek. Heerlike resepte word vergesel van aptytwekkende foto's. Resepte vir byvoorbeeld "Oesters met kruiesambal" (Augustus 2008) en "Warm sampioen- en babaspinasieslaai" (Mei 2008) word gegee.

- Susan Coetzer sê haar sê

Die bekende Susan Coetzer is hier aan die stuur. Sy vertel dikwels iets uit haar persoonlike lewe of gesinslewe. In die Augustus-uitgawe vertel sy hoe haar seun en man armdruk:

My seun Frankie was op skool altyd aan die kleiner en skraler kant van die skaal. Wanneer rugbyspanne gekies is, is hy altyd as (baba)vleuel eerder as fors voorspeler gekies. "Ek dink dis tyd om my spiëre bietjie uit te bou," besluit hy eendag toe hy kaal bolyf langs Philip opmetings doen voor die spieël. "Met 'n bietjie spiëre by, sal ek jou maklik met *arm wrestling* wen."

Die volgende tien minute is daar 'n gesteun en 'n gekners van tande by die kombuistafel. Albei die manne is bloedrooi in die gesig. Nie een wil toegee nie. Die geluide wat by hul monde uitkom, klink na klanke van geweld en molestering. Die honde blaf en teken protes aan. Ek draai my rug en maak my oë toe. "Ek het hom, *Baby*," hoor ek my man kreun. "*But your time is running out, Big Daddy*," sê Frankie en val uitgeput op die tafelblad neer. "*Next time is my time!*"

- Dagboek vir 'n ma

Milan Murray skryf hierdie rubriek oor ma-wees en deel gevolglik ook baie uit haar persoonlike lewe. In die Januarie-uitgawe vertel sy van haar kind se grense:

My kind sit in sy hok. Ja, soos 'n diertjie. Die twee by twee meter konstruksie staan op die agterstoep, heerlik onderdak en veilig weg van die swembad. Ek het vir 'n oomblik sleg gevoel toe ek hom vir die eerste keer daarin tel. Dat ek nou my kind so inperk. Hy moet mos kan ondersoek en ontdek!

Ek sit en drink my Sondagoggend koppie tee langs die hok op die stoep en bepeins die konsep van *boundaries*. 'n Dilemma vir my wat myself 'n vry gees noem. Ek glo mos nie aan tussen-die-lyne-inkleur nie. En hier sit my einste kind tussen grense.

Die redakteursbrief toon 'n geestelike inslag, maar die meeste ander rubrieke toon nie 'n identifiseerbare bewys van 'n Christelike of geestelike inslag nie.

"*Finesse* kenners" is ook artikels wat in elke uitgawe van *Finesse* verskyn: selfhelp deur Tanya van Zyl; kreatiwiteit deur Kobus Neethling; ouerskap deur Hettie Britz; huwelik deur Gretha Wiid en geloof deur Hennie Stander. In laasgenoemde se artikels kom uiteraard 'n geestelike dimensie na vore:

In die Mei-uitgawe verduidelik Stander 'n gedeelte uit die Bybel:

Daar is 'n vers in die Bybel wat ek dink heeltemal te veel weggesteek is. Dit is Genesis 12:2. God sê daar vir Abraham dat Hy hom sal seën, maar dan voeg God by dat Abraham weer vir ander mense tot seën moet wees. Abraham moet sy seën deurgee na ander toe!

Julie se artikel vertel van 'n alledaagse gebeurtenis in Stander se lewe, maar wys dan hoe dit omgeswaai kan word om die situasie vanuit 'n Bybelse perspektief te sien:

Daar is mos 'n spreekwoord wat sê as 'n mens met die verkeerde voet uit die bed klim, loop alles sommer daardie dag verkeerd. Dit is wat ek daagliks in my lewe ervaar. Ek kry myself net nie sover om opgewonde en entoesiasies te leef nie. Is dit moontlik om elke dag met vreugde aan te pak? Dit is die dag wat die Here gemaak het; laat ons daarvoor juig en bly wees, sê die Psalmdigter. Dit beteken dat elke dag aan die Here behoort – nie net die lekker dae wanneer jy by die see vakansie hou of verjaer nie.

Stander se artikel in die Oktober-uitgawe wys ook 'n alledaagse kwessie, naamlik die gejaag en tekort aan tyd, uit. Dan word 'n gedeelte uit die Bybel gebruik om die leser te help om rustig te word en op God te fokus:

Ek jaag my dood van een punt na 'n ander. Ek het nie meer tyd vir enigiets nie. Dit is amper soos 'n vriend spot: "Ek kry nie eers meer tyd om sonde te doen nie!" Hoe kry ek dit reg om minder besig te wees en tyd te maak vir myself? "Soms moet ons stil word om Sy stem te hoor, want Hy skreeu nie, Hy fluister..."

Psalm 46:11 sê: "Bedaar en erken dat Ek God is, hoog bo die nasies, hoog bo die aarde." Soms is dit nodig om tot stilstand te kom en die lewe te waardeer. Daarvoor is daar vir ons spesiaal 'n dag in die week afgesonder om te rus. Jesus het ook dikwels na 'n eensame plek gegaan om net stil te word.

In die artikel, *Finesse*-kenner – huwelik (Gretha Wiid; Januarie 2008) is daar 'n aanduiding van 'n geestelike inslag:

"Ek is 'n dinamiese vrou met 'n sterk persoonlikheid, wat handig te pas kom in my werk. Tog veroorsaak dit 'n bietjie van 'n dilemma by die huis. My man voel dikwels ek is nie onderdanig aan hom nie. Hoe kan ek onderdanig wees sonder om myself prys te gee?"

"God is mal oor dinamiese vroue. Hulle word kragtig deur Hom gebruik! Jou worsteling kom dalk van 'n tradisionele siening van onderdanigheid."

Die ander *Finesse*-kenners deel nie altyd iets direk uit die Bybel nie. Hulle verwys wel soms na Christenskap en hulle raad is in lyn met dit wat die Bybel sê alhoewel hulle nie altyd direk iets daarvoor deel nie. Hierdie artikels is opbouend en inspirerend en kan die leser se verhouding met God bevorder (spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2).

Lig dui ook duidelik aan waar hulle kern lê deur hierdie artikels wat belangrik genoeg is om elke maand te plaas:

- Redakteursbrief – Adri Louise van Renen

Sy gebruik ook ervarings uit haar eie lewe en bring dit op die ou einde by 'n geestelik waarheid uit. In die September-uitgawe byvoorbeeld, vertel sy van haar besoek aan 'n

skoonheidsalon en haar “nuwe gesig” toe sy daar uitgestap het. Dit word later uitgebring by ’n “nuwe gesig” wat ’n mens kan opsit wat vriendeliker, behulpsamer en vroliker is sodat ander mense dit sal raaksien. Sy vertel van ’n persoonlike, alledaagse ervaring, maar koppel dit aan ’n geestelike wysheid of waarheid:

Toe ek onlangs my oë oopmaak ná ’n besoek aan ’n dame wat veronderstel is om al die kunsies van versorg en mooimaak te ken, is my wenkbroue twee pikswart strepe. "Dit lyk of daar twee deurpaaie bokant my oë koers kies," kla ek. "Kan jy iets daaraan doen?" Die idee was immers net effens donkerder wimpers en wenkbroue! "Nee," sê sy sonder ’n sweempie van simpatie.

Die aanbreek van die lente, maak jaar na jaar op ’n interessante manier die gevoel by ’n mens wakker dat dit tyd is vir ’n "nuwe gesig". Daar is diegene wat dit prakties benader.

Dan is daar diegene vir wie die "nuwe gesig" ’n ander betekenis het. Hulle sal by die aanbreek van die lente binnetoe kyk en hulleself voorneem om nader aan God te beweeg en vriendeliker, behulpsamer en vroliker te leef – om die lag op hulle mondhoëke en in hulle oë te laat woon.

Laat ons lag en laat ons lewensbelangrike aanpassings maak. Sodat ons nuut kan lyk – omdat ons in Christus nuut is. Sodat ons hartsmense kan vra waarom ons ’n nuwe gesig het. En dit wil nadoen.

Dit is opbouend, inspireer lesers en erken Christus.

- My mense van die *Lig* – deur Elise Bosch

Hierdie rubriek vertel gewoonlik ’n storie – daarmee saam kom ’n kosbare wysheid oor die lewe of geloof. In die Augustus-uitgawe vertel sy van ’n besoek aan Hillbrow:

Die Vrystaatse boer bel. Hy en sy vrou is naby Hillbrow en hulle soek ons adres om in hulle GPS in te tik... Gou hou daar ’n bakkie met ’n FS-registrasienommer by die hek stil. Die groot boer met die handgebreide blou trui se oë swem in die trane toe hy die straatmense sien wat op hierdie wintersoggend ’n bord kos by hulle koue lywe probeer inbewe. Hy vertel dat hy een van die 60 000 manne was wat die saamtrek van die aartappelboer-prediker, Angus Buchan, bygewoon het. Dit het sy lewe verander. Maar dit was die verhaal van die swaarkry in Hillbrow se strate in ’n ou uitgawe van *Lig* in sy dokter se spreekkamer wat met hom gepraat het: só moes hy sy voete beweeg om iets met die Buchan-inspirasie te doen. Terwyl sy skenkings van die bakkie afgelaai word, sien ek uit die hoek van my oog dat ou Saartjie weer snikkend voor die kerksaal se deur vir my wag.

- Keurkos – deur Linda Coetzee & ander

Hier word resepte gedeel, maar is ook ’n ander aanslag: Kinders word dikwels betrek by die resepte of daar word vertel hoe kinders kan help. In die Mei-uitgawe is die resep kolwyntjies wat die gesin vir Ma kan maak vir Moedersdag en in die Augustus-uitgawe word ’n insettel gegee oor hoe twee kinders help pasta maak het. Vierings wat die gesin vier, vorm deel van die rubriek. In die Februarie-uitgawe word weer idees vir ’n Valentynsete gegee en Juliemaand is nuttige raad oor hoe kinderhandjies kan help sop maak.

Die artikel "Mmmm, Mamma!" (Mei 2008) vertel hoe die res van die gesin vir Ma kan bederf op Moedersdag:

Kolwyntjies is in die kol vir Moedersdag! Sit jou voorskoot aan, wees kreatief en bederf 'n spesiale vrou in jou lewe.

"Pastaplesier!" (Augustus 2008) vertel hoe mans en kinders ook kan help:

Dit is nog goed winter en ons wil vertroetel voel, verkieslik met lekker warm huiskos. Nee, niks effentjies nie; kos wat iets om die lyf het! Met pasta is jy altyd reg – of dit nou is om vriende te onthaal, vinnige gesinsete aanmekeer te slaan, of as 'n trooskossie vir die kinders.

Só het die manne met die pasta gehelp:

Die seuns is dol oor "regte kos" en is baie behulpsaam met pasta voorberei. Kinders kan help om pasta gereeld deur te roer tydens die kookproses. Wanneer dit by dreinerings kom, waarsku hulle teen die stoom en die warm pasta – dit brand erger as wat hulle sou dink!

Hierdie artikels poog om gesinsbande te versterk alhoewel daar nie 'n direkte verwysing na Christenskap of geloof is nie.

- Wengesinde – Manna vir ma – deur Cheri Fuller
Hier word praktiese raad aan ma's gegee. Later in die hoofstuk is 'n meer volledige bespreking van hierdie artikels.
- Wengesinde – Aktief pa – deur Theo Geyser
Met behulp van 'n storie word 'n boodskap aan Pa's oorgedra. Hier word praktiese raad aan pa's gegee. Later in die hoofstuk is 'n meer volledige bespreking van hierdie artikels.
- Wengesinde – Waardes – deur Chris Jones
Riglyne en wenke wat gesinne help om waardes daar te stel en te handhaaf. Later in die hoofstuk is 'n meer volledige bespreking van hierdie artikels.
- Wengesinde – Groei in aksie – deur Joke Nicol
Ook hierdie rubriek is baie prakties met goeie wenke van hoe om dinge prakties uit te voer. Later in die hoofstuk is 'n meer volledige bespreking van hierdie artikels.
- Wengesinde – Oupa en Ouma met fut – deur Johan en Nina Smit
Johan en Nina Smit gee praktiese raad oor hoe om bv. kleinkinders te hanteer. Later in die hoofstuk is 'n meer volledige bespreking van hierdie artikels.
- Ritme en beelde – Musiek – deur Piet Meiring
Hierdie artikel is bloot 'n resensie oor een of ander cd of musiekgroep. Dit is meestal klassieke musiek. In die Februarie-uitgawe word oor Mozart geskryf:

Toe Leopold Mozart en sy beroemde seun, Wolfgang Amadeus, in 1785 op besoek by Joseph Haydn was, het die ouer komponis vir Leopold gesê: "Ek verklaar aan u, voor God en as 'n eerlike man, dat u seun die grootste komponis is wat ek – óf persoonlik óf volgens reputasie – ken".

Op vandeemaand se CD (Daniel Barenboim: Mozart Piano Concertos 20 and 27. EMI Classics 3565132) word twee van Mozart se mees geliefde klavierkonserter, Nommer 20 (K466) en Nommer 27 (K595) uitgevoer.

- Gesinsvraag van die maand – deur Gert Pretorius

'n Probleem word bespreek en dan word die positiewe en negatiewe kante daarvan gegee sodat daar met nuwe oë na die onderwerp gekyk word. Raad word aan ouers gegee oor onderwerpe soos hoe om hulle introvertkind te hanteer (Mei 2008), wat om te doen as jou kind nie in sport presteer nie (Maart 2008) en die verskil tussen Wiskunde en Wiskundige Geletterdheid (Oktober 2008). Inligting word aan ouers oorgedra. Daar is nie identifiseerbare eienskappe wat dui op 'n Christelike/geestelike inslag nie:

Moet my kind Wiskunde of Wiskundige Geletterdheid neem? Die nuwe kurrikulum het meegebring dat die laaste eksamens in die ou hoërgraad- en standaardgraadvakke in 2007 geskryf is. Die nuwe vakke Wiskunde en Wiskundige Geletterdheid is nie maar net ander name vir Wiskunde in die hoërgraad en Wiskunde in die standaardgraad nie. Wiskunde is die vak wat nodig is om ná matriek 'n kursus of beroep in die syferkundige beroepsveld, ingenieurswese, medies of die fisiese en biologiese wetenskappe te volg.

- JongLIG – vir tieners

Die artikel is spesifiek gemik op tieners en daar word altyd iets oor geloof gedeel. In die Julie-uitgawe word vrae aan *Supersterre* se Kobus Muller, gevra. Daar word spesifiek gevra oor sy geloof en hy antwoord as volg: "Geloof speel 'n groot rol in my lewe. 'n Mens moet ook vir die Here kan wys dat jy dankbaar is vir die gawes wat jy ontvang het. En 'n mens moet nie jou talente wegsteek nie." In die Novemberuitgawe handel die artikel oor die bekende Christelike groep, *Hillsong United*:

Die Aussie-"band", *Hillsong United*, is hierdie maand in Suid-Afrika! Hulle voer spesiale planne in die mou en die woord "rewolusie" word gefluister...

Wanneer *Hillsong United* sê hulle droom vir hulle Suid-Afrikaanse toer is om Suid-Afrikaners te verenig, sodat dié 'n lig kan laat skyn wat die wêreld sal sien en navolg, dan bedoel hulle dit. Want dit is wat *Hillsong United*, wat oorspronklik 'n kerk-"band" was, ook by hulle gemeente, die Hillsong-kerk in Sydney, Australië, leer en probeer uitleef.

- Rooimiere – vir kinders

'n Geestelike waarheid word op 'n interessante, eenvoudige manier aan kinders verduidelik. In die Julie-uitgawe is 'n bordspeletjie met vrae uit die Bybel wat kinders moet opsoek om verder te kan aanskui. Verskillende beloftes uit die Bybel word in die Septemberuitgawe aan kinders verduidelik met prente en dele wat kinders kan invul.

God het gesê: "Ek sal jou nooit verlaat nie, jou nooit in die steek laat nie." (Hebreërs 13 vers 5). Ons gaan die volgende paar maande kyk na beloftes in God se Woord, die Bybel. 'n Belofte is iets wat beslis waar sal word. Soms jok mense vir mekaar en belowe iets sonder om dit regtig te bedoel. Maar God maak nie so nie. Hy breek nooit Sy beloftes aan Sy kinders nie. Selfs wanneer dit baie sleg gaan en dit voel asof God ver weg is, kan ons weet dat Sy beloftes spesiaal vir ons, Sy kinders, bedoel is.

Iets direk uit die Bybel word gedeel.

- Skoonheid – Amalia van Jaarsveld

Die artikels gee praktiese skoonheidswenke soos byvoorbeeld watter tipe vel jy het en om te luister na jou vel (April 2008). Hier is geen teken van 'n Christelike inslag nie:

Watter soort vel het jy?

Droë vel:

Jou vel kry te min water. Dit verouder gouer en word boonop, soos wat jy ouer word, nóg droër. Jou hare is oor die algemeen droog en jou sweetgaatjies is klein.

Olierige vel:

Jou vel het te veel olie. Jou hare is olierig. Jou porieë is groot. Jy het 'n geneigdheid tot aknee. Jy is minder geneig om plooie te kry.

- Ritme en beelde – fliekresensies – deur Leon van Nierop

Leon van Nierop gee resensies oor verskillende flieks. Dit is nie geestelik van aard nie en het ook geen boodskap oor geloof nie.

Closing the ring (Mei 2008)

Slegs vir sentimenteles

Closing the Ring gaan oor vrede maak met die verlede, en hoe om te aanvaar wat met jou gebeur het. Dit is nooit te laat om met jou lewe voort te gaan nie, selfs al trek jy aan die verkeerde kant van 70. Dit is romanties, glansryk en mooi verfilm, met pragtige mense wat intens ly. Maar dit is net vir die sentimenteles onder ons. Shirley MacLaine speel steeds 'n barshou en bewys hoekom sy, na al die jare, steeds so 'n staatmaker is.

- Grootseun – deur Barend Vos

Dit is 'n humoristiese bydrae vanaf 'n seun aan sy Pa en Ma. Daar is nie 'n diep boodskap nie, bloot 'n lekkerlees artikel op 'n humoristiese noot.

Die lollery met 'n neekenaar (Maart 2008)

Dié lollery het begin met dominee Buurgemeente wat een oggend ewe vrolik telefonies navraag doen oor ons gemeente se e-posadres. En daarmee my hele dag bederf. Want ná my verleë antwoord het hy eers kamma-geskok stilgebly (toneelspeler!) en toe uitgebars van die lag.

- Op reis deur die lewe – deur Annalise Wiid

Sy deel iets oor die lewe en bring 'n positiewe boodskap aan die leser wat baie bemoedigend is. In die Julie-uitgawe vertel sy van 'n besoek aan Zimbabwe om daar te gaan sing en van die geskenksakkies wat sy saamvat om na die tyd vir die bejaardes uit te deel:

Terwyl ek alles bymekaar kry, wonder ek wat die mense in Zimbabwe uit ons geskenksakkies sal haal? Sal hulle dink dit is sommer net lekkers? Of sal hulle weet ons stuur daarmee iets méér? Dat dit ons skrale troos teen 'n oorweldigende haglikheid is. 'n Klein viering van hoop oor 'n nuwe bedeling wat begin bot. 'n Proeseltjie meegevoel en erbarming uit diepgeraakte harte. Sal die dapper, moë, dierbare Zimbabweërs weet wat pak ons wêrklik vir hulle in hierdie soetgoed-sakkies? Geloof, hoop en liefde. Wat malvalekker-sag sê: Eintlik, geliefdes, weet ons glad nie wát om te sê nie.

- Laaste sê

Hierdie artikel is heel agter in die tydskrif en word deur verskillende skrywers geskryf. Dit is altyd 'n opbouend boodskap of lewenswaarheid wat gedeel word – dikwels 'n ervaring uit die skrywer se lewe. Johann Symington vertel in die Februarie-uitgawe van hoe hy gedink het Mick Jagger alles het in die lewe, maar hoe hy later besef dat Mick Jagger niks van die saligheid van 'n vrou, naamlik Tina, in sy kerk het nie:

Ek moes twee keer kyk: is dit hy of nie? 'n Paar sitplekke regs van my sit Mick Jagger, die leiersanger van die *Rolling Stones*, soos 'n gewone sterfling en krieket kyk. Op sy eie. By die *Wanderers*. Hier is 'n man wat alles het: beroemdheid, mooi huise, mooi karre en, helaas, ook mooi vroue. Is hy gelukkig? – wonder ek so in my enigheid.

Toe ek by die kerk stilhou en uitklim, sien ek heel eerste twee lippe. Tina s'n. Dikgeslaan. Haar een oog is ook toegeswel. Sy was gisteraand die objek van Andries se gebrek aan tevredenheid. Die drank was op, die geld ook. En sy kon nie voorsien nie. Dit is elke week se ding. Sy wag my in en groet my tussen die stukkende lippe deur: "Môre Pastoor, loof die Here. Hy is goed, oneindig goed." 'n Stuk opstand sny deur my. Arme Tina. Waarin sien jy God se goedheid in jou lewe? Totdat ek halfpad deur die diens weer na Tina kyk. Mick Jagger, met al sy roem, het niks van die saligheid van Tina nie.

Die meeste van *Lig* se rubrieke het 'n sterk geestelike inslag. Die agendastellende rol word hier uitgeoefen omdat rubrieke in elke uitgawe verskyn (sien spesifieke rigtinggewende argument 4, Hoofstuk 2). Deur meestal 'n geestelike inslag te hê en kenmerke van 'n Christelike benadering te toon, dui *Lig* aan dat Christenskap en geloof vir hulle belangrik is.

Lééf het heelwat rubrieke en vaste artikels wat die raamwerk vorm waarom die tydskrif gevorm word. Hierdie artikels lê egter 'n sterk fondasie:

- Redakteursbrief

Christine Ferreira vertel van 'n ervaring uit haar persoonlike verwysingsraamwerk met 'n geestelike boodskap, byvoorbeeld (September):

"Spesiaal vir jou gemaak, Christine," lees die mooi kaartjie. Al om die rand van die vaalbruin laphart met knopies versier, is dié boodskap liefderyk geborduur: *The will of God will not take you where the grace of God will not protect you*. Dié aand lees ek in my stiltetyd weer die verhaal van die vyf brode en twee vissies. Hoe Jesus die broodjies en die vissies self uit die hande van Sy dissipels geneem en gebreek het en onder die skare versprei het. Hoe Hy self gesorg het.

- Dagboek van die maand

Elke maand se gebeure word met elke uitgawe aangebied. Vertonings, feeste, kompetisies en vele meer, soos die *Garden Route Wedding Expo*, die Bloemfonteinse Skrywersvereniging se nasionale skrywerskompetisie, Die Olyffees kunsuitstalling in Riebeek-Kasteel en die musiekblyspel, Houtkruis.

- Uit die hart – deur Piet Naudé

Naudé vertel iets uit sy persoonlike lewe, maar ongemerk kom daar 'n dieper boodskap deur. In die Oktober-uitgawe vertel hy van 'n ervaring by die lughawe. Twee kinders wat alleen reis het sy aandag getrek. Hy het aanvanklik gedink dat hulle bedorwe brokkies is, maar later uitgevind hoekom hulle so tranerig was.

Met die opstyg hou hulle mekaar se hande vas. Albei is heelpad maar tranerig. ("Kan nie oor die vlieg wees nie," dink ek) By die trappe kom 'n grondwaardin die tweetjies haal en hulle stap na die aankomssaal. 'n Man in sy middel-dertigs kom aangeloop. (Dis moeilik om die kinders se reaksie te peil. Daar is nie die spontane hardloop nie.) Die man teken 'n register en hulle stap na die bagasieband. Die grondwaardin kom verby. Sonder dat ek vra, sê sy: "Die kinders kom kuier vir die pa. Die ma bly in die Kaap."

Die volgende drie rubrieke, het geen identifiseerbare eienskappe van 'n geestelike dimensie nie, maar vertel bloot van Le Roux se stryd met die skaal, artikels soos byvoorbeeld wyn en fliëks wat mans interessant sal vind en wys foto's van minder bekende mense se huise en gesinne of artikels waarvan hierdie persone hou:

- Ek en my lyf – deur Bertha le Roux
- Hart van 'n man – deur Schalk Schoombie
- My lewe in 'n plakboek – verskillende skrywers

- *Lééf* met hart – deur Ilse Salzwedel

Hierdie interessante rubriek bestaan uit 'n paar kort bydraes. Daar word vertel van die verskil wat mense in ander mense se lewens gemaak het, van sendelinge en ander kosbare idees wat jou hart aanraak. Dit is opbouend en inspirerend.

Sendeling in die veld (Maart 2008)

Maralise Potgieter (60) is 'n weduwee, ouma van nege en het al 'n dubbele hartklep-vervanging ondergaan. Vier jaar gelede is sy sak en pak Malawi toe vir sendingwerk.

Vertel meer van jouself? Ek verpleeg al 41 jaar. Toe ek in Julie 2004 met 'n sendinguitreik in Mosambiek beland, het die Here weer my roeping versterk.

Hoe het jy sendeling geword? Nadat ek in 2004 op 'n advertensie van die Kommissie vir Getuienis gereageer het, het al die deure net vir my oopgegaan. Ek is aangestel in 'n susterspos by 'n Presbiteriaanse hospitaal in Nkhoma, 'n hospitaal met 240 beddens, 60km suidoos van Lilongwe. Nkhoma, 'n sendingstasie, het ook 'n teologiese skool.

Herwin & help gestremdes (Maart 2008)

Suid-Afrikaners lewer gemiddeld 566 miljoen ton vullis per jaar. Baie hiervan kan herwin word: glas, papier, blikkies, ou rekenaars... Soek iemand in jou omgewing wat dit kan herwin. In Kaapstad is dit die Oasis Association, wat bereid is om jou herwonne produkte by jou huis te kom haal. Boonop help jy só werk skep vir 'n groep mans en vroue met gestremdhede.

- Sielskalender – deur Elize Parker

Die rubriek is in die sewe dae van die week ingedeel. Onder elke dag is 'n tema met idees hoe om dit uit te voer. Alles gaan oor geestelike ervarings en hoe jy jou verhouding met God kan laat groei asook met jou medemens - hoe jy as Christen kan groei en 'n verskil kan maak.

Woensdag (November 2008)

Reik uit na jou werksmense:

- Vier kollegas se sukses. Laat dit jou besiel om ook jôu talente te ontgin.
- Verheerlik God met jou werk deur op jou roeping én op jou kollegas se welsyn te fokus – en nie net op jou eie ambisie nie.
- Maak Jesus jou vennoot en die Woord jou handleiding op kantoor.

Donderdag (November 2008)

Sien jou kinders in Sy ware lig:

- Behandel jou kinders met God se onmeetlike liefde en nie volgens wat hulle doen of verdien nie.
- Spreek woorde van lewe oor hulle om hulle te laat blom.
- Leef jou kind los van God? Gesels deernisvol oor hoe hy of sy weer hul oë terug op Jesus kan kry.

- Sielsvreugde – deur Joyce Meyer

Joyce Meyer deel iets uit die Bybel. Sy verduidelik dit dikwels met 'n storie en help lesers om Christus beter te leer ken.

Saai genade (Augustus 2008)

As kind is ek diep verneder as ek iets verkeerd gedoen het. Toe ek God leer ken het, het ek verwag dat Hy my dieselfde sou behandel. My hart was hard. Ek was moeilik, presies, puntenerig en ongenaakbaar. As ek 'n fout begaan het, wou ek self daarvoor betaal deur ellendig te voel en al my vrede en vreugde in te boet. Ek is so bly ek het ontdek God is nie soos mense nie! Die Woord sê in Klaagliedere 3:22-23: "...daar is geen einde aan Sy ontferming nie, dit is elke môre nuut."

- Siel van 'n vrou – deur Milanie Vosloo

Milanie Vosloo se rubriek het ook 'n paar verskillende afdelings. 'n Gedig, 'n "Boodskap vir jou" en dan nog twee bydraes oor een of ander aspek van 'n vrou en iets wat haar inspireer en aanmoedig.

Die Meester verstaan jou! (April 2008)

Wonder jy ook soms wanneer jy sekere emosies ervaar, of Jesus régtig verstaan wat jy beleef? Kom ons soek die antwoord deur in Sy hart te gaan kyk soos Johannes dit beskryf: Met die dood van sy vriend Lasarus kon Jesus Sy tranes nie keer nie en het Hy gehuil (Joh 11:33-35).

Wees 'n brugbouer (April 2008)

Jesus het met een rede na hierdie aarde gekom: Om te red wat verlore was en heel te maak wat stukkend is. Met Sy kruis het Hy as't ware die onoorkombare afgrond tussen ons en God oorbrug en daardeur van verlore mense ewigheidskinders gemaak.

Boodskap vir jou (April 2008)

Julle moet mekaar liefhê... Kyk hoe lief het Ek julle. Laat dit vir julle 'n voorbeeld wees van hoe lief julle mekaar moet hê. (Johannes 13:35, Die Boodskap)

- Vra dr. Gys – deur dr. Gys du Plessis

Lesers stuur vrae in wat deur dr. Gys du Plessis beantwoord word. Dit behels verhoudingskwessies en hoe om heel te word.

Hoe moet ons as ouers haar begelei? Sy voel dat sy oud genoeg is om haar eie besluite te neem.

Ai, is ouerskap nie een van die mees onselfsugtige take wat daar is nie! Ons leer ons kinders oor jare om onafhanklik te funksioneer – en sodra hulle dit goed regkry, los hulle ons en moet ons die situasie hanteer!

Wat sy nou baie meer nodig het as morele preke, is jul onvoorwaardelike liefde en gebede. Ons Hemelse Vader laat ons toe om ons vrye wil uit te oefen – en selfs teen Sy manier van doen te kies – tog verwerp Hy ons nooit nie. Jul uitdaging is om die onvoorwaardelike liefde van 1 Korintiërs 13 nou prakties uit te leef. Sterkte!

- Henri stap aan – deur Lizette Murray

In 'n paar uitgawes deel Lizette Murray haar reis – haar en George se seun, Henri, is op 22 jaar in 'n haai-aanval dood.

Soos ek die woorde van Psalm 139 beter begin verstaan het, het my verstarde gees begin ontdooi. Nou weet ek: God self, as Henri se Ewige Vader, het hom in daardie laaste oomblikke omsluit. Ek is wel Henri se ma, maar God is sy Vader. Hy het hom geken nog voordat ek hom geken het. Hoe sou Hy dan nie Sy kind enduit omarm nie?

- Saamlees – deur Elize Parker

Boekresensies. Daar is ook 'n aparte blad waar *Lééf* 'n paar boeke vir 'n spesifieke leser kies, bv. vir ma of pa of lewensverhale. Boeke soos "Wanneer 'n pa vir sy gesin bid" deur Johan Smit, "Naby God" van John Eldredge en "Man van God" deur Bennie Mostert word aanbeveel. Dit is meestal boeke oor 'n tema of onderwerp wat verband hou met Christenskap.

- Saamluister – deur Johan Heystek

Musiekresensies asook 'n afdeling "Het jy geweet?" wat deel oor 'n sanger en dan 'n "Wen"-afdeling waar lesers cd's kan wen van die sanger waarvan vertel is.

Het jy geweet? (Augustus 2008)

Eers in 2003, as lid van die jeugbediening C-Kruis (deesdae bekend as *13th Floor*) het God se plan vir haar duideliker geword. Sy het Johan by een van C-Kruis se plaaslike optredes ontmoet, en hulle het verloof geraak kort voordat Kriss Amerika toe is op 'n uitreik.

- Promosie

Dit is ook 'n maandelikse instelling oor verskillende temas of skrywers.

- Kuier-kuier – deur Christine Ferreira

Hier word vertel van interessante plekke wat besoek is en oulike artikels wat daar te koop is. Dit is altyd iets oor 'n ander plek of area. Mooi foto's van die plekke en artikels maak die uitleg van die rubriek baie aantreklik. "Kom kuier op die platteland. Verkykerskop Algemene Handelaar se retro-restaurant bied heerlike tuisgemaakte etes en ander lekkernye." (Augustus 2008)

- Woorde wat *Lééf*

Verskillende temas met skrifverwysings onder elkeen word gegee. Die leser word gehelp om Woord oor spesifieke temas te gaan opsoek in die Bybel.

- Word stil - deur Solly Ozrovec

Ds Solly Ozrovec deel iets uit die Bybel en verduidelik dit op 'n eenvoudige manier sodat almal kan verstaan, byvoorbeeld:

As jou huidige situasie jou moedeloos en ontmoedig laat en jy begin die sin en betekenis van die lewe te bevraagteken, laat jou Hemelse Vader dan toe om deur Sy Heilige Gees jou denke oor te neem en jou rigting te bepaal. Hy besiel jou tot die potensiaal waartoe jy in staat is en wat jy nooit as moontlik beskou het nie. Dan word jy deur God se genade, krag en liefde 'n nuwe mens! (Julie 2008)

- Lewensblik – deur Marzanne Leroux-Van der Boon

Iets persoonlik uit die skrywer se verwysingsraamwerk of lewe word gedeel. Daar is egter elke keer 'n baie waardevolle lewenswaarheid wat gedeel word – die leser word aan iets kosbaars en waar herinner en die rubriek spoor mens aan om dankbaar te wees. Sy skryf:

Die kleinste se gejammer is genoeg om 'n ouma se hart te breek. Maar as ek dan vyf minute later versigtig by die kamer verbyloop, sien ek die klein lyfie in Pappa se arms, koppie wat getroos teen sy skouer lê. Versoen. Eenmaal ná so 'n episode staan ek oor die groen dal en uitkyk. En ek dink oor óns Abba se stem wat ook eenmaal in die huis van Sy ongehoorsame kinders gehoor is. Ook op Sý herhaalde waarskuwing het ons nie reageer nie. En uiteindelik sou straf nie uitbly nie, want die loon van die sonde is die dood. Sý Woord staan vas. Tog het die roede nie op ons geval nie, maar op Sy eie dierbare Seun. Net soos hierdie pappa het Hy ons in Sy arms geneem en weer met Homself versoen, want die Offerlam het uit die dood opgestaan.
(April 2008)

Alhoewel al die rubrieke nie 'n geestelike inslag toon nie, is daar wel 'n hele paar met 'n sterk geestelike inslag. Die meeste van die rubrieke is opbouend en inspirerend en bevorder die leser se verhouding met God. Baie daarvan kan ook aan Bybelse waardes gemeet word. Dit strook dus met sekere van die kenmerke en benaderings vir 'n Christelike joernalistiek (sien hoofstuk 2, spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2).

Sarie het ook 'n verskeidenheid rubrieke en vaste artikels:

- Redakteursbrief deur Michelle van Breda

Sy vertel van gebeurtenisse en dinge uit haar eie lewe en heel aan die einde noem sy wanneer die volgende uitgawe van *Sarie* verskyn.

Tenger en fyn sit sy oorkant my. Sy kom om haar tydskrif te koop. Sy vertel trots van haar kinders en kleinkinders in Kanada, Australië en Amerika. Met almal gaan dit goed. Suid-Afrikaners wat gesogte poste losgeslaan het en kleinkinders wat die voorreg van top-skole en –universiteite geniet. Natuurlik gun sy hulle die beste.

Hoe min weet ons van die pad wat mense stap. Weet sal ons seker ook nie regtig nie. Maar ons kán luister, werklik luister, ons kan 'n glimlag deel, ons kan 'n kompliment gee én met dankbaarheid ontvang.
(September 2008)

Hierdie artikel toon wel tekens van inspirasie, maar die meeste artikels en rubrieke toon geen geestelike dimensie nie, soos van 'n sekulêre tydskrif verwag kan word. Daar is egter uitsonderings, soos die volgende:

- Ons gee om

Hier word vertel van een of ander persoon se bydrae om die lewe vir ander makliker te maak by die Rooikruis-Kinderhospitaal. Daar is ook inligting van hoe lesers kan help en kan bydrae.

Sy is 'n bekende gesig by die Rooikruis-Kinderhospitaal se kanker-pasiëntjies. En 'n teddiebeer is selfs na suster Felicity Douglas genoem!
(September 2008)

- Soos sy dit sien...

'n Bekende persoonlikheid deel uit haar persoonlike lewe onder die volgende opskrifte: "Ek hoop", "Ek is bang", "Wat ek geleer het" en "Wat ek nou weet".

Desdun Deysel (een van 'n paar vroue wat Everest aangedurf het):
Ek hoop om 'n maat te kry om my lewe mee te deel. Ek dink nie ek het 'n man nodig nie, maar ek sal graag een wil hê.

Ek is bang... nie vir doodgaan nie. Ek glo om berg te klim is deel van God se roeping vir my. Die dood is nie vir my 'n bedreiging nie, omdat ek 'n gelowige is. Ek is bang vir spinnekoppe. Ek's seker daarvan hulle weet ek's bang vir hulle, want daar is 'n klomp in my huis!

Wat ek geleer het. Jy moet altyd nederig wees. Dis so maklik om die dinge wat jy bereik het te gebruik om jouself soos die heldin te laat lyk.
(Maart 2008)

- Sielsdinge deur Suzette Truter

Hier word vertel van 'n boek of cd wat op 'n Christelike grondslag baseer is.

- Rubriek deur Koos van der Merwe

Dit het 'n geestelike inslag (op dieselfde bladsy as sielsdinge)

Tieners leef nie meer op dieselfde planeet as jy nie, en jou kinders giggel as jy probeer trampolien spring. Geen geleidelike proses berei jou hierop voor nie. Dit kom op 'n dag wat niemand kan voorspel nie. Dit laat my dink aan Psalm 90, die enigste psalm in die Bybel wat aan Moses toegeskryf word. Hy bid en vra die Here vir wysheid.
(Februarie 2008)

- Laaste sê deur Izak de Villiers

'n Interessante rubriek met gebeure uit die skrywer se lewe.

Ek is in 'n onthou-bui. Dit het begin nadat ek en Louise Smit een aand op die telefoon geklets het oor ons kinderdade. Toe verskyn Jaap Steyn se boek *Sonkyker* en ek kon dit nie neersit nie. Baie gebruike en insidente waarvan hy vertel, kon ek as't ware weer saam met hom beleef.
(Oktober 2008)

Dit is opvallend dat hierdie sekulêre publikasie wel plek afstaan aan geestelike rubrieke. Op hierdie manier wil hulle tog sê dat geloof nie heeltemal vergeet moet word nie.

Opsommend is gevind dat in elkeen van die vier publikasies 'n groot aantal artikels is wat elke maand verskyn. Dit vorm die basis van die tydskrif. Die verskil tussen die rubrieke van die drie Christelike tydskrifte teenoor *Sarie* is groot. Die Christelike tydskrifte wys waar hulle fokus is deurdat heelwat van hierdie artikels fokus op Christenskap of geloof en iets daaroor deel. Dit dui aan dat dit vir hul belangrik genoeg is en daarom plaas hul elke maand inligting daaroor. *Sarie* het wel een sterk geestelike rubriek "Sielsdinge" wat op die geestelike aspek fokus. Dit is egter net een bladsy uit die hele tydskrif. *Sarie* se fokus is heelwat meer op mode en skoonheid en dinge om te doen. Resensies van die drie Christelike tydskrifte teenoor *Sarie* verskil ook. *Sarie* se resensies is oor enige boek of cd terwyl die drie Christelike tydskrifte wel oor Christelike boeke en cd's ook verslag doen en oor ander boeke en cd's wat nie noodwendig Christelik is nie, maar opbouend en inspirerend is.

Die verskil tussen die aanslag van die drie Christelike publikasies teenoor *Sarie* is dus duidelik wanneer na rubrieke en ander maandelikse artikels gekyk word. *Finesse*, *Lig* en *Lééf* se rubrieke toon eienskappe wat strook met spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2 (sien hoofstuk 2). *Sarie* het egter net drie rubrieke waar 'n geestelike inslag duidelik identifiseerbaar is.

4.5 HOE VERSKIL EKSKLUSIEWE ARTIKELS VAN MEKAAR?

Eksklusiewe artikels is artikels wat slegs 'n bepaalde tydskrif plaas omdat hulle eksklusiewe regte daarop gekoop het of hulle 'n eksklusiewe onderhoud gekry het.

Finesse se eksklusiewe artikels se voorbladopskrifte is as volg: "'Vergewe my!' pleit moordenaar uit die tronk" (Februarie); "Julia Roberts oor Tom Hanks, naaktonele & nog meer" (Maart); "Is vet vrolik?" (April); "Bertha spog met haar klein Daniel" (Junie); "Annie Malan 'kaal' voor die kamera" (Augustus); "Cézanne Visser: 'Ek's nie meer Barbie nie'" (Desember).

Die Februarie-artikel is die hartroerende storie wat 'n moordenaar uit die tronk skryf. Na tien jaar in die tronk vra hy om vergewe te word en skryf hy ook 'n brief aan Theunet, sy gewese vrou, wat in *Finesse* gepubliseer word. Die eerste deel van die artikel vertel die tragiese verhaal van Gerhard, 'n moordenaar en verkragter en hy bely sy skuld:

Die skryf van hierdie brief het nie ten doel om mense te probeer oortuig dat ek nie 'n jakkals is nie. Ek verdien dié beskrywing en elke stukkie wantroue en haat wat daarmee gepaardgaan. Maar hier in die gevangenis het ek my identiteit in Christus ontdek. Ek wil die gebroke siele in die gevangenis versorg om vir God dankie te sê vir wat Jesus Christus vir my gedoen het. Maar ek het 'n probleem: Ek preek berou, bekering en boetedoening, terwyl ek self nog nie die hele pad gestap het nie. Ek kies om nie langer 'n leuenaar te wees nie. Ek is moeg om te hardloop! Dit het tyd geword om die verlede te konfronteer, die waarheid te praat en dan die hoofstuk af te sluit sodat ek op my roeping kan konsentreer. Dis waarom ek in *Finesse* en in die openbaar by Theunet om vergifnis wil pleit, maar ook by al die ander vroue van ons land, vir die groot onreg wat ek haar aangedoen het. My leuens het gemaak dat mense na 'n onskuldige mens kyk en haar as 'n koelbloedige moordenaar uitkryt.

Die artikel eindig met 'n persoonlike brief van Gerhard aan Theunet. Hy skryf onder meer:

Wat ek aan jou gedoen het, was boosaardig en siek. Ek weet nou hoe 'n patetiese mens ek was en het begrip vir jou haat en pyn. Wat ek van jou geroof het, sal ek nooit kan teruggee nie. Die letsels sal vir ewig daar bly. Ek is regtig baie, baie jammer. Vergewe my, asseblief.

Hierdie eksklusiewe artikel handel oor 'n persoon wat nie 'n beroemde akteur of ander bekende figuur is nie. Die skuldige erken sy skuld en vra om vergifnis. Hierdie eksklusiewe artikel fokus baie op die belydenis van die skuldige en die brief maak die artikel meer persoonlik en eg.

Die eksklusiewe artikel oor aktrise Julia Roberts (Maart 2008) vertel van haar nuutste fliek op daardie stadium, *Charlie Wilson's War*, waarin sy saam met Tom Hanks speel. Oor Tom Hanks sê sy dat hy net so "energiek, snaaks en wonderlik" is soos wat sy gehoop het. Verder vertel sy van haar kinders en man: "Ek het alles waarvoor ek ooit kon vra – drie ongelooflike kinders en my man. Van die eerste oomblik dat ek hom ontmoet het, het ek geweet hy is die een. Hy is my gunstelingmens!" Oor die "naaktonele" waarna op die voorblad verwys word, is 'n kort paragrafie waarin die hoofpunt die volgende is: "Maar die standpunt waarvoor Julia seker die bekendste is, is dié oor naaktonele. Sy weier volstrek om haar lyf vir die kamera te wys." 'n Lysie dinge "Wat jy nie van Julia geweet het nie" word ook gegee en sluit byvoorbeeld dinge in soos dat sy op hoërskool in 'n skoenwinkel gewerk het. Julia Roberts is wêreldwyd 'n beroemde en geliefde aktrise en hierdie persoonlike inligting wat oor haar in die artikel gedeel word, skep 'n tipe van "ontmoeting" tussen haar en die leser. Die leser voel dat sy hierdie aktrise "ken" deur dit wat die media haar bied. Dit dui daarop dat die "celebrity"-kultuur hier deur die tydskrif bevorder word.

"Is vet vrolik?" (April 2008) vertel die verhale van vier vroue van verskillende ouderdomme en hul menings oor vet. Al vier is onbekende mense – "gewone mense" waarmee die leser kan identifiseer:

Yolandé Rabé (25): "Al is ek hóé oorgewig, het ek nog nooit vetter gevoel as my vriende wat 60kg weeg nie."

Yolanda Deyssel (37): Sy wil weens haar "tjoepprobleem" ook nie meer voor familie swem nie. "Ja," skerts sy, "die probleem is, as ek uitklim, bly die tjoep nog om my heupe sit."

Adel Pretorius (21): "Een keer het 'n ou in 'n klub 'n aanmerking gemaak oor 'Dikkes is alweer die hele pad vol,' maar ek laat nie toe dat sulke goed my onderkry nie."

Mathilda Anderson (28): "Wanneer ek trou, moet dit in 'n nr.12-rok wees wat bo styf sit en na onder toe uitklok. Dis hoekom ek nou op hierdie ouderdom draadjies aan my tande laat sit het, want teen die tyd dat hierdie tande reguit is, wil ek die lyfie hê wat daarby pas."

Finesse eindig egter die artikel met 'n geestelike inslag: "Voor jy nie tot die besef kom dat God jou veilig deur elke situasie kan lei en jy nie vet nodig het as wegkruipplek nie, is jou kans op vrolik (en slank!), skraal."

"Bertha spog met haar klein Daniel" (Junie 2008) vertel die storie van Bertha (krieketspeler Hansie Cronjé se weduwee) wat saam met haar nuwe man, Jacques du Plessis, spog met hulle eersteling. Die swangerskap en geboorte word beskryf en 'n hele paar foto's van klein Daniel word gewys. Aan die einde van die artikel word ook genoem van 'n eksklusiewe video van Bertha-hulle wat op *Finesse* se webwerf beskikbaar is. 'n Aanhaling van Bertha: "Ons kyk op na die berge, na die Een wat die berge, hemel, aarde en vir ons gemaak het, en ons dank Hom vir die geskenk en die voorreg van lewe."

"Annie Malan 'kaal' voor die kamera" (Augustus 2008) wys hoe aktrise Annie Malan sonder grimering lyk, asook daarna. Die artikel verduidelik hoe rekenaarprogramme gebruik word om tydskrifmodelle perfek te laat lyk. "Mens lyk bietjie soos 'n pop na sulke 'korreksies'" sê die modestilis in die artikel.

"Ek's nie meer Barbie nie" (Desember 2008) vertel meer oor Cézanne Visser, wat bekend is vir die "Advokaat Barbie"-etiket wat sy gekry het toe sy met Dirk Prinsloo deurmekaar was (sy is intussen veroordeel). Sy deel oor haar ervarings en vertel ook hoe haar lewe later ten goede verander het:

"Ons het een Sondag saam met hulle kerk toe gegaan. Ek het gevoel die predikant praat met my en hy het gesê hy voel daar is iemand in die kerk wat dringend hulp nodig het. Hy het nie geweet ek is daar nie. Ek het na die diens na hom toe gegaan en dit is hoe hy my geestelike steunpilaar geword het."

Vier van die ses eksklusiewe artikels handel oor bekende persone. Die ander twee (Februarie en April) vertel die stories van gewone, onbekende mense. Die voorbladopskrifte lok die leser om die artikel te lees, maar vertel nie altyd heeltemal waarom die artikel gaan nie. Die opskrif

oor Annie Malan is 'n voorbeeld hiervan: "Annie Malan 'kaal' voor die kamera" skep dubbelsinnigheid. Die leser kom tog gou agter as na die artikel toe geblaa word, waaroor dit gaan, maar aanvanklik word 'n onduidelike, dubbelsinnige opskrif gebruik om lesers te lok. Laasgenoemde voorbeeld is in kontras met die aspek van spesifieke rigtinggewende argument 1 (sien Hoofstuk 2) wat sê dat woorde en opskrifte versigtig gekies moet word. In Maart en Desember se artikels is tekens van die "celebrity"-kultuur.

Lig se eksklusiewe artikel: "Hestrie praat oor ma-wees, nuwe horisonne en seerkry" (Mei). Die artikel vertel van Hestrie (voormalige hoogspringkampioen) en haar gesin se ervaring van Nieu-Seeland. Soos die artikel tereg sê, "sy het nog nooit gekroom om oor haar verhouding met God te praat nie":

"Die Here het ons gesin veilig hierheen gebring," laat weet sy uit Nieu-Seeland. "Wanneer Hy saam met jou is, sal dit goed gaan met jou – maak nie saak wat oor jou pad kom nie."

"My verhouding met God is vir my baie belangrik en dit is een aspek wat ek graag aan my kinders wil oordra. Die Here het my telkemale uit die diep water gelig. Wanneer ek wou opgee en gaan lê, was Hy daar vir my en het Hy my weer opgehelp. God is die anker in my lewe."

Lééf se eksklusiewe artikels het 'n heel ander fokus: "Boekuittreksel uit Karen Kingsbury se jongste roman – bl.110" (Mei); "Ons kuier by Prophet se Koos vd Merwe op Heroldsbaai" (Julie).

Die boekuittreksel oor Karen Kingsbury se jongste roman, "'n Tyd om lief te hê", is 'n tweeblad-artikel wat 'n gedeelte van die storie oor John Reynolds, 'n voetbalafrigter, en sy gesin vertel.

Die Julie-artikel oor Koos van der Merwe vertel hoe hulle Gauteng vir die Tuinroete verruil het om "geloofswerk" te gaan doen.

"Dit was ingrypend. Toe ek daardie Sondagoggend met die gemeente hier op George praat, het ek nie die see of die berge en die natuurskoon gesien nie," vertel hy. "'n Wete het van my besit geneem. Die wete was dat ek hier vir die Here moes kom werk."

Al twee persone waaroor *Lééf* se eksklusiewe artikels handel, is wel bekende figure, maar nie een van hulle het 'n "celebrity"-status nie en altwee is bekend vir hulle insette in 'n geloofsaspek.

Sarie se eksklusiewe artikels fokus op bekendes: "Komediant Marc Lottering maak nou sy hart oop" (Januarie); "7de Laan Paula – Diaan Lawrenson maak haar hart oop: 'By dié man het ek my geluk gevind'" (Mei 2008); "Hestrie se boek 'Waarheid sal uit oor Jurie & Robbie'" (Oktober).

Marc Lottering (Januarie) deel 'n paar geheime en dinge waaroor hy nie voorheen wou praat nie: "Vanoggend wil hy uitpraat oor die emosies wat hy al die jare in die *closet* moes ervaar. Dit kan 'n baie eensame plek wees", vertel hy. "Dis moeilik as jou lewe een groot leuen is; dit het 'n impak op alles."

Die tweede artikel is 'n uittreksel uit Hestrie Cloete (Oktober 2008) se boek, "My pyn, my glorie":

Ek het nog steeds nie my droom verloor om die goue medalje te wen nie. Ek het net geleer dat dit nie net die Olimpiese medaljes is wat skitter nie, ook nie ander atletiekmedaljes nie, maar dat ek ook 'n goue medalje kan inpalm as die beste Mamma vir my kinders en vrou vir my man.

Al drie bogenoemde persone is bekende persone en deel iets uit hul persoonlike lewens en selfs "geheime" soos hierbo gesien. Die leser leer ken die persoon oor wie die artikel is op 'n dieper vlak en kry inligting wat eintlik baie persoonlik is. Die "celebrity"-kultuur word hierdeur bevorder.

Finesse maak die meeste gebruik van eksklusiewe artikels. *Lig* en *Lééf* gebruik dit minimaal. *Sarie* het ook slegs drie keer tydens 2008 van eksklusiewe artikels gebruik gemaak. Van die artikels is opbouend en inspirerend, byvoorbeeld die artikel oor Bertha du Plessis (*Finesse*, Junie), *Lig* se artikel oor Hestrie Cloete (Mei) en *Lééf* se artikel oor Koos van der Merwe (Julie). Bekendes is wel hier ook gewild en die meerderheid eksklusiewe artikels handel oor bekendes. *Lééf* se eksklusiewe artikels verskil tog van die ander tydskrifte s'n in die sin dat twee temas wat verband hou met iets oor Christenskap, gebruik is. Karen Kingsbury se boeke het geloofstemas en Koos van der Merwe vertel iets oor sy "geloofswerk" as pastoor. *Lééf* se eksklusiewe artikels strook met spesifieke rigtinggewende argument 2 (sien hoofstuk 2) wat sê dat 'n Christelike publikasie mense moet inspireer en Christus erken as enigste Verlosser.

4.6 ANDER ARTIKELS – WAAR LÊ DIE VERSKILLE ?

Artikels van elkeen van die tydskrifte gaan onder die volgende temas bespreek word (volgens die temas soos gebruik in hoofstuk 3, sien 3.1) :

- Christenskap
- Huwelik

- Gesin
- Bekende persoonlikhede
- Mode/Skoonheid
- Finansies
- Gesondheid
- Verhoudings
- Ander (kos, huis, ens.)

4.6.1 Christenskap

Finesse se stories oor Christenskap (spesifiek 'n tema oor Christenskap/geloof) is gewoonlik in die inhoudsopgawe onder die afdeling "Jou gees". Sommige ander artikels (onder ander opskrifte) het wel ook 'n geestelike inslag. Die artikels spesifiek oor Christenskap/geloof bestaan gewoonlik uit 'n paar bydraes: die geloofsgids; 'n artikel oor hoe om nuut te voel (byvoorbeeld oor emosies); 'n geloofskenner gee antwoorde op vrae wat lesers mag hê; vrae word aan 'n bekende persoonlikheid gevra; 'n artikel oor wonderwerke en getuienisse van lesers; inligting oor aktuele onderwerpe (soos bv. die effek van TV-programme op kinders – Maart 2008) en 'n artikel oor nuwe boeke en topverkopers. Die "*Finesse* geloofsgids vir jou dag tot dag inspirasie" bevat 'n paar kort bydraes oor verskillende aspekte van Christenskap soos om fyn na God te luister en geduldig te wees (Maart 2008), om jou seëninge elke dag te tel (November 2008) en te beseft hoe wonderlik en uniek jy is (Desember 2008). Die aanhalings wat in hierdie hoofstuk gebruik word, illustreer hoe die artikel vanuit 'n Christelike perspektief geskryf is. Volle artikels word nie weergegee nie en soms word verskillende dele uit 'n artikel gebruik. Die doel is om juis die dele aan te haal wat illustreer hoe die Christelike perspektief in die artikel tot uiting kom.

"Luister fyn...na God!" In die Geloofsgids (Maart 2008) word gesê dat God vandag nog met mense praat:

Dink jy God praat nie meer met mense soos Hy met Moses en Elia gepraat het nie? Dan maak jy 'n fout! Maak gerus jou ore oop en begin luister. God kommunikeer nog steeds met mense. En Hy praat boonop met jou. Nee, Hy skree nie bokant die geraas van jou selfoon, jou TV, jou i-pod en al die ander klanke in jou lewe uit nie. Jy sal eers al die ander geraas in jou ore moet afskakel as jy God goed wil hoor.



Finesse, Geloofsgids – Maart 2008

"Die kuns van geduldig wees" (Geloofsgids, Maart 2008) herinner om 'n wag voor jou mond te hou:

Wanneer jy regstaan om lelike of kwaai woorde los te laat op iemand wat die wit waks uit jou irriteer of jou smoorkwaad gemaak het, dan moet jy kophou, al is dit ook hoe moeilik. Halt jou woorde daar en dan. Stuit hulle blitsnel in die Naam van die Here. Doen asseblief wat Psalm 141:3 voorstel: laat toe dat die Heer 'n wag aanstel voor jou mond en waghou oor wat jy sê. Plaas 'n hemelse sekuriteitsmaatskappy vandag nog in beheer van jou tong. Dink elke keer voor jy praat.

"Tel hulle een vir een..." (Geloofsgids, November 2008) herinner daaraan dat 'n mens jou seëninge moet tel:

"Tel jou seëninge... een vir een!" Ken jy hierdie bekende Hallelujalied? Sing jy dit soms? Nog belangriker, tel jy regtig jou seëninge, veral die kleiner, alledaagse dingetjies wat jy nie as seën beskou nie? Sien jy nog die son raak, die voëltjies wat uitbundig kwetter? Of skrik jy met 'n angstige hart wakker?... Tel gerus weer elke dag se klein seëninge, die vanselfsprekende dinge en ook die gewone mense wat jy teëkom. Sien hulle raak, hoor en ervaar hulle nabyheid. Sê vir die Here dankie vir hulle en vir hulle plek in jou lewe."

"Ek, wonderlik, kosbaar, uniek?" (Geloofsgids, November 2008) sê dat elke mens uniek en kosbaar is:

Jy is kosbaar, kunstig aanmeekaargesit en nie die produk van die noodlot nie. Daar's net een soos jy. Niemand anders deel jou vingerafdrukke, genetiese samestelling of voorkoms nie. Jy is die oorspronklike jy, enig in jou soort. En so gaan jy bly tot aan die einde van jou lewe. Waarom wil jy anders wees? Hoekom wil jy anders lyk, praat, optree, aantrek en anders leef as hoe jy oorspronklik aanmeekaargesit is? Solank as wat jy iemand anders wil wees, gaan jy net die tweede beste ander persoon wees. Hy of sy het immers reeds die patentreg op hulleself! As jy bereid is om vrede te maak met die wonderlike, kosbare jy wat die Here jou gemaak het om te wees, breek daar

'n wonderlike nuwe dag in jou lewe aan. Gaan geniet jou uniekheid. Wees die beste jy wat net jy kan wees!

Skrywers van Christelike artikels in *Finesse* sluit onder andere Hennie Stander, Isak Burger, en Stephan Joubert in. Artikels handel byvoorbeeld oor hoe lesers kan weet hulle is kinders van God sonder om te twyfel (September 2008); oor of die hemel werklik bestaan (Februarie 2008) en hoe om ander te vergewe (Januarie 2008).

Ander artikels oor aktuele onderwerpe word ook aangebied soos die artikel oor drome wat vanuit 'n Christelike perspektief geskryf is (Februarie 2008) en of 'n mens jou sterre mag raadpleeg (Januarie 2008). In hierdie artikels word 'n alledaagse onderwerp bespreek. Die artikels gebruik die Bybel om antwoorde te gee. Dit strook met spesifieke rigtinggewende argument 2 (sien hoofstuk 2) wat sê dat die inhoud van 'n Christelike publikasie aan die Bybel gemeet moet kan word. Die volgende ter illustrering:

"Wat sê jou drome?" – Februarie 2008:

Wat is drome werklik? Is dit die bonatuurlike wat met mense kommunikeer? Die onderbewussyn wat gebeur verwerk? Of is dit 'n manier waarop geestelike boodskappe aan ons oorgedra word? Abraham, Salomo en Josef, Elias Howe en Abraham Lincoln is maar enkele mense in wie se lewens drome 'n beslissende rol gespeel het. Abraham het die belofte van 'n nageslag, Salomo het wysheid en Josef het 'n blik op die verre toekoms in drome gekry.

Waar kom drome vandaan? Barbara Claassen, skrywer van die boek, "Drome", en aanbieder van 'n televisiereeks oor drome, sê elke droom bevat 'n boodskap. Volgens haar kom drome óf van die Heilige Gees, óf van die mens self óf van 'n bose gees. 'n Droom van die Heilige Gees af is altyd in ooreenstemming met die Woord en karakter van God.

Isak Burger verwys na verse uit die Bybel in die artikel "Sterre lees of nie?" (Januarie):

Vrye keuse. Dit is een van die grootste gawes waarmee ons geseën is. Maar wat as jy by 'n kruispad kom? Ons het vir Isak Burger gevra of jy die sterre mag raadpleeg?

Die posisie van die son, maan en sterre. Dis wat die antieke Grieke gebruik het om die toekoms van 'n volk of individu te voorspel. Vandag is die sterre beskikbaar in koerante, tydskrifte, boeke en op die internet. Maar is dit verkeerd as vroue die sterre lees?

"Hoewel die lees van sterre onskadelik lyk," sê Isak Burger, "verbied die Here dit ten sterkste op verskillende plekke in die Bybel. Astrologie word altyd met heidense nasies en die okkulte verbind." Hy maak dit duidelik dat die Wyse Manne uit die Ooste wat na Jesus gekom het, "nie astroloë (sterrewiggelaars) was nie, maar astronome (sterrekundiges) wat dit as 'n primitiewe wetenskap beoefen het." In Jesaja 47:10-14 waarsku die Here die hele volk teen astrologie omdat dit vernietiging meebring. Ook die gebruik om die son, maan en sterre te aanbid (Deut. 4:19; 17:2-5; 2 Kon. 21:3,5; Jer. 8:1-2) word ten sterkste verbied.

Getuigenisse van lesers oor wonderwerke wat God in hul lewens gedoen het help lesers ook om te sien hoe Christenskap deel van 'n mens se lewe kan wees (Januarie). In die Mei-uitgawe is 'n artikel wat spesifiek gaan oor geestelike groei – dit is ingedeel volgens beskikbaarheid van

tyd, byvoorbeeld wat jy kan doen om geestelik te groei as jy 10 minute of 10 ure of 10 dae, ensovoorts het. "Leef nuut" is waar mense vertel van wonderwerke wat in hul lewens plaasgevind het en ook van hul verhouding met God in hierdie situasies.

Die artikel "10 van die bestes ... vir geestelike groei" (Mei) sê dat tien sekondes genoeg is om met God kontak te maak:

"In tien minute kan jy tee maak of e-posse lees. Maar jy kan in hierdie tydies méér vermag", sê geestelike skrywer Nina Smit. "Die Here is net 'n skietgebedjie ver, wat beteken jy kan in tien sekondes hulp of wysheid kry wanneer jy dit nodig het."

In hierdie aanhaling uit die artikel "10 van die bestes... vir geestelike groei" (Leef nuut, Julie) is twee sake van belang: die bekende geestelike skrywer Nina Smit se opinie word gegee en die onderwerp waaroor dit gaan is gebed.

"Toe ek besef Christus is in alles – selfs ons vermaak – het deure vir my oopgegaan," vertel Adriana, vandag filmresensent by Radiokansel. "As jy begin voel jy moet alles balanseer – dat jy jou kerklewe aan die een kant wil hê, en aan die ander kant ook jou 'ander lewe' – gaan jy nooit by daardie besluit kom nie. Dit beteken nie dat 'n mens altyd by die kerk moet wees nie, maar dat jy op God moet fokus in al jou besluite – van vermaak tot finansies!"

Soos in hierdie aanhaling gesien kan word, vertel die getuienisse wat onder "Leef nuut" verskyn, die ware verhale van lesers en hoe hulle oorwin het of hoe 'n wonderwerk plaasgevind het. Die eer word aan God gegee en daar word gedeel oor hul verhouding met God. Daar is maandeliks verskeie getuienisse en daar word altyd iets oor die persoon se verhouding met God gedeel. Dit strook met spesifieke rigtinggewende argument 1 (sien hoofstuk 2) wat lui dat Christelike joernalistiek God moet eer en strook ook met spesifieke rigtinggewende argument 2 (sien hoofstuk 2) wat sê dat die inhoud Christus moet erken as enigste Verlosser.

Finesse geloofgids (Junie 2008) dui op 'n geestelike inslag:

"...Natuurlik kan jy mooi aantrek, ongetwyfeld! Maar jy mag nie 'n koopslaaf raak nie. Dan word dit kort voor lank jou baas. Slegs die Here het die reg om hoof oor jou hele lewe te wees, of hoe?"

"Jóú deurbraak is hier!" (Julie 2008) gebruik Jesus as voorbeeld:

... Sy't besef daar is 'n daaglikse oorlog in haar denke aan die gang. As sy haar manier van dink kon verander, sou haar omstandighede ook begin verander. Sy't besef sy moet meer soos Jesus begin dink... As ons die oorlog in ons gedagtes wil wen, moet ons sy voorbeeld volg. Hy was áltyd, en onder alle omstandighede ... positief, hoopvol, in kontak, jubelend, vreesloos, dankbaar. Jesus het baie probleme en persoonlike aanvalle verduur, maar Hy het altyd positief gebly en hoop gegee vir almal wat Hy teëgekom het.

"7 raakvat-antwoorde op skeptiese geloofsvrae" (Januarie 2008) fokus direk op geloofsvrae waarmee mense konfronteer word:

Dit sou darem baie lekkerder en makliker gewees het as almal net doodeenvoudig kon gló in Jesus. Soos wat jou kleuter net doodeenvoudig glo in die tandemuis. "Wat maak Christenskap so spesiaal?" wil mense by jou weet en skielik sit jy met 'n mondvul tande – want waar begin jy nou eintlik om dit wat in jou hart leef, in woorde te verduidelik? Hulle vra: "Hoe kan Jesus die enigste weg na God wees?" Jy kan antwoord: "Dit is 'n geloofuitspraak. Die Bybel sê dat Jesus die enigste weg is en as die Bybel regtig gesag het in 'n mens se lewe, dan moet jy dit so aanvaar. Jy kan nie verklaar dat jy buig onder die gesag van die Bybel en dan nie die inhoud daarvan aanvaar nie. Dit is dus ook my oortuiging dat Jesus inderdaad die enigste ware weg na God die Vader is." Hulle vra: "Ek ken baie goeie mense wat selfs meer opreg is en meer vir ander doen as baie Christene. Wat gaan van hulle word?" Jy kan antwoord: "Dit is wonderlik om opreg en goed te wees, maar ons gaan nie hemel toe omdat ons oulik is nie. Ons gaan hemel toe omdat ons ons beroep op Jesus wat vir ons sondes aan 'n kruis gesterf het. Dit is die maatstaf en niks anders nie."

Finesse se artikels wat spesifiek op Christenskap dui, is meestal onder die afdeling "Jou gees". Dit is oor aktuele onderwerpe en lesers word betrek deurdat hulle getuienisse kan lewer. *Finesse* se artikels wat spesifiek oor geloof of Christenskap gaan, strook met spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2 (sien hoofstuk 2) en gee daardeur gestalte aan wat met 'n Christelike joernalistiek bedoel word.

Lig skei nie hul artikels oor Christenskap van die res nie. Daar word dus nie in die inhoudsopgawe 'n onderskeid gemaak nie. Die oorgrote meerderheid van *Lig* se artikels is vanuit 'n Christelike perspektief geskryf. 'n Artikel oor Paasfees in die Maart-uitgawe "Paasfees: ons kniel by die kruis" het bekendes soos dominee en skrywer, Solly Ozrovech, skrywer Milanie Vosloo en Izak de Villiers gevra om iets te vertel oor die karakters wat by Jesus se kruisiging betrokke was.

"Paasfees: ons kniel by die kruis" – Maart 2008:

Christus se nagtelike besoeker – Nikodemus (deur Solly Ozrovech)

In Joh. 3:1-21 vind ons 'n intieme gesprek tussen Jesus en Nikodemus aangaande die groot geheimenisse van die evangelie. Nikodemus was 'n Fariseër en lid van die invloedryke Joodse Raad. Ek glo met oortuiging dat hierdie gesprek 'n bevrydende invloed gehad het op Nikodemus, op duisende Christusdissipels oor die eeue heen en ook op die persoonlike geestelike welsyn. Ek glo dat Christus hierdie geleentheid geskep het om gewone mense die vrymoedigheid te gee om met hulle vrae en probleme na Hom te kom.



Lig – Maart 2008

In hierdie aanhaling kan gesien word dat die persoon wie se mening gevra is (Solly Ozrovech) 'n bekende geestelike skrywer is en dat hy iets direk uit die Bybel deel en dit dan van toepassing maak op gewone mense vandag.

"Op pad met my gesin" is 'n afdeling waar kenners soos Cheri Fuller, Theo Geyser en Johan en Nina Smit iets meer deel oor een of ander aspek van die gesin. Hierdie artikels het telkens 'n Bybelse inslag. Een voorbeeld uit elkeen van die die vyf verskillende rubrieke word gegee om aan te toon hoe hulle op verskillende terreine Christenskap deelmaak van hul lewens en ook so aan lesers oordra:

Manna vir ma: "Doelpale toe!" (deur Cheri Fuller, April 2008) sê ma's kan baie leer by atlete:

Al is ons as Christenvroue en ma's se fokus nie op 'n goue medalje by die Olimpiese Spele nie, maar om ons lewe aan Christus te wy en om vol te hou met die doel en plan wat Hy vir ons en ons gesinne het, kan ons baie leer by die atlete.

Wanneer 'n mens sulke probleme moet hanteer, raak dit maklik om op die skynbaar onoplosbare te fokus, eerder as op dié Een wat berge kan versit! As ons net op die probleme fokus, raak ons oorweldig, ontmoedig en gespanne. Ons voel soms selfs lus om net in te gee. Maar... dan kan ons beswaarlik ons stemme verhef om God te prys.

Die krag van gesinswaardes: "Vrede vir jou en jou huis" (deur Chris Jones, Mei 2008) haal verskillende Skrifgedeeltes aan om te verduidelik hoe belangrik vrede is:

In Rom. 12:18 lees ons: "As dit moontlik is, sover dit van julle afhang, leef in vrede met alle mense." In Matt 5:9 belowe Jesus spesiale seën aan hulle wat vredemakers is.

God se waardes: In elkeen van ons bou daar soms stormagtige gevoelens op. Dan voel ons ook lus om na ander te "hap". En dikwels is dit teenoor dié vir wie ons die liefste is. Natuurlik vererger dit net alles. Die Woord van die Here vra ons egter om, wanneer ons kwaad word, nie te sondig nie; 'n dag nie kwaad af te sluit nie; die duiwel nie vatkans te gee nie (Ef. 4:26-27). Die beste manier om te keer dat jy jou frustrasie op ander uithaal, is om dit onmiddellik in gebed aan die Here te gee (Fil. 4:6-7).

Groei in aksie: "Gevare: hou dit in die oog, maar nie in die hart" (deur Willem en Joke Nicol, Julie 2008) gee 'n Bybelse perspektief oor hoe om misdaad en ander geweld te hanteer:

Ons leef sowaar in 'n oerwoud van gevare. Misdaad – met of sonder geweld – padongelukke, afdankings, onverwagse siektes, finansiële probleme, verhoudings wat vertroebel. Die lys is nimmereindigend.

Is daar 'n uitweg? In Rom. 8:18-30 Skryf Paulus daaroor. Hy sê: Op hierdie planeet gaan dit rof. Alles is verganklik. Die skepping sug, mense sug. Dis net so. Telkens het 'n mens weer 'n probleem. Dan help dit nie om 'n probleem daarvan te maak dat jy 'n probleem het nie, want dan verdubbel jy dit bloot. Ons het nie 'n ander keuse nie... as om dit te aanvaar. Maar in al die gevare is God met ons, sodat ons daarop kan vertrou dat Hy ons dikwels uiterlik bewaar. En in elk geval altyd innerlik, deurdat Hy ons swaarkry gebruik om ons beter mense te maak. Ja, daar is nou eenmaal baie moeilikheid, maar God is groter as al ons moeilikhede saam.

Oupa en Ouma met fut: "So wys soos Salomo" (deur Johan en Nina Smit, September 2008) gee raad aan ouma's en oupa's oor wat om vir hulle kleinkinders te leer:

Grootouers behoort te weet watter dinge blywende sin en betekenis aan die lewe van hulle kleinkinders gaan gee. Stel vir jou kleinkinders 'n geloofsvoorbeeld. Leer hulle om God se Woord lief te hê. Gee vir hulle 'n Kinderbybel – en as hulle groter is, 'n "regte" Bybel – present. Vertel vir hulle Bybelstories, en help hulle om die antwoorde op hulle geloofsvrae in hulle Bybels te soek. Sorg dat jou kleinkinders van kleins af weet dat God hulle onvoorwaardelik liefhet. Praat op 'n natuurlike manier met hulle oor God en geloof. As hulle geloofsfondamente stewig gelê word, sal dit vir hulle later van onskatbare waarde wees.

Aktief pa: "'n Naam in die hemel" (deur Theo Geyser, November 2008) sê kinders moet weet dat hulle name vir God spesiaal is:

Kinders moet weet dat hulle name vir God spesiaal is. Hulle moet dit hoor soos wat Jesus dit by God uit die hemel kon hoor (Matt. 3:17). Indien ons nie die hemel hoor nie, sal die aarde ons die klippe van Sisifus laat rol. Kan dit wees dat 'n beroep of titel die finale sê oor my naam kry? Waarom die obsessie om altyd te vra: "Nou wat doen jý vir 'n lewe?"

Bogenoemde aanhalings toon dat hierdie artikels God eer en aan Hom erkenning gee, die gebruiker se verhouding met God bevorder, mense inspireer en aan die Bybel gemeet kan word. Dit strook dus met aspekte van spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2 (sien hoofstuk 2).

Interessante artikels vir kinders word ook aangebied met stories of speletjies wat hulle help om die Bybel beter te leer ken. "Lees die Bybel met vars oë" (April 2008) help lesers hoe om Bybel te lees en dui daarop dat daar in die Bybel ook oor geweld, liefdesverhale en helde geskryf word. Artikels is aktueel en prakties en handel werklik oor onderwerpe waarmee die leser kan identifiseer en word so geskryf dat die leser maklik kan verstaan. "Is ek wat ek is of kan ek verander?" (Maart) help lesers om te kan verander en deel ook uit die Bybel. 'n Baie praktiese artikel "Ooo – die kommergedagte!" (Maart) praat oor hoekom mense soveel bekommernis het en deel strategieë om dit te stop asook 'n vers uit die Bybel waarmee lesers hulself kan bewapen teen bekommernisse. 'n Artikel oor vergifnis (Julie) deel 'n getuigenis, kenners gee kommentaar en 'n gebed wat mense kan bid word ook gegee. Weereens word ook uit die Bybel gedeel oor vergifnis en nog riglyne word gegee.

In die artikel "Nianell en haar engeltjies blóm" (Desember 2008) vertel sangeres Nianell hoe sy haar kinders van God leer:

Op die vraag of sy nou reeds haar kinders van God leer, knik sy instemmend: "Ek dink my kinders is baie bewus van Hom. Kinders is van nature verbind aan God en in voeling met Hom. Dit is ons wat hulle toelaat om van Hom af weg te dryf. Wanneer ek by my kinders is, voel ek werklik dat God by ons is. Hulle leer my van God, méér as wat ek hulle van Hom leer! Ek bid elke dag dat Hy my die wysheid sal gee om in my doen en late ook te wys in Wie my lewe geanker is."

Die artikels onder "Wengesinne" van *Lig* is baie opbouend, spreek verskillende situasies aan en inspireer lesers (teoretiese stellings 1 & 2).

"Manna vir ma: Om 'n visie te hê" (Maart 2008) het 'n sterk geestelike inslag:

Die sêding "om 'n droom na te jaag" boei my al lankal. Wanneer 'n mens byvoorbeeld fiks wil word, is dit van die uiterste belang dat jy 'n droom sal hê, 'n visie. Slegs dan gaan jy aanhou oefen, ook wanneer jy nie regtig lus is daarvoor nie.

Dit maak nie saak hoe besig jy is, of hoe lank jy al 'n Christen is nie – ek moedig jou aan om 'n oomblik tot stilstand te kom. Spreek dan jou begeerte uit om Hom duideliker te sien... terwyl jy besig is met jou gewone dagtaak, jou pligte as ma en die gewone chaos in jou lewe. Blaai na die Psalmboek en lees die verse wat God beskryf (bv. Ps 19, 103, 139, 142-150). Lees dit hardop. God is lief vir dié wat soek, en Hy belowe dat dié wat Hom soek, sal vind: "Julle sal vra na my wil en julle sal dan my wil ken as julle met julle hele hart daarna vra" (Jer 29:13).

Die uitleef van jou Christenskap loop soos 'n goue draad regdeur die tydskrif en *Lig* klop met teoretiese stellings 1&2 deurdat die Bybel as maatstaf gebruik word, oor verskillende onderwerpe geskryf word vanuit 'n Christelike perspektief en artikels inspirerend is.

Lig se Christelike artikels kan nie van die res geskei word nie – die oorgrote meerderheid artikels verwys op een of ander manier na Christenskap of geloof. Die artikels wat spesifiek gemik is op geestelike groei is prakties en deel altyd uit die Bybel. Praktiese riglyne word ook gegee. Lisel Krige moedig lesers in die September-uitgawe aan om boek te hou van die "plusse" in hul lewens. Lesers word ook gehelp hoe om negatiewe dinge wat in die verlede gebeur het, te hanteer. Dit strook dus met aspekte van spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2 (sien hoofstuk 2).

Lééf maak ook geen onderskeid in die inhoudsopgawe tussen artikels oor Christenskap en die res nie. Daar is wel gereelde artikels onder die opskrif "'n Kwessie van geloof" en "*Lééf* met geloof" wat spesifiek oor Christenskap gaan. 'n Artikel "As God ver voel..." (Januarie 2008) verduidelik hoekom 'n mens soms so voel, gee lesse wat mense geleer het wat al so gevoel het en ook hoe om weer naby aan God te voel. Die artikel deel baie verse uit die Bybel.

"As God ver voel..." (deur Johan de Meyer – Januarie 2008) verduidelik hoe 'n deel uit Job iets vir vandag kan leer:

In die Bybel verklaar Job in sy donkerste uur: Al sou U my doodmaak, sou ek U steeds vertrou (Job 13:15).

Wanneer 'n gelowige die dieptes van God wil ontdek, neem die Here dikwels Sy geliefde kind na die woestyn, sê mense wat al deur dié worsteling is. Israel moes 40 jaar lank leer om God se volk te wees. Selfs Jesus het eers 40 dae in die wildernis deurgebring voordat Hy begin preek en wonders doen het. In die gestrooptheid van die wildernis ontdek ons die kern van ons verhouding met God.

Die blitsverkoper "The Secret" word in die Februarie-uitgawe bespreek. Die vraag word gevra hoe dit strook met wat Christene glo en uitleef. Weereens word baie Skrifgedeeltes gedeel en verskillende vrae gevra en gedagtes oor die waarheid by die leser gelos. "Die geheim waarom

almaal gons..." (deur Schalk Schoombie – Februarie 2008) gee 'n Bybelse perspektief oor die boek "The Secret":

Danksy "The Secret" is miljoene "bekeerdes" wêreldwyd aan't woeker om volgens dié blitsverkoper se strategieë sukses te smaa. Hoe strook dit met wat Christene glo en uitelef? "Ek hou eerder vas aan die Woord van die Here en Sy beloftes" sê Rodien Brand, wat Joyce Meyer se rubriek in *Lééf* versorg. "Ek weet dat ons God 'n lewende God is en dat Hy ook 'n jaloerse God is. Ek glo werklik dat Hy vir elkeen van ons 'n goeie plan vir ons lewe het (Jeremia 29:11); dat Hy in beheer van ons lewe is (Psalm 5:3); en dat Hy Hom oor ons ontferm (Hebreërs 11:6). 'Die Woord waarsku ons teen valse profete (2 Timoteus 4:3). Satan en die wêreld wil ons die leuens laat glo dat net hierdie lewe tel; dat geld, sukses en status jou gelukkig maak."

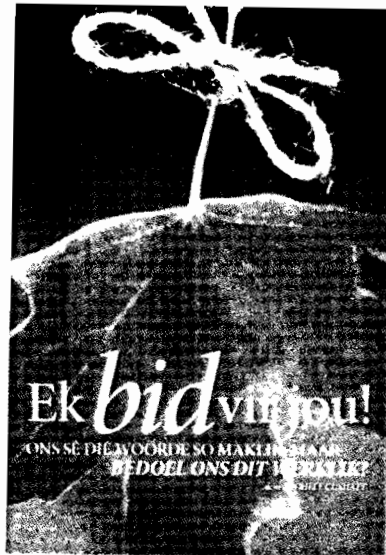
"Wees heel" is ook 'n gereelde artikel oor verskillende onderwerpe, byvoorbeeld hoe om meer tyd vir God in te ruim (Maart 2008). "*Lééf* met geloof" vra vrae aan 'n bekende persoon. Die vrae hou verband met geloof. "Ek bid vir jou!" (Mei 2008) skryf oor gebed en hoe dit 'n mens se lewe kan verander. Weereens is die artikel nie op 'n mens se opinie gegrond nie, maar op die Bybel.

"Ek bid vir jou!" (deur Michele Cushatt – Mei 2008) wys die erns van gebed uit en gee voorbeelde uit die Bybel:

Ons sê dié woorde so maklik, maar bedoel ons dit werklik?

Feit is: ons verantwoordelikheid om vir mekaar te bid is 'n ernstige saak – iets waarvan die oorfloed voorbeelde in die Bybel getuig. Moses het gereeld namens die Israeliete met God gepraat weens hul sondes (Nomeri 21:7). Ester het gevra dat haar volk vir drie dae lank vas voordat sy dit voor 'n temperamentele koning moes waag (Ester 4:15-16). Paulus het sy broers en susters in die kerk versoek om vir sy bediening in te tree (Efesiërs 6:19-20). En Jesus het die grootste deel van sy langste opgetekende gebed gebruik om vir ons voorbidding te doen (Johannes 17).

Getuienisse word ook gedeel onder die opskrif "Geloof het 'n adres". In die September-uitgawe deel 'n egpaar hul getuienis – "Dans van genesing". Nog 'n aktuele artikel "Wat wag in die hemel?" gee antwoorde aan lesers wat sekere vrae oor die hemel vra. "Leer ken Sy stem" (November 2008) help lesers met riglyne van wat om te doen om God se stem te kan hoor.



Lééf – Mei 2008

"Leer ken Sy stem" (deur Alicia Bruxvoort, November) help lesers om te verstaan hoe God met mense praat:

God begeer nie net dat jy met Hom gesels nie, Hy wil ook graag met jǒu praat. Hoe meer ek kies om Jesus deel te maak van my daaglikse lewe, hoe makliker herken ek Sy stem. Jesus verduidelik dié beginsel in Johannes 10:14,27: "Ek is die goeie herder. Ek ken My skape, en My skape ken My. My skape luister na My stem. Ek ken hulle, en hulle volg My." Namate my verhouding met die Here gegroei het, het ek besef die eintlike vraag is nie "Hoe weet jy dis Hy?" nie, maar eerder "Hoe goed ken jy Hom?".

Lééf se artikels oor Christenskap of geestelike groei hanteer aktuele vrae en deel ook getuigenisse. Wat die meeste uitstaan, is dat die artikels nie op mense se opinies gegrond is nie, maar op die Woord van God. Dit strook dus met spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2 (sien hoofstuk 2).

Sarie het ook enkele berigte wat dui op Christenskap. In die Oktober-uitgawe: "Die vrou is die hart van die huis" word verskeie vrae aan Angus Buchan gevra – die vrae handel oor geloof en word ook aangebied in vraag-en-antwoord formaat in die tydskrif. "Alles sal oukei wees" (Desember 2008) is 'n artikel oor Biskop Desmond Tutu. *Sarie* vra ook verskeie vrae aan hom – dit gaan meestal oor sy lewe, maar twee vrae handel direk oor geloof. *Sarie* het een gereelde rubriek "Sielsdinge" wat 'n direkte geloofsaspek aanspreek en deur Koos van der Merwe geskryf word – hier is ook resensies oor 'n geestelike boek of cd.

Opsommend kan gesê word dat *Finesse*, *Lig* en *Lééf* gereeld artikels het wat spesifiek gaan oor Christenskap en geloof. *Sarie* het nie gereelde artikels oor geloof nie, maar sulke artikels word by uitsondering gevind.

4.6.2 Huwelik

Finesse se gereelde artikel oor die huwelik deur kenner Gretha Wiid handel oor verskillende onderwerpe, byvoorbeeld onderdanigheid, kommunikasie, ontrouheid, skoonouers, ensovoorts. Hierdie artikels is gewoonlik net een bladsy lank, maar is prakties en gee goeie riglyne. Alhoewel dit vanuit 'n Christelike perspektief geskryf is, word daar nie altyd na God of Christenskap verwys nie en is daar ook nie Skrifverwysings nie.

Daar word ook oor ander praktiese probleme van die huwelik geskryf, byvoorbeeld wanneer man en vrou oor geld baklei (Januarie 2008). Hier is geen verwysing na Christenskap of die Bybel nie. Aan die einde van die artikel is wel 'n advertensie vir 'n Bybeldagboek vir getroudes – hier is die enigste direkte verwysing na God. In die Mei-uitgawe is 'n artikel "Ek het maar net aangeneem..." wat oor nog 'n algemene probleem tussen mans en vrouens skryf. 'n Tipiese situasie word geskets, 'n voorbeeld daarvan in iemand se lewe word gedeel en daarna gee 'n mediese dokter wat ook 'n sielkundige terapeut en seksuoloog is, kommentaar en wenke. *Finesse* skryf oor allerhande onderwerpe oor die huwelik en in die meeste gevalle deel mense wat hierdie ervaring gehad het daaroor en sê 'n kenner of twee ook hul sê, byvoorbeeld "Leë nes, leë hart" (Julie 2008); "Positiewe vrou, gelukkige man" (Oktober 2008). "Hoekom moet hy altyd wen?" (Augustus 2008) verduidelik hoekom mans altyd wil wen en dan gee vier mans ook hul menings.

Finesse se artikels oor die huwelik gee meestal wenke en riglyne van kenners – geen direkte verwysing na Christenskap is identifiseerbaar nie. 'n Uitsondering is die rubriek van huwelikskenner Gretha Wiid wat uit 'n Christelike perspektief geskryf word en waar daar verwys word na God en God se rol in die huwelik. Hier word wel nie direkte Skrifverwysings gegee nie. Temas soos onderdanigheid (Januarie 2008), goeie kommunikasie (Junie, Julie 2008) en getrouheid (April 2008) is in lyn met Bybelse waardes oor die huwelik en dui dus ook op 'n Christelike perspektief. 'n Voorbeeld waar direk van Christenskap gepraat word, is die volgende aanhaling uit die September-uitgawe:

"Ek het la-a-a-ank probeer om my man te oortuig van God se krag, liefde en beloftes. Ek het hom gesmeek (en daaroor baklei) as hy nie saam na opbouende byeenkomste toe wou gaan nie. Ongelukkig het ek God en Sy Woord soos 'n wettiese wapen gebruik. Gee die oorlog vir God, maar intussen... *basics*, sussie, *basics*!"

Lig se artikel "Emosionele ontrouheid" (Mei 2008) verduidelik die gevare van emosionele ontrouheid, kenners gee insette en 'n getuienis word ook gedeel. Die artikel is op 'n Christelike grondslag (deurdat dit teen ontrouheid in die huwelik is en waarsku teen die gevare daarvan) en strook met wat die Bybel hieroor sê alhoewel daar geen Skrifverwysings is nie.

"Emosionele ontrouheid... net so gevaarlik soos fisiese ontrouheid" (Mei):

Hoewel my werk van my vereis dat ek met dames en mans per e-pos korrespondeer, beperk ek my kommunikasie tot amptelike e-posse. En wanneer 'n geselskap enigsins na die persoonlike neig, beëindig ek dit onmiddellik. Ek ontmoet ook ses ander Christenmans vir Bybelstudie op 'n weeklikse grondslag.

Nog 'n artikel onder "my huwelik" is 'n rubriek oor skoonfamilie waar lagwekkende gebeure gedeel word – hierdie is egter ontspannend en geen geloof word gedeel nie (Mei). "Tweede keer gelukkig – wat laat 'n tweede huwelik werk?" (September) antwoord verskillende vrae oor hierdie onderwerp en daar is verwysing na 'n verhouding met die Here. Ook "My man het depressie" (Desember 2008/Januarie 2009) verwys na Christenskap sonder enige direkte Skrifverwysings. *Lig* het nie baie artikels wat spesifiek op die huwelik gefokus is nie.

"My man het depressie" (Desember 2008/Januarie 2009) noem 'n voorbeeld uit die Bybel en gee ook getuienisse:

Maar dan gebeur dit óók dat die pikswart wolk sonder enige klaarblyklike rede oor mense toesak. Hulle bevind hulle dan in die donker put van depressie waar hulle, soos die Bybel se Prediker, geen behae meer in die lewe het nie. Depressieërs ervaar dikwels 'n geloofstryd (Waar is God dan nou?), maar Johann en Alwyn het ná hulle geloofsworstelinge tot 'n dieper beleving van Christus se "krag wat in swakheid volbring word" gekom.

Lééf se artikels oor die huwelik is nie duidelik aangedui nie, maar daar is tog verskeie artikels wat tot die groei van die huwelik bydra. In die Januarie-uitgawe is 'n artikel "Het ons geskei, was ek steeds nie heel" waar 'n getuienis oor die huwelik gedeel word. "Vra dr. Gys" is egter die plek waar die meeste vrae oor huwelike gevra word wat dan deur dr. Gys beantwoord word. Hy verwys dikwels na God en geloof in sy antwoorde. In die Februarie-uitgawe onder "Saamlees" het *Lééf* kort resensies oor verskeie boeke wat oor die huwelik handel. "Portret van 'n huwelik" (Februarie 2008) deel die verhaal van Hennie en Maretha Maartens en is baie opbouend. Hier is ook 'n gedeelte waar verskeie Skrifgedeeltes uitgewys word oor die huwelik en wat God dit bedoel het om te wees.

"'n Reis wat grense verskuif" (Februarie 2008) gee 'n duidelike Christelike inslag met ook verwysing na Skrifgedeeltes oor die huwelik:

"Om te trou is 'n besluit wat nooit as 'n gebeurtenis buite die Koninkryk van God beleef mag word nie", skryf Maretha Maartens in die "Stiltetydbybel vir vroue". "Die huwelik is die samevoeging van twee mense binne die Koninkryk van God. Word daar kinders binne die huwelik gebore, is hulle deel van die uitbreiding van die Koninkryk van God. Waar twee huweliksmaats God ook later in 'n huwelikskrisis aanroep, is hulle krisis 'n krisis binne die Ryk van God. Hul Helper is die Koning van die Koninkryk waarin hierdie huwelikskrisis afspeel. 'Niks is onmoontlik vir God nie' (sien Lukas 1:37)."

Nog 'n praktiese artikel is "Jy & hy – ontdek mekaar se DNS" (Maart 2008) waar ook na geloof verwys word: "Omdat ek God en ons verhouding liefhet en ons dit verdien, kom ek met my totale self in hierdie verhouding in". Ander waardes wat ook in lyn is met Bybelse waardes word bespreek, byvoorbeeld begrip en ondersteuning, respek, omgee, waardering, vertroue en aanvaarding.

Nog 'n "portret van 'n huwelik" word in die Junie-uitgawe aangebied: "Ruimte vir twee" is die opskrif van hierdie artikel waar 'n egpaar hul getuienis deel. In die artikel "Albei aan die wenkant" (September) word 'n voorbeeld uit die Bybel genoem met 'n Skrifverwysing asook ander verwysings na jou verhouding met God. Nog 'n artikel oor die huwelik wat vanuit 'n Christelike perspektief geskryf is, is "Span van twee" (November) – tog word die leser nie oordonder met Skrifverse nie, maar strook alle inligting met wat die Bybel hieroor sê.

"Span van twee" (November) het ook 'n geestelike inslag:

Klein onderonsies is deel van enige huwelik, maar Dawid en ek maak 'n punt daarvan om ons vennootskap in gehoorsaamheid aan God se opdrag te bou: Om elkeen ons lewe neer te lê vir ons beste, lewenslange vriend – ons huweliksmaat.

Lééf het nie vaste, gereelde artikels oor die huwelik nie, maar hul artikels hieroor is op 'n Christelike grondslag met verwysing na geloof of 'n aspek daarvan sonder dat die leser 'n lysie Skrifverse kry om na te gaan.

Sarie gee verskillende wenke in die artikel "Gelukkig getroud, maar waar's die seks?" (Januarie 2008). Terwyl *Finesse* na seks binne die huwelik verwys, skryf *Sarie* egter ook oor seks buite die huwelik. Hierdie is dus 'n duidelike verskil tussen *Finesse* en *Sarie*. "Totsiens my man, ek loop!" (April 2008) skryf oor 'n vrou wat moeg was van haar man se afskeep – verskeie mense gee raad aan lesers wat in dieselfde bootjie is en lysies oor hoe om die slaggate te vermy en voorraadopname te doen, word ook gegee. "1001 redes vir skei" (November 2008) gee van die redes waarom mense skei en wat dit behels en lesers kan ook laat weet waarom hulle geskei

het. 'n Positiewe artikel oor die huwelik is "Die lekker van laat liefde" waar Dana Snyman en Naomi Herselman oor hul huwelik vertel. *Sarie* het 'n paar artikels waar op die negatiewe van 'n huwelik gefokus word (voorbeeld hierbo). Hulle waardes is ook nie spesifiek Christelik nie en daar word ook oor seks buite die huwelik geskryf.

Opsommend kan gesê word dat *Finesse*, *Lig* en *Lééf* se artikels oor die huwelik strook met aspekte van 'n Christelike benadering, terwyl daar by *Sarie* tekens is van 'n benadering wat nie altyd met Bybelse beginsels strook nie.

4.6.3 Gesin

Finesse het twee artikels oor die gesin wat elke maand verskyn: kenners help ouers met moeilike vrae oor hul kinders en "Dagboek vir 'n ma" van Milan Murray. Verskillende onderwerpe word deur die kenners aangeraak, byvoorbeeld: ongehoorsame kinders (Januarie 2008); konflik tussen kinders (Maart 2008); groepsdruk wat lei tot swak gewoontes (September 2008); wat om te doen as ander kinders jou kind boelie (November 2008).

Kenners: Ouerskap (Januarie 2008):

Sy mag oor die koekie huil so lank as wat sy wil, maar jy mag grense stel vir die "hoe" en "waar".

Milan Murray deel in "Dagboek vir 'n ma" haar eie ervarings rondom ma-wees. Ander ma's kan daarmee identifiseer. Die September-uitgawe vertel van 'n moedelose gevoel wat ma's soms ervaar:

O, die verwyte... die skuldgevoel! Maar vir my is dit eerder 'n nederige erkenning van die werklikheid as 'n moedelose fase. Ek is ongeduldig en onbeholpe en sien meer moedersinstink in my man as in myself.

Ander artikels oor interessante onderwerpe rondom ouerskap gee praktiese raad asook kontaknommers waar ouers raad kan kry. In die November-uitgawe by die artikel "As jy alleen moet raas" is byvoorbeeld 'n lysie nommers wat enkelouers kan skakel om raad te kry. Die artikels deel praktiese raad en daar is nie enige verwysing na 'n verhouding met God nie. Soms word daar aan die einde van 'n artikel 'n Bybeldagboek adverteer met 'n kort paragrafie wat meer oor die dagboek vertel (byvoorbeeld by "My kind, my rebel!", Januarie). "As jou kind net een ding nodig het..." (Desember) gee onder andere 'n lysie met idees van wat ouers en kinders saam kan doen tydens die vakansie. Ouers word ook ingelig oor hoe om negatiewe emosies by

hul kinders te kanaliseer (September 2008), die generasiegaping te verstaan (Augustus) te weet hoe ouerskapstyle werk (Julie) en hoe om jou kinders maniere te leer (Oktober).

Alhoewel inligting rondom ouerskap nie uit lyn is met die Bybel nie, erken dit ook nie duidelik enige Bybelse beginsel of verwys na Christenskap en die rol van God in ouerskap nie.

Lig het 'n afdeling spesiaal vir die gesin: "Op pad met my gesin". Hierdie afdeling bestaan uit vyf artikels oor verskillende aspekte van die gesin: "Manna vir ma", "Aktief pa", "Oupa en Ouma met fut", "Die krag van gesinswaardes" en "Groei in aksie". Al vyf hierdie artikels gebruik of Skrifverwysings, of praat oor Christenskap. "Manna vir ma" handel oor onderwerpe soos om 'n visie te hê (Maart), hoe om jou kind te leer bid (Februarie), die geheim van 'n ma se glimlag (Julie) en om jou kind te bemoedig (September). Daar is ook gereeld 'n klein gedeelte onderaan "Manna vir ma" wat 'n "vraag van die maand" oor ouerskap bespreek. Dit sluit vrae in soos hoe om jou kind te help om 'n verhouding met God te hê (September), wat om te doen as jou kind nie presteer nie (Maart) en hoe om afknouery by die skool te hanteer (Augustus).

"Aktief pa" bespreek onderwerpe soos versoekings (Mei), geborgenheid wat kinders nodig het (Februarie) en hoe om jou kind se behoeftes te verstaan (April). Hier word dikwels iets uit die skrywer se eie lewe vertel wat dan oorgaan in iets uit die Bybel wat goed verduidelik word.

"Aktief Pa: Opwindende verveling" (April 2008) help ander pa's om hul kinders beter te verstaan en hier is ook 'n aanduiding van 'n geestelike inslag:

As ek teruggink aan my kinderdae, onthou ek dinge soos kleilatgooi, blikkarre, skaapslag, kettieskiet, toktokkie-speel en baie ander dinge wat nie in my kinders se woordeskat bestaan nie. Trouens, hulle dink my nostalgiese stories is baie snaaks! Maar dit is ook vir my moeilik om hulle wêreld te verstaan. Gigabytes, Playstations, RAM, MySpace, SMS'e, die internet, selfone. Die lys is nimmereindigend. As kind het ek baie min speelgoed gehad en tog selde ledig of verveeld gevoel. Ek kry die indruk dat my kinders geweldig baie dinge het wat hulle besig hou, maar steeds die duur en aanhoudende ang van verveeldheid voel.

Terwyl ons hier op aarde is, word vermaak ons nuwe hemel. Ons verruil die ewige vir die tydelike.

Die gelykenis van die verlore seun help my om hierdie geneigdheid te verstaan.

Die verhaal van die verlore seun help my: Om my kinders op 'n innerlike reis te neem. Hieruit leer ek dat die konteks van my kind se lewe dikwels belangriker is as die inhoud.

"Oupa en Ouma met fut" deur Johan en Nina Smit is prakties en handel oor byvoorbeeld hoe om jou huis so in te rig dat dit veilig is vir kleinkinders (Mei), saamkuier (April) en grense vir grootouers (Februarie). Onderaan hierdie artikel is gewoonlik 'n klein stukkie waar 'n bekende persoon iets oor hul kleinkinders deel, byvoorbeeld Carike Keuzenkamp met haar kleinkinders (Julie). Hierdie artikel deel in die meeste gevalle nie Skrifgedeeltes nie, maar praat oor Christenskap.

"Oupa en Ouma met fut: Blinklekker-kuier" (April) het 'n geestelike inslag:

Ten spyte van tye en omstandighede wat verander, is daar faktore, neigings en eiendomlikhede wat families van mekaar onderskei. En dit is nogal lekker om dit raak te sien. Dit maak van die kinders se kuier iets soos om 'n skildery te bewonder: met die wete dat daar nie iets soortgelyks is nie. En dit bring ons by die Skeppergod wat in ons gesinsprentjie iets van Sy beeld inbou. In die kunswerk (die gesinsfoto waar almal nié tegelyk glimlaggend na die kamera kyk nie!) is daar 'n plek vir elkeen wat na die beeld van die Skepper geskape is. Ons hoort nie net trots by mekaar nie, maar ons behoort ook dankbaar aan dié Here wat aan ons die voorreg van saamkuier gee, in die sonlig van Sy genade.

"Die krag van gesinswaardes" deel boustene vir die gesin (Oktober), om geduldig te leef (Julie) en om lief te hê (April). Hier word Skrifgedeeltes gedeel en is ook geel notatjies met byvoorbeeld 'n vers of die hoofgedagte van die artikel. In die Augustus-uitgawe waar oor groepsdruk geskryf word, deel die skrywer (Chris Jones) Romeine 2:2: "Julle moenie aan hierdie sondige wêreld gelyk word nie, maar laat God julle verander deur julle denke te vernuwe." Die wenk wat in die geel nota gegee word: "Vir die ouer: Die meeste kinders is bang om minderwaardig en uitgestoot te voel. Help jou kind om sy sterkpunte te identifiseer, daarin te glo, dit nog sterker te maak en met vertroue uit te leef."

"Groei in aksie" deel oor die wyse waarop mense die teenwoordigheid van God beleef (April), hoogmoed (Augustus), hoe om die slegte dinge en gevare om ons te hanteer (Julie). Laasgenoemde skryf byvoorbeeld oor die misdaad wat om ons is en al die slegte dinge wat gebeur, maar dan help dit die leser om 'n duidelike prentjie te vorm en die fokus op God te hou en dan word daar ook 'n direkte deel uit die Bybel gedeel wat spesifiek hieroor praat.

Lig het ook baie ander artikels wat op die gesin gemik is. "Leer jou kind die krag van gebed" (November) verduidelik hoekom ouers hul kinders moet leer bid, hoe om dit te doen asook wat ouers kan doen as hulself sukkel met hul gebedslewe. Skrifgedeeltes word in die artikel gebruik en ander aspekte soos aanbidding, belydenis en danksegging, wat alles deel is van Christenskap, word bespreek. Nie alle artikels oor die gesin maak egter van Skrifgedeeltes gebruik nie. In die November-uitgawe is ook 'n artikel "Ma, jou vet-obsessie kan jou dogter siek maak!" waar 'n dieetkundige raad gee en waar stories ook gedeel word deur mense wat deur sulke situasies gegaan het. Ouers word gehelp om gevaartekens raak te sien en ook te verstaan watter effek hul woorde op hul kinders het. Aktuele onderwerpe word bespreek, soos "Ma, ek moet 'n selfoon (of Wii, of iPod, of ponie) hê". 'n Kenner op die gebied praat hieroor en deel ook oor wat gelukkige kinders regtig nodig het. 'n Kontaknommer word ook verskaf. "Hoessit, my China?" (Oktober) praat oor aanspreekvorme en gee ook 'n Christelike

perspektief; "Ondersteun jou kind se onderwyser" (Desember 2008/Januarie 2009) gee praktiese raad oor wat 'n ouer kan doen en 'nagskof werk' bespreek die uitdagings van ouers wat nagskof werk, gee waardevolle inligting hieroor en eindig ook met 'n Skrifverwysing om die persoon te bemoedig.

"Hoessit, my China!?" (Oktober 2008), 'n artikel oor aanspreekvorme, gee duidelik maar genuanseerde Christelike perspektiewe op dié saak:

Daar is lankal nie meer klinkklare reëls wanneer dit by aanspreekvorme kom nie en 'n mens moet fyntrap om die regte manier van doen te vind. Is dit 'n geval van me of mejuffrou of mevrou? Dit kan ook wees dat die dame oorkant jou verkies dat jy haar op haar naam noem. Of die gemaklike 'tannie' gebruik. Hoe gemaak? En wat moet jy jou kind leer?

Die beste reël is om as Christen sensitief te wees vir ander se behoeftes en voorkeure. Ware respek behels dat ons die sosiale gewoontes van ons tyd aanvaar, maar op 'n sensitiewe wyse toepas. Vra jouself altyd af hoe jý behandel wil word en behandel ander mense daarvolgens – en leer jou kinders om dieselfde te doen.

Lig se fokus is baie sterk op die gesin en hul poog altyd om 'n Christelike perspektief te gee (hoe jy as Christen die situasie kan hanteer) en te kyk wat die Bybel sê. Hulle probeer ook om artikels wat op sekere tye van toepassing is op die gesin op daardie tye te plaas (byvoorbeeld oor skoonfamilie in die Desember 2008/Januarie 2009-uitgawe omdat die leser juis in daardie tyd met familie konfronteer word). In hoofstuk 3 is gesien dat die tema gesin by *Lig* die hoofklem kry. Nadat na die inhoud van die artikels oor die gesin gekyk is, is dit duidelik dat die artikels 'n sterk Christelike karakter het. Dit strook dus met aspekte van spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2 (sien hoofstuk 2).

Lééf se fokus is meer op die vrou as op die gesin. Daar is wel nou en dan iets vir die gesin spesifiek. In die Januarie-uitgawe is 'n artikel "Deur die oë van 'n kind: 'My eerste skooldag'" waar vanuit 'n kind se perspektief geskryf word en dan deur 'n kundige kommentaar en raad gegee word. Hierdie raad is op 'n Christelike grondslag en een van die punte is dat die ouers moet bid dat die Heilige Gees hul die gawe van onderskeiding sal gee sodat hul die regte keuses vir hul kind maak.

"Deur die oë van 'n kind: 'My eerste skooldag'" (Januarie 2008) gee raad vanuit 'n Christelike perspektief en moedig die leser aan om te bid vir wysheid in die situasie:

Wat kan jy as ouer doen om die oorgang so glad as moontlik te laat verloop? Besoek verskillende skole in jou omgewing tydens jou kind se voorskoolse jaar. Probeer vasstel of die skool 'n Christelike grondslag het. As jy steeds twyfel, woon die onderskeie skole se graad1-opedae by. Bid dat die Heilige Gees jou en jou man sal vul met die gawe van onderskeiding, sodat julle die regte keuse vir jul kind sal maak. Goddelike vrede in jou gemoed is die eerste positiewe stap om haar

met hierdie aanpassing te kan bystaan. Wanneer jy twyfel en onseker is oor jou kind se skool, sal sy maklik jou angstigheid aanvoel. Dit kan haar aanpassing bemoeilik.

"As jou tiener die pad byster raak" (Februarie 2008) praat oor die probleme en gee ook oplossings. Hier word weereens insette gegee vanuit 'n Christelike perspektief en word ook verwys na die leser se verhouding met God. 'n Lysie boeke wat verder kan help word ook gegee.

"As jou tiener die pad byster raak..." (Februarie 2008) het ook 'n geestelike inslag:

Deure wat klap, stilstupe, aggressie en onmin? Byt vas, sê ouers wat self hierdie paadjie gestap het, daar is hoop.

Elsabé van Niekerk, 'n pastorale berader van Johannesburg, help tieners en ouers om mekaar beter te verstaan. Nie net met teoretiese kennis nie. Uit haar eie ervarings het sy harde lesse geleer. Ouers se eerste prioriteit is om tieners hul waarde in Christus te laat beseef. Hierin setel hul identiteit en sekuriteit.

"Jou kind moet weet hy word waardeer eerder as geëvalueer," meen ds. Ewald van Rensburg van die NG-gemeente Hottentots-Holland in Somerset-Wes, 'n skrywer van verskeie boeke oor gesinsberading.

Volgens hom bied Kolossense 3:20-21 'n goue riglyn aan ouers om nie hul tieners moedeloos te maak nie.

Laatlammetjies is die onderwerp van die artikel "Hart se punt" (Mei 2008) en hier deel verskillende gesinne hoe kosbaar die laatlammetjie in hul gesin is. Hier word nie iets uit die Bybel gedeel nie, maar ván die gesinne vertel van hul geloof/Christenskap. 'n Artikel waar oor die gesin gedeel word, is "Ouma se Kersgeskenk" (Desember 2008) waar Rina Hugo en haar gesin saam met haar nuwe kleinkind Kersfees vier. Die belangrikheid en liefde van 'n familie word hier effektief oorgedra alhoewel geen Skrifgedeeltes gedeel word nie. Hier is dus ook sekere aspekte van spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2 (sien hoofstuk 2) waaraan voldoen word.

Sarie het nie artikels wat spesifiek op die gesin gemik is nie. Daar word soms oor bekendes en hul gesinne geskryf, soos byvoorbeeld in die September-uitgawe "Mik hoog – na die régte dinge" waar 'n klein stukkie oor Janie du Plessis en haar kinders gedeel word met 'n foto daarby en "Pa Rob en sy Roxy" (Februarie). In die Maart-uitgawe is 'n artikel oor aanneemkinders, "Die vreugde van 'n aanneemkind", waar 'n vrou haar ervarings deel. In die Februarie-uitgawe is 'n artikel vir ouers oor seksopvoeding vir hul kinders.

Opsommend kan gesê word dat *Finesse* se waardes in hierdie artikels nie in kontras is met Bybelse beginsels nie, maar dat daar ook nie sterk standpunt ingeneem word en erkenning gegee word aan spesifieke Bybelse waardes nie. *Lig* en *Lééf* het verskeie voorbeelde van

artikels oor die gesin waar duidelike tekens is van kenmerke wat strook met 'n Christelike karakter. *Sarie* toon ook geen geestlike inslag nie.

4.6.4 Bekende persoonlikhede

Finesse het heelwat artikels oor bekende persoonlikhede. Daar is elke maand 'n eenblad-artikel wat vrae aan bekendes vra oor hul persoonlike lewens, bv. Paul Rothmann (September), Emo Adams (April), Ruda Landman (Februarie). Die vrae gaan oor algemene onderwerpe soos 'n goeie boek wat hul gelees het, wat hulle laat skuldig voel, wie hulle sporthelde is, wat hulle gelukkig maak. Die voorbladartikels is ook oor bekendes en soos reeds in hoofstuk 3 gesien, gaan dit oor die persoonlike lewens van die mense en nie oor hul Christenskap of geloof nie. *Finesse* het ook 'n "Gesels met..." artikel waar ook verskillende vrae aan bekendes gevra word, bv. Sangeres Andriëtte Norman (Februarie), sangeres Sarah Brightman (Mei), aktrise Corine du Toit (Oktober), atleet Oscar Pistorius (Julie), ens. Hierdie artikels is meer in diepte as die eenblad vraag-en-antwoord artikels. Die antwoorde is ook langer en vrae soos waar die persoon haarself oor tien jaar sien, hoe die liefde van haar lewe lyk en wat is hulle gesinsplanne is, word gevra. Daar word baie min vrae direk oor hul geloof gevra, maar soms wel en soms vertel die persoon wel van sy/haar geloof, byvoorbeeld die artikel oor Pierre Spies (April):

"Finesse gesels met... Pierre Spies" (April 2008) vra vrae oor sy verhouding met God:

Jou verhouding met God het tydens hierdie krisis verdiep. Vertel ons meer daarvan?

"So 'n verdieping is die *grootste* ding. Wanneer dit gebeur, ervaar jy ook seën op ander vlakke. 'n Mens kan enigiets oorkóm deur Hom wat jou krag gee. Alles is deel van Sy plan met ons."

As jy die laaste jaar kon oorhê, sou jy kies om jou longsiekte vry te spring?

"Ek sou weer daardeur wou gaan. Ek móés daardeur gaan. Ek glo alles sal ten goede meewerk. Doen jou bes met dit wat binne jou beheer is. Die res moet jy oorlaat aan die Here en op Hom vertrou."

Ander artikels met bekendes is byvoorbeeld die eksklusiewe artikel met Annie Malan (Augustus) waar die leser gewys word hoe sy werklik lyk voor grimering en daarna asook watter kulkunsies verder met 'n rekenaarprogram gedoen word om tydskrifmodelle so goed te laat lyk. In die Junie-uitgawe is 'n artikel oor Bertha du Plessis (voorheen Cronjé) saam met haar man en hul eersteling. Hulle deel oor hul ervaring en Bertha deel ook oor hoe hul die almag van God besef het. Cézanne Visser ("Advokaat Barbie") deel haar ervarings in die Desemberuitgawe. Die meeste artikels oor bekende persone vertel oor hul lewens en die klem is nie daarop om uit te vind watter geestelike ervarings die persoon gehad het of wat hul op geestelike gebied kan deel nie.

Lig se artikels oor die voorbladmodelle (gewoonlik meer as een persoon op die voorblad, maar waarvan ten minste een persoon 'n bekende is) deel altyd iets oor hul Christenskap (sien hoofstuk 2).

In die artikel "Victor: Bobaas-pa vir 'prinses' Jaime" (Augustus 2008) vertel Victor Matfield (rugbyspeler) van die rol wat God in sy lewe en huwelik speel:

"God speel 'n geweldige belangrike rol in my lewe. Ek glo my en Monja se huweliksgeluk is gebaseer op die fundamente wat ons in die Bybel vind. Ek ken God in my besluite."

Ander artikels oor bekendes: "Paasfees: ons kniel by die kruis" (Maart) is 'n artikel waar bekende skrywers (soos Solly Ozrovech, Milanie Vosloo, Marzanne le Roux-van der Boon, ens) gevra is om hul belewenis van een van die karakters wat by die kruisiging betrokke was, te gee. 'n Artikel oor politikus Pierre-Jean Gerber (Maart) vertel van sy persoonlike lewe en daar is enkele verwysings na geloof. Daar is ook heelwat ander artikels oor bekendes wat deel oor hul persoonlike lewens sonder om te probeer om iets oor geloof oor te dra (alhoewel daar enkele verwysings in die artikels oor Christenskap is), byvoorbeeld "Dubbelkaartjie na Beijing" (Augustus) wat oor Mike en Elvira Wood skryf wat aan die Olimpiese Spele gaan deelneem het; die profiel oor Antoinette Pienaar (April 2008) en "John Vorster se meisiekinders" (Julie).

"Dubbelkaartjie na Beijing" (Augustus) vertel ook van geloof:

Hulle geloof in God speel vir beide 'n baie groot rol – nie net in hulle sport nie, maar in alle aspekte van hulle lewens. "God het ons die vermoë gegee om te kan skerm en daarvoor is ek baie dankbaar," vertel Mike. "Skerm is 'n Godgegewe talent – dit is dus my plig as gelowige om my talent so goed moontlik te ontwikkel," voeg Elvira by.

Soos met die Paasfeesartikel (Maart), word bekendes by 'n spesifieke gebeurtenis betrek, byvoorbeeld Moedersdag in die Mei-uitgawe. Bekendes soos Rolanda Marais, Roxy Louw en Krynauw Otto vertel oor hul verhoudings met hul ma's en hoe hul hul ma's gaan bederf op moedersdag. "Drie manne, een missie" (Mei) is 'n artikel waar Graham Power, Beyers Truter en Kobus van Rooyen sterk standpunt inneem ten opsigte van hul Christelike waardes. Die profiel oor Jacanell Mouton (November) deel oor haar persoonlike lewe en ervarings, maar *Lig* vra haar ook spesifiek waar God in haar prentjie inpas waarna sy heelwat daaroor deel.

Artikels oor **Lééf** se voorbladmodelle, deel meestal iets oor hul Christenskap. 'n Artikel oor Alvin Bruinders vra vroeë soos "vertel van jou geloofslawe", "noem een Bybelse beginsel wat jy in jou lewe toepas" en "wat is vir jou die wonderlikste van jou geloofslawe" (Januarie). In die April-uitgawe het *Lééf* bekendes betrek by 'n feestafel en die artikel deel baie oor die betekenis van

Jesus se kruisiging. "Ons eie stukkie Eden" (Julie) deel oor Koos van der Merwe se lewe en sy wandel met die Here. Coenie de Villiers word ook uitgevra oor die rol van geloof in sy lewe en om te vertel van 'n gebed wat al beantwoord is (Julie). Christiaan Scholtz en sy vrou, Sonia,

deel in "My lewe in 'n plakboek" (Augustus) 'n paar aardse besittings waaraan hulle waarde heg. "Bloeytyd" (September) is 'n artikel waar Rina Nienaber, Amy Kleinhans-Curd en Mimi Coertse vertel van watter blomme hulle die meeste hou. Aan die einde van hierdie artikel is 'n deel waar verskeie verse uit die Bybel gedeel word wat spesifiek oor blomme gaan. Die artikel oor Audrey Blignault (Oktober) deel baie oor haar lewe en ander deel ook oor die vreugde wat sy vir hulle bring. Jacques Blignaut (Vince in 7de Laan) antwoord vrae soos hoe maklik hy vergewe en hoe hy in sy geloof geanker bly (November). In "Maak plek vir die mooi" (Februarie) deel Nataniël, Nadette Clare-Talbot en Bes Gous oor oomblikke in die alledaagse lewe wat jou asem kan wegslaan.

Sarie se artikels oor die voorbladmodelle vertel oor hul lewens (soos gesien in hoofstuk 3). Verskillende vrae soos "hoe moet ouers hul kinders se suksesse en mislukking hanteer", "hoe is dit om oupa te wees", "was jy ooit skottelgoed", ens. word aan aartsbiskop Desmond Tutu gevra (Desember). Die eksklusiewe artikel oor Hestrie Cloete-Els is openhartig en deel haar ervarings van die lewe. In die Januarie-uitgawe word bekendes soos Leon Schuster, Bok van Blerk, ens. gevra oor dinge wat hul bybly oor die jaar wat verby is. Die antwoorde is kort en 'n klein foto'tjie van elk verskyn ook. *Sarie* het heelwat artikels oor bekendes wat meestal oor hul persoonlike lewens deel of vrae oor algemene onderwerpe beantwoord. Michelle Garforth en Helené Bester praat oor hoe om teleurstellings te oorkom (Februarie), Shaleen Surtie-Richards antwoord vrae soos hoe sy oor vroueregte voel en of sy senuweeagtig is voor 'n eenvrouvertoning, Lianie May vertel van haar sangloopbaan (Maart) en Steve Hofmeyr (September) praat oor sy sondes. Hierdie tipe inligting waar die glanspersoonlikheid baie persoonlike inligting deel, dui op die bevordering van die "celebrity"-kultuur.

Opsommend kan gesê word dat *Finesse* wel in enkele gevalle tekens toon wat strook met kenmerke en benaderings vir Christelike joernalistiek. *Lig* en *Lééf* se artikels toon meestal eienskappe wat strook met spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2 en wat dus as voorbeeld kan dien vir 'n Christelike joernalistiek. *Sarie* toon duidelike tekens van die "celebrity"-kultuur.

4.6.5 Mode/Skoonheid

Finesse het 'n afdeling vir skoonheid, naamlik "Jou skoonheid". Die afdeling word ingelei met 'n *Finesse*-wenk oor skoonheid. Die artikels hanteer verskillende skoonheidsroetines, byvoorbeeld grimering, grimeerkwaste en haarmaskers asook 'n paar nuwe skoonheidsprodukte op die rak (Januarie). "10 jaar jonger" (Maart) gee raad oor hoe om jonger te lyk en " 'n Nuwe jy... na middagete" praat oor prosedures soos botox. In die Desemberuitgawe is 'n artikel "Pragtige bene s nder oefeninge!" met allerhande riglyne oor hoe om dit reg te kry, en "Heeldag lentevars!" het raad oor hoe om vars te lyk ten spyte van die son, wind en seelug. Die artikels verduidelik hoe om die roetines uit te voer en adverteer ook verskeie produkte vir elke probleem. *Finesse* het nie 'n seksie waar modelle nuwe modes vertoon nie, maar wel enkele artikels oor mode. "Die vere maak die vrou!" (Mei) gee wenke oor hoe om stylvol aan te trek. Daar is ook raad oor hoe om jou klerekas reg te ruk en jou modeflaters in modewenners te omskep en die 10 beste bykomstighede (wat skoene, handsakke en juwele insluit). Die afdeling oor skoonheid gee nie 'n Christelike perspektief op skoonheid nie.

Lig het in die Novemberuitgawe onder die afdeling "Leefstyl" 'n artikel "Tyd vir son, see en selfvertroue" waar verskillende sonskerms bespreek word en 'n promosie vir 'n spa. Foto's van die sonskerms word gewys met 'n kort beskrywing en ook pryse. "Lieflik vir lente" (September) gee grimeerwenke, gesigsorg en bespreek 'n paar ander skoonheidsprodukte. In die Julie-uitgawe is ook allerhande raad vir hande, naels, voete, gesig en hare en ook 'n lysie van hoe om jouself te bederf. Die skoonheidsartikel in die Mei-uitgawe gebruik Moedersdag as onderwerp en gee wenke oor hoe om ma te bederf. 'Luister na jou vel' (April), "Lieflike lippetaal" (Augustus) is nog twee artikels oor skoonheid. *Lig* het geen seksie waar die nuutste modes deur modelle vertoon word nie.

"Tyd vir jouself" is 'n maandelikse artikel in **L  f** met inligting oor skoonheidsprodukte, spa's en ander skoonheidsroetines. In die Februarie-uitgawe word tien wenke gegee van hoe om vars en fris te lyk – verskillende produkte word aanbeveel by die verskillende wenke. "Mooier met die jare – 35+", bespreek die implikasies van ouderdom en gee ook inligting oor hoe om dit te hanteer met verskillende produkte wat bespreek word.

L  f het 'n afdeling waar modes deur modelle vertoon word. Teks met opbouende woorde of skoonheidsrate vorm meestal deel van die uitleg. Die modes is vars en mooi, maar nie uitlokkend nie. Twee vroue wie se voorkoms deur *L  f* se span herskep is, vertoon die modes in die Oktober-uitgawe. Dieselfde konsep is ook in die Mei-uitgawe gebruik waar 'n paar vroue se voorkoms herskep is en hulle dan die modes in die tydskrif vertoon. Dit is normale mense en

nie plankdun modelle nie. In die Junie-uitgawe is die tema van die mode-afdeling "Meer is mooi" en hier vertoon 'n groter vrou wat meer geset is die modes. In die November-uitgawe is 'n artikel "Sontyd" waar raad gegee word vir die somervakansie wat om die draai is. "Skep 'n nuwe voorkoms" (Oktober) gee raad oor haarstyle, grimering en klerestyl. Daar is in elke uitgawe iets oor skoonheid: "Ons eie mooigoed" (Augustus), "Mooier met 'n masker" (Julie), "Legendaries mooi" (April) en "Vlekloos mooi" (Maart) is maar 'n paar van hierdie artikels waar elke keer raad gegee word en ook skoonheidsprodukte aanbeveel word.

"Voel goed in jou vel" gee algemene skoonheidsraad en hier word ook verskillende produkte bespreek (Oktober). 'n Maandelikse artikel is "Schoonheidsdinge" waar heelwat skoonheidsprodukte adverteer word met pryse by. "Schoonheid nou" fokus spesifiek op grimeermiddels. In die Maart-uitgawe is 'n artikel "Koeler dae" waar 10 kledingstukke vir koeler weer gewys word. "Manjifiek in minute" (Maart) gee vyf mooimaakwenke. Novembermaand vertoon onder andere strandmodes en gee skoonheidsnuus en skryf oor verskillende parfuums. **Sarie** bestee 'n hele paar bladsye aan die nuutste modes. Modelle is meestal plankdun en lyk nie soos die gewone mense om ons nie. Onderklere (Februarie) en swemklere (November) word ook vertoon.

Nie een van die tydskrifte in die betrokke uitgawes praat oor skoonheid vanuit 'n Christelike perspektief nie. Tog is daar 'n verskil tussen die modes wat deur *Lééf* en *Sarie* vertoon word. Ander artikels oor skoonheidsroetines en -produkte stem baie ooreen in al vier die tydskrifte.

4.6.6 Finansies

Finesse het elke maand inligting oor finansies. "Jou geld" deur Helen Ueckermann (Januarie) het 6 kort afdelings naamlik "beplan vir môre", "laat jou sake klop", "geldslim", "vroulike *flair*", "dit moet jy weet" en "'n kenner sê". Onder "dit moet jy weet" in die Augustusuitgawe, word lesers herinner dat dit duur kos om siek te wees en dan word raad oor hoe jy jou gesondheid goed kan hou, gegee. "Laat jou sake klop" (Julie) gee raad oor wat om in ag te neem wanneer 'n kind op pad is en sluit punte soos kinderoppasser, mediese uitgawes, en kos en kleres in. Nuttige inligting word aan die leser oorgedra met praktiese oplossings. "Speel met aandele" is een van die onderwerpe wat in die Desemberuitgawe aangeraak word. Aktuele vrae rondom finansies word aangeraak, soos bv. "loop lig vir kredietkaartbedrog" (Oktober), "bestee so jou bonus" (November) en "kies 'n goeie mediese skema" (November). Die artikel oor finansies beslaan twee bladsye in *Finesse*. Die uitkyk van Die Bybel oor finansies word nie aangeraak nie.

Lig het nie 'n maandelikse artikel oor finansies nie. In die Apriluitgawe is 'n artikel "Platsak? Geldgids vir jou gesin se maer jare" waar raad gegee word oor onder andere motorpaaie, bankkoste, kos, mediese fonds, uiteet en klererekenings. Die artikel gee nuttige inligting en praktiese wenke. 'n Spesifiek Christelike uitkyk op geldsake word egter nie ook ingebring nie.

Lééf het nie 'n maandelikse artikel oor finansies nie. In die Apriluitgawe is 'n artikel "Verstaan jy jou geldsake?" waar raad gegee word oor hoe om jou begroting uit te werk, wat om te doen met jou geld en 'n paar ekonomiese terme word verduidelik. Praktiese wenke word gegee. Geen verwysing na wat die Bybel oor finansies sê nie. "Dink reg oor jou rande!" (Januarie 2008) bespreek nege strukke wat jou duur kan kos. In hierdie artikel is 'n kort verwysing na die gelykenis in Matteus 25:14-30 oor die man wat op reis gaan en aan sy drie slawe muntstukke toevertrou en vertel hoe elkeen die geld benut het.

Sarie het nie 'n artikel spesifiek oor finansies elke maand nie. In die Desember-uitgawe is 'n artikel "Kersfees sonder skuld" waar wenke gegee word soos hoe om van Januarie af te spaar vir Kersfees, kinders van geld te leer en te pasop vir die kredietkaart. "Jy hoef dit nie te verloor nie" (November 2008) gee raad oor hoe om jou huis, motor of sakeonderneming te behou ten spyte van rentekoersverhogings.

Net by *Lééf* is daar 'n voorbeeld van 'n artikel oor geldsake wat 'n Christelike perspektief inbring.

4.6.7 Gesondheid

Finesse het 'n afdeling "Jou gesondheid" wat elke maand verskyn en handige wenke gee. In die Januarie-uitgawe beslaan dit sewentien bladsye met artikels soos "gesondheidstoets", "*Finesse* goedvoel gids – volg hierdie reëls vir 'n gesonder jy!", "krag vir elke dag" en "begin dié jaar gesond". 'n Baie gepaste artikel vir die Desember-uitgawe is "'n vakansie wat nie vet maak nie...". In hierdie artikel word wenke gegee van wat om op die lang pad, in die vliegtuig, op die strand, in die bosveld en in die hotelkamer te eet. Vier gesondheidskenner gee raad aan 'n persoon met 'n sekere gesondheidsprobleem – bv. in die Desemberuitgawe waar 'n mediese dokter, oefenkundige, kruiekenner en dieetkundige raad gee oor hoe om veroudering te beveg. "Daar's geen spook in my asem nie" (September) gee vier stappe wat mense kan volg wat 'n probleem het met 'n asem wat sleg ruik. Die artikels gee baie inligting en praktiese wenke en oplossings. Geen verwysing na die Bybelse perspektief word gegee nie.

Lig het nie 'n gereelde artikel oor gesondheid nie. In die Novemberuitgawe is 'n artikel "Ma, jou vet-obsessie kan jou dogter siek maak!" waar verduidelik word wat 'n eetversteuring is, hoekom dit gebeur en wat die tekens daarvan is asook hoe om dit te stop. Advertensies van byvoorbeeld Procydin (Oktober) vertel breedvoerig van hartsiektes en hoe om dit te voorkom. In

die Februarie-uitgawe vertel die artikel "Ooo vet..." meer oor vetsug onder kinders en gee wenke oor hoe om dit te voorkom.

Lééf het elke maand 'n artikel onder "Lééf gesond" waar praktiese wenke gegee word asook bronne waar meer oor die onderwerp uitgevind kan word. *Lééf* se artikel "Maak 'n plan met PMS" (April) gee praktiese wenke en simptome asook raad van ander vrouens. "Luister na jou lyf" (Januarie) gee wenke vir diegene wat 'n stryd het met die skaal. Aan die einde van hierdie artikel is 'n kort paragrafie wat gaan oor die waarde van die mens in God se oë en dat skoonheid van die Here af kom. Raad word aan mense gegee wat sukkel om te slaap, "Slaap, o soete slaap..." (Mei) en 'n lysie van bronne waar jy meer kan uitvind oor die onderwerp word ook gegee (soos by baie van *Lééf* se ander artikels oor gesondheid ook). "Soet op die tong" (Desember) bespreek die effek van suiker in 'n mens se dieet. "'n Nuwe, fikse jy" (Maart), "Hoe gesond is jou hart?" (Februarie) en "Die wonder van water" (Oktober) gee almal praktiese inligting.

Sarie se artikels oor gesondheid val onder die opskrif "Myself" of "Gesondheid". *Sarie* se artikel "Eet jou self flinker en blinker" (April) verduidelik hoe om kos tot jou voordeel in te span. "20 Stappe vir 'n gesonder jy" (Januarie) gee letterlik 20 stappe wat jy kan volg om jou gesondheid te verbeter, soos byvoorbeeld "vlos daagliks" en "kry genoeg slaap". "Systap jou gene – Alzheimer, hartsiekte of kanker" (November) gee feite en syfers en verduidelik dan ook wat lesers kan doen om hul kanse om hierdie siektes te kry, te verminder. "Gesondheidsdinge" (Maart) gee brokkies inligting oor verskillende sake soos postuur, trooskos en ander kwelvrae.

Slegs by *Lééf* is daar tekens van 'n Christelike perspektief op gesondheid.

4.6.8 Verhoudings

Finesse Verhoudingsgids is 'n dubbelblad wat uit 'n aantal kleiner artikels bestaan. Raad oor verskillende verhoudings word gegee, bv. skoonfamilie en wat om te doen as jy jou mond verbygepraat het (Mei). Die *Finesse* Verhoudingsgids val onder die afdeling "Jou verhoudings".

Artikels oor kinders en die huwelik val ook onder "Jou verhoudings", maar word nie nou weer bespreek nie omdat dit reeds onder die temas huwelik en gesin bespreek is. "Boetie se boelies", "Midde-in 'n katgeveg" en "Ma se witbroodjie" is van die bydraes in die Februarie-uitgawe. In al hierdie artikels word die probleem gestel en praktiese raad word gegee van hoe om dit op te los of te hanteer. Raad oor hoe om 'n superma te wees en hoe om tienertraumas te hanteer verskyn in die Junie-uitgawe. Die bydraes oor verhoudings is almal prakties. Daar word egter nie na iets uit die Bybel verwys nie.

Lig se artikel "Die geskenk van vriendskap" (Julie) skryf oor wat 'n ware vriend is en praat ook oor vriendskap vanuit 'n Christelike perspektief en noem voorbeelde uit die Bybel. Die artikel in die Julie-uitgawe, "Die geskenk van vriendskap", gebruik voorbeelde uit die Bybel van vriendskap:

Vriendskap is 'n wonderlike, wonderlike ding. Die emosionele warmte van 'n ware vriend (in) is 'n reddingsgordel vir die lewe.

Vriendskap is niks minder nie as 'n kosbare gawe van die Here. Dit bied aan ons die moontlikheid tot 'n verhouding waarin iets van die warmte, integriteit en trou (wat in elk geval die belangrikste deel van alle menseverhoudings uitmaak) 'n werklikheid kan word. Ook die Spreukedigter het wyse raad oor 'n vriend. In Spr. 27:9-10 staan die volgende: "...die genot van vriendskap lê in die raad wat jy kry. Moenie by 'n vriend wat al jou pa se vriend was, verbygaan na jou broer se huis toe as jy moeilikheid het nie: 'n buurman wat naby is, is meer werd as 'n broer wat ver is."

Die ander artikels in *Lig* wat oor verhoudings handel, is reeds onder die tema "Gesin" bespreek. Die meeste artikels in *Lig* onder die onderwerp "Verhoudings" val ook onder "Gesin" omdat die gesin *Lig* se teikengroep is.

Lééf het nie 'n afdeling spesifiek oor verhoudings nie, maar verskillende artikels dra wel by tot 'n mens se verhouding met ander. Een hiervan is "Die dag toe my vriendin haar geloof verloor het" (Desember 2008) waar die leser vanuit 'n Christelike perspektief gehelp word om so 'n vriendin te help en wat om te bid. "Gee én neem" (Mei 2008) skryf oor vriendskap en hoe om toksiese vriendskappe te ontlont. Hier is 'n kort verwysing na Christenskap, maar die res van die artikel is wel ook in lyn met die Bybel.

"Gee én neem" (Mei 2008) gee hoop vanuit 'n Christelike perspektief:

Dis veronderstel om 'n vennootskap van wedersydse versorging te wees. Maar hoe gemak as 'n vriendskap méér as sy pond vleis eis?

"Sommige mense glo jy moet hulle heeltemal vermy. Maar jy kan nie al die negatiewe mense uit jou lewe sny nie. 'n Christen word nie geroep om ander mense te ontwyk nie. Jy moet leer om grense te stel aan vriende wat jou lewe versuur. Die goeie nuus is: Vir 'n Christen is daar altyd hoop in 'n verhouding. Dit help om 'n leefwyse van vergifnis te leef" sê ds. Verreyne.

Sarie skryf in die Maart-uitgawe 2008 oor vriendskap: "Om weer te vertrou". Hier word ook 10 stappe gegee van hoe om 'n vriendskap te herstel. Ander artikels oor verhoudings is reeds onder "Gesin" of "Huwelik" bespreek.

Opsommend kan gesê word dat slegs *Lig* en *Lééf* se artikels oor verhoudings kenmerke bevat wat strook met benaderings vir 'n Christelike joernalistiek.

4.6.9 Ander

Finesse het kort resensies oor nuwe boeke waarvan die meeste geestelik van aard is. Lesers word bekendgestel aan hierdie boeke en kortliks iets daaroor vertel. In die Oktoberuitgawe is byvoorbeeld boeke soos "Jou dink nuut gids oor die hemel" deur Hennie Stander; "Die Bybelroman vir kinders" deur Jaco Thom en "Visie – Bybeldagboek vir mans" deur Hannes Burger.

"Debat" is 'n eenblad artikel waar 'n situasie geskets word en twee persone twee verskillende menings oor die onderwerp deel, bv. in die Oktoberuitgawe waar redeneer word of duurder skoonheidsprodukte wel beter is as goedkoper produkte. Lesers se menings (hul stem op die webwerf) word ook gegee – bv. 30% stem saam en 70% stem nie saam nie. *Finesse* het ook 'n artikel spesifiek oor werk – hier word lesers ingelig oor hoe om hul werk te geniet of hoe om te wen by die werk. *Finesse* se afdeling "Jou huis" wys mooi meubels of dekoriteems asook waar om dit in die hande te kry en gee ook 'n hele paar resepte. Susan Coetzer se rubriek heel agter in *Finesse* vertel gewoonlik iets uit haar persoonlike lewe wat inspirerend is of waaruit ander iets kan leer.

Lig het advertensies van geestelike boeke wat deur Struik geplaas is (bv. April). In die Apriluitgawe is ook 'n artikel "Rolprente wat jou wêreld (kan) verander" waar Leon van Nierop oor 10 rolprente skryf wat 'n positiewe effek in mense se lewens kan hê. Onder "Ontspan" (ook maandeliks) word geskryf oor verskillende plekke wat 'n mens kan besoek, bv. Graaff Reinet (Oktober). Nog 'n artikel onder "Ontspan" is 'n brief – geen geestelik boodskap nie, net 'n lekkerlees storie van Grootseun aan Ma en Pa. "Legkaart van die lewe" (April) is 'n kortverhaal en dan is daar ook 'n "Fliek van die maand" wat deur Leon van Nierop geskryf word en waar hy ook meedeel oor of dit geskik is vir kinders, bv. "Dan in real life" (April) waar hy sê dat die hele gesin dit kan kyk, maar dat ouertoesig aanbeveel word. 'n Blokkiesraaisel val ook onder "Ontspan". In die Novemberuitgawe kry die weners van 'n vorige blokkiesraaiselkompetisie

Familiebybels. Johann Symington skryf 'n rubriek heel aan die einde van *Lig*. Dit deel iets oor Christenskap.

Lééf het elke maand 'n dagboek wat van verskillende gebeure vertel, bv. Feeste of skoue. Tussenin *Lééf* se verskillende afdelings is bladsye met 'n groot foto en 'n mooi inspirerende aanhaling van iemand bv. Aan die begin van die afdeling "Met hart" is 'n groot dubbelbladfoto van sjokolade in 'n bak met die aanhaling "Hoe soet die waarheid, gespreek uit die mond van liefde" deur James Beattie; net voor die afdeling 'met siel' is 'n foto van 'n mandjie vrugte met die aanhaling "'n Boom word geken aan sy vrugte, 'n mens aan sy daad. 'n Goeie daad is nooit sonder waarde nie" deur St. Basil en net voor "met hart & siel" is 'n foto van 'n land vol sonneblomme met die aanhaling: "Soos sonskyn vir 'n blom, so is 'n glimlag vir die mens", deur Joseph Addison (April). Al die uitgawes volg hierdie patroon met verskillende foto's en aanhalings elke maand.

"*Lééf met hart*" het verskillende kort bydraes oor onderwerpe soos "Sendeling in die veld", "Boekpasella" en goeie dae (April). Hierdie bydraes fokus op iets waar jy as Christen kan bydra om iemand anders te help soos bv. as jy 'n bydra vir 'n sendeling wil gee of wil help om vermiste mense op te spoor. *Lééf* het ook 'n "Sielskalender" waar elke dag van die week 'n ander mikpunt het, bv. Woensdag – Rus in die holte van Sy hand (met praktiese wenke daaroor) in die Apriluitgawe. "Kuier kuier" deur Christine Ferreira (redakteur) wys foto's van plekke en dinge wat jy graag sal wil besoek of beleef. "Hartskos" is waar iemand heerlike resepte deel, maar ook meer oor hulself vertel. *Lééf* het ook maandeliks 'n kortverhaal. Daar is ook dikwels 'n boekuittreksel, bv. "'n Tyd om lief te hê" deur Karen Kingsbury wat geloofstemas aanraak. "Woorde wat *Lééf*" het Skrifgedeeltes oor verskillende onderwerpe wat die leser kan gaan opsoek om meer oor die onderwerp te ontdek in die Bybel. "Word stil" deur Solly Ozrovecch deel ook iets op 'n Christelike vlak.

Sarie het ook gereelde bydraes vir jou huis en ook "Woondinge" waar 'n paar items met hul pryse bekendgestel word. Resepte en "Kosdinge" gee ook raad en wenke. "Werkdinge" gee wenke oor bv. hoe om 'n verhoging te vra (Februarie). Modelle met die nuutste modes beslaan 'n hele aantal bladsye.

Enkele tekens van kenmerke wat strook met 'n Christelike benadering kan by *Lig* en *Lééf* gesien word.

4.7 SAMEVATTEND

Al vier publikasies oefen hulle agendastellende rolle uit in die **inhoudsopgawe**.

Al vier publikasies se **voorbladartikels** handel oor bekende persoonlikhede. Daar is wel 'n onderskeid wanneer dit kom by die manier hoe die artikels geraam is. By *Finesse* en *Sarie* is die "celebrity"-kultuur sigbaar en word nie van die voorbladmodel se verhouding met God vertel nie (behalwe vir enkele uitsonderings), terwyl *Lig* en *Lééf* meestal in die voorbladartikel oor die persoon se geloof skryf.

Daar is in elkeen van die vier publikasies 'n groot aantal **rubrieke** of artikels wat elke maand verskyn. Die verskil tussen die rubrieke van *Finesse*, *Lig* en *Lééf* teenoor *Sarie* is groot. Die Christelike tydskrifte wys waar hul fokus deurdat heelwat van hierdie artikels fokus op Christenskap of geloof en iets daaroor deel. Dit dui aan dat dit vir hul belangrik genoeg is en daarom plaas hul elke maand inligting daaroor. *Sarie* het wel een sterk geestelike rubriek "Sielsdinge" wat op die geestelike aspek fokus en een of twee ander waar dikwels na geloof verwys word. *Finesse*, *Lig* en *Lééf* se rubrieke toon eienskappe wat strook met spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2 (sien hoofstuk 2).

Finesse maak die meeste gebruik van **eksklusiewe artikels**. *Lig* en *Lééf* gebruik dit minimaal. *Sarie* het ook slegs drie keer tydens 2008 van eksklusiewe artikels gebruik gemaak. Die meeste van die artikels was opbouend en inspirerend. Bekendes is wel hier ook gewild en die meerderheid eksklusiewe artikels handel oor bekendes. *Lééf* se eksklusiewe artikels verskil tog van die ander tydskrifte s'n in die sin dat twee temas wat verband hou met iets oor Christenskap, gebruik is. Karen Kingsbury se boeke het geloofstemas en Koos van der Merwe is 'n leraar en deel ook oor sy "geloofswerk". *Lééf* se eksklusiewe artikels strook met spesifieke rigtinggewende argument 2 (sien Hoofstuk 2) wat sê dat 'n Christelike publikasie mense moet inspireer en Christus erken as enigste Verlosser.

By **ander artikels** is die onderskeid tussen *Finesse*, *Lig* en *Lééf* teenoor *Sarie* sterk by artikels oor die huwelik. By *Sarie* is daar tekens van benaderings wat nie altyd strook met die beginsels van die Bybel nie. By artikels oor Christenskap strook *Finesse*, *Lig* en *Lééf* se benaderings met spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2 (sien hoofstuk 2). *Sarie* het nie gereelde artikels oor Christenskap nie, maar daar is wel 'n paar uitsonderings waar artikels oor Christenskap in lyn met Bybelse waardes is. *Lig* en *Lééf* toon duidelike kenmerke wat strook met Christelike joernalistiek by artikels oor die gesin, bekende persoonlikhede en verhoudings. Artikels oor

bekende persoonlikhede verskil in die sin dat daar by *Finesse* en *Sarie* aanduidings is van die bevordering van die "celebrity"-kultuur, maar dat dit in 'n baie mindere mate by *Lig* en *Lééf* te bespeur is. Slegs *Lééf* het 'n identifiseerbare eienskap wat dui op Christelike joernalistiek by artikels oor finansies. By artikels oor mode/skoonheid, gesondheid en ander soos kos en huis, is daar nie 'n sterk onderskeid tussen die verskillende publikasies nie.



Hoofstuk 5

GEVOLGTREKKINGS

5.1 INLEIDING

Hierdie hoofstuk poog om 'n opsomming te gee van die bevindings wat in hierdie studie gemaak is. Die algemene navorsingsvraag is deurentyd ingedagte gehou, naamlik:

Hoe gee die redaksies van die Afrikaanse Christelike tydskrifte Finesse, Lig en Léeft beslag aan dié tydskrifte se Christelike waardes en kenmerke?

Hierdie vraag is beantwoord deur verskillende navorsingsvrae daar te stel wat dan omgeskakel is na navorsingsdoelwitte. Die studie is kwalitatief van aard en 'n literatuurstudie sowel as empiriese ondersoek (inhoudsanalises en onderhoude) is gebruik om die navorsingsdoelwitte te ondersoek.

5.2 DIE NAVORSINGSDOELWITTE VAN HIERDIE STUDIE

In hoofstuk 1 is die spesifieke navorsingsvrae met die navorsingsdoelwitte verbind. Hierdie vrae en doelwitte het regdeur die studie die ondersoek in die regte rigting gestuur. Elkeen van die navorsingsdoelwitte word nou bespreek om aan te dui tot watter gevolgtrekkings dit gelei het.

5.2.1 Navorsingsdoelwit 1:

Om deur 'n literatuurstudie te bepaal watter kenmerke en benaderings gebruik kan word om Christelike tydskrifte se andersoortigheid en agenda te peil.

Soos in hoofstuk 2 gesien is, bestaan daar geen algemeen aanvaarde, oorkoepelend Christelik normatiewe raamwerk vir die beoordeling van joernalistieke produkte soos tydskrifte nie. Die literatuurstudie het egter getoon dat navorsers verskillende perspektiewe oor 'n Christelike joernalistiek uitlig. Dit het gelei tot die formulering van spesifieke rigtinggewende argument 1:

Spesifieke rigtinggewende argument 1:

Christelike joernalistiek moet God eer; die gebruiker se verhouding met God moet bevorder word; daar moet aan Christus voorrang gegee word; versoekings moet weerstaan word en daar moet nie kompromieer word nie; dit moet verantwoordelik wees; mense moet gerespekteer word; dit moet akkuraat, opbouend, regverdig, omvattend en

bevrydend wees en positiewe rolmodelle moet voorgelê word. Daar word 'n andersheid op die voorblaaie van Christelike tydskrifte verwag en modelle se lewens moet hulle Christelike waardes weerspieël. Woorde en opskrifte moet versigtig gekies word sodat dit waar is en weergee wat die opskrif sê.

Hierdie argument is in hoofstukke 3 en 4 gebruik waar die voorblaaie en inhoud van *Finesse*, *Lig*, *Lééf* en *Sarie* ondersoek is.

Die redakteurs van die publikasies se idee van 'n Christelike joernalistiek is ook belangrik, aangesien hulle aan die stuur daarvan staan en dus spesifieke waardes in plek moet hê waarvolgens die publikasie funksioneer. Semi-gestruktureerde onderhouds- en ander kommunikasie met die redakteurs van *Finesse*, *Lig* en *Lééf* oor 'n Christelike perspektief het spesifieke rigtinggewende argument 2 tot gevolg gehad:

Spesifieke rigtinggewende argument 2:

'n Christelike publikasie moet mense inspireer. Die inhoud moet Christus erken as enigste Verlosser en weerspieël dat God liefde is. Inhoud moet ook integriteit hê en die waarheid praat en aan die Bybel gemeet kan word. Voorbladmodelle moet 'n pad met die Here stap en 'n skoon beeld by die publiek hê. Daar moet nie kompromieë word nie en die leser moet welkom voel en hoop kry.

Uit bogenoemde het dit duidelik geword dat dit wat literatuur oor 'n Christelike joernalistiek skryf en wat redakteurs daaroor sê, in 'n groot mate met mekaar ooreenstem. Daar was wel aspekte wat deur die literatuur as belangrik beskou is, wat glad nie deur die redakteurs genoem is nie, byvoorbeeld dat mense gerespekteer moet word en dat kompromieë nie aangegaan moet word nie. Maar die feit dat hulle dit nie spesifiek genoem het nie, beteken nie dat hulle dit nie as belangrik ag nie.

Die redakteurs van veral *Lig* en *Lééf* het, soos ook gevind is in die teorie/literatuur, die mening uitgespreek dat daar 'n andersheid by Christelike publikasies moet wees. Voorbladmodelle moet 'n skoon beeld by die publiek hê en 'n pad met die Here stap. Maar is dit haalbaar en wat speel alles 'n rol by die keuse van 'n voorblad(model)? 'n Ondersoek na riglyne en eienskappe

van tydskrifvoorblaaie het daartoe gelei dat spesifieke rigtinggewende argument 3 geformuleer is:

Spesifieke rigtinggewende argument 3

Die voorblad moet inligting oor die inhoud weergee, die leser oortuig om te koop en die persoonlikheid van die tydskrif weergee. Die hoofdoel van die voorblad is om die teikengehoor aan te spreek. Die voorblad moet van 'n afstand af raakgesien word en die persoon wat daarna kyk in so 'n mate prikkel dat hy/sy die tydskrif wil oopmaak om te lees.

Die voorblad het 'n uiters belangrike rol te speel. In Hoofstuk 3 is hierdie argument saam met rigtinggewende argumente 1 en 2 gebruik om die voorblaaie van die publikasies te ondersoek.

Die redaksie van 'n publikasie stuur die inhoud in 'n spesifieke rigting en dui vir die leser aan wat belangrik is. Die agendastellende rol van 'n publikasie speel 'n kardinale rol en daardeur kan duidelik gesien word wat die publikasie se fokus is:

Spesifieke rigtinggewende argument 4:

Die agendastellende rol van 'n publikasie moet met groot verantwoordelikheid vertolk word aangesien die agendastellingsteorie bepaal dat die media vir gebruikers aandui watter nuus die belangrikste is deur die hoeveelheid klem wat daarop gelê word. Verder bepaal nuusraming dat 'n joernalis se verwysingsraamwerk ook 'n rol speel in die manier hoe die nuus aangebied word en dat die gebruiker dus die wêreld deur dieselfde raamwerk as die joernalis sien. Gevolglik kan weereens beklemtoon word dat publikasies 'n groot verantwoordelikheid teenoor gebruikers het. Soveel te meer Christelike publikasies wat daarna strewende om die volle waarheid te bring en nie toe te gee aan versoekings soos sensasie en materialisme nie.

Christelike tydskrifte verteenwoordig 'n spesifieke nis in die mark en daarom is verwag dat ook Afrikaanse Christelike tydskrifte 'n duidelik onderskeibare agenda, kenmerke en benaderings sal hê. Hierdie argument, sowel as spesifieke rigtinggewende argumente 1 en 2 is in hoofstuk 4 gebruik om die inhoud van die publikasies te ondersoek.

5.2.2 Navorsingsdoelwit 2:

Om deur 'n kwalitatiewe inhoudsanalise vas te stel hoe *Finesse*, *Lig* en *Lééf* se voorblaaie in terme van temas en aanbieding met mekaar vergelyk en in welke mate dit strook met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word, en hoe dit met *Sarie* as sekulêre tydskrif kontrasteer, al dan nie.

Hierdie doelwit is in Hoofstuk 3 ondersoek aan die hand van die volgende vrae:

- Wie word as voorbladmodel gebruik?
- Watter opskrif trek die meeste aandag of het die meeste klem ontvang?
- Watter ander opskrifte verskyn op die voorblad?
- Watter temas ontvang die meeste klem op elke tydskrif se voorblad?
- Hoe gee die voorblad gestalte aan Christelike joernalistiek? Is daar 'n andersheid op die voorblaaie en in welke mate strook die voorblaaie met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word?

Die studie het bevind dat al vier publikasies gebruik maak van bekende persoonlikhede as voorbladmodelle.

Op *Finesse* se voorblaaie was daar behalwe die ag opskrifte (tydens 2008) wat direk verband hou met 'n geloofsaspek of Christelike onderwerp, nie ander elemente wat gedui het op 'n andersheid op die voorblaaie nie (sien spesifieke rigtinggewende argument 1, hoofstuk 2). Daar was wel heelwat artikels wat inspireer en hoop gee (sien spesifieke rigtinggewende argument 2, hoofstuk 2). *Finesse* se voorbladmodelle is bekende persoonlikhede soos akteurs, sangers, kunstenaars en sportsterre wat bekend is as gevolg van die publisiteit van die media en daar is tekens dat die "celebrity"-kultuur deur *Finesse* se voorblaaie bevorder word.

Lig se voorblaaie verskil van *Finesse*, *Lééf* en *Sarie* s'n in die sin dat daar meestal meer as een persoon op die voorblad verskyn en dat die tweede, derde en vierde persone dikwels familieleden is van die bekende persoonlikheid. Die "celebrity"-kultuur is wel aanwesig, maar minder bekende gesinslede het ook die voorblad gehaal. Nog 'n uitsondering is die April-uitgawe waar selfs Francois Lensley se hond die voorblad gehaal het.

Lééf se voorblaaie het elke maand bemoedigende opskrifte gehad en dit was opvallend dat die voorblaaie nie aandag geskenk het aan skinderpraatjies of sensasie nie, maar dat inligting op 'n suiwer, opregte manier oorgedra is. Tog is bekende persoonlikhede as voorbladmodelle gebruik en is die "celebrity"-kultuur in 'n mindere mate aanwesig. 'n Ouer vrou, Penny Coelen-Rey (Mei 2008) is wel gebruik – dit is 'n uitsondering in die sin dat daar meestal jonger vroue op voorblaaie gebruik word.

Sarie se voorbladmodelle gedurende 2008 was almal TV-sterre. Die voorbladmodelle is só geraam dat die leser wens sy kan soos die voorbladmodel wees. Al vier die publikasies het baie min opskrifte wat op enige wyse met 'n geestelike/Christelike aspek geassosieer kon word. *Finesse* het wel ag opskrifte tydens 2008 se twaalf uitgawes gehad wat direk op geloof of Christenskap gedui het; *Lig* het ag gehad en *Lééf* het vyftien sulke opskrifte gehad.

Daar is heelwat artikels wat opbou en inspireer (sien spesifieke rigtinggewende argument 2, hoofstuk 2). Op die twaalf uitgawes van 2008 het *Finesse* 18, *Lig* 24 en *Lééf* 23 opbouende en inspirerende opskrifte gehad. Opsommend kan gesê word dat daar op die voorblaaie van *Finesse*, *Lig* en *Lééf* eienskappe is wat strook met spesifieke rigtinggewende argument 2 (sien hoofstuk 2).

5.2.3 Navorsingsdoelwit 3:

Om deur 'n kwalitatiewe inhoudsanalise vas te stel hoe die inhoud van *Finesse*, *Lig* en *Lééf* in terme van temas en aanbieding met mekaar vergelyk en in welke mate dit strook met die kenmerke en benaderings wat met 'n Christelike joernalistiek geassosieer kan word, en hoe dit met *Sarie* as sekulêre tydskrif kontrasteer, al dan nie.

Hierdie doelwit is in hoofstuk 4 nagestreef. Die studie het bevind dat al vier publikasies hulle agendastellende rolle uitoefen in die inhoudsopgawe. Al vier publikasies se voorbladartikels handel oor bekende persoonlikhede, maar daar is 'n onderskeid in die aanbieding en raming hiervan. Tekens van die sogenaamde "celebrity"-kultuur is gevind in veral die inhoud van *Finesse* en *Sarie*. *Finesse*, *Lig* en *Lééf* het verskeie rubrieke waar identifiseerbare tekens van 'n Christelike karakter sigbaar is. *Sarie* het enkele geestelike rubrieke.

Lééf se eksklusiewe artikels strook met spesifieke rigtinggewende argument 2 (sien hoofstuk 2) wat sê dat 'n Christelike publikasie mense moet inspireer en Christus erken as enigste Verlosser.

By ander artikels is die onderskeid tussen *Finesse*, *Lig* en *Lééf* teenoor *Sarie* sterk by artikels oor die huwelik. *Lig* en *Lééf* toon duidelike kenmerke wat strook met Christelike joernalistiek by artikels oor die gesin, bekende persoonlikhede en verhoudings. Al die publikasies se artikels oor Christenskap strook met spesifieke rigtinggewende argumente 1 & 2. Slegs *Lééf* het 'n identifiseerbare eienskap wat dui op Christelike joernalistiek by artikels oor finansies. By artikels oor mode/skoonheid, gesondheid en ander soos kos en huis, is daar nie 'n onderskeid tussen die verskillende publikasies nie.

5.3 TEN SLOTTE

Opsommend kan geargumenteer word dat *Lig* en *Lééf* (wat uitgesproke Christelike publikasies is) hul Christelike karakter sterk ten toon stel. *Finesse* (wat hulleself nie as 'n Christelike publikasie beskou nie, maar 'n leefstylpublikasie vir die Christenvrou) toon minder konsekwent 'n Christelike karakter. Terwyl daar 'n sterk onderskeid tussen *Lig* en *Lééf* en die sekulêre *Sarie* is, toon *Finesse* meer ooreenkomste met *Sarie*. *Finesse* toon wel ook heelwat eienskappe wat met 'n Christelike joernalistiek strook.

Die doel van die studie was egter nie om die tydskrifte in 'n rangorde te plaas of 'n oordeel oor hulle uit te spreek nie. Daarom moet al die voorafgaande opnuut in 'n bepaalde perspektief geplaas word, naamlik dat daar geen klinkklare resep is waaraan Christelike publikasies moet voldoen nie. Eweneens moet die redaksies hulle weë vind sonder 'n presiese voorbeeld. Want hoewel die Woord riglyne vir die Christelike lewe gee, is dit nie 'n handboek vir joernalistiek nie. Christenjoernaliste moet steeds 'n manier soek om gestalte aan hulle perspektiewe op die joernalistiek te gee. In die besonder moet hierdie joernaliste tydskrifte probeer uitgee wat aanklank vind by hul bepaalde teikengehore, tot so 'n mate dat hulle ook sirkulasiegewys suksesvol (waar daardie teiken ook al mag lê) is.

Dit is daarom nie verrassend nie dat die drie Christelike tydskrifte (*Finesse* wat 'n leefstylpublikasie vir die Christenvrou is, word hierby ingesluit) nie net van *Sarie* verskil nie, maar ook onderling. Die verskil tussen *Lig* en *Lééf* enersyds, en *Finesse* andersyds, is taamlik opvallend. Maar die feit dat die uitgewers van *Finesse* dié blad nie as 'n Christelike tydskrif

beskou nie, laat bedoeling en realiteit ten minste klop. Dit beteken nie dat *Finesse* nie belangrike waarheidsmomente het nie en dat nie veel by dié blad geleer kan word nie. Dieselfde geld *Sarie*, wie se professionaliteit uitnemend is en wat tog haar mark goed genoeg ken om geestelike dimensies in te sluit (naas suiwer sekulêre oomblikke).

Tog is by *Lig* en *Lééf* die meeste onverdunde Christelike joernalistiek raakgelees. Beide die tydskrifte is ook tipografies aantreklik en kontemporêr – tot so 'n mate dat hulle ook bekende glanspersoonlikhede op die voorblaaie verkies.

BRONNELYS

Tydskrifte wat ondersoek is:

FINESSE. 2008. Jan. – Des.

LÉÉF. 2008. Jan. – Des.

LIG. 2008. Jan. – Des.

SARIE. 2008. Jan. – Des.

Koerante:

BEELD. 1995. Nas. Tydskrifte lewer reuse-bydrae. Bevorder gebruik van tydskrifte, koerante in opvoeding. *Beeld*:8, Nov. 11.

[Web:] <http://152.111.1.88/argief/berigte/beeld/1995/11/11/8/1.html>

[Datum van gebruik: 4 Sept. 2009].

BEELD. 2005. Nog tydskrifte kom, maar daar is ruimte vir groei. *Beeld*:25, Aug. 29

BEELD. 2005. Twee nuwe tydskrifte vir vroue. *Beeld*:24, Jul. 25

BEELD. 2008. Meer lees koerant en tydskrif in SA. *Beeld*:1, Sept. 29.

FERREIRA, I.W. 2007. Kyk na lesersvoorkeure. *Beeld*. 12 Junie 2007.p13.

RADEMEYER, A. 1998. Nuwe glanstydskrif vir die Christenvrou wil verfrissend wees. *Beeld*: Febr. 13. p13

Persoonlike onderhoude:

FERREIRA, C. 2009. Mondelinge mededeling aan outeur. Sandton. (Klankopname in besit van die outeur.)

SCHOEMAN, V. 2009. Mondelinge mededeling aan outeur. Vanderbijlpark. (Klankopname in besit van die outeur.)

VAN RENEN, A. 2008. Mondelinge mededeling aan outeur. Durbanville. (Klankopname in besit van die outeur.)

Boeke, tydskrifartikels, akademiese verhandelings en ander geskrifte:

ABC. 2009. ABC – 2009 – Q2. [Web:]

<http://www.abc.org.za/Manager/ClientFiles/CuteEditor/Images/ABC%20-%202009%20-%20Q%20.ppt> Aug. 13. [Datum van gebruik: 26 Okt.2009].

AGEE, W.K., AULT, P.H. & EMERY, E. 1997. Introduction to Mass Communications. 12th Ed. Harper Collins/College Publishers. New York. 574p.

BAILEY, M. 2009. Religious journalism... *United Church of Christ*.

[Web:] <http://www.ucc.org/about-us/hidden-histories-2/religious-journalism-a.html#>

[Datum van gebruik: 26 Okt. 2009].

BIAGI, S. 1992. Media/Impact – an introduction to mass media. Wadsworth. 564p.

BOLSMANN, C. & PARKER, A. 2007. Soccer, South Africa and celebrity status: Mark Fish, popular culture and the post-apartheid state. *Ingentaconnect.com* Routledge. Vol 8 nr 1, January 2007. p109-124.

BOWLES, D.A. & BORDEN, D.L. 2004. Creative editing. Wadsworth/Thomson Learning Belmont, CA. 419p.

BRIERS, A. (adri@carpediem.co.za) 2009. Jongste beskikbare sirkulasie syfers van *Finesse*.

[E-pos aan:] Blom, I. (isabel.blom@nwu.ac.za) Sept. 14

BROES, I. 1983. The marketing and visual aspects of the cover-girl. University of South Africa. (Verhandeling – Magister) 469p.

BYBEL. 1933. Die Bybel: dit is die ganse Heilige Skrif wat al die kanonieke boeke bevat van die Ou en Nuwe Testament oorgesit uit die oorspronklike tale. Kaapstad : Die Bybelgenootskap van Suid-Afrika.

CHAPPELL, B. 2004. A Christian Journalism. [Web:] <http://www.worldji.com> [Datum van gebruik: 8 Mei 2008].

CHRISTIANITY TODAY. 2009. CTI Mission Statement. *Christianity Today*.
[Web:] <http://www.christianitytoday.com> [Datum van gebruik: 23 Okt. 2009].

CHRISTIAN WOMEN ONLINE. 2009. About us. *Christian Women Online*.
[Web:] <http://www.christianwomenonline.net> [Datum van gebruik: 23 Okt. 2009]

CHRISTIAN WOMEN TODAY. 2009. Christian Women Today. [Web:]
<http://powertochange.com/experience/women>. [Datum van gebruik: 23 Okt. 2009].

CLAASSEN, G. 1998. Magazines. Life's own story. (*In De Beer, A.S., Mass media towards the millennium. J.L van Schaik. p119-146.*)

CLICK, J.W. & BAIRD, R.N. 1990. Magazine editing and production. BROWN Dulduque, IOWA. 312p.

COETZEE, N. (Nerisa.Coetzee@sarie.com) 2008. Navraag. [E-pos aan:] Els, E. (elbie.els@nwu.ac.za) Aug. 18

CROWLEY, D. & BEAZLEY, M. 2003. Magazine covers. London. 144p.

DAY, L.A. 2006. Ethics in media communications – cases and controversies. Thomson Wadsworth. 480p.

DEARING, J.W. & ROGERS, E.M. 1996. Agenda-setting. Sage Publications. 139p.

ENGLISH, H. 2003. Celebrity Culture. Dictionary of American History. [Web:]
[http://www.Celebrity Culture – Dictionary definition of Celebrity Culture Encyclopedia.com](http://www.CelebrityCulture-DictionarydefinitionofCelebrityCultureEncyclopedia.com)
FREE online dictionary.htm [Datum van gebruik: 3 Nov. 2009].

EPSTEIN, J. 2005. Celebrity Culture. *The Hedgehog Review*. Spring 2005. p7-20.

FAHMY, S., CHO, S., WANTA, W. & SONG, Y. Visual agenda setting after 9/11. *Visual communication quarterly*. Vol 13, winter, p4-15.

FAIRCHILD, M. 2009. Top 10 Christian magazines. *About.com*.

[Web:] <http://christianity.about.com/od/christianbooksmovies/tp/christmagazines.htm>

[Datum van gebruik: 4 Sept. 2009].

FERGUSON, M. 1980. The woman's magazine cover photograph. (In Christian, H. The sociology of journalism and the press. Rowman and Littlefield, USA. p219-238.)

FERREIRA, C. 2005. The editor speaks – Christine Ferreira – Lééf met hart & siel, *The Media*.p26.

FISHER, M. 1998. Pat Robertson's J-School. *American Journalism Review*. March 1998. p44-49.

FJELDSTAD, A.H. 2008. Challenges and opportunities for Christians in journalism. *The Oxford Centre for religious and public life*. [Web:] \Challenges and Opportunities for Christians in Journalism » OCRPL.htm [Datum van gebruik: 26 Okt 2009].

FREYN, B. 2008. Christian magazines are hypocrites. *The media*, p5, February.

FRONEMAN, J.D. 1997. Towards a Christian model for journalism. *Koers*, 62(1):1-17.

FRONEMAN, J.D. 2004. Dominante motiewe in die transformasie van Huisgenoot, 1916-2003. *Ecquid Novi*, 25(1):61-79.

FRONEMAN, J.D. 2007. Die transformasie van Suid-Afrika se massamedia. Potchefstroom. 33p.

FRONEMAN, J.D. 1998. 'n ABC en XYZ van joernalistiek. Potchefstroom. 219p.

FRONEMAN, J.D. 2004. Versigtig soos slange, opreg soos duiwe. (In Van de Breevaart, P. & Van Woudenberg, M.P. Bezielde joernalistiek. p25-32)

FROST, C. 2003. Designing for newspapers and magazines. Routledge. 183p.

GADD, D. 2009. Are celebrities bigger than religion? [Web:] Are celebrities bigger than religion Stuff-CO-nz.htm [Datum van gebruik: 15 Sept. 2009].

GLYNN, J. 2008. What is pop culture? [Web:] 26 Okt\What Is Pop Culture.htm [Datum van gebruik: 26 Okt. 2009].

GROSSBERG, L., WARTELLA, E. & WHITNEY, D.C. 1998. Media making – mass media in a popular culture. Sage Publications Inc. 442p.

HAMMOND, P. 2008. The battle for the mind in the media. *Joy! Magazine*, Vol 17, Issue 10, November 2008, p22-25.

HASKELL, D.M. 2007. Evangelicals in Canadian national television news, 1994-2004: A frame analysis of reports from global, CBC and CTV television networks and a survey of national television journalists. p55-74.

HENDERSON, A.1992. Media and the rise of Celebrity Culture. *Magazine of History*. Vol 6 nr 4. p49-54.

HENDERSON, A.2005. From Barnum to 'Bling-Bling': The changing face of Celebrity Culture. *The Hedgehog Review*. Spring 2005. p36-46.

HERMES, J. 1995. Reading women's magazines. Polity Press. 226p.

HIEBERT, R.E., UNGURAIT, D.F. & BOHN, T.W. 1988. Mass Media V: An introduction to modern communication. Longman. 721p.

HILDICK, E.W. 1966. A close look at magazines & comics. London. 91p.

ISAAC, E.S. 2008. Journalism, light and salt. [Web:] <http://www.ocrpl.orgp=23> [Datum van gebruik: 28 Mei 2008].

JOY!. 2009. Vision. Values. *Joy!* [Web:] <http://www.joymag.co.za/about.php> [Datum van gebruik: 29 Julie 2009].

JOHNSON, S. & PRIJATEL, P. 1999. The magazine from cover to cover. NTC Publishing Group. USA. 360p.

JUTE, A. 1994. Publications for professional communicators. BT Batsford Ltd. 96p.

KENNEDY, J.R. 1972. The reformation of journalism. A Christian approach to mass communication. The Craig Press. 144p.

KERKBODE.2005. Kerkbode se suster is naaswenner. *Kerkbode*:5, Aug. 26

LAD, K. 2008. Advantages and disadvantages of print media. [Web:] <http://www.buzzle.com/articles/advantages-and-disadvantages-of-print-media.html>. Aug. 11
[Datum van gebruik: 6 Okt. 2009]

LOWERY, S.A. & DE FLEUR, M.L. 1988. Milestones in mass communication research – media effects. Longman. 472p.

MAARTENS, M. (nebula@iafrica.com) 2009. Navraag. [E-pos aan:] Els, E. (elbie.els@nwu.ac.za) Sept 1.

MASON, J. 1996. Handbook for synthesizing qualitative research. New York , Springer Publishing Company.

MCLEAN, R. 1969. Magazine Design. Oxford University Press. 353p.

MCQUAIL, D. 1989. Mass communication theory. An introduction. London: Sage.

MCQUAIL, D. 1992. Media performance – mass communication and the public interest. Sage publications. 350p.

MCQUAIL, D. 2000. McQuail's mass communication theory – 4th edition. Sage publications. 542p.

MEDIA UPDATE. 2007. Lig (Monitored). *Media Update*.

[Web:] www.mediaupdate.co.za/default.aspx?IDStory=4051

[Datum van gebruik: 5 Okt 2009].

MEDIA UPDATE. 2009. Sarie still leads in women's glossy magazines. *Media Update*.

[Web:] www.mediaupdate.co.za/?idstory=18109. Aug. 14. [Datum van gebruik: 5 Okt 2009].

MEDIA UPDATE. 2009. Lééf magazine launches quarterly supplement for men. *Media Update*.

[Web:] www.mediaupdate.co.za/default.aspx?IDStory=16256. Mei, 28. [Datum van gebruik: 5 Okt 2009].

MEDIA24. 2009. Huisgenoot. *Media24*. [Web:] http://familymagazines.media24.com/dyn_files/Huisgenoot_profile.AMPS2008B.pdf [Datum van gebruik: 6 Oktober 2009].

MILNER, M. 2005. Celebrity Culture as a Status System. *The Hedgehog Review*. Spring 2005. p66-77.

MORAN, T. 2009. Celebrity culture and worshipping false idols. *ABC News.com* [Web:] [Ten Commandments Pastor Preaches Not to Worship Modern Day Idols - ABC News.htm](http://abcnews.com) [Datum van gebruik: 26 Okt. 2009].

NAWEEKPOS. 1954. Ons stel onself voor.... *Die Naweekpos*, 1(1), Mei.

NEL, F. 1999. Writing for the media in South Africa – 2nd edition. Cape Town Oxford University Press. 337p.

NELL, V.1988. The psychology of reading for pleasure: Needs and Gratifications. *Reading Research Quarterly*, Vol 23, No 1 (Winter) 6-50.

ODENDAL, F.F., SCHOONEES, P.C., SWANEPOEL, C.J., DU TOIT, S.J. & BOOYSEN, C.M. 1988. Verklarende Handwoordeboek van die Afrikaanse Taal. Perskor-Uitgewery. 1387p.

OLASKY, M. 1997. Telling the truth – how to revitalize. *News magazine*. 10/06/97 Vol 24 Issue 43.

OLASKY, M. 2006. Bible is standard for objectivity in journalism, Olasky says. *Florida Baptist Witness*. 19 Okt. 2006. [Web:] <http://www.gofbw.com/news.asp?ID=6567> [Datum van gebruik: 26 Okt 2009].

OLASKY, M. 2008. World tries to be salt, not sugar. *Worldmag.com*.
[Web:] <http://www.worldmag.com/articles/11634> [Datum van gebruik: 8 Mei 2008].

OLASKY, M. 2009. Directed reporting.
[Web:] <http://www.worldmag.com/world/olasky/truthc2.html>
[Datum van gebruik: 26 Okt. 2009].

OPPAPERS. 2009. Magazines – advantages and limitations in marketing. *OPPapers.com*.
[Web:] <http://www.oppapers.com/essays/Magazines-Advantages-Limitations-Marketing/171251>
[Datum van gebruik: 6 Okt. 2009].

PATTON, M.Q. 1990. Qualitative evaluation and research methods (2nd ed.). Newbury Park, CA: Sage.

PPA MARKETING. 2009. Close relationship between readers and their chosen magazines. *PPA Marketing*. [Web:] <http://www.ppamarketing.net/cgi-bin/wms.pl/627>
[Datum van gebruik: 27 Augustus 2009].

RABÉ, L. 1985. Die ontstaan en ontwikkeling van Sarie Marais as massatydskrif vir die Afrikaanse vrou. Stellenbosch : US (Verhandeling – Magister) 251p.

RICHARDS, G. 2009. Print media: It's a survival game. *Journal of Marketing*, p28.

ROOT, R. 1966. Modern magazine editing. WM.C Brown company Publishers. 558p.

SA BUSINESS GUIDEBOOK. 2007/2008. Publishing: Newspapers and magazines. *SA Business Guidebook*.
[Web:] <http://search.sabinet.co.za/> [Datum van gebruik: 3 September 2009].

SCHOEMAN, V. 2005. The editor speaks – Venessa Schoeman – Finesse. *The Media*. p27.

SCHOEMAN, V. (venessa@finessemag.co.za) 2009. Finesse redaksionele beleid/huisreëls. [E-pos aan:] Els, E. (elbie.els@nwu.ac.za) Jan. 7.

SLOTHOWER, J. 2008. Christians within journalism: Applications for people of faith entering the field. Liberty University. (Verhandeling – Honneurs) 93p.

SNYMAN, P.G. 1990. Etiek van die joernalistiek. *Ecquid Novi*, 11(1):44-73.

SNYMAN, P.G. 1994. A Christian perspective on the ethics of journalism. *Ecquid Novi*, 15(1):43-70.

SPIES, J.J. 1992. Tydskrifte in 'n ander wêreld. (In: Beukes, W.D., red. *Oor grense heen*) Kaapstad: Nasionale Boekhandel. p351-393.

STEYN, E.E. 1995. Suid-Afrika se mediadekking van die 1992 Olimpiese Spele: 'n kwalitatiewe ondersoek. Potchefstroom. (Verhandeling – Magister Artium) 274p.

STRAUSS, A. & CORBIN, J. 1998. Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory. Sage Publications. 312p.

SWARBRICK, S. 2009. Nicola Benedetti: Celebrity Culture is ludicrous. Herald Scotland. [Web:] <http://www.NicolaBenedetticelebritycultureisludicrous-HeraldScotlandArts&EntsMusicFeatures.htm> [Datum van gebruik: 3 Nov. 2009].

TALOTTA, J. 2005. A marriage of mindsets. *The Media*, November. p29,31,33.

TURCZYN, C. 2005. The decline of Western magazine design. [Web:] <http://www.popcultmagazine.htm> [Datum van gebruik: 15 September 2009].

US HISTORY ENCYCLOPEDIA. 2009. Celebrity culture. *US History Encyclopedia*. [Web:] <http://www.answers.com/topic/celebrity-culture> [Datum van gebruik: 26 Okt. 2009].

VAN DELDEN, J.A. 2004. Christelike joernalistiek. (In: Van de Breevaart, P. & Van Woudenberg, M. Bezielde joernalistiek). P33-48.

VAN GENDEREN, J. & VELEMA, W.H. 1993. Beknopte gereformeerde dogmatiek. 829p.

VAN RENEN, A. (alvr@tydskrifte.co.za) 2008. LIG. [E-pos aan:] Els, E. (elbie.els@nwu.ac.za) Apr. 15.

VAN RENEN, A. (alvr@tydskrifte.co.za) 2008. LIG. [E-pos aan:] Els, E. (elbie.els@nwu.ac.za) Des. 17.

VAN RENEN, A. (alvr@tydskrifte.co.za) 2009. Terugvoer. [E-pos aan:] Els, E. (elbie.els@nwu.ac.za) Nov. 14.

VAN VLASTUIN, E. 1998. Die joernalistieke oriëntasiefunksie van Beeld, Rapport en Die Kerkbode ten opsigte van homoseksualiteit, aborsie en dobbelary. Potchefstroom. (Verhandeling – BA Joernalistiek) 183p.

VERMEULEN, G.1980. Het tijdschrift. Amsterdam. 295p.

VERSTER, I. (iverster@media24.com) 2009. Lééf navraag. [E-pos aan:] Els, E. (elbie.els@nwu.ac.za) Jul. 23.

WHITE, J.V. 1976. Designing...for magazines. USA. 176p.

WIKIPEDIA. 2009. Media of South Africa. *Wikipedia*.
[Web:] http://en.wikipedia.org/wiki/Media_of_South_Africa
[Datum van gebruik: 4 Sept. 2009].

WIKIPEDIA. 2009. Celebrity culture. *Wikipedia* [Web:] http://en.wikipedia.org/wiki/Celebrity_culture
[Datum van gebruik: 4 Sept. 2009].

WIKIPEDIA. 2009. Pop icon. *Wikipedia*. [Web:] Pop icon - Wikipedia, the free encyclopedia.htm
[Datum van gebruik: 3 Nov. 2009].

WILSON, J. & WILSON, S.L.R. 1998. Mass media/Mass culture. McGraw-Hill, Inc. 4th Ed. 458p.

WOLSELEY, R.E. & CAMPBELL, L.R. 1959. Exploring journalism. Prentice-Hall, Inc. 636p.

WOLSELEY, R.E. 1966. Understanding magazines. IOWA State University Press. 451p.

WORLD MAG. 2009. World tries to be salt, not sugar. *Worldmag.com*

[Web:] <http://www.worldmag.com> [Datum van gebruik: 23 Okt. 2009].

ADDENDUM

Aanvullend tot Hoofstuk 3:

FINESSE SE VOORBLAAIE:

Ander opskrifte (behalwe die hoofopskrif) op die voorblaaie van *Finesse* 2008:

JANUARIE:

- Debat: Tuisbly ma of werkende ma?
- Lorette Mostert: só wen mens survivor
- Hoe om... positief te dink, te vergewe, geldslim te wees
- Lewensdrama: 'Ons seuntjie is doodgery – deur sy pa'
- Probleem opgelos! Ons gesondheidskenner oor hoe om weer 'n plat magie te kry
- Jou man: maak dit saak as jy vet word?
- Geloofstories: Die dae van wonderwerke is nie verby nie
- Wen! R15 000 se juwele van Jenna Clifford

FEBRUARIE:

- Ons gesels met Andriëtte (hier is ook 'n verwysing na die bladsynommer waar hierdie artikel verskyn)
- Wat beteken jou drome?
- Kweek só 'n kind met karakter
- Van negatief na positief
- Nuut! Kry elke dag inspirasie op jou selfoon – bl.9
- Skoonheid: Hoe om soos 'n voorbladster te lyk
- Eksklusief: "Vergewe my!" pleit moordenaar uit die trunk
- Is die HEMEL regtig?

MAART:

- Ons kuier by Zanele (ja, dis egoli se klein klits)
- Waarvoor wag jy? Vergeet van motivering, dóén dit net! – bl.35
- Jy & Hy: ons moet praat... maar hy verstaan my nie!
- Net vir ma's: Verstaan jou oudste, middelste en jongste beter; Maak jy 'n sissie groot? Loop *Lig* vir magic in kinderstories
- Glo jy met jou hart of jou kop?
- Lewensdrama: "Ek ontmoet my ma – op 38"
- Eksklusief: Julia Roberts oor Tom Hanks, naaktonele & nog meer

APRIL:

- "As jou drome aan skerwe spat" Pierre Spies gesels
- Voorma*Lige* sataniste oor die 'gevaar' tussen ons
- Kits, maar gesond! – só kies jy beter wegneemetes
- 'n Fees vir Paasfees met herfsblare, lamsboud & oulap se rooi
- Voel jy on vervuld?
Kyk jou man rond?
Is jy negatief?
Baklei jou kinders?
Probleem opgelos! Ons kenners wys jou hoe
- Candy van Egoli – dít het my lewe verander

MEI:

- 10 Mees inspirerende vroue
- Dít laat jou huwelik struikel
- 10 Stappe vir 'n stylvolle jy!
- 10 wenke om gelukkig te wees!
- Ware verhaal "Ek't 'n engel gesien"
- Jou geestelike 10-uit-10 ervaring

JUNIE:

- Eksklusief! Bertha spog met haar klein Daniel PLUS! Kyk hulle video by www.Finessemag.co.za
- Wat régtig verander as jy trou – Ons gesels met Minki
- Reg baklei is 'n kuns, leer hoe!
- Mmm...winterkos wat nie vetmaak nie (plak dit op jou yskas)
- Nuut! *Finesse* se Top 10 – wie inspirer (én wie nie)
- "Liewe Pa" – Bekendes se hartroerende briewe
- 27 idees om gelukkig en gesond te wees
- Waarom moes dit gebeur? Ons geloofskenner antwoord bl.102

JULIE:

- Ma, is jy te streng of te sag?
- Ons gesels met Oscar Pistorius – bene van staal en 'n hart van goud
- As jou man met sy werk & pêle getroud is...
- Gesondheid: Basta met slapelose nagte
- Hoe om vir altyd mooi te bly!
- Negatief? Moedeloos? Depressief? Wen die oorlog in jou kop!
- 'n Fliek, 'n boek, 'n foto. Dit het bekendes se lewe verander

AUGUSTUS:

- Eksklusief! Annie Malan 'kaal' voor die kamera
- Helen Zille sonder haar politieke pantoffels
- Vriendskap: Watter tipe vriendin is jy? PLUS watter vriendinne jy nie wil hê nie
- Gesinsdinge: Jou man: Wat doen jy as hy na pornografie kyk?
Jou kind: Hoe help jy haar om nee te sê vir seks?
- Hoe om geldslim te wees en te wen by die werk
- Gesondheid: 7 ouvroutories word onthul!

SEPTEMBER:

- Jy & Hy: Leef julle by mekaar verby?
- Jou kind: Só hanteer jy tantrums
- Jou huis: Vier die lente met blomme, slaai en vonkelwyn
- Plus! 'n Nuwe jy bylaag

- Gratis! 1000 kaartjies vir ons voelgoed ekspo – bl.17
- Jou geloof: As jy begin twyfel
- "Dit het gevoel soos die einde" 2 verhale wat jou hart sal ruk
- Ons gesels met 'Bertha' van die nuwe Hansie fliek

OKTOBER:

- Jane van Egoli: Skindernuus oor TV se grootste feeke
- Geldslim: Rek jou rande!
- Toets: Watter sort vriendin is jy? –bl.126
- Moet-lees! Sy het goed gewig verloor. Té goed...
- Só kry jy daai sonskynlyf!
- Geweld! Dwelms! Satanisme! Seks! En meer
- Keer jou lewe om! 7 dae, 7 kenners, 7 wenke
- Voel goed: Borskanker slim en sukses storie "Ek het oorleef"
- Nuut! Aksie gelukkig getroud. Laat jou man blom

NOVEMBER:

- Bedsake: Is jou man skielik die een met hoofpyn?
- Sexy binne sekondes: kitswenke vir mooimaak
- Leef nuut! Moenie dat gister jou môre steel nie
- 7 Oefenblapse wat jy nie wil maak nie
- Vir Lieb en sy dogter skyn die son weer!
- Neil oor sy donker dae wat verby is
- Ontmoet die engel aan Erik se sy...
- Idees vir 'n onvergeetlike skemeronthaal
- Ouerskap: Wat as jou kind geboelie word...
- Van gewoon na sensasioneel: Kry so die aandag wat jy verdien

DESEMBER:

- Neem 'n geloofsprong! Jy KAN... doen dit net
- Eksklusief! Cézanne Visser: "Ek's nie meer Barbie nie"

- Huwelik: As jy twyfel of hy nog die een is...
- Huwelik: Gelukkig getroud in 21 dae!
- "Vir 13 jaar was ek desperaat vir 'n glas wyn" vertel leser
- Maak Kersfees spesiaal!
Kos: Smullekker resepte
Dekor: Stylvolle feestafel
- Skep só onthou-dae saam met jou kind
- Gesondheid: Hoe om nie vet te word die vakansie nie – bl.102
- Ons kuier by Jurie & Hestrie in Nieu-Seeland
- Stem nou! Die mees inspirerende persoon vir 2008

LIG SE VOORBLAAIE

JANUARIE:

- Ons dek 'n Kerstafel in Hillbrow
- Marianne Fassler kleur Kersfees karmosyn
- Mnr SA kry hoendervleis
- 6 mites oor die huwelik waarvan jy moet weet
- Ek en my kind: Slapelose nagte oor die jongste kys; Van laerskool na hoërskool
- Wen groot: Israel; R30 000 se Bybels; Naweek vir 6

FEBRUARIE:

- Ou bokke se jong blaas-liefde: Pierre van Pletzen, Manuel Escorcio, Al Debbo
- Ma se (baie) slim kind
- Help jou vet kind só
- Dagga: tieners se groen gif
- Oupa en ouma: Alweer geval? Kleinkinders is andermanskinders
- Ek en my gesin: Leer jou kind bid. Tarzan en Jane in die huwelik
- Tommy Klein – engel van die Kaapse Vlakte
- Inspirasie: Gaynor Young hoor weer voëltjies sing
- Wen 4 kaartjies na Doze-konsert

MAART:

- Waarom kinders skottelgoed moet was
- Einalesse wat goed is vir jou kind
- Komaan, kommerkous – dis tyd om te *Lééf*
- Ek en my gesin: Toekomsdrome gee woema
- So gemaak, so gelaat staan... of nie?
- My kind is dood!
- Paasfees – Kniel voor die kruis saam met Solly Ozrovech, Anoeschka von Meck en George Weideman
- Wen 'n bootreis vir 2

APRIL:

- *Lig* ondersoek:
Platsak? Geldgids vir jou maer jare
As Oupa en Ouma weer Pa en Ma moet word
Drank: ons kinders (ver)drink!
- 'Marko' & Cerberus: tot die dood toe lojaal
- Die 5 mooi vroue in Johan Rademan se lewe
- Drama! Heldinne! Liefde! En fratsongelukke! Lees die Bybel met nuwe oë
- Steekhaarfeite oor troeteldiere
- Kruienvrou Antoinette Pienaar se jaar van *Lig* breek aan
- Leon van Nierop kies tien flieks wat lewens verander
- Wen 'n bootreis vir 2 en 'n bederfdag by spa

MEI:

- Huwelik: sy irriteer my!
- Kan jou Gr5-kind lees?
- Sonde met die skoonmense! Hoe gemaak met 'n lui skoonpa, vatterige swaer en bitsige skoonsuster?
- My man, die molesteerder
- Drie wyse manne van durf en daad: Graham Power, Beyers Truter, Kobus van Rooyen
- 'Ek's lief vir jou Ma!' Krynauw Otto, Roxy Louw, Rolanda Marais

- Miskraam – praat oor jou verlies
- Emosionele ontrouheid: sien die tekens betyds
- Wen 'n bootreis vir 2

JUNIE:

- Help jou kind om geweld te verstaan
- Kinderpartytjies: pret of pyn?
- Jou oorlewingsgids vir donker tye
- 10 dinge wat jy van jou tiener moet weet
- Ware manne brei!
- Danie Niehaus gee depressie bloedneus
- Groei en laat groei – wees 'n mentor
- Jy, jou kollega en Cupido
- Wen 'n bootreis vir 2

JULIE:

- Suzaan Steyn: 'Senuwees maak my kalm'
- Studeer is beste geweer
- Kanglynhisterie – waarom raak ouers die kluts kwyt?
- Ek en my gesin: Nagskofwerk vs gesinslewe
- Jou kind móét speel
- Vergifnis maak jou vry
- My kind byt!
- Leë nes: pa's treur óók

AUGUSTUS:

- Stop! Sit en eet saam as gesin
- Beijing 2008 – SA spog met twee Olimpiese gesinne
- My kind: Stapels huiswerk hoef nie 'n nagmerrie te wees
- Hoekom jok my kind (aanhoudend)?
- Tienerselfmoord: jou hart kán weer heel word
- Dalk is jou kind nie 'n engeltjie nie...
- Vir die eerste keer Ma op 40 – alles wat jy moet weet
- As julle eers geskei is...

- Wen 'n droombootreis vir twee – bl37 + groot pryse op *Lignet* – *Lig* se splinternuwe webwerf vir tieners

SEPTEMBER:

- 2de keer gelukkig: só kan jou tweede huwelik slaag
- Opgaar is vir eekhorings!
- Besige brein (rustelose siel) ATHS dalk die rede
- Gerhard Verdoorn – die man wat aasvoëls liefhet
- My gesin: 6 geheime van 'n gelukkige kind; Kinders het lisensie om gehoor te word
- Villa Rosa se Beatrix & Herman blinkoog oor ware liefde
- Leer jou kind (flink) dink
- Die lewe is soet musiek – dapper dowe ballerina se verhaal
- Pa-wees beteken nie baas-wees
- Wen: Familiebybels

OKTOBER:

- Milanie Vosloo – geloofsreis wat inspireer
- Verbrou of bou jy jou kind se selfbeeld?
- Ouma (en haar kêrel) woon saam
- Tieners takel borskanker
- Tannie? Marie? Me? Mevrouw? Wat is reg?
- My gesin: gevaarlike ideale vir kinders ; Baie generasies vreugdevol in een huis
- Aitsa! Liplekker aarbeiresepte
- Van snork na slaap – ons het raad
- Wen: sonbruin-geskenke van R10 000

NOVEMBER:

- My kind moet koshuis toe
- Leer jou kind bid
- Ma, jou vetpraatjies maak jou dogter siek

- Op 'n drafstap met Derek van Dam – e.tv se weerman; Jaconell Mouton van Noot vir Noot
- Pa is afgedank
- Nuwe tendense op die babafrent
- Selfbeheersing – jou sleutel tot sukses
- Verstaan jou dromer-kind
- Almal se pak-esel? Jy mág nee sê
- As ouers hulle tieners laat bloos
- Blink kant bo!
- Gratis boek vir elke nuwe intekenaar

DESEMBER:

- As broers saamsing + wen cd's
- Help! My man het depressie
- Vervolgverhaal deur Erika Murray-Theron
- Om dankbaar te leef: Fanus Rautenbach, Wilna Snyman, Heinz Winckler, Marion Holm, Laurinda Hofmeyr en Pedro Kruger kuier om die *LIG*-Kerstafel
- Somer, son en vakansie – is jou kind vei*Lig*?
- Só kan jy jou kind se onderwyser ondersteun
- 3 vroue troef rowers
- Liefde bring hoop in 'n plakkerskamp
- "Moet nóg hê"-koors: slaan oordadigheid hok!
- Gratis boek vir elke nuwe intekenaar

LÉÉF SE VOORBLAAIE

JANUARIE:

- Alvin Bruinders – Grapjas met 'n lewensplan
- Joyce Meyer – 2008: Verwag die beste!
- Gratis CD of DVD vir elke nuwe intekenaar
- Rustig rivierlangs:
 - Só hou ons vakansie: Riaan Cruywagen, Paul Rothmann, Pippa van Binnelanders & skrywer Milanie Vosloo
 - Pak 'n maklike piekniek

- "My stryd teen die skaal" Aktrise Bertha le Roux (7de Laan se Emma) hou dagboek
- As Hy ver voel...bly só vertrou
- Jou kind se 1ste skooldag – Ma, hier's gemoedsrus bl.94

FEBRUARIE:

- Supersterre se Kobus "nederigheid kom voor sukses"
- Ons huwelik: "nié sonder swaarkry, maar altyd geseënd" – Maretha Maartens
- As jou tiener die pad byster raak...
- Van spoelklip tot orgidieë – soek die skoonheid om jou
- Oud-krieketster Adrian Kuiper se toevlugsplek tussen appels & rose
- Verloor jou hart op Venesië
- Hartskos: Proe die somer in 'n slaai & maak jou eie roomys
- Wen 'n studiebeurs – bl.50
- Strook *The Secret* met wat jy glo?
- Gratis cd of dvd vir elke nuwe intekenaar

MAART:

- Lofkonsert 2008: Kurt & Helené deel die verhoog met Rina Hugo, Retief Burger, Piet Smit, Amanda Strydom, Supersterre se Kobus en meer
- Bespreek nou jou plek vir ons gospel-skouspel! Bl.8
- Tussen hemel & aarde
 - Hout, glas & vilt: huisgoed uit die natuur
 - Kuier saam op Montagu se Proteaplaas
- Hartskos: Varsgebakte brood & ryk sjokoladekoek – eg en lekker!
- Ryk Neethling: Die kant wat jy nie ken
- Joyce Meyer: 5 besluite wat jou lewe kan omkeer
- Jou huwelik: So verskil jy & hy, só maak julle dit werk! – Dr. Gys

APRIL:

- PLUS gratis: haar CD vir elke nuwe intekenaar
- Witwarm Navi Redd: "Ons is tróúmanne!"
- Jou gesondheid: Maak 'n plan met PMS
- Vul jou hart met vrede
 - Kom sit aan by ons Paastafel met Annalise Wiid & Hennie Symington

- Prins Albert: Vind rus in die Groot-Karoo
- Hartskos: Kook met flair soos die Franse (op die maklike manier!)
- 7de Laan se Daleen: 'n Ma wat veg vir waardes
- Ons kuier by Marzanne Leroux-Van der Boon + afslag op haar jongste roman – bl.110

MEI:

- Jak de Priester & Bobby van Jaarsveld: Seuns so na 'n ma se hart
- Mooimaaksessies: Altyd stylvol; Ons wys jou hoe
- 'Ek bid vir jou' – Wat gebeur as ons vir mekaar intre...
- My hart is in die herfs
 - Maak dit jǒú seisoen van stilword
 - Van Moolmanshoek tot Ladybrand – laat die Oos-Vrystaat jou bekoor
- Hartskos: Kerrievis, lamskenkels & malvapoeding nes Ma s'n
- Eksklusief: Boekuittreksel uit Karen Kingsbury se jongste roman – bl.110
- Shaleen Surtie-Richards - 'Die lewe begin op 50!'

JUNIE:

- "Sit die ketel aan" – Ons kuier by sangeres Sarah Theron
- Meer is mooi – Modes vir die voller vrou
- Dra jy swaar aan kleintydseer? Leer ken Hóm as Pa – bl.72
- Gesondheid: Keer verkoues met die regte kos – bl.46
- Kom sit aan!
 - Liedjieman Jannie du Toit & boeresjef Lochner de Kock nooi ons binne
 - Swartlandse gasvryheid by Groote Post
- Hartskos: Maak die lekkerste sjokoladefudge – met olywe!
- Ontevrede met jou lyf: 6 stappe om jouself lief te kry
- Susan Coetzer: 'nou is ek op 'n plek van stilte en seën'
- Gratis cd vir elke nuwe intekenaar

JULIE:

- Gun jouself die lekkerte van huil – bl.28
- Eksklusief: Ons kuier by Prophet se Koos vd Merwe op Heroldsbaai
- Gesondheid: Raad met artritis

- Ons huwelik: "Ons is getuies vir mekaar se lewe" – Villa Rosa se Charl oor sy Jolette
- Hartstog: Skrywer Wendy Maartens: My sielsabbat in Jerusalem
- Soet soos sjokolade:
 - Winter is weglêtyd – kom vir koek & koffie
 - Hartskos: 'n Spyskaart net vir sjokoliste!
- Coenie de Villiers – "Ek het te veel gesien om nié te glo"
- Anel Alexander: Oor geloof, liefhê en haar grootste uitdaging nog...
- Gratis cd vir elke nuwe intekenaar

AUGUSTUS:

- Oppak of bly? Skrywer Stephan Joubert oor sy groot keuse
- Wat het geword van goeie maniere!
- Boekuittreksel: Manne wat bemoedig deur Francine Rivers
- Ons kook eg Suid-Afrikaans: Van viskoekies met byt tot volstruisfilet in rooiwyn
- My land, my mense: Oud-Bok Christiaan Scholtz wys sy winkel vol erfgoed; Maak 'n draai in die Kareedouw-kontrei
- Aanbidding: Balsem vir jou hart (en 'n nasie) – bl.76
- Ons kuier by Angus Buchan op sy plaas
- Gratis CD vir elke nuwe intekenaar

SEPTEMBER:

- RSG se Amore Bekker – "My hart en mond praat saam"
- Pasop vir speletjies wat jou huwelik knou – bl.84
- Wat laat jou blom?
- Verwonder jou aan Frankry se pragtuine
- Sakevrou Willa Krause & dogter Liesel gelukkig onder één dak
- Hartskos: Van gebakte vinkel tot laventel-brosbrood – ons kook met kruie
- Help, my man is getroud met sy werk! Dr Gys gee raad
- Kyk hoe mooi! Amy Kleinhans, Mimi Coertse & Rina Nienaber se lente-inspirasie
- Teken nou in: Twee vir die prys van een!

OKTOBER:

- 'n Nuwe jy: Ons maak lesers mooi!
- Leer ken die helende krag van aanraking bl.86
- Kom word rustig...
 - Verslag die pas op Robertson
 - Vind so stilte in jou storm – Annalise Wiid vertel
 - Gesondheid: Die wonder van water
- Hartkos: Mosselpastei, vispotjie en sagopoeding – so reg uit die Weskus!
- "Gaan ek my geliefdes herken?" en 6 ander groot vrae oor die hemel
- Audrey BLignault: Oor dáárdie rooi rok en 92 jaar se vreugdes
- Gratis CD vir elke nuwe intekenaar

NOVEMBER:

- Wen! 'n Luukse Bosveld-wegbreek van R17 000
- Vars & heilsaam
 - Kry jou mandjie – ons gaan plaasmark toe
 - Ons kuier by sanger Gian Groen op Grabouw
 - Voetslaan deur die Amatola
- 301 km te voet deur Namakwaland – "Tussen veldblomme vind ek weer my menswees" – leser vertel
- Jou stiltetyd – Hoe weet ek dis Hy wat praat?
- Afgetree? Nóú kan jou lewe vlam vat – bl.84
- 7de Laan se Vince – "Die liefdesles wat ek moes leer"
- Gratis CD vir elke nuwe intekenaar

DESEMBER:

- Vrede op aarde...
 - So kom lê die stilte in my hart
 - Esta Steyn, Louis Britz & Bianca le Grange
 - Kleintyd se Kerspoedings – proe die nostalgie!
- Fees-modes: Tyd vir optof! 7 swart nommertjies om van te kies
- Die dag toe my vriendin haar geloof verloor het – bl.84
- Julius Magan – "My lewe geraak deur 'n wonderwerk"
- Krieketster AB de Villiers – 'Dis hoe jy ópstaan wat saak maak'

SARIE SE VOORBLAAIE

JANUARIE:

- Tendense vir 2008 – groen modes, Charlize & ronde lywe!
- Gelukkig getroud, maar waar's die seks?
- TV se supermodelle word Sarie se glans-ikone – Sien die top 7 + jy kan ook so lyk bl.82
- "Skryf maak my heel ná my egskeiding" – Dine van Zyl
- Eksklusief: 10kg *Ligter!*
- Tannie Evita skryf vir ons uit die Hydro
- Plus wen R32 000 se spa-bederf
- Eksklusief: Komediant Marc Lottering maak nou sy hart oop

FEBRUARIE:

- Vind weer geluk – los só gister se liefdespyn
- Roer! Se Tammy Anne "Ek lê nie wakker oor Conrad Jantjes"
- Hier's die waarheid – Jou tiener en seks (& wat jy kan doen)
- Liefdesliedjies se geheime – Jak, Gian & Nianell verklap als
- Romantiese verhaal
- Intieme ete vir 2
- Omstrede debat: ons trou vir net 7 jaar!
- N.S. Gratis fliekkaartjies vir 315 paartjies – sms net

MAART:

- Steve se affair – Los jy of hou jy só 'n man?
- Aanneemkind – "Geluk ná my stryd om aanvaarding"
- Oorgewig? Dalk eet jy te min
- As die groot liefde later kom (hoor wat sê Dana Snyman)
- Tuisskole: Minder stres & hoër punte vir jou kind
- Lesers! 1200 cd's; 800 boeke as jy nou inteken

APRIL:

- Paasfees! Eg Kaapse Kerrievis tot paasbrood
- Egoli se Nenna word Bellville se Shirley Valentyn "Elke vrou verdien 'n wegloop-oomblik"
- Sarie-joernalis – "Ek Lééf ná my despressie-hel"
- Swaai jou bui, sowaar! Kaas vir 'n wakker brein; Tuna vir goedvoel, Pasta vir kalmte
- Spesiaal vir lesers: 140 Dana Winner kaartjies & cd's sien bl.121
- Noodkrete – Robbie Klay & TV-vrou praat oor hul stille hartseer

MEI:

- "Ek móét 'n man hê" – hoekom voel vroue so?
- Christina Storm tref Egoli – "Kyk, ek's g'n troumateriaal"
- Eensaam tussen jou kollegas? Wees meer vrou, minder man
- Eet jou migraine weg – Sarie-redaksielid vertel
- Barbara se heuningbederwe vir Ma
- Gratis mode-gids: Rooi (warm) vir jou lippe en klerekas
- Help jou kind weer opstaan – Fred vd Vyver & Pierre Spies se ma's praat

JUNIE:

- Leef positief in SA – dit is moontlik
- 10 seker beroepe vir môre
- Depressie: Lesers reageer roerend op Sarie-artikel
- Nuwe seks-peiling – 11 000 in SA verras met antwoorde
- Winterkosse – smaaklik in een pot
- Manne mal oor hul lywe – Kyk vir Munro, Freek & Zack du P!

JULIE:

- Sex & the City – Sarie praat eksklusief met Sarah Jessica in NY
- Nuwe tendens: Selfoon of stiletto's; organies of nie – kenners maak jou keuses makliker
- Hoe nou? Hy kom nie tot trou
- 10 Winterwarm poedings

- Jong entrepreneur – 1 werk? Nee, 3 gelyk!
- Skaamheid – moenie dat dit jou terughou

AUGUSTUS:

- Verloor tot 2,5kg in 10 dae – Winter is dié tyd vir dieet (en jy mag maar sjokolade eet)
- Hoe na is jy aan jou ma? Dit kan jou liefdeslewe raak
- Ons Olimpiese hoop + Gerhard Zandberg, Natalie du Toit koel & kalm voor "eensame resies"
- Moet jou kind erf of durf jy jou geld geniet?
- Rubriek: "Twak met jou, dink ek, en sit die TV af" – Nataniël
- Maalvleis-magic – bobotie, moussake, taco's, spaghetti...
- 90 – Viva Madiba! Dankie dat jy ons inspireer

SEPTEMBER:

- Kán jy glo – Sarie se Michéle & Liz Hurley eet saam + Oppas Charlize, jy kies gevaarlik sê fliekman Barry Ronge
- Probleme opgelos – Huwelik S.O.S! Hy verloor sy werk; Leë nes; Nuwe baba...
- Anderste kolwyntjies! Bl.116
- Janie du Plessis se lewensplan – só bly ek staande

OKTOBER:

- Eksklusief: Hestrie se boek - "Waarheid sal uit oor Jurie en Robbie"
- Eie verhale – 'Les uit my gap-jaar' + is dit goed vir jou kind?
- Hoe gesond is jy? Wat jou oë, hare en vingers sê
- Reis van hoop – Op 'n Harley ná borskanker – "Die lewe is nou 'n voorreg"
- Wen-raad vir jou & hom – Hy luister nie, jy praat te veel; Jy soek romanse, hy vra seks
- Prediker-boer – Angus Buchan se spesiale boodskap aan Sarie-lesers

NOVEMBER:

- Kom eet by my! Barbara se nuwe kosreeks

- 4bl. Boek-uittreksel – Steve oor sy kinderjare "Skande was nooit ver weg" + foto's uit sy album
- Goud, pêrels & diamante – Als in jou somergrimering
- Jou geldsake: Red jou huis, motor, besigheid – Kenners gee raad
- Hoe? *Date* ek na alleenwees; Verloor ek uiteindelik gewig; Verander ek my loopbaan; Vind ek liefde na 40 (ons lesers vertel)
- Gratis! R11 300 se Sensuousparfuum – sien bl.57
- Dilemmas: Hy wil emigreer, ek nie; My man kan nie kinders hê

DESEMBER:

- Skitter-idees vir Oukersaand – spyskaart, tafels, geskenke, modes
- Plus nataniël, Marita & Izak oor die musiek, die gemis en die mooi
- Biskop Tutu – "Dis God se wêreld, als sal oukei wees"
- Boer soek 'n vrou – Elma kies geskenke vir haar manne (maar wat dan van Bok & Schuster?)
- Hoe? Bly ek slank oor dié dae; Kry ek my man in die kerk; Hou ek vakansie sonder skuld
- Lesers vertel: Depressie kos my byna my kinders; Tot siens, Karoo-plaas
- Maak jou mooi – 300 gratis sessies vir lesers – sien bl.97