

A hand holding a magnifying glass over a landscape. The magnifying glass is positioned over a dark, circular area, and the landscape below is a green, hilly area with a dark sky.

# Wat kan ons verwag?



**Lees en leer saam met ons op ons blitstoer deur van die hoofareas in die hedendaagse lewe**, en kyk of jy self iets kan bespeur van nie net hoe God aan't werk is in die wêreld nie, maar ook hoe ons ons eie bedieninge, besighede, families en vriendekringe kan positioneer om in te skakel dáár waar Hy reeds doening is.



# Inleiding

Deel van ekerk se bediening het te doen met die ondersoek en verstaan van wêreldse tendense. Die doel met ons tendensverslae is nie net om die veranderinge in die wêreld te probeer verstaan nie, maar ook om dit te kan voorspel en dit selfs self te kan vorm. Ons is nie uitgelewer aan wat die 'kenners' van die toekoms sê nie; ons kan die strome van ons leefruimtes gebruik om die wêreld meer en meer in pas met God se koninkryk te bring. Ons kan dit egter slegs doen as ons 'n diepgaande begrip het, nie net van kerk, godsdiens en die Bybel nie, maar ook van hoe die Here elke dag sy vinger roer in die speelwêreld van politiek, ekonomie, besigheid, sport en die kerk.

Om Hom te kan herken en om by Hom aan te sluit in hierdie 'niegodsdienstige' areas van ons bestaan, is een van die fynere kunsies van dissipelwees in vandag se harwartye.

Sedert ekerk onself begin bemoei het met navorsing en tendense, publiseer ons gereeld opsommings van 'n sekere bedryf of area, byvoorbeeld ons tendensopsommings oor tegnologie, die werksplek en verbruikersgewoontes.

Hierdie jaar wil ons sommer 'n paar van hierdie invloedsfere tegelyk bedink, ten einde 'n oorsig te kan skets van wat ons moontlik van 2017 kan verwag.

Lees en leer saam met ons op ons blitstoer deur van die hoofareas in die hedendaagse lewe, en kyk of jy self iets kan bespeur van nie net hoe God aan't werk is in die wêreld nie, maar ook hoe ons ons eie bedieninge, besighede, families en vriendekringe kan posisioneer om in te skakel daár waar Hy reeds doenig is.

# POLITIEK

## ‘n Terugkeer na veiligheid, sekerheid en selfbehoud

Tegnologie, reis- en kommunikasievermoë, asook die krimpings van die globale bestaan het in ons generasie tot ‘n onvermydelike en groeiende onsekerheid gelei.

Mense word daagliks met ‘n legio kulture en oortuigings gekonfronteer. Daar word ook druk op hulle geplaas om meer en meer van hierdie skynbaar teenstrydige perspektiewe en standpunte te akkommodeer. Dit is dus glad nie ‘n verrassing dat hulle ‘n groter soeke na sekerheid en eenvoud het nie.

Wanneer wêreldleiers oplossings voorhou wat wegdoen met alle vorme van kompleksiteit en onsekerheid, en alle verwante sake vereenvoudig tot ‘n kitsoplossing wat maklik verstaanbaar is (al is dit hóé onuitvoerbaar of vernietigend), gryp al hoe meer mense daarna as ‘n welkome uitkoms.

Brene Brown vat hierdie konsep raak in haar boek *Daring Greatly*. Sodra jy die woord ‘spirituality’ met ‘politics’ ver-

vang, en ‘faith’ met ‘belief’, kry jy ‘n baie goeie verduideliking van die wêreldwye politieke bestel in 2017 en verder.

*“...in an uncertain world, we often feel desperate for absolutes. It’s the human response to fear. When religious leaders leverage our fear and need for more certainty by extracting vulnerability from spirituality and turning faith into ‘compliance and consequences’, rather than teaching and modeling how to wrestle with the unknown and how to embrace mystery, the entire concept of faith is bankrupt on its own terms. Faith minus vulnerability equals politics, or worse, extremism. Spiritual connection and engagement is not built on compliance, it’s the product of love, belonging, and vulnerability.”*

– Brene Brown, *Daring Greatly*

Leiers, argumente of standpunte wat eie behoud prioritiseer, absolute sekerheid beloof, en op eenvoudige en oortuigende wyse eengrootte-pas-almal-oplossings

proklameer, se gewildheid het die hoogte ingeskiet onder die ekonomiese middelklas.

Persone en wêreldbeskouinge wat voorheen as kru en onmenslik afgemaak is, bied deesdae 'n welkome uitkoms van konstante selfopoffering, en die verflouing van eie nasionale en kulturele identiteit in die globale smeltkroes.

Dit is dan geen wonder dat bewegings wat aanleiding gegee het tot Brexit, die Trump-presidensie, Geert Wilders (Nederland) se opgang, en op plaaslike geleedere, die gewildheid van politici soos Jacob Zuma en Julius Malema (aan die een kant), en Afriforum en Solidariteit (aan die ander kant), aan die orde van die dag is nie. Al hierdie politieke verskynsels word gekenmerk deur 'n konfronterende, op-die-man-af teruggryp na die vervloë dae van eenvoud, sekerheid en bo alles, selfbehoud van hulle eie mikro-kontekste, hetsy in kultuur, godsdiens, taal, nasionaliteit of ras.

Hierdie tendens is egter op sy kop gekeer in die onlangse ned-erlaag wat Geert Wilders in die Nederlandse verkiesing gelei het. Wilders moes die knie buig voor politieke teenstander, Mark Rutte, ten spyte daarvan dat Wilders se anti-Moslem en anti-EU-beleide so gewild onder die heersende populistiese beskouings was. Kort ná die verkiesing het die Franse president, Francois Hollande, die volgende gesê:

“The values of openness, respect for others, and a faith in Europe’s future are the only true response to the nationalist impulses and isolationism that are shaking the world.” [<http://time.com/4704817/wilders-dutch-election-populism-europe/>]





# Die grense tussen politiek en vermaaklikheid vervaag

**Hier het Donald Trump die grense heeltemal verskuif.**

Die grense tussen die wêreld van politiek en vermaaklikheid het al hoe onduideliker geword soos die media die oomblik-tot-oomblik-gebeure en uitlatings van die hoofspelers gepubliseer het.

Die inhoud van die opmerkings en beriggewing het ook veel te wense oorgelaat vir die politieke denker. In baie gevalle het dit rondom sensasionele en opspraakwekkende inhoud en beriggewing gesentreer.

Charles Lane skryf die volgende oor dié verskynsel in The Washington Post:

“Cheers, applause and heckling repeatedly interrupted the candidates’ speeches, which were abundantly seasoned with humor and theatrical gesticulation. In short, those dismayed by the fact that a casino-magnate-turned-reality-TV-star could sprint ahead of the GOP presidential field should remember

that American political campaigns are, were and always have been entertainment. Not like entertainment. Entertainment.” [[https://www.washingtonpost.com/opinions/politics-as-spectacle/2015/08/05/97bc3e86-3b88-11e5-b3ac-8a79bc44e5e2\\_story.html?utm\\_term=.dd2a37c60b90](https://www.washingtonpost.com/opinions/politics-as-spectacle/2015/08/05/97bc3e86-3b88-11e5-b3ac-8a79bc44e5e2_story.html?utm_term=.dd2a37c60b90)]

Die algemene opvatting in die politieke sfeer blyk te wees dat hoe groter die vermaaklikheidswaarde van enige kandidaat se veldtog, hoe meer effektief sy of haar politieke invloed en slaankrag.

“Simply put, the path to a voter’s brain leads through the gut, and the heart. If you want people to think, first you have to make them feel.”

Chris Weigant lewer kommentaar op die verskynsel, en merk ook op dat dit nie net Donald Trump is wat hierop kapitaliseer nie, maar dat dit reeds lankal deel is van hoe ons die politieke arena verstaan.



“When ex-actor Ronald Reagan won the presidency for the first time, I became convinced that American politics had become indistinguishable from show business. Nothing that has happened in the intervening years has caused me to change my mind on the subject. But the phenomenon of television personalities throwing their own pseudo-political ‘rallies’ on the National Mall in Washington certainly breaks new ground in both the political arena and the entertainment world, I have to admit.” [[http://www.huffingtonpost.com/chris-weigant/entertainment-and-politic\\_b\\_775097.html](http://www.huffingtonpost.com/chris-weigant/entertainment-and-politic_b_775097.html)]

Selfs die stoere nuushuis CNN sien die tendens raak, en berig soos volg daaroor:

“Never have the lines between news and entertainment been blurred as much as they have in this presidential cycle. Trump has driven breathless, minute-by-minute press coverage injected with all the drama of a telenovella. Even amid the carnage and mourning in the aftermath of the deadliest mass shooting in US history, this week was no exception.” [<http://edition.cnn.com/2016/06/16/politics/donald-trump-entertainment-politics/>]

Die feit dat daar al hoe minder onderskeid getref kan word tussen geloofwaardige politieke veldtogte en realiteit-TV-reeke is natuurlik kommerwekkend. Dit mag wees dat ons, en die generasie ná ons, die inhoud van politieke beleide nie op grond van sosiale en ekonomiese meriete beoordeel nie, maar eerder op grond van die vermaaklikheidswaarde van die aanbieder.

## Nuwe woordeskat vir ons politieke begrip

Die laaste tendens in die politieke arena het te doen met die ontluiking van nuwe woorde wat ons politieke bestel en prosesse beskryf.

Seker die opvallendste een wat wonderbaarlik sy weg terug na die internasionale volksmond gevind het, is die 2006 Merriam-Webster woord van die jaar: 'truthiness'. Oorspronklik het dit beteken 'the quality of preferring concepts or facts one wishes to be true, rather than concepts or facts known to be true' [<https://www.merriam-webster.com/press-release/2006-word-of-the-year>]. Tydens die 2016/2017 politieke seisoen is dié woord in nuwe toepassings gebruik. Die begrip 'vals nuus' ('fake news') het ook 'n opwagting gemaak in ons verstaan en gebruik van die media.

Die tendense rondom vals nuus korreleer presies met die 2016 Amerikaanse presidentsverkieping. Alhoewel sosiale media die grootste teelaarde vir vals nuus is, vind die konsep orals inslag. Soveel so dat Stanford Universiteit self 'n navorsingsverslag oor die verskynsel gepubliseer het. [<https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>]

Seker die treffendste voorbeeld van hierdie tendens is die Oxford Woordeboek se woord van die jaar vir 2016: 'post-truth'. In die persverklaring beskryf hulle die keuse soos volg:

"After much discussion, debate, and research, the Oxford Dictionaries Word of the Year 2016 is 'post-truth' – an adjective defined as 'relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief'." [<https://en.oxford-dictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>]

Dis duidelik dat, veral in die politieke arena, ons begrip van waarheid en feitelikheid in die afgelope jaar só verander het, dat ons selfs nuwe woordeskat moes ontwikkel om dit te beskryf.





Die tendense rondom vals nuus korreleer presies met die 2016 Amerikaanse presidentsverkiesing. Alhoewel sosiale media die grootste teelaarde vir vals nuus is, vind die konsep orals inslag. Soveel so dat Stanford Universiteit self 'n navorsingsverslag oor die verskynsel gepubliseer het. [<https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>]

Seker die treffendste voorbeeld van hierdie tendens is die Oxford Woordeboek se woord van die jaar vir 2016: 'post-truth'. In die persverklaring beskryf hulle die keuse soos volg:

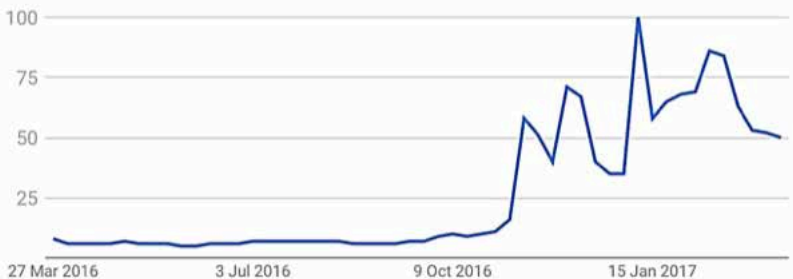
“After much discussion, debate, and research, the Oxford Dictionaries Word of the Year 2016 is ‘post-truth’ – an adjective defined as ‘relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief’.” [<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>]

Dis duidelik dat, veral in die politieke arena, ons begrip van waarheid en feitelikheid in die afgelope jaar só verander het, dat ons selfs nuwe woordeskat moes ontwikkel om dit te beskryf.

### Interest over time

Google Trends

● fake news



Worldwide. Past 12 months.

## Veranderinge in die werk- splek

Die vraag-en-aanbod-begin-sel soos wat dit op werknemers en werkgewers van toepassing is, verander elke jaar drasties. Met die toename in tegnologie en volgehoue leer in die werksplek, is dit aansienlik moeiliker om staat te maak op 'n enkelvoudige opleidingsgeleentheid vir 'n suksesvolle loopbaan.

Volgens die arbeidsmark-gefokusde sosiaalnetwerk-reus, LinkedIn, sal die volgende tendense die grootste veranderinge bring in die komende jaar [<https://www.weforum.org/agenda/2016/10/2017s-most-in-demand-skills-according-to-linkedin>]:

Die vraag na die afgelope paar jaar se gewildste bevoegdheid, bemaking en kommunikasie, sal daal. Soos wat selfhelp-kommunikasie toenemend deur tegnologie moontlik gemaak word, word bemarkingspesialiste al hoe meer gedwing om eerder die toepaslike tegnologie baas te raak, as om hulle op kommunikasie toe te spits.

Die verstaan van data en hoe dit op die Internet gestoor en gevind kan word, sal in die komende jare een van die gewildste talente word. Die berging, stoor en ontginning van data is wat die mees suksesvolle maatskappye in die toekoms gaan benodig.

Die vermoë om produkte, dienste en tegnologieë te ontwerp wat gebruikersvriendelik en voor die hand liggend is, staan bekend as 'user experience design' of 'user interface design'. Kenners wat gebruikers ken en verstaan, en wat organisasies kan lei om hulle markte meer soomloos te kan akkommodeer, sal die meeste sukses behaal in die arbeidsmark van die toekoms.

## Innovasie en Groei

Die manier waarop maatskappye en besigheidsleiers innovering en groei bestuur, is een van die mees effektiewe aanduidings van kulturele skommeling.

*"From the App Store creating room for thousands of new businesses to the rise of Instagram marketing, the last decade has seen entrepreneurs exploit tech like never before. Countless innovations have been used as springboards for businesses, both new and old, so what are the next potential game-changers to look out for?"* [<https://www.virgin.com/entrepreneur/next-big-tech-turning-points-could-impact-your-business>]

Fast Company Magazine publiseer 'n jaarlikse 'mees innoverende' lys van maatskappye [<https://www.fast-company.com/most-innovative-companies/2017>]. Hierdie lys is nie net 'n ererol van watter besigheidsleiers

beste gedoen het nie, of die mees kreatiewe produkte op die mark geplaas het nie. Dis ook 'n briljante manier om agter te kom watter skuiwe daar in die besigheidswêreld aan't gebeur is, en hoe besigheidsleiers by die veranderende golwe van die ekonomie en kultuur aanpas.

Fast Company beskryf hulle kriteria soos volg:

"Our reporting team sifts through thousands of enterprises each year, searching for those that tap both heart-strings and purse strings and use the engine of commerce to make a difference in the world. Impact is among our key criteria."

Net vir interessantheid, die top 10 mees innoverende maatskappye vir 2017 is soos volg:

1. Amazon
2. Google
3. Über
4. Apple
5. Snap
6. Facebook
7. Netflix
8. Twilio
9. Chobani
10. Spotify

Maar natuurlik moet ons self die vraag afvra: Watter afleidings kan ons uit die lys van omtrent 50 maatskappye in volgorde van die meeste tot die minste innoverend, maak?


In sy ontleding van die lys, kom Robert Safian [<https://www.fastcompany.com/3068291/creative-conversations/an-italian-coffee-giant-on-the-future-of-sustainability>] tot die volgende gevolgtrekkings:

Jy kan nie 'n resep vir innovering skryf nie. Elke jaar innoveer nuwe maatskappye op nuwe maniere. Daar is geen gewaarborgde manier hoe om vars produkte en dienste op vars maniere by verbruikers te kry nie. In stede van prosesse en prosedures, benodig maatskappye "...a willingness to embrace uncertainty, experimentation, and messy inconsistencies."

Jongmense maak die reëls. Van die nuutste maatskappye op die rak is ook die mees innoverende. Baie van hulle het nie eers 2 tot 3 jaar gelede bestaan nie! Wat vandag vir 'n jongmensmark werk, sal oor 'n jaar van nou af die groter mark ook suksesvol kan bedien.

1. China maak opgang. Daar is vanjaar meer Chinese maatskappye op die lys as ooit tevore, en volgende jaar sal daar moontlik nog meer wees. Die Ooste word bevorder van 'n namaak-ekonomie tot een van die mees kreatiewe ekonomiese reuse.
2. Innovering is 'n gewoonte. Twaalf van die vyftig maatskappye was verlede jaar ook op die lys. Dit wil voorkom dat waar daar eers 'n kultuur van innovering geskep is, dit nie saak maak watter slegte draaie die ekonomie met 'n maatskappy loop nie, hulle sal altyd weer hulle pad na bo vind: "Whatever distractions other businesses may face, these leaders seem impervious. They are setting their own course, and everyone else is being forced to follow."
3. Kreatiwiteit is 'n spansport. Dis opmerklik hoeveel van die maatskappye baie naby aan mekaar geposisioneer is in beide industrieë en geografie. Dit blyk asof innovering oordraagbaar is, en maatskappye mekaar aansteek met nuwe maniere van dink en doen.
4. Kleiner is groter. Die meeste van die innoveringsleiers het nie nodig om die grootste in hulle industrie te wees om die grootste impak te maak nie. Net so is die vetste beleggingsbydraes nie 'n voorvereiste vir 'n maatskappy om bo uit te kom nie.

# TOEKOMSTIGE TENDENSE IN BESIGHEID EN EKONOMIE

A person in a dark jacket and cap stands on a rocky outcrop, looking out over a valley. The sun is low on the horizon, creating a warm glow and long shadows. A large, dark evergreen tree stands on the right. The sky is filled with soft, white clouds. The foreground is a grassy slope with several large rocks.

If there's a single  
thread that runs  
through this year's  
list, it's the impor-  
tance of focus.

5. Innovering gaan nie slegs oor geldmaak nie. Daar is selfs 'n paar maatskappye op die lys wat innoverend optree in die manier waarop hulle geld weggee. Deel van holistiese besigheidsukses sluit in om net soveel, indien nie meer nie, in die gemeenskap terug te ploeg as wat jy daaruit geneem het. "Not every new venture is about making money. Some are about giving it away. Pledge 1% is targeting startups with a novel message: Along with setting aside a percentage of your business's profits for employees and investors, why not take a portion and give it to a cause?"
6. Geen industrie is teen innovering bestand nie. Innovering is nie net beperk tot die tradisioneel kreatiewe industrieë nie. Selfs die mees alledaagse produkte en dienste kan tot nuwe hoogtes geïnnoveer word.
7. Niemand doen alles self nie. Die meerderheid van die top 10 mees innoverende maatskappye maak staat op ander produkte of platforms om hulle besighede te ondersteun. Die geheim is nie hoe om alles van nuuts af op te bou nie, maar eerder hoe om hande te vat en verder te bou op dit wat reeds bestaan.
8. 'n Wisselvallige wêreld benodig fokus. Leiers fokus op wat hulle kan beheer, en vergeet vir eers van die res van die toenemende onsekerhede in die ekonomie, politiek en tegnologie. Hulle innoveer daar waar hulle standvastigheid kan kry, en bou iets volhoubaars vir die res van ons.

*"If there's a single thread that runs through this year's list, it's the importance of focus. Over the past year, the nation's political dialogue offered many reasons for uncertainty and pause. And yet the one sure recipe for obscurity in today's world is stasis. Culture will keep moving, and those enterprises that move with it – that attack their missions with fearlessness – will find themselves in the strongest position to weather whatever political or economic disruption comes our way."*

---

## Algemeen

Elke jaar bring nuwe tegnologiese uitvindings en innovering. Die 2016/2017-jaar was natuurlik nie anders nie. Wat dit egter meer kompleks as die vorige paar jare maak, is dat tegnologiese vooruitgang eksponensieel toeneem, en dat dit al hoe moeiliker word om op hoogte van die nuutste verwickelinge te bly.

Een manier om die golf van tegnologiese groei beter te verstaan, is die bekende Garter's Hype Cycle For Emerging Technologies. Dit gee 'n visuele aanduiding van die heersende en ontluikende tegnologieë in die huidige konteks, en poog om 'n trajeksie vir die toekoms te voorspel.

Die grafiek gee ons 'n goeie aanduiding van die nuwe tegnologieë, en in watter stadium van idealisering, ontwikkeling, verwagting en potensiaal hulle tans verkeer.

## Kunsmatige Intelligensie

Seker een van die ingrypendste veranderinge wat ons in die komende jaar in tegnologie kan verwag, is 'n dieper begrip en wyer toepassing van die konsep van kunsmatige intelligensie, of AI ('artificial intelligence').

Wikipedia definieer kunsmatige intelligensie as algemene begrip soos volg: "When a machine mimics 'cognitive' functions that humans associate with other human minds, such as 'learning' and 'problem solving'." [[https://en.m.wikipedia.org/wiki/Artificial\\_intelligence](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Artificial_intelligence)] Die iPhone app, Siri, is seker die bekendste inkarnasie van grondvlak- kunsmatige intelligensie wat ons tans kommersieel kan bekom.

Elke unieke vorm van kunsmatige intelligensie word anders toegepas, afhangende van die industrie, produk of gewenste uitkoms.

"AI research is divided into subfields that focus on specific problems or on specific approaches or on the use of a particular tool or towards satisfying particular applications."

Een ding wat egter seker is, is dat gerekenariseerde entiteite, hetsy as sagteware (programme) of hardware (robotte), stelselmatig besig is om take wat tradisioneel vir mense gereserveer is, vinniger, beter en deegliker te kan doen.

Mary Beck en Barry Libert skryf in hulle artikel *The Rise Of*

# TEGNOLOGIE

Een ding wat egter seker is, is dat gerekenariseerde entiteite, hetsy as sagteware of hardeware, stelselmatig besig is om take wat tradisioneel vir mense gereserveer is, vinniger, beter en deegliker te kan doen.



AI Makes Emotional Intelligence More Important [<https://hbr.org/2017/02/the-rise-of-ai-makes-emotional-intelligence-more-important>], die volgende:

“It’s long been known that AI and automation/robotics will change markets and workforces. As AI improves, which is happening quickly, a much broader set of ‘thinking’ rather than ‘doing’ jobs will be affected. We’re talking about jobs, that, until the last few years, we couldn’t imagine being done without the participation of an actual, trained human being. Jobs like teacher, doctor, financial advisor, stockbroker, marketer, and business consultant.”

Daar is egter ander maniere en aspekte van die werkswêreld wat steeds buite die bereik van gerekenariseerde oplossings val, en dis hoe mense met ander mense verhoudings bou, oplossings soek, empatiseer en konneksies maak. Wat dit aanbetref, skryf Beck en Libert, sal die mensdom altyd uniek en in aanvraag wees.

“Those that want to stay relevant in their professions will need to focus on skills and capabilities that artificial intelligence has

trouble replicating — understanding, motivating, and interacting with human beings. A smart machine might be able to diagnose an illness and even recommend treatment better than a doctor. It takes a person, however, to sit with a patient, understand their life situation (finances, family, quality of life, etc.), and help determine what treatment plan is optimal. What you have to offer — what you can do better than any smart machine — is relate to the people around you. Begin to nurture and invest in these abilities the same way that you have the more technical parts of your career. If you can be an outstanding motivator, manager, or listener, then you will still have a part to play as technology changes your industry.

Selfs die wêreldbekende wetenskaplike, prof. Stephen Hawking, het onlangs ‘n waarskuwing uitgereik oor wat die toekoms inhou te midde van toenemende ontwikkeling in die kunsmatige-intelligensie-sektor:

“The automation of factories has already decimated jobs in traditional manufacturing, and the rise of artificial intelligence is likely to extend this job destruction deep into the middle classes, with only the most caring, creative or supervisory roles remaining.”

### **Hommeltuie (‘drones’) in die lug**

Die gebruik van onbemande, langafstandbeheerde hommeltuie (‘drones’) het die afgelope paar jaar verseker ‘n opgang gemaak. Hommeltuie, wat oorspronklik vir militêre doeleindes ontwikkel en aangewend is, vind deesdae die meeste van hulle kommersiële toepassings in die areas van video en fotografie.

Wikipedia gee die volgende moderne definisie van hommeltuie [<https://en.wikipedia.org/wiki/>







Unmanned\_aerial\_vehicle]:

An unmanned aerial vehicle (UAV), commonly known as a drone, unmanned aircraft system (UAS), or by several other names, is an aircraft without a human pilot aboard. The flight of UAVs may operate with various degrees of autonomy: either under remote control by a human operator, or fully or intermittently autonomously, by onboard computers.

‘n Hommeltuig stel die vlieënier in staat om op ‘n afstand aksies te verrig wat andersins onmoontlik sou wees as gevolg van byvoorbeeld ontoeganklike terrein of lang reistye.

Seker die mees kontroversiële vraag wat deur hommeltuig-tegnologie geopper word, is privaatheid. As elke individu sy deel van die lugruim kan opeis deur ‘n private kameratoegeruste minivliegtuig te gebruik, wat verhoed ons dan om mekaar se privaatheid totaal en al aan flarde te vlieg?

Persoonlike sport en ontspanning het die afgelope paar jaar omtrent 'n metamorfose ondergaan. Amateursportmanne en -vroue beperk hulleself nie net meer tot die tradisionele sportsoorte wat ons as kinders op skool beoefen het nie. Nuwe, meer gespesialiseerde sport en ontspanning word al hoe makliker beskikbaar vir die middelklassamelewing soos wat tegnologie verbeter en toeneem.

Seker een van die mees toonaangewende veranderinge in die sportindustrie, is sport as 'n leefstyl, eerder as 'n geïsoleerde aktiwiteit in die week. Dit skep geleentheid vir sport om vervleg te raak met allerhande ander areas van ons lewens, en kan deur middel van tegnologie soomloos daarmee integreer.

Die oorkoepelende tendens is dan dat sport nie meer net as sport bekend staan nie, maar as 'n 'wellness'-leefstylpraktyk wat elke ander area van ons bestaan betrek en beïnvloed.

Hier is 'n paar maniere hoe dit moontlik kan gebeur.

### **Tegnologie speel 'n groter rol**

Daar is verskillende maniere waarop tegnologie jou sportbelewenis beïnvloed. Die mees algemene manier is om alle sportaktiwiteite aan te teken, en so rekord te hou van vordering. 'n Ander toepassing is dat tegnologie ons meer en meer toegang gee tot die nuttigste sportwetenskap en pasgemaakte oefenmetodes vir elke individu.

Mary Liz McCurdy van Adidas Women se Future of Fit-paneel beskryf die inkorporering van tegnologie by fiksheid soos volg:

“Apps are moving away from just counting calories or fitness tracking. From allowing users to snap photos of their healthy creations and interact with others to motivate each other to



**SPORT**  
Die oorkoepelende tendens is dan dat sport nie meer net as sport bekend staan nie, maar as 'n leefstylpraktyk.

reach fitness goals, to in-app coaching and meal-delivery-service partnerships, logging your healthy habits will become much less cumbersome and allow users to reach their goals and actually stick to them.” [<https://www.wellandgood.com/good-sweat/fitness-trends-sxsw-google-insider/slide/2/>]

Oor toenemende toegang tot fiksheidsprogramme en praktyke vir die gemiddelde amateuratleet, skryf sy die volgende:

“In-app coaches and custom training programs are allowing people to achieve their fitness goals on their time and at their level, whether they’re in a hotel, gym, or their living rooms. Especially with the uptick of social media communities, people are actually finding in-pocket programs that change their bodies and provide a network of comrades in their pursuits.”

### **Avontuur is die nuwe sport**

Soos wat mense meer aktief raak, en sport meer as ‘n leefstyl in plaas van ‘n aktiwiteit beskou, vind hulle hulle weg na buite, weg van binnehuisse gimnasiums en onderdak-oefentoerusting.

Op sosiale media het die temas #outsideisfree [<https://twitter.com/hashtag/outsideisfree>] en #WYMTM (‘what you missed this morning’) geweldig toegeneem in gewildheid onder elke-dag-sportavonturiers wat ‘n versameling buitelugsportsoorte soos velddraf, fietsry, stap en klim beoefen.

Katie McGuire skryf op Well & Good die volgende opmerking:

“As much as people are loving their countless miles spent on treadmills, many are getting a little tired of the same ol’ fitness pursuits. The solution? Finding adventurous ways to get your sweat on.” [<https://www.wellandgood.com/good-sweat/fitness-trends-sxsw-google-insider/>]



## **Sport as spiritualiteit**

Om geïntegreerd en gefokus te leef, is een van die groot uitdagings van ons tyd. Jongmense besef meer en meer die belangrikheid daarvan om gereelde introspeksie en refleksie in hulle daaglikse lewe te inkorporeer, en vind toenemend dat sport die ideale voertuig daarvoor is.

Baie mense sien hulle sport ook as 'n geestelike praktyk, waartydens hulle weer hulleself kan vind en met God kan gesels.

Of dit nou die meer liberale konsepte van meditasie en 'mindfulness' is, en of atlete werklik die vasbyt van uithou-avontuur-tipe sportsoorte gebruik om op 'n daadwerklike manier met die skepping en met God te verbind – die grense tussen 'n persoonlike sport en spirituele ervaring word al hoe meer onduidelik.

# DIE KERK

## Ons groei in ons verstaan van God, en in hoe ons Sy koninkryk hier op aarde beter kan beliggaam.

### **Algemeen**

Ja, selfs ons geloofsgemeenskappe is onderhewig aan die golwe van verandering, selfs al wil baie stoere instandhouders van die status quo dit nie noodwendig erken nie. Ons groei in ons verstaan van God, en in hoe ons Sy koninkryk hier op aarde beter kan beliggaam. Saam met hierdie nuwe verstaan kom nuwe fokusse, nuwe bedieninge, en nuwe maniere van doen in die kerkwêreld.

Kerckenner en hoof uitvoerende beampste van Lifeway Ministries, Thom Rainer, skryf in Outreach Magazine oor die tien hoofareas van verandering wat ons, volgens hom, in die komende jaar kan verwag:

1. 'n Hernude fokus op evangelisasie
2. Meer klem op prakties-georiënteerde bedieninge
3. 'n Toename in die rapportering van seksuele misdrywe binne die grense van die kerk
4. Meer gevalle van finansiële bedrog in plaaslike gemeentes
5. Multikampus-kerke word huishoudelik van aard
6. Meer plaaslike gemeentes sluit hulle deure
7. Die oorname van kleiner kerke deur groter gemeentes word 'n algemene verskynsel
8. Groot lof- en aanbiddingsbedieninge word kleiner gesnoei
9. Bedieningsleiers bly langer aan diens in hulle poste
10. Volgehoue leer vir leiers word as vanselfsprekend aanvaar

As jy meer wil lees oor wat Rainer bedoel met elkeen van sy voorspellings vir 2017, lees gerus verder by <http://www.outreachmagazine.com/features/21423-major-church-trends.html>

Carey Nieuhof, wat ook elke jaar 'n lys van tendense wat geloofsgemeenskappe beïnvloed, publiseer, se lysie bestaan egter uit 'n paar ander en alternatiewe gedagtes. Lees dit by <http://churchleaders.com/pastors/pastor-articles/297276-disruptive-church-trends-will-rule-2017-carey-nieuwhof.html>.

“Too many church leaders are perfectly equipped to reach a world that no longer exists. In the hopes of helping every leader better accomplish our collective mission, here are the disruptive church trends I see defining conversation and action in 2017.”

Hy noem die volgende ses dinge om in gedagte te hou:

1. Verbruikers-georiënteerde Christenskap is vinnig besig om uit te sterf.
2. Gelowiges sal afsien van hulle behoefte om 'n 'koel' of 'kultureel relevante' kerk

by te woon.

3. Kerkleiers wat nie effektief met 'n niekerklike gehoor kan kommunikeer nie, sal stelselmatig irrelevant raak.
4. Prediking sal meer en meer beide akademiese denke en emosionele komponente insluit.
5. Anonimiteit in geloofsgemeenskappe sal plek maak vir ware gemeenskaplike interaksie.
6. Lidmaatbetrokkenheid sal die nuwe plaasvervanger vir erediensbywoning wees.

## Netwerk-Christenskap

Regdeur die Westerse wêreld beleef plaaslike geloofsgemeenskappe 'n vreemde nuwe verskynsel. Dis asof daar 'n klemverskuiwing is, weg van plaaslike gemeentes en eredienste af, in die rigting van nasionale persoonlikhede wat ideologieë en praktyke aan die groter massas verkondig.

Fast Company Magazine het breedvoerig hieroor navorsing gedoen vir hulle artikel 'Fast-Growing, Entrepreneurial Christianity Is About A Lot More Than Church Attendance' [<https://www.fastcompany.com/3069061/the-rise-of-network-christianity>].

Brad Christenson en Richard Flory het ook 'n boek hieroor geskryf met die naam *The Rise Of Network Christianity*. Hulle beskryf die verskynsel kortliks soos volg:

“This form of Christianity emphasizes aggressive engagement with the supernatural – including healing, direct prophecies from God, engaging in 'spiritual warfare' against demonic spirits – and social transformation. Network forms of governance allow for experimentation with controversial supernatural practices, innovative finances and marketing, and a highly participatory, unorthodox, and experiential faith, which is attractive in today's unstable religious marketplace.” [<https://global.oup.com/academic/product/the-rise-of-network-christianity->



Hierdie verskynsel van netwerk-Christenskap is nie net besig om die globale kerk te beïnvloed nie, maar maak ook 'n noemenswaardige impak op die plaaslike kerk in Suid-Afrika.

Volgens Christensen en Flory is daar drie kenmerke van hierdie nuwe beweging:

1. Die fokus is nie op die bou van gemeentes nie, maar op die verspreiding van oortuigings en praktyke deur die media, konferensies en bedieningskole.
2. Dit gaan nie soseer daarom om ongelowiges te bereik nie, maar eerder om reeds gelowige Christene in posisies van mag en invloed te plaas.
3. Dit word georganiseer en bestuur as 'n netwerk van onafhanklike leiers, eerder as 'n formeel georganiseerde denominasie.

In 'n onderhoud met 'n prominente leier in die beweging, beskryf hy dit soos volg:

“The goal of this new movement is transforming social units like cities, ethnic groups, nations rather than individuals. If Christians permeate each mountain and rise to the top of all seven mountains, society would have biblical morality, people would live in harmony, there would be peace and not war, there would be no poverty.”

Die idee van die sewe berge van kultuur is saamgevat in Bill Johnson en Lance Wallnau se boek, *Invading Babylon* [[https://books.google.co.za/books/about/Invading\\_Babylon.html?id=GbqaZQS52gcC&redir\\_esc=y](https://books.google.co.za/books/about/Invading_Babylon.html?id=GbqaZQS52gcC&redir_esc=y)], en dui op die sewe hoofareas van bestaan in ons moderne samelewing.

Op plaaslike bodem sien ons hierdie tendens al te duidelik in die verskyning van al hoe meer massakonferensies en saamtrekke wat deur onafhanklike, charismatiese leiers aangebied word, en waar die geloof en praktyke van bonatuurlike verskynsels en sosiale omvorming deur Christelike invloed bespreek word.

Hierdie gebeure is natuurlik nie sonder kritiek nie, en die gesprek word meestal op sosiale media gevoer deur beide vurige ondersteuners en kritiese aanvegters.

TEN SLOTTE



Natuurlik is daar baie dinge in die wêreld daarbuite wat vir ons moontlike aanduidings kan wees van waarmee God besig is. Die onderwerpe en sake hierbo is net 'n poging om ons attent te maak op die feit dat Hy wel aan die werk is in al die areas van ons bestaan en menswees.

As jy meer wil leer oor die tendense in die areas hierbo, of as jy die artikels wat as verwysings dien, self wil gaan lees, maak seker jy skakel in op ekerk se Flipboard-tydskrif, waar ons daaglik nuwe tendensinhoud toevoeg [<https://flipboard.com/@mynhardt/ekerk%3A-trends-43epjd7dy>].



**e**KERK  
lezen - begrijpen - nodigen - verslaan

Alle rechte voorbehouden. Kopiereg 2017 **Ekerk Vereniging**