

Daar is krag in die Naam van die Here

In 'n mens se ywer om die negatiewe gebruik van die Naam van die Here aan te spreek kan die fenomenale impak van die positiewe gebruik van Sy Naam vergeet word.

Dit is 'n wonderlike voorreg dat Christengelowiges die Naam van die Here op die lippe mag neem. In Sy Naam word verlossing verkondig. In Sy Naam word genesing en bevryding aan mense gebring. Sy Naam beskerm in tye van nood en is 'n bron van troos in tye van hartseer.

Wanneer die Naam van die Here in die krag van die Heilige Gees gebruik word kom die hemel in beweging. Psalm 18 is daarvan 'n sprekende voorbeeld. Die woorde van die bekende saamsing liedjie is van belang:

In the Name of Jesus we have the victory

In the name of Jesus demons will have to flee

Who can tell what God can do

Who can tell of His love for you

In the Name of Jesus

We have the victory

Armbandjies dra 'n boodskap

Veral kinders en jongmense hou daarvan om 'n moderne ontwerp en skerp bewoording op 'n armbandjie (dink maar aan WWJD) om die arm te dra.

Dit gee aanleiding tot gesprek en getuienis. 'n Armbandjie met die woorde: "Ex 20:7 sê nee / says no", is

teen ongeveer R5 beskikbaar. Die spotgoedkoop bandjie is van hoë kwaliteit en sal die spel en aktiwiteite van menige energieke jongmens oorleef.

Bestel in groot getalle vir verspreiding by jou gemeente en skool — die ideale fondsinsamelingsgeleentheid. Skakel (011) 665-2516 vir meer inligting.

Wye ondersteuning vir die Jesus Projek

Dit is altyd betekenisvol as prominente persone hul steun toesê aan 'n saak. Dit gee geloofwaardigheid en moedige mense op grondvlak aan om met groter entoesiasme betrokke te raak. Bekende teoloë waaronder dr Izak Burger, president van die AGS en Prof Pieter Potgieter, moderator van die NGK, is hiervan 'n voorbeeld.

Daarbenewens die bekende skrywer teoloog van UNISA, prof Adio König, asook Hennie Stander, professor

in Antieke tale aan die Universiteit van Pretoria. Sportlui soos Ruben Kruger, voormalige rugbykaptein en Frans Cronje, broer van Hansie, het hul steun beloof. Skrywer Maretha Martens en dr Bennie Mostert, direkteur van Nupsa onderskryf ook die aksie.

Ook Ds Norman Mazibuko, vroeër verbonde aan Radio Kansel is hart en siel in hierdie saak.

Professionele lui regoor die spektrum wat medici, regsgeleerdes en sakelui insluit het ook hul steun toegesê.

Ola sets an example

Due to an outcry from believers in South Africa, an advertisement was withdrawn. The advert, intended to stimulate sales of a range of ice cream products, called on consumers to "start sinning in August with Magnum". Seven new ice cream products were given the names of the so called seven deadly sins.

Even though it is said tongue in the cheek believers feel sin has such devastating effects on society that it leaves little to make fun of. The campaign was awarded a Grand Prix in the 2002 Cannes Advertising Awards. This fact is of importance when values from over-

seas are imported for a South African audience.

After complaints were made to the Advertising Standard Authority Magnum issued the following press release. This is the kind of response believers appreciate.

"In the interest of our consumers, Magnum wishes to take a pro active approach . . . To this end we are in the process of adapting our communication to accommodate the concerns raised. Our intention is to entertain and excite our target consumers, and not to offend them, hence our commitment to adopting the campaign."

Talle briewe getuig van steun

U projek is deur die TLU se Uitvoerende Komitee bespreek en die TLU bied sy volle ondersteuning aan vir die voortsetting van die projek" - *Transvaalse Landbou Unie*

"Dit is met groot entoesiasme dat ek die Projek dophou en volg. Wat veral verblydend is is die samewerking op ekumeniese gebied." — *Frik Wilkens (Brakpan)*

"Ek wil U poging heelhartig steun deur deel te neem aan die aksie om sodoende ook my en my gesin se weersin in die gebruik te toon" — *Jan Haywood.*

"Recently we noticed your interview in the Dutch newspaper. "Het Reformatorisch Dagblad". It was for us a stimulance to get in contact with you as we think we can help you in your battle against 'Godslastering'" — *Henk Slotboom (Bond tegen vloekem)*

"'n Saak waaraan Radio Pretoria graag sy steun verleen is die veldtog deur ds Jannie Pelsers van Krugersdorp geïnisieer om die blatante misbruik van die Naam van die Allerhoogste in die media, teaters, televisie en publikasies teen te werk."

"Vind hiermee die handtekeninge

vanaf Upington - Blydeville gemeente. Seën en sterkte met die projek."

"Met seënwense van die gebruikers en personeel van die *Brackenfell Biblioteek*" - *Kaapstad.*

"Aangeheg die handtekening van die *Ogies Gemeente.*"

"Hiermee stuur ons aan julle handtekening van die *NG Gemeente Kimberley, Bakenskop.* Baie sterkte met die projek."

"Dit was vir ons 'n voorreg om deelname te hê aan hierdie projek. Ons het ongeveer 2 031 handtekening gekry. Ons is dankbaar dat daar projekte soos hierdie geloods word om gelowiges terug te roep na integriteit en geloofwaardigheid." — *NG Moreletapark.*

"Ons is 'n omgee-groep van die NG Gemeente Brackendal wat voel ons sal graag standpunt inneem teen die misbruik van Jesus se Naam in die media." — *Melanie White*

"Ek volg nou al vir 'n paar weke met groot belangstelling artikels in verband met die wonderlike veldtog- in die Kerkbode, Volksblad en veral die Sondagaandpraatjie op RSG met die paneel en ds Flip Loots." — *Alet Pitchers, Bloemfontein*

Dit kan!!!!!!!

Dis die einde van 'b . . . e' in bakkie-advertensie

Barnie Louw

Kaapstad. – Advertensies van "daai blerrie bakkie" sal voortaan sonder die "blerrie" wees ná klagte by die owerheid vir advertensiestandaarde (ASA).

Ses mense het klagte teen die Delta-motorkorporasie aanhangig gemaak by die ASA weens die

gebruik van die woord "blerrie" in hul TV- en gedrukte media-advertensies vir die nuwe Isuzu-bakkie.

Die klaers voel "blerrie" is onwelvoeglike taal, is onstellig en aanstootlik. Volgens een van die klaers is dit moeilik vir ouers om aan hul kinders te verduidelik waarom sulke taal aanvaarbaar is op TV en radio.

Hulle gee toe dat die woord elke dag deur baie mense gebruik word, maar sê dit beteken nie dit is aanvaarbaar om dit oor TV en radio te gebruik nie.

Veral nie as ouers nie weet wat hul kinders gaan hoor totdat dit te laat is nie.

In reaksie het die advertensie-agentskap Net#Work BBDO namens Delta gesê 'n normale mens

wat nie "hipersensitief" of "hiperkrities" is nie, sal nie die advertensies aanstootlik vind nie.

Nogtans is besluit om die "hipersensitiewes" en "hiperkritiese mense" te paai en is ingestem tot die volgende:

● oor TV sal die woord "blerrie" nie in skrif of in die agtergrondstem gebruik word nie;

● oor radio sal die woord "blerrie" nie in die agtergrondstem gebruik word nie; en

● in die gedrukte media sal die woord "blerrie" nie gebruik word nie.

Isuzu het ook onderneem om nie "blerrie" met 'n soortgelyke woord te vervang nie.

Die veranderings sal onmiddellik in werking gestel word.

"Mense se openbare optrede kan ongelooflike dinge vermag". So lui die opskrif van 'n artikel wat onlangs in die Beeld verskyn het.