

**‘n TEMATIESE INHOUDSANALISE VAN DIE  
BOODSKAPPE IN SPOTPRENTE IN *PUNCH* GEDURENDE  
DIE ANGLO-BOEREOORLOG (1899-1902)**

HENDRIENA PETRONELLA DU PREEZ

Hierdie verhandeling word voorgelê ingevolge die vereistes van die graad M.A. (Kommunikasiekunde): Mediastudie en Joernalistiek in die Departement Kommunikasiewetenskap in die Fakulteit Geesteswetenskappe aan die Universiteit van die Vrystaat.

Mei 2010

Studieleier: Me. W. Marais

## VERKLARING

Ek verklaar dat die verhandeling wat hiermee ingedien word vir die kwalifikasie M.A. (Kommunikasiekunde): Mediastudie en Joernalistiek aan die Universiteit van die Vrystaat my eie, onafhanklike werk is en dat ek nie voorheen dieselfde werk vir 'n kwalifikasie aan/in 'n ander universiteit/fakulteit ingedien het nie. Ek erken dat outeursreg van hierdie verhandeling aan die Universiteit van die Vrystaat behoort.

Naam: Hendriena Petronella du Preez

Datum: Mei 2010

Handtekening

## ABSTRAK

Die spotprent is 'n medium wat reeds eeue lank gebruik word om politieke en sosiale kommentaar te lewer en is vandag steeds 'n belangrike mediaverskynsel. Spotprente is verder ook deur die eeue as propaganda-medium gebruik, veral in tye van oorlog. Die Anglo-Boereoorlog van 1899-1902 word as die eerste werklike media-oorlog beskryf. Veral die Britse regering het nie gekroom om die media aan te wend om Britse oorlogspropaganda te versprei nie. Satiriese publikasies was gewilde media van kommunikasie, veral omdat dit spotprente bevat het. Ten tyde van die Anglo-Boereoorlog het die gebruik van spotprente gefloreer en aangesien dit so gewild was, is dit doeltreffend deur die Britse media aangewend.

Die primêre doelwit van hierdie studie was dus 'n tematiese inhoudsanalise van die boodskappe tydens die Anglo-Boereoorlog (1899-1902) in spotprente in die Britse satiriese joernaal *Punch*. Sekondêre doelwitte was om te bepaal watter kodes, konvensies, enkoderingstrategieë en karakters in die spotprente voorkom, asook om te bepaal of enige stereotipering in die spotprente voorkom.

'n Kwalitatiewe inhoudsanalise is gedoen, spesifiek propaganda-analise. Spotprente is uit twee van die drie fases van die Anglo-Boereoorlog gekies, aangesien spotprente uit die derde fase, die guerrilla-fase, nie in oormaat beskikbaar is nie. Spotprente is dus uit die eerste twee fases geneem, naamlik die Boere-offensief (Oktober 1899 tot Desember 1899) en die Britse Offensief (Januarie 1900 tot September 1900). 'n Totaal van 40 spotprente (*Bylaag 1*) uit hierdie twee fases is geanaliseer.

Uit die bevindinge is daar tot die gevolgtrekking gekom dat *Punch* oor die algemeen ten gunste van die Britse regering en Britse troepe was. Deur die spotprente te plaas, wou hulle Britse oorlogspropaganda bevorder en die publiek aanmoedig om die Britse troepe te ondersteun. *Punch* het duidelik ook Britse patriotisme aangemoedig deur spotprente te plaas waarin die Britse soldate as heldefigure voorkom. Hulle het doelbewus nie spotprente geplaas van veldslae wat die Britte verloor het of wat vir hulle 'n verleentheid

was nie. Hoewel daar tog spotprente voorkom waarin die Britse regering, spesifiek Joseph Chamberlain, die Britse Minister van Kolonies, gekritiseer word, gebeur dit selde en is daar 'n duidelike oorhoofse boodskap wat uit die spotprente afgelei kan word: Brittanje is die sterkste, beste en magtigste en sal hom deur niemand (veral nie die Boere) laat onderkry nie. *Punch* wou ook die res van die wêreld se siening beïnvloed.

In skrilte kontras word president Paul Kruger en die Boere oor die algemeen as dom, agterlik en aggressief uitgebeeld. *Punch* laat dit voorkom asof die Boere die aggressors was, terwyl Brittanje in werklikheid aan die Boere 'n ultimatum gestel het en hulle dus geen keuse gehad het as om oorlog te verklaar ten einde hulle onafhanklikheid te behou nie. *Punch* het veral nie geskroom om met Kruger te spot nie en die beeld wat die Britse publiek van hom gekry het, was geensins positief nie. Hy word telkens uitgebeeld as 'n verspotte, passiewe ou man wat geen respek afdwing nie en wat eintlik maar net na sy eie belange wou omsien. Hy het duidelik wel 'n indruk op die Britse media gemaak en hulle kon hom nie ignoreer nie.

Dit is uit dié studie duidelik dat *Punch* ten gunste van die Britte bevooroordeel was. Dit kan duidelik gesien word in die spotprente wat hulle geplaas het. Dit kan ook gesien word in die spotprente wat *Punch* doelbewus uitgelaat het om Brittanje te laat goed lyk en om hulle foute te probeer wegsteek. Baie navorsing kan egter nog oor die rol van spotprente gedurende die Anglo-Boereoorlog (1899-1902) gedoen word.

## **SLEUTELTERME**

Spotprent

Propaganda

Anglo-Boereoorlog

Kommunikasie

Massakommunikasie

Semiotiek

Gebruikersgratifikasie

Inhoudsanalise

Boodskappe

Satiriese publikasies

## ABSTRACT

The cartoon is a medium that has been used for centuries to provide political and social comment, and to this day, it is an important media phenomenon. Through the ages, cartoons were used as medium of propaganda, especially in times of war. The Anglo-Boer war (1899-1902) has been described as the first real media war. In particular, the British government had no qualms about using the media for distributing British war propaganda. Satirical publications were popular media of communication, especially because it contained cartoons. During the Anglo-Boer War, the use of cartoons flourished, and because it was so popular, it was used efficiently by the British media.

The primary aim of this study has thus been a thematic content analysis of the messages in cartoons in the satirical British journal *Punch* during the Anglo-Boer War (1899-1902). The secondary aims were to determine which codes, conventions, encoding strategies, and characters appeared in the cartoons, as well as to determine any stereotyping in the cartoons.

A qualitative content analysis was done, in particular a propaganda analysis. Cartoons were chosen from two of the three phases of the Anglo-Boer War because not many cartoons were available from the guerrilla phase. Cartoons were thus taken from the first two phases, i.e. the Boer Offensive (October 1899 to December 1899) and the British Offensive (January 1900 to September 1900). In total, 40 cartoons (*Addendum 1*) from these two phases were analysed.

It was concluded that, in general, *Punch* was biased towards the British government and British troops. By placing these cartoons, they tried to enhance the British war propaganda, and they wanted to encourage the public to support the British troops. *Punch* clearly enhanced British patriotism by placing cartoons in which British soldiers were portrayed as hero figures. It seems that they purposefully did not place cartoons concerning battles that the British had lost or which had been an embarrassment to them. Although one does find cartoons in which the British government, in particular Joseph

Chamberlain, the British Minister of Colonies, was criticized, it happened seldom, and the overall message to be gleaned from the cartoons is clear: Britain was the strongest, best, and most powerful and would not be subdued by anybody (especially not the Boers). *Punch* also tried to influence the rest of the world in this respect.

In clear contrast, President Paul Kruger and the Boers were portrayed, in general, as stupid, backward, and aggressive. *Punch* portrayed the Boers as aggressors while, in reality, Britain had set the Boers an ultimatum, and they had no choice but to declare war in order to maintain their independence. In particular, *Punch* did not hesitate to heckle with Kruger, and the image created of him amongst the British public was definitely not positive. Time and again, he was portrayed as a ridiculous, passive old man, who could not elicit respect and who was actually only looking after his own interests. However, he did make a clear impression on the British media, and they were not able to ignore him.

This study clearly found that *Punch* was biased towards the British. This could clearly be seen in the cartoons they placed. It could also be seen in cartoons purposefully omitted in order to polish the British image or to try to hide their mistakes. However, much research could still be done on the role of cartoons during the Anglo-Boer War (1899-1902).

## **KEY TERMS**

Cartoon

Propaganda

Anglo-Boer War

Communication

Mass communication

Semiotics

User gratification

Content analysis

Messages

Satirical publications

## **BEDANKINGS**

- ◆ My man, Wian, vir volgehoue ondersteuning en die geleentheid om hierdie graad te kon voltooi.
  
- ◆ My ouers, Douw en Ria, vir die geleentheid om te kon studeer en al die jare se ondersteuning en opoffering.
  
- ◆ My studieleier, Willemien Marais, vir al die hulp, bystand, raad en geduld.
  
- ◆ Elria Wessels van die Oorlogsmuseum van die Boererepublieke in Bloemfontein vir al die hulp en raad.
  
- ◆ Christo van Staden vir die navorsingsidee.
  
- ◆ Abraham Seketi van die Oorlogsmuseum van die Boererepublieke in Bloemfontein vir die hulp met die bronne.

*Ek sal jou leer wat die pad van wysheid is en jou die regte koers laat loop –  
Spreuke 4:11*

## INHOUDSOPGAWE

### ONDERWERP

### BLADSYNOMMER

#### HOOFSTUK 1: INLEIDING

1.1 INLEIDING	1
1.2 DOEL VAN DIE STUDIE	3
1.2.1 Primêre doelwit	3
1.2.2 Sekondêre doelwitte	3
1.3 NOODSAAKLIKHEID VAN DIE NAVORSING	4
1.4 NAVORSINGSMETODE	4
1.5 'n KORT OORSIG OOR DIE HOOFSTUKKE	6
1.6 BYLAES EN VERWYSINGS	7

#### HOOFSTUK 2: KOMMUNIKASIE EN MASSAKOMMUNIKASIE

2.1 INLEIDING	9
2.2 DEFINISIES VAN KOMMUNIKASIE	9
2.3 KONSEPTE VAN DIE KOMMUNIKASIEPROSES	10
2.4 VORME VAN KOMMUNIKASIE	13
2.5 DEFINISIES VAN MASSAKOMMUNIKASIE	13
2.6 DIE MASSAKOMMUNIKASIEPROSES	14
2.7 TEORIEË OOR MASSAKOMMUNIKASIE	15
2.7.1 Gebruikersgratifikasie	15
2.7.1.1 'n Beskrywing van gebruikersgratifikasie	16
2.7.1.2 Die spotprent en gebruikersgratifikasie	16
2.7.1.3 Kritiek teen die teorie van gebruikersgratifikasie	17
2.7.2 Die semiotiek	18
2.7.2.1 'n Beskrywing van die semiotiek	19
2.7.2.2 Die spotprent en die semiotiek	20

2.7.2.3 <i>Kritiek teen die semiotiekteorie</i>	21
2.8 SLOTOPMERKING	24

### **HOOFSTUK 3: PROPAGANDA**

3.1 INLEIDING	25
3.2 DIE GESKIEDENIS VAN PROPAGANDA	25
3.3 DEFNISIES VAN PROPAGANDA	27
3.4 SOORTE PROPAGANDA	28
3.5 PROPAGANDA-TEGNIEKE	29
3.6 DIE VERSPREIDING VAN PROPAGANDA	30
3.7 SLOTOPMERKING	32

### **HOOFSTUK 4: DIE SPOTPRENT AS PROPAGANDAMEDIUM**

4.1 INLEIDING	33
4.2 DIE ONTSTAAN VAN DIE SPOTPRENT	33
4.3 DIE SPOTPRENT EN MASSAKOMMUNIKASIE	38
4.4 KOMMENTAAR	39
4.5 DIE SPOTPRENT AS PROPAGANDA-MEDIUM	40
4.6 VOORBEELDE VAN PROPAGANDA-TEGNIEKE IN SPOTPRENTE	42
4.7 DIE GESKIEDENIS VAN <i>PUNCH</i>	45
4.8 SLOTOPMERKING	48

### **HOOFSTUK 5: DIE ANGLO-BOEREOORLOG**

5.1 INLEIDING	49
5.2 VOORSPEL TOT DIE OORLOG	49
5.3 VERLOOP VAN DIE OORLOG	51
5.3.1 Die Boere-Offensief	51
5.3.2 Die Eerste Britse Offensief	53

5.3.3	Die Tweede Britse Offensief	56
5.3.4	Kitchener se toetrede	63
5.4	VREDE	67
5.5	SLOTOPMERKING	69

## **HOOFSTUK 6: DIE INHOUDSANALISE AS NAVORSINGSMETODOLOGIE**

6.1	INLEIDING	70
6.2	DIE INHOUDSANALISE	70
6.2.1	Voordele van die inhoudsanalise	72
6.2.2	Probleme met die inhoudsanalise as navorsingsmetode	73
6.3	PROSEDURE VIR DIE UITVOER VAN 'N INHOUDSANALISE	73
6.3.1	Die formulering van 'n navorsingsprobleem	74
6.3.1.1	<i>Primêre doelwit</i>	74
6.3.1.2	<i>Sekondêre doelwitte</i>	74
6.3.2	Steekproef	74
6.3.3	Die eenheid van analise	75
6.3.4	Kategorieë vir analise	75
6.3.4.1	<i>Kodes</i>	75
6.3.4.1.1	<i>Aanwysende tekens</i>	75
6.3.4.1.2	<i>Ikoniese tekens</i>	75
6.3.4.1.3	<i>Simboliese tekens</i>	75
6.3.4.2	<i>Konvensies</i>	76
6.3.4.2.1	<i>Karikatuur</i>	76
6.3.4.2.2	<i>Naam-etiket</i>	76
6.3.4.2.3	<i>Letterlike uitbeelding van inligting</i>	76
6.3.4.3	<i>Enkoderingstrategieë</i>	76
6.3.4.3.1	<i>Parodie</i>	77
6.3.4.3.2	<i>Satire</i>	77
6.3.4.3.3	<i>Hiperbool</i>	77
6.3.4.4	<i>Stereotipering</i>	77

6.3.4.5 <i>Karakters</i>	78
6.3.4.5.1 <i>Hoofkarakters in spotprente in Punch</i>	78
6.3.4.5.2 <i>Simbole in spotprente in Punch</i>	78
6.3.4.5.3 <i>Generiese of naamlose karakters in spotprente in Punch</i>	78
6.4 SLOTOPMERKING	78

## **HOOFSTUK 7: RESULTATE EN GEVOLGTREKKINGS**

7.1 INLEIDING	79
7.2 RESULTATE	79
7.2.1 Sekondêre doelwit 1: Kodes	79
7.2.1.1 <i>Aanwysende tekens</i>	79
7.2.1.2 <i>Ikoniese tekens</i>	80
7.2.1.3 <i>Simboliese tekens</i>	80
7.2.2 Sekondêre doelwit 2: Konvensies	81
7.2.2.1 <i>Karikatuur</i>	81
7.2.2.2 <i>Naam-etiket</i>	81
7.2.2.3 <i>Letterlike uitbeelding van inligting</i>	81
7.2.3 Sekondêre doelwit 3: Enkoderingstrategieë	83
7.2.3.1 <i>Parodie</i>	83
7.2.3.2 <i>Satire</i>	83
7.2.3.3 <i>Hiperbool</i>	83
7.2.4 Sekondêre doelwit 4: Stereotipering	84
7.2.5 Sekondêre doelwit 5: Karakters	85
7.2.5.1 <i>Hoofkarakters in spotprente in Punch</i>	85
7.2.5.2 <i>Simbole in spotprente in Punch</i>	86
7.2.5.3 <i>Generiese of naamlose karakters in spotprente in Punch</i>	87
7.3 BESPREKING	90
7.4 PRIMÊRE DOELWIT: BOODSKAPPE	124
7.5 SLOTOPMERKING	128

## **HOOFSTUK 8: OORSIG, TEKORTKOMINGE EN AANBEVELINGS**

8.1 OORSIG	129
8.2 TEKORTKOMINGE	130
8.3 AANBEVELINGS	131
8.4 SLOTOPMERKING	131
<b>LYS VAN VERWYSINGS</b>	<b>132</b>
<b>LYS VAN BYLAES:</b>	
<b>BYLAAG 1</b>	<b>140</b>
<b>LYS VAN TABELLE:</b>	
<b>TABEL 1</b>	<b>80</b>
<b>TABEL 2</b>	<b>82</b>
<b>TABEL 3</b>	<b>84</b>
<b>TABEL 4</b>	<b>85</b>
<b>TABEL 5</b>	<b>90</b>
<b>LYS VAN FIGURE:</b>	
<b>FIGUUR 2.1</b>	<b>11</b>
<b>FIGUUR 2.2</b>	<b>20</b>

# HOOFSTUK 1

## INLEIDING

### 1.1 INLEIDING

Die spotprent is 'n medium wat reeds eeue lank gebruik word om politieke en sosiale kommentaar te lewer en dit is vandag steeds 'n belangrike mediaverskynsel. Spotprente is verder ook deur die eeue as propaganda-medium gebruik, veral in tye van oorlog. Die Anglo-Boereoorlog van 1899-1902 word as die eerste werklike media-oorlog beskryf. Veral die Britse regering het nie geskroom om die media aan te wend om Britse oorlogspropaganda te versprei nie. Satiriese publikasies was gewilde mediavorme, veral omdat dit spotprente bevat het. Ten tyde van die Anglo-Boereoorlog het die gebruik van spotprente gefloreer en aangesien dit so gewild was, is dit doeltreffend deur die Britse media aangewend (Van Schoor 1981:5).

Van Schoor (1981:7) beskryf die term “spotprent” as 'n eeue-oue beproefde medium om politieke en sosiale kommentaar te lewer. “Daar is behendig en deeglik van hierdie unieke grafiese kunsvorm gebruik gemaak, veral ten tyde van krisisse en wendinge in wêreldgebeure, en in minder of baie belangrike insidente in die land se geskiedenis” (Van Schoor 1981:7). Aan die hand van bovermelde is dit duidelik dat spotprente 'n belangrike deel uitmaak van kommunikasie, ook van moderne publikasies, en dat die waarde daarvan as propaganda-medium nie onderskat kan word nie.

“Die spotprent is egter nie uitsluitend op spot met of hekeling van die teenparty se flaters ingestel nie, maar kan ook op bedekte of flagrante, openlike of subtiële wyse drogrendenasies ontbloot, skynheiligheid ontmasker of slinkse politieke sette en slenters in die ware lig stel. Bowendien besit die spotprent met sy hekelende humor die besondere funksie om as veiligheidsklep vir opgekropte politieke ergenis of sosiale druk van allerlei aard te dien. In die politiek hoort die spotprent tot die mees erkende, geoorloofde, maar ook gevaarlikste wapen” (Van Schoor 1981:7).

“Die uitbreek en verloop van die Anglo-Boereoorlog, met al sy onreg, tragiek, heroïek en felle partyskappe, sou die voor- en teenstanders van die stryd die uitnemende geleentheid bied om die spotprent, met sy voortreflike slaankrag, op heel besondere wyse (veral in Europa) aan te wend” (Van Schoor 1981:7). Pretorius (1985) sê dat Britse imperialisme en Afrikaner-nasionalisme tydens die laaste jare van die negentiende eeu het met mekaar in botsing gekom het. Dit het tot die Anglo-Boereoorlog van 1899-1902 gelei. Die draers van die Britse imperiale gedagte was daarvan oortuig dat die leiers van Afrikaner-nasionalisme hul posisie in Suid-Afrika bedreig. Op hulle beurt het die draers van Afrikaner-nasionalisme gedink dat die leiers van die Britse imperialisme hul onafhanklikheid wou vernietig; daar was nie vir albei plek in Suid-Afrika nie.

Hollenbach (1999:73) sê: “Selde tevore in die geskiedenis van Europa was daar so ’n geesdrif vir en eensgesindheid oor ’n saak as gedurende die Anglo-Boereoorlog. Hoewel regerings om diplomatieke redes versigtig was en nie openlik kant gekies het nie, was die breë volksmassas saamgesnoer in ’n emosionele eenheidsband. Vanaf Parys tot by Moskou, vanaf die Noordsee tot by Rome, in al die lande van die vasteland was daar ’n spontane opwelling van pro-Boer en anti-Britse sentiment.” Hierdie sentiment kom dan veral tot uiting in die magdom spotprente in veral Britse, Franse en Nederlandse publikasies. Van Schoor (1981:10-11) sê ook die nuusblaaie wat die Boeresak in die Oranje-Vrystaat en die Zuid-Afrikaansche Republiek openlik gesteun het, onder meer *De Express*, *De Volksstem*, en *Land en Volk*, het nooit oor eie spotprenttekenaars beskik nie. Alleen Engelstalige koerante in Johannesburg het af en toe spotprente geplaas; hul strekking was beslis anti-Kruger.

“Hoewel Britse publikasies gereeld die regering van die dag gekritiseer het, was hulle uiters versigtig om nie enige pro-Boer-sentimente te wys nie. Daarenteen was die satiriese publikasies van die Vasteland baie uitgesproke; daar was meer as genoeg bewyse van hul pro-Boer en anti-Britse gevoelens” (Greenwall 1992:74; eie vertaling).

Greenwall (1992:74) sê dat *Punch*, gestig op 17 Julie 1841, die prominentste weeklikse Britse satiriese publikasie was. *Punch* het verskeie bekende Britse spotprenttekenaars in diens gehad. “Aan die begin van die oorlog was John Tenniel die hoof-spotprentkunstenaar vir *Punch*. Hy het hom in 1851 by hierdie publikasie aangesluit en vir die volgende 36 jaar het hy oor die 2000

spotprente geproduseer” (Greenwall 1992:74). Hong (2008:19) sê dat *Punch* se partydigheid veral opmerklik is in die aspekte van die oorlog wat hulle doelbewus uitgelaat het.

“Grootliks is daar drie hoofaspekte van die oorlog wat *Punch* uitgelaat het. Die eerste aspek is die Britse aksie om Transvaal tot oorlog te forseer. Tweedens is die veldslae wat die Britse magte verloor het. Derdens is die skade van die guerrilla-oorlogvoering waaronder die Britse troepe grootliks gely het. Dit is duidelik dat *Punch* meer bevooroordeel was ten gunste van Brittanje. Daar is wel spotprente wat die spot dryf met Britse imperialisme en die imperialistiese beleide van Joseph Chamberlain, wat wys dat *Punch* nie heeltemal partydig was ten gunste van die Britte nie. Dit is egter belangrik om kennis te neem van die feit dat die meeste van hierdie spotprente wat ’n negatiewe konnotasie van Britse aksies uitbeeld, reeds voor die oorlog gepubliseer is” (Hong 2008:19-20; eie vertaling).

## **1.2 DOEL VAN DIE STUDIE**

### **1.2.1 Primêre Doelwit**

Die primêre doelwit van hierdie studie is ’n tematiese inhoudsanalise van die boodskappe in spotprente in *Punch* gedurende die Anglo-Boereoorlog (1899-1902).

### **1.2.2 Sekondêre doelwitte**

Uit die primêre doelwit kan verskeie sekondêre doelwitte afgelei word, naamlik:

- ◆ om te bepaal watter kodes in die spotprente voorkom;
- ◆ om te bepaal watter konvensies in die spotprente voorkom;
- ◆ om die enkoderingstrategieë in die spotprente te bepaal;
- ◆ om te bepaal of stereotipering in die spotprente voorkom; en
- ◆ om te bepaal watter karakters in die spotprente voorkom.

### 1.3 NOODSAAKLIKHEID VAN DIE NAVORSING

Uit onderhoude met kenners (personeel van die Oorlogsmuseum van die Boererepublieke in Bloemfontein, spesifiek Elria Wessels, navorser by die Oorlogsmuseum van die Boererepublieke) en deur die lees van literatuur oor spotprente in die Anglo-Boereoorlog soos *Spotprente van die Anglo-Boereoorlog* deur Van Schoor (1981) en *Artists and Illustrators of the Anglo Boer War* deur Greenwall (1992) is dit duidelik dat daar 'n leemte in navorsing oor hierdie onderwerp is. Dit wil voorkom asof daar in die joernalistiek, in die besonder die veld van propaganda, nog geensins 'n studie van hierdie aard gedoen is nie. Dit is dus nodig om vas te stel hoe spotprente tydens die Anglo-Boereoorlog veral deur die Britse media as propaganda-medium gebruik is. Daar word gefokus op spotprente in die Britse media, aangesien Afrikaanse publikasies wat die Boereszaak ondersteun het, nie spotprente geplaas het nie.

### 1.4 NAVORSINGMETODE

Gegewe die aard en doel van die studie is daar besluit om 'n tematiese inhoudsanalise te doen. Volgens Mouton (2001:165) is laasgenoemde 'n studie wat die inhoud van tekste of dokumente analiseer.

“Inhoud verwys hier na woorde, betekenisse, prente, simbole, temas of enige ander boodskap wat gekommunikeer kan word. 'n Kwalitatiewe inhoudsanalise sal gedoen word, spesifiek propaganda-analise. “Aangesien die bronne reeds bestaan, is die enigste metodologiese kwessies die beginsels en prosedures vir die seleksie van data of dokumente” (Mouton 2001:166).

“Inhoudsanalise is 'n metode van die bestudering en analisering van kommunikasie op 'n sistematiese, objektiewe en kwantitatiewe manier met die doel om veranderlikes te meet” (Wimmer en Dominick 1994:132; eie vertaling).

Mouton (2001:166) sê verder dat inhoudsanalise gewoonlik openbare dokumente soos briewekolomme in koerante en tydskrifte, advertensies, briewe, politieke toesprake en so meer

insluit. In die geval van hierdie studie val die gekose medium, spotprente, ook binne hierdie raamwerk.

In hierdie studie sal spotprente uit twee van die drie fases van die oorlog gekies word, aangesien spotprente van die derde fase, die guerillafase, nie in oormaat beskikbaar is nie. Hong (2008:3) sê dat die Anglo-Boereoorlog in drie fases ingedeel kan word, naamlik die Boere-offensief (Oktober 1899 – Desember 1899), die Britse Offensief (Januarie 1900 – September 1900) en die guerrillafase (September 1900 – Mei 1902). Hierdie studie fokus dus op die eerste twee fases, te wete die Boere-offensief en die Britse Offensief. 'n Totaal van 40 spotprente uit hierdie twee periodes sal geanaliseer word. Dit sluit spotprente vanaf Oktober 1899 tot September 1900 in. 'n Beskikbaarheidsteekproef word gebruik wat slegs spotprente uit die eerste twee fases van die oorlog bevat aangesien die spotprente meer as 100 jaar gelede gepubliseer is, a) alle spotprente wat gepubliseer is nie meer beskikbaar is nie en b) dat die gehalte van sommige van die gereproduseerde spotprente wat wel beskikbaar is (spesifiek uit die guerrillafase), so swak is dat dit nie sinvol gebruik kan word nie. Spotprente oor die oorlog het dus na September 1900 verskyn, maar die vyftien spotprente wat wel uit die guerrillafase beskikbaar is, is almal van 'n baie swak gehalte.

Karysingh (1997:47) sê dat spotprenttekenaars, soos met enige ander tekensisteem, kodes, konvensies en ander taalvorme gebruik om te kommunikeer. Die kategorieë vir analise is as volg:

1. Kodes. Onder kodes sal gekyk word na aanwysende tekens, ikoniese tekens en simboliese tekens.
2. Konvensies. By konvensies sal gekyk word na karikatuur, naam-etikette en letterlike uitbeelding van inligting.
3. Enkoderingstrategieë. Hieronder is parodie, satire en hiperbool.
4. Stereotipering.
5. Karakters in die spotprente.

## 1.5 'n KORT OORSIG OOR DIE HOOFSTUKKE

*Hoofstuk 2* gee aan die leser 'n breë oorsig oor kommunikasie en massakommunikasie. Daar word gekyk na die definisies van kommunikasie en massakommunikasie, konsepte van die kommunikasieproses, vorme van kommunikasie en die proses van massakommunikasie. Vervolgens word daar gekyk na die twee teorieë van massakommunikasie wat op hierdie studie van toepassing is, naamlik gebruikersgratifikasie en semiotiek. Gebruikersgratifikasie en semiotiek word ook bespreek in terme van die spotprent en hoe dit op die spotprent as sodanig van toepassing is. Massakommunikasie is veral hier belangrik aangesien die spotprent deel vorm van massakommunikasie.

*Hoofstuk 3* dien as 'n algemene bespreking van propaganda. Dit is van belang, aangesien daar in hierdie studie na die spotprent as propaganda-medium gekyk word. Aspekte wat bespreek word, is die geskiedenis van propaganda, definisies van propaganda, soorte propaganda, propaganda-tegnieke, asook die verspreiding van propaganda.

*Hoofstuk 4* bestaan uit 'n bespreking van die spotprent as medium van massakommunikasie. Dit word gedoen aan die hand van 'n bespreking van die ontstaan van die spotprent, waarom die spotprent as 'n medium van massakommunikasie beskou kan word, die doel van die spotprent in 'n publikasie en die spotprent as propaganda-medium. Hoewel verskillende propaganda-tegnieke in *Hoofstuk 3* bespreek is, word dit hier weer herhaal en word daar by die tegnieke voorbeelde genoem van spotprente in hierdie studie (*Bylaag 1*) waarin hierdie tegnieke voorkom. Daar word ook na die geskiedenis van die Britse satiriese tydskrif, *Punch*, gekyk. In die studie word 'n analise gedoen van die boodskappe in spotprente wat tydens die Anglo-Boereoorlog (1899-1902) in *Punch* verskyn het.

*Hoofstuk 5* kyk uitsluitlik na die Anglo-Boereoorlog van 1899-1902. Aspekte wat bespreek word, is die voorspel tot die oorlog, die fases van die oorlog, naamlik die Boere-offensief, die Eerste en Tweede Britse Offensiewe en die guerillafase. Laastens word daar gekyk na hoe vrede uiteindelik bewerkstellig is. 'n Bespreking van die oorlog is noodsaaklik, aangesien dit die agtergrond is waarteen die spotprente wat vir hierdie studie bestudeer word, geteken is.

*Hoofstuk 6* fokus op die navorsingsmetode wat in hierdie studie gebruik word, naamlik die inhoudsanalise. Die boodskappe in spotprente in *Punch* word aan die hand van 'n inhoudsanalise ondersoek. Daar word verskeie definisies van die inhoudsanalise gegee, waarna die verskille tussen kwantitatiewe en kwalitatiewe navorsing onder die loep kom. Kwalitatiewe navorsing is op hierdie studie van toepassing. Die voor- en nadele van 'n inhoudsanalise word bespreek en dan word daar gekyk na die prosedure wat gevolg moet word om 'n inhoudsanalise uit te voer. Onder hierdie afdeling val die formulering van die navorsingsprobleem, primêre en sekondêre doelwitte van die studie, die steekproef, die eenheid vir analise en die verskillende kategorieë vir analise.

*Hoofstuk 7* bespreek die resultate en gevolgtrekkings van die studie. Resultate en gevolgtrekkings word aan die hand van die primêre en sekondêre doelwitte van die studie verkry. Die doelwitte word weer kortliks bespreek, waarna 'n tabel by elkeen gegee word met die belangrikste drie aspekte van elke kode. Hierna volg 'n bespreking van die 40 spotprente waar daar gekyk word na watter kodes by elke spotprent voorkom. Nadat al vyf die sekondêre doelwitte bespreek en opgesom is, word die primêre doelwit, naamlik die analise van die boodskappe in spotprente in *Punch* gedurende die Anglo-Boereoorlog, bespreek. Daar word gekyk na die oorhoofse boodskap wat uit die spotprente afgelei kan word en hoe dit as propaganda-media deur die Britse media, spesifiek *Punch*, gebruik is.

*Hoofstuk 8* gee 'n oorsig oor die studie, waarna die tekortkominge en aanbevelings bespreek word.

## **1.6 BYLAES EN VERWYSINGS**

Een bylaag is bygevoeg om die inhoud van die verhandeling verder toe te lig. *Bylaag 1* bevat die 40 spotprente wat vir die doeleindes van hierdie studie geanaliseer is. Dit is genummer Spotprent 1 tot Spotprent 40.

Ten opsigte van die lys van verwysings is dit nodig om te noem dat dokumente wat van die internet verkry is in die lys verskyn met 'n webadres en soveel as moontlik inligting wat die

gebruiker in staat sal stel om die dokument self op die Internet op te spoor (Mouton 2001:236). Sommige dokumente wat in akademiese tydskrifte en ander spesialistydskrifte verskyn het, is van die internet verkry en het soms nie volledige inligting ten opsigte van skrywer, jaartal en uitgawe beskikbaar nie. Alle moontlike inligting sowel as die webadres waar die inligting verkry is, is egter ingesluit.

## HOOFSTUK 2

### KOMMUNIKASIE EN MASSAKOMMUNIKASIE

#### 2.1 INLEIDING

Aangesien die spotprente wat in hierdie studie bestudeer word, deel vorm van massakommunikasie is dit nodig om te kyk na die definisies van kommunikasie en massakommunikasie, konsepte in die kommunikasieproses, verskillende kommunikasievorme, asook die proses van massakommunikasie. Hoewel daar heelwat teorieë oor massakommunikasie bestaan, word hier gefokus op die twee teorieë wat op hierdie studie van toepassing is, naamlik gebruikersgratifikasie en semiotiek. Hierdie teorieë word in diepte bespreek en daar word ook gekeken na hoe die spotprent deel vorm daarvan.

#### 2.2 DEFINISIES VAN KOMMUNIKASIE

Tubbs en Moss (2000:8) beskryf kommunikasie in sy mees basiese vorm as die proses waardeur 'n gedeelde begrip tussen twee of meer deelnemers geskep word. Ruben en Stewart (1998:16) brei daarop uit deur kommunikasie te beskryf as die proses waardeur individue – in verhoudings, groepe, organisasies en gemeenskappe – boodskappe skep en daarop reageer in 'n poging om by die omgewing en by mekaar aan te pas.

Een van die eerste akademiese definisies van kommunikasie is in 1928 deur die Engelse literêre kritikus en skrywer, I.A. Richards, geformuleer en lui as volg: “Communication takes place when one mind so acts upon its environment that another mind is influenced, and in that other mind an experience occurs which is like the experience in the first mind, and is caused in part by that experience” (Communication 2001:aanlyn). Richards se definisie is baie algemeen, maar is op byna alle vorme van kommunikasie van toepassing.

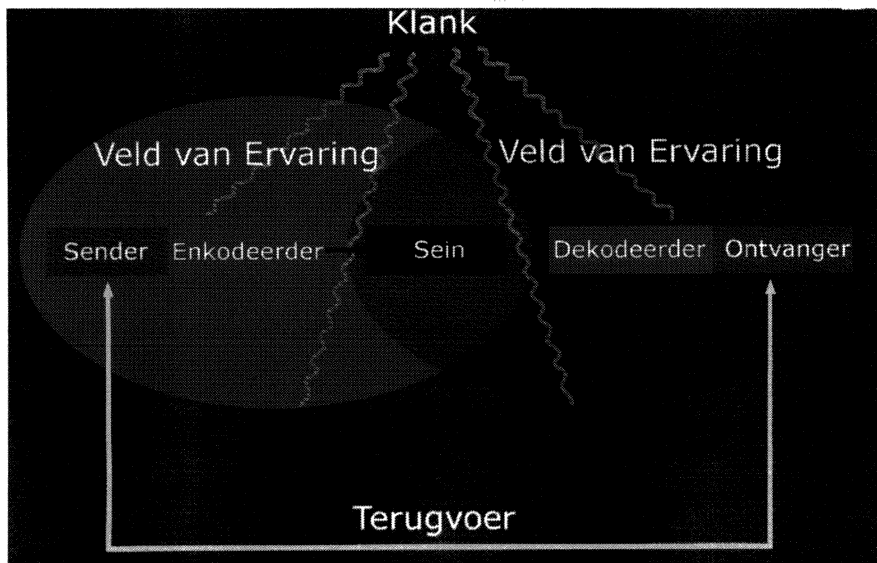
Dainton en Zelle (2005:2) definieer kommunikasie as die proses waardeur mense interaktief betekenis skep, handhaaf en beheer. De Fleur en Ball-Rokeach (1982:116) meen dat daar vyf perspektiewe is waarbinne menslike kommunikasie ingedeel kan word:

1. Kommunikasie is 'n semantiese proses wat afhanklik is van simbole en reëls wat 'n gegewe taalgemeenskap vir die gebruik daarvan gekies.
2. Dit is 'n neurobiologiese proses waarin betekenis vir sekere simbole in mense se geheuefunksies vasgevang word.
3. Dit is 'n psigologiese proses waarin die betekenis van woorde en ander simbole deur leer verwerf word.
4. Menslike kommunikasie is 'n kulturele proses waarin taal 'n stel kulturele konvensies verteenwoordig. Enige gemeenskap se taal is 'n stel gebare en simbole wat op gedeelde interpretasies staatmaak.

### **2.3 KONSEPTE VAN DIE KOMMUNIKASIEPROSES**

Hoewel daar talle definisies is om die kommunikasieproses mee te beskryf, is daar bepaalde konsepte wat ooreenstem ongeag die definisie. Hierdie konsepte vorm die boustene van die kommunikasieproses. Die hele kommunikasieproses is gesetel in drie kernkonsepte, naamlik die kommunikator, die ontvanger en die boodskap (Tubbs & Moss 1991:8; Gamble & Gamble 1993:9-12). Die kommunikator en ontvanger is in gedurige wisselwerking in wat as die *transaksionele aard* van kommunikasie beskryf word. Hiervolgens vertolk die kommunikator ook die rol van ontvanger en andersom om sodoende mee te werk tot die skep van gedeelde begrip. Beide kan dus eerder beskryf word as kommunikasiedeelnemers. Hierdie wisselwerking tussen die deelnemers maak van kommunikasie 'n dinamiese en voortdurende proses.

**FIGUUR 2.1 DIE TRANSAKSIONELE AARD VAN KOMMUNIKASIE**



Bron: Tubbs & Moss 1994:7

Soos reeds genoem, is die doelwit van kommunikasie die skep van gedeelde betekenis of begrip. Die *kommunikator* se rol in hierdie proses van betekenisdeling kan as die sender van 'n boodskap beskou word. Hierdie boodskap kan 'n doelbewuste poging tot die oordra van inligting wees, soos in die geval van 'n aankondiging of 'n advertensie, of dit kan 'n onintensionele oordrag wees. 'n Voorbeeld van laasgenoemde is boodskappe wat nie-verbaal deur middel van byvoorbeeld liggaamshouding of 'n gesigsuitdrukking oorgedra word.

Hierteenoor vertolk die *ontvanger* die voor-die-hand-liggende rol van ontvanger van die boodskap. Die ontvanger speel 'n aktiewe rol in die proses deurdat die boodskap nie alleen ontvang word nie, maar ook gedekodeer en begryp word.

Die kern van die kommunikasieproses is die *boodskap* (Jackson 1992:1). Dit is die mees uitstaande en kenmerkende konsep in die proses. Sonder 'n boodskap sou daar immers geen rede vir die deelnemers wees om te kommunikeer nie. Die boodskap neem die vorm aan van inligting, byvoorbeeld 'n nuusberig, 'n advertensie of 'n opdrag. Dit kan egter ook moeiliker wees om te begryp, byvoorbeeld in die geval van nieverbale kommunikasie waar tekens en simbole dikwels verkeerd vertolk word. Die boodskap het sy ontstaan as kognitiewe inhoud, m.a.w. 'n gedagte of

emosie wat op só 'n wyse geënkodeer word dat dit vir die ontvanger moontlik is om dit te begryp soos wat die kommunikator dit bedoel het (Tubbs & Moss 1991:8).

'n Vierde belangrike konsep van die kommunikasieproses is die kanaal of *medium* deur middel waarvan die boodskap oorgedra word (Gamble & Gamble 1993:10). Die medium kan 'n verskeidenheid vorme aanneem. In die eenvoudigste vorm van kommunikasie, 'n interpersoonlike gesprek van aangesig tot aangesig, vertolk die sintuie die rol van die medium (Tubbs & Moss 1991:11). Ander kanale sluit in briewe, bulletinborde en, in die geval van massakommunikasie, die radio, televisie en koerante (McQuail 1994:10).

'n Vyfde konsep in die kommunikasieproses is *terugvoering*. Nadat die ontvanger die boodskap ontvang, gedekodeer en betekenis daaraan toegeken het, kan s/hy daarop reageer. Hierdie reaktiewe kommunikasie staan bekend as terugvoering en is ook die moment in die proses waar die ontvanger die rol van 'n kommunikator inneem. Dit is weereens deel van die transaksionele aard van kommunikasie.

Die kommunikasieproses word deurentyd aan talle invloede onderwerp. Hierdie faktore wissel van die fisieke omgewing waarin die betekenisdeling plaasvind tot die deelnemers se sosiale en sielkundige verwysingsraamwerk. Faktore wat die kommunikasieproses en die vertolking van boodskappe versteur, staan bekend as *ruis*, nog 'n konsep wat deel van die proses vorm (Tubbs & Moss 1991:11). Hierdie sturings kan in die omgewing gevind word, byvoorbeeld afstand wat gehoor bemoeilik, of dit kan deel vorm van die deelnemers, byvoorbeeld 'n spraakgebrek of taalverskille. In die geval van die massamedia kan ruis die vorm aanneem van elektroniese probleme soos 'n swak radiosein of onduidelike drukwerk in die geval van koerante.

Ruis kan egter ook op 'n minder konkrete manier as gevolg van byvoorbeeld kultuurverskille manifesteer. In dié geval vind wankommunikasie plaas omdat die deelnemers van mekaar verskil wat waardes, tradisies en gebruike betref. Dié vorm van ruis is as gevolg van die kragtige inwerking van kultuur op elke aspek van 'n persoon se bestaan moeilik om uit te skakel (Tubbs & Moss 1991:17).

Hierdie basiese kommunikasieproses geskied binne bepaalde *kontekste*, naamlik interpersoonlike, kleingroep-, organisatoriese en massakommunikasiekontekste (Tubbs & Moss 1991:15). Elke konteks het sy eie unieke karaktereienskappe wat spesifieke eise aan die proses stel. Die behoefte of doelwit van betekenisdeling vorm egter steeds die kern van die proses.

## **2.4 VORME VAN KOMMUNIKASIE**

Tubbs en Moss (1994:15) sê dat menslike kommunikasie in verskillende situasies voorkom. “In die kommunikasie-literatuur is daar ses verskillende kontekste waarvoor konsensus bereik is, naamlik tweepersoon-kommunikasie, onderhoudvoering, kleingroep-kommunikasie, publieke kommunikasie, organisatoriese kommunikasie en massakommunikasie” (Tubbs & Moss 1994:15). Vir die doel van hierdie studie sal daar egter spesifiek op massakommunikasie gefokus word en sal daar gekyk word na hoe die spotprent as sodanig deel vorm van massakommunikasie.

## **2.5 DEFINISIES VAN MASSAKOMMUNIKASIE**

Tubbs en Moss (1991:368) beskryf massakommunikasie as kommunikasie met 'n groot, heterogene, anonieme gehoor waar die ervaring openlik, vinnig en vlietend is en die boodskap die produk van verskeie persone is. Dainton en Zelle (2005:197) sê dat die studie van massakommunikasie fundamenteel gemoeid is met die media of met komplekse organisasies wat boodskappe aan die publiek versprei. Massakommunikasie verwys na indirekte kommunikasie tussen 'n bron en 'n groot gehoor wat dikwels onbekend is aan die bron. Die begrip van 'n “onbekende” gehoor is belangrik; met massakommunikasie ken die senders van boodskappe nie noodwendig hulle gehore se motiverings, vooroordele, ensovoorts nie. Die geleentheid vir lede van die gehoor om terugvoer aan die bron te gee, is beperk en stadig, dus kan die bron nie maklik aanpas nie. Rolprentvervaardigers hoop byvoorbeeld dat baie mense na hul film sal gaan kyk, maar hulle is nie presies seker wie na die film gaan kyk nie. As filmresensies dan swak is, kan die produsente nie veel doen om die film te verander nie (Dainton & Zelle 2005:197).

DeFleur en Dennis (1985:10) definieer massakommunikasie as 'n proses waarin professionele kommunikatore die media gebruik om boodskappe vinnig, wydverspreid en aanhoudend te

versprei aan groot en diverse gehore, met voorgenome betekenis om die gehoor op 'n verskeidenheid maniere te beïnvloed.

## 2.6 DIE MASSAKOMMUNIKASIEPROSES

Volgens Tubbs en Moss (2000:449) is die “hekwagter” as konsep essensieel om die werkinge van massakommunikasie te verstaan. 'n Hekwagter is 'n persoon wat die vloei van inligting na 'n ontvanger of groep ontvangers kan beïnvloed deur boodskappe te selekteer, te verander en te verwerp. Hoewel hierdie konsep – hekwagter – op ander kommunikasiekontekste toegepas kan word, is dit veral relevant vir massakommunikasie. Die hekwagter is 'n belangrike aspek van massakommunikasie en hekwagters kom in alle vorme van massamedia voor. In massakommunikasie vind ons 'n netwerk van hekwagters. Die hekwagter se keuses rakende watter inligting gekies en watter inligting verwerp gaan word, word deur verskeie veranderlikes beïnvloed:

- ◆ Die ekonomie: Die meeste vorme van massamedia is gemoeid met die maak van wins, asook hoe geld gewerf en bestee word. Adverteerders, borge en ander het dus 'n groot impak op nuusseleksie en hoofartikels.
- ◆ Wetlike beperkinge: Sekere wetlike aspekte sal media-inhoud en -aanbieding beïnvloed.
- ◆ Spertye: Dit affekteer die diepte, asook die tyd beskikbaar om die akkuraatheid van geselekteerde nuus te bepaal. Spertye affekteer ook dit wat uiteindelik uitgesaai gaan word. As daar slegs 'n beperkte tydgleuf beskikbaar is, moet die hekwagter keuses maak rakende die belangrikheid van die beskikbare nuus.
- ◆ Etiek: Die hekwagter se etiek, op sowel persoonlike as professionele vlak, beïnvloed ook die nuus wat gekies gaan word. Dit is 'n etiese besluit wat bepaal hoeveel moeite gedoen sal word om “regverdig” teenoor 'n borg of 'n saak wat deur die borg ondersteun word, te wees. Persoonlike etiek sal bepaal of die hekwagter se voor- en afkeure, sieninge en belange 'n invloed by nuusseleksie sal hê.
- ◆ Kompetisie tussen media: In 'n area met verskeie beskikbare bronne is die kans goed dat hierdie soort kompetisie die vlak van professionaliteit sal verhoog, wat dus tot 'n objektiewer aanbieding van inligting lei.

- ◆ Die intensiteit van 'n item in vergelyking met al die ander wat beskikbaar is, asook die tyd wat dit neem om die storie aan te bied, moet gebalanseerd wees.
- ◆ Reaksie op terugvoer: Hoewel terugvoer vertraag is, is dit 'n belangrike faktor wat hekwagters se nuusseleksie beïnvloed. As 'n politieke spotprent byvoorbeeld 'n etniese groep beledig en as daardie groep briewe skryf waarin hulle 'n openbare verskoning eis, kan die redakteur van daardie publikasie 'n lang tyd neem voordat daar weer so 'n tipe spotprent geplaas word (Tubbs & Moss 2000:449-452)

## 2.7 TEORIEË OOR MASSAKOMMUNIKASIE

Hoewel daar heelwat teorieë oor massakommunikasie bestaan, word daar vir die doeleindes van hierdie studie slegs na die volgende teorieë gekyk: gebruikersgratifikasie en semiotiek. Aangesien daar in dié studie na die boodskappe in spotprente gekyk word, is die semiotiekteorie van toepassing omdat die semiotiek letterlik die “studie van tekens” behels, en spotprente wemel van verskillende tekens. Teorieë oor gebruikersgratifikasie is van toepassing omdat lesers die spotprente in satiriese tydskrifte, in hierdie geval die tydskrif *Punch*, juis gekies het omdat hulle gevoel het dat dit sekere behoeftes en belangstellings bevredig. Dit is dan ook die kern van die gebruikersgratifikasieteorie, naamlik dat gehore selektief is ten opsigte van dit wat hulle kies aangesien hulle hul behoeftes en belangstellings wil bevredig.

### 2.7.1 Gebruikersgratifikasie

Katz, Blumler en Gurevitch (1982, in Davison, Boylan en Yu 1982:158) sê dat ons volgens die teorie oor gebruikersgratifikasie sekere inligting sal waarneem, onthou of daaraan aandag gee aangesien dit genotvol is of omdat dit op 'n sekere manier ons behoeftes en belangstellings sal bevredig. Hierdie inligting mag dalk nie met ons bestaande idees ooreenstem nie, maar ons sal daaraan aandag gee as ons verwag dat dit bruikbaar sal wees of aan ons bevrediging sal verskaf.

“Joernaliste het lankal reeds tot die besef gekom dat mense op een of ander manier ‘vergoed’ moet word omdat hulle aandag gee aan 'n sekere item. In 1956 het 'n joernalis

dit soos volg gestel: “Die leser lees selektief deur hoofopskrifte te gebruik om hom na die sake van sy belang te lei” (Davison *et al.* 1982:158; eie vertaling).

### **2.7.1.1 'n Beskrywing van gebruikersgratifikasie**

Katz (1982, in Abercrombie & Longhurst 1998:7; Bryant & Zillmann 1994:418) se definisie van gebruikersgratifikasie gee 'n goeie aanduiding van die aard van die benadering. Hiervolgens beklemtoon teorieë oor gebruikersgratifikasie die sosiale en sielkundige oorsprong van behoeftes, wat vervolgens tot die ontstaan van bepaalde verwagtinge oor die massamedia lei en wat uiteindelik lei tot verskillende patrone vir mediablootstelling om spesifieke behoeftes te bevredig terwyl daardie media steeds 'n nie-intensionele invloed op die gebruiker het (Abercrombie & Longhurst 1998:7; Bryant & Zillmann 1994:418).

Die teorie van gebruikersgratifikasie berus op vyf aannames, nl.

- ◆ Kommunikasiegedrag is doelgerig, gemotiveerd en funksioneel.
- ◆ Die gebruikers of lede van die gehoor is grotendeels verantwoordelik vir die uitoefening en dus die inisiatief om 'n verband tussen 'n bepaalde medium en behoefte waar te neem.
- ◆ 'n Verskeidenheid sosiale en sielkundige faktore beïnvloed kommunikasiegedrag, insluitend vooropgestelde idees, interaksie en die omgewing waarin die gedrag plaasvind.
- ◆ Die massamedia kompeteer met ander vorme van kommunikasie vir aandag en die uitvoer van 'n keuse deur die gebruiker in die bevrediging van 'n behoefte.
- ◆ Gebruikers het normaalweg 'n groter invloed op die kommunikasieproses as die medium, alhoewel daar uitsonderings is. Elke medium oefen steeds 'n invloed op die gebruiker uit (Abercrombie & Longhurst 1998:8; Bryant & Zillmann 1994:420).

### **2.7.1.2 Die spotprent en gebruikersgratifikasie**

In hierdie studie word spesifiek gekyk na hoe die spotprent as propaganda-medium gebruik is en hoe dit doelbewus op subjektiewe wyse deur die satiriese publikasie, *Punch*, aangewend is. Die spotprente het ook aan 'n spesifieke gehoor kommentaar verskaf. 'n Sekere gehoor het doelbewus 'n keuse gemaak om *Punch* te koop en te lees, aangesien hulle gevoel het dat die spotprente

daarin hulle spesifieke behoeftes en belangstellings bevredig. Hierin kan die teorie oor gebruikersgratifikasie waargeneem word.

### **2.7.1.3 Kritiek teen die teorie oor gebruikersgratifikasie**

Ten spyte van die gewildheid van hierdie teorie het kenners reeds 'n hele paar probleme ten opsigte daarvan uitgewys. Elliott, Lometti, Reeves, Bybee en Swanson (1982, in Davison *et al.* 1982:159) sê een probleem is dat ons nie presies weet wat 'n "behoefte" is nie. Dit is iets wat mense wil hê, maar is alles wat ons wil hê dan 'n behoefte? Veronderstel dat behoeftes werklik bestaan, kan mense spesifiseer wat dit is? Ons almal ondervind af en toe gevoelens van onbevrediging sonder dat ons weet hoekom. Is dit omdat ons 'n onbevredigde behoefte aan aanvaarding of kameraadskap het of is dit slegs 'n geval van 'n bietjie sooibrand? Verder is dit onduidelik presies hoe die massamedia 'n behoefte of 'n belang kan bevredig. Ons weet dat boodskappe alleen nie betekenis bevat nie; mense skep daardie betekenis. As die vermoë van kommunikasie om 'n behoefte te bevredig, afhang van die individu se vermoë om betekenis daaraan toe te skryf, word dit moeilik om 'n verband tussen 'n spesifieke kommunikasie en die bevrediging van 'n spesifieke behoefte te lê.

'n Verdere probleem is dat sekere respondente nie daartoe in staat is om die gratifikasie wat hulle deur mediaverbruik ondervind, te spesifiseer as daar "oop" vrae aan hulle gevra word nie. So 'n vraag kan byvoorbeeld wees: "Hoekom kyk jy die nuus op televisie?" As hierdie respondente egter 'n geslote vraag gevra word, byvoorbeeld "Help televisienuus jou om te voel dat jy beter ingelig is?" kom hulle dan tot die besef dat 'n behoefte bevredig word.

Omdat mense soveel verskillende behoeftes het en omdat hierdie mense hulself in soveel verskillende situasies bevind, is die aantal behoeftes wat die massamedia soms moet help bevredig, enorm. Niemand het nog ooit die poging aangewend om 'n volledige lys op te stel nie; dit sal waarskynlik onmoontlik wees. Daar is nietemin 'n aantal lysie van die kategorieë behoeftes wat die massamedia sou kon bevredig. Een lys deur McQuail, Blumler en Brown (1972) lui as volg:

- ◆ afleiding, insluitende emosionele vrylating, die ontsnap van probleme en 'n welkome afleiding van roetine;
- ◆ behoeftes wat te doen het met persoonlike verhoudinge; hier kan die media plaasvervangende kameraadskap of materiaal vir gesprekvoering verskaf;
- ◆ behoeftes wat te doen het met individuele psigologie: die begeerte om gerusstelling te verkry, om jouself te verstaan, om belangrik te voel en om 'n persoonlike identiteit te kry; en
- ◆ waarneming van die omgewing, insluitende die behoefte om te weet van gebeure wat jou kan raak en om inligting te verkry wat jou gaan help om iets te doen of te bereik.

Nog 'n lys deur Katz, Gurevitch en Haas (1982) bevat substansieel dieselfde kategorieë, maar word anders gesel:

- ◆ kognitiewe behoeftes wat te doen het met die verwerwing van inligting, kennis en intelligensie;
- ◆ affektiewe behoeftes wat te doen het met emosionele of estetiese ondervindinge, insluitend die behoefte aan liefde en vriendskap en die behoefte om mooi dinge te sien;
- ◆ persoonlike behoeftes soos die behoefte aan selfvertroue, stabiliteit, status en gerusstelling;
- ◆ sosiale behoeftes, byvoorbeeld die versterking van kontakte met familie, vriende en ander mense oor die algemeen; en
- ◆ spanningsverligtingsbehoefte vir ontsnapping en afleiding.

### **2.7.2 Die semiotiek**

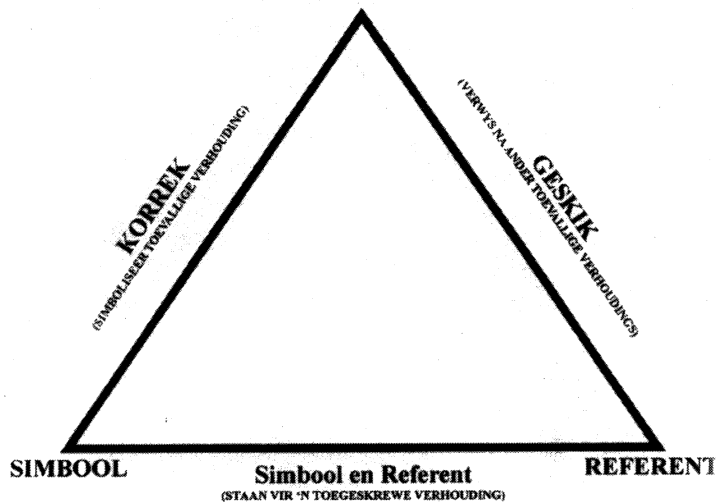
Volgens Littlejohn en Foss (2008:35) is die *semiotiek* of die “studie van tekens” 'n belangrike tradisie in kommunikasieteorie. Die semiotiese tradisie bestaan uit 'n verskeidenheid teorieë oor hoe tekens objekte, idees, situasies, gevoelens en toestande buite hulself verteenwoordig. Die studie van tekens verskaf nie net 'n manier om na kommunikasie te kyk nie, maar dit het ook 'n kragtige impak op amper alle perspektiewe in die kommunikasieteorie (Littlejohn & Foss 2008:35).

### 2.7.2.1 'n Beskrywing van die semiotiek

Littlejohn en Foss (2008:35) sê dat die basiese konsep wat hierdie tradisie verenig die *teken* is, wat gedefinieer kan word as 'n “stimulus wat 'n aanduiding is van 'n ander toestand”, soos rook die teenwoordigheid van vuur aandui. 'n Tweede basiese konsep is *simbool* wat gewoonlik dui op 'n komplekse teken met baie betekenis, insluitende persoonlike tekens. Daar word 'n sterk onderskeid tussen tekens en simbole getref – tekens het 'n duidelike referent in die werklikheid, terwyl simbole arbitrêr is (Littlejohn & Foss 2008:35).

Die meeste denkwyses aangaande die semiotiek behels die basiese idee van die “driehoek van betekenis” wat behels dat betekenis verkry word vanaf 'n verhouding tussen drie dinge – die objek (of referent), die persoon (of interpreteerder) en die teken. Charles Saunders Peirce, die eerste moderne navorser oor die semiotiek, kan ook as die vader van die semiotiek beskou word. Hy het die semiotiek gedefinieer as 'n verhouding tussen 'n teken, 'n objek en 'n betekenis. Die teken verteenwoordig die objek of referent in die kop van die interpreteerder. Die woord *hond* word byvoorbeeld in ons koppe met 'n sekere dier geassosieer. Die woord is nie die dier nie, maar is die denke, assosiasies of interpretasies wat die woord aan die objek koppel. 'n Persoon wat 'n hondeliefhebber is en een as 'n troeteldier het, sal die teken *hond* anders ervaar as die individu wat as kind deur 'n hond gebyt is. Figuur 2.2 wys al drie die elemente van die semantiese triade of driehoek soos genoem deur C.K. Ogden en I.A. Richards (2008, in Littlejohn & Foss 2008:35).

**FIGUUR 2.2 DIE DRIE ELEMENTE VAN DIE SEMANTIESE DRIEHOEK  
DENKE OF VERWYSINGS**



Bron: Littlejohn en Foss 2008:36

Littlejohn en Foss (2008:35) sê verder 'n studie van persoonlike voornaamwoorde deur Wendy Martyna wys dat 'n teken soos 'n persoonlike voornaamwoord deur die interpretasie van die gebruiker 'n verbintenis met die referent het. Betekenis hang dus af van die beeld of gedagte van die persoon in verhouding tot die teken en die objek wat die teken verteenwoordig. Die semiotiek kan in drie studieveldde verdeel word, naamlik die semantiek, sintaks (syntactics) en pragmatiek. Die semantiek gaan oor hoe tekens verband hou met hulle referente, of waarvoor tekens staan. Die semiotiek veronderstel twee wêreldes – 'n wêreld van dinge en 'n wêreld van tekens – en werp meer lig op die verhouding tussen hierdie twee wêreldes. Wanneer ons vra “wat verteenwoordig 'n teken?”, is ons in die veld van semantiek. Woordeboeke is byvoorbeeld semantiese verwysingsboeke, hulle sê vir ons wat 'n woord beteken of wat dit verteenwoordig (Littlejohn & Foss 2008:35-36).

### **2.7.2.2 Die spotprent en die semiotiek**

Sintaks is die studie van die verhoudings tussen tekens. Tekens staan feitlik nooit alleen nie. Hulle is amper altyd deel van 'n groter tekensisteem of 'n groep tekens wat op 'n spesifieke manier gerangskik word. Sintaks verwys na die wyse waarvolgens mense tekens tot komplekse betekenissisteme saamvoeg. Die semiotiek behels die veronderstelling dat tekens altyd in

verhouding tot ander tekens verstaan kan word. Die pragmatiek kyk na hoe tekens 'n verskil in mense se lewens maak of na die praktiese gebruik en invloed van tekens en hulle impak op die sosiale lewe. Die pragmatiek het die belangrikste impak op kommunikasieteorie gemaak omdat tekens en tekensisteme gesien word as werktuie waarmee mense kommunikeer. Sowel sintaks as die semantiek en pragmatiek is op spotprente van toepassing (Littlejohn & Foss 2008:36).

### **2.7.2.3 Kritiek teen die semiotiekteorie**

Volgens Chandler (2009:aanlyn) stem semiotici nie werklik saam oor die omvang en metodologie van die semiotiek nie. Die enigste aspek waaroor werklik saamgestem word, is dat die semiotiek die “studie van tekens” is. Chandler (2009:aanlyn) sê hoewel Saussure uitgesien het na die dag waarop die semiotiek deel van die sosiale wetenskappe sou word, is die semiotiek steeds 'n los-gedefinieerde praktyk eerder as 'n verenigde, volledige analitiese metode of teorie. Die “semiotiese analise” ten slegste slegs 'n bietjie meer as 'n pretensieuse vorm van literêre kritiek wat buite die grense van die letterkunde toegepas word en op subjektiewe interpretasie en verhewe aannames gebaseer is. Hierdie soort mishandeling het aan die semiotiek 'n reputasie besorg waarop niemand jaloers is nie en in sekere gevalle word dit gesien as die laaste uitweg vir akademiese “kansvatters”. Kritiek teen die semiotiek het daartoe gelei dat sommige teoretici die semiotiek heeltemal verwerp het, terwyl ander probeer het om dit met nuwe perspektiewe te amalgameer (Chandler 2009:aanlyn).

Nog kritiek teen die semiotiek is dat dit dikwels as “imperialisties” geklassifiseer word, aangesien sommige semiotici dit beskou as toepasbaar op en gemoeid met alles en enigiets en dat dit byna elke akademiese dissipline binnedring (Chandler 2009:aanlyn). McQuarrie en Mick (1992, in Chandler 2009:aanlyn) meen semiotiese analise is slegs een van baie tegnieke wat gebruik kan word om die praktyke van simbole en tekens te ondersoek. Volgens hulle is tekens in verskillende media nie dieselfde nie en moet verskillende soorte tekens op verskillende maniere bestudeer word. Soos met enige “bemiddelingsproses” is die semiotiek beter gepas vir sekere doelwitte as vir ander. Die semiotiek leen sigself nie tot kwantifisering nie, 'n funksie waarvoor inhoudsanalise baie beter geskik is. Semiotiese benaderings maak dat sekere vrae makliker as ander gevra word: dit wys nie hoe mense in sekere sosiale kontekste tekste interpreteer nie. Dus

moet etnografiese en fenomenologiese benaderings gebruik word (McQuarrie & Mick 1992, in Chandler 2009:aanlyn).

Messaris (1997, in Chandler 2009:aanlyn) sê dat semiotici nie altyd die beperkinge van hulle tegnieke duidelik maak nie en dat die semiotiek somtyds voorgehou word as 'n soort "gereedskap" wat vir alles gebruik kan word. Saussureaanse semiotiek is gebaseer op 'n linguistiese model, maar nie almal stem daarmee saam dat dit produktief is om byvoorbeeld fotografie en film as "tale" te behandel nie. Corner (1980, in Chandler 2009:aanlyn) kritiseer die manier waarop sommige semiotici amper alles as 'n "kode" behandel. Die besonderhede van sulke kodes is egter ontoereikend.

Chandler (2009:aanlyn) sê dat sekere semiotici hulle analise volgens William Leiss en sy kollegas voorhou asof dit "suiwer, objektiewe" bevindinge is, eerder as "subjektiewe interpretasies". Tog is daar min semiotici wat dit nodig vind om empiriese bewyse vir spesifieke interpretasies te verskaf. Heelwat semiotiese analises is losweg impressionisties en hoogs onsistematies. William Leiss en sy kollegas meen ook dat 'n groot nadeel van die semiotiek die feit is dat dit geweldig baie op die bekwaamheid van die individuele analis steun. McQuarrie en Mick (1992, in Chandler 2009:aanlyn) sê dat semiotiese analises in die praktyk deurgaans uit individuele leeshandelings bestaan. Ons kry selde die kommentaar van 'n aantal analiste oor dieselfde teks. Strukturalistiese semiotici neig om geen ruimte vir alternatiewe lesings te laat nie (McQuarrie & Mick 1992, in Chandler 2009:aanlyn).

Gardiner (1992, in Chandler 2009:2) meen die semiotiek neig om die aanname te maak dat betekenis slegs in terme van die bepaling van tekstuele strukture verklaarbaar is. Hierdie standpunt is subjektief tot 'n kritiek soos linguistiese determinisme. Die strukturalistiese semiotiek is nie met die produksieproses, interpretasie deur die gehoor of selfs outeursintensies gemoeid nie. Dit ignoreer verskeie praktyke, institusionele raamwerke en die kulturele, sosiale, ekonomiese en politieke konteks (Gardiner 1992, in Chandler 2009:aanlyn).

Strinati (1995, in Chandler 2009:aanlyn) sê:

Hoe weet ons dat 'n bos rose op passie dui tensy ons ook weet wat die intensie van die sender is, wat die ontvanger se reaksie is en watter tipe verhouding tussen hulle bestaan? As die twee wel geliefdes is en hulle die gee en ontvang van blomme as 'n aspek van die romantiese en sensuele beskou, kan ons dalk hierdie interpretasie aanvaar. Maar as ons dit wel so aanvaar, aanvaar ons dit nie as gevolg van die teken nie, maar as gevolg van die sosiale verhoudinge wat ons uit die teken kan aflei. Die rose kan ook as 'n grap, 'n belediging, 'n teken van dankbaarheid, of dalk iets anders, gestuur word. Hulle kan dalk passie aandui aan die kant van die sender, maar walging aan die kant van die ontvanger. Dit kan ook familieverhoudinge aandui, eerder as verhoudinge tussen geliefdes, en so meer. Dit kan self 'n teken wees van seksuele uitbuiting (Strinati 1995, in Chandler 2009:aanlyn; eie vertaling).

Cook (1992, in Chandler 2009:5) voer die argument aan dat daar 'n tendens is vir sekere semiotici om kommunikasie as 'n eenvoudige “dekoderingsproses” voor te stel. Die gewilde frase “decoding advertisements” is vir die eerste keer deur Judith Williamson gebruik as die titel van 'n boek wat in 1978 gepubliseer is. Dit is sedertdien menigmaal in publikasies en kursusse gebruik. Die essensie van Williamson se benadering is om die “regte betekenis van woorde en beelde” in 'n teks te ontmasker, asook om die “regte wêreld” waarna die “onwerklike” beelde in die advertensie verwys, te ontbloot. Hierin is 'n duidelike aanname dat daar nie net 'n duidelike onderskeid tussen “realiteit” en “fiksie” is nie, maar dat realiteit ook moreel verhewe is. Hoewel die dekodering by geleentheid interessante resultate kan oplewer, is 'n nadeel van dié benadering die afleiding dat sulke gelykstellings 'n volledige benadering verteenwoordig (Cook 1992, in Chandler 2009:aanlyn).

Cook (1992, in Chandler 2009:aanlyn) voeg ook by dat 'n verdere swakheid van die semiotiese benadering die feit is dat dit eksklusief fokus op aspekte wat dieselfde is. Sodra hierdie ooreenkomste waargeneem is, word 'n finaliteit daaraan geheg sodat dit wat uniek is daaraan nie raakgesien word nie. Coward en Ellis (1977, in Chandler 2009:aanlyn) het ook opgemerk dat strukturalistiese analise onvoldoende is om die verskille tussen tekste aan te dui.

## 2.8 SLOTOPMERKING

Hierdie hoofstuk het 'n oorsig gebied oor die kommunikasiewetenskap as studieveld en meer spesifiek oor massakommunikasie waarop daar in hierdie studie gefokus sal word. Spotprente word bestudeer as 'n vorm deel van massakommunikasie. Daar is gekyk na twee spesifieke teorieë oor massakommunikasie, naamlik gebruikersgratifikasie en die semiotiek, en waarom dit juis op spotprente van toepassing is. Daar is verduidelik wat beide hierdie teorieë behels en die kritiek teen die teorieë is ook toegelig.

In *Hoofstuk 3* word daar na propaganda gekyk. Aspekte soos die ontstaan van propaganda, definisies daarvan, soorte propaganda, propaganda-tegnieke en die verspreiding van propaganda word behandel, aangesien daar in hierdie studie gekyk word na die gebruik van spotprente in spesifiek *Punch*, as propaganda-media.

## HOOFSTUK 3

### PROPAGANDA

#### 3.1 INLEIDING

Spotprente word sedert die vroegste tye gebruik om veral in tye van oorlog propaganda te versprei. Die spotprente in die Britse satiriese joernaal *Punch*, wat tydens die Anglo-Boereoorlog uitgegee is, is duidelik ook vir propaganda-doeleindes geplaas. Dit sal in latere hoofstukke bespreek word. Vervolgens word daar gekyk na hoe propaganda ontstaan het, na propaganda-definisies, na soorte propaganda, na verskillende propaganda-tegnieke en na die verspreiding van propaganda.

#### 3.2 DIE GESKIEDENIS VAN PROPAGANDA

Daar is bewyse dat propaganda 'n aktiwiteit is wat al baie lank deur mense beoefen word (Taylor 2009:aanlyn). Geskrifte deur Romeine soos Livy word beskou as meesterstukke van pro-Romeinse staatspropaganda. Propaganda-tegnieke is die eerste keer vroeg in die twintigste eeu deur die joernalis Walter Lippman en die sielkundige Edward Bernays gekodeer en toegepas. Lippman en Bernays is gedurende die Eerste Wêreldoorlog deur die destydse president van die Verenigde State van Amerika, Woodrow Wilson, gehuur om die bevolking se mening so te swaai dat hulle oortuig geraak het van die noodsaak om aan Brittanje se kant tot die oorlog toe te tree. Hierdie oorlogspropaganda-veldtog van Lippman en Bernays het binne ses maande 'n intensiewe anti-Nazi-histerie veroorsaak. Amerikaanse sakeondernemings en ook Adolf Hitler was beïndruk met die potensiaal van grootskaalse propaganda om die openbare mening te beheer. Die huidige menslike hulpbronbedryf is 'n direkte gevolg van Lippman en Bernays se werk en word steeds op groot skaal deur die regering van die Verenigde State van Amerika gebruik. Propaganda is tydens die Tweede Wêreldoorlog aanhoudend as 'n oorlogswaapen gebruik, deur sowel Hitler se propagandis Joseph Goebbels as die Britse Regering (Taylor 2009:aanlyn).

Volgens D'Silva (2007:aanlyn) word propaganda sedert die vroegste tye gebruik. Dit is basies 'n boodskap wat daarop gemik is om mense se gedrag, menings en besluite te beïnvloed. Propaganda hoef nie noodwendig van 'n sedelike aard te wees nie en is dikwels misleidend of oordrewe (D'Silva 2007:aanlyn).

Propaganda deel baie tegnieke met reklame, maar propaganda het gewoonlik veral politieke of nasionalistiese temas (Taylor 2009:aanlyn). In die algemeen verwys propaganda na opsetlike vals of misleidende inligting om 'n politieke saak te bevorder of die belange van dié in magposisies te ondersteun. Die propagandis wil die manier verander waarop mense oor 'n situasie dink. Die doel is om hulle aksies te verander sodat dit wenslik is vir die belanghebbende groep. Die doel hiervan is nie om mense se koppe met vals inligting te vul nie, maar om hulle daarvan te weerhou om die ware inligting te wete te kom. Wat propaganda van ander vorme van advokatuur onderskei, is die bereidwilligheid van die propagandis om mense se persepsies deur misleiding en verwarring, eerder as oorreding en begrip te verander (Taylor 2009:aanlyn).

Taylor (2009:aanlyn) sê verder dat propaganda in tye van oorlog 'n magtige wapen is. In sulke gevalle is die doel daarvan gewoonlik die ontmensliking van die vyand en om haat teenoor die vyand te skep of aan te blaas, of dit nou intern of ekstern is. Die tegniek is om 'n vals beeld te skep. Dit kan gedoen word deur spesiale woordkeuses te gebruik, om sekere woorde glad nie te gebruik nie of om te sê dat die vyand verantwoordelik is vir sekere gebeure – wat onwaar is. Die meeste propaganda-oorloë vereis 'n gevoel onder die tuisbevolking dat die vyand 'n onregverdige daad gepleeg het wat fiktief of op feite gebaseer kan wees. Die tuisbevolking moet ook besluit dat hulle doelwit tot oorlogvoering geregtig is (Taylor 2009:aanlyn).

In oorlogstye of wanneer daar 'n voorspel tot 'n oorlog is, is daar gewoonlik 'n wedersydse wisselwerking tussen boodskappe van haat aan die een kant en emosies van eer en regverdigheid aan die ander kant. Die rede hiervoor is om magtige propaganda-kwessies aan te vuur. (Shah 2005:aanlyn). Shah (2005:aanlyn) sê verder dat baie mense meen dat dit in tye van oorlog onvermydelik is dat mense gaan sterf:

“In baie gevalle is oorlog egter nie onvermydelik nie en word propaganda dikwels gebruik om oorloë aan te hits. Dié wat die negatiewe beeld van die vyand skep, versterk dit dikwels met retoriek oor die regverdigheid van hulle eie beeld; die doel is om mense tot die besef te bring dat dit wat gedoen word in die beste belang van almal is. Die beginsel wat gewoonlik gebruik word om die ander party af te kraak, is gewoonlik nie die beginsel wat gebruik word om die ander party te oordeel nie wat lei tot beskuldigings van dubbele standaarde en skynheiligheid” (Shah 2005:aanlyn; eie vertaling).

In ’n artikel vir die Britse koerant *The Guardian*, noem die bekroonde joernalis Phillip Knightley vier stadia in die voorbereiding van ’n nasie vir ’n oorlog (Shah 2005:aanlyn).

1. Die krisis: Die verslagdoen oor ’n krisis waarin dit duidelik is dat onderhandelings nie tot ’n punt kom nie. Dit media gee dit weer as “Ons is op die randjie van oorlog”.
2. Die demonisering van die vyand se leier: Dit is as gevolg van die onmiddellike beelde wat aan Hitler se naam gekoppel word altyd ’n goeie begin om die vyand se leier met Hitler te vergelyk.
3. Die demonisering van die vyand as individue: Hier kan byvoorbeeld voorgestel word dat die vyand “mal” is.
4. Wreedhede: Stories word selfs hieroor opgemaak om emosionele reaksies te versterk.

### **3.3 DEFINISIES VAN PROPAGANDA**

Volgens Turner (2009:aanlyn) is daar geen presiese definisie vir propaganda nie. Dit is manipulasie op soveel verskillende vlakke en vorme dat een definisie nie voldoende sal wees nie. Propaganda is sowel goed as sleg. Die Rooms Katolieke Kerk het in die vyftiende eeu hulle eie propaganda-stelsel gehad om die Christelike geloof te versprei. Die Kerk was egter nie alleen in hulle gebruik van propaganda nie. Elke regeerder en baie ander het die een of ander vorm van propaganda gebruik om hulle eie agendas te bevorder (Turner 2009:aanlyn).

Verdere definisies (in Turner 2009:aanlyn) lui soos volg: “Propaganda is die kuns waardeur ’n mens jou vriende mislei terwyl jy nie jou vyande heeltemal oortuig nie.” Propaganda kan ook beskryf word as die “georganiseerde manipulasie van sleutelsimbole en beelde in kulture met die

doel om 'n messagehoor te oorreed om 'n standpunt in te neem of om tot aksie oor te gaan of om onaktief te reageer op 'n kontroversiële saak” (Turner 2009:aanlyn; eie vertaling).

Taylor (2009:aanlyn) sê dat die woord propaganda in Oud-Latyn beteken dat “dinge gepropageer moet word”. In 1622, kort na die begin van die Dertigjarige-Oorlog, het Pous Gregorius XV die Congregatio de Propaganda Fide gevestig (’n Vergadering vir die Propagering van die Geloof). Hierdie vergadering het bestaan uit ’n komitee van kardinale met die doel om die propagering van die Christendom deur sendelinge na nie-Christelike lande aan te moedig. Die term het dus oorspronklik nie na “misleidende inligting” verwys nie (Taylor 2009:aanlyn).

### **3.4 SOORTE PROPAGANDA**

Daar kan ’n onderskeid tussen soorte propaganda getref word. Taylor (2009:aanlyn) sê propaganda kan na aanleiding van die bron daarvan geklassifiseer word. Wit propaganda kom van ’n bron wat sigself openlik identifiseer. Swart propaganda gee voor dat dit van ’n vriendelike bron afkomstig is, maar is in der waarheid van teenstanders afkomstig. Grys propaganda gee voor dat dit van ’n neutrale bron afkomstig is, maar is ook van ’n teenstander afkomstig (Taylor 2009:aanlyn).

Shah (2005:aanlyn) sê dat Arthur Siegel, ’n professor by die York-universiteit in Toronto, Kanada, vier vlakke in propaganda beskryf:

“Die eerste vlak is die Groot Leuen wat aangepas is deur Hitler en Stalin. Die staatsbeheerde Egiptiese pers het ’n Groot Leuen versprei deur te sê die Wêreldhandelsentrum is deur Israel aangeval om die Arabiere in ’n verleentheid te stel. Die tweede vlak van propaganda kan as volg beskryf word: “Iets hoef nie die waarheid te wees nie, solank dit aanneemlik is”. Die derde strategie is om die waarheid te vertel, maar om die ander se siening te weerhou. Die vierde en mees produktiewe strategie is om die waarheid te vertel, asook die goeie en die slegte, die verliese en die winste. Regerings in die Westerse samelewing gaan gewoonlik oor tot die laaste drie stappe. Hulle vermy die Groot Leuen wat niemand sal glo nie” (Shah 2005:aanlyn eie vertaling).

### 3.5 PROPAGANDA-TEGNIEKE

Taylor (2009:aanlyn) sê verder oor die tegnieke van propaganda: “Dit is essensieel om kennis te hê van die tegnieke waardeur propaganda gegenereer word” en dan noem hy die volgende tegnieke:

- ◆ 'n Beroep op vrees: Die doel hiervan is om ondersteuning te werf deur vrees by die algemene bevolking in te boesem.
- ◆ 'n Beroep op outoriteit: Daar word 'n beroep op outoriteit gedoen waardeur sekere prominente figure voorop gestel word om 'n posisionele idee, argument of aksie te ondersteun.
- ◆ Die reklamewa: Die doel hiervan is om die teikengehoor te oorreed om tot 'n sekere aksie oor te gaan omdat “almal anders dit doen”. Hierdie tegniek versterk die mens se natuurlike begeerte om aan die wenkant te wees. Die tegniek word gebruik om 'n gehoor te oortuig dat dit in hulle beste belang is om hulle ondersteuning aan 'n sekere saak te gee. “Onvermydelike oorwinning” nooi dié wat nie reeds deel is nie om met die reklamewa op die pad na sukses mee te gaan. Dié wat alreeds deel is van die aksie word verseker dat hulle deelname die beste optrede is.
- ◆ Oorreding van 'n gehoor om iets af te keur: Hierdie tegniek word gebruik om die gehoor te oorreed om 'n aksie of idee af te keur deur voor te gee dat dié spesifieke idee gewild is onder groepe wat deur die teikengehoor gehaat of gevrees word.
- ◆ Skreurende oorveralgemening: Hierdie tegniek maak gebruik van intense, emosionele woorde wat tot so 'n mate met hoogs gewaardeerde konsepte en oortuigings geassosieer word dat hulle sonder rede of inligting oortuiging dra. Hierdie woorde spreek tot emosies soos die liefde vir 'n land en 'n mens se huis; die strewe na vrede, vryheid, glorie en eer.
- ◆ Rasionalisering: Individue of groepe kan gebruik maak van geliefkoosde veralgemenings om aksies of oortuigings wat bevraagteken word, te rasionaliseer. Vae en aangename frases word dikwels gebruik om sulke aksies of oortuigings te regverdig.
- ◆ Opsetlike vaagheid: Veralgemenings is met opset vaag sodat die gehoor tot hulle eie interpretasies kan kom.

- ◆ Oordrag: Hierdie tegniek projekteer positiewe of negatiewe eienskappe van 'n persoon, entiteit, objek of waarde na 'n ander met die doel om laasgenoemde óf aanvaarbaarder te maak óf af te kraak.
- ◆ Oorvereenvoudiging: Gunsteling veralgemenings word gebruik om eenvoudige antwoorde op komplekse sosiale, politieke, ekonomiese of militêre probleme te bied.
- ◆ Gewone man-tegniek: Hierdie tegniek wil die gehoor oortuig dat die propagandis se sieninge dié van die gewone mens reflekteer. Dit is ontwerp om die gehoor te oortuig deur om op 'n gewone manier en styl met die gehoor te kommunikeer.
- ◆ Getuienis: Getuienisse word aangehaal, binne of buite konteks, om 'n gegewe standpunt, aksie, program of persoonlikheid te ondersteun of te verwerp.
- ◆ Stereotipering: Hierdie tegniek poog om vooroordele by die gehoor te skep deur die objek van die propaganda-veldtog te kenmerk as iets wat die teikengehoor vrees, haat, verafsku, of onaanvaarbaar vind.
- ◆ Misplaaste blaam: Die blaam word gepak op 'n individu of groep wat nie werklik vir iets verantwoordelik is nie. Hierdeur word skuldgevoelens weggeneem van die verantwoordelike party/e en word die aandag afgetrek van die behoefte om die probleem waarvoor die blaam aangeskryf word, op te los.
- ◆ Hoogs aangeskrewe waardes: Hierdie is woorde wat voorkom in die waardesisteen van die teikengehoor en wat 'n positiewe beeld skep wanneer dit aan 'n persoon of saak toegeskryf word. Dit sluit in woorde soos vrede, geluk, sekuriteit, wyse leierskap en vryheid.
- ◆ Slagspreuke: 'n Bekende frase kan stereotipering insluit.

### **3.6 DIE VERSPREIDING VAN PROPAGANDA**

Propaganda kan deur alle soorte media versprei word (D'Silva 2007:aanlyn). Dit sluit in radio- of televisie-uitsendings, pamflette, plakkate, ensovoorts. Propaganda-tegnieke sluit in boeke, pamflette, poskaarte, films, radio, televisie, regeringsverslae, nuusberigte en historiese hersiening (D'Silva 2007:aanlyn).

MacLean (1981:73) noem televisie, advertensies en die nuusmedia as die belangrikste propaganda-bronne. “Ander bronne sluit in die musiek- en filmindustrieë, tydskrifte, sportsoorte met groot getalle ondersteuners, populêre tydskrifte, spotprente en strokiesprent-boeke” (MacLean 1981:73; eie vertaling).

Volgens Stark (1930:aanlyn) word propaganda veral deur middel van die volgende versprei:

- ◆ deur die geskrewe woord;
- ◆ deur die gesproke woord;
- ◆ deur massa-optogte; en
- ◆ deur kulturele byeenkomste.

“Deur middel van die geskrewe woord, word politieke propaganda veral versprei deur pamflette, blaadjies, koerante, boeke, plakkate, posseëls, poskaarte, advertensieborde, films en plakkers. Dit is baie effektief om pamflette met karikature, verskillende kleure en herkenbare slagspreuke daarop te versprei. Advertensiebrosjures kan ook gepos word. Plakkate is die beste vorm van propaganda en is ook ’n relatief goedkoop metode. Posseëls kan effektief wees wanneer dit gebruik word op briewe en koerante. ’n Kort slagspreuk kan op die posseël aangebring word. Die verspreiding van propaganda deur middel van die gesproke woord sluit in gesprekke met individue, studiegroepe, massavergaderings en debatsaande. Propaganda deur die gesproke woord gaan gewoonlik hand aan hand met propaganda deur die geskrewe woord. Daar moet egter kennis geneem word dat gesprekvoering met individue die mees effektiewe manier is, aangesien daar werklike kontak tussen die gesprekvoerders kan plaasvind. Propaganda kan ook versprei word deur middel van massa-optogte. Voorbeelde sluit in demonstrasies en optogte of “rallies”. Goeie dissipline is noodsaaklik vir die suksesvolle verspreiding van propaganda deur massa-optogte. Wat kulturele byeenkomste betref, moet die effek wat teater en films op die massas het, nie onderskat word nie” (Stark 1930:aanlyn; eie vertaling).

### 3.7 SLOTOPMERKING

In hierdie hoofstuk is propaganda breedvoerig bespreek en is daar onder meer gekyk na die geskiedenis van propaganda, definisies van propaganda, soorte propaganda, propaganda-tegnieke en die verspreiding van propaganda. Dit het ook duidelik geword dat die massamedia 'n integrale deel van propaganda uitmaak en dat propaganda meestal deur die massamedia versprei word.

In Hoofstuk 4 word daar op die spotprent gefokus. Daar word gekyk na die agtergrond of ontstaan van die spotprent, hoe die spotprent deel vorm van massakommunikasie, hoe die spotprent eintlik subjektiewe kommentaar lewer en die spotprent as propaganda-medium. Daar word ook gekyk na die satiriese publikasie, *Punch*, en hoe dit ontstaan het.

## HOOFSTUK 4

### DIE SPOTPRENT AS PROPAGANDA-MEDIUM

#### 4.1 INLEIDING

Die spotprente wat vir die doeleindes van hierdie studie bestudeer word, kan as propaganda-media beskou word. Die rede hiervoor is dat die spotprente ten tyde van die Anglo-Boereoorlog (1899-1902) verskyn het en dat dit spesifiek oor dié tema gehandel het. Nadat die spotprente geanaliseer is, is dit duidelik dat *Punch* die spotprente gebruik het om Brittanje op te hemel en die Boererepublieke af te kraak. Die spotprente word breedvoerig in *Hoofstuk 7* geanaliseer. Dit is daarom belangrik om te kyk na die ontstaan van die spotprent en hoe die spotprent deel vorm van massakommunikasie. Daar word ook gekyk na hoe die spotprent as propaganda-medium gebruik kan word en na die rol van die spotprent in publikasies. In hedendaagse publikasies is spotprente steeds so gewild as honderde jare gelede, dus speel dit 'n belangrike rol in publikasies en kan dit gebruik word om die mening van sekere persone of die publikasie self weer te gee. Voorbeelde van propaganda-tegnieke in spotprente word gegee en daar word gekyk na die geskiedenis van die Britse satiriese joernaal *Punch*.

#### 4.2 DIE ONTSTAAN VAN DIE SPOTPRENT

'n Ou Chinese spreekwoord lui: “Een prentjie is 'n duisend woorde werd.” Van Schoor (1981:7) sê dat daar vanweë die merkwaardige trefkrag van die spotprent as eeue-oue beproefde medium om politieke en sosiale kommentaar te lewer, behendig en deeglik van hierdie unieke grafiese kunsvorm gebruik gemaak. “Dit vind veral ten tyde van krisisse en wendinge in wêreldgebeure en in minder of baie belangrike insidente in 'n volk se geskiedenis plaas” (Van Schoor 1981:7).

Schoonraad (1983:1) sê die spotprent of karikatuur dateer sover terug as die Steentydperk toe daar op rotse geskilder is. “Rotstekeninge was kunsuitinge sowel as “wapens vir satire”. Later, in

die Egiptiese, Griekse en Romeinse kuns word daar ook vorme van die karikatuur as satiriese kunsuitinge aangetref. 'n Sterk neiging tot die groteske uitbeelding van gebeure het gedurende die Middeleeue ontstaan. Aan die einde van die vyftiende eeu het die blokdrukkuns ontstaan en hiermee saam het die “uitgesproke en radikale politieke satire” ontwikkel. Humoristiese en satiriese uitbeeldings, as draers van politieke of rewolusionêre idees, kan gereproduseer en versprei word. Veral ten tyde van die Hervorming is hierdie medium met groot sukses aangewend” (Schoonraad 1983:1).

Politieke spotprente is meer as net humoristiese of satiriese uitbeeldings. As karikatuur kan dit ook 'n “anti-portret” van 'n herkenbare individu wees deurdat die opvallende kenmerke van die persoon wat uitgebeeld word, oorbeklemtoon word. Die spotprent is nie 'n presiese beeld van die getekende onderwerp nie: slegs die wese van die persoon of situasie wat uitgebeeld word, word geskets. Dit is dus nie 'n realistiese weergawe van 'n persoon nie, maar slegs tot 'n mate lewenseg en 'n prikkeling vir die fantasie (Kotzé 1988a:21). “What the label does usually imply is some degree of fantasy or exaggeration, plus an attempt to use a genuinely ‘popular idiom’” (Lucie-Smith 1981:9).

Soos die naam aandui, bevat die spotprent elemente van spot, terg, hekel, koggel en selfs krasse vorme van hoon. Daarby is dit 'n sonderlinge of groteske voorstelling van 'n persoon of situasie deur bepaalde eienaardighede te oorbeklemtoon. 'n Sinoniem vir die woord spotprent is karikatuur, wat deur die Italiaans, t.w. *caricature*, na ons gekom het. Dit is weer afkomstig uit Latyn, *caricare*, naamlik om op te laai – vergelyk die Engels, *cargo*. Wesenlik wil die spotprent dus sekere eienskappe van 'n persoon of voorval oorlaai (Van Schoor 1981:7).

Bo en behalwe die “vermoëns om die publiek te laat lag, te laat dink, of net vir 'n ligte oomblik, te midde van al die druk van ons daaglikse lewe te sorg”, wil die spotprent veral iets van die mens in die algemeen sê, soos Lucie-Smith (1981:19) dit stel: “... by making some point about the nature of man rather than about the nature of individual man”. Verner (1988:24) stel dit só: “Cartoon history ... is especially valuable in that it reveals much of the concerns of the Common Man”.

Met 'n politieke spotprent word daar onmiddellike kommentaar gelewer op 'n situasie deurdat net 'n sekere aspek van die situasie belig word (Kloppers 1990:29). "The political cartoon is primarily an immediate comment on a given situation which makes no claim or effort to show all sides of the situation. It is after all political comment in which the familiar and respected figure is placed in an environment which illustrates en re-interprets it..." (Verner 1988:20).

Van Schoor (1981:7) sê dat die spotprent altyd tendensieus is; in 'n sekere sin is dit skeefgetrekte kommentaar op menslike optrede. Die uitbeelding is 'n toespeling op die dwaashede en flaters van mense, en die werklikheid word onsinnig en selfs absurd voorgestel.

Kloppers (1990:29) sê die spotprent is "meer as net 'n blote illustrasie". Dit is 'n kunsvorm – grafiese kuns. "Die ding word dan geteken. Dit is op sigself 'n kuns om die prent of gedagte uitgebeeld te kry" (Kotzé 1988a:661). Dit spotprent is dus meer as net 'n tekening ter toeligting of verduideliking van iets. Dit sê iets op sigself (Kloppers 1990:30).

Volgens Kotzé (1988a:20) beskryf McCutcheon die spotprent as volg:

"The cartoon differs from any other picture in that the idea alone is the essential requirement, whether it is meant to inform, reform, or solely to amuse. This idea should be brought out with directness and simplicity, in such a way that people will know it is a cartoon and not a work of art. It has little to do with beauty or grace; it has much to do with strength and uniqueness. It is a peculiar form of art for a peculiar purpose, and presupposes the ability to say things trenchantly, humorously, or caustically, in terms of line" (Kotzé 1988a:20).

Daar bestaan verskillende benaderings oor wat die belangrikste element van 'n spotprent is. Is dit die idee of is dit die tekening? Sommige skrywers beweer dat die idee, die politieke boodskap, die kern van die politieke spotprent is. Ander beweer dat die tekening en die styl wat daarmee openbaar word, die belangrikste is (Kloppers 1990:30). Walker (1978:11) som dit baie goed op met die volgende opmerking: "The *Punch* school tended to be reflective, more concerned with the pictorial product than thudding home any weighty political message. This concern for what

the cartoon shows, rather than what it says, is in direct contrast to the aggressive, committed art of a Dyson or a Low” (Walker 1978:11).

Kloppers (1990:31) sê dat die waarde, funksie en trefkrag van politieke spotprente met die volgende drie aanhalings baie raak beskryf word: “Cartoons are important to newspapers; they can be important to governments as propaganda. They have dramatic political effect”, “Cartoons can be subversive, just as they can help to reinforce and justify the status quo” en “Times of crises are like shots of adrenalin to the political cartoonist, whose pen fairly quivers in anticipation of presidential elections and other national aberrations and scandals” (Kloppers 1990:31).

Van Schoor (1981:7) sê ook: “Die spotprent is egter nie uitsluitend op spot met of hekeling van die teenparty se flaters ingestel nie, maar kan ook op bedekte of flagrante, openlike of subtiële wyse drogredenasies ontbloot, skynheiligheid ontmasker of slinkse politieke sette en slenters in die regte lig stel. Bowendien besit die spotprent met sy hekelende humor die besondere funksie om as veiligheidsklep vir opgekropte politieke ergeis of sosiale druk van allerlei aard te dien. In die politiek behoort die spotprent tot die mees erkende, geoorloofde maar ook gevaarlikste wapen” (Van Schoor 1981:7). Van Schoor (1981:7) reken as politieke strydmiddel is die spotprent gelyk aan buskruit – sedert die uitvinding daarvan eeue gelede is dit nog nie vervang nie, alleen in aanwending verfyn en verbeter. “Hoe dit ook al sy, die mens wend al baie lank haar tekenkuns aan om te spot. Daar word meermale gesê dat ’n enkele geslaagde politieke spotprent meer proseliete vir ’n party kan werf as duisend woorde of dat dit in ’n verkiesing ’n groter uitwerking kan hê as al die toesprake, pamflette en propaganda wat daarmee gepaard gaan. Geen party durf die trefwydte van die politieke spotprent onderskat nie” (Van Schoor 1981:7).

Van Schoor (1981:8) sê verder dat die karikatuurtekening sonder humor nie moontlik nie, hetsy as ’n vermaaklike teenstrydigheid, ’n geestigheid met lewenswysheid of ’n versoenende voorstelling van die onvolkomenheid van menslike optrede. As die spotprenttekenaar die vinger op die wond lê en dit maak seer, is die woorde van advokaat J.H.H. de Waal besonder toepaslik: “Die spotprent kan alleen seermaak as dit raak is. Die beste manier om dit te vermy, is om jou goed te gedra” (Van Schoor 1981:8).

“Die werklik goeie spotprent is nooit vulgêr of beledigend in die sin dat dit die waardigheid van die persoon wat uitgebeeld word, wil aftakel nie. Dit is daarop ingestel om aan te toon dat die persoon se optrede eerder ’n afwyking van die ware self is, óf dat dit in stryd is met die algemeen aanvaarde morele waardes en standarde van ’n beskaafde gemeenskap. Wat ook al aan die spotprent toegeskryf of daarvan vereis word, moet die boodskap altyd bly steek. Dit is weinig meer as bladvulling wanneer dit bloot vlietende hansworsery wil wees. Die uitbreek en verloop van die Anglo-Boereoorlog van 1899 tot 1902, met al sy onreg, tragiek, heroïek en fel partyskappe, sou die voor- en teenstanders van die stryd die uitnemende geleentheid bied om die spotprent, met sy voortreflike slaankrag, op heel besondere wyse (veral in Europa) aan te wend” (Van Schoor 1981:7-8).

Die bekroonde Suid-Afrikaanse spotprentkunstenaar, Shapiro (2005, in Hadland 2005:142), sê ’n goeie spotprentkunstenaar word gemotiveer deur morele vergrype, is bereid om magtige mense aan te val en van hulle troontjies af te stamp en dink niks daarvan om die gesagstruktuur aan te vat nie. Shapiro reken ’n goeie spotprentkunstenaar is nie bang om risiko’s te neem of om ongewilde sieninge openbaar te maak nie en sê die spotprentkunstenaar moet ’n passie hê vir die politiek, moet sterk opinies oor aktuele sake hê en moet die gawe hê om tussen die lyne te lees en lateraal te dink. “Verder moet die spotprentkunstenaar beskik oor ’n sin vir die absurde, ’n bietjie talent vir teken en veral vir karikatuur, en moet die kunstenaar in staat wees om onder die geweldige druk van daaglikse sakterie te werk” (Shapiro 2005, in Hadland 2005:143).

Shapiro meen ook spotprentkunstenaars neig om hulle onderwerpe te kritiseer en bespotlik te maak en sê dit is veel makliker om ’n spottende satiriese spotprent te teken as een wat ’n gebalanseerde siening bied. “Dit is makliker om negatief as positief te wees. Sekere internasionaal bekende spotprentkunstenaars sal selfs sover gaan as om die idee van ’n positiewe spotprent af te kraak, maar ek stem nie heeltemal hiermee saam nie. Terwyl ek myself nooit as ’n lofsanger sal beskou nie, glo ek nie dat elke spotprent ’n politieke moordtekening behoort te wees nie. Hoewel dit nodig is om ’n gesonde dosis skeptisisme te hê, sou ek nooit net sinies wou raak nie” (Shapiro 2005, in Hadland 2005:143).

Shapiro sê verder dat enige spotprent veral effektief is as die leser die metafore en scenario's wat gebruik word, verstaan. "Voorbeelde kan wees metafore en scenario's wat uit literatuur, die Bybel, mites, legendes of populêre kultuur, geneem is. 'n Spotprent neem net 'n paar sekondes om gelees te word, maar dit kan 'n enorme impak hê en lank onthou word. Spotprente ontbloot mense se foute en swakhede deur dit op oordrewe wyse uit te beeld en deur die verskille uit te wys tussen dit wat mense sê en dit wat hulle werklik doen. Byna elke leser van 'n koerant lees die spotprent in die koerant, nie net om te lag nie, maar om 'n sterk, goed-gekommunikeerde idee te sien. 'n Spotprentkunstenaar se werk is om mense te laat dink. Partykeer kan dit gedoen word deur mense te laat lag, hoewel nie alle spotprente geteken word met die doel om snaaks te wees nie. Sekere spotprente ontlok woede, selfs hartseer" (Shapiro 2005, in Hadland 2005:142-149).

### **4.3 DIE SPOTPRENT EN MASSAKOMMUNIKASIE**

Mersham en Skinner (2001:5) sê dat wanneer ons van kommunikasie en die media praat, ons kan sê dat die term "massa" na die volgende verwys:

- ◆ die veelvoudige of massaproduksie van boodskappe;
- ◆ die groot getal ontvangers wat deur die massamedia bereik word;
- ◆ die naamloosheid van die ontvangers van hierdie massamedia-boodskappe; en
- ◆ die kompleksiteit van die massakommunikasie-proses, insluitend sowel die tegnologie as die hoeveelheid kommunikators benodig om een boodskap te produseer.

Volgens MacLean (1981:73) verskaf die massakultuur aan ons inligting oor onself en oor ons wêreld.

"Massakultuur vorm die omgewing vir ons idees en ons denke – en dié van mense regoor die wêreld. Die massakultuur is 'n kultuur vir duisende, miljoene mense. Die karakters wat gevind word in die massakultuur, word deel van ons alledaagse lewens. Die twee belangrikste bronne van massakommunikasie is advertensies en televisie. Ander vorme sluit in radio, die musiek- en filmindustrieë, tydskrifte, sportsoorte met groot getalle

aanhangers, spotprente en strokiesprent-tydskrifte. Al hierdie vorme van massakultuur is belangrik, omdat almal aan ons boodskappe gee” (MacLean 1981:73; eie vertaling).

MacLean (1981:76) vra die volgende vraag: “Watter boodskappe gee spotprente aan ons?” en brei dan daarop uit deur te sê:

“Soos die televisie of koerante, kommunikeer spotprente boodskappe, maar soos die ander media, is hulle ’n middel van kommunikasie. Een spotprent kan van ’n ander in boodskap en inhoud verskil soos een televisieprogram van ’n ander kan verskil. Wat egter waar is, is dat al die verskillende soorte spotprente sosiale kommentaar is van een of ander soort. Alle spotprente het lesers wat vlugtige oomblikke met hul boodskappe deurbring. Hierdie lesers is lewende mense wat persepsies en opinies van hul samelewing vorm en dit sluit spotprentboodskappe in. Spotprente is slegs een aspek van die massakultuur. In sommige aspekte, maak hul eenvoud dit makliker om hulle boodskappe te dekodeer as die meer komplekse boodskappe in byvoorbeeld film en televisie” (MacLean 1981:76; eie vertaling).

#### 4.4 KOMMENTAAR

Die boodskappe in spotprente kan ook gesien word as subjektiewe kommentaar van die publikasie waarin dit voorkom. Die spotprent kan ook vergelyk word met rubrieke wat in publikasies verskyn en dien dieselfde doel as die rubriek van ’n sekere skrywer, aangesien dit ook ’n mening oor ’n aktuele persoon of kwessie bied. Hierdie rubrieke staan in Engels as *opinion editorials* bekend en is volgens Meyer (1990) ’n koerantartikel wat die opinie van ’n bekende skrywer of persoonlikheid weergee.

“Hierdie rubrieke verskil van hoofartikels, aangesien hulle gewoonlik nie onderteken is nie en geskryf is deur die hoofredaksie. Hierdie rubrieke het hulle ontstaan gehad in die 1930’s toe radio, en later televisie, gedrukte joernalistiek begin bedreig het. Om dit teen te werk, het groot koerante soos *The New York Times* en *The Washington Post* begin

om subjektiewe rubrieke te plaas wat gewemel het van die skrywers se eie opinies” (Meyer 1990:112).

Volgens Hasan (2007:aanlyn) is hierdie rubrieke ontwerp om ’n alternatiewe mening te gee, gewoonlik deur ’n kundige in die gebied of oor die onderwerp. Oor die algemeen word hierdie rubrieke geplaas om lede van ’n gemeenskap op te voed aangaande ’n sekere kwessie wat verder strek as waarom mediakanale onafhanklik berig gegee het.

Spotprente in publikasies dien dieselfde doel, naamlik om ’n subjektiewe opinie te gee oor ’n sekere persoon of saak. Die publikasie sê nie uitsluitlik dat dit wel hulle opinie is nie, maar dit kan so deur die leser afgelei word.

#### **4.5 DIE SPOTPRENT AS PROPAGANDA-MEDIUM**

Gedrukte propaganda word dikwels in die vorm van koerante, tydskrifte en plakkaat gekommunikeer – veral deur politieke spotprente en karikature. Terwyl spotprente en karikature gesprekke oor ’n sekere saak laat posvat, kan dit ook misbruik word om spanning tussen opponerende groepe aan te blaas (Hoyt 2009:aanlyn).

Die spotprent ondermyn politieke gesag deur ’n vorm van propaganda te gebruik wat die spot dryf met die gesag se aansprake op superioriteit of regverdigheid. Die vermoë om die spot met iemand of iets te dryf, was nog altyd ’n belangrike politieke wapen, maar dit het in die era van meganiese reproduksie al hoe magtiger begin word. As gevolg van die drukpers kan die politieke spotprent nou vinniger as ooit geproduseer word en kan dit ook vir ’n veel wyer gehoor as ooit tevore geproduseer word. Wanneer die spotprentkunstenaar ’n politieke figuur uitgebeeld het as iemand wat by geldwassery of egbreuk betrokke is, is dit moeilik vir daardie spesifieke figuur om haar/sy waardigheid te behou en nog moeiliker om lojaliteit, respek of toegeeflikheid by die publiek af te dwing (Robinson 2007:aanlyn).

Robinson (2007:aanlyn) sê verder dat politieke spotprente die indrukke van die publiek reflekteer deur negatiewe beelde van hulle subjekte te voorsien. Politieke spotprente word in ’n negatiewe

lig geplaas as dit die bevooroordeelde siening van die spotprentkunstenaar voorstel. Politieke spotprente val die demokratiese en openbare segmente van die besluitnemingsproses aan. Spotprentkunstenaars kan die demokratiese proses aanhelp deur klem op die tekortkominge daarvan te plaas. Hoewel spotprente oor die algemeen as negatief beskou kan word, kan die kunstenaar ook positief wees en aksies deur komplementêre vergelyking ophef (Robinson 2007:1).

Rooum (2009:aanlyn) sê dat politieke spotprente gewoonlik metafore is en die mense in die tekening is simbole vir politieke sienings of idees. 'n Mens kan nie met 'n spotprent redeneer nie, want die spotprent kan nie terugredeneer nie. Spotprente kan aannames maak in die vorm van metafore en dit kan stories effektief en aanloklik vertel, maar dit kan nie argumente voorstel nie. Hierdie onvermoë van spotprente om te “argumenteer”, is geensins 'n nadeel wat propaganda betref nie, intendeel, dit is 'n voordeel (Rooum 2009:aanlyn).

Hoewel spotprente reeds in die Anglo-Boereoorlog deur veral die Britse media effektief as propaganda-medium ingespan is, was dit ten tyde van die Eerste Wêreldoorlog 'n gevestigde kenmerk van koerante. Die groter koerante het dikwels losstaande blaaie bevat wat as die “Funny Pages” bekend gestaan het. Dit het begin verander toe die spotprenttegniek as gevolg van die eise van sowel die openbare as die propaganda-burokrasie begin ontwikkel het. Spotprente was besig om 'n baie gewilde soort humor te word, aangesien die saaklikheid en die kombinasie van visuele en talige grappigheid tot groot gehore gespreek het. Namate die Eerste Wêreldoorlog gevorder het, het propaganda-plakkate wat deur spotprentkunstenaars geteken is, begin verskyn. Regerings het nou tot die besef gekom watter onmiddellike impak spotprente op nasies het. Op die vooraand van die Tweede Wêreldoorlog, toe patriotiese mans en vroue van oor die hele Verenigde State van Amerika tougestaan het om hulle deel te doen, het die Amerikaanse regering twee onwaarskynlike burgerlikes aan die publiek voorgestel: 'n haas en twee eende. Hulle het vir Amerika se geliefste tekenkarakters in propaganda-films weermaguniforms aangetrek om die moraal te verhoog (Cartoons go to War 2009:aanlyn).

Gardiner skryf in die *Daily Utah Chronicle* (2005:7) dat Lucia Rather in 'n lesing oor die impak van politieke spotprente die volgende gesê het: “Die beste politieke spotprente val die regering en

die samelewing aan en is dikwels beledigend. Die effektiefste spotprente is gewoonlik skerp en liberaal. Die politieke spotprent is nie net 'n prentjie of 'n tekening nie, dit is 'n grafiese illustrasie van 'n idee ... die doel is propaganda, nie kuns nie.”

#### 4.6 VOORBEELDE VAN PROPAGANDATEGNIEKE IN SPOTPRENTE

In *Hoofstuk 3* is propaganda-tegnieke breedvoerig bespreek. Vervolgens word 'n paar van daardie tegnieke weer aangehaal en dan toegelig met 'n voorbeeld van 'n soort spotprent waarin dit mag voorkom. Volgens Taylor (2009:aanlyn) is die volgende tegnieke van propaganda:

- ◆ 'n Beroep op vrees: Die doel hiervan is om ondersteuning te werf deur vrees by die algemene bevolking in te boesem. 'n Voorbeeld van hierdie tipe propaganda kan gevind word in spotprent 18 van hierdie studie. Die doel met hierdie spotprent is om vrees by pro-Boer-ondersteuners in te boesem waar dit 'n pro-Boer-ondersteuner wys wat in 'n gehawende toestand is en lelik “seergekry” het.
- ◆ 'n Beroep op outoriteit: Daar word 'n beroep op outoriteit gedoen waardeur sekere prominente figure voorop gestel word om 'n posisionele idee, argument of aksie te ondersteun. In spotprent 10 van hierdie studie gebruik *Punch* hulle alombekende simbool, die naragtige “Mr. Punch” om patriotisme aan te wakker onder die Britse publiek, as hy uitgebeeld word as die aanvoerder van die suksesvolle Britse troepe. Daar word ook van twee prominente simbole, John Bull en Britannia, gebruik as beroepe op outoriteit. John Bull verskyn in die spotprente 1, 2, 9 en 14 en Britannia in spotprente 3, 12,13,16, 24 en 28.
- ◆ Die reklamewa: Die doel hiervan is om die teikengehoor te oorreed om tot 'n sekere aksie oor te gaan omdat “almal anders dit doen”. Hierdie tegniek versterk die mens se natuurlike begeerte om aan die wenkant te wees. Die tegniek word gebruik om 'n gehoor te oortuig dat dit in hulle beste belang is om hulle ondersteuning aan 'n sekere saak te gee. In spotprent 16 is die boodskap dat die Britse publiek gerus maar hulle troepe kan ondersteun aangesien hulle suksesvol is. Dit is dan juis die vorstelike Britannia wat wag om die suksesvolle Ladysmith-kontingent op Britse bodem terug te verwelkom.

- ◆ Oorreding van 'n gehoor om iets af te keur: Hierdie tegniek word gebruik om die gehoor te oorreed om 'n aksie of idee af te keur deur voor te gee dat dié spesifieke idee gewild is onder groepe wat deur die teikengehoor gehaat of gevrees word. In spotprent 36 word 'n pro-Boer-vergadering uitgebeeld. Dit is duidelik dat die leiers van hierdie vergadering die woedende gehoor vrees en wonder waar 'n agterdeur is waardeur hulle kan vlug. Die idee dat 'n mens pro-Boere kan wees, word dus duidelik afgekeur, aangesien dit gewild is onder groepe wat die Britte haat.
- ◆ Skreiende oorveralgemening: Hierdie tegniek maak gebruik van intense, emosionele woorde wat tot so 'n mate met hoogs gewaardeerde konsepte en oortuigings geassosieer word dat hulle sonder rede of inligting oortuiging dra. Hierdie woorde spreek tot emosies soos die liefde vir 'n land en 'n mens se huis; die strewe na vrede, vryheid, glorie en eer. Voorbeelde van skreiende oorveralgemening kom in die volgende spotprente voor: 3, 16 en 29.
- ◆ Opsetlike vaagheid: Veralgemenings is met opset vaag sodat die gehoor tot hulle eie interpretasies kan kom. In spotprent 1 verwys John Bull na die twee Boere, veral die Vrystater, as “un-wise.” Daar word hier veralgemeen, hoewel vaag, dat alle Boere dom en agterlik is.
- ◆ Oordrag: Hierdie tegniek projekteer positiewe of negatiewe eienskappe van 'n persoon, entiteit, objek of waarde na 'n ander met die doel om laasgenoemde meer aanvaarbaar te maak of af te kraak. Paul Kruger word in verskeie spotprente as bespotlik, gulsig en lagwekkend uitgebeeld. Voorbeelde van spotprente waarin Paul Kruger voorkom, is as volg: 5, 11, 23, 33, 37, 39 en 40.
- ◆ Oorvereenvoudiging: Gunsteling veralgemenings word gebruik om eenvoudige antwoorde op komplekse sosiale, politieke, ekonomiese of militêre probleme te bied. In spotprent 2 word die Boer-figuur weer uitgebeeld as dom as die woorde “Plain English” onder die spotprent verskyn. John Bull sê hier in “Plain English” aan die Boer dat hierdie geveg tot die einde geveg gaan word en dat die Britte nie sal gaan lê nie. *Punch* gebruik dus hier die veralgemening dat alle Boere dom is om die feit weg te steek dat dit eintlik Brittanje is wat die Boererepublieke tot oorlog geforseer het en nie andersom nie.
- ◆ Gewone man-tegniek: Hierdie tegniek wil die gehoor oortuig dat die propagandis se sieninge dié van die gewone mens reflekteer. Dit is ontwerp om die oortuiging van die

gehoor te wen deur op 'n gewone manier en styl met die gehoor te kommunikeer. In spotprent 21 verskyn daar 'n gewone Britse vrou wat van haar man afskeid neem. Hoewel sy bekommerd is oor sy veiligheid, weet sy dat hy moet gaan veg. In spotprent 31 vier 'n gewone Britse man weer die ontsetting van Mafeking deur die Britse magte.

- ◆ Stereotipering: Hierdie tegniek poog om vooroordele te skep by die gehoor deur die objek van die propaganda-veldtog (in hierdie geval die Boere en alle pro-Boer-ondersteuners) te kenmerk as iets wat die teikengehoor vrees, haat, verafsku, of onaanvaarbaar vind. Die teikengehoor is in hierdie geval die Britse publiek. Voorbeelde van stereotipering kom ryklik voor. Enkele voorbeelde is as volg: In spotprente 1, 2, 6, 14 en 27 word Boere gestereotipeer as dom, agterlik, skelm en lafhartig.
- ◆ Misplaaste blaam: Die blaam word gepak op 'n individu of groep wat nie werklik verantwoordelik is vir iets nie. Hierdeur word skuldgevoelens weggeneem van die verantwoordelike party/e en word die aandag afgetrek van die behoefte om die probleem waaraan die blaam toegeskryf word, op te los. Spotprent 2 is 'n baie goeie voorbeeld van misplaaste blaam. Hoewel Brittanje in werklikheid die Boere tot oorlog geforseer het (Pretorius 1984:14) deur aan hulle 'n ultimatum te gee, probeer dié spotprent voorgee dat dit die Boere is wat die oorlog begin het. John Bull sê hier aan die Boer in eenvoudige taal of “plain English” dat dit hierdie keer 'n geveg tot die bittereinde sal wees. Hy verwys hier na die Eerste Boereoorlog waarin Brittanje verloor het.
- ◆ Hoogs aangeskrewe waardes: Dit is woorde wat in die waardesisteem van die teikengehoor voorkom en wat 'n positiewe beeld skep wanneer dit aan 'n persoon of saak toegeskryf word. Dit sluit in woorde soos vrede, geluk, sekuriteit, wyse leierskap en vryheid. In spotprent 12 wens Britannia vir Lord Roberts, opperbevelhebber van die Britse magte, geluk met sy troepe se oorwinning by Paardeberg. Die spotprent se onderskrif lui: “Bravo Bobs”. Dit was deeglik bekend dat “Bobs” verwys het na Roberts en die woord “Bravo” verwys na iets wat Roberts vermag het. Dit is dus 'n verwysing na sy goeie leierskap.

#### 4.7 DIE GESKIEDENIS VAN PUNCH

Volgens *Punch* se amptelike webwerf (History of Punch 2004:aanlyn) het hierdie joernaal oor humor en satire in 1841 verskyn en in 2002 amptelik gesluit. Hierdie Britse instelling met 'n internasionale reputasie vir sy skerp en oneerbiedige siening van die wêreld is vir die publikasie van sommige van die wêreld se grootste komiese skrywers soos Thackeray, P.G. Woodehouse en P.J O'Rourke verantwoordelik. *Punch* is ook verantwoordelik vir die spotprent soos ons dit vandag ken. Die joernaal se politieke spotprente het regerings tot 'n val gebring, terwyl die sosiale spotprente daarvan lewe in die negentiende en twintigste eeue raakgevat het. Die spotprente van die wêreld se grootste spotprentkunstenaars soos Tenniel, E.H. Shephard, Fougasse en Pont het almal in *Punch* verskyn (History of Punch 2004: aanlyn).

*Punch* se eerste uitgawe is op 17 Julie 1841 gepubliseer. Die stigters, die houtkerwer Ebenezer Landells en die skrywer Henry Mayhew, het die idee vir die joernaal van 'n Franse satiriese publikasie, *Charivari* gekry en die eerste uitgawe van *Punch* is dan ook "Die Londense Charivari" genoem. Landells het daarop aangedring dat *Punch* nie so "bitter" soos ander Britse komiese publikasies moet wees nie en dat dit 'n hoë literêre standaard moes handhaaf. Daar is op een van die eerste vergaderings op die naam *Punch* besluit toe iemand die opmerking maak dat die joernaal soos 'n goeie pons-mengsel moet wees – "nothing without Lemon". Die "Lemon" was 'n verwysing na Mark Lemon, die tydskrif se eerste redakteur. Nadat hierdie aanmerking gemaak is, het Mayhew toe daarop gereageer met die volgende woorde: "A capital idea! Let us call the paper *Punch*!" (History of Punch 2004: aanlyn).

Die tydskrif is gestig met kapitaal van 25 pond en gou het die toekoms donker gelyk. Die sirkulasiesyfers wou net nie styg nie, daar was 'n geldtekort en dit het begin lyk asof Lemon dieselfde sukses met *Punch* sou hê as met sy vorige besigheid: 'n kroeg wat bankrot verklaar is. Lemon het egter nie tou opgegooi nie en het begin om 'n groot, jaarlikse uitgawe te publiseer wat hy *Almanack* genoem het. Van hierdie uitgawe is sowat 90 000 kopieë verkoop en mense het van *Punch* begin kennis neem. Die joernaal het egter steeds gesukkel om te oorleef totdat dit deur die drukkerij Bradbury & Evans oorgeneem is (dit het in 1872 Bradbury & Agnew geword). Die

joernaal het toe 'n goue era betree waartydens dit vir baie dekades groot suksesse geniet het (History of Punch 2004: aanlyn).

Wat was dan die resep vir *Punch* se sukses? Greenwall (1992:74) sê dat een van die oorspronklike beginsels van die joernaal was dat dit religieuse en politieke verdraagsaamheid moes handhaaf. Die senior personeel het 'n weeklikse vergadering gehou waartydens daar na 'n groot gestry op die spotprent of spotprente vir die komende week besluit is. Dit was dan ook *Punch* wat in 1843 die eerste keer die woord “cartoon” gebruik het soos ons dit vandag ken en daar is na die hoofspotprent verwys as “The Big Cut”. *Punch* het 'n kompetisie vir die versiering van die nuwe parlamentsgeboue geloods en het die tekeninge “cartoons” genoem, wat die tegniese naam vir muurontwerpe was. Die naam het behoue gebly en word sedertdien gebruik om enige geïllustreerde humor of satire oor politieke onderwerpe te beskryf (Greenwall 1992:74).

*Punch* se suksesresep lê verder ook in die feit dat dit daartoe in staat was om die golflengte van 'n era te vind. Selfs in Victoriaanse tye het *Punch* nie stilgestaan nie. 'n Voorbeeld hiervan is Thomas Hood se “Songs of the Shirt” wat mense se gewete aangespreek het oor arbeiders wat uitgebuit word. Die een uitstekende kunstenaar na die ander het verseker dat die manier waarop dit “veilig” gespeel het, briljant was. Die tekeninge van Leech, Keene, du Maurier, Tenniel en baie ander het dalk nie enige revolusies ontketen nie, maar hulle is steeds 'n verteenwoordiging van die mees outentieke en onvergeetlike prentjie van Victoriaanse Engeland wat ons oor het. 'n Mens moet verder nie vergeet dat *Punch* een van baie satiriese publikasies in die negentiende eeu was nie (History of Punch 2004:aanlyn). Ander satiriese publikasies was onder meer *The Westminster Gazette*, *Judy*, *Moonshine*, *Pick-Me-Up*, *Ally Sloper's Half Holiday*, *Vanity Fair*, *The Idler*, *Truth* en *The Western Mail* om maar 'n paar te noem (Greenwall 1992:74-78).

Dit was wel die enigste satiriese publikasie wat daarin kon slaag om vir 'n verdere honderd jaar te oorleef, amper 'n nasionale instelling wat nie toegelaat kon word om te sterf nie. Hierdie status as deel van Britse geskiedenis is sowel 'n bron van groot trots as 'n irritasie vir *Punch*, 'n meulsteen asook 'n medalje (History of Punch 2004:aanlyn).

Volgens Greenwall (1992:74) was John Tenniel met die uitbreek van die Anglo-Boereoorlog steeds die hoofspotprenttekenaar vir *Punch*. Tenniel het hom in 1851 na die bedanking van Richard Doyle by *Punch* aangesluit. In 1864 is hy bevorder na die posisie wat hy vir die volgende 36 jaar sou beklee en tydens hierdie tyd sou hy oor die 2 000 spotprente verskaf. Met sy aftrede aan die begin van 1901 op die tagtigjarige ouderdom, is hy opgevolg deur Linley Sambourne wat vanaf 1867 deel was van *Punch*. Die hoofspotprent was altyd 'n volbladtekening, gewoonlik gegraveer deur Swain met geen teks op die agterkant nie. Ander spotprente en karikature het op sowel vol bladsye as in die teks verskyn. Die Anglo-Boereoorlog is gereeld as 'n tema in uitgawes gebruik (Greenwall 1992:74; eie vertaling).

Greenwall (1992:75) sê dat verder kunstenaars soos Phil May, George Armour, Leonard Raven-Hill, A. Wallis Mills, Bernard Partridge en A.C. Corbould gereelde bydraes gelewer het, maar hulle werk is slegs in sekere gevalle met die oorlog verbind. Armour was *Punch* se ruiterspesialis en amper al sy spotprente het oor perde of sporttonele gehandel. Met Tenniel se aftrede het Partridge die tweede-in-bevel-tekenaar geword, maar het af en toe die hoofspotprent verskaf. Ten spyte van die feit dat hulle werk vir *Punch* van groot bydrae was, het die volgende kunstenaars glad nie die Anglo-Boereoorlog in hulle tekeninge uitgebeeld nie: Lewis Baumer, C. Harrison, J.H. Jalland, Tom Wilkinson, Sydney Harvey, Arthur Hopkins, A. Hodgson, Gordon Browne, Starr Wood, Alexander Stuart Boyd, Charles Pott, Dudley Hardy, Charles Pears, Ralph Cleaver, Tom Browne en George Loraine Stampa. Dit is egter interessant dat Boereoorlogspotprente deur die meeste van hierdie kunstenaars vir ander publikasies geteken is. David Wilson het op 6 Junie 1900 sy debuut vir *Punch* met 'n Boereoorlogspotprent gemaak (Greenwall 1992:75).

Anders as die ander groot publikasies het *Punch* nie gereelde verkopings van oorspronklike tekeninge gehad nie, maar die joernaal het wel sy kunstenaars gehelp om wanneer nodig van hulle werk te verkoop. Baie van *Punch* se kunstenaars is as beroemde persoonlikhede van daardie tyd beskou en ander publikasies soos *The Strand Magazine* het artikels oor hulle, asook oor hulle kontinentale en Australiese eweknieë, gepubliseer (Greenwall 1992:75).

#### 4.8 SLOTOPMERKING

Uit die bespreking is dit duidelik dat die spotprent 'n vorm van massakommunikasie is en dat dit reeds eeue lank as propaganda-medium gebruik word, ook ten tyde van die Anglo-Boereoorlog. Dit is duidelik dat die spotprent 'n eeue-oue beproefde medium is om politieke en sosiale kommentaar te lewer. Daar is ook gekyk na hoe die spotprent deur publikasies gebruik word om hul subjektiewe mening te gee en daar is aangetoon dat spotprente basies dieselfde rol as 'n hoofartikel vervul. Sekere propaganda-tegnieke is weer bespreek en toepaslike voorbeelde is genoem. Die geskiedenis van *Punch*, die publikasie waarin spotprente vir die doeleindes van hierdie studie bestudeer word, is ook bespreek.

*Hoofstuk 5* is 'n uiteensetting van die Anglo-Boereoorlog van 1899-1902, aangesien dit die agtergrond is waartydens die spotprente wat in hierdie studie bestudeer word, geteken is. Daar word gekyk na wat aanleiding gegee het tot die oorlog, en dan word die drie fases van die oorlog bespreek met elkeen se hoogtepunte.

## HOOFSTUK 5

### DIE ANGLO-BOEREOORLOG

#### 5.1 INLEIDING

’n Analise van spotprente in die Britse satiriese joernaal *Punch* as propaganda-media tydens die Anglo-Boereoorlog sal nie sonder ’n oorsig oor die Anglo-Boereoorlog (1899-1902) volledig wees nie.

#### 5.2 VOORSPEL TOT DIE OORLOG

Volgens Wessels (1991:1) was die Anglo-Boereoorlog van 1899 tot 1902 die bloedigste en omvangrykste stryd wat hom tot nog toe tussen blankes in suidelike Afrika afgespeel het, hoewel swart mense, bruin mense en Asiërs ook tot ’n mindere of meerdere mate by die konflik betrek is. Wat dus veronderstel was om ’n witmansoorlog en ’n “gentlemen’s war” te wees, het met verloop van tyd in ’n regionale, (bykans) algemene oorlog ontaard, ’n stryd wat ook feitlik al die burgerlikes in die oorlogsgebied (wit, swart en bruin) op die een of ander wyse geraak het. Gemeet aan wêreldstandaarde was die Anglo-Boereoorlog nie ’n groot oorlog nie, maar dit doen geensins afbreuk aan die belangrikheid van die stryd nie. Binne die Suider-Afrikaanse konteks was dit – soos met verloop van tyd geblyk het – ’n ingrypende oorlog, ’n instrument van kulturele en maatskaplike verandering, ’n brandpunt in die geskiedenis (Wessels 1991:1).

Wessels (1991:2) sê verder dat die Anglo-Boereoorlog binne die konteks van die hernieude Europese belangstelling in Afrika gedurende veral die laaste kwart van die negentiende eeu beoordeel moet word. Dit sluit in die gevolglike wedloop om kolonies en Brittanje se kolonialisering van groot dele van Afrika. Suid-Afrika – en in besonder die Afrikaner en die swart volkere van die land – deel immers ’n gemeenskaplike koloniale verlede met die res van Afrika. Net soos die geskiedenis van Suid-Afrika onlosmaaklik aan dié van die res van Afrika verbonde is, kan die geskiedenis van Afrika ook nie na behore begryp word indien dit nie gelees

word in samehang met dit wat in Europa en in die res van die wêreld gebeur het nie. Teen die einde van die negentiende eeu het die vraag na wie nou eintlik onbetwis die septer in Suid-Afrika sou swaai al dringender opgeklank. Twee Boererepublieke het in die weg van die Britse oppergesag in dié wêrelddeel gestaan (Wessels 1991:2).

Nog 'n aspek wat tot die uitbreek van die oorlog bygedra het, was 'n jarelange stryd tussen Britse imperialisme en Afrikaner-nasionalisme. As hoofmomente of mylpale op weg na die konflik tel onder meer die totstandkoming van twee onafhanklike Boererepublieke, naamlik die Zuid-Afrikaansche Republiek (ZAR) soos die Transvaal destyds amptelik bekend gestaan het, en die Oranje-Vrystaat. 'n Mens kan hierby ook voeg die mislukte Britse federasiepogings, die ontdekking van diamante in wat later as Kimberley bekend gestaan het en die gevolge van dié ontdekking, die anneksasie van die ZAR (1877) en die daaropvolgende vryheidsoorlog (1880-1881), die ontdekking van ryk goudneerslae aan die Witwatersrand (1886), die finansiële belange van die mynmagnate, die instroming van die sogenaamde Uitlanders, die agitاسie om politieke regte en die Jameson-inval, asook die mislukking van die Bloemfontein-konferensie (Wessels 1991:2).

In die lig van die toenemende druk van die kant van die Britse regering, by name die Britse minister van Kolonies, Joseph Chamberlain, en die Britse Hoëkommissaris in Suid-Afrika en Goewerneur van die Kaapkolonie, sir Alfred Milner, en die feit dat al hoe meer Britse soldate in die Kaap en Natal voet aan wal gesit het en in die rigting van die Republikeinse grense ontplooi is, het die Transvaalse regering, na oorlegpleging met president M.T. Steyn van die Vrystaat, om 17h00 op Maandagmiddag 9 Oktober 1899 'n ultimatum tot die Britse regering gerig waarin onder meer geëis is dat alle Britse soldate wat aan die grense van die Republieke ontplooi is, onttrek moes word. Die ultimatum het ook ingesluit dat troepe wat sedert 1 Junie 1899 in die Kaap en Natal aan land gegaan het binne 'n redelike tyd onttrek moes word en dat soldate wat nog ter see was, nie aan land moes gaan nie. Indien nie binne 48 uur aan die eise voldoen is nie, sou dit as 'n oorlogsverklaring teen die ZAR beskou word (Wessels 1991:2).

“They have done it!” het Chamberlain uitgeroep. Met sy ultimatum het die Kruger-regering in die hande van die Britse regering gespeel. Dit het die ZAR nie alleen die aggressor gemaak wat die

Britse kolonies wou binneval om Brittanje uit Suid-Afrika te verdryf nie, maar het ook die Britse publiek geesdriftig genoeg gemaak om hul kragte agter die Britse oorlogspoging in te gooi. Die Britse regering het die ultimatum gevolglik van die hand gewys. Om 17h00 op 11 Oktober 1899 het die Tweede Anglo-Boereoorlog, ook genoem die Anglo-Boereoorlog van 1899-1902, uitgebreek (Pretorius 1985:13).

### **5.3 VERLOOP VAN DIE OORLOG**

Die Anglo-Boereoorlog kan in drie fases ingedeel word, naamlik die Boere-offensief (Oktober 1899 tot Desember 1899), die Eerste en Tweede Britse Offensiewe (Januarie 1900 tot September 1900), en laastens, die Guerillafase (September 1900 tot Mei 1902). Hierdie fases sal vervolgens aan die hand van 'n tydlyn voorgestel word.

#### **5.3.1 Die Boere-offensief**

**11 Oktober 1899:** Die uitbreek van die oorlog. Die grootste gedeelte van die Britse leërmagte het nog nie in Suid-Afrika aangekom nie. Dit het aan die Boeremagte die geleentheid gebied om die eerste tot die offensief oor te gaan. Die eerste oogmerk van die Boereleëring was om die Britse troepeafdelings wat die Republieke op hul grense bedreig het, te isoleer of uit te wis. Die tweede oogmerk was om geskikte stellings binne die vyandelike gebiede in te neem, van waar hulle die opmars van die Britse versterkings van die kus af kon stuit (Pretorius 1985:14).

Ook op die **westelike front** het die Boere eerste tot die aanval oorgegaan – en in die proses waardevolle tyd deur hul stadige optrede verlore laat gaan. Dit was die taak van generaal Piet Cronjé om met 6 000 burgers die Britse troepe aan die westergrens te isoleer en uit te wis. By Mafeking was daar 'n swak Britse mag van sowat 1 000 blankes en 300 gewapende swart mense (wat die vee moes oppas) onder kolonel R.S.S. Baden-Powell gestasioneer (Pretorius 1985:14). Wessels (1991:9) sê dié dorp was 'n strategiese sleutelpunt vir die Britte omdat dit op die belangrike spoorlyn na die noorde geleë was en ook omdat heelwat voorrade daar geberg was. Verder is dit deur omliggende swart stamme as simbool van Britse gesag in daardie omgewing beskou (Wessels 1991:9).

**13 Oktober 1899:** Mafeking word van alle kante deur Boeremagte omsingel nadat generaal Koos de la Rey die vorige aand met die eerste geveg van die oorlog 'n gepantserde trein by Kraaipan gebuit het (Pretorius 1985:15).

**20 Oktober 1899:** Die eerste geveg in **Natal**, die Slag van Talana (of Dundee) vind plaas. Generaal Lucas Meyer kon nie in sy doel slaag nie en het die vyand toegelaat om met hul dodelik gewonde aanvoerder, Penn Symons, na Ladysmith te ontsnap. Boereverliese het minder as 150 man beloop, terwyl ongeveer 500 Britte buite aksie gestel is (Pretorius 1985:14).

**21 Oktober 1899:** Die Slag van Elandslaagte. Die Boereverliese was 336 man van wie 46 gesneuwel het. Die Britse verliese was 263 man, van wie 50 gesneuwel het (Pretorius 1985:14). "Die boere het nog meer lewens as die Engelse verloor" (Pakenham 1981:149; vertaal deur Leon Rosseau).

**30 Oktober 1899:** Ook as "Mournful Monday" onder die Britte bekend. Daar was 1 764 ongevallen aan Britse kant toe White die Transvalers en Vrystaters by Modderspruit en Nicholsonsnek tevergeefs uiteen probeer dryf het. Met die vyand in Ladysmith geïsoleer, het Joubert met 2 000 burgers 'n ekspedisie so ver as Estcourt in Natal onderneem om so goeie verdedigingstellings te gaan soek ten einde die opmars van die Britse versterkings van die kus af te stuit (Pretorius 1985:14).

Na 'n lang getalm, het Joubert se ekspedisie eers teen die einde van November na Colenso teruggeval en op die noordelike oewer van die Tugela-rivier stelling ingeneem. Hier het hulle begin voorberei om die groot Britse opmars vanuit Suid-Natal die hoof te bied (Pretorius 1985:14).

Volgens Pretorius (1985:15) is baie kritiek al teen Joubert en Cronjé uitgespreek oor die feit dat etlike duisende burgers gebruik is vir nuttelose beleëringe wat verskeie maande lank geduur het. Die burgers kon elders aangewend gewees het of kon onmiddellik dieper die vyandelike gebied binnegedring het, waar hulle die Britse troepe-aanwas kon verhoed en die Britte se wapen- en ammunisietoevoer kon afsny. Dit is egter so dat die lang reeks groot gevegte wat dit generaal sir

Redvers Buller in Natal en luitenant-generaal lord Paul Methuen aan die wesfront gekos het om Ladysmith, Kimberley en Mafeking te ontset, geweldige verliese vir die Britte meegebring het. Joubert en Cronjé se beleid kan dus nie sonder meer veroordeel word nie. Aan die ander kant is dit ook waar dat die beleëring daartoe bygedra het dat die Boere-offensief vasgeval het. Nadat die Britse versterkings geland het, sou die Britse magte die offensief oorneem (Pretorius 1985:15).

Op die **suidelike** en **suidwestelike front** het die Boereleëring beslis gefouteer. Slegs 3 200 burgers het op hierdie front stelling ingeneem. Van die drie strategies belangrike spoorwegaansluitings – Stormberg, Noupoot en De Aar – het hulle slegs Stormberg beset. Op die **noordelike front** is die klein getal Britse troepe in Rhodesië bedwing deur 'n Boeremag van omstreeks 2 000 man onder generaal F.A. Grobler. Toe Grobler 'n maand later nog nie tot die offensief oorgegaan het nie, is die veldtog afgelas (Pretorius 1985:15-16).

Hoewel dit op die oog af gelyk het of die Boere tydens die eerste fase van die stryd heelwat sukses behaal het, was dit streng gesproke nie die geval nie. Hulle het naamlik nie hul suksesse opgevolg nie, verkies om grootliks passief Britse garnisoene te beleër in plaas daarvan om die Kaap en Natal dieper binne te val, en gevolglik die Britte toegelaat om hul posisie te konsolideer en ongehinderd versterkings aan land te bring en te ontplooi (Wessels 1991:15).

### **5.3.2 Die Eerste Britse Offensief**

Volgens Wessels (1991:15) het generaal Buller op 13 Oktober 1899 aan boord die *Dunnotar Castle* as opperbevelhebber van alle Britse magte in Suid-Afrika in Kaapstad aangekom.

**23 en 25 November 1899:** Die Slag van Belmont en Graspan: Met 'n mag van 10 500 man het Methuen daarin geslaag om 3 600 Boere uit hul stellings te verdryf. By Graspan het De la Rey en Methuen die eerste keer teen mekaar te staan gekom (Pretorius 1985:17).

Op die **suidelike front** het heelwat Kapenaars, wat met die Boeresak gesimpatiseer het, by die Boeremagte aangesluit (Pretorius 1985:20-21).

**10 Desember 1899:** Die Slag van Stormberg: Sonder vooraf verkenning het Gatacre hom ná 'n uitputtende nagmars op die oggend van 10 Desember 1899 tromp-op in die Boeremag onder leiding van J.H. Olivier vasgeloop. Die moorddadige geweervuur van die Boere het die slag beklink. Tussen 700 en 800 Britte is buite aksie gestel, terwyl die Boereverliese 21 man beloop het (Pretorius 1985:21).

**11 Desember 1899:** Die Slag van Magersfontein: Aan Boerekant was die ongevalle 255 man. Daar word aanvaar dat die Britse ongevalle aansienlik hoër is as die 971 man wat die *Times History* aangee (Pretorius 1985:20). “Die ambulansmanne het die volgende dag die dooies en gewondes gaan haal – 902 aan Britse kant, 236 aan Boere-kant” (Pakenham 1981:218; vertaal deur Leon Rosseau).

**15 Desember 1899:** Die Slag van Colenso. Op verbeeldinglose wyse het Buller op 'n frontaanval van die Boerestellings voor Colenso besluit. Sy verkenning was totaal onvoldoende, met die gevolg dat hy nie die posisie van die Boerestellings voor die heuwels kon bepaal nie. Gewaarskuur deur twee dae van volgehoue bombardement op die heuwels agter hulle, het die Boere die oggend van 15 Desember vanuit hul feitlik onsigbare stellings met geweer- en kanonvuur op die aanrukkende vyand agter die Tugela losgebars. 'n Rampspoedige nederlaag het vir Buller gevolg. In teenstelling met die Boereverliese van 38 man, het Buller minstens 1 139 man verloor. Sy eerste poging om Ladysmith te ontset, het hopeloos misluk (Pretorius 1985:17). “Die Engelse verliese was 1 138. 143 Britse soldate is dood, 755 gewond en 240 vermis” (Pakenham 1981:251-254; vertaal deur Leon Rosseau).

Buller se nederlaag by Colenso het tot sy vervanging deur lord Roberts as opperbevelhebber in Suid-Afrika gelei (Pretorius 1985:17). Voordat Roberts in Suid-Afrika kon land, het Buller egter 'n tweede poging aangewend om na Ladysmith deur te breek. Met die versterkings wat reeds geland het, het sy mag teen 23 Januarie 1900 ongeveer 30 000 man getel. Hy het intussen besluit om die Tugela 'n paar kilometer wes van Colenso oor te steek en die regterflank van die Boeremagte te omvleuel (Pretorius 1985:17).

**24 Januarie 1900:** Die Slag van Spioenkop: Op Spioenkop is die Britse afdeling van 2 000 man onder generaal-majoor E. Woodgate die oggend van 24 Januarie vasgepen. Sowat 400 burgers, onder kommandant Hendrik Prinsloo van Carolina en kommandant Rooi Daniël Opperman van Pretoria se distrik het Spioenkop uitgestorm en die Britte met akkurate geweervuur laat les opsê. In die grootse veldslag van die oorlog het die Britte ook hul swaarste nederlaag gely, waarvan tussen 1 800 en 2 000 op 24 Januarie alleen voorgekom het. Aan Boerekant was die verlies minder as 200 man (Pretorius 1985:17). “Die Engelse verliese was 1 500 dood, gewond of gevange. Die nuus dat Spioenkop prysgegee is, het groter verslaenheid veroorsaak as selfs die berigte oor Colenso” (Pakenham 1981:324-325; vertaal deur Leon Rosseau).

’n Derde poging van die Britte om Ladysmith te ontset, het tussen 5 en 7 Februarie 1900 by Vaalkrans (tussen Colenso en Spioenkop) vasgeval (Pretorius 1985:17).

Pretorius (1985:20) sê dat De la Rey ongelukkig was oor Cronjé se besluit om nie die verslane vyand onmiddellik na die Slag van Magersfontein te agtervolg en die hele leer te vernietig nie. Dit sou waarskynlik goeie vrug afgewerp het. Hoe dit ook al sy, die eerste Britse offensief aan die **wesfront** het klaaglik misluk.

Die Britse nederlae op 10, 11 en 15 Desember 1899 te Stormberg, Magersfontein en Colenso het onder die Britte as ‘Black Week’ bekend geword (Pretorius 1985:21). Dit Britse wêreld het geduisel onder die besef dat ’n klompie Boere besig was om die magtige Brittanje ’n les in oorlogvoering te leer. Net soos die Boere-offensief weens die onbekwaamheid van leiers soos Joubert en Cronjé misluk het, het die eerste Britse offensief om dieselfde rede vasgeval. Buller, Methuen en Gatacre was net eenvoudig nie vir dié soort oorlogvoering opgewasse nie, hoewel laasgenoemde twee later met herwonne eer uit die stryd getree het. Met hul frontaanvalle en gebrekkige verkenning het die Britse generaals die taak vir die wagtende Boere agter goed versteekte skanse vergemaklik (Pretorius 1985:21). “Die donker dae van November en Desember... wie sal hulle ooit vergeet?” (Pakenham 1981:261; vertaal deur Leon Rosseau).

Die mislukking van die eerste Britse offensief is nie deur die Boereleërleiding benut nie. Die oorwinnings het die Boere in ’n posisie geplaas om weer die offensief te neem, die vyand veral in

die Kaapkolonie te omvleuel en die spoorlyne in die rug van Methuen en Gatacre te gaan verwoes (Pretorius 1985:20-21).

### **5.3.3 Die Tweede Britse Offensief**

Volgens Pretorius (1985:21) het lord Roberts op 10 Januarie 1900 as die nuwe opperbevelhebber van die Britse magte in Suid-Afrika aangekom. Lord Kitchener het hom as sy stafhoof vergesel (Pretorius 1985:21).

**15 Februarie 1900:** Die beleg van Kimberley. Ná 'n snelle opmars het French Kimberley op 15 Februarie 1900 binneger. Dit was 'n krygsprestasie wat Roberts se bekwame veldheerskap aangedui het. Daar moet egter nie uit die oog verloor word nie dat hy oor 'n veel groter mag met veel meer kanonne beskik het as dié waarmee Methuen of Buller misluk het (Pretorius 1985:21). Oor die beleg van Kimberley skryf Pakenham (1981:348) soos volg: “Kimberley is bevry; De Beers se “onwrikbare” voorsitter glimlag breed en deel sjampanje vir die pers uit; en die gordyn verrys op 'n strategiese situasie wat ingrypend verander het” (Pakenham 1981:348; vertaal deur Leon Rosseau).

**18 Februarie 1900:** Die Slag van Paardeberg. Op 18 Februarie het Kitchener hom by Paardeberg op die noordelike oewer van die Modderivier uit drie rigtings en onder dekking van 'n swaar artillerievuur aangeval. Met 'n geringe eie verlies het Cronjé vir Kitchener teruggeslaan en hom 'n verlies van 1 270 man toegedien. Dit was een van die grootste ongevallesyfers op een dag in die oorlog (Pretorius 1985:21).

Cronjé is egter swaar getref: Die geveg het sy trekvee en perde sodanig afgemaai dat die walaer nie na veiliger terrein verskuif kon word nie. Al wat hy kon doen, was om sy goeie verdedigingstellings te behou en op versterkings te hoop. Intussen het Roberts met sowat 40 000 man die Boerelaer volkome omsingel en met sy 100 kanonne 'n bykans onafgebroke bombardement op die laer volgehou. Dit het groot verwoesting onder mens en dier gesaai en wat higiëne en voedselvoorrade betref, vir haglike toestande in die laer gesorg. 'n Volslae moedeloosheid het hom van die meer as 4 000 burgers en sowat 60 vroue en kinders meester gemaak (Pretorius 1985:22).

Christiaan de Wet, wat nou met blitssnelle aanvalle op Roberts se konvooi op die voorgrond getree het, het vervolgens 'n poging aangewend om Cronjé te ontset. Sy plan was dat Cronjé met sy mag na die suidelike oewer van die Modderrivier moes trek en dat hy en Cronjé vervolgens gelyktydig 'n gaping deur die Britse linies in die suidooste sou slaan. De Wet sou dan Cronjé se ontsnapping dek. Met 'n waaghalsige kruiptog deur die Britse linies het Danie Theron hierdie boodskap na Cronjé deurgeneem. Cronjé se strydmoeë offisiere was egter nie bereid om die waagstuk deur die ondeurwaadbare rivier te onderneem nie. Oorheers deur sy krygsraad, het Cronjé geen ander keuse gehad as om op 27 Februarie 1900 met 4 000 man aan Roberts oor te gee nie (Pretorius 1985:22).

Pakenham (1981:361) sê dat Cronjé se manne drie dae lank die reddende hand wat na hulle uitgesteek is, koppig verwerp het. En drie dae lank het Kitchener De Wet van die rant af probeer vee. Teen die Woensdag kon De Wet se manne nie meer nie. Net 'n uur of twee voor Roberts die jag wou laat vaar, het De Wet self die koppie prysgegee. Die volgende Dinsdag, op die negentiende herdenking van Majuba, het generaal Piet Cronjé met 4 069 Transvalers en Vrystaters aan Roberts se oormag oorgegee en is hulle gevange weggevoer. Onder die Boere was 150 gewondes en 50 vroue. Cronjé se flaters het op die ou end tog Kitchener en Roberts s'n oortref. Dit was die eerste groot Engelse oorwinning van die oorlog (Pakenham 1981:361).

**17-19 Februarie 1900:** Buller verower die Hlangwane-heuwel en omliggende koppe. Pretorius (1985:24) sê dat die Boere se vermoë om weerstand te bied met Buller se verowering van hierdie koppe tussen 17 en 19 Februarie feitlik ineengestort het. Talle burgers het die front begin verlaat. Nogtans het die agterblywendes hardnekkig teen Buller se totale aanslag weerstand gebied (Pretorius 1985:24).

**28 Februarie 1900:** Die ontsetting van Ladysmith. Besiel met die nuus van Cronjé se oorgawe dieselfde dag, het die Britte op 27 Februarie 1900 uiteindelik daarin geslaag om by Pietershoogte deur te breek (Pretorius 1985:24). Oor die ontsetting van Ladysmith sê Pakenham (1981:383) die volgende: "In Ladysmith swaai die slinger duiselingwekkend vinnig terug. Baie mense voel verdoewend deur die skok van verligting" (Pakenham 1981:383; vertaal deur Leon Rosseau).

**13 Maart 1900:** Lord Roberts neem Bloemfontein ongehinderd in. Die Vrystaatse regering het intussen na Kroonstad verskuif (Pretorius 1985:21-24). Die Boereleërs het soos 'n lugspieëling in die veld verdwyn. Die manne wat so taai aan hul loopgrawe in Britse gebied om Kimberley vasgeklou het, het die loopgrawe om hul eie hoofstad sonder slag of stoot laat vaar (Pakenham 1981:392).

Reeds voor die afsterwe van Piet Joubert op 27 Maart 1900 het nuwe, dinamiese leiers in die persone van Christiaan de Wet, Louis Botha en Koos de la Rey na vore getree. Botha het as waarnemende kommandant-generaal vir Joubert as hoof van die ZAR-magte opgevolg. De Wet, nou hoofkommandant in die Vrystaat, het as die vernaamste eksponent van 'n beweeglike oorlogvoering na vore getree (Pretorius 1985:240).

**31 Maart 1900:** De Wet se geslaagde aanslag op die Bloemfonteinse waterwerke by Sannaspos. In die geveg wat gevolg het, het die Britse mag onder leiding van die bevelvoerder, brigadier-generaal R.G. Broadwood, 159 man aan die dood afgestaan en 373 man as krygsgevangenes verloor. De Wet se verlies was 13 man, terwyl hy 'n konvooi van 116 waens met heelwat ammunisie buitgemaak het (Pretorius 1985:25). De Wet het besluit dat sy eerste doelwit die Bloemfonteinse waterwerke by Sannaspos op die Modderivier sou wees, want dit was waar die hoofstad al sy drinkwater vandaan gekry het (Pakenham 1981:411).

Die gebrek aan water in Bloemfontein het gevolglik tot die uitbraak van ingewandskoors onder die Britse soldate in die stad bygedra (Pretorius 1985:25). Dit het beslis meegehelp om Roberts se opmars na Pretoria te vertraag (Pretorius 1985:25). Ná die terugslae van die voorafgaande weke het die oorwinning by Sannaspos die moreel van die Boeremagte gelig. Talle burgers wat ná die val van Bloemfontein huis toe gegaan het, het weer die wapen opgeneem (Pretorius 1985:25).

**4 April 1900:** De Wet neem 459 Britte na 'n harde geveg by Mostertshoek krygsgevangene. Met uitsondering van die dorp Wepener was die hele suid-Vrystaat tussen die spoorlyn en die grens van Basoetoland nou van Britse troepe gesuiwer (Pretorius 1985:25). “Wat kan dan vir die voortsetting van die stryd gesê word? Dit: dat 'n guerrilla-oorlog op die oomblik prakties is.

Sedert die einde van Maart het De Wet dit in die Wes-Vrystaat bewys: by Sannaspos, by Reddersburg” (Pakenham 1981:494; vertaal deur Leon Rosseau).

Pretorius (1985:25) sê dat April en Mei 1900 op alle fronte verwarrende maande vir die Boeremagte was. Terwyl talle burgers moedverlore huis toe gegaan en die wapen neergelê het, het andere weer na die kommando's teruggekeer, versterk deur die suksesse van veral De Wet. Die gebrek aan dissipline onder die Boeremagte was in hierdie tyd op sy opvallendste (Pretorius 1985:25).

**3 Mei 1900:** Roberts begin sy opmars na Pretoria. Twee dae later was hy in Kroonstad (Pretorius 1985:25).

**24 Mei 1900** (Die verjaardag van koningin Victoria): Roberts annekseer die Oranjerivierkolonie. Drie dae later val hy die ZAR binne. Hoewel luitenant-generaal Ian Hamilton op 29 Mei in 'n geveg teen De la Rey te Doornkop swaar verliese gely het, kon die Boere nie verhinder dat Johannesburg en die myne aan die Witwatersrand twee dae later in Roberts se hande val nie. Deurdat die Transvaalse leiers besluit het om Pretoria nie te verdedig nie, kon Roberts op 5 Junie die hoofstad met weinig teenstand inneem (Pretorius 1985:25) “Daar oorkant, net tien myl ver, lê Brits-Johannesburg. En anderkant die stad van goud lê Kruger se Pretoria, die hoofstad, op sy oorwinnaars en wag” (Pakenham 1981:439; vertaal deur Leon Rosseau).

Pretorius (1985:25) sê dat Kruger en die Regering reeds 'n week tevore ooswaarts langs die Delagoabaai-spoorlyn na Machadodorp uitgewyk het.

Sommige tydgenote het gevoel dat Roberts met sy lang tydperke van voorbereiding alvorens hy van Bloemfontein en Kroonstad verder gegaan het, die weg vir die bewegingskryg of guerillafase gebaan het. Roberts se geslaagde opmars het opnuut wankelmoedigheid onder Transvaalse regeringslede, offisiere en burgers laat ontstaan. In 'n telegramwisseling van 31 Mei en 1 Junie het Kruger en Botha hul Vrystaatse ampsgenote meegedeel dat die Transvaalse offisiere gereken het dat dit hopeloos was om die oorlog voort te sit. Steyn en De Wet het egter vasgestaan en op die voortsetting van die stryd aangedring (Pretorius 1985:24-26).

**4-12 Junie 1900:** By Roodewalstasie noord van Kroonstad buit De Wet 'n Britse voorradekonvooi en slaan by 'n verdere drie plekke aan die spoorlyn toe. Benewens die verlies aan groot hoeveelhede klerasie en ammunisie wat vir die front bestem was, was Roberts in die pas verowerde Pretoria telegrafies feitlik van die buitewêreld afgesny. Binne nege dae het die Vrystaters sowat 1 300 Britse soldate krygsgevangene geneem (Pretorius 1985:26). Pakenham (1981:457,458) sê dat De Wet se aanvalle op die hoofspoorweg tussen Kroonstad en die Vaalrivier paniek in Roberts se kommunikasielinie veroorsaak het (Pakenham 1981:457-458).

Dit was vir Roberts duidelik dat hy 'n teenvoeter vir De Wet se krygsoperasies moes vind. Hy het sy proklamasies van 31 Mei en 1 Junie 1900 om die burgers op kommando te ontmoedig en tot oorgawe te dwing op 16 Junie met nog 'n "papierbom" opgevolg. Indien spoor- en telegraafverbindinge verniel word, sou die huise in die omgewing afgebrand word. Dieselfde oggend is De Wet se opstal by Roodewal afgebrand. Sodoende het Roberts in praktyk dit waer reeds sporadies sedert Januarie 1900 toegepas is, in 'n proklamasie gewettig. Die **verskroeiende aarde-beleid** is dus nie, soos dikwels aanvaar, deur Kitchener van stapel gestuur nie (Pretorius 1985:27).

**11 Julie 1900:** De la Rey begin met die herlewing van Wes-Transvaal toe hy 'n skitterende oorwinning by Silkaatsnek behaal. Hierdie sukses het daartoe bygedra dat wapenneerlêers hulle weer in groot getalle by die kommando's aangesluit het (Pakenham 1981:494).

**15 Julie 1900:** De Wet en president Steyn ontsnap met 2 000 man uit die Brandwaterkom. Voordat luitenant-generaal A. Hunter die kordon rondom die Vrystaatse mag kon vasknoop, het De Wet en president Steyn op 15 Julie 1900 met regeringslui en 2 000 man uit die Brandwaterkom ontsnap (Pretorius 1985:28). "Nie Christiaan de Wet of President Steyn is nou in die Brandwaterkom nie. Dit was hulle kolonne van 1 800 man wat op die nag van 15 Julie deur die Britse net geglip het. Hul ontsnapping was 'n groot triomf vir die saak" (Pakenham 1981:464; vertaal deur Leon Rosseau).

**30 Julie 1900:** Marthinus Prinsloo gee met sowat 4 400 burgers aan generaal Hunter oor. Pakenham (1981:464) beskryf Prinsloo se oorgawe soos volg: “Een na die ander kom hulle Fouriesburg binne, en elke Boer ondergaan ’n kort ritueel. Sy Mauser word geneem, die loop word oopgemaak om die ammunisie te verwyder, dan word die geweer op die vuur gegooi, ’n enorme oorwinningsvuur wat dag en nag brand” (Pakenham 1981:465; vertaal deur Leon Rosseau).

**14 Augustus 1900:** De Wet slaan Roberts se dryfjag af toe hy met sy hele mag veilig by Olifantsnek naby Rustenburg oor die Magaliesberge trek (Pretorius 1985:28). “Die Engelse se hoop dat die oorlog met een hou beëindig sou kon word, verdwyn soos dit begin het, in ’n groot rooi stofwolk, die enigste teken wat van De Wet se ossewaens oorbly” (Pakenham 1981:472; vertaal deur Leon Rosseau).

De Wet se briljante strategie, sy streng dissipline, sy beweeglikheid en sy goeie verkenner onder Danie Theron en kaptein Gideon Scheepers het veel tot sy sukses bygedra (Pretorius 1985:28). “Die geheim het in De Wet se beroepsverkenner gelê. Dit is betekenisvol dat De Wet, anders as die Engelse, hierdie noodsaaklike deel van sy veld-inligtingswerk nie aan gewone berede troepe oorgelaat het nie. Hy het twee spesiale korpse opgelei – onder kapteins Danie Theron en Gideon Scheepers” (Pakenham 1985:468; vertaal deur Leon Rosseau). Pretorius (1985:28) sê ook dat die Britte se gebrekkige verbinding- en verkenningstelsel en hul voorrade-probleme De Wet verder bevoordeel het.

’n Geleidelike oorgangsfase het tot omstreeks die einde van Augustus 1900 gevolg toe die laaste stellinggevegte afgehandel is en die bewegingskryg sy volle beslag gekry het (Pretorius 1985:24).

**11 September 1900:** Ná weke as vlugteling in ’n spoorwegwa het President Kruger op 11 September eindelijk die Mosambiekse grens oorgesteek en na Europa skeepgegaan (*De Gelderland*, ’n Nederlandse kruiser, is gestuur om hom te kom haal) (Pakenham 1981:479). Pretorius (1985:28) sê dat Schalk Burger as waarnemende president aangewys is.

'n Belangrike gevolg van die eerste dryfjag op De Wet was dat Roberts se opmars van Pretoria langs die Delagoabaai-spoorlyn vertraag is. Hy was 'n maand lank verplig om feitlik sy volle aandag te bestee aan die pogings om De Wet te vang. Die dryfjag was ook 'n belangrike waterskeiding in die oorlog. Op aandrang van hul leiers het die burgers in 'n groot mate van die hinderlike walaers ontslae geraak, terwyl die Boereleiers die konvensionele stellingoorlog-metode vir die bewegings- of guerillakryg verruil het (Pretorius 1985:28).

Met die oortuiging dat die vyand finaal verslaan is, het Roberts die Transvaal op 1 September 1900 namens Brittanje geannekseer. Drie weke later het sy kolonnes Komatipoort aan die grens met Portugees-Oos-Afrika bereik. Die hele Transvaal suid van die Delagoabaai-spoorlyn was nou in Britse hande. En tog was dit nie heeltemal die geval nie (Pretorius 1985:29).

'n Deeglike herorganisasie het plaasgevind. Hierby inbegrepe was die benoeming (in plaas van die gewone verkiesing) van bekwame leiers in die plek van onbevoegde offisiere. Dit het ook die heropkommandering ingesluit van burgers wat reeds die eed van neutraliteit afgelê en na hul plase teruggekeer het. Veral De la Rey in die Wes-Transvaal en De Wet in die Vrystaat was aktief hiermee gemoeid. Hul pogings het veroorsaak dat talle burgers weer by die kommando's aangesluit het. Dit het tot 'n mate die leemte gevul wat deur Prinsloo se oorgawe in die Vrystaat gelaat is; dit het ook die terugslae wat die Transvalers sedert Cronjé se oorgawe getref het, tot 'n mate geneutraliseer. Teen September 1900 het die oorlog dus 'n totaal ander karakter as tevore aangeneem. Hierdie fase staan dan ook as die **guerillafase** bekend (Pretorius 1985:29).

Vir De Wet het die bewegingskryg hierna 'n tydperk van teenslae ingelui (Pretorius 1985:29).

**6 November 1900:** Die Boerelaer naby Bothaville word deur luitenant-kolonel P. le Gallais oorval toe die Boerebrandwagte aan die slaap gevang is. Die Britse aanvoerder word dodelik gewond, maar 114 Boere val in Britse hande (Pretorius 1985:29).

**23 November 1900:** Met sy 1 500 berede burgers dwing De Wet die Britse garnisoen by Dewetsdorp tot oorgawe (Pretorius 1985:30).

**14 Desember 1900:** De Wet maak sy beroemde deurbraak by Sprinkaansnek naby Thaba 'Nchu toe sy burgers onder 'n haelbui van koeëls tussen twee Britse forte deurbreek (Pretorius 1985:30).

Vir Botha se voorstel dat hulle 'n gesamentlike strategie vir 'n inval in die Kaapkolonie uitwerk, was De Wet nie te vinde nie. Hy het teen einde Januarie 1901 sy tweede poging aangewend om die Kaapkolonie binne te val. De Wet se tweede inval in die Kaapkolonie was 'n volslae mislukking. Hy het nie 'n opstand onder die Kaapse Afrikaners bewerkstellig nie. Hierdie inval was sy moeilikste operasie en het buitengewone eise en ontberings aan sy burgers gestel. Hy het finaal die strategiese inisiatief verloor. Voortaan was hy hoofsaaklik op 'n defensiewe guerrilla-oorlogvoering aangewese (Pretorius 1985:30).

Oral het die bewegingskryg sy beslag gekry. Aan Boerekant was daar 'n toenemende gees van optimisme. Toe Kitchener dus op 29 November 1900 die opperbevel van Roberts oorneem, was die oorlog steeds ver van verby (Pretorius 1985:29-31).

Die tweede Britse offensief was aan alle fronte geslaag. Sowel Roberts as Buller se magte kon 'n welverdiende ruskans geniet. Dit het die Boereleiers die geleentheid gebied om die uiteengejaagde kommando's geleidelik weer te organiseer (Pretorius 1985:24).

#### **5.3.4 Kitchener se toetrede**

Pretorius (1985:31) sê dat Kitchener al sy kragte ingespan het om die ongunstige militêre situasie die hoof te bied. Kitchener se strategie om die oorlog te beëindig, was drievoudig. In die eerste plek het hy Roberts se verskroeiende aarde-beleid voortgesit. Die Republieke is aan 'n stelselmatige verwoesting onderwerp. Hele dorpe, soms kerke daarby, en duisende plaasopstalle is afgebrand of verniel. Hierdie aanslag op die Boere se voortbestaan is deur die vernietiging van alle voedselvoorrade aangevul. Vee is letterlik by die hope aan 'n wrede slagting onderwerp en graan en mielies is verbrand. In die tweede plek is die stelsel van konsentrasiekampe, waarin burgerlikes – meestal vroue en kinders – geplaas is, uitgebrei. In die derde plek het Kitchener met sy dryfjagte begin (Pretorius 1985:31).

**28 Januarie 1901:** Kitchener stuur sy eerste groot dryfjag met 14 000 troepe en 58 kanonne in sewe kolonnes van stapel. Sy teikengebied was die Transvaalse Hoëveld (Pretorius 1985:31).

Met die winter voor die deur, was 'n welvarende deel van Transvaal nou in puin gelê. Opstalle was afgebrand, vee doodgemaak of gebuit en die meeste burgerlikes na die konsentrasiekampe weggevoer. Nogtans was die getal van 132 burgers wat hoofsaaklik as gevolg van vrywillige oorgawe deur die dryfjag uitgeskakel is, onbeduidend. Die meeste was grysaards of jong seuns of weekhartiges wat nie veel tot die Boersaak kon bydra nie (Pretorius 1985:31).

**20 Februarie 1901:** Steyn, De Wet en De la Rey haal te Waterval wankelmoediges oor om die stryd tot die bittereinde te voer. Ten einde die druk op die twee Republieke te verlig, is daar ook besluit dat Smuts 'n nuwe inval in die Kaapkolonie sou lei (Pretorius 1985:32).

**28 Februarie 1901:** Kitchener en Botha ontmoet mekaar op voorstel van die Britse opperbevelhebber by Middelburg vir vredesamesprekings. Kitchener was redelik toegeeflik in sy vredesvoorstelle. Sy vernaamste eis, dat die Republieke hul onafhanklikheid inboet en Britse kolonies word, was egter vir Botha onaanvaarbaar. Dit het die voortsetting van die oorlog verseker (Pretorius 1985:31).

Kitchener het sy verskroeiende aarde-beleid ook elders stelselmatig voortgesit. Dit was 'n leegstroop van die Vrystaat en die Transvaal sodat die winter van 1901 die grootste ellende en ontbering meegebring het. Die kommando's het minder aktief geraak en uit die vyand se pad gebly. Vrouelaers het ook rondgevlug om die wegvoer na konsentrasiekampe te ontwyk. Voedselvoorrade, klere en wapens en ammunisie is nou deur aanvalle op geïsoleerde Britse afdelings aangevul. Die Boere was nie meer in 'n posisie om krygsgevangenes aan te hou nie, sodat gevange Britse soldate onmiddellik weer vrygelaat is (Pretorius 1985:32).

**11 Julie 1901:** In Reitz ontkom Steyn ter nouernood 'n tweede keer aan 'n vyandelike aanval. Uit die dokumente wat in die slag gebly het, het Kitchener die wankelmoedigheid van die Transvaalse regering bemerk. Dit was vir hom 'n bewys dat sy beleid besig was om vrugte af te werp (Pretorius 1985:32).

**7 Augustus 1901:** Kitchener stuur 'n proklamasie uit wat die volgende verklaar: “Burgers wat nie vóór 15 September die wapen neerlê nie, sal uit Suid-Afrika verban word en hul besittings gekonfiskeer word.” Hierdie proklamasie het egter nie die gewenste uitwerking gehad nie (Pretorius 1985:31-32).

Intussen is Kritzinger en Scheepers se stryd in die Kaapkolonie deur die aankoms van klein kommando's aangevul. In Mei 1901 het Kitchener vir French na die Kolonie gestuur. Met Middelburg as hoofkwartier moes hy met 50 000 troepe die sowat 3 000 burgers uitskakel wat in kommando's oor 'n uitgestrekte en moeilike terrein verspreid was (Pretorius 1985:32).

**17 September 1901:** Louis Botha pas met groot sukses die Boere se nuwe stormjaagtegniek met perde op die vyand toe (Pretorius 1985:34).

**September 1901:** French se taak word deur Smuts se deurtog met 250 man deur die Oranjerivier naby Aliwal-Noord bemoeilik. Hiermee het die stryd 'n nuwe fase betree. Tot aan die einde van die oorlog sou die Kolonie deel van die oorlogsterrein uitmaak. Op sy trek, eers in die rigting van die Oostelike Provinsie, toe na die Suidwestelike Distrikte en eindelijk na die Noordwestelike Distrikte, is Smuts nooit met rus gelaat nie (Pretorius 1985:32).

Die Britse owerheid het krygswet oor die Kaapkolonie afgekondig, trekvee van die boereplase verwyder en rebelle swaar gestraf. Dit het egter nie verhinder dat die invallende kommando's in die Kolonie die gasvryheid van hul mede-Afrikaners geniet het nie, wat hul moeilike taak darem verlig het (Pretorius 1985:33).

Die oorlog het die Kaaplandse Afrikaner voor die grootste krisis denkbaar geplaas. Aan die een kant het s/hy dikwels nie geskroom om haar/sy lojaliteit aan die Britse Kroon in die openbaar te bely en om die invallende republikeinse magte duidelik te laat verstaan dat hulle teenwoordigheid nie welkom was nie. Aan die ander kant was s/hy deur bloed- en kultuurbande met die inwoners van die Republieke verbind. Die oorlog was vir haar/hom dus 'n bron van droefheid en ontsetting (Pretorius 1985:33).

**25 Desember 1901:** De Wet doen 'n uiters geslaagde aanval op die Britse kolonne bo-op Groenkop, tussen Bethlehem en Harrismith. Sowat 500 burgers het die ylbewaakte, styl westerhang van die kop bestorm en die vyandelike mag van 470 man in hul slaap oorrampel. Onder die 58 gesneuweldes was ook die aanvoerder, majoor F. Williams. Vir die Boere was die gebuite voedsel- en ammunisievoorrade besonder welkom (Pretorius 1985:33).

Kitchener het nou met "*new model drives*" na vore gekom. Met die aanleg van meer blokhuislinies was hy nou in 'n posisie om sy dryfjagte beter te koördineer. Dit het inderdaad veegbewegings geword waartydens sy kolonnes in uitgestrekte linies van maklik 80 km die oorlogsterrein van Boere skoongevee het (Pretorius 1985:34).

**Februarie en Maart 1902:** In drie pogings span Kitchener tot 30 000 troepe en verskeie pantsertreine in om De Wet in die noordoos-Vrystaat teen die spoorlyn vas te druk. Hoewel Kitchener nie soveel Boere aangekeer het as wat hy graag sou wou nie, het die "*new model drives*" tog sukses behaal. Die voortdurende agtervolging het 'n nadelige uitwerking op die moraal van die Boere gehad, terwyl die operasies ook groot hoeveelhede voedselvoorrade vernietig het. Met die winter van 1902 voor die deur het dit 'n invloed op die duur van die stryd gehad (Pretorius 1985:34).

In die Wes-Transvaal het die koms van die lente in September 1901 'n bedrywige tydperk ingelui. Een Britse bevelvoerder na die ander is uitgestuur om De la Rey vas te trek. Elkeen, Methuen, Babington, Dixon, Cunningham, Clements, Kekewich en andere, moes met verliese die aftog blaas. Met die aanbreek van 1902 was dit steeds Methuen wat De la Rey se bloed gesoek het. Hy is bygestaan deur Kitchener se blokhuislinies wat die Boere se bewegingsvryheid drasties ingeperk het (Pretorius 1985:34).

Die Britte, oral bygestaan deur *joiners* (Boere wat na die Britse kant oorgeloop het), het nou ook van die taktiek van groot nagtelike trekke gebruik gemaak om die vyand vas te keer. De la Rey het egter die stormjaagtegniek op die rondtrekkende Britse kolonnes met groot sukses toegepas, soos die Slag van Yzerspruit op 25 Februarie 1902 bewys. Kolonel Anderson het 183 man,

gedood en gewond, verloor asook sowat 500 krygsgevangenes, wat die volgende dag deur De la Rey vrygelaat is (Pretorius 1985:35).

**7 Maart 1902:** Die Slag van Tweebosch aan die Klein Hartsrivier. Dit het die kroon op De la Rey se bekwaamheid as ruitergeneraal gespan. Sy burgers het in gelid te perd die agterhoede van Methuen se konvooi bestorm en met dodelike akkuraatheid uit die saal geskiet. Dit het De la Rey sy skitterendste oorwinning besorg. Die Boereverliese van 34 man was klein in vergelyking met die 189 gewonde en gesneuwelde Britte en 859 krygsgevangenes. Methuen is in die been gewond en het in die hande van die Boere geval. Met grootmoedigheid het De la Rey hom vrygelaat om beter mediese behandeling te kry as wat by die Boere moontlik was (Pretorius 1985:35).

**11 April 1902:** Die Slag van Roodewal naby die Hartsrivier het in 'n klinkende Britse oorwinning geëindig. Met De la Rey reeds by die vredesamesprekings betrokke, het generaal J. Kemp 'n mislukte stormjaag op die gekombineerde magte van kolonels Grenfell, Kekewich en Von Donop uitgevoer. Benewens 'n paar krygsgevangenes was die Boereverliese 43 gesneuweldes en 120 gewondes. Dit was die laaste belangrike skermutseling van die oorlog (Pretorius 1985:35).

## **5.4 VREDE**

Ná twee jaar en bykans agt maande het die vrede gekom (Pretorius 1985:35). Die bal is aan die rol gesit deur 'n nota wat die Nederlandse Eerste Minister, doktor Abraham Kuyper, op 25 Januarie 1902 aan die Britse regering gerig het. Daarin het hy sy regering se dienste aangebied om as skakel te dien vir 'n gedagtewisseling oor vrede tussen die regerings van Brittanje en die twee Republieke. Kitchener het afskrifte van die briefwisseling daarvoor aan die Transvaalse, maar nie aan die Vrystaatse regering nie, gestuur (Pretorius 1985:35).

By Vereeniging het 60 afgevaardigdes van die Transvaalse en Vrystaatse kommando's tussen 15 en 17 Mei onder voorsitterskap van generaal Beyers samesprekings gevoer. President Steyn, wat deur 'n verlamming van die spiere aangetas was, het slegs een of twee vergaderings bygewoon. Uiteenlopende standpunte is gehuldig oor die wenslikheid om die stryd voort te sit. Die ellende van die vroue en kinders in die konsentrasiekampe, die toenemende gevaar wat gewapende swart

mense vir die burgers op kommando en die gesinne in die veld ingehou het en die verwoesting waarin die twee Republieke verkeer het met die gevolglike gebrek aan voedsel, het as faktore sterk oorweging geniet (Pretorius 1985:35).

Verteenwoordigers van die twee Regerings het die afgevaardigdes se voorstelle op 19 Mei in Pretoria aan Kitchener en Milner voorgelê. Die belangrikste sake was die afstanddoening deur die Republieke van hul buitelandse betrekkinge en die aanvaarding van 'n Britse protektoraat. In hul reaksie het Kitchener en Milner onomwonde verklaar dat daar slegs op die basis van die volkome prysgawe van die Republieke se onafhanklikheid onderhandel kon word (Pretorius 1985:35).

Smuts en Hertzog het vervolgens saam met Milner die vredesvoorwaardes uitgewerk. Op 21 Mei is dit vir goedkeuring deur die regering na Brittanje gestuur. Dit het bepaal dat die burgers op kommando hul wapens neerlê en koning Edward VII as hul wettige soewerein erken. Krygsgevangenes sou na die Transvaal en die Oranjerivierkolonie teruggebring word mits hulle die eed van getrouheid aan die Britse koning aflê. Sulke persone sou hul persoonlike eiendom en vryheid behou (Pretorius 1985:35).

Die Nederlandse taal sou op skool onderrig word en in die howe toegelaat word. Sodra omstandighede dit toelaat, sou selfbestuur aan die Transvaal en die Oranjerivierkolonie verleen word. Die kwessie van stemreg vir swart mense sou nie beslis word voordat selfregering ingestel is nie. Die Britse regering sou 'n bedrag van £3 000 000 vir die heropbou van die twee gebiede beskikbaar stel (Pretorius 1985:35).

Tussen 29 en 31 Mei het die Boere-afgevaardigdes weer by Vereeniging beraadslag. Swaar soos dit vir hulle was, het die afgevaardigdes eindelijk met 54 stemme teen ses die voorwaardes aanvaar waarop in Pretoria ooreengekom is. Die lede van die twee Boereregerings het daarop na Pretoria gereis. Omstreeks elfuur die aand van 31 Mei 1902 is die vredesverdrag van Vereeniging in Melrosehuis geteken, wat 'n einde aan die oorlog in Suid-Afrika gemaak het. "We are good friends now", het Kitchener gesê en sy hand na die Boere-afgevaardigdes uitgesteek. Vriende. Maar vir die Boere 'n vrede sonder vryheid (Pretorius 1985:35).

## 5.5 SLOTOPMERKING

Uit hierdie bespreking is dit duidelik dat die Anglo-Boereoorlog 'n stryd was wat vele rolspelers gehad het en wat 'n groot impak op sowel Britte as Boere gehad het. Die oorlog het die verbeelding van mense regoor die wêreld aangegryp, so ook die spotprentkunstenaars wat in daardie jare groot aanhang geniet het. Duidelik was die agtergrond van die Anglo-Boereoorlog een wat meer as genoeg kleurrike stoffasie aan spotprentkunstenaars verskaf het. Die kunstenaars en publikasies, veral *Punch*, het nie geskroom om inspirasie vir hulle spotprente uit die oorlog te put nie. Daar is gekyk na die voorspel van die oorlog, asook die verloop daarvan. Die drie fases van die oorlog is bepreek en elkeen se hoogtepunte uitgelig. Hoewel vrede uiteindelik aangebreek het, was dit veral vir die Boere een van groot bitterheid en groot agteruitgang het in Suid-Afrika gevolg.

In *Hoofstuk 6* word die inhoudsanalise as navorsingsmetodologie bespreek. Daar word gekyk na die voor- en nadele van hierdie metode en hoe dit in dié spesifieke studie gebruik is. Die eenheid van analise en kategorieë vir analise word ook breedvoerig bespreek.

## HOOFSTUK 6

### NAVORSINGSMETODOLOGIE

#### 6.1 INLEIDING

Die doel van hierdie studie is om die boodskappe in spotprente in *Punch* te ontleed. Vervolgens sal daar gekyk word na die inhoudsanalise wat gebruik word om die spotprente mee te ontleed, asook na die voor- en nadele van hierdie metode. Die prosedure vir die uitvoer van die inhoudsanalise word kortliks bespreek, waarna die navorsingsprobleem geformuleer word en die primêre en sekondêre doelwitte gegee word. Laastens word die steekproef, eenheid van analise en die kategorieë van analise ook bespreek.

#### 6.2 DIE INHOUDSANALISE

Die analise van die boodskappe in spotprente in *Punch* word aan die hand van 'n inhoudsanalise ondersoek. “Die inhoudsanalise is 'n sistematiese prosedure waarvolgens inhoud bestudeer kan word. Die metode is gewild onder navorsers van massamedia aangesien dit 'n effektiewe manier verskaf waarvolgens die inhoud van media ondersoek kan word. Dit is sistematies en akkuraat, wat interpretasie en analise vergemaklik” (Wimmer & Dominick 1994:164).

Weber (1990:9) definieer inhoudsanalise as 'n navorsingsmetode wat 'n stel prosedures gebruik om geldige en betroubare afleidings en gevolgtrekkings in verband met die *teksinhoud* te maak. Hierdie afleidings en gevolgtrekkings kan gemaak word oor die *sender* van die boodskap, die *boodskap* self of die *gehoor* waarop dit gemik is. Hiervolgens kan bepaalde patrone in terme van kulturele en taalverwante terugvoer byvoorbeeld geïdentifiseer word.

Babbie (1998:308-309) noem dat, hoewel die inhoudsanalise 'n spesifieke navorsingsmetode is, dit baie ooreenkomste met ander navorsingsprosedures toon. Dit sluit in die insameling en

verwerking van data, statistiese analise en die maak van gevolgtrekkings aan die hand van bepaalde doelwitte ten einde die studie-onderwerp toe te lig.

Holsti (1969:14) verskaf 'n breë definisie van inhoudsanalise as “enige tegniek wat gevolgtrekkings maak deur objektief en sistematies spesifieke karaktereenskappe van boodskappe te identifiseer” (Holsti 1969:14; eie vertaling).

'n Laaste definisie deur Berelson (1952:74) lui soos volg: “Inhoudsanalise is 'n navorsingstegniek vir die objektiewe, sistematiese en kwantitatiewe beskrywing van die manifesterende inhoud van kommunikasies” (Berelson 1952:74; eie vertaling).

Volgens Wimmer en Dominick (2003:135) volg kwantitatiewe metodes 'n positivistiese benadering en kwalitatiewe metodes 'n verklarende of interpreterende benadering. Die praktiese verskille tussen hierdie benaderings is veral in die navorsingsproses sigbaar. Die volgende vyf navorsingsareas demonstreer die verskille tussen die positivistiese (kwantitatiewe) en verklarende (kwalitatiewe) benaderings:

- ◆ Die rol van die navorser: Die kwantitatiewe navorser streef na objektiwiteit en distansieer sigself van die data. Die kwalitatiewe navorser is 'n integrale deel van die data; sonder die aktiewe deelname van die navorser, bestaan daar geen data nie.
- ◆ Ontwerp: Vir die kwantitatiewe navorser, word die ontwerp van die studie bepaal nog voor die studie begin het. In kwalitatiewe navorsing ontwikkel die ontwerp tydens die navorsing; dit kan verander of aangepas word namate die navorsing vorder.
- ◆ Omgewing: Die kwantitatiewe navorser probeer kontaminerende en verwarrende veranderlikes beperk deur navorsing in 'n beheerde omgewing te doen. Die kwalitatiewe navorser se navorsing geskied in die veld en in 'n natuurlike omgewing en probeer die normale vloei van gebeure vasvang sonder om vreemde veranderlikes te probeer beheer.
- ◆ Meetinstrumente: In kwantitatiewe navorsing bestaan die meetinstrumente los van die navorser en kan enige party die instrumente gebruik om data in die navorser se afwesigheid te versamel. In kwalitatiewe navorsing is die navorser die instrument en kan geen individu daarvoor instaan nie.

- ◆ Die bou van 'n teorie: Waar die kwantitatiewe navorser navorsing gebruik om teorieë te toets, ondersteun of te verwerp, ontwikkel die kwalitatiewe navorser teorieë as deel van die navorsingsproses.

### 6.2.1 Voordele van die inhoudsanalise

Weber (1990:10) noem dat die inhoudsanalise in vergelyking met ander navorsingsmetodes soos onderhoude en vraelyste 'n metode bied wat aan navorsers die geleentheid gee om 'n verskynsel te bestudeer sonder dat die kommunikasiedeelname daarvan bewus is. Dit sal verhoed dat die navorsingsmetode 'n invloed op die inligting het (vgl. Robson 1993:280).

Nog 'n voordeel van die inhoudsanalise as navorsingsmetode is dat die data permanent beskikbaar is en dus aan 'n herondersoek blootgestel kan word (Robson 1993:280). 'n Herondersoek, of 'n herhaling van die studie om die bevindinge te bevestig, is een van die metodes om die geldigheid van die navorsing te bevestig (Weber 1990:17-18).

Die inhoudsanalise is ook 'n redelik bekostigbare vorm van data-insameling. Aangesien die teks, en gevolglik die data, reeds bestaan, hoef daar nie geld en tyd bestee te word aan die saamstel van die vraelyste om die data in te samel nie (Robson 1993:280).

Palmquist (2009:aanlyn) gee die volgende voordele verbonde aan inhoudsanalise:

- ◆ Inhoudsanalise kyk direk na kommunikasie via tekste of transkripte en bereik sodoende die sentrale aspek van sosiale interaksie.
- ◆ Dit is kwalitatief en kwantitatief.
- ◆ Dit kan deur die analise van tekste 'n waardevolle historiese of kulturele blik oor tyd heen gee.
- ◆ Dit kan gebruik word om tekste te interpreteer met die doel om deskundige sisteme te ontwikkel

### **6.2.2 Probleme met die inhoudsanalise as navorsingsmetode**

Die grootste nadeel verbonde aan 'n inhoudsanalise is subjektiwiteit aangesien die navorser self sy/haar afleidings maak en dit moontlik is dat 'n ander navorser afleidings kan maak wat verskillend is. Dit kan egter in 'n redelike mate uitgeskakel word deur die daarstel van duidelike riglyne, deeglike omskrywings van kategorieë en 'n goedbeplande werkswyse wat die navorser sal lei en afwykings sal voorkom (Wimmer & Dominick 1994:167).

Nog 'n beperking van die inhoudsanalise is dat dit nie as enigste navorsingsmetode gebruik kan word om aannames oor media-effek te maak nie. Die bevindinge van 'n spesifieke inhoudsanalise is ook beperk tot die raamwerk van kategorieë en definisies wat in die analise gebruik is. Ook is 'n groot hoeveelheid materiaal nodig om 'n genoegsame hoeveelheid inligting te kry om te bestudeer (Wimmer & Dominick 1994:167).

Palmquist (2009:aanlyn) gee die volgende nadele verbonde aan inhoudsanalise:

- ◆ Inhoudsanalise kan baie tyd in beslag neem.
- ◆ Dit kan moeilik wees om te rekenariseer of te outomatiseer.
- ◆ Dit is inherent reduksionisties, veral by komplekse tekste.
- ◆ Dit is vatbaar vir foute, veral wanneer relasionele analise gebruik word om 'n hoër vlak van interpretasie te bereik.
- ◆ Die inhoudsanalise is dikwels ontbloeit van teoretiese basisse of dit probeer te ruim om betekenisvolle aannames oor die verhoudinge wat in die studie geïmpliseer word, af te lei;
- ◆ Inhoudsanalise minag dikwels die konteks waarbinne die teks geskep is, asook die stand van sake nadat die teks geskep is.

### **6.3 PROSEDURE VIR DIE UITVOER VAN 'N INHOUDSANALISE**

Weber (1990:13) stel dit duidelik dat daar nie 'n spesifieke metode is om 'n inhoudsanalise uit te voer nie. Die struktuur en prosedure word deur die spesifieke studie bepaal. Bepaalde basiese aspekte vorm egter deel van die meeste inhoudsanalises (Robson 1993:275-279).

### **6.3.1 Die formulering van 'n navorsingsprobleem**

Soos met enige ander vorm van navorsing is dit nodig om 'n probleemstelling te ontwikkel aan die hand waarvan die res van die studie beplan sal word. In die geval van hierdie studie handel die probleemstelling oor die boodskappe in spotprente in die Britse satiriese joernaal *Punch* en hoe dit as propaganda-media gebruik is. Die volgende doelwitte is geïdentifiseer:

#### **6.3.1.1 Primêre doelwit**

Die primêre doelwit van die studie is om die boodskappe in spotprente in die Britse satiriese joernaal *Punch* te identifiseer en te ontleed.

#### **6.3.1.2 Sekondêre doelwitte**

Uit die primêre doelwit kan verskeie sekondêre doelwitte afgelei word, naamlik:

- ◆ om te bepaal watter kodes in die spotprente voorkom;
- ◆ om te bepaal watter konvensies in die spotprente voorkom;
- ◆ om die enkoderingstrategieë in die spotprente te bepaal;
- ◆ om te bepaal of stereotipering in die spotprente voorkom; en
- ◆ om te bepaal watter karakters in die spotprente voorkom.

### **6.3.2 Steekproef**

Die eenheid van analise vir dié studie is die bepaalde elemente in die spotprente. Die spotprente wat vanaf Oktober 1899 tot Desember 1899 (Boere-offensief) en ook vanaf Januarie 1900 tot September 1900 (Britse Offensief) in *Punch* verskyn het, vorm deel van die inhoudsanalise. Veertig spotprente (Gale Digital Collections 2009:aanlyn) is uiteindelik volgens die inhoud daarvan in bepaalde kategorieë ingedeel. Beskikbaarheidsteekproef word gebruik wat slegs spotprente uit die eerste twee fases van die oorlog bevat aangesien die spotprente meer as 100 jaar gelede gepubliseer is, a) alle spotprente wat gepubliseer is nie meer beskikbaar is nie en b) dat die gehalte van sommige van die gereproduseerde spotprente wat wel beskikbaar is (spesifiek uit die guerrillafase), so swak is dat dit nie sinvol gebruik kan word nie. Spotprente oor die oorlog het dus na September 1900 verskyn, maar die vyftien spotprente wat wel uit die guerrillafase beskikbaar is, is almal van 'n baie swak gehalte. Die spotprente is van 1 tot 40 genommer en verskyn in *Bylaag 1*.

### 6.3.3 Die eenheid van analise

Die eenheid van analise is die bepaalde item wat aan die hand van verskillende kategorieë geanaliseer gaan word. In die meeste inhoudsanalises is die eenheid van analise 'n enkele woord. Dit kan egter ook 'n frase, 'n tema, 'n karakter of selfs 'n volledige teks wees. Soos reeds genoem, is die eenheid van analise vir hierdie studie die bepaalde elemente in die 40 spotprente (Bylaag 1) wat geanaliseer gaan word. Vervolgens word die kategorieë vir analise bespreek.

### 6.3.4 Kategorieë vir analise

Die volgende kategorieë is vir die doel van hierdie studie geïdentifiseer:

#### 6.3.4.1 Kodes

Bazalgette (1989 in Karysingh 1997:47) definieer 'n kode as “a set of conventions that become fixed in a highly predictable pattern of usage”. Aanwysende tekens, ikoniese tekens en simboliese tekens val onder kodes.

**6.3.4.1.1 *Aanwysende tekens:*** Greenway (1991 in Karysingh 1997:48) sê dat aanwysende tekens (byvoorbeeld metafore) iets bykomend tot objekte aandui. “Rook” en “vuur” is byvoorbeeld aanwysende tekens wat uit ondervinding geassosieer word. Lang, kleurvolle, Afrika-hemde is so 'n aanwysende teken van Nelson Mandela. Aanwysende tekens fasiliteer die lesers se herkenning van iets of iemand (Karysingh 1997:48).

**6.3.4.1.2 *Ikoniese tekens:*** Volgens Greenway (in Karysingh 1997:48) is ikoniese tekens die minste abstrak en verwys dit na afbeeldings van die oorspronklike. Voorbeelde van ikoniese tekens is foto's en prente. In 'n spotprent waarin Mandela voorkom, is die tekening van Mandela dus 'n afbeelding of verteenwoordiging van Mandela. Die spotprentkunstenaar se gebruik van ikoniese tekens voorsien inligting wat die leser help om sin van die teks te maak (Karysingh 1997:48).

**6.3.4.1.3 *Simboliese tekens:*** Spotprentkunstenaars gebruik ook geskrewe tekens en prente wat vorme van simbole is. Die simbool het 'n arbitrêre verhouding tot sy referent wat sosiaal aanvaarbaar is. 'n Kunstenaar kan byvoorbeeld 'n motor gebruik as simbool van die nuwe Suid-Afrika. Tog leen die kunstenaar se gebruik van simbole sigself tot

interpretasie. Terwyl sommige lesers sal aanvaar dat 'n motor byvoorbeeld die nuwe Suid-Afrika simboliseer, kan ander dit dalk interpreteer as 'n simbool van die luukse leefstyl van sommige ministers (Karysingh 1997:49).

#### **6.3.4.2 Konvensies**

Bazalgette (in Karysingh 1997:47) definieer 'n konvensie as volg: "A convention is a broad term meaning any agreed, established way in which elements of a media text can be made to refer to, to symbolize or summarize particular meanings or sets of ideas." Konvensies sluit in karikatuur, naam-etikette en die letterlike uitbeelding van inligting.

**6.3.4.2.1 Karikatuur:** Kotzé (in Karysingh 1997:50) beskryf karikatuur as volg: "an '*anti-portrait*' of a recognizable person ... the most prominent characteristic of a caricature is its over-emphasis of some of the person's features". 'n Voorbeeld van karikatuur kan wees die oorbeklemtoonde wangbene in 'n tekening van Mandela. Soos ikoniese tekens voorsien karikatuur inligting wat lesers help om 'n teks te interpreteer. Die oorbeklemtoonde eienskappe van 'n karakter is dit nie net humoristies nie, maar help dit ook om die karakter te herken (Karysingh 1997:50).

**6.3.4.2.2 Naam-etikette:** Kunstenaars gebruik naam-etikette om hulle karakters te identifiseer. Soos karikatuur, voorsien naam-etikette inligting wat die leser help om mense of gebeure maklik te herken (Karysingh 1997:50).

**6.3.4.2.3 Letterlike uitbeelding van inligting:** 'n Voorbeeld hiervan is as volg: In 'n spotprent beeld die kunstenaar taxi-bestuurders uit as "verhewe bo die wet" deur 'n taxi-bestuurder te teken wat oor die kop van 'n polisieman "vlieg". Hierdie konvensie behels die metaforiese gebruik van tekens (Karysingh 1997:51).

#### **6.3.4.3 Enkoderingstrategieë**

Behalwe kodes en konvensies, gebruik die kunstenaar ook sekere enkoderingstrategieë. Dit sluit in parodie, satire en hiperbool.

- 6.3.4.3.1 Parodie:** Parodie verwys na die uitbeelding van 'n ernstige saak op 'n humoristiese manier of as 'n bespotting. 'n Voorbeeld kan wees dat die Minister van Justisie uitgebeeld word as hulpeloos wanneer dit kom by die stryd teen misdaad (Karysingh 1997:51).
- 6.3.4.3.2 Satire:** Dit behels die uitbuiting van swakhede of dwaashede om te spot met onsedelikhede of gedrag wat as dom beskou word. Die Minister van Justisie kan byvoorbeeld voorgestel word as iemand wat struikel en val in die uitvoer van sy pligte (Karysingh 1997:51).
- 6.3.4.3.3 Hiperbool:** Dit verwys na oordrywing. In 'n spotprent word Dullah Omar en Sydney Mufamadi uitgebeeld as hulpeloos en onnosel wanneer dit kom by die stryd teen misdaad (Karysingh 1997:51). Dullah Omar was 'n voormalige Minister van Justisie en Sydney Mufamadi 'n voormalige Minister van Veiligheid en Sekuriteit.

#### **6.3.4.4 Stereotipering**

Volgens Karysingh (1997:60) verwys stereotipering na maniere waarop individue, groepe, leefstyle en ander aspekte van ons gemeenskap op 'n baie beperkte wyse voorgestel word. Stereotipering fokus slegs op 'n paar onderskeidende kenmerke van lede van 'n groep terwyl die ander eienskappe doelbewus weggelaat word. 'n Stereotipe maak staat op herhaling om die gewenste effek te verkry. Hoe meer lesers dus aan 'n stereotipe blootgestel word, hoe makliker sal hulle dit herken (Karysingh 1997:60).

Karysingh (1997:60) sê verder dat stereotipering 'n voorbeeld is van magsverhoudinge tussen dominante en ondergeskikte groepe. Beide groepe het stereotipes van mekaar. Deur herhaling beïnvloed stereotipes die manier waarop lesers reageer en die manier waarop hulle ander groepe en individue sien. Spotprentkunstenaars gebruik graag stereotipes in hulle tekste, aangesien dit vir hulle maklik is, hulle lesers maklik daarmee identifiseer of daarmee spot en omdat dit 'n groot aantrekkingskrag het. Stereotipes bied aan kunstenaars die geleentheid om hulle boodskappe maklik en ekonomies oor te dra. 'n Voorbeeld kan wees die stereotipe van 'n krimineel: 'n gemaskerde figuur wat 'n geweer dra (Karysingh 1997:60-61).

### **6.3.4.5 Karakters**

Die karakters word in diepte in Hoofstuk 7 bespreek. Vervolgens is daar 'n kort uiteensetting van die tipe karakters in die spotprente.

#### **6.3.4.5.1 Hoofkarakters in spotprente in Punch**

In die 40 spotprente wat deel uitmaak van hierdie studie en wat in Bylaag 1 verskyn, is daar sewe hoofkarakters wat ten tyde van die Anglo-Boereoorlog van 1899 tot 1902 prominente rolle gespeel het en wat gereeld in die spotprente voorkom.

#### **6.3.4.5.2 Simbole in spotprente in Punch**

Die spotprentkunstenaars in *Punch* het in hulle spotprente ryklik van simbole gebruik gemaak. Daar is sewe simbole wat gereeld in die spotprente verskyn.

#### **6.3.4.5.3 Generiese of naamlose karakters in spotprente in Punch**

Heelwat generiese of naamlose karakters verskyn in die spotprente. Hoewel hulle nie belangrike persone was nie, vertolk hulle steeds 'n belangrike rol in die spotprente.

## **6.4 SLOTOPMERKING**

Hierdie hoofstuk het 'n oorsig gebied oor die navorsingsmetodologie wat vir hierdie studie gebruik is, naamlik die inhoudsanalise. Daar is gekyk na wat inhoudsanalise behels, asook die voor- en nadele daaraan verbonde. Verskille tussen kwalitatiewe en kwantitatiewe navorsing is ook uitgewys waarna daar gekyk is na die prosedure wat vir die uitvoer van die inhoudsanalise gevolg moet word. Die primêre en sekondêre doelwitte van die studie asook die eenheid van en kategorieë vir analise is bespreek. Hieronder is gekyk na die formulering van die navorsingsprobleem, die primêre en sekondêre doelwitte van die studie, die steekproef, die eenheid vir analise en die verskillende kategorieë van analise.

In *Hoofstuk 7* word die resultate en gevolgtrekkings van die studie bespreek.

## HOOFSTUK 7

### RESULTATE EN GEVOLGTREKKINGS

#### 7.1 INLEIDING

Resultate en gevolgtrekkings word aan die hand van die doelwitte van die studie gedoen. Vervolgens word die sekondêre doelwitte weer bespreek en gevolgtrekkings daaruit gemaak, waarna die primêre doelwit bespreek word.

#### 7.2 RESULTATE

##### 7.2.1 Sekondêre doelwit 1: Kodes

Bazalgette (in Karysingh 1997:47) definieer 'n kode as “a set of conventions that become fixed in a highly predictable pattern of usage”. Aanwysende tekens, ikoniese tekens en simboliese tekens val onder kodes.

##### 7.2.1.1 *Aanwysende tekens*

Greenway (in Karysingh 1997:48) sê dat aanwysende tekens (byvoorbeeld metafore) iets bykomends tot objekte aandui. “Rook” en “vuur” is byvoorbeeld aanwysende tekens wat uit ondervinding geassosieer word. Lang, kleurvolle Afrika-hemde is so 'n aanwysende teken van Nelson Mandela. Aanwysende tekens fasiliteer die leser se herkenning van iets of iemand (Karysingh 1997:48).

'n Huidige voorbeeld van 'n aanwysende teken wat gereeld deur spotprentkunstenaars gebruik word, is die “storkop” wat saam met president Jacob Zuma geteken word. Lesers assosieer die storkop onmiddellik met Zuma, aangesien daar wyd verslag gedoen is oor hierdie debakel waartydens Zuma by implikasie gesê het dat MIV/Vigs voorkom kan word deur te stort.

### 7.2.1.2 Ikoniese tekens

Volgens Greenway (in Karysingh 1997:48) is ikoniese tekens die minste abstrak en verwys dit na afbeeldings van die oorspronklike. Voorbeelde van ikoniese tekens is foto's en prente. In 'n spotprent waarin Mandela voorkom, is die tekening van Mandela dus 'n afbeelding of verteenwoordiging van Mandela. Die spotprentkunstenaar se gebruik van ikoniese tekens voorsien inligting wat die leser help om sin van die teks te maak (Karysingh 1997:48).

### 7.2.1.3 Simboliese tekens

Spotprentkunstenaars gebruik ook geskrewe tekens en prente wat vorms van simbole is. Die simbool het 'n arbitrêre verhouding tot sy referent en hierdie verhouding word deur 'n samelewing aanvaar. 'n Kunstenaar kan byvoorbeeld 'n motor as simbool van die nuwe Suid-Afrika gebruik. Tog leen die kunstenaar se gebruik van simbole sigself tot interpretasie. Terwyl sommige lesers sal aanvaar dat 'n motor byvoorbeeld die nuwe Suid-Afrika simboliseer, kan ander dit dalk as 'n simbool van die luukse leefstyle van sommige ministers interpreteer (Karysingh 1997:49).

Tabel 1 is 'n opsomming van die drie belangrikste aanwysende tekens, ikoniese tekens en simboliese tekens onderskeidelik soos dit in hierdie studie voorkom. In totaal is daar 320 unieke aanwysende tekens geïdentifiseer, 181 unieke ikoniese tekens en 59 unieke simboliese tekens.

**TABEL 1: KODES**

	<b>BELANGRIKSTE DRIE</b>	<b>TOTAAL</b>
<b>AANWYSEND (n=320)</b>	1.Kakie-uniform van Britse soldaat	8
	2.Paul Kruger se baard	7
	3.Britannia se Romeinse hoofbedekking	6
<b>IKONIES (n=181)</b>	1.Britse soldate	8
	2.Paul Kruger	7
	3.Simbool Britannia	6
<b>SIMBOLIES (n=59)</b>	1.Britse soldate	8
	2.Paul Kruger	7

	3.Simbool Britannia	6
--	---------------------	---

## **7.2.2 Sekondêre doelwit 2: Konvensies**

Bazalgette (1989, in Karysingh 1997:47) definieer 'n konvensie soos volg: “A convention is a broad term meaning any agreed, established way in which elements of a media text can be made to refer to, to symbolize or summarize particular meanings or sets of ideas”. Konvensies sluit in karikatuur, naam-etikette en die letterlike uitbeelding van inligting.

### **7.2.2.1 Karikatuur**

Kotzé (1988a, in Karysingh 1997:50) beskryf karikatuur soos volg: “An ‘anti-portrait’ of a recognizable person ... the most prominent characteristic of a caricature is its over-emphasis of some person’s features”. 'n Voorbeeld van karikatuur kan wees die oorbeklemtoonde wangbene in 'n tekening van Mandela. Soos ikoniese tekens voorsien karikatuur inligting wat lesers help om 'n teks te interpreteer. Die fokus op die oorbeklemtoonde eienskappe van 'n karakter is dit nie net humoristies nie, maar help dit ook om die karakter te herken (Kotzé 1988a, in Karysingh 1997:50).

### **7.2.2.2 Naam-etikette**

Kunstenaars gebruik naam-etikette om hulle karakters te identifiseer. Soos karikatuur, voorsien naam-etikette inligting wat die leser help om mense of gebeure maklik te herken (Karysingh 1997:50).

### **7.2.2.3 Letterlike uitbeelding van inligting**

'n Voorbeeld hiervan is soos volg: In 'n spotprent beeld die kunstenaar taxi-bestuurders as “verhewe bo die wet” uit deur 'n taxi-bestuurder te teken wat oor die kop van 'n polisieman “vlieg”. Hierdie konvensie behels die metaforiese gebruik van tekens (Karysingh 1997:51). Die letterlike uitbeelding van inligting is ook die subtiele boodskap wat in die spotprent gelees kan word om sodoende pro-Britse oorlogspropaganda te versprei.

Tabel 2 is 'n opsomming van karikatuur, naam-etikette en die letterlike uitbeelding van inligting. Die drie belangrikstes word by elkeen beskryf, waarna die totaal gegee word. In totaal is 22 unieke karikature geïdentifiseer, 28 unieke naam-etikette en 14 unieke letterlike uitbeeldings.

**TABEL 2: KONVENSIES**

	<b>BELANGRIKSTE DRIE</b>	<b>TOTAAL</b>
<b>KARIKATUUR (n=22)</b>	<b>1.</b> Paul Kruger se baard en pyp	7
	<b>2.</b> John Bull se ronde figuurtjie, ronde gesig en hare wat krul om die ore.	4
	<b>2.</b> Boere se groot gelaatstrekke, klere en slordige baarde en hare	4
	<b>2.</b> "Mr. Punch" se kort lyfie, haakneus en uitstaan-ken.	4
	<b>3.</b> Joseph Chamberlain se skerp neus, lang gesig en brilglasie oor die een oog.	3
<b>NAAM-ETIKETTE (n=28)</b>	<b>1.</b> "Lord Roberts" of "Bobs"	4
	<b>2.</b> "Mafeking"	3
	<b>2.</b> "Pretoria"	3
	<b>3.</b> "Kruger"	2
<b>LETTERLIKE UITBEELDING (n=44)</b>	<b>1.</b> Britse patriotisme word aangevuur	12

	2.Paul Kruger is onbekwaam, skelm, lagwekkend en lafhartig	8
	3.Boere is vuil en agterlik.	7

### 7.2.3 Sekondêre doelwit 3: Enkoderingstrategieë

Behalwe kodes en konvensies, gebruik die kunstenaar ook sekere enkoderingstrategieë. Dit sluit in parodie, satire en hiperbool.

#### 7.2.3.1 *Parodie*

Parodie verwys na die uitbeelding van 'n ernstige saak op 'n humoristiese manier of as 'n bespotting. 'n Voorbeeld kan wees dat die Minister van Justisie uitgebeeld word as hulpeloos wanneer dit by die stryd teen misdaad kom (Karysingh 1997:51). In hierdie studie is gevind dat parodie, satire en hiperbool baie na aan mekaar beweeg en dat dit in die meeste gevalle moeilik is om presies tussen die drie te onderskei, aangesien dit dikwels dieselfde kenmerke in gemeen het, naamlik bespotting of oordrywing.

#### 7.2.3.2 *Satire*

Dit behels die uitbuiting van swakhede of dwaashede om met onsedelikhede of dwaasheid te spot. Die Minister van Justisie kan byvoorbeeld voorgestel word as iemand wat in die uitvoer van sy pligte struikel en val (Karysingh 1997:51).

#### 7.2.3.3 *Hiperbool*

Dit verwys na oordrywing. In 'n spotprent word die voormalige Minister van Justisie, Dullah Omar, en die voormalige Minister van Veiligheid en Sekuriteit, Sydney Mufamadi, uitgebeeld as hulpeloos en onnosel wanneer dit by die stryd teen misdaad kom (Karysingh 1997:51). Tabel 3 is 'n opsomming van die enkoderingstrategieë en die drie belangrikstes word genoem. In die studie is parodie, satire en hiperbool 38 keer geïdentifiseer.

**TABEL 3: ENKODERINGSTRATEGIEË**

	<b>BELANGRIKSTE DRIE</b>	<b>TOTAAL</b>
<b>PARODIE (n=38)</b>	1.Paul Kruger	7
	2.John Bull	4
	2.Boere	4
	2.“Mr. Punch”	4
	3. Joseph Chamberlain	3
<b>SATIRE (n=38)</b>	1.Paul Kruger	7
	2.John Bull	4
	2.Boere	4
	2.“Mr. Punch”	4
	3.Joseph Chamberlain	3
<b>HIPERBOOL (n=38)</b>	1.Paul Kruger	7
	2.John Bull	4
	2.Boere	4
	2.“Mr. Punch”	4
	3.Joseph Chamberlain	3

#### **7.2.4 Sekondêre doelwit 4: Stereotipering**

Volgens Karysingh (1997:60) verwys stereotipering na maniere waarop individue, groepe, leefstyle en ander aspekte van ons gemeenskap op 'n baie beperkte wyse voorgestel word. Stereotipering fokus slegs op 'n paar onderskeidende kenmerke van lede van 'n groep, terwyl die ander eienskappe doelbewus weggelaat word. 'n Stereotipe maak op herhaling staat om die gewenste effek te verkry. Hoe meer lesers dus aan 'n stereotipe blootgestel word, hoe makliker sal hulle dit herken (Karysingh 1997:60).

Karysingh (1997:60) sê verder dat stereotipering 'n voorbeeld van magsverhoudings tussen dominante en ondergeskikte groepe is. Albei groepe het stereotipes van mekaar. Deur herhaling

beïnvloed stereotipes die manier waarop lesers reageer en die manier waarop hulle ander groepe en individue sien. Spotprentkunstenaars gebruik graag stereotipes in hulle tekste aangesien dit vir hulle maklik is, hulle lesers maklik daarmee identifiseer of daarmee spot en omdat dit 'n wye aantrekkingskrag het. Stereotipes bied aan kunstenaars die geleentheid om hulle boodskappe maklik en ekonomies oor te dra. 'n Voorbeeld kan wees die stereotipe van 'n misdadiger: 'n gemaskerde figuur wat 'n geweer dra (Karysingh 1997:60-61).

Tabel 4 is 'n opsomming van stereotipering en die drie belangrikste gevalle van stereotipering, asook die hoeveelheid kere wat stereotipering in die spotprente voorkom.

**TABEL 4: STEREOTIPERING**

	<b>BELANGRIKSTE DRIE</b>	<b>TOTAAL</b>
<b>STEREOTIPERING</b> <b>(n=67)</b>	<b>1.Britse soldate</b>	8
	<b>2.Paul Kruger</b>	7
	<b>3.Simbool Britannia</b>	6

## **7.2.5 Sekondêre doelwit 5: Karakters**

### **7.2.5.1 Hoofkarakters in spotprente in Punch**

Die volgende karakters is in die 40 spotprente onder bespreking geïdentifiseer. Om as 'n hoofkarakter te kwalifiseer, moet die persoon duidelik herkenbaar uitgebeeld en by name geïdentifiseer kan word.

- ♦ **President Paul Kruger:** President van die Zuid-Afrikaansche Republiek (Pretorius 1985:8). Paul Kruger verskyn in sewe spotprente, naamlik 5, 11, 23, 33, 37, 39 en 40.
- ♦ **Kolonel Robert Baden-Powell:** 'n Luitenant-generaal in die Britse weermag, en die skrywer en stigter van die "Scout"-beweging (Colonel Baden-Powell 2008:aanlyn). Baden-Powell verskyn in spotprent 4.
- ♦ **Joseph Chamberlain:** Britse Minister van Kolonies. Hy was grootliks vir die Britse beleid tydens die oorlog verantwoordelik (Pretorius 1985:9). Chamberlain verskyn

drie keer in spotprente 7, 30 en 32.

- ◆ **Dr. W.J. Leyds:** Staatsprokureur van die twee Boererepublieke en verteenwoordiger van die Boererepublieke in Europa (Dr. W.J. Leyds as Staatsprokureur van die Zuid-Afrikaansche Republiek (1884-1889) 2010:aanlyn). Dr. Leyds verskyn in spotprent 8.
- ◆ **Lord Roberts:** Opperbevelhebber van die Britse magte in Suid-Afrika (Pretorius 1985:21). Lord Roberts verskyn in spotprent 12.
- ◆ **Lord Kitchener:** Stafhoof van Lord Roberts. Tweede in bevel van die Britse magte (Pretorius 1985: 21). Lord Kitchener verskyn in spotprent 22.
- ◆ **Sir Wilfred Laurier:** Kanadese Eerste Minister (First among Equals: The Prime Minister in Canadian Life and Politics 2002: aanlyn). Hy kom voor in spotprent 13.

#### ***7.2.5.2 Simbole in spotprente in Punch***

Die gebruik van simbole kom dikwels voor in spotprente wat in hierdie studie bestudeer word. Spotprentkunstenaars gebruik graag simbole, aangesien mense gewoon raak aan 'n simbool en dadelik herken na wie of wat dit verwys.

- ◆ **Britannia:** 'n Vorstelike vrou in Romeinse klere met 'n drietandvurk (Symbols 2010:aanlyn). Hierdie simbool suggereer dat Brittanje 'n heerser is en gesag afdwing. Die drietandvurk wat sy vashou, is simbolies van die mag van die Britse vloot. Die simbool Britannia kom ses keer in die volgende spotprente voor: 3, 12, 13, 16, 24 en 28.
- ◆ **Australië:** Australië word in die vorm van 'n kangaroo voorgestel. Die kangaroo word veral geassosieer met Australië wat tydens die Anglo-Boereoorlog 'n Britse kolonie was. Die kangaroo (simbool vir Australië) kom voor in spotprent 30, terwyl Australasië in spotprent 29 gesimboliseer word. Die simbool vir Australasië is 'n vrouefiguur met 'n lang, blonde vlegsels en 'n band met die naam "Australasië" om haar lyf.
- ◆ **Kolombia:** Dit was ook 'n Britse kolonie en word in spotprent 28 gesimboliseer deur 'n vrouefiguur in 'n Romeinse kleed en sandale met die vlag van Kolombia om haar middel gedrapeer.
- ◆ **Mafeking:** 'n Vrou in swart klere met 'n treurige gesig en 'n naam-etiket "Mafeking" wat ten tyde van hierdie spesifieke spotprent op "verligting" deur Lord Roberts wag.

Mafeking is lank deur die Boere gebombardeer en die vasgekeerde Britte en inwoners van Mafeking was van die buitewêreld afgesny. Lord Roberts het uiteindelik daarin geslaag om Mafeking te ontset. Die simbool vir Mafeking verskyn in spotprent 26.

- ◆ **Mr. Punch:** 'n Kort mannetjie met 'n naragtige voorkoms. Hy word veral aan sy prominente neus uitgeken. Hy verteenwoordig die siening van *Punch* (History of punch 2004:aanlyn). Lesers kon dus dadelik insien dat wanneer “Mr. Punch” in 'n spotprent verskyn, dit ook die publikasie se siening oor 'n saak of persoon verteenwoordig. “Mr. Punch” verskyn in spotprente 10, 12, 19 en 29.
- ◆ **John Bull:** 'n Nasionale personifikasie van Groot Brittanje in die algemeen en Engeland in die besonder. Hierdie karikatuur is oor die jare in 'n verskeidenheid advertensieveldtogte gebruik en was 'n algemene verskynsel in Britse satiriese tydskrifte van die negentiende en twintigste eeue (Did you know where the name “John Bull” comes from? 2010:aanlyn). John Bull verskyn in spotprente 1, 2, 9 en 14. Hierdie karakter is soortgelyk aan die karakter “Uncle Sam” wat in Amerika gebruik is om soldate tydens die Tweede Wêreld-oorlog te werf om by die Amerikaanse weermag aan te sluit.
- ◆ **Europa:** Die simbool vir Europa verskyn in spotprent 20. Die persoon se kleed en kroon spreek van vorstelikeid. Die Europese magte was destyds nie tegemoetkomend teenoor die Boere-afgevaardigdes wat in Europa gaan hulp soek het nie.

### 7.2.5.3 *Generiese of naamlose karakters in spotprente in Punch*

- ◆ **Boer:** Die Boer-karakter kan duidelik uitgeken word aan sy verslete voorkoms. Dit sluit in sy onversorgde hare, baard en snor, asook verslete klere. Die Boer se gelaatstrekke is verder ook groot en onafgerond. Boer-karakters verskyn vier keer in die volgende spotprente: 1, 2, 14 en 27.
- ◆ **Brit:** Die Britse soldaat het 'n netjiese weermaguniform en stewels aan met die tipiese hoede wat in daardie tyd deur die Britse weermag gedra is. Dit Britse soldaat se voorkoms is oor die algemeen afgerond en hy lyk gesond. Britse soldate verskyn in die volgende agt spotprente: 1, 9, 10, 12, 21, 26, 27 en 38.
- ◆ **Britse mans, vroue en kinders:** Lede van die Britse publiek kan duidelik aan hulle deftige kleredrag en “afgeronde” omgewing uitgeken word. Dit is belangrik om daarop te

let dat Boervroue en -kinders glad nie in die spotprente voorkom nie. Britse mans, vroue en kinders kom in die volgende spotprente voor: 2, 3, 18, 21, 22, 23, 25, 31, 34, 35 en 36.

- ◆ **Portugese beampte by hawe:** In spotprent 6 verskyn daar 'n Portugese beampte by die hawe in Delagoabaai saam met 'n Boer-karakter.
- ◆ **Twee wapenvoorsieners:** In spotprent 9 sien ons twee wapenvoorsieners wat met John Bull onderhandel. Hulle kan moontlik Meksikaans, Spaans of Portugees wees.
- ◆ **Fransman en Duitser:** In spotprent 15 verskyn 'n Fransman en 'n Duitser wat oor hulle aandele in die Suid-Afrikaanse myne bekommerd is.
- ◆ **Man wat geldverlies aandui:** In spotprent 17 verskyn 'n karaktertjie wat Brittanje se geldverlies as gevolg van die oorlog uitbeeld. Hy is 'n lang, maer figuurtjie met 'n wit kleed. Hy het 'n muntstuk om sy middel met 'n nul-bedrag.
- ◆ **Twee Britse mans:** In spotprent 18 verskyn twee Britse mans. Hoewel albei deftig aangetrek is, is die een man se arm verbind, loop hy met 'n kiere en het hy 'n verband om sy kop. Die rede hiervoor is dat hy 'n stop-die-oorlog-vergadering bygewoon het.
- ◆ **Kontrakteur:** In spotprent 19 verskyn "Mr. Punch" saam met 'n kontrakteur wat kos en klere aan die Britse soldate voorsien. "Mr. Punch" wil die man laat insien dat dit van 'n swak gehalte is.
- ◆ **Aankondiger/Dienskneg:** In spotprent 20 verskyn daar 'n dienskneg saam met die simbool van Europa. Die man dra die tipiese klere van 'n dienskneg in 'n paleis en kondig die Boere-afgevaardigdes se aankoms aan.
- ◆ **Mede-offisier by Lord Kitchener:** In spotprent 22 sit lord Kitchener heerlik saam met 'n medeoffisier op 'n stoep in Bloemfontein nadat die stad deur die Britte oorgeneem is. Die man sit so lekker dat hy aan Kitchener vra of dit werklik nodig is om nou na Pretoria ook te marsjeer om dié stad te gaan inneem.
- ◆ **Britse verkiesingsbeampte:** In spotprent 23 verskyn Paul Kruger saam met 'n verkiesingsbeampte wat by hom wil weet wanneer die oorlog gaan eindig, sodat hulle Brittanje se algemene verkiesing kan begin reël.
- ◆ **Honger, armoedige kinders:** Die simbool Britannia verskyn in spotprent 24 saam met 'n paar honger, armoedige kinders. Die boodskap hier is om die geweldige verantwoordelikheid van die Britse mag te probeer uitbeeld. Brittanje moet ook na hierdie kinders omsien.

- ◆ **Britse vrou en seuntjie:** In spotprent 25 verskyn 'n Britse dame en seuntjie met deftige klere teen 'n netjiese, huislike agtergrond. Die seuntjie kom manhaftig voor asof hy graag oorlog toe wil gaan. Die dame spreek hom hieroor aan en maan hom dat die Boere groot, sterk mans is. Die seuntjie wil hierop weet of daar dan nie Boer-kindere is nie.
- ◆ **Britse man:** Die besope Britse “gentleman” verskyn in spotprent 31 wanneer hy die ontsetting van Mafeking vier. Hy antwoord sy vrou dat hy nog altyd sober bed toe gegaan het en dat hy beslis nog nie kan gaan nie.
- ◆ **Sirkusman op perd:** In spotprent 32 verskyn Joseph Chamberlain, Britse Minister van Kolonies, saam met 'n man wat toertjies doen terwyl hy op 'n perd se rug staan.
- ◆ **Britse vrou en twee seuntjies:** 'n Deftige Britse dame en twee Britse seuntjies verskyn in spotprent 34. Die seuntjie vertel aan sy ma dat die ander seuntjie, wat te oordeel aan die uitdrukking op sy gesig duidelik ongelukkig is, die enigste Boer-ondersteuner in die skool is.
- ◆ **Britse dogtertjie en seuntjie:** Spotprent 35 wil aan die leser wys dat die oorlog selfs op kinders 'n groot invloed gehad het. Die dogtertjie wil by die seuntjie weet waarom die letters G.C.B. na Lord Roberts se naam verskyn. Hy is stomgeslaan dat sy nie weet dit staan vir “Generally Called Boss” nie. Lord Roberts was duidelik vir Britse kinders 'n heldefiguur.
- ◆ **Britse pro-Boer-mans en mense in gehoor:** Boer-ondersteuners word in spotprent 36 as lafhartig uitgebeeld wanneer die mans wat 'n pro-Boer-vergadering lei, wonder waar die agterdeur is. Te oordeel aan die gesigsuitdrukkings van die mense in die gehoor, lyk hulle kwaad.

Tabel 5 is 'n opsomming van die drie belangrikste karakters in die spotprente wat in hierdie studie voorkom.

**TABEL 5: KARAKTERS**

	<b>BELANGRIKSTE 3</b>	<b>TOTAAL</b>
<b>KARAKTERS (n=81)</b>	<b>1.Britse soldaat</b>	8
	<b>2.Paul Kruger</b>	7
	<b>3.Simbool Britannia</b>	6

### 7.3 **BESPREKING**

Vervolgens is daar 'n bespreking van die 40 spotprente in *Bylaag 1*. Elke spotprent word onafhanklik bespreek en die verskillende aspekte wat in elke spotprent voorkom, word uitgelig. Let daarop dat die boodskap wat uit elke spotprent verkry kan word, by die bespreking van die letterlike uitbeelding van inligting voorkom.

**SPOTPRENT 1:** 'n Mens kan **aanwysende tekens** in spotprent 1 duidelik sien in die verskillende maniere waarop Boer en Brit uitgebeeld het. Terwyl die Boere as agterlik, vuil en onversorg uitgebeeld word, is die Britse soldaat (John Bull) netjies met sy hoed en kamaste. Die Boere word met welige, onversorgde baarde en snorre uitgebeeld. Hul klere en ammunisie lyk ook onvanpas, asof dit onpaar is. Dit Boer-karakters dra laphoede, terwyl John Bull 'n netjiese *bobbie* op sy kop het (dit is die naam vir die hoede wat die Britse soldate tydens die oorlog gedra het). Dit wil voorkom asof die Boer-karakters nie baie slim is nie (hulle het deurentyd vraende uitdrukkings op hulle gesigte), terwyl John Bull koel, kalm en in beheer lyk. Aanwysende tekens vir die karakter van John Bull is soos volg: 'n man met 'n ronde figuur, groot maag en dubbelken. Verder krul sy hare om sy ore en het hy 'n klein mond en 'n groot neus. **Ikoniese tekens** in spotprent 1 sluit in die fisiese tekeninge van die twee Boer-karakters en van John Bull. **Simboliese tekens** sluit in die simbool van die Boer-kryger (wat deur die twee Boere uitgebeeld word) en die simbool van John Bull.

**Karikatuur** kom ook in spotprent 1 voor by die growwe gelaatstrekke van die twee Boer-mans, hulle onpaar klere en hulle onversorgde baarde en hare. Karikatuur by John Bull sluit in sy ronde figuur, groot maag, dubbelken en krulhare. Die **naam-etiket** "Orange Free State" verskyn in

spotprent 1 op die vlag wat die Boer-karakter vashou. Die man simboliseer dan ook dié Boererepubliek, terwyl die ander Boerkarakter die Transvaalse republiek simboliseer.

Wat **parodie**, **satire** en **hiperbool** betref, kan die volgende oor spotprent 1 gesê word: Die feit dat Brittanje nie wou hê dat die Oranje-Vrystaat saam met Transvaal tot die oorlog toetree nie, word hier op spottende wyse uitgebeeld. John Bull wys aan die man wat die Vrystaat verteenwoordig dat hy nie met hom moeilikheid soek nie. Die Boere word op spottende wyse uitgebeeld en kom dom, onkundig en onopgevoed voor. Die Boere word in spotprent 1 op **stereotiperende** wyse uitgebeeld. Hulle dra onpaar-klere, het onversorgde snorre en baarde en lyk barbaars. Hierdie is die stereotipe uitbeelding van die Boer-karakter in al die spotprente waarin hulle voorkom. John Bull word ook op stereotiperende wyse uitgebeeld en kan telkens aan die volgende herken word: Hy dra 'n uniform van die tipiese Britse soldaat en het 'n kenmerkende ronde figuur, veral by sy maag. Hy het 'n dubbelken, krulhare om sy ore en 'n klein mondjie. John Bull word telkens uitgebeeld as 'n taamlike aggressiewe karakter wat net Brittanje se beste belange op die hart het en nie sal skroom om tot aksie oor te gaan nie.

Wat die **letterlike uitbeelding van inligting** betref, kan die volgende uit spotprent 1 afgelei word: Brittanje is in beheer, die Boere is knaend en wil net oorlog maak. Brittanje maak of hulle die Vrystaat goedgesind is, aangesien hulle nie wou hê dat die Vrystaat saam met Transvaal tot die oorlog toetree nie.

**SPOTPRENT 2: Aanwysende tekens** in spotprent 2 is die Boer-karakter se onversorgde voorkoms, spesifiek sy hare, baard en onpaar klere en stewels. Die karakter John Bull kan aan sy kenmerkende, ronde figuur, krulhare en dubbelken herken word. Hy het verder ook 'n groot neus en 'n klein mond. **Ikoniese tekens** is die tekeninge van die Boer-karakter en van John Bull, terwyl John Bull **simbolies** van Brittanje en die Boer-karakter simbolies van die Boere is.

**Karikatuur** kom in spotprent 2 voor waar John Bull met sy ronde figuurtjie, krulhare, groot neus en klein mondjie uitgebeeld word. By die Boer-karakter kan karikatuur in sy growwe gelaatstrekke, onpaar klere en onversorgde baard en hare gevind. Geen **naam-etiket** kom in spotprent 2 voor nie.

By **parodie**, **satire** en **hiperbool** kan gesê word dat die Boer spottend uitgebeeld word as die een wat eintlik skoor soek, terwyl dit lyk of John Bull in beheer is en die Boer waarsku asof hy 'n stout kind is. Hoewel Brittanje eintlik die oorlog op die Boere afgedwing het, probeer hulle deur hierdie spotprent die beeld skep dat dit die Boere is wat eerste oorlog verklaar het. Die Boer word op **stereotiperende** wyse uitgebeeld as daar na sy onversorgde voorkoms gekyk word, terwyl John Bull ook met sy ronde figuur, krulhare, klein mondjie en groot neus op stereotiperende wyse uitgebeeld word.

Wat die **letterlike uitbeelding van inligting** betref, kan die volgende oor spotprent 2 gesê word: Brittanje wou mense laat glo dat dit die Boere is wat die oorlog begin het, terwyl die waarheid is dat die oorlog op die Boere afgedwing is. Die spotprent gee die idee dat Brittanje (wat deur John Bull voorgestel word) in beheer is en dat dit die agterlike, dom Boer is wat nie verstaan nie en nie wil padgee nie.

**SPOTPRENT 3: Aanwysende tekens** in spotprent 3 is die deftige klere en goedversorgde voorkoms van die Britse mans, vrou en kinders. Die mans is regte Engelse “gentlemen” en die vrou dra 'n deftige rok, jas, hoed en stewels. Die mans het netjiese pluiskeile en pakke aan. Die kinders dra pakkies, skoene en het hoede op. Die simbool Britannia word uitgebeeld as 'n vorstelike vrou wat klere in die Romeinse styl dra. Sy hou ook 'n drietandvurk vas en het 'n Romeinse hoofbedekking. **Ikoniiese tekens** in spotprent 2 is die tekeninge van Britannia, die Britse vrou en kinders en die mense in die agtergrond. Die Britse mans, vrou en kinders is **simbole** van die tipiese Britse mans, vroue en kinders, terwyl Britannia 'n simbool is van Brittanje.

**Karikatuur** en **naam-etiket** kom nie in spotprent 3 voor nie.

**Parodie**, **satire** en **hiperbool** kom nie in spotprent 3 voor nie aangesien daar nie bespotting voorkom nie. Die simbool **Britannia** word hier op stereotiperende wyse uitgebeeld en is simbolies van die groot, magtige Britse ryk. Die Britse vrou, mans en kinders word op

stereotiperende wyse uitgebeeld in die sin dat hulle netjies, goed versorg en pragtig gekleed is. Daar word gewoonlik net op hulle goeie eienskappe gefokus.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** is soos volg: Die oorlogsatmosfeer het algemeen in die Britse gemeenskap voorgekom. Die vrou huil oor haar man wat oorlog toe is en selfs die klein seuntjie dra 'n houtswaard. Britse patriotisme is hier te bespeur. Die boodskap hier is dat Britannia daar is om dié wat agterbly te troos en te versorg al is die oorlog hoe erg.

**SPOTPRENT 4:** Kolonel Robert Baden-Powell, luitenant-generaal in die Britse weermag, word in spotprent 4 as 'n waghond in sy hokkie voorgestel. **Aanwysende tekens** hier is die kolle op die hond se lyf, die skerp punte om die hond se nek en die gesig en bleskop van Baden-Powell. Baden-Powell het 'n kenmerkende gesig met 'n kort, netjiese snor en deurdringende oë. **Ikoniese tekens** is die tekening van Baden-Powell as 'n waghond in sy hokkie.

In spotprent 4 **simboliseer** die hond met die ketting om sy nek 'n soort waghond. **Karikatuur** word ryklik gebruik in spotprent 4 waarin kolonel Robert Baden-Powell as 'n tipe waghond voorgestel word. Baden-Powell se gesig (bles, snor en deurdringende oë) het die lyf van 'n hond met kolle op en 'n ketting met skerp punte om die nek.

Die naam “Mafeking” staan onder aan die glashokkie waarin Robert Baden-Powell sit en waghoud en is dus die **naam-etiket**. Dit verwys na die verdediging van Mafeking deur die Britse troepe onder leiding van Baden-Powell toe die Boere dit aangeval het.

**Parodie, satire en hiperbool:** Kolonel Robert Baden-Powell word hier spottend uitgebeeld as die waghond van Mafeking, terwyl hy wag dat iemand hom kom verlos. Baden-Powell was verantwoordelik vir die verdediging van Mafeking toe dit 217 dae lank deur die Boere gebombardeer is. Baden-Powell word ook op **stereotiperende** wyse as 'n waghond in 'n glashokkie met 'n ketting om sy nek uitgebeeld.

By die **letterlike uitbeelding van inligting** word daar met Kolonel Robert Baden-Powell gespot. Hy is 'n waghond wat letterlik vas is by Mafeking en wag op iemand om hom te verlos.

**SPOTPRENT 5:** Die **aanwysende tekens** wat gebruik word om Paul Kruger uit te beeld, is soos volg: 'n Ronde figuur met 'n pluiskeil en manel. Daarby het hy 'n prominente, ronde neus en 'n langerige, wit baard. Hy word elke keer met sy pyp uitgebeeld. In spotprent 5 verskyn hy saam met Kersvader. Kersvader kan duidelik aan die volgende aanwysende tekens herken word: 'n Lang kleed, 'n wit baard, 'n kersboompie in die hand en 'n hoed met mistel daarom. Die **ikoniese tekens** is die tekeninge van Paul Kruger en Kersvader. Paul Kruger word op **simboliese** wyse uitgebeeld en kan maklik herken word, terwyl die simbool van Kersvader ook goed bekend is.

**Karikatuur** word telkens gebruik om Paul Kruger uit te beeld en maak hom daardeur ook maklik herkenbaar. In spotprent 5 sit Kruger op die stoep terwyl Kersvader hom daarvan beskuldig dat hy sy kollig tydens die Kersseisoen steel. Kruger het ook 'n ronde figuur, 'n swart pak en 'n pluiskeil op en rook 'n langsteelpyp. Verder het hy sy kenmerkende lang, wit baard en groot ronde neus. Kersvader dra 'n lang gewaad en het die kenmerkende lang, wit baard wat amper op sy maag hang. Hy het 'n soort kappie op, daar is mistel daarom gedrapeer en hy hou 'n soort kersboompie in sy hand vas. **Naam-etiket**te kom nie hier voor nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Die president van die Zuid-Afrikaanse Republiek, Paul Kruger, meng in met Kersvader se seisoen, aangesien hy nie die “belangrikste” persoon is nie. Kruger word uitgebeeld as iemand wat “oorneem” en in die pad is.

Paul Kruger word op **stereotiperende** wyse in spotprent 5 uitgebeeld. Kruger word uitgebeeld as 'n ou, gesette man met 'n wit baard en langsteelpyp. Verder dra hy ook gewoonlik 'n pluiskeil en manel. Daar word slegs op sekere negatiewe eienskappe van Paul Kruger gefokus.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** behels die volgende: Hierdie is een van die vele spotprente wat die spot dryf met Paul Kruger en hom as lagwekkend uitbeeld. *Punch* wil aan sy lesers die beeld oordra dat Kruger dink hy is so belangrik dat hy selfs die plek van Kersvader wil inneem.

**SPOTPRENT 6: Aanwysende tekens** by die Boer-karakter in spotprent 6 is sy onversorgde baard en hare, laphoed en onpaar klere. In hierdie spotprent vind daar 'n gesprek tussen die Boer en 'n beampte by die hawe plaas. Daar word deur 'n naambordjie aangedui dat dit die hawe by Delagoabaai is. Die beampte by die hawe lyk Portugees. Aanwysende tekens vir hom is sy klere, skoene en donker snor. Die **ikoniese tekens** is die tekening van die hawe-beampte en die Boer, asook die ammunisie en die agtergrond van die hawe. Die Boer-karakter word soos gewoonlik op **simboliese** wyse uitgebeeld en kan maklik aan sy voorkoms herken word. Die beampte is simbolies van iemand van Portugese afkoms as daar na sy klere, skoene en donker snor gekyk word.

**Karikatuur** kom in die uitbeelding van die volgende voor: Die Boer kom hier voor as groot, grof en onafgerond met 'n lang baard en hare. Sy klere is verslete en hy het 'n laphoed op. Die beampte lyk soos 'n Portugese man na aanleiding van sy lang, swart snor, die klere wat hy aanhet, die pet op sy kop en veral die wit kouse en swart skoene.

Die leser kan agterkom dat die toneel in hierdie spotprent by die hawe in Delagoabaai afspeel aangesien die naam daar staan (**naam-etiket**). Verder is die ammunisie in die spotprent as volg gemerk "Grand Piano – With care – Pretoria", "farming machine", "umbrellas" en "polishing powder". Brittanje is ontevrede met die Boere se sogenaamde onwettige invoer van ammunisie, asook die soort ammunisie wat hulle gebruik.

By **parodie**, **satire** en **hiperbool** is die volgende van belang: *Punch* beeld die Boere as kriminele uit aangesien hulle, volgens *Punch*, onwettig ammunisie ingevoer het. Paul Kruger het reeds voor die aanvang van die oorlog moderne Mauser-gewere en Krupp-veldgewere aangekoop. Hy het hiervoor sy monitêre mag, wat hy deur die ontdekking van goud in die Transvaal bekom het, gebruik. Die Boere se ammunisie-invoere word dus hier op spottende wyse uitgebeeld.

Die Portugese man word op **stereotiperende** wyse by die hawe in Delagoabaai uitgebeeld. Sy nasionaliteit kan aan sy swart snor, pet, baadjie, broek, wit kouse en swart skoene uitgeken word. Die Boer-karakter word ook stereotiperend uitgebeeld en kan maklik deur die leser herken word. Soos gewoonlik is hy groot, lomp en onversorg.

**Letterlike uitbeelding van inligting:** Die Boere word uitgebeeld as agterlik en skelm aangesien hulle, volgens *Punch*, onwettige ammunisie invoer.

**SPOTPRENT 7:** Joseph Chamberlain word hier as 'n "groot kanon" uitgebeeld. Die tekening van 'n kanonnetjie met een oog (**aanwysend**) word saam met die woorde "Joseph Chamberlain" – The Big Gun (soos hy deur Boer-kindere gesien word) geteken. Die **ikoniese tekens** is die tekening van die kanonnetjie tussen 'n klomp rotse. Die **simbool** van die wapen, die kanon, word hier gebruik om Chamberlain uit te beeld.

**Karikatuur** kom voor as daar die spot met Chamberlain gedryf word. Hy word uitgebeeld as 'n klein, patetiese kanonnetjie met die volgende onderskrif: "Joe Chamberlain – The Big Gun" (soos hy deur die Boere-kindere gesien word). *Punch* het hom duidelik as effe pateties gesien en neem aan dat Boere-kindere dieselfde persepsie het, terwyl Chamberlain dink hy is 'n "groot kanon". Geen **naam-etiket** word hier gebruik nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Chamberlain word as 'n patetiese klein kanonnetjie uitgebeeld, terwyl die onderskrif lui "Joseph Chamberlain – The Big Gun". *Punch* veronderstel dat dit die manier is waarop die Boere-kindere vir Chamberlain sien. Chamberlain en sy imperialistiese beleid word hier spottend uitgebeeld. Die klein kanonnetjie is 'n **stereotipe** uitbeelding van 'n wapen en sy skerp "gesiggie", lang "neus" en een "ogie" is stereotiperend van Joseph Chamberlain se voorkoms.

**Letterlike uitbeelding van inligting:** *Punch* het graag met Joseph Chamberlain, Britse Minister van Kolonies, en sy buitelandse beleid gespot. Chamberlain dink dalk hy is die "groot kanon", maar word deur Boere-kindere as effe pateties beskou.

**SPOTPRENT 8:** Hier word doktor W.J. Leyds, Staatsprokureur van die twee Boererepublieke, uitgebeeld as 'n houtkapper wat oorlogsnuus onderskep voordat dit by die media uitkom. Die Engelse term "tapping" word heel gepas hier gebruik. **Aanwysende tekens** hier is dr. Leyds se gesig, die skerp voëlbek en dan die lyf van 'n voël. Die **ikoniese tekens** is die tekening van dr. Leyds as 'n houtkapper by die telegraafdrade. 'n Voëlfiguur word **gesimboliseer**.

Wat **karikatuur** betref, word dr. Leyds op humoristiese wyse uitgebeeld as 'n tipe “houtkapper” wat oorlogsnuus onderskep voor dit die Britse pers bereik. Dr. Leyds se gesig is herkenbaar, maar hy het die lyf van 'n voël en die lang bek van 'n houtkapper. Geen **naam-etiket** kom voor nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Dr. W.J. Leyds, Staatsprokureur van die twee Boererepublieke, is hier 'n houtkapper wat oorlogsnuus onderskep voor dit by die Britse media uitkom. Daar word hier met Dr. Leyds se kennis van die oorlogsgebeure gespot. Die houtkapper word hier op **stereotiperende** wyse uitgebeeld.

By die **letterlike uitbeelding van inligting** kan die volgende boodskap afgelei word: Dr. W.J. Leyds, Staatsprokureur van die twee Boererepublieke, onderskep oorlogsnuus voor dit by die Britse media uitkom. Hy is dus ook skelm en het tegnieke waarvan almal nie bewus is nie.

**SPOTPRENT 9:** Hier verskyn John Bull saam met twee generiese karakters by die “Oorlogskantoor”. Die twee mans is moontlik Spaans, Meksikaans of Portugees. **Aanwysende tekens** hiervoor is soos volg: Die man aan die regterkant het 'n uitbundige swart snor en daarby is sy klere en hoed met krulletjies en frilletjies versier. Die man links van hom het ook 'n swart snor, hare en klere soos dié van die beampte by die hawe in spotprent 6. Aanwysende tekens vir John Bull is soos gewoonlik sy ronde figuur, dubbelken, groot maag, klein mondjie, krulhare en groot neus. Die **ikoniese tekens** is die tekening van John Bull en die twee beamptes by die Oorlogskantoor. John Bull **simboliseer** hier Brittanje, terwyl die uitrustings van die twee wapenvoorsieners simboliseer dat hulle belangrik is, veral die man regs.

**Karikatuur:** Hoewel John Bull hierdie keer die uniform van 'n Britse soldaat dra, het hy sy kenmerkende ronde figuur, dubbelken, krulhare en klein mondjie. Karikatuur kan ook gevind word in die voorkoms van die man waarmee John Bull praat (die karakter wat regs verskyn). Die man se welige, swart snor met die puntjies aan weerskante en sy ryklik versierde klere en hoed kan beteken dat hy Spaans, Meksikaans of Portugees is.

**Naam-etiket:** Die woorde “War Office” en “Home Defence” verskyn in spotprent 9. John Bull dring aan dat die Britse troepe die beste wapens van hierdie wapenvoorsieners ontvang.

**Parodie, satire en hiperbool:** Hier word nie met ’n spesifieke saak gespot nie, hoewel John Bull se karakter maar altyd op humoristiese wyse uitgebeeld word. Hy is egter ernstig daaroor dat hulle net die beste wapens vir die Britse troepe soek, aangesien hulle bereid is om alles vir hulle land op te offer. Die Spaanse man word op **stereotiperende** wyse uitgebeeld. Die man het ’n swart, gepunte snor en ryklik versierde klere met valletjies en frilletjies. John Bull word ook op stereotiperende wyse uitgebeeld.

**Letterlike uitbeelding van inligting:** Britse patriotisme kom hier voor. Die Engelse troepe is gewillig om te veg en sal alles gee, maar soek die beste wapens en baie ammunisie.

**SPOTPRENT 10:** *Punch* word verteenwoordig deur ’n klein, naragtige figuur met die naam “Mr. Punch”. **Aanwysende tekens** vir hom is soos volg: Hy is kort en rond, het ’n haakneus en ’n skerp ken wat uitstaan. Aanwysende tekens vir die Britse soldate wat in hierdie spotprent verskyn, is hulle netjiese klere, kamaste, wapens en hoede. Verder lyk hulle in beheer van die situasie en reg om die oorlog te wen. “Mr. Punch” is hier die “aanvoerder” van die troepe en verskyn as ’n soort koninklike op sy perd. Hy het ’n kroon op sy kop en dra die klere van ’n Middeleeuse veggeneraal. **Ikoniese tekens** is die tekening van “Mr. Punch”, sy perd, die Britse soldate, hulle perde en hulle wapens. “Mr. Punch” is hier die **simbool** wat *Punch* se siening verteenwoordig. Hy is dus indirek ook ’n simbool van Brittanje. Die Britse soldate in die spotprent is ook ’n simbool van Brittanje en die magtige Britse ryk en leër.

**Karikatuur** word gebruik in spotprent 10 waar “Mr. Punch” soos die aanvoerder van die Britse troepe lyk. Sy kort figuurtjie op die perd het die kenmerkende haakneus en skerp ken. Geen **naam-etiket** kom hier voor nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Bespotting kom nie werklik hier voor nie, hoewel “Mr. Punch”, die aanvoerder van die Britse troepe, komieklik is. Die karaktertjie “Mr. Punch” word op oordrewe wyse uitgebeeld as die “hele weermag se persoonlike lyfwag”.

**Stereotipering:** “Mr. Punch” is ’n kort, naragtige mannetjie met ’n haakneus en -ken. Hy moedig gewoonlik Britse patriotisme aan en ondersteun Brittanje heelhartig. Hy neem dit op homself om na die Britse troepe om te sien en te verseker dat daar in hulle behoeftes voorsien word. Hy word dus op stereotiperende wyse uitgebeeld. Die Britse soldate word ook in hierdie spotprent op stereotiperende wyse uitgebeeld. Hulle is netjies, goed versorg en lyk in beheer. Hulle lyk gedissiplineerd en asof hulle reg is om die oorlog te wen.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** of subtiële boodskap in die spotprent is soos volg: *Punch* se ondersteuning lê duidelik by die Britse magte en “Mr. Punch” word hier uitgebeeld as ’n tipe aanvoerder van die Britse magte wat hulle aanmoedig om te veg. Britse patriotisme kom weer hier voor.

**SPOTPRENT 11:** In hierdie spotprent verskyn Kruger saam met vier feefigure. **Aanwysende tekens** hier is soos volg: Hulle het vlerke, lang klede en kranse om hulle koppe. Kruger self lyk ook soos ’n feefiguur. Hy het twee horinkies langs sy kop en daar is krale of ’n kranse om sy nek. Die horinkies kan ook simbolies wees van ’n duiwelfiguur. *Punch* vergelyk Kruger hier met die duiwel en wil hom as boos uitbeeld. Daarby het hy ’n prominente, ronde neus en ’n langerige, wit baard. Die **ikoniese tekens** is die tekening van Kruger as ’n duiwelfiguur saam met vier feefigure. Kruger word hier op **simboliese** wye uitgebeeld en kan maklik deur lesers herken word. Die vier feefigure is dan ook simbolies van feë.

**Karikatuur:** Die gesig is kenmerkend Kruger s’n met die groot, ronde neus en wit baard. Verder het hy horinkies langs sy kop (wat ’n tipe duiwelfiguur simboliseer) en krale of blomme om sy nek. Hy verskyn saam met vier feë in ’n toneel wat na Shakespeare se “A Midsummer Night’s Dream” verwys. Daar is geen **naam-etiket** in hierdie spotprent nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Paul Kruger, die president, is hier ’n komieklige duiwelagtige figuur en nie iemand wat waardigheid afdwing nie. Daar word ook gesuggereer dat Kruger ’n bose kant het. Hy word op oordrewe wyse uitgebeeld as ’n fee met horinkies langs sy kop en krale of blomme om sy nek. Kruger word in hierdie spotprent op **stereotiperende** wyse uitgebeeld,

aangesien daar slegs op sy negatiewe eienskappe gefokus word. Hy is 'n lagwekkende karakter met 'n donker kant.

By die **letterlike uitbeelding van inligting** kan die volgende boodskap afgelei word: *Punch* probeer Paul Kruger uitbeeld as iemand wat geen waardigheid het nie en wat eerder in 'n feevertaal tuishoort. Behalwe dat hy as lagwekkend uitgebeeld word, sinspeel *Punch* met hierdie spotprent daarop dat Kruger eintlik 'n bose kant het en dat hy in werklikheid so deur die Britse publiek beskou moet word.

**SPOTPRENT 12: Aanwysende tekens** hier is soos volg: Die simbool Britannia (Brittanje) word uitgebeeld as 'n vorstelike vrou wat klere in die Romeinse styl dra, asook 'n Romeinse hoofbedekking. Sy hou verder ook 'n drietandvurk vas wat die mag van Brittanje se vloot simboliseer. *Punch* word verteenwoordig deur 'n klein, naragtige figuur met die naam "Mr. Punch". Hy is kort en rond, het 'n haakneus en 'n skerp ken wat uitstaan. Lord Roberts, Opperbevelhebber van die Britse magte in Suid-Afrika, kom ook in spotprent 12 voor. Aanwysende tekens vir lord Roberts is soos volg: Hy is kort en seningrig met die amptelike klere van die Britse weermag. Daar is nie baie aanwysende tekens vir hom nie, maar die leser kan hom deur middel van die onderskrif, "Bravo Bobs" herken. "Bobs" was 'n geliefkoosde naam van die Britte vir Roberts. Verdere aanwysende tekens in hierdie spotprent is die aanwysende tekens vir die Britse soldate in die agtergrond. Hulle dra soos gewoonlik netjiese uniforms, stewels en hoede en het indrukwekkende wapens. Hulle lyk goed versorg. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekeninge van Britannia, lord Roberts, "Mr. Punch" en die Britse soldate.

Die **simbool** van "Mr. Punch", wat *Punch* se siening verteenwoordig, kom in hierdie spotprent voor. Die simbool Britannia, wat die Britse ryk simboliseer, kom ook voor. Lord Roberts en die Britse soldate is ook simbolies van die Britse Ryk. Die Britse soldate in die spotprent is ook 'n simbool van die tipiese Britse soldaat of "Tommy Atkins". In spotprent 12 kan **karikatuur** in die uitbeelding van Lord Roberts en "Mr. Punch" gevind word. Punch is weer naragtig, met 'n skerp neus en ken, terwyl Roberts as 'n klein, kort mannetjie met 'n skerp gesiggie uitgebeeld word. Geen **naam-etiket** word in hierdie spotprent gebruik nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Bespotting of oordrywing kom nie in hierdie spotprent voor nie. Die Britse patriotisme wat dit probeer uitbeeld, staan eerder uit. Daar is ook 'n **stereotype** uitbeelding van die gewone Britse soldaat of "Tommy Atkins". Hoewel hierdie soldate meestal op positiewe wyse uitgebeeld word, kan die leser hulle ook maklik aan hulle netjiese uniforms, tipiese hoede en uitstekende ammunisie herken. Hulle lyk versorg en hulle algemene houding is dié van mense wat in beheer is. Britannia is volgens *Punch* stereotiperend en simbolies van die groot, magtige Britse ryk. Britannia is 'n vorstelike vrou met 'n Romeinse kleed en 'n drietandvurk in die hand. Britannia is telkens daar om Britse troepe te ondersteun, om vroue en kinders wat agterbly, te troos en om arm, honger kinders te help. *Punch* fokus bloot op Britannia se goeie eienskappe en die negatiewe eienskappe van Brittanje word feitlik nooit aangeraak nie. Die simbool vir *Punch*, "Mr. Punch", verteenwoordig *Punch* se siening en kom in hierdie spotprent voor. "Mr. Punch" is 'n kort, naragtige mannetjie met 'n haakneus en -ken. Hy moedig gewoonlik Britse patriotisme aan en ondersteun Brittanje heelhartig. Hy neem dit op homself om na die Britse troepe om te sien en te verseker dat daar in hulle behoeftes voorsien word.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** of die boodskap in die spotprent is soos volg: Britannia wens die Britse troepe onder leiding van Lord Roberts met hulle oorwinning by Paardeberg geluk. Britse patriotisme kom voor en word ook deur *Punch* ondersteun ("Mr. Punch" is ook een van die soldate).

**SPOTPRENT 13: Aanwysende** tekens in hierdie spotprent is soos volg: Die simbool Britannia (Brittanje) word uitgebeeld as 'n vorstelike vrou wat klere in die Romeinse styl dra en 'n Romeinse hoofbedekking op haar kop het. Sy hou verder ook 'n drietandvurk vas wat die mag van Brittanje se vloot simboliseer. Die ander man in die spotprent het amptelike klere aan en die onderskrif van die spotprent maak dit vir die leser duidelik dat dit Sir Wilfred Laurier, die Kanadese premier, is. **Ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekeninge van Sir Wilfred Laurier, die Kanadese premier, en die simbool Britannia. Sir Wilfred Laurier is hier 'n **simbool** van Kanada, terwyl Britannia die Britse Ryk simboliseer.

**Karikatuur en naam-etiket**te kom nie voor in hierdie spotprent nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Bespottling en oordrywing kom nie in hierdie spotprent voor nie. Britannia is volgens *Punch* **stereotiperend** en simbolies van die groot, magtige Britse ryk. Britannia is 'n vorstelike vrou met 'n Romeinse kleed en 'n drietand-vurk in die hand. Hoewel lesers dalk nie die Kanadese premier, sir Wilfred Laurier, in hierdie spotprent sal herken nie, kan hulle wel die belangrikheid van die man se posisie aan sy belangrike kleredrag herken. Sy kleredrag is dus stereotiperend van iemand wat 'n belangrike posisie beklee.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** is: Ondersteuners van Brittanje, soos die Kanadese premier Sir Wilfred Laurier, sal vergoed word.

**SPOTPRENT 14:** Die karakter “John Bull”, 'n nasionale personifikasie van Groot Brittanje in die algemeen en Engeland in die besonder, kom weer in hierdie spotprent voor. **Aanwysende tekens** vir hom is soos volg: 'n Man met 'n ronde figuur, groot maag en dubbelken. Verder krul sy hare om sy ore en het hy 'n groot neus en 'n klein mond. Die aanwysende tekens vir die Boer-karakter in hierdie spotprent is sy onversorgde baard en hare en sy onpaar klere en skoene. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekening van John Bull en die Boer. Die Boer in hierdie spotprent is ook die **simbool** van die tipiese Boer-figuur in *Punch* se spotprente, terwyl John Bull 'n simbool is van Brittanje.

Wat **karikatuur** betref, kan die volgende uitgelig word: Die Boer is onversorg en grof, terwyl John Bull rond en gesond is. Geen **naam-etiket** kom hier voor nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Die Boer word spottend uitgebeeld as hy hulp vra by John Bull (Brittanje). Die historiese konteks rondom hierdie spotprent is dat die Boere besig was om die oorlog te verloor, maar steeds gevra het dat hulle voorwaardes aanvaar sou word. Die Boer se swaakheid, naamlik dat hy hier vir Brittanje (John Bull) om hulp vra, word hier uitgebuit. John Bull word hier op **stereotiperende** wyse uitgebeeld. Hy kan aan die volgende kenmerke herken word: Hy dra 'n uniform van die tipiese Britse soldaat en het 'n kenmerkende ronde figuur, veral by sy maag. Hy het 'n dubbelken, krulhare om sy ore en 'n klein mondjie. John Bull word telkens uitgebeeld as 'n taamlik aggressiewe karakter wat net Brittanje se beste belange op die hart het en nie sal skroom om tot aksie oor te gaan nie. Dit lyk in die spotprente of die Boer-karakters hom

vrees as hy hulle aanspreek asof hulle dom en onnosel is. Die Boer kom hier voor as onopgevoed en lyk onversorg. Hy dra onpaar klere met 'n onversorgde baard en hare. Die Boer-karakters word telkens op so 'n stereotiperende wyse uitgebeeld.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** is soos volg: Die Boere is letterlik op die agtervoet nadat hulle om vrede gevra het. *Punch* dryf die spot met die Boere omdat hulle besig is om die oorlog te verloor, maar steeds hulle onafhanklikheid wil behou.

**SPOTPRENT 15:** In hierdie spotprent verskyn daar 'n Fransman en 'n Duitser. Daar is wel **aanwysende tekens** dat hulle Europeërs is, soos hulle netjiese uitrustings, stewels en hoede. Die Fransman het 'n tipe pet op, terwyl die Duitser 'n pluiskeil dra. Dit is egter nie so maklik om net sonder die onderskrif te weet wat hulle is nie. Die onderskrif maak dit duidelik dat die twee 'n Fransman en 'n Duitser is. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekening van die Fransman en Duitser. Hierdie twee mans is nie net **simbole** van onderskeidelik Frankryk en Duitsland nie, maar ook van Europa.

**Karikatuur:** Sowel die Fransman as die Duitser lyk gesond en netjies. Die Duitser dra 'n pluiskeil en manel en het 'n bokbaardjie, terwyl die Fransman 'n hangsnor het met 'n pet op sy kop. Ook hy het 'n netjiese pak klere aan. Geen **naam-etiket**te verskyn in die spotprent nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Die Fransman en Duitser is ongelukkig omdat hulle aandeelhouers in die Transvaalse myne is en Paul Kruger nou dreig om dit te vernietig. Paul Kruger se beeld is dus een van 'n opsetlike verwoester. **Stereotipering:** Dit mag weereens moeilik wees om dadelik die twee mans se nasionaliteite te herken, maar 'n mens kan sien dat hulle gesofistikeerd aangetrek is en in nuusgebeure belangstel. Hulle is dus stereotiperend van twee welaf Europeërs.

**Letterlike uitbeelding van inligting:** Paul Kruger wil selfs vir Frankryk en Duitsland uitbuit deur die myne te vernietig. Hulle is ook aandeelhouers in die myne. Kruger word as 'n aggressor uitgebeeld wat niemand iets gun nie.

**SPOTPRENT 16: Aanwysende tekens** vir die simbool Britannia is soos volg: Britannia (Brittanje) word uitgebeeld as 'n vorstelike vrou wat klere in die Romeinse styl dra met 'n Romeinse hoofbedekking. Sy hou verder ook 'n drietandvurk vas wat die mag van Brittanje se vloot simboliseer. Die **ikoniese tekens** is die tekening van Britannia. Britannia is **simbolies** van die magtige Britse Ryk.

**Karikatuur** kom nie in hierdie spotprent voor nie, aangesien daar geen bespotting of oordrywing is nie. Britannia verskyn met die **naam-etiket** "Ladysmith" op haar kleed. Dit verwys na die suksesvolle Ladysmith-kontingent en die Naval-brigade wat by Portsmouth terugverwelkom word.

**Parodie, satire en hiperbool:** Geen bespotting of oordrywing kom hier voor nie. Britannia word hier op **stereotiperende** wyse as 'n vorstelike vrou met Romeinse klere, 'n Romeinse hoofbedekking en 'n drietand-vurk in haar hand uitgebeeld. Lesers kan haar dus maklik herken.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** hier is soos volg: Britse patriotisme word hier uitgebeeld. Britannia verwelkom die suksesvolle Ladysmith-kontingent en Naval-brigade terug. Die boodskap wat hier deurgegee word, is dat die Britse troepe sukses in die oorlog behaal.

**SPOTPRENT 17:** In hierdie spotprent word daar van 'n generiese karakter gebruik gemaak. **Aanwysende tekens** hier is soos volg: Hy is 'n lang, maer mannetjie met 'n lang kleed, baard en ou gesig. Hy word gebruik om te wys hoe baie geld die oorlog Brittanje kos. Na die oorlogslening het die man die figuur van 'n muntstuk. Die **ikoniese tekens** hier is die tekening van die mannetjie en die muntstuk. In hierdie spotprent kan die tipiese **simbool** van 'n muntstuk gevind word.

**Karikatuur:** In hierdie spotprent verskyn 'n lang, maer mansfiguur eerstens met 'n lang jas aan en dan weer met 'n rond geldstuk om sy lyf. Geen **naam-etiket** kom hier voor nie, net 'n geldbedrag van 0,00000.

**Parodie, satire en hiperbool:** Hier word gespot met die Britse regering en al die geld wat die oorlog hulle kos. Na die oorlogslening bly daar feitlik geen geld oor nie. 'n Swakheid van die Britse regering, naamlik dat die oorlog hulle baie geld kos, word hier uitgebeeld. *Punch* is nie hiermee tevrede nie en wil dit onder die Britse publiek en die res van die wêreld se aandag bring. Die bedrag op die muntstuk is natuurlik oordrewe, maar hierdie is een van die min spotprente waarin *Punch* die Britse regering kritiseer. Die muntstuk en lang, maer, bleek mannetjie wat met die finansies werk, word hier op **stereotiperende** wyse uitgebeeld.

**Letterlike uitbeelding van inligting:** Die Britse regering word hier deur *Punch* gekritiseer. Die oorlog kos baie geld.

**SPOTPRENT 18:** In hierdie spotprent verskyn twee Britse mans. **Aanwysende tekens** hier is: Die regterkantse man is netjies aangetrek met 'n manel, deftige hoed en kiere. Die ander man lyk of hy in 'n ongeluk was met 'n verbinde arm en verband om die kop. As die leser die onderskrif lees, word dit duidelik dat die “verslete” man 'n pro-Boer-vergadering bygewoon het en dat hy daarvoor “teruggekry” is. Die **ikoniese tekens** hier is die tekening van die twee mans en die straattoneel op die agtergrond. Hoewel die een man verbind is, is albei mans **simbolies** van die tipiese Britse “gentleman”.

**Karikatuur:** Hier was die een karakter duidelik in een of ander ongeluk. Hoewel hy die tipiese klere van die Britse “gentleman” dra, het hy 'n verband om die kop en is sy arm verbind. Die leser herken dus dadelik die Britse “gentleman”, maar kan ook sien dat daar iets met hom skort. Geen **naam-etiket** kom in die spotprent voor nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Die spot word hier gedryf met die Britse man wat 'n Boer-ondersteuner is. Daar word gewys wat met sulke mense sal gebeur. Hierdie Britse Boer-ondersteuner het duidelik as gevolg van sy voorkeure seergekry en nou word dit uitgebuit. Dit boodskap wat *Punch* hiermee wil deurgee, is dat Boer-ondersteuners dalk net kan seerkry. *Punch* beeld hier op oordrewe wyse uit dat dit is wat wag op mense wat Boer-ondersteuners is of wat vergaderings bywoon wat hulle daarop toespits om die oorlog te beëindig. Die twee Britse “gentlemen” word hier op **stereotiperende** wyse uitgebeeld.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** is: Daar sal afgereken word met Britte wat die Boere ondersteun.

**SPOTPRENT 19: Aanwysende tekens in hierdie spotprent is soos volg:** *Punch* word deur 'n klein, naragtige figuur met die naam "Mr. Punch" verteenwoordig. Hy is kort en rond, het 'n haakneus en 'n skerp ken wat uitstaan. "Mr. Punch" verskyn in spotprent 19 saam met nog 'n generiese karakter. Hy is 'n kontrakteur wat klere en kos aan die Britse troepe voorsien. Sy stewels is stukkend en hy is duidelik ontevrede met sy blikkie kos wat hy vir "Mr. Punch" teruggee. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekeninge van "Mr. Punch", die kontrakteur en die agtergrond. Die **simbool** van "Mr. Punch" verteenwoordig *Punch* se siening.

**Karikatuur** kom by beide karakters in spotprent 19 voor. "Mr. Punch" het sy tipiese kort, ronde figuurtjie met haakneus en skerp ken, terwyl die ander man, 'n kontrakteur, 'n snaakse uniform en kouse dra, terwyl sy skoene verslete is en sy voete uitsteek. Geen **naam-etiket** kom voor nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** "Mr. Punch" is ontevrede met die kontrakteur wat die Britse troepe van kos en klere voorsien, aangesien dit nie op standaard is nie. Die man se stewels is stukkend en hy kla oor die kos. *Punch* sal graag wil sien dat die kontrakteur wat die klere en kos verskaf, self 'n idee kry van hoe swak dit werklik is.

**Stereotipering:** "Mr. Punch" is 'n kort, naragtige mannetjie met 'n haakneus en -ken. Hy moedig gewoonlik Britse patriotisme aan en ondersteun Brittanje heelhartig. Hy neem dit op homself om na die Britse troepe om te sien en seker te maak dat daar in hulle behoeftes voorsien word.

**Letterlike uitbeelding van inligting:** *Punch* meen dat die kos en klere wat aan die Britse troepe voorsien word, nie op standaard is nie. Die Britse regering en verskaffers word gekritiseer.

**SPOTPRENT 20: Aanwysende tekens** in hierdie spotprent is soos volg: Die Europese magte word in die vorm van 'n persoon (onduidelik ten opsigte van geslag) met 'n vorstelike kled en kroon op die kop gesimboliseer. Die persoon sit by 'n lessenaar en lyk besig met baie belangrike papierwerk. Die simbool vir Europa verskyn hier saam met een van die diensknegte. Aanwysende

tekens hier is die dienskneg se hofskoentjies en versierde, lang baadjie met lapelle op die skouers. Dit lyk ook of hy effens buig. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekening van die Europese simbool, die dienskneg en die deftige agtergrond. Die **simbool** vir “Europa” word in hierdie spotprent gesimboliseer. Die kleed en kroon van die persoon simboliseer dat hy/sy baie belangrik is.

**Karikatuur:** Die simbool wek dadelik die indruk by die leser dat hy/sy koninklik is. Redes hiervoor is die Romeinse tipe kleed, die kroon op die kop en die ontoeganklike, belangrike gesig. Daar is geen **naam-etiket** in hierdie spotprent nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** *Punch* spot hier met die Boere-afgevaardigdes en beeld hulle as “tydmors” vir die Europese magte uit. Lesers kon maklik agterkom dat die persoon by die tafel ’n vorstelike figuur is en dat die man die persoon se slaaf/werker is. Beide hierdie karakters is dus op **stereotiperende** wyse uitgebeeld.

Die boodskap uit die **letterlike uitbeelding van inligting** is soos volg: Die Europese magte het hulle nie gesteur aan die Boere-afgevaardigdes se pleidooie nie en hulle het geen sukses behaal nie.

**SPOTPRENT 21: Aanwysende tekens** vir die twee karakters in hierdie spotprent is soos volg: Die man is duidelik ’n Britse soldaat. Dit kan aan sy netjiese uniform, stewels, hoed en bandelier afgelei word. Hoewel die vrou by hom duidelik nie uit ’n hoë Britse klas kom nie, kan ’n mens sien dat sy steeds netjies is. In plaas van ’n deftige jas en hoed, dra sy werkersklere. Dit sluit in ’n rok en ’n voorskoot. Verder is haar hare nie deftig gestileer nie, maar hang dit sommer los. Dit leser kan ook uit die onderskrif aflei dat die vrou uit ’n laer Britse klas is. Dit is nie die tipiese taalgebruik van die adelstand nie. **Ikoniese tekens** hier is die tekening van die man en vrou. Die Britse soldaat is hier **simbolies** van die Britse Ryk en die Britse Weermag, terwyl die vrou simbolies is van die laer-klas Brit.

**Karikatuur** kan hier gevind word in die vrou wat haar bekommer oor haar man wat oorlog toe moet gaan en haar woorde wat hom maan om in die agterhoede te bly, anders gaan hy geskiet

word. Sy sê ook dat sy dit weet deur haar geloof, wat daarop kan dui dat sy haarself as bygelowig beskou het. Geen **naam-etiket** verskyn in hierdie spotprent nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Hoewel dit nie werklik in hierdie spotprent voorkom nie, word daar tog met hierdie vrou se bygeloof gespot. Die Britse soldaat word hier op **stereotiperende** wyse uitgebeeld en kan maklik herken word, terwyl die vrou stereotiperend is van die laer-klas Britte.

Die boodskap by die **letterlike uitbeelding van inligting** is soos volg: Deur hierdie spotprent wil *Punch* weer uitbeeld hoe die oorlog ook die Britse gemeenskap wat agterbly, geraak het. Dit het ook vir die laer-klas Britte gegeld.

**SPOTPRENT 22:** Lord Kitchener, Stafhoof van Lord Roberts en tweede in bevel van die Britse magte, kom voor in spotprent 22 waar hy na die inval van Bloemfontein saam met 'n medeoffisier op 'n stoep in Bloemfontein sit en pyp rook. **Aanwysende tekens** ten opsigte van Kitchener is die welige, reguit snor en die koue oë. Heelwat aanwysende tekens is hier teenwoordig. Albei mans dra pluiskeile, pakke en swart stewels. Albei is besig om 'n pyp te rook. Die stoele waarop hulle sit, is met die Britse vlag oorgetrek, terwyl die een se voete op 'n houtkis rus. Bo-op die kis is tipiese hoede van die Britse troepe wat soos byekorwe lyk en heel gepas zoem daar 'n paar bye. 'n Tipe prieel rond die prentjie af, wat gepas is as die leser lees dat die twee op 'n stoep iewers in Bloemfontein ontspan. Die **ikoniese tekens** hier is die tekeninge van Kitchener en sy medeoffisier, die kis, die bye, die hoede van Britse soldate en die agtergrond van die stoep. Albei mans is **simbolies** van die magtige Britse ryk, asook van tipiese Britse “gentlemen”. Die houtkis met bye is ook simbolies van hierdie insekte, terwyl die hoede simbolies is van die Britse soldate.

**Karikatuur:** Lord Kitchener kan aan sy welige, reguit snor en sy koue oë herken word. Komiese aspekte in hierdie spotprent sluit in die stoele waarop die mans sit (oorgetrek met die motief van die Britse vlag), die houtkis waarop staan “To Pretoria with great care” (die inval van Pretoria het gevolg) en die tipiese hoede van die Britse soldate bo-op die houtkis wat ook die vorm van 'n byekorv het. Verder is daar 'n klomp bye wat daarrondom zoem. **Naam-etiket:** In hierdie

spotprent verskyn 'n houtkis met die volgende woorde op: “To Pretoria – with great care”. Dit simboliseer die Britse troepe se opmars na Pretoria ná die inval van Bloemfontein.

**Parodie, satire en hiperbool:** Lord Kitchener se kollega is tevrede met die feit dat hulle Bloemfontein ingeneem het en sal nie omgee om daar te bly nie. Daar word gespot met hierdie man se tekort aan ambisie as dit kom by die oorlog. Die twee Britse “gentlemen”, die bye en hulle “korf” en die hoede van die Britse soldate word hier op **stereotiperende** wyse uitgebeeld.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** is: Die Britse troepe het geen probleem om die hoofstede van twee Boererepublieke te verower nie. Die Britte sou nietemin veral baie graag vir Pretoria op hul kerfstok wou hê.

**SPOTPRENT 23:** Die **aanwysende tekens** wat gebruik word om Paul Kruger uit te beeld, is soos volg: 'n ronde figuur met 'n pluiskeil en manel. Daarby het hy 'n prominente, ronde neus en 'n langerige, wit baard. Hy word gewoonlik met sy pyp uitgebeeld. Paul Kruger verskyn saam met 'n generiese karakter in spotprent 23. Die man is 'n verkiesingsbeampte en het 'n manel en pluiskeil aan. Hy het 'n notaboekie in die hand en 'n klein tassie wat langs hom staan. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekening van Paul Kruger, die verkiesingsbeampte en die stoep as agtergrond. Paul Kruger is natuurlik hier 'n **simbool** van homself en van die twee Boererepublieke, terwyl die verkiesingsbeampte 'n simbool van die “Britse Gentleman” is.

**Karikatuur:** Paul Kruger word weer in hierdie spotprent op kenmerkende, snaakse wyse uitgebeeld. Met sy ronde figuurtjie, swart pak, groot, ronde neus, pluiskeil en langsteelpyp sit hy op 'n stoep. Geen **naam-etiket** verskyn in hierdie spotprent nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Paul Kruger meng weer in met Brittanje se sake, dié keer is dit die algemene verkiesing. Kruger se waardigheid word weer hier afgetakel en sy beeld by die Britse publiek en die res van die wêreld word geskaad. Kruger word as die aggressor uitgebeeld en dit lyk asof hy opsetlik tot oorlog oorgegaan het. *Punch* oordryf hiermee. Paul Kruger word 'n **stereotiperende** wyse in hierdie spotprent uitgebeeld. Kruger word uitgebeeld as 'n ou, gesette man met 'n wit baard en langsteelpyp. Verder dra hy ook gewoonlik 'n pluiskeil en manel. Daar

word slegs op sekere negatiewe eienskappe van Paul Kruger gefokus en daar word telkens gesuggereer dat hy graag vlug wanneer dinge moeilik raak.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** is: Paul Kruger en sy “oorloggie” is lastig en meng in met Brittanje se algemene verkiesing. Kruger is weer ’n element van spot.

**SPOTPRENT 24: Aanwysende tekens** in hierdie spotprent is die volgende: Die simbool Britannia (Brittanje) word uitgebeeld as ’n vorstelike vrou wat klere in die Romeinse styl dra. Sy hou verder ook ’n drietandvurk vas wat die mag van Brittanje se vloot simboliseer. In hierdie spesifieke spotprent hou sy ook ’n tipe wapenrusting voor haar vas. In spotprent 24 verskyn die simbool Britannia saam met ’n paar kinders. Dit is onduidelik aan watter nasie die kinders behoort, maar aanwysende tekens dui aan dat hulle maer, uitgeteer en hartseer is. Die figuurtjie met die wit kleed aan steek sy/haar arms in ’n hulpkreet na Britannia uit, terwyl die enetjie voor in ’n bondeltjie lê. Agter Britannia steek nog ’n dogtertjie haar hande smekend uit. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekeninge van Britannia en die kindertjies. In spotprent 24 vind ons ’n **simboliese** uitbeelding van honger, maer, armoedige kinders wat baie swaar kry. Britannia is natuurlik hier weer ’n simbool van die magtige Britse Ryk. **Karikatuur** en **naam-etiket** kom nie voor in hierdie spotprent nie.

**Parodie, satire en hiperbool** kom nie in spotprent 24 voor nie, aangesien elemente van bespotting nie hier gevind kan word nie. Britannia is volgens *Punch* **stereotiperend** en simbolies van die groot, magtige Britse ryk. Britannia is ’n vorstelike vrou met ’n Romeinse kleed en ’n drietand-vurk in die hand. Britannia is telkens daar om Britse troepe te ondersteun, om vroue en kinders wat agterbly te troos en om arm, honger kinders te help. *Punch* fokus bloot op Britannia se goeie eienskappe en die Brittanje se negatiewe eienskappe word feitlik nooit aangeraak nie. In hierdie spotprent beeld *Punch* die verantwoordelikhede van die Britse ryk uit wanneer honger, armoedige kinders na Britannia reik. Die kinders word op stereotiperende wyse as arm en weemoedig uitgebeeld.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** behels die volgende: Die magtige Brittanje het 'n reuse verantwoordelikheid teenoor die res van die wêreld, in hierdie geval veral honger en arm kinders. Brittanje se beuel word hier geblaas en Britse patriotisme word aangewakker.

**SPOTPRENT 25: Aanwysende tekens** in hierdie spotprent is soos volg: Die Engelse dame is deftig aangetrek en gestileer, van kop tot tone. Die Britse seuntjie het 'n netjiese jassie, hoed en skoene aan. Daarby is die dekor deftig en tiperend van 'n Britse woning. Die **ikoniese tekens** hier is die tekeninge van die dame, seuntjie en netjiese woonagtergrond. Die Britse dame en seuntjie is **simbolies** van die Britse adelstand, aangesien hulle netjies, gemanierd en goed versorg voorkom.

Hoewel **karikatuur** nie oordadig in spotprent 25 gebruik word nie, is dit dalk te vind in die uitbeelding van die klein Britse seuntjie en die groot woorde wat hy spreek. Die dame probeer aan hom die erns van die oorlogssituasie verduidelik en sê dat die Boere groot, sterk mans is en dat die seuntjie te klein is. Die seuntjie antwoord daarop dat daar tog sekerlik Boer-kindere is. Hy is baie manhaftig met sy klein jassie en netjiese hoedjie. Geen **naam-etiket** verskyn in hierdie spotprent nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Die Britse seuntjie wil ook gaan veg. As die dame hom daarop wys dat die Boere groot, sterk manne is, wil hy weet of dit dan nie teen die Boer-kindere kan wees nie. Hoewel hierdie seuntjie se manhaftigheid spottend uitgebeeld word, is die erns van die saak dat die oorlog 'n groot effek op almal gehad het. Die Britse seuntjie word op oordrewe wyse uitgebeeld as hy ook aan die oorlog wil deelneem.

Die Britse dame en seuntjie is netjies en goed versorg. Hulle word dus ook op **stereotiperende** wyse uitgebeeld as daar net op hulle goeie eienskappe gefokus word.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** is soos volg: Die oorlog het 'n wydverspreide effek op die gemeenskap, selfs op kindere. Die Britse seuntjie wil teen die Boere-kindere gaan veg.

**SPOTPRENT 26: Aanwysende tekens** in hierdie spotprent is die volgende: Mafeking word hier deur 'n verwese vrouefiguur in donker klere en met 'n hartseer gesig uitgebeeld. Kolonel Robert Baden-Powell het 'n kenmerkende gesig met 'n kort, netjiese snor en deurdringende oë. Die **ikoniese tekens** hier is die tekening van Baden-Powell, die simbool van Mafeking en die woestynagtige agtergrond. Mafeking is hier **simbolies** van die dorp en Baden-Powell is simbolies van Brittanje en die Britse soldate.

**Karikatuur:** Die simbool vir Mafeking in spotprent 26 is 'n hartseer en verwese figuur met 'n naambordjie “Mafeking” in die hand. Die leser kan dit dus maklik interpreteer, aangesien die gebeure by Mafeking welbekend was. Nadat Mafeking lank van die buitewêreld afgesny was, het Lord Roberts die dorp uiteindelik na 217 dae van die Boere bevry. Daar is twee **naam-etikette** in spotprent 26. Die simbool van Mafeking hou 'n papier met die woord “Mafeking” in haar hand vas, terwyl Baden-Powell wys na 'n telegram met die volgende woorde op: “Hold on till the 18<sup>th</sup>”. Dit is deur Lord Roberts onderteken. Roberts word hier as die “redder” van Mafeking uitgebeeld.

**Parodie, satire en hiperbool:** Kolonel Robert Baden-Powell kan nie vir Mafeking verlos en moet wag vir Lord Roberts om dit te doen. Hier word gespot met Kolonel Robert Baden-Powell wat nie sy pligte kan uitvoer nie. In hierdie geval moet hy wag vir Lord Roberts om Mafeking van die aanhoudende bombardering van die Boere te kom verlos. Baden-Powell en sy troepe moes Mafeking vir al wat hulle werd was verdedig. In spotprent 26 herken lesers die vrou as simbool van Mafeking aan die naam-etiket in haar hand, maar die vrou simboliseer ook deur haar kleredrag en weemoedige uitdrukking op haar gesig iemand wat moedeloos is. Die vrou is dus 'n **stereotipe** van 'n weemoedige, hartseer vrou.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** is soos volg: Lord Roberts is die held van Mafeking en sal nie sy belofte verbreek nie.

**SPOTPRENT 27: Aanwysende tekens** vir die vluggende Boer in hierdie spotprent is sy onversorgde baard, onpaar klere, laphoed en die verwilderde uitdrukking op sy gesig. Verdere aanwysende tekens in die spotprent is die natuuragtergrond met die berg en plante en die Britse soldate wat met hulle lang spiese en tipiese hoede die Boer jag. Die **ikoniese tekens** in hierdie

spotprent is die tekeninge van die vluggende Boer en sy perd, die natuuragtergrond en die Britse soldate wat die Boer op hulle perde jaag. Die Boer is 'n **simboliese** uitbeelding van die tipiese Boer-kryger en die Britse soldate is simbolies van Brittanje.

**Karikatuur:** Die vluggende boer in spotprent 27 moes vir die Britse publiek baie komies gewees het. Dit is duidelik dat hy op die vlug is (daar is Britse soldate in die agtergrond). Die onderskrif skimp dat dit soos die opera “Die Vlieënde Hollander” lyk. Die Boer se voorkoms is weereens verslete, sy baard en hare lank en sy oë verwilderd. Daar verskyn geen **naam-etiket** in hierdie spotprent nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Die Boere-soldaat wat deur Engelse soldate gejaag word, word met die opera “Die Vlieënde Hollander” vergelyk. Die spot word gedryf met hierdie Boer wat vlug vir sy lewe. *Punch* sien dit as komieklik. Die vluggende Boer word hier op **stereotiperende** wyse as 'n tipiese Boer uitgebeeld: Onversorg, verwilderd, onintelligent en aan die verkeerde kant van die gereg.

By die **letterlike uitbeelding van inligting** kan die volgende gesê word: Die Boere-soldaat is op die vlug. Weereens word die stereotipe Boer as dom en agterlik uitgebeeld, terwyl die Britte die oorhand het.

**SPOTPRENT 28: Aanwysende tekens** hier is die volgende: Die simbool Britannia (Brittanje) word uitgebeeld as 'n vorstelike vrou wat klere in die Romeinse styl dra. Sy hou verder ook 'n drietandvurk vas wat die mag van Brittanje se vloot simboliseer en dra die hoofbedekking van 'n Romeinse soldaat. Britannia dra ook in hierdie spotprent die Britse vlag om haar middel. Die simbool vir Kolombia is ook 'n vorstelike vrouefiguur in 'n Romeinse kleed met Kolombia se vlag om haar middel. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekeninge van die simbole Britannia en Kolombia op 'n balkon met banier wat uit die skare onder kom. Britannia is natuurlik hier **simbolies** van die Britse Ryk en Kolombia 'n simbool van dié spesifieke land.

**Karikatuur** kom nie voor in spotprent 28 nie. **Naam-etiket**: In hierdie spotprent verskyn Britannia saam met die simbool van Kolombia. Twee baniere met die volgende woorde op staan uit: “Kruger for Ever” en “Welcome Boer Delegates”.

**Parodie, satire en hiperbool**: Soos in spotprent 20 word dit hier duidelik gemaak dat daar nie aandag aan die Boere-afgevaardigdes geskenk sal word nie. Boer ondersteuners wat ’n geraas maak, is bloot “noisy boys”. Enigiemand wat dus vir die Boersaak wil pleit, word oor die hoof gesien as “lastig”. Britannia is volgens *Punch* **stereotiperend** en simbolies van die groot, magtige Britse ryk. In spotprent 28 verskyn Britannia saam met die simbool van Kolombia. Hierdie simbool is ook ’n vorstelike vrouefiguur met Kolombia se vlag om haar lyf gedraai. Lesers mag dalk nie onmiddellik herken watter land sy verteenwoordig nie, maar sy is ’n stereotipe van ’n land en iemand wat belangrik is.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** is soos volg: Die boodskap wat hier deurgegee word, is dat die Boere-afgevaardigdes nie ernstig opgeneem word nie en dat hulle in die pad is.

**SPOTPRENT 29: Aanwysende tekens** in hierdie spotprent is soos volg: *Punch* word verteenwoordig deur ’n klein, naragtige figuur met die naam “Mr. Punch”. Hy is kort en rond, het ’n haakneus en ’n skerp ken wat uitstaan. Kanada word deur ’n vrou met die nasionale drag van Kanada gesimboliseer. Die woord “Kanada” staan ook op haar uitrusting geskryf. Australië word deur ’n vrouefiguur met lang, blonde vlegsels gesimboliseer. Die woord “Australasia” staan ook op ’n band wat aan haar uitrusting vasgemaak is. Indië word verteenwoordig deur ’n Indiese vrou met swart hare, tradisionele Indiese klere en die woord “Indian Empire” wat op ’n band aan haar uitrusting geskryf is. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekeninge van “Mr. Punch” en die drie “Britse Kolonies”, Kanada, Indië en Australasië. Wat **simboliese tekens** betref, is “Mr. Punch” hier simbolies van die publikasie en is die drie vroue simbole van hulle onderskeie lande of kolonies.

**Karikatuur** word vir die uitbeelding van “Mr. Punch” in spotprent 29 gebruik. Hy is kort, klein en naragtig met sy haakneus en uitstaan-ken. Daar is verskeie lande se simbole wat met **naam-etiket** in spotprent 29 verskyn. Die volgende is op die vroue (simbole) se kledingstukke

geskryf: “Australasia”, “Canada” en “Indian Empire”. In hierdie spotprent vier “Mr. Punch” en die Britse kolonies fees.

**Parodie, satire en hiperbool:** Bespotting kom nie in hierdie spotprent voor nie, maar “Mr. Punch” is soos altyd komieklik. Die volgende lande se simbole verskyn in spotprent 29: Kanada, Australasië en Indië. Al drie vroue (simbole) dra hul lande se nasionale klere en is daarom **stereotipe** uitbeeldings van ’n Indiese vrou, ’n Kanadese vrou en ’n Australasiese vrou. “Mr. Punch” is ook ’n stereotipe uitbeelding van ’n naragtige mannetjie, maar verteenwoordig ook *Punch* se siening.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** of die subtiële boodskap wat in hierdie spotprent gelees kan word, is dat Britse patriotisme uitgebeeld word. Al Brittanje se kolonies klink ’n glasie op die land, terwyl die koningin se verjaardag ook gevier word. Hulle word aangehits deur “Mr. Punch”, wat weereens wys dat *Punch* se simpatie duidelik by Brittanje gelê het. “Mr. Punch” en die “Kolonies” vier ook hier die ontsetting van Mafeking.

**SPOTPRENT 30:** Daar is heelwat **aanwysende tekens** vir Joseph Chamberlain, die Britse Minister van Kolonies. Chamberlain word dadelik aan sy skerp neus, lang gesig en brilglasie oor die een oog herken. Verder is sy hare glad en na die een kant toe gekam. Australië word in spotprent 30 deur die kangeroe **gesimboliseer**. Aanwysende tekens vir die kangeroe is die universele uitbeelding van die kangeroe. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekeninge van Chamberlain, die kangeroe en die apteek as agtergrond. Spotprent 30 se agtergrond is duidelik ’n apteek. Die toonbank en glasbotteltjies in die agtergrond simboliseer ’n apteek.

**Karikatuur:** Lesers behoort ook vir Joseph Chamberlain in hierdie spotprent maklik te herken. Sy hare is glad en na die kant toe gekam, terwyl hy die ronde brilglasie oor die een oog het. Sy gesigsvorm is ook herkenbaar. Hy praat met ’n kangeroe wat Australië verteenwoordig. Daar word met Chamberlain se buitelandse beleid gespot. Daar is nie **naam-etiket** in hierdie spotprent nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Joseph Chamberlain, die Minister van Kolonies, wil nie onderdrukte kolonies (in hierdie geval Australië) help nie. Chamberlain word uitgebeeld as

iemand wat nie sy pligte kan nakom nie. Joseph Chamberlain, die Britse Minister van Kolonies, word ook in hierdie spotprent op **stereotiperende** wyse uitgebeeld. Chamberlain kan herken word aan sy lang gesig, skerp neus en brilglasie oor die en oog. Verder is sy hare glad en na die en kant toe gekam. Chamberlain is telkens besig om homself bespotlik te maak, wat daarop wys dat *Punch* nie altyd met sy imperialistiese beleid saamgestem het nie.

**Letterlike uitbeelding van inligting:** Joseph Chamberlain word hier uitgebeeld as die “apteker” wat die onderdrukte Britse kolonies (in hierdie geval Australië uitgebeeld deur die kangeroe) wil indoen. Dit is duidelik dat *Punch* dit geniet het om veral met Chamberlain en sy beleid die spot te dryf.

**SPOTPRENT 31: Aanwysende tekens** in hierdie spotprent is die “Britse Gentleman” se pluiskeil en netjiese pak. Daarby kom ook die Britse vlag wat hy vashou en die twee Britse vlaggies langs sy kop. Die donker agtergrond dui daarop dat dit aand is. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekening van die man, die vlaggies en die nagagtergrond. Die Britse man is **simbolies** van die “Britse Gentleman”.

**Karikatuur:** Die “British Gentleman” in hierdie spotprent vier duidelik die ontsetting van Mafeking. Hy lyk besope en daar steek twee Britse vlaggies aan weerskante van sy kop uit. Daar is ’n ster op sy hoed en vlaggies oral op sy pak klere. As die leser die onderskrif lees, maak alles duidelik sin. Die man sê aan sy vrou dat dit vir hom ’n prioriteit is om sober bed toe te gaan en dat hy dit dus nog nie kan doen nie. Geen **naam-etiket** kom in hierdie spotprent voor nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Hoewel daar gespot word met hierdie Britse man wat besope is en nie in sy toestand wil bed toe gaan na sy vrou toe nie, is die algehele boodskap een van blydschap oor die ontsetting van Mafeking. Soos in baie ander spotprente kan ’n mens duidelik Britse patriotisme hier bespeur. Die tipiese “British Gentleman” word hier op **stereotiperende** wyse uitgebeeld.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** is soos volg: Die Britse publiek ondersteun die troepe in Suid-Afrika heelhartig en was veral bly oor die Britse oorwinning by Mafeking. Britse patriotisme word hier aangewakker.

**SPOTPRENT 32:** In hierdie spotprent word Joseph Chamberlain as 'n sirkusnar uitgebeeld. **Aanwysende tekens** vir hom is soos volg: Die gesig met een brilglasie is herkenbaar en daarmee saam dra hy 'n hanswors-pak, hoed en skoene. Die perderuiter wat saam met Chamberlain in die spotprent verskyn lyk soos 'n oorlogskryger van weleer met 'n kort rokkie, lang baard en hare en die Britse vlag op sy rug. Daar is ook 'n Britse kleed oor die perd se rug. **Ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekeninge van Chamberlain, die ruiter en sy perd, asook die sirkusagtergrond. Chamberlain is in hierdie spotprent 'n **simbool** van 'n sirkusnar, terwyl die Britse vlag op die perd se rug 'n simbool van Brittanje is.

**Karikatuur:** Joseph Chamberlain word hier as 'n sirkusnar uitgebeeld wat die perderuiter aanmoedig om 'n toertjie te doen en deur 'n ring te spring. Behalwe vir sy naruitrusting en hoedjie, dra sy woorde ook by tot karikatuur: "Now's your time, guv'nor!" "The War is practically over. The British flag is by this time flying at Pretoria". Chamberlain wil sy politieke beleid in orde kry en hy meen dat die oorlog na die beleg van Pretoria, verby is, min wetende dat dit nog twee jaar sou duur. Wat **naam-etiket** betref, kan die volgende gesê word: In hierdie spotprent verskyn die sirkusnar Joseph Chamberlain en hou hy 'n ring vas waarin die woord "dissolution" staan. Chamberlain meen dat die oorlog met die besetting van Pretoria verby is.

**Parodie, satire en hiperbool:** Hier word die spot gedryf met Joseph Chamberlain wat as 'n sirkusnar uitgebeeld word en wat dink dat die oorlog met die besetting van Pretoria verby is. Chamberlain was so behep met sy imperialistiese beleid dat hy net daarmee wou voortgaan. Chamberlain word op **stereotiperende** wyse uitgebeeld en kan aan sy lang gesig, skerp neus en brilglasie oor die een oog herken word. Verder is sy hare glad en na die een kant toe gekam. Chamberlain is telkens besig om homself bespotlik te maak, wat daarop wys dat *Punch* nie altyd met sy imperialistiese beleid saamgestem het nie.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** of die boodskap in die spotprent is soos volg: Brittanje het gedink die oorlog is met die besetting van Pretoria verby. Britse patriotisme kom hier voor. Daar word met Joseph Chamberlain gespot.

**SPOTPRENT 33:** Die **aanwysende tekens** wat gebruik word om Paul Kruger uit te beeld, is soos volg: 'n Ronde figuur met 'n pluiskeil en manel. Daarby het hy 'n prominente, ronde neus en 'n langerige, wit baard. Hy word elke keer met sy pyp uitgebeeld. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekening van Kruger op sy perd, die veld as agtergrond en die naambordjie met "Pretoria" op. Paul Kruger word ook hier op **simboliese** wyse uitgebeeld en is maklik herkenbaar. Verder is hy ook simbolies van die twee Boererepublieke.

**Karikatuur:** Paul Kruger is weer in spotprent 33 die teiken van spot. Nadat die Britse troepe onder leiding van Lord Roberts Pretoria ingeneem het, moes Kruger en sy regering vlug en 'n nuwe hoofstad by Machadodorp in die Oos-Transvaal vestig. In hierdie spotprent vlug Kruger dus met 'n sak geld op sy perd se rug weg van Pretoria. Die Britte dryf hier die spot met Kruger se stelling dat hy die geld met hom saamneem vir "staatsdoeleindes". Behalwe bogenoemde word Kruger weereens as 'n lagwekkende figuur uitgebeeld. Met sy manel, pluiskeil, pyp in die mond en kort lyfie, vlug hy op sy perd. Paul Kruger vlug hier te perd in die teenoorgestelde rigting van die naambordjie (**naam-etiket**) "Pretoria". Kruger vlug na sy ander hoofstad, Machadodorp in die Oos-Transvaal, ná die Britse troepe Pretoria beset het.

**Parodie, satire en hiperbool:** Paul Kruger moet vlug van sy hoofstad, Pretoria, nadat dit deur die Britte ingeneem is. Paul Kruger word hier op oordrewe wyse uitgebeeld as iemand wat moet vlug van sy eie hoofstad en die geld vir "staatsdoeleindes" met hom saamneem. *Punch* probeer Kruger uitbeeld as iemand wat te lief is vir geld. Dit lyk ook of hy iemand is wat vlug as dinge te warm raak en nie terugveg nie. Kruger word hier op **stereotiperende** wyse uitgebeeld deurdat daar slegs op sy negatiewe eienskappe gefokus word.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** hier is die volgende: Kruger word uitgebeeld as 'n patetiese figuur wat op die vlug is en dan nog die geld van die Republiek vir "staatsdoeleindes"

saamneem. Hy vlug weg van Pretoria aangesien dit nou onder Britse bewind is. Kruger word dus hier ook as 'n dief uitgebeeld.

**SPOTPRENT 34: Aanwysende tekens** in hierdie spotprent is die Britse dame se netjiese uitrusting, hoed en algemene voorkoms. Die twee Britse seuntjies is ook netjies aangetrek met hoede, jassies en stewels. Die **ikoniese tekens** hier is die tekening van die Britse dame en die twee Britse seuntjies. Die dame en seuntjies is **simbolies** van die Britse adelstand.

**Karikatuur** kom nie werklik in hierdie spotprent voor nie, hoewel daar gespot word met die Britse seuntjie wat 'n Boer-ondersteuner en dus 'n verستoteling in sy skool is. Geen **naam-etiket** kom in hierdie spotprent voor nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Daar word gespot met hierdie seuntjie wat 'n Boer-ondersteuner is. Hy is duidelik as gevolg hiervan 'n alleenloper. *Punch* stuur hiermee 'n duidelike boodskap uit dat alle Boer-ondersteuners verwerp sal word. Die seuntjie in die spotprent word duidelik deur sy skoolmaats gespot. Die feit dat die dame en seuntjie Brits is, kan maklik aan die volgende herken word: Hulle is netjies aangetrek en lyk goed versorg. Hulle word dus ook op **stereotiperende** wyse uitgebeeld aangesien daar net op hulle goeie eienskappe gefokus word.

Die boodskap wat in die spotprent gelees kan word of die **letterlike uitbeelding van inligting** is soos volg: *Punch* gee hier 'n duidelike boodskap deur oor wat met Britte sal gebeur wat pro-Boer is. Hulle sal as uitgeworpenes behandel word.

**SPOTPRENT 35:** Die **aanwysende tekens** in hierdie spotprent is die mooi klere van die Britse seuntjie en dogtertjie en die deftige, huislike agtergrond. Beide kinders lyk netjies en goed versorg. **Ikoniese tekens** hier is die tekening van die seuntjie en dogtertjie teen die deftige agtergrond. Die twee kinders is **simbolies** van die Britse adelstand.

**Karikatuur:** Hier kom nie werklik karikatuur voor nie, hoewel daar met die dogtertjie se onkunde gespot word. Sy weet nie waarvoor die letters G.C.B. aan die einde van Lord Roberts se

naam staan nie. Die seuntjie kan nie glo dat sy dit nie weet nie: “Generally Called Boss”. Geen **naam-etikette** kom in hierdie spotprent voor nie.

**Parodie, satire en hiperbool** kom nie in hierdie spotprent voor nie. Die twee kinders is **stereotipe** uitbeeldings van Britse kinders. Hulle is mooi aangetrek, intelligent en goed versorg. Die agtergrond is ook ’n stereotipe uitbeelding van die tipiese Britse woning. Dit is deftig en keurig.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** is soos volg: Die groot Lord Roberts word as ’n leiersfiguur voorgedra. Selfs die Britse kinders bewonder hom.

**SPOTPRENT 36:** Die **aanwysende tekens** in hierdie spotprent is soos volg: Die “Britse Gentlemen” op die verhoog het netjiese pakke klere aan. Die mense in die gehoor lyk ook of hulle netjies gekleed is. Daar is ’n tafeltjie op die verhoog met ’n kraffie en ’n glas water. Op die ander tafel verskyn ’n klokke. Dis is dus duidelik dat hier ’n vergadering aan die gang is. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekeninge van die mans op die verhoog, die mense in die gehoor en die aanwysende tekens wat daarop dui dat dit ’n vergadering-senario is. Die mans is hier **simbolies** van “Britse Gentlemen”, terwyl die tafels, water en klokke as simbolies van ’n vergadering-senario gesien kan word.

**Karikatuur:** In spotprent 36 word die Boer-ondersteuners op die verhoog ook op humoristiese wyse uitgebeeld. Hoewel hulle netjies aangetrek is, soos die stereotipe Britse “gentleman”, het byna almal ’n bleskop. Karikatuur kom ook voor in die onderskrif waarin hulle die gehoor meedeel dat hulle in hulle saak glo en nie sal gaan lê nie. Net daarna vra die spreker aan die man agter hom of hy weet waar die agterdeur is. Daar verskyn geen **naam-etikette** in hierdie spotprent nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** In hierdie spotprent word daar weer met Boer-ondersteuners gespot. Hulle lyk of hulle vir die kwaai gehoor wil vlug. Die boodskap oor Boer-ondersteuners is weer duidelik: Hulle sal verwerp en vervolgd word. Hulle swakhede, naamlik dat hulle bang is en die agterdeur soek, word hier uitgebuit. Daar word met hierdie beeld van pro-Boere oordryf,

aangesien dit die beeld is wat *Punch* van hulle wil gee. Die mans is **stereotiperend** van sowel die tipiese “Britse Gentleman” asook Boer-ondersteuners wat as lafhartig uitgebeeld word.

Die boodskap van die spotprent of die **letterlike uitbeelding van inligting** is soos volg: Pro-Boer-vergaderings word nie goedgekeur nie en die leiers en ondersteuners van sulke vergaderings moet bang wees.

**SPOTPRENT 37:** Die **aanwysende tekens** wat gebruik word om Paul Kruger uit te beeld, is soos volg: ’n ronde figuur met ’n pluiskeil en manel. Daarby het hy ’n prominente, ronde neus en ’n langerige, wit baard. Hy word elke keer met sy pyp uitgebeeld. Verdere aanwysende tekens in hierdie spotprent is die koerantopskrifte, Kruger se bagasie en die muur in die agtergrond. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekening van Kruger, sy pyp, sy bagasie, die koerantopskrifte en die muur in die agtergrond. Kruger word weereens hier op **simboliese** wyse uitgebeeld en is ook ’n simbool van die twee Boererepublieke.

**Karikatuur:** In spotprent 37 word Kruger op tipiese manier uitgebeeld en wonder hy of hy nie na dalk na die uitstalling in Parys moet gaan nie omdat hy gehoor het dat daar nie Engelse is nie. *Punch* impliseer hiermee dat Brittanje die oorhand het en dat die arme Kruger nie meer die mas teen die Engelse kan opkom nie. In die spotprent is Kruger en sy bagasie omring deur koerantopskrifte, waarvan die meerderheid die Britte se welslae in die oorlog uitbasuin. Verskeie **naam-etikette** verskyn saam met Paul Kruger in spotprent 37. Woorde soos “Paris” en “Surrender of Prinsloo” kan uitgemaak word. Kruger wonder of hy nie na Parys moet vlug om van die Engelse weg te kom nie, aangesien hulle oral is. *Punch* gee hier die subtiele boodskap deur dat die Boere besig is om die onderspit te delf.

**Parodie, satire en hiperbool:** Paul Kruger is omring deur koerantopskrifte wat die Britse soldate se sukses uitkree en hy wonder of hy nie maar Parys toe moet gaan om van die Engelse ontslae te raak nie. Kruger is duidelik nie meer in beheer nie en het nie meer die oorhand oor die Engelse nie. Paul Kruger word hier op **stereotiperende** wyse uitgebeeld. Kruger word uitgebeeld as ’n ou, gesette man met ’n wit baard en ’n langsteelpyp. Verder dra hy ook gewoonlik ’n pluiskeil en

manel. Daar word slegs op sekere negatiewe eienskappe van Paul Kruger gefokus en daar word telkens gesuggereer dat hy graag vlug wanneer dinge moeilik raak.

Die boodskap van die spotprent of die **letterlike uitbeelding van inligting** is die volgende: Brittanje het die oorhand en Paul Kruger se Boere kan nie meer die mas opkom nie. Kruger is moeg vir alles wat Engels is en wil eerder Parys toe gaan.

**SPOTPRENT 38:** Die **aanwysende tekens** in hierdie spotprent is die uniform van die Britse soldaat, sy breërandhoed en sy netjiese stewels en wapen. Reën word in die agtergrond uitgebeeld. Die **ikoniese tekens** is die tekening van die soldaat en die reën in die agtergrond. Die soldaat is hier **simbolies** van die Britse Ryk en die Britse weermag, terwyl die reën natuurlik simbolies is van dié natuurverskynsel.

**Karikatuur** kom nie werklik in hierdie spotprent voor nie, hoewel die soldaat op komiese wyse uitgebeeld word as hy teen die stromende reën beur. Geen **naam-etiket** verskyn in hierdie spotprent nie.

**Parodie, satire en hiperbool:** Hierdie is een van die min spotprente waarin *Punch* met 'n Britse soldaat die spot dryf. Hierdie arme soldaat is moedeloos met die onvoorspelbare Suid-Afrikaanse weersomstandighede. Nadat hy uiteindelik 'n sonhoed gekry het (wat heel waarskynlik noodsaaklik was), moet hy nou in die gietende reën voortbeur. Die Britse soldaat se swakhede, naamlik dat die onvoorspelbare Suid-Afrikaanse weersomstandighede hom onderkry, word hier uitgebuit. Dit is nie die **stereotiperende** uitbeelding van 'n Britse soldaat nie, aangesien hulle gewoonlik uitgebeeld word as mense wat in beheer van die situasie is.

Die **letterlike uitbeelding van inligting** is soos volg: Die Suid-Afrikaanse weersomstandighede is onvoorspelbaar. Net toe die Britse troepe sonhoede ontvang, reën dit weer verskriklik baie.

**SPOTPRENT 39: Aanwysende tekens:** Paul Kruger word hier met sy kenmerkende lang, wit baard, groot, ronde neus en langsteelpyp uitgebeeld. Hier dra hy egter 'n pelgrimskleed en Romeinse sandale. Verdere aanwysende tekens in hierdie spotprent is die koerantvoorblad in

Kruger se hand, die grotopening waarby hy sit, sy pluiskeil bo-op 'n stok en die gras waarop hy sit. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekening van Kruger, die koerantvoorblad, sy pluiskeil op 'n stok, die grotopening en die gras waarop hy sit. Kruger kan hier gesien word as **simbool** van 'n pelgrim, terwyl die koerantvoorblad simbolies is van Brittanje se mag en sukses tydens die oorlog.

**Karikatuur:** In spotprent 39 word Kruger uitgebeeld as 'n pelgrim (met gepaste klere) wie se reis tot 'n einde gekom het. Hy sit verwese voor 'n grot en kondig aan dat sy okkupasie tot 'n einde gekom het. **Naam-etiket:** Kruger het hier 'n koerantvoorblad met die volgende hoofopskrifte in sy hand: “Lord Roberts – Proclamation – Annexation – The Transvaal”. *Punch* gee voor dat Kruger en sy regering tot 'n einde gekom het.

**Parodie, satire en hiperbool:** Paul Kruger se einde het aangebreek en hy word hier uitgebeeld as 'n ou, moeë pelgrim wat aan die einde van sy pad en sy presidentskap gekom het. Hoewel dit feitlik korrek is, oordryf *Punch* met hierdie uitbeelding van Kruger as 'n patetiese ou man. Kruger word hier op **stereotiperende** wyse uitgebeeld deurdat daar slegs op sy negatiewe eienskappe gefokus word.

Die boodskap van die spotprent of die **letterlike uitbeelding van inligting** is soos volg: Paul Kruger se einde het aangebreek en hy word as 'n patetiese pelgrim uitgebeeld.

**SPOTPRENT 40: Aanwysende tekens** in hierdie spotprent is soos volg: Paul Kruger met sy pluiskeil, wit baard, ronde figuurtjie en prominente, ronde neus. Hy staan en roei op 'n roeibootjie, terwyl 'n groter skip met die naam “Transvaal” in die agtergrond besig is om te sink. Die branders dui daarop dat hy in die see is. Die **ikoniese tekens** in hierdie spotprent is die tekening van Kruger, die roeiboot, die sinkende skip en die see. Die skip wat hier besig is om te sink, is **simbolies** van Transvaal se ondergang.

**Karikatuur:** Spotprent 40 het heel gepas die titel “The Sinking Ship”. Die groot skip, wat Transvaal simboliseer, is besig om te sink, terwyl Kruger op 'n kleiner bootjie wegroei. Dit verwys ook na Kruger se vertrek op 11 September 1900 op die Nederlandse oorlogskip *De Gelderland*. Dit was slegs in Nederland waar hy werklik welkom was. Kruger het steeds sy

pluiskeil op, maar sy gesig lyk oud en verwese. **Naam-etiket:** In hierdie spotprent is daar 'n groot, sinkende skip met die woord "Transvaal" op die kant geskryf. Dit simboliseer die ondergang van Transvaal en Kruger se vertrek op die Nederlandse oorlogskip, *De Gelderland*, na Nederland.

**Parodie, satire en hiperbool:** Kruger moet landuit vlug (hy het op die Nederlandse skip, *De Gelderland*, na Nederland vertrek) en sy republiek is besig om te sink. Die beeld van Transvaal en Kruger is hier baie negatief en dit is duidelik dat *Punch* hier die boodskap wil gee dat die einde van die oorlog aangebreek het en dat Brittanje gewen het. Hy word uitgebeeld as iemand wat in 'n moeilike situasie op die vlug slaan. Kruger word weer in hierdie spotprent op **stereotiperende** wyse uitgebeeld, aangesien *Punch* net fokus op sy negatiewe eienskappe en daar gesuggereer word dat Kruger vlug as dinge moeilik raak.

Die boodskap van die spotprent of die **letterlike uitbeelding van inligting** is soos volg: Transvaal het ondergegaan, Paul Kruger moet landuit vlug en die Britte het gewen. Britse patriotisme floreer.

#### 7.4 PRIMÊRE DOELWIT: BOODSKAPPE

Nadat al die spotprente geanaliseer is, is daar drie boodskappe wat veral uitstaan. Hulle kan ook die drie belangrikste boodskappe genoem word. Boodskap 1 is onomwonde een van Britse patriotisme. *Punch* het nie gekroom om spotprente te gebruik om hierdie saak onder die Britse publiek aan te moedig nie. Die Britse soldate word telkens as dapper en bekwaam uitgebeeld en *Punch* het ten doel gehad om die Britte trots te maak op die Britse leër. Boodskap 2 handel oor Paul Kruger. Die boodskap oor Kruger was onder andere dat hy 'n onbekwame, verspotte ou man is en boonop skelm en lafhartig. *Punch* wou hierdie negatiewe persepsie van Kruger by die Britse publiek tuisbring. In elke spotprent waarin Kruger voorkom, word hy negatief uitgebeeld. Die derde boodskap wat tussen die 40 spotprente uitstaan, is dat die Boere vuil en agterlik is. Die Boer-karakters lyk groot, onversorg en selfs barbaars. Hulle het telkens vraende uitdrukkings op hulle gesigte en lyk of hulle nie in die beskawing tuishoort nie.

Ander boodskappe wat gereeld in die spotprente voorkom, is dat daar afgereken sal word met enige Britte wat die Boere ondersteun. *Punch* beeld hierdie Boer-ondersteuners as verworpelinge in hulle gemeenskappe uit en gaan selfs sover om die een man met 'n verband om sy kop en een om sy arm uit te beeld. Boodskappe wat in die spotprente uitstaan, juis omdat dit so selde voorkom en teenstrydig is met *Punch* se hoofboodskap, is dat die Britse regering wel soms gekritiseer is. Dit is duidelik dat *Punch* nie ingenome was met Joseph Chamberlain, die Minister van Kolonies, nie en hy word telkens bespotlik gemaak. Die regering word ook gekritiseer oor die reuse bedrae geld wat hulle aan die oorlog bestee het. Verder was *Punch* ook nie tevrede met die verskaffers wat die Britse regering gebruik het nie, aangesien die klere en kos wat aan die Britse soldate voorsien is, nie op standaard was nie.

Die analise van die boodskappe in spotprente in *Punch* tydens die Anglo-Boereoorlog (1899-1902), wat die hoofdoelwit van hierdie studie was, kan dus as volg opgesom word: Uit die 40 spotprente wat vir die doeleindes van hierdie studie bestudeer is en wat in *Bylaag 1* verskyn, is dit duidelik dat *Punch* oor die algemeen ten gunste van die Britse regering en die Britse troepe was en sigself by die Britte geskaar het. *Punch* het Britse patriotisme aangemoedig deur baie spotprente te plaas waarin Britte uitgebeeld word as dié party wat die oorhand het, wat dapper is en wat die meeste veldslae wen. Die Britse soldate lyk netjies, in beheer en seker van hulle taak. Heldefigure soos Lord Roberts en Kolonel Robert Baden-Powell word ook in die spotprente gebruik en dit is duidelik dat hulle 'n groot aanhang onder die Britse publiek geniet het. Die karaktertjie "Mr. Punch", wat *Punch* se siening verteenwoordig, verskyn in verskeie van die spotprente waar hy besig is om die Britse troepe aan te moedig, hulle te prys, die koningin se lof te besing en seker te maak dat die Britse troepe net die beste voorrade ontvang. Daarby is John Bull en Britannia ook as simbole van Brittanje en die Britse mag gebruik. Ook hulle is in die spotprente gebruik om na die belange van die Britse troepe om te sien, die Britse publiek (vroue en kinders wat agterbly) te troos en troepe aan te moedig en te prys. Daar moet egter genoem word dat *Punch* tog by tye die Britse regering en veral Joseph Chamberlain gekritiseer het (spotprente 7, 30 en 32). Dit kan egter nie vergelyk word met die hoeveelheid kere wat Brittanje en sy aksies deur *Punch* opgehemel is en waar Britse patriotisme aangemoedig is nie.

Daarenteen word president Paul Kruger en die Boere as agterlik, skelm, aggressief en onversorg uitgebeeld. *Punch* het nie geskroom om met Kruger die spot te dryf nie en die beeld wat veral die Britse publiek deur middel van die spotprente van Kruger gekry het, is allesbehalwe positief. Hy word uitgebeeld as 'n ou man wat nie bekwaam is om die president te wees nie. Hy lyk passief en lagwekkend en dit wil voorkom asof hy dinge vir sy eie gewin gedoen het. As 'n mens na die spotprente kyk, lyk dit of Kruger ook nie geskroom het om die hasepad te kies as dinge warm raak nie. Wat egter onbetwisbaar is, is dat Kruger 'n indruk op die Britte en die Britse media gemaak het, aangesien hulle gereeld in spotprente van hom gebruik gemaak het. Dit is duidelik dat hulle hom nie kon ignoreer nie. In die spotprente lyk dit ook asof Kruger homself, die Boere-krygers en somer die hele Suid-Afrika verteenwoordig. Die tekeninge van die Boer-karakters sou definitief ook by die Britte 'n negatiewe indruk geskep het. Hierdie figure lyk groot, onversorg en werklik dom met vraende uitdrukkings op hulle gesigte. *Punch* laat dit lyk of dit die Boere is wat die aggressors was en vir oorlog gesoek het, terwyl dit in der waarheid Brittanje is wat aan die Boere 'n ultimatum gegee het. Die twee Boererepublieke het dus geen keuse gehad as om oorlog te verklaar en so hul onafhanklikheid te behou nie (Pretorius 1985:11).

Generiese karakters wat in die spotprente voorkom, soos Britse mans, vroue en kinders, lyk versorg en beskaaf. Die agtergronde waarteen hulle geteken word, spreek ook van 'n beskaafde omgewing, hetsy dit die interieur van 'n huis is of die Britse platteland.

Die oorhoofse boodskap wat uit die 40 spotprente in hierdie studie gekry kan word, is dus: Brittanje is die beste, sterkste en magtigste en hoewel hulle tot oorlog gedwing is, het hulle van die begin af die oorhand oor die Boere gehad. Daarenteen is die Boerevolk en Paul Kruger onafgeronde, onintelligente mense wat gevra het vir oorlog en dit toe gekry het. Die spotprente is deur *Punch* gebruik om Britse oorlogspropaganda te bevorder, aangesien die spotprente in satiriese publikasies tydens daardie periode uiters gewild was.

Die vooroordele van *Punch* kan gesien word in dit wat nie deur die publikasie uitgebeeld is nie. Daar is grootliks drie aspekte van die oorlog wat *Punch* uitgelaat het. Die eerste is die Britse optrede wat die Transvaal tot oorlog gedwing het.

Deur die verskoning te gebruik dat hulle op die klagtes van die Uitlanders reageer, het Brittanje onophoudelik gepoog om met die interne beleide van Transvaal in te meng en het hulle op sekere veranderinge aangedring. Toe konflik 'n hoogtepunt bereik het, is vergaderings soos die Bloemfontein-konvensie gehou. In hierdie konvensies het Brittanje voorstelle aan Transvaal gemaak wat hulle nie kon aanvaar nie. Toe Transvaal gereed was om 'n sekere vlak van toegewings te aanvaar, het Brittanje op nog meer aangedring. Dit het die Boere geen verdere keuse gelaat as om tot oorlog oor te gaan nie. In *Punch* word die Boere as die aggressors uitgebeeld wat die oorlog begin het (Hong 2008:19). *Punch* was dus bevooroordeel in die sin dat hulle die Boere as aggressors uitgebeeld het.

'n Tweede belangrike aspek van die oorlog wat *Punch* uitgelaat het, is die veldslae wat die Britte verloor het. In die tydperk tussen Oktober en Desember 1899 het die Britte aanhoudend en op geweldige wyse verloor. Dit het 'n tussen 10 en 15 Desember 'n hoogtepunt bereik wat as die "Swart Week" bekend gestaan het. Vir die Britte was hierdie gebeure geweldig vernederend en heel gepas het *Punch* geen spotprente oor enige van hierdie veldslae geplaas nie. Toe Brittanje weer in Januarie 1900 veldslae begin wen, is die vordering van die oorlogspoging elke week getrou gewys (Hong 2008:20). *Punch* het waarskynlik met opset die negatiewe uitslae van die Britse oorlogvoering nie gepubliseer nie.

Die derde aspek wat uitgelaat is, is die skade wat deur die guerrilla-oorlogvoering aangerig is. Die guerrilla-weerstand het in 1901 ernstig begin posvat, hoewel daar al in die vroeë maande van 1900 sprake daarvan was, soos die guerrilla-aanval by Sannaspos op 31 Maart. *Punch* maak geen melding van hierdie gevalle nie (Hong 2008:20). *Punch* het dus nie elke aspek van die oorlog regverdig uitgebeeld nie, slegs aspekte wat die Britte in 'n goeie lig gestel het.

Dit is dus duidelik dat *Punch* ten gunste van die Britte bevooroordeel was. Dit is 'n natuurlike proses as die omstandighede van 'n oorlog in ag geneem word. Daar is sekere spotprente wat met die Britse imperialisme en die imperialistiese beleid van Joseph Chamberlain die spot dryf. Dit wys dat *Punch* nie totaal blind was vir die foute van die Britte nie. Dit is egter belangrik om daarop te let dat die meeste van die spotprente wat 'n negatiewe beeld van Britse optrede uitbeeld in die tydperk voor die begin van die oorlog gepubliseer is. Dit is 'n natuurlike tendens, want

wanneer daar 'n nasionale krisis plaasvind, verander die rol van die media. In plaas daarvan om die regering te kritiseer en met hulle die spot te dryf, het die media, veral in die geval van *Punch*, tot aksie oorgegaan om die regering te ondersteun en die geliefdes in Brittanje van dié wat oorlog toe gegaan het, te troos en te ondersteun (Hong 2008:20).

## 7.5 SLOTPMERKING

In hierdie hoofstuk is die primêre doelwit sowel as die sekondêre doelwitte van die studie in diepte bespreek en uiteengesit en is daar tot 'n gevolgtrekking gekom. Daar is tot die gevolgtrekking gekom dat *Punch* ten gunste van Brittanje en van die Britse regering bevooroordeel was en dat hulle nie geskroom het om Britse patriotisme aan te moedig en die Boere en Paul Kruger as aggressors uit te beeld nie. Deur middel van die spotprente in *Punch* tydens die periode wat vir die doeleindes van hierdie studie gekies is, is die Britse oorlogspropaganda bevorder deur Brittanje se optrede as positief en die Boere se optrede as negatief en lafhartig uit te beeld.

## HOOFSTUK 8

### OORSIG, TEKORTKOMINGE EN AANBEVELINGS

#### 8.1 OORSIG

Die primêre doelwit van hierdie studie was 'n tematiese inhoudsanalise van die boodskappe in spotprente in die Britse satiriese joernaal *Punch* tydens die Anglo-Boereoorlog (1899-1902). Uit die primêre doelwit is verskeie sekondêre doelwitte afgelei:

- ◆ om te bepaal watter kodes in die spotprente voorkom;
- ◆ om te bepaal watter konvensies in die spotprente voorkom;
- ◆ om die enkoderingstrategieë in die spotprente te bepaal;
- ◆ om te bepaal of stereotipering in die spotprente voorkom; en
- ◆ om te bepaal watter karakters in die spotprente voorkom.

Gegewe die aard en doel van die studie is daar besluit om 'n tematiese inhoudsanalise te doen. 'n Kwalitatiewe inhoudsanalise, meer spesifiek 'n propaganda-analise, is gedoen. Spotprente uit twee van die drie fases van die Anglo-Boereoorlog is gekies, aangesien spotprente uit die derde fase, die guerrillafase, nie volop beskikbaar is nie. Spotprente is dus geneem uit die eerste twee fases, naamlik die Boere-offensief (Oktober 1899 tot Desember 1899) en die Britse Offensief (Januarie 1900 tot September 1900). 'n Totaal van 40 spotprente (*Bylaag 1*) uit hierdie twee fases is geanaliseer. Die eenheid van analise vir hierdie studie was die bepaalde item wat aan die hand van verskillende kategorieë geanaliseer is. Die kategorieë vir analise is ook die sekondêre doelwitte wat deel vorm van die studie. Elke doelwit (kategorie) is volledig bespreek, waarna 'n gevolgtrekking in tabelvorm, asook 'n woordelike gevolgtrekking gegee is. By elke kategorie is die drie belangrikste elemente in tabelvorm gegee, asook die hoeveelheid keer wat elkeen voorkom.

Uit die bevindinge is daar tot die gevolgtrekking gekom dat *Punch* oor die algemeen ten gunste van die Britse regering en Britse troepe was. Deur die spotprente te plaas, wou hulle Britse

oorlogspropaganda bevorder en die publiek aanmoedig om die Britse troepe te ondersteun. *Punch* het duidelik ook Britse patriotisme aangemoedig deur spotprente te plaas waarin die Britse soldate as heldefigure voorkom. Hulle het doelbewus nie spotprente geplaas van veldslae wat die Britte verloor het of wat vir hulle 'n verleentheid was nie. Hoewel daar tog spotprente voorkom waarin die Britse regering, spesifiek Joseph Chamberlain die Britse Minister van Kolonies, gekritiseer word, gebeur dit selde en is daar 'n duidelike oorhoofse boodskap wat uit die spotprente afgelei kan word: Brittanje is die sterkste, beste en magtigste en sal hom deur niemand (veral nie die Boere nie) laat onderkry nie.

In duidelike kontras word president Paul Kruger en die Boere oor die algemeen as dom, agterlik en aggressief uitgebeeld. *Punch* laat dit voorkom asof die Boere die aggressors was, terwyl Brittanje in werklikheid aan die Boere 'n ultimatum gestel het en hulle dus geen keuse gehad het as om oorlog te verklaar ten einde hulle onafhanklikheid te behou nie. *Punch* het veral nie geskroom om met Kruger te spot nie en die beeld wat die Britse publiek van hom gekry het, was geensins positief nie. Hy word telkens uitgebeeld as 'n verspote, passiewe ou man wat geen respek afdwing nie en wat eintlik maar net na sy eie belange wou omsien. Hy het duidelik wel 'n indruk op die Britse media gemaak en hulle kon hom nie ignoreer nie.

Dit is dus duidelik dat *Punch* ten gunste van die Britte bevooroordeel was.

## **8.2 TEKORTKOMINGE**

Die relatief onlangse ontstaan van navorsing rakende die ontleding van spotprente tydens die Anglo-Boereoorlog (1899-1902) plaas 'n beperking op die beskikbaarheid van inligting rakende die onderwerp. Aangesien spotprente uit veral die derde fase van die oorlog, die guerrillafase, nie volop beskikbaar is nie, is daar besluit om slegs spotprente uit die eerste twee fases te kies.

Subjektiwiteit by die interpretasie van die boodskappe in die spotprente kan as 'n tweede tekortkoming gesien word, aangesien dit onmoontlik is om sonder die invloed van taal of kultuur tot gevolgtrekkings te kom. Eie oordeel is dus by die ontleding of analise van die boodskappe in die spotprente gebruik. Dit is moontlik dat 'n ander navorser, ook dalk iemand van 'n ander kultuurgroep, die spotprente in 'n ander lig kan interpreteer.

Op 'n persoonlike vlak was dit moeilik om spotprente uit die Anglo-Boereoorlog (1899-1902), spesifiek uit die guerrillafase, uit *Punch* te kry. Dit was verder ook moeilik om elke spotprent te ontleed sonder dat daar te veel herhaling voorkom. Die navorser moes deurentyd daarteen waak dat kultuurvoorkeure die ontleding beïnvloed.

### **8.3 AANBEVELINGS**

Ten opsigte van aanbevelings moet daar weer genoem word dat daar veral in Suid-Afrika nog baie min navorsing oor die rol van spotprente tydens die Anglo-Boereoorlog (1899-1902) gedoen is. Dié onderwerp leen sig dus tot baie navorsing.

### **8.4 SLOTOPMERKING**

Nadat die inhoudsanalise gedoen is, is daar tot die gevolgtrekking gekom dat *Punch* ten gunste van die Britte bevooroordeel was. Dit kan duidelik gesien word in die spotprente wat hulle geplaas het. Hoewel spotprente uit veral die derde fase, die guerrillafase, nie in oormaat beskikbaar is nie, is daar steeds genoeg spotprente geanaliseer om tot hierdie gevolgtrekking te kom. Baie navorsing kan egter nog oor die rol van spotprente gedurende die Anglo-Boereoorlog (1899-1902) gedoen word. Tydens die navorsing moes daar teen kultuurvooroordele en subjektiwiteit by die ontleding van die spotprente gewaak word.

## LYS VAN VERWYSINGS

Abercrombie, N. en Longhurst, B. 1998. *Audiences*. Londen: Sage.

Babbie, E. 1998. *The Practice of Social Research*. Agtste uitgawe. Belmont: Wadsworth.

Bazalgette, C. 1989. *Primary Media Education – A Curriculum Statement*. In: Karysingh, S.P. 1997. *An investigation into the use of newspaper political cartoons as a focus of teaching critical literacy*. Ongepubliseerde meestersgraadverhandeling. Durban: Universiteit van Natal.

Berelson, B. 1952. *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press.

Bryant, J. en Zillmann, D. 1994. *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.

Cartoons Go To War. 2009. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://lindasog.com/military/toons.htm> [Toegang verkry op 26/02/2010].

Chandler, D. 2009. *Semiotics for Beginners: Criticisms of Semiotic Analysis*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem13.html> [Toegang verkry op 16/06/2009].

Colonel Baden-Powell. 2008. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.sahistory.org.za/pages/people/bios/baden-powell.html> [Toegang verkry op 13/04/2010].

Communication. 2001. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.britannica.com/bcom/eb/article/0/0,5716,117720+4+109625,00html> [Toegang verkry op 21/03/2009].

Cook, G. 1992. *The discourse of Advertising*. In: Chandler, D. 2009. *Semiotics for Beginners: Criticisms of Semiotic Analysis*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem13.html> [Toegang verkry op 18/10/2009].

Corner, J. 1980. Codes and Cultural Analysis. *Media, Culture and Society* 2(1). In: Chandler, D. 2009. *Semiotics for Beginners: Criticisms of Semiotic Analysis*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem13.html> [Toegang verkry op 18/10/2009].

Coward, R. en Ellis, J. 1977. *Language and Materialism: Developments in Semiology and the Theory of the Subject*. In: Chandler, D. 2009. *Semiotics for Beginners: Criticisms of Semiotic Analysis*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem13.html> [Toegang verkry op 18/10/2009].

Dainton, M. en Zelle, E.D. 2005. *Applying Communication Theory for Professional Life: A Practical Introduction*. Thousand Oaks: Sage.

Davison, W.P., Boylan, J.R. en Yu, F.T.C. 1982. *Mass Media*. Austin: Holt, Rinehart & Winston.

De Fleur, M.L. en Ball-Rokeach, S. 1982. *Theories of Mass Communication*. New York: Longman.

De Fleur, M.L. en Dennis, E.E. 1985. *Understanding Mass Communication*. Orlando: Houghton Mifflin.

Did you know where the name “John Bull” comes from? 2010. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.historic-uk.com/CultureUK/John Bull.htm> [Toegang verkry op 13/04/2010].

Dr. W. J. Leyds as Staatsprokureur van die Zuid-Afrikaansche Republiek (1884-1889). [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.informaworld.com/smpp/content~db=all~content=a907816527> [Toegang verkry op 18/04/2010].

D'Silva, R. 2007. Examples of Propaganda Techniques. *Buzzle.com*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.buzzle.com/articles/examples-of-propaganda-technique.html> [Toegang verkry op 31/08/2009].

Elliott, P., Lometti, G.E., Reeves, B., Bybee, C.R. en Swanson, D.L. 1982. In: Davison, Boylan & Yu. 1982. *Mass Media*. Austin: Holt, Rinehart & Winston.

First Among Equals: The Prime Minister in Canadian Life and Politics. 2002. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.collectionscanada.gc.ca/2/4/h4-3175-e.html> [Toegang verkry op 04/13/2010].

Gale Digital Collections. 2009. *19<sup>th</sup> Century British Periodicals*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://access.gale.com/gdctril/> [Toegang verkry op 01/03/2009].

Gamble, T.K. en Gamble, M. 1993. *Communication Works*. New York: McGraw-Hill.

Gardiner, D. 2005. Government propaganda at its best. *The Daily Utah Chronicle*, 01.12.2005.

Gardiner, M. 1992. *The Dialogics of Critique: M.M. Bakhtin and the Theory of Ideology*. In: Chandler, D. 2009. *Semiotics for Beginners: Criticisms of Semiotic Analysis*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem13.html> [Toegang verkry op 18/10/2009].

Greenwall, R. 1992. *Artists and Illustrators of the Anglo-Boer War*. Vlaeberg: Fernwood.

Greenway, P. 1991. *Teaching the Visual Media*. In: Karysingh, S.P. 1997. *An investigation into the use of newspaper political cartoons as a focus of teaching critical literacy*. Ongepubliseerde meestersgraadverhandeling. Durban: Universiteit van Natal.

Hasan, N. 2007. *What is an OP-ED?* [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.dirjournal.com/articles/what-is-an-op-ed> [Toegang verkry op 20/03/2010].

History of Punch. 2004. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.punch.co.uk/historyofpunch.html> [Toegang verkry op 14/04/2009].

Hollenbach, C.A. 1999. *Briewe uit die Boere-Oorlog*. Floridapark: Driefontein.

Holsti, O.R. 1969. *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading: Addison-Wesley.

Hong, K. 2008. *The Boer War as portrayed in Punch*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.zum.de/whkmla/sp/0910/hong/hong3.html> [Toegang verkry op 29/03/2009].

Hoyt, A. 2009. *How propaganda works*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://history.howstuffworks.com/historians/propaganda.htm/printable> [Toegang verkry op 19/03/2010].

Jackson, S. 1992. *Message Effects Research*. New York: Guilford.

Karysingh, S.P. 1997. *An investigation into the use of newspaper political cartoons as a focus of teaching critical literacy*. Ongepubliseerde meestersgraadverhandeling. Durban: Universiteit van Natal.

Katz, E., Blumler J.G. en Gurevitch, M. 1982. In: Davison, W.P., Boylan, J.R. en Yu, F.T.C. 1982. *Mass Media*. Austin: Holt, Rinehart & Winston.

Katz, E., Gurevitch, M. en Haas, H. 1982. In: Davison, W.P., Boylan, J.R. en Yu, F.T.C. 1982. *Mass Media*. Austin: Holt, Rinehart & Winston.

Kloppers, J.C. 1990. *Die Politieke Spotprent en Geskiedenisonderrig*. Ongepubliseerde meestersgraadverhandeling. Johannesburg: Randse Afrikaanse Universiteit.

Kotzè, D.J. 1988a. *Die spotprente van D.C. Boonzaaier in Die Burger, 1915-1924: Politieke kommunikasie deur spotprente uit 'n historiese perspektief*. Ongepubliseerde meestersgraadverhandeling. Pretoria: Universiteit van Pretoria.

Littlejohn, S.W. en Foss, K.A. 2008. *Theories of Human Communication*. Negende uitgawe. Belmont: Thomson Wadsworth.

Lucie-Smith, E. 1981. *The art of caricature*. Londen: Orbis.

MacLean, E. 1981. *Between the Lines: How to Detect Bias and Propaganda in the News and Everyday Life*. Montreal: Black Rose Books.

McQuail, D. 1994. *Mass Communication Theory*. Derde uitgawe. Londen: Sage.

McQuail, D., Blumler, J. en Brown, R. 1972. The television audience: A revised perspective. In: McQuail, D. *Sociology of Mass Communication*. Londen: Longman.

McQuarrie, E.F en Mick, D.G. 1992. *On Resonance: A Critical Pluralistic Inquiry into Advertising Rhetoric*. In: Chandler, D. 2009. *Semiotics for Beginners: Criticisms of Semiotic Analysis*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem13.html> [Toegang verkry op 18/10/2009].

Mersham, G. en Skinner, C. 2001. *New Insights Into Communication & Media*. Sandown: Heinemann.

Messaris, P. 1997. *To What Extent Does One Have to Learn to Interpret Movies?* In: Chandler, D. 2009. *Semiotics for Beginners: Criticisms of Semiotic Analysis*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem13.html> [Toegang verkry op 18/10/2009].

Meyer, K. 1990. *Pundits, poets, and wits*. New York: Oxford University Press.

Mouton, J. 2001. *How to succeed in your Master's and Doctoral Studies: A South African Guide and Resource Book*. Pretoria: Van Schaik.

Pakenham, T. 1981. *Die Boere-Oorlog*. Vertaal deur Leon Rosseau. Johannesburg: Jonathan Ball.

Palmquist, M. 2009. *Content Analysis*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.ischool.utexas.edu/~palmquis.courses.content.html> [Toegang verkry op 17/08/2009].

Pretorius, F. 1985. *1899-1902: Die Anglo-Boereoorlog*. Kaapstad: Don Nelson.

Robinson, M. 2007. *Cartoons as Propaganda and Political Commentary*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: [http://www.associatedcontent.com/article/260790/cartoons\\_as\\_propaganda\\_and\\_political](http://www.associatedcontent.com/article/260790/cartoons_as_propaganda_and_political) [Toegang verkry op 23/06/2009].

Robson, C. 1993. *Real World Research*. Oxford: Blackwell.

Rooum, D. 2009. *The Use of Cartoons in Anarchist Propaganda*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://209.85.229.132/search?q=cache:-Q05kcPiwhYJ:www.bibliolibertaire.org/Textes.html> [Toegang verkry op 24/02/2010].

Ruben, B.D. en Stewart, L.P. 1998. *Communication and Human Behavior*. Boston: Allyn & Bacon.

Schoonraad, M.E. 1983. *Suid-Afrikaanse Spot- en Strookprentkunstenaars*. Pretoria: CUM.

Shah, A. 2005. *War, Propaganda and the Media*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.globalissues.org/article/157/war-propaganda-and-the-media> [Toegang verkry op 19/06/2009].

Shapiro, J. 2005. In: Hadland, A. 2005. *Essays on South African Journalism*. Kaapstad: HSRC.

Stark, G. 1930. *Moderne Politische Propaganda*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.calvin.edu/academics/cas/gpa/stark.htm> [Toegang verkry op 13/04/2010].

Strinati, D. 1995. *An Introduction to Theories of Popular Culture*. In: Chandler, D. 2009. *Semiotics for Beginners: Criticisms of Semiotic Analysis*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem13.html> [Toegang verkry op 18/10/2009].

Symbols. 2010. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://www.learningcurve.gov.uk/focuson/cartoons/evidence/symbols.htm> [Toegang verkry op 13/04/2010].

Taylor, P. 2009. *Propaganda from free-definition org*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: <http://ics.leeds.ac.uk/papers/vp01.cfm?outfit=pmt&folder=715&paper=1648> [Toegang verkry op 15/06/2009].

Tubbs, S.L. en Moss, S. 1991. *Human Communication*. Sesde uitgawe. New York: McGraw-Hill.

Tubbs, S.L. en Moss, S. 1994. *Human Communication*. Sewende uitgawe. New York: McGraw-Hill.

Tubbs, S.L. en Moss, S. 2000. *Human Communication*. Agtste uitgawe. New York: McGraw-Hill.

Turner, J. 2009. The definition of propaganda. *Suite101.com*. [Aanlyn]. Beskikbaar by: [http://weuropeanhistory.suite101.com/article.cfm/the\\_definition\\_of\\_propaganda](http://weuropeanhistory.suite101.com/article.cfm/the_definition_of_propaganda) [Toegang verkry op 15/06/2009].

Van Schoor, M.C.E. 1981. *Spotprente van die Anglo-Boereoorlog*. Kaapstad: Tafelberg.

Verner, J. 1988. The political cartoon and the history student. *Yesterday and Today* 8(15):24.

Walker, M. 1978. *Daily Sketches, a Cartoon History of Twentieth Century Britain*. Londen: Frederick Muller.

Weber, R.P. 1990. *Basic Content Analysis*. Tweede uitgawe. Newbury Park: Sage.

Wessels, A. 1991. *Die Anglo-Boereoorlog 1899-1902. 'n Oorsig van die militêre verloop van die stryd*. Bloemfontein: Oorlogsmuseum van die Boererepublieke.

Wessels, E. 2009. *Persoonlike onderhoud*. Bloemfontein: Oorlogsmuseum van die Boererepublieke.

Wimmer, R.D. & Dominick, J.R. 1994. *Mass Media Research: An Introduction*. Vierde uitgawe. Belmont: Wadsworth.

Wimmer, R.D. & Dominick, J.R. 2003. *Mass Media Research: An Introduction*. Sewende uitgawe. Belmont: Wadsworth.

## **BYLAAG 1**

Ten opsigte van die spotprente is dit nodig om te noem dat die gehalte daarvan nie baie goed is nie, aangesien die bron vanwaar dit gekry is, baie oud is. Daar is moeite gedoen om die gehalte te verbeter en dit so duidelik moontlik vir die leser te maak.

# SPOT-PRENT 1

PUNYON, OR THE LONDON CHARIVARI. OCTOBER 1, 1899.



A WORD TO THE UN-WISE.

JOHN BULL for Orange Free State. "STAND ASIDE, YOUNG MAN—I'VE NO QUARREL WITH YOU!"

Punch Vol.117 p.163 October 4th 1899

PUNCH, OR THE LONDON CHAMBERLAIN. OCTOBER 11, 1899.



PLAIN ENGLISH.

WELL-GOOD. "AS YOU WILL SIGHT, YOU SHALL HAVE IT. THIS TIME IT'S A POINT TO A DESIRE."

Punch Vol.117 p.175 October 11th 1899

# SPOT-PRENT 3

PANEL, OF THE LONDON CHARIVARI.—NOVEMBER 8, 1899



BRITANNIA CONSOLATRIX.

"I WILL TAKE CARE OF YOU! YOUR MAN HAS GONE TO DO HIS DUTY—AND I WILL DO MINE!"

Punch Vol.117 p.223 November 8th 1899

TO AUTUMN.

(By a Believer in "Old October,"  
A November Farewell.)

I CANNOT tolerate the Spring,  
I do not like the Summer-time,  
The Autumn only meriting  
To have its praises sung in rhyme;  
The Winter with its Christmas cheer  
Proves too exacting for my purse.  
It whispers "gout"—and, therefore, here  
To Autumn I inscribe my verse.

I cannot tolerate the Spring;  
('Twas said before, but pardon this,  
For as it's not a usual thing,  
The sentiment needs emphasis.)  
The poets prate of birds and buds—  
For me the Spring-tide bears its tale  
Of British workmen's cheerful thuds,  
Of blossoms from the whitewash-pail.

I do not like the Summer-time,  
With fiery sunshine beating down  
(Suggesting some remoter clime),  
For often am I then "done brown";  
My wife craves country change, where she  
Views "Nature like an open book"—  
A "Luxe" edition it must be,  
Her bills have such a costly look!

For me, the bracing Autumn days,  
With recently re-kindled fires,  
The annual, recurring phase  
Of "rubbers" (knowing naught of  
tyres);  
No "change," no "Holiday Appeal,"  
No "cleaning out" disturbs the air,  
When to the blazing hearth I wheel  
My easy, after-dinner chair.

MR. PUNCH'S MUSEUM.



A MODEL—BRITISH WATCH-DOG.

A working model of the ideal watch-dog (BADEN-POWELL variety), alert, resourceful, good-tempered, and courageous. Mr. Punch's model is at present confined rather strictly to its kennel at Mafeking, where Her Majesty's subjects and property are in its keeping.



Sir. "THAT'S A NICE HORSE."  
He. "NICE LOOKING. BUT HE'S WRONG IN HIS WIND."  
She. "WHAT'S THAT?"  
He. "HE CAN'T GALLOP A MILE WITHOUT WHISTLING LIKE A LOCOMOTIVE."  
She. "WELL, I SHOULD SAY THERE'S NOT MUCH WRONG WITH HIS WIND IF HE CAN WHISTLE LIKE THAT AFTER GALLOPING FOR A MILE!"

AT THE TORTOISE AND TINTACK.

Vehement Opponent of our present Colonial Policy. I can stand a good many things, but this I can't stand—I've never stood it, I won't stand it now, and I never will stand it!

Ribald Supporter of the Government.  
What's that, Uncle—a drink?  
[V. O. says "Good night" abruptly.]

EVOË BACCY!

DEAR ADMIRAL PUNCH.—The Rev. ANDREW A. W. DREW, of St. Antholin's Vicarage, Peckham Rye, solicits a Christ-

mas gift of "baccy" to the naval gunners in South Africa, and their lordships of the Admiralty have fallen in with Mr. DREW'S views, as well as H.R.H. the Duke of YORK, who opened the subscription list with £5. We mustn't forget the smoke at Ladysmith, the result of quick "returns" on a "bird's-eye" view of the situation. "Navy out and come again" should be plentiful for the pipe of war.

The lads in blue  
Wi be drawing DREW  
An DREW we trust will be drawing too.

Yours baccynalianly,  
REGINALD O'BRIER.  
Raleigh Mansions, S.W.

PUNCH, OR THE LONDON CHARIVARI.—DECEMBER 27, 1899.



“COMPLIMENTS OF THE SEASON.”

FATHER CHRISTMAS. “CONFOUND YOU, MISTER PRESIDENT, YOU’VE QUITE SPOILED MY SHOW THIS YEAR!”

PUNCH ON THE LONDON CHARIVARI—LONDON IN 1900



"THE OPEN DOOR."

Great the social eye it

INDETERMINATE LONDON OFFICE. "ANYTHING TO DISCLOSE" NOTHING CONTAINED, I HOPE!"  
Rept. "OH DRAG ME NO!"

Punch Vol.118 p.29 January 10th 1900



**A POSER.**

*The eldest Miss Elberley to Jones, who has been mentioning his desire to get lady friends to sit to him in evening dress ("Ordinary adults use no commonplaces, do they know?"), boring by his mind the piquant (younger) sister. "BUT THERE NEED BE NO DIFFICULTY ABOUT THAT, MR. JONES, SECRET: I WILL SIT TO YOU AT ANY TIME, WITH PLEASURE!"*

**MASTERPIECES MODERNISED.**

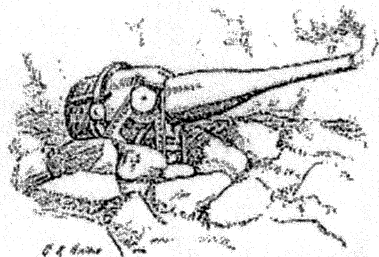
**IV.—PRIDE AND PREJUDICE.**

*(Revised by R. S. HENESS. Author of "The Slave," etc.)*

It was the evening of the Netherfield ball. The majority of the male guests had carefully woven inverted commonplaces into embroidered epigrams. However, they looked pretty enough at a distance: the trials of life alone bear close scrutiny. Mrs. BENNETT was in her element: in searching for eligible *partis*, her fondness for high game was as well

known as her partiality for low dress. Her appearance bespoke a massive impropriety; but she was, in reality, hopelessly respectable. Rumour had even hinted that she and her husband were vulgar enough to "make it up" after a quarrel. His adherence to domestic virtues had long since placed him beyond the pale of social toleration. A man who loved his home was clearly capable of any crime. As evening wore on, the brilliant paradoxes flagged. One youth had been (so overcome in concocting a *bon mot* during the Barn dance, that for the next half hour

he was quite unaffected, greatly to the alarm of his friends. Two men were conversing earnestly at the far end of the ball-room. "The flow of wit is ebbing," muttered DARCY, raising his shaggy eyebrows. "Wit cannot survive lobster mayonnaise," replied BINGLEY. "But hang it, man, why aren't you dancing? Look at that charming girl, Miss ELIZABETH BENNETT!" Both men gazed in the direction of the girl. She was watching the entrance door: her eyes glittered brightly, and upon her parted red lips trembled the faint, mysterious moisture of some secret expectation. "Can you read her face?" said DARCY, hoarsely. "She's dreaming of supper; her soul is communing with the spirit of GUSTAV'S. You thought it idealism—wait!" "Better cut in with your show now," said BINGLEY coolly. "The supper interval affords opportunity for your mystic *science*," DARCY stopped forward. "Ladies and gentlemen," he said, "please attend!" Whilst speaking he kept his eye upon ELIZABETH BENNETT, who, at first resentful, was gradually fascinated by his odd demeanour. "I have," continued DARCY, with a wondrous foreign accent, such as popular Hugonists affect, "spent many years in Eastern travel with the famous CHARLIZ BURTRAM'S . . . BINGLEY, a little unskillful . . . and during this time have made the acquaintance of many wild, esoteric mysteries. Of late, I have penetrated the inmost recesses of the Mystic Hall of Egypt, where the High Pontiff offered me many shekels of gold, could I but fathom his rites!" Whilst speaking, DARCY turned up his cuffs with a graceful, sinuous movement. Then he advanced towards ELIZABETH BENNETT and dexterously produced a *paté de foie gras* from the flowers at her bosom. "Near your heart, Madam," said DARCY, looking hard at her. Meanwhile, BINGLEY had merged from "The Rise of Persia" into a modern *chansonette* by that virtuoso CHEVALIER, where the beguiling effect upon the organ of sight exercised by manual celerity is touchingly described. "What with drawing-room *diablerie* and epigram-mania," said DARCY, producing a rabbit from Mrs. BENNETT'S fan, "we will make an impression in the neighbourhood." A. R.



**"JOE CHAMBERLAIN"—THE BIG GUN.**

*(As he is depicted in the Boer narratives.)*

## HINTS FOR THE AMATEUR GARDENER.

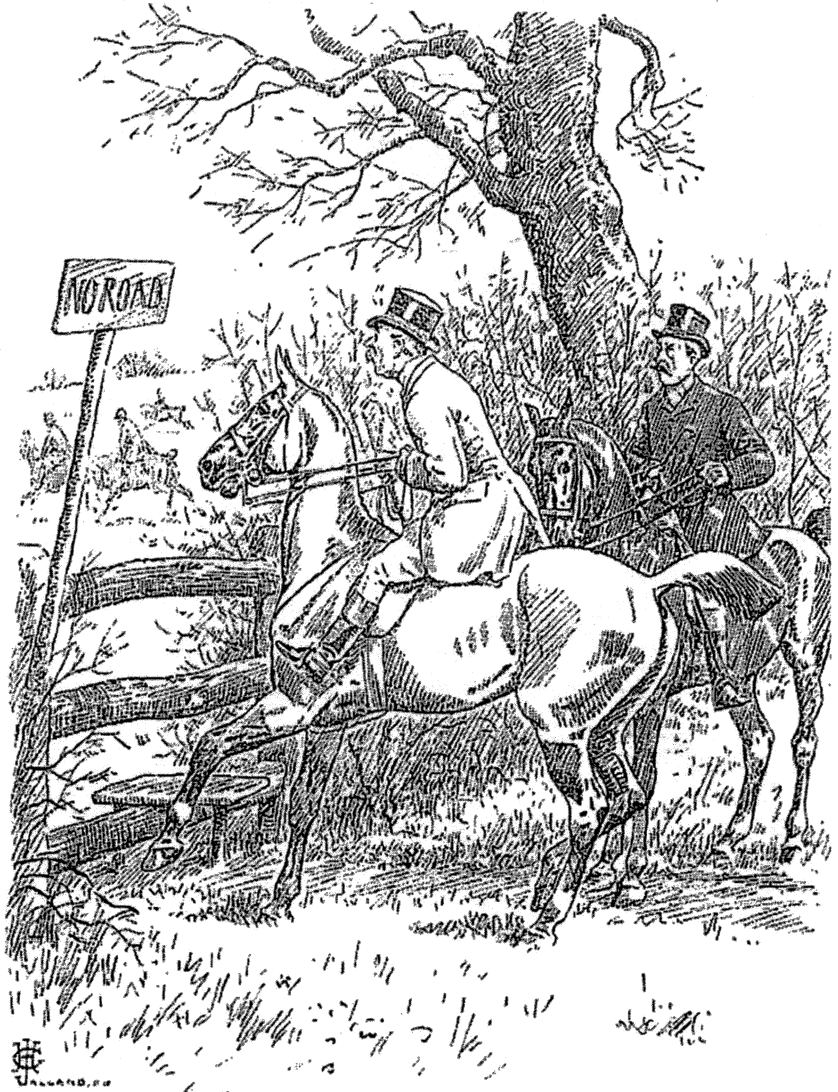
February.

THOROUGHLY dig all the beds at the beginning of this month. All the standard books on gardening recommend this, and seem to imply that the work is to be done with a spade. The amateur probably will find dynamite much more serviceable in the present year. Snowdrops, however, are doing well; a fine show of them may be found already on many ceilings; they are quite easy to cultivate. Some people depend upon the plumber for their supply of this "dainty harbinger of Spring."

Sow early peas. A variety of kinds can be obtained from any seedsman; but it is really immaterial which you select. The sparrows are not so hard to please as people fancy, though the more expensive the seed, the more certain is it that the birds will take it all. Four or five rows probably will be sufficient, but do not sow less. One should not miss such a chance of providing the nice little sparrows with food. Always be kind to dumb creatures.

Cats are a prolific crop in this (or any other) month. To raise them to perfection, plant a small bed with cuttings at a guinea apiece. An hour later return to the bed, and you will find at least three cats scratching it up. They can be treated with an air-gun, and planted out in any soil you choose.

(To be continued.)



## SUPERFLUOUS INFORMATION.



G.R. Balfour

### "TAPPING" THE WIRES.

The Leyds Woodpecker and the War News.

["There is no doubt that upon several occasions recently Dr. Leyds was in possession of news from the seat of war before it reached our own War Office. Where does he tap the telegrams?" *Daily Paper.*]

### MY VALENTINE.

STILL in your battered desk you lie  
With affection's well-known emblems  
garnished,  
Faded is each rosy satin tie,  
And your silver paper sadly tarnished—  
That for pretty KATE in '79  
Lovingly I bought—my Valentine.  
Painted there are hearts that arrows  
pierce,  
Shot by the inevitable Cupid;  
Feeble verses breathing passion fierce  
(Even then I thought that they were  
stupid),  
Calling little KATE a "maid divine"—  
Asking her to be—my Valentine.  
Rudely were the rapid verses wrought,  
Puerile was the passion (but I meant it),  
Yet I paused awhile for second thought,  
And the upshot was—I never sent it.  
So (while KATE alas! was never mine)  
There you still remain—my Valentine.

### PRECIOUS POEMS—No. IV.

#### LE PARAPLUIE DE MA TANTE.

My Aunt's umbrella, dainty toy,  
The source of a seraphic joy,  
Above my mantel-piece unfurled,  
The wonder of an envious world! [toll  
What pen can paint, what tongue can  
Poor quarter of the radiant dreams  
With which imagination teems  
When cherishing the thoughts that glow,  
And circle through my brain, below  
My Aunt's umbrella!  
My Aunt's goloshes, worn and old,  
I fill with vegetable mould,  
And stand them in my study, where  
The choicest flowers adorn the pair.  
Pray do not think this cultus hosh is.  
She is not beautiful, but rich  
In stocks and shares, etc., which  
Her bounteous care intends for me—  
Which I remember when I see  
My Aunt's goloshes!

PUNCH, OR THE LONDON CHARIVARI.—FEBRUARY 14, 1900.



## HOME DEFENCE.

COLONEL BELL (of the Queen's Own Volunteers). "I AND MY BOYS ARE READY TO DEFEND THE COUNTRY—  
BUT WE LOOK TO YOU TO SEE WE HAVE THE BEST OF WEAPONS AND PLENTY OF AMMUNITION."

February 14, 1900



THE YEOMEN OF THE GUARD.

"AND YOU, GOOD YEOMEN,  
WHOSE LIMBS WERE MADE IN ENGLAND, SHOW US HERE  
THE METTLE OF YOUR PASTURE; LET US SWEAR  
THAT YOU ARE WORTH YOUR BREEDING."

"I SEE YOU STAND LIKE GREYHOUNDS IN THE SLIPS,  
STRAINING UPON THE START. THE GAME'S AFOOT;  
FOLLOW YOUR SPIRIT; AND, UPON THIS CHARGE,  
CRY, GOD FOR ENGLAND! ENGLAND AND SAINT GEORGE!  
*King Henry the Fifth, Act III., 2*

arranging even to so old a Parliamentary land as C.B., one withal gifted with most impregnable serenity. Suddenly



SOLOMON EAGLE COURTNEY.  
(In front of old Dom Paul's Cathedral.)  
"Woe unto thee, whoa! whoa!"

the undertone of conversation on rapidly crowding Ministerial benches burst forth in rapturous cheer. C.B. looked round with startled gaze. What had he said to earn this unexpected tribute of applause? He had not seen what the watchful Ministerialists seated in serried ranks behind their esteemed leaders had observed. A scrap of paper, hurriedly brought in by one of the Whips entering from behind the Speaker's chair, passed along the Treasury Bench, its progress marked by joyous smiles irradiating right hon. countenances. Its progress was stayed when it reached the hand of DON JOSÉ. To hold it, literally gloating over its contents, heedless of Attorney-General's en-bentury for a glimpse of the missive. For



"Conscious as we are of one another's defects—"

him it was a signal of personal victory, its value enhanced by the dramatic moment of its arrival.

For six days the storm of debate, nominally dealing with FITZMAURICE'S Amendment to the Address, had raged round him. Last night COURTNEY, bluntly phrasing what many thought, fastened on him the direct responsibility for the war. "Be it for glory or for condemnation," he said, "this is his war." To-day an important constituency was polled on the question; by a startling majority it had plumped for the war.

After this what was the use of talking? C.B. gallantly struggled on to the end of his appointed task. PRINCE ARTHUR spoke some buoyant words; then the

seasonable demand. Amongst business men might be settled in half-an-hour's talk at a table, round or square. Members make speeches for space of three hours, reluctantly dropping subject only when PRINCE ARTHUR points out that there are many others to follow.

Then the WEARISOME WARR takes the floor; draws up from recesses of his boots that old old speech about the crowded crofters and the roony deer forest. When his first chest-notes are heard members rise with anguished groan and leave the House to solitude and the Lord Advocate. Undaunted, undeterred, the WEARISOME ONE plods along. Presently Lord Advocate falls asleep, dreams he had accepted the seat of the Lord Justice



"A MIDSUMMER NIGHT'S DREAM."

Dom Bottom and the rival Titianins—unloited at last. (How long will it last?)

House divided. Deep answered unto deep. Westminster responded to York, and the Ministerial majority ran up from a possible 130 to an unexpected 213.

*Business done.*—FITZMAURICE'S Amendment to Address negatived by 352 votes against 130.

*Thursday.*—No one looking in on House to-night would imagine that it meets amid throes of life-and-death struggle on the South African veldt; that talk on the motion for the Address has been nightly rolling forth since Tuesday in last week; and that before Parliament lies the whole work of the Session, in its forefront far-reaching proposals for establishing home defence.

Something between thirty and forty members scattered over benches: KEARLEY gets on first with new amendment to Address, raising question of administration of Patriotic Fund. A reasonable, a

General, and had fitted northward to a region where the CALDWELLS cease from troubling, and the WEIRY are at rest.

Another three hours thus appropriated left one remaining of the precious sitting. CLANCY took every moment of it for *rechauffé* of a long series of earlier speeches delivered on question of over-taxation of Ireland. Finished just on the stroke of midnight; and so home to bed after a profitable and pleasant evening.

*Business done.*—None.

*Saturday, 12.45 A.M.*—Debate on Address resumed. More than a score of amendments still on paper. If they were dealt with on same scale as those already disposed of, Session would be comfortably carried over Easter. As it is PRINCE ARTHUR swoops down with the beneficent Closure and Address voted.

*Business done.*—Will positively begin on Monday. Been here only nine working days.

# SPOTPRENT 12

PUNCH, OR THE LONDON CHIVARI. - FEBRUARY 28, 1900.



"BRAVO, BOBS!"

Punch Vol.118 p.155 February 28th 1900



## LAURIER AND LAWSON.

(A Contrast.)

*Britannia (to the Canadian Premier).* "BRAVO, SIR WILFRID LAURIER! WHEN I THINK OF MY SIR WILFRID AT HOME I CAN ONLY SAY THAT 'BLOOD IS THICKER THAN WATER.'"

[ " For my part I am fully convinced in heart and conscience that there never was a juster war on the part of England than the present one." ]

*Sir Wilfrid Laurier's Speech in the Dominion House of Commons, March 13.*

[ " In my opinion it is a cowardly and infamous war." — Sir Wilfrid Laurier in the House of Commons' Debate, March 13. ]

PUNCH, OR THE LONDON CHARIVARI. MARCH 21, 1900.



A HANDSOME OFFER.

BOB (confidentially to the other). "I DIDN'T LIKE TO MENTION IT BEFORE BUT NOW THAT YOU'VE RECOVERED YOUR FORTUNE, GIVE ME EVERYTHING I WANT AND ALL SHALL BE FORGIVEN."

Punch Vol.118 p.221 March 21st 1900

PUNCH, OR THE LONDON CHARIVARI.—MARCH 28, 1900.



## POCKET *VERSUS* SENTIMENT.

FRENCH RAND SHAREHOLDER. "IS HE NOT A BOER AND A BROTHER?"

GERMAN RAND SHAREHOLDER. "YES! BUT IF HE WRECK OUR MINES?"

FIRST SHAREHOLDER. "A-A-A-AH!"

[\* We can hardly believe that President KRUGER could commit such a blunder (as the threatened destruction of the Rand mines). The proprietors of the mines are not all English, far from it, and Franco-Germany, Europe as a whole, possesses shares in the majority of the great companies which have exploited South African soil. . . . If he went so far, would not Mr. KRUGER estrange precious sympathies?"]  
*The "Débats," quoted by the "Times," March 23.*

MARCH 28, 1900.]

PUNCH, OR THE LONDON CHARIVARI.

" 'POWERFUL,' AHOY!"



" WELCOME HOME!"

[H.M.S. "Powerful," with the Ladysmith contingent of the Naval Brigade, is expected to arrive at Portsmouth within the next ten days.]

to his amazement that he had put away twenty-two glasses of beer. Who kept count was not mentioned. The fact seems to have been undisputed.

Having, on the magisterial bench, brought under his notice various cases of the results of even a slight approach to such excess of refreshment, the hon. member contemplated with alarm the problem of getting home. He felt "all ri" where he was; had somewhere heard that on getting into open air the consequences under similar conditions are inconmoding. Cautiously passing the door, he found no ill effects.

"Indeed, when he got home to his lodgings," Sir CETHBERT says, "he was able to conduct to a successful conclusion two anatomical problems."

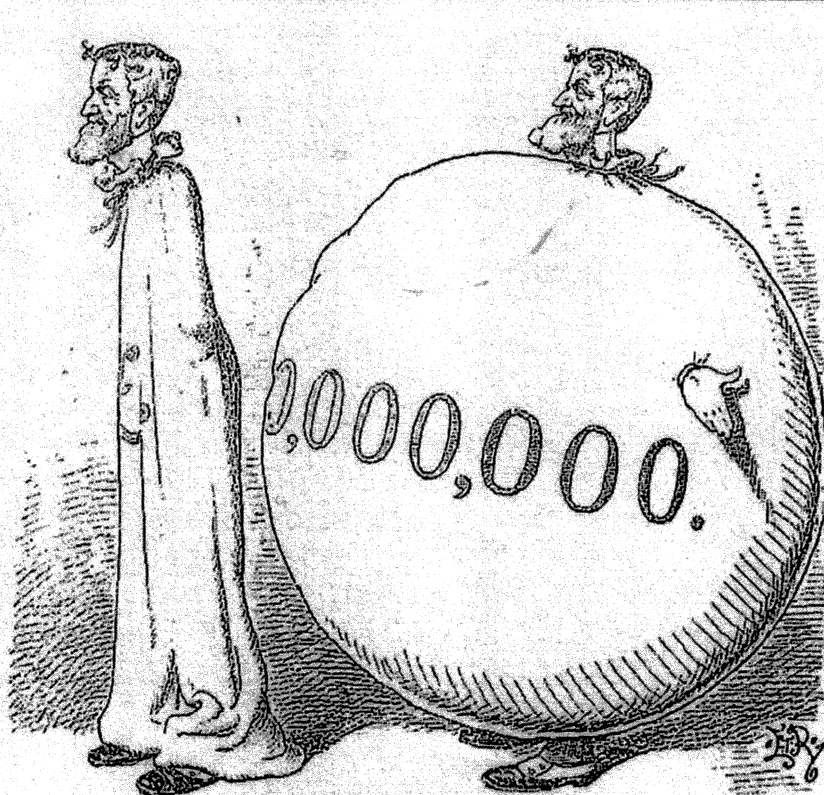
That is a way they have in Suffolk of describing the severance from body of fowl of a leg and wing with intent to sup.

There was scarcely a dry eye in House as QUILTER, catching his breath in effort not to break down, told this story of ineffective endeavor. Twenty-two glasses of beer and no forerider! Only WILFRED LAWSON chuckled with delight.

"Serve him right," he said; "wish all liquor was like that. Best lectofal story I've heard for long time."

*Business done.*—CETHBERT QUILTER, like another Fat Boy, makes your flesh creep with weird story from the Rhino.

*Thursday.*—Sleepy House suddenly stirred to-night by tragic incident. Budget Bill in Committee. Irish members, having talked themselves dry, took refuge in final stage of obstruction. Whenever amendment submitted, or proposal made



BEFORE AND AFTER THE SUBSCRIPTION OF THE WAR LOAN;  
Or, "Money o' Michael makes a muckle."

to add clause to Bill, they insisted on taking division. That means waste of from ten minutes to a quarter-of-an-hour. No trouble beyond health-giving walk round lobbies.

On one such occasion the four tellers as usual went forth to tell; two for the Irish members, two for the Ministry.

*Only three came back.*

When the last member in either division lobby had passed the wicket, the tellers ranged themselves in line before Table ready to march up and proclaim result of division. JOHN ELLIS in Chair, rubbed his eyes, and counted again. Certainly, there were only three. Scouts rushed through lobbies in search of possible fragments. Nothing found—not a hook, not a thumb, not a lock of hair.

It was one of the Irish tellers who thus vanished. Had he been in the same lobby as his compeer, tragic disappearance easily accounted for. A sudden breach in the union of hearts; a blow; a scuffle; a swift dismemberment; an open window; and below the dumb, darkly flowing tide of the Thames.

But in a division, the tellers begin by dividing. The missing Irish member was last seen in company with Ministerial Whip. ANSTRUTHER might, no' he liked, tell a tragic tale. He opened his mouth only to say he knew nothing. Members looked askance at him, hoping it was all right.

Meanwhile, nothing to be done but take another division, leaving unfathomed the dark mystery of the vanished teller.

*Business done.*—A teller lectotally disappeared.

*Friday.*—Curious thing can't make out about Budget. Financial year doesn't close till March 31. Budget introduced more than a month ahead; straight-way at daybreak on following morning new customs and excise duties take effect. New Income Tax doesn't date from morning after Budget, nor from morning of new financial year, but from April 6. Must ask SQUIRE OF MALWOOD to explain the puzzle.

"You can't see the SQUIRE to-day," said the Member for Sark.

"Why?" I asked.

"Well," he answered, blushing, "he's not going out just now; daily expecting to become a grandfather."

*Business done.*—JOSEPH WALTON, bursting with information, his coat-tail pockets bulging with papers, his tongue fluent with musical Chinese, flusters ST. JOHN BRODRICK about the fearsome Far East.

*NOTE BY OUR OWN INREPRESSIBLE ONE.*—Our troops in South Africa are complaining of the lack of malt liquor. Courage, my friends, since you have De Beers within hail.



A Fused Anachronism.  
(Mr. J. L. with-r.)

A POOR MAN'S MOTTO.

I WANT to choose a motto,  
 Some graceful watchword that 's  
 More classical than "What, oh,  
 She bumps," less terse than "Rats!"  
*Fortis per ardua cecum?*  
 How 's that? I've lots of pluck—  
*But Deus incrementum?*  
 Not much to me, worse luck!  
*Pro patria?* A hero  
 To that were not averse;  
 There's *Meliora spero*,  
 And things could scarce be worse.  
 But since my income slim is,  
 And few the quids I touch,  
 My choice is *No quid nimis*,  
 Or, not a quid too much!

AS WE SEE OURSELVES.

The new weekly, the "Loudner"—an excellent two pennyworth—contains an article by Mr. F. H. Cowen on the impression produced by his own compositions on himself. Charmed with the notion, Mr. Punch has written to several eminent literary persons, asking them to describe the impressions produced by their own compositions on themselves.

The principal impression produced upon me by the perusal of my own works is a splitting headache, especially acute in the case of my poems. I have a strong suspicion, amounting at times to a conviction, that I generally have a meaning if only it can be found. In my more recent works, however, this feeling is less marked.

A subsidiary impression is amazement at the number of people who read my works and profess to understand them.

G-RGE M-R-D-TII.

On reading my patriotic poems, my feelings are tremendous. I am as a lion going forth to battle: my hair crimps (a most curious sensation) and I stretch my limbs—a phenomenon which, I am told, occurs also in many of my readers, with the further accompaniment of a yawp. On the whole, I am immensely struck with my own genius, and I know not which to admire the more, the discrimination of Lord SALISBURY who saw in me a fitting successor to TENNYSON and WORDSWORTH, or my own merits, which enable me to wear so worthily the laurels which once decked their brows.

In spite of the odiousness of comparisons, I cannot but institute one between myself and a certain ephemeral poet whom some have the audacity to call the National Laureate; and when I contrast the vulgar diction of his jingling rhymes with the pure and classic language in which my prose is couched, I can only reflect with grief and indignation on the difference between his circulation and my own.

ALFR-D A-ST-N.



"WHATSOEVER HAVE YOU BEEN DOING WITH YOURSELF, MURPHY? YOU LOOK ALL BROKEN UP!"  
 "WELL, YER 'AXNER, I WANT TO WAN IV THIM 'SITOP-THE-WAR' MEETINGS LASHI SOUGHT!"

A glow of satisfaction thrills me as I gaze upon the bookshelves which contain my works. There is really some very good stuff amongst them. I don't profess to know what I meant when I wrote some of them, e.g., the *Jungle Book*; but plain tales of ORTHURTS, MULVANEY & Co., were played out, and one had to strike out a different line somehow. I confess, when I read *The Day's Work*, I have an uncomfortable misgiving that I am running to seed, which, however, is instantly dispelled when I hear the barrel-organ outside my door discoursing the classic and familiar strains of that undoubted work of genius, *The Absent-Minded Beggar*.

R-DY-RO K-PL-XG.

*Robert Elsmere* convinces me that I am a great novelist, my new edition of the *Bronxes* that I am a still greater critic. Surely nothing gives one so pleasing a sense of superiority as to patronise a feebler sister, such as the authoress of *Jane Eyre*.

Mrs. H-MPHRY W-RD.

When I read some of the awful rot that I have undoubtedly written, I find myself wondering if I am quite responsible for my literary actions. Can it be that I am as mad as my last creation, *The Worshipper of the Snapp*?

R-CH-RO LE G-LL-XNE.

THE NEW FRENCH APPLE OF DISCORD.—  
 The Pom-Pom.

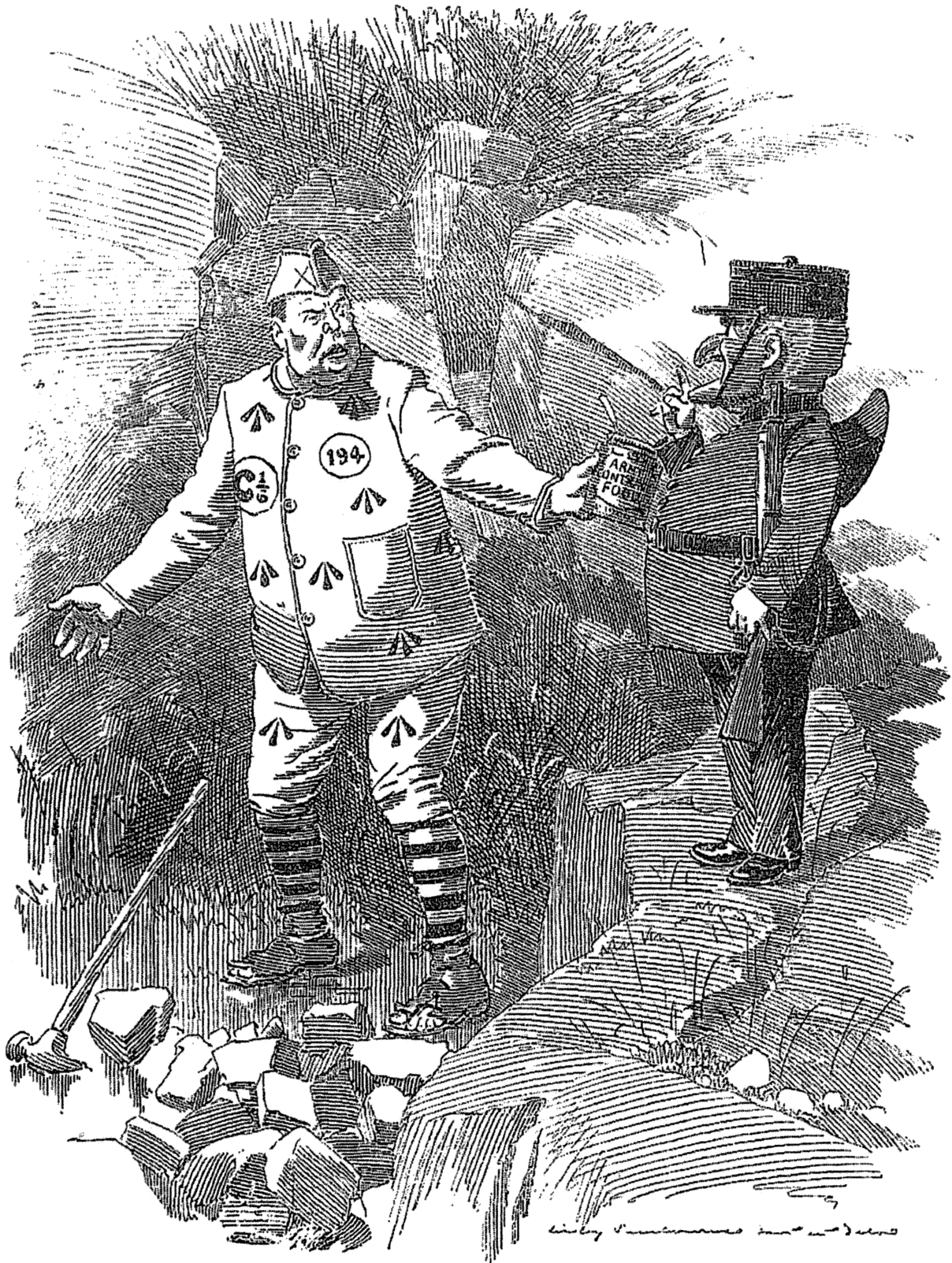
# SPOTPRENT 19

## SPOTPRENT 19

[April 4 1900.]

PUNCH, OR THE LONDON CHARIVARI.

239



PAID IN HIS OWN COIN; OR, WHAT WE SHOULD LIKE TO SEE.

*Corvided Contractor.* "LOOK HERE! I CAN'T WALK IN THESE BOOTS, AND I CAN'T EAT THIS FOOD!"  
*Wander Punch.* "WELL, YOU'VE GOT TO; IT'S WHAT YOU SUPPLIED TO THE TROOPS."

PUNCH, OR THE LONDON CHABINER.—April 13, 1900.



A DELEGATE MATTER.

HERBERT C. BROWN. "SOME GENTLEMEN, MADAM, FROM THE TRANSVAAL, TO SEE YOU VERY PARTICULARLY."  
BROWN. "ER—HE—WELL—SAY—NOT AT HOME!"

most attractive, romance my Baronite has read for many a day.

A handbook, or pocket-book, most useful for "this present distress" is *A History of South Africa*, by W. BASH WORSFOLD, appearing as, if the Baron reckons aright, the 7th volume of the Temple Encyclopedic Primers, published at 29, Bedford street. The only fault the Baron finds with this book is that, full as it is of information, it is just a little too full of "matter." At least a quarter of it might have been omitted, whereby its readability would have been considerably improved. Also, there should have been side-headings, let in, or marginal references, so that a reader in search of some particular event, or date, would at once find it. The index at the end serves its own particular purpose, but, of course, does not give dates. In all books of this sort intended for handy reference, the marginal general and particular reference, with date, is indispensable to its perfection. This apart, the little book "as she is wrote," will be found, as the Baron has already indicated, very useful.

THE BARON DE B.-W.

### LYDDITE.

(Some more or less distinguished sufferers under its far-reaching influence.)

"Lyddite has the effect of temporarily obscuring the reasoning faculties, even when the sufferer has escaped without a scratch."—*The "Times" War Correspondent.*

The Irish Nationalist leaders when they imagined, some weeks ago, that their respective parties were going thenceforward to dwell together in peace and unity.

The perfervid authoress who maintains that the Boers are simple, straight forward, law-abiding, stay-at-home peasants.

The free Hibernian press in its assertion that the Cork Militiamen were "drugged and driven like dumb cattle to the war."

The amiable enthusiasts who, while recommending Great Britain to sue for peace, with the prospect of a South Africa under the suzerainty of Oom PAUL, think that we shall thereby bring about the millennium.

The Boer leaders who, having played the white flag dodge for four months, flattered themselves they were going to get an armistice out of ROBERTS at Paardeberg.

The European pretenders and anarchists who accuse England of being the home of every kind of injustice and tyranny, and are the first to seek shelter within her boundaries when they get into hot water in their own countries.

The journalists of Paris and Berlin who, having presumably studied arithmetic in their youth, never give less than 3,500 British killed and 17 guns captured when they refer to battles in Natal.



Printed May 1890

"SURE, TERENCE, IF YEZ GO TO THE FRONT, RAPE AT THE BACK, OR YE'LL BE KILT, OR KNOW IT!" "FAITH, AS! ISN'T THAT THE WAY OF GET MY DIVIN'?"

### A BALLADE OF THE EPHEMERAL.

("In the course of a century only six and a half books a year would be left out of 500,000."—*Mark Twain before the Committee of the House of Lords on Copyright.*)

All! cynic, spare your idle threat  
To books whose aim and mood is light,  
Consigning them without regret  
To dread oblivion, dark as night;  
Your solemn warnings why indite?  
Why press your point with jibes and sneers,  
On all who venture aught to write  
That will not last a hundred years?

The afterglow when sun has set,  
The butterfly with fiftal flight,  
The perfume of the violet,  
The lily's frock of dainty white;  
The hour when youth and maiden plight

Their truth with smiles and blissful  
leers—

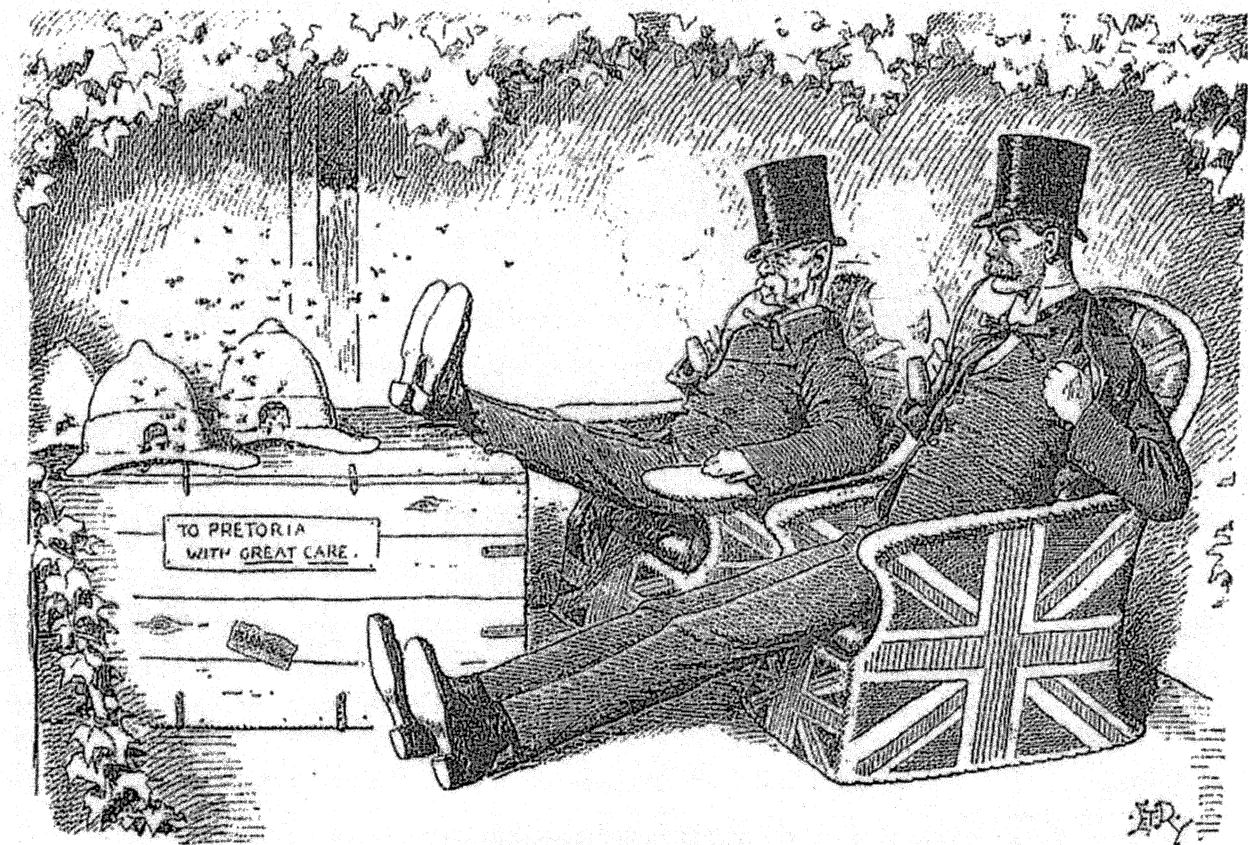
Ah no! there 's many a delight  
That will not last a hundred years!

Then why not twist the alphabet  
To passing forms and verses slight,  
Fit phrase and fleeting epithet—  
Less lasting haply, but more bright?  
Descend from that forbidding height  
Whence you dispense your founts and  
fleurs;

Must everything your scorn excite  
That will not last a hundred years?

### Envy.

Nay, scribbler, let the cynic smite,  
What though your work soon disappears,  
And he not downcast at his spite—  
That will not last a hundred years.



### UNRECORDED HISTORY.

(On the "Sleep," Bloemfontein.)

"CHARMING SPOT THIS, KITCHENER. DON'T HALF LIKE LEAVING IT! WISH WE COULD HAVE SETTLED DOWN ALTOGETHER, LIKE THE RESERVISTS! AWFULLY OVER-RATED PLACE, PRETORIA, I EXPECT!"

### THE MODERN SOCRATES.

[ " We need a modern SOCRATES to convince ' the man in the street ' that his confident opinions on these matters are absolutely without value."— From a Leading Article in a Morning Paper, April 25.]

SCENE—The Strand at mid-day. The Modern SOCRATES, attired in the philosopher's robe, is discovered at work. He has just buttonholed an Elderly Gentleman, who is struggling vainly to escape.

The Mod. S. Nay, Sir, the excuse will not serve. Rather does it make clearer your ignorance of the meaning of words. You say that you have "no time." Perhaps then you will answer this question: What is time? Is it a necessary condition of human thought? Has it an absolute existence? For these are matters of which the importance is truly great.

The E. G. (recathfully). Look here, Sir, if you don't let go of my coat, I shall call a policeman. I've got to meet a friend at Charing Cross, I tell you!

The Mod. S. Once again, oh most adde-headed of mankind, you employ words, not rightly discerning their meaning, but altogether otherwise. For what is a

friend? Most clearly he is one whose affection is not lightly shaken. Nor, if he be worthy the name of friend, will absence or presence alter his regard. Therefore of two things, one. Either the man to whom you speed with so unseemly a haste is no true friend, in which case it were well to banish him from your mind, or, being a true friend, he will not hold you in less regard because he does not see you face-to-face. Thus, oh most dense of brain, having deprived you of all excuse for flight, I will proceed further to expose your ignorance to the bystanders who, I perceive, are beginning to collect around us. And first, you will please define to us Freedom, Sanitation, Oligarchy and Environment!

(Elderly Gentleman goes for the Modern SOCRATES with his umbrella, and a policeman hastily appears as scene closes.)

(Cutting from "The Chemists' and Druggists' News.")

... "but the great feature of the week, beyond all question, is the extraordinary demand for hemlock. The best quality, imported from Athens, is being quoted at fabulous prices." A. C. D.

### WHAT'S IN A NAME.

[ " Wanted, a Distressed Lady, to mind and atten Elderly Lady, and make herself generally usef about house; salary £7 to £8 a year to suitabl person."—Advertisement in Irish Times ]

YUS, they've called me, as yer know, By a score o' names or so— "Slivey," "Gin'ral," " 'Ere!" " 'Ulo! Or " You, untidy!"

Which I banswers one an' half When I 'ears them lodges bawl, But I 've never 'eard 'em call Me yet a lidy.

'Ere's a hoppertunity For the likes o' sich as me! Wat although the wiges be A bit low—tidy? For ter be a little short Is in course as simply meet When compared with being thort A bloomin' lidy.

Then ain't it a delight, When the folks is so perlite, To be slivin' dye and night Just like man Friday? An' for food, 'oo cares a fig If the joints ain't over-big? 'Tain't correct to be a pig When one's a lidy.



SWAIN SC



A QUESTION OF THE DAY.

ENTERPRISING BRITISH ELECTION AGENT. "BEG PARDON, MR. KROOJER—BUT CAN'T YOU GIVE US ANY IDEA OF WHEN THE WAR WILL BE OVER? SO THAT WE CAN ARRANGE FOR OUR GENERAL ELECTION."



WAR AND FAMINE.  
THE RESPONSIBILITIES OF EMPIRE.



Visitor. "WHAT! YOU WANT TO GO TOO? BUT I'M AFRAID YOU'RE NOT BIG ENOUGH. YOU KNOW THE BOERS ARE GREAT, BIG, STRONG MEN."  
 Bobbie. "WELL, BUT I S'POSE THERE'S BOER CHILDREN, AREN'T THERE?"

MASTERPIECES MODERNISED.

IX.—WUTHERING HEIGHTS.

(Revised by *Ell-a-Thru-ger-fl K-ut-r.*)

I RANG the bell for Mrs. DEAN. No self-respecting person should be beyond the reach of smart dialogue. Its therapeutic value is tremendous, for it stimulates the circulation beyond the dreams of advertisement. When Mrs. DEAN entered I regarded her hopefully; there was a self-conscious smile upon her face that augured well for her carefully thought-out specimens of—unconscious humour which would illuminate succeeding chapters.

"Mrs. DEAN," I said, "if your scandal telling is as good as your cookery, I shall have an agreeable time of it. Tell me about my neighbours at Wuthering Heights!"

"That I will, Sir," responded Mrs. DEAN, "though don't forget the hot whiskey for your cold. Ah! if poor dear DEAN had paid the same attention to things spiritual as he paid to things spirituous, what a saint he would have made." As my good housekeeper seemed lost in a train of thought, I blew my nose as a kind of danger signal, and the train came to a standstill. "They're a strange lot at Wuthering Heights," commented Mrs.

DEAN. "I was there for many years, a kind of nurse and cook, though Mr. HEATHCLIFF, he often said that old JOSEPH beat me at cooking, judging by the way he cooked the domestic accounts. Deary me! Mr. HEATHCLIFF was a one, to be sure . . . but he would talk epigram all day long, and as I did a bit on my own account, and Miss CATHY was brilliant also, it was a depressing place, was Wuthering Heights! Soon no one came near us; we talked our neighbours out of their senses. My husband was a bit nasty about it. 'Epigrams,' he said, 'are like women; you smile like anything when you first see 'em, but after a while you get mortal sick o' them!'"

"True, Mrs. DEAN," I put in. "Besides, a verbal spendthrift comes sooner or later to a logical bankruptcy."

"That's right, Sir, but I pulled up in time. Mr. HEATHCLIFF hailed down so many witticisms as to stun me. Then he rallied me upon my gloom, but I paid him out for it. 'I may be sad,' said I, 'but there's a methodism in my sadness.' This quieted him, for he is one of the free and careless kind.

"Then I must tell you about Miss CATHY, who married EDGAR LINTON. Oh! she did talk cleyer! As HEATHCLIFF said,

'When that girl marries, it'll be Cathorin weal or woe.' I always wonder sh married that poor soft, delicate EDGA LINTON, and at heart so fond of HEATHCLIFF too. He was a strong Britisher, if yo like."

"Perhaps she liked her British weakly, I hazarded.

"You're a bit feverish, I'm afraid Sir," said Mrs. DEAN. "Besides, we must rest a bit now, for we've ever so man more chapters to talk through."

"Quite so, Mrs. DEAN, 'the rest is silence.'" Then lighting my bed-room candle with an epigram, I went to bed.

FIG v. MAN.

[“Since the introduction of pigs in the New Hebrides, fewer missionaries have fallen a prey to the cannibalism of the natives.”—*Daily Paper.*

Chorus of Cannibals.

Old customs got displaced,  
 And changing fashion varies;  
 'Twas we had a taste  
 For you, sweet missionaries;  
 Upon your breasts we fell,  
 Your many parts we tested,  
 Your systems studied well  
 And inwardly digested.

But missionaries may  
 Be heavy, dull, and dry too,  
 And sometimes they've a way  
 Of being rather high, too;  
 And that's the reason we've  
 Theology forsaken,  
 Intending, with your leave,  
 To stick instead to bacon.

UNCONVENTIONALITIES.

[Monsieur BORDER, of the Pastur Institute who has been at Pretoria for some time past "speaks in very sympathetic terms of Mr KITCHEN . . . who has the utmost contempt for European civilization: 'When I was introduced to him . . . he affected to spit on the floor, etc., etc.'"—*Daily Press.*]

If contempt for European civilization is to be accounted unto statesmen for righteousness and as proof of their worth, we may shortly expect to hear that:—

Lord SALISBURY was observed to be greatly enjoying himself at a whelk stall in the Boro' Road last Easter Monday.

Mr. CHAMBERLAIN, in a rollicking speech at the Cadgers' Hall, observed that he was blown if old Compy PAUL wasn't a real daisy.

Sir MICHAEL Hicks-BEACH, after "winking the other eye" at the Home Secretary, suggested that they should go out and have two of Scotch together. To this proposition the Home Secretary cordially assented.

On his rising in the House last night, to move the suspension of the Twelve o'clock rule, Mr. BALFOUR, with a genial disregard for convention, greeted hon. members with a hearty "What 'O, Cockies!"

PUNCH, OR THE LONDON CHARIVARI.—MAY 9, 1900.



THE ELEVENTH HOUR.

COLONEL BADEN-POWELL (to MAFERING). "ALL RIGHT! CHEER UP! 'ROBS' IS A MAN OF HIS WORD!"



MR. PUNCH'S WAR CONUNDRUM.

- Q. "WHAT OPERAS DOES THE ABOVE SKETCH CALL TO MIND?"  
A. "'CAVALLERIA RUSTICANA,' 'DER FLIEGENDE HOLLÄNDER.'"

PUNCH, OR THE LONDON CHARIVARI.—May 16, 1900.



Ⓔ

SHAW & CO.

QUITE UNDERSTOOD.

COLOMBIA (to BRITANNIA). "YOU MUSTN'T MIND THOSE NOISY BOYS OF MINE. YOU KNOW, MY DEAR, IT'S ELECTION TIME."



"THE QUEEN!"

Three Cheers for Her Most Gracious Majesty, whose Birthday, May 25, we celebrate in London, May 23, and Three Cheers were for the Relief of Infidelity, who to-day about the ... of ...  
 Birthday Person that can be ... before the Queen.

MAY 23, 1851

PUNCH, OR THE LONDON CHARIVARI

362

PUNCH, OR THE LONDON CHARIVARI.—MAY 23, 1900.



THE IMPERIAL DISPENSARY.

THE KANGAROO. "I'VE GOT A SORT OF—ER—FEELING OF OPPRESSION. MY DOCTOR AT HOME GAVE ME THAT PRESCRIPTION!"

MR. CH-MB-RL-N (*Colonial Chemist and Druggist according to the British Pharmacopoeia*). "'ABOLITION OF APPEAL TO PRIVY COUNCIL'—OF COURSE, I *COULD* MAKE IT UP FOR YOU, BUT I THINK I CAN GIVE YOU SOMETHING THAT WILL EXACTLY SUIT YOUR CONSTITUTION!"

**THE GENERALS' POST-BAG.**

[Mr. PENN is privileged to reproduce a few of the letters which have lately reached the British generals in South Africa.]

DEAR LORD ROBERTS.—I should like to have called you BOBS, only Mamma says lest you might be offended and would not answer my letter, and then I should not have a nice little letter from you to show to all my friends and send a copy of it to the newspaper; so it would have been no use writing to you with best spelling, and writing, too, which takes ever so long, would it? I ought to tell you we do love you so much, dear LORD ROBERTS, and TOMMY and JOHNNY and FRANK are all going to be soldiers when they grow up, and beat the Boers and everybody else like you do. As I am only a girl I suppose I shall not be able to fight, but I shall always be awfully patriotic and get up bazaars and concerts and things for the sick and wounded in every war, and have my name in all the papers and on posters in the streets, which will be lovely, and so no more from your loving little VERA VEER DE VEER.

P.S.—I must tell you our parrot says "Brave BOBS" beautifully, and we are teaching Baby to say "Officers and GIBBENS were two pretty men," only Baby does not learn so quickly as Dolly.

DEAR GENERAL B.-P.—We are so glad that you have been made a General. When we heard of the relief of Mafeking we hung a large bathing-towel out of our nursery window in your honour. Everyone said it was so clever and original of us. Please send us some bits of shell, Mauser cartridges and potted horse when you have time. Written by Mamma for "LOTTIE," "JENNY," and "TODDLES."

DEAR KITCHENER.—I think I ought to write and tell you about ALICE. She's my sister, you know, and she's just dead nuts on you. She keeps your photograph in her room, and I caught her kissing it the other day. Of course I told her she ought to know better at her age, she's nearly twelve now, only a year younger than me, and she actually said that she wished it had been you instead of your photograph, which I thought indelicate. And said so. Whereupon she remarked that she gloated, the fact being that we have both read "Stalky and Co.," which is bad for us. Still I thought you ought to know about ALICE in case you should come home without getting engaged to a Boer lady. Kind regards to BOBS.

Yours ever, TOMMY DODD.

DEAR LORD BOBS.—I think I must write and tell you how I am getting on my first term at school. We havn't enuff boys in this school to play at cricket match, so we play Britons and Boers instead and as I'm the fittest of all the boys and have a shani white mustarech wich I got out of a cracker at Christmas I am always you.



**MAFEKING NIGHT.**

(He rather 3 A.M. the following morning.)

Voice (from above). "GOOD GRACIOUS, WILLIAM! WHY DON'T YOU COME TO BED?"  
*William (hustling).* "MY DEAR MARIA, YOU KNOW IT'S BEEN THE RULE OF MY LIFE TO GO TO BED SOBER—AND I CAN'T POSSIBLY COME TO BED YET!"

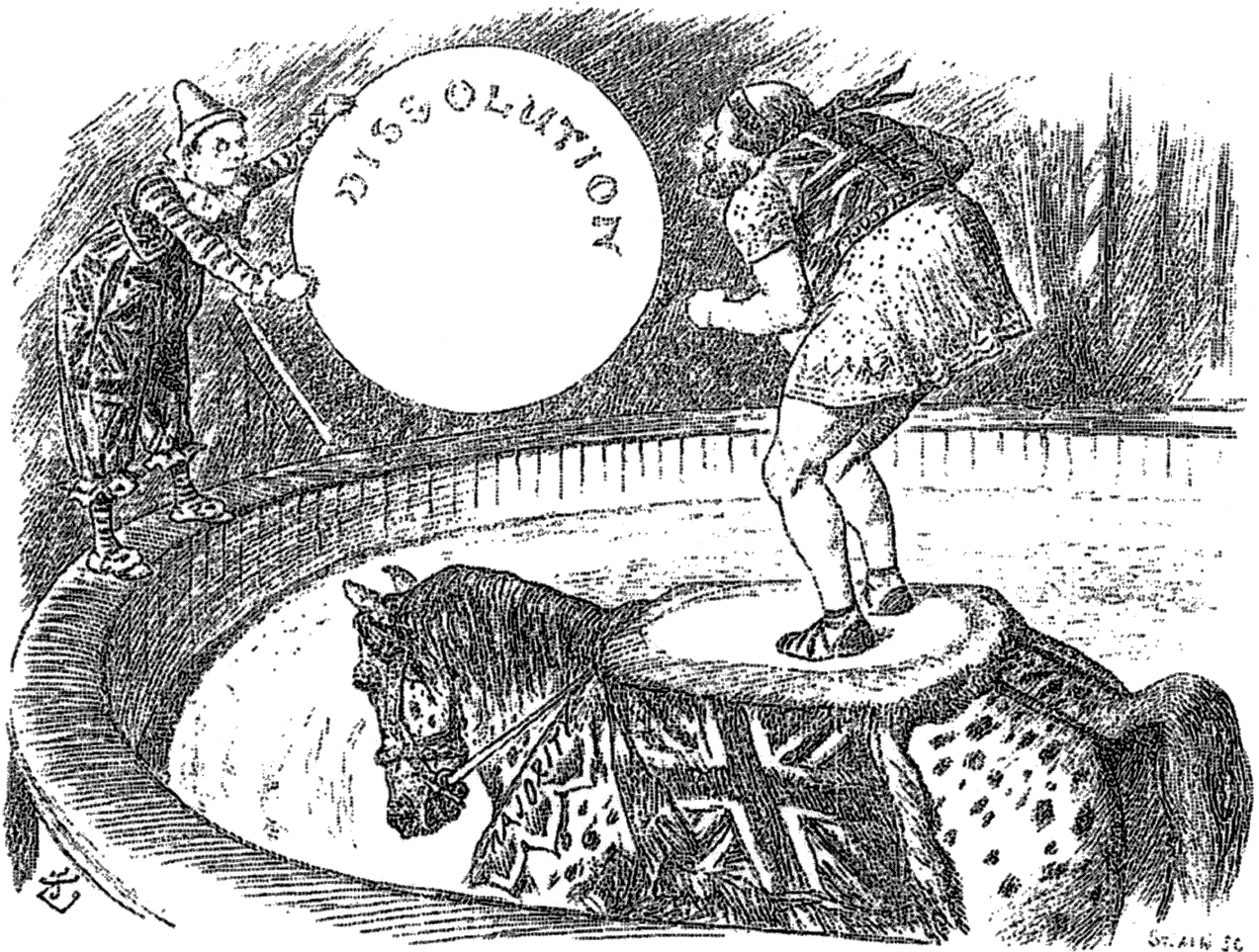
There's a big boy named JONES, he's very good KITCHENER, but as he's so big he has to be him and after all one's Staff doesn't matter much does it and I always do everything myself just like you do. I have the honor to report that we defeated the Boers heavily yesterday and I hope to enter Pretoria the same day as you do.

your devoted Lieutenant,  
 CHARLES THOMPSON, Field Marshal.

P.S.—I hope you'll send me an answer soon as I want to have your ortegraph.

THE QUEEN'S BIRTHDAY. A telegram from "Our Special" at Newcastle, Natal, to the Times, on the 29th instant, said that "the best celebration of the Queen's Birthday will be a record day's work on the railway." And, later, when the news comes that the Royal Standard waves over Pretoria, then Newcastle can have another celebration of Her Majesty's Birthday, and the commencement of a new era in South African history, as the Queen's Natal Day—with the accent on the first syllable.

PUNCH, OR THE LONDON CHARIVARI.—JUNE 5, 1900.



“HOOP-LA!”

*Join the Premier Equitables. "NOW'S YOUR TIME, GEN'NOR!"*

*"The Blue is insurrection. The British flag is by this time flying at Peking."—Times, May 31.*

FRANCE, OR THE LONDON CRASH.—JUNE 13, 1900.



## SHIFTING HIS CAPITAL.

"It is not true," Mr. Kinnaird is reported, in the *Justice* (London), to have said, "that I have brought with me gold to the value of two millions." (The above sentence is a misquotation of a report that Mr. Kinnaird had brought with him a large sum of money.)

Punch Vol. 118 p. 425 June 13th 1900



A PUBLIC DANGER.

Jack. "SEE THAT CHAP, MOTHER? HE'S THE ONLY PRO-BOER IN OUR SCHOOL!"

A BLESSING IN DISGUISE.

[“Owing to the evictions which have been taking place in Southwark, we are confronted with the problem of numerous houseless families. The tenants of the dwellings, which were in an unsanitary condition, were given notice to quit that the premises might be done up.”—*Daily Paper.*]

WHAT is this weeping of women and wailing?

What is this cry of the children I hear?

What is this moan of the sick and the ailing,

That shiver and cough as the night draweth near?

Why are these houseless ones huddled together,

Their outraged Pennines flung down in a heap,

With never a roof betwixt them and the weather,

And never a hole where the weary can stoop?

Nay, hush, O ye women, your impotent crying!

Ye terrified children, be comforted too!

And cease from your moaning, ye sick and ye dying!

'Tis only your good that the Law has in view.

Her motherly heart, with solicitude swelling,

Is shocked at your dens with disease over-run;

And rather than see you in such a poor dwelling,

She saith in her wisdom, “Lo, ye shall have none.”

Oh, tender devotion! Oh, love unrestricted!

Ineffable kindness! Down, down on your knees,

And pour out your gratitude, O ye evicted!

What! Have ye no thanks for such blessings as these?

Still tears, bitter tears, and black grief and repining

And wrath in your hearts, and indignant despair?

What though ye be cold and your little ones whining?

The Law in her mercy has given you air.

OUR BOOKING-OFFICE.

*To the Healing of the Sea* (SMITH ELDER) contains vivid descriptions of the New York Stock Exchange in moments of frenzied excitement. Mr. FRANCIS HARDY has evidently studied the subject on the spot, and is most successful in reproducing it for the edification of milder-mannered citizens. All the chapters relating to Stock Exchange transactions are written with a master hand. When Mr. HARDY takes some of his characters to the healing of the sea, provided by a passage to Southampton in an ocean liner, he becomes conventional. My Baronite recognises in him a man of dauntless courage. He boldly tells, and spoils in the telling, the story about the Red Indian, who, seated for the first time in his life at a civilized dinner table, ate the contents of the mustard-pot. When, presently, tears of agony rolled down his unwitching face, and his host asked him what was the matter, he made answer he was thinking of his late grandmother. It is a little startling to have this ancient story resuscitated in the conversation glittering through one of the latest of the six-shilling novels.

In *Fate the Fiddler* (CONSTABLE) Mr. H. C. MACILWAINE realises most admirably the experience of two English squatters in the comparatively early days of Australian development, before the discovery of gold. If the author's processes are somewhat leisurely, he justifies himself, according to my Nautical Retainer, by effects which could not otherwise have been obtained. We are left with a firm impression of the unconscious modifications of character which are the inevitable result of a life removed from all conventions; its tendency, in particular, to accentuate original differences in natures thrown upon their own resources.

The book is less a novel, in the accepted sense, than a study of the influence, physical, moral and social, of circumstance and locality. His Australian types—the squatter, active or retired, the bushman, the money-lending capitalist—he represents with the authority of intimate knowledge; and to this he brings the added charm of a finely artistic sense of colour, a loving appreciation of detail, a studied reserve of literary strength. In his sketches of types whose features are less exotic he perhaps exposes his limitations; certainly the character of the English BARBARA, whose action so largely determines the course of his hero's destiny, is very inadequately defined. On the other hand, when he portrays that delightful colonial, Mrs. FENTON, his heart is obviously in his work. B. DE B.-W.

ENGLISH HISTORY FOR FRENCH SCHOOLS.

EDITED BY HENRI THOMPSON.

WHAT happened after the death of the last French King?

Under the descendants of the Belgian, JEAN de Gand, the English were fighting always against the French. HENRY V. gained a temporary advantage by a treacherous attack by night on the French, at Azincourt, and actually conquered a part of France. The English call him a hero; it is evident that he was but a brigand.

Could HENRY VI. retain the French provinces seized by his father?

No. The English were soon driven from France, and retained only Calais. The name of this town was mysteriously tattooed on the left side of each sovereign, over the heart, until the reign of Mary I., who revealed the secret before her death. The tattooing was then discontinued. During the reign of Henry VI., London was taken by JOHN CAD. Even at present the name “Cad” outrages a Londonian. After the struggle between the two towns of York and Lancaster, now extremely peaceable, we come to the reign of EDWARD IV., in line, an English King, although after-grandson of EDWARD III. H. D. B.

THE *Daily News* informs us that Mr. JOHN TWEED has just completed his colossal statue of Mr. CREIL RHODES. Appropriate, “The Colossus of Rhodes.”



General Trollope's pen

Winnie. "DICK, WHY DO THEY PUT G.C.B. AFTER LORD ROBERTS'S NAME?"  
Dick. "OH, DON'T YOU KNOW THAT? THAT MEANS 'GENERALLY CALLED BOBS.'"

HINTS FOR HENLEY.

(For the use of Visitors, Male and Female.)

TAKE an umbrella to keep off the rain—unopened.

Beware of encouraging burnt cork minstrels, or incurring their resentment.

Remember, it is not every house-boat that is sufficiently hospitable to afford lunch.

After all, a travel down from town in the train is better than the discomforts of dawn on the river in a house-boat.

Six hours of enforced company is a strong order for the best of friends, sometimes leading to incipient enmity.

A canoe for two is a pleasant distraction if the man is equal to keeping from an upset in the water.

Flinging is a not unpleasant accompani-

ment to an *alfresco*, lunch with well-iced liquids.

If you really wish to make a favourable impression upon everyone, be cheery, contented, good-natured, and, above all, slightly interested in the racing.

SUMMER SALES.

(By a Victim.)

MY wife dislikes the ocean wave.

The slightest breeze will make her quail, Yet now long voyages she 'll brave

In order to go for a sale.

No matter where the bargains lure her, By present "buy-and-buys" I'm poorer; The counter skipper keeps on "saling,"

It pours, not rains, when he is hailing A pirate without shame or fear,

His only aim to command dear.

THE MEMBER FOR KIMBERLEY.

(To the Patron of his Borough.)

CECIL, your cosmic influence, like a star (Of late, perhaps, a little dim), Is not confined to lands of which you are The empire-making eponym.

Rhodesian streams reflect your living form; Your sculpt Colossus sails the sea; And in your ample pocket, safe and warm, Lies the elect of Kimberley.

Time goes his course with regulated foot, Yet 'tis but five short months or so Since there were those who boasted they would put Our CECIL in a travelling-show.

And here I pace the old familiar pitch, That held its own when all was blue, Thanks (as the others said) to KEKEWICH; Thanks (as I think you said) to you!

Meanwhile, beneath these very self-same skies Do Beers have made their profits up, And primed with salmon, pledged your sombre eyes, Over the jewelled loving-cup.

A stormy petrel, you have swept the main; On London stones a moment stood; And now are back at serious work again, After the war's light interlude!

But what a change from those insistent guns! From prospects of a public cage! Of feeding through the bars on burghers' buns Seasoned with burghers' badinage!

Me, too—with me has captious Fortune played A curiously giddy part, Dating from when I launched the little raid That spilt my CECIL's apple-cart.

A patriot—roses flung about my feet! A theme to start the Laureate's lyre! A name to conjure with about the street, Or set a titled breast on fire!

And then the quick oblivion of the Town And suddenly an unearthen grave; Red war, and I, a by-word up and down, Cursed for a solemn fool or knave.

Which terms (though I adopt the former view) Fail to impose themselves on me, Because I chance, just now to be the no Member-elect for Kimberley!

It seems that I shall strengthen Milner hands, And be a kind of fairy wand; A moral force in these misguided lands To bind the loose, and loose the hand.

S.O.



SCENE.—A Pro-Boer Meeting. Riotous Opposition making itself felt.

*Orator.* "GENTLEMEN, WE DO NOT DISGUISE FROM OURSELVES THE FACT THAT OURS IS NOT A POPULAR CAUSE. BUT THAT DOES NOT DISCOURAGE US. WE SHALL CONTINUE TO STAND UP FEARLESSLY TO THE LAST, TO BATTLE FOR THE THING WE BELIEVE TO BE RIGHT." (*Uproar*) \* \* \* (*Justly to his Neighbour*) "QUICK—TELL ME, WHICH IS THE BACK DOOR TO THIS HALL?"

**"QUIS CUSTODIET?"**

[*Mr. FLYNN:* It is a fact that these fashionable soothsayers are visited by Bishops?

*Sir M. W. RUSLEY:* All the more reason why they should be prosecuted.—*House of Commons.*]

THE apron does not make the saint.  
Alas! our guttered Bishops ain't  
Invariably free from taint

Of being sometimes human;  
The heart episcopal beguiles  
Its idle moments with the wiles,  
And nods, and becks, and wretched smiles  
Of woman, lovely woman.

Yet is their only crime, I ween,  
Mere innocence; no harm they mean.  
They seek the fortune-telling queen,  
And, sitting down beside her.

Are charmed with tales of some great  
Of fortune, and fair ladies' eye— [prize  
They little guess that they, poor flies,  
Have flown unto a spider.

Must they, so webbed, be left a prey?  
Perhaps you know as well as they  
How hard it is to fly away,

When once the spider hath you.  
You save the guileless nursemaid. Then  
Protect these still more simple men,  
And from the fatal Siren's den  
Deliver them, SIR MATTHEW!

**MOST "REGRETTABLE INCIDENT."**—Some-  
how the Boers, when even utterly routed,  
invariably contrive to get off with their  
guns. We have only captured one big gun  
—and he is out at St. Helena.

**"CHRONIC!"**

[Temperature, on July 16th and 19th, over 92°  
in the shade.

N.B. — In popular phraseology the term  
"Chronic" appears, in defiance of the dictionaries,  
to have acquired the meaning of *extraordinary* or  
*excessive.*]

THE papers give advice ironic,  
How to keep cool in all this blaze,  
When (to repeat a 'busman's phrase)  
"The temperature is something chronic!"

"Keep cool," I read with glance sardonic,  
"By bidding all your worries cease!"  
I might in piping times of peace—  
To-day 'tis piping hot, 'tis "chronic!"

"Keep cool," and take a mental tonic  
By thinking how Cooked Tourists toil  
Round Paris, and New-Yorkers broil!  
But our shade-readings still keep  
"chronic!"

"Keep cool, and drink no beer Teutonic,  
Nor alcohol in any form,  
And seek no port, until a storm  
Shall clear the atmosphere that's  
"chronic."

"Keep cool; avoid the histrionic,  
The omnibus, the underground;  
Wear flannels, bathe the whole day  
round,  
And then you'll feel the heat less  
"chronic!"

I can but, in reply laconic,  
Observe that all things have an end;  
This sultry weather soon will mend  
However hot, it can't be chronic?

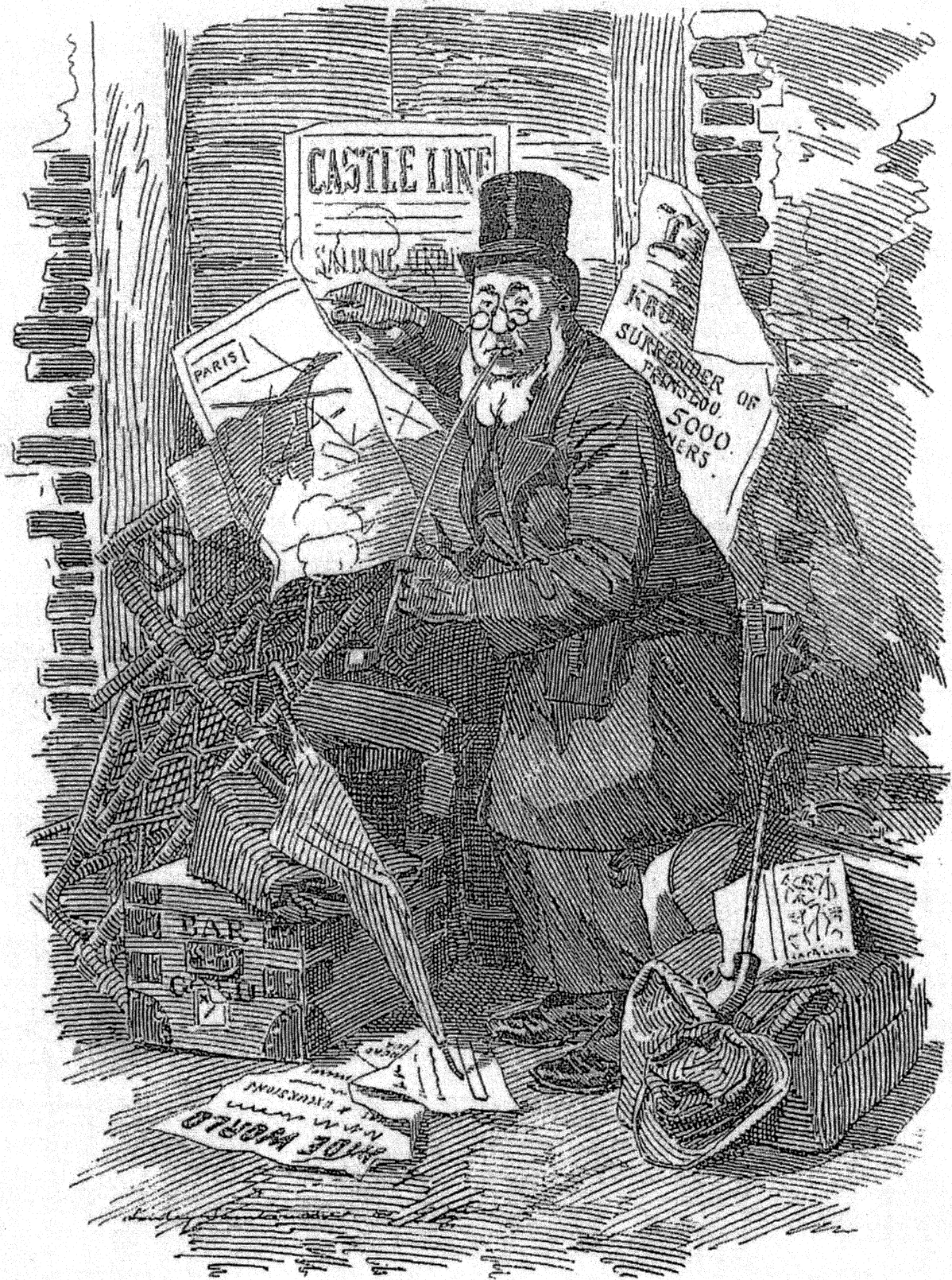
**AT THE LYCEUM.**—On the 25th Sir  
HENRY'S season terminates. If the ther-  
mometer be, as lately, at 95 in the  
shade what a warm reception he will  
have! He is to play *Shylock*. *Antonio*  
will lose pounds of flesh in this heat before  
*Shylock* "can say knife." And the  
programme is to be gone through *twice*  
on that day! Poor SIR HENRY! What  
will be left of him!

**FASHIONS FOR JULY.**—Straw hats are  
being worn in London. Straws show  
which way the wind blows—would they  
had a chance of doing it!—but, anyway,  
straws show how tropically hot it is. So  
do the straws in Sherry Cobbler. My ice!  
what weather!

**FINES BELGICA.**—"Directly the verdict  
in the *SPIDO* case was known at Ostend  
the *Kursaal* hoisted the Union Jack." Of  
course this was in honour of the British  
sovereign, always rapturously received in  
Belgium.

**AN UNHAPPY FACT.**—The "Mailed Fist"  
in China was met by the Boxers.

**NOTE.**—Jersey and Guernsey riflemen  
Pic'hey captured all last week.



### HAPPY THOUGHT!

Com Paul. "Um! This place is so over-run with English. I think I'll go and see the Paris Exhibition. They tell me there ain't any there!"

KINDNESS TO ANIMALS.

V.—THE NEWSBOY.

"THE newsboy is a nuisance," so  
The thoughtless people say.  
"He comes along at dash, you know,  
And strikes our life away."

O want of wit, O foolish folk!  
Repeat ye and be wise;  
And do not rashly yearn to choke  
A blessing in disguise.

Let patience lend her noble help,  
For patience is a gem;  
The cure of news-purveyors' yelp  
Is cultivating plegem.

Who meets the "hextry-spesbull" yell  
Serene and undismayed  
Will never shrink from shot and shell  
If England needs his aid.

So you should thankful be and glad,  
And discipline your soul,  
Since what you think will drive you mad  
Is helpful on the whole.

One other detail by the way:  
Unbacked by helping youths,  
How could the evening papers, pray,  
Disseminate articles?

Now falsehoods exercise our wit,  
And keep us calm and cool;  
They make us careful—just a bit,  
And cautious—as a rule.

And if productive thus of good,  
We must encourage those  
Who spread them widely, as they should—  
Why treat them as our foes?

But should your tortured nerves require  
Peace, peace at any price,  
You may accomplish your desire  
By taking my advice.

Just catch the newsboy in the streets  
(An easy thing, no doubt);  
Then fill his mouth with sticky sweets,  
And he may cease to shout. F. E.

"EXCEEDING SMALL."

(Questions that would have been asked had  
the House been sitting.)

DID WILLIAM SNOOKS, letter-carrier of  
Ruckardown, County Down, cut a black-  
thorn walking-stick in his back-garden  
with the sanction of the Postmaster-  
General, before attending an Orange de-  
monstration at Taranovus; did he attend  
the said Orange demonstration with the  
permission of the Postmaster-General;  
and was he present at the same demon-  
stration with the said blackthorn walk-  
ing-stick?

Is the plain gummed paper attached to  
sheets of postage-stamps intended as a  
substitute for sticking-plaster, and if so,  
for what kind of cuts; how much does the  
Post Office make a year through its rule  
that, in repeating telegrams, any fractions  
of a penny less than a half-penny are



VOLUNTEER MANŒUVRES.

"WELL, THEY'VE SERVED US OUT WITH SUN-HATS AT LAST; AN' NOW LOOK AT THIS!"

charged as a half-penny; and how many that "There's hair," be forwarded to  
fractions of a penny in this event are less Major-General BARNES-POWELL?

Where were the buttons and button-  
holes in the tunics of the Irish Constabu-  
lary made; are there always the same  
number of buttons as button-holes; and  
were the button-holes made before the  
tunic, or vice versa?

Will steps be taken to revive the Cornish  
language, and to instruct an adequate  
number of teachers of that form of speech;  
and will the hon. Member for Bodmin be  
recommended to defend his pro-floor policy  
to his constituents in the original tongue  
of their ancestors?

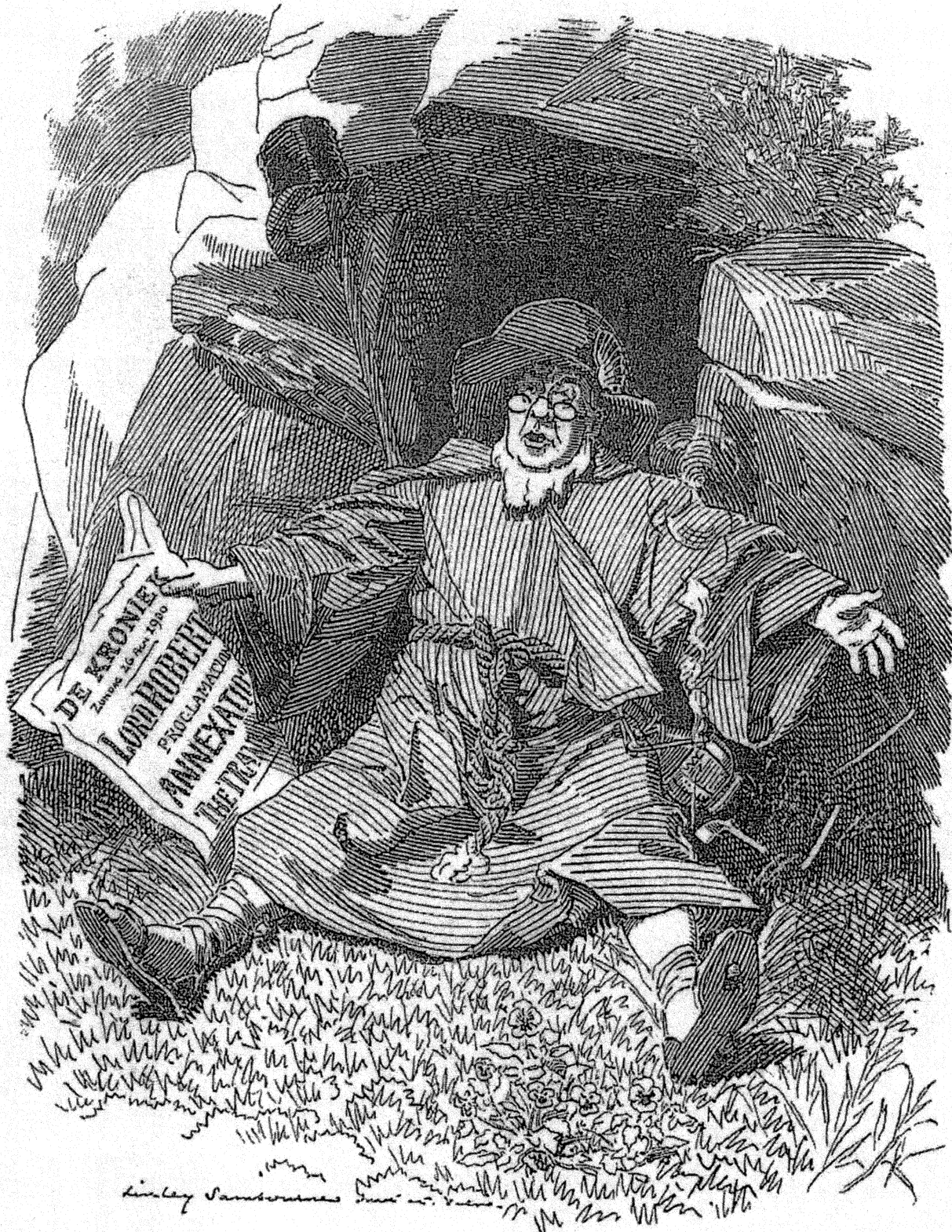
Will Mr. KUGGER's whiskers, which are  
understood to have been lately removed  
by the Presidential barber, and to be  
valued at £100, be secured for the British  
nation; and will a telegram, to the effect

Will General RUSSELL be advised to put  
silk on the tail of DE WER's pony, and thus  
induce his rider to remain within the  
British cordon?

Are three glow-worms, each of one-third  
candle power, as recently carried by a  
eyelidist at Winchester, a light within the  
meaning of the Act? And under such  
circumstances need the eyelidist alight?

When is a gate not a gate? Is the "open  
door" at the present moment a "nasty  
jar"? And so on, and so on.

NAME AND SPECIATION—THEATRICAL.—  
Summer-like—Miss EVEL GREENE. Honey-  
moonish—Miss ROSE DEARING. In the  
Oyster Season—Madame ADELINA PATRI.  
Popular with the "blades"—Miss KATE  
CUTLER.



### THE PILGRIM'S REST.

*Pilgrim Kruger.* "FAREWELL, A LONG FAREWELL, TO ALL MY GREATNESS! KRUGER'S 'OCCUPATION' IS GONE!"

PUNCH, OR THE LONDON CHARIVARI. - September 17, 1900.



THE SINKING SHIP.

Punch Vol. 119 p. 209 September 19th 1900