

Hegemoniese Afrikanermanlikheid en die “Ander” in die voorapartheidsfase: D.C. Boonzaier se Hoggenheimerkarikatuur

*KOBUS DU PISANI**

Hegemoniese manlikheid as konstruk

Sedert manlikheidstudies ‘n dekade gelede as ‘n faset van geslagstudies op die voorgrond begin tree het, is die konsep van hegemoniese manlikheid ontwikkel as een van die instrumente om persepsies en uitdrukkings van manlikheid te ondersoek. Michael Kimmel en verskeie ander leidende navorsers op die gebied het aangetoon dat manlikheid ‘n sosiale konstruk is wat van kultuur tot kultuur verskil en ook voortdurend binne dieselfde kultuur dinamies aan die verander is.¹ Robert Connell het Gramsci se konsep van hegemonie op die terrein van manlikheidstudies van toepassing gemaak deur die ontwikkeling van hegemoniese manlikheid as teoretiese begrip.² Hegemonie dui op die kulturele dinamika waardeur ‘n bepaalde groep ‘n leidende posisie in die samelewing verkry en behou. Hegemonie is nie staties nie, maar histories mobiel. Die verkryging en handhawing van hegemonie deur ‘n bepaalde soort manlikheid in ‘n samelewing is die uitkoms van ‘n proses van mededinging. Dit was ook die geval in die Afrikanersamelewing.

-
- Prof. J.A. du Pisani (gskjadb@puknet.puk.ac.za) is professor in geskiedenis in die Skool vir Sosiale en Owerheidstudies aan die Potchefstroomse Universiteit vir CHO. Sy mees onlangse publikasie is J.A. DU PISANI, “Puritanism transformed. Afrikaner masculinities in the aparthe and post-apartheid period” in R. MORRELL (ed.), *Changing men in Southern Africa* (London: Zed Books, 2001) en “Mythmaking and hegemonic masculinity in Afrikaner nationalist mobilisation, 1934-1948” in S. DUDINK, K. HAGEMANN en J. TOSH (reds.), *Masculinity in politics and war: rewritings of modern history* wat in 2003 by Manchester University Press in Brittanje sal verskyn. Hy is tans besig met navorsing oor omgewingsgeskiedenis en verwoestyning in Suid-Afrika.
1. Kyk die inleiding van M. KIMMEL en M. MESSNER (eds), *Men’s lives* (Boston, Allyn & Bacon, 3rd edition, 1995).
 2. R.W. CONNELL, *Masculinities* (Cambridge, Polity Press, 1995), p. 77. *Historia*, 47(2), November 2002, pp. 584-601.

Die Afrikanernasionalistiese manlikheidsideaal, gebaseer op Christeliek-nasionale waardes, is oor 'n tydperk gekonstrueer en het geleidelik groter aanhang en uiteindelijke hegemonie in die Afrikanersamelewing verwerf.³

Die “Ander” as teoretiese konsep

In die psigologie is die “Ander” reeds geruime tyd 'n vakwetenskaplike term. Dit word in die algemeen gedefinieer in terme van alles en almal buiten die self, dus die totale psigologiese omgewing waarbinne 'n individu hom- of haarself bevind. G.H. Mead het die “Self” gedefinieer as voorwerp van bewussyn. As gevolg van ervarings van buite die self, leer 'n persoon om aan hom- of haarself te dink as 'n voorwerp en begin houdings en gevoelens oor hom- of haarself ontwikkel. So ontwikkel selfbewussyn teen die agtergrond van die sosiale konteks waarbinne sosiale kommunikasie plaasvind. 'n Persoon word 'n “Self” in die mate waartoe hy of sy in staat is om die houdings van ander in te neem en teenoor hom- of haarself op te tree soos die “Ander” teenoor hom of haar sou optree.⁴

Die “Self-Ander”-verdeling het via die psigoanalise na ander dissiplines deurgesypel. In die postmoderne tydperk het die konsep van die “Ander” 'n belangrike plek in die literêre teorie ingeneem. Onderliggend hieraan is die persepsie dat die werklikheid in komponente verdeel kan word, waar die een komponent 'n norm verteenwoordig met ander komponente as afwykings van die norm. Hawthorn definieer die literêr-teoretiese konsep van die “Ander” soos volg: “To characterize a person, group, or institution as ‘other’ is to place them outside the system of normality or convention to which one belongs oneself. Such processes of exclusion by categorization are thus central to certain ideological mechanisms. If woman is other, then that which is particular to the experience of being a woman is irrelevant to ‘how things are’, to the defining conventions by which one lives. If members of a given racial group are collectively seen as other, then how they are treated is irrelevant to what humanity demands – because they are other and not human.”⁵ In die literêre teorie het die konsep “Ander” veral bekendheid

-
3. Kyk J.A. DU PISANI, From Puritanism to postmodernity – changing perceptions of masculinity in the Afrikaans culture, paper, colloquium on Southern African masculinities, Univ. of Natal, Durban, June 1997, pp. 2-15.
 4. A. S. REBER, *The Penguin dictionary of psychology* (London, Penguin Books, 2nd edition, 1995), p. 526; R.J. CORSINI (red.), *Encyclopedia of psychology* (New York, John Wiley & Sons, 1984), vol. 2, p. 347.
 5. J. HAWTHORN, *A concise glossary of contemporary literary theory* (London, Edward Arnold, 1993), p. 124.

Historia, 47(2), November 2002, pp. 584-601.

verwerf deur Jacques Lacan se teorie oor die wyse waarop die subjek bevestiging van die “Self” soek in die respons van die “Ander”.⁶

Dit is duidelik dat die begrippe “Self” en “Ander” direk met ‘n persoon se konseptualisering van sy of haar identiteit verband hou. Daarom is hulle handige analitiese instrumente in die veld van geslagstudies, waar denke oor en uitdrukkings van geslagsidentiteit van besondere belang is. Ook in manlikheidstudies word die “Ander” as teoretiese konsep ingespan. Connell het met verwysing na die etnografie van die “Ander” in die koloniale tydperk aangedui hoe manliheid negatief gekonstrueer kan word deur die produksie van die “Ander”.⁷ In teenstelling met die “Self” binne die opset van die dominante of hegemonesse vorm van manlikheid, kan die “Ander” verskillende kategorieë insluit: vroue, homoseksueles, ”verwyfde mans”, en mans wat behoort tot ander rasse, etniese groepe, sosiale klasse, ideologiese oriënterings en godsdienste.

Historiese konteks van die Hoggenheimerspotprente

Die Hoggenheimerfiguur was ‘n skepping van D.C. Boonzaier⁸, wat van 1915 tot 1940 spotprenttekenaar van *De Burger*, later *Die Burger*, was. Hoggenheimer se naam is ontleen aan dié van ‘n ryk vastelandse finansier wat ‘n karakter in ‘n minder bekende Engelse operette, *The girl from Kays*, was. In Boonzaier se spotprente was Hoggenheimer die sinnebeeld van die Randse kapitalisme as invloedryke mag in die Suid-Afrikaanse politiek van die tydperk.⁹

In die tydperk waarin Boonzaier sy Hoggenheimerspotprente die lig laat sien het, het die prosesse van verstedeliking, sosiale transformasie en politieke magsmobilisering in die Afrikanersamelewing hand aan hand geloop. Op die politieke terrein was die hoofstryd in die blanke politiek reeds sedert Uniewording in 1910 tussen ‘n meer inklusiewe Suid-Afrikanisme, wat die politieke samewerking van Afrikaanssprekendes en gematigde Engelssprekende Suid-Afrikaners nagestreef het, en ‘n meer eksklusiewe Afrikanernasionalisme, wat die “volkseenheid” van alle Afrikaners wou

6. J. LACAN, *Ecrits. A selection* – vertaal deur Alan Sheridan (London, Tavistock, 1977), pp. 172, 194.

7. R.W. CONNELL, *Masculinities*, p. 30 e.v.

8. D.C. Boonzaier (1865-1950) is in die Carnarvondistrik gebore en het as seun na Kaapstad verhuis. Nadat hy by verskeie koerante werkzaam was, het hy met die oprigting van *De Burger* in 1915 voltyds spotprenttekenaar by die koerant geword totdat hy in 1940 afgetree het.

9. W.J. DE KOCK (red.), *Suid-Afrikaanse Biografiese Woordeboek* (Nasionale Raad vir Sosiale Navorsing, Pretoria, 1968), deel 1, p. 98.

herstel om politieke mag te verwerf, met as einddoel om weer 'n Afrikanerrepubliek op te rig.

Die Burger was die mondstuk van die Nasionale Party (NP), wat in 1914 gestig is as die politieke instrument van die nasionalistiese Afrikaner, met genl. J.B.M. Hertzog as leier. In 1924 het die NP die senior vennoot in 'n koalisieregering (die Pakt) saam met die Arbeidersparty geword. In 1933 het die NP en die Suid-Afrikaanse Party, onder leiding van genl. J.C. Smuts, saamgesmelt om die Verenigde Party te vorm. Die regtervleuel van die NP het onder leiding van dr. D.F. Malan weggebreek en die "Gesuiwerde" Nasionale Party gevorm. Na die 1934-verkieping was die VP die regering en die NP die amptelike opposisie. *Die Burger* as spreekbuis van die nasionalistiesgesinde Afrikaners se vyand was nie net die Britsgesinde imperialiste en jingoes nie, maar ook die voorstanders van Suid-Afrikanisme, onder leiding van Smuts, wat in die pad gestaan het van Afrikanervolkseenheid. Na 1933 was ook Hertzog en sy "Smelters" die politieke vyand van *Die Burger*.

Hand aan hand met die politieke mobilisasie van nasionalistiese Afrikaners het ook die konstruksie van 'n Afrikanernasionalistiese hegemoniese manlikheid gegaan. Saam met ander mobiliseringsinstrumente is die geslagsfaktor gebruik om Afrikanereenheid te bevorder en te konsolideer.¹⁰ Dit is nie nodig om hier verder daarop in te gaan nie. Dit is wel interessant om daarop te wys dat in politieke spotprente in *Die Burger* en ander NP-gesinde koerante, asook in die NP se verkiesingsplakkate, deurgaans van manlike beelde gebruik gemaak is om politieke mag en leierskap te suggereer. Vroulike beelde is net gebruik om bedreigings teen die Afrikanervolk, veral deur rasvermenging, te suggereer.¹¹

Binne die historiese konteks van die twintiger- en dertigerjare het die Hoggenheimerspotprente 'n bepaalde funksie vervul, wat voorts in meer besonderhede aangedui word.

Hoggenheimer as anti-Semitiese simbool

Op die een vlak was Hoggenheimer 'n anti-Joodse karikatuur. Hoewel daar selde in die teks van die spotprente daarna verwys word, word Hoggenheimer

10. Kyk J.A. DU PISANI, "Puritanism transformed. Afrikaner masculinities in the apartheid and post-apartheid period" in R. MORRELL (ed.), *Changing men in Southern Africa* (London: Zed Books, 2001), p. 158.

11. Kyk bv. die NP-verkiesingsplakkaat van 1938 oor gemengde huwelike afgedruk in *The Star*, 7 Mei 1938 en die spotprent op die vooraand van die verkiesing in *Die Transvaler*, 25 Mei 1948.

Historia, 47(2), November 2002, pp. 584-601.

se Joodsheid onmiskenbaar deur sy naam en uiterlike voorkoms, veral sy groot neus, gesuggereer.

Nasionalistiese Afrikaners was nie uit die staanspoor anti-Semities nie. Tot minstens aan die einde van die 19de eeu was betrekkinge tussen Afrikaners en Jode oor die algemeen goed. In die landelike gebiede het reisende Joodse smouse die afgeleë boeregemeenskappe bedien. Van hulle het met Afrikanermeisies getrou. Diegene onder hulle wat verafrikaans het, het as Boerejode bekend gestaan. Baie persone van Joodse afkoms is deur die ontdekking van diamante en goud na Suid-Afrika gelok. In die Zuid-Afrikaansche Republiek het veral president Paul Kruger tydens sy termyn noue betrekkinge met verskeie Jode met kapitalistiese verbintenisse gehandhaaf en ook regeringskonsessies aan hulle toegeken. Volgens Millin is God se uitverkore volk van die Ou Testament aanvanklik met ope arms deur die Boere ontvang, byna soos lankverlore broers.¹²

Dit was eers in die 20ste eeu dat anti-Semitisme onder Afrikaners begin posvat het. Die meerderheid Jode wat deur goud en diamante na Suid-Afrika gelok is, selfversekerde Jode van Duitse of Engelse afkoms met 'n vermoë om geld te maak, het toenemend jaloesie by Afrikaners uitgelok. Verla in die twintiger- en dertigerjare, toe baie Afrikaners finansieel swaargekry het in 'n ekonomie wat deur Britse en Joodse kapitaal oorheers is, is die kapitalistiese Jood met agterdog bejeën as 'n vyand van die Afrikanervolk. Na die Eerste Wêreldoorlog en toe Hitler in 1933 in Duitsland aan bewind gekom het, was daar 'n effens hoër invloed van Jode na Suid-Afrika. Teen 1936 het die Joodse komponent 4,5% van die totale blanke bevolking uitgemaak. Van die ongeveer 80 000 Jode in die land het 'n derde aan die Rand gewoon. Rondom die begin van die Tweede Wêreldoorlog het 'n paar duisend hawelose persone van Joodse afkoms na Suid-Afrika geïmmigreer.¹³

In die 1938-, 1943- en 1948-verkiesingsveldtogte het die Nasionale Party onder leiding van dr. D.F. Malan 'n verkiesingskwessie van die "Joodse vraagstuk" gemaak. Opinies in die NP oor die kwessie was uiteenlopend. Amptelik was die NP ten gunste van die beëindiging van Joodse immigrasie, omdat dit die Jode beskou het as vreemdelinge wat nie in die Suid-Afrikaanse bevolking assimileerbaar was nie. Die NP was ten gunste van die skepping van 'n nasionale tuisland vir die Jode. Malan het gesê dat sy party nie anti-

12. S.G. MILLIN, *The South Africans* (London: Constable, 2nd edition, 1937), pp. 206-208.

13. *Ibid.*, p. 208; P.W. COETZER en J.H. LE ROUX (reds.), *Die Nasionale Party, Deel 4: Die "Gesuiwerde" Nasionale Party, 1934-1940* (Bloemfontein: Instituut vir Eietydse Geskiedenis, 1986), p. 78; P.W. COETZER (red.), *Die Nasionale Party, Deel 5: Van oorlog tot oorwinning, 1940-1948* (Bloemfontein: Instituut vir Eietydse Geskiedenis, 1994), p. 218.

Joods was nie, maar dat dit bekommerd was oor die implikasies van die groei van die Joodse bevolking. Kommer is in Afrikanernasionalistiese kringe uitgespreek oor die Joodse oorheersing van die ekonomie. Op die gebied van handel, nywerheid en finansies het die Jode ondanks hulle klein getalle inderdaad buitengewone invloed uitgeoefen. Daar is geglo dat die Jode ongeërg was oor Afrikanernasionalistiese aspirasies en in werklikheid in die pad gestaan het van die Afrikaner se ekonomiese vooruitgang. NP-woordvoerders het aangevoer dat die Verenigde Partyregering nie sterk standpunt teen Joodse immigrasie kon inneem nie, omdat dit van Joodse steun afhanklik was. Organisasies van die Afrikaner-regtervleuel, soos die Gryshemde, was uitgesproke anti-Semities. Omdat die NP meegeding het om die steun van die regtervleuel, het NP-leiers “Brits-Joodse imperialisme” getipeer as die vyand van die Afrikaner. Van 1940 af is Jode nie langer toegelaat om NP-lede te word nie.¹⁴

Met sy Hoggenheimerkarikatuur het Boonzaier in die twintiger- en dertigerjare ‘n belangrike rol gespeel in die vorming van negatiewe Afrikanerpersepsies oor die Jode. Hierdie karikature was een van die sterkste uitdrukkings van Afrikanernasionalistiese afkeer in die kapitalistiese Jood. Deur jarelange herhaling moes dit ongetwyfeld ‘n belangrike impak gehad het op die groeiende anti-Semitisme in Afrikanerkringe.

Die anti-Joodse vooroordeel was op emosionele eerder as intellektuele oorwegings gegrond. Daar is byvoorbeeld geen feitelike gegewens om die persepsie te staaf dat die Jode die Afrikaner se ekonomiese vooruitgang doelbewus geblokkeer het nie. Dit was juis kapitalistiese ontwikkeling wat die werkloosheids- en armbankevraagstukke in die laat dertigerjare opgelos het. Maar vir die Afrikanerelite, wat Afrikanervolkseenheid nagestreef het ten einde politieke mag te bekom, was die “volksvreemde” Jood ‘n gerieflike sondebok vir alles wat nie in die guns van die Afrikaner verloop het nie. Die Jood was die “Ander”. Hoggenheimer het visuele uitdrukking gegee aan die sondebokidee en gehelp om dit in die Afrikanerbewussyn te vestig.

Later sou Afrikaanse besigheidsmense hierdie idee kon gebruik om “Moenie die Jode ryk maak nie” te propageer, of by implikasie “Ondersteun Afrikaanse besighede”. Hierdie gedagte is selfs in die Afrikaner-Broederbond se lidmaatskapvoorwaardes ingeskryf.

14. P.W. COETZER en J.H. LE ROUX (reds.), *Die Nasionale Party, Deel 4: Die “Gesuiwerde” Nasionale Party, 1934-1940*, pp. 78-79, 146-148; P.W. COETZER (red.), *Die Nasionale Party, Deel 5: Van oorlog tot oorwinning, 1940-1948*, pp. 218, 611-612; B.K. MURRAY & A.W. STADLER, “Van die Pakt tot die begin van apartheid, 1924-1948” in T. CAMERON en S.B. SPIES (reds.), *Nuwe geskiedenis van Suid-Afrika* (Kaapstad: Human & Rousseau, hersiene uitgawe, 1991), p. 262.

Historia, 47(2), November 2002, pp. 584-601.

Hoggenheimer as antikapitalistiese karikatuur

Boonzaier se Hoggenheimer was veral 'n antikapitalistiese karikatuur. As spotprenttekenaar het Boonzaier deur hierdie karikatuur 'n gesig en 'n persoonlikheid aan 'n abstrakte politieke idee gegee. Die doel was om by die Afrikaanse koerantleser weersin in die kapitalistiese uitbouter te verwek.

Dissosiasie is 'n belangrike element van die politieke spotprent. Die ondersteuners van die politieke party waarvan 'n koerant die mondstuk is, word deur die voortdurende herhaling van maklik herkenbare en interpreteerbare visuele beelde of simbole in spotprente gekondisioneer om die politieke vyand te identifiseer. Die "Ander", hetsy dit 'n vyandige nasie, 'n partypolitieke opponent, 'n bedreigende groep of instansie is, word eensydig karikatuuragtig uitgebeeld om hulle of as belaglik of as gevaarlik voor te stel, afhangende van die spotprenttekenaar se oogmerk. Daar word in spotprente op negatiewe eienskappe van die "Ander" gefokus.

So byvoorbeeld het David Low van die Londense *Evening Standard* in die twintiger- en dertigerjare, dieselfde tyd toe Boonzaier aktief was, in sy bekende karikature van Hitler anders as ander tydgenootlike Britse spotprenttekenaars verkies om die Duitse diktator nie as 'n vreesaanjaende bedreiger van wêreldvrede uit te beeld nie, maar eerder as 'n onskadelike dwaas of "komiese duiwel". Hoewel dit Hitler woedend gemaak het, was dit dalk teenproduktief deurdat dit Hitler aan die Britse publiek minder skadelik voorgestel het as wat hy homself uiteindelik bewys het en sodoende indirek Chamberlain se versoeningsbeleid bevorder het.¹⁵

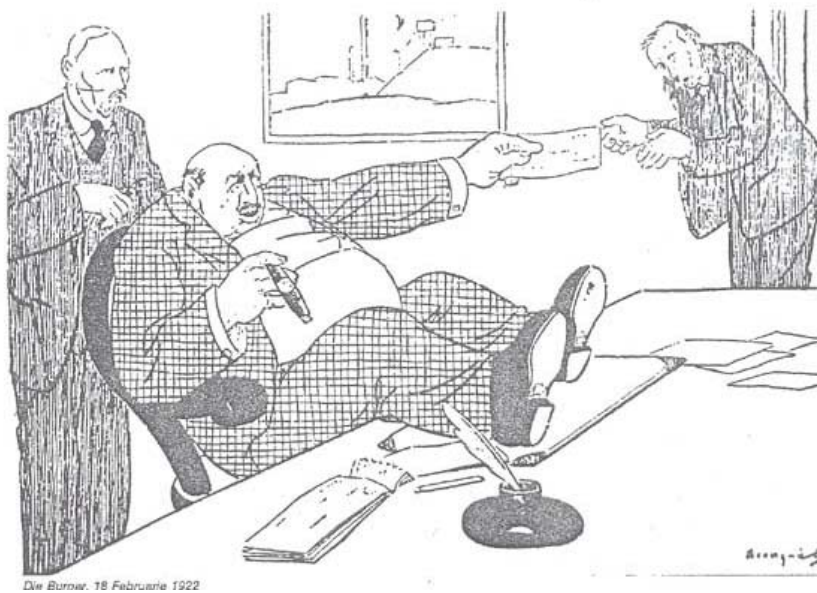
In die geval van Hoggenheimer het Boonzaier beide deur die spotprentfiguur se uiterlike voorkoms en sy optrede die Afrikanernasionaliste se dissosiasie van die Randse kapitalisme probeer bewerkstellig. Soms het Boonzaier vir Hoggenheimer as belaglik voorgestel, maar merendeels as 'n gevaarlike en bedrieglike vyand.

Uiterlik is Hoggenheimer beide as 'n "volksvreemde" figuur en 'n lelike, bykans weersinwekkende, persoon uitgebeeld. Hy is walglik vet. Sy kleredrag is uitspattiger as die gemiddelde Afrikaner s'n: Hy dra meestal 'n swart baadjie, 'n onderbaadjie wat oor sy bultende maag span, 'n geruite broek en 'n hoed op sy kaal kop. Gewoonlik is daar 'n dik sigaar in sy mond. Sy liggaamshouding is afstootlik arrogant.

Hoggenheimer se uiterlike kenmerke versinnebeeld die negatiewe eienskappe van die Randse kapitaliste, wat verder deur sy aksies in bepaalde spotprente onderstreep word. In die meeste gevalle word dit deur die ander figure in die

15. TIMOTHY BENSON, "Low and the dictators", *History Today*, March 2001, pp. 36-37.

spotprent met die nasionalistiese Afrikaners se positiewe eienskappe en waardes gekontrasteer. Enkele voorbeelde word ter illustrasie bespreek.



Die Burger, 18 Februarie 1922

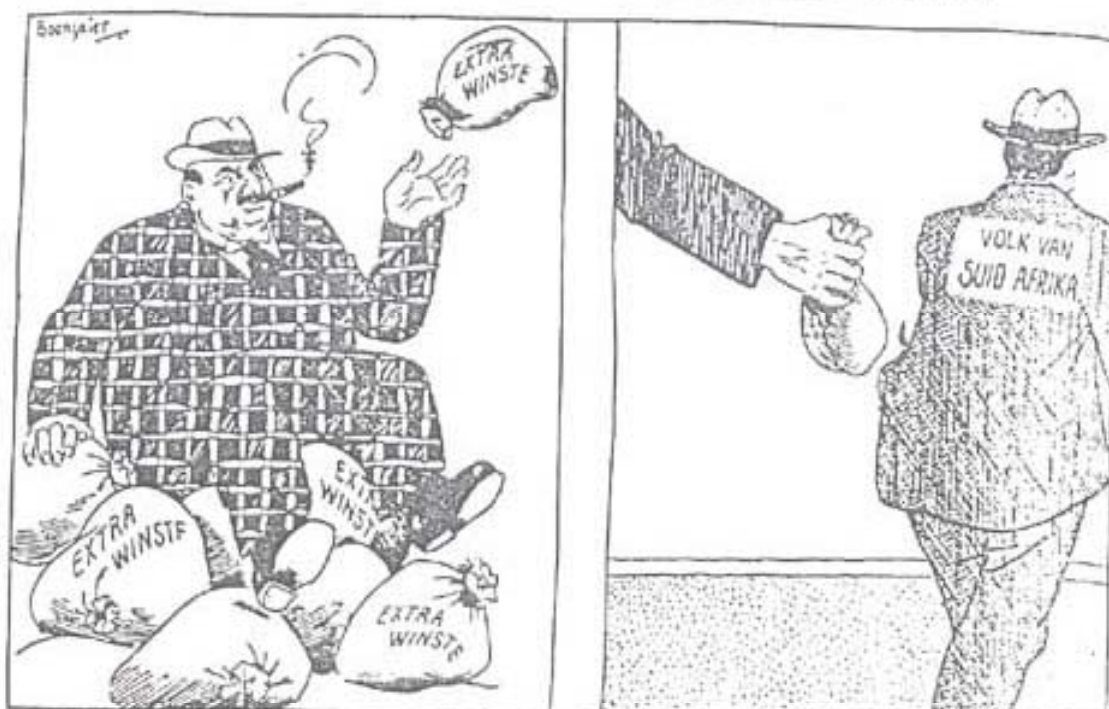
Arm ... maar geld volop!

Hoggenheimer (aan sy handlanger): Dê, hier's weer 'n paar duisend pond vir advertensies om te vertel hoe arm ek is ... en as jy meer nodig het, sê maar!

***Die Burger*, 18 Februarie 1922**

Die eerste kontras wat Boonzaier in sy spotprente belig het, was tussen die rykdom van die kapitalis en die armoede van die Afrikaner. Die vet gestalte van Hoggenheimer was simbolies van Joods-kapitalistiese welvaart. Hy teer as't ware op die vettigheid van die land. Reeds in die vroeë twintigerjare het Boonzaier hierdie welvaart deur middel van Hoggenheimer begin uitbeeld, byvoorbeeld in die spotprent hierbo wat op 18 Februarie 1922 in *Die Burger* verskyn het. Die assosiasie met die mynboubedryf is duidelik uit die prent teen die muur agter Hoggenheimer.

AS DIE S.A.P.-AGITASIE TEEN GOUD SLAAG



WIE DIE VÓORDEEL SAL TREK-

EN WAAR DIT VANDAAN SAL KÓM

In die loop van 1932 het die aandrang op die prysgawe van die goudstandaard toegeneem. Benewens die Suid-Afrikaanse Party se agitاسie daarvoor het ook diegene met mynbelange en ander kapitaliste (die sogenaamde Hoggenheimer, deur D. C. Boonzaier as 'n gesette figuur met 'n sigaar voorgestel) hulle vir die afstap van die goudstandaard beywar. *Die Burger* het egter geglo dat so 'n stap die volk van Suid-Afrika sou benadeel, terwyl Hoggenheimer finansiell daarby sou baat.

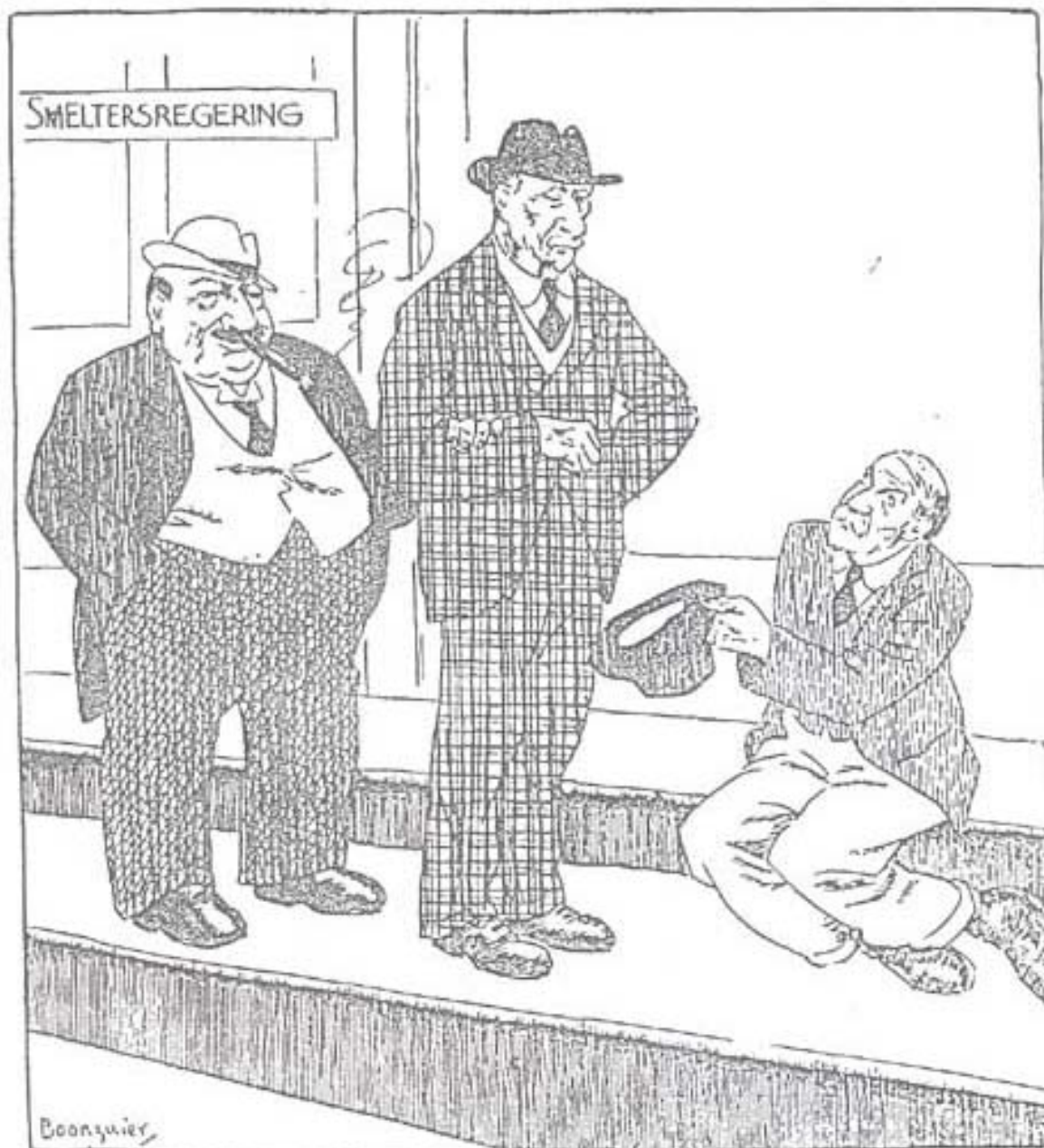
Die Burger, 20 4. 1932.

***Die Burger*, 20 April 1932**

Die Randse kapitaliste het volgens Boonzaier se siening hulleself verryk ten koste van die volk van Suid-Afrika. Dit word uitgebeeld in die spotprent hierbo, wat op 20 April 1932 in *Die Burger* verskyn het. Die mynmagnate het die Suid-Afrikaanse Party se standpunt ten gunste van Suid-Afrika se afstap van die goudstandaard gesteun. Volgens die Nasionale Party sou so 'n stap mynboubelange bevoordeel, maar die breër Suid-Afrikaanse bevolking benadeel. Die spotprent wys dat Hoggenheimer groter winste behaal deur geld uit die sakke van gewone Suid-Afrikaners te neem.

'n Spotprent uit *Die Burger*, gedateer 19 Junie 1935, toon Hoggenheimer en Smuts (toe medeleier van die Verenigde Party) wat arm in arm verby 'n bedelende Afrikaner op die sypaadjie stap. Smuts sluit sy oë vir die armbankevraagstuk, terwyl Hoggenheimer anderpad kyk sonder enige belangstelling in die Afrikaner se materiële nood.

HOE HY DIE BOER SKILDER



Die Burger, 19.6.1935

Hierdie spotprent sluit aan by heersende persepsies onder nasionalistiese Afrikaners in daardie tyd. In die era van die armblanke is rykdom dikwels in Afrikanerkringe tot 'n ondeug en armoede tot 'n deug verhef. In Afrikaanse romans (byvoorbeeld *Ampie* en *Hans-die-Skipper*) en verhale in Afrikaanse tydskrifte soos *Die Huisgenoot* is die adel van armoede uitgebeeld. Daar is in Afrikanernasionalistiese kringe beklemtoon dat die feit dat 'n kwart van die

Historia, 47(2), November 2002, pp. 584-601.

Afrikaners deur armoede in die gesig gestaar is, nie aan inherente swakheid of minderwaardigheid toegeskryf kon word nie, maar wel aan verowering, onteiening en uitbuiting deur die Britse imperialistiese veroweraars sedert die Anglo-Boereoorlog.¹⁶ In die spotprent is dit duidelik dat die Afrikaner wel hoed in die hand verleë staan, maar steeds sy waardigheid en trots behou.

Taylor toon aan hoe Afrikanernasionalistiese agente tussen 1932 (toe die Carnegieverslag oor die armblankevraagstuk die lig gesien het) en 1942, selfs toe blanke armoede nie meer 'n krisis was nie, die armblankevraagstuk toegeëien en gepolitiseer het. In die NP is gepraat van “ons armes”. Die beeld van die verarmde Afrikaner, wat nie kan werk kry nie, is gekontrasteer met dié van die ryk Engelsman en Jood (soos in die spotprent hierbo). Veral tydens die Ossewatrek van 1938 is Afrikanerarmoede in die hede gekoppel aan al die lyding van die volk in die verlede. Die sterkste verenigende en mobiliserende oproep wat van die feesvierings uitgegaan het, was die verbintenis om die arm Afrikaner te red, uitgedruk deur die Reddingsdaadgedagte onder die slagspreuk “ ‘n volk red homself’”.¹⁷

‘n Tweede kontras wat van tyd tot tyd deur Boonzaier belig is, is tussen die belange van platteland en stad. Stedelike Brits-Joodse kapitalistiese belange, verpersoonlik deur Hoggenheimer, is gestel teenoor die belange van die Afrikanerboer op die platteland.

Toe Boonzaier by *Die Burger* gewerk het, was die proses van Afrikanerverstedeliking ver gevorder. Weens landelike verarming het Afrikaners reeds voor die eeuwending hulle plase begin verlaat om werk in die dorpe en stede te soek. Maar vir etlike dekades, selfs nadat die meerderheid Afrikanermans die plase verlaat het, was die beeld van die eenvoudige, eerlike, standvastige, godsdienstige en hardwerkende boer as verpersoonliking van puriteinse morele waardes die primêre simbool van Afrikanermanlikheid.¹⁸ Die geïdealiseerde beeld van die boer het die Afrikaner se romantisering van die landelike verlede uitgedruk. Afrikanermanlikheid, bedreig deur die moderne hegemoniese manlikheid van

16. J.H. COETZEE, *Verarming en oorheersing* (Nasionale Pers, Bloemfontein, 1942), pp. 55, 56, 59.

17. J. TAYLOR, “Our poor: the politicisation of the Poor White problem, 1932-1942”, *Kleio*, 24, 1992, pp. 40-64.

18. J.A. DU PISANI, *Persepsies van manlikheid in die Afrikanergemeenskaps*, 1935-1995, referaat, SAHV-konferensie, UP, Pretoria, Julie 1997, pp. 9-12.

die kapitalistiesgesinde Engelse elite in die stede, het vir geruime tyd ‘n konserwatiewe en antimoderne inslag behou.¹⁹

Die tweede geslag stedelike Afrikaners het die stad as tuiste aanvaar en ‘n eie Afrikaanse stedelike kultuur ontwikkel. Moderniserende invloede het die stedelike Afrikaner se denke en leefwyse geleidelik verander.²⁰

Malan en sy “Gesuiwerde” Nasionale Party moes hierdie veranderinge in die Afrikanersamelewing verreken. Ten einde Afrikanervolkseenheid te bewerkstellig sou beide landelike en stedelike belange geakkommodeer moes word. Daar is gepraat van die Afrikaner se Tweede Trek, hierdie keer na die stede toe. In sy Geloftedagtoespraak by Bloedrivier in 1938 het Malan die Tweede Trekkonsep gebruik vir ‘n oproep dat die stede vir die Afrikaner verower moes word. Die geleentheid moes aangegryp word om die Afrikaner se volksaard in die stede in te dra.²¹

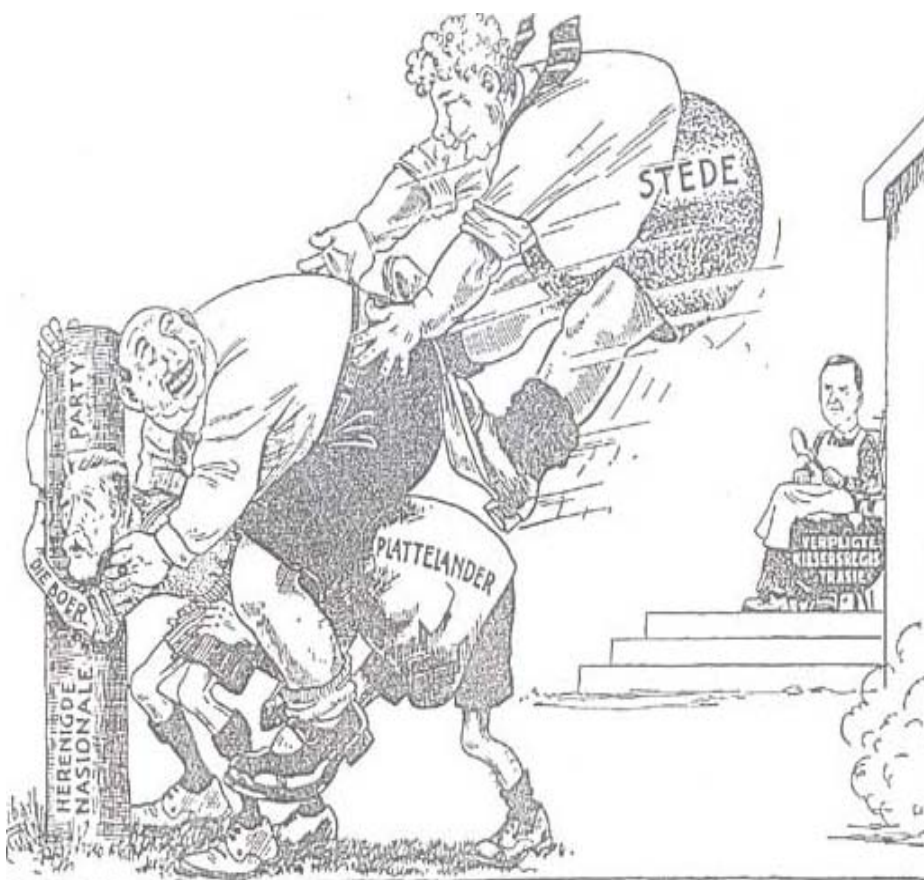
Die belange van die Afrikaanse landelike boeregemeenskap moes egter nie verwaarloos word nie, aangesien hulle steeds die ruggraat van die NP se ondersteunerskorps gevorm het, veral in die Kaapprovinsie waar *Die Burger* gelees is. Die volgende spotprent, wat in *Die Burger* van 13 April 1940 verskyn het, het die NP (toe bekend as die Herenigde Nasionale Party) se standpunt ondersteun dat kieserregistrasie onder die Smutsregering die stede ten koste van die platteland bevoordeel het.

19. Kyk S. SWART, “A conservative revolution: Republican masculinity and the 1914 Boer Rebellion” (referaat, colloquium oor manlikhede in Suider-Afrika, Universiteit van Natal, Durban, 2-4 Julie 1997).

20. J.A. DU PISANI, “Puritanism transformed. Afrikaner masculinities in the apartheid and post-apartheid period” in R. MORRELL (ed.), *Changing men in Southern Africa*, p. 158.

21. Hierdie aspek het wye aandag in die literatuur geniet. Kyk o.m. A. COETZEE, *Die opkoms van die Afrikaanse kultuurgedagte aan die Rand, 1886-1936* (Afrikaanse Pers, Johannesburg, ca. 1937), p. 327; D.F. DU TOIT MALHERBE, *Afrikanervolkseenheid* (Bloemfontein, Nasionale Pers, 1942), p. 18; C.M. VAN DEN HEEVER, *Die stryd om ewewig. Opstelle oor ons strewe na kulturele selfstandigheid* (Nasionale Pers, Kaapstad, 1941), pp. 163, 266; F.A. VAN JAARVELD, *Stedelike geskiedenis as navorsingsveld vir die Suid-Afrikaanse historikus* (Johannesburg, RAU, 1973), pp. 57-58; T.R.H. DAVENPORT, *South Africa: a modern history* (Macmillan, 4th edition, Houndmills, 1991), p. 292; D. O’MEARA, *Volkskapitalisme. Class, capital and ideology in the development of Afrikaner nationalism, 1934-1948* (Cambridge, University Press, Cambridge 1983), pp. 165-166; H. ADAM en H. GILIOME, *The rise and crisis of Afrikaner power* (University of California Press, Berkeley, 1979), p. 156.

Historia, 47(2), November 2002, pp. 584-601.



Die Burger, 13 April 1940

Hier word die stad in 'n negatiewe lig uitgebeeld as die tuiste van kapitalistiese belange. Hoggenheimer en sy stedelike bondgenote word uitgebeeld as onderdrukkers wat dreig om die arme boere en plattelanders in die grond te boor. Die HNP as enigste steunpilaar help die boere om staande te bly.

Hoggenheimer as samesweerder met die Afrikaner se vyande

In die politieke spotprent word die assosiasie van verskillende politieke vyande, wat saamspan teen die eie party se belange, dikwels uitgebeeld. Boonzaier het in talle spotprente uitdrukking gegee aan die idee dat Hoggenheimer, die kapitalis, kop in een mus is met die ander vyande van die Afrikaner.

'n Tipiese voorbeeld is die volgende spotprent, wat op 22 November 1933 in *Die Burger* verskyn het, op 'n tydstip toe Hertzog se deel van die Nasionale Party besig was om met Smuts se Suid-Afrikaanse Party saam te smelt.



Die Burger, 22 November 1933

Die spotprent beeld Smuts se beweerde vriendekring uit. Saam met Hoggenheimer die kapitalis is daar die rassehater wat gelyke taalregte vir die Afrikaner opponeer, die jingo en die imperialis wat Britse belange vooropstel, en die “nie-blanke” Suid-Afrikaner, anders as die ander sonder enige spesifieke banier. Die implikasie is dat al die groepe wat op die spotprent verteenwoordig word, teen die Afrikaner saamspan. Hulle is dus die “Andere”. Hoggenheimer is deel van ‘n anti-Afrikaanse alliansie. Die “suiwer” Afrikaner word gewaarsku om nie met die samesmelters saam te gaan in ‘n volksvreemde alliansie nie.

Hoggenheimer as bondgenoot van Smuts

In ‘n sekere sin was die kapitaliste, jingoes, imperialiste en nie-blankes nie die NP en *Die Burger* se primêre politieke vyande nie. Die primêre vyand was eerder andersdenkende Afrikaners. Aanvanklik was dit Botha, Smuts en die Suid-Afrikaanse Party. Later was dit Smuts, Hertzog en die Smelters in die Verenigde Party. Die SAP en die Smelters het eksklusiewe Afrikanernasionalisme ten gunste van ‘n breër blanke Suid-Afrikanisme teengestaan. Dit was hulle wat steun van die NP kon wegtrek en in die pad van Afrikanervolkseenheid gestaan het. Hulle politieke ideale moes eers

Historia, 47(2), November 2002, pp. 584-601.

oorwin word, voordat die kapitaliste, Britsgesindes en nie-blankes deur 'n verenigde Afrikanerdom aangepak kon word.

Dat so geredeneer is in die Afrikanernasionalistiese *realpolitik* van die tyd, blyk ook duidelik uit Boonzaier se Hoggenheimerspotprente. In die meeste gevalle was die negatiewe uitbeelding van Hoggenheimer daarop gemik om Smuts, en in 'n mindere mate later ook Hertzog, by te kom. Dit blyk reeds uit die eerste en die vorige spotprente. In die volgende spotprent, wat in *Die Burger* van 25 Junie 1922 gepubliseer is, toe Smuts se Suid-Afrikaanse Party aan bewind was, word Smuts en Hoggenheimer letterlik as kop in een mus uitgebeeld.



Die wat agter die deur staan

Die Jannie-kop aan die Hoggie-kop: Dink jy nie daardie twee sal ook een van die dae inensmelt nie?

***Die Burger*, 25 Junie 1922**

Na samesmelting en die verkiesingsoorwinning van die Verenigde Party het die volgende spotprent op 5 Januarie 1935, voor die aanvang van daardie jaar se parlamentsitting, in *Die Burger* verskyn. Dit suggereer dat Hertzog eintlik maar ‘n agterryer van Smuts en Hoggenheimer geword het.



Die Afrikanernasionalis se respons op Hoggenheimer as die “Ander”

***Die Burger*, 5 Januarie 1935**

Kom ons keer terug na Hawthorn se definisie van die ander: “To characterize a person, group, or institution as ‘other’ is to place them outside the system of normality or convention to which one belongs oneself. Such processes of exclusion by categorization are thus central to certain ideological mechanisms.” Dit is ook toepaslik op Boonzaier se Hoggenheimerkarikatuur. Boonzaier wou aandui dat die Afrikanernasionalis hom moes distansieer van Hoggenheimer en sy vriende, veral ook van Smuts. Oor ‘n periode van

ongeveer twintig jaar is die Hoggenheimerbeeld aangepas by veranderende politieke situasies, maar die basiese boodskap het dieselfde gebly: Bly weg van Brits-Joodse kapitalisme, jingoïsme en imperialisme, en van enige Afrikanerleier wat hom enigsins met hulle saak assosieer. Hulle is die Afrikanernasionalis se “Andere”.



Die Burger, 18 Mei 1938

Die laaste spotprent, uit *Die Burger* van 18 Mei 1938, beeld die ideale respons van die Afrikanernasionalis uit op die versoeking om by die Suid-Afrikaanse Party en later die Verenigde Party aan te sluit. Dit dien volgens Boonzaier se uitbeelding eintlik die belange van die kapitalistiese Hoggenheimer en die Britsgesinde jingo wat oor sy skouer kyk, wanneer iemand afdraai op die pad van die Verenigde Party. Fier en trots kyk die Afrikaner Hoggenheimer in die oë en se “Nee, ik bly Nasionaal”, terwyl hy op die reguit pad van Nasionalisme voortstap. Deur hom te distansieer van die “Ander” bevestig hy sy “Self” as Afrikanernasionalis. Dit is, volgens Boonzaier, “die regte ding om te doen”.²²

Hierdie fiere Nasionalis is duidelik ‘n man na Boonzaier se hart. Hy verteenwoordig die ideaal van ware manlikheid. In die uitbeelding van die

22 . *Die Burger*, 18 Mei 1938.

uiterlik netjiese en trotse Afrikaner word ook die innerlike morele waardes van die Christelik-nasionale Afrikanerdom gesuggereer. Dit is 'n eenvoudige eksplisiete uitbeelding van alles wat in daardie stadium implisiet met hegemoniese Afrikanermanlikheid geassosieer is.

Deur die langdurige gebruik van die Hoggenheimerkarikatuur as 'n eenduidige visuele simbool het Boonzaier bepaalde anti-Semitiese, antikapitalistiese en anti-Smutspersepsies in die psige van Afrikanernasionaliste gevestig en sodoende sy bydrae tot Afrikanernasionalitiese mobilisering gelewer. Hierdie persepsies het sekerlik ook 'n rol gespeel in die NP se verkiesingsoorwinning in 1948, wat Boonzaier self nog kon beleef al het hy reeds agt jaar vroeër afgetree.

Abstract

Hegemonic Afrikaner masculinity and the 'Other' in the pre-Apartheid phase: D.C. Boonzaier's Hoggenheimer caricature

The objective in the article is to indicate how the concept of the 'Other' can be used as an analytical instrument in an investigation into the construction of hegemonic masculinity. It is done in the context of an analysis of the facets of D.C. Boonzaier's cartoon character Hoggenheimer in *Die Burger*.

First there is a brief theoretical introduction on hegemonic masculinity and the concept of the 'Other'. There is also a brief sketch of the context in which Boonzaier operated as a cartoonist. Then follows a few traits of the Hoggenheimer character in specific relation to the manner in which the 'Other' was used in the twenties and thirties of the twentieth century in Afrikaner nationalist circles in the process of constructing hegemonic Afrikaner masculinity.