

Die groot drie: 'n Eeu van spotprente in *Die Burger* 1915–2015.

François Verster. Kaapstad: Penguin Books, 2016. 200 pp.

ISBN: 978 1 77609 018 1 (druk).

ISBN: 978 1 77609 019 8 (ePub).

DOI: <http://dx.doi.org/10.17159/tvl.v53i2.18>

Enigeen met 'n gesonde belangstelling in nuus, veral van 'n politieke aard, behoort vertrouwd te wees met die trefkrag van 'n goeie spotprent. Waar woorde soms te min is, kan visuele satire en karakterisering die tydsgees besonder effektief vasvang. Dit is duidelik uit dr. François Verster se versamelbundel van spotprente deur *Die Burger* se “groot drie”—D. C. Boonzaier, T. O. Honiball en Fred Mouton. Die teks dra op 'n treffende wyse die waardevolle rol wat spotprente, as deel van 'n nuuspublikasie se redaksionele kommentaar, speel, oor.

Verster, wat *Die groot drie* deels op sy akademiese studies oor spotprente gebaseer het, was vantevore 'n staatsargivaris en ook Naspers se argivaris en geskiedskrywer. Met hierdie teks voeg hy waarde by tot die geskiedskrywing oor Naspers en *Die Burger*, maar ook oor Suid-Afrika as geheel. Dit is egter vanuit die staanspoor duidelik dat Verster nie probeer voorgee dat hy 'n omvattende blik op die kunstenaars se werk bied nie. Hy gee self te kenne dat sy keuse van spotprente, hoewel goed nagevors, steeds persoonlike en dus subjektief bly (vii).

Dit is inderdaad merkwaardig dat *Die Burger* in sy eeulange bestaan slegs drie voltydse spotprentkunstenaars in

diens gehad het. Hoewel hierdie drie kunstenaars se styl en aanslag verskil, is daar tog, volgens Verster, sentrale temas en selfs karakters, wat in al drie se werk voorkom. Veral die opkoms, groei en latere ondergang van Afrikanernasionalisme word beskryf. Verster vat hierdie benadering reeds in die skrywersnota saam deur te skryf dat die hierdie deurlopende “boodskappe” die “ideale, vrese en perspektiewe van die meerderheid Afrikaners oor 100 jaar” versinnebeeld (vii). Met die teks wat die spotprente in die boek aanvul, verduidelik Verster telkens waarom 'n spesifieke toneel of karakter betekenisvol is.

'n Leser wat op soek is na 'n tematieke of chronologiese ontleding van hoe *Die Burger* of sy moedermaatskappy se politieke standpunt visueel uitgebeeld is, sal egter teleurgestel word. Die boek handel immers meestal oor die spotprentkunstenaars as individue en hoe hulle die wêreld om hulle vasgevang het, weliswaar dikwels in samewerking met *Die Burger* se redakteurs. Benewens 'n bondige inleiding en kort oorsig oor die geskiedenis van *Die Burger*, verduidelik die skrywer in meer besonderhede wat as 'n spotprent beskou kan word en hoe hierdie kuns in Suid-Afrika ontwikkel het. Die grootste deel van die boek word afgestaan aan drie afdelings met Boonzaier, Honiball en Mouton se biografieë en werk.

Dit is juis in hierdie drie afdelings dat die skrywer se uitgebreide navorsing en diepgaande kennis oor die onderwerp ten toon gestel word. Die leser word bekendgestel aan die “eiewys en

onversetlik(e)” (31) Boonzaier, ’n stoere Afrikanernasionalis, wat in 1915 by *De Burger* begin werk het. Sy prente het veral karikature van generaals Jan Smuts en Louis Botha, wat hy as Boerevolkverraaiers beskou het, gemaak. Hy was ook die skepper van Hoggenheimer, ’n “karikaturale voorstelling van die aartskapitalis”, wat so oortuigend was dat sommige lesers geglo het daar bestaan werklik so ’n persoon (25). Hierna volg Honiball, wat minder aggressief as Boonzaier was, maar wat die “subversiewe element van spotprenttekenkuns” goed bemeester het (87). Honiball was ook bekend om ’n verskeidenheid strokiesprentkarakters soos “Oom Kaspaas”, “Jakkals en Wolf” en “Adoons-hulle” (86). Mouton het vir drie jaar in die vroeë 1970s saam met Honiball gewerk, voor hy in 1975 amptelik oorgeneem het as *Die Burger* se spotprenttekenaar. In 2016 teken Mouton steeds *Die Burger* se spotprente. Deesdae is die keuse van onderwerp vir spotprente nie net afhanklik van die redakteur, of die spotprenttekenaar self nie—dit is ’n redaksionele spanpoging (143).

Verster slaag daarin om ’n boek aan te bied wat goed nagevors, maar steeds “toeganklik vir die deursneeleser” is (vii). Daar is ’n paar klein irritasies, soos die weglating van datums by sommige spotprente wat die kontekstuele lees daarvan bemoeilik. Soms is dit ook nie duidelik wat die volgorde van spotprente se plasing gemotiveer het nie. Desondanks behoort die leser steeds groot behae daarin

te vind om die drie spotprentkunstenaars se tekeninge met mekaar te vergelyk en om ondersoek in te stel oor die presiese historiese konteks van ’n tekening. Dit kan ’n mens dalk ure besig hou om te probeer uitpluis waar die gewraakte Hoggenheimer homself bevind, wie of wat die aap in die skets is, of wat Mouton se miniatuur-muis nou weer kwytraak. *Die groot drie* is nie ’n boek wat van voor tot agter deurgelees hoef te word om die waarde daarvan te ontgin nie.

Verster skryf onder die laaste spotprent wat hy insluit dat die “volgende forum vir spotprenttekenaars [...] waarskynlik die kuberruim sal wees” (192). Hierdie forum bestaan reeds met die werk van Mouton, asook die spotprenttekenaars van *Beeld* en *Volksblad*, wat daaglik op die Afrikaanse internetnuusdiens Netwerk24.com gepubliseer word. Sommige spotprentkunstenaars, soos die befaamde Jonathan Shapiro (Zapiro) het hul eie webruimtes waarop hul werk ook te koop is. Die voortbestaan van spotprente is dus hopelik nie bloot gekoppel aan die lewensvatbaarheid van die gedrukte koerant nie. *Die groot drie* laat ’n mens met die gevoel dat die hartklop van ’n gemeenskap, hul sosiale omstandighede en politieke ingesteldheid, kwalik beter vasgevang kan word as in hierdie joernalistieke kunsvorm.

Marenet Jordaan
marenet@sun.ac.za
Universiteit Stellenbosch
Stellenbosch