



Patrick Van den Bosch,
stafmedewerker
onderwijs en
organisatie, Leuvense
Studentenraad LOKO

Opbouwers zijn wel! Het propagandabeleid van de Belgische Werkliedenpartij in het interbellum

In mijn licentiaatsverhandeling 'Opbouwers zijn wel! Een studie van het propagandabeleid van de Belgische politieke partijen in het interbellum, met de BWP als referentiepunt', heb ik getracht een beeld te schetsen van de evolutie van de propaganda die door de top van de Belgische politieke partijen werd gevoerd. In dit artikel wil ik vooral dieper ingaan op de Belgische Werkliedenpartij (BWP).

Het propagandabeleid van de BWP was tijdens het interbellum zeer versnipperd. In vergelijking met de andere Belgische partijen was ze echter de meest gecentraliseerde partij. Het Bureau van de Algemene Raad, vanaf 1934 omgevormd tot Partijbureau, nam zelf tal van nationale propaganda-initiatieven. De manier waarop deze propaganda werd aangepakt, kende gedurende het interbellum een grote evolutie onder impuls van enerzijds de sociaal-politieke toestand en anderzijds de vernieuwingen in de propagandamethoden.

Inleiding

De term 'propaganda' roept meestal het beeld op van duistere manipulatieve krachten, handelend vanuit een ziekelijke wil tot macht, die best wordt bestreden. Deze stelling is althans het vaakst terug te vinden in de Angelsaksische literatuur waar propaganda nog steeds de stempel van een onethische handelwijze draagt.¹ Het moreel aanvaardbare karakter van propaganda wordt echter bepaald door het doel en de middelen die de propagandist aanwendt.² Welke lading propaganda dekt, hangt af van de perceptie van elke auteur. Als men inductief te werk gaat, kan men na elk onderzoek een andere definitie van propaganda opstellen. Het is daarom ook essentieel om een onderscheid te maken tussen propaganda die wordt gevoerd door regerings- en oppositiepartijen in democratische regimes, en propaganda in totalitaire en dictatoriale regimes.

Collage van details uit verkiezingsaffiches van het interbellum

Vele auteurs die over propaganda schrijven, beginnen hun verhaal in de jaren 30. Vaak is hun visie gestoeld op voorbeelden van propaganda uit het opkomende nazi-Duitsland. Het idee dat propaganda vóór het interbellum niet bestond, klopt niet. Waar bevindt zich immers de scheidingslijn tussen propaganda, opvoeding, reclame en voorlichting? Heel veel onderzoekers hebben hierover tegengestelde meningen. De BWP richtte bijvoorbeeld de Centrale voor Arbeidersopvoeding (CAO) op. Deze omvatte onder meer een informatiedienst, het zogenaamde documentatiebureau. Volgens sommigen was dit het propagandabureau van de BWP, volgens anderen was dit helemaal niet zo. Het documentatiebureau had tot doel 'het verenigen van het materiaal aangaande socialisme' en het vormen van dossiers omtrent maatschappelijke en politieke onderwerpen. Daarnaast stond het in voor het documenteren van de verschillende partijorganismen en de leden van de partij. Elk jaar gaf het een lijst uit met alle onderwerpen waarover informatie was opgevraagd. Dit bureau leverde dus alleen informatie op aanvraag, maar deze informatie was wel steeds geschreven in de lijn van de partijstandpunten. Is dit dan informatie of propaganda? Of propaganda op aanvraag?

Het woord propaganda dook voor het eerst op in 1622 om het comité aan te duiden dat door paus Gregorius XV was samengesteld om toezicht te houden op de buitenlandse missies. De oprichting van deze Congregatio de Propaganda Fide of Congregatie ter Verbreiding van het Geloof, kan gezien worden als het antwoord op het nieuwe culturele klimaat dat werd geschapen door de protestantse Reformatie. Op het einde van de 18e eeuw werd 'propaganda' gebruikt als een soort scheldwoord om de acties van geheime genootschappen die de politieke gang van zaken wilden beïnvloeden, te benoemen. Deze connotatie bleef nog een heel stuk van de 19e eeuw leven. Pas in het begin van de 20e eeuw werd de term gebruikt om de propagandamiddelen zelf aan te duiden.³ Tijdens WO I waren het de Duitsers die vanaf 1917, ongeveer gelijktijdig met de Russen in de nieuwe Sovjet-Unie, voor het eerst op grotere schaal propaganda-acties opzetten. Voornamelijk de Vlaamse fronters namen het idee van de Duitsers over en begonnen met het verspreiden van flamingantische pamfletten in de loopgraven.⁴ Na de nederlaag van Duitsland is het niet verwonderlijk dat propaganda een negatieve connotatie kreeg. Het aantal theoretische werken dat over propaganda werd geschreven, was gedurende de jaren 20 zeer klein en in België zo goed als onbestaande. In de jaren 30 groeide dat wel, maar concreet onderzoek naar propaganda bleef tot WO II beperkt.⁵ Wel werden er reeds enkele studies uitgevoerd naar het effect van film op jongeren.

Politieke propaganda heeft, onafhankelijk van de partij die ze voert of van de tijdperiode waarin deze wordt gevoerd, enkele opvallende kenmerken.⁶ Ten eerste valt de grootschaligheid van de productie op en het potentiële bereik van grote aantallen individuen. Affiches die door de Belgische partijen in het interbellum nationaal verspreid werden in het kader van een campagne, werden gedrukt op minstens 10.000 exemplaren, soms zelfs tot op 20.000 exemplaren per affiche.

Een tweede kenmerk is de vaak uitermate georganiseerde vorm en productie van propaganda. Dit kenmerk evolueerde het meest gedurende het interbellum. Pas in de loop van de jaren 30 merkten individuele politici, en in een later stadium ook enkele politieke partijen, dat de partijpropaganda vanuit de top moest gedirigeerd en georganiseerd worden.

Ten derde wordt politieke propaganda gekenmerkt door een grotendeels onpersoonlijke relatie tussen de zender en de ontvanger, aangezien de ontvanger gewoonlijk anoniem is en niet in staat is om te reageren op de communicator. Dit geldt nog het meest voor de partijtop: de meeste politici waren weliswaar ook lokaal actief en hun propaganda kon daar soms wel de vorm van informatie-uitwisseling hebben. Er werden ook inspanningen gedaan om de mensen het gevoel te geven dat de politici dicht bij hen stonden. Wanneer de lokale afdelingen van de partijen meetings organiseerden, probeerden ze ervoor te zorgen dat er een nationaal boegbeeld aanwezig was. Vaak sprak die over een onderwerp dat door het partijbureau of de partijraad werd bepaald.

Het laatste algemeen kenmerk van politieke propaganda is de vrijwillige aard van de relatie tussen zender en ontvanger. Propaganda beïnvloedt iedere ontvanger omdat ze hem of haar op zijn minst doet nadenken. Ieder mens is in een democratie vrij om zelf te beslissen, maar kan zich laten verleiden tot datgene wat gepropageerd wordt. Vandaar de grote inspanningen van de partijen om met hun propaganda in de gratie te komen van de individuele kiezers.

Hét probleem bij het reconstrueren van het propagandabeleid van de BWP in het interbellum is de versnipperde structuur die trouwens eigen was aan alle partijen uit die tijd. De eerste pijler van de BWP bestond uit de verschillende arrondissementfederaties die tot aan WO I bijna de volle verantwoordelijkheid droegen voor de propaganda. De tweede pijler waren de verschillende geledingen (de vakbonden, mutualiteiten en coöperaties), die eigen propagandacampagnes voerden. Zij worden in dit artikel niet behandeld, evenmin als de propagandafunctie van de CAO.

Het belangrijkste centrale orgaan van de BWP was de Algemene Raad. Vanaf 1920 werd hij geleid door het Bureau dat bestond uit leden verkozen door de federaties, aangevuld met afgevaardigden van de geledingen van de BWP en met de secretaris van de Algemene Raad, Jozef Van Roosbroeck.⁷ Voor deze studie hebben we ons dan ook vooral op de verslagen van de Algemene Raad gebaseerd.

Een nieuwe start

Na WO I dienden de politieke partijen zich opnieuw te organiseren. In vergelijking met andere partijen slaagde de BWP erin haar activiteiten zonder al te veel moeilijkheden te hervatten. De eerste maanden was er voor propaganda niet al te veel oog. Naarmate de partij echter een zekere routine in haar nationale werking kreeg, ging er ook meer aandacht naar de zaken die niet optimaal werkten. Zo concludeerde de Algemene Raad in het voorjaar van 1919 dat er te weinig directe doorstroming was van het

centrale partijbestuur naar de arrondissementen. Om die reden richtte partijsecretaris Van Roosbroeck in juli 1919, vier maanden voor de parlementsverkiezingen, een verkiezingsplatform op. De bedoeling ervan was dat enkele leden van de Algemene Raad de concrete campagne voor de verkiezingen coördineerden. Hun voornaamste taak was het opstellen van een vademecum waarin de meest actuele partijstandpunten werden uiteengezet voor de regionale partijmilitanten die in het openbaar moesten spreken. Om toch een zekere vorm van eenheid te bekomen in de verkiezingspropaganda van de talloze partijafdelingen, kwamen de secretarissen van alle arrondissementsfederaties geregeld samen.⁸ Op een van die bijeenkomsten werd beslist om de partij van een nationale propaganda te voorzien. Er werden brochures gedrukt en een nationale verkiezingsmeeting georganiseerd. Ook werden in die arrondissementen waar de socialistische activiteit het laagst was, propagandatechnieken bijgebracht aan vrijwilligers. Toch vroegen de federaties aan het Partijbureau om nog extra inspanningen te doen, ze wilden dat de partijbonzen op de regionale meetings als sprekers aanwezig waren en dat de socialistische ministers campagne zouden voeren, aangezien zij door de bevolking als de verpersoonlijking van de partij werden beschouwd.

De verkiezingen van november 1919 werden binnen alle partijen, ook de BWP, grondig geanalyseerd. Hoewel de BWP als tweede grootste uit de bus kwam, werd de uitslag met gemengde gevoelens onthaald. Enerzijds waren de socialisten tevreden dat ze er sterk op vooruitgingen, anderzijds zat het hen hoog dat de katholieken nog steeds de grootste partij waren. Het propagandasysteem van de partij moest veranderd worden. Van Roosbroeck vond dat de partij te veel geld verspilde aan affiches en manifesten die slechts enkele dagen voor de verkiezingen verspreid werden. Hij stelde voor om het hele jaar door propaganda te voeren. Hij wilde een brochure op 10.000 exemplaren voor alle militanten en groeperingen in het hele land. Dit mocht geen eenmalige operatie zijn: telkens zich een nieuwe belangrijke kwestie stelde, moest er een nieuwe brochure worden gemaakt. Ook zouden speciale brochures gemaakt worden voor de 100.000 nieuwe leden na WO I.

De parlementsverkiezingen van november 1921 kwamen voor alle partijen eigenlijk te vroeg. Geen ervan was klaar om zich in de strijd te gooien. Wat de BWP betreft, had de afsplitsing van de communisten een half jaar ervoor duidelijk haar weerslag op de algemene werking en de propagandastrijd van de partij. Binnen de nationale organen werd er niet erg veel over propaganda gediscussieerd. Wel keken de leden van de Algemene Raad en het Bureau er streng op toe dat de beslissingen die genomen waren bij het evalueren van de vorige verkiezingen, goed werden nageleefd.⁹ Het eerste vademecum voor de verkiezingen was wel al negen maanden op voorhand klaar. Er volgden er nog twee, waarvan het laatste twee maanden voor de verkiezingen verscheen.¹⁰

Een trend die bij alle Belgische politieke partijen merkbaar was, was de zoektocht naar nieuwe potentiële kiezers. In de eerste plaats was het de bedoeling ook de stemgerechtigde vrouwen aan te trekken. Moeders en niet-hertrouwde oorlogsweduwen



Affiche voor de wetgevende verkiezingen van 1925.
Niets reëler dan de broodprijs om de vrouwen naar de stembus te lokken

hadden in naam van de overledene stemrecht gekregen. Ook vrouwen die door de bezetter gevangengenomen of veroordeeld waren, kregen stemrecht. Daartoe trad in 1921 het Nationaal Komitee voor Vrouwenactie in werking. Het overkoepelde de regionale vrouwenorganisaties van de BWP, maar kreeg geen inspraak in de Algemene Raad. De partij trachtte dus met een minimale inspanning een hele bevolkingsgroep achter zich te scharen met de vrouwenorganisaties als prima rekruteringsorgaan. Er werden heel wat affiches ontworpen die speciaal op die doelgroep waren gericht. Vanaf 1921 verscheen in de *Vooruit* een wekelijkse rubriek voor vrouw en kind.¹¹

Ook de jongerenbeweging, de Socialistische Jonge Wacht (SJW), was tot en met de verkiezingen van 1925 een volgzame, trouwe groep die het vurigst de ideeën van de BWP vertolkte.

Vanaf de jaren 20 begon de BWP geleidelijk aan op de gelovige arbeiders te focusen. Tot dan toe stemden de katholieken voor de katholieke partij en was de BWP antireligieus. Maar hoe meer het reformisme zich binnen de partij verankerde, hoe kleiner de barrière tussen gelovigen en niet-gelovigen werd. Ook voor deze doelgroep werden speciale affiches ontworpen.

Daarnaast keek de BWP naar het electoraat dat in Frankrijk ging werken. Via de



Affiche voor de wetgevende verkiezingen van 1929.

Vanaf de jaren 20 begon de BWP op de gelovige arbeiders te focussen. Hier wordt de klassensolidariteit benadrukt, over de levensbeschouwelijke grenzen heen.

gemeentelijke administraties spoorde ze deze kiezers op om ze persoonlijk te benaderen. Ook moesten de aan Frankrijk grenzende federaties in de Franse gemeenten affiches hangen en artikels in lokale kranten plaatsen.¹²

Federaties die het minder goed deden, werden door de partijtop ondersteund. Zo kregen Limburg en Turnhout, twee traditioneel katholieke regio's, extra subsidies van het Bureau om meer doeltreffende propaganda te voeren.¹³

Sterke oppositie, sterke propaganda

Na de verkiezingen van 1921 werd de katholiek-liberale regering-Theunis gevormd. Het feit dat de socialisten gedurende vier jaar in de oppositie belandden, spoorde hen aan tot intensieve propaganda. Niet dat ze onmiddellijk al een grootse campagne voerden, maar ze probeerden er wel voor te zorgen dat de propagandamachine bleef draaien. Zo moesten de federaties nieuwe leden blijven werven. De nationale partijorganen legden vooral de klemtoon op de versterking van de 'socialistisch achtergestelde ge-

bieden'.¹⁴ Daartoe riepen zij vanaf 1922 steeds meer de arrondissementssecretarissen bijeen. Drie prioriteiten in verband met propaganda stonden centraal. De eerste twee waren het opbouwen van een meer efficiënte propagandastructuur en de uitbreiding van de regionale propaganda, gestuurd door de nationale beleidsorganen. Als derde punt werd bijzondere aandacht besteed aan de plaats van de vrouwen in de BWP, en, in veel mindere mate, aan de propaganda om vrouwen te mobiliseren.¹⁵

Naast de Algemene Raad voerden ook de vakbonden, de mutualiteiten en de coöperaties actie voor de volgende verkiezingen. Op 19 april 1924 kwamen vertegenwoordigers van de verschillende geledingen, met name van de Algemene Raad, de Syndicale Kommissie, het Koöperatief Bureau, het Verbond van Federaties van Mutualiteitsverenigingen en de Prévoyance Sociale, samen in een zogenaamd Komitee der Vijf.¹⁶ Het stond boven de propagandaorganisatie van de federaties, oefende geen echte financiële controle uit, maar kon wel voorwaarden koppelen aan de financiële steun aan die federaties. Met de inhoud van de propagandacampagnes hield het comité zich evenmin bezig. Daarvoor kwam het Bureau van de Algemene Raad meestal met suggesties die dan werden uitgewerkt door het partijsecretariaat.

De Algemene Raad begon in 1923 met de eerste campagnes gericht op de verkiezingen van 1925. Deze werden systematisch opgedreven naarmate de verkiezingen naderden. In die periode steeg het aantal affiches en ander drukwerk enorm. De Algemene Raad vond de 'geïllustreerde aanplakbrief' een uitstekend propagandamiddel dat dus ook een esthetische en opvoedende waarde moest hebben. Er werden afficheprijskampen uitgeschreven voor kunstenaars, doorgaans echter met niet al te groot succes.¹⁷ De Algemene Raad bracht ook gadgets uit, waaronder 22 verschillende stickers met op elk een belangrijk verkiezingsstandpunt, en speldjes met het kenteken van de BWP. Speciaal voor de verkiezingen van 1925 werd een film gemaakt met een korte uiteenzetting over de inzet van de BWP en de belangrijkste argumenten tegen de klerikaal-liberale coalitie. Vermits de film als medium vrij nieuw was, lokte hij heel wat nieuwsgierigen.

Ook de partijpers mag als propagandamiddel niet uit het oog worden verloren. Sinds 1919 had de BWP een nationale partijkrant, namelijk *Le Peuple*. Een van de veel voorkomende problemen met regionale partijkranten was immers dat er vaak door de afstand tussen redactie en partij een verkeerde interpretatie kwam van partijstandpunten.¹⁸ De Algemene Raad stelde daarom richtlijnen op volgens dewelke *Le Peuple* en de regionale kranten te werk moesten gaan. Deze richtlijnen waren de facto dwingend, het was immers de partij die mee instond voor de financiering van de krant.

Wie hoog vliegt...

De verkiezingen van 1925 zorgden voor een onverhoopte winst voor de BWP. Ze behaalde met haar 39,43 % van de stemmen het hoogste aantal stemmen ooit. Na deze overwinning vormden de socialisten, samen met de christendemocratische krachten binnen de katholieke partij, de regering-Poullet-Vandervelde. Binnen deze coalitie

kenden de socialisten niets dan moeilijkheden. De oorzaak lag vooral bij de financiële crisis die België doormaakte, en bij interne moeilijkheden en problemen met de katholieke regeringspartners. Waar in de vorige electorale periode de BWP-propaganda bloeide, liepen de zaken nu enigszins anders. Persoonlijk wilde partijsecretaris Van Roosbroeck graag een campagne organiseren met meetings in het hele land, maar de arrondissementssecretarissen die reageerden op zijn oproep zeiden dat ze niet geïnteresseerd waren. Vandaar dat de intensieve propaganda die de Algemene Raad van de BWP voor de verkiezingen had gevoerd, meteen weer opgeborgen werd.¹⁹ Op de vergaderingen van het Bureau stond propaganda amper nog op de agenda. De socialisten hadden immers andere zorgen aan hun hoofd. Het verslag van de Algemene Raad aan het Congres van de BWP was tot dan toe elk jaar een toonbeeld geweest van een optimistische toekomstvisie met vele groeiomogelijkheden voor de partij. In 1926 liet de Algemene Raad in zijn verslag aan het Congres echter weten dat het een jaar van kommer en kwel was voor de partij. De BWP vreesde ook de vooruitgang die de communisten boekten. Daarom stelde Emile Vandervelde een brochure op die specifiek gericht was tegen de Kommunistische Partij van België (KPB) en het bolsjewisme.²⁰

Het einde van de socialistische regeringsdeelname kwam vlugger dan verwacht. Na het ontslag van de regering-Poullet-Vandervelde in mei 1926 werd op 20 mei 1926 een regering van nationale unie gevormd onder leiding van de katholiek Jaspar. Zij kwam echter al ten val in november 1927, naar aanleiding van het socialistische wetsvoorstel om de legerdienst in te krimpen. De BWP belandde daarna in de oppositie (en wel voor acht jaar). Ze hoopte daar het dynamisme en de eenheid terug te vinden die haar naar de verkiezingsoverwinning van 1925 had geleid. Door deze oppositiekur kon de partij wel een radicale positie innemen tegenover de regering. Maar het mocht niet echt baten, want tijdens de rooms-blauwe regering-Jaspar (november 1927 - mei 1931) kwam er een heropleving van de Belgische economie, wat de socialisten de wind uit de zeilen nam. Het lijkt er zelfs op dat de BWP geen nieuwe thema's meer vond voor een campagne. Wat opvalt, is dat de interne verhoudingen in de verschillende geledingen van de partij onder druk kwamen te staan. Zowel op de bureauvergaderingen als op de vergaderingen van arrondissementssecretarissen, was er heel wat commentaar op elkaars manier van werken en werd de andere vaak verweten niet genoeg aan propaganda te doen, of dat er zuiniger moest omgesprongen worden met de (schaarser geworden) financiële middelen.²¹

In november 1928 werd de aftrap gegeven van de campagne voor de verkiezingen van mei 1929.²² Er werden verschillende affiches, prentkaarten en flyers gedrukt. Daarnaast werd een vademecum opgesteld, speciaal gericht aan de intellectuelen. Het was de eerste keer dat de partij op die doelgroep mikte, niet geheel succesrijk trouwens. Ze voerde ook enkele nieuwigheden in uit Duitsland, zoals wimpeltjes met de initialen van de partij en zeepdoosjes.²³ Vooral de arrondissementssecretarissen kwamen tijdens hun bijeenkomsten opnieuw met voorstellen voor propagandathema's. Een van de belangrijkste inzetten van de verkiezingen bleef de strijd tegen de communisten. De verkiezingsuitslag was een verrassing: de socialisten kenden een aan-

zienlijke achteruitgang; ook de communisten leden verlies. De winst ging naar de liberalen en naar de Vlaams-nationalisten. De Frontpartij werd met andere woorden een nieuwe, hoewel nog steeds kleine, bedreigende factor voor de andere partijen.

De BWP coördineerde de actie tegen de fronters centraal, op gewestelijk vlak probeerde ze voordeel te halen uit de versplintering van de Vlaams-nationalistische groepen door hen tegen elkaar uit te spelen. Arrondissementssecretaris Robert De Tavernier (Menen) stelde voor dat de BWP in elke federatie alle strekkingen van de fronters zou herleiden tot: *“De slechtste [strekking], namelijk tot die met fascistische neiging. Zo kunnen we in elk gewest de Vlaams-Nationalisten vereenzelvigen met de anti-democratische actie. De socialistische partij en niet zozeer de liberale franskiljonsche, is de vijand waarop de fronters mikken.”*²⁴

Ook de KPB baarde de BWP zorgen. De communisten verloren weliswaar een zetel, maar ze bleven campagne voeren om arbeiders van de BWP af te snoepen. Opmerkelijk is ook dat de BWP onmiddellijk na de verkiezingen in de aanval ging tegen de christendemocratie, vooral uit vrees dat die gelovige arbeiders zou inlijven of terugwinnen.

Na de verkiezingsnederlaag wilde de BWP zich nationaal versterken. Daarom hield partijsecretaris Van Roosbroeck – met Vandervelde op dat ogenblik een van de meest invloedrijke figuren van de BWP – zich vanaf 1930 specifiek bezig met de systematische uitbreiding van de propaganda in de provincies.²⁵ De doelstelling was dubbel. Enerzijds wilde men door een goede provinciale organisatie sterker staan bij de provinciale verkiezingen die er in 1932 alweer aankwamen. Anderzijds kon men door het versterken van de provinciale werking ook de nationale propagandamachine versterken.

Nieuwe technieken en nieuwe verenigingen

Na de parlementsverkiezingen van 1929 bleef de rooms-blauwe regeringsploeg van Jaspar gehandhaafd. Door de taalproblemen en de gevolgen van de economische wereldcrisis raakte de regering-Jaspar II verzwakt; op 21 mei 1931 bood de premier het ontslag van zijn regering aan. Op 6 juni 1931 trad een nieuwe liberaal-katholieke coalitie aan onder leiding van de katholiek Jules Renkin.

Na de verkiezingen van 1929 hield de BWP zich meer bezig met propaganda in de praktijk, onder meer door het organiseren van propagandadagen. Die dagen bestonden uit voordrachten, optredens van socialistische turnclubs en zangkoren, en uit activiteiten die speciaal voor de vrouwen of de jeugd werden ingericht.

Vrouwen werden door de partij nochtans nog altijd met enige argwaan bekeken. Nog steeds vond de vrouwenorganisatie van de BWP geen gehoor bij de Algemene Raad en mocht ze enkel opvoedende propaganda voeren om de vrouwen aan de partij te binden. De jongeren van hun kant begonnen zich te roeren. De SJW vonden dat ze het recht hadden om zelf publieke standpunten in te nemen. De Algemene Raad besloot hierop om strenge sancties te nemen tegen iedereen die de partij in het openbaar aanviel. Kritiek mocht, maar dan wel binnenskamers en zeker niet in bladen of op meetings.

LE VOGEL-PICK COMMUNISTE



IL CROIT VOTER POUR LES COMMUNISTES,
IL DONNE SA VOIX A LA RÉACTION.

VOTEZ
POUR LA LISTE N° 1

22744. — Imprimerie coopérative Lucifor, directeur : E. Vanden Bussch, 8, place de la Chapelle, Bruxelles



◀ ▲ Affiches voor de wetgevende verkiezingen van 1929. De conservatieven, maar ook (en vooral) de communisten, verdelers van de arbeiders, moeten weggestemd worden.

Intussen deed ook de radio zijn intrede als propagandatechniek. In juli 1929 werd de Socialistische Arbeiders Radio Omroep voor Vlaanderen (SAROV) opgericht. SAROV was eigenlijk niets meer dan de samensmelting van vier reeds bestaande groepen van socialistische radioamateurs. De BWP zelf hield zich niet bezig met de radio, Van Roosbroeck meende dat er geen geld was voor een eigen groots radioproject. De vereniging ontving wel een jaarlijkse kleine bijdrage. Haar uitzendingen waren van cultureel-politieke aard, in de breedst mogelijke zin van het woord. SAROV bleek haast nooit aan directe verkiezingspropaganda mee te werken, maar bracht de luisteraars wel op de hoogte van de problemen waarmee de arbeiders te kampen hadden. Eventueel werden de oplossingen die de socialisten voor deze problemen hadden ook vermeld. Het was een soort 'subtiele propaganda'.

Begin jaren 30 werden in de schoot van de BWP verschillende nieuwe organisaties opgericht die de propaganda moesten versterken. Een eerste was het fonds dat in 1930 werd opgericht ter nagedachtenis van de een jaar eerder overleden socialist Jozef Wauters.²⁶ Het Fonds Wauters zou zich vooral wijden aan de socialistische pers, met name de officiële socialistische bladen en de door de CAO uitgegeven tijdschriften. Daarnaast richtte het ook plaatselijke propagandacomités op.



Affiche voor de wetgevende verkiezingen van 1929.

De lange dienstplicht was een ramp voor (vele) arbeidersgezinnen.

Met de belofte ze te herleiden tot zes maanden, moesten stemmen gewonnen worden.

Hetzelfde jaar werd ook het Fonds Matteotti opgericht, dat zich in het bijzonder richtte tegen de fascistische opgang in Europa. Enerzijds zou het vooral antifascistische propaganda voeren, anderzijds wilde het concrete hulp verschaffen aan de slachtoffers van het fascisme. Het zorgde ook voor rechtsbijstand indien nodig.

Een andere belangrijke organisatie op het vlak van propaganda was de Belgische Natuurvriendenbeweging. Deze vereniging trok een breed publiek aan dat op een 'gezonde manier' bij de BWP betrokken werd. Ze had tot doel het toerisme in al zijn vormen te propageren en het reizen van haar leden in binnen- en buitenland te vergemakkelijken. Ze probeerde de culturele opvoeding van de arbeiders te bevorderen door het inrichten van reizen, uitstappen, voordrachten, bijeenkomsten, lezingen, cursussen, vertoningen en al wat verband hield met de vrijetijdsbesteding.

Een ietwat vreemde eend in de bijt was de Militie Arbeidersverweer (MAV). Deze vereniging was in 1926 ontstaan. Ze moest de leden en de instellingen van de BWP beschermen tegen 'de machten die zich verzetten tegen het proletariaat' en de orde handhaven tijdens massamobilisaties.²⁷ Deze militie werd door anderen wel eens

gepercipieerd als de stoottroep van de BWP die zelf voor agitatie zorgde en de massa opzweepte.

Tot slot werd in 1928 ook het 1 Meifonds opgericht. De inkomsten van dat fonds werden op een evenredige manier verdeeld onder de vier belangrijkste propaganda-instrumenten: het Matteottifonds, 'de organisatie der vrouwen', de jeugdwerking en de Vrienden der Arbeidersopvoeding, een vrijwilligersgroepering die zich inliet met de werking van de CAO.²⁸

Tijd voor iets nieuws

Eind mei 1932 braken er in de Borinage wilde stakingen uit als reactie op de economische crisis. De arbeidersklasse begon duidelijk haar geloof in het socialisme te verliezen. De wilde stakingen legden op frappante wijze de kloof tussen de arbeiders en de BWP en haar functionarissen bloot. Binnen de partij groeide het besef dat er dringend moest ingegrepen worden. De tijd bleek rijp voor een nieuw plan. Het Plan van de Arbeid ontstond in de schoot van het Bureau voor Sociaal Onderzoek. Dit Bureau functioneerde naast de Algemene Raad en werd in 1933 opgericht onder leiding van Hendrik de Man. Het is niet de bedoeling het Plan van de Arbeid, dat door velen als één grote propagandacampagne wordt beschouwd, in detail te bespreken.

Aan de basis van het Plan lag de vaststelling dat het reformisme had gefaald. De kloof tussen theorie en praktijk en tussen de linker- en rechtervleugel in de partij werd steeds groter. Daarnaast was er de noodzaak om een zeer bewuste en strategisch gecoördineerde propaganda te voeren om ook de middenklasse aan te trekken.

Onmiddellijk na het kerstcongres van 1933 werd de campagne uitgewerkt. Ze zou uit drie fasen bestaan. De eerste fase was de vorming van de propagandisten, de tweede de mobilisatie van de arbeidersklasse met speciale aandacht voor de werklozen en in de derde fase moest een ware volksbeweging op de been gebracht worden, waarin alle door de crisis getroffen sociale klassen zouden betrokken worden.

Naast het Bureau voor Sociaal Onderzoek, dat als studiedienst fungeerde, werd in januari 1934 ook een Nationaal Actiecomité opgericht dat instond voor de praktische uitvoering van de Planpropaganda. Het is opvallend dat het Bureau van de Algemene Raad – dat van dan af ook Partijbureau wordt genoemd – zich op de vlakte hield over de Planpropaganda. In feite werd er meestal gewoon medegedeeld welke activiteiten of acties er voor het Plan op het getouw stonden. Af en toe werd ook van mening gewisseld over concrete propaganda-acties. Er was dus sporadisch interactie, maar de scheiding van de bevoegdheden bleef gerespecteerd. Dat wil helemaal niet zeggen dat de Algemene Raad van de BWP zelf geen propaganda meer voerde, ze deed gewoon voort met de propaganda die ze al voerde vóór het Plan.

SAROV ontpopte zich tot een goed propaganda-instrument voor de BWP. Hij zond de toespraken uit van de partijtop op meetings en voor het Plan van de Arbeid, wat voor een nog grotere bekendheid van de kopstukken zorgde. Omgekeerd was de steun van de partij aan de radio minder evident. Zo lezen we in het werk van Wilfried Ber-



Affiche voor de wetgevende verkiezingen van 1935.

Alle onheil dat (in crisistijd) op 'de kleine man' afkwam, hoopte de BWP met het Plan te bestrijden

tels, *Die dingen behoren allemaal tot het verleden: geschiedenis van de omroep in België*, dat de radiomakers zich niet gesteund voelden door de partij en dat er absoluut geen interesse bestond voor de radio.²⁹ Net als aan de jeugd- en sportgroepen werd aan de radiomakers in eerste instantie ook een zetel geweigerd in de Algemene Raad. De radio moest zieltjes winnen ten bate van de partij, maar de partij zelf deed geen grote inspanning om de geëngageerde radiomakers enigszins tegemoet te komen. De politici waren vooral bevreesd voor het gebruik van de radio als propagandawapen door de tegenstrevers. Uit het feit dat de radio meermaals op de partijagenda stond en vanaf de verkiezingen van 1932 als propaganda-apparaat van de BWP gebruikt werd, blijkt echter dat er wel degelijk interesse was voor dit medium.

Naast radiopropaganda werd ook de film als propagandamiddel aangewend. In het interbellum werden een tiental educatieve socialistische films gemaakt. Ook de grammofoonplaat was nieuw, ze werd gebruikt om de belangrijkste toespraken van top-politici voor de viering van 1 mei of voor de verkiezingen af te spelen op gelegenheden, of om ze te verkopen aan particuliere socialistische.

De propaganda in het kader van het Plan van de Arbeid werd gekenmerkt door een overvloed aan acties, gekoppeld aan een personencultus rond Hendrik de Man: hij werd een soort mythisch figuur die het volk naar nieuwe wegen zou leiden. Het Plan kreeg echter niet het elan dat De Man had verwacht en gehoopt. Enerzijds deelden niet alle partijleden het enthousiasme voor het Plan, anderzijds leed de BWP groot gezichtsverlies door het faillissement in 1934 van haar belangrijkste financiële orgaan, de Belgische Bank van de Arbeid (BBA). De partij zat uiteindelijk financieel volledig aan de grond.

In confrontatie met extremen

De parlamentsverkiezingen van 24 mei 1936 betekenden ongetwijfeld een kentering in de Belgische politiek. De extremistische partijen Rex, Vlaams Nationaal Verbond (VNV) en KPB boekten een grote overwinning ten koste van de traditionele partijen. De klap was enorm.

De verkiezingspropaganda van de socialisten was in eerste instantie niet gericht tegen extreem rechts. De BWP kwam wel tegen de Vlaams-nationalisten in het verweer, maar dit was geen agendapunt van het Bureau van de Algemene Raad. Het linkse gevaar werd in de notulen daarentegen des te meer benadrukt.³⁰ De algemene staking van 1936 die de communisten in de volle belangstelling bracht, was een belangrijke oorzaak van deze aandacht. Dit lijkt in tegenspraak met de stelling van historica Van Haegendoren dat extreem links de socialistische partij nog het minst verontruste.³¹ Toch kunnen die twee vaststellingen met elkaar verzoend worden. Immers, de laatste twee maanden voor de verkiezingen – tijdens het zwaartepunt van de verkiezingspropaganda – werd er wel aandacht besteed aan extreem rechts, meer bepaald aan Rex. Meer zelfs, de laatste dagen voor de verkiezingen ging de aandacht bijna uitsluitend naar Rex. De socialistische partij voelde dan pas echt de hete adem van Rex, niet alleen door de manifeste antiparlementaire houding van deze partij, maar vooral door het enorme succes van haar propaganda-activiteiten.

Voor de periode vóór maart 1936 gaat de stelling van Van Haegendoren niet op. De propaganda stond toen vooral in functie van het Plan van de Arbeid. Na de deelname van de socialistische partij aan de regering van nationale unie Van Zeeland (25 maart 1935 - 13 juni 1936) was de Planactie echter sterk verwaterd. In het najaar van 1936 werden er plannen gemaakt om de Planpropaganda nieuw leven in te blazen. Aan de inhoud van het Plan moest niets gewijzigd worden, wel aan de wijze waarop het aan de mensen werd uitgelegd, gezien de veranderde politieke situatie. Ook De Man hamerde op een intensifiëring van de Planpropaganda.³² In het Plan van de Arbeid, dat wel eens als een ruk naar rechts wordt gepercipieerd, was er naast de pensioenleeftijd en de verlenging van de schoolplicht, vooral aandacht voor het gevaar uit donkerrode hoek.³³

Het Planbureau spoorde ook het Bureau van de Algemene Raad aan om eenzelfde efficiënte en massagerichte propaganda te voeren. Het Bureau meende dat de propaganda het best kon georganiseerd worden per federatie, omdat zo het best rekening



kon worden gehouden met de regionale situaties. Het idee was dus om van de centrale propaganda af te stappen, op het eerste gezicht een eigenaardige beslissing want een sterk centraal bestuur was een bijna noodzakelijke voorwaarde voor een gedegen propaganda. Men moet er echter rekening mee houden dat de planisten al vanuit een centraal orgaan over het hele land voor iedereen toegankelijke propaganda op het getouw zetten. Daarom kon de Algemene Raad van de BWP lokaal en per beroepscategorie propaganda voeren. Bovendien kon de partij op die manier besparen want een deel van de campagnes zou door de geledingen zelf worden betaald.³⁴

Het centrale orgaan vanwaaruit de propaganda werd gevoerd, was de Propagandacentrale. De leiding ervan berustte bij een Vlaamse en een Waalse bestuurder of secretaris. De centrale had een vijfledige opdracht. In de eerste plaats de militanten inlichten over het programma en de actie van de BWP, de actie van de socialistische ministers en de propagandamethodes en -middelen. Ten tweede de propaganda-acties van de BWP coördineren. Tot dan toe voerden de verschillende syndicale en coöperatieve organisaties elk hun eigen propaganda. Ten derde onderzoeken welke de meest doeltreffende technische propagandamethodes en -middelen waren. Ten vierde de permanente uitgave van propagandamateriaal. Tot slot de leiding nemen over de plaatselijke propagandaclubs in overleg met de gewestelijke en kantonale organisaties en het partijsecretariaat. De regionale propagandaclubs voerden in deze periode de propagandaopdrachten uit in het kader van gemeente- of parlamentsverkiezingen en van het Plan van de Arbeid.

De verkiezingen van 1936 zorgden, zoals vermeld, voor een schok in het politieke landschap. Een grote actie tegen de extremistische partijen werd klaargestoomd. Voornamelijk de communisten hadden met hun propaganda de arbeiders kunnen aanspreken en op die manier bij de BWP, die haar electoraat verbreed had, arbeiders weggesnoept. Slechts weinig kiezers hadden de BWP verlaten om een rechtse stem uit te brengen. Toch kregen ook Rex en het VNV nu de volle aandacht van de partij. De buitenlandse situatie, met name in Duitsland, toonde wat de gevolgen konden zijn van de doorbraak van een sterke extreem rechtse partij. Tijdens de voorgaande jaren had de BWP geprobeerd de bevolking te 'verleiden' door massapropaganda. Diezelfde strategie leidde nu tot grote successen voor de extremistische partijen.

Op een vergadering van het Bureau werd de strategie van de BWP als volgt verwoord: "Het ongelijk van de BWP is dat het op het demagogische terrein vecht met de andere partijen. Maar men moet de bevolking opvoeden. Dit kan enkel gedaan worden door middel van het gratis verspreiden van de pen. Twintig, dertig jaar geleden, waren de arbeiders niet onderricht, ze marcheerden in vertrouwen. Nu zijn ze een beetje meer onderricht, genoeg om kritiek te geven, te weinig om te begrijpen. We moeten ze dus opvoeden."³⁵

Affiche voor de wetgevende verkiezingen van 1936.

Extreem links, maar ook extreem rechts ver van de macht houden, was het parool van de BWP.



Op zoek naar een ruimer kiespubliek

Antipropaganda voeren tegen de extremistische partijen volstond niet, er moest ook opbouwende propaganda zijn. Op het BWP-congres van 1937 besliste de partij dat er 100.000 partijleden moesten bijkomen. Een grote wervingsactie ging van start, gecoördineerd door de Algemene Raad, maar ook en vooral de regionale vakbonden moesten leden werven. Het voorstel om deze actie uit te werken en uit te voeren in een commissie waarin alle geledingen waren vertegenwoordigd, was eerder op verzet van onder meer de mutualiteiten en de socialistische vrouwenbeweging gestuit. Beide meenden dat ze zelf het beste wisten hoe propaganda te voeren naar hun eigen doelgroep toe. De vakbonden wilden wel in een commissie zetelen, zij het dan enkel in verband met de propaganda.³⁶

Met het oog op deze grote rekruteringsactie had Max Buset een rapport opgesteld. Men zou in verschillende fasen werken. In eerste instantie moesten in Vlaanderen 39.000 nieuwe leden gerekruteerd worden, in Wallonië 42.000. De vakbonden moesten hiervoor een extra inspanning doen vermits er in België ongeveer 600.000 arbeiders niet aangesloten waren. In een tweede fase moest de BWP met grote meetings en imposante manifestaties de reeds actieve socialisten op lokaal vlak mobiliseren. Deze moesten dan nog meer brochures verspreiden en gaan spreken in bedrijven, stations en andere openbare plaatsen én op huisbezoek gaan want dat bleek nog steeds een van de meest doeltreffende manieren om leden te werven. Om de militanten daartoe aan te sporen, bedacht de BWP een soort beloning. Zij die meer dan tien huisbezoeken aflegden, ontvingen een erkentelijkheidsmedaille en eind 1938 zouden ze uitgenodigd worden en een brevet krijgen als beloning voor hun inspanningen. Ook werd voorgesteld om een 'blaadje voor militanten' uit te geven.

Bij Busets rapport werden wel een paar bedenkingen geopperd. Enkele bestuursleden wezen op de beperkte invloed van de partij in andere dan arbeidersmilieus. Onder meer de oud-strijders, de sportlui en de gepensioneerden werden in dat verband vernoemd. Reeds bij vorige verkiezingen, te beginnen bij de propagandacampagne van 1928, had de partij enkele kleinschalige pogingen gedaan om haar electoraat te verbreden. Bij de verkiezingen van 1936 wou ze zowel de middenklasse als de landbouwers bereiken. Erg succesrijk was deze poging niet, afgaande op haar verkiezingsresultaten. Een studie van de socialist Alphonse Lambilliotte in opdracht van de BWP moest ervoor zorgen dat de partij de juiste strategie volgde om die kiezers te bereiken. Lambilliotte kwam tot de conclusie dat het moeilijk was om binnen te dringen in de middenklasse van ambtenaren, bedienden en zelfstandige handelaars. Hij meende dat deze groep nog te sterk aan het evolueren en te instabiel was, en dat de socialisten te veel toegevingen zouden moeten doen, met het gevaar de arbeiders te verliezen. Een andere potentiële groep

³⁶ Propaganda-affiche, 1937 (ontwerper: Wilchar).

Antipropaganda tegen de extremistische partijen volstond niet, er moesten nieuwe leden gerekruteerd worden.



◀ ▲ Affiche voor de wetgevende verkiezingen van 1939. De BWP bleef het thema van de economische crisis bespelen. Op deze affiche zit een massa volk enkele politieke figuren op de hielen, v.l.n.r. Henri Heyman (Katholiek Blok), Léon Degrelle (Rex), Staf de Clercq (VNV), een communistisch militant en Albert Devèze (Liberale Partij).

waren de landbouwers. De 300.000 landbouwfamilies vormden een zeer belangrijke doelgroep die redelijk stabiel was en makkelijker bereikbaar voor de socialisten, én, nog een extra voordeel voor de BWP: als ze de meer behoudsgezinde boeren kon bereiken, dan konden deze een tegengewicht zijn voor de links-reactionairen in de partij. Lambiliotte waarschuwde toch dat men zeer intensieve propaganda moest voeren naar de boeren toe, met thema's die hun aanbelangden, maar geen wonderen moest verwachten. De invloed van de BWP op de boeren zou traag maar gestaag groeien.³⁷

De vrouwen en de jeugd kregen veel minder aandacht. Wat de relatie tussen de BWP en de SJW betreft, kan men zelfs spreken van een steeds groter wordende generatiekloof, de SJW zocht immers toenadering tot de communistische jeugd.

Een van de grote nieuwigheden in de partijpropaganda was het toenemende belang van de buitenlandse politiek, een evolutie die beïnvloed werd door de gespannen internationale relaties. Vooral de politieke toestand in Spanje werd op de voet gevolgd. Naar het midden van 1938 toe werd ook Duitsland extra in de gaten gehouden. Echte standpunten werden nog niet geformuleerd, maar het partijbureau besloot wel om in zijn propaganda Duitsland met zijn extreem rechtse politiek en de USSR met zijn communisme te bekritisieren.³⁸

Door de vervroegde verkiezingen van 1939 was er geen tijd voor een stevige propaganda. De meeste partijen intensifieerden hun bestaande campagnes, aangevuld met specifieke verkiezingspropaganda. De katholieken en vooral de liberalen boekten een aanzienlijke winst, de socialisten leden grote verliezen. Ook de communisten verloren terrein. Rex stortte ineen, terwijl het VNV zijn positie nog versterkte.

Besluit: constanten en evoluties in twintig jaar socialistische propaganda

Gedurende het interbellum slaagde de BWP erin haar propaganda steeds beter centraal te organiseren en te coördineren. De federaties bleven echter een cruciale rol spelen, niet alleen in de uitvoering, maar ook in de organisatie van de propaganda voor de lokale verkiezingen en in de strijd om alomtegenwoordigheid in het straatbeeld.

Jongeren en vrouwen kregen in eerste instantie van de BWP heel wat aandacht. Medezeggenschap in het beleid was voor hen echter niet weggelegd, ze werden vooral ingezet als propagandisten. Ook andere socialistische verenigingen, zoals de koepels van de turn- en sportclubs kregen noch inspraak, noch financiële ondersteuning, de radiozender SAROV evenmin, alhoewel al deze verenigingen een machtig propagandamiddel ten dienste van de BWP waren.

In haar propagandabeleid had de BWP steeds oog voor de uitbreiding van haar electoraat naar andere bevolkingsgroepen toe. In de loop der jaren werd deze uitbreiding steeds systematischer aangepakt en voorafgegaan door uitgekende studies die moesten bepalen welke nieuwe bevolkingsgroepen een haalbare kaart waren zonder het risico te lopen de reeds verworven kiezers te verliezen.

Naarmate de technische mogelijkheden groeiden, sijnelde ook de kennis over de werking en het nut van massapropaganda de partij binnen. Hendrik de Man bracht met zijn Plan van de Arbeid de vernieuwde propaganda in het Belgische partijlandschap. In het kader van het Plan werd een Propagandacentrale opgericht. Deze nam geleidelijk aan de coördinatie van de nationale propaganda over van de Algemene Raad. De Planpropaganda kreeg veeleer een psychologische invulling: ze bezorgde de politici een vedettestatus en zorgde voor een gevoel van eenheid bij de socialistische achterban.

Na 1936 richtten de socialisten hun pijlen vooral op de extremistische partijen.

Dit artikel is gebaseerd op mijn licentiaatsverhandeling: P. VAN DEN BOSCH, *Opbouwers zijn we! Een studie van het propagandabeleid van de Belgische politieke partijen in het interbellum, met de BWP als referentiepunt*, K.U.Leuven, 2005, 251 p.

(1) S. CUNNINGHAM, *The Idea of Propaganda: A Reconstruction*, Westport: Praeger Publishers, 2002, p. 127

(2) L. VANDEWALLE, *Het effect van politieke propaganda*, p. 6; A. VAN DER MEIDEN, *Propaganda*, Muiderberg: Dick Coutinao, 1992, p. 17.

(3) J. WILKE, *Propaganda in the 20th Century. Contributions to its History*, Cresskill: Hampton Pr, 1998, p. IX.

(4) D. VANACKER, *De Frontbeweging. De Vlaamse strijd aan de IJzer*, Koksijde: De Klaproos, 2000, p. 108

(5) L. VANDEWALLE, *Het effect [...]*, p. 103.

(6) J. BARDOEL & J. BIERHOFF (red.), *Communicatie: werking, invloed*, Groningen: Wolters-Noordhoff, 1993, p. 30.

(7) Jozef Van Roosbroeck (1872-1962) was secretaris van de BWP, daarnaast was hij ook gemeenteraadslid van Anderlecht en provincieraadslid van Brabant. Zijn functie als partijsecretaris vervulde hij tot 1934. Zijn pensionering viel samen met de partijhervorming van 1934. Hij werd als partijsecretaris opgevolgd door August De Block.

(8) Amsab-ISG, Archief BWP, nr. 118, Vergadering arrondissementsscretarissen, 2 september 1919, 67.

(9) Amsab-ISG, Archief BWP, Séance du Bureau (verder SdB), 29 juni 1921, 79; 24 oktober 1921, 80.

(10) Amsab-ISG, Archief BWP, SdB, 13 september 1921.

(11) Amsab-ISG, Archief BWP, Verslagen voorgelegd aan het XXXIe jaarlijks congres, 1920, p. 15.

(12) Amsab-ISG, Archief BWP, Vergadering arrondissementsscretarissen, 31 september 1919, 68.

(13) Amsab-ISG, Archief BWP, SdB, 20 mei 1920, 73.

(14) Amsab-ISG, Archief BWP, Verslagen voorgelegd aan het XXXIIIe jaarlijks congres, 1922, p. 118; Verslagen voorgelegd aan het XXXVe jaarlijks congres, 1924, p. 70.

(15) Amsab-ISG, Archief BWP, Verslagen voorgelegd aan het XXXIIIe jaarlijks congres, 1922, p. 37.

(16) Amsab-ISG, Archief BWP, Komitee der Vijf, 11 mei 1925, 95; Verslagen voorgelegd aan het XXXVe jaarlijks congres, 1924, p. 64.

(17) Amsab-ISG, Archief BWP, Verslagen voorgelegd aan het XXXVIIe jaarlijksch Kongres, 1926, p. 16.

(18) Amsab-ISG, Archief BWP, SdB, 10 maart 1925, 64.

(19) Amsab-ISG, Archief BWP, Verslagen voorgelegd aan het XXXVIIe Kongres, 1926, p. 8-27; BWP, Verslagen voorgelegd aan het XXXVIIIe Kongres, 1927.

(20) Amsab-ISG, archief BWP, Vergadering arrondissementsscretarissen, 29 juni 1926.

(21) Amsab-ISG, archief BWP, Vergadering arrondissementsscretarissen, 12 december 1927, 106; SdB, 5 januari 1929, 111.

(22) Amsab-ISG, Archief BWP, Vergadering arrondissementsscretarissen, 7 november 1928, 109.

(23) Amsab-ISG, Archief BWP, Vergadering arrondissementsscretarissen, 7 november 1928, 109.

(24) Amsab-ISG, Archief BWP, Vergadering arrondissementsscretarissen, toespraak R. De Taevernier, 24 november 1930, 117.

(25) Amsab-ISG, Archief BWP, SdB, 26 november 1929, 113.

(26) Jozef Wauters (1875-1929) begon zijn carrière als socialistisch volksvertegenwoordiger in Hoei-Borgworm. Hij werd vooral bekend als directeur van de krant *Le Peuple* en als minister van de departementen Nijverheid, Arbeid en Bevoorrading in de naoorlogse regeringen.

(27) Amsab-ISG, Archief BWP, Verslagen voorgelegd aan het XXXXe jaarlijksch Kongres, 1929, p. 145; Verslagen voorgelegd aan het XXXXIIe Kongres, 1931, p. 88; Verslagen voorgelegd aan het XXXXVIIe jaarlijksch Kongres, 1933, p. 294.

(28) Amsab-ISG, Archief BWP, Verslagen voorgelegd aan het XXXXe jaarlijksch Kongres, 1929, p. 150.

(29) W. BERTELS, *Die dingen behoren allemaal tot het verleden: geschiedenis van de omroep in België*, Brussel: BRT, 1972, 130 p.

(30) Amsab-ISG, Archief BWP, SdB, 11 december 1935, 193.

(31) M. VAN HAEGENDOREN, *25 jaar Belgisch socialisme: evolutie van de verhouding van de Belgische Werkliedenpartij tot de parlementaire democratie in België van 1914 tot 1940*, Antwerpen: Standaard Wetenschappelijke Uitgeverij, 1967, p. 352.

(32) Amsab-ISG, Archief BWP, SdB/SK, 30 oktober 1935, 182.

(33) M. VAN HAEGENDOREN, *25 jaar Belgisch socialisme [...]*, p. 352.

(34) Amsab-ISG, Archief BWP, SdB, 21 november 1935, 182.

(35) Amsab-ISG, Archief BWP, Bureauverslag, 20 juli 1936, 218.

(36) Amsab-ISG, Archief BWP, Gemeenschappelijke vergaderingen van de afgevaardigden van de Syndikale Commissie, de Algemene Raad, de Société Générale Coopérative en de Vereniging van Socialistische Mutualiteiten, 30 oktober 1937, 276, 402.

(37) Amsab-ISG, Archief BWP, SdB, 22 mei 1939, 329.

(38) Amsab-ISG, Archief BWP, SdB, 23 mei 1938, 298.