

---

## r. van sweefeld

### De Belgische pers en de sociale revolutie van 1886

Licentiaatsverhandeling, Fac. Soc. Wet., Leuven 1973,  
(Promotor : A. Breyne)

---

Tijdens de vorige eeuw en bij het begin van deze eeuw was de toestand van de arbeiders verre van rooskleurig. In gans Europa en niet het minst in België heerste er sociale onrust. Bij ons bereikte deze zelfs een hoogtepunt in 1886, het jaar dat de algemene werkstaking plaats greep. Aangaande deze feiten ontkomt men dikwijls niet aan de indruk dat de socialisten verantwoordelijk werden gesteld voor het ontstaan en verloop van de gebeurtenissen.

Deze studie, met als onderwerp de Belgische pers en het sociaal conflict van 1886, wil niet het tegendeel bewijzen. Wel wordt een onderzoek ingesteld naar de oorzaken van ontstaan en de reacties op de arbeidersopstand van 1886 zoals deze tot uiting kwamen in de verschillende strekkingen van de toenmalige Belgische pers.

Om dit onderzoek tot een goed einde te brengen werd gebruik gemaakt van zowel de kwantitatieve als kwalitatieve inhoudsanalyse.

#### Opzet en methode van het onderzoek

Omdat we leven in een staat met twee taalgroepen, nl. Vlamingen en Walen, en deze studie de Belgische pers in haar geheel betreft, werden zowel nederlandstalige als franstalige dagbladen geraadpleegd.

Vóór 1870 waren alleen de liberalen en de katholieken overheersend in de politiek, vanaf dan begint echter ook het socialisme zich te manifesteren als een niet te stuiten macht, zodat we sindsdien in ons land moeten rekening houden met drie machtsblokken, zijnde de katholieken, de socialisten en de liberalen. Elk van deze strekkingen wordt in dit onderzoek vertegenwoordigd door twee dagbladen, een nederlandstalig en een franstalig, behalve de nederlandstalige liberale pers, waarvoor twee weekbladen worden besproken (1).

Volgende dagbladen werden uiteindelijk weerhouden voor het onderzoek :

- katholieke dagbladen :
  - Fondsenblad
  - Le Bien Public ;
- socialistische dagbladen :
  - Vooruit ;
  - Le Peuple ;
- liberale weekbladen
  - Het Volksbelang ;
  - De Brugsche Beiaard ;
- liberaal dagblad :
  - L'Etoile Belge.

De tijdslimiet werd gesteld van het begin van de onlusten, nl. donderdag 18 maart 1886 tot begin april 1886, wat niet wil zeggen dat dit het totale einde betekende van de strijd, maar zo worden toch de woeligste dagen besproken.

#### De kwantitatieve inhoudsanalyse

Als kwantitatief element dat het best de belangstelling van een dagblad voor een bepaald onderwerp weergeeft werd de redactionele oppervlakte genomen (2). De andere vormelementen zoals de globale oppervlakte van de titulatuur, de kolombreedte, de grootte van de letters, de aanwezigheid van blikvangers, de oppervlakte van de illustraties, enz. vertonen immers doorgaans een vrij grote correlatie met de globale oppervlakte van het artikel.

In concreto betekende dit dat voor elk dagblad de totale redactionele oppervlakte en de oppervlakte gewijd aan de arbeidersopstand gemeten werd. Zodoende kregen we een idee van de omvang van de informatie aangaande de sociale revolutie en konden we het relatieve belang van deze informatie nagaan door het procentuele aandeel van deze berichtgeving in de globale redactionele oppervlakte te berekenen. De resultaten van dit onderzoek waren als volgt :

##### A. De totale redactionele oppervlakte.

1. de katholieke pers (in cm<sup>2</sup>) :
  - Le Bien Public : 49.749,25 ;
  - Fondsenblad : 63.608,50 ;
  - totaal : 113.357,75 ;
  - gemiddelde per dag : 5.152,63.
2. de socialistische pers (in cm<sup>2</sup>) :
  - Le Peuple : 19.359,50 ;
  - Vooruit : 20.600,50 ;
  - totaal : 39.960 ;
  - gemiddelde per dag : 1.816,32.
3. de liberal pers (in cm<sup>2</sup>) :
  - L'Etoile Belge : 58.219,75 ;
  - De Brugsche Beiaard : 7.712,50 ;
  - Het Volksbelang : 12.367 ;
  - totaal : 27.299,25 ;
  - gemiddelde per dag : 4.423,76.

Wat opvalt is de geringe informatie die de socialistische bladen verstrekken. Bovendien kunnen we uit de cijfers nog afleiden dat, gemeten aan de gemiddelde redactionele oppervlakte per dag, de hoeveelheid informatie het grootst is bij de franstalige katholieke pers en het kleinst bij de franstalige liberale pers.

##### B. De oppervlakte gewijd aan de staking.

1. de katholieke pers (in cm<sup>2</sup>) :
  - Le Bien Public : 12.235,50 ;
  - Fondsenblad : 7.265,50 ;
  - totaal : 19.501 ;
  - gemiddelde per dag : 1.065,87.
2. de socialistische pers (in cm<sup>2</sup>) :
  - Le Peuple : 8.091,50 ;
  - Vooruit : 9.055,50 ;
  - totaal : 17.147 ;
  - gemiddelde per dag : 870,87.
3. de liberale pers (in cm<sup>2</sup>) :
  - L'Etoile Belge : 11.735,75 ;
  - De Brugsche Beiaard : 1.196 ;



- Het Volksbelang : 1.420,75 ;
- totaal : 14.352,50 ;
- gemiddelde per dag : 683,18.

Globaal gezien besteedt de katholieke pers de meeste aandacht aan het probleem, met een totale oppervlakte van 19.501 cm<sup>2</sup> voorbehouden aan de gebeurtenissen. De liberale pers daarentegen behaalt slechts een totaal van 14.352,50 cm<sup>2</sup>. Of deze cijfers de werkelijke interesse van de betrokken bladen tegenover de arbeidersopstand weergeven kan slechts uitgemaakt worden aan de hand van een vergelijking van deze cijfers met de totale redactionele oppervlakte.

**C. Een vergelijking van de oppervlakte besteed aan berichten over de arbeidersopstand van 1886 met de totale redactionele oppervlakte.**

1. de katholieke pers :
  - Le Bien Public : 19,23 % ;
  - Fondsenblad : 14,60 % ;
  - totaal : 17,20 %.
2. de socialistische pers :
  - Le Peuple : 41,79 % ;
  - Vooruit : 43,96 % ;
  - totaal : 42,91 %.

3. de liberale pers :
  - L'Etoile Belge : 20,16 % ;
  - De Brugsche Beiaard : 15,51 % ;
  - Het Volksbelang : 11,49 % ;
  - totaal : 15,33 %.

Wat onmiddellijk opvalt is het hoge cijfer dat bekomen wordt voor de socialistische pers. De bevindingen van punt B, nl. dat de katholieke pers de meeste aandacht besteedde aan het probleem, worden hier tegengesproken. Inderdaad, met 17,20 % komt de katholieke pers een heel eind na de socialistische, alhoewel dit percentage nog hoger ligt dan dat van de liberale pers, zij het slechts 1,87 %.

**De kwalitatieve inhoudsanalyse**

Omdat de kwantitatieve analyse van de berichtgeving geen antwoord kan geven op de vraag of de reacties van de dagbladen positief of negatief waren, diét deze aangevuld te worden met een kwalitatieve inhoudsanalyse.

Deze analyse moet gezien worden in de context van de Belgische geschiedenis. Dat wil niet zeggen dat alles kan verklaard worden in het licht van deze historische achtergrond, maar toch

bevat het verloop van de Belgische politiek sinds 1830 indicatoren die van bepalende aard zijn voor de verklaring van o.m. volgende feiten, die ook tot uiting komen in de geschriften van de toenmalige dagbladen, nl. dat én de katholieken én de socialisten sterk gekant waren tegen de liberalen, dat de katholieken en de socialisten met elkaar in oppositie waren en dat de liberalen in die periode vooral steun zochten bij de socialisten tegen de katholieken. Het zou ons echter te ver voeren hier dieper in te gaan op de bijzonderheden van deze aspecten van de Belgische geschiedenis.

In de kwalitatieve inhoudsanalyse kwam naast deze factoren ook nog tot uiting dat de katholieke pers zich zoveel mogelijk trachtte te distantiëren van de feiten en ze zelfs afkeurde. De socialistische dagbladen daarentegen toonden duidelijk hun interesse voor de gebeurtenissen. Hun sympathie voor de arbeiders bleek trouwens zowel uit de titels als uit de inhoud van de artikels. De liberale pers van haar kant trachtte de gebeurtenissen zoveel mogelijk uit te spelen tegen de toenmalige katholieke regering met het oog op de komende verkiezingen.

(1) De oorspronkelijke bedoeling was de feiten na te gaan aan de hand van dagbladen alleen. We moeten echter opmerken dat voor de beschouwde periode geen enkel nederlandsstalig liberaal dagblad voorhanden was. Vandaar dat ter vervanging twee nederlandsstalige liberale weekbladen werden gekozen.

(2) Met deze opvatting staan we trouwens niet alleen. Er bestaan meerdere inhoudsanalyses waarin de oppervlakte als belangrijkste meter van de belangstelling wordt beschouwd, o.a. :

- F. VANSTREELS, De interpellatie VERROKEN over de talentelling in de Belgische pers, *Kultuurleven*, maart 1960, blz. 183 e.v.
- F. VANSTREELS, *De Communistische landen in de Belgische pers, kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse van de Nederlandstalige en Franstalige kranten in België*, Antwerpen/Amsterdam, 1963, blz. 17 e.v.
- N. DEVOLDER, Les pays communistes dans la presse occidentale, *Publizistik*, Bremen, 1960, blz. 21 e.v.
- E. CORNWELL, Presidential news: the expanding public image, *Journalism Quarterly*, Summer 1959, blz. 275 e.v.

#### Bibliografie

- BERTRAND, L., *Histoire de la démocratie et du socialisme en Belgique depuis 1830*, Brussel, 1907.
- CHLEPNER, B.S., *Cent ans d'histoire sociale en Belgique*, Brussel, 1956.
- DEVOLDER, N., *De ethiek van de pers*, Leuven, 1952.
- DEVOLDER, N., *Sociale geschiedenis in België*, Mechelen.
- LUYCKX, T., *Politieke geschiedenis van België van 1789 tot heden*, Brussel/Amsterdam, 1964.
- Programma en statuten van de Belgische Workerspartij*, Brussel, 1885.
- SCHOLL, S.H., *150 jaar katholieke arbeidersbeweging in België*, Brussel, 1963.
- SCHRAMM, W., *The process and effects of mass communication*, Illinois, 1965.

De uitgave van :

- *Le Bien Public* van maart en april 1886 ;
- *Fondsenblad* van maart en april 1886 ;
- *Le Peuple* van maart en april 1886 ;
- *Vooruit* van maart en april 1886 ;
- *L'Etoile Belge* van maart en april 1886 ;
- *Het Volksbelang* van 27 maart 1886, 3 april 1886 en 10 april 1886 ;
- *De Brugsche Beiaard* van 3 april 1886 en 10 april 1886.

---

## guido decoster

### Ideële reclame

Licentiaatsverhandeling, Fac. Soc. Wet., Leuven 1973,  
(Promotor : G. Fauconnier)

---

De ideële reclame is een vrij recent begrip, dat in het geheel van de reclame nogal wat vragen oproept. Voor velen is het een volslagen onbekende term, waar slechts weinigen een juiste omschrijving van kunnen geven.

Ideële reclame is, zoals het woord zelf zegt, reclame voor ideeën, meer bepaald voor niet-commerciële ideeën, waarbij de zender dus geen direct materieel belang heeft.

Het onderwerp leek om verschillende redenen interessant : in de eerste plaats is er de tegenstelling die in het concept ideële reclame zelf zit : reclame, die volgens deskundigen moet gezien worden als een elementaire factor in het economisch bestel, dus per se commercieel, zou hier dus niet-commercieel, belangeloos zijn. De vraag kan dus gesteld worden of het hier nog gaat om reclame-activiteit, of eerder om andere communicatievormen als propaganda, voorlichting en zo meer. Een paar voorbeelden : acties voor een beter leefmilieu, voor een veilig verkeer, hulp aan noodlijdenden. Betreft het hier propaganda of ideële reclame ?

Langs de andere kant valt het moeilijk het bestaan van de ideële reclame (onderscheiden van de propaganda) te ontkennen. Er bestaan immers een aantal instellingen die zich met ideële reclame bezighouden. Tenslotte boeide het ons dat reclame, die vaak gedoodverfd wordt als de zondebok van ons systeem, zich zou inzetten, niet uit eigenbelang, maar voor een doel dat sociaal gezien een grote waarde heeft.

Er bleef dus bij het onderzoeken van het onderwerp een dubbele taak : enerzijds te trachten inzicht te krijgen in de inhoud van de ideële reclame ; anderzijds kennis te maken met concreet bestaande instellingen op het gebied van de ideële reclame.

### Naar een definitie van de ideële reclame

Eerst en vooral zullen we pogen de ideële reclame te situeren in het geheel van de reclame, aan de hand van definities hiervan. Reclame wordt bij alle schrijvers gedefinieerd als behorende tot de economische, commerciële sfeer : reclame is pogen te verkopen. Reclame voor ideeën, die niet direkt met verkoop in verband staan lijkt een contradictio in terminis te zijn.

Als ideële reclame, onbaatzuchtig zijnde, buiten de commerciële sfeer valt, is ze volgens de definities van prominenten uit de reclamewereld moeilijk als reclame te bestempelen. Men kan zich de vraag stellen of het woord « reclame » in het concept « ideële reclame » wel op zijn plaats is. Een nader inzicht in hetgeen de literatuur zegt over ideële reclame, zal klaarheid moeten brengen.