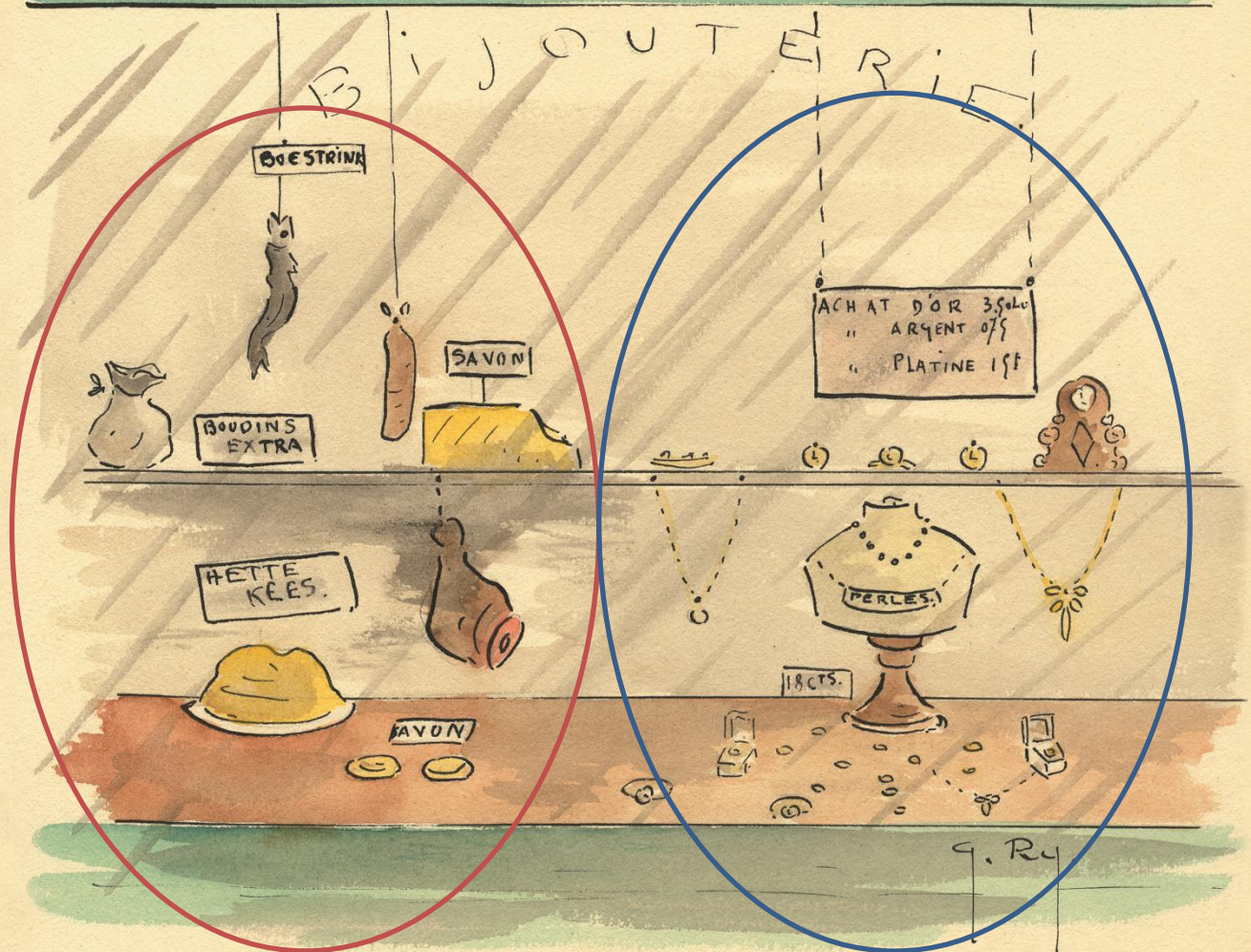


31. BIJOUTERIE ROYALE



basisproducten

luxeproducten

*Le contraste des choses.
Nos étalages en 1917.*

Analyse van de karikatuur

I. Identiteitskaart van het document

a. Observeer de karikatuur en vervolledig onderstaand kader:

Auteur: **G. Ry**

Titel: **31. Bijouterie royale**

Tekst onderaan: **Le contraste des choses. Nos étalages en 1917**

Vermelde datum: **1917**

Herkomst van het document: Aangekocht door schepen Eugène Keym tijdens de Eerste Wereldoorlog. Tot op heden wordt deze tekening bewaard in het Archief van de Stad Brussel.

II. Zoek op in een woordenboek...

Wat betekenen volgende woorden:

Bijouterie Royale: **koninklijke juwelier**

savon: **zeep**

boudins: **bloedworsten / pens**

perles: **parels**

Achat d'or/argent/platine: **aankoop van goud/zilver/platina**

Le contraste des choses: **Het contrast van de dingen**

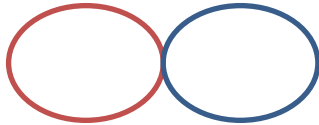
Nos étalages en 1917: **Onze etalages in 1917**

Boestring: Brussels dialect voor gerookte haring

hette kees: Brussels dialect voor harde kaas

III. Wat zien we?

- a. Er is een etalage afgebeeld. Als je naar de titel kijkt, over wat voor winkel gaat het dan?**Een juwelier**.....
- b. Op de tekening:
- Omcirkel **in het blauw** alle producten die we normaal gezien terugvinden in dit soort van winkel.
 - Omcirkel **in het rood** de producten die er eigenlijk niet thuishoren.
 - Je merkt dat er een tweedeling ontstaat. Maak nu een grote rode cirkel rond alle 'rode' producten en een grote blauwe cirkel rond alle 'blauwe' producten zodat je onderstaand schema krijgt.



- Wat voor type producten vind je terug in de rode cirkel?
.....**voeding en zeep (verzorging)**
- Plaats de volgende beschrijvingen onder de juiste cirkel:

basisproducten / luxeproducten

- c. Over wat voor type basisproducten gaat het?
- ☐ geïmporteerde voedings- en verzorgingsproducten (niet in België geproduceerd)
 - ☒ lokale voedings- en verzorgingsproducten (geproduceerd in België)

III. Waar en wanneer?

a. De winkel bevindt zich in Brussel.

- Naar welke wijk verwijst het woord 'Royale' in de titel?
 - ☒ De wijk dicht bij het koninklijk paleis en de Koningsstraat
 - ☐ De wijk dichtbij het Justitiepaleis en de Regentschapsstraat
 - ☐ De wijk dichtbij de Heizelpaleizen en de Keizerin Charlottelaan
- Is deze wijk eerder volks of **chic** ? (omcirkel het juiste woord)

Opmerking : De Koningsstraat maakt deel uit van een prestigieuze wijk waar zich veel overheidsgebouwen, culturele en financiële instellingen zich bevinden.

b. Een beetje Brussels

- Wij vertaalden al twee woorden uit het Brussels dialect voor jullie. Kunnen jullie door een beetje logisch te denken ook de volgende woorden vinden?
 - hette kees: harde kaas
 - boestring: gerookte haring
 - ellentrik: **elektriciteit**
 - poembak: **gootsteen**
 - 'k zien a geire: **ik hou van jou**

c. Plaatsing in de tijd:

- Welk element laat ons toe om het tafereel in de tijd te situeren?
.....**De datum die vermeld is op de karikatuur: 1917**.....
- Hoe lang is de oorlog op dat moment bezig?**3 jaar**.....
- Wat kunnen we afleiden uit deze karikatuur over de situatie van de Brusselaars op dat moment?
De basisproducten zijn erg duur geworden en waarschijnlijk moeilijk te verkrijgen voor de Brusselaars.

IV. De achterliggende boodschap:

a. Welke boodschap wil de auteur brengen door lokale basisproducten te plaatsen in een vitrine van een chique juwelierszaak?

.....**De auteur laat zien dat de gewone basisproducten zo ontzettend duur en schaars zijn geworden dat ze letterlijk en figuurlijk goud waard zijn! Basisproducten zijn luxeproducten geworden.**

b. Binnen welk thema past deze karikatuur?

- ☐ De militaire bezetting van Brussel
- ☒ De honger en de opeisingen
- ☐ De censuur
- ☐ De militaire operaties aan het front
- ☐ Het verzet

Uitleg bij de oefeningen

De karikatuur

Deze karikatuur maakt deel uit van de 'Keymcollectie' die vanaf 1929 bewaard wordt in het Archief van de Stad Brussel. Tot dit fonds behoren karikaturen, affiches, foto's en voorwerpen die Eugène Keym, Schepen van Watermaal-Bosvoorde, verzamelde tijdens de Eerste Wereldoorlog.

Het onderwerp

Lokale voedings- en verzorgingsproducten die deel uitmaken van het dagelijkse leven van de Brusselaars (haring, kaas, bloedworst,...) worden in de vitrine van een juwelierszaak uitgesteld naast luxeproducten zoals parels, zilver en goud.

De context

Aan het begin van de 20^{ste} eeuw kon niemand zich inbeelden dat een welvarend land als België getroffen kon worden door hongersnood. België is op dat moment een belangrijke speler op de internationale markt. Belgische producten worden volop geëxporteerd en op zijn beurt importeert België vooral voedsel. Dat laatste legt echter ook de grote zwakte bloot van het land op dat moment: om honger te vermijden is België voor een groot deel afhankelijk van invoer.

Bijna meteen na het uitbreken van de Eerste Wereldoorlog ontstaat er algemene schaarste. Eén van de belangrijkste aanvoerroutes van levensmiddelen wordt afgesloten door de Engelse blokkade. Door deze maatregel willen de Engelsen de Duitsers treffen. Tegelijkertijd neemt de Duitse bezetter het gros van de landbouwmaterialen en oogsten voor eigen gebruik in beslag, en dit terwijl de binnenlandse productie al amper volstond om de 7 miljoen Belgen te voeden. In grote steden als Brussel is de situatie nog nijpender dan op het platteland waar veel landbouwers actief zijn.

Al snel worden er hulpacties op touw gezet. Tijdens de eerste maanden van de oorlog, ontstaat het Nationaal Hulp- en Voedingscomité (NHVC). Deze organisatie wordt op poten gezet door belangrijke industriëlen (Ernest Solvay, Emile Franqui) en politici (Adolphe Max). Wat aanvankelijk plaatselijk bedoeld is, groeit al snel uit tot een internationale mega-organisatie. Gedurende vier jaar zal het NHVC quasi ononderbroken bevoorraad worden vanuit de Verenigde Staten door de *Commission for relief in Belgium*. Aan het hoofd van deze *commission* staat toekomstig president Herbert Hoover. Aan het samenwerkingsverband komt pas een einde wanneer de Verenigde Staten ook zelf gaan deelnemen aan het conflict in april 1917.

Etenswaren zoals tarwe, maïs, rijst, pasta, bonen, spek, zout, suiker, olie en koffie worden naar België verzonden. Voedsel als vlees en groenten komen echter niet voor op de lijst. Aangezien de productie van deze voedingswaren zo goed als stil ligt, worden verse en lokale producten ook amper verkocht op de markt. Wanneer ze toch te vinden zijn worden ze verkocht tegen buitensporige prijzen.

De achterliggende boodschap

Door het plaatsen van lokale, eenvoudige voedingswaren in de etalage van een chique juwelierswinkel, klaagt de auteur de exuberante prijzen van de producten aan. Enkel de steeds kleiner wordende groep van

heel rijke mensen konden deze voedingswaren nog op regelmatige basis kopen. Basisproducten worden een luxe die maar voor enkelen is weggelegd.

Het thema van de honger en de opeisingen is opgenomen in halte 9 van de activiteit '14-18 Oorlog op tablets' en in het bijhorende pedagogische dossier.

Karikaturen tijdens de oorlog

Tijdens de bezetting is de karikatuur het middel bij uitstek om de gevoelens en gevoeligheden van de burgers tot uiting te brengen. Karikaturen zijn een uitlaatklep, maar ook een middel van verzet. Ze zijn een anti-gif tegen de Duitse propaganda, een soort tegen-propaganda. Karikaturen zijn een informatiemiddel en vormen een aanvulling op de clandestiene pers, als ze al niet door diezelfde pers verspreid worden. Ze verhalen met humor het leven in een bezette stad. Ze beelden dan ook vaak de problemen en zorgen uit waarmee de Brusselaars dagelijks geconfronteerd worden: honger, verregaande opeisingen en plunderingen door de Duitsers, deportaties, werkloosheid, Brussel dat overrompeld wordt door Duitse militairen, de profiteurs...

Bronnen en meer info:

- Jaumain (S.), Piette (V.), Humor op oorlogspad. Brussel en de karikatuur in 14-18, ed. Fontes Bruxellae, Brussel, 2005 :
Jaumain (S.), Piette (V.), *'Een schat in het Archief van de Stad Brussel: de karikaturen van de Collectie Keym'*, p. 5-10

Jaumain, (S.), Symons (T.), *Bruxelles a faim !*, pp. 51-59