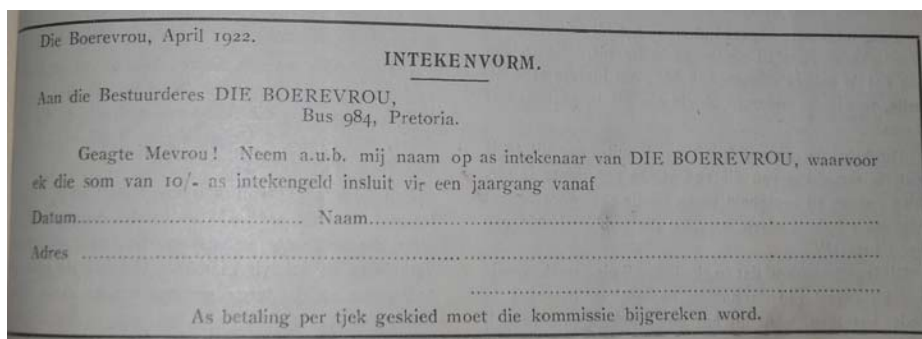


## HOOFSTUK IV: DIE BOEREVROU AS SAKE-ONDERNEMING

### 1. Verkoopprys en advertensie-inkomste

Dit is 'n feit dat 'n vroueblad – ondanks ander idealistiese verwagtinge – in die eerste plek 'n sake-onderneming is. Daarom moet dit wins maak om te kan voortbestaan. Die aanvanklike plan was dat subskripsiefooie en advertensies *Die Boerevrou* moes finansier.<sup>252</sup> In 1949 het Mabel Malherbe erken dat *Die Boerevrou* 'n finansiële waagstuk was: "... dit het moeite gekos om Pa te oortuig dat Ma ook 'n eie tydskrif wou hê en nie net 'n paar bladsye by die kinderafdeling nie! Om kontant (10s. per jaar) uit te gee vir nog 'n tydskrif, waar hulle alreeds Die Huisgenoot, Die Brandweg en Die Kerkbode kry, was nie so maklik nie. Nou is dit al 'n gewoonte om die waarde van sulke leesstof te ken, maar ons baanbrekers op daardie gebied moes die swaar weg baan."<sup>253</sup>



Figuur 19: 'n Voorbeeld van 'n intekenvorm vir *Die Boerevrou*. In die eerste uitgawe word na die intekenvorm as 'n bon verwys. Malherbe het waarskynlik die Nederlandse woord vir 'n koepon of intekenvorm gebruik vanweë haar verblyf in Nederland en die kennis wat sy van die Nederlandse taal opgedoen het, want volgens Johan Spies, samesteller van die Tweetalige Woordeboek, is dit onwaarskynlik dat bon vroeër 'n gebruikswoord in Afrikaans was.

Uit: *Die Boerevrou*, April 1922, p. 3, L. Rabe, *Die ontstaan en ontwikkeling van Sarie Marais as massatydskrif vir die Afrikaanse vrou*, M.A.-verhandeling, U.S., 1985, p. 37.

<sup>252</sup> L. Rabe, *Die ontstaan en ontwikkeling van Sarie Marais as massatydskrif vir die Afrikaanse vrou*, M.A.-verhandeling, U.S., 1985, p. 6.

<sup>253</sup> M. Malherbe, "Ek sien haar win", *Sarie Marais*, 6 Julie 1949, p. 30.

Suid-Afrika was, in die tyd waarin *Die Boerevrou* verskyn het (1919-1931), 'n dominium van die Britse Ryk en die ou Britse geldstelsel van ponde, sjielings en pennies (£sd), was gevolglik nog in gebruik. Daar was 12 pennies in 'n sjieling en 20 sjielings in 'n pond. 'n Pond is in twee vorme uitgegee, nl. 'n pond-noot of 'n goue pond-muntstuk. 'n Sjieling was 'n silwer-nikkel munt en 'n pennie was van koper gemaak en is in Afrikaans ook 'n Oulap genoem. In *Die Boerevrou* van Augustus 1921 is 'n wedstryd afgekondig waarin vier leseresse elk 5/- kon wen. Hulle moes foto's instuur van iets mooi en nuttigs "... wat hulle tuis gemaak het sonder om daar 'n **oulap** voor uit te gee." Hulle moes dus iets maak met produkte of materiaal wat 'n mens gewoonlik in die huis het en mag nie eers soveel soos 'n pennie ekstra daarop spandeer het nie.<sup>254</sup>

Figuur 20: Tabel van die Britse geldstelsel – skryfwyse en uitspraak

Bedrag	Geskryf	Uitgespreek
Een pond, 10 sjielings en 6 pennies	£1.10/6	"Een pond, tien en ses"
Een pond en 10 sjielings	£1.10/-	"Een pond, tien"
Tien sjielings en 6 pennies	10/6	"Tien en ses"
Tien sjielings	10/- of 10s.	"Tien sjielings"
Ses pennies	6d	"Ses pennies"

Vanaf Maart 1919 tot April 1920 was die intekenfooi op *Die Boerevrou* 7/6 per jaar in die Unie. Intekenaars buite die Unie se grense kon die tydskrif deur die pos vir 8/6 ontvang. Enkel uitgawes het 9d gekos. Daarna het dit tot aan die einde van 1931 met die staking van die tydskrif, 10/- per jaar, 12/- buite die Unie en 1/- vir 'n enkel uitgawe gekos. Dit was duurder as *Die Huisgenoot* wat, toe dit in 1916 begin verskyn het, net 6d vir 'n enkel uitgawe gekos het en selfs later nog goedkoper geword het. Die prys op die voorblad van die uitgawe van *Die Huisgenoot*, wat op 25 Mei 1928

<sup>254</sup> Redaksie, *Die Boerevrou*, Augustus 1921, p. 2.

verskyn het, was 4d. *Die Huisgenoot* en *Die Boerevrou* was ewe dik, ongeveer 30 bladsye per uitgawe.<sup>255</sup>

*Die Boerevrou* was op 'n kleiner en meer spesifieke mark gemik. Dit is dus verstaanbaar dat dit meer as *Die Huisgenoot* sou kos. Vir sommige lesers, soos mev. Van Rooijen, was die prys definitief nie te hoog nie: "Wat is jii tog soms 'n uitkomst vir 'n mens! Waarlik, die jongste uitgawe was en is mij die hele 7/6 wêrd."<sup>256</sup> Tog is dit moeilik om vandag te bepaal of *Die Boerevrou* deur die deursnee leser as 'n duur tydskrif bestempel is. In die April 1919-uitgawe is kindertruie byvoorbeeld deur die klerewinkel Millars in Pretoria vir tussen 6/6 en 10/6 geadverteer.<sup>257</sup> Dus kon 'n vrou vir min of meer die koste van 'n trui vir haar kind, 12 uitgawes van *Die Boerevrou* kry. Gemeet aan vandag se standarde is dit nie duur nie, maar daar moet in gedagte gehou word dat die meeste vrouens in daardie jare in staat was om self minstens twee truie vir daardie hoeveelheid geld te brei. Dit beteken dat *Die Boerevrou* waarskynlik as 'n luuksheid in baie huise beskou is en potensiële intekenaars daardeur beperk kon word.



Figuur 21: Advertensie vir die klerewinkel Millars.

Uit: *Die Boerevrou*, April 1919, p. 3.

<sup>255</sup> *Huisgenoot* 1916-2006: Gedenkuitgawe, p. 8.

<sup>256</sup> Korrespondensie, *Die Boerevrou*, Desember 1919, p. 36.

<sup>257</sup> *Die Boerevrou*, April 1919, p. 3.

*Die Boerevrou* se finansies het gereeld bekommernis veroorsaak en Malherbe het dikwels in die tydskrif 'n beroep op die lesers gedoen om te help om meer intekenaars te werf en die adverteerders te ondersteun en dan te meld dat hulle reageer op advertensies in die tydskrif. "Dit gaat nou nie maklik om advertensies [sic] te krij nie. Die winkels moet ook besuinig, en is huiwerig om te adverteer waar hulle nie seker is dat hulle advertensie 'n goeie uitslag sal geniet nie. Dit is soos almal weet die lewensbloed van 'n blad; geen blad kan sonder advertensies bestaan nie, en die advertensies is alleen verkrijgbaar as die adverteerders sien dat dit hulle betaal."<sup>258</sup> In 1924 was daar selfs 'n poging om *Die Boerevrou* met *Die Huisgenoot* te verenig. Dit sou finansiële verligting en meer vrye tyd vir Mabel Malherbe beteken het. Tog het sy blykbaar uiteindelik daarteen besluit omdat sy nie seker was dat sy met die ander mense, met wie sy sou moes saamwerk, oor die weg sou kom nie.<sup>259</sup>

M.E.R. is in 1921 van *Die Boerevrou* af weg om *Die Burger* se vroueblad te behartig. Oor haar werk by *Die Burger* onthou sy: "Soos by alle koerante en tydskrifte was die 'vrouebladsy' bedoel om advertensies te lok, en dit het toe vir die redaksie gelyk dat dit die beste sou wees om daarvoor 'n vaste redaktrise aan te stel." Die oorgrote meerderheid van die adverteerders in *Die Burger* was Engelstalig en hulle wou blykbaar net die versekering hê dat die vroueblad werklik 'n "ladies page" was, sonder om met die res van die blad se inhoud vertrou te raak.<sup>260</sup> Daar is dus in die tyd van *Die Boerevrou* reeds algemeen aanvaar dat vrouens die hoofverbruikers van 'n beduidende hoeveelheid geadverteerde goedere was en gevolglik deur advertensies bereik en beïnvloed kon en moes word. Advertensies het die lewensaar van vrouetydskrifte geword terwyl die tydskrifte op hulle beurt weer die massas fabrieksvervaardigde goedere aan die huishoudings van die lesers moes bekend stel.

---

<sup>258</sup> Redaksie, *Die Boerevrou*, Augustus 1921, p. 2.

<sup>259</sup> Redaksie, *Die Boerevrou*, Junie 1929 pp. 2,7; L. Kruger, *Gender, community and identity: women and Afrikaner nationalism in the Volksmoeder discourse of Die Boerevrou (1919-1931)*, M.A. Dissertation, U.C.T., 1991, p. 174.

<sup>260</sup> M.E. Rothmann, *My beskeie deel: 'n Outobiografiese vertelling*, pp. 212,213.

Ongelukkig kon die simbiose in die verhouding tussen 'n vroueblad en haar adverteerders maklik deur botsende belange versteur word. Die tweede Afrikaanse vrouetydskrif, *Die Huisvrou*, se redaksie het ook hiervan getuig. Die inhoud van *Die Huisvrou* was oorwegend godsdienstig van aard en die tydskrif het 'n sterk plattelandse sirkulasie gehad. Die blad het van 1922 tot 1976 bestaan. Audrey Blignault was die derde redaktrise van die tydskrif, van 1944 tot 1954. In 'n brief aan haar skryf M.E.R. in 1944 dat dit nie maklik gaan wees om die redaktrise van *Die Huisvrou* te wees nie. "... 'n blad met die gedaante van 'n 'Home Chat' en 'n inhoud van gesonde kulturele waarde. Dit gaan nie maklik wees nie; daarvoor sal die adverteerders sorg."<sup>261</sup>

Met hierdie realiteit moes Mabel Malherbe ook vroeg reeds rekening hou. Wat haar beleid rakende leesstof en advertensies behels, het sy in September 1919 al onderneem: "Ons sal nooit iets in ons kolomme toelaat nie wat in enige opsig die sedelikheid en karakter van ons volk skadelik kan raak." Vir hierdie uitgawe is 'n advertensie vir sterk drank, wat 'n hele bladsy sou beslaan en goed sou betaal, geweier.<sup>262</sup> Anna Neethling-Pohl het verder hierop uitgebrei: "En hier moet 'n mens ook mev. Malherbe se beginselvaste optrede i.v.m. advertensies noem. Alhoewel die tydskrif van die begin af sulke geldelike steun nodig gehad het, het sy geen enkele soort medisyne laat adverteer voordat dit nie eers deur deskundiges goedgekeur is nie. Sy was nie van plan om haar leseresse, versprei op eensame plase, ter wille van die geld deur aantreklike advertensies te laat mislei nie. Die adverteerders het dikwels woedend geword en met beledigende woorde hul steun teruggetrek, maar mev. Malherbe het hardnekkig voet by stuk gehou."<sup>263</sup> *Die Boerevrou*-redaksie is hierin ook deur die lesers gesteun. In Desember 1919 het daar byvoorbeeld 'n brief van

---

<sup>261</sup> Aangehaal in L. Rabe, *Die ontstaan en ontwikkeling van Sarie Marais as massatydskrif vir die Afrikaanse vrou*, M.A.-verhandeling, U.S., 1985, pp. 8,9,10.

<sup>262</sup> Redaksie, *Die Boerevrou*, September 1919, p. 2.

<sup>263</sup> A. Neethling-Pohl, Mev. Mabel Malherbe, *Die Huisgenoot*, 1 Junie 1945, p. 33.

mev. Cronjé verskyn waarin sy geskryf het dat sy bly is dat daar geen drankadvertensies in die tydskrif opgeneem word nie.<sup>264</sup>

Deur te volhard in haar oortuiging het Malherbe volgens M.E.R. baie geld verloor: “Maar die afkeur van advertensies het ook menige geldjie van die Malherbe-beurs weggekeer. Die goeie Kenne moes meer as een keer aan die end van die maand ‘n tekort aansuiwer – kamma al klaend, maar steeds gewillig om sy Mabel te help aan haar plesier in haar Boerevrou. So het sy dit dertien jaar aan die gang gehou. Teen daardie tyd was ek al lank weg van hulle af en weet nie wat presies gebeur het dat hulle die blad moes staak, maar in later jare het Marguerite Pienaar my gesê dat hulle vasgebrand het met gedurige tekorte, en ook dat die advertensiewerwer aan haar gesê het dat hy maklik £50 in die maand meer kon gekry het as hy die advertensies kon aangeneem het wat ander blaaië gepubliseer het.”<sup>265</sup>

Hierdie spanning tussen joernalistieke ideale en sakebelange was volgens M.E.R. teen 1928 reeds ‘n vaste verskynsel wat algemeen by tydskrifte en dagblaaie voorgekom het.<sup>266</sup> In die geval van *Die Boerevrou*, kon die gevolg hiervan wees dat die tydskrif haar beleid – en gevolglik haar bestaansreg – sou moes prysgee om finansiëel te kon oorleef. ‘n Alternatief sou wees om meer intekenaars te kry en ‘n groter oplaag te druk en versprei, maar uitbreiding is weer deur ‘n tekort aan fondse – wat deur meer advertensies verskaf sou kon word – gestrem. Teen die einde van 1931 het die Groot Depressie *Die Boerevrou*, toe reeds in ‘n bouse kringloop vasgevang, ‘n finale nekslag toegedien.

---

<sup>264</sup> Korrespondensie, *Die Boerevrou*, Desember 1919, p. 36.

<sup>265</sup> M.E. Rothmann, *My beskeie deel: ‘n Outobiografiese vertelling*, p. 206.

<sup>266</sup> J.C. Steyn, *Die 100 jaar van MER*, p. 230.

## 2. Sirkulasie

Daar kan nie vasgestel word presies hoe groot *Die Boerevrou* se sirkulasie was nie. Dit word nooit in die tydskrif self vermeld nie en die Suid-Afrikaanse ABC (Oudit-Buro vir Sirkulasie), wat volgens Lizette Rabe sulke inligting bewaar, is eers in 1949 gestig.<sup>267</sup> Aangesien *Die Boerevrou* 'n privaatonderneming was, bestaan daar ook nie direksienotules wat nagegaan kan word nie.

Volgens Malherbe was die leserskring van enige Afrikaanse blad, hetsy koerant of tydskrif, in vergelyking met die leserstal van Engelse publikasies in daardie jare beperk.<sup>268</sup> 'n Opmerking wat sy later in *Sarie Marais* gemaak het, bevestig dat die tydskrif nie algemeen bekend was nie: "Ek noem so terloops ons belangrikste werk, want ek besef dat daar onder my lesers vroue sal wees wat *Die Boerevrou* nie geken het nie."<sup>269</sup>

Volgens M.E.R. was *Die Boerevrou* se sirkulasie egter, gemeet aan 1972 se standarde, "goed." Sy verhaal ook in haar herinneringe 'n gebeurtenis wat waarskynlik 'n aanduiding kan wees van hoe groot die oplaag was wat maandeliks van *Die Boerevrou* gedruk is:

Ek onthou van 'n konsternasie wat eenkeer die hele driemanskap van die personeel ontstel het. 'n Leseres het, in antwoord op die vraag van 'n ander leseres na 'n ontsmettingsmiddel, 'Coopers Dip'<sup>270</sup> aanbeveel. Hierdie antwoord is goedgekeur en is met ander kopie na die drukkers aangestuur

---

<sup>267</sup> L. Rabe, *Die ontstaan en ontwikkeling van Sarie Marais as massatydskrif vir die Afrikaanse vrou*, M.A.-verhandeling, U.S., 1985, p. 26

<sup>268</sup> Redaksie, *Die Boerevrou en Ons Kleintjie*, Oktober 1931, pp. 1,8.

<sup>269</sup> M. Malherbe, "Ek sien haar win", *Sarie Marais*, 6 Julie 1949, p. 47.

<sup>270</sup> Cooper's Powder Dip is in 1852 deur William Cooper in Ravens Lane, Engeland ontwikkel vir die behandeling van brandsiekte by skape. Die aktiewe bestanddele daarvan was arseen en swael. The Story of Cooper's of Berkhamsted. The Dacorum Heritage Trust.

<http://www.dacorumheritage.org.uk/coopers.htm>. Toegang: 2011-10-11.

deur die Hoof. Maar daardie nag kon sy nie slaap nie. Sê nou die raad van die ‘Coopers Dip’ word gevolg; sê nou ‘n kind kom daarby en kry dit op die een of ander manier in – word siek – sterf! Baie vroeg die volgende môre bel sy die drukkers. Die kopie van gister, hoe ver is hulle daarmee? – O, byna afgehandel, mevrou. Ses- of aghonderd gedrukte blaaie moes eenkant toe gegooi word, geen ander uitweg nie!<sup>271</sup>

Dit is heeltemal moontlik dat ‘n oplaag uit duisend tydskrifte kon bestaan as tussen ses- en aghonderd eksemplare “byna” alles was. ‘n Opmerking in die redaksionele bydrae van November 1924 bevestig hierdie beraming: "Die Boerevrou tel haar leseresse by duisende deur die hele land."<sup>272</sup>

By nadere ondersoek blyk dit dat die Cooper’s Dip-episode homself in die uitgawes van November en Desember 1919 afgespeel het en dat dit waarskynlik dele van die uitgawe van Desember 1919 was wat oorgedruk moes word. In die redaksionele bydrae van hierdie uitgawe verskyn ook ‘n waarskuwing dat Cooper’s Dip baie giftig is en dat dit nie in huishoudings met klein kindertjies gebruik behoort te word nie.<sup>273</sup> Die waarskuwing is waarskynlik na die groot nagtelike wroeging ingesluit. *Die Boerevrou* was dus nog ‘n betreklike jong tydskrif toe haar oplaag na beraming al duisend getel het.

Die Kaapse koerant, *De Burger*, as die enigste Afrikaanse dagblad wat in daardie jare die N.P. gesteun het, het so baie lesers in die ander provinsies ook gehad dat hy permanente korrespondente in Potchefstroom, Potgietersrus, Standerton, Ermelo, Lydenburg, Hendrina, Parys, Lindleyweg, Philippolis en Okahandja kon bekostig. In 1921 was hierdie koerant se sirkulasie seweduisend vir die dagblad en vierduisend vir

---

<sup>271</sup> M.E. Rothmann, *My beskeie deel: ‘n Outobiografiese vertelling*, pp. 205-206.

<sup>272</sup> Redaksie, *Die Boerevrou*, November 1924, pp. 2, 6, 7.

<sup>273</sup> Redaksie, *Die Boerevrou*, Desember 1919, p. 5.



die halfweeklikse uitgawe. Dit word as ‘n hoë sirkulasiesyfer vir daardie tyd beskou.<sup>274</sup> In vergelyking hiermee kan die sirkulasie van *Die Boerevrou* dan, hoewel nie as uitermate groot nie, inderdaad as “goed” bestempel word.

Gedagtig aan die feit dat ‘n tydskrif stadiger en oor ‘n langer tydperk as ‘n koerant deurgelees word en dat elke eksemplaar gewoonlik deur meer as een persoon gelees word, kan geredeneer word dat ‘n oplaag van ongeveer duisend Boerevrou-tydskrifte maandeliks ‘n beduidende aantal lesers kon bereik. Baie lesers van *Die Boerevrou* het juis deur die jare aangedui dat hulle tydskrifte met ander lesers deel of aan vriende en familie uitleen.<sup>275</sup>

In ‘n verdere poging om te bepaal hoe wyd *Die Boerevrou* gelees is, is ‘n lys van alle lesers wat met die kantoor gekorrespondeer het, uit die oorspronklike tydskrifte saamgestel. Die lys bevat 4 386 inskrywings en is as Bylae II ingesluit. Die skrywers van briewe vir die koffietafelafdeling, asook die name van lesers wat vrae, wenke, resepte en foto’s ingestuur het is in die lys opgeneem. Ook die briewe van kinders, wat aan die tydskrif geskryf het voor die kinderblad ‘n aparte tydskriffie geword het, is getel omdat baie kinders die tydskrif by die skool te lees gekry het en nie deur hul ouers by hul huise nie. Die redaksie het soms net die voorletters van insenders by geplaaste briewe en versoeke aangegee en die moontlikheid bestaan dat dieselfde persoon as gevolg daarvan meer as een maal op die lys verteenwoordig kan word. Briewe wat aan die vroueverenigings se afdelings gestuur is, is nie ingesluit by die lys nie. Baie briewe is anoniem gestuur en die name van insenders het ook nie altyd by die resepte verskyn nie. Heelwat insendings kon dus nie getel word nie. Verder het dit dikwels gebeur dat daar so baie briewe oor ‘n spesifieke onderwerp ontvang is dat nie alles geplaas kon word nie. Lesers is ook dikwels versoek om oor ‘n spesifieke onderwerp te skryf, maar is vooraf ingelig dat net enkele briewe gekies gaan word om

---

<sup>274</sup> J.C. Steyn, *Die 100 jaar van MER*, p. 141.

<sup>275</sup> Kyk byvoorbeeld Om die koffietafel, *Die Boerevrou*, April 1921, pp. 15,17.

te publiseer.<sup>276</sup> Sommige lesers se briewe was ook net bedoel as goeie wense met Kerstyd of *Die Boerevrou* se verskillende verjaarsdae en het nooit in die tydskrif verskyn nie.<sup>277</sup> Dit wil dus voorkom of daar deur die amper 13 jaar van *Die Boerevrou* se bestaan baie meer briewe ontvang is as wat ooit uit so 'n saamgestelde lys sal blyk. Gevolglik mag dit sinneloos lyk om op hierdie wyse 'n bron te probeer saamstel. Tog is dit in werklikheid net 'n manier om bestaande data te organiseer. Geen inskrywing in die lys is kunsmatig gefabriseer nie. Die 4 386 inskrywings op die lys dien as 'n bevestiging van die moontlikheid dat die *Die Boerevrou* elke maand in 'n minimum van 'n duisend Afrikaanse huise ontvang en gelees is.

Waar dit vermeld is, is die woonplekke van die insenders ook gelys. Die spelling van name en plekname is sover moontlik onveranderd gelaat. Daar is wel gepoog om die name van plekke eenvormig te maak. Dit is insiggewend om te sien hoe wyd die tydskrif binne Suid-Afrika en selfs buite die landsgrense versprei is. Behalwe in Pretoria, wat die tuiste van *Die Boerevrou* was, is dit van Waterpoort in die noorde tot Paardeberg in die suide en van Ulundi in die ooste tot Darling in die weste van Suid-Afrika gelees. Met behulp van die intydse rekenaarprogram *GoogleEarth* kon die meeste plekke, waar *Die Boerevrou* in die Unie gelees is, op 'n kaart van Suid-Afrika opgespoor en uitgestip word. Die kaart is as Bylae III aan die einde van hierdie studie ingesluit. Dit gee met 'n enkele oogopslag 'n idee van waar daar oral in die land Afrikaners was wat met die leesstof in die tydskrif bereik is en benadruk die feit dat die verspreiding (adressering en pos) van die blad ongelooflik tydwend en arbeidsintensief vir *Die Boerevrou*-kantoor moes gewees het. In die oorgrote meerderheid van die gevalle verteenwoordig elke nommer op die kaart baie meer as een leser aangesien elke dorp net eenmaal aangedui is ongeag die aantal adresse in die dorp waarheen die tydskrif gepos is. Malherbe het dus nie oordryf toe sy in 1928 gesê het dat *Die Boerevrou* in elke uithoekie van Suid-Afrika haar verskyning maak

---

<sup>276</sup> Redaksie, *Die Boerevrou*, Mei 1926 p. 2.

<sup>277</sup> Redaksie, *Die Boerevrou*, Januarie 1928, pp. 2,5; Redaksie, *Die Boerevrou*, Januarie 1927, p. 2.

nie.<sup>278</sup> Buite die Unie se grense het inwoners van die volgende plekke onder die destydse lesers van *Die Boerevrou* getel: Angola, Basoetoeland (Lesotho), België, Betsjoeanaland (Botswana), Engeland, Java (Indonesiese eiland), Kenia, Tanganyika (Tanzanië), Nederland, Noord-Rhodesië (Zambië), Portugees Oos-Afrika (Mosambiek), Suid-Rhodesië (Zimbabwe), Suid-Wes Afrika (Namibië) en Swaziland.

### 3. Advertensies

Die advertensiebedryf steun sterk op begrip van en insig in verbruikersbehoefte. In 'n poging om 'n idee te vorm van wie die mark is en hoe om dit te bereik, doen adverteerders reeds sedert die vroeë twintigste eeu marknavorsing. Hoewel verbruikers in daardie jare nog as 'n relatiewe homogene groep gesien is, is advertensies toe al reeds gebaseer op adverteerders se persepsie van verbruikers se leefstyl, status en inkomste. Baie kan dus uit advertensies afgelei word oor die ingesteldheid van die lesers van 'n historiese publikasie.<sup>279</sup> Dit impliseer egter nie dat die adverteerders in *Die Boerevrou* die lesers baie goed geken en verstaan het en dat die advertensies noodwendig 'n akkurate weerspieëling van die lesers se lewenstyl is nie. 'n Gevolgtrekking waartoe daar wel gekom kan word, is dat as bepaalde adverteerders herhaaldelik of vir langer as wat 'n moontlike kontrakperiode vereis het, in *Die Boerevrou* geadverteer het, die advertensies geslaagd was en dus 'n moontlike aanduiding van die lesers se verbruikersingesteldheid kan gee.

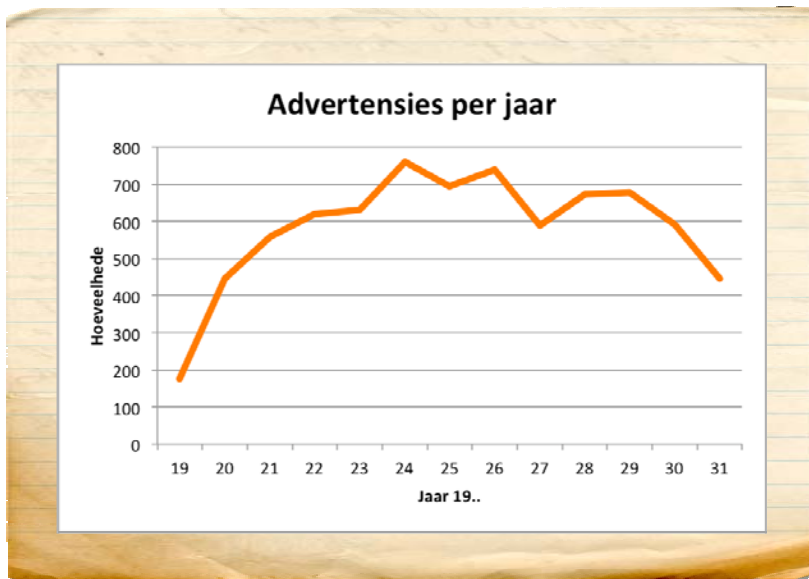
Gevolklik is daar 'n lys van advertensies vir elke jaar wat *Die Boerevrou* verskyn het, saamgestel. Die data op die dertien lyste is vervolgens saamgevat in 'n lys wat as Bylae IV ingesluit is. Hieruit kon bepaal word dat 592 adverteerders hul besighede en goedere in 'n totaal van 7 600 advertensies deur die jare in *Die Boerevrou*

---

<sup>278</sup> Redaksie, *Die Boerevrou*, Desember 1928, p. 2.

<sup>279</sup> A. Gough-Yates, *Understanding women's magazines: Publishing, markets and readerships*, p. 61.

geadverteer het. Die advertensies het jaarliks toegeneem, soos die tydskrif meer bekend geraak het. Die hoogtepunt was in 1924 toe daar van Januarie tot Desember altesaam 760 advertensies tot *Die Boerevrou* se inkomste bygedra het. Vanaf 1929, met die aanvang van die Depressie, het die aantal advertensies per jaar weer skerp afgeneem. In 1931 was die aantal advertensies net 446. Slegs in 1919, toe daar net tien uitgawes van *Die Boerevrou* verskyn het, was daar minder advertensies.



Figuur 22: Lyngrafiek van die aantal advertensies wat per jaar in *Die Boerevrou* verskyn het, saamgestel uit Bylaag IV.

Adverteerders wat in al 154 uitgawes van *Die Boerevrou* geadverteer het, was I. Mendelsohn "Horlogemakers, Juweliers, Algemene en Diamant-handelaars" en R. Müller "Het grootste Muziekmagazijn in Zuidafrika," albei van Kaapstad. Wolf Brothers, ook 'n juwelier van Kaapstad, het waarskynlik ook in al die uitgawes geadverteer. Hulle advertensie het egter gewoonlik agter op die buiteblad verskyn en het nie behoue gebly by die uitgawes wat deur die Nasionale Biblioteek in jaarbande gebind is nie.



Figuur 23: Advertensie vir R. Müller in Kaapstad.  
 Uit: *Die Boerevrou*, Mei 1929.



Figuur 24: Advertensie vir Wolf Brothers in Kaapstad.  
 Uit: *Die Boerevrou*, Julie 1929.

Ander getroue adverteerders wat op 'n gereelde basis deur die amper dertien jaar advertensieruimte gekoop het, was die uitgewer J.L. van Schaik en die klerewinkels John Jack en Millar en Co., almal van Pretoria. Gevestigde produkte, soos Bovril, Moir's Jellie en 4711-parfuim kon ook bekostig om gereeld met van die mooiste en grootste advertensies te adverteer. Al kan daar nie bepaal word hoeveel lesers van dié produkte gebruik het nie, kan aanvaar word dat al die lesers daarmee vertrouwd was. Malherbe het ook gedurig haar lesers aangemoedig om die adverteerders te ondersteun en met aankope of bestellings te meld dat hulle op 'n advertensie in *Die Boerevrou* reageer.<sup>280</sup>

Figuur 25: Advertensie vir Bovril.  
 Uit: *Die Boerevrou*, Augustus 1925, p. 43.



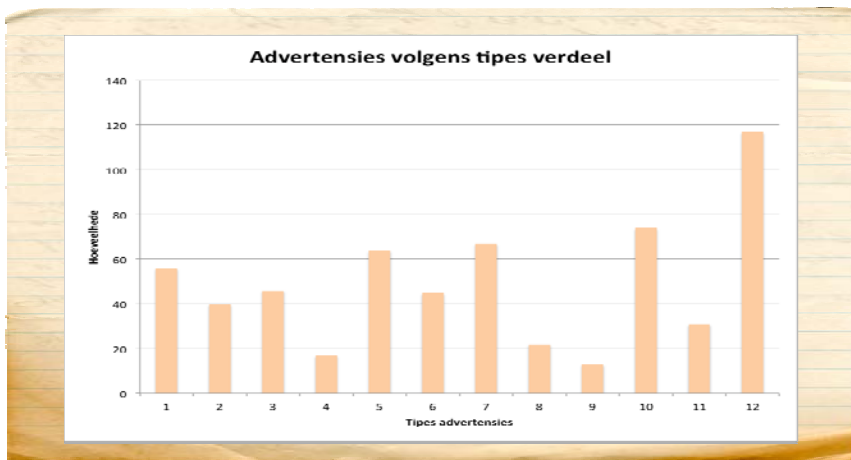
<sup>280</sup> Kyk byvoorbeeld Redaksie, *Die Boerevrou*, Julie 1919, p. 2.

Hoewel die beleid van *Die Boerevrou* as 'n filter gedien en bepalend was vir die tipe advertensies wat uiteindelik daarin verskyn het, is dit steeds insiggewend om te sien waaraan die leseresse blootgestel is en wat hulle kon koop as hulle sou wou. Daarom is al die advertensies in twaalf kategorieë ingedeel.

	Kategorie	Voorbeelde van goedere en dienste in die advertensies in elke kategorie geadverteer	
1	Boerdery en tuisbedrywe	Afslaers Broeimasjiene Byekorwe Gereedskap Koelkamers Landbougereedskap Markagente	Naaimasjiene en breimasjiene Roomafskeiers Saad, plantjies, bome Spinwiele Veedip en gif Vervoeragente
2	Diverse	Aankondigings deur bv. Stadsraad v. Johannesburg Gewere en ammunisie Grafstene Koffiehuisse en restaurante	Losieshuisse en hotelle Speelgoed Sportklere en –toerusting Tentoonstellings Wasserye en droogskoonmakers
3	Eetware	Kos	Kruideniers
4	Finansies	Banke Eiendom	Spaar en beleggings
5	Gesondheid	Apteke Brilmakers en oogkundiges	Medisyne Voedvroue en verpleegsters
6	Huis (inrigting en onderhoud)	Boumateriaal Elektrisiëns Meubels Muurpapier	Stowe Verf Ysmasjiene
7	Huishoudelike gebruik	Bedlinne Breekgoed Eetgerei Gif en ontsmettingsmiddels Gordyne Komberse	Kombuisgereedskap Materiaal, wol, ens. Paraffien Scoonmaakprodukte Tafellinne Tasse
8	Klein geklassifiseerd	Nadat die ruilkolom in 1921 ingestel is, het hierdie advertensies afgeneem en intekenaars kon gratis hul tuisgemaakte goedere adverteer.	
9	Motors	Garages (motorhawens) Motors	Motorfiets
10	Selfverwesenliking	Boekwinkels Drukkers en uitgewers Fotograwe Kameras Lees Musiekinstrumente	Onderrig, opleiding, werkseleenthede Raamwerk Skryfbehoeftes Stokperdjies Vakansies
11	Toiletware	Haarprodukte Parfuum Seep	Skeermesse Scoonheidsprodukte Tandepasta
12	Voorkoms	Haarbewerkers, haarsnyers Hoede Juwele	Kleremakers Klerewinkels Patrone

Figuur 26: Tabel met voorbeelde van advertensies in twaalf kategorieë

Elke advertensie wat ooit in *Die Boerevrou* verskyn het, is as een van die twaalf tipes geklassifiseer en daarvolgens getel. Die volgende grafiek toon die hoeveelheid advertensies in elke kategorie. Die advertensies wat die meeste in *Die Boerevrou* voorgekom het, was dié wat te make gehad het met **voorkoms** (waarvan die meeste klere en juwele was), **selfverwesenliking** (nie basiese behoeftes nie) en die **huishouding**. Gemeet aan die tipe advertensies wat die meeste verskyn het, was *Die Boerevrou* dus 'n ware vrouetydskrif. Selfs die tipe wat die minste voorgekom het, naamlik advertensies van motors, was gemik op die vrou se behoeftes. Haak's Garage in Pretoria het die nuwe Ford soos volg geadverteer: "Vrouens en kinders kan maklik aanleer om die nuwe Ford te bestuur," en J.G. Dickson, ook van Pretoria, het die dames aanbeveel: "Wanneer u man of verloofde besluit om 'n motorfiets met sykar te koop, staan dan daarop dat hy die gemaklikste soort kry sowel as die beste. Onthou dat u al die ongemak sal moet uitstaan. Indian. Dit is die volmaakte motorfiets."<sup>281</sup>

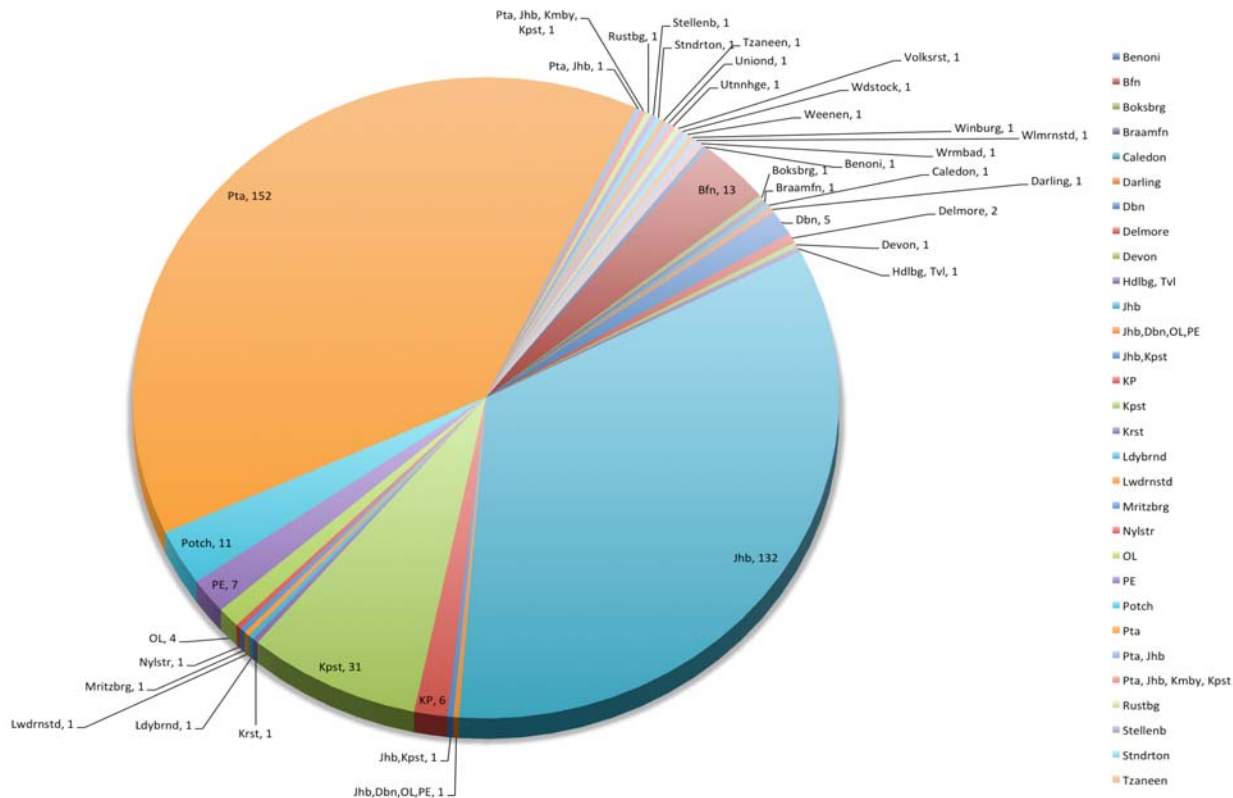


Figuur 27: Staafigrafiek met *Die Boerevrou* se advertensies volgens tipes verdeel.

Van die totale 592 adverteerders dui net 391 plekname aan. Die res was hoofsaaklik produkte soos Ashton & Parsons' Kinderpoeiers en Royal Bakpoeier. Die volgende sirkelgrafiek toon dat die oorgrote meerderheid advertensies uit Pretoria en Johannesburg gekom het, waarskynlik omdat dit aanvanklik die teikengebied van die tydskrif was en omdat dit makliker was om van advertensie-agente naby *Die*

<sup>281</sup> *Die Boerevrou*, Desember 1919; *Die Boerevrou*, Januarie 1924.

Boerevrou-kantoor gebruik te maak. Tog kon Malherbe reeds in 1920 verklaar: “Een van die beste tekens van ons groot vooruitgang is die vele advertensies wat ons nou krij, veral uit Kaapland.”<sup>282</sup> Dit dui daarop dat sy nie aanvanklik soveel belangstelling en steun uit ander dele van die land verwag het nie. Dat adverteerders uit ander dele van Suid-Afrika bereid was om in *Die Boerevrou* te adverteer, bevestig voorts dat die tydskrif inderdaad reg oor die land geles is.



Figuur 28: Sirkelgrafiek van adverteerders in *Die Boerevrou* volgens plek verdeel.

Die meerderheid advertensies in *Die Boerevrou* het soos koerantadvertensies gelyk: klein, met ‘n hele aantal op dieselfde bladsy. Daar is ook ruimte gelaat vir die sogenaamde geklassifiseerde persoonlike berigte. Die eerste bladsy van die eerste uitgawe (Maart 1919) is blanko gelaat daarvoor, met slegs die volgende daarop: “Gereserveer voor kleine Advertensies (als dit kan Geboorte, Trouw en Sterf Berigte) 2/6 per 24 woorde en 1d. per woord ekstra.” Mettertyd sou hierdie ruimtes

<sup>282</sup> Redaksie, *Die Boerevrou*, Februarie 1920, p. 3.



maandeliks gevul word met die lief en leed van *Die Boerevrou*-lesersgemeenskap. In Julie 1922 is die verlowing van Nico van der Westhuizen en Hester van Wyk van Keetmanshoop en die geboorte van 'n dogtertjie vir mnr. en mev. S.E. Fitcher van Sunnyside, byvoorbeeld hier aangekondig. 'n Foto van 'n mnr. en mev. H.B.K. Hermann, wat in Maart 1927 hulle goue bruilof gevier het, het ook met geleentheid verskyn en is van die volgende byskrif vergesel: "... albei is 'n bewys dat jongtrou en baie lief en leed nie 'n mens uitput nie." In Junie 1922 het die lesers egter in die plek "gereserveer voor kleine advertensies" gelees: "Tot onze diepe droefheid werd ons de 3de April te Bergum (Friesland, Holland) 'n levenloos zoontje geboren. F.A. de Roos. Y.H. de Roos-van der Veen." En die eggenoot en vader van Anna Catharina Fourie en baba Ella Johanna Dorothea het van 1921 af tot met die staking van die tydskrif in 1931 elke jaar in Maart 'n beriggie laat plaas ter herinnering aan sy vrou en dogtertjie wat in 1921 twee weke na mekaar oorlede is.<sup>283</sup>

Figuur 29: Die meeste advertensies in *Die Boerevrou* was klein en daar het 'n hele aantal op een bladsy verskyn. Aanvanklik was daar min illustrasies, maar daar het mettertyd meer tekeninge en foto's in die advertensies verskyn.

Uit: *Die Boerevrou*, September 1925, p. 24.



Figuur 30: Ruimte "gereserveer voor kleine advertensies."

Uit: *Die Boerevrou*, Maart 1919, p. i.

<sup>283</sup> *Die Boerevrou*, Maart 1919, p. 1; *Die Boerevrou*, Junie 1922, p. 8; *Die Boerevrou*, Julie 1922, p. 2; *Die Boerevrou*, Junie 1927, p. 4; *Die Boerevrou*, Maart 1928, p. 55.

Aan die begin was daar minder geïllustreerde advertensies in *Die Boerevrou*, maar die advertensies het met verloop van tyd meer gesofistikeerd en wetenskaplik geraak. Daar is meer van foto's gebruik gemaak en die uitsetting en taalgebruik het ook verbeter. Die bestaan van produkte en besighede is nie, soos meestal die geval aan die begin was, bloot net aangekondig nie. Daar is in 'n toenemende mate gepoog om lesers te oortuig dat hulle sekere produkte nodig het en verdien het om dit te besit. Vergelyk byvoorbeeld die heel eerste Boerevrou-advertensie vir Colgate met een wat in 1929 verskyn het.



Figuur 31: In 1921 het daar vir die eerste maal 'n Colgate tandepasta-advertensie in *Die Boerevrou* verskyn.

Uit: *Die Boerevrou*, Desember 1921, p. 42.



Figuur 32: Agt jaar later was Colgate se advertensie heelwat langer en het verduidelik hoe die produk werk en waarom lesers dit behoort te koop.

Uit: *Die Boerevrou*, Desember 1929, p. 52.

Tussen Februarie en Mei 1925 was daar selfs 'n advertensie-wedstryd in *Die Boerevrou* om lesers se aandag op die geadverteerde goedere te vestig. Daar het elke maand agt prentjies van voorwerpe, wat in die betrokke uitgawe geadverteer is, verskyn. Lesers moes elke prentjie dan met een van die advertensies verbind. Pryse wat deur die adverteerders geborg is, was voorwerpe soos reënjasse, skoene, aardewerk [gebruiksvoorwerpe met emalje bedek], sykouse en geraamde prente.

Soms was die eerste prys 'n kontantbedrag. Die antwoorde en prysweners is telkens in die volgende maand se uitgawe aangekondig.<sup>284</sup>

#### 4. Drukproses

Teen 1916 was daar 222 drukkers en verwante ondernemings in die drukkersbedryf in Suid-Afrika, wat altesaam vyfduisend werknemers gehad het. Die prosesse van Linotype-setwerk en Fotogravure, vir die hantering van foto's en illustrasies, was al goed ontwikkel en algemeen in gebruik vir die druk van tydskrifte en koerante toe *Die Boerevrou* die eerste keer verskyn het.<sup>285</sup> Tog was dié prosesse, wat ook vir die druk van *Die Boerevrou* gebruik is, in vergelyking met die digitale drukprosesse van vandag, baie tydrowend en omslagtig.

In Julie 1922 is daar in die redakteursbydrae van *Die Boerevrou* berig dat die redaktrise met vakansie is "... vér in die Bosveld êrens..." Die persoon wat in haar plek waargeneem het, het vertel dat die werk rondom so 'n tydskrif baie meer is as wat dit op die oog af lyk en dat dit baie tyd en inspanning kos om dit "... die mondstuk van die Afrikaanse vrouens ..." te hou.<sup>286</sup>

Ook M.E.R. het in 'n brief aan Sara Niemeyer op 14 Desember 1920 gemeld dat die opmaak van die tydskrif met baie moeite gepaard gegaan het. Sy vertel dat Malherbe vir haar 'n "skryfmasien" geleen het om op te werk en sy tik die brief vir oefening. Die papier wat sy gebruik het om op te tik was die wat die redaksie geweier het om aan te neem by die druk van die Desember-nommer weens al die foute daarin. "Ag dit was 'n geswoeg om dit alles in orde te krij, ek hoop die mense sal dit mooi vind.

---

<sup>284</sup> *Die Boerevrou*, Februarie 1925, p. 29; *Die Boerevrou*, Maart 1925, p. 47; *Die Boerevrou*, April 1925, p. 56; *Die Boerevrou*, Mei 1925.

<sup>285</sup> *Wêreldspektrum*, vol. 5, p. 138.

<sup>286</sup> Redaksie, *Die Boerevrou*, Julie 1922, p. 2.

Ek self dink dat dit net goed is. Daar is nog heelwat drukfoute in al het ons dit 4 maal verbeter, maar ons het self naderhand die foute nie raak gesien nie.<sup>287</sup>

Alle lettersetwerk is sedert Gutenberg se tyd met die hand gedoen tot daar in die 19de eeu pogings aangewend is om die setmetode te meganiseer. In 1885 het Otto Mergenthaler die Linotype-setmasjien in die V.S.A. ontwerp. Hierdie masjien het met behulp van 'n toetsbord vir elke letter 'n matrys of gietvorm geselekteer en dan lood in 'n hele reël se matryse gegiet sodat die lettertjies nie los van mekaar is nie, maar elke reël 'n soliede stuk lood vorm. 'n Behendige handsetter kon ongeveer duisend karakters per uur set, maar 'n Linotype-setmasjien het nagenoeg sesduisend karakters per uur gelewer. Die feit dat die letters nie los is nie, maar as soliede reëls gegiet is, het snelle hantering moontlik gemaak. Hierdie setmasjien het 'n toetsbord soortgelyk aan dié van 'n tikmasjien gehad. Telkens as 'n toets gedruk is, het 'n kopermatrys in 'n vorm geval. Sodra genoeg letters en spasies vir een reël in die vorm gelê het, is die hele reël voor 'n gietspuit geplaas en gesmelte lood uit die gietspuit in die reël matryse gespuit. So is Linotype-setreëls gemaak. Sodra die lood afgekoel het, is die reël na die staalgalei vervoer en die gebruikte matryse na die matrys-magasyn teruggevoer sodat dit vir die volgende reëls gebruik kon word. Foute kon net gekorrigeer word deur die hele reël oor te set.<sup>288</sup> Om hierdie rede is setfoute in *Die Boerevrou*, wat voor uitgawe bespeur is, soms net in die redaksionele kolom vermeld of reggestel.<sup>289</sup> Dit sou te tydrawend en duur wees om die hele bladsy oor te set.

Elke bladsy van 'n koerant of tydskrif het presies dieselfde vooraf bepaalde lengte gehad en die loodreëls is opgedeel in bladsye wat elkeen dieselfde aantal reëls bevat het. *Die Boerevrou* is gedruk met 'n drukmasjien wat drukplate van 31 x 22cm kon hanteer en ruimte vir 65 reëls per bladsy gehad het. By geïllustreerde publikasies, soos *Die Boerevrou*, moes daar tydens die opmaak van die bladsye vir illustrasies

---

<sup>287</sup> J.C. Steyn, *Die 100 jaar van MER*, p. 134.

<sup>288</sup> *Wêreldspektrum*, vol. 5, pp. 129,131.

<sup>289</sup> Kyk byvoorbeeld Redaksie, *Die Boerevrou*, Februarie 1920, p. 3.

ruimte gelaat word. Nadat die bladproewe gekontroleer en die finale korreksies aangebring is, is die bladsye in drukvorms van agt, sestien of 32 bladsye saamgestel, afhangende van die tipe drukmasjien waarop die werkstuk gedruk sou word.<sup>290</sup>

In die Januarie 1929-uitgawe van *Die Boerevrou* verskyn die volgende by 'n advertensie vir die *Cape Times*: “Die blokke vir illustrasies wat in hierdie blad verskyn is gemaak deur die Cape Times Beperk Prosesdepartement.” Verder word dié afdeling van die Kaapse koerant as die “spesialiste in kleur-blokke, halftone, koper-tone, lynblokke en fotogravure” beskryf.<sup>291</sup> Die voorbereiding van die grafiese materiaal is dus nie deur Die Noordelike Druipers Maatskappy self gedoen nie, maar uitgekonnekteer. Fotogravure of Rotogravure verwys na 'n proses wat gebruik word vir die fotografiese voorbereiding van illustrasies vir 'n drukplaat. 'n Koperplaat word met 'n ligsensitiewe gelatienoplossing bedek waarna die beeld dan as 'n fotografiese negatief deur gravering op die koperplaat aangebring word. Die drukwerk word van die plaat af gedoen. Die vroegste fotogravure-prosesse is in die 1830's ontwikkel en is in 1878 deur die Tsjeg Karel Klíč verfyn om foto's en illustrasies van hoë kwaliteit te lewer. As illustrasies by die artikels en advertensies in *Die Boerevrou* is heelwat sketse, tekeninge en lino's gebruik. Daar is ook vroeg reeds, in die eerste jaar, foto's in die tydskrif gepubliseer.<sup>292</sup>

Die eerste kleurdrukwerk wat klaarblyklik in *Die Boerevrou* verskyn het, was 'n advertensie vir Clark's Anchor Coton à Broder (borduur-garing) wat in die uitgawe van November 1921 as 'n los blad ingevoeg is. In dieselfde uitgawe verskyn 'n interessante versoek in *Ons ruilkolom*: “Mev. Engelbrecht van Swasiland wil 10 mooi nuwe musiekstukke ruil vir 'Ladies Home Journals' of ander boeke met gekleurde plate. Sy wil papierkrale daarvan maak.”<sup>293</sup> Mev. Engelbrecht was sekerlik in haar skik

---

<sup>290</sup> *Wêreldspektrum*, vol. 5, p. 132.

<sup>291</sup> *Die Boerevrou*, Januarie 1929.

<sup>292</sup> *Wêreldspektrum*, vol. 5, p. 133.

<sup>293</sup> *Ons ruilkolom*, *Die Boerevrou*, November 1921, p. 33.

met haar vonds van gekleurde papier in die Novemberuitgawe. Sy sou egter daarna nie gereeld gekleurde blaaië in *Die Boerevrou* aantref nie, al het mej. L.M. Saayman in September 1924 gereken: "'n Gekleurde plaatjie hier en daar sal ook die Blad baie mooi maak."<sup>294</sup> Gekleurde drukwerk was duur en net by enkele Kersuitgawes het daar 'n los gekleurde prent in die tydskrif verskyn.<sup>295</sup>

Figuur 33: 'n Los, gekleurde prent, wat geraam kon word, is soms by die feesuitgawes van *Die Boerevrou* ingesluit.

Uit: *Die Boerevrou*, Desember 1924.



## 5. Die einde in 1931

Volgens Lou-Marie Kruger het Mabel Malherbe *Die Boerevrou* in 1931 as 'n projek laat vaar omdat haar eie oortuigings oor die rol en posisie van vrouens mettertyd meer liberaal geword het.<sup>296</sup> Hoewel so iets moontlik sou kon bydra tot haar besluit om die tydskrif te staak, is dit onwaarskynlik dat dit die hoofrede was. As Malherbe in staat was om, soos beweer word, haar lesers vir die nasionalistiese ideologie te wen, sou sy haar veranderde sienings ook suksesvol aan hulle kon oordra en hulle daarmee beïnvloed. Die tyd en energie wat haar pligte as burgemeester en die rol wat sy in die openbaar begin speel het, in beslag geneem het, asook die voortdurende bekommernis oor die finansies kan eerder as die deurslaggewende redes aangevoer word vir die staking van *Die Boerevrou*. Ook ander Afrikaanse tydskrifte het in hierdie jare swaargekry. *Die Brandwag* is byvoorbeeld in Februarie 1922 gestaak nadat dit 'n paar maande lank teen 'n verlies uitgegee is.<sup>297</sup>

<sup>294</sup> Om die Koffietafel, *Die Boerevrou*, September 1924, pp. 8,9,10,11.

<sup>295</sup> Kyk byvoorbeeld *Die Boerevrou*, Desember 1924.

<sup>296</sup> L. Kruger, *Gender, community and identity: women and Afrikaner nationalism in the Volksmoeder discourse of Die Boerevrou (1919-1931)*, M.A. dissertation, U.C.T., 1991, p. 15.

<sup>297</sup> J.C. Steyn, *Die 100 jaar van MER*, p. 137.

In November 1931 het Malherbe in die tydskrif geskryf dat die kinders dalk teleurgesteld sal wees om te sien dat hulle blad weer deel is van die ouerblad. Dit was nodig om dit weer as deel van *Die Boerevrou* uit te gee omdat dit te duur geword het om dit apart te druk. Dit kon egter steeds maklik uitgehaal word en in eie boekie gevou word soos vroeër, voor dit 'n afsonderlike publikasie was. Sy het verduidelik dat dit swaar gaan om die tydskrif finansiëel staande te hou, want die advertensie-inkomste het drasties afgeneem. Lesers kon help deur te verseker dat hulle intekengeld "opbetaal" is, deur firmas te ondersteun wat in die blad adverteer en deur te help om nuwe intekenaars te werf. Daar is selfs afslag van 2/6 op die intekengeld belowe vir diegene wat elk 'n nuwe intekenaar kon werf. 'n Poging is aangewend om die lesers gerus te stel:

Almal kry nou swaar, en dit is verstaanbaar dat ons koerante en blaaië ook sal ly want ons lesers kring is beperk. Alhoewel ons nou so ronduit en presies sê hoe sake staan beteken dit nie dat ons sonder moed is of hopeloos voel nie. Inteendeel is ons bereid om nog swaar te veg vir ons lewe, om alles in ons vermoë te doen om deur te worstel want ons is daarvan oortuig dat dinge stadig maar seker sal verbeter en dit hang net af of ons die uithou vermoë het of ons weer daar-bo sal kom.<sup>298</sup>

Die goeie voornemens van November ten spyt, was die afskeidsgroet in Desember onafwendbaar:

Vir die laaste keer praat ek vandag met u as Redaktriëse. Soos ons verlede maand alreeds voorspel het, is ons verplig om die publikasie van *Die Boerevrou* te staak, en dit wel met hierdie uitgawe. Ek haas my om te sê dat ons intekenaars nie skuld daaraan het nie, want, die swaar tyd in aanmerking geneem, is daar betreklik weinig bedankings, en ons kry nog gedurig briewe

---

<sup>298</sup> Redaksie, *Die Boerevrou en Ons Kleintjie*, November 1931 p. 1.

van waardering. Die skuld lê ook nie by ons nie, want ons is nog net so gewillig en gretig as ooit om die werk (die groot volkswerk soos ons dit beskou) voort te sit, en ons beste kragte daaraan te wy. Nee, die skuld lê by die algemene depressie wat dit vir ons advertensie-agente onmoontlik maak om langer vir ons voldoende advertensies te kry om die koste van die blad te dek. Advertensies is die lewensbloed van 'n blad, en daarsonder kan geen blad bestaan nie. In die swaar tye is die winkels genoodsaak om net in dagblaaie te adverteer, waarvandaan hulle gou resultate kan verwag." "Dus moet ek u, liewe vriendinne, vandag 'n tydelike vaarwel toeroep, nie soos een sonder hoop in die toekoms nie, maar met dankbaarheid vir wat ons in die verlede vir mekaar gewees het, en met die innige hoop dat ons verder mekaar sal bly dien, indien nie deur middel van die blad nie, dan wel op ander maniere.<sup>299</sup>

As sake-onderneming was *Die Boerevrou* dus uiteindelik nie geslaagd nie. Tog het die tydskrif 'n blywende indruk op die lewens van baie Afrikanervroue gelaat. Anna Neethling-Pohl vertel dat dit waarlik 'n bittere teleurstelling vir honderde leeresse én skrywers was toe die blad weens die depressie gestaak moes word: "Die enkele oppassendes wat vandag nog 'n volledige stel besit, blaai treurig daarin rond en hoop dat daar weer so 'n gesellige, nuttige artistieke blad sal ontstaan met dieselfde doel, ideale en diens van *Die Boerevrou*. Vir daardie groot werk te midde van onnoembare opofferings sal ons Mabel Malherbe nooit genoeg kan dank nie."<sup>300</sup>

Die verhaal van *Die Boerevrou* illustreer duidelik dat die wisselwerking tussen die redaksie van tydskrifte, hul adverteerders en die lesers reeds aan die begin van die twintigste eeu 'n komplekse samehang van rolspelers, oortuigings en gebeure was. Die publikasie van tydskrifte vind nie in isolasie plaas nie, maar word deur 'n

---

<sup>299</sup> Afskeidsgroet, *Die Boerevrou*, Desember 1931, p. i.

<sup>300</sup> A. Neethling-Pohl, Mev. Mabel Malherbe, *Die Huisgenoot*, 1 Junie 1945, p. 35.



verskeidenheid persone en faktore as veranderlikes beïnvloed. Gevolglik kan 'n tydskrif as 'n kulturele manifestasie van 'n spesifieke tydperk bestempel word.