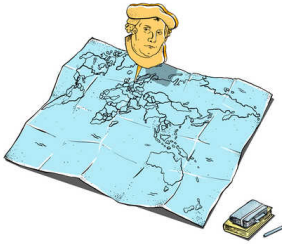


# Luther als nieuwsfenomeen



illustratie Gemma Pauwels



**500 jaar Reformatie | interview | Maarten Luther was de eerste die de kracht van het gedrukte boek inzag, stelt de Britse historicus Andrew Pettegree. Hij ontketende een mediarevolutie en werd een nieuwsfenomeen. 'Mensen kochten zijn pamfletten uit nieuwsgierigheid.' Deel 11 van een serie.**

GERRIT-JAN KLEINJAN

Lijkt Maarten Luther op Donald Trump en Geert Wilders? Op het eerste gezicht is het een nogal vergezochte vergelijking. Want wat heeft de Duitse kerkhervormer uit de zestiende eeuw te maken met twee extreme politici anno nu? Eigenlijk niet zo veel. Toch zijn ze op één punt wel degelijk goed te vergelijken, stelt de historicus Andrew Pettegree. "Zoals Trump nu gebruikt maakt van Twitter, zo omarmde Luther de boekdrukkunst, de nieuwe media van zijn tijd."

Wie het verbijsterende succes van Luther wil begrijpen, zo betoogt de Britse historicus, kan niet voorbij aan de wijze waarop Luther de uitgeverwereld en de boekdrukkunst naar zijn hand wist te zetten.

Andrew Pettegree (1957) is een specialist op het gebied van boekdrukkunst en mediagebruik in de zestiende eeuw en is als hoogleraar moderne geschiedenis verbonden aan de universiteit van St. Andrews in Schotland. Eerder dit jaar verscheen 'Het merk Luther', een Nederlandse vertaling van zijn boek 'Brand Luther' waarin hij de opkomst van Luther als 'mediafenomeen' beschrijft.

Al vaak is vastgesteld dat de boekdrukkunst van doorslaggevend belang was voor de zaak die Maarten Luther bepleitte. Zonder de drukpers hadden zijn ideeën nooit zo snel een groot publiek kunnen bereiken. Volgens Pettegree werd Luther niet alleen gevormd door de boekdrukkunst, maar was de kerkhervormer zelf ook bepalend voor de richting waarin de Duitse uitgeverwereld zich in de zestiende eeuw ontwikkelde. Luther drukte, zo blijkt uit Pettegrees onderzoek, een zwaar stempel op nieuwe inzichten in stijl, vorm en doel van het gedrukte boek.

Toen Luther in 1517 zijn klachten tegen de opvattingen in de rooms-katholieke kerk formuleerde, bestond er al een manier om boeken te drukken. Ruim vijftig jaar daarvoor had Johann Gutenberg, een smid uit Mainz, een systeem bedacht waarbij het met losse loden letters pagina's zette. Het drukken van pagina's tekst kon zodoende goedkoop en snel. Een gouden idee, dachten velen rondom Gutenberg. Toch liep de boekdrukkunst de eerste decennia op een commercieel fiasco uit.

Tijdens het gesprek legt Pettegree vaak parallellen met de wereld van nu om een ontwikkeling in het verleden te verhelderen. De opkomst van de boekdrukkunst legt hij naast de eerste internetbedrijven. "Ook daar was er veel opwinding en waren er hoge verwachtingen. Dat ligt in de aard van nieuwe technologie, denk ik. Mensen investeerden massaal in

internetbedrijven en verloren daarmee vaak heel veel geld."

Pettegree: "De technische problemen van de boekdrukkunst waren al opgelost rond 1450. Gutenberg ontwikkelde een manier om met een loden letters en een pers boeken in hoge oplages te drukken. Hiermee was het werk gedaan, dacht hij."

Het échte probleem was echter de marketing. "Gutenberg ontwikkelde zijn techniek in een wereld die nog op een heel andere manier omging met boeken. Aanvankelijk richtten de makers van gedrukte boeken zich op het beperkte publiek dat in het tijdperk van handgeschreven manuscripten boeken kocht: vorsten, geleerden en geestelijken die het geld hadden om enorme bedragen neer te leggen voor een handgeschreven werk. Van boeken bestonden maar enkele exemplaren. Waarom zouden vorsten en geleerden opeens vijfhonderd exemplaren willen hebben? De nieuwe techniek vereiste een heel ander businessmodel. Alleen, dat was er nog niet."

Kapitalistisch

Toen verscheen Maarten Luther. Meteen vanaf het moment dat hij zijn ideeën begint te verspreiden, was hij doordrongen van de mogelijkheden en voordelen van de drukpers. "Luther begreep al snel dat hij maximale publiciteit moest hebben als hij niet wilde dat hem de mond gesnoerd werd. In de eerste jaren dat hij publiceerde schreef hij maar liefst 45 verschillende werken. Dat maakte een groot verschil. Het was niet meer te negeren", zegt Pettegree. "Hij zag bovendien in dat de boekdrukkunst een nieuwe manier van schrijven vraagt. Theologische geschriften waren tot die tijd allesbehalve kort. Een preek van Luther kon je lezen in tien minuten."

De ideeën van Luther werden verspreid in kleine pamfletten aan

een geheel nieuw publiek. Luther schreef veel in het Duits, niet in het Latijn zoals alle andere geleerden in zijn tijd. Voor het eerst werd het drukken van boeken commercieel interessant. Het kostte een drukker in Wittenberg, de plaats waar Luther actief was, twee dagen om driehonderd exemplaren te drukken en meteen te verkopen. "Moet je je indenken wat voor verandering dat was. Tussen de investering en de opbrengsten zit minder dan een week. Voor dit model heb je een kapitalistische manier van kijken nodig." Luthers werk verkocht enorm goed. Van veel boeken kwamen tien edities op de markt. Luther was, stelt Pettegree, in zijn tijd niets minder dan een 'nieuwsevent'. "Mensen kochten het uit nieuwsgierigheid. Wie is die man die in zijn eentje opstaat tegen het gezag van de paus?"

Merk

Luther bemoeide zich persoonlijk met het uiterlijk van zijn geschriften. Hij haalde goede drukkers naar Wittenberg en bemoeide zich zelfs met de omslagen. De pamfletten van Luther vielen daardoor op in de boekenkraam. 'Luther' en 'Wittenberg' stond prominent op de voorkant.

Zo werkte Luther doelbewust aan zijn eigen merk, stelt Pettegree. "Tegenwoordig is het normaal, toen waren op zo'n manier nog nooit eerder boeken aan de man gebracht. Het idee dat de naam van de auteur van doorslaggevend belang was voor het verkoopsucces, was iets nieuws. Dat de naam van de plaats waar het boek verscheen voorop een boek vermeld stond, was helemaal nieuw. Er waren op een gegeven moment zelfs uitgeverij in andere plaatsen die 'Wittenberg' op het voorblad zetten om de verkoop te stuwen."

Doordat Luther de eerste was die de nieuwe voordelen inzag, kreeg hij een ongelooflijke voorsprong op zijn tegenstanders. "Die meenden nog dat Luthers ideeën zo weinig mogelijk aandacht moesten hebben. Dan zouden ze vanzelf wel

verdwijnen." Ook hier ziet Pettegree parallellen met meer recente gebeurtenissen. "Wie nieuwe media omarmt, heeft vrijwel altijd een ongelooflijke voorsprong. Denk bijvoorbeeld aan John F. Kennedy, die als eerste presidentskandidaat de waarde van televisie zag. Trump met zijn tweets is ook een voorbeeld. Nog een overeenkomst is dat gebruik van nieuwe media botst met conventionele opvattingen. Het zou onwaarschijnlijk zijn en niet geschikt om opvattingen over te brengen."

Mediarevolutie

Dat was problematisch voor de Reformatie. Luther moest zich verdedigen tegen de beschuldiging dat hij iets nieuws deed. "Hij leefde in een tijd waarin 'nieuw' geen aanbeveling was, dan werd dat gerechtvaardigd met een beroep op het verleden. Luther stelde zelf dat hij teruggreep op bijbelse bronnen."

De mediarevolutie in Luthers tijd is goed te vergelijken met het internet nu, meent Pettegree. "Toen Gutenberg zijn techniek ontwikkelde, had hij er geen idee van dat het zeventig jaar later gebruikt zou worden voor een revolutie. Het is hetzelfde als toen het internet opkwam. De eerste gebruikers hadden het idee dat het een kracht was ten goede, informatie zou voor iedereen beschikbaar komen en de wereld verder democratiseren. Nu zien we heel andere dingen: nepnieuws, black internet, internetporno, trollen. Dat had niemand verwacht." Pettegree: "Wat dit mij leert is dat elke mediarevolutie begeleid wordt door veel valse beloften en ideeën. In het geval van de boekdrukkunst was het de gedachte dat dezelfde soort boeken zouden blijven verschijnen voor hetzelfde publiek, alleen dan goedkoper. Het zou het beste van twee werelden verenigen. Toch bleek het heel anders te lopen. De krachten die het ontketende waren ontwrichtend. Er ontstond uiteindelijk een nieuw soort samenleving."

## SPOREN VAN DE REFORMATIE

De Reformatie, die 500 jaar geleden begon, was een keerpunt in de Europese geschiedenis. Het begon met Maarten Luther, die in 1517 in opstand kwam tegen het kerkelijk gezag. Trouw brengt een jaar lang de sporen van de Reformatie in beeld. Wat was de invloed van deze beweging op ons denken, op de kunsten, op taal, op wetenschap en op politiek? En wat zien we daar nu nog van? De vorige aflevering verscheen op 17 maart.

### Lucas Cranach

Het beeld dat we van Luther hebben is voor een belangrijk deel het werk van de schilder Lucas Cranach (1472 - 1553). Deze kunstenaar en zakenman portretteerde Luther op verschillende sleutelmomenten in zijn loopbaan. Zo maakte Cranach zijn eerste beroemde afbeelding in 1520, op het moment dat Luther voor een groot schandaal zorgde. Hij beeldde Luther af op een manier die precies beantwoordde aan het doel, stelt Pettegree. Luther wilde geen rebel zijn. Daarom tekende Cranach Luther als eenvoudige monnik, die kalm en vastberaden de wereld inkijkt. "Het is bij uitstek het beeld van de eenvoudige man Gods, onwrikbaar in weerwil van de troepenmacht die de gevestigde kerk tegen hem in het geweer heeft geroepen", aldus Pettegree. Later kwam hier nog een reeks andere portretten bij, waarbij Cranach erg veel moeite deed om Luther als man met gezag af te beelden. Pettegree: "Lucas Cranach was de feitelijke grondlegger van het merk Luther."