

Recensie

Monica Stensland. *Habsburg Communication in the Dutch Revolt*. (Amsterdam Studies in the Dutch Golden Age.) Amsterdam, AUP, 2012. 235 pp. ISBN 978-90-8964-413-8. €20,75.

De studie van vroegmoderne publieke communicatie tijdens de Opstand vertoont twee, elkaar versterkende kenmerken die een goed begrip ervan in de weg zitten. De eerste is een sterke voorkeur voor het perspectief van de opstandelingen. De tweede is de onderliggende tendens slechts een enkel genre of subgenre te bestuderen, voornamelijk argumentatieve prozapamfletten en nieuwsprenten. Beide benaderingen zijn reductionistisch en zitten een goed begrip van het publieke debat in de weg. Beide hebben er ook toe bijgedragen dat het beeld is ontstaan van een zeer actieve, zegevierende opstandige pers en een passieve, falende, of zelfs non-existente Habsburgse pers.

In *Habsburg Communication in the Dutch Revolt* toont Monica Stensland overtuigend aan dat dit beeld voortvloeit uit de buitenproportionele aandacht die historici van de Opstand hebben gehad voor pamfletten. En die waren nu juist het medium van opstandelingen. Door naast de geijkte pamfletten ook de andere vroegmoderne communicatievormen – zoals proclamaties, processies, blijde inkomsten, executies en preken – in haar analyse te betrekken maakt zij aannemelijk dat de Habsburgers zeer zichtbaar waren in de publieke ruimte en er zelfs een actief communicatiebeleid op nahielden. In tegenstelling tot de opstandelingen berustte dat beleid juist op die genres die door historici zijn genegeerd. In zes chronologisch geordende hoofdstukken analyseert zij hoe dit beleid zich in samenspraak met de Opstand ontwikkelde.

Het eerste hoofdstuk richt zich op de jaren na de Beeldenstorm, 1567-1572, toen Alva in de Nederlanden orde op zaken moest stellen. Stensland betoogt dat Alva's keiharde ingrijpen onderdeel was van een bewuste communicatiestrategie, die erop gericht was de koning niet te associëren met de bestraffingsmethoden van zijn afgezant. Alva moest als straffende 'bad cop' optreden, zodat Filips II, zodra de rebellie

was onderdrukt, als ‘good cop’ de relatie met zijn onderdanen zou kunnen herstellen en zo het toonbeeld van harmonie kon blijven. Drukwerk speelde in deze jaren een ondergeschikte rol in de Habsburgse communicatie: Alva wilde vooral dat het gezag succesvol was. Daarom liet hij niet met zich sullen en bediende zich met name van proclamaties en publieke evenementen. Publieke executies dienden als afschrikwekkende voorbeelden voor protestanten. Ceremonies droegen uit dat het regime de steun van zowel God als de stedelijke gemeenschap genoot.

Toen de Opstand zich in 1572–1576 tot een burgeroorlog ontwikkelde, zette dit patroon zich voort. De Habsburgers raakten weliswaar de controle over verschillende communicatiemiddelen kwijt, omdat de stedelijke autoriteiten hun niet meer gehoorzaamden, maar dit betekende nog niet dat zij zich tot een pamflettenoorlog en daarmee tot een publiek debat met de rebellen lieten verleiden. De centrale boodschap was en bleef, in lijn met Romeinen 13, dat onderdanen gehoorzaam dienden te zijn aan de godgegeven overheid. Die boodschap werd onder Alva vooral uitgedragen middels exemplarische, straffende maatregelen. Alva vertrouwde op het vermogen van het regime om de onderdanen middels de daad tot gehoorzaamheid te dwingen, wat leidde tot excessen als de plundering van Mechelen. Dat dit beleid koren op de propagandamolen van de opstandelingen was doet volgens Stensland niet af aan de ‘good cop/bad cop-strategie’ die eraan ten grondslag lag. Dat een strategie faalt betekent nog niet dat die er niet was.

Een nieuw communicatiebeleid kwam er volgens Stensland vanaf 1578, toen de hertog van Parma ten tonele verscheen. Farnese, die de hoofdpersoon vormt van het hoofdstuk ‘Communicating reconciliation’ was de eerste landvoogd die het gedrukte woord en de daad met overtuiging op elkaar liet aansluiten. Met zijn strategie om Willem van Oranje in diskrediet te brengen, vergeving te bieden aan katholieken en een vrije aftocht aan Protestanten, herwon hij het vertrouwen van de katholieke bevolking, dat met name Alva en Don Juan hadden verspeeld. Farnese is dan ook de ‘held’ (p. 159) van Stenslands boek, die de weg plaveide voor het beter bekende verhaal van de aarts-hertogelijke propaganda die op de zijne volgde.

Stenslands uitgangspunt dat een brede, multimediale aanpak noodzakelijk is om de vroegmoderne overheidscommunicatie te bestuderen is overtuigend. Jammer is wel dat picturale bronnen grotendeels buiten beschouwing zijn gebleven. Hoewel Stensland in haar inleiding eerst het belang van prenten en schilderijen als politiek communicatiemiddel benadrukt, meldt ze vervolgens dat het terrein voor haar niet te overzien is en zij zich daarom alleen tot secundaire bronnen heeft beperkt. Dat botst met het uitgangspunt. Niettemin is het Stenslands grote verdienste dat zij een aanzienlijke hoeveelheid veronachtzaamde bronnen ontsluit, analyseert en contextualiseert.

Habsburg Communication in the Dutch Revolt maakt twee dingen duidelijk. Ten eerste dat het regime zich langzaam, maar wel steeds beter bewust werd van de noodzaak van een zekere overeenstemming tussen de uitgedragen boodschap en de eigen daden. In het licht van de contra-propaganda van de opstandelingen werd geloofwaardigheid van belang. In die zin ging men meer rekening houden met het publiek – al werd dit (en dit aspect negeert Stensland curieus genoeg) natuurlijk ook steeds makkelijker

naarmate de exodus van calvinisten naar het Noorden vorderde. Tegelijk wordt duidelijk dat men consequent weigerde in discussie te gaan met tegenstanders: argumentatief werd de communicatie van de Habsburgers nooit.

Deze conclusies zijn overtuigend, maar tonen ook de achilleshiel van *Habsburg Communication*. Want hoewel Stensland aankondigt dat haar multimediale aanpak tot nieuwe inzichten leidt, lijkt zij toch uiteindelijk te bevestigen wat men al meende te weten, namelijk dat de Habsburgse relatie met het publiek vooral berustte op een onvoorwaardelijk geloof in het eigen recht om te heersen en de traditionele repressieve en representatieve middelen die daarbij hoorden.

De oorzaak voor deze weinig prikkelende uitkomst is Stenslands weigering om zich te verhouden tot de bestaande literatuur over vroegmoderne media en publieke opinievorming *buiten* de historiografie van de Opstand. Haar vertrekpunt, het ontbreken van het Habsburgse perspectief, is legitiem, maar negatief. Een prikkelende positieve probleemstelling ontbreekt. Met haar keuze ('quite simply') voor 'public communication' als analytisch concept gaat Stensland netelige kwesties over propaganda, publieke opinie, openbaarheid en discussiecultuur uit de weg (termen die vervolgens wel steeds weer terugkeren in haar tekst). Zij plaatst zich buiten het debat. Bovendien doet deze oplossing onderscheid vervagen. Elke publieke daad (of het uitblijven daarvan) is voor Stensland communicatie, zolang er maar een publiek is dat daar een boodschap in leest. Geen communicatie is in deze opvatting ook communicatie. Deze conceptuele ongreepbaarheid zorgt ervoor dat *Habsburg Communication* vooral in het eerste deel de bekende geschiedenis van de Opstand opnieuw lijkt te verpakken door gebeurtenissen als communicatie en politiek beleid als communicatiebeleid te zien.

Habsburg Communication in the Dutch Revolt geeft een gedetailleerd, helder geschreven en goed gedocumenteerd beeld van de Habsburgse pogingen om de publieke opinie te controleren, maar Stensland doet zichzelf en haar materiaal tekort door dat beeld niet in te lijsten.

Helmer Helmers