

Signalement

Roeland Harms. *Pamfletten en publieke opinie. Massamedia in de zeventiende eeuw.* (Amsterdamse Gouden Eeuw Reeks) Amsterdam, Amsterdam University Press, 2011. 416 pp. ISBN 978-90-8964-368-1. €39,50.

Pamfletten en publieke opinie is de handeseditie van het proefschrift waarop Roeland Harms in 2010 promoveerde aan de Universiteit Utrecht. Het is een van de vele publicaties (dissertaties, congresbundels) die in de afgelopen tien jaar over het medium pamflet zijn verschenen. Veelal werd het pamflet in deze publicaties vanuit één invalshoek onderzocht, bijvoorbeeld vanuit de politieke geschiedenis of de historische letterkunde. Harms daarentegen kiest ervoor om in zijn onderzoek drie perspectieven te integreren: het politiek-historische, literair-historische en boekhistorische. Met deze onderzoeksmethode wil hij de vraag beantwoorden of de functie van het pamflet in de zeventiende eeuw veranderde onder invloed van de ‘interactie tussen politici, auteurs en boekverkopers’ (p. 16). Hij concentreert zich hiervoor op vijf crisisperiodes uit de zeventiende eeuw: vier uit de Republiek (1615-1619, 1650, 1672, 1690) en één uit Engeland (1642-1646). De vergelijking met Engeland onderscheidt Harms’ onderzoek van andere recente Nederlandse pamfletstudies, die alleen Nederlandse pamfletten onderzochten. De keuze voor crisismomenten zien we juist weer vaker in andere studies terug. Die is goed verklaarbaar: crisisjaren, zoals het Rampjaar 1672, waren piekjaren in de pamflettenproductie.

Voor ieder van deze crisisperiodes geeft Harms allereerst een statistische analyse van de pamfletproductie (output, lengte, genre) en de producenten (drukkers, verkopers). In de bijlagen achterin het boek wordt deze nog extra uitgewerkt. Dit kwantitatieve deel van het onderzoek, gebaseerd op de Knuttel pamfletcatalogus, geeft zijn verdere inhoudelijke analyse een solide basis. Harms onderzoekt hierin de invloed van politici op pamfletten: die invloed kan zowel het gebruik van het pamflet voor ‘propagandadoeleinden’ zijn, als ook censuurwetgeving. Het pamflet was in de zeventiende eeuw het belangrijkste opiniemedium en Harms laat zien hoe politici hier gebruik van maakten. Bijvoorbeeld, door bewust nieuws naar buiten te brengen in een poging de publieke opinie te beïnvloeden. Maar ook boekverkopers konden invloed uitoefenen op wat er aan pamfletten verscheen. Zij wilden vanzelfsprekend zoveel mogelijk pamfletten verkopen en hadden er dus baat bij dat er veel en aantrekkelijke pamfletten op de markt kwamen.

Daarmee komen we bij een van Harms’ belangrijkste conclusies. Hij stelt dat gedurende een crisis – en gedurende de zeventiende eeuw – pamfletten meer publieksgericht werden doordat de pamfletten kleinere van omvang werden en er meer literaire pamfletten verschenen. Auteurs en boekverkopers wilden profiteren van de ‘nieuws-honger’ en hielden discussies gaande omwille van verkoopcijfers. Het pamflet was dus niet alleen een politiek medium, maar ook een handelsproduct.

Ingmar Vroomen