

på tværs af Mellemøsten og Nordindien. Det gjorde derimod en række aristokratiske forestillinger om den rette civiliserede udtryksform. Den persiske økumene var båret af en hofelite – marginalt suppleret med enkelte handelsmænd – og var endnu ikke for alvor udfordret af en folkesproglig fragmentering, som latin blev det i samme periode i Europa.

*Peter Fibiger Bang*

LARRY SILVER: *Marketing Maximilian. The Visual Ideology of a Holy Roman Emperor*. Princeton University Press 2008. 352 s. 55 USD.

Kongerøgelse er godt stof, ikke blot i ugebladene, men også inden for den historiske profession. Med den nye kulturhistorie er der atter kommet fokus på betydningen af monarkisk ceremoniel, prestigebyggeri og duperende optog. Et godt og markant eksempel inden for den genre er *Ornamentalism. How the British Saw their Empire*, London 2001. David Canadine argumenterede her for, at det 19. og tidlige 20. århundrede ikke blot var tiden for opfindelse af nationale traditioner generelt. I Storbritannien oplevede man i denne periode en pompøs »genopfindelse« af monarkiet, i form af et storstilet forsøg på at skabe traditioner, der skulle binde det store imperium sammen. Gennem monarkisk ceremoniel, pompøse parader, farverige uniformer og uddeling af ridderordner i et væk, iscenesatte man et samfundsmæssigt hierarki, som rakte på tværs af det vidtstrakte britiske imperiums mange dele. Hos Canadine finder man alle den nye kulturhistories styrker og svagheder. Bogen er sprængfyldt med skarpe observationer og et levende blik for den illustrative detalje. Men buen spændes for hårdt. Der var trods alt mere ved det sene britiske imperium end pompøse ceremonier og glitrende aftenselskaber, hvor samfundets top kunne sole sig i massernes beundring. Man tænker fx på jernbanen, telegrafene og et industrialiseret militær. Det er naturligvis et stort fremskridt, at man forsøger at tage al den britiske *pomp and circumstance* seriøst. Det betyder dog ikke nødvendigvis, at man skal tage dets 'budskab' for pålydende. Det er ikke sikkert, at de mange pralende parader og monumentale byggerier virkede efter hensigten.

Larry Silvers *Marketing Maximilian* afspejler det samme problem, og nok i skærpet form. Bogens emne er den tysk-romerske kejser, den habsburgske Maximilian I, som herskede 1493-1519. Hans regeringstid faldt altså sammen med udbredelsen af trykpressen i Europa, dvs.

i begyndelsen af den udvikling, som med tiden muliggjorde Benedict Andersons »forestillede fællesskaber«, og som Canadine søgte at udstrække fra et nationalt til et imperielt rum. Silver skildrer på interessant vis Maximilian som en pionér inden for brugen af massemedier til at udbrede kendskabet til sit virke og sin magts glørværdighed. Maximilian havde kontinuerligt knyttet en stab af lærde humanister, kunstnere, træskærere og trykkere til sit hof for at arbejde på projekter, der skulle vise og legitimere den habsburgske herskers ophøjede position. I flokken finder man stjerner på renæssancens himmel som antikvaren Peutinger og den ekspressive billedkunstner Albrecht Dürer. Ambitionerne var store. De blev sat i gang med at udarbejde fyrstespejle, omfattende genealogier, talrige illustrationer af optog, jagter og triumfvogne og ikke mindst et kolossalt »romersk« gravmæle. Alt sammen skulle det vise habsburgske Maximilians universelle ambitioner i Europa. Silvers diskussion af indholdssiden i de forskellige projekter er både lærd og veloplagt. Man får god og spændende besked om selv de mindste ikonografiske detaljer. Udgangspunktet er tydeligvis kunsthistorisk.

Dette sætter dog visse begrænsninger for, hvor præcist de stillede spørgsmål rammer emnets kerne. Det måske mest bemærkelsesværdige ved alle disse projekter er nemlig, at meget få af dem nogensinde blev færdiggjort. Det gør metaforen i bogens titel en smule søgt. Her var netop kun i meget ringe omfang tale om at »markedsføre« Maximilian. Det eneste bogprojekt, der blev fuldført efter den oprindelige plan i kejserens livstid, var den såkaldte *Teuerdank*. Dette fyrstespejl blev udfærdiget som en fornemt trykt bog, der efterlignede den mest elegante kalligrafi og var ledsaget af små 120 træsnit. Bogen var færdig i 1517 og blev trykt i 40 eksemplarer på pergament, nogle med håndkolorening af illustrationerne. Desuden trykte man 300 billigere papireksemplarer. Selvom vi har forladt håndskriftets verden, taler vi altså stadig om særdeles begrænsede oplag. Bogen var først og fremmest beregnet for kejserens »principal noble subjects« (p. 7). Mange af projekterne synes da også at have egnet sig meget lidt til »markedet«, men i stedet at have orienteret sig efter en anden målestok. Et stort anlagt genealogisk projekt løb op i hele ni manuskriptbind (p. 46), mens det projekterede gravmæle skulle have bestået af 40 fuldvoksne bronzestatuer, 34 buster og 100 statuetter (p. 14) – en rent ud megaloman størrelsesorden. Når man betænker, hvordan massemedier i dag netop virker ved at forsimple budskaber til få letfattede sentenser, er det lidet troligt, at så omfattende og overvældende en detaljerigdom kan have været beregnet for andre end en ganske begrænset skare. Som Paul Veyne

bemærkede om den romerske Trajan-søjles utroligt detaljerede relieffer, som ingen kan læse i deres helhed, var de først og fremmest bestemt for evigheden. Det brede publikum var ude af stand til at tolke et specifikt budskab frem. Den uhåndterlige monumentalitet var selve pointen, den hvilede i sig selv og var et udtryk for monarkens overvældende majestæt: »Le galimatias a toujours été le privilège et le signe des dieux, des oracles et des 'patrons'« (Veyne, *Le pain e le cirque*, Paris 1976, p. 632). Den slags mere indgående overvejelser, altså om publikum og kommunikationens karakter, er der ikke mange af i denne bog, som i stedet holder sig til en utilstrækkelig propaganda- og markedsmodel.

*Peter Fibiger Bang*

CHARLOTTE APPEL & MORTEN FINK-JENSEN: Når det regner på præsten. En kulturhistorie om sognepræster og sognefolk 1550-1750. Højbjerg 2009, Forlaget Hovedland. 380 s. 348 kr.

Traditionelt er kirkehistorie i Danmark blevet skrevet som historie fra oven i et Frue Plads-perspektiv, hvor vægten har ligget på fremtrædende teologer og deres tænkning samt statens kirkepolitiske foranstaltninger, ikke mindst kirkelovgivning. Og den er altovervejende blevet skrevet af kirkehistorikere med teologisk baggrund. Faghistorikere har til gengæld haft tendens til at undlade at beskæftige sig med kirkelige forhold, selv om ikke alle dog har gået så vidt som Erik Arup, hos hvem efterreformatoriske sognepræster kun optrådte som kirkebogsførende embedsmænd eller indoktrinerende sognelærere (s. 353f). De historikere, der trods alt har beskæftiget sig med kirkelige anliggender, har typisk gjort det ud fra en socialhistorisk vinkel med fokus på landets præster, eller rettere, på *præsten*, undertiden med forsøg på at inddrage dennes forhold til sin menighed, men uden koblinger til tidens teologiske rørelser eller kirkehistorien generelt. Endvidere har formålet med de socialhistoriske studier af præstestanden som regel været at finde frem til det typiske, det repræsentative for, hvordan præsten var, og hvilke sociale, økonomiske og tjenstlige forhold han generelt havde, og dermed mere eller mindre at affærdige alle markante og exceptionelle præster og retssager, hvor præster var involveret, som atypiske og urepræsentative.

I sammenligning hermed går de to faghistorikere Charlotte Appel og Morten Fink-Jensen nye kirkehistoriske veje: Frem for at fokusere på det typiske, det repræsentative, det gennemsnitlige ved præsten eller