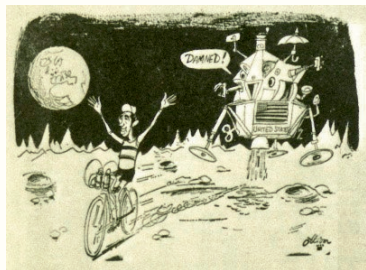


# A Bad Moon Rising

Maarten Dings  
Joachim Naudts



Cartoon op de voorpagina van de krant De Standaard – 22 juli 1969



Melba Roy Mouton, hoofd van een groep NASA-wiskundigen die ook 'computers' werden genoemd – 1964 © NASA

Op 21 juli 1969, 2.56 uur UTC, zet Neil Alden Armstrong na vier dagen vliegen als eerste mens een voet op de maan. Diezelfde dag wint Eddy Merckx zijn eerste Ronde van Frankrijk. Tien dagen eerder komt de single 'Space Oddity' uit en zingt David Bowie: "And the papers want to know whose shirt you wear. Now it's time to leave the capsule if you dare."<sup>1</sup> Miljoenen mensen houden hun adem in terwijl Armstrong en Aldrin 400.000 kilometer verderop de sprong wagen. Buzz Eugene Aldrin, de tweede man die de capsule verlaat, vertelt dat de maanwandeling eenvoudiger is dan aanvankelijk gedacht. De Lunar Lander zinkt niet weg in een metersdikke laag maanstof die zich daar – bij gebrek aan atmosfeer – gedurende miljarden jaren heeft opgehoopt, zoals een NASA-medewerker in 1955 als mogelijkheid opwierp.

*"For one priceless moment in the whole history of man, all the people on this earth are truly one. One in their pride at what you have done and one in our prayers that you will return safely to earth."*<sup>2</sup>

President Nixon spreekt de astronauten nog diezelfde dag vol glorieuze pathos toe. Een nieuwe tijd is ingeluid. Het is de haast onwerkelijke apotheose van een laatste golf van optimisme waar de wereld eind jaren zestig nog op meesurft. Maar de verandering is ingezet. Een dikke maand later verzamelen duizenden bloemenkinderen in Woodstock en luisteren er naar hoe Jimi Hendrix met een sonisch bombardement het Amerikaanse volkslied aan flarden speelt op zijn Fender Stratocaster. "I see a bad moon arising" (Ik zie een onheilsmaan opkomen) zingt Creedence Clearwater Revival tijdens datzelfde festival.

Op 4 april 1968 wordt Martin Luther King vermoord, en met hem ook het hele vreedzame protest tegen rassenongelijkheid. Op 6 mei marcheren 20.000 studenten richting Sorbonne in Parijs, en ze luiden daarmee wereldwijde studentenprotesten in die vaak hardhandig neergeslagen worden. Op 5 juni wordt Robert Kennedy neergeschoten. Op 6 december 1969 loopt een concert van The Rolling Stones in Altamont uit de hand wanneer de als security ingehuurd Hells Angels een Afro-Amerikaanse student doden. In diezelfde periode maakt de uitzichtloze Vietnamoorlog miljoenen slachtoffers, terwijl de antioorlogsbeweging steeds luider en overtuigender van zich laat horen. Nixon wordt in 1972 de nieuwe Amerikaanse president, tot het Watergate-schandaal hem twee jaar later tot aftreden dwingt. Er is de opkomst van extreemlinkse terreurgroepen zoals The Weathermen in de Verenigde Staten en de Rote Armee Fraktion in Duitsland. In Ierland is de IRA actief, en tijdens de zomerspelen van 1972 in München worden elf Israëlische atleten gegijzeld en vermoord door de Palestijnse terreurbeweging Zwarte September. Die laatste groep heeft ook de lancering van Apollo 17 in het vizier, al wordt die informatie op dat moment door de veiligheidsdiensten verborgen gehouden. Het zou meteen ook de laatste Apollo-missie zijn. In 1970 al wordt besloten om Apollo 20 en later ook 18 en 19 te annuleren. Het maatschappelijk draagvlak voor het geldverslindende ruimteprogramma is, net als de publieke belangstelling, te klein geworden.

Ondanks de woelige tijden blijven de media lange tijd enthousiast verslag uitbrengen, maar tegen het moment dat de maanrover van Apollo 17 op onderzoek uitgaat, heeft het televisiepubliek afgehaakt. Na de euforie van de eerste maanlanding moet de NASA nu de grote televisienetwerken betalen om toch maar liveverslaggeving te kunnen blijven brengen. Samen met het Apollo-programma dooft ook de *Space Age* uit, een periode die de jaren vijftig kenmerkt door een ongebreideld geloof in technologie en vooruitgang, een gouden tijdperk van ongeziene economische expansie en een diepgeworteld vertrouwen in the sky is the limit.

*"I can't pay no doctor bills, but Whitey's on the moon. Ten years from now I'll be payin' still, while Whitey's on the moon. The man just upped my rent last night, cause Whitey's on the moon. No hot water, no toilets, no lights, but Whitey's on the moon."*<sup>3</sup>

In het lied 'Whitey on the Moon' (1970) drukt de Afro-Amerikaanse dichter en muzikant Gil Scott-Heron zijn ongenoegen uit over het vele belastinggeld dat gebruikt wordt om mensen op de maan te zetten terwijl de Afro-Amerikaanse bevolking lijdt onder armoede en racisme. En hij is niet alleen: uit onderzoek in de jaren zestig blijkt dat 45 tot 60 procent van de Amerikanen vindt dat de overheid te veel geld spendeert aan ruimtevaart. Het totale kostenplaatje van het Apollo-project bedraagt 24 miljard dollar, te vergelijken met 150 miljard anno nu. Socioloog Amitai Etzioni beargumenteert in zijn

1 "En de kranten willen weten wiens hemd je draagt. Het is nu tijd om de capsule te verlaten, als je durft."  
 2 "Eén onschatbaar moment in de hele geschiedenis van de mensheid zijn alle mensen op aarde echt verenigd. Verenigd in trots om wat jij hebt gedaan en verenigd in onze gebeden dat jullie veilig naar de aarde zullen terugkeren."  
 3 "Ik kan geen doktersrekeningen betalen, maar Witte Man is op de maan. Binnen tien jaar zal ik nog afbetalen, terwijl Witte Man op de maan zit. De huisbaas sloeg gisteravond de huur op, omdat Witte Man op de maan zit. Geen warm water, geen toiletten, geen licht, maar Witte Man zit op de maan."

boek *The Moon-Doggle: Domestic and International Implications of the Space Race* al in 1964 dat het ruimteprogramma geen economische vooruitgang zal brengen, en dat we er ook geen beter inzicht in het universum door zullen krijgen. Hij bestempelt de *Space Race* als een escapistisch spel dat de werkelijke uitdagingen uit de weg gaat. Bij veel ruimte-wetenschappers leeft het idee dat het dure Apollo-project er – ironisch genoeg – voor gezorgd heeft dat decennialang geen politicus het nog aandurfde om veel gemeenschaps-geld te investeren in de exploratie van de ruimte. Door het koste wat het kost een man te willen zetten op de kale, saaie bol die de maan is, kwam een van de meest ambitieuze en tot de verbeelding sprekende wetenschappelijke projecten tot stilstand.

En zo zijn er tot op heden nog altijd maar 12 mensen op de maan geweest en slechts 24 mensen die ooit de baan om de aarde verlaten hebben. Maar in vijftig jaar is de wereld onvermijdelijk fundamenteel veranderd. De technologie in onze smartphone is oneindig veel sneller dan die waarmee de NASA mensen op de maan zette (en weer terughaalde). Na decennialang als een grijze bol aan ons firmament te hebben gebengeld, kan de maan opnieuw rekenen op een toenemende interesse. En ook nu is er die fascinerende dualiteit tussen duidelijk aanwezige (geo)politieke of commerciële drijfveren en een verhaal over verbeelding, zingeving en de plek van de mens in een oneindig universum.

### NewSpace



De Tesla Roadster van Elon Musk, met de aarde op de achtergrond – 6 februari 2018 © SpaceX

Op 6 februari 2018 stuurt SpaceX, een bedrijf van de flamboyante ondernemer Elon Musk, zijn Falcon Heavy de ruimte in. Zo lanceert hij zijn kersrode Tesla Roadster richting Mars, met een arstronautenpop achter het stuur. Door de autoradio klinkt ‘Space Oddity’ van Bowie, al is er in de ruimte geen geluid. Het event gaat gepaard met een perfect georchestreerde promocampagne.

Niet iedereen kan de uitspattingen van Musk waarderen. Zo schrijft Nathan Robinson in een opiniestuk in *The Guardian*: “There is, perhaps, no better way to appreciate the tragedy of 21st-century global inequality than by watching a billionaire spend \$90m launching a \$100,000 car into the far reaches of the solar system.”<sup>4</sup> Bij veel mensen tovert Musk met zijn bravoure toch ook een fonkeling in de ogen. Bijna 50 jaar na de maan-landing lijkt ruimtevaart eindelijk weer sexy en fun. Niet lang na de stunt met de Tesla kondigt SpaceX aan in 2023 de eerste toerist naar de maan te willen brengen. De Japanse miljardair, ondernemer en kunstverzamelaar Yusaku Maezawa is de ‘gelukkige’. “I choose to go to the Moon” laat hij zich, John F. Kennedy parafraserend, tijdens de persconferentie ontvallen.

Multinational Google zet dan weer zijn brede schouders onder de Lunar X Prize. Een prijs van 20 miljoen dollar die zou worden uitgereikt aan het eerste particuliere team dat tegen 31 maart 2018 een onbemand toestel op de maan zou kunnen doen landen en hires beeldmateriaal terugsturen naar de aarde. Geen van de 32 deelnemende teams slaagt erin de deadline te halen. Sommige teams blijven nadien wel actief: het Amerikaanse bedrijf Moon Express, geïnteresseerd in mijnbouw, krijgt als eerste een vergunning van de Amerikaanse luchtvaartautoriteiten om op de maan te landen. Het Israëliëse SpaceIL lanceert op 22 februari 2019 de maanlander Beresjiet. En het Britse Lunar Missions Limited startte een crowdfundingactie via Kickstarter om in 2024 een ruimtevaartuig te lanceren, overigens zonder succes.

SpaceX, Google Lunar X Prize en Lunar Missions Limited zijn voorbeelden van een beweging die NewSpace wordt genoemd: een zich wereldwijd ontwikkelende private ruimtevaartindustrie die een duidelijke breuk laat zien met de oude garde van ruimtevaartorganisaties, die veelal teert op overheidssteun. De nieuwe maanrace is een internationaal fenomeen geworden, waarbij natiestaten en commerciële bedrijven wedijveren om de exploitatie van onze grootste satelliet.

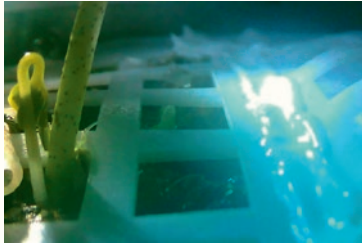
Al veel vroeger, in de jaren negentig, onderzoeken marketeers van fastfoodketen Pizza Hut de mogelijkheid om hun logo te projecteren op de maan. Het idee werd godzijdank verlaten wegens te ingewikkeld en te kostelijk. Maar het bedrijf gaf niet op en betaalde het Russische ruimtevaartagentschap 1 miljoen dollar om in 2001 het eerste bedrijf te mogen zijn dat pizza bezorgde in de ruimte (aan het International Space Station). Het commerciële potentieel van ruimtemissies is blijkbaar groot. De Japanse ruimtevaartorganisatie JAXA verkoopt reclameruimte op haar ruimtetuigen. Het Amerikaanse bedrijf Astrobot Technology werkt samen met DHL om het voor particulieren mogelijk



Foto genomen door de Israëliëse maanlander Beresjiet – 2019 © SpaceIL

<sup>4</sup> “Wellicht is er geen betere manier om je bewust te zijn van de tragedie van de eenentwintigste-eeuwse ongelijkheid in de wereld dan te zien hoe een miljardair 90 miljoen dollar spendeert om een auto van 100.000 dollar naar de verste uithoek van het zonnestelsel te lanceren.”

te maken om familiefoto's of andere persoonlijke bezittingen op de maan achter te laten (kostenplaatje: 1,2 miljoen dollar per kilogram). Het Japanse ispace haalt 90 miljoen dollar op om als eerste een billboard op de maan te planten waarop bedrijven kunnen adverteren. En het project SpaceBillboard, ontwikkeld door jonge wetenschappers van de KU Leuven, wil voor het eerst in de geschiedenis een reclamebord in de ruimte brengen. Bedrijven als Electrabel & GDF Suez, Microsoft en Kinopolis kochten al advertentieruimte en ondersteunen op die manier verder ruimteonderzoek. Maar is het eigenlijk wel legaal om te adverteren op de maan? Het antwoord daarop is ja.



Het eerste zaadje dat op de maan ontkiemt – 12 januari 2019 – © China National Space Administration (CNSA)

### Terra Nullius

In 1967 ondertekenen 108 landen (waaronder de VS, de USSR, China en Japan) de Outer Space Treaty, een internationaal verdrag dat bepaalt dat de ruimte door iedereen verkend mag worden en dat geen enkele natiestaat soevereiniteit mag claimen over welk terrein op welk hemellichaam dan ook. Daarmee wordt de maan uitroepen tot Terra Nullius: een wereld die aan niemand toebehoort. In 1979 wordt dit verdrag uitgebreid met een overeenkomst die stipuleert dat de maan gebruikt moet worden ten bate van alle landen en mensen op aarde en, bijvoorbeeld, niet gebruikt mag worden als militaire testzone. Ook de exploitatie van de maan en het eigenaarschap over buitenaardse grondstoffen worden hierin meer gedetailleerd aan banden gelegd. Het probleem met deze zogenaamde Moon Treaty is dat die nooit geratificeerd werd door de grote ruimtevarende landen en in de praktijk dus geen enkel juridisch gewicht heeft. Kennedy's verbroederende retoriek lijkt plots ver weg: *“We set sail on this new sea because there is new knowledge to be gained, and new rights to be won, and they must be won and used for the progress of all people.”*<sup>5</sup>

Kijkend naar het voorbije decennium lijkt de *New Space Race* nu ook bij de natiestaten voorgoed ingezet. De China National Space Administration (CNSA) onderneemt onder de naam Chang'e (naar de gelijknamige maangodin) een reeks onbemande maanmissies. Chang'e 1 maakt in 2007 high-definition 3D-beelden van de maan maar draagt ook dertig maanliedjes met zich mee, waaronder het Chinese volkslied. Chang'e 4 landt voor de eerste keer op de achterkant van de maan, waar het ook nog eens zaadjes van een katoenplant doet ontkiemen en zo het eerste levende organisme buiten de aarde laat groeien. Twee primeurs waarmee China de geopolitieke en economische rivaliteit met de VS kracht bijzet. Momenteel onderzoekt China de mogelijkheden van een bemande maanmissie in 2030, en de mogelijkheid om samen met het European Space Agency (ESA) een buitenpost op de zuidpool van de maan te installeren. Ook de ESA werkt aan de verdere ontwikkeling van zowel onbemande (onder meer samen met het Russische Roskosmos) als bemande maanmissies (Orion). De Indiasche ISRO (Indian Space Research Organisation) brengt in 2008 het Chandrayaan-voertuig in een baan om de maan, en lanceert vandaar een sonde die terechtkomt op de maan. De missie zorgt voor een wetenschappelijke doorbraak door als eerste het bestaan van water op de maan aan te tonen. Zoals het een potentiële grootmacht betaamt, plant India in 2021 een eerste bemande ruimtevlucht (Ganganyaan). Vanuit Japan werkt het Japanese Aerospace Exploration Agency (JAXA) eveneens aan een reeks maanmissies: De Selene of Kaguya cirkelt bijna twee jaar rond de maan, om er vervolgens in juni 2009 op neer te storten. De vergaarde data worden kosteloos ter beschikking gesteld aan Google voor de ontwikkeling van hun 3D-maanaatlas.

Ook het Israëliëse project van het eerder genoemde SpaceIL sluit zich aan bij dit rijtje, maar de maanlander Beresjiet slaagt er niet in zacht te landen en crasht in april 2019 op het maanoppervlak. Het prestigeproject nam de Israëliëse vlag, het volkslied en een exemplaar van de Thora mee naar de maan. Naast het eerste private ruimtevaartuig dat op de maan terechtkomt, lijkt de belangrijkste mijlpaal die van de eerste ruimteselfie. Op deze foto zien we een plakkaat met de tekst *'Am Yisrael chai'* (Lang leve de staat Israël) en de slogan *'Small Country, Big Dreams'* (Klein land, grote dromen). Ook hier horen we weer de echo's uit de beroemde speech van president Kennedy op 12 september 1962 aan de Rice University van Texas.

Dat groot dromen niet enkel voorbehouden is aan grootmachten en welvarende natiestaten, bewijzen de inspanningen van Edward Festus Mukuka Nkoloso in de Afrikaanse republiek Zambia. Ook daar wordt in de jaren zestig gewerkt aan een ruimteprogramma. Ergens tussen zoete droom en bittere ernst ontwikkelt deze onafhankelijkheidsstrijder en

<sup>5</sup> “We varen uit op deze nieuwe zee omdat er kennis te vergaren is en nieuwe rechten te winnen zijn, en ze moeten gewonnen en gebruikt worden voor de vooruitgang van alle mensen.”



Apollo 11-astronaut Buzz Aldrin bij Stonehenge – maart 2015 – © James O.Davies

oprichter van de Zambia National Academy of Science, Space Research and Philosophy een ruimteprogramma. Het doel: het zeventienjarige meisje Matha Mwambwa en twee katten naar de maan brengen. Op het hoogtepunt van de *Space Race* hoopt Nkoloso zo de Amerikanen en de Sovjets af te troeven. Een gebrek aan fondsen en aan media-aandacht en sabotage door buitenlandse inmenging zorgen er volgens Nkoloso voor dat de reis nooit ondernomen wordt. Het is anno nu gemakkelijk om meewarig te doen over dit historische curiosum, dat in 2012 nog een prachtig eerbetoon kreeg met de fotoboek-revelatie *The Afronauts* van Cristina de Middel. Het verhaal heeft inderdaad meer weg van een sprookje dan van de realiteit, maar het wijst ons wel op de pijnlijke ongelijkheid die nog altijd tussen landen bestaat, alle platitudes zoals *for all mankind* (voor de hele mensheid) en symboliek rond de *unity of human endeavour* (gezamenlijke inspanning van de mensheid) ten spijt.

Niemand kan ontkennen dat het Apollo-programma er – al was het maar voor even – in geslaagd is om de mensheid dichterbij elkaar te brengen, en de passie voor wetenschap, technologie en bouwkunde aanwakkerde bij een hele generatie jongeren. Maar aan de grondslag ervan liggen in hoofdzaak (geo)politieke en militaire motieven. De maan werd in de jaren zestig verkocht als het nieuwe Wilde Westen, een mythe die zo diep geworteld zit in de Amerikaanse spirit dat ze onweerstaanbaar blijft. Of om twee zinnen uit de inmiddels legendarische titelsequentie van *Star Trek* (1966-1969) te citeren: “*Space: the final frontier. (...) To boldly go where no man has gone before!*”<sup>6</sup>

*“This time, we will not only plant our flag and leave our footprint, we will establish a foundation for an eventual mission to Mars and perhaps, someday, to many worlds beyond.”*<sup>7</sup>

In december 2017 ondertekent de Amerikaanse president Donald Trump een nieuw presidentieel besluit dat in 2024 weer een Amerikaan op het maanoppervlak moet zetten. Een half jaar later doet Trump opnieuw de wenkbrauwen fronsen wanneer hij in een speech tijdens een bijeenkomst van het National Space Council te kennen geeft dat het niet volstaat om louter aanwezig te zijn in de ruimte, maar dat Amerikaanse dominantie het streefdoel moet zijn. Hij pleit voor de oprichting van een heuse Space Force, een nieuw zesde departement van het Amerikaanse leger. De militaire bedrijvigheid buiten de atmosfeer zal dus alleen maar toenemen. Zowel China als Rusland schoten bij wijze van test al oude satellieten van eigen makelij uit de lucht.

De ruimte is geen vreedzaam gebied meer, en de kans dat (geopolitieke) conflicten een buitenaardse uitloper krijgen wordt reëel. Maar bij de hernieuwde aandacht voor de maan lijken vooral economische belangen mee te spelen. Het centrum van al die aandacht is helium-3, een edelgas dat nauwelijks op aarde aanwezig is en dat gezien wordt als de ideale brandstof voor kernfusie omdat er bijna geen radioactiviteit bij vrijkomt. Het hele ontginningsproces zou op de maan ook een stuk eenvoudiger en goedkoper zijn dan op aarde. De kolonisatie van de maan lijkt niet langer voer voor sciencefictionverhalen. Of de mensheid het universum daarmee een dienst bewijst en of al deze lunaire ontwikkelingen iedereen ten goede zullen komen, is natuurlijk een andere zaak.

### **The Overview Effect**

In de jaren tachtig komt de Amerikaanse ruimtefilosoof Frank White met de term ‘The Overview Effect’ (het ‘overzichtseffect’, het plotse besef dat we op een planeet leven). Voor het gelijknamige boek interviewt hij astronauten en noteert hij de grote emotionele impact die het kijken naar de aarde op iemand kan hebben. Voor het eerst is onze aardbol niet meer abstract, maar zien ze de aarde als een kwetsbaar, uniek en fragiel iets, te midden van een zee van onpeilbaar niets. Na hun terugkeer blijken de astronauten meer oog te hebben voor de schoonheid op aarde en voelen ze een diepe verbondenheid met alles wat leeft.

Sinds de zeventiende en laatste Apollo-missie in 1972 zijn er geen mensen nog ver genoeg geweest om de hele aarde in één blik te kunnen vangen. De leden van de crew maken tijdens hun missie de beroemde foto Blue Marble: het eerste heldere beeld van de volmaakte, ronde aarde, met de Zuidpool en een groot deel van de Afrikaanse kustlijn duidelijk zichtbaar. Deze opname is eigenlijk toevallig gemaakt, tijdens een verloren



‘Blue Marble’, gefotografeerd tijdens de Apollo 17-missie – 7 december 1972 © NASA

<sup>6</sup> “Ruimte: de ultieme grens. (...) Onverschrokken gaan waar nog nooit een mens is geweest.”

<sup>7</sup> “Deze keer zullen we niet alleen onze vlag planten en onze voetafdruk achterlaten, we zullen de basis leggen voor een eventuele reis naar Mars en wellicht, ooit, naar veel werelden daarachter.”



De opkomst van de aarde, gefotografeerd tijdens de Japanse Kaguya-missie – 2008 © JAXA

moment, en groeit uit tot een van de meest wijdverspreide foto's ooit. Het iconische beeld wordt in de jaren zeventig een belangrijk symbool van de milieubeweging. Fascinerend te bedenken dat het meest betekenisvolle, blijvende beeld dat de Apollo-missies voortbrachten allicht ontstaan is door de lens huiswaarts te richten. Wie had kunnen denken dat het overtuigendste argument om zo veel geld, tijd en moeite in Apollo te steken zou zijn: naar onszelf kunnen kijken, onszelf voor de eerste keer als petieterig en breekbaar zien. Apollo is de Griekse god van de zon en het licht, de verbeelding van rationele schoonheid en orde.

Een ander iconisch beeld is Earthrise, gemaakt op kerstavond 1968 door astronaut William Anders tijdens de Apollo 8-missie, de eerste bemande ruimtevlucht die de baan om de aarde verruilt voor die van de maan. Earthrise is het eerste kleurenbeeld van onze planeet, gemaakt door iemand die zich niet langer op aarde bevindt. Net als Blue Marble heeft ook deze foto een directe invloed op het wereldwijde milieubewustzijn. Het is niet toevallig dat een initiatief als Earth Day zestien maanden later voor de eerste keer plaatsvindt. De Apollo 8- vlucht wordt die kerstavond live op televisie uitgezonden en breekt alle kijkcijferrecords. De crew leest de eerste tien verzen uit het boek *Genesis* voor, iets wat tijdens een seculiere missie, betaald met belastinggeld en uitgezonden naar de hele wereld, geen onomstreden daad is. De astronauten sluiten af met de woorden: “*Good night, good luck, a Merry Christmas, and God bless all of you, all of you on the good Earth.*”<sup>8</sup>

### Cold War Warriors

Kosmonaut Joeri Gagarin pakt het anders aan en verklaart dat hij op 12 april 1961, aan boord van Vostok 1, daarboven geen bewijs van een god gezien heeft. Gagarin is de eerste mens ooit in de ruimte en de eerste die een baan om de aarde maakt. Een duidelijke overwinning in de *Space Race* met de Amerikanen. De Sovjets zijn ook de eersten die erin slagen om levende wezens in een baan om de maan te brengen (in 1968) en om de achterkant van de maan te fotograferen (al in 1959). Het is pas tien jaar later dat de Amerikaanse crew van Apollo 8 diezelfde zijde te zien zal krijgen, als eerste mensen. Deze Amerikaanse missie, die er oorspronkelijk heel anders zou uitzien, is een berekende gok ingegeven door de wedloop met de Sovjet-Unie. Of zoals Apollo 8-commandant Frank Borman zich later zou laten ontvallen: “*Everyone forgets that the Apollo programme wasn't a voyage of exploration or scientific discovery, it was a battle in the Cold War and we were Cold War warriors.*”<sup>9</sup>

En toch is Kennedy's voorganger Dwight Eisenhower eind jaren vijftig geen grote fan van de ruimtevaart. Maar de invloed van de anticommunisten binnen het Amerikaanse overheidsapparaat is groot, en ze voorspellen apocalyptische taferelen als de Sovjets de exclusieve controle over de ruimte zouden krijgen. Met tegenzin wordt Eisenhower de ruimtewedloop ingetrokken. Tijdens zijn afscheidsspeech waarschuwt hij voor de nadelige effecten van het groter wordende militaire-industriële complex. In januari 1961 neemt John F. Kennedy zijn intrek in het Witte Huis, en ook hij is er in eerste instantie niet erg happig op om het raketprogramma uit te breiden.

Maar in april 1961 wordt Joeri Gagarin wereldnieuws als eerste mens in de ruimte. Amper vier dagen later mislukt de invasie in de Varkensbaai op Cuba. Kennedy's eerste zes maanden als president zijn een ramp en zijn jonge, dynamische imago krijgt een flinke deuk. In september 1962 verbaast hij vriend en vijand door aan te kondigen dat hij ervan droomt om tegen het einde van het decennium een mens op de maan te kunnen zetten. Wetend waar de NASA op dat moment nog maar staat in de wetenschappelijke ontwikkelingen, is die wens op z'n minst ambitieus te noemen. En toch gebeurt het. Met dank aan de Duitse raketgeleerde en Sturmbannführer Wernher von Braun, die de wereld eerder al de V2-raket schonk tijdens de Tweede Wereldoorlog. Natuurlijk weet Kennedy maar al te goed dat hij een gevoelige snaar raakt en een droom binnen handbereik brengt. Een droom waar al eeuwenlang in verhalen, boeken, muziek, films en tekeningen over gefantaseerd wordt.

De *Space Race* eindigt als de Apollo 11-crew de Amerikaanse vlag plant op de maan. Maar ze begint al in 1957, met de lancering van de Spoetnik 1 door de Sovjet-Unie. Die lancering verrast de wereld. Het Sovjetregime houdt elke lancering geheim tot zeker is dat ze succesvol is. Het publiek thuis krijgt een goednieuwsshow te zien. Kosmonauten



Walt Disney en Wernher von Braun – 1954 © NASA

<sup>8</sup> “Goieenavond, veel geluk, en zalig kerstfeest, en God zegene jullie allemaal, jullie allemaal op de goede aarde.”

<sup>9</sup> “Iedereen vergeet dat het Apollo-programma geen ontdekkingsreis of wetenschappelijke onderzoeksreis was, het was een strijd in de Koude Oorlog en wij waren Koude-Oorlogstrijders.”



Sovjet-Russische propaganda-poster: 'Glorie voor de Sovjet-bevolking – pioniers van de ruimte!'



Cover van *Life* – 21 september 1959



Fotograaf onbekend

die sterven in het harnas verdwijnen stilletjes uit de annalen. Het duurt nog tot 1990 voor aan het licht komt dat ook de Sovjet-Unie pogingen deed om mensen op de maan te laten landen. De door de staat gecontroleerde media laten geen mogelijkheid onbenut om de wetenschappelijke verwezenlijkingen in de verf te zetten en die te bejubelen in allerlei propagandadrukwerk ter eer en glorie van het vaderland. Joeri Gagarin wordt de alomtegenwoordige posterjongen voor het communisme. Ook elders in de wereld valt het publiek als een blok voor zijn ontwapenende glimlach. Na zijn succesvolle ruimtereis onderneemt hij een internationale overwinningstour die ook in het Westen veel bekijks heeft.

Aan Amerikaanse zijde is de situatie niet zo heel anders. De NASA communiceert in vergelijking met de Sovjets een stuk transparanter, maar ook zij hebben er alle belang bij om goede public relations te onderhouden. Ze werken een uitgekiende strategie van contentmanagement en branding uit waarmee ze hopen de perceptie in hun voordeel te beïnvloeden. De NASA beslist bijvoorbeeld om alle foto's die in de ruimte genomen worden aan het publieke domein toe te kennen, wat voor een immense verspreiding zorgt. En al vanaf het begin nemen ze oud-journalisten in dienst die bepalen welke verhalen in de kijker gezet moeten worden. Maar een van de opmerkelijkste samenwerkingen is die tussen de NASA en *Life*-magazine.

### **Proud, Thrilled, Happy**

Het fameuze en invloedrijke tijdschrift *Life* betaalt de Mercury 7-astronauten in 1957 samen een half miljoen dollar om verslag te mogen uitbrengen over hun privéleven. In 1959 verschijnt er een glamoureuze groepsportret van *The Astronaut Wives* op de cover. "*Their inner thoughts and worries*" (Hun diepste gedachten en zorgen) staat ernaast te lezen. De Astronaut Wives zijn celebrity's, een soort 'reality stars' avant la lettre. Het beeld dat van hen geschetst wordt, is er een van appeltaart en cocktailjurken, van smetteloze echtgenotes die in stijlvolle huiskamers liefdevol voor de kinderen zorgen. De astronauten op hun beurt worden neergezet als zorgzame scoutsjongens (pas in 1983 is er voor het eerst een vrouwelijke Amerikaanse astronaut die de ruimte ingaat).

De Friendship 7-missie uit 1962 brengt voor het eerst een Amerikaan in een baan om de aarde. Hoe Rene Carpenter (de echtgenote van de uitverkoren astronaut John Glenn) dit van thuis uit beleeft, komt in meerdere *Life*-edities uitgebreid aan bod. Carpenter bekennt later dat zij en haar kinderen soms stiekem het huis ontvluchtten om niet op vragen van de journalisten buiten te hoeven antwoorden: "*At the end, we often feel emotionally drained. We tend to fall back on the comfortable phrases and words, like 'happy, proud and thrilled'*"<sup>10</sup> De vrouwen van de Apollo 12-crew zouden later de draak steken met dit ritueel door identiek gekleed en met een suikerspinkapsel tevoorschijn te komen en drie borden met diezelfde boodschap omhoog te houden.

Het is de astronauten in die periode niet toegestaan om over de missies zelf te praten, maar de persoonlijke achtergrondverhalen en de bijbehorende foto's zijn voor de NASA een onbetaalbaar uitstalraam om de rechtschapenheid van de astronauten en daarmee van het hele project te etaleren. De fotograaf die de voorbereidingen en het privéleven van astronauten en hun families dertig jaar lang in opdracht van *Life* in beeld heeft gebracht, is Ralph Morse, door John Glenn liefdevol 'de achtste astronaut' gedoopt. *Life* is zeer zachtmoedig in de berichtgeving over de astronauten en hun families: het zijn helden en ze moeten dat natuurlijk ook blijven.

Het eerste nummer van (het hernieuwde) *Life* verschijnt in 1936. Radio en dagbladen zijn het dominante nieuwsmedium, maar *Life* wordt al snel een van de belangrijkste plekken voor visueel beeldmateriaal. Op het hoogtepunt in de jaren vijftig worden de 7 miljoen exemplaren door meer dan 20 miljoen mensen gelezen. Het wekelijkse tijdschrift groeit uit tot hét toonbeeld van kwaliteitsvolle fotoreportages. Het blad lijkt opgebouwd rond beelden, vaak met een gedurfde opmaak. Het trekt de beste fotografen van de wereld aan en is omgekeerd van onschatbare waarde bij het maken van carrières. *Life* speelt een pioniersrol in het vertellen van een verhaal in beelden en staat aan de wieg van het foto-essay. Belangrijke gebeurtenissen zoals de Grote Depressie en de Tweede Wereldoorlog zijn met zulke krachtige foto's in beeld gebracht dat die al snel iconen worden.

Maar het fotojournalistieke sprookje blijft niet duren. Vanaf het einde van de jaren veertig neemt de invloed van de televisie zienderogen toe. Voor nieuwsgaring blijven de

<sup>10</sup> "Uiteindelijk voelen we ons emotioneel uitgeput. We vallen dan terug op helle frasen als 'gelukkig, trots en ontroerd'."

dagbladen dominant, maar op het vlak van entertainment en de razendsnelle transmissie van beelden is televisie onovertroffen. Beeld, geluid én beweging, het is een combinatie waar *Life* moeilijk mee kan wedijveren. Vanaf de late jaren vijftig neemt het belang van *Life* af. De verslaggeving over de moord op Kennedy is een doorbraak voor het televisie-nieuws, en Vietnam is de eerste oorlog die tot in de woonkamer gebracht wordt. *Life* stopt in 1972. Er is in 1978 wel een doorstart als maandelijks magazine, maar de relevantie van weleer komt niet terug.

Televisie slokt in die periode zowel de radio als de magazines op. De uitvinding van de videoband zorgt er dan ook nog eens voor dat het verzamelen en verspreiden van audiovisueel materiaal goedkoop en eenvoudig wordt. En vanaf 1968 zijn er bovendien satellieten die beelden razendsnel sturen van de ene kant van de wereld naar de andere. Het begin van een onverzadigbare *Global Village*.

Je kan je in tijden van internet moeilijk voorstellen welke impact de live-uitzending vanaf de maan heeft in 1969. 600 miljoen mensen kijken op een fractie van het aantal schermen dat nu in omloop is naar hoe de Eagle landt op het maanoppervlak. De schokkerige beelden en de blikkerige stemmen van de astronauten worden meteen een onderdeel van ons cultureel erfgoed. Ze zitten nog steeds in het collectieve geheugen verankerd. Wernher von Braun vergeleek de maanlanding met het natuurhistorische moment waarop de eerste dieren het water verlieten om op het land te gaan leven.



Anne-Louis Girodet-Trioson (FR) –  
*Le Sommeil d'Endymion* – 1792



Postkaart van een scène uit *Frau im Mond*,  
een Duitse film van Fritz Lang – 1929

### Forever Mankind

Al sinds mensenheugenis is de maan een inspiratiebron voor mythes, legendes en rituelen. Het monochrome oerbeeld van de maan is in essentie een eenvoudig, abstract beeld. Een perfecte koele, bleke bol, efemeer zwevend in een inktzwarte hemel. Een leeg blad waarop we onze verlangens, angsten en fantasieën projecteren. Luna is de maangodin bij de Romeinen; Selene, zuster van Eos en Helios, is dat bij de Grieken.

*“As soon as the moon has risen in the poets’ verses, it has always had the power to communicate a sense of weightlessness, of suspension, of mute and calm enchantment”<sup>11</sup>*, aldus de Italiaanse schrijver Italo Calvino.

Door de maanlanding lijkt er aan die betovering een einde te komen. Als Utopia verliest de maan haar magie, en door sommigen wordt de mannelijke verovering van de vrouwelijke maan zelfs gezien als een symbolische aanval: ze is haar maagdelijkheid kwijt.

Het had ook anders kunnen aflopen. Voor het hypothetische, noodlottige geval dat Armstrong en Aldrin moesten achterblijven op de maan, hadden de speechschrijvers van president Nixon al een toespraak klaar. Die zou hij afgesloten hebben met de woorden: *“For every human being who looks up at the moon in the nights to come will know that there is some corner of another world that is forever mankind.”<sup>12</sup>*

De maanlanding is, alle mooie en inclusieve praatjes ten spijt, bovenal een westerse triomf. Je zou dat cynisch kunnen noemen, maar dan zou je voorbijgaan aan het feit dat de mensheid oprecht in vervoering gebracht is. Veel van wat onwaarschijnlijk lijkt, heeft echt plaatsgevonden, al is de scheidslijn tussen feiten en fictie in de ruimte flinterdun. Het was een prachtig, gedurfd stuk totaaltheater waarvan straks de tweede akte begint. Wat is de volgende *Giant Step*? Blijft ook in de ruimte het recht van de sterkste gelden? Of maken we er samen een vreedzame, rechtvaardige en solidaire plek van, wat op aarde voorlopig niet lijkt te lukken?

Selene blijft gelukkig haar soevereine zelf, onveranderlijk en onverschillig ten opzichte van de menselijke soort en al die verlangens. Weten we nu, dankzij het indrukwekkende fotoarchief, hoe het er daar echt uit ziet? Of blijkt Luna nog steeds een groot fictief en imaginair landschap te zijn? Misschien is de maan enkel te bevatten door er onze afstand toe te bewaren. Laat ons vergeten dat we er ooit geweest zijn en opnieuw beginnen te dromen.

<sup>11</sup> “Vanaf het moment dat de maan is opgedoken in de verzen van dichters, heeft ze altijd de macht gehad om een gevoel van gewichtloosheid, suspensie en stille en rustige betovering over te brengen.”

<sup>12</sup> “Want elke mens die ’s nachts opkijkt naar de maan, zal weten dat er een hoekje is van een andere wereld dat voor altijd menselijk is.”



De auteurs wensen expliciet Andrew Smith en Bernd Brunner te bedanken. Veel van het onderzoek uit hun respectievelijke boeken *Moondust* en *Moon, A Brief History* was inspiratie voor deze tekst.

**Korte bibliografie**

Andrew Smith,  
*Moondust*,  
Bloomsbury, 2006.

Bernd Brunner,  
*Moon, A Brief History*,  
Yale University Press, 2010.

Lily Koppel,  
*The Astronaut Wives Club*,  
Headline Publishing  
Group, 2013.

David Meerman Scott  
& Richard Jurek,  
*Marketing the Moon:  
The Selling of the Apollo  
Lunar Program*,  
MIT Press, 2014.

Norman Mailer,  
*Moonfire, the Epic Journey  
of Apollo 11*, Taschen, 2015.