

Van frontlinie naar feed

Hoe drones en sociale media participatieve oorlogvoering vormgeven

Laura Lensink MSc*

In hedendaagse oorlogen vervagen de grenzen tussen het fysieke en het digitale slagveld. Oorlogen spelen zich steeds minder vaak uitsluitend op de frontlinies af en verplaatsen zich in toenemende mate naar digitale platforms. Drones en sociale media stimuleren de opkomst van participatieve oorlogvoering (*participatory warfare*), waarbij burgers en militairen gezamenlijk het verloop van de oorlog beïnvloeden. De Russisch-Oekraïense oorlog vormt hierin een keerpunt. Aan het front worden drones massaal ingezet en sociale media domineren de informatieoorlog, waardoor deze oorlog regelmatig wordt aangeduid als de eerste *social media war*.¹ Drones fungeren daarin niet alleen als wapens, maar ook als camera's die continu beelden van het front vastleggen. Burgers en militairen delen deze beelden online, tonen militaire successen, mobiliseren steun, werven fondsen en trekken nieuwe vrijwilligers aan.² Zo vervaagt de scheidslijn tussen fysieke en digitale oorlogvoering en groeit de rol van burgers, ongeacht hun afstand tot het front.

Deze ontwikkeling staat bekend als participatieve oorlogvoering en laat zien hoe burgers via digitale platforms actief bijdragen aan de oorlogsinspanningen.³ De machtsbalans verschuift daardoor deels van staten en militaire commandostructuren naar burgers en net-

werken, terwijl narratieven over de oorlog steeds belangrijker worden.⁴ Gregory Asmolov van King's College London onderscheidt drie functies van deze platforms. Ten eerste kunnen burgers deelnemen aan de oorlogsinspanningen zonder onderdeel te zijn van het leger of de staat. Daarnaast dienen deze platforms als informatie- en participatiekanaal, waardoor burgers op nieuwe manieren bijdragen, bijvoorbeeld via *open-source intelligence*, cyberaanvallen of crowdfundingacties. Ten slotte verbinden ze het online- en offlinedomein, zodat fysieke afstand nauwelijks nog een rol speelt en deelname wereldwijd mogelijk is.⁵ Dronebeelden verschijnen vrijwel direct op sociale media en beïnvloeden zo hoe de oorlog wordt waargenomen en ondersteund.⁶

Dit artikel onderzoekt hoe drones in de Russisch-Oekraïense oorlog participatieve oorlogvoering versterken. Sociale media spelen hierin een belangrijke rol door het publieke debat te beïnvloeden, fondsen te werven en vrijwilligers

* Laura Lensink studeerde in 2025 af in Conflict, Territories & Identities aan de Radboud Universiteit in Nijmegen, een masteropleiding verbonden aan het Centrum voor Internationaal Conflict-Analyse & Management (CICAM). Dit artikel is gebaseerd op haar masterthesis, getiteld 'From Frontline to Feed: How First Person View Drones in Ukraine Are Reshaping the Character of Warfare.'

1 D. Ciuriak, 'The Role of Social Media in Russia's War on Ukraine', *SSRN*, 8 april 2022.

2 K. Chayka, 'Watching the World's "First TikTok War"', *The New Yorker*, 3 maart 2022. Zie: <https://www.newyorker.com/culture/infinite-scroll/watching-the-worlds-first-tiktok-war>.

3 G. Asmolov, 'From Sofa to Frontline: The Digital Mediation and Domestication of Warfare', *Media, War & Conflict* 14 (2021) (3) 342-365.

4 D. Patrikarakos, *War in 140 Characters: How Social Media is Reshaping Conflict in the Twenty-First Century* (Londen, Hachette UK, 2017).

5 G. Asmolov, 'The Transformation of Participatory Warfare: The Role of Narratives in Connective Mobilization in the Russia-Ukraine War', *Digital War* 3 (2022) (1) 25-37; W. Merrin, *Digital War: A Critical Introduction* (Londen, Routledge, 2018).

6 R. Spansvoll, 'The Weaponisation of Social Media, Crowdfunding and Drones: A People's War in the Digital Age', *The RUSI Journal* 169 (2024) (1-2) 46-60.

Een piloot van het Oekraïense Army of Drones-programma in het veld. Dit programma laat zien hoe burgers, technologie en sociale media een vorm van participatieve oorlogvoering creëren





President Zelensky maakt content bij de zwaarbevochten stad Avdiivka. Hij zet sociale media strategisch in om inzamelacties door burgers te versterken

FOTO PRESIDENT OF UKRAINE

te mobiliseren. Burgers raken zo steeds actiever betrokken. Het artikel bespreekt eerst de rol van digitale platforms in hedendaagse oorlogen en onderzoekt vervolgens hoe deze platforms samen met drones bijdragen aan crowdfunding en militaire mobilisatie. Tot slot wordt de praktijk van participatieve oorlogvoering in

Oekraïne belicht en de gevolgen ervan voor het karakter van huidige en toekomstige oorlogen.

De digitale war feed

Digitale technologie en sociale mediaplatforms bepalen in toenemende mate hoe oorlog wordt gevoerd en beleefd. Burgers, zowel aan het front als daarbuiten, staan via deze netwerken direct met elkaar in contact. Hierdoor verschuift de oorlogvoering steeds verder weg van de traditionele kaders van staten en legers.⁷ Smartphones maken het mogelijk om strategisch relevante informatie te verzamelen en te delen, zoals troepenbewegingen of locaties van materieel.⁸ Dankzij camera's, GPS en constante

7 S. Feldstein, 'Disentangling the Digital Battlefield: How the Internet has Changed War', *War on the Rocks*, 7 december 2022. Zie: <https://warontherocks.com/2022/12/disentangling-the-digital-battlefield-how-the-internet-has-changed-war/>.

8 M. Ford, 'Ukraine, Participation and the Smartphone at War', *Political Anthropological Research on International Social Sciences* 4 (2023) (2) 219-247; S. Feldstein, 'Disentangling the Digital Battlefield: How the Internet has Changed War', *War on the Rocks*, 7 december 2022. Zie: <https://warontherocks.com/2022/12/disentangling-the-digital-battlefield-how-the-internet-has-changed-war/>.

online connectiviteit kunnen burgers op verschillende manieren bijdragen aan de oorlogs-inspanningen.⁹ De grens tussen professionele en burgerjournalistiek vervaagt en het onderscheid tussen strijders en niet-strijders komt onder druk te staan.¹⁰

Andrew Hoskins van de University of Edinburgh en de Russische politicoloog Pavel Shchelin beschrijven deze ontwikkeling als een *war feed*: een voortdurende stroom van beelden en berichten die laat zien hoe oorlog wordt beleefd, gevoerd en herinnerd.¹¹ In de Russisch-Oekraïense oorlog brengt deze war feed de strijd van dichtbij in beeld, terwijl informatie en desinformatie zich sneller verspreiden dan ooit. Beelden vastgelegd met smartphones, drones en satellieten worden vrijwel direct via sociale media gedeeld.¹² Vooral commerciële drones zorgen voor een constante stroom beeldmateriaal dat strategisch wordt ingezet om successen vast te leggen, narratieven te sturen en nationale trots te versterken.¹³ De Oekraïense K-2-brigade is hiervan een duidelijk voorbeeld: met meer dan een miljoen volgers fungeert het YouTube-kanaal van de eenheid als platform voor frontverslaggeving, fondsenwerving en rekrutering.¹⁴ Aangezien doneren via sociale media en digitale betalingen eenvoudig is, kunnen burgers wereldwijd bijdragen. Drones verbinden zo de frontlinie met het thuisfront en vergroten de betrokkenheid van burgers bij het verloop van de oorlog.¹⁵

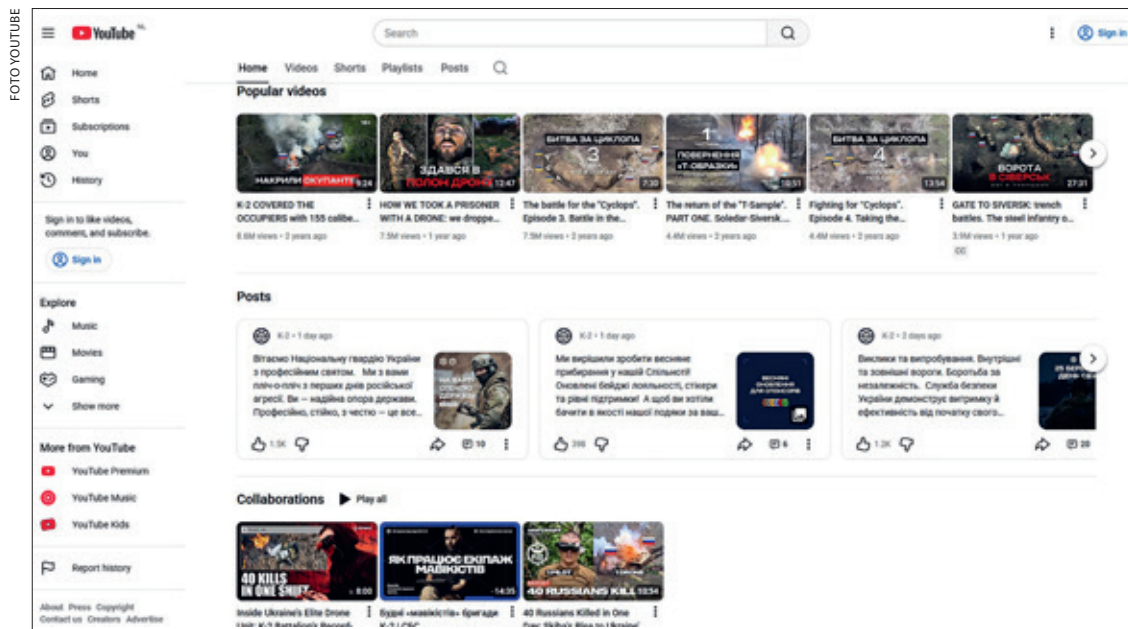
Crowdfunding en digitale oorlogvoering

Dezelfde platforms die beelden van het front verspreiden, maken het ook mogelijk om directe materiële en financiële steun te organiseren. Sinds de Russische annexatie van de Krim in 2014 is crowdfunding een essentieel onderdeel geworden van de Oekraïense oorlogvoering. Destijds waren veel eenheden slecht uitgerust en ontbrak operationele ervaring, terwijl politieke instabiliteit en corruptie het optreden van de staat beperkten.¹⁶ Burgers organiseerden daarom via sociale media inzamelacties om vrijwilligers en militairen te voorzien van

materieel.¹⁷ Wat begon als noodmaatregel is inmiddels een vast onderdeel van de oorlogs-inspanningen geworden.¹⁸ President Zelensky versterkte dit proces door sociale media strategisch in te zetten. Zijn uitspraak 'I need ammunition, not a ride' groeide uit tot een symbool van Oekraïense vastberadenheid en leidde tot veel steun, waaronder de donatie van drones.¹⁹ Sociale media fungeren niet alleen als communicatiemiddel, maar ook als logistiek platform waarmee wereldwijd donaties worden verzameld.²⁰ Een aanzienlijk deel hiervan wordt besteed aan de aanschaf en bewapening van commerciële drones.²¹

Naast steun van overheden en bedrijven ontvangt het leger ook veel bijdragen van burgers, waarvan een groot deel buiten de officiële kanalen om rechtstreeks bij de frontlinies terecht komt. Het nationale fondsenwervingsplatform UNITED24 meldde in februari 2024 dat er sinds het begin van de oorlog ongeveer zeshonderd miljoen dollar is gedoneerd. Daarnaast blijkt dat circa tachtig procent van de Oekraïense volwassenen financieel heeft

- 9 L. Peperkamp, 'Technology and the Civilization of Warfare', *Ethics & International Affairs* 38 (2024) (1) 64-74; M. Ford, 'Ukraine, Participation and the Smartphone at War', *Political Anthropological Research on International Social Sciences* 4 (2023) (2) 219-247.
- 10 D. Chernobrov, 'Diasporas as Cyberwarriors: Infopolitics, Participatory Warfare and the 2020 Karabakh War', *International Affairs* 98 (2022) 631-651.
- 11 A. Hoskins & P. Shchelin, 'The War Feed: Digital War in Plain Sight', *American Behavioral Scientist* 67 (2023) (3) 449-463.
- 12 Ibidem.
- 13 S. Ventura, 'War and Its Imagery: The Visual Narrative of the Ukrainian State's Instagram Account Ukraine.Ua as a Tool of Digital Public Diplomacy', *International Journal of Strategic Communication* 19 (2025) (3) 379-403.
- 14 S. Maynard, 'Selfies and Submarines: the Social Media of Military Recruitment', *Society and Space*, 9 maart 2020. Zie: <https://www.societyandspace.org/articles/selfies-and-submarines-the-social-media-of-military-recruitment>.
- 15 C. Méheut & D. Mitiuk, 'Crowdfunding, Auctions and Raffles: How Ukrainians are Aiding the Army', *The New York Times*, 7 maart 2024. Zie: <https://www.nytimes.com/2024/03/07/world/europe/ukraine-war-donations-crowdfunding.html>.
- 16 M. Galeotti, *Putin's Wars: From Chechnya to Ukraine* (Oxford, Osprey Publishing, 2022) 183.
- 17 Patrikarakos, *War in 140 Characters*.
- 18 Méheut & Mitiuk, 'Crowdfunding, Auctions and Raffles'.
- 19 The Associated Press, 'Live Updates: Zelenskyy Declines US Offer to Evacuate Kyiv', *AP News*, 26 februari 2022. Zie: <https://apnews.com/article/russia-ukraine-business-europe-united-nations-kyiv-6ccb0905f1871992b93712d3585f548>.
- 20 B. Bialy, 'Social Media – From Social Exchange to Battlefield', *The Cyber Defense Review* 2 (2017) (2) 69-90.
- 21 S. Sternenko [@ssternenko], '1.1 milliarda hryven [1.1 billion Hryvnia]', Telegram, 31 december 2023. Zie: <https://t.me/ssternenko/23928>.



Het YouTube-kanaal van de K-2-brigade. Dit kanaal fungeert als platform voor frontverslaggeving, fondsenwerving en rekrutering. Drones leveren constant beeldmateriaal dat strategisch wordt ingezet om successen vast te leggen, narratieven te sturen en nationale trots te versterken

bijgedragen.²² Drones behoren daarbij tot de meest gevraagde vormen van steun, wat heeft geleid tot het fenomeen *dronations*: gerichte bijdragen voor drones en andere tactische middelen.²³

Spansvolls model

De wisselwerking tussen crowdfunding, sociale media en drones wordt duidelijk in het model van de Noorse commandant Runar Spansvoll. Hij beschrijft een driehoeksverhouding waarin deze elementen elkaar versterken. Beelden van het

front wekken emoties op en creëren heroïsche narratieven die burgers aanzetten tot doneren. Met die donaties worden nieuwe drones aangeschaft, waarmee opnieuw beeldmateriaal wordt geproduceerd dat de cyclus voortzet.²⁴ Succesvolle aanvallen worden bewust gedeeld om legitimiteit te vergroten en steun te mobiliseren, waardoor een zichzelf versterkende dynamiek ontstaat.²⁵ Deze zichtbaarheid beïnvloedt direct de bereidheid tot steun, zowel binnen Oekraïne als bij politiek en publiek in het Westen.²⁶ Tegelijkertijd circuleren er nauwelijks beelden van mislukte aanvallen. Hoewel er niet veel over bekend is, kan dat te maken hebben met operationele veiligheid, gebrek aan aantrekkelijk beeldmateriaal of het voorkomen van reputatieschade. Door deze selectieve zichtbaarheid ontstaat het idee dat drones bijna altijd succesvol zijn, wat de heroïsche beeldvorming versterkt en de perceptie van burgers, donateurs en internationaal publiek beïnvloedt.

Spansvoll laat zien dat deze dynamiek niet alleen de materiële capaciteit van eenheden vergroot,

22 N. Novosolova, M. Machlouzarides, S. Myronovych, R. Minich, P. Sereda, I. Dagli-Hustings en T. Zurabashvili, 'Sharp Wave 2: Big Picture Report', 2023. Zie: https://api.scoreforpeace.org/storage/pdfs/REP_PFRUkr21_SHARP-Big-picture-report_v11.pdf.

23 D. Kunertova, 'The War in Ukraine Shows the Game-Changing Effects of Drones Depends on the Game', *Bulletin of the Atomic Scientists* 79 (2023) (2) 95-102; UNITED24, 'Operation Unity', *UNITED24*, 14 augustus 2023. Zie: https://u24.gov.ua/news/operation_unity.

24 Spansvoll, 'The Weaponisation of Social Media, Crowdfunding and Drones'.

25 Ibidem.

26 V. Vexler, 'Survival vs Victory: The West's Real Goals for Ukraine' [Video], YouTube, 8 juni 2023. Zie: <https://www.youtube.com/watch?v=JP1Btkmws0>.

maar ook bepaalt hoe de oorlog wordt waargenomen en welke strategische keuzes er mogelijk zijn. Voor effectieve campagnes zijn niet alleen de militaire resultaten belangrijk, maar ook hoe deze worden gepresenteerd. Donateurs moeten er immers op kunnen vertrouwen dat hun bijdrage effect heeft.²⁷ Daarom profileren Oekraïense eenheden zich nadrukkelijk als professioneel en competent en maken ze actief gebruik van beeldmateriaal. Door slimme inzet van camerastandpunten, montage en *visual storytelling* tonen ze kracht en effectiviteit, wekken vertrouwen en vergroten betrokkenheid.

Dronebeelden tonen de oorlog vanuit het perspectief van militairen, waardoor de kijker dichter bij de realiteit komt en de grens tussen burger en militair vervaagt. Binnen crowdfunding versterkt dit effect zich doordat deze beelden emoties oproepen, militair optreden legitimeren en donaties stimuleren. Zo dragen drones bij aan de verschuiving naar meer gedecentraliseerde oorlogvoering, waarin burgers, technologie en militaire eenheden steeds nauwer verweven raken.²⁸ Spansvoll wijst er op dat deze wisselwerking verder gaat dan crowdfunding en ook het karakter van oorlogvoering beïnvloedt. Dankzij sociale media, digitale betalingen en crowdfunding kunnen dual-use-technologieën eenvoudiger worden verspreid, waardoor de frontlijnen zich niet langer uitsluitend in het fysieke domein bevinden, maar ook in het informatiedomein.²⁹

Burgerparticipatie en mobilisatie

Socialemediaplatforms maken burgerbetrokkenheid directer en interactiever dan crowdfunding alleen. Volgens Asmolov ontstaat burgerparticipatie uit de wisselwerking tussen burgers, staatsactoren en een externe dreiging. Digitale platforms verbinden burgers zowel met elkaar als met het leger, waardoor hun deelname als legitiem wordt ervaren.³⁰ Dronebeelden brengen de frontlinie dichtbij, maken de oorlog tastbaar en tonen hoe Oekraïense eenheden hun middelen strategisch inzetten, wat vertrouwen wekt. Tegelijk dienen deze beelden als instrument voor mobilisatie: algoritmen verspreiden

ze onder relevante doelgroepen, vaak in combinatie met oproepen tot actie. In dit narratief verschijnen dronepiloten als moderne oorlogshelden, namelijk jong, technologisch vaardig en mediageniek. Door hun aanwezigheid op platforms zoals TikTok en Instagram worden ze zichtbaar, inspireren ze burgers en vergroten ze de betrokkenheid bij de oorlog.³¹

Participatieve oorlogvoering in de praktijk

De wisselwerking tussen drones, sociale media en burgerparticipatie krijgt in Oekraïne concrete vorm. Asmolovs concept van sociale veerkracht (*social resilience*) helpt te begrijpen hoe gemeenschappen zich buiten traditionele instituties organiseren en reageren op crises.³² In de beginfase van de invasie, toen Rusland militair in het voordeel was en de Oekraïense staat beperkt kon handelen, ontstond er ruimte voor bottom-up-initiatieven. Burgers, vrijwilligers en technologische gemeenschappen namen het initiatief en zetten digitale middelen in om het leger direct te ondersteunen.

Een zichtbaar voorbeeld is het Army of Drones-programma, dat in 2022 werd gelanceerd door de Oekraïense regering in samenwerking met UNITED24 en andere staatsinstanties. Het programma richt zich op de aanschaf, inzet en het onderhoud van drones en op de opleiding van piloten.³³ Vrijwilligers, startups en militairen werken hierin nauw samen, waardoor

- 27 J.-A. Koch & M. Siering, 'The Recipe of Successful Crowdfunding Campaigns: An Analysis of Crowdfunding Success Factors and Their Interrelations', *Electronic Markets* 29 (2019) (4) 661-679, 664.
- 28 J. Rentrop, *From Selfies to Mortars: A Visual Narrative Analysis of Crowdfunding and Social Media in the Ukrainian Armed Forces* (2025). Zie: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1948132/FULLTEXT01.pdf>.
- 29 Spansvoll, 'The Weaponisation of Social Media, Crowdfunding and Drones'.
- 30 Asmolov, 'The Transformation of Participatory Warfare'.
- 31 G. Asmolov, 'The Effects of Participatory Propaganda: From Socialization to Internalization of Conflicts', *Journal of Design and Science* 6 (2019); M. Hasian, *Drone Warfare and Lawfare in a Post-Heroic Age* (University of Alabama Press, Tuscaloosa, 2016); B.Y. Aygün, *The Effect of Drone Technology on Military Organization and Forms of Soldierly* (Masterthesis, Middle East Technical University, Turkey, 2021).
- 32 Ibidem.
- 33 UNITED24, 'These Are the Drones You're Looking For: Join Mark Hamill and the Army of Drones'. Zie: <https://u24.gov.ua/dronation>.

Burgerdeelname beperkt zich niet tot symbolische steun, maar beïnvloedt direct militaire operaties

burgers niet alleen materieel bijdragen maar ook de zichtbaarheid van succesvolle operaties vergroten. Digitale platforms maken het mogelijk informatie snel te verspreiden, acties te coördineren en middelen te mobiliseren. Binnen Spansvolls model laat het Army of Drones-programma zien hoe burgers, technologie en sociale media gezamenlijk een vorm van participatieve oorlogvoering creëren.

Hoe oorlogvoering verandert

Participatieve oorlogvoering verandert niet alleen de rol van burgers, maar heeft ook gevolgen voor het karakter van de oorlog zelf. Digitale platforms brengen civiele en militaire actoren dicht bij elkaar en zetten traditionele commandostructuren onder druk. Oorlog ontwikkelt zich steeds meer tot een gedecentraliseerd netwerk waarin staten, bedrijven en burgers samenwerken. Zoals Matthew Ford, auteur van *War in the Smartphone Age*, beschrijft,

lopen civiele en militaire informatienetwerken in elkaar over, zowel bij het verzamelen van inlichtingen als bij het selecteren van doelen.³⁴ Burgerdeelname beperkt zich daardoor niet tot symbolische steun, maar beïnvloedt direct de planning en uitvoering van militaire operaties.

Drones maken deze veranderingen zichtbaar. Ze leveren een constante stroom beelden die de informatiecycclus voeden, het beeld van militaire superioriteit versterken en de modernisering van oorlogvoering versnellen.³⁵ Burgers signaleren vijandelijke bewegingen, delen coördinaten en werven fondsen voor nieuwe drones.³⁶ Apps zoals *e-Vorog* maken directe bijdragen mogelijk, wat vragen oproept over verantwoording buiten traditionele commandostructuren.³⁷ Het initiatief verschuift hierdoor deels van hiërarchische structuren naar civiele netwerken en online gemeenschappen.³⁸ Vrijwilligers en technici verzamelen inlichtingen, ontwikkelen drones en verspreiden beelden, waardoor formele en informele actoren gezamenlijk bijdragen aan de militaire capaciteit.³⁹

Deze ontwikkeling heeft strategische gevolgen. Commandanten moeten rekening houden met burgerinitiatieven en de voortdurende stroom digitale informatie, terwijl de operationele effectiviteit behouden blijft.⁴⁰ Strategisch effect ontstaat steeds vaker uit de wisselwerking tussen burgers en militaire eenheden en niet alleen uit hiërarchische besluitvorming. Zelfs een enkele droneaanval die viraal gaat kan directe gevolgen hebben, bijvoorbeeld door het moreel van de tegenstander te ondermijnen, publieke steun te mobiliseren of politieke reacties uit te lokken. Dit roept vragen op over coördinatie, legitimiteit en verantwoordelijkheid, en over wie welke beslissingen mag nemen en welke acties gerechtvaardigd zijn. Deze dynamiek sluit aan bij het concept van strategische compressie van de Amerikaanse kolonel (b.d.) Douglas MacGregor, waarin de grenzen tussen tactisch, operationeel en strategisch niveau vervagen.⁴¹ Strategisch effect ontstaat niet langer uitsluitend van bovenaf, maar uit het samenspel van verschillende actoren die directe invloed uitoefenen op politieke en ethische besluitvorming.

34 M. Ford, 'Ukraine, Participation and the Smartphone at War', *Political Anthropological Research on International Social Sciences* 4 (2023) (2) 219-247.

35 Hasian, *Drone Warfare and Lawfare in a Post-Heroic Age*.

36 D. Ciuriak, 'The Role of Social Media in Russia's War on Ukraine', *SSRN*, 8 april 2022.

37 Ford, 'Ukraine, Participation and the Smartphone at War'; A. Kostenko & AFP, 'Smartphones, Crowdsourcing Play Crucial Role in Defence of Ukraine', *Caravanseraï*, 24 maart 2022. Zie: https://central.asia-news.com/en_GB/articles/cnmi_ca/features/2022/03/24/feature-03.

38 Hasian, *Drone Warfare and Lawfare in a Post-Heroic Age*.

39 J. Rentrop, *From Selfies to Mortars*.

40 Patrikarakos, *War in 140 Characters*.

41 D.A. MacGregor, 'Future Battles: The Merging Levels of War', *The US Army War College Quarterly: Parameters* 22 (1992) (1) 32-47.



Sociale media verspreiden beelden en heldhaftige narratieven, waardoor traditionele grenzen tussen militairen en burgers en tussen tactisch en strategisch handelen vervagen

FOTO MINISTERIE VAN JUSTITIE EN VEILIGHEID

De oorlog van morgen

De oorlog in Oekraïne laat zien hoe burgers, digitale technologieën en netwerken de oorlogvoering op alle niveaus beïnvloeden. Drones maken het front zichtbaar en deelbaar, terwijl sociale media beelden verspreiden, heldhaftige of rechtvaardige narratieven versterken, steun mobiliseren en burgers direct bij de oorlog betrekken.⁴² Hierdoor vervagen de traditionele grenzen tussen militairen en burgers, tussen tactisch en strategisch handelen, en tussen strijders en niet-strijders. Informatie, middelen en initiatief worden steeds meer verspreid, waardoor oorlog minder hiërarchisch en meer netwerkgestuurd verloopt.

De grootschalige inzet van drones laat ook zien hoe digitale technologie sociale veerkracht kan versterken. Burgers dragen oplossingen aan, werken samen en beïnvloeden het verloop van de oorlog wanneer traditionele instituties tekortschieten. Sociale media vormen het centrale netwerk van deze participatieve oorlogvoering, waarin observatie overgaat in actieve deelname. De oorlog in Oekraïne laat zien dat hedendaagse oorlogen sneller, digitaler

en gedecentraliseerder zijn dan ooit, en dat netwerken, beelden en burgerparticipatie bepalend zijn voor tactische, operationele en strategische resultaten.

Tegelijkertijd roept deze ontwikkeling vragen op over coördinatie, legitimiteit en verantwoordelijkheid. Het strategische effect van individuele acties, zoals een viraal gaande droneaanval, laat zien dat keuzes van zowel commandanten als burgers directe gevolgen hebben voor het verloop van de oorlog. Participatieve oorlogvoering beïnvloedt zo niet alleen tactische en operationele uitkomsten, maar ook politieke en ethische beslissingen.

De oorlog in Oekraïne maakt duidelijk dat netwerken, beelden en burgerparticipatie geen randverschijnselen zijn, maar een vast onderdeel van hedendaagse oorlogvoering. Wie toekomstige oorlogen wil begrijpen, moet rekening houden met de invloed van burgers, digitale technologie en netwerkgerichte oorlogvoering. ■

⁴² R. Spansvoll, 'The Weaponisation of Social Media, Crowdfunding and Drones'; Asmolov, 'The Transformation of Participatory Warfare'.