

Manoeuvreren in de informatieomgeving

Sun Tzu zei: ‘Het toppunt van bekwaamheid is het onderwerpen van de vijand zonder te vechten.’¹ Los van het feit dat hij dit waarschijnlijk in het Mandarijn heeft gezegd is de strekking ervan om eerst de plannen van de tegenstander te corrumpen of een wig te drijven in zijn allianties, en pas in laatste instantie het leger zelf of zijn versterkte steden aan te vallen. Het voorbeeld is wat archaisch, maar Sun Tzu had dan ook nog geen smartphone of internet. Wel was hij zich al bewust dat de tegenstander behalve op een fysieke ook op een cognitieve wijze kon worden overwonnen, ofwel het beïnvloeden van de begripsvorming en interpretatie van de omgeving, de perceptie van een opponent, en het daaropvolgende besluitvormingsproces.

De militaire voorliefde om het kabinet van dode denkers als Sun Tzu en Von Clausewitz te berde te brengen is om duidelijk te maken dat oorlogvoeren gestoeld is op principes – de *nature of warfare*, zoals ook door deze denkers verwoord. En daar waar de omgeving, het materieel en de techniek in de samenleving of bij de krijgsmachten veranderen, verandert ook het karakter van de oorlog. Maar de basisprincipes blijven hetzelfde omdat die gebaseerd zijn op

menselijk gedrag: denk daarbij aan het opleggen van de wil aan een opponent, of aan de principes van initiatief en het uitbuiten van een situatie.

De truc is nu om ons militair vermogen aan te passen aan de veranderende omgeving terwijl we de principes niet verloochenen. En dat is gemakkelijker gezegd dan gedaan omdat in onze hoofden het karakter en de principes van oorlogvoeren vaak verweven zijn. Het is niet meer dan menselijk dat militairen terugvallen op beproefd materieel of doctrinaire wijzen van optreden en dat verwarren met principes. En terwijl we zien dat de omgeving verandert laten we kansen liggen, vallen we terug op het vertrouwde platformdenken en stellen ons wellicht bloot aan onvermoede gevaren.

Dat de omgeving en daarmee het karakter van oorlogvoering verandert valt niet meer te ontkennen. De grootste wijziging is de digitalisering van de samenleving, met name het internet en sociale media, die zelfs als ‘wapen’ worden ingezet, tijdens een conflict of om een conflict te veroorzaken. En niet alleen door een staat, maar door eenieder met een internet-account, zoals bleek bij de recentelijk gehackte Twitter-accounts van mensen als Elon Musk, Bill Gates en Jeff Bezos.² De digitalisering heeft de informatieomgeving niet enkel toegankelijker gemaakt, maar ook exponentieel verruimd. Het gevolg is dat de opponent niet alleen in de fysieke, maar ook in de cognitieve en virtuele dimensie bedwongen moet worden. Het heeft immers weinig zin een conflict met zwaar

1 Vrij vertaald vanuit het Engels, zie: Ralph D. Sawyer, *Sun Tzu. Art of War* (Boulder, Westview Press, 1994) 177.

2 Marc Hijink, ‘De hack van Twitter toont aan: zo makkelijk is het sociale netwerk te manipuleren’, in: *NRC Handelsblad*, 16 juli 2020. Zie: <https://www.nrc.nl/nieuws/2020/07/16/de-bitcoinhack-toont-aan-zo-makkelijk-is-twitter-te-manipuleren-a4006147>.

militair materieel in te gaan terwijl je commandovoeringssysteem is gehackt, of als interventiemacht de bevolking te steunen terwijl je niet weet wat hen drijft.

Ook in de *Brede Maatschappelijke Heroverwegingen*,³ nota bene van het ministerie van Financiën, is bij het thema 'Veiligheid en veranderende machtsverhoudingen' ruim aandacht voor de nieuwere veiligheidsdomeinen: informatie-gestuurd optreden, cyber en conflictpreventie. Digitalisering is hierbij een centraal en 'dwarsdoorsnijdend' thema.

Hans van Dalen geeft in dit themanummer van de *Militaire Spectator* aan dat de informatieomgeving niet langer enkel uit de fysieke, maar tevens uit een virtuele en een cognitieve dimensie bestaat. Maar militair optreden in de informatieomgeving om de cognitieve dimensie te beïnvloeden is niet nieuw. De Sovjet-Russische *active measures* bestaan als sinds het begin van de vorige eeuw, zo laat Han Bouwmeester zien in zijn artikel over desinformatie in Litouwen. De digitalisering heeft de informatieomgeving echter wel danig veranderd, wat ook effect heeft op het vergaren van inlichtingen en het verkrijgen van begrip en kennis, maar bovenal tijdens defensief en offensief optreden in die informatieomgeving – de essentie van het concept informatiegestuurd optreden.

Optreden in de informatieomgeving vervangt echter geenszins het traditionele militaire optreden. Het komt eraan te staan: het is een 'en-en'-variant die het instrumentarium van de krijgsmacht verbreedt. Uiteraard blijven de principes van oorlogvoering overeind, wat inhoudt dat de krijgsmacht – mocht zij worden ingezet voor optreden in de informatieomgeving – een relatief voordeel moet verkrijgen ten opzichte van de partij wier houding of gedrag zij wil beïnvloeden. Het uitbuiten van de mogelijkheden die de informatieomgeving biedt is hierin cruciaal. Information Manoeuvre is daarmee het toepassen van de manoeuvrebenadering in de informatieomgeving.

Dit themanummer van de *Militaire Spectator* geeft inzicht in de impact van de informatieomgeving,

vooral bij de krijgsmacht. De informatieomgeving – en met name het digitale segment – is een zegen voor velen, maar ook een vloek met een donkere, corrumperende werking. Beïnvloeding via sociale media, via de virtuele persoonlijkheden van mensen, is voor menig actor een geliefd 'wapen' geworden. Informatie als wapen kent inmiddels vele verschijningsvormen, zoals desinformatie of het manipuleren met beelden (Imagefare) om de cognitieve dimensie, onze perceptie en ons wereldbeeld te beïnvloeden, zoals Bo van den Herik e.a. en Sterre van Hout in hun artikelen illustreren.

Maar de verdediging tegen of de inzet van informatie als wapen blijkt nog niet zo eenvoudig. Hoe verweer je je tegen de alternatieve feiten in een tijdperk van *post-truth politics*? Hoe maak je een samenleving weerbaar? En anderszijds, hoe zet je informatie in als tactisch wapen? Kennis en perceptie van de omgeving en de lokale bevolking vergroot de effectiviteit van de eenheid. Joris van Esch en Simon Hirst belichten de mogelijkheden en onmogelijkheden daarvan vanuit het perspectief van 1 (German/Netherlands) Corps.

De informatieomgeving gaat niet meer weg, maar wordt enkel groter en belangrijker. Het ultieme doel van de krijgsmacht is om relevant te zijn en in staat een opponent te beïnvloeden in de fysieke, virtuele en cognitieve dimensie. Maar we zijn er nog lang niet. En de grootste valkuil is dat we bij het denken over het militaire vermogen in de informatieomgeving toch weer terugvallen op vertrouwde karakteristieken, in plaats van de principes van oorlogvoering. In hun essay geven Gwenda Nielen en Roel Samson op scherpe wijze aan dat het verkrijgen van een relatief voordeel, van initiatief en het uitbuiten in de informatieomgeving andere grootheden kent en niet primair gericht is op de materiële kant van het militair vermogen. Het zit ook in hoe wij optreden, maar bovenal is dit een vraagstuk van mentaliteit: daar zit de echte *capability gap*. ■

3 Kamerstuk II 2019-20 II 32 359 no. 4, Ministerie van Financiën, 'Kamerbrief Brede Maatschappelijke Heroverwegingen', 2020.