

Strijd om de beeldvorming bij militaire operaties

Vormen sociale media als YouTube en Twitter een nieuw mijnenveld?

Internetsites als YouTube, Twitter en weblogs, ook wel sociale media genoemd, vormen een nieuwe bron van informatie over wat er in oorlogsgebieden als Irak en Afghanistan gebeurt. Beheersing van deze informatiestromen is lastig. Het Pentagon is daarom bang dat verhalen van militairen via deze zogeheten 'User Generated Media' (UGM) het eigen officiële verhaal in gevaar brengen. Dit onderzoek bekijkt of deze angst terecht is. Daartoe zijn honderd YouTube filmpjes van Amerikaanse mariniers en honderd officiële persverklaringen over de slag om Fallujah bestudeerd. De kern van de boodschap blijkt aan beide zijden hetzelfde te zijn: de aanwezigheid van Amerikaanse militairen is nodig voor een stabiel Irak.

M. Brand MA*

Internetmagazine *Wired* kopte eind vorig jaar: '2010: The year that the internet went to war'. Hoewel de kop enigszins misleidend is – internetgebruikers en mensen die hun belangen door internet bedreigd zien leven al jaren op voet van oorlog met elkaar – is 2010 wel het jaar waarin de strijd escaleerde door de stroom diplomatieke documenten die via Wikileaks op straat kwam te liggen. Uit irritatie over het gezichtsverlies door de inhoud van de gelekte documenten en het vermeende risico voor personeel in Irak en Afghanistan bombardeerden Amerikaanse politici Wikileaks, en vooral het gezicht van Wikileaks, Julian Assange, tot Amerika's staatsvijand nummer één. Ook bij de recente ontwikkelingen in het Midden-Oosten is veel aandacht voor de rol die internet speelt bij de demonstraties tegen de zittende machthebbers. Tunesië is

in media al een 'Twitterrevolutie' genoemd; een revolutie die uitbrak dankzij het gebruik van internet als informatiemedium.¹

Opzet artikel

In dit artikel komt eerst de achtergrond van deze sociale media aan de orde. Daarbij geef ik beknopt de discussie weer rond het gebruik van *User Generated Media*. Ik ga eerst in op de motieven van militairen om UGM te gebruiken. Daarna stel ik de positie van het Pentagon aan de orde. Vervolgens zet ik de opzet van het onderzoek uiteen en bespreek ik de belangrijkste conclusies.

Wikileaks en de rol die internet in Egypte en Tunesië zou spelen, zorgen voor bezorgdheid bij overheden. Hun grootste angst is immers dat informatie immers ongefilterd op straat ligt. Burgers communiceren snel en ongelimiteerd met de buitenwereld over hun perceptie van gebeurtenissen. Hiermee verliezen overheden controle over de toon en de inhoud van informatiestromen, bijvoorbeeld over diplomatiek verkeer of over binnenlandse onrust.

* De auteur is personeelsadviseur en militair historicus. Zijn specialisatie is de rol van beeldvorming bij militaire operaties. Hij heeft hierbij vooral interesse in de opkomst van internet als informatiemedium vanuit conflictgebieden. Dit artikel is een bewerking van zijn masterscriptie.

1 E. Zuckerman, The First Twitter Revolution?, www.Foreign Policy.com, 14 januari 2011.

Dit keuzeproces om de toon en inhoud van een informatieproces te bepalen staat bekend als *framing*. Bepaalde aspecten van het beschrevene worden buiten beschouwing gelaten, terwijl andere aspecten juist worden benadrukt. De overheid vertelt haar versie van een verhaal, en vervolgens maken de media hun eigen keuzes, onder meer omdat zij een verhaal in een bepaald aantal woorden of beelden moeten samenvatten.

Overheden hebben er vanzelfsprekend groot belang bij dat deze media de toon en inhoud aanpassen aan het overheidsverhaal. Dit geldt in het bijzonder voor onderwerpen waar burgers niet direct bij betrokken zijn en waarbij ze de informatie alleen via de media ontvangen.² Onderzoek wijst uit dat herinneringen van burgers aan gebeurtenissen die via de media zijn getoond, zoals de oorlog in Irak of de opstand in Egypte, sterk door framing zijn beïnvloed; zij zijn er immers niet persoonlijk bij geweest.³

Vrije toegang?

UGM-websites, waarbij burgers zelf informatie kunnen delen zonder tussenkomst van een derde partij, zijn de afgelopen jaren sterk in opkomst als informatiemedium. Binnen het Pentagon woedt al enige jaren een felle discussie over deze ontwikkeling, aangezien ook militairen gebruik maken van UGM om hun persoonlijke verhalen met de buitenwereld te delen.⁴

Centraal in deze discussie staat de vraag of militairen die gebruik maken van UGM daartoe de ruimte kunnen krijgen of dat de militaire leiding de toegang tot deze sites moet beperken. Dit artikel beoogt een bijdrage te leveren aan deze discussie. Onderzoek wijst uit dat een

FOTO AP, J. JACOBSON



restrictief beleid ten opzichte van UGM onder bepaalde voorwaarden onnodig lijkt.

Veranderend medialandschap

De afgelopen decennia is de Amerikaanse regering succesvol geweest in het beheersen van de beeldvorming over conflicten waarbij Amerikanen betrokken waren. Uit onderzoek blijkt dat de traditionele Amerikaanse media over het algemeen geneigd zijn om het officiële overheidsverhaal om commerciële redenen te volgen. Nieuwsrubrieken vermijden populair nieuws, zoals het tonen van doden en gewonden.⁵

Bij oorlogsverslaggeving is daarom geconstateerd dat traditionele media een beeld van een 'schone oorlog' scheppen, vol met actiebeelden, maar zonder de soms gruwelijke consequenties van de getoonde actie.⁶ Daarnaast lijken de nieuwsberichten van traditionele media steeds meer op elkaar, mede omdat er via fusies steeds minder grote mediabedrijven zijn overgebleven. Het gebruik van UGM verandert het medialandschap. De beheersing die het Pentagon voorheen had, komt hiermee onder druk te

2 D. Scheufele, D. Tewksbury, 'Framing, Agendasetting and priming; the evolution of three media effect models', *Journal of Communication* 57 (2007) 9-20.

3 A. Hoskin, 'Mediating time: the temporal mix of television', *Time and society* 10 (2001) (2/3), 213.

4 S. Ackerman, 'Tweet Away, Troops: Pentagon Won't Ban Social Media', *Wired.com*, 14 januari 2011, geraadpleegd op 15 januari 2011.

5 C. Schwalbe, 'Remembering our shared past: Visually framing the Iraq war on US News websites', *Journal of computer mediated communication - digitale editie - 12* (2006) (1), 264 geraadpleegd op 13 november 2010 via <http://jmc.indiana.edu>.

6 Ph. Seib, *Beyond the front lines: how the news media cover a war shaped by war* (New York, Palgrave Millican, 2004) 58.



In een zojuist geopend 'internetcafé' nabij Fallujah, Irak, computeren Amerikaanse legereenheden (2004)

Deze motieven maken de publicaties tot zeer persoonlijke, individuele verhalen. De toon en inhoud – de framing – van een verhaal krijgt vorm volgens het stelsel van sociale conventies waarvan de maker op dat moment deel uitmaakt.¹⁰ Deze sociale conventies verschillen per groep: iemand gedraagt zich immers anders op kantoor, of aan het front, dan thuis of onder vrienden.¹¹

De toon en inhoud van een verhaal zijn bovendien afhankelijk van het motief dat iemand heeft om een verhaal naar buiten te brengen. Dit motief hangt eveneens samen met het stelsel van sociale conventies waarin de maker zich op dat moment bevindt. Gebruikers van UGM voeren zo vanuit dat stelsel een min of meer 'weloverwogen dialoog' met hun publiek.¹²

Discussies over het gebruik van UGM

UGM bieden ook militairen een eenvoudig instrument om zelf een verhaal te vertellen over de eigen ervaringen, bijvoorbeeld in Irak. Media noemen de oorlogen in Irak en Afghanistan al de eerste 'YouTube wars'¹³ of 'Web wars'.¹⁴ Het Pentagon erkent dat UGM belangrijke nieuw communicatiemiddelen zijn. Toch is er binnen het Pentagon een risicomijdende cultuur, waarin men probeert om alles te vermijden wat de beeldvorming negatief kan beïnvloeden.

Volgens critici is er sprake van een generatiekloof en een diepgeworteld wantrouwen in de media binnen het Amerikaanse leger. Dit is te

staan. In het onderzoek zijn UGM-sites aangeduid als 'meta-businesses', een doorgeefluik om zelf vervaardigde informatie (*User Generated Content*) te plaatsen. Degenen die dit publiceren zien zich niet gehinderd door commerciële belangen, een kritische krantenredactie of professionele journalistieke principes, waaronder hoor en wederhoor.⁷

Individuele burgers kunnen zonder tussenkomst van derde partijen nieuwe, voorheen minder toegankelijke informatie ontvangen. Deze informatie kan ook simpeler worden verspreid.⁸ Ieder individu met toegang tot internet kan (bewust of onbewust) een verhaal 'framen' en hier – in potentie – veel mensen mee bereiken.

Motieven

Uit dit onderzoek blijkt dat er vijf hoofdmotieven zijn om UGM te gebruiken:

- om anderen over de eigen locatie en omstandigheden te informeren;
- om feedback van anderen te ontvangen;
- om de eigen gedachten te ordenen;
- om meningen te uiten;
- om stress of spanning te ontladen.⁹

7 J. Burgess en J. Green (ed.), *YouTube: online video and participatory culture* (Cambridge, Polity, 2009) 27.

8 B. Smith, T. Costello, J. Brecher, 'Social Movements 2.0', *The Nation*, 15 januari 2009, geraadpleegd op 7 april 2010 op www.thenation.com.

9 B.A. Nardi, 'Blogging as a social activity: or would you let 900 million people read your diary?', *Communications of the ACM*, 6 (2004) (3), 225.

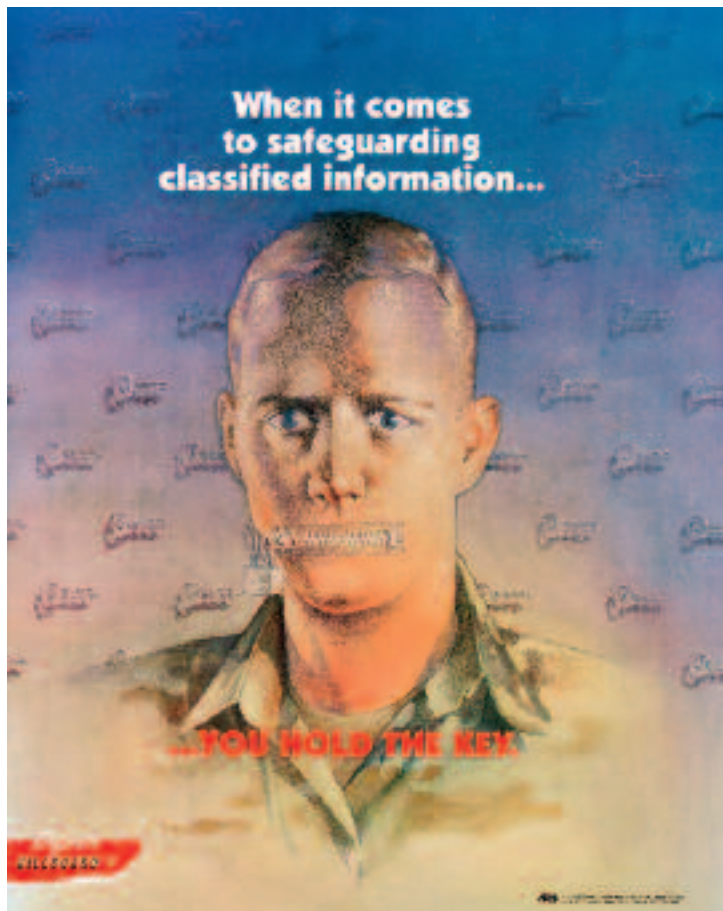
10 J.P. Eakin, *Living autobiographically, how we create identity in narrative* (London, Cornell University Press 2008), 30.

11 J.P. Eakin, *Living autobiographically*, zie noot 10.

12 B.A. Nardi, *Blogging as a social activity*, 225.

13 A.M. Cox, 'The YouTube war', *Time*, 19 juli 2006, www.time.com.

14 A. Melbar, 'Web war', *The Nation*, augustus 2008.



Waarschuwingen van het Pentagon uit het verleden...

wijten aan de kloof tussen de sociale conventies van journalisten, die openbaar willen maken, en militairen, die geheim willen houden.¹⁵ Voor het Pentagon maken vooral de publicaties van Wikileaks de vraag van het wel of niet toe-

staan van UGM bij militairen in Irak en Afghanistan van acuut belang. Als een militair bereid is om operationele veiligheid – opsec – te schenden en enorme hoeveelheden geheime informatie naar buiten brengt via een klokkenluidersite als Wikileaks, hoe groot is dan het potentiële gevaar voor het Pentagon dat veel Amerikaanse militairen gebruik maken van UGM? Welke informatie brengen zij naar buiten? En past die informatie wel bij het officiële verhaal over de missie in Irak en Afghanistan?

Restrictieve aanpak

Om de mogelijke risico's van internetgebruik onder militairen beter te monitoren nam de Amerikaanse krijgsmacht de afgelopen jaren een aantal maatregelen. In 2002 begon een speciale eenheid van de *National Guard*, de *Army Web Risk Assessment (AWRAC)*, het internet te monitoren op 'verkeerde informatie' die het leger zou kunnen schaden.¹⁶ Daarnaast stelde het Pentagon een aantal strenge gedragsregels op, *Army Regulation 530-1* en *Directive Type Memorandum 09-026 (DTM)*, dat individuele militairen verbiedt iets op het internet te plaatsen zonder goedkeuring van de commandant.¹⁷

De militaire leiding maakte daarnaast via voorlichtingsfolders militairen attent op de mogelijkheden die zij zelf hebben om 'verkeerde informatie' aan te pakken.¹⁸ Ten slotte blokkeerde het Pentagon de afgelopen jaren de toegang tot een aantal UGM-sites vanwege vermeende veiligheidsrisico's.¹⁹ Vrije informatiestromen passen niet in de bedrijfscultuur van een militaire organisatie, die veel belang hecht aan geheimhouding.

De militaire leiding legitimeert de restrictieve aanpak door op de risico's van UGM te wijzen. In 2008 stelde een perswoordvoerder dat het kampvuurschijnsel dat vroeger een positie kon verraden, is vervangen door het schijnsel van een laptopscherm. En dit keer is het schijnsel wereldwijd te zien; met één druk op de knop heeft de hele wereld immers toegang tot een verhaal dat een militair op internet plaatst.²⁰ UGM zijn daarom wel een 'mijnenveld voor operationele veiligheid' genoemd.²¹ Doordat de

15 M. Belknap, *The CNN-effect: strategic enabler or operational risk?* USAWC Strategy Research Project, US army war college, 30 maart 2001. Over 'embedded' journalisten is eerder gepubliceerd in de *Militaire Spectator*. Zie J.E. van Klink, 'Berichtgeving over Afghanistan. De rol van de Nederlandse media', MS 179 (2010) (9) blz. 431 e.v.
 16 N. Schachtman, *Army Big Brother Unit targets bloggers*, www.noahshachtman.com, 16 maart 2006.
 17 *Army Regulation 530-1* is in zijn geheel te lezen op <http://fas.org.arpentagondir/army/ar530-1.pdf>, DTM 09-026 is terug te lezen via www.dtic.mil/whs/directives/corres/pdf/DTM-09-026.pdf.
 18 N. Schachtman, *Air Force releases counter-blog marching orders*, Wired.com, 6 januari 2009.
 19 N. Schachtman, *Army blocks its own YouTube knockoff (Updated Again)* Wired.com, 17 maart 2009.
 20 J. Hockenberry, *The blogs of war*, www.wired.com augustus 2008.
 21 A. Melber, 'Web War', *The Nation*, september 2008.

hele wereld mee kan lezen moeten militairen UGM net als traditionele media – radio, televisie en kranten – met terughoudendheid en argwaan benaderen, zo adviseren medewerkers van het Pentagon.²²

Voorstanders van vrije toegang

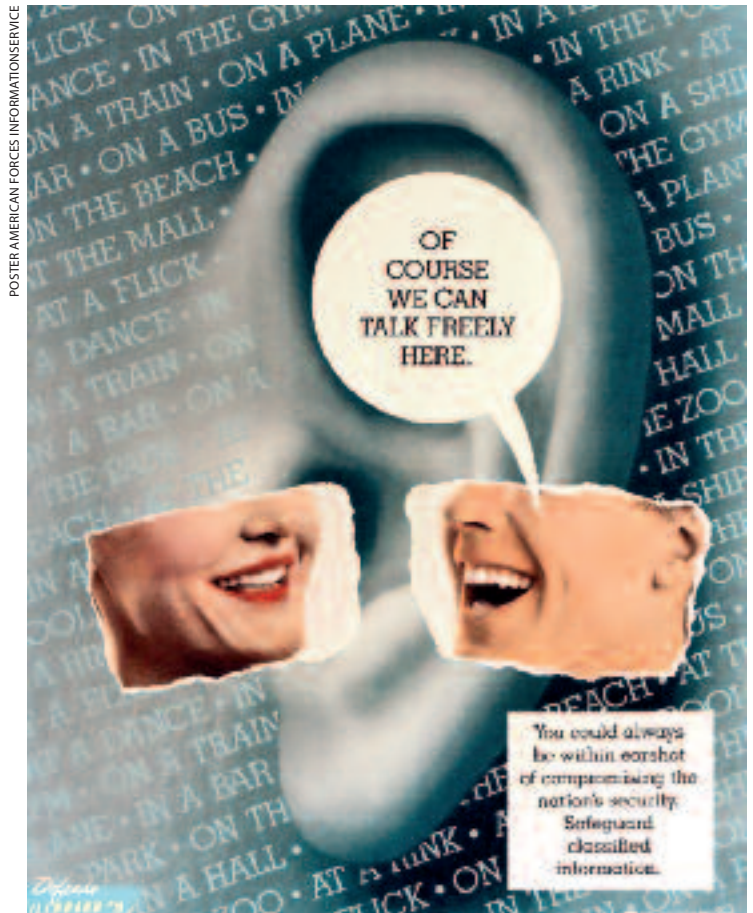
Voorstanders van vrije toegang tot UGM wijzen juist op de praktische, de ethische en de publicitaire nadelen van de restrictie van het gebruik van UGM. Praktisch gezien is verbieden onuitvoerbaar: de snelheid, omvang en veelzijdigheid van de informatiestromen maken dit vrijwel onmogelijk. Bovendien is er ook een ethisch probleem: het Pentagon maakt wel uitgebreid gebruik van internet om nieuwe rekruten te werven. En daarnaast gebruiken militairen in hogere rangen weblogs en Twitter om een verhaal te vertellen.

Met deze tweeslachtige houding kan het Pentagon de schijn opwekken dat de militaire leiding individuele militairen niet vertrouwt. 'Als we een militair een M16 geven en daarmee de macht over leven en dood, waarom vertrouwen wij die militair dan niet met een weblog', vroeg de Amerikaanse journalist Noah Schachtman zich dan ook af in 2009.²³ Deze vraag is terecht: een onderzoek uit 2007, nota bene van AWRAC zelf, toont aan dat binnen 878 officiële defensie-sites slechts 1813 overtredingen waren gevonden van de officiële regels rondom operationele veiligheid.

Hetzelfde onderzoek constateerde slechts 28 overtredingen in 594 onderzochte UGM-sites van militairen. De verklaring hiervoor van AWRAC is dat militairen opsec bewaren omdat dit voor henzelf en voor hun collega's van levensbelang is.

Gemiste kansen

Ten slotte is er ook een publicitair probleem. Vijandelijke groeperingen in Irak benutten inmiddels wel de voordelen van internet. Al in 2007 waarschuwde de Amerikaanse persdienst in Bagdad dat Irakese opstandelingen kwalitatief hoogwaardige UGM produceren om hun effectiviteit te overdrijven. Een aantal aanslagen was zo professioneel gefilmd dat de persdienst



...blijven ook in een tijd van sociale media actueel

vermoedde dat deze aanvallen vooral waren bedoeld om de beeldvorming te beïnvloeden. Hetzelfde rapport concludeerde dat het Pentagon onvoldoende inspeelde op deze ontwikkeling. Het Pentagon blijft denken in traditionele hiërarchische communicatielijnen en procedures rondom het vrijgeven van informatie. Deze zijn te lang en kosten te veel tijd om snel en adequaat online de strijd om de beeldvorming aan te gaan.

Terwijl de discussie voortduurt, zou DTM 09-026 aanvankelijk op 1 maart 2011 verlopen. Dit is onlangs uitgesteld tot januari 2012. Een woordvoerder van Defensie geeft aan dat er

22 M.J. Pintaro, 'Former military spokesman addresses public affairs community', www.army.mil, 14 april 2008.

23 A. Melber, 'Web War'; zie noot 21.

meer tijd nodig is om het beleid goed op papier te krijgen, en dat het speciale kantoor dat UGM-kwesties bewaakt, is opgegaan in een andere afdeling. Het Pentagon lijkt daarmee te accepteren dat UGM deel uitmaakt van het medialandschap en niet is uit te bannen.²⁴ Of dit inzicht ook betekent dat militairen meer ruimte krijgen om UGM te produceren, zal nog moeten blijken. Het Pentagon accepteert UGM als een voldongen feit. Maar de discussie over het gebruik van UGM door militairen als informatiekanaal van het front is nog niet voorbij.

Het onderzoek

Onderzoeksmethode

Om deze discussie over het vermeende risico van UGM voor officiële beeldvorming in de praktijk te toetsen heb ik in augustus 2010 een specifieke casus onderzocht; operatie *Al Fajr* (Dageraad), ook bekend onder codenaam *Phantom Fury*. Deze operatie betreft de slag die het Amerikaanse korps mariniers om Fallujah leverde in november 2004. Voor deze casus heb ik ten eerste gekozen omdat het een in tijd en geografie afgebakend gevecht is. En daarnaast omdat het officiële verhaal van de militaire leiding weinig concurrentie ondervond. Er was dus sprake van een stevige controle over de informatiestromen vanuit Fallujah.

Deze strakke beheersing van de mediaframing kwam doordat de opstandelingen in Fallujah geen onderscheid leken te maken tussen journalisten en militairen. Hierdoor waagden alleen *embedded* journalisten zich in de stad. Onderzoek wijst uit dat *embedded* journalisten minder kritisch zijn ten opzichte van de Amerikaanse eenheden, aangezien ze lange tijd met hen optrokken en voor hun veiligheid van hen afhankelijk zijn. *Embedded* journalisten vormen daarom een beheersbaar risico voor de persdiensten van het Pentagon.²⁵ Journalistieke artikelen heb ik niet bestudeerd

omdat het onderzoek zich richtte op de vergelijking tussen UGM van militairen en officiële persberichten. Verhalen van burgers heb ik ook niet onderzocht aangezien er nauwelijks burgers waren in de stad; 80 procent van de bevolking was Fallujah ontvlucht.

Filmpjes en persverklaringen

Tijdens de militaire acties maakten Amerikaanse militairen ook beelden van de operatie en de gevechten. Deze publiceerden ze later op websites zoals YouTube en LiveLeak. Honderd van deze filmpjes op YouTube en LiveLeak heb ik onderzocht om te zien of ze inhoudelijk afwijken van het officiële verhaal. Dit officiële verhaal heb ik gevonden in honderd officiële persverklaringen vanuit overheidsinstanties als het Pentagon of van militaire persdiensten over operatie *Al Fajr*.

De persverklaringen zijn allemaal schriftelijk. Ze zijn gepubliceerd tussen 7 november 2004 en 2 december 2004. De precieze data waarop de filmpjes zijn gemaakt, zijn niet te achterhalen aangezien de beelden pas later (gemonteerd of ongemonteerd) door de militair op internet zijn geplaatst.²⁶ De beelden zijn wel allemaal afkomstig uit Fallujah ten tijde van operatie *Al Fajr*.

Literatuur

In de bestudeerde literatuur heb ik geen methode aangetroffen die beeld en tekst met elkaar vergelijkt. Deze vergelijking is dit onderzoek naar beeldvorming noodzakelijk, omdat door militairen gemaakte, schriftelijke bronnen vanaf het front nauwelijks zijn aangetroffen. Wel heb ik een onderzoek uit 2006 gevonden dat de beeldvorming over de eerste weken van de Irakoorlog in 2003 onderzocht op de websites van de traditionele media. Uit dit onderzoek van Carolyn Schwalbe bleek in dat de verhalen over de Irakoorlog vijf kaders (of *frames*) domineerden. Aan de hand van deze frames toonden de websites hun verhaal over de Irakoorlog. Het betreft de kaders:

- Conflict;
- Conquest;
- Rescue;
- Victory;
- Control.

24 S. Ackerman, Tweet Away troops; Pentagon won't ban social media, *www.wired.com*, 14 januari 2011.

25 M. Pfau, M. Haigh, M. Gettle e.a., 'Embedding journalists in military combat units: Impact on newspaper story frames and tone', *Journal of Mass Communication Quarterly*, vol. 81 (2004) no. 1, p. 83-84.

26 YouTube is opgericht in 2005, LiveLeak in 2006.

Deze vijf kaders – zie figuur – heb ik als uitgangspunt gehanteerd. Om uniformiteit aan te brengen in de bestudering van de filmpjes heb ik ze onderverdeeld in standaardcategorieën. Vervolgens heb ik per scene onderzocht of

deze categorieën in de filmpjes en in de persverklaringen aan bod komen en, zo ja, op welke manier. Scenes of persverklaringen kunnen dus delen van meerdere frames bevatten.

DE ONDERZOCHE KADERS

Conflictframe

Het conflictframe bevat alle vermeldingen over gevechtshandelingen van de strijdende partijen die in Fallujah aanwezig waren: Amerikaanse militairen, coalitietroepen en tegenstanders. Hierbij is gekeken naar verschillende categorieën: verwoestingen; militairen die gevechtshandelingen verrichten; inzet van materieel; doden en gewonden (zie hieronder). Daarnaast is bestudeerd of er informatie was over het doel van de missie en de gebruikte tactieken.

Categorieën: *(al dan niet zichtbare) verwoestingen, explosies, voer- en vliegtuigen VS (dan wel coalitietroepen), VS-militairen (dan wel coalitietroepen) schieten op een doel, vijandelijke eenheden schieten op VS- dan wel coalitietroepen, benamingen voor de tegenstander, doden en/of gewonden aan de zijde van VS-militairen (dan wel coalitietroepen), doden en/of gewonden aan de zijde van de tegenstander, uitleg over tactiek, militairen die overleggen over de missie.*

Conquestframe

Het conquestframe bevat alle vermeldingen over het overmeesteren van mensen en het veroveren van materieel en locaties. Hieronder vallen beelden van een oprukkend leger, het innemen van locaties, het in beslag nemen van wapens en het maken van krijgsgevangenen.

Categorieën: *oprukkende VS-militairen (dan wel coalitietroepen), VS-militairen (dan wel coalitietroepen) nemen locatie in en/of voltooiën een missie, VS-militairen (dan wel coalitietroepen) nemen materieel in beslag, VS-militairen (dan wel coalitietroepen) nemen krijgsgevangenen/ arrestanten, VS-militairen (dan wel coalitietroepen) ondervragen krijgsgevangenen/ arrestanten.*

Victoryframe

In het victoryframe zijn alle meldingen opgenomen in verband met de overwinning op de tegenstander. Hieronder vallen meldingen dat de strijd is gewonnen, het gebruik van het woord 'victory' of een synoniem hiervoor, het tonen van overwinningssymbolen zoals vlaggen, en het verwijderen van symbolen van de tegenstander uit Fallujah. Het verschil met het conquestframe is dat dit kader geheel is gericht op de eindoverwinning, niet op lokale veroveringen en successen.

Categorieën: *VS-militairen (dan wel coalitietroepen) verwijderen symbolen van de tegenstander, lachende VS-militairen (dan wel coalitietroepen), Amerikaans vlagvertoon, Irakees vlagvertoon, symbolen VS-cultuur in beeld, V-tekens, melding van overwinning.*

Rescueframe

Het rescueframe bevat alle mededelingen die operatie Al Fajr plaatsen in het kader van de bevrijding van de Iraakse bevolking. Hieronder vallen meldingen over vrijheid en democratie voor Iraakezen, over humanitaire hulp, over vrije verkiezingen in Irak, over zelfbestuur en over het herstellen van de openbare orde.

Categorieën: *VS-militairen (dan wel coalitietroepen) bieden humanitaire hulp in Fallujah, VS-militairen (dan wel coalitietroepen) redden burgers uit oorlogsgebied, VS-militairen (dan wel coalitietroepen) verlenen medische zorg, VS-militairen (dan wel coalitietroepen) redden burgers uit oorlogsgebied, voorbereiding van de verkiezingen, dankbare en/of lachende burgers, het voorkómen van burgerdoden, het herstellen van orde en wetten.*

Controlframe

Het controlframe bestaat uit alle meldingen die aangeven dat Fallujah onder controle is. Hieronder vallen mededelingen dat het missiedoel van Al Fajr is bereikt, dat de wederopbouw ongestoord kan beginnen, en dat Fallujah zodanig onder controle is dat de tegenstander geen gevaar meer vormt.

Categorieën: *VS-militairen (dan wel coalitietroepen) in ontspannen pose na strijd, VS-militairen (dan wel coalitietroepen) bewaken een locatie, VS-militairen (dan wel coalitietroepen) hebben controle over vijandelijke posities, hervatting van het dagelijks leven.*

De bevindingen

Overeenkomsten

Uit analyse van de bestudeerde bronnen blijkt dat de intentie van de militaire leiding en de militairen overeenkomt: het vertellen van een positief verhaal over de Amerikaanse inspanningen in Fallujah. Dit zorgt ervoor dat het officiële verhaal en de verhalen van individuele militairen elkaar voornamelijk bevestigen en aanvullen.

Persverklaringen leveren de bredere context en het bredere doel van operatie Al Fajr. De militairen op de grond tonen in UGM hoe zijn hun werk doen op het technische en tactische niveau van de operatie. UGM en de persverklaringen vullen elkaar dan ook aan. Zowel de militairen als het Pentagon besteden veel aandacht aan alle beschikbare wapens. Daarnaast is er veel aandacht voor vijandelijk materieel: Fallujah wordt met succes veroverd op de tegenstander en tijdens deze verovering neemt het Amerikaanse leger veel wapens in beslag.

van het front. In de beelden is het meteen zichtbaar wanneer er sprake is van geweld bij een militaire actie.

UGM toont een beeld waarin militairen regelmatig veel munitie verschieten. Ze bestrijden de tegenstander met een overmacht aan vuurkracht. Tegen doelen als een gebouw of een huizenblok wordt massaal gevuurd, met voornamelijk ongeleide wapens als tankgeschut, automatische wapens en handgranaten. Daarnaast gaan militairen erg ruw met persoonlijk bezit van burgers om: zij trappen deuren in, halen kamers overhoop en vernielen meubilair.

De inzet van wapens blijft in persverklaringen beperkt tot de vermelding van het gebruik en om welke precisiewapens het gaat. Een opvallende uitzondering op de voorzichtige beeldvorming van het Pentagon is dat de persverklaringen meer melding maken van doden en gewonden aan eigen zijde dan UGM. Dit schept in het officiële verhaal een beeld van opoffering door Amerikanen voor een vrij en democratisch Irak. Volgens het Pentagon gaan militairen Fallujah bevrijden van terroristen in voorbereiding op vrije verkiezingen. Amerikanen geven in deze lezing dus hun leven voor de democratisering van Irak. Dat het Pentagon dit beeld wil oproepen, wordt bevestigd door het feit dat de Amerikaanse slachtoffers apart zijn genoemd, los van slachtoffers onder coalitietroepen.

Oorlogstrofeeën

Militairen zijn daarentegen vooral bezig om de eigen groep positief te 'framen'. Zij hebben geen behoefte om de politieke belangen van het Pentagon te illustreren. Een indicatie hiervoor is dat militairen de nadruk leggen op dode tegenstanders en dat ze nauwelijks slachtoffers aan eigen zijde tonen. De militair toont met zijn beelden dat de strijd in Fallujah een gevecht op leven en dood is, waarbij hij, als professionele Amerikaanse militair, als overwinnaar overblijft.

De terrorist is dood en de Amerikaanse militair leeft nog, heeft zijn positie veroverd en de wapens van de terrorist geconfisqueerd. De getoonde dode tegenstanders en de in

Dit legitimeert de aanval: het levert het bewijs dat er zwaar bewapende tegenstanders zitten

Zo ontstaat het beeld van een aanval die goed wordt uitgevoerd door een sterke troepenmacht met grote vuurkracht en goede militairen, tegen wie de opstandelingen geen kans maken.

Een andere overeenkomst is dat militairen de meeste beelden vervaardigen gedurende gevechtshandelingen, en dat de meeste persberichten eveneens zijn gepubliceerd tijdens het begin en het hoogtepunt van het offensief, tussen 7 november 2004 en 18 november 2004.

Verschillen

Deze overeenkomsten worden echter op verschillende manieren in beeld gebracht. Zo tonen militairen meer en explicieter geweld. Hiervoor is natuurlijk ook een praktische verklaring: persverklaringen zijn vooral schriftelijk en de filmpjes bestaan uit beelden direct

beslaggenomen wapens zijn daarmee een soort oorlogstroeën. Militairen willen met de beelden zeggen, net als het Pentagon, dat zij degenen zijn die hun leven wagen. Dat zij in tegenstelling tot het Pentagon geen slachtoffers onder de eigen troepen tonen, sluit eigenlijk goed aan op het officiële verhaal. Het zorgt ervoor dat de eigen slachtoffers als vermeld in de persverklaringen een statistiek blijven, een getal. De gruwelijke consequenties van de strijd zijn vooral voor de tegenstander. Respect voor een dode kameraad en zijn familie kan hier ook een motief voor zijn.



Irak, operatie 'Al Fajr', 2004. Militairen tonen meer en explicieter geweld: ze bestrijden de tegenstander met een overmacht aan vuurkracht

Figuranten

Een tweede indicatie van de nadruk op de eigen groep in UGM is dat het officiële verhaal voortdurend spreekt over een coalitie-inspanning en benadrukt dat de VS zich inspant om de lokale bevolking te helpen, terwijl militairen voornamelijk de eigen gevechtsinspanning benadrukken. Militairen profileren zich gedurende hun gevechtsoperaties als een professional; er wordt veel overlegd, op kaarten gekeken, orders gegeven.

De omgeving en de tegenstanders waarop Amerikaanse militairen schieten zijn slechts figuranten; decorstukken in het verhaal dat de militairen over zichzelf vertellen. Een voorbeeld hiervan is dat in UGM symbolen van de

tegenstander te zien zijn, maar alleen in relatie tot het 'conquest'- en 'victory'-frame, zoals een brandend portret van Saddam Hoessein, een kapotgeschoten Arabische tekst op een gebouw of een Amerikaanse legereenheid die uitrust in een Irakees overheidsgebouw.

De tegenstander is daarnaast weinig in beeld. De camera is voornamelijk gericht op Amerikaanse militairen die het gevecht aangaan met een verder onzichtbare tegenstander; slechts een enkele keer is deze zichtbaar of hoorbaar. De naamgeving van de tegenstander is even-

eens een voorbeeld van de nadruk op de eigen groep. Waar in de officiële berichten maar liefst 26 verschillende aanduidingen voor de tegenstander zijn aangetroffen, voldoen in UGM algemene aanduidingen als 'he' of 'those guys'.

'Een vrij en democratisch land'

Irakese militaire eenheden komen eveneens nauwelijks aan bod in UGM. De praktische verklaring hiervoor is het dat het merendeel van het vechten in Fallujah ook daadwerkelijk door de Amerikanen gebeurde.²⁷ Dit verschil heeft ook een publicitaire verklaring. Het Pentagon benadrukt

dat de operatie een coalitie-inspanning is. En de militaire leiding benadrukt dat het Amerikaanse leger in Irak is om de bevolking te helpen zo snel mogelijk weer op eigen benen te kunnen staan in een vrij en democratisch land. Dit is een goed middel om de oorlog bij het thuisfront en in Irak te verantwoorden. En het zorgt in Irak voor draagvlak onder de Irakese regering.

Officiële verklaringen spreken bij het einde van de operatie daarom ook vooral van een overwinning voor coalitietroepen die de weg vrijmaakt voor vrije verkiezingen. Een tweede

27 Generaal Casey heeft toegegeven dat een deel van de beloofde 2000 Irakese troepen om onduidelijke redenen nooit is verschenen aan het front.



Het aantal kijkers per filmpje bedraagt gemiddeld ongeveer 68.500. Vooral vuurgevechten trekken veel kijkers. Anderzijds staat veel geweld niet garant voor veel kijkers

politiek motief van het Pentagon om de humanitaire inspanning te benadrukken kan een reactie zijn op berichten van het internationale Rode Kruis dat zich in Fallujah een humanitaire ramp zou afspelen.²⁸

Deze politieke motieven hebben militairen niet, dus blijven de toch al weinig aanwezige coalitietroepen buiten beeld, evenals de door het Pentagon benadrukte hulp voor de burgerbevolking. Militairen willen hun kijkers overtuigen van het belangrijke werk dat zij verrichten in Fallujah. Humanitaire hulp aan de lokale bevolking hoort hier niet bij.

Een praktische verklaring voor dit verschil is dat militairen weinig humanitaire hulp hoefden te bieden: ten tijde van de operatie was het merendeel van de burgerbevolking immers de stad ontvlucht. Ten slotte past humanitaire hulp waarschijnlijk niet in het takenpakket dat deze militairen voor zichzelf zien weggelegd. Zij veroveren de stad, wat het beeld oplevert

28 Iraq: Fears Of Humanitarian Crisis In Al-Fallujah As Fighting Enters Sixth Day , Transcript Radio Free Europe, Radio Liberty (RFERL), 13 november 2004, geraadpleegd op 15-1-2011 via globalsecurity.org.

29 A. Melber, 'Web War'; zie noot 21.

van een geoliede vechtmachine die adequaat en met overmacht de tegenstander overwint.

Het Pentagon moet het nut en de noodzaak van operatie *Al Fajr* wel in een breder perspectief plaatsen om de oorlog in Irak politiek te blijven legitimeren. Het benadrukt daarom meer de wederopbouw en het belang van de operatie binnen de context van de Amerikaanse aanwezigheid in Irak. De Amerikaanse militair heeft deze context niet nodig. De militairen zijn voornamelijk bezig met de eigen lokale missie, zoals het veroveren van een huizenblok of een straat.

Veel bekijks

Wat verder opvalt is dat het aantal kijkers – ‘views’ – per filmpje verschilt. Dit is een indicatie van de reikwijdte van de inhoud van een filmpje. Er is een telling gedaan van de

afzonderlijke filmpjes. Het filmpje met de minste aantal views was op 10 januari 2011 239 keer bekeken. Het meest bekeken filmpje had 857.558 views. Alle filmpjes trokken gemiddeld 68.565 kijkers, en tien filmpjes trokken meer dan honderdduizend kijkers.

Ondanks de relatief lage bezoekersaantallen in vergelijking met bijvoorbeeld aantallen televisiekijkers, waarbij het om miljoenen gaat, is dit een indicatie dat UGM een goed instrument is om een eigen verhaal snel en eenvoudig onder de aandacht te brengen. Dat de meeste filmpjes ‘slechts’ enkele tienduizenden kijkers hebben gehad, is geen aanwijzing dat de aandacht beperkt is.

Het gaat erom dat iedereen, waar ook ter wereld, onbeperkt toegang heeft tot de beelden. Dat geldt dus ook voor grote televisiestations en andere traditionele media. Niet voor niets gebruiken traditionele media UGM steeds vaker als bron van nieuws. Onderzoekers noemen UGM daarom al ‘early warning system’ voor traditionele media.²⁹ Vooral vuurgevechten trekken veel kijkers. Anderzijds blijft een aantal filmpjes met vuurgevechten slecht bezocht. Veel geweld staat dus niet garant voor veel

bezoekers. Nader onderzoek zou de thema's die veel kijkers trekken beter in kaart kunnen brengen.

Conclusie

Beheersing is een illusie

De demonstraties in Tunesië en Egypte vormen het meest explosieve voorbeeld van de wijze waarop het medialandschap met de komst van internet is veranderd. Internet is een platform geworden waarop snel en eenvoudig informatie kan worden gedeeld. Dit kan ook zonder tussenkomst van radio, televisie of kranten, die deze media op hun beurt steeds vaker als bron gebruiken.

Voor een organisatie als het Pentagon is het niet langer vanzelfsprekend dat met controle van een paar grote mediakanalen informatiestromen kunnen worden beheerst. UGM vormen een zo omvangrijk en snel medium, dat beheersing een illusie is. Dit traditionele idee van het beheersen van informatiestromen moet de overheid dus loslaten.

Positief plaatje

De vraag in dit onderzoek ging over de noodzaak om het internetgebruik van militairen te beheersen: vormen de verhalen van militairen een onwelkome kink in de kabel voor de officiële lezing van bijvoorbeeld de oorlog in Irak? Dit onderzoek toont aan dat dit niet het geval is. Dit komt omdat de intentie van zowel militairen als het Pentagon in de basis overeenkomt. Zowel militairen als het Pentagon willen een positief verhaal vertellen over de slag om Fallujah.

Het Pentagon levert het voor Amerika gunstige verhaal over het missiedoel en de bredere context van operatie *Al Fajr*. En de militairen in het strijdgebied leveren het verhaal over de professionele wijze waarop zij bezig zijn met de lokale operationele tactiek.

Uiteenlopende motieven

Wel verschilt het motief voor dit positieve verhaal. Het Pentagon heeft een duidelijk politiek motief om de strijd als een coalitie-inspanning en als een humanitaire interventie te framen.

Met andere woorden: het is van belang dat het Pentagon benadrukt dat het Amerikaanse leger samenwerkt met het Iraakse leger, en voorzichtig te werk gaat om onnodige slachtoffers te voorkomen. Militairen delen dit politieke belang niet. Zij willen vooral de eigen kracht, de eigen inbreng in operatie *Al Fajr* en de eigen professionaliteit tonen. Voorzichtig optreden, opereren in coalitieverband en humanitaire hulp zijn daarbij niet van belang.

Dat Amerikaanse militairen een lagere drempel hebben bij het tonen van geweld en verwoesting dan het officiële verhaal is niet gevaarlijk; de consensus over het nut en de noodzaak van de aanwezigheid van Amerikaanse militairen blijft intact. Bovendien zijn de dodelijke consequenties volgens de beelden van de militairen voornamelijk voor 'de vijand' omdat zij het waagden het professionele Amerikaanse leger uit te dagen.

De burger krijgt daarmee een beeld voorgeschoteld van een professionele organisatie die hard optreedt, maar met dit optreden de weg vrijmaakt voor het officiële verhaal dat Amerika vrede en democratie brengt in Irak. De Amerikaanse militairen tonen dat zij op een niet te stuiten en professionele wijze het vuile werk opknappen om het verhaal van het Pentagon – een beter leven en vrije verkiezingen voor de bevolking van Irak – mogelijk te maken.

Degenen die dit tegenwerken betalen hiervoor uiteindelijk de prijs; hun wapens worden geconfisqueerd en 'vijanden' worden gedood. Deze beelden geven een mogelijk schokkende maar desondanks positieve indruk van de inspanningen van militairen in Fallujah. Hiermee voorzien de beelden in de behoefte van mensen aan diversificatie van nieuws, die de traditionele media steeds minder lijken te bieden.

Deze conclusies gelden natuurlijk voor deze specifieke situatie. Ze kunnen veranderen zodra de oorlog bij het publiek, de media en bij de militairen zelf te veel omstrede raakt. Restrictie van het internetgebruik van militairen lijkt op basis van dit onderzoek echter onnodig en onhandig. Het wantrouwen en de restric-

tieve aanpak die uit dit wantrouwen voortkomt kan een zichzelf waarmakende voorspelling worden. De belangen van de betrokken partijen kunnen uiteen gaan lopen, waardoor verhalen elkaar wél gaan tegenspreken. Ook de verhalen van militairen kunnen het officiële verhaal gaan tegenspreken, bijvoorbeeld als er bij militairen onvrede ontstaat over de wijze waarop het officiële verhaal hun rol in de Irakoorlog beschrijft. Dit is in dit onderzoek niet aan de orde geweest.



FOTO U.S. MARINE CORPS, R. HILARIO

Militairen beseffen dat het gebruik van UGM hun veiligheid niet in gevaar mag brengen

Aanbevelingen

Uit dit onderzoek blijkt dat militairen met het Pentagon de wens delen om de oorlog in Irak positief te framen. Het is op basis van dit onderzoek dan ook aan te bevelen dat het Pentagon twee onderdelen van de huidige benadering van UGM-gebruik onder militairen wijzigt. Omdat een centrale coördinatie van de beeldvorming over Irak door de komst van UGM lastiger is geworden, heeft het Pentagon bondgenoten nodig om deze beeldvorming in eigen hand te houden. Uit dit onderzoek blijkt dat de militairen in Irak ideale bondgenoten zijn. In plaats van verbieden is het daarom verstandiger dat de militaire leiding het gebruik van sociale media onder individuele militairen vrijlaat en stimuleert. De risico's voor de operationele veiligheid zullen meevallen; dit is immers van levensbelang voor de militairen in een oorlogsgebied. Bovendien blijkt uit onderzoek van het Pentagon zelf dat officiële internetsites ook een risico vormen voor operationele veiligheid.

Aanvaardbaar risico...

Natuurlijk is het wel zo dat negatieve publiciteit zich via UGM razendsnel kan verspreiden. Doordat informatiestromen steeds lastiger te beheersen zijn, is dit risico op negatieve publiciteit niet uit te bannen. Het Pentagon moet daarom deze risico's gaan incalculeren, net zoals het gecalculeerde risico's neemt op het slagveld.

Bij het besluit tot operatie *Al Fajr* bijvoorbeeld, nam het Pentagon bewust het risico dat er Amerikaanse doden en gewonden kunnen vallen. Eenzelfde mentaliteit is nodig in de omgang met UGM. Ook in de strijd om de beeldvorming zal af en toe een publicitaire bembom ontploffen, of een eigen-vuurincident plaatsvinden. Wat het Pentagon kan doen om het risico hierop te minimaliseren is hetzelfde als wat het doet om doden en gewonden in Fallujah te voorkomen. Namelijk: militairen trainen en voorlichten over de beste manier om UGM te gebruiken zonder de militaire organisatie in gevaar dan wel verlegenheid te brengen. Zolang de militair weet wat er van hem of haar wordt verwacht, zal het risico van het gebruik van UGM door militairen aanvaardbaar blijven.

Het beleidsstuk dat de toegang tot UGM voor militairen regelt, DTM 09-026, blijft voorlopig van kracht. Dit toont aan dat het gebruik van UGM nog altijd onderwerp is van discussie. De vraag wat de volgende stap is van het Pentagon blijft daarom onbeantwoord. De legertop heeft met dit beleidsstuk alleen op papier toegezegd dat militairen UGM mogen gebruiken. Commandanten krijgen echter veel vrijheid om de toegang tot UGM naar eigen inzicht te beperken. Het besluit over het toestaan van het gebruik van UGM is dus afgeschoven op lagere commandanten.

Vooralsnog blijft het Pentagon met een wantrouwig oog naar UGM kijken. De bevindingen van dit onderzoek tonen aan dat dit wantrouwen onterecht is. Sterker nog: het staat een vruchtbare samenwerking met militairen in de strijd om de *hearts en minds* van de Amerikaanse bevolking in de weg. ■