

Berichten van het thuisfront. Oorlog, media, en mediageschiedenis

Thomas Smits

‘The photographer first went to war in the Crimea, laden with bulky wooden cameras and tripods, boxes of glass plates and bottles of dangerous chemicals.’¹ Dit schrijft historica Jane Carmichael over Roger Fenton (1819-1869): de Britse fotograaf die vaak gezien wordt als de eerste fotojournalist.² Begin 1855 vertrekt hij samen met zijn assistent Marcus Sparling in een tot mobiel fotografielaboratorium omgebouwde kar naar de slagvelden van de Krimoorlog (1853-1856).



Afb. 1: R. Fenton, ‘*Valley of the Shadow of Death*’ (23 april 1855).
Bron: Wikimedia Commons.

¹ J. Carmichael, *First World War photographers* (Londen en New York 2015) V.

² T. Gervais, ‘Witness to War: The Uses of Photography in the Illustrated Press, 1855-1904’, *Journal of Visual Culture* 9:3 (2010) 370-384: 372; T. Gervais en G. Morel, *The Making of Visual News: A History of Photography in the Press* (Londen 2017) 4; S. Sontag, *Regarding the Pain of Others* (New York 2003) 39.

Gedurende een aantal maanden maken ze 315 foto's van het conflict. Een daarvan, de *Valley of the Shadow of Death* (afbeelding 1), waarop we een vallei vol kanonskogels zien, wordt tegenwoordig vaak omschreven als de eerste iconische oorlogsfoto.³ Onder andere door de rol van Fenton beschouwen historici de Krimoorlog als de eerste media- of persoorlog: een conflict dat via massamedia door grote groepen mensen ervaren kan worden, terwijl de oorlog nog in volle gang is.⁴ Nieuwe communicatiemiddelen, zoals de telegraaf, zorgen er in het midden van de negentiende eeuw voor dat correspondenten hun verslaggeving steeds sneller bij redacties kunnen krijgen. Terwijl het in 1853 nog ruim veertien dagen duurt om een bericht van de Oost-Europese slagvelden naar Londen te sturen, reduceert de voltooiing van een nieuwe telegraaflijn in 1856 deze tijd tot enkele uren.⁵

Het contrast met eerdere conflicten laat zien hoe oorlogen door de introductie van massamedia fundamenteel van karakter veranderen. Aan het eind van de Napoleontische oorlogen (1803-1815) bereikt het nieuws van Wellingtons overwinning bij Waterloo Londen pas na twee dagen.⁶ Tijdens hetzelfde conflict is nieuws over de slagvelden in Oost-Europa nog ruim twee maanden onderweg.⁷ Tot het midden van de negentiende eeuw bereikt nieuws bovendien maar een kleine groep mensen. De *taxes on knowledge* – een verzamelnaam voor belastingen op papier, advertenties, en nieuwsberichten – zorgen ervoor dat een abonnement op een krant zelfs voor de Britse middenklasse onbetaalbaar is.⁸ Aan het begin van de negentiende eeuw blijven de oplages van de belangrijkste kranten dan ook allemaal onder de 5000 exemplaren steken.⁹

Vijftig jaar later is het Britse medialandschap structureel veranderd. Nadat de Britse overheid in 1855 de *newspaper stamp*, het meest gehate

³ E. Morris, *Believing is seeing: observations on the mysteries of photography* (New York 2014) 17-18.

⁴ G. Paul, *Bilder des Krieges. Krieg der Bilder* (Paderborn 2004) 63; G. Maag, W. Pyta en M. Windisch ed., *Der Krimkrieg als erster europäischer Medienkrieg* (Berlijn 2010) 7; S. Markovits, *The Crimean War in British Imagination* (Cambridge 2009) 3.

⁵ R. W. Desmond, *The Information Process. World News Reporting To the Twentieth Century* (Iowa City 1978) 181-183.

⁶ B. Cathcart, *The news from Waterloo: the race to tell Britain of Wellington's victory* (Londen 2016) 175.

⁷ Desmond, *The Information Process*, 181-182.

⁸ R. Altick, *The English Common Reader: a Social History of the Mass Reading Public, 1800-1900* (Chicago 1957) 322.

⁹ *Ibidem*, 392.

onderdeel van de belastingen op kennis, afschaft, exploderen de oplages van Britse dag- en weekbladen.¹⁰ Zo bereikt het dagblad *The Times* iedere dag 50.000 abonnees en oefent het een aanzienlijke invloed uit op de Britse politiek. Verschillende geïllustreerde weekbladen die de Krimoorlog met illustraties in beeld brengen, bereiken nog veel grotere groepen mensen. Het beroemde tijdschrift de *Illustrated London News* claimt tijdens de oorlog een oplage van ruim tweehonderdduizend exemplaren en het goedkope *Cassell's Illustrated Newspaper* verspreidt zelfs een half miljoen exemplaren: nieuws is product geworden dat alomtegenwoordig is en door allerlei verschillende groepen in de maatschappij wordt geconsumeerd.¹¹

De opkomst van massamedia maakt dat oorlogen niet langer alleen op het slagveld worden uitgevochten. Er ontstaat een thuisfront: een strijd om hoe de bevolking de oorlog percipieert. Tijdens de eerste mediaoorlog speelt de publieke opinie gelijk een grote rol.¹² De sterreporter van *The Times* Willem Howard Russell (1820-1907), volgens velen de ‘vader van de moderne oorlogsverslaggeving’, brengt aan het licht dat tijdens de winter van 1854-1855 enorme aantallen Britse soldaten sterven door een gebrek aan warme kleren, eten en adequate huisvesting.¹³ Als gevolg van de commotie die hierover ontstaat, wordt de regering van de *Earl of Aberdeen* George Hamilton-Gordon (1784-1860) in januari 1855 tot aftreden gedwongen.¹⁴

Vanaf de Krimoorlog raakt de geschiedenis van gewapende conflicten vervlochten met de geschiedenis van massamedia. In zijn boek *Bilder des Krieges. Krieg der Bilder* (2004) laat de Duitse historicus Gerhard Paul zien dat in de historiografie van deze gezamenlijke geschiedenis vaak de authenticiteit van verslagen in de media centraal staat.¹⁵ Soms vanuit een neutraal standpunt, als tijdgenoten (en later historici) zich afvragen hoe de

¹⁰ J. Wood, ‘Taxes on Knowledge’, in: Marysa Demoor en Laurel Brake ed., *Dictionary of Nineteenth-Century Journalism* (Gent 2009) 454, aldaar 454.

¹¹ T. Smits, *Looking at the same world. The European illustrated press and the emergence of a transnational visual culture of the news, 1842-1870* (proefschrift Radboud Universiteit, Nijmegen 2018) 312-313.

¹² O. Figes, *Crimea: the last crusade* (Londen 2011) 304-311; Stefanie Markovits, ‘Rushing Into Print: “Participatory Journalism” during the Crimean War’, *Victorian Studies* 50:4 (2008) 559-586: 562-566.

¹³ M. Roth, *Historical Dictionary of War Journalism* (Wesport 1997) 265-266.

¹⁴ Figes, *Crimea*, 310; Markovits, *The Crimean War in British Imagination*, 9.

¹⁵ Paul, *Bilder des Krieges*, 20-25.

specifieke eigenschappen van een bepaald medium het beeld van de oorlog beïnvloeden. Bijvoorbeeld: wat betekent de introductie van de fotografie voor het beeld (letterlijk en figuurlijk) dat we van een gewapend conflict kunnen hebben? Of, hoe beïnvloedt de massale hoeveelheid berichten op sociale media ons beeld van de burgeroorlog in Syrië (2011-...)?

Onderzoekers verbinden aan dit soort vragen echter vaak een bepaald moreel oordeel. Ze stellen dat omdat nieuwe media beter of sneller in staat zijn om de gruwelijkheden van oorlog over te brengen, conflicten ook eerder onder druk van de publieke opinie tot een vreedzaam einde gebracht zullen worden. Zoals de Amerikaanse essayist Susan Sontag schrijft in *Regarding the Pain of Others* (2003): 'For a long time, some people believed that if the horror could be made vivid enough, most people would finally take in the outrageousness, the insanity of war.'¹⁶ De Britse mediahistoricus James Curran omschrijft deze moreel getinte vorm van de mediageschiedenis als 'liberaal'. Simpel gezegd vertelt deze variant het volgende verhaal: door naar winst te streven zijn mediaconcerns in de laatste twee eeuwen steeds meer een neutraal controlemechanisme op de politiek geworden, een vierde macht naast de *trias politica* van Montesquieu.¹⁷

Het valt niet te ontkennen dat deze liberale kijk op de mediageschiedenis aantrekkelijk is. En misschien hebben we het om onze democratische rechtsstaat in stand te houden wel nodig elkaar dit soort verhalen te vertellen. Denk bijvoorbeeld aan de recente documentaire *The Fourth Estate* (2018) waarin de journalisten van *The New York Times* het in een David en Goliath-achtige strijd opnemen tegen president Donald Trump. Vooral hoofdredacteur Dean Baquet geeft keer op keer blijk van een liberale kijk op de rol van media in de moderne tijd. De *gray lady* is altijd neutraal en schrijft alleen zo vaak over Trump omdat de waarheid boven water moet komen. Tegelijkertijd zijn de hoofdrolspelende journalisten, zoals de cynische *go-getter* Maggie Haberman, bovenal geïnteresseerd in een goed verhaal: een verhaal dat kranten verkoopt. Een aantal recente Hollywood films, zoals *The Post* (2017) en *Spotlight* (2015), zijn onderdeel van dezelfde traditie.

¹⁶ Sontag, *Regarding the Pain of Others*, 14.

¹⁷ A. Bingham, 'Media products as historical artefacts', in: M. Conboy en J. Steel ed., *The Routledge Companion to British Media History* (Abingdon 2015) 19-29: 23-24; J. Curran, 'Media and the Making of British Society, c.1700-2000', *Media History* 8:2 (2002) 135-154: 136-138.

Begrippen als ‘echtheid’, ‘waarheid’ of, in de woorden van Paul, ‘authenticiteit’, die in de liberale vorm van mediageschiedenis een grote rol spelen, zijn echter ook problematisch. Wanneer is een foto echt? Wat is de rol of de inbreng van de fotograaf? Zijn foto’s van oorlog ‘echter’ dan tekeningen? Brengen ze meer waarheid over? Pers- en mediahistorici discussiëren graag over de authenticiteit van specifieke beelden. Zo bestaat er een uitgebreide discussie over Fentons *Valley of the Shadow of the Death*. Volgens Sontag droeg Fenton zijn assistent op om de kanonskogels op de foto over de weg te verspreiden. Als bewijs draagt ze een tweede foto aan, waarop de kanonskogels netjes opgestapeld naast de weg liggen (afbeelding 2).¹⁸ Volgens onderzoeker Errol Morris is deze foto juist het bewijs dat de eerste foto echt is. Na een uitgebreide zoektocht vindt hij de precieze plaats waar de foto op de Krim genomen is en stelt hij vast dat de tweede foto later, na een opruimactie van het leger, genomen moet zijn geweest.¹⁹



Afb. 2: Roger Fenton, ‘*Valley of the Shadow of Death*, with no cannonballs on the road’ (23 april 1855). Bron: Wikimedia Commons.

Sinds het midden van de jaren zeventig woedt er een soortgelijke discussie over een beeld van de beroemde Hongaarse fotograaf Robert Capa (1913-1954), die verwarrend genoeg vaak omschreven wordt als de vader van de

¹⁸ Sontag, *Regarding the Pain of Others*, 43.

¹⁹ Morris, *Believing is seeing*, 20.

moderne oorlogsfotografie.²⁰ Op *The Falling Soldier: Loyalist Militiaman at the Moment of Death, Cerro Muriano* (1936) zien we hoe aan het begin van de Spaanse Burgeroorlog (1936-1939) een republikeinse soldaat wordt neergeschoten. Tegenwoordig nemen de meeste historici aan dat de man op de foto niet Cerro Muriano is maar een naamloze soldaat die voor Capa speelde dat hij werd doodgeschoten.²¹ Ook vandaag de dag discussiëren we over de 'echtheid' van foto's. Denk bijvoorbeeld aan de jaarlijks terugkerende discussie rondom het gebruik van Photoshop in de World Press Photo wedstrijd.²²

Je ziet de obsessie met de authenticiteit van oorlogsfoto's ook in de manier waarop historici een nieuw medium vaak verbinden aan een specifieke oorlog. In *New Media* (2003) stellen Lisa Gitelman en Geoffrey Pingree dat de meeste onderzoekers geen oog hebben voor hoe in verschillende historische contexten verschillende media naast elkaar gebruikt worden.²³ Een belangrijk gevolg hiervan is dat we het belang van media die later belangrijk worden, zoals de fotografie, in eerdere historische periodes grof overschatten.

Hun eigen benadering, die vaak als media-archeologie wordt omschreven, werpt een ander licht op de vervlochten geschiedenis van media en oorlog. Denk bijvoorbeeld aan Roger Fenton. Hoewel hij vaak wordt gezien als de eerste fotojournalist, blijkt uit recent onderzoek dat zijn foto's in de jaren vijftig van de negentiende eeuw nauwelijks impact hadden.²⁴ Tijdens de Krimoorlog is de fotografie allerminst het belangrijkste medium om het conflict mee in beeld te brengen. Omdat er geen techniek is om foto's massaal te reproduceren, bereiken de illustraties van tijdschriften zoals de *Illustrated London News* een veel groter publiek.²⁵ Kortom: omdat fotografie later, in het begin van de twintigste eeuw het belangrijkste beeldmedium wordt, negeren historici de beperkingen van de vroege

²⁰ Zie voor een historiografisch overzicht: Gervais en Morel, *The Making of Visual News*, 51; M. Aronson en M. Budhos, *Eyes of the world: Robert Capa, Gerda Taro, and the invention of modern photojournalism* (New York 2017) 104-105.

²¹ S. Stein, 'Republican Soldier, Spanish Civil War, 1936', in: J. Hill en V. Schwartz ed., *Getting the picture: the visual culture of the news* (Londen 2015) 59-61: 59.

²² T. Smits, 'Er is niets mis met Photoshop', *NRC Handelsblad* (27 februari 2014).

²³ L. Gitelman en G. Pingree ed., *New Media, 1740-1915* (Cambridge 2003) XIV.

²⁴ U. Keller, *The Ultimate Spectacle: A Visual History of the Crimean War* (Amsterdam 2001) 29.

²⁵ *Ibidem*, 34.

fotografie en zien ze het belang van eerdere beeldmedia, zoals de illustratie, over het hoofd.²⁶

In het verlengde hiervan beschouwen historici de overgangen tussen verschillende media vaak als plotseling en abrupt. Ze stellen het voor alsof een nieuw medium oudere media direct vervangt. Je ziet deze impuls bijvoorbeeld in de manier waarop we de opkomst van het internet beoordelen, dat zowel de krant, radio, en televisie in rap tempo overbodig zou maken. Maar als we beter kijken, moeten we bekennen dat verschillende media vaak lange tijd naast elkaar bestaan. Bijvoorbeeld: hoewel de fotografie al in 1826 wordt uitgevonden, en het in de vroege jaren tachtig van de negentiende eeuw mogelijk wordt om foto's in kranten en tijdschriften te reproduceren, blijven illustraties en foto's beide gebruikt worden om het nieuws mee af te beelden. Tijdens de Spaans-Amerikaanse Oorlog (1898) en de Tweede Boerenoorlog (1899-1902) discussiëren fotografen en tekenaars nog altijd over welk medium beter in staat is om authentieke beelden van de oorlog te leveren en staan dag- en weekbladen vol met zowel realistische illustraties als foto's van de conflicten.²⁷

In de praktijk blijkt dat een nieuw medium een oud medium niet vervangt, maar dat oude en nieuwe media in elkaar overvloeien.²⁸ Zo laat David Park zien hoe tijdens de Amerikaanse Burgeroorlog (1861-1865) foto's nog niet in kranten en tijdschriften afgedrukt konden worden, maar dat ze er wel voor zorgen dat tekenaars de oorlog realistischer begonnen af te beelden.²⁹ Aanvullend hierop laten Kevin Barnhurst en John Nerone zien hoe de fotojournalistiek aan het begin van de twintigste eeuw sterk wordt beïnvloed door de conventies van de geïllustreerde pers. Om de objectiviteit van hun foto's kracht bij te zetten, presenteren fotojournalisten zich, net als

²⁶ Smits, 'Looking at the same world', 15.

²⁷ Gervais en Morel, *The Making of Visual News*, 27; A. Steinsieck, 'Ein imperialistischer Medienkrieg. Kriegsberichterstattung im Sudafrikanischen Krieg (1899-1902)', in: U. Daniel ed., *Augenzeugen. Kriegsberichterstattung vom 18. zum 21. Jahrhundert* (Göttingen 2006) 87-112: 103-105.

²⁸ Hoewel de mediageschiedenis (voor een deel) nog altijd gekenmerkt wordt door een technocentrisch en teleologisch perspectief, is het idee dat de inhoud van nieuwe media vaak bestaat uit oudere media in de mediastudies een geaccepteerd idee. Het in 1964 gepubliceerde werk *Understanding Media* van de legendarische Canadese mediawetenschapper Marshall McLuhan speelt hier een sleutelrol. M. McLuhan, *Understanding media: the extensions of man* (Londen 2010) 8-9.

²⁹ D. Park, 'Picturing the War: Visual Genres in Civil War News', *The Communication Review* 3:4 (1999) 287-321: 294.

de speciale artiesten van geïllustreerde tijdschriften, als ooggetuigen van nieuwsgebeurtenissen en zijn ze regelmatig op hun eigen foto's te vinden.³⁰ Met andere woorden: de nieuwssilustratie bevat sporen van de fotografie, en de fotojournalistiek belangrijke sporen van de nieuwssilustratie.

Door op deze lange overgangperiodes en op de sporen van oude in nieuwe media (en omgekeerd) te wijzen, bekritisieren historici de technocentrische tendens, dus de focus op de techniek, van veel media-historisch onderzoek. In plaats van aan te nemen dat de fotojournalistiek voortkwam uit de camera, 'volledig gewapend, zoals Athena uit Zeus' hoofd', richten ze zich op langdurig bestaande conventies en vertogen rondom media.³¹ Jason Hill en Vanessa Schwartz omzeilen in een recent boek de valkuil van het technocentrisme door 'afbeeldingen van het nieuws' te bestuderen als een specifieke soort beelden.³² Hun stelling: het is niet de camera die bepaalt dat we iets zien als een afbeelding van nieuws. Het zijn de dragers van beelden, kranten, tijdschriften, televisie, en internet, die ons vertellen dat bepaalde beelden 'objectief' en 'nieuws' zijn.³³ Het feit dat we verwachten dat beelden van het nieuws 'echt' zijn, komt niet voort uit de camera, maar wordt bepaald door de context eromheen.

Recente conflicten hebben het idee dat media in staat zijn om objectief verslag te doen van oorlogen (en daarmee misschien wel in staat zijn om het grote publiek vrede te laten eisen) op zijn kop gezet. Tijdens de Vietnamoorlog (1955-1975) speelt de pers nog een belangrijke rol bij het informeren van het Amerikaanse publiek over de uitzichtloosheid en daadwerkelijke gruwelijkheid van de oorlog. De foto's van de boeddhistische monnik Thích Quảng Đức, die zichzelf in 1963 in brand steekt als protest tegen de oorlog, en de summiere executie van de Vietcong-strijder Nguyễn Văn Lém op de straten van Saigon in 1968 winnen beide Pulitzerprijzen en zetten de oorlog 'op de voorpagina' van kranten over de hele wereld.³⁴ Tijdens de volgende oorlog van de Verenigde Staten, de Eerste Golfoorlog (1990-1991), lijkt de pers zijn controlerende functie grotendeels verloren te zijn. In zijn collecties essays *La Guerre du*

³⁰ K. Barnhurst en J. Nerone, 'Civic Picturing vs. Realist Photojournalism. The Regime of Illustrated News, 1856-1901', *Design Issues* 16:1 (2000) 59-79: 60.

³¹ Idem.

³² J. Hill en V. Schwartz, *Getting the picture: the visual culture of the news* (Londen 2015) 3.

³³ Ibidem, 3-5.

³⁴ D. Wintson, 'Burning Monk, Saigon, 1963', in: J. Hill en V. Schwartz ed., *Getting the picture. The visual culture of the news*. (Londen 2015) 82-84: 83.

Golfe n'a pas eu lieu (1991) probeert de Franse filosoof Jean Baudrillard (1929-2007) aan te tonen dat de oorlog nooit had plaatsgevonden. Hoewel er natuurlijk wel degelijk doden vielen in de Golfregio, zorgt de medialisering van de oorlog, vooral via pas opgerichte 24/7 *cablenews* zenders als CNN, ervoor dat de daar getoonde oorlog nooit had plaatsgevonden. Met andere woorden: de schone, technische en precieze oorlog die de zenders avond na avond live uitzonden, was een door de Amerikaanse overheid gepropageerde fictie, die een massale slachtpartij, een extreem ongelijke strijd tussen het Amerikaanse en het Iraakse leger, maskeerde; een voorbeeld van wat Baudrillard eerder had omschreven als een 'hyperrealiteit'. De media deden geen verslag meer van de oorlog, de journalisten van CNN waren zelf de hoofdrolspelers geworden in een spektakelstuk: hun eigen fictie van de oorlog.³⁵

De ideeën van Baudrillard zijn uitgesproken postmodern, maar ze moeten niet als moreel relativistisch worden opgevat. In zijn optiek misbruiken de Verenigde Staten tijdens de Golfoorlog het idee dat snelle objectieve verslaggeving door media zou leiden tot een einde van oorlog juist om de echt-plaatsvindende oorlog mee te verbergen. Het vertoog, met diepe historische wortels, rondom media en oorlog, de belofte dat kranten, radio en televisie het publiek dichterbij een unieke waarheid over gewapende conflicten zouden brengen, brengt het publiek in het begin van de jaren negentig van de twintigste eeuw alleen maar dichterbij de neppe hyperrealiteit: 'God save us from the illusion of war,' zoals de Franse filosoof uiteindelijk verzucht.³⁶

Baudrillards kritiek op CNN, zijn vaststelling dat op winst gerichte mediaconcerns een spektakel van de oorlog maken om meer kijkers of lezers aan zich te binden en uiteindelijk meer winst te maken, is niet nieuw. Tijdens de Krimoorlog schrijft het satirische tijdschrift *Punch* al dat de Britse overheid de oorlog was begonnen 'expressly for the benefit of the *Illustrated London News* and nobody else ... as that paper is evidently deriving the greatest advantage from its prosecution.'³⁷ Een soortgelijk verhaal doet de ronde over Joseph Pulitzer (1847-1911), William Randolph Hearst (1863-1951) en de Spaans-Amerikaanse Oorlog. De sensationele berichtgeving van de kranten van deze persbaronnen, vaak omschreven als de *yellow press* naar

³⁵ J. Baudrillard, Paul Patton (vertaler), *The Gulf War did not take place* (Bloomington 1995) 48.

³⁶ Ibidem, 49.

³⁷ Zoals geëciteerd in: Keller, *The Ultimate Spectacle*, 18.

het goedkope papier waarop ze gedrukt werden, zou er mede voor gezorgd hebben dat de Amerikaanse overheid in 1898 een oorlog tegen Spanje begint. In zijn memoires schrijft een medewerker van Hearst dat de krantenmagnaat aan een van zijn correspondenten telegrafeerde: 'You furnish the pictures and I'll furnish the war.'³⁸

Hoewel voor velen de kritiek van Baudrillard te ver zal gaan, legt hij wel de vinger op de zere plek in de verhouding tussen oorlog, media en mediageschiedenis. Veel media-historisch onderzoek houdt de fictie in stand dat een betere, objectievere en snellere berichtgeving uiteindelijk tot minder oorlog zal leiden. Dat is precies waarom Sontag en Morris prachtige stukken kunnen schrijven over de 'echtheid' van een foto van Fenton en waarom er in Spaanse kranten, ruim tachtig jaar na dato, nog altijd gediscussieerd wordt over die ene foto van Capa. Ergens knaagt het gevoel dat de oorlog is door gegaan, of in ieder geval niet is gestopt. Zou dat alleen komen omdat de berichtgeving niet echt of objectief genoeg was? Baudrillard wijst ons op de oncomfortabele werkelijkheid dat verslaggeving van een oorlog het grote publiek bijna nooit overtuigt om de oorlog te stoppen, of, nog erger, dat ze vaak een belangrijke rol speelt in het goedpraten, het op de achtergrond laten verdwijnen, of het acceptabel maken van gewapende conflicten. Met Baudrillard kunnen we ons afvragen of veel media-historisch onderzoek niet voor een deel verantwoordelijk is voor het in stand houden van deze fictie over media en oorlog.

In dit nummer van *Leidschrift* staat de problematische verhouding tussen oorlog, media en mediageschiedenis centraal. Verschillende historici laten zien hoe deze elementen in verschillende periodes op uiteenlopende manieren met elkaar vervlochten te zijn. Frits Naerebout en Emmelie Huntink gaan in op de rol die getuigenissen van de oorlog spelen in de klassieke oudheid. Waarom lijken de Romeinen, in verhouding tot de Grieken, zo militaristisch? De auteurs laten zien dat dit vooral verklaard kan worden door het feit dat oorlogen in de Romeinse wereld vaak ver weg worden uitgevochten. In tegenstelling tot de hechte Griekse gemeenschappen, waar oorlog een duidelijk onderdeel is van het dagelijkse leven, is het voor Romeinse burgers veel moeilijker om de oorlog te ervaren.

In de tweede bijdrage onderzoekt Jonas van Tol de vroegmoderne wortels van de moderne oorlogsjournalistiek. Volgens hem kunnen we deze vinden in de tweede helft van de zestiende eeuw wanneer een aantal

³⁸ E. Erickson, 'Spanish-American War and the Press', in: Stephen L. Vaughn ed., *Encyclopedia of American Journalism* (New York 2007) 494-495: 494-495.

Europese staten verweekeld raakt in een reeks religieuze oorlogen. Omdat er nog geen massapers bestaat, is het nieuws een duur product. Waarom kopen lezers nieuwspamfletten van oorlogen die zich honderden kilometers verderop afspelen? Esther Baakman bespreekt in haar artikel de berichtgeving van Nederlandse kranten over de slavenopstand in Berbice van 1763. Complicaties, zoals de afstand tussen de kolonie en de Republiek en de moeilijke verifieerbaarheid van nieuws, maken het leven van een vroegmoderne courancier er niet makkelijker op. Uiteindelijk stelt Baakman dat de Nederlandse pers ondanks dit obstakel toch op een coherente en feitelijk juiste manier verslag doet van de oorlog.

De rest van de bijdragen aan dit nummer spelen zich af in de tweede helft van de twintigste en het vroege begin van de eenentwintigste eeuw. Gerda Jansen Hendriks bespreekt in haar artikel de filmbeelden van het Gouvernements Filmbedrijf van de Indonesische Onafhankelijkheidsoorlog (1945-1949). Ze laat zien dat de beelden gemaakt werden met één belangrijk doel voor ogen. Ze werden weliswaar als objectief nieuws gepresenteerd, maar moesten vooral 'laten zien' dat het hier niet om een oorlog, maar een 'politie actie' ging: een misleidende fictie over het conflict die – helaas – tot op de dag van vandaag in het Nederlandse collectieve geheugen gegrift staat.

'Ein Bild sagt mehr als tausend Worte'. In 1926 plaatste de Duitse schrijver en columnist Kurt Tucholsky (1890-1935) deze inmiddels bijna clichématige uitspraak boven een fotoreportage in het tijdschrift *UHU*.³⁹ Hoewel foto's misschien niet altijd méér zeggen, vertellen ze verhalen in ieder geval op een andere manier. In dit nummer bespreekt Willem Melching hoe een aantal iconische nieuwsfoto's heeft bijgedragen aan een fundamentele omslag in de culturele revolutie van de jaren zestig van de twintigste eeuw: een kanteling in het beeld van de Verenigde Staten van genereuze overwinnaar van de Tweede Wereldoorlog en leider van het vrije Westen naar kwaadaardige imperialistische 'schurkenstaat' onder Richard Nixon.

In het artikel van Albertine Bloemendal gaat het ook over het beeld van Amerikaanse oorlogen, maar nu meer vanuit het perspectief van het leger en politici. Hoe hebben zij geprobeerd het beeld van de oorlog te controleren en welke rol spelen de lessen uit eerdere conflicten? Wordt de mediaoorlog, de oorlog om het beeld van de oorlog, ook altijd gevochten in

³⁹ K. Tucholsky, 'Ein Bild sagt mehr als tausend Worte', *UHU* 3:2 (1926) 75. Zoals geciteerd in: Gervais en Morel, *The Making of Visual News*, 51.

de schaduw van eerdere conflicten? Met andere woorden: lopen beleidsmakers niet altijd één stap achter?

Dit nummer wordt afgesloten met een interview en een boekbespreking. Journalist Minka Nijhuis, die al ruim vijftwintig jaar schrijft over verschillende conflictgebieden, vertelt over haar ervaring als oorlogsjournalist en de morele dilemma's die bij dit werk komen kijken. Hoe zit het bijvoorbeeld met het risico dat verslaggevers lopen? Is er een verschil tussen mannelijke en vrouwelijke oorlogsverslaggevers? En hoe moet een journalist omgaan met het risico dat bronnen lopen? Sandrine Thelosen bespreekt het boek *War in 140 Characters* van de journalist en schrijver David Patrikarakos. Hoe veranderen sociale media de oorlogsjournalistiek en onze ervaring van oorlog?

In de vervlochten geschiedenis van media en oorlog kan de burgeroorlog in Syrië nu al gezien worden als een keerpunt. Voor het eerst spelen sociale media een grote rol. Het gaat hier niet alleen om Syrische *citizen journalists*, die verslag doen van het conflict, maar ook om twitterende Amerikaanse presidenten en Russische trollenlegers. Jean Baudrillard overlijdt in maart 2006, vijf maanden voordat Facebook algemeen toegankelijk wordt: hoe zou hij de rol van sociale media beoordelen? Is een objectievere verslaggeving van de oorlog dichterbij gekomen doordat grote mediabedrijven de controle over het narratief voor een deel kwijt zijn? Of slaat de hyperrealiteit juist op hol in het modderige water van de sociale media, waar iedereen objectiviteit claimt en politieke tegenstanders van *#fakenews* beticht? Voor de vele onmetelijk dappere Syrische burgerjournalisten, de oorlogsverslaggevers die niet uit de oorlog kunnen stappen, hoop ik op het eerste.