Laten we niet onnodig de pr-machine van IS voeden

IS is een monsterverbond van zeer diverse groepen met uiteenlopende doelen. Maar door alle aandacht lijkt het veel meer, stelt *Jorrit Kamminga*.

Terwijl eigenlijk niemand de opkomst van Islamitische Staat (IS) heeft kunnen voorspellen, klinken er in Nederlandse media wel steeds vaker geluiden dat IS en het ermee gepaard gaande geweld niet meer zullen verdwijnen. Recent bijvoorbeeld in het opiniestuk *IS blijft - wen er maar vast aan* van Paul Aarts (11/7). Dit is een eigenaardige trend, vooral voor een regio - met in de kern nog steeds Irak en Syrië - waar de machtsverhoudingen van dag tot dag kunnen veranderen en deskundigen ook andere grote ontwikkelingen, zoals de opkomst en ondergang van de Arabische lente, niet hebben kunnen voorspellen.

De media dragen zo te veel bij aan een *self-fulfilling prophecy*. Hoe meer we praten over de terreurbeweging als staat, organisatie of kalifaat, hoe meer IS een voldongen feit wordt en de suggestie van eenheid en continuïteit gewekt wordt. Bij de 'Talibaan', een verzamelnaam voor tientallen groeperingen in Afghanistan en Pakistan, gebeurde dit ook, maar die 'beweging' kreeg na het Afghaanse Talibaan-regime van de jaren '90 nooit meer het karakter van een nationale staat. Ondanks de vlag en ideologische propaganda, blijft IS een monsterverbond van zeer uiteenlopende groepen, nationaliteiten en belangen.

Het succes van IS is - ironisch genoeg - misschien wel de reden dat een aantal Talibaan-strijders zich nu bij de beweging aan lijkt te sluiten. Toch zijn er weinig kritische artikelen die het vaak puur symbolische, pragmatische of meeliftende karakter van zo'n stap belichten. De berichtgeving lijkt vooral in het teken te staan van de deterministische gedachte dat IS steeds groter wordt en langzamerhand de vorm aanneemt van het wereldwijde kalifaat dat de beweging nastreeft. Zo neemt ook onnodig de angst voor IS en internationale jihadisten toe (voor zover laatstgenoemden al onder een noemer te scharen zijn).

Wat dat betreft is er weinig geleerd van alle aandacht voor Al-Qaeda na 9/11. De belangstelling van de internationale media (en natuurlijk die van de neoconservatieven in Washington, die naarstig zochten naar een 'externe vijand in een vijandige wereld') heeft Al-Qaeda, en ook de persoon Osama bin Laden, vele malen groter gemaakt dan het in werkelijkheid ooit zou kunnen worden. De Amerikaanse president Bush en defensieminister Rumsfeld spraken kort na 9/11 van een netwerk van „duizenden terroristen in meer dan zestig landen". De media gingen er gretig mee aan de haal, hoewel er toen nog maar weinig over Al-Qaeda bekend was.

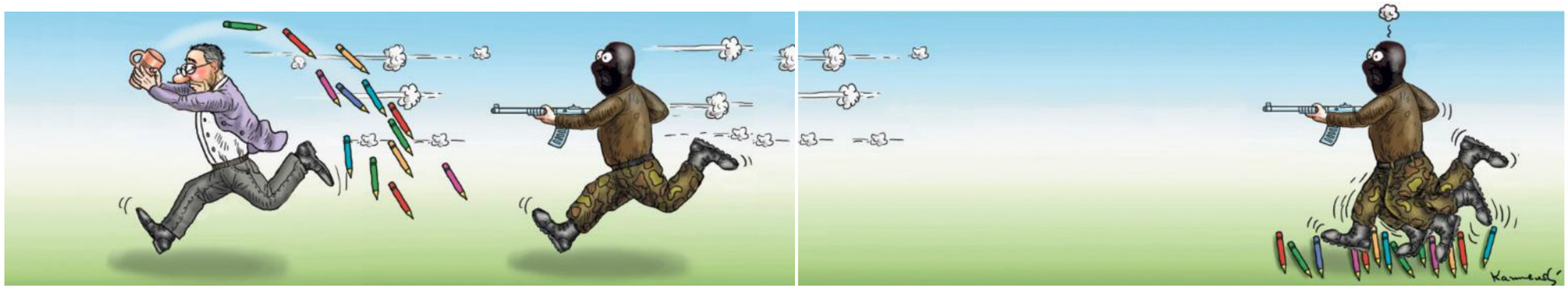
Osama Bin Laden kreeg zo een mythische monsterorganisatie in de schoot geworpen, in plaats van het losse verband van relatief kleine groeperingen dat hij zelf gesmeed had sinds de oorlog tegen de Russen in Afghanistan. En de buitenlandse media zorgden voor gratis publiciteit. Het terrorisme werd tot buitensporige proporties opgeklopt, terwijl het internationaal gezien nog steeds relatief zeer weinig slachtoffers maakt. We weten bovendien steeds beter - onder andere door een exponentiële groei van terrorismestudies en -experts - dat die belangstelling de zuurstof is van terroristische organisaties.

De laatste jaren is er gelukkig meer aandacht gekomen voor terreurbewegingen als *branding*, waarbij diverse lokale of regionale groeperingen zich vanwege uiteenlopende belangen onder een overkoepelende merknaam scharen. Voorbeelden zijn de franchiseondernemingen van Al-Qaeda op het Arabisch Schiereiland (AQAS) of Al-Qaeda in Irak (AQI) dat de basis vormde voor IS. De vrij willekeurige en abrupte manier waarop dergelijke groeperingen van naam, samenstelling en loyaliteit veranderen, maakt het aannemelijk dat ook het huidige IS aan verandering onderhevig zal zijn. De recente geschiedenis van terrorisme en gewapende opstanden leert bovendien dat veranderende machtsverhoudingen en deels tegenstrijdige belangen bij het minste of geringste een einde kunnen maken aan een alliantie als IS. Tot het zover is, moeten de media en deskundigen IS niet groter (ook zeker niet kleiner) maken dan het is, hetgeen gedegen onderzoek en genuanceerde verslaglegging vereist.

Die nuance is vaak ver te zoeken. De media spreken nog steeds gemakshalve over „dertig gedode Talibaan-strijders" of „tien omgekomen IS-strijders" alsof die strijders lidmaatschapskaarten bij zich dragen. Begrippen als 'jihadist', 'sunniet' of 'shi'iet' worden op vergelijkbare wijze als verzamelnamen gebruikt. Ook de kaarten waarop het gebied onder controle van IS of andere groeperingen wordt weergegeven, laten vaak een vertekend beeld zien, omdat enorme gebieden worden ingekleurd waar de facto geen strijders aanwezig zijn, waar controle onduidelijk is of waar niemand woont. Veelvuldig gebruik van rood en zwart zorgt daarbij voor extra dramatisch effect.

Wie tegen wie vecht, en waarom, is soms door de plaatselijke bevolking en strijders zelf al niet te snappen, laat staan door deskundigen op afstand. Dat de internationale pr-machine van IS goed draait, weten we na de talloze filmpjes, glossy's en hashtags op sociale media. Laten we daar niet nodeloos een bijdrage aan leveren.

Jorrit Kamminga is visiting fellow aan Instituut Clingendael.



ILLUSTRATIE MARIAN KAMENSKY