

FAGFELLEVDERT

@Fredspresess1

SOSIALE MEDIER OG ISRAEL-PALESTINA-KONFLIKTEN

Artikkelen undersøker bruken av sosiale medier i konflikten mellom Israel og palestinerne, og spør om denne nye arenaen åpner for endring i de etablerte, asymmetriske maktforhold som i dag preger konflikten.

Marte Heian-Engdal er forsker ved Prio og doktorgradsstipendiat i historie ved Universitetet i Oslo.



TEKST: Marte Heian-Engdal

STADIG MER UTBREDDT bruk av «nye» eller «sosiale» medier – såkalt Web 2.0 – har brakt med seg en omfattende debatt vedrørende den potensielle påvirkning dette kan ha på demokratiske prosesser – det være seg i etablerte demokratier så vel som i autoritære regimer.¹ Gir sosiale medier makt til de tradisjonelt maktesløse og stemmer til de tidligere tause, eller bidrar de kun til å underbygge allerede eksisterende maktstrukturer?² Diskusjonen er også interessant når overført til krigenes og konfliktenes verden. Særlig er det da spennende å utforske bruken og betydningen av Web. 2.0 i typiske asymmetriske og fastlåste konflikter, slik som den mellom Israel og palestinerne. Noe av det som er typisk for det asymmetriske maktforholdet som preger konflikten på flere nivå, er hvordan den sterkeste parten – Israel – gjennom

flere tiår har lyktes å holde et relativt fast grep om det rådende narrativ om konflikten. At Israels tradisjonelle, sionistiske narrativ vedrørende hendelsene rundt opprettelsen av staten Israel i 1948 fortsetter å ha en oppsiktsvekkende stayer-evne, på tross av at mengder med nyere forskning har tilbakevist og avfeid dette narrativet som uriktig, er et eksempel på dette.³ Eierskapet til historien handler i stor grad om omdømmepolitikk, som igjen er en viktig komponent i opprettholdelsen og utviklingen av både konflikten og dens fredsprosess. Kan sosiale medier skape en endring på dette området? Hvis ja, på hvilken måte?

Jeg vil her, gjennom eksempler fra Libanon-krigen i 2006 til Israels bording av Mavi Marmara i mai 2010, vise hvordan sosiale medier i denne perioden ble en ny arena for krigføring i løpet av disse fire årene. Deretter vil jeg diskutere de sosiale mediens potensielle evne til å skape endring i noen av de etablerte maktforholdene i konflikten. I motsetning til argumenter om at optimisme på vegne av sosiale medier er romantisk og naivt, konkluderes det her med at fenomenet bringer med seg et vesentlig potensial for endring i at det helt konkret utfordrer det monopolet som Israel tradisjonelt har hatt over narrativet om konflikten. I en konflikt hvor det meste synes fastlåst og umulig, burde alle mulige endringsagenter, slik som det her argumenteres for at de sosiale mediene er, vies oppmerksomhet.

For ordens skyld: «Nye medier», «sosiale medier» og «Web 2.0» er samlebetegnelser på ulike medieplattformer – YouTube, Facebook, Twitter, Flickr, Wikipedia og bloggospfæren generelt – som har til felles at de tilbyr øyeblikkelig selv-publisering. I noen tilfeller er likevel «nye medier» en



bedre betegnelse. De tre uttrykkene brukes om hverandre i denne artikkelen, men henviser altså alle til det samme fenomenet.

Libanonkrigen og Winograd-kommisjonen

Det var først under og i etterkant av den andre Libanon-krigen i 2006 at betydningen av de nye mediene for alvor ble tydelig for israelske myndigheter. Krigen, og det faktum at Hizbollah i det store og hele framstod som den triumferende part, satte i gang en betydelig israelsk debatt om hva som hadde gått galt. Denne debatten førte

I etterkant av Libanon-krigen i 2006 ble betydningen av de nye mediene tydelige for israelske myndigheter.

med seg etableringen av Winograd-kommisjonen, som fikk i oppdrag å systematisk etterforske krigens politiske og sikkerhetsmessige dimensjoner. Blant Winograd-kommisjonens mange kritiske bemerkninger er det særlig kritikken rundt bruken av nye medier som er interessant å merke seg her. IDF ble kritisert for å ha tillatt sine soldater å bruke mobiltelefoner mens de var ute i felt. Gjennom avlytting av IDF-soldatenes samtaler med kjente og kjære, hvor de fortalte om en kaotisk og umulig situasjon ved frontlinjene, fikk Hizbollah verdifull innsikt i den israelske leiren, og muligheten til å overvåke soldatenes frammarsj. I tillegg gjorde krigskorrespondentenes live-rapportering fra fronten, ved hjelp av bredbånd, det komplisert for IDF å hemmeligholde koordineringspunkter og annen sensitiv informasjon. Dette var nye problemstillinger for IDF. Endelig ble IDF også kritisert for deres manglende bruk av

sosiale medier underveis i krigen: IDF hadde ikke tatt innover seg viktigheten av å kjempe krigen også i cyberspace, lød Winograd-kommisjonens dom.⁴

Hasbara#Gaza

Winograd-kommisjonens harde kritikk resulterte helt konkret i etableringen av et nasjonalt direktorat for informasjon. Direktoratets primære oppgave var å sørge for en noenlunde enhetlig fremstilling av Israels budskap i framtidige konflikter. I Israel omtales dette som *hasbara* – hebraisk for «forklaring». *Hasbara* kan beskrives som en kombinasjon av informasjon og propaganda vedrørende Israels forståelse av hendelser i regionen. I det nye direktoratets kommunikasjonsstrategi ble det fastslått at sosiale medier skulle spille en hovedrolle. Etableringen av direktoratet og den nye, oppstrammede mediestrategien illustrerte med all tydelighet at israelske myndigheter i etterkant av den mislykkede Libanon-krigen så på cyberspace som en ny krigssone.⁵

At Israel hadde lært av Winograd-kommisjonens vurderinger i forhold til kommunikasjon og nye medier etter Libanon-krigen, ble svært tydelig illustrert før, under og etter Gaza krigen i 2008–2009. Israels nyopprettede informasjonsdirektorat sørget effektivt for at Israels *hasbara* – forklaring – i denne perioden var ett budskap, som ble fremmet på tvers av diverse jødiske samfunn, vennskapsforeninger, YouTube, Twitter og i bloggøsfæren generelt, i tillegg til mer tradisjonelle kommunikasjonskanaler som tv, aviser og radio. Gaza-krigen var Israels første «new media war», uttalte Michael Dickson, en av lederne i organisasjonen Stand With Us, hvis hovedgesjeft er å promotere Israels

side av historien.⁶ En av Stand With Us' første prioriteringer i løpet av Gaza-krigen var å støtte opprettelsen av nettstedet helpuswin.com. Help Us Win ble initiert av en gruppe israelske studenter, og ønsket å gi sitt bidrag til Israels krigføring gjennom å overvåke og delta i diverse debatter på ulike nettsteder, på ulike språk, for å tilbakevise og/eller argumentere mot Israel-kritikk på internett. Studentene opprettet et «situation room» hvor de jobbet på skift døgnet rundt i en såkalt «internett-offensiv» for Israel. Et av verktøyene de tok i bruk var den såkalte «Qassam Count» på Facebook. Hver gang en Qassam-rakett ble skutt fra Gaza inn mot Israel, ble rakettnedslaget automatisk registrert i optellingen av det totale antall Qassam-raketter som hadde landet i Israel. Over 75 000 Facebook-brukere «donerte» etter hvert sitt statusfelt til Qassam Count, og hver gang en rakett landet i Israel ble alle disses status oppdatert.⁷ Mens Help Us Win er ett av mange eksempler på at uoffisielle stemmer synliggjøres og får et økt påvirkingspotensial gjennom de sosiale mediene, synliggjorde Gaza-krigen også en langt mer offentlig orkestret offensiv. Også det israelske utenriksdepartementet rekrutterte i *hasbara*-øyemed en gruppe mennesker til å promotere Israels budskap på internett. Gruppen ble i 2009 formalisert som The Internet Warfare Team, og har en egen budsjettpost i Israels statsbudsjett (i 2011 rapportert til å være på rundt 1,6 millioner dollar).⁸ Gjennom å framstå som vanlige borgere, nettbrukere og debattanter, skulle internettbataljonen sørge for at Israels offisielle budskap ble spredt i ulike sosiale media, og på ulike språk, ved hjelp av en liste med talepunkter forberedt av Utenriksdepartementet.⁹ I norsk kontekst finner

man et beslektet initiativ i Med Israel For Fred (MIFF)'s foredrag, høsten 2010, under overskriften «Hvordan bruke internett i arbeid for Israel».¹⁰

YouTube: IDF som kringkaster

I tillegg til Israels internettbataljon, lanserte IDF i løpet av Gaza-krigen sine første dager også sin egen kanal på nettstedet YouTube, hvor brukerne selv kan laste opp og dele videoklipp. IDF-kanalen ble raskt populær, over 4000 meldte seg på kanalens abonnentstjeneste i løpet av de to første dagene og enkelte av videoene lagt ut der ble vist over to millioner ganger. Kanalen har nå over 33 000 abonnenter.¹¹ Gjennom å presentere en rekke svart-hvite videoklipp med forklarende tekst og kommentarer på engelsk, gjorde Israel et forsøk på å korrigere, forklare og balansere de dramatiske bildene verden fikk se av bombingene av Gaza. Hamas respons på dette var å lansere sin egen kanal på internett, også etter YouTube-modellen, kalt Palutube.¹²

Gaza-krigen ble et spesielt tilfelle av en «new media war» også fordi Israel besluttet å holde alle internasjonale journalister ute fra krigsområdet. Denne avgjørelsen kunne ha betydd at de kjølige og analytiske bildene på IDFs YouTube-kanal var det verden fikk se av krigføringen i Gaza. At det ikke ble slik var blant annet på grunn av at det palestinske nyhetsbyrået Rammatan, som streamet kontinuerlige og uredigerte liveopptak fra Gaza på sin nettside og Al Jazeera som rapporterte, blogget og twitret om utviklingen på bakken (Al Jazeeras folk var allerede inne i Gaza da invasjonen begynte). Al Jazeera opprettet også nettstedet Al Jazeera Labs, hvor palestinere og israelere kunne sende korte oppdateringer via datamaskiner eller mobiltelefoner, via

SMS eller Twitter. Rapportene ble så verifisert og lagret som hendelser i et virtuelt kart.¹³ I tillegg til disse nyhetsbyråene blogget også private palestinere, så langt sikkerhet og strømsituasjonen tillot det.¹⁴ Kontrastene til bildene som ble vist på IDFs YouTube-kanal var store. Selv om bildene og rapporten som kom ut fra Gaza ikke kunne utgjøre et fullgodt alternativ til det å ha et internasjonalt presskorps tilstede på bakken, er spørsmålet om hva verden ellers ville få sett og hørt fra Gaza-krigen – hvis det ikke var for de nye mediene – både interessant og tankevekkende.

Twitter-diplomati

Som vi var inne på ovenfor ble Gaza-krigen også ivrig debattert på mikroblogging-tjenesten Twitter. På Twitter kommuniserer brukerne ved 140-tegns meldinger til hverandre og til verden for øvrig – såkalte *tweets*.¹⁵ Twitter var i september 2010 registrert med 175 millioner brukerkontoer, men siden også ikke brukere har tilgang til informasjonen der er antallet potensielle mottagere adskillig høyere. For at man lett-est mulig skal kunne følge et ønsket tema i et slikt meningsmylder, er twitter-sedvane at alle meldinger som omhandler en spesiell hendelse, nyhetssak eller tema viser dette med å skrive # (hash tag), sammen med «kodeordet» for hendelsen – for eksempel #Gaza. Ved hjelp av linker, bilder eller videosnutter kan brukeren også utvide budskapet langt utover de 140 tegnene man egentlig har til rådighet. I løpet av Gaza-krigens varighet var #Gaza på topp-ti listen over mest populære tema på Twitter, med i gjennomsnitt seks nye oppdateringer i minuttet. Al Jazeeraas korrespondenter, vanlige folk (uoffisielle stemmer) både i Gaza og utenfor, offisielle kanaler som

IDF, Jewish Agency, israelsk UD og det israelske konsulatet i New York, for å nevne noen, var alle svært aktive på Twitter i løpet av Gaza-krigen. Det israelske konsulatet i New York avholdt også, som de første i verden, en offentlig orkestrert pressekonferanse på Twitter. Et eksempel på hvordan dette så ut er denne tweeten fra konsulatet:

*we R pro nego. crntly tlks r held w the PA + tlks on the 2 state soln. we talk only w/ppl who accept R rt 2 live.*¹⁶

Med slike uttrykk kan man trygt fastslå at det israelske konsulatet med denne pressekonferansen utvidet rammene for hvordan diplomater kan kommunisere med offentligheten betraktelig. Det er en lang vei fra Abba Eban til dette, som New York Times tørt kommenterte.¹⁷

En utvidet offentlighet

Å følge slike offisielle stemmer som IDF, statsministeres kontor, Utenriksdepartementet, Jewish Agency eller Jewish National Fund i sosiale medier, kan i og for seg være en interessant øvelse i seg selv. Likevel er det langt mer spennende, og ikke minst langt mer relevant, i spørsmålet om de sosiale mediene kan være med på å endre konfliktens grunnleggende rammebetingelser, å studere de uoffisielle stemmene, de som tradisjonelt ikke har lett for å komme til orde. Et eksempel på dette er israelske og palestinske fredsaktivister som gjennom Twitter-kontoer og blogger, YouTube og Flickr, sørger for at demonstrasjoner og sammenstøt mellom palestinere og sikkerhetsstyrker og/eller bosettere i Øst-Jerusalem og på Vestbredden blir grundig dekket og dokumentert. Aktivistene har en dobbeltrolle ved sin deltagelse i slike situa-

sjoner når de, i tillegg til å være tilstede som demonstranter samtidig inntar en observatørrolle, twitrer liveoppdateringer med bilder og informasjon om utviklingen på bakken.¹⁸ Eksempler på denne typen bruk av sosiale medier finner vi når det oppstår demonstrasjoner og sammenstøt i for eksempel Silwan eller Sheikh Jarrah i Øst-Jerusalem, eller i sammenheng med de ikke-voldelige protestaksjonene mot separasjonsbarrieren i Bil'in og Nil'in på Vestbredden. Slik kan aktivistene også tilbakevise eventuelle feilaktige påstander og overdrivelser som blir postet av IDF, på deres Twitter-konto. Et typisk eksempel på dette er @IDFSpokesperson på Twitter, som sender ut en melding om at voldelige demonstranter kaster stein på sikkerhetsstyrkene. Bloggere som for eksempel Joseph Dana, tilstede på demonstrasjonen, kan da poste meldinger som tilbakeviser IDFs påstand – gjerne med bilder og/eller videoklipp som støtter demonstrantenes versjon. I sanntid kan altså millioner av mennesker følge utviklingen i en spent situasjon, og de israelske styrkene må i stadig økende grad forholde seg til at enhver handling de foretar seg vil kunne bli kringkastet på YouTube, Flickr, Facebook eller Twitter i løpet av minutter.

Selve observatørrollen disse israelske og internasjonale fredsaktivistene innehar er for så vidt ikke noe nytt. Det er dokumentasjonen og deres mulighet til umiddelbar offentliggjøring av dette som er revolusjonerende. Med verden noen tastetrykk unna tar disse aktivistene sannhetsvitnefunksjonen til en helt ny dimensjon. Reelle eller potensielle maktovergrep synliggjøres og avdekkes, eller sagt på en annen måte, med skribentene bak bloggen Mondoweiss egne ord:

*Who's going to believe «a land without a people for a people without a land» when there are ten You-Tube videos to prove you wrong?»*¹⁹

Med sin tilstedeværelse på bakken og med de sosiale mediene i sin hule hånd er disse aktivistene også et tillegg til de tradisjonelle mediene utenrikskorrespondenter. Siden mange av disse hendelsene er rutinemessige (demonstrasjonene i for eksempel Bil'in, Nil'in og Sheikh Jarrah foregår eksempelvis hver fredag), er de ikke prioriterte områder for de tradisjonelle mediene. Men de gangene det faktisk smeller er det bloggerne og twitrerne som sikrer at man har bilder og lyd fra sammenstøtene. Slik kan bruken av sosiale medier også være med på å sette den internasjonale nyhetsagendaen. Den israelske menneskerettsorganisasjonen B'Tselem står i denne sammenheng også bak ideen om å distribuere hundrevis av kameraer til palestinere på Vestbredden. Utstyrt med sine kameraer eller mobiltelefoner kan palestinerne dermed dokumentere bosettervold eller alvorlige hendelser hvor IDF er innblandet, og dele denne informasjonen via sitt foretrukne medium og via B'Tselems nettsider.²⁰

Bruken av sosiale medier som YouTube og Facebook skaper krevende situasjoner for offisielle institusjoner som IDF også på andre måter. I løpet av de siste årene har det skjedd gjentatte ganger at videoklipp eller bilder tatt med soldatenes private mobiltelefoner og/eller private palestinere har funnet sin vei ut i den digitale offentligheten. YouTube-videoen av de israelske soldatene som danset en koreografert dans i en øde og forlatt Hebron-gate, filmene overgrep på palestinske demonstranter eller bildene av israelske soldater som

poserer muntert foran ydmykede arresterte palestinere, utgjorde alle solide pr-utfordringer for IDF, og vil trolig også gjøre det i framtiden.²¹

Spre det glade budskap med en applikasjon

I tillegg til de typiske «sosiale» formene for meningsbrytning og offentlig debatt i diverse netttora, åpner de nye mediene med sin teknologi selvsagt også for nye typer informasjonskanaler – fra akademiske til aktivistiske.²² Fellesnevneren for denne typen bruk av nye medier er at internett sørger for økt tilgjengelighet og en potensielt mye større mottagerkrets enn det senderen normalt ville hatt. Akademiske bidrag og debatter blir tilgjengeliggjort til et mye større publikum. Kanaler som for eksempel PalTV – Journal of Palestine studies egen YouTube-kanal, der lettfattelige og informative intervjuer med aktuelle artikkelforfattere sendes – er ett eksempel på den akademiske enden av skalaen, universitetsforelesninger fra topp-universiteter på iTunes eller YouTube ett annet.²³ I forskningsformidlingens øyemed kan de sosiale mediene altså være et svært verdifullt bidrag. Men det er lite trolig at det ligger noe endringspotensiale i disse informasjonskanalene. De som benytter seg av slike tilbud vil trolig i all hovedsak være mennesker som allerede er interesserte i konflikten og forskning rundt den. Men samtidig ser vi også at ikke-akademisk informasjon blir tilgjengeliggjort og popularisert gjennom teknologien muliggjort av de nye mediene.

Applikasjonen Facts on the Ground, utviklet av organisasjonen Americans for Peace Now (AFP) for iPhone, er et interessant eksempel på nettopp denne type bruk av nye medier i denne konflikten kon-

tekst. Kort beskrevet er Facts on the Ground et interaktivt informasjonskart hvor man enkelt kan følge utviklingen i de israelske bosetningene på de palestinske områdene. Ved å zoome inn og velge seg en enkelt bosetning fra det digitale kartet, kan man hente ut den mest vesentlige informasjon vedrørende den spesifikke bosetningen. For eksempel, ved å zoome inn på Hebron-området og trykke på bosetningen Kiryat Arba, får man ved ett tastetrykk vite at det bor 7226 bosettere i Kiryat Arba, at den ble etablert i 1972 og at den karakteriseres som bosetningstypen «Qual-

Gaza-flotiljen og dens etterspill viser at det fortsatt ikke er slik at alle kan se det «slik det egentlig var».

ity of life»/«ideologisk» og er bebodd av en blanding av nasjonalreligiøse og sekulære bosettere. Videre ser man at Kiryat Arba ligger øst for separasjonsbarrieren, er 1,7 kvadratkilometer, og har hatt en stigende befolkningstrend siden 1990. I en konflikt hvor endringer av fakta på bakken stadig kommer fredsforhandlingene i forkjøpet, gjør tjenester som denne det enklere for folk, uansett geografisk plassering og forkunnskap, å følge den reelle utviklingen på bakken i bosetningsspørsmålet.

Trending Topic: #Freedomflotilla

Ved få andre anledninger har de nye mediens betydning i dagens konfliktbilde vært så synlig som det var under Gaza-flotiljen i mai 2010. Gaza Freedom Flotilla var fra første øyeblikk en digital reise.²⁴ Deltagerne og deres støttespillere ble oppmuntret til å

twitre så mye som mulig om ferden slik at hash tagen #flotilla ville dukke opp på Twitters hjemmeside som et såkalt «trending topic», altså populært tema. Slik håpet arrangørene å generere enda mer debatt og oppmerksomhet rundt prosjektet og Gaza-problematikken generelt. Mavi Marmara og de andre båtenes ferd kunne også følges gjennom oppdaterte koordinater på Google Maps, helt fram til det tidspunktet da israelske marineoffiserer begynte bordingen. Som et ledd i militæraksjonen ble alle ombord arrestert og alt deres elektroniske utstyr konfiskert av israelske myndigheter.²⁵ Dette viser med all tydelighet den betydningen IDF knytter til denne typen dokumentasjon i *hasbara*-øyemed.

I likhet med Gaza-krigen ble også Gaza-flotiljen heftig diskutert i diverse diskusjonsforum og grupper på Facebook, i kommentarfelt hos nettaviser og blogger så vel som på YouTube og Twitter. I de nærmeste dagene etter bordingen av Mavi Marmara la IDF ut flere videoklipp på sin YouTube-kanal. Bildene viste de dramatiske minuttene hvor soldatene firer seg ned på skipets dekk og de kampene som da oppstod mellom soldater og aktivister. YouTube-klippene ble lastet opp med engelske tekster på soldatenes opphissede kommentarene og innsirkling av enkelt-situasjoner og forklarende tekst av typen «Soldatene blir slått med metallstenger og stoler» og «Demonstrantene kaster en soldat over bord.»²⁶ Slik forsøkte Israel å vise til verden av det var voldelige terrorister – ikke humanitære aktivister – som var ombord på Mavi Marmara, og at den israelske responsen derfor var helt nødvendig og helt legitim. I løpet av 3. juni, fire dager etter selve bordingen fant sted, hadde det mest populære klippet blitt vist over 1,2

millioner ganger.²⁷ Totalt la IDF ut 23 videoer; filmer tatt fra helikoptre og soldaters vitnemål om hva de nettopp hadde opplevd ombord på Mavi Marmara underveis og i etterkant av bordingen.²⁸

Slik «det egentlig var»?

IDFs internettkrigføring skapte imidlertid i denne omgang minst like mange problemer som den løste. Først og fremst ble IDF kritisert for å ha ventet for lenge med å offentliggjøre YouTube-klippene sine. I sosiale mediers liv er noen få timer en hel evighet, og i alle tilfeller mer enn nok tid til å komme bakpå i den pågående informasjonskrigen. IDF ble også kritisert for å ha benyttet seg av aktivistenes konfiskerte materiale (og uten å ha korrekt kreditert disse), og for å ha forfalsket en radiokorrespondanse. Korrespondansen skulle angivelig avsløre at aksjonistene, på israelernes oppfordring om å stanse Mavi Marmara, responderte: «Dra tilbake til Auschwitz.» Korrespondansen ble avslørt som forfalsket av den amerikanske bloggeren og journalisten Max Blumenthal, og IDF ble etter hvert nødt til å utstede en «korrigering» på sine nettsider og innrømme at det var problematiske aspekter ved lydklippets autentisitet.²⁹ Episoden er et helt konkret eksempel på hvordan de sosiale mediene utfordrer Israels evne til å kontrollere hvordan konfliktens forstås i et internasjonalt perspektiv.

Mye av debatten på Twitter, Facebook, YouTube og andre nettfora dreide seg i etterkant av bordingen av Mavi Marmara om nettopp slike spørsmål – hvilken video viste egentlig hva, hva var utelatt, hva var ekte og hva var forfalsket. Som i YouTube-klippene fra Gaza-krigen ble IDF kritisert for å ha lagt på manipulative tekster, piler

og forklaringer. Andre kritiserte både hæren og media for selektiv bildebruk, for måten bildene ble redigert på og for mangelfull kreditering av opprettshaverne.³⁰ Slik sett har krigføringen i cyberspace mye til felles med konflikts tradisjonelle kamp om *Den sanne historien*. Gaza-flotiljen og dens etterspill viser at det fortsatt ikke er slik at alle, selv ved hjelp av videoklipp, plutselig kan se og forstå historien «slik det egentlig var».³¹ Som sedvanlig i den israelsk-palestinske konflikten verken ser eller hører partene og deres støttespillere det samme, selv når presentert med identisk materiale.

Historiemonopolet – en myk makt

Denne artikkelen har, gjennom flere konkrete eksempler fra de siste årene, vist hvordan konflikten mellom Israel og palestinerne har antatt en ny dimensjon gjennom utviklingen og bruken av sosiale medier. Det er tydelig at de sosiale mediene har spilt en betydningsfull rolle i de siste års kriger og konflikter i regionen. Men gir denne innsikten oss grunn til å konkludere med at Israel, på grunn av denne stadig økende krigføringen i cyberspace, mister sitt tradisjonelt sterke grep om konflikts narrativ? Før vi går videre med denne diskusjonen er det et behov for å presisere at det i vår samtid er en betydelig forskjell på hvordan konflikten allment forstås i USA og på hvordan den forstås i for eksempel Norge, eller i den arabiske og muslimske verden for den saks skyld. Likevel, all den tid det er opinionen i USA som har størst innflytelse på retningen på amerikansk Midtøsten-politikk, og det samtidig er liten tvil om at det er amerikanerne som til syvende og sist har de største politiske musklene og kraften i denne konflikten, er det

fortsatt hvordan konflikten blir oppfattet i USA som er det mest relevante. Og her er det liten tvil om at Israels grep har vært, og er, dominerende. Graden av støtte til Israel i amerikansk Midtøsten-politikk er en tydelig illustrasjon på dette.³²

Forskerne Adi Kuntsman og Rebecca Stein skriver at Web 2.0-aktiviteter på den ene siden kan sees som en speiling, og, i noen tilfeller, intensivering av krigføringen på bakken, mens det på den annen side kan bli brukt og forstått som en reell utfordrer til undertrykkende militærmakt og vold.³³ Det faktum at Israel langt på vei ser ut til å ha forstått viktigheten av å vinne krigen også i cyberspace, og har dedikert betydningsfulle ressurser til dette formålet (som i opprettelsen av internettbataljonen), kan jo nettopp tyde på at Web 2.0 befester mer enn utfordrer den rådende asymmetrien i konflikten. Ifølge denne logikken er det, som alltid, den med mest ressurser som seirer. Ifølge forskerne Diana Allan og Curtis Brown er det nettopp slik. Allan og Brown mener at de sosiale mediene ikke fører til mer enn «phantom leveling» – en innbilt utjevning. I en nylig publisert artikkel kritiserer Allan og Brown de som er optimister på vegne av endringspotensialet i de sosiale mediene for å blande sammen politisk overbevisningskraft og popkulturelt momentum.³⁴ Deres argument er at ja, de pro-palestinske gruppene som jobber med å motbevise Israels *hasbara* er kanskje kulere, skarpere og mer innovative enn Israels internettbataljon, men dette har liten betydning all den tid det fortsatt er IDFs videoklipp fra bodringen av Mavi Marmara som har desidert flest visninger på YouTube.³⁵

Allen og Brown kritiserer videre Web 2.0-optimistene for deres tro på at de sosi-



ale mediene er en spesielt frigjørende teknologi som uten problemer vil bringe oss nærmere Sannheten. Som allerede diskutert, er det klart at en blind tro på teknologiens mulighet til å fortelle oss historien «slik det egentlig var» er problematisk på flere nivå. Likevel synes det litt for enkelt å avfeie denne optimismen som naiv, eller romantisk, slik Allen og Brown gjør det. Hvis vi ser bort fra de teknologiske egenkapene som de sosiale mediene innehar,



Jo mer dokumentert den israelske okkupasjonen er, jo mer problematisk vil det bli for israelske myndigheter.



og som i vår tidsalder uansett endres og utvikles i en voldsom fart, handler fenomenet sosiale medier i denne konteksten i bunn og grunn om dokumentasjon og om den makten som (potensielt) ligger i dokumentasjonen.³⁶ Jo mer dokumentert den israelske okkupasjonen er, jo mer problematisk vil det bli for israelske myndigheter. Bloggerne og twitrernes som er eksemplifisert ovenfor, utfordrer det offisielle Israels *hasbara* på en helt direkte måte, som for eksempel de palestinske selvstyremyndighetene aldri har vært i nærheten av. Bruken av sosiale medier er dermed med på å utfordre Israels grep om historien. Hvorfor er dette viktig?

Historiemonopol er kanskje «myk» makt, men det er intet lunt og ufarlig med denne typen ressurs. Myk makt, i likhet med «hard» makt, handler til syvende og sist om aktørenes evne til å få tingene slik som de vil. Og her, som på for eksempel den militære arena, har altså Israel et klart

overtak på sin palestinske motpart. Men det kan synes som om dette maktgrunnlaget nå er i endring. I bloggernes øyne er det åpenbart: «Internet killed the hasbara star».³⁷ For, når Israel må trekke tilbake en radiokorrespondanse på grunn av bloggeres avsløringer, og saken tilslutt omtales av en mektig medieaktør som New York Times, er det mer enn innbilt påvirkning. Blumenthals avsløringer av radiokorrespondansen ble plukket opp og skrevet om på den populære NY Times-bloggen The Lede skrevet av Robert Mackey. For Blumenthal var dette et bevis på bloggernes makt. For Allen og Brown derimot, var det faktum at saken aldri var på trykk i *papirutgaven* av NY Times, en illustrasjon på de sosiale mediens manglende gjennomslagskraft.³⁸

Eksempelet med Israels internettbataljon er en annen illustrasjon på hvordan de sosiale mediene endrer spillet. I en kontekst hvor en av de tydeligste karakteristikkene er at det nettopp ikke koster penger å delta, gir det ikke lenger mening å snakke om ressurssterk eller -svak, i begrepets økonomiske betydning. På denne typen slagmark er det nettopp *ikke* vesentlig for kampens utfall om det er satt av en post på statsbudsjettet eller ei.

Eksemplene ovenfor, hvor kompromitterende IDF-historier finner sin vei til det internasjonale nyhetsbildet, og det faktum at dokumentasjonen om den israelske okkupasjonen samles og tilgjengeliggjøres gjennom for eksempel B'Tselems prosjekter, Al Jazeera Labs og Facts on the Ground-applikasjonen for iPhone, betyr stadig mer krevende arbeidsoppgaver for de som skal forklare og legitimere Israels politikk til omverden. Satt i en større sammenheng er dette selvsagt ikke en utfordring særegen





for Israel. Som en kommentator i tidskriftet *Monocle* så treffende formulerte det: «Hvilket lands hær kan vise sin styrke mens håndholdte kameraer fokuserer på dets minste bevegelse?»³⁹ Mubarak-regimets avgjørelse om å slå av internett i løpet av de første dagene av opprøret som begynte i Egypt i slutten av januar 2011, illustrerer dette poenget.

Når det er sagt: Det som er trukket fram i denne artikkelen betyr selvsagt ikke at noe i de *realpolitiske* maktforholdene i konflikten endres som følge av sosiale medier. Det er da heller ikke de sosiale mediens betydning i sammenheng med de «harde» maktområdene som er undersøkt her. Det må være åpenbart at Twitter og Facebook ikke endrer det minste på asymmetrien mellom Israel og palestinerne i verken den militære eller økonomiske sfære. Er man imidlertid villig til å være med på at konflikten, både dens opprettholdelse og eventuelle løsning, har viktige komponenter også i den «myke» maktens sfære, er det tydelig at bruken av sosiale medier representerer et potensial for endring. I en konflikt der det meste synes fastlåst og umulig er denne typen endringsagenter sjeldne, og ikke noe man har råd til å ignorere. Vi må derfor, om vi har som mål fortsette å styrke vår forståelse av konflikten mellom Israel og palestinerne – og det politiske spillet rundt disse aktørene – inkludere sosiale medier som en faktor i våre framtidige analyser.

• f •

- 1 Forfatteren ønsker å takke sin kollega Johannes Due Enstad for gode og konstruktive tilbakemeldinger underveis i arbeidet med denne artikkelen.
- 2 Se for eksempel: Clay Shirky, "The Political Power of Social Media", *Foreign Affairs*, januar/februar 2011. For et intervju med den samme forfatteren om Midtøsten spesielt, se: "Facebook and Twitter are changing the Middle East", *The Wall Street Journal*, 18 februar, 2011, <http://>

online.wsj.com/video/facebook-and-twitter-are-changing-the-middle-east/EoBAA515-5056-4F4A-AC5E-C684BADE46CA.html (21.03.2011); Jon Nordenson, "We Want Five!": Internett og demokratisering i Kuwait, *Babylon*, 2, 2010, s. 42-53.

- 3 Se for eksempel: Avi Shlaim, "The Debate About 1948", *International Journal of Middle East Studies*, vol. 27, nr. 3, 1995, s. 287-304 og *The Iron Wall: Israel and the Arab World*, New York: W.W. Norton & Company Inc., 2001; Benny Morris, *The Birth of the Palestinian Refugee Issue Revisited*, Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- 4 Kalb, Marvin og Carol Saivetz: "The Israeli-Hezbollah War of 2006: The Media as a Weapon in Asymmetrical Conflict," *The Harvard International Journal of Press/Politics* 12, nr. 3, 2007, s. 43-66.; Kuntsman, Adi og Rebecca L. Stein: "Another War Zone: Social Media in the Israeli-Palestinian Conflict." *Middle East Report*, september, 2010, <http://www.reliefweb.int/rw/rwb.nsf/db900SID/KH11-8945CT?OpenDocument> (21.03.2011); Caldwell, W.B., Murphy, D. M., og A. Menning: "Learning to Leverage New Media: The Israeli Defense Forces in Recent Conflicts" *Military Review*, mai/juni, 2009.
- 5 Sosiale medier var også viet en paneldebatt på den årlige Herzliya-konferansen i 2011. <http://www.herzliyaconference.org/eng/?CategoryID=440> (21.03.2011); Kestler-D'Amours, Jillian, "The Role of the Media", *The Electronic Intifada*, 24 februar 2011, <http://electronicintifada.net/v2/article11828.shtml> (21.03.2011).
- 6 Se www.standwithus.com (21.03.2011).
- 7 "Flotilla Facts", *Stand With Us*, <http://www.flotillafacts.com> (21.03.2011); Gilinsky, Jaron, "How Social Media War Was Waged in Gaza-Israel Conflict," *PBS*, 13. februar, 2009, <http://www.pbs.org/mediashift/2009/02/how-social-media-war-was-waged-in-gaza-israel-conflict044.html> (21.03.2011); Freiman, Jessica, "IDC students work to win media war," *Israeli News site, Jerusalem Post*, April 1, 2009, <http://www.jpost.com/Home/Article.aspx?id=127776> (21.03.2011).
- 8 Kestler-D'Amours, "The Role of the Media"; Kuntsman og Stein: "Another War Zone".
- 9 Kuntsman og Stein: "Another War Zone"; Beck, Jonathan: "Latest hasbara weapon: 'Army of bloggers'," *Jerusalem Post*, 18. januar 18, 2009, <http://www.jpost.com/Israel/Article.aspx?id=129876> (21.02.2011).
- 10 "Hvordan bruke internett i arbeid for Israel", *Med Israel For Fred: Porten til Midtøsten*, 16. juli, 2010, <http://www.miff.no/miff/art/2010miff-forum.htm> (21.02.2011).
- 11 <http://www.youtube.com/user/idfnadesk> (21.03.2011)
- 12 Se *Palestinian Tube*, <http://www.palutube.com/> (21.03.2011).
- 13 Ved å følge *Al Jazeera Gaza (@AJGaza)* på Twitter kunne man også få kontinuerlige oppdateringer om hver ny hendelse i løpet av krigen. Se <http://labs.aljazeera.net/warongaza/> (21.03.2011).
- 14 Ward, Will: "Social media and the Gaza conflict," *Arab Media And Society*, nr. 7, 2009, <http://www.arabmediasocty.com/?article=701>. Se for eksempel bloggene *Gaza Today*, *In Gaza* eller *Tabula Gaza*.



- 15 Det sendes i gjennomsnitt ut 95 millioner tweets hver dag. Twitter var per september 2010 registrert med over 175 millioner brukere, <http://twitter.com/about> (21.03.2011).
- 16 Cohen, Noam: "The Toughest Q's Answered in the Briefest Tweets," *The New York Times*, 4. januar, 2009, http://www.nytimes.com/2009/01/04/weekinreview/04cohen.html?_r=2 (21.03.2011).
- 17 Ibid.
- 18 Se for eksempel bloggene <http://settlementwatcheast.jerusalem.wordpress.com/>, <http://josephdana.com/>, <http://mondoweiss.net/>, <http://maxblumenthal.com/>, <http://lisagoldman.net/>, <http://www.promisedlandblog.com/> eller magasin-baserte blogger som <http://972mag.com/> og <http://electronicintifada.net/> (21.03.2011)
- 19 Horowitz, Adam: "Internet killed the hasbara star," 8 juni, 2010, <http://mondoweiss.net/2010/06/internet-killed-the-hasbara-star.html>, (21.03.2011); Adam Horowitz, Adam og Philip Weiss: "Israel's Anti-1967 Moment" i Moustafa Bayoumi, red., *Midnight on the Mavi Marmara: The Attack on the Gaza Freedom Flotilla and How It Changed the Course of the Israel/Palestine Conflict*, Or Books, 2010, s. 106; Allan, D. og C. Brown: "The Mavi Marmara At The Frontlines Of Web 2.0," *Journal of Palestine Studies* vol. 40, nr. 1, 2010, s. 63-77.
- 20 Eksempler på denne typen dokumentasjon kan finnes på Sheikh Jarrah Solidarity Movement sine nettsider: www.en.justilm.org eller "B'Tselem Video – Camera distribution project," http://www.btselem.org/english/video/cdp_index.asp; Beaumont, Peter: "Israeli occupation filmed by 100 Palestinian cameras," *Guardian*, 30. juli 2008, <http://www.guardian.co.uk/world/video/2008/jul/30/beaumont.palestine>. (Alle: 21.03.2011)
- 21 "IDF soldier posts images of blindfolded Palestinians on Facebook, from 'best time of my life'", *Haaretz*, 16. august 2010; "Rock the Casba – IDF Soldiers Dancing in Hebron", http://www.youtube.com/watch?v=yqjsFExPOnM&feature=youtube_gdata_player; "Ana Behebak Mismar Hagvul" (Jeg elsker [det israelske] grensepolitiet) http://www.youtube.com/watch?v=-EsVsHvKRac&feature=youtube_gdata_player; "Israel Soldier Shoots arrested Palestinian." http://www.youtube.com/verify_age?next_url=http%3A%2Fwww.youtube.com/watch%3Fv%3Duzltnb00-TE%26feature%3Dyoutube_gdata_player (21.03.2011).
- 22 Geneva Initiatives kampanje "I am you partner. Are you my partner?" er et annet eksempel på hvordan enkelte aktører bruker de nye mediene til å fremme et budskap til en eller flere parter i konflikten. Se for eksempel: <http://www.geneva-accord.org/mainmenu/i-am-your-partner-are-you-my-partner> (21.03.2011).
- 23 "YouTube - PalestineStudies", <http://www.youtube.com/user/PalestineStudiesTV> (21.03.2011). Eksempler på til gjengjellingjøringen av akademiske bidrag kan sees på University of Californias YouTube-kanal, <http://www.youtube.com/user/UCtelevision> i serien "Conversations with History" (21.03.2011).
- 24 Kuntsman og Stein: "Another War Zone".
- 25 Kuntsman og Stein: "Another War Zone"
- 26 "Close-Up Footage of Mavi Marmara Passengers Attacking IDF Soldiers (With Sound)", http://www.youtube.com/watch?v=0LulDjh4fWI&feature=youtube_gdata_player (21.03.2011).
- 27 Ibid.
- 28 "Weaponry Overview and Footage of Mavi Marmara Passengers Preparing Weaponry", 2010, http://www.youtube.com/watch?v=16sANhzjCo&feature=youtube_gdata_player (21.03.2011).
- 29 Kuntsman og Stein: "Another War Zone: Social Media in the Israeli-Palestinian Conflict"; Blumenthal, Max: "IDF Releases Apparently Doctored Flotilla Audio; Press Reports As Fact," *Max Blumenthal-blog*, 6. april, 2010, <http://maxblumenthal.com/2010/06/idf-releases-apparently-doctored-audio-press-reports-as-fact/> (21.03.2011).
- 30 Kuntsman og Stein: "Another War Zone"
- 31 Jambør Leopold Rankes, det moderne historiefaget far, ønske om å skrive om «slik det egentlig var». Sandmo, Erling: "Hvordan det egentlig var", *Nytt Norsk Tidsskrift*, februar 2010, s. 9-10.
- 32 Se for eksempel John Mearsheimer og Stephen Walts artikkel (og påfølgende bok med samme tittel): "The Israel Lobby", *London Review of Books*, vol. 28, nr. 6, 2006, s. 3-12.
- 33 Ibid.
- 34 Allan og Brown, "The Mavi Marmara At The Frontlines Of Web 2.0", ss. 63-77; For et intervju med Brown angående artikkelen og dens argument se også: *The Gaza Flotilla at the Frontlines of Web 2.0 with Curtis Brown*, http://www.youtube.com/watch?v=SP86eESpUxI&feature=youtube_gdata_player (21.03.2011).
- 35 Allan og Brown, "The Mavi Marmara At The Frontlines Of Web 2.0": 69.
- 36 Jeg ønsker å takke Joseph Dana for å ha understreket dette poenget i samtale med forfatteren, Jerusalem, 16.12.2010.
- 37 Horowitz, Adam: "Internet killed the hasbara star." Se også Minor Demographic Threat: "Gaza flotilla video mashup: Internet Killed Israeli PR". http://www.youtube.com/watch?v=ME_NpnH7jDc&feature=youtube_gdata_player. Denne musikkvideoen ble laget som en respons til den israelske Flotilla Choir: "We Con the World", http://www.youtube.com/watch?v=FOGG-osOoVg&feature=youtube_gdata_player (21.03.2011).
- 38 Allan og Brown, "The Mavi Marmara At The Frontlines Of Web 2.0".
- 39 Monocle, desember 2010/januar 2011, nr. 39, s. 70.