

Fahrenheit 9/11

Heet genoeg voor propaganda?

Sara Groenewegen
December 2004
Master Journalistiek en Media
Universiteit van Amsterdam
Begeleiding: Theo van Stegeren

Inhoudsopgave

Inleiding.....	2
1 Wat is propaganda?.....	5
1.1 De herkomst van het begrip.....	5
1.2 Onderzoek naar propaganda.....	5
1.3 Propaganda volgens Jowett en O'Donnell	7
2 Propaganda in de twintigste eeuw.....	10
2.1 De ontwikkeling van propaganda.....	10
2.2 Film als propagandamiddel	10
3 Analyse van propagandafilms	13
4 Fahrenheit 9/11	16
4.1 Het verhaal	16
4.2 De analyse	17
4.3 Propaganda of niet?.....	27
Conclusie en discussie.....	29
Bibliografie.....	32

Inleiding

Judging a film by its politics is a bad thing. If it wasn't some of the best filmmaking, then I would not have chosen it. - Quentin Tarantino

Op 22 mei 2004 start de triomftocht van de film *Fahrenheit 9/11*. Op het filmfestival in Cannes krijgt Michael Moore's film de Gouden Palm voor beste documentaire. Eind juni gaat de film in de Verenigde Staten in première en breekt al snel alle records, waaronder die van 'hoogste opbrengst voor een documentaire' (21,8 miljoen dollar, al in het eerste weekend, inmiddels ruim 120 miljoen) en 'grootste documentairedistributie' (868 theaters).

De film veroorzaakt veel commotie. In het verkiezingsjaar gaat een film waarin George W. Bush, president en kandidaat voor de Republikeinen, wordt aangevallen niet zomaar voorbij. Want Michael Moore is duidelijk in zijn boodschap: Bush mag de verkiezingen geen tweede keer winnen. Om deze boodschap kracht bij te zetten, toont Moore de zwakheden van de president in penibele situaties, wijst hij op banden tussen de president en de familie van Osama Bin Laden, laat hij zien wat de 'War on terror' voor gevolgen heeft voor de Amerikaanse burgers en maakt hij ruim baan voor (niet eerder vertoonde) beelden van de oorlog in Irak. En dat alles voorzien van cynisch commentaar. Dat de film vooral in het Republikeinse kamp negatieve reacties oproept is geen verrassing. Verschillende bioscopen in Republikeinsgezinde staten weigeren de film te vertonen en de zangeres Linda Ronstadt wordt uit een casino in Las Vegas gezet nadat zij haar publiek heeft opgeroepen de film te gaan bekijken. Buiten de VS stuit de film op het verzet van de Australische minister van Defensie die verbiedt de film op militaire bases te vertonen. Ook in Nederland maakte *Fahrenheit 9/11* de tongen los. Niet alleen onder 'gewone' bioscoopbezoekers, maar vooral ook onder de recensenten van de landelijke dag- en opiniebladen. De juryvoorzitter in Cannes, Quentin Tarantino, benadrukte nog dat de keuze op *Fahrenheit 9/11* niet was gevallen om politieke redenen maar om haar artistieke kwaliteiten. Enkele weken later schijnen, althans in Nederland, maar weinig mensen zich nog voor de artistieke kanten van de film te interesseren. De aandacht van de recensenten lijkt volledig te worden opgeslokt door de politieke boodschap in de film. Ze laten zich voornamelijk leiden door hun eigen emoties, indrukken, vooringenomenheid en politieke voorkeur. Van een genuanceerd oordeel is vaak geen sprake. In hun pogingen de film te plaatsen, is zelfs een aantal recensenten overtuigd van het propagandistische karakter van de film.

Maar in het denkraam van Moore bestaat geen twijfel. Wie niet twijfelt, bedrijft propaganda.¹

Voor al in de eerste helft van *Fahrenheit 9/11* (...) bewijst Moore zich als een raspropagandist.²

¹ Niemöller, 16 juli 2004

² de Jong, 22 juli 2004

Fahrenheit 9/11' [is] zo'n fraai schoolvoorbeeld van slimme propaganda dat mediadeskundigen er nog jarenlang hun tanden in kunnen zetten.³

Natuurlijk zal Michael Moore ook na de politieke aftocht van George Bush doorgaan met het maken van propagandafilms (...)⁴

Wat opvalt aan deze kwalificeringen is dat geen enkele recensent zich lijkt af te vragen wat propaganda is. In geen enkel betoog waarin wordt gesteld dat *Fahrenheit 9/11* een propagandafilm is, worden daarvoor argumenten aangehaald. De term propaganda is in onze cultuur zwaar beladen en roept bij veel mensen beelden op van nazi-Duitsland en het Stalinistische Sovjetregime. Juist daarom mag de lezer een verantwoording verwachten. De recensenten onthouden zich echter van degelijke analyses.

In deze scriptie wil ik die analyse wel uitvoeren. Door niet slechts naar de inhoudelijke boodschap, maar ook naar de maker, de context, de gebruikte cinematografische middelen en de effecten op het publiek te kijken, kan naar mijn verwachting een gefundeerd antwoord worden gegeven op de vraag of de film daadwerkelijk 'een knap staaltje propaganda' is.

Mijn onderzoeksvraag luidt daarom: *Is de film Fahrenheit 9/11 een propagandafilm en zo ja: op welke gronden zou dat gesteld kunnen worden?*

Uit deze centrale vraag vloeien een aantal deelvragen voort:

- Wat zijn de verschillende denkbeelden omtrent propaganda?
- Hoe zijn films in het verleden ingezet als propagandamiddel?
- Hoe is propaganda als zodanig te herkennen?
- Wat is het doel de context waarin de film is gemaakt en uitgebracht?
- Welke (filmische) middelen gebruikt Michael Moore om dit doel te bereiken?

Om een antwoord te kunnen geven op deze vragen zal ik niet alleen de film zelf kritisch bekijken maar ook de geschreven reacties aan onderzoek onderwerpen. Hierbij zal ik in hoofdzaak gebruik maken van de theorie die Garth Jowett en Victoria O'Donnell uiteen hebben gezet in hun boek *Propaganda and Persuasion* (1999).

Ik ben echter niet alleen geïnteresseerd in de antwoorden op bovenstaande vragen. Ik vind dat een film niet zonder meer een propagandafilm mag worden genoemd maar daarvoor eerst grondig moet worden geanalyseerd. Dat is mijn eerste motivatie om deze scriptie te schrijven. Er is nog een tweede motivatie om *Fahrenheit 9/11* onder de loep te nemen. De laatste tijd ligt de traditionele taak van de journalistiek, het verslaan van 'de werkelijkheid', onder vuur. Steeds vaker vermengen journalisten hun eigen opinies met de 'journalistieke waarheid'. De vraag rijst of er een nieuw journalistiek tijdperk is aangebroken waarin feiten van ondergeschikt belang worden ten opzichte van meningen.

³ de Lange, 22 juli 2004

⁴ Vuijsje, 24 juli 2004

In dat licht kan er ook worden gekeken of er in de huidige tijd naast de klassieke propagandafilm en de klassieke documentaire ruimte moet worden gemaakt voor een nieuw soort documentairefilm dat weliswaar trekken van propaganda heeft, maar eerder gezien kan worden als een 'opiniestuk'.

Opzet

In Hoofdstuk 1 zal worden ingegaan op het fenomeen propaganda. Wat is de oorsprong van propaganda en hoe wordt er tegenaan gekeken in de wetenschappelijke literatuur? In Hoofdstuk 2 wordt de aandacht verlegd naar de concrete toepassing van propaganda in de twintigste eeuw. Hierin komt de nadruk te liggen op het gebruik van film. Hoofdstuk 3 behandelt een aantal methoden voor het analyseren van propagandafilms. Hieruit volgt de methodologische verantwoording voor dit onderzoek. In Hoofdstuk 4 zal de film *Fahrenheit 9/11* langs de 'propagandameetlat' worden gelegd. Tot slot volgt de Conclusie waarin een antwoord gegeven zal worden op de centrale onderzoeksvraag en aandacht zal worden besteed aan de positie van *Fahrenheit 9/11* binnen de discussie over de 'journalistieke waarheid'.

1

Wat is propaganda?

Words frequently used as synonyms for propaganda are lies, distortion, deceit, manipulation, mind control, psychological warfare, brainwashing and palaver – Garth Jowett en Victoria O'Donnell

1.1 De herkomst van het begrip

Het woord propaganda roept bij de meeste mensen een negatieve associatie op. In de 20^e eeuw heeft propaganda in de ogen van velen immers weinig goeds gebracht. Zo heeft het Nazi-regime in Duitsland veelvuldig propaganda toegepast om mensen te winnen voor zijn ideeën over het Derde Rijk en ook in de Sovjet-Unie en China werd propaganda ingezet om mensen achter de partij-ideologie te scharen. Op deze propaganda zal nader worden ingegaan in Hoofdstuk 2.

Van oorsprong heeft het woord propaganda een meer neutrale betekenis. Het werd voor het eerst gebruikt in een besluit van Paus Gregorius XIII. Hij stelde in 1568 een raad van kardinalen in om het katholieke geloof te verspreiden en de schade die de Reformatie had aangericht te herstellen. Deze raad werd in 1622 uitgebreid en kreeg de naam *Sacra Congregatio de Propaganda Fide* (Heilige Congregatie voor het Propageren van het Geloof), kortweg de Propaganda. In de kern betekent propaganda dan ook niets anders dan het verspreiden van een bepaald gedachtegoed of geloof. Lange tijd bleef het begrip propaganda verbonden aan religie en aan het katholieke geloof in het bijzonder. Mede daardoor kreeg het woord in het noordelijke, en dus overwegend protestantse, deel van Europa langzaam aan een negatieve ondertoon.⁵ Door de wijze waarop de katholieke kerk haar geloof wilde verspreiden raakte het woord propaganda geassocieerd met oneerlijke intenties, manipulatie en leugens. Deze opvatting over propaganda is inmiddels wijd verbreid en voert verder dan religieuze tegenstellingen.

The word Propaganda soon came to be applied to any organization set up for the purpose of spreading a doctrine; then it was applied to the doctrine itself which was being spread; and lastly to the methods employed in undertaking the spreading.⁶

1.2 Onderzoek naar propaganda

Ondanks de voortdurende aanwezigheid van propaganda, met name in oorlogstijd, was er tussen de zeventiende en de twintigste eeuw relatief weinig aandacht voor het fenomeen. Daar kwam na de Eerste Wereldoorlog verandering in. Niet alleen had propaganda een grote rol gespeeld in de oorlog, men begon ook in te zien dat propaganda bruikbaar was voor 'public relations'. Vanaf de jaren twintig van de vorige eeuw zijn sociale wetenschappers zich daarom op systematische wijze bezig gaan houden met propaganda. In de jaren erna zijn er honderden werken over propaganda

⁵ Jowett & O'Donnell, 1999:2

⁶ Lambert, 1938:8

verschenen. Daaruit blijkt dat er onder onderzoekers overeenstemming bestaat over het idee dat propaganda verband houdt met het verspreiden van een bepaald gedachtegoed. De meeste onderzoekers zijn het er ook over eens dat het niet alleen opinie-, maar ook gedragsverandering teweeg wil brengen. Maar over de precieze betekenis, functie en toepassing ervan lopen de meningen tot op de dag van vandaag uiteen. Het is dan ook een haast onmogelijke opgave om alle gebruikte definities van propaganda te overzien.

Cunningham doet een bewonderenswaardige poging in *The Idea of Propaganda: A reconstruction* (2002). In ruim tweehonderd pagina's geeft hij een overzicht van het denken over propaganda in de twintigste eeuw.⁷ Daarin valt allereerst op dat de vroege analisten van propaganda een onderscheid maken tussen 'klassieke' en 'moderne' of 'nieuwe' propaganda. Bernays bijvoorbeeld neemt duidelijk afstand van de overdreven, haast karikaturale uitingen van propaganda uit de Eerste Wereldoorlog. Hij ziet dat propaganda in zijn eigen tijd op een veel minder opvallende wijze kan worden toegepast. Het is ook Bernays die voor het eerst op de toepassing van propaganda in de vorm van public relations wijst. "The new propagandists [are] public relations consultants."⁸ Propaganda kan hét moderne instrument zijn voor intelligente politici; het gewone volk is in zijn ogen irrationeel en vatbaar voor de ideeën van anderen.

Dat er iets zou bestaan als 'moderne' propaganda lijkt door andere analisten vooral ingegeven te zijn door de ontwikkelingen op technologisch gebied aan het begin van de vorige eeuw. De komst van massamedia als radio en film maken het mogelijk om op veel grotere schaal propaganda te voeren. In dit verband is het bespreken van het werk van Jaques Ellul onvermijdelijk. Ellul beschrijft in *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes* (1965) de condities waaronder propaganda in een samenleving voorkomt. Hij ziet propaganda niet als een creatie van mensen, maar als een sociologisch fenomeen dat bestaat bij de gratie van een technologische samenleving. De mens in de moderne maatschappij is geobsedeerd door techniek en vertrouwt daar volledig op. Het gebruik van nieuwe technieken maakt de weg vrij voor propaganda.

Only through concentration in a few hands of a large number of media can one attain a true orchestration, a continuity, and an application of scientific methods of influencing individuals. (...) This situation itself keeps accelerating, thus making the situation increasingly favorable to propaganda.⁹

Ellul kent grote aanhang onder deterministen die net als hij propaganda zien als een onvermijdelijk verschijnsel. Thomson bijvoorbeeld beweert dat "[t]he human species is a *natural* propagandist," and that this *proclivity* is rooted in nothing less than "the *basic instinct* to propagandize"¹⁰ Er is echter ook grote kritiek op Ellul's werk. Zijn idee van propaganda zou te veelomvattend zijn en daardoor te weinig oog hebben voor de

⁷ Eén paar onderzoekers komt in zijn boek regelmatig aan bod: Garth Jowett en Victoria O'Donnell. Omdat in deze scriptie hoofdzakelijk gebruik zal worden gemaakt van hun werk, zal er in de volgende paragraaf uitgebreid stilgestaan worden bij hun visie op propaganda.

⁸ Bernays, geciteerd in Cunningham, 2002:22

⁹ Ellul, 1965: 103

¹⁰ Geciteerd in Cunningham, 2002: 65

verschillen in culturele context van uitingen van propaganda.¹¹ Bovendien laat zijn overtuiging dat propaganda inherent is aan een technologische samenleving geen ruimte voor de intenties van een propagandist. Juist dat aspect vindt een meerderheid van propaganda-analisten onmisbaar in een beschrijving van propaganda.¹² Henderson bijvoorbeeld meent dat "every propaganda process is at its source deliberate and intentional...there is no unintentional propagandist".¹³ Ook op een ander punt verschillen de analisten van mening. Het betreft hier de positie van de analist zelf. Qualter meent dat iedere propaganda-analist een zo neutraal mogelijke houding moet hebben ten opzichte van zijn onderwerp. Anderen menen dat propaganda immoreel is omdat propagandisten de vrije keuze van het publiek belemmeren en gebruik maken van manipulatietechnieken om de mening of het gedrag van het publiek te beïnvloeden, zonder dat het publiek zich daar (volledig) van bewust is. Sommige analisten, waaronder ook Ellul, komen er rond voor uit dat zij propaganda verwerpelijk vinden.

(...) those who deliberately create events for the camera out of their imaginations and then pass these off as real, or even as authentic reconstruction of the real. Such people are simply liars. They are to media production what paedophiles are to child care.¹⁴

Wat propaganda precies inhoudt, blijkt moeilijk aan te geven. Om in deze scriptie toch met het begrip te kunnen werken, is het nodig om één theorie nader uit te werken. Deze theorie kan vervolgens steeds als referentie worden gebruikt wanneer over propaganda wordt gesproken. Zoals al in het begin van dit hoofdstuk is opgemerkt, heeft het begrip propaganda in het dagelijks spraakgebruik een negatieve connotatie. Voorstelbaar is dat de critici van Moore het woord propaganda bewust in zijn negatieve zin gebruikten. De bedoeling van dit onderzoek is juist om *Fahrenheit 9/11* te onderwerpen aan een neutrale definitie van propaganda zodat duidelijk kan worden of dit een juiste typering van de film is. De keuze voor de theorie van Garth Jowett en Victoria O'Donnell ligt voor de hand. Zij geven niet alleen een heldere uitleg van hun definitie van propaganda, hun werk wordt ook door andere propaganda-analisten vaak (in positieve zin) geciteerd en zij representeren een visie die door veel onderzoekers gedeeld wordt. Bovendien bieden zij in hun boek een handzaam stappenplan voor de analyse van propaganda.

1.3 Propaganda volgens Jowett en O'Donnell

In hun boek *Propaganda and Persuasion* (1999) definiëren Jowett en O'Donnell propaganda als volgt:

Propaganda is the deliberate, systematic attempt to shape perceptions, manipulate cognitions, and direct behavior to achieve a response that furthers the desired intent of the propagandist.¹⁵

¹¹ Jowett & O'Donnell, 1999:4

¹² Cunningham, 2002:64

¹³ Geciteerd in Cunningham, 2002:64

¹⁴ Winston, 200:10

¹⁵ Jowett & O'Donnell, 1999:6

Deliberate houdt in dat de propagandist weloverwogen alle mogelijkheden om zijn doel te bereiken nagaat en bewust een bepaalde strategie uitdenkt. Hij gaat vervolgens systematisch te werk in de uitvoering, vaak met behulp van daarvoor speciaal opgerichte instituten. Propaganda probeert een publiek in een bepaalde 'toestand' (*state*) te krijgen, door middel van sturing en manipulatie¹⁶. De toestand kan betrekking hebben op de perceptie, cognitie en het gedrag van het publiek. Dit moet uiteindelijk een reactie van het publiek opleveren die aansluit op de wens van de propagandist. Dit laatste is volgens Jowett en O'Donnell de essentie van propaganda, want hoewel de wensen van een propagandist niet altijd negatief hoeven te zijn voor het publiek, ze zijn allereerst zelfzuchtig. Hierin verschilt propaganda dan ook van 'overtuiging' (*persuasion*). Wanneer een persoon of groep een publiek wil overtuigen dan gebeurt dat op een interactieve manier waarbij geprobeerd wordt de behoeften van beide partijen te bevredigen. Een propagandist is niet uit op wederzijds begrip tussen zender en ontvanger. Ondanks het belang dat Jowett en O'Donnell aan dit laatste kenmerk hechten, zal daar in deze scriptie niet te lang bij stil worden gestaan. Het is een haast onmogelijke taak om 'de' behoeften van 'het' publiek te onderzoeken en die te onderscheiden van 'de' behoefte van de propagandist.

Deze definitie laat voldoende ruimte voor de vorm waarin propaganda voorkomt en geeft tegelijkertijd de kern van het fenomeen weer. Wat naar mijn idee in de definitie ontbreekt is het groepsaspect. De werking van propaganda staat of valt immers met het conformeren van het individu aan een groep.¹⁷ Propaganda richt zich niet tot een enkel persoon, maar moet een groter publiek overtuigen. Jowett en O'Donnell lijken dit aspect zo vanzelfsprekend te vinden dat ze er niet apart aandacht aan besteden. Uit hun formuleringen in de rest van hun werk blijkt dat ze ervan uitgaan dat de propagandist zich tot een groep went en niet tot het individu.¹⁸

Jowett en O'Donnell maken een onderscheid tussen zogenaamde witte, grijze en zwarte propaganda.¹⁹ *Witte propaganda* komt van een bekende bron en de informatie is schijnbaar accuraat. De informatie ligt weliswaar dicht bij de waarheid, maar wordt zo gepresenteerd dat de ontvanger overtuigd raakt dat de zender de beste ideeën en idealen heeft. Via witte propaganda probeert de zender het vertrouwen van het publiek te winnen, omdat hij of zij dit in de toekomst nodig zou kunnen hebben. Omdat de propaganda terug te leiden is naar de bron wordt het ook wel open propaganda genoemd. *Grijze propaganda* vervolgens gebruikt informatie waarvan niet met zekerheid valt te zeggen dat het accuraat is en waarbij onduidelijkheid bestaat over de bron. Grijze propaganda wordt vaak gebruikt om vijanden of tegenstanders in verlegenheid te brengen. *Zwarte propaganda* tot slot verwijst naar een onjuiste bron en maakt gebruik van leugens, verzinsels en alle mogelijke vormen van misleiden. Omdat de bron (de zender) verborgen blijft, wordt deze vorm ook wel gesloten propaganda genoemd. Jowett en O'Donnell omschrijven zwarte propaganda als 'De Grote Leugen', het is het soort

¹⁶ Manipulatie is, net als propaganda, in het dagelijks spraakgebruik geen neutraal begrip. In deze scriptie zal manipulatie echter worden gebruikt in haar wetenschappelijke betekenis: het beïnvloeden van mensen zonder dat zij dat zich daar (volledig) bewust van zijn.

¹⁷ Cunningham, 2002: 63

¹⁸ Zie voor een voorbeeld de beschrijving van *group norms*, 1999: 292

¹⁹ Jowett & O'Donnell, 1999: 12 en Elull, 1973: 15

propaganda dat men in het algemeen voor ogen heeft wanneer over propaganda wordt gesproken. Zwarte propaganda is succesvol wanneer het publiek vertrouwt op de geloofwaardigheid van de veronderstelde bron en de informatie, zij moeten op elkaar aansluiten. De bron en de informatie moeten passen binnen het sociale, culturele en politieke kader van het publiek. Op die manier hebben mensen niet in de gaten dat er invloed op hen wordt uitgeoefend en dat zij in een bepaalde (denk)richting worden geduwd. Zwarte propaganda wordt ook wel uitgelegd als 'desinformatie' (van het Russische *dezinformatsia*, de afdeling van de KGB die zich met zwarte propaganda bezighield). Desinformatie bestaat uit nieuwsberichten, gebaseerd op valse informatie, die de tegenpartij moeten verzwakken. Deze berichten worden 'ontleend' aan een betrouwbare bron. De propagandist kan deze bron óf zelf creëren (een *deflective source*) óf een bestaande bron aanvoeren als bron (een *legitimizing source*).²⁰

Zoals uit het voorgaande opgemaakt kan worden, zien Jowett en O'Donnell propaganda als een vorm van communicatie. De propagandist is in de klassieke termen van de communicatiewetenschap een zender die zijn boodschap aan een ontvanger (het publiek) doorgeeft. Volgens Jowett en O'Donnell heeft propaganda veel kenmerken gemeen met andere vormen van communicatie zoals informatieoverdracht en overtuiging. De propagandist probeert immers ook ideeën over te brengen, mensen te instrueren en dingen te verklaren aan het publiek. De communicatie door een propagandist bestaat daarnaast uit een aantal kenmerkende elementen. Allereerst houdt de propagandist soms zijn eigen identiteit verborgen omdat hij slechts dan zijn doelen kan bereiken. Ten tweede probeert de propagandist controle te houden over de informatiestroom. Deze controle bestaat naast het creëren van informatie uit het achterhouden van informatie, het bepalen van het tijdstip en de context waarin informatie wordt vrijgegeven en het vervormen van informatie. Dit doet de propagandist via twee wegen: controle over de media en het gebruik van schijnbaar betrouwbare bronnen. Als derde kenmerk kan de controle over de publieke opinie genoemd worden. Tenslotte probeert de propagandist het gedrag van het publiek te manipuleren, dit is lastig omdat gedrag van mensen vaak bepaald wordt door gewoontes. Gewoontes ontstaan door het langdurig herhalen van bepaald gedrag en zijn dus niet in een kort tijdsbestek te veranderen.

²⁰ Als voorbeeld geven Jowett en O'Donnell het bericht dat in 1985 in Russische krant verscheen. Daarin stond vermeld dat de Verenigde Staten verantwoordelijk waren voor de ontwikkeling van AIDS. Het bericht zou overgenomen zijn uit een Indiase (pro-Sovjet) krant. In werkelijkheid was het bericht nooit in de Indiase krant verschenen, maar een buitenlandse bron versterkte de geloofwaardigheid van het bericht.

Propaganda in de twintigste eeuw

I consider that the cinema is an empty, totally useless, and even harmful form of entertainment (...) It is complete rubbish and no importance whatsoever should be attached to such stupidities - Tsaar Nicolaas II

2.1 De ontwikkeling van propaganda

Zoals in het vorige hoofdstuk ook al is aangegeven, ontstond er onder onderzoekers pas in de twintigste eeuw grote belangstelling voor het fenomeen propaganda. Dat had voor een groot deel te maken met de Eerste Wereldoorlog. Niet dat er in eerdere oorlogen geen gebruik werd gemaakt van propaganda. Napoléon Bonaparte bijvoorbeeld liet aan het begin van de negentiende eeuw een serie almanakken (met in 1813 een oplage van 128.200 exemplaren) uitbrengen waarin zijn daden en de overwinningen van het Franse volk werden beschreven.²¹ En tijdens de Amerikaanse onafhankelijkheidsoorlog werd op grote schaal gebruik gemaakt van misleidende politieke *cartoons*.²² Dat propaganda pas aan het begin van de twintigste eeuw op de aandacht van onderzoekers kon rekenen had alles te maken met de schaal waarop propaganda werd bedreven. De verbeteringen in het transport en vooral de groei van de massamedia leidden ertoe dat een groter publiek bereikt kon worden met propaganda. In de Verenigde Staten bijvoorbeeld nam de totale dagelijkse oplage van dagbladen toe van 2.6 miljoen in 1870 tot 15 miljoen in 1900²³. De bevolking was in die zelfde periode 'slechts' verdubbeld. Met de komst van eerst de radio en later ook de film nam het bereik onder de bevolking verder toe.

Men moet beseffen dat propaganda een wijdverbreid fenomeen is en niet alleen door politieke leiders wordt ingezet. In Amerika bijvoorbeeld wordt propaganda bedreven door verschillende maatschappelijke organisaties zoals de anti-abortus en anti-porno en de milieubewegingen. De bekendste voorbeelden van het gebruik van propaganda in de twintigste eeuw zijn echter voortgekomen uit tijden van oorlog en politieke onrust. Deze voorbeelden zijn de focus van het meeste onderzoek naar propaganda en zijn ook in de volgende paragraaf hoofdonderwerp.

2.2 Film als propagandamiddel

De toepassing van film als propagandamiddel is omvangrijk. Er zijn honderden de voorbeelden te vinden uit de twintigste eeuw uit tientallen landen. Van de Sovjet-Unie tot de Verenigde Staten en van Italië tot Groot-Brittannië. Ook Nederland heeft meerdere propagandafilms voortgebracht. Wat hieronder volgt is een korte geschiedenis van het gebruik van propagandafilms met daarin een aantal 'hoogtepunten' als voorbeeld.

Al snel na de eerste filmvertoningen in 1895 door de gebroeders Lumière zagen kunstenaars en politici in dat film meer potentie had dan slechts het vermaken van het

²¹ Thaite en Thornton, 1999: 132

²² Jowett en O'Donnell, 1999: 78

²³ idem, p. 108

volk. Film kon als geen ander medium inspelen op de emoties van het publiek. De angst dat tegenstanders van hun regime het gebruik van film zouden inzetten om het volk tegen hen in opstand te brengen, leidde ertoe dat overheden in verschillende landen een strenge censuur oplegden.²⁴ Het gebruik van film voor andere doeleinden dan vermaak kwam grotendeels te liggen bij de politieke machthebbers. De eerste toepassing voor propaganda op grote schaal had plaats in de Eerste Wereldoorlog. Halverwege de oorlog ontstond er onder de bevolking in Groot-Brittannië grote weerstand tegen de oorlog; er werden aan het front weinig overwinningen behaald en in het eigen land lag de voedseldistributie grotendeels plat. De Britse overheid besloot daarop het volk te mobiliseren en te overtuigen van zijn eigen kracht. De eerste film *Britain Prepared* werd aan het eind van het jaar 1915 vertoond. Deze werd lauw ontvangen; er werden slechts beelden vertoond van oorlogsvoorbereidingen. De drie daaropvolgende films raakten wel hun doel door het gebruik van oorspronkelijke oorlogsbeelden. De focus lag op de emoties en acties van individuele soldaten en niet op de abstracte oorlogsvoering van de militaire leiders. De Britse overheidspropaganda was van korte duur. Toen de oorlog definitief ten einde was, werd de opdrachtgever, het Ministerie van Informatie, opgeheven. De Britse overheid wilde geen ruchtbaarheid geven aan het feit dat het propagandafilms had ingezet.

In de Sovjet-Unie ging het er een aantal jaren later heel anders aan toe. Na de Oktoberrevolutie van 1917 richtten de Bolsjewieken onmiddellijk een overheidsinstelling voor propaganda op: het Volkscommissariaat voor Verlichting. Propaganda werd één van de belangrijkste middelen in de strijd tegen het kapitalisme. Reeves (1999) merkt op dat het gebruik van propaganda in de Sovjet-Unie van dezelfde aard was als het gebruik van propaganda door de katholieke kerk ten tijde van de *Sacra Congregatio de Propaganda Fide*.²⁵ De Bolsjewieken wilden het volk overtuigen van het 'ware geloof': het socialisme. Ondanks de slechte economische omstandigheden was de cinema aan het eind van de Eerste Wereldoorlog de grootste bron van vermaak voor de Russische arbeidersklasse. De Bolsjewieken begrepen dat daar hun kans lag om het volk van hun ideologie te overtuigen. Om het maximale effect op het publiek te realiseren ontwikkelden Sovjetfilmers een nieuwe techniek: de montage.²⁶ Ze ontdekten dat ze een nieuwe realiteit konden scheppen door verschillende stukken film in een bepaalde volgorde te zetten. Hierdoor zou de film een groot psychologisch effect hebben op het publiek. De toepassing van deze techniek leidde tot de 'montage-beweging' met als voornaamste vertegenwoordigers de filmers Vertov, Kulesov en Eisenstein. Deze laatste verwierf met *Bronenosets Potyomkin* (Pantserkruiser Potemkin) wereldfaam. De film beschrijft de met bruto geweld neergeslagen revolutieopgong van 1905. De film maakte grote indruk door de tegenstellingen die Eisenstein creëerde met de montagetechniek. Hij toonde de individuele slachtoffers tegenover de massa's soldaten, legde de focus bij een vrouwelijk slachtoffer op haar moederrol en bij de soldaten op hun inhumane, masculiene gedrag en hij gebruikte camerastandpunten van onderen en boven om de perspectieven van de burgers en de militairen weer te geven. Met de komst van Stalin veranderde de inhoud

²⁴ Reeves, 1999: 4

²⁵ idem, p. 43

²⁶ Jowett en O'Donnell, 1999: 116

van de Sovjetfilms. Onder Lenin en de Bolsjewieken lag de nadruk vooral op de revolutie en de strijd die men moest voeren. Stalin gaf opdracht tot het maken van sociaal-realistische films waarin de verheerlijking van de Sovjet-Unie centraal stond. De propagandafilm verloor daardoor aan kracht die pas weer terugkwam in de jaren dertig, in reacties op het fascisme in Duitsland.²⁷

De opkomst van het fascisme gaf ook in Duitsland zelf een eerste aanzet voor het gebruik van propagandafilms. Toen Hitler in 1933 aan de macht kwam stelde hij een Ministerie voor Openbare Voorlichting en Propaganda in met Goebbels als minister. Zijn voornaamste taak was om eenheid te brengen onder het volk en iedereen achter de Nazi-partijpolitiek te krijgen.²⁸ De Duitsers moesten zich vóór alles Duitser voelen. Goebbels en Hitler probeerden dat in de jaren dertig onder andere te bereiken door in propagandafilms verschillende minderheidsgroepen (waaronder Joden) systematisch als gevaarlijk en minderwaardig te portretteren. Tegelijkertijd gebruikte het Ministerie voor Openbare Voorlichting en Propaganda films om de persoon van Hitler te verheerlijken. Het bekendste voorbeeld hiervan is de film *Triumph des Willens* uit 1934. Filmmaakster Leni Riefenstahl kreeg de opdracht om de Rijkspartijdag in Neurenberg te filmen. Ze kreeg hiervoor van de partij alle mogelijke middelen tot haar beschikking. Zo kon ze gebruik maken van vliegtuigen en speciale bruggen om luchtshots te maken. De leus van de bijeenkomst 'Ein Volk, ein Führer, ein Reich' wist Riefenstahl tot de verbeelding te brengen met beelden van soldaten in geometrische formaties, de steeds terugkerende kreet 'Sieg Heil' en met shots van de Führer vanuit een laag perspectief. Beelden van de aankomst van Hitler per vliegtuig wekken de suggestie dat hij als God op aarde neerdaalt. Los van de inhoud wordt *Triumph des Willens* door Riefenstahls regie en montage tot op de dag van vandaag gezien als een hoogtepunt in de cinematografie.²⁹

²⁷ Jowett en O'Donnell, 1999:117

²⁸ 67% van de kiezers had niet op Hitler's partij de NSDAP gestemd

²⁹ Clark, 1997:51

3

Analyse van propagandafilms

It is our fervent wish that all who use this book will acquire such skills because the future of democracy and the free expression of ideas depend upon it. – Garth Jowett en Victoria O'Donnell

In het eerste hoofdstuk is de definitie van propaganda gegeven zoals die is geformuleerd door Jowett en O'Donnell en die als basis dient voor de analyse van de film *Fahrenheit 9/11*. Om de vraag te beantwoorden of deze film binnen het genre van propagandafilms valt is het van belang om te weten of de film binnen deze definitie van propaganda valt. Voortvloeiend uit de definitie moet de film een aantal kenmerken hebben. De propagandist moet een doel hebben dat hij nastreeft en hiervoor moet hij bewust en systematisch de perceptie van het publiek vormgeven, de cognities van het publiek manipuleren en het gedrag van het publiek sturen.

Jowett en O'Donnell geven in *Propaganda and Persuasion* een tien-stappenplan om propaganda te analyseren. Dit stappenplan kan echter niet zonder meer worden toegepast. Het is door zijn brede opzet bedoeld voor de analyse van een volledige propagandacampagne. Films kunnen hiervan een onderdeel zijn, maar om die zelfstandig te analyseren is nog een andere methode nodig. Vijf vragen uit het tien-stappenplan zijn evenwel bruikbaar voor een eerste analyse van de context waarin de film tot stand is gekomen. Er ontstaat dan een nieuw vijf-stappenplan:

- Wat is de ideologie en het doel van de propagandacampagne?
- Wat is de tijdsgeest waarin de propaganda voorkomt?
- Wie of wat is de propagandist?
- Hoe is de propagandaorganisatie gestructureerd?
- Wat is de doelgroep?

Jowett en O'Donnell vinden het beantwoorden van deze vragen vooral van belang om de intentie en het doel van de propagandist te verhelderen. Kern van hun definitie is immers dat een propagandist bewust een bepaald doel nastreeft. Zoals al uit de formulering van de vragen blijkt, is het stappenplan bedoeld voor de analyse van een campagne die al als propaganda is bestempeld. Jowett en O'Donnell vragen zich niet af óf iets propaganda is, maar vooral hoe die propaganda vorm heeft gekregen. Dit gebrek in hun analysemethode staat niet op zichzelf. Geen enkel bij mij bekend boek over propaganda biedt een eigen methode om propaganda als zodanig te identificeren. Het Institute for Propaganda Analysis (IPA) heeft als enige een model ontwikkeld waarmee propaganda herkend kan worden, maar heeft nooit concurrentie gekregen. Het IPA werd in 1937 opgericht aan de Columbia University in de Verenigde Staten. De oprichting was een direct gevolg van de toename van propaganda in de wereld en specifiek in nazi-Duitsland. De initiatiefnemers vreesden dat deze toename er toe zou leiden dat mensen niet meer zelfstandig en helder zouden kunnen nadenken. Dit zou een nieuwe inmenging

van de Verenigde Staten in een Europese oorlog tot gevolg kunnen hebben. Niet alleen de ontwikkelingen in Europa baarden het bestuur van de IPA zorgen. Ook interne propaganda vanuit de Ku Klux Klan, het communisme en de reclamewereld zouden de democratie kunnen aantasten. Het instituut koos door haar kritische houding duidelijk stelling tegen propaganda en stelde zich ten doel propaganda op te sporen, te analyseren en op basis daarvan voorlichting te geven aan publiek en opinieleiders.³⁰ In het tweede nummer van het IPA-tijdschrift *Propaganda Analysis* werd daarom het artikel *How to Detect Propaganda* gepubliceerd. Hierin was een lijst opgenomen met zeven technieken die worden gebruikt in propaganda: het 'ABC van de propaganda-analyse'³¹:

- *Name Calling*. Het diskwalificeren en verwerpen van personen en/of hun ideeën door ze een 'slechte naam' te geven.
- *Glittering Generality*. Iets of iemand op generaliserende wijze met iets waardevols of prestigieus te associëren, zonder hiervoor bewijs aan te voeren.
- *Transfer*. Het (dis)respect dat iets of iemand afdwingt overdragen op iets of iemand anders zodat de laatste als zodanig erkend wordt.
- *Testimonial*. Een gerespecteerd persoon iets positiefs of negatiefs over een bepaald idee of persoon laten zeggen.
- *Plain Folks*. Een publiek overtuigen door te zeggen dat een idee het idee van het gewone volk is, van de 'man van de straat'.
- *Card Stacking*. Het selectief gebruiken van feiten en onwaarheden om een idee of persoon te ondersteunen of neer te halen.
- *Band Wagon*. Verkondigen dat iedereen 'meedoet' zodat individuen niet achter willen blijven op de grote groep.

Deze analysemethode heeft vanaf het begin kritiek te verduren gehad. De evaluatie via een zeven-puntensysteem zou te oppervlakkig zijn en veel subjectiviteit toelaten.³² Desondanks is het model zoals gezegd nooit door anderen verbeterd of vervangen.³³ Veel analisten hebben de methode overgenomen en het wordt tot op de dag van vandaag gehanteerd in propagandaonderzoek.

[T]hese seven devices have been repeated so frequently in lectures, articles, and textbooks ever since that they have become virtually synonymous with the practice and analysis of propaganda in all of its aspects.³⁴

³⁰ Sproule, 1997: 129

³¹ Jowett en O'Donnell, 1999: 232

³² idem, p. 233

³³ N.B. het Institute for Propaganda Analysis ging al in 1941 ter ziele.

³⁴ Combs, J. & Nimmo, D. *The New Propaganda*. 1993. Propaganda Critic. 24 juli 2004
<http://www.propagandacritic.com/articles/intro.ipa.html>

Het 'ABC van de propaganda-analyse' biedt een goede richtlijn om een film als propaganda te herkennen. De zeven technieken kunnen worden gezien als vormen van manipulatie waarmee de propagandist de perceptie, de cognitie en het gedrag van zijn publiek wil beïnvloeden. Deze analysemethode is een goede aanvulling op het stappenplan van Jowett en O'Donnell. Niet alleen omdat laatstgenoemden geen mogelijkheid bieden om propaganda te herkennen en beperkt aandacht schenken aan manipulatietechnieken, ook omdat de definitie die de IPA hanteert grote overeenkomsten vertoont met hun definitie.

Propaganda is the expression of opinions or actions carried out deliberately by individuals or groups with a view to influencing the opinions or actions of other individuals or groups for predetermined ends and through psychological manipulations.³⁵

Om het model toe te kunnen passen op de film *Fahrenheit 9/11* is het nodig kennis te nemen van de verschillende cinematografische technieken die de maker heeft gebruikt. Alleen door je bewust te zijn van het gebruik ervan en hun effecten kunnen de manipulatietechnieken worden herkend. Film biedt immers niet alleen de mogelijkheid om een boodschap via inhoud naar voren te brengen, maar vooral ook door vorm. Chris Vos geeft in *Het verleden in bewegend beeld* (1991) een ideaalmodel voor de analyse van films. Daarin schenkt hij vooral aandacht aan de vorm en inhoud van de film. Vos noemt een aantal cinematografische technieken die daarop van invloed zijn. Volgens zijn ideaalmodel moet op shot-niveau gekeken worden naar de mise-en-scène, beeldkadrering en authenticiteit van de beelden. Op het niveau van de montage moet gelet worden op de sequenties en snelheid. Daarnaast moet ook het gebruik van geluid (muziek, effecten, voice-overs) niet uit het oog worden verloren.

Korte samenvatting

Op basis van het voorgaande kan een analyseschema voor de film *Fahrenheit 9/11* worden opgesteld. Dat schema bestaat uit twee fases. Allereerst zal de context van de film op macro-niveau worden geanalyseerd. Aan de hand van het verkorte stappenplan van Jowett en O'Donnell zal gekeken worden naar de ideologie die de film uitdraagt, naar de (historische) context en de typeringen van de maker (de veronderstelde propagandist), zijn organisatie en de doelgroep. Vervolgens kan de film op micro-niveau worden onderzocht op het voorkomen van propagandatechnieken zoals die zijn benoemd door het IPA. In het onderscheiden van deze propagandatechnieken kunnen de door Chris Vos benoemde cinematografische begrippen van pas komen.

Alvorens tot de analyse over te gaan zal in het volgende hoofdstuk allereerst een inhoudelijke samenvatting worden gegeven van *Fahrenheit 9/11*.

³⁵ IPA in Ellul, 1965: xiii

Fahrenheit 9/11 geanalyseerd

Is it rude to suggest that when the Bush family wakes up in the morning they might be thinking about what's best for the Saudis instead of what's best for you or me? - Michael Moore

4.1 Het verhaal

De titel *Fahrenheit 9/11* is ontleend aan het boek *Fahrenheit 451* van de Amerikaanse schrijver Bradbury. In zijn sciencefiction boek waarschuwt Bradbury indirect voor het gevaar van censuur voor het vrije denken: papier brandt bij een temperatuur 451 graden Fahrenheit. Met een verwijzing naar de aanslagen op het World Trade Center en het Pentagon op 11 september 2001 (hierna: de aanslagen) heeft Moore zijn film *Fahrenheit 9/11* 'The temperature where freedom burns!' als ondertitel meegegeven. En al gaat de film voor een belangrijk deel over de gevolgen van de aanslagen voor de vrijheid van het Amerikaanse volk, *Fahrenheit 9/11* is in zijn geheel vooral een aanval op de president van de Verenigde Staten George W. Bush en zijn familie. Althans dat is hoe Michael Moore zelf zijn film ziet, zo blijkt uit een interview dat Matt Lauer met hem had voor het NBC-programma *Dateline*³⁶:

Lauer: "Not a personal attack on the Bush family[?]"

Moore: "Oh yeah. It's that. If you'd asked the question that way."

Om zijn standpunten over George W. Bush duidelijk te maken, heeft hij niet alleen zijn eigen zoektocht naar antwoorden op prangende vragen vastgelegd, maar maakt hij ook gebruik van nieuwsuitzendingen en reportages van de nationale televisienetwerken, van ruw filmmateriaal uit Irak en verklaringen van experts. De inhoud van de film is grotendeels gebaseerd op Moore's boek *Dude, Where's My Country?* (2003)

De film start met de Amerikaanse presidentsverkiezingen van 2000, die volgens Moore door George W. Bush op ondemocratische wijze gewonnen zijn. Vervolgens toont Moore hoe de president een groot deel van zijn tijd doorbrengt op vakantie of op zijn eigen ranch in Texas. De aanslagen zijn voor Moore aanleiding om de hechte band tussen de familie Bush en Saoedi's in beeld te brengen. Moore werpt de vraag op of deze persoonlijke en zakelijke relaties er toe hebben geleid dat de familie van Osama Bin Laden zonder verder verhoor vlak na de aanslagen het land mocht verlaten. Ook suggereert hij dat deze contacten en de zakelijke (olie)belangen van vice-president Dick Cheney eraan hebben bijgedragen dat de Amerikaanse aanval op Afghanistan marginaal was. Moore stelt dat de president en zijn regering in plaats van het echte kwaad aan te pakken, hun eigen volk aanvallen. Met de invoering van de Patriot Act³⁷ en zogenaamde terreuralarmen is er in de Verenigde Staten een angstcultuur ontstaan waarin niets of

³⁶ <http://www.msnbc.msn.com/id/5239322>, 23-8-2004

³⁷ De Patriot Act houdt een beperking op de burgerrechten in en geeft de overheid onder meer de mogelijkheid om te infiltreren in organisaties, zelf rechtens te benoemen, in levensbedreigende situaties de communicatiemiddelen af te sluiten en privé-gegevens van burgers te onderzoeken en gebruiken.

niemand meer veilig is en niemand vertrouwd kan worden. Moore oppert dat deze 'angstzaaijerij' een tactiek is van de overheid om een aanval op Irak te kunnen rechtvaardigen. Deze aanval op Irak belicht Moore van meerdere kanten. Hij laat aan de ene kant zien welke gruwelen Amerikaanse soldaten teweeg brengen in Irak en de ontkenning daarvan door de Amerikaanse regering. Om dit kracht bij te zetten toont hij oorlogsbeelden die tot dan toe verborgen zijn gebleven voor de Amerikaanse bevolking. Tegelijkertijd grijpt Moore de oorlog aan om te laten zien dat alleen jongeren uit de kansarme onderklasse worden gerekruteerd om voor het vaderland te vechten. Moore laat de moeder van een omgekomen soldaat aan het woord. Haar machteloosheid staat in schril contrast met het optimisme waarmee investeerders het 'nieuwe Irak' tegemoet zien. Om dit verschil tussen de onder- en bovenklasse nog eens te bevestigen begint Michael Moore een actie om congressleden over te halen hun eigen kinderen naar Irak uit te zenden.

4.2 De analyse

Zoals in Hoofdstuk 3 aangekondigd bestaat de analyse van de *Fahrenheit 9/11* uit twee delen. Voor een macro-analyse zal allereerst het vijf-stappenplan op basis van de analysemethode van Jowett en O'Donnell worden toegepast. Hieruit moet blijken welke intenties en doel de veronderstelde propagandist nastreeft. Vervolgens zal onder de kop 'technieken' de film op microniveau worden bekeken met behulp van de door de IPA opgestelde lijst met propagandatechnieken. Daaruit zal blijken of en op welke wijze de veronderstelde propagandist de perceptie, de cognitie en het gedrag van zijn publiek probeert te manipuleren. Verschillende fragmenten uit de film zullen worden gebruikt ter ondersteuning of illustratie. De keuze voor de fragmenten gebeurt op basis van hun representativiteit of omstredenheid.

Ideologie en doel

Michael Moore steekt niet onder stoelen of banken dat hij een duidelijk doel heeft met de film. Hij hoopt met *Fahrenheit 9/11* meer mensen naar de stembus te krijgen voor de presidentsverkiezingen.

Oh, I hope so. If I can just -- if I do nothing else but just get people out to vote, regardless who they vote for, if I can get that 50 percent, or part of that 50 percent out that has chosen not to vote, to engage and to come back in and care about what's going on, then I will feel like I've done something important.³⁸

En al komt dat in dit interviewfragment niet naar voren, zijn uiteindelijke doel is toch ervoor te zorgen dat Bush niet wordt herkozen. Ook in de film maakt hij die boodschap nergens expliciet. Dat blijkt ook niet mogelijk te zijn; het oproepen op een bepaalde kandidaat te stemmen is in Amerika voorbehouden aan de officiële verkiezingsteams.³⁹

³⁸ <http://www.msnbc.msn.com/id/5239322>, 23-8-2004

³⁹ Judy Ford van *Democrats Abroad* in *De Volkskrant*, 23 juli 2004

Dat het voorkómen van een herverkiezing van Bush zijn hoogste doel is, maakt Moore alleen expliciet in interviews en zijn boek *Dude Where's My Country?* (2003).

Net als het eerdere werk van Moore heeft *Fahrenheit 9/11* een sterke politieke en maatschappelijke lading. Zoals altijd kiest hij partij voor de underdogs in de Amerikaanse samenleving. Toch is moeilijk vast te stellen op welke ideologische leest *Fahrenheit 9/11* geschoeid is. Moore's doel is weliswaar van politieke aard, de vraag is of zijn ideologie dat ook is. Door zijn wantrouwende en soms haast agressieve houding ten opzichte de *upperclass*, de managers en de (dienaren van) de overheid wordt hij door sommigen bestempeld als communist, Marxist of 'oud-links fossiel'⁴⁰ Dat Michael Moore een anti-Republikein is, lijdt geen twijfel, maar voelt hij zich daarom verbonden aan één van de andere partijen in het land? Als één van de weinigen⁴¹ stemde hij tijdens de presidentsverkiezingen voor de linkse, 'groene' partij van Ralph Nader. In het interview voor *Dateline* maakt hij duidelijk dat hij, in tegenstelling van wat velen denken, geen aanhanger is van de Democraten: "They have been a weak-kneed, wimpy party that hasn't stood up to the Republicans." Toch wordt er getwijfeld aan zijn huidige betrokkenheid bij de partij van Nader. Nader zelf bijvoorbeeld verwijt Moore dat hij zijn oude politieke vrienden sinds het succes van *Fahrenheit 9/11* in de steek heeft gelaten:

Now there is Michael Moore the Second. Last night he hosted the Washington, DC premiere of *Fahrenheit 9/11*, and who was there? The Democratic political establishment, the same people whom he took to such mocking task on the road with us in campaign rally after campaign rally in 2000. Who was not there? His old buddies! Not personally invited, not personally hung out with.⁴²

Als er geen duidelijke partijpolitieke ideologieën aan de basis van *Fahrenheit 9/11* liggen, is er dan een bredere ideologie die de maker Michael Moore aanhangt? Welke opvattingen heeft Michael Moore over de wereld? Hoe kijkt hij tegen het leven aan? Vanuit welke stroming denkt hij? Moore zelf geeft hier geen antwoord op. Maar ook de suggesties die diverse journalisten doen zijn niet bevredigend. Een ideologie geeft de opvattingen van een bepaalde stroming weer, een bepaald idee van de wereld van waaruit men (sociale) verschijnselen probeert te verklaren of te veranderen. De moeilijkheid zit hem in het beoordelen van iemand anders' blik op de wereld, in dit geval die van Michael Moore. Journalisten en anderen verwijten Moore een 'anti-Amerika ideologie' of een 'anti-kapitalisme ideologie'. Zij beoordelen Moore echter vanuit hun eigen ideologische gezichtspunt. Een chauvinistische Amerikaan zal alle kritiek op zijn land als anti-Amerikaans beschouwen, terwijl die kritiek geen betrekking hoeft te hebben op het land zelf, maar op haar positie in de wereldorde. Moore's kritiek op Bush is misschien wel meer van persoonlijk aard dan dat er een diepgewortelde aversie voor Republikeinen aan ten grondslag ligt. En dat hij het in zijn film opneemt voor de zwakkeren in de samenleving hoeft niet te betekenen dat hij een overtuigend Marxist is. Toch zou men op

⁴⁰ Flip Vuijsje in *Vrij Nederland*, 24 juli 2004

⁴¹ Ralph Nader kreeg nog geen 3% van alle stemmen

⁴² http://www.votenader.org/why_ralph/index.php?cid=83, 9-12-2004

grond van zijn betoog in *Fahrenheit 9/11* en zijn eerdere gefilmde en geschreven werk voorzichtig kunnen concluderen dat hij een ideologie aanhangt die via democratische weg streeft naar een verandering in de Amerikaanse samenleving waarbij de politieke, economische en militaire elites niet langer alleen voor hun eigen belangen opkomen maar voor de belangen van het gehele Amerikaanse volk.

Context

Het lijkt haast een onmogelijke opgave om de context waarin de *Fahrenheit 9/11* werd gemaakt en uitgebracht te beschrijven. Niet alleen is het onmogelijk om 'de' Verenigde Staten te beschrijven, de context wordt ook bepaald door de huidige wereldpolitiek en die is verre van overzichtelijk. Wat nu volgt is de context in een notendop.

Fahrenheit 9/11 werd in de Verenigde Staten uitgebracht in 2004, het jaar van de presidentsverkiezingen. George W. Bush had er inmiddels één termijn opzitten en zou het in de aankomende verkiezingen opnemen tegen de Democraat John Kerry. George Bush presidentschap lag vanaf het begin gevoelig. De verkiezingen waren in 2000 op z'n zachtst gezegd niet geheel vlekkeloos verlopen: pas na 39 dagen van hertellingen werd Bush als winnaar aangewezen. Volgens veel Democraten waren de verkiezingen ondemocratisch verlopen en had Bush de overwinning 'gestolen'. De protesten tegen zijn presidentschap verstomden echter na enige tijd. De ommekeer kwam na de aanslagen. In Amerika ontstond een steeds dieper wordende kloof tussen de Republikeinen en Democraten, tussen rechts en links, tussen de Bush 'lovers' en Bush 'haters'. In de maanden na '9/11' steeg Bush' populariteit weliswaar onder gehele bevolking⁴³, maar toen Osama Bin Laden, het vermeende brein achter de aanslagen, na een korte oorlog in Afghanistan nog steeds niet was opgepakt kwam daar verandering in. Omdat de overheid wel bleef berichten over nieuwe terreurdreigingen en de omstreden Patriot Act invoerde, maar blijkbaar niet in staat was het Al Qaeda netwerk aan te pakken, kreeg Bush steeds meer kritiek te verduren van de Democraten. Tegelijkertijd schaarden de Republikeinen zich steeds meer achter hun president omdat hij in hun ogen daadkrachtig optrad. Het hoogtepunt van de polarisatie in de Verenigde Staten werd echter veroorzaakt door de Amerikaanse aanval op Irak. Bush en zijn ministers rechtvaardigden de aanval met de bewering dat Irak beschikte over massavernietigingswapens. Omdat deze wapens niet werden aangetroffen, voelden veel linkse kiezers zich bedrogen en beschuldigden zij Bush van oorlogs- en heerszucht. Veel rechtse kiezers geloofden echter dat Amerika er goed aan deed om Irak aan te vallen, ongeacht of Irak chemische wapens had of niet. Irak moest immers bevrijd worden van haar dictator Saddam Hoessein en een democratie worden. Met de stijging van het aantal dodelijke slachtoffers onder de Amerikaanse soldaten nam de spanning tussen beide partijen alleen maar toe. Juist op dat moment bracht Michael Moore *Fahrenheit 9/11* uit.

⁴³ Bush stond na een paar dagen op de puinhopen van het World Trade Center om de hulpverleners, nabestaanden en het gehele Amerikaanse volk toe te spreken. Hij gaf zijn steun en de belofte de daders hard aan te zullen pakken.

Identificatie

De initiatiefnemer en de man die de grootste bijdrage aan *Fahrenheit 9/11* heeft geleverd is de schrijver, producent en regisseur Michael Moore. Michael Moore is geen nieuwkomer in de Amerikaanse media. Moore's journalistieke carrière begon bij een lokale krant in zijn geboorteplaats Flint in de staat Michigan. Hij werkte voor verschillende kranten en weekbladen voor hij de overstap maakte naar film. In 1989 maakte hij de documentaire *Roger & Me* over het verval van Flint na het vertrek van een vestiging van General Motors. Deze veelgeprezen documentaire maakte de weg vrij voor andere documentaireproducties en televisieprogramma's, met als hoogtepunten de documentaire *Bowling for Columbine* (2002) over de geweldscultuur in de Verenigde Staten en het programma *The Awful Truth*, een mix van comedy en politiek commentaar.⁴⁴

Organisatiestructuur

Voor zover bekend worden de films van Michael Moore niet gefinancierd met hulp van politieke partijen. *Roger & Me* wist Moore uit eigen zak te betalen. Voor *Bowling for Columbine* schakelde hij Salter Street Productions in, een Canadese productiemaatschappij. *Fahrenheit 9/11* maakte hij in samenwerking met Miramax, een dochteronderneming van The Walt Disney Company. Deze laatste nam de kosten voor haar rekening. Kort voor de geplande release weigerde Disney echter de film in Amerika te distribueren. Het bedrijf wilde zich niet mengen in de verkiezingen. Daarop besloot Miramax de rechten terug te kopen en de film in eigen beheer uit brengen. Disney ging akkoord op voorwaarde dat het winstaandeel van 60% dat het moederbedrijf anders zou hebben gekregen, geschonken zou worden aan een door Disney aan te wijzen goed doel.⁴⁵ De daadwerkelijke productie voor de documentaires verzorgt Michael Moore grotendeels zelf met zijn productiemaatschappij Dog Eat Dog Films.

Doelgroep

Zoals eerder is aangegeven, is het belangrijkste doel van Michael Moore het overtuigen van Amerikanen om te stemmen, het liefst tegen George W. Bush. Hij wil hen de ogen doen openen en overtuigen van zijn veronderstelling dat Bush het niet verdient voor een tweede termijn te worden gekozen. Zo gezien is de doelgroep van *Fahrenheit 9/11* de gehele stemgerechtigde bevolking van de Verenigde Staten. Michael Moore zal echter niet alleen deze mensen willen aanspreken met zijn film. *Fahrenheit 9/11* is niet voor niets uitgebracht in 42 andere landen: Moore wil iedereen overtuigen van zijn ideeën.

Technieken⁴⁶

Name Calling

Michael Moore neemt in *Fahrenheit 9/11* geen enkele keer een beledigend woord in de mond wanneer hij over George W. Bush, zijn familie of de Amerikaanse overheid spreekt. Hij geeft woordelijk geen negatieve oordelen, gebruikt geen diskwalificerende bijnamen

⁴⁴ "Watching a few episodes of *The Awful Truth* reminds one of what 60 Minutes might have looked like if Saturday Night Live had produced it", aldus Ronnie D. Lankford, Jr. op www.documentaryfilms.net

⁴⁵ Het is niet bekend naar welk doel het geld uiteindelijk is gegaan. The Walt Disney Company geeft hierover geen informatie.

⁴⁶ Citaten uit *Fahrenheit 9/11* zijn omwille van een correcte weergave overgenomen uit *The Official Fahrenheit 9/11 Reader* (2004) van Michael Moore

en scheldt niemand uit. Dit is opvallend omdat Michael Moore in de openbaarheid en in zijn boeken ferme taal niet schuwt.

[T]hese bastards who run our country are a bunch of conniving, thieving, smug pricks who need to be brought down and removed and replaced with a whole new system that **we** control.⁴⁷

I would like to apologize for referring to George W. Bush as a 'deserter.' What I meant to say is that George W. Bush is a deserter, an election thief, a drunk driver, a WMD liar and a functional illiterate. And he poops his pants.⁴⁸

Slechts één moment krijgt George Bush een negatieve benaming. Aan het eind van de film komt een demonstrante voor het Witte Huis in beeld. Zij noemt Bush een terrorist, "he's the butcher of Iraq."

Indirect laat Michael Moore wel zijn oordeel over George W. Bush blijken. Bush wordt in de film onder andere afgeschilderd als een *sluwe* man: Bush grinnikend in beeld nadat Michael Moore zich afvraagt hoe Bush de verkiezingen heeft kunnen winnen, vervolgens volgt een opsomming van zijn relaties die hem hebben kunnen helpen. Als een *luie* man: Michael Moore citeert de *Washington Post* die meldt dat Bush 42% van zijn tijd op vakantie was in de maanden voorafgaand aan 11 september 2001. Moore vervolgt op ironische toon dat Bush natuurlijk grote behoefte had aan vakantie omdat hij hard moest werken als president. De film toont ook beelden van Bush achter een pan in een kantine, vragend: "Anybody want some grits?"⁴⁹ Als een *oorlogszuchtige* man: Moore monteert meerdere malen op snelle wijze nieuwsfragmenten van Bush aan elkaar waarin hij steeds dezelfde woorden herhaalt. Zo ontstaan er reeksen van uitspraken als "We're gonna smoke 'em out", "Nuclear weapon" en "He's got 'em". Bovenal tracht Michael Moore Bush af te schilderen als een *onnozele* man: Aan het eind van de film houdt Bush een toespraak waarbij hij duidelijk moeite heeft met de woorden van een gezegde, "There's an old saying in Tennessee, (...) that says: Fool me once, shame on...shame on you...Fool me, you can't get fooled again."

Ook Bush' medestanders brengen het er regelmatig niet goed van af.

Meet John Ashcroft. In 2000, he was running for reelection as Senator from Missouri against a man who died the month before the election. The voters preferred the dead guy. So George W. Bush made him his attorney general. He was sworn on a stack of Bibles, 'cause when you can't beat a dead guy, you need all the help you can get.

En wanneer de oorlog tegen Afghanistan wordt aangekondigd, verschijnt de bewerkte beginscène van de televisiewestern *Bonanza* in beeld. De hoofdrolspelers zijn George W.

⁴⁷ Moore, 2003: 148

⁴⁸ www.michaelmoore.com, 27 januari 2004

⁴⁹ Grits is een in de zuidelijke staten van Amerika veel gegeten (ontbijt)pap van granen.

Bush, Donald Rumsfeld, Dick Cheney en Tony Blair. In Moore's ogen een stelletje cowboys.

Glittering Generality

Net zo min als Michael Moore diskwalificerende termen gebruikt wanneer hij het over zijn tegenstanders heeft, gebruikt hij 'deugdelijke eigenschappen' om zijn eigen standpunten te beschrijven. Moore richt zich voornamelijk op de zaken waar hij tegen in opstand wil komen en niet op mogelijke alternatieven, er zijn dus weinig momenten in de film die hij zou kunnen gebruiken voor de toepassing van deze techniek.

Transfer

Michael Moore maakt in *Fahrenheit 9/11* meermalen gebruik van oude filmfragmenten. Deze fragmenten roepen bij de kijker bepaalde emoties op die door hun plek in de montage worden 'overgebracht' op omliggende beelden. Halverwege de film stelt Moore de landen voor die deel uit maken van 'The Coalition of the Willing'⁵⁰. Hij noemt niet de grootste landen als Groot-Brittannië en Australië, maar de kleine, zwakke landen. De republiek Palau wordt gepresenteerd met beelden van hoeladanseressen, Costa Rica met beelden van een ossenkar en IJsland met zwart-witbeelden van een Vikingschip. Ook Nederland komt er niet heldhaftig vanaf met een wietrokende jongen.

Moore maakt ook veelvuldig gebruik van muziek om zijn ideeën bij bepaalde beelden over te brengen. Hij toont een serie fragmenten van ontmoetingen tussen de familie Bush en Saoedi's. Onderwijl draait hij het nummer *Shiny happy people* om zijn vermoedens van een hechte vriendschap tussen de families duidelijk te maken. Verderop in de film vertellen soldaten over de muziek die zij luisteren in hun tanks. Eén van die nummers *Fire Water Burn*, met daarin in de tekst "the roof is on fire, we don't need no water, let te motherfucker burn, burn motherfucker burn", draait Moore onder de vertoning van beelden van oorlogsslachtoffers, gillende vrouwen en brandende gebouwen.

De door Moore meest gebruikte toepassing van transfer is de ironische, soms zelfs cynische toon, waarmee hijzelf veel beelden van commentaar voorziet. Wanneer 'The Coalition of the Willing' is voorgesteld, volgen beelden van het militair koor en een opgetogen Rumsfeld die verkondigt dat het "the mother of all coalitions" is. Daarop zegt Michael Moore: "Fortunately, we have an independent media in this country who would tell us the truth." Nog voordat fragmenten van vooringenomen, niet-objectieve verslaggevers in beeld komen, weet de kijker door Moore's cynische intonatie hoe hij over de media moet denken.

Testimonial

Verscheidene malen laat Michael Moore zogenaamde experts aan het woord. Zo laat hij de schrijver van het boek *House of Bush, House of Saud* (2004) Craig Unger vertellen over de banden tussen de familie Bush en de Saoedische vorstendommen. Michael Moore interviewt ook Jack Cloonan, een gepensioneerde FBI agent die vóór de aanslagen nog

⁵⁰ 'The Coalition of the Willing' bestaat uit een grote groep landen die zich achter de Verenigde Staten hebben geschaard in hun aanval op Irak

voor de speciale eenheid werkte die Al Qaeda onderzocht. Hij vertelt in de film dat het een rare situatie was dat de familie van Osama Bin Laden kort na de aanslagen zonder verhoor het land mochten verlaten. Normaal gesproken had dat nooit gekund, "If I had the inconvenience a member of the bin Laden family with a subpoena or a grand jury, do you think I'd lose any sleep over it? Not for a minute, Mike."

In de film komen ook een aantal (voornamelijk Democratische) Congresleden aan het woord. Zij vertellen over de moeilijkheden rond de omstreden Patriot Act en hoe die wet door het Congres werd geloodst. "(...) they had all this on the shelf somewhere, ideas of things they would like to do. And they got 9/11 and they said, 'That's our chance! Go for it!'"

Michael Moore gebruikt halverwege de film een fragment uit de verhoren door de commissie die de aanslagen onderzocht. Daarin vertelt een medewerker van de FBI dat de minister van Justitie John Ashcroft in de aanloop naar 11 september 2001 niets wilde horen over eventuele aanslagen. Moore laat op deze manier een ander vertellen dat Ashcroft ondeskundig was en ongeschikt voor zijn post.

Plain Folks

Om het publiek duidelijk te maken dat zijn opvattingen niet van de elite komen maar ideeën van 'het gewone volk' zijn, zet Michael Moore vooral zichzelf in. Moore, inmiddels multimiljonair, verschijnt in *Fahrenheit 9/11* immer ongeschoren en gekleed in een spijkerbroek, een oud jasje en een baseballpet. Zijn opvattingen komen van 'de gewone man', omdat hij 'de gewone man' is. Hij stelt zich bewust op als tegenhanger van het establishment. Hij benadrukt daarom ook steeds dat hij geboren is in een arme stad; zijn *hometown* Flint.

Ook in zijn benadering van de oorlog tegen Irak kiest Michael Moore duidelijk partij voor het gewone Amerikaanse volk. Hij verkondigt dat de soldaten die hun leven laten voor het vaderland afkomstig zijn uit de onderste regionen van de samenleving. Hij maakt gebruik van de simpele, maar effectieve 'wij-zij tegenstelling'. Het zijn de simpele, arme zielen (wij) die zich opofferen en de mensen met geld en macht (zij) die van hun inzet profiteren. Het Amerikaanse leger (althans de top) is in Moore's ogen slecht. In *Fahrenheit 9/11* wordt het gerepresenteerd door twee *marine recruiters*. In vol ornaat struinen zij het parkeerterrein van een winkelcentrum af op zoek naar jongeren die zij voor het leger kunnen aanmelden. "We got two over here. Right over by the red van. You go that way, I go this way, we corner 'em." Door de snelle montage van een aantal vragen die de *recruiter* aan een jongen stelt wordt de indruk gewekt dat de jongen onder druk wordt gezet een afspraak te maken voor een gesprek. Tegenover het mooie plaatje dat de *recruiters* de jongeren voorhouden stelt Moore de beelden van Lila Lipscomb, de moeder van een omgekomen soldaat, en jonge veteranen in een revalidatiecentrum. Om nog eens duidelijk te maken dat de oorlog wordt bepaald door mannen die anderen het vuile werk voor hen laten opknappen, start Michael Moore een campagne voor het Capitool. Hij probeert, tevergeefs, Congresleden te overreden hun eigen kinderen naar het front te sturen.

Card Stacking

De techniek waar Michael Moore zich het meest van bedient, is het selectieve gebruik van feiten. Dit onderzoek is te beperkt om alle feiten te controleren, daarom zal ik grotendeels af moeten gaan op Moore's eigen verklaringen en het onderzoek van Amerikaanse journalisten. Op de website van Michael Moore staat het volgende:

Every single fact I state in 'Fahrenheit 9/11' is the absolute and irrefutable truth. This movie is perhaps the most thoroughly researched and vetted documentary of our time. No fewer than a dozen people, including three teams of lawyers and the venerable one-time fact-checkers from The New Yorker went through this movie with a fine-tooth comb so that we can make this guarantee to you.⁵¹

In de film probeert hij de betrouwbaarheid van de door hem opgeworpen feiten te ondersteunen door rapporten en verslagen van (overheids)instanties in beeld te brengen. Daarnaast is *Fahrenheit 9/11* doorspekt met fragmenten uit nieuwsprogramma's van de Amerikaanse nationale televisiezenders die de uitspraken van Moore bevestigen. Verscheidene journalisten en tegenstanders van Michael Moore hebben gewezen op feiten in de film die volgens hen niet kloppen. Op internet zijn tientallen lijsten en artikelen te vinden met titels als *59 Deceits in Fahrenheit 9/11*, *Moore's lies* en *Unfairness 9/11*. Onder de punten waarop Moore wordt aangesproken zitten echter maar een aantal *feiten* waaraan getwijfeld wordt. Deze veronderstelde onjuiste feiten weet Michael Moore op zijn website vrijwel allemaal onderuit te halen door te verwijzen naar diverse krantenartikelen, nieuwsuitzendingen en het officiële rapport van de commissie die de aanslagen onderzocht. Dat Bush en zijn regering de vertoning van de film niet juridisch hebben aangevochten, mag als bewijs dienen dat Moore moeilijk te betrappen is op feitelijke onjuistheden. De meeste punten in de film waarop kritiek is, zijn dan ook vooral *suggestieve feiten*. Michael Moore laat op meerdere momenten zaken anders voorkomen dan ze in werkelijkheid zijn, zonder daarbij daadwerkelijk te liegen. Er zijn verschillende punten in de film waarbij hij op een 'handige' manier gebruik maakt van beschikbare beelden en informatie om feiten te suggereren.

- Verkorte quotes

Michael Moore toont in *Fahrenheit 9/11* uitspraken die politici eerder deden in televisieprogramma's. Meestal gebruikt hij daarbij alleen dat deel dat zijn eigen betoog ondersteunt. Zo wil hij bewijzen dat de Amerikaanse overheid overtuigd was van de relatie tussen Irak en de aanslagen in Amerika en daarin mede een rechtvaardiging zag om Irak aan te vallen. In *Fahrenheit 9/11* doet de veiligheidschef Condoleezza Rice de volgende uitspraak: "There is a tie between Iraq and what happened on 9/11." Het vervolg van haar woorden is op internet te vinden: "It's not that Saddam Hussein was somehow himself and his regime involved in 9/11, but, if you think about what caused 9/11, it is the rise of ideologies of hatred that lead

⁵¹ <http://www.michaelmoore.com/words/message/index.php>, 10-12-2004

people to drive airplanes into buildings in New York.”⁵² Een directe link tussen Irak en de aanslagen veronderstelt zij dus niet.

- Niet-chronologische weergave van feiten

In één van de meest besproken fragmenten uit de film geeft George W. Bush op de golfbaan een statement over terroristen: “We must stop the terror. I call upon all nations to do everything they can to stop these terrorist killers. Thank you. Now watch this drive.” En Bush slaat een balletje weg. Door de plaats in de film (na een verhandeling over de angst die heerst onder de bevolking na de aanslagen) wordt de suggestie gewekt dat Bush’ opmerking daarmee verband houdt. Volgens een criticus deed Bush de uitspraak daarentegen in reactie op een aanslag in Israël eerder dat jaar.⁵³ Een ander voorbeeld: Aan het begin van de film toont Michael Moore beelden van Al Gore op de avond van de verkiezingen. Om hen heen staat een juichende menigte en er barst een vuurwerk los, op de achtergrond hangt een groot bord met de tekst ‘Florida Victory’. Gore roept “God bless you Florida”. In voice-over zegt Moore: “It was election night 2000, and everything seemed to be going as planned”. Moore suggereert hiermee dat Gore zijn veronderstelde overwinning in Florida aan het winnen was. De beelden zijn echter lang voordat de eerste uitslagen bekend werden gedraaid; op een bijeenkomst aan de vooravond van de verkiezingen waar Gore zijn kiezers aanmoedigde op hem te stemmen.

In *Fahrenheit 9/11* is ook een voorbeeld te vinden van een fragment dat weliswaar binnen de chronologie van het verhaal past, maar die door het ontbreken van een precieze datum een bepaalde suggestie wekt. Moore vertelt dat vlak na de aanslagen al het commerciële en private luchtvervoer werd stilgelegd. Niemand kon nog vliegen en hij vraagt zich af wie dat überhaupt had gewild. “But really, who wanted to fly? No one, except the bin Ladens.” Daarop toont hij beelden van een opstijgend vliegtuig met daaronder een bekende popsong met de tekst “We’ve got to get out of this place, If it’s the last thing we ever do.” Michael Moore onthoudt de kijker het feit dat het vliegverbod maar een aantal dagen duurde en alweer grotendeels was opgeheven op de dag dat de bewuste vluchten met de Saoedi’s plaats hadden.⁵⁴

- Verzwegen feiten

Er zijn verschillende voorbeelden van verzwegen feiten in *Fahrenheit 9/11*. Moore’s verhaal rond een oliepijpleiding in Afghanistan is hiervoor representatief. In de film wordt gesteld dat de oliemaatschappij Unocal in 1997 een voorstel deed om een pijpleiding aan te leggen tussen de Kaspische zee en Afghanistan. De opdracht om de leiding te graven zou naar het bedrijf Halliburton gaan, waar de toekomstige vice-president Dick Cheney destijds aan het roer stond. Verderop in de film vertelt Michael Moore dat George W. Bush na de oorlog in Afghanistan in 2001 (volgend op de aanslagen) de oud-adviseur van Unocal benoemde als interim-president. Moore: “I guess you can probably see where this is leading. Faster than you can say ‘Black

⁵² bron: <http://www.bowlingfortruth.com>, 8-12-2004

⁵³ bron: <http://www.davekopel.com/Terror/Fiftysix-Deceits-in-Fahrenheit-911.htm>, 8-12-2004

⁵⁴ bron: Hitchens, *Unfairness 9/11*, 21 juni 2004

Gold, Texas Tea', Afghanistan signed an agreement with their neighboring countries to build a pipeline through Afghanistan carrying natural gas from the Caspian Sea." Hij zegt er niet bij dat dit een andere pijpleiding is dan in het voorstel van Unocal.⁵⁵

- Suggestieve verbanden

In de film wordt een reeks van voorbeelden gegeven van mensen die persoonlijk de negatieve gevolgen ondervonden van de Patriot Act. Vervolgens wordt getoond dat passagiers van vliegtuigen vier luciferdoosjes en twee aanstekers aan boord mogen nemen. Michael Moore's commentaar:

"Okay, let me see this straight...old guys in the gym, bad. Peace groups in Fresno, bad. Breast milk, really bad. But matches and lighters on the plane? Oh, hey, no problem! Was this really about our safety. Or was something else going on?"

Onder de laatste zin worden beelden van een sigarettenfabriek getoond. Moore wekt daardoor de suggestie dat de tabaksindustrie heeft weten te voorkomen dat lucifers en aanstekers verboden zouden worden aan boord van vliegtuigen. En die suggestie onderbouwt hij vervolgens niet met feiten. Ditzelfde gaat ook op voor de suggestie dat de overheid het Amerikaanse volk bang maakte voor nieuwe terroristische aanslagen om het zo achter haar plannen te krijgen om Irak aan te vallen. Moore: "(...) the terrorist threat wasn't what this was all about. They just wanted us to be fearful enough so that we'd get behind what their real plan was." Deze woorden worden gevolgd door beelden van het gereedmaken van bommen en de toespraak van Bush waarin hij de aanval op Irak bekend maakt. Eerder in de film suggereert Moore dat George W. Bush in zijn jonge jaren drugs gebruikte. Wanneer Moore het militair rapport in beeld brengt waaruit blijkt dat Bush in 1972 niet voor zijn medische test was komen opdagen, speelt op de achtergrond het nummer *Cocaine*.

Band Wagon

Michael Moore roept zoals als al eerder bleek zijn publiek niet direct op om tegen George W. Bush te stemmen tijdens de presidentsverkiezingen. In de film spreekt hij niemand aan om tot een bepaalde daad over te gaan. Hij hoeft de kijkers dus ook niet ervan te overtuigen dat 'de rest' ook tegen Bush zal stemmen. Toch probeert hij wel erop te wijzen dat veel mensen vinden dat Bush op de verkeerde post zit. Moore wijst er op dat na de verkiezingen is gebleken dat de meerderheid van de Amerikaanse kiezers tegen Bush stemde. Ook laat hij de vergeefse pogingen van districtshoofden zien om de afgewezen stemmen van de zwarte kiezers geldig te doen verklaren in de het Huis van Afgevaardigden. Zijn boodschap is dat een meerderheid van de Amerikanen tegen Bush is, de kijker wordt echter niet op directe wijze gestimuleerd om zich bij die meerderheid aan te sluiten.

⁵⁵ bron: o.a. <http://www.davekopel.com/Terror/Fiftysix-Deceits-in-Fahrenheit-911.htm>, 8-12-2004

4.3 Propaganda of niet?

Nu een beter inzicht is gegeven in de context van en het gebruik van manipulatietechnieken in de film *Fahrenheit 9/11*, kan worden gekeken naar de vraag of de film voldoet aan de definitie van propaganda en dus een propagandafilm is.

Het is duidelijk geworden dat de maker een concreet doel heeft en in zekere mate ook een ideologie wil uitdragen met zijn film. Michael Moore wil meer mensen naar de stembus krijgen en probeert hen te overtuigen dat George W. Bush en andere personen uit de Amerikaanse elite het land eerder slecht dan goed doen. Dit doel streeft hij heel bewust na, zoals blijkt uit het interview fragment uit *Dateline. Fahrenheit 9/11* is een film die Moore met een zekere intentie, *deliberate* volgens Jowett en O'Donnell, heeft gemaakt en die hij inzet om zijn doel te bereiken.

Het volgende belangrijke punt in de definitie van propaganda is het gebruik van methodes om de perceptie, de cognitie en het gedrag van het publiek te manipuleren. Uit de analyse van de propagandatechnieken blijkt dat Michael Moore deze in wisselende mate toepast. Met name de methodes van *glittering generality* en *bandwagon* zijn nauwelijks terug te vinden in de film. Daarentegen maakt Michael Moore veelvuldig gebruik van *transfer* en *card stacking*. Door het gebruik van humoristische film- en televisiefragmenten en ironisch commentaar speelt hij in op de emoties van het publiek. Hij weet bij het publiek gevoelens op te roepen die hij juist acht bij zijn verhaal. Hij vindt Bush ongeschikt en daarom laat hij mensen om de president lachen zodat zij hetzelfde over hem zullen gaan denken. Het selectieve gebruik van feiten en een gebrek aan nuances en tegengeluiden kan leiden tot een onevenwichtige kennis bij het publiek dat kan gaan geloven dat Michael Moore 'de waarheid' vertelt. De twee meest toegepaste technieken geven Moore voldoende mogelijkheden om het denken en gedrag van zijn publiek te manipuleren.⁵⁶

Strikt volgens de definitie van Jowett en O'Donnell mag dus geconcludeerd worden dat *Fahrenheit 9/11* een propagandafilm is: de maker streeft bewust een doel na en om dat doel te bereiken poogt hij de perceptie, de cognitie en het gedrag van zijn publiek te manipuleren. Uit de beschrijving van Jowett en O'Donnell's werk in Hoofdstuk 1 blijkt evenwel dat de kenmerken van propaganda niet beperkt blijven tot deze definitie. Zo is er een duidelijk onderscheid gemaakt tussen de begrippen 'propaganda' en 'overtuigen'. Daaruit blijkt dat een propagandist, in tegenstelling tot een persoon die wil overtuigen, een doel nastreeft dat zijn eigen behoeften bevredigt en waarbij de wensen en behoeften van het publiek van ondergeschikt belang zijn. Zoals al eerder is aangegeven zal op dit aspect niet verder worden ingegaan; de behoeften van 'het' publiek zijn (zeker binnen het kader van de scriptie) haast onmogelijk te onderzoeken, evenmin als de mate van belang die de propagandist aan die behoeften hecht. Een ander punt uit de 'brede definitie' dat wél meer aandacht verdient, is het soort propaganda dat Michael Moore bedrijft. Jowett en O'Donnell maken het onderscheid tussen witte, grijze en zwarte propaganda. Nu geconcludeerd is dat Moore's film *Fahrenheit 9/11* een propagandafilm is, kan ook gezegd worden dat hij 'witte propaganda' bedrijft. Deze vorm van

⁵⁶ Of het denken en gedrag van het publiek ook daadwerkelijk beïnvloed is door de film wordt hier buiten beschouwing gelaten. De definitie van propaganda vereist niet een concreet resultaat, het gaat om de intentie van de propagandist.

propaganda veronderstelt allereerst dat de gebrachte informatie van een bekende bron afkomstig is. De bronnen die Moore aanvoert ter ondersteuning van zijn betoog zijn stuk voor stuk te herleiden tot hun oorspronkelijke bronnen: rapporten, boeken, nieuwsuitzendingen, films. Zelfs aan de authenticiteit van de niet eerder vertoonde beelden uit Irak zal door kenners niet getwijfeld worden. En ook Michael Moore is als maker en bron van de gehele film niet verborgen voor het publiek. Een tweede kenmerk van witte propaganda is het gebruik van schijnbaar accurate informatie. In *Fahrenheit 9/11* wordt veelvuldig gebruik gemaakt van dergelijke informatie. Het publiek krijgt suggestieve feiten zo gepresenteerd dat het (de critici daargelaten) niet hoeft te twijfelen aan de feitelijke waarheid ervan en overtuigd kan raken van de ideologie die aan de film ten grondslag ligt.

Conclusie en discussie

Audiences love a good story, whether through fiction or nonfiction. I don't start out making a documentary but rather a good movie. - Michael Moore

Aan het eind van het vorige hoofdstuk is een antwoord te geven op de vraag op *Fahrenheit 9/11* een propagandafilm is. Geconcludeerd kan worden dat de film inderdaad aan de definitie van propaganda voldoet. Ondanks deze harde conclusie kan getwijfeld worden aan het propagandistische karakter van de film. Een belangrijk aspect van de definitie van propaganda is immers het manipuleren van de perceptie, de cognitie en het gedrag van het publiek. Gebleken is dat Moore op grote schaal gebruik maakt van propagandatechnieken die dergelijke manipulatie hebben kunnen bewerkstelligen⁵⁷. De vraag is alleen of hij ook daadwerkelijk deze manipulatie voor ogen had. Het is overduidelijk dat Michael Moore zijn publiek tot bepaalde gedachten en gedrag probeerde aan te zetten, maar probeerde hij zijn doel daadwerkelijk na te streven door zijn publiek te manipuleren? In *Fahrenheit 9/11* liggen de manipulatietechnieken er zo dik bovenop dat het publiek zich er wel bewust van móet zijn. Een 'raspropagandist' zal nooit zo open kaart spelen met zijn publiek, maar Moore's publiek wéét dat de film moet manipuleren. En is de kunst van het manipuleren niet het beïnvloeden van mensen zonder dat zij zich daar *bewust* van zijn? Michael Moore heeft weliswaar een propagandafilm gemaakt, maar is niet altijd overtuigend in zijn rol als propagandist. Het lijkt of de kwalificatie 'propaganda' op sommige punten wringt.

Het ligt voor de hand om de vraag te stellen of *Fahrenheit 9/11* wel zo strikt op de propagandacriteria moet worden beoordeeld. Kan een film alleen maar wel of geen propagandafilm zijn? Is het niet van belang om te kijken naar de ontwikkelingen in de filmwereld in plaats van te denken in bekende genres? Is er geen ander, nieuw genre waarbinnen *Fahrenheit 9/11* geplaatst kan worden? Allereerst is het interessant om te kijken naar het genre 'documentaire' waar *Fahrenheit 9/11* meestal in wordt onder gebracht. Verschillende critici hebben opgeworpen dat Michael Moore het vak van documentairemaker te schande maakt.

(...) Moore [laat] hier zo weinig respect zien voor de documentaire, het genre dat hem groot heeft gemaakt, dat je die Goede Zaak constant voor ogen moet houden om niet te beginnen joelen (...) [Zijn] frontale aanval op Bush heeft evenveel te maken met cinema als de verkiezingsfolders die u voorbij weken in de bus gekregen heeft te maken hebben met literatuur.⁵⁸

Moore mikt duidelijk, en met veel succes, op een groot publiek en offert daar veel subtiliteit aan op. Hij filmt zoals een columnist schrijft. Die

⁵⁷ Nogmaals, de vraag of deze manipulatie daadwerkelijk is voorgekomen is hier niet van belang.

⁵⁸ HP/De Tijd, 6 juli 2004

aanpak is legitiem, al kun je de Moore-methode een verarming vinden van het genre documentaire.⁵⁹

Vanaf het begin van de cinema is er discussie over wat een documentaire moet zijn. Aan de ene kant van het spectrum staan de mensen die menen dat de documentaire een weergave van de werkelijkheid moet zijn, aan de andere kant de mensen die vinden dat een documentairemaker de inhoud weliswaar aan de werkelijkheid moet ontleen, maar dat de documentaire zijn reflectie op die werkelijkheid is. De laatste opvatting lijkt de overhand te krijgen binnen de documentairewereld.⁶⁰ Er wordt daarbij wel vaak het onderscheid gemaakt tussen creatieve documentaires en journalistieke documentaires. De makers van het eerste soort documentaire kunnen zich meer veroorloven als het gaat om het interpreteren van de werkelijkheid. Journalistieke documentairemakers worden verondersteld zo dicht mogelijk bij die werkelijkheid te blijven. De interpretatie van de maker mag geen afbreuk doen aan de feiten en is van ondergeschikt belang aan de 'journalistieke waarheid'. Juist op dit punt lijkt *Fahrenheit 9/11* af te wijken van eerdere journalistieke documentaires. Michael Moore laat zijn eigen opinie prevaleren boven de feiten. En hij is niet de enige. De historicus Chris van der Heijden spreekt van een recente ontwikkeling in de journalistieke cultuur.

(...) een tendens die tot op heden aan kunst en letteren was voorbehouden: journalistiek als individuele expressie van een individuele emotie, met dien verstande dat de begrippen individu en emotie in dit geval een volstrekt andere betekenis hebben dan de sinds de renaissance gebruikelijke. Ze horen niet bij een persoon die zich in een moeizaam gevecht met de omgeving ontwikkeld heeft tot de gene die hij is, nee, ze horen bij een collectieve Ik (...) ⁶¹

Ook John Lloyd, chef-redacteur van de *Financial Times*, spreekt in een interview met *NRC Handelsblad* van een trend. Hij wijst er op dat niet alleen filmers als Michael Moore, maar ook Britse kwaliteitskranten het devies 'feiten zijn heilig, meningen secundair' steeds vaker laten varen. "Het ziet er nu toch naar uit dat het publiek geen interesse meer heeft in objectieve verslaggeving. Kijk inderdaad maar naar Fox News en Michael Moore: de burger wil bevestigd worden in zijn mening."⁶² Van der Heijden en Lloyd zien dit als een gevaarlijke ontwikkeling. In hun ogen is het de taak van iedere journalist om het publiek te informeren. Maar het publiek lijkt steeds minder behoefte te hebben aan de afstandelijke, wijze journalist en meer aan iemand die dicht bij hen staat. Onder andere door de komst van internet is het publiek steeds meer zelf in staat om informatie te zoeken, maar krijgt door haar eigen selectiviteit minder verschillende opinies te horen. Het publiek heeft zelf de controle over het nieuws dat het tot zich neemt. Volgens Lloyd is het echter nog niet te laat om het grote publiek weer voor de 'journalistieke waarheid'

⁵⁹ de Bruijn, 23 juli 2004

⁶⁰ Verhaagen, 1997:29

⁶¹ van der Heijden, 4 december 2004

⁶² Lloyd in *NRC Handelsblad*, 4 december 2004

te winnen. Hij meent dat het belangrijk is dat journalisten aan het publiek duidelijk maken waar de feiten ophouden en hun eigen mening begint.

Michael Moore is zo gezien minder gevaarlijk dan Lloyd misschien in eerste instantie denkt. Hij laat er geen twijfel over bestaan dat *Fahrenheit 9/11* verre van objectief is.

It is an op-ed [opinion-editorial, SG] piece. It's my opinion about the last four years of the Bush Administration and that is what I call it. I am not trying to pretend that this is some sort of fair and balanced work of journalism.⁶³

Is Michael Moore hiermee een vertegenwoordiger van een nieuw genre binnen de journalistiek en binnen de film? Hijzelf plaatst *Fahrenheit 9/11* in ieder geval binnen een ontwikkeling waarin de non-fictiefilm zichzelf uit het "ghetto" van de documentairefilm haalt.⁶⁴ Ook de juryvoorzitter van het filmfestival in Cannes ziet in *Fahrenheit 9/11* meer dan een documentaire. "You can't strangle this movie with the title 'documentary'. Michael Moore is fucking with the format to bring us a movie-documentary-critical essay."⁶⁵ Met deze typering lijkt hij de spijker op zijn kop te slaan.

Michael Moore wordt vaak vergeleken met Emile Zola, de schrijver die eind negentiende eeuw met zijn open brief *J'accuse* de Franse regering aanklaagde en uiteindelijk ten val bracht. Zolang Moore ervoor uit blijft komen dat hij niet de pretentie had een journalistieke documentaire te willen maken, maar een politieke boodschap wilde verkondigen, gaat die vergelijking goed op. Michael Moore verbeeldt in *Fahrenheit 9/11* zijn persoonlijke aanklacht tegen de Amerikaanse elite.

In wezen creëert hij daarmee iets wat al jaren in geschreven vorm bekend is: een essay, een persoonlijke verhandeling, gesteund door feiten, over een ontwikkeling in de maatschappij. *Fahrenheit 9/11* is een gefilmde essay waarin Moore met behulp van feitelijk materiaal zijn kritiek op de Amerikaanse elite geeft. Binnen de filmwereld is dat een relatief nieuw verschijnsel, maar of het gefilmde essay het midden zal blijven houden tussen de creatieve en journalistieke documentaire of zich zal ontwikkelen tot een nieuw genre zal de toekomst uit moeten wijzen.

⁶³ <http://www.abc.net.au/lateline/content/2004/s1140895.htm>

⁶⁴ <http://www.abc.net.au/lateline/content/2004/s1140895.htm>

⁶⁵ http://www.festival-cannes.fr/archives/journal_archives.php?langue=6002&edition=2004&jour=23

Bibliografie

Boeken

- Bullert, B. (1997). *Public Television. Politics and the Battle over Documentary Film*. New Brunswick: Rutgers University Press
- Burg, J. van der, Duursma, M. & Stienen, F. (red.) (1997) *Feit-Fictie-Fake*. Amsterdam: International Theatre & Film Books
- Clark, T. (1997). *Art and Propaganda in the Twentieth Century*. London: Callmann and King Ltd.
- Cunningham, S. (2002). *The Idea of Propaganda. A Reconstruction*. Westport: Praeger Publishers
- Ellul, J. (1965). *Propaganda. The Formation of men's attitudes*. New York: Vintage Books
- Gordon, A. & Kittross, J. (1999). *Controversies in media ethics*. New York: Addison-Wesley Longman Educational Publishers Inc.
- Hogenkamp, B. (1995). *Klassieke propagandafilms. Overzicht van bij Stichting Film en Wetenschap aanwezige video's*. Amsterdam: SFW
- Jowett, G. & O'Donnell, V. (1999). *Propaganda and Persuasion*. Thousand Oaks: Sage Publications Inc.
- Lambert, R. (1938). *Propaganda*. London: Thomas Nelson and Sons Ltd.
- Moore, M. (2003). *Dude Where's My Country?* London: Allan Lane/Penguin Group
- Moore, M. (2004). *The Official Fahrenheit 9/11 Reader*. New York: Simon & Schuster Paperbacks
- Reeves, N. (1999). *The Power of Film Propaganda. Myth or Reality?* London: Cassell
- Smith, T. (1989). *Propaganda. A Pluralistic Perspective*. New York: Praeger Publishers
- Sproule, J. (1997). *Propaganda and Democracy. The American Experience of Media and Mass Persuasion*. Cambridge: Cambridge University Press
- Taithe, B. & Thornton, T. (1999). *Propaganda. Political Rhetoric and Identity 1300-2000*. Phoenix Mill: Sutton Publishing Limited
- Uffelen, R. van (2004). Politiek pamflet scoort in onderbuik. In: *Skrien*, 36:7, september 2004
- Unger, C. (2004). *House of Bush, House of Saud: The Secret Relationship Between the World's Two Most Powerful Dynasties*. New York: Scribner Book Company
- Vos, C. (1991). *Het verleden in bewegend beeld. Een inleiding in de analyse van audiovisueel materiaal*. Houten: De Haan

Welch, D. (2001). *Propaganda and the German Cinema 1933-1945*. London: I.B. Tauris Publishers

Winston, B. (2000). *Lies, Damn Lies and Documentaries*. London: British Film Institute Publishing

Kranten- en tijdschriftartikelen

Aanval op Bush slaat in als bom. *De Telegraaf*, 22 juli 2004

Akkerman, S. Anti-Bush-plezier bij Fahrenheit 9/11. *Het Parool*, 21 juli 2004

Australische militairen mogen 'Fahrenheit 9/11' niet zien. *Trouw*, 27 juli 2004

Bouwmans, A. Standplaats Washington – Fahrenheit. *Haagsche Courant*, 3 juli 2004

Bruijn, P. de. Meer met pijn dan met woede. *NRC Handelsblad*, 23 juli 2004

Ephimenco, S. Film als wapen. *Trouw*, 21 juli 2004

Heijden, C. van der. Journalistiek in het tijdperk van Jan Alleman. *Vrij Nederland*, 4 december 2004

Hoogstraten, D. van. Michael Moore verslaat Rocky III. *De Volkskrant*, 10 juli 2004

Jensma, F. John Lloyd: televisie maakt parlement en partijen overbodig. *NRC Handelsblad*, 4 december 2004

Jong, F. de. Raspropagandist bewijst vooral eigen gelijk. *Haagsche Courant*, 22 juli 2004

Jong, S. de. De waarheid liegen. *NRC Handelsblad*, 27 juli 2004

Knuppelen voor de goede zaak. *HP/De Tijd*, 6 juli 2004

Lange, R. de. Schoolvoorbeeld van propaganda. *Trouw*, 22 juli

Linssen, D. Michael Moore toont retorisch talent, *NRC Handelsblad*, 21 juli 2004

Met humor, zonder genade. *Het Parool*, 21 juli 2004

Niemöller, J. Michael's waanwereld. *HP/De Tijd*, 16 juli 2004

Sneek, D. Schuldig door montage. *De Volkskrant*, 22 juli 2004

Vuijsje, F. Propagandafilmer. *Vrij Nederland*, 24 juli 2004

Geraadpleegde websites

<http://movies.yahoo.com/shop?d=hc&id=1800064216&cf=biog&intl=us>,
13 december 2004

<http://www.bowlingfortruth.com>, 8 december 2004

<http://www.davekopel.com/Terror/Fiftysix-Deceits-in-Fahrenheit-911.htm>,
8 december 2004

<http://www.documentaryfilms.net/Reviews/AwfulTruth>, 9 december 2004

<http://www.frontpagemag.com/Articles/ReadArticle.asp?ID=13891>, 24 juli 2004

<http://www.michaelmoore.com/press/bio.php>, 13 december 2004

<http://www.mooreexposed.com>, 8 december 2004

<http://www.propagandacritic.com/articles/intro.ipa.html>, 24 juli 2004

<http://www.moorelies.com>, 8 december 2004

<http://www.moorewatch.com>, 8 december 2004

http://www.votenader.org/why_ralph/index.php?cid=83, 10 december 2004