



ناهماهنگی در بارگذاری: یوتیوب و اشغال عراق به دست آمریکا کریستین کریستین سن^۱ ترجمه: مجید اعزازی^۲

هدف این مقاله بررسی استفاده نیروهای نظامی آمریکا از سایت یوتیوب^۳ برای اشاعه پیامها و اطلاعات درباره حضورشان در عراق است. در عین حال، این مقاله به ارزیابی حضور نیروهای نظامی آمریکا در این سایت می پردازد؛ سیستمی مشتمل بر شمار زیادی ویدئو کلیپ که نظامیان آمریکا را در حال خشونت و فعالیت‌های ضداجتماعی نشان می دهد. چپش تصویر نیروهای ائتلاف در عراق در محل اشتراک ویدئو کلیپ‌های یوتیوب ما را می دارد تا به تجدیدنظر در اندیشه‌های سنتی درباره چگونگی تولید، توزیع و دریافت "پروپاگاندا" بپردازیم. افزون بر این، ناهماهنگی در محتوای سایت‌های تبادل ویدئو مانند یوتیوب باید ما را به ماهیت چندان چینی سایت‌هایی رهنمون کند. این مقاله اولین گام در بررسی دوباره ماهیت پروپاگاندا در عصر رسانه‌های آن لاین و نیز تولید و توزیع آسان ویدئو کلیپ‌های مشترک با دسترسی آزاد است.

1- Christian Christensen

۲- روزنامه نگار و کارشناس ارشد ارتباطات

3- You Tube

در هفتم مارس ۲۰۰۷ وزارت دفاع ایالات متحده از تازه‌ترین ابزار پروپاگاندا برای جنگ در عراق پرده‌برداری کرد؛ جنگی که روز به روز کم طرفدارتر می‌شد. این ابزار چیزی نبود جز شبکه‌ای روی وب سایت تبادل ویدئوی یوتیوب با نام «ام.ان.اف. عراق»^۱ (نیروهای چندملیتی در عراق). این شبکه (که تا مارس ۲۰۰۸ بیش از ۴۰۰ هزار بازدیدکننده داشت) دارای مجموعه‌ای از کلیپ‌های کوتاه است که به دست نیروهای ایالات متحده در عراق تصویربرداری می‌شود. این شبکه همچنین (به گفته میزبانان آن) برای ارائه برداشت "تفنگداران دریایی روی زمین" از عملیات آزادی عراق هدف گذاری شده است. اساساً این شبکه به منظور نمایش نیروهای ایالات متحده در عراق بارنگ و لعابی مثبت‌تر و با استفاده از بارگذاری کلیپ‌هایی که سپاهیان آمریکایی را درگیر فعالیت‌های بهنجار اجتماعی نشان می‌دهد، ایجاد شد؛ هرچند، سربازان زیادی از میان سربازانی که در کلیپ‌های بارگذاری شده در این سایت نمایش داده شده‌اند، دیگر نمی‌توانند تصویر خود را ببینند. در چهاردهم می ۲۰۰۷، وزارت دفاع ایالات متحده اعلامیه دیگری درباره یوتیوب و سایر سایت‌های تبادل ویدئو کلیپ مانند «گوگل ویدئو» و «روور»^۲ با این مضمون صادر کرد که سربازان آمریکایی مشغول به خدمت در عراق و افغانستان دیگر به این سایت‌ها دسترسی نخواهند داشت. توجیه این ممنوعیت ساده بود: سایت‌های تبادل ویدئو کلیپ، پهنای باند بسیار زیادی مصرف می‌کنند.

توجیه پهنای باند با تشکیک مواجه شد و شاید این که ایجاد شبکه «ام.ان.اف.عراق» و ممنوعیت استفاده از سایت‌های تبادل ویدئو کلیپ به فاصله کمی اتفاق افتاد، تصادفی نباشد. ایالات متحده آمریکا باره اندازه‌ی شبکه «ام.ان.اف.عراق» تلاش کرد تا روند بارگذاری ویدئو کلیپ‌های نمایش دهنده فعالیت‌های ضداجتماعی - و در برخی مواقع غیرقانونی - نیروهای نظامی آمریکایی و ائتلاف را در عراق، در یوتیوب و سایر سایت‌ها متعادل کند. جالب اینجاست که بسیاری از کلیپ‌های پربیننده به دست خود نیروهای نظامی و نه فعالان ضد جنگ یا شهروندان عراقی تصویربرداری شده‌اند. از این رو، منطقی است تصور کنیم که محدودسازی دسترسی به چنین سایت‌هایی تلاشی برای جلوگیری از بارگذاری محتواهای مخرب به دست سپاهیان ائتلاف بود؛ چرا که این کار به روشنی موجب تقویت احساسات ضد آمریکایی و ضد نیروهای ائتلاف در عراق، افغانستان و سایر کشورها می‌شد.

با در نظر گرفتن این عوامل، هدف این مقاله، بحث و تحلیل استفاده نظامیان آمریکایی از یوتیوب به منظور انتشار اطلاعات و پیام‌های مثبت آمریکایی‌ها درباره حضورشان در عراق، و همزمان بررسی و بحث درباره تأثیر این حضور بر سیستم‌هایی شبیه یوتیوب است که

1- MNFIRAQ (MultiNational Force – Iraq).

2- Revver

ویدئو کلیپ‌های بسیاری را به نمایش می‌گذارند که نیروهای نظامی آمریکا (و بریتانیا) را هنگام ارتکاب فعالیت‌هایی به شدت خشونت‌آمیز و ضد اجتماعی نشان می‌دهد. چنین چینی‌شی از تصاویر نیروهای ائتلاف در عراق که در سایت‌های تبادل ویدئوی مشابه یوتیوب موجود است، ما را به بررسی دوباره اندیشه‌های سنتی درباره چگونگی تولید، توزیع و دریافت پروپاگاندا و ما دارد. افزون بر این، ناهماهنگی در محتوای سایت‌های تبادل ویدئو مانند یوتیوب باید ما را به ماهیت چندجانبه چنین سایت‌هایی رهنمون کند؛ سایت‌هایی که ترکیبی از کلیپ‌های جریان حاکم، آلترناتیو، هژمونیک و بالقوه خرابکار را در برمی‌گیرد. این مقاله در حکم استدلال مستندی درباره ماهیت پروپاگاندا، سایت‌های تبادل ویدئو و نظامی یوتیوب و در زمینه ادبیات پیشین دیپلماسی عمومی، پروپاگاندا، سایت‌های تبادل ویدئو و نظامی‌گری، و به مثابه اولین گام برای بازخوانی ماهیت پروپاگاندا در عصر توزیع و تولید آسان، و دسترسی و تبادل آزاد تصاویر ویدئویی هدف‌گذاری شده است.

ادبیات پیشین

این که یوتیوب و سایر سایت‌های تبادل ویدئو احتمالاً بخشی از برنامه "دیپلماسی عمومی" وزارت امور خارجه ایالات متحده است، به روشنی نشان می‌دهد که چنین عرصه‌های آن‌لاینی با چه سرعتی به خودآگاهی عامه مردم، عرصه سیاست و نظامی‌گری ورود یافته است. نشریه فارین پالیسی^۳ مقاله‌ای را به قلم نعیم (۲۰۰۷) درباره "تأثیر یوتیوب" منتشر کرده است. نویسندگان در این مقاله یادآور می‌شود که:

تروریست‌ها، گروه‌های حقوق بشر و سربازان آمریکایی در عراق، ویدئوکلیپ‌های خود را روی سایت یوتیوب بارگذاری می‌کنند. برخی از ویدئوکلیپ‌ها درباره حوادثی است که پیامدهای سیاسی دارد یا روندهای مهم را به اثبات می‌رساند؛ مانند گرمایش زمین، مهاجرت غیرقانونی و فساد. برخی از ویدئوکلیپ‌ها حقایق را فاش می‌کنند. سایر ویدئوکلیپ‌ها اطلاعات دستکاری شده، پروپاگاندا، یا اموری کاملاً دروغ را اشاعه می‌دهند.

به نوشته فیگوریا کاپسیو^۴ و کوهن^۵، اینک "تأثیر یوتیوب" بر سیاست خارجی ایالات متحده به تدریج بدل به یک روابط عمومی جهانی تمام و کمال و جنگی اطلاعاتی شده است که در

3 - Foreign policy

4 - Figueroa Kupcu

5 - Cohen

آن از تمام رسانه‌های آن لاین و غیر آن لاین استفاده می‌شود:

از زمان دزدان دریایی وحشی تاکنون این نخستین بار است که آمریکا نه با کشوری رقیب که با بازیگری غیردولتی (القاعده) مبارزه می‌کند. بازیگری فاقد وطن جغرافیایی که بیش از آن که با زیاده‌خواهی ارضی شناخته شود، با ایدئولوژی تهییج‌کننده و پیروزی‌های نظامی غیرمتمعارفش تعریف می‌شود. این بازیگر، دشمنی است که از فناوری ارتباطی، افکار عمومی و گردش ۲۴ ساعته اخبار جهانی در کارزار خود استفاده می‌کند. در معنایی بسیار واقعی، این شرایط اولین "جنگ یوتیوب" در قرن بیست و یکم است.

در حالی که اصطلاحاتی مانند "تاثیر یوتیوب" و "جنگ یوتیوب" هر دو تکیه کلام‌هایی دوستانه هستند، اما تمایل دارند توجه افکار عمومی را از واقعیت‌های تلخ اقتصادی و سیاسی تجاوز به افغانستان و عراق منحرف کنند. چرا که شمار دهشتناک قربانیان این درگیری‌ها که کشته یا زخمی شده‌اند، ابداً مجازی نیست.

در هر حال، این اصطلاحات به نسبت فریبنده‌حاکمی از این واقعیت است که در زمانه سیستم‌های آنی و ارزان انتشار آن لاین رویدادها در جهان، دیگر روش‌های تولید ساده رسانه‌ای و روش‌های سنتی انتشار اطلاعات به صورت تمرکز یافته و سلسله‌مراتبی و نیز دیپلماسی عمومی و پروپاگاندا‌ی مرسوم قابل پذیرش نیست.

پروپاگاندا، دیپلماسی عمومی و رسانه

در این مقاله، اصطلاح پروپاگاندا برای توصیف ویدئو کلیپ‌هایی به کار می‌رود که وزارت دفاع آمریکا روی شبکه رایانه‌ای نیروهای چندملیتی در عراق بارگذاری کرده است. تعریف جووت^۶ و ادانل^۷ (۱۹۹۲) از پروپاگاندا، یکی از دلایل بنیادین من برای استفاده از این اصطلاح خواهد بود. چرا که این اصطلاح چارچوبی شفاف برای تفکیک ویدئو کلیپ‌هایی که ارتش آمریکا به طور رسمی روی یوتیوب بارگذاری کرده است از ویدئو کلیپ‌های بارگذاری شده‌ای که غیررسمی بودن آنها می‌تواند ثابت شود، به دست می‌دهد. این دو نویسنده پروپاگاندا را چنین تعریف می‌کنند: "تلاش آگاهانه و نظام‌مند برای شکل‌دهی به درک، دستکاری شناخت‌ها، و هدایت رفتار به منظور دست‌یابی به پاسخی که هدف مورد نظر پروپاگاندا را تحقق می‌بخشد." (جووت و ادانل، ۷: ۱۹۹۲). نکته اصلی این تعریف تأکید بر این نکته است که توزیع اطلاعات بخشی از یک راهبرد نظام‌مند ارتباطی از پیش طراحی شده به منظور دست‌یابی به اهداف

6- Jowett

7- O'Donnell

معین است. این تعریف به درستی با راهبردهای ارتباطی مدون، منظم (سیستماتیک) و به شدت عرفی شده تناسب دارد؛ نظیر استراتژی‌های که سازمان‌های بزرگ اجرا می‌کنند مانند آنچه وزارت امور خارجه آمریکا در پی تجاوز به دو کشور افغانستان و عراق دنبال می‌کند. از سوی دیگر، با توجه به اهداف این مقاله، ویدئو کلیپ‌هایی که به صورت "غیر رسمی" روی یوتیوب بارگذاری شده‌اند، بخشی از این رقابت‌های اطلاعاتی کلان، ساختارمند و عرفی شده محسوب نمی‌شوند. البته این به معنی این نیست که چنین ویدئو کلیپ‌هایی اهداف اقناعی یا عاطفی شدید ندارند، بلکه ماهیت برنامه‌ریزی نشده و فقدان ظاهری بنیان سلسله‌مراتبی و یا سازمانی آنها دلیلی است که آنها را از همتایان خود جدا می‌کند.

دولت و نظامیان ایالات متحده آمریکا اغلب به طرز شگفت‌انگیزی کلمه "پروپاگاندا" را طرد و به جای آن از اصطلاح "دیپلماسی عمومی" استفاده می‌کنند. اسمیت^۸ (۲۰۰۱) با استناد به سخنان مقامات و نیز مدارک دولت ایالات متحده تعریفی رسمی از این اصطلاح ارائه می‌دهد:

دولت ایالات متحده پروپاگاندا را همان "دیپلماسی عمومی" و ماموریت‌های مربوط به آن تعریف می‌کند؛ ماموریت‌هایی که در "سند تجدید سازمان امور خارجه" درک، اطلاع رسانی، و نفوذ در مخاطبان خارجی، و گسترش گفت‌وگو بین شهروندان آمریکایی و نهادها و همچنین میان آنها و همتایان خارجی شان (دفتر مطبوعاتی کاخ سفید، ۱۹۹۸) از طریق - به زعم کمیته مشورتی دیپلماسی عمومی ایالات متحده (اکتبر ۲۰۰۰) - "مبادلات بین‌المللی، برنامه‌های اطلاعاتی بین‌المللی، نظرسنجی و پژوهش رسانه‌ای، و حمایت از سازمان‌های غیردولتی" توصیف شده‌اند. اولین لیبرمن^۹ (۱۹۹۹) در جلسه‌ی معارفه خود به عنوان معاون وزیر امور عمومی و دیپلماسی عمومی گفت: "دیپلماسی عمومی که در هماهنگی با دیپلماسی سنتی به کار گرفته می‌شود، ما را برای ارتقای منافعمان، محافظت از امنیتمان، و ادامه‌ی بسترسازی اخلاقی برای رهبری‌مان بر جهان توانمند خواهد کرد" (اسمیت، ۲۰۰۱: ۴۲۲).

این تعریف از "دیپلماسی عمومی" بر پایه دگرگونی جهانی شیوه تولید، توزیع و نمایش اطلاعات، و همچنین درک ایالات متحده آمریکا از نیاز به استفاده همزمان از قدرت نظامی "سخت" (واقع‌گرایی سیاسی^{۱۰}) و انواع قدرت "نرم" (به طور مثال فرهنگی، دیپلماتیک، اقتصادی) که

8- Smyth

9- Evelyn Lieberman

10- Realpolitic

«نای»^{۱۱} آنها را تعریف کرد، استوار است. در این معنا، تصمیم وزارت دفاع ایالات متحده برای راه اندازی شبکه یوتیوب نه تنها کاربردی، که منطقی نیز هست. چنان که ون هام^{۱۲} (۲۰۰۳) می نویسد:

... نظریه و کار بست دیپلماسی عمومی، بخشی از گفتمان گسترده تری است که علائم تجاری و ارتباطات راهبردی را نیز در بر می گیرد. این ها همه با هم سویه جدیدی را در تکامل دیپلماسی شکل می دهند که در بافت فناورانه و سیاسی تازه در حال وقوع است. (ریوردن، ۲۰۰۲)...

دیپلماسی عمومی تجلی تغییر سیستمی روابط بین الملل به فرایند سیاسی جهانی است. (ون هام، ۴۲۹-۳۰: ۲۰۰۳)

دیپلماسی عمومی نتیجه تغییری مفهومی در شیوه اداره امور بین المللی به دست ایالات متحده آمریکاست؛ تغییر از واقع گرایی سیاسی متعلق به استعمارگری مبتنی بر ناوچه های توپدار به آنچه ذهن گرایی سیاسی^{۱۳} خوانده می شود. (ون هام، ۴۴۰: ۲۰۰۳). آر کیولا^{۱۴} و راندفلد^{۱۵} در اواخر دهه ۱۹۹۰ اصطلاح ذهن گرایی سیاسی را وضع کردند:

... ذهن گرایی سیاسی بیش از آن که درباره "کنترل" باشد، درباره "نبود کنترل" - شاید نبود کنترلی آگاهانه و مدون - است؛ به گونه ای که بازیگران دولتی بتوانند خود را با پیدایش بازیگران غیردولتی هماهنگ کنند و یاد بگیرند که با استفاده از شیوه های تازه به منظور برقراری ارتباط و هماهنگی، با آنها کار کنند (آر کیولا و راندفلد، به نقل از اسمیت، ۴۲۳: ۲۰۰۱).

ذهن گرایی سیاسی بر پایه مفهوم سپهر ذهن^{۱۶} - که به مسامحه همچون سپهر اندیشه انسان تعریف شده - استوار است. اسمیت چنین نتیجه می گیرد:

"قرار است هدف نهایی راهبرد اطلاعاتی قرن بیست و یکم، این دیپلماسی عمومی نوآفرینی شده، این واقع گرایی سیاسی، (این ساختار گرایی کاربردی شده) این باشد که عموم مردم را به سوی شبکه نفوذ ایالات متحده هدایت کند. واقع گرایی سیاسی معمولاً به بردگان نظامی یا اقتصادی ارتباط می یابد. ذهن گرایی سیاسی ممکن است در نهایت به بردگان داستان تعلق گیرد. (راندفلد و آر کیولا ۲۲: ۱۹۹۹)" (اسمیت ۴۴۰: ۲۰۰۱).

11- Nye
12- Van Ham
13- Noopolitic
14- Arquilla
15- Ronfeldt
16- Noosphere

با چنین تغییراتی در ذهن، استفاده نیروهای نظامی ایالات متحده از یوتیوب، ابزار ذهن‌گرایی سیاسی قرن بیست و یکم است. البته به کارگیری رسانه‌های جریان اصلی در دست‌یابی به اهداف پروپاگاندا (یا دیپلماسی عمومی) چیز تازه‌ای نیست، به ویژه در زمان جنگ (به طور مثال، ال‌تید^{۱۷} و گریمز^{۱۸}، ۲۰۰۵؛ بنت^{۱۹} و پالتز^{۲۰}، ۱۹۹۴؛ هالین^{۲۱}، ۱۹۹۴). اندرسن^{۲۲} (۲۰۰۶) در آثارش درباره تاریخ روابط بین رسانه‌ها، جنگ و پروپاگاندا چنین اظهار می‌کند که همراهی بین جنگ، روزنامه‌نگاری و سرگرمی‌های عمومی (مانند فیلم و بازی‌های ویدئویی) به درجه‌ای رسیده است که بهتر است از واژه "جنگ گرمی"^{۲۳} (ترکیبی از کلمه جنگ و سرگرمی) استفاده شود. از نظر اندرسن، پروپاگاندا و "جنگ گرمی" به هدف بسیار روشنی خدمت می‌کنند: ایجاد شرایط سیاسی-اجتماعی خاصی که در آن، جنگ ابزاری مقبول در قلمرو سیاسی تحت سیطره ایالات متحده محسوب شود. آن چنان که اندرسن می‌نویسد:

جنگ با استفاده از تصاویر و گفتارهایی که قصه جنگ را روایت می‌کنند درک، تفسیر، توجیه و ارزیابی می‌شود. اغلب شهروندان درگیری‌های نظامی را از طریق نمادها و نموده‌های جنگ تجربه می‌کنند. تصورشان از جنگ نه از خود نبرد در سرزمین‌های دور که از شیوه ارائه آن در وطن ناشی می‌شود. (اندرسن، ۲۰۰۶)

محتوای رسانه‌های جریان حاکم به این تفسیرها و باز تاویل‌ها از جنگ شکل می‌دهد: این محتوا اغلب از مطالب از پیش تأیید شده و سانسور شده دولتی سرشار است. نتیجه نیز کولاژی از داستان‌ها و افسانه‌های ساخته شده از جنگ است:

تاریخ گذشته کاویده می‌شود تا روایت‌های تازه‌ای از آن استخراج شوند که قادر به نمایش جنگ‌های جاری به زبان آشنای گذشته باشند. در فصل مشترک اسطوره و خاطره، قالب‌های تخیلی با قالب‌های غیرتخیلی آمیخته می‌شوند؛ همانطور که اخبار جنگ از طریق استعاره‌های فرهنگی و شکل‌های رسانه‌ای فهمیده می‌شوند. بخش‌هایی که شکوفا یا

-
- 17- Altheide
 - 18- Grimes
 - 19- Bennett
 - 20- Paletz
 - 21- Hallin
 - 22- Andersen
 - 23- Militainment

بخش‌هایی که سرکوب می‌شوند، مصلحت‌اندیشی‌های خاطره را آشکار می‌کنند. این مصلحت‌اندیشی‌ها برای جنگ، اگر داستان‌های منفی وحشیگری و مرگ آن بی‌پرده بیان شوند، نمی‌تواند اجرا شود. از آنجا که هلاکت و مرگ، یکی از ابعاد بنیادین جنگ به شمار می‌رود، گهگاه بازنمایی بروز وحشت‌انگیزی‌های جنگ مانند عکس‌های زندان ابوغریب اجتناب‌ناپذیر است. چون ورود چنین تصویری به اینترنت غیرقابل کنترل است، تصاویر سیاه به سپهر فرهنگی وارد می‌شوند؛ به همین دلیل از لحاظ سخن‌شناسی، دوباره و دوباره تفسیر و از نظر فرهنگی مورد قبول واقع خواهند شد. (اندرسن، ۲۰۰۶)

پیدایش اینترنت و سایت‌هایی نظیر یوتیوب، گوگل ویدئو، مای اسپیس (MySpace) و رور Revver فرصت‌هایی را برای کشف مکان‌هایی به منظور آفرینش و بازآفرینی داستان‌ها و اسطوره‌های بحث‌شده اندرسن در اختیار سازمان‌هایی مانند ارتش آمریکا قرار می‌دهد. این مکان‌ها از سلف خود (رادیو، تلویزیون، رسانه‌های چاپی و فیلم) در همزیستی با پیام‌های ضد همونیک و فرعی - در سایت‌های مشابه - متفاوت هستند. متن ذیل در ارتش آمریکا تولید شده است:

به جای جریان یک سویه اطلاعات که در تلویزیون و روزنامه‌ها مشهود است، جریان اطلاعات چندسویه می‌شود؛ به گونه‌ای که به چندین فرستنده/گیرنده در مکان‌های پراکنده با فرهنگ‌ها و پیشینه‌های متفاوت اجازه می‌دهد در این جریان مشارکت داشته باشند. وقتی به جنگ خلیج فارس در سال ۱۹۹۱ نگاه می‌کنیم، اکثر اطلاعات دریافت شده از طریق تلویزیون، و به شدت وابسته به منابع نظامی بود، به گونه‌ای که شمار زیادی از آمریکاییان به خوبی پاول^{۲۴} را تشخیص می‌دادند. (وییز^{۲۵} و دیگران، ۱۹۹۱) سرچشمه گرفتن اطلاعات از اینترنت به کاربران این مجال را می‌دهد که از نظرگاه‌های گوناگون، شرایط را برای ارزیابی و مقایسه اطلاعات [ارائه شده از] گرایش‌های گوناگون ببینند. همچنین، هیچ سوگیری زمانی برای گزارش اطلاعات وجود ندارد. اخبار به محض وقوع و بدون توجه به برنامه پخش روی اینترنت بارگذاری می‌شود و هر وقت کاربران بخواهند اطلاعات در دسترس است. (جفرسن^{۲۶}، ۱۵-۱۴: ۲۰۰۷)

اسنو^{۲۷} و تیلور^{۲۸} (۲۰۰۶: ۴۰۶) می‌نویسند در این محیط اطلاعاتی جدید بدیهیات باید با

- 24- Colin Powell
- 25- Lewis
- 26- Jefferson
- 27- Snow
- 28- Taylor

"واقعیت‌های فرعی" رقابت کنند و یک واقعیت، برای اشاعه باید بسیار "معتبر تر" از اطلاعات فرعی به نظر برسد. برای دست‌یابی به این هدف، پرسل^{۲۹} (۲۰۰۵) دلایل محتمل یک سازمان نظامی را برای راه‌اندازی وب‌سایت در فضای سایبر فهرست کرده است. وی تأکید می‌کند صرف وجود یک وب‌سایت، کاری نمادین است:

برای نظامیان سراسر جهان اینترنت قلمرو بحث‌هایی برای توجیه موجودیت و مشروعیت آنها در جوامع و بروز قدرت‌شان است. حضور نمادین یک وب‌سایت در اینترنت، چندین نکته را به طور ضمنی بیان می‌کند:

· مدرنیته

· فهم فناوری‌های نوین ارتباطی

· استقبال از ارتباطات و شفافیت^{۳۰}

شکی درباره تمایل ارتش به بیان این ایده‌ها وجود ندارد. صرف حضور یک وب‌سایت، این تمایل را از طریق ارزش نمادین نهانی در راه‌اندازی یک سایت آشکار می‌کند. (پرسل، ۱۹۶: ۲۰۰۵)

سایر آثار (برنگر^{۳۱}، ۲۰۰۶) نیز نقش فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات^{۳۲} را در جنگ نظامی و راهبردی اطلاعاتی تحلیل کرده‌اند، اما اندیشه‌های مربوط به نقطه‌ضعف‌های استفاده از فناوری‌های تعاملی و آن‌لاین را (از زاویه پروپاگاندایی) اضافه کرده‌اند. کینی برگ^{۳۳} و دنینگ^{۳۴} (۹: ۲۰۰۶)، استراتژیست‌های نظامی درباره این واقعیت می‌نویسند کارآیی پروپاگاندا با زاویه دید عامل آن به شدت پیوند خورده است؛ و پروپاگاندا آن‌لاین ارتش ایالات متحده ممکن است قربانی آن چیزی شود که آنها "پویایی درون‌گروهی/برون‌گروهی" می‌نامند. در پویایی درون‌گروهی/برون‌گروهی، مخاطبان خارجی به سادگی پروپاگاندا لگام‌گسیخته را رد می‌کنند، چرا که در ارتش ایالات متحده آمریکا تهیه شده است. نکته مهم، با توجه به اهداف این مقاله، از زبان برنگر (۲۰۰۶) بیان می‌شود که تفاوت بنیادینی میان تولیدات فناوری‌های آن‌لاین و رسانه‌های سنتی، هنگام تبلیغ منافع ملی یا ایدئولوژی‌ها وجود دارد:

29- Purcell
30- Transparency
31- Berenger
32- ICTs
33- Kinniburgh
34- Denning

اینترنت مرزهای ملی، زمان و حتی میهن پرستی و ملی گرایی جزمی را رعایت نمی‌کند. اتهام‌ها به سرعت می‌توانند با اتهام‌های متقابل هم‌آورد شوند. اعلامیه‌های ساده می‌توانند با یک کلیک روی لینک مطلب حذف شوند. فضای سایبر هم گنجینه وسیعی برای اطلاعات - مفید و درعین حال جزئی - و هم رودخانه خروشان از آگاهی است. در اینترنت همه چیز برای دفع یا جذب، بررسی و ژرف‌اندیشی درباره جهان وجود دارد. رسانه‌های جدید تعاملی هستند و شاید همین ویژگی است که بیش از هر چیز دیگری آنها را از سلف خود جدا می‌کند. هر شخص که به اینترنت دسترسی دارد می‌تواند دیدگاه‌های خود را - اغلب بدون ویرایش و واسطه - درباره موضوع‌های طرح شده در سایت‌ها یا وبلاگ‌ها بیان کند. در حالی که وسایل ارتباط جمعی سنتی هنوز با مسئله بازخورد دست به گریبان‌اند.

این نگرش مهم درباره ماهیت باز، چندوجهی و تا حدی غیرقابل پیش‌بینی رسانه‌های آن‌لاین نقطه بسیار مناسبی برای گذر به بحث ما درباره نمایش جنگ عراق در یوتیوب است.

روش تحقیق

در این پژوهش، ۴۱ ویدئو کلیپ بارگذاری شده روی سایت یوتیوب بررسی و تحلیل شد. از این تعداد ۲۹ ویدئو به شبکه نیروهای چند ملیتی در عراق «ام.ان.اف. عراق» و سیزده ویدئو به سایر شبکه‌های سیستم یوتیوب تعلق داشتند. این ۲۹ کلیپ از میان تمام کلیپ‌هایی که تا اگوست ۲۰۰۷ روی شبکه «ام.ان.اف. عراق» نمایش داده شده بودند انتخاب شده‌اند. گفتنی است سیزده کلیپ دیگری که در این پژوهش بررسی و تحلیل شده‌اند، بر اساس چینش و ترکیبشان با ۲۹ کلیپ نیروهای چند ملیتی انتخاب شدند، نه بر اساس این فرض که آنها نمونه‌ای از کلیپ‌های معمولی یوتیوب درباره عراق بوده‌اند یا هستند. از این رو، نقطه آغاز برای این پژوهش شبکه نیروهای چند ملیتی و کلیپ‌های روی این شبکه، و نیز این موضوع بود که آن ۲۹ کلیپ دیدگاهی خاص از جنگ را (آن چنان که در این مقاله بحث خواهد شد) اشاعه می‌دهند. این ویدئو کلیپ‌ها عموماً دو بار بررسی شدند و توضیح مربوط به هر ویدئو با توجه به موضوع اصلی کلیپ، تاریخ بارگذاری، مدت و تعداد تماشا، و عوامل/نگرش‌های متنوع نوشته شد. افزون بر این، زمانی که کلیپ‌های شبکه «ام.ان.اف. عراق» بررسی و کدگذاری شدند، برای دست‌یابی به ویدئوهایی که دیدگاه متفاوتی از جنگ عراق ارائه می‌کردند یوتیوب جستجو شد و سیزده کلیپ با دیدگاه متفاوت مورد بررسی قرار گرفت. این کلیپ‌ها نیز مانند کلیپ‌های شبکه نیروهای چند ملیتی در عراق «ام.ان.اف. عراق» به لحاظ تعداد تماشا، تاریخ

بارگذاری و مدت زمان با هم متفاوت بودند. به عنوان مثال، تعداد بازدیدهای کلیپ‌های شبکه نیروهای چند ملیتی در عراق از یک میلیون (اغلب ویدئوهای بررسی شده) تا ششصد هزار (برای کمترین) متفاوت بوده است. کلیپ‌های خارج از شبکه «ام.ان.اف. عراق» نیز دارای بازدیدهای متفاوت از ۹۶۵ هزار تا دو هزار بودند. سپس سیزده کلیپ یادشده نیز با استفاده از همان پنج عامل تحلیل که برای کلیپ‌های شبکه نیروهای چند ملیتی در عراق «ام.ان.اف. عراق» استفاده شده بود، بررسی و کدگذاری شدند.

یوتیوب، شبکه نیروهای چند ملیتی در عراق و دیدگاه‌های مخالف جنگ

چگونگی شکل‌گیری یوتیوب: وب‌سایت تبادل ویدئوی یوتیوب محصول فکری سه نفر از کارمندان شرکت تجارت آن‌لاین پی‌پل^{۳۵} به نام‌های چاد هرلی^{۳۶}، استیو چن^{۳۷} و جاوید کریم^{۳۸} بود. در فوریه ۲۰۰۵ یوتیوب فعالیت خود را آغاز کرد و اولین ویدئو را جاوید کریم، یکی از بنیان‌گذاران یوتیوب در ۲۳ آوریل ۲۰۰۵ روی این سایت بارگذاری کرد. این سایت قبل از پایان ۲۰۰۵ به طور کامل عملیاتی، و فقط ظرف چند ماه به یکی از سریع‌الرشدترین سایت‌های جهان تبدیل شد. برای تشریح این نکته باید گفت که تا تابستان ۲۰۰۵ (فقط شش ماه پس از ایجاد این سایت) روزانه شصت تا صد میلیون کلیپ روی یوتیوب تماشا، و هر ۲۴ ساعت ۶۵ هزار ویدئو روی این سایت بارگذاری می‌شد. تا فوریه ۲۰۰۷، یوتیوب پس از موتورهای جستجوی یاهو، ام.اس.ان، گوگل و باید و ۵ در رده پنجم پربیننده‌ترین سایت‌های جهان قرار گرفت. در نوامبر ۲۰۰۶ گوگل یوتیوب را به مبلغ ۶/۱ میلیارد دلار خرید که سود غیرمنتظره و کلانی را نصیب هرلی (۳۴۵ میلیون دلار)، چن (۳۲۶ میلیون دلار) و کریم (۶۴ میلیون دلار) بنیان‌گذاران یوتیوب کرد. همان‌طور که نعیم (۲۰۰۷) و فیگوریا کاپکا و کوهن (۲۰۰۷) اشاره کرده‌اند، در یک دوره نسبتاً کوتاه یوتیوب به چیزی بیش از یک سایت برای بارگذاری ویدئوهای خانگی جشن تولد، توله‌سگ‌های زیبا و برنامه‌های تلویزیون تبدیل شد. مثلاً، در ایالات متحده آمریکا نامزدهای سیاسی برای حضور در رقابت‌های انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۰۸ بیشترین بهره را از یوتیوب بردند. این موضوع میزان گسترش نفوذ سایت یوتیوب را نشان می‌دهد.

35- PayPal

36- Chad Hurley

37- Steve Chen

38- Jawed Karim

در ادامه این بخش شیوه‌های نمایش درگیری‌های نظامی در عراق روی شبکه نیروهای چند ملیتی در عراق «ام.ان.اف. عراق» را با بررسی تعدادی از ویدئو کلیپ‌ها و همچنین ویدئو کلیپ‌های یوتیوب ارزیابی می‌کنیم که نیروهای نظامی بریتانیا و ایالات متحده را مشغول فعالیت‌هایی مغایر با ادعای وزارت دفاع ایالات متحده مبنی بر "پاک" بودن جنگ نشان می‌دهد. این تصاویر متناقض اساس بحث در این باره است که چگونه سایت‌هایی مانند یوتیوب ما را به بررسی دوباره باورهای سنتی مربوط به "پروپاگاندا" وامی‌دارند؛ با این رویکرد که پروپاگاندا چگونه تولید، توزیع و درک می‌شود.

شبکه نیروهای چند ملیتی در عراق: نمایش جنگی "پاک"

در هفتم مارس ۲۰۰۷ شبکه نیروهای چند ملیتی در عراق «ام.ان.اف. عراق» در یوتیوب دایر شد. تا آگوست همان سال، ۴۸۹۱ نفر "مشترک"^{۳۹} شبکه شدند؛ (منظور افرادی است که به محض بارگذاری کلیپ‌های جدید را دریافت می‌کردند) در همین حال، ویدئوهای بارگذاری شده در این شبکه در مجموع بیش از دو میلیون بار تماشا شده بودند. اگرچه وزارت دفاع ایالات متحده شبکه نیروهای چند ملیتی «ام.ان.اف. عراق» را ایجاد کرد اما این شبکه به سایت "عملیات آزادسازی عراق" لینک شده که متعلق به نیروهای چند ملیتی در عراق (ایالات متحده به همراه ائتلاف متحدان بین‌المللی) است. در صفحه اصلی شبکه نیروهای چند ملیتی دلیل ذیل برای ایجاد این شبکه جدید ارائه شده است:

نیروهای چند ملیتی در عراق این شبکه را به منظور ارائه دیدگاه سربازان و از زاویه دید کسانی که برای عملیات آزادی عراق می‌جنگند روی یوتیوب دایر کردند. ویدئو کلیپ‌ها رویداد را به محض وقوع روی زمین و انفجار در هوا مستند می‌کنند. ما فقط ویدئو کلیپ‌ها را از لحاظ مدت، دلایل امنیتی و یا تصاویر به شدت مشمئزکننده و تهاجمی ویرایش می‌کنیم. آنچه شما در ماه‌های آینده در این شبکه خواهید دید شامل مبارزه، جذابیت، تصاویر خیره‌کننده، کنش تعاملی بین سپاهیان ائتلاف و توده‌های مردم عراق و کار گروهی بین سپاهیان عراقی و ائتلاف در مبارزه با ترور است. آنچه ما در این سایت بارگذاری نخواهیم کرد شامل هتک حرمت مقدسات، فیلم‌های سکسی، تصاویر به شدت مشمئزکننده و تهاجمی و نیز تصاویری است که نیروهای ائتلاف، نیروهای امنیتی یا شهروندان عراقی را به سخره می‌گیرد. "سایت عملیات آزادسازی عراق" www.mnf-iraq.com این شبکه را در یوتیوب برای شما ایجاد کرده است.

در جدول شماره یک فهرستی از ۲۹ کلیپ/ویدئوی بارگذاری شده در شبکه نیروهای ائتلاف مشاهده می‌شود. تعداد دفعات تماشای هر یک از ویدئوها متفاوت است. پربیننده‌ترین کلیپ (جنگ در خیابان "حیفا"ی بغداد) به تنهایی بیش از یک میلیون بیننده را جذب کرده است، در حالی که برخی از کلیپ‌های انتهایی این فهرست فقط چند هزار بار تماشا شده‌اند. روشن است که ویدئوهای بارگذاری شده روی شبکه نیروهای چند ملیتی، برای ارائه نسخه‌ای دوستانه و بهداشتی از تجاوز آمریکا به عراق در این سایت قرار گرفته‌اند. جالب است که به عنوان مثال، این شبکه آنچه را تصاویر "مبارزه" و "صحنه‌های جذاب" می‌نامد، بدون "هتک حرمت مقدسات" یا "مواد تصویری مشمئزکننده و تهاجمی" ارائه می‌کند. افزون بر این، هدف از این کلیپ‌ها نمایش "تعامل" میان سپاهیان ائتلاف و شهروندان عراقی بوده است. پس از بررسی همه کلیپ‌های شبکه نیروهای چند ملیتی در عراق مشخص شد که آنها را می‌توان به دسته‌های موضوعی تقسیم کرد: دسته‌بندی‌هایی بسیار همساز که توضیحی برای علت وجودی شبکه نیروهای چند ملیتی نیستند، اما با اهداف کلی دیپلماسی عمومی و پروپاگاندا همخوانی دارند. به سه دسته‌بندی موضوعی ذیل از تحلیل کلیپ‌ها رسیده‌ام: (۱) نبرد خیابانی و کارزار با تفنگ؛ (۲) جنگ بهداشتی (دقیق و با هدف) (۳) "رفتارهای خوب" و امدادسانی به شهروندان عراقی. در بخش‌های بعدی به ترتیب درباره هر یک از این دسته‌بندی‌ها و نیز درباره تصاویر و موضوعات ارائه شده در کلیپ‌ها/ویدئوهای انتخابی بحث خواهیم کرد.

جدول شماره یک: کلیپ‌های بارگذاری شده روی شبکه نیروهای چند ملیتی در سایت یوتیوب (سوم آگوست ۲۰۰۷)

ردیف	عنوان کلیپ	عنوان کلیپ	مدت پخش	تعداد تماشا
۱	کارزار در خیابان حیفای بغداد	مارس ۲۰۰۷	۲:۵۶	۱,۰۵۱,۸۵۶
۲	جنگ بغداد در مارس ۲۰۰۷	مارس ۲۰۰۷	۱:۵۰	۳۴۵,۲۱۶
۳	روز طولانی در بعقوبه، ۲۲ مارس ۲۰۰۷	۲۸ مارس ۲۰۰۷	۱:۴۰	۲۲۲,۶۹۵
۴	تجات قربانی آدم‌ریایی، بغداد، ژوئن ۲۰۰۷	۲ آوریل ۲۰۰۷	۳:۱۰	۲۱۸,۴۸۶
۵	گشت استریکر به آتش سوزی منجر می‌شود	۲۲ مارس ۲۰۰۷	۲:۱۵	۱۱۲,۹۳۶
۶	جمع‌آوری شورشیان، مارس ۲۰۰۷	۱ آوریل ۲۰۰۷	۲:۱۶	۸۴,۵۲۱
۷	شبیخون نزدیک بعقوبه	۷ مارس ۲۰۰۷	۱:۳۳	۷۵,۰۵۸
۸	حمله ضد هوایی، دوم مارس ۲۰۰۷	۹ مارس ۲۰۰۷	۱:۳۹	۷۴,۳۸۷
۹	تیراندازی در بعقوبه	۵ آوریل ۲۰۰۷	۲:۳۲	۵۹,۸۰۱
۱۰	حمله شبانه به القاعده	۱۵ مارس ۲۰۰۷	۰۰:۵۲	۵۹,۰۷۱
۱۱	محاصره شورشیان پس از شلیک آتشبار هلی کوپتر، ۱۵ ژوئن ۲۰۰۷	۲۱ ژوئن ۲۰۰۷	۲:۰۷	۴۲,۶۱۰
۱۲	کارزارهای بیشتر در بغداد	۳ مه ۲۰۰۷	۱:۵۰	۳۳,۱۵۷
۱۳	تخریب راکت‌اندازها نزدیک شهرک صدر	۷ ژوئن ۲۰۰۷	۱:۱۲	۳۲,۴۶۶
۱۴	سربازان در رمادی	۲۱ مارس ۲۰۰۷	۰۰:۴۸	۱۸,۷۱۰
۱۵	کارزار در خیابان حیفای بغداد،	۲۰ آوریل ۲۰۰۷	۳:۰۰	۱۶,۱۶۰
۱۶	قسمت دوم: سپاهیان به کودکان عراقی هدیه می‌دهند	۳۰ مارس ۲۰۰۷	۱:۴۱	۱۵,۳۶
۱۷	عملیات اکسلن سه، ۲۵ فوریه ۲۰۰۷	۷ مارس ۲۰۰۷	۱:۳۹	۱۵,۲۷۷
۱۸	پیشاهنگان پسر عراقی برای گردهمایی آماده می‌شوند	۱۷ آوریل ۲۰۰۷	۱:۴۳	۱۴,۰۴۸
۱۹	بمباران کارگاه‌های ساخت بمب دست‌ساز	۱۳ مه ۲۰۰۷	۰۰:۴۴	۱۳,۹۷۱
۲۰	دق الباب منازل در بغداد	۲۳ آوریل ۲۰۰۷	۱:۲۲	۱۳,۵۴۸
۲۱	تخریب کارخانه‌های شیمیایی، مارس ۲۰۰۷	۷ جولای ۲۰۰۷	۳:۱۸	۱۱,۹۴۴
۲۲	تحقیق‌های ائتلاف، سپس تخریب کارگاه‌های بمب دست‌ساز	۸ مه ۲۰۰۷	۱:۳۸	۱۱,۸۴۲
۲۳	مخالفت خدمه آپاچی با حمله موشکی به آی.زد.	۹ آوریل ۲۰۰۷	۱:۱۰	۱۱,۷۰۰
۲۴	تروریست‌های سالیخورده حذف شده	۲۴ ژوئیه ۲۰۰۷	۰۰:۵۵	۸,۷۳۸
۲۵	گشت در بعقوبه، ۱۳ آوریل ۲۰۰۷	۳۰ مه ۲۰۰۷	۲:۵۳	۸,۴۵۸
۲۶	تخریب ساختمان در بغداد	۱۲ مارس ۲۰۰۷	۱:۰۱	۶,۷۶۰
۲۷	نقاشی دیوار تی، بغداد، ۱۱ مه ۲۰۰۷	۱۷ مه ۲۰۰۷	۱:۳۲	۳,۶۲۰
۲۸	بازگشایی ایستگاه آی.آر.تی.ان، دیاله، ۲۶ مارس ۲۰۰۷	۲۸ مارس ۲۰۰۷	۳:۱۱	۱,۳۵۳
۲۹	کشف و تخریب ستاد فرماندهی شورشیان	۱ اوت ۲۰۰۷	۱:۵۷	۶۵۷

همان طور که از مطالعه جدول آشکار می شود، پُرهودارترین کلیپ ها، کلیپ هایی هستند که نیروهای ایالات متحده (و در برخی موارد نیروهای ائتلاف) را هنگام درگیری و معمولاً وقتی که در خیابان ها مشغول تبادل آتش و تیراندازی هستند نمایش می دهد. در واقع، سه ویدئوی برتر در این شبکه (با بیش از ۵/۱ میلیون بار تماشا) مثال هایی از محتوایی هستند که چنین "رویداد" هایی را نمایش می دهند.

آنچه این کلیپ ها را متمایز می کند این است که همه آنها (عمدتاً) نیروهای ایالات متحده را درگیر در کارزارهای مبتنی بر اسلحه های سبک نشان می دهد؛ با این تفاوت که فقط سپاهیان شلیک کننده نمایش داده می شوند نه "اهداف" این شلیک ها. در صورت نمایش اهداف آنها معمولاً به نوعی در حال خون ریزی یا جان دادن هستند. در این شیوه، تفنگداران نوعی حالت "بی آزاری" را حفظ می کنند و تلفات انسانی جنگ نمایش داده نمی شود. نیروهای ارتش ایالات متحده آرام و خونسرد هستند و نشانه های جسمی اندکی از اضطراب و ترس از خود نشان می دهند.

این سه کلیپ مثال های مناسبی از کلیپ های جنگ های مبتنی بر سلاح های سبک در شبکه نیروهای چند ملیتی هستند. در کلیپ "جنگ بغداد" (شماره ۲ در جدول یک)، تصاویر با این متن آغاز می شود که: "در حالی که فرض القانون^۴ (طرح امنیتی عراق) اجرایی می شود، سربازان آمریکایی و عراقی تبادل آتش می کنند"، و به این شیوه، این نبرد از ابتدا برای بینندگان چنین تعریف می شود که دشمن موجب ایجاد آن شده است. در این کلیپ نیروهای آمریکایی و عراقی به هم شلیک می کنند و سپس اعضای گروه عراقی در حالی که به سپاهیان خود دستور می دهند، به نمایش درمی آیند. همان طور که این نبرد ادامه می یابد، سربازان در حالتی بسیار آرام و خونسرد و کاملاً معمولی به دشمن شلیک می کنند. حتی در گرماگرم جنگ، فرماندهان در حال صحبت با هم هستند. در پایان این کلیپ، نتیجه نبرد به تصویر کشیده نمی شود و سربازان به جنگ خود ادامه می دهند. به همین شکل، کلیپ **روز طولانی در بغداد** (شماره ۳)، با این متن نمایش داده می شود: "سربازان در بعقوبه بغداد، پس از پایان تبادل آتش با شورشیان، به گشت زنی ادامه می دهند". سربازان دوباره در حالتی آرام و خونسرد در حال تیراندازی هستند. در اواخر این کلیپ سربازان سنگرهای خود را ترک می کنند و به خیابان ها می آیند و در آنجا با تعدادی نوجوان خوش و بش می کنند (یکی از نوجوانان با یکی از سربازان دست می دهد)، در این حال صفی از زنان و کودکان از جلوی دوربین عبور می کنند و کودکان رو به دوربین دست تکان می دهند.

سرانجام کلیپ **کارزار در خیابان حیفا** (شماره ۱) - پربیننده ترین ویدئو در این شبکه - با

این متن آغاز می‌شود:

سربازان ایالات متحده از سومین بریگاد استریکر^{۴۱}، دومین لشکر زمینی، دوشادوش سربازان عراقی از لشکر ششم عراق، در جریان عملیات امنیتی از نقطه‌ای بلند در منطقه خیابان حیفا با شورشیان درگیر می‌شوند. عملیات «ضربه تبر ۱۱»^{۴۲} مجموعه‌ای از یورش‌های هدفمند برای مختل کردن فعالیت شبه‌نظامیان غیرقانونی است.

در این کلیپ، برخلاف سایر کلیپ‌ها سربازان تا حدی پر شور و حرارت هستند و میزان معینی از سرخوشی (و حتی شادی) را به هنگام شلیک کردن نشان می‌دهند. ساختمان‌هایی که منفجر شده‌اند همچنان در میان شعله‌های آتش در دوردست نشان داده می‌شوند. البته، در میان همه کلیپ‌های جنگی هیچ مصدومی (کشته و مجروحی) نشان داده نمی‌شود یا حتی گزارش نمی‌گردد، و در هیچ جا سربازان کینه‌توز و ستیزه‌جو جلوه گر نمی‌شوند. نوع دوم کلیپ‌ها دسته‌ای است که آن را "جنگ بهداشتی" (دقیق و هدفمند) تعریف کرده‌ام. در این دسته از کلیپ‌ها سربازان ایالات متحده و ائتلاف (معمولاً از هواپیما و یا از روی زمین) اهداف تعیین شده را می‌یابند و تخریب می‌کنند، اما این کار با کمترین میزان آسیب‌های انسانی قابل رویت صورت می‌پذیرد.

بهترین نمونه برای این دسته از کلیپ‌ها، کلیپ *تخریب راکت‌اندازها نزدیک شهرک صدر* (شماره ۱۳) است که در آن "بالگرد راکت‌اندازهای شورشیان در نزدیکی شهرک صدر عراق را نابود می‌کند" (متن کلیپ). این ویدئو با برفک‌های سیاه و سفید و بدون صدای ردیفی از راکت‌اندازها را نشان می‌دهد که هواپیمای نیروهای ائتلاف آنها را از بین می‌برد. در بخشی از این کلیپ یک راکت روی زمین منفجر و در همین حال این متن روی کلیپ مخابره می‌شود که "راکت به محض اصابت گلوله به راکت‌انداز منفجر می‌شود (هیچ مصدومیتی گزارش نمی‌شود)". به همین شکل، بمباران کارگاه‌های ساخت بمب‌های دست‌ساز با هواپیماهای F۱۶. که در آن اهداف پس از اصابت بمب‌ها به شدت منفجر می‌شوند. در حالی که در این کلیپ صدای انفجار شنیده می‌شود خلبان و مرکز کنترل در این یورش هوایی سخنی نگفتند تا این جمله که در آخر کلیپ با صدایی ناشناس گفته می‌شود: "واقعاً در سمت چپ هر یک از ساختمان‌ها هیچ چیز نمی‌بینم". سرانجام، در یکی از این کلیپ‌ها به مصدومان اعتنا و از آنها تصویربرداری شده بود.

تخریب کارخانه‌های شیمیایی (شماره ۲۱) روایتی به نسبت جزئی (یکی از سربازان ایالات

41- Thermal

42- Wilfred Owen

متحده روایت می کند) از چگونگی موقعیت یابی محل استقرار کارگاه های ساخت بمب های دست ساز با تلاش نیروهای ائتلاف به دست می دهد. این کلیپ با تصاویر هوایی و سیاه و سفید تعدادی از خانه های در حال تخریب (احتمالاً کارگاه های مورد نظر همان سرباز آمریکایی) ادامه می یابد. این کلیپ با تصاویری از تخریب خانه ها و کارگاه ها و متن ذیل پایان می یابد:

با اجرای عملیاتی در عراق، نیروهای ائتلاف ساختمانی پراز مواد انفجاری را منهدم کردند. در عملیاتی مشابه، این نیروها هشت تروریست را کشتند؛ سیزده فرد مشکوک را دستگیر کردند؛ ۱۵۰ آر.پی. جی، سی راکت، مواد انفجاری دست ساز و هزاران گوله خمپاره را از بین بردند.

آخرین گونه از کلیپ هایی که در شبکه نیروهای چند ملیتی به دست آمد، کلیپ هایی است که در آن نیروهای ایالات متحده و ائتلاف در "رفتارهای خوب" مشارکت، و به شیوه های گوناگون به شهروندان عراقی کمک می کنند. شاید کسی این گونه کلیپ ها را تصاویری با این معنا که "حس مثبتی" را انتقال می دهند، توصیف کند که به این منظور در این سایت بار گذاری شده اند تا این تصور را القاء کنند که ارتش آمریکا حسن تفاهم خوبی با شهروندان عراقی دارد.

در اولین نمونه به نام **نجات یک فرد ربوده شده** (شماره ۴)، و بر اساس متن آغازین این کلیپ، نیروهای ایالات متحده هنگام بازرسی از یک خانه یک شیعه ربوده شده را می یابند. این کلیپ با نمایش نیروهای آمریکایی در حال بازرسی از خانه مرد آدم ربوده شده می یابد و سپاهیان به خانواده فرد ربوده شده اطلاع می دهند که او را یافته اند و صحیح و سالم است. این خانواده پر جمعیت، اشک شادی می ریزند و سربازان را در آغوش می گیرند و بارانی از بوسه نثار آنان می کنند.

کلیپ های **سپاهیان به کودکان عراقی هدیه می دهند** (شماره ۱۶) و **پسران پیشاهنگ عراقی برای گردهمایی آماده می شوند** (شماره ۱۸) نیز نیروهای ایالات متحده را در حال مشارکت در انجام دادن رفتارهای خیرخواهانه نشان می دهند: دادن توپ های فوتبال و سایر هدایا به کودکان عراقی و مشارکت در مراحل آماده سازی جشن پیشاهنگی پسران (دوباره با تعداد زیادی از کودکان عراقی).

سرانجام، کلیپی هست که ترکیبی از نوع کارزار در این جامعه را نشان می دهد. در **"دق الباب منازل در بغداد"** (شماره ۲۰)، سربازان ایالات متحده خانه ها را برای یافتن اسلحه بازرسی می کنند. این سربازان برای این کار از آنچه راهبرد "دق الباب" شناخته می شود بهره می برند. در این راهبرد، سربازان برای ورود به منازل و بازرسی از آنها اجازه می گیرند. این راهبرد برای ترویج روابط خوب بین سربازان و شهروندان هدف گذاری می شود. این کلیپ با تصویر گروهی از کودکان عراقی شاد، خندان و آواز خوان آغاز می شود که سربازان ایالات متحده برای بازرسی از پی آنان می آیند. بازرسی مورد بحث به ظاهر با ضبط و مصادره چندین اسلحه، به همراه شهروندان خندانی که سربازان را حین ادای وظیفه تماشا می کنند، ادامه می یابد. این کلیپ با

صحنه‌ای که کودکان شاد بار دیگر با سربازان ایالات متحده گرم گرفته‌اند پایان می‌یابد.

دیدگاه‌های مخالف: نمایش جنگی "کتیف"

بدون تلاش زیاد می‌توان تعدادی کلیپ و ویدئو روی یوتیوب قرار داد که تصاویر جنگی کاملاً متفاوتی را به نمایش بگذارد. ویدئوهای بررسی شده در این بخش در جدول شماره دو فهرست شده‌اند. این ویدئوها محتواهایی را در سایت یوتیوب به تصویر می‌کشند که شگرف‌ترین صحنه از تضاد را هنگام مقایسه با کلیپ‌های دیگر روی شبکه نیروهای چند ملیتی ایجاد می‌کند. همه این کلیپ‌ها بررسی و تحلیل شدند. برخلاف کلیپ‌هایی که وزارت دفاع ایالات متحده (از طریق شبکه نیروهای چند ملیتی) فراهم کرده بود، کلیپ‌های "دیدگاه مخالف" که در این بخش درباره آنها بحث می‌شود، نه از یک منبع که از منابع گوناگون صادر شده‌اند. هر چند روشن است که اکثر این کلیپ‌ها را خود سربازان آمریکایی یا ائتلاف تصویربرداری کرده‌اند. بدین گونه، در قیاس با شبکه رسمی و مجاز وزارت دفاع، آنان ترکیبی زنده ایجاد می‌کنند. در این بخش، به کلیپ‌های با دیدگاه متفاوت نیز از سه جنبه توجه خواهیم کرد: (۱) نبردهای خیابانی و نبردهای مبتنی بر اسلحه سبک؛ (۲) جنگ بهداشتی و (۳) "رفتارهای مثبت" و امدادسانی به شهروندان عراقی.

در حالی که کلیپ‌های مربوط به نبردهای خیابانی و مبتنی بر اسلحه سبک در شبکه نیروهای چند ملیتی به گونه‌ای نمایش داده می‌شوند که در آنها سربازان منطقی و آرام آمریکایی بدون خونریزی مبارزه می‌کنند، سایر ویدئو کلیپ‌های موجود روی شبکه‌های دیگر یوتیوب، انگاره خشونت، تجاوز و پریشانی بسیار بیشتری از جنگ ارائه می‌کنند. این گونه ویدئو به گونه‌ای خاص در حال فروپاشاندن و تخریب انگاره ایجاد شده در شبکه نیروهای چند ملیتی است. در ابتدا کلیپ "سربازان بریتانیایی جلوی دوربین جوانان عراقی را کتک می‌زنند" (شماره ۳) نشان می‌دهد که جوانان عراقی (از زاویه بالا و از پشت بام) به سربازان بریتانیایی سنگ می‌زنند. پس از آن، تعدادی از جوانان به محوطه‌ای حصارکشی شده برمی‌گردند و سربازان بریتانیایی آنان را با خشونت تمام کتک می‌زنند. جوانان مورد نظر به ظاهر در اولین سال‌های جوانی خود هستند و سربازان حتی برخی جوان‌ترها را با مشت و لگد و باتوم می‌زنند.

جدول شماره ۲: کلیپ‌هایی از جنگ عراق که روی شبکه‌های گوناگون یوتیوب بارگذاری شده‌اند (پنجم اوت ۲۰۰۷).

ردیف	عنوان کلیپ	عنوان کلیپ	مدت پخش	تعداد تماشا
۱	رانندگی در ترافیک سنگین بغداد	۲۶ ژانویه ۲۰۰۷	۲:۳۷	۹۶۴,۲۳۳
۲	کودکان عراقی در پی آب می‌دوند	۱۴ سپتامبر ۲۰۰۶	۱:۰۶	۷۹۳,۸۶۷
۳	سربازان بریتانیایی جلوی دوربین جوانان عراقی را کتک می‌زنند	۱۳ فوریه ۲۰۰۶	۲:۰۰	۱۷۹,۱۹۱
۴	جنایت‌های جنگی تصویر شد	۲۹ سپتامبر ۲۰۰۶	۳:۲۹	۱۲۴,۰۳۱
۵	مشاهده یک جنایت جنگی؛ تفنگداران دریایی آمریکا به شهروندان بی سلاح شلیک می‌کنند.	۲۶ مارس ۲۰۰۷	۲:۳۶	۱۰۹,۳۰۰
۶	سربازان آمریکایی خودرویی را تخریب می‌کنند	۱۰ ژوئن ۲۰۰۶	۱:۲۰	۶۳,۲۳۷
۷	عاملان امنیت، از خود به هنگام شلیک به شهروندان تصویربرداری می‌کنند.	۲۸ ژانویه ۲۰۰۷	۲:۳۲	۶۱,۱۴۹
۸	عراق - سگ فقیر	۴ نوامبر ۲۰۰۶	۱:۱۵	۵۱,۷۵۷
۹	ویدئوی افشاشده از سربازان آمریکایی در عراق	۳ مه ۲۰۰۷	۲:۳۴	۱۷,۶۳۵
۱۰	آپاچی در عراق کشتار می‌کند	۲۴ ژوئیه ۲۰۰۶	۳:۳۲	۱۳,۰۲۸
۱۱	سربازان، کودکان عراقی را مستخره می‌کنند	۷ فوریه ۲۰۰۷	۸:۰۱	۴,۰۰۵
۱۲	سربازان آمریکایی به کشاورزان تیراندازی می‌کنند	۲ مارس ۲۰۰۷	۰۰:۱۹	۲,۰۸۹

در یک مورد، تعدادی از سربازان پسری جوان را نگه می‌دارند و سربازی دیگر به اندام تناسلی او لگد می‌زند. آنچه این کلیپ را آزاردهنده‌تر می‌کند، صدای قهقهه زنده تصویربردار این کلیپ است (یک روزنامه بریتانیایی او را سرخوهای در ارتش بریتانیا معرفی کرد) که هنگام وقوع این صحنه دوستان خود را تشویق می‌کند. در چند جای این کلیپ، گوینده ناله‌هایی حاکی از لذتی شبیه به لذت مقاربت جنسی سر می‌دهد.

مانند این کلیپ، در کلیپ "مشاهده یک جنایت جنگی - تفنگداران دریایی آمریکا به شهروندان بی سلاح شلیک می‌کنند" (شماره ۵)، گروهی از سربازان آمریکایی به افرادی

ناشناس در وسط خیابان شلیک می‌کنند. برخلاف صحنه‌های متعلق به شبکه نیروهای چند ملیتی، سربازان در این نبرد کمتر آرام و خونسرد هستند و سخنانی می‌گویند که نشان‌دهنده لذتی است که هنگام شلیک خشونت‌آمیز به آنان دست می‌دهد. سربازان آمریکایی سخنان زنده‌ذیل را در این کلیپ گفته‌اند:

"پسر! اونو نیگا کن! همه اونایی که به اونجا تر زده بودن به گ... دادیم!"

"اونی رو که از تو ماشین سفیده دوید تو ساختمون، زدمش پسر!" (به حالت قمیض در کردن)

"اون ماشینو می‌بینی، اون مادر... رومن به آتیشش کشیدم! پتی... ۳۰ تا فشنگ حروم کرد!"

"آره، پتی... به گ... رفتی!" (فریاد همزمان با شلیک به سمت اهداف)

"اوه، ج... بازیم تموم شد پسر!"

این کلیپ همچنین شلیک سربازان آمریکایی را به دو وسیله نقلیه نشان می‌دهد که به طور اتفاقی وارد منطقه درگیری شده‌اند. سربازان به این دو هدف شلیک می‌کنند و سرنشینان برای حفظ جان خود مجبور می‌شوند از اتومبیل‌ها پایین آمده و فرار کنند، اما سربازان همچنان به شلیک کردن با سلاح‌های خود کار ادامه می‌دهند.

ویدئوهای موجود در سایر شبکه‌های یوتیوب معنای ضمنی محتوای دسته دوم ویدئوهای شبکه نیروهای چند ملیتی ("جنگ دقیق و هدفمند") را - بدین معنی که عملیات نظامی در عراق با موشکافی زیاد و با کمترین تلفات انسانی صورت می‌گیرد - زیر سوال می‌برد. همچنین تصاویر سیاه و سفید دو کلیپ تهیه شده از حمله هوایی ایالات متحده انگاره‌هایی آزاردهنده و خشن از جنگ هوایی فراهم می‌آورد که هرگونه تصور از نبردی بهداشتی و "پاک" را زایل می‌کند.

کلیپ "آپاچی در عراق کشتار می‌کند" (شماره ۱۰)، تصاویر ویدئویی گرفته شده در شب از یک بالگرد آپاچی ایالات متحده را نشان می‌دهد که به سوی سه نفر مشکوک به قاچاق اسلحه تیراندازی می‌کند. این کلیپ به دو دلیل واجد ارزش است: اول این که برخلاف "ویدئوهای گرفته شده از کابین خلبان" در شبکه نیروهای چند ملیتی، این کلیپ به کارگیری تجهیزات نظامی بسیار قوی در برابر انسان‌ها و نه ساختمان‌ها را به دست نیروهای ایالات متحده با نتایج دهشت‌انگیز نشان می‌دهد. وقتی این سه مرد هدف گلوله‌های ۳۰ میلی‌متری قرار می‌گیرند، بدن‌های آنان از هم می‌پاشد و تکه‌های بدنشان با وضوح بسیار زیاد به اطراف پاشیده می‌شود (سیستم تصویربرداری استفاده شده در تاریکی، حرارتی است که حاصل صحنه را برزخی تر می‌کند). دوم این که در این ویدئو یکی از سه قربانی قبل از کشته شدن با دومین گلوله

مجروح می گردد. وقتی مرد به شدت زخمی سینه خیز از زیر کامیون بیرون می آید خلبان های آپاچی موقعیت او را برای تیراندازی تعیین می کنند. این خلبان ها در آن لحظات به یکدیگر می گویند:

"حرکت به راست، آنجا"

"راجر، اوزخمی است."

"بزنش!"

"راجر، دارم کامیون را می زنم"

"هم کامیون و هم او را بزن. برو جلو و بزنش."

سببیت شوکه کننده نمایش داده شده در این ویدئو نهفته در این واقعیت است که یکی از سه قربانی در شرایطی که مجروح شده و بی دفاع روی زمین افتاده است با مسلسلی بسیار قوی هدف قرار می گیرد. این مسئله نقض آشکار کنوانسیون های ژنو است.

در دومین ویدئو به نام **جنایت های جنگی تصویر شده** (شماره ۴)، یک داستان خبری از بخش خبری شبکه چهار تلویزیون بریتانیا روی یوتیوب قرار گرفت. این گزارش تصویری از بمباران شهر فلوجه به دست ایالات متحده است. (آوریل ۲۰۰۴) در این کلیپ خلبان یک هواپیمای جنگی F.۱۶، گروه بزرگی از مردم (تقریباً سی نفر) را در خیابانی در یک منطقه شهری پر از ساختمان هدف گیری می کند. این خلبان به فرماندهی مرکزی گزارش می دهد: "من عده زیادی را در جاده می بینم. می خواهی آنها را بکشم؟" بی درنگ پاسخ شنیده می شود که "بکش شان". سپس این کلیپ خلبان F.۱۶ را نشان می دهد که سیستم هدایت موشک را روی این گروه که در کنار خیابان می دوند قفل می کند. این تصاویر با انفجاری سهمگین در وسط جمعیت ادامه می یابد و خلبان در واکنش به این انفجار می گوید: "اوه... پسر!"

سرانجام، چنان که پیش تر گفته شد ایجاد کنندگان شبکه نیروهای چند ملیتی تلاش کردند تا انگاره مثبتی از روابط میان نیروهای ایالات متحده و شهروندان بومی عراقی در اذهان ایجاد کنند. این کلیپ ها [در شبکه نیروهای چند ملیتی] که سربازان را هنگام تعاملات طبیعی با کودکان و خانواده های عراقی نشان می دهند، با کلیپ هایی که در سایر شبکه های یوتیوب یافت می شوند تعارض عمیقی دارند.

کلیپ های "کودکان عراقی در پی آب می دوند" (شماره ۲)، "سربازان آمریکایی خودرویی را تخریب می کنند" (شماره ۶)، و "ویدئوی افشاشده از سربازان آمریکایی در عراق" (شماره ۹) به بینندگان بالقوه خود چشم انداز مشوش تری از اشغال عراق ارائه می دهند.

کلیپ "کودکان عراقی در پی آب می‌دوند" یکی از پربیننده‌ترین کلیپ‌های (تصویربرداری شده به دست نیروهای ایالات متحده) روی یوتیوب است. در این کلیپ سربازان آمریکایی سوار بر پشت یک کامیون برای وسوسه کردن، بطری‌های آب تمیز را نشان می‌دهند و به کودکانی که در وسط خیابان برای رسیدن به آنها می‌دوند، می‌خندند. کودکی که شش یا هفت ساله به نظر می‌رسد، مدتی طولانی برای سرگرمی سربازان، پشت کامیون می‌دود. وقتی کامیون سرعت بیشتری می‌گیرد، سربازان یک بطری آب را به بیرون کامیون می‌اندازند، اما کودکان دیگر این بطری را می‌گیرند و آن کودک بی‌هیچ نتیجه‌ای می‌ایستد.

در دومین کلیپ، "سربازان آمریکایی خودرویی را تخریب می‌کنند"، سربازان ایالات متحده کسانی را دستگیر می‌کنند که به دزدی چوب معترف‌اند. سربازان یک یگان زرهی به عنوان مجازات، شادمانه به سوی خودروی یکی از دزدان شلیک می‌کنند و سپس خنده‌کنان این ماشین را (چندین بار) با تانک خود زیر می‌گیرند و آن را نابود می‌کنند. صاحب این خودرو به تصویربرداری می‌گوید که راننده تاکسی است و این ماشین تنها منبع درآمدش بود. در سومین کلیپ به نام "ویدئوی افشاشده از سربازان آمریکایی در عراق"، یک سرباز آمریکایی با یکی از دوستانش درباره احساسش نسبت به دوران خدمتش در افغانستان صحبت می‌کند (به نظر می‌رسد این کلیپ در افغانستان تصویربرداری شده باشد). در بخشی از این کلیپ از سرباز یادشده درباره خدمت در سایر نقاط جهان سوال می‌شود که او با صدای دل‌انگیز و به شیوه‌ای طعنه‌آمیز پاسخ می‌دهد:

می‌دونی؟ عالیه. چون تو با بچه‌ها تعامل می‌کنی. به آنها و سایر کسانی که از توفیقیر ترند کمک

می‌کنی. می‌دونی؟ مثلاً اینه که چیزی رو پس بدی.

سپس این سرباز به لحن طعنه‌آمیز خود پایان، و ادامه می‌دهد:

لعنت به این لجن! اهمیت نمی‌دم که چه اتفاقی بیفته! هفته اول دوست داشتیم به این بچه‌ها

کمک کنیم. ولی هفته دوم می‌خواستیم از اینجا فرار کنیم.

این سرباز اعتراف می‌کند که کودکان را در عراق مسخره می‌کرده است؛ زیرا آنها آنچه را او می‌گفته است، درک نمی‌کردند. این کلیپ با نمایی از سربازان آمریکایی پایان می‌یابد که خود را با مسخره کردن تعدادی از کودکان افغانی (کسانی که هیچ درکی از آنچه به انگلیسی بر زبان جاری می‌کردند، نداشتند) سرگرم می‌کنند. کودکان افغانی این جمله‌ها را تکرار می‌کنند: "من... یک... احمق... هستم"؛ "ما... برای... تجاوز بیشتر... التماس می‌کنیم"؛ "این... کشور را... تحقیر کن".

نتیجه گیری: یوتیوب و چالش با سنت رایج

مطلب تازه‌ای درباره سربازانی که فعالیت‌های (قانونی یا غیرقانونی) خود را در جبهه‌های گوناگون جنگ به تصویر می‌کشند وجود ندارد. از زمان شعرسرایي تا تصویرگری با زغال و از آن هنگام تا ظهور عکاسی تاریخی طولانی از این سربازان بر جای مانده است. سربازان همواره برای بزرگداشت خاطره کارهایشان تلاش کرده‌اند. هرچند، عوامل متعددی بارگذاری ویدئو کلیپ‌های گرفته شده به دست سربازان روی سایت‌هایی مانند یوتیوب را از اشکال اولیه ارتباطات سربازان جدا می‌کند. به طور آشکارتری می‌توان این ویدئو کلیپ‌های مخدوش را - برخلاف مثلاً شعر و یلفرد اُون درباره جنگ جهانی اول - با درجه‌ای از آسانی برای هزاران و میلیون‌ها مخاطب جهانی بالقوه تولید و تقریباً بی‌درنگ روی اینترنت بارگذاری کرد.

تصاویری که سربازان ائتلاف در عراق و افغانستان گرفتند و سپس روی سایت یوتیوب بارگذاری کردند فراوان است. هیچ راهی برای این که به درستی تعداد دقیق کلیپ‌های موجود مشخص شود وجود ندارد؛ اما همین کافی است که بگوییم می‌توان ساعت‌های بی‌شماری برای یافتن و تماشای چنین کلیپ‌هایی صرف کرد. توجه به این که اغلب کلیپ‌های موجود در سایت یوتیوب سربازان را هنگام ارتکاب جرایم جنگی، خشونت یا رفتارهای ضداجتماعی نشان نمی‌دهند، اهمیت دارد؛ اما به جای شرکت در کارهای پیش پا افتاده و روزانه، یک فرد می‌تواند در اوقات بیکاری با نیروهای نظامی معاشرت کند؛ نشستن دور هم در چادر، صحبت با همکاران، خوردن، ترانه خواندن و ارسال پیام به فرد مورد علاقه در وطن. هر چند سایر کلیپ‌ها آزاردهنده و گاه دهشت‌انگیزند، اما به ظاهر این موضوع دهشت‌انگیز بودن دست کم بخشی از آن دلیل والاتری است که به موجب آن ارتش آمریکا استفاده از سایت‌های تبادل ویدئو را ممنوع کرد.

کلیپ‌های خاصی که در این پژوهش درباره آنها بحث شد، و شیوه به کارگیری یوتیوب (و سایر سایت‌های تبادل ویدئو) برای دستیابی به اهداف اشاعه پروپاگاندا، باید ما را از بحث‌های نظری جبرگرایی تکنولوژیک درباره چگونگی تسهیل امکانات و پراکندن پروپاگاندا بی‌بیشتر یا محتواهای ضدژئومونیک دورتر کند و به سوی بحثی درباره چرایی نیاز به بازبینی تصورات سنتی مربوط به پروپاگاندا، همچنین به سمت نظریه پردازی درباره ماهیت منحصر به فرد یوتیوب به مثابه سایتی هم برای توزیع محتوای رسانه‌های حاکم و هم خوراک رسانه‌های رادیکال سوق دهد.

همان‌طور که تحلیل من نشان داده است، محتواهای ارائه شده در شبکه نیروهای چند ملیتی بر روی یوتیوب به همراه کلیپ‌های بارگذاری شده در سایر شبکه‌ها، در شرایطی که

کلیپ‌های عراق/ افغانستان در سایر سایت‌ها نیز بارگذاری شده است، نمودهای متفاوتی دارند. به‌هرحال این تحلیل مبتنی بر مدل "تأثیرات قوی" رسانه‌ها - بدین معنی که می‌توان با انتشار چند ویدئو کلیپ کوتاه، باورهای بنیادین سیاسی، اجتماعی یا فرهنگی افراد را تغییر داد- نیست. به‌طور طبیعی، فعالان ضدجنگ یا موافق جنگ می‌توانند کلیپ‌هایی نظیر کلیپ‌های بررسی شده در این پژوهش را برای مخالفت یا موافقت با اشغال به کار گیرند، کما این که بکار هم گرفته‌اند.

مایلم برخی ملاحظات مربوط به نتایج این پژوهش را با توجه به هشدارهای یادشده در بالا ارائه کنم. در ابتدا و پیشاپیش باید گفت که تلاش‌های وزارت دفاع ایالات متحده از طریق شبکه نیروهای چندملیتی به شیوه‌ای ماهرانه با انگاره‌های ذهن‌گرایی سیاسی و "دیپلماسی عمومی"، که پیش‌تر درباره آنها بحث شد، هماهنگ شده‌اند. کلیپ‌های موجود در این شبکه به روشنی تلاشی برای به دست آوردن "قلوب و اذهان" در جریان اشغال عراق و افغانستان است؛ اما این موضوع با توجه به تاریخ پروپاگاندا و مدیریت اطلاعات در ارتش آمریکا نباید عجیب باشد. در همین حال، اگر چه محتوای کلی ویدئوهای شبکه نیروهای چندملیتی به هنجارهای سنتی پروپاگاندا - یعنی سربازان مثبت، استفاده از منطق خشک نظامی، مبارزه برای یک جنگ "عادلانه"، اشغالگران خیرخواه، نبردهای بدون خونریزی - در توزیع و نمایش محتوای این سایت وفادار است، اما سایت یوتیوب چنین نیست. یکی از عناصر پروپاگانداي موفق توانایی کنترل، توانایی جای‌گذاری اطلاعات، زمان‌بندی، بافت، مجاورت با ضد‌انگاره‌ها و ... - است. ماهیت تمرکززدایی‌شده یوتیوب، اگر کنترل را غیرممکن نکند، دست‌کم می‌تواند کنترل را تا حدودی دشوارتر کند. این واقعیت که ارتش آمریکا قادر نیست حتی از بارگذاری کلیپ در اینترنت به دست سربازان خود ممانعت کند گواه این مدعاست؛ کلیپ‌هایی که انگاره‌های نیروهای ائتلاف در عراق و افغانستان را به‌طور مستمر تخریب می‌کند. همان‌طور که بررسی شد، بسیاری از آن کلیپ‌ها آزار و خشونت را ارائه می‌کردند که وزارت دفاع آمریکا به‌طور رسمی آنها را ممنوع می‌دانست. هنگام جستجو در سیستم یوتیوب این کلیپ‌ها نیز دوشادوش کلیپ‌های شبکه نیروهای چندملیتی ظاهر می‌شوند؛ به همین دلیل نیز موجد آن چیزی هستند که می‌توان آن را "ناهماهنگی پروپاگاندايي" نامید: در مواردی این محتویات، پروپاگانداي آشکار را بی‌اثر می‌کنند.

"ناهماهنگی پروپاگاندايي" ما را به دنیای تصاویر کنونی (ویدئوها/کلیپ‌ها) بارگذاری شده روی یوتیوب می‌آورد. ممکن است کسی بپرسد که چه کلیپ‌هایی واقعیت جنگ در عراق را بهتر بازنمایی می‌کنند. البته داوری درباره چگونگی بازنمایی ویدئوهای "پاک" شبکه نیروهای

چند ملیتی در برابر ویدئوهای "کثیف" جایگزین غیرممکن است. همان‌طور که اندرسن (۲۰۰۶) می‌گوید آنچه محوریت دارد این است که پروپاگاندا بیان هدف دخالت نظامی و توجیه قابل قبول جنگی برای قدرت‌های منطقه‌ای یا ابرقدرت‌هایی مانند آمریکا و عمل تولید و باز تولید داستان‌ها و افسانه‌هایی است که پیرامون نبردهای نظامی وجود دارد. طبیعتاً همه کلیپ‌ها داستان‌های مشخصی را دربارهٔ عراق بیان می‌کنند. هر چند ویدئوها با هم تفاوت دارند و ویدئوهایی که روی شبکهٔ نیروهای چند ملیتی قرار دارند به دقت انتخاب شده‌اند تا به ارائهٔ تصویری از اشغالگران بپردازند که در خدمت منافع نظامی و سیاسی-اقتصادی ایالات متحده است، سربازان کلیپ‌هایی تهیه کرده‌اند که تجاوز، خشونت، و هرزگی را نشان می‌دهد. از سوی دیگر، در حالی که نمایش کلیپ‌ها با برنامه‌ریزی و اندیشه‌ورزی همراه بوده است، به ظاهر راهبرد ساختارمند، متمرکز و بلندمدتی برای تأثیر بر عامهٔ مردم نشان نمی‌دهد. می‌توان استدلال کرد که این ویدئوهای تکان دهنده به خودی خود می‌توانند تأثیر بیشتری داشته باشند زیرا آنها بخشی از فعالیت نظامی را که قرار بود از شهروندان مخفی باشد آشکار کرده‌اند؛ شهروندانی که هم هزینه‌های جنگ را تأمین می‌کنند و هم به سیاستمداران حامی جنگ رأی داده‌اند.

بر خلاف استدلال‌های سطحی مخالف، باید گفت که "جنگ یوتیوب" وجود ندارد. تماشای کسی که تیر می‌خورد مانند تیر خوردن نیست و یک ویدئوی ایدئولوژیک با یک تجاوز مرزی برابر نیست؛ اما به ظاهر در جنگ برای جلب افکار عمومی سایت‌های تبادل ویدئو مانند یوتیوب و گوگل ویدئو، سامان‌دهی دوبارهٔ توازن قدرت داستان‌گویی را آغاز کرده‌اند.

این مقاله ترجمه‌ای است از:

Uploading dissonance: YouTube and the US occupation of Iraq

Christian Christensen

Media, War & Conflict (2008), Vol. 1(2): 155-175

Sage Publication

References

Altheide, D. L. and J. N. Grimes (2005) 'War Programming: The Propaganda Project and the Iraq War', *Sociological Quarterly* 46: 617-43.

- Andersen, R. (2006) *A Century of Media, A Century of War*. New York: Peter Lang.
- Arquilla, J. and D. Ronfeldt (1999) *The Emergence of Noopolitik: Toward an American Information Strategy*. Santa Monica, CA: Rand. URL (consulted 10 May 2007): http://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR1033
- Bennett, W. L. and D. L. Paletz (eds) (1994) *Taken by Storm: Media, Public Opinion and U.S. Foreign Policy in the Gulf War*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Berenger, R. D. (2006) 'Introduction: War in Cyberspace', *Journal of Computer-Mediated Communication* 12(1): article 9. URL (consulted 30 July 2007): <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue1/berenger.html>
- Figueroa Kupcu, M. and M. A. Cohen (2007) 'Congress and the "YouTube War"', *World Policy Journal*: Winter. URL (consulted 30 July 2007): http://newamerica.net/publications/articles/2007/congress_and_the_youtube_war_5187
- Hallin, D. (1994) *We Keep America on Top of the World*. London: Routledge.
- Jefferson, T. (2007) 'The Use of ICTs in Regional Conflicts, War, and Terrorism', *VINE: The Journal of Information and Knowledge Management Systems* 37(1): 14–17.
- Jowett, G. and V. O'Donnell (1992) *Propaganda and Persuasion* (2nd edn). Newbury Park, CA: Sage.
- Kinniburgh, J. B. and D. E. Denning (2006) 'Blogs and Military Information Strategy', *Iosphere* (publication of Joint Information Operations Center) Summer, URL (consulted 10 May 2007): <http://www.au.af.mil/info-ops/jsou/blogbook06june.pdf>
- Lewis, J., S. Jhally and M. Michael (1991) 'The Gulf War: A Study of the Media, Public Opinion and Public Knowledge', research report P-8, Center for the Study of Communication. Amherst, MA: University of Massachusetts.
- Naim, M. (2007) 'The YouTube Effect', *Foreign Policy* January/February: 103–4.
- Nye, J. S. (1990) 'Soft Power', *Foreign Policy* 80: 153–71.
- Purcell, D. (2005) 'The Military in the Noosphere', *Information, Communication & Society* 8(2): 194–216.
- Riordan, S. (2002) *The New Diplomacy*. London: Polity.
- Smyth, R. (2001) 'Mapping US Public Diplomacy in the 21st Century', *Australian Journal of International Affairs* 55(3): 421–44.
- Snow, N. and P. M. Taylor (2006) 'The Revival of The Propaganda State: US Propaganda at Home and Abroad since 9/11', *International Communication Gazette* 68(5–6): 389–407.
- Van Ham, P. (2003) 'War, Lies, and Videotape: Public Diplomacy and the USA's War on Terrorism', *Security Dialogue* 34(4): 427–44.
- White House Office of the Press Secretary (1998) 'Foreign Affairs Reorganization Fact Sheet', URL (consulted 11 July 1999): http://www.state.gov/www/global/general_foreign_policy/fs_981230reorg.html