

کانون‌های مدیریت جریان خبر در مقیاس جهانی و ظهور مفهوم نقاط استراتژیک رسانه‌ای

محمدرضا حافظ نیا

استاد جغرافیای سیاسی دانشگاه تربیت مدرس

احسان لشگری^۱

استادیار جغرافیای سیاسی دانشگاه یزد

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۰۴/۱۰

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۰۲/۰۲

چکیده

اندیشمندان ژئوپلیتیک در طول سده گذشته همواره درصدد بوده اند که به فراخور شرایط طبیعی و انسانی مناطق مختلف و با ارائه استدلال‌های لازم اهمیت سیاسی برخی کانون‌ها و نقاط جغرافیایی را پررنگ تر نموده و سیاستمداران را جهت نفوذ، تسلط و مدیریت اینگونه فضاها ترغیب نمایند. بدیهی است اهمیت سیاسی مکان‌ها و فضاهای مختلف در طول زمان ثابت نبوده و بویژه ممکن است تحت تأثیر عوامل انسانساخت دچار ارتقاء و دگرگونی گردد. در این راستا توسعه فزاینده جهانی شدن و شبکه‌ای شدن فعالیت‌های رسانه‌ای سبب اهمیت یافتن نهادهای جهانی مدیریت جریانات رسانه‌ای و مکان‌های استقرار آنها گردیده است. زیرا این نهادها پتانسیل‌ها و توانایی‌های فزاینده‌ای در تأثیرگذاری بر دیگر مکان‌ها و فضاهای جغرافیایی دارند و با توجه به اثرگذاری فزاینده این نهادها اهمیت فزاینده‌ای برای آنها متصور می‌باشد.

در این مقاله این پرسش مطرح است که آیا امکان تطبیق تعریف مفهوم مکان و فضای استراتژیک با مکان‌های جهانی کنترل و مدیریت جریان‌های رسانه‌ای و خبری وجود دارد؟ در سیر انجام این تحقیق کوشش گردیده با رویکردی توصیفی - تحلیلی، در درجه نخست مفهوم فضای استراتژیک تبیین گردد، سپس با تطبیق کارکردهای نهادهای جهانی و بزرگ مقیاس، هدایت افکار عمومی و تطبیق آن با تعریف فضای استراتژیک، مصادیق نوینی از این مفهوم ارائه گردد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که امروزه می‌توان مکان استقرار نهادهای اصلی کنترل و هدایت جریان رسانه‌ای در جهان را به مثابه مصادیق نوینی از مفهوم فضای استراتژیک مطرح نمود.

واژگان کلیدی: مکان استراتژیک، مدیریت، افکار عمومی، رسانه‌های گروهی

۱- مقدمه

از بنیادها و شالوده‌های برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری، کسب اطلاعات و اخبار از محیط پیرامون می‌باشد و در این راستا می‌توان کسب اطلاعات از محیط پیرامون و تصمیم‌گیری را دو عنصر بنیادین شکل‌گیری برنامه‌ریزی فضایی دانست. در واقع در پرتو تبادل اخبار و اطلاعات است که انسان قادر به اندیشه و مقایسه مکان‌ها و فضاهای جغرافیایی با یکدیگر بوده و بر این مبنا قادر است با تصمیم خود در محیط پیرامون تغییر ایجاد کند. در این راستا در جهان امروز، افراد نمی‌توانند شخصاً رویدادها را مشاهده کنند و اطلاع از رویدادها محیط اطراف ضرورتاً نیازمند وابستگی به رسانه‌ها می‌باشد (Lewis, 1997: 49-63). به عبارت دیگر امروزه بخش مهمی از شناخت افراد و نهادها از محیط جغرافیایی از طریق رسانه‌ها گسترش می‌یابد و تقویت می‌شوند (لال، ۱۳۷۹: ۱۵). در این راستا یکی از مفاهیم کلیدی در اطلاع‌رسانی چگونگی عملکرد رسانه‌ها بویژه رسانه‌های جهانی در کنترل و مدیریت اخبار و بویژه اخبار سیاسی می‌باشد. در حقیقت این کانون‌های خبری به تبیین و واکاوی پدیده‌های دنیای پیرامون و نمایاندن رابطه فرد با محیط و دیگر اعضای جامعه می‌پردازند و دستور کاری برای افراد و حکومت‌ها تعیین می‌کنند که چارچوب کلی ادراک محیطی و فضای فکری آنها را فراهم می‌کند (گینز، ۱۳۸۱: ۱۳۴). به عبارت دیگر بازنمایی واقعیت‌های جهان خارج برای مخاطبان بیشتر بوسیله رسانه‌ها ایجاد می‌گردد، در نتیجه کارکرد آنها ذهنیت‌سازی، انگاره‌پردازی، متقاعدسازی، گفتمان‌سازی و معماری افکار عمومی از محیط (محسنیان راد، ۱۳۸۲: ۱۳) و بطور کلی تصویرسازی ژئوپلیتیک برای حکومت‌ها و بازیگران سیاسی از موقعیت، ویژگیها و محتوی فضاهای جغرافیایی می‌باشد (حافظیان، ۱۳۸۸: ۴۴). بنابراین اهمیت این کانون‌های رسانه‌ای در قابلیت اثربخشی، ایجاد تصمیم و تغییر در سایر فضاهای جغرافیایی نهفته است (مولانا، ۱۳۸۴: ۵۴) و این پدیده با توجه به سرعت فزاینده گردش اطلاعات و دسترسی فزاینده توده‌های مردم به آنها؛ به مثابه مبنای تأثیرگذاری در دیگر فضاهای جغرافیایی مطرح می‌باشد. بر این مبنا پیشبرد سیاست خارجی در جهان امروز بیش از پیش به میزان انگاره‌سازی رسانه‌ای وابسته شده است (توانبخش، ۱۳۸۶: ۵۶) و ارتباطات رسانه‌ای به بخش مهمی از مطالعات ژئوپلیتیک و روابط بین‌الملل تبدیل شده است (دبریکس، ۱۳۸۸: ۱۹۵).

از سوی دیگر این جریان نیز همانند هر جریان دیگری که در فضای جغرافیایی انتشار می‌یابد؛ دارای نقاط و کانونهای خاصی جهت تدوین، راهبری و انتشار می‌باشد. در حقیقت بطور مبنایی جریان خبر همانند هر جریان دیگری خودبخود به حرکت در نمی‌آید؛ بلکه این جریان توسط مجموعه‌ای از نهادهای رسانه‌ای هدایت و کانالیزه می‌گردد. به عبارت بهتر امروزه در طی فرایند جهانی شدن و با فشردگی زمان و مکان؛ جمع‌آوری، تدوین و توزیع اخبار در سراسر جهان به نحو فزاینده‌ای به مجموعه‌ای از مؤسسات خبری بزرگ و جهانی متکی گردیده است که از قابلیت‌های وسیعی در توزیع اخبار و به تبع آن معماری افکار و ادراک حکومتها و مخاطبان در سطح جهان برخوردار می‌باشند. بر این مبنا می‌توان اذعان نمود که راهبری و مدیریت جریان اخبار در جهان دارای کانونهای جغرافیایی مشخصی می‌باشد که این کانون‌ها نمودی از هژمونی این نقاط در توزیع اخبار در جهان باشد. به عبارت بهتر راهبری جریان اخبار از این مراکز و کانونها سبب شکل‌گیری جغرافیای تصور ذهنی خاصی از محیط پیرامون در ذهن بینندگان، شنوندگان و تصمیم‌گیران حکومت‌ها خواهد شد و سبب ساز ظهور واکنش‌ها و

تصمیمات معینی در آنها نسبت به محیط اطراف خواهد شد. بنابراین تصور اینکه تسلط خبری چگونه از طریق این کانونها بر سایر فضاهای جغرافیایی اعمال شده و تغییر ایجاد می‌کند چندان دشوار نخواهد بود. چه اینکه در زمان حاضر نیز رشد سریع تکنولوژی ارتباطی این امکان را فراهم آورده که اخبار در موضوعات مختلف و غالباً در شکل الکترونیک و در حجم بالا از این کانونها به سایر فضاهای جهان توزیع گردد. بر این پایه می‌توان ادعا نمود که اشاعه و پخش جریان خبر از مدل مرکز - پیرامون تبعیت می‌نماید (مولانا، ۱۳۷۱: ۴۳)

حال با توجه به این موارد این سؤال مطرح می‌گردد که آیا می‌توان مکان استقرار نهادهای اصلی کنترل و توزیع اخبار و شکل دهی به تصمیمات سیاسی حکومتها را به مثابه فضای استراتژیک در نظر گرفت؟ به عبارت بهتر با توجه به کارکردهای بی‌بدیل منبعث از این مکانها و تأثیرگذاری بالاترید این مکانها در سرنوشت دیگر فضاهای جغرافیایی آیا می‌توان آنها را به مثابه فضای نوین استراتژیک قلمداد نمود؟

۲- روش انجام تحقیق

روش جمع آوری داده‌ها و اطلاعات در این پژوهش اسنادی و کتابخانه‌ای بوده و شیوه تحلیل اطلاعات نیز توصیفی - تحلیلی می‌باشد. در این راستا کوشش گردیده با استفاده از ادبیات و منابع کتابخانه‌ای داخلی و خارجی، در وهله نخست مفهوم فضای استراتژیک تبیین گردد سپس با استخراج کارکردهای نقاط اصلی کنترل و پخش اخبار و هدایت تصمیمات سیاسی در جهان و تلفیق کارکردهای این نقاط با شاخص‌های مفهوم فضای استراتژیک، مصداق جدیدی از مفهوم فضای استراتژیک معرفی گردیده و بازساخت جدیدی از این مفهوم ارائه گردد.

۳- مباحث نظری

۳-۱ - مفهوم استراتژی

استراتژی مشتق از کلمه یونانی استراتوگوس به معنای فرمانده سپاه و لقب رهبران نظامی یونان باستان بوده است (لطفیان، ۱۳۸۹: ۱). در حقیقت از بُعد تاریخی فونونی را که یونانیان و رومیان برای پیروزی در جنگ به کار می‌بردند؛ نوعی حيله نظامی بود که استراتژم نامیده می‌شود. به همین دلیل در تعاریف قدیمی منظور از استراتژی؛ هنر فرماندهان در زمینه تدابیر و حيله نظامی بوده است (عزتی، ۱۳۸۴: ۱). در همین زمینه کلوزویتس استراتژی را چنین تعریف نموده است « فن بکارگیری و هدایت نبرد به عنوان وسیله‌ای در جهت نیل به اهداف جنگ » (همان، ص ۲). بدیهی است توجه به تعاریف تاریخی استراتژی نمایانگر آن است که در این تعاریف مطالعه و بررسی استراتژیها صرفاً در چارچوب دستیابی به اهداف نظامی بوده است (مطهرنیا، ۱۳۸۴: ۲۴) و در این تعاریف سنتی همواره دو عنصر کلیدی چگونگی حرکات نیروهای نظامی (تاکتیک) و روشهای دستیابی به اهداف نظامی، فن اداره جنگ، فن فرماندهی و ارائه طرح و نقشه جنگ مورد بررسی قرار گرفته است (عزتی، ۱۳۸۴: ۱). بنابراین در این دوره استراتژی یک اصطلاح نظامی بوده است که مفهوم و چارچوب آن تا مدت‌ها در حیطه کاری افرادی مطرح شده است که دارای اطلاعات خاصی از کاربرد تجربیات در مسائل نظامی بودند (باقری، ۱۳۷۰: ۱۹۸) و بطور خلاصه شامل استفاده از قدرت نظامی برای پیگیری اهداف حکومتها بود (افشردی، ۱۳۸۰: ۱۷). از آنجائیکه استراتژی در این مفهوم به معنی ظرفیت و توانایی صدمه زدن، اعمال زور و تخریب رقیب بوده است همواره خشونت آمیز تلقی شده

است (سنجایی، ۱۳۸۰: ۱۲). بدیهی است منظور از رقابتهای ژئواستراتژیک نیز استفاده از ابزار جغرافیا و محیط جغرافیایی در رقابتها و رویارویی‌های نظامی و برای اهداف نظامی بود (کریمی پور، ۱۳۸۰: ۲۱). اما این تعاریف سنتی در طول تحولات و فرایندهای تاریخی بتدریج دچار بازتعریف و بازساخت معنایی گردیده است و در طول زمان بتدریج عناصر بیشتری در قالب این مفهوم مورد بررسی قرار گرفته است؛ بطوریکه بتدریج اهداف سیاسی حداقل در قالب استراتژی نظامی نیز گنجانیده شد. بنابراین پس از طی تکامل ادوار مختلف تاریخی استراتژیست‌ها به این نتیجه رسیدند که توسل صرف به جنگ، جهت حصول اهداف نظامی الزاماً به معنای افزودن بر قدرت نیست (Mearsheimer, 2009: 164). از همین رو بود که لیدل‌هارت در قرن ۱۸ ضمن انتقاد به تعریف کلوزویتس؛ استراتژی را هنر توزیع و بکارگیری تجهیزات و وسایل نظامی جهت نیل به اهداف سیاسی دانست (Liddle Hart, 1967:84). بنابراین در سیر تاریخی تکامل مفهوم استراتژی بتدریج اصطلاح استراتژی بزرگ مطرح گردید که به معنای « هدایت و مدیریت تمامی منابع و یا گروهی از ملتها جهت کسب اهداف سیاسی می‌باشد» (Ibid).

امروزه قلمروهای مفهومی اطلاق واژه استراتژیک بسیار گسترده است و از آن به عنوان یک طرح و برنامه جهت حصول اهداف با استفاده از ابزارهای اقتصادی، دیپلماتیک، نظامی، فرهنگی و... تعریف می‌نمایند و یا به عبارت بهتر هنر بسیج و جهت دهی به کلیه منابع یک ملت به منظور حفظ و ارتقای منافع آن ملت و رسیدن به موقعیت مطلوب قلمداد نمود. بدیهی است با این تعریف؛ استراتژی چیزی بیش از مطالعه صرف جنگ و عملیات‌های نظامی است و قابلیت کاربرد در هر دو دوران جنگ و صلح را دارا می‌باشد.

جدول ۱: سیر تاریخی تکامل تعاریف استراتژی

کلوزویتس	- استراتژی هنر به کارگیری نیرو به عنوان ابزاری برای نیل به اهداف جنگ می‌باشد.
لیدل‌هارت	- استراتژی هنر توزیع و به کارگیری ابزار نظامی برای تأمین اهداف سیاسی است.
آندره بوفر	- استراتژی طراحی اهداف سیاسی، اقتصادی، دیپلماتیک و نظامی بوسیله حکومت‌ها می‌باشد.
جی سی وایلی	- استراتژی راهکارهای طراحی شده در جهت کسب اهداف می‌باشد.

بدیهی است با تلفیق ابعاد مختلف می‌توان ادعان داشت که امروزه استراتژی در حقیقت علم و هنر بکارگیری کلیه مؤلفه‌های قدرت در ابعاد سیاسی، نظامی، اقتصادی در زمان حاضر به منظور حداکثر پشتیبانی از سیاست‌های ملی در جهت نیل به اهداف و منافع و افزایش احتمال پیروزی و کاهش احتمال شکست می‌باشد.

۲-۳) مفهوم فضای استراتژیک

توجه به نظریات بسیاری از اندیشمندان ژئوپلیتیک نشان می‌دهد که شناسایی مناطق مهم و استراتژیک جهان در جهت کسب قدرت؛ مبین جوهر ذاتی بیشتر پارادایم‌ها و نظریات اندیشمندان ژئوپلیتیک می‌باشد و در این راه جزء مهمی از تئوریهای آنان نیز به شناخت مناطق جغرافیایی کلیدی جهان اختصاص داشته است. به عبارت بهتر توجه و مطالعه نظریه‌های ژئوپلیتیک نمایانگر آن است که توجه به مناطق مهم موجود در نقشه جغرافیای سیاسی جهان و شاخص‌یابی آنها همواره یکی از مهمترین مشغولیت‌های ذهنی اندیشمندان ژئوپلیتیک بوده است. در این راستا

زیربنای اصلی تئوری‌های ژئوپلیتسین‌های همچون مکیندر، اسپایکمن، سورسکی، ماهان و... به معرفی و شاخص‌یابی مناطق کلیدی جهان معطوف شده بود و هرکدام از آنها با توجه به یکسری از شاخص‌ها حکم به استراتژیک بودن یک نقطه از جهان می‌دادند. آنها دولتمردان را به تسلط و در اختیار گرفتن مناطق مهم دنیا ترغیب می‌کردند تا از این طریق اسباب برتری آن کشور را بر سایر رقبا فراهم کنند. این تجویز متخصصان جغرافیای سیاسی در قرن بیستم تنها به عرصه نظر محدود نبوده و در موارد بسیاری مصداق عملی به خود گرفته است. چراکه تسلط بر این مناطق جغرافیایی مهم و کنترل آن توسط دولت می‌تواند به زایش قدرت برای آن دولت و به تبع آن تأمین امنیت و داشتن اهرمی علیه رقبا تبدیل شود (احمدیان و غلامی، ۱۳۸۸: ۱۷). بنابراین در دیدگاه ژئوپلیتسین‌ها از آنجائیکه بر عکس سطوح ملی و درون‌کشوری امکان انحصار قدرت در سطح جهانی در یک هژمون واحد وجود ندارد بنابراین به صورت طبیعی و متأثر از تکثر منابع قدرت آفرین، رقابت به صورت بنیادین مابین قدرت‌ها وجود خواهد داشت (قوام، ۱۳۸۸: ۸۱). بدیهی است بخشی از فلسفه شکل‌گیری حوادث تاریخی نیز در اثر رقابت قدرت‌ها در این حوزه‌ها شکل گرفته است. پایداری قدرت ابر قدرت‌ها تا اندازه زیادی به چگونگی اتخاذ سیاست‌های مناسب از سوی آنها در حوزه‌های جغرافیایی مهم بستگی دارد (بوزان و ویور، ۱۳۸۸: ۲۱۱).

نکته اصلی اینجاست که شاخص‌های این مناطق در طول تاریخ و بنا بر مقتضیات ایدئولوژیک، امنیتی و تکنولوژیک متفاوت بوده است. از این رو اندیشمندان مختلف بر اساس این پیش‌زمینه‌های ذهنی تا زمان حاضر؛ مناطق مختلفی را به عنوان منطقه مهم و استراتژیک در صحنه جغرافیای سیاسی جهان قلمداد کرده‌اند. بدیهی است پس از جنگ سرد پیشرفت علم و تکنولوژی و ظهور برخی از عوامل انسان‌ساخت در برخی از مناطق جغرافیایی جهان از جمله در حوزه رسانه، سبب گردیده که این مناطق از بُعد سیاسی دارای اهمیت فزاینده‌ای گردند. زیرا ارزش برخی از این عوامل انسان‌ساخت نوع جدیدی از ژئوپلیتیک را معنا بخشیده‌اند.

بنابراین مطابق درک شرایط امروز؛ منطقه استراتژیک شامل حوزه‌های متشکل از امتیازات طبیعی و مواهب انسان‌ساخت است که شاخص‌ها و زیرساخت‌های تولید قدرت را ارائه می‌دهد و استفاده از منابع و زیرساخت‌های جغرافیایی این مناطق و مدیریت بر آنها در جهت ایجاد وابستگی ژئوپلیتیک در دیگر کشورها؛ از اهداف سیاست‌های بین‌المللی می‌باشد.

به عبارت بهتر تولید و ظهور هر فرایند، پدیده و جریانی در مقیاس‌های مختلف جغرافیایی دارای یک کانون مرکزی و یک فضای پیرامونی است که ساختارها و فرایندهای این فضای پیرامونی متأثر از جریانات منبث از این کانون مرکزی می‌باشد. بدیهی است حوزه نفوذ جغرافیایی جریانات مکانها و مناطق استراتژیک همچنان که در تعاریف پیشین ارائه گردید تمامی سطح کره زمین را تحت تأثیر خود قرار می‌داده و مرزهای غالب کشورها و بازیگران سیاسی را درنوردیده و تحت تأثیر قرار می‌دهد. به عبارت بهتر جریانات، شبکه‌ها و کارکردهای سخت افزاری و نرم افزاری منبث از مناطق استراتژیک تأمین‌کننده نیازها و کاستیهای دیگر فضاهای سطح زمین می‌باشد و این مسئله سبب ساز گسترش حوزه نفوذ این مناطق و شکل‌گیری رابطه مرکز - پیرامون بین جریانات منبث از این منطقه و سایر فضاهای جغرافیایی جهان می‌گردد. بدیهی است این مسئله زیربنای وابستگی ژئوپلیتیک دیگر فضاهای جغرافیایی را به این حوزه‌ها فراهم می‌آورد و تأمین امنیت و قدرت و حتی تصمیم‌سازی در دیگر کشورها منوط به

دسترسی به جریان‌های این فضاها مهم و مدیریت و کنترل آنها می‌باشد. بطوریکه هر گونه کاهش یا قطع ارتباط دیگر کشورها با جریان‌ها و کارکردها منبعث از اینگونه فضاها جغرافیایی که مصادیق آن در فصول پیشین ذکر گردید سبب افزایش انزوایی و توسعه درجه میرایی سایر کشورها و واحدهای سیاسی - فضایی خواهد شد. این مسئله در برخی موارد می‌تواند موجودیت آن واحد سیاسی - فضایی را تهدید نماید. از این رو توانایی ایجاد انزوا در سطوح و موضوعات مختلف توسط این فضاها برای دیگر مکانها و مناطق در شرایطی که تعاملات جهانی به شدت گسترش یافته است؛ قابلیت مهمی برای اینگونه مکانها و فضاها محسوب می‌گردد (لشگری، ۱۳۹۱: ۱۴۷).

به عبارت بهتر این فضاها با توانایی توسعه جریان‌های مثبت و مؤثر ساطع شده از درون خود و یا تولید جریان‌ها و کارکردهای مخرب و انتشار آن در دیگر فضاها جغرافیایی توانایی ارتقا و یا منفعل نمودن سیاستها و استراتژیها دیگر فضاها و بازیگران سیاسی حاکم بر آنها را دارند. بنابراین این فضاها توانایی تولید فرصتها و محدودیتهای جهانی را برای زندگی انسانها و حکومتها دارا می‌باشند. این مسئله توانایی تغییر و تنظیم رفتار فضاها با این مکانها و مناطق می‌گردد. بنابراین منفعل کردن سیاستها، برنامه‌ها و استراتژیهای دیگر فضاها جغرافیایی از طریق کاربرد عوامل و ارزشهای برتر جغرافیایی طبیعی و انسانی از ویژگیهای انتزاعی مهم این مکانها و مناطق می‌باشد.

بنابراین اثرپذیری دیگر فضاها جغرافیایی از این نقاط بیش از آنکه ناشی از انتخاب باشد ناشی از ضرورت می‌باشد. به عبارت دیگر تأثیر کارکردهای فضاها و مکانهای استراتژیک در دیگر جوامع مصداق جدیدی از جبر جغرافیایی را در دوره جدید شکل داده است. بنابراین دیگر مکانها و فضاها نیز اگرچه ممکن است از حیث ژئوپلیتیک در مقیاسهای کوچکتر دارای ارزش و اهمیت باشند؛ لیکن همچون مناطق استراتژیک کارکردهای منبعث از آنها قادر نیست کل جغرافیای سیاسی جهان را تحت تأثیر قرار دهد. بر پایه این موارد می‌توان ادعان نمود کارکردهای مکانها و مناطق استراتژیک در پس بسیاری از رویدادهای تاریخی جهان قابل جستجو می‌باشد و بخش مهمی از علل ظهور حوادث و رویدادها در آئینه تاریخ ناشی از وجود مزایای بی نظیر و ممتاز این مکانها و مناطق می‌باشد و به عبارت بهتر دستور کار عملیاتی دیگر بازیگران در سطوح ملی، فراملی و فراملی در سطح کلان در واکنش به تصمیمات و جریان‌های اینگونه فضاها شکل می‌گیرد. بنابراین مطابق موارد ذکر شده از حیث مفهومی و نظری می‌توان ادعان نمود که مناطق استراتژیک از حیث وزن ژئوپلیتیک و حوزه نفوذ کارکردی صاحب بالاترین درجه اثرگذاری در جهان می‌باشند و بر این مبنای هر مکان و فضای جغرافیایی که قادر باشند دیگر مکانها و فضاها را جهان را خواسته و یا ناخواسته تحت تأثیر جریان‌ها و فرایندهای منبعث از درون خود قرار دهد واجد اهمیت و اطلاق استراتژیک می‌گردد.

در حقیقت این فضاها، مناطق و یا نقاطی هستند که توانایی تولید فرایندها و جریان‌های مهم و بین‌المللی را دارند و تماس و ارتباط با این فضاها از اولویت‌های حیاتی حکومتها محسوب می‌گردد. از آنجائیکه وجود فلسفی جریان و پخش و شکل‌گیری سلسله مراتب نشانگر وجود یک عدم تقارن می‌باشد (پوراحمد، ۱۳۸۸: ۱۹۷). از این رو واضح است که از نظر فلسفی این فضاها، نقاطی هستند که دارای ارزش و امتیازات قوی تر می‌باشند.

از این رو همچنانکه در اوایل قرن بیستم در تئوریهای کلاسیک ژئوپلیتیک نقاط و مناطق مهم مطرح گردید؛ همین نوع مطالعات می‌تواند مبنایی برای دیگر مطالعات گردد تا مکانها و فضاهای استراتژیک جدیدی را از لحاظ کاربردهای سیاسی، نظامی و اقتصادی در فضای ماوراء جو تئوریزه نمود.

۲) مفهوم رسانه‌های گروهی

رسانه‌های گروهی یا جمعی دسته‌ای از ابزارها و وسایل هستند که توانایی تحت تأثیر قرار دادن جمع کثیری از افراد و گروه‌های اجتماعی را دارا می‌باشند و بطور مشخص از محصولات عصر مدرنیته به شمار می‌روند (کازنو، ۱۳۸۷: ۳). بنابراین از مهمترین کارکردهای رسانه‌های گروهی توانایی آنها در شکل دهی مدیریت افکار عمومی جوامع می‌باشد. به عبارت بهتر مهندسی و مدیریت مجموع عقاید افراد یک جامعه نسبت به موضوعات مختلف بویژه موضوعاتی که بر زندگی آنها تأثیر دارد توسط رسانه‌های گروهی تأثیر می‌پذیرد. از این رو رسانه‌های گروهی نقش بسیار مهمی در شکل گیری افکار عمومی جوامع دارند. لیکن مقیاس و گستره اثرگذاری این کارکرد در مقام قیاس مابین رسانه‌های مختلف متفاوت می‌باشد. به عبارت بهتر برخی از رسانه‌ها به سبب دارا بودن زیرساخت‌های بهتر اثرگذاری عمیق تر و فراگیرتری بر افکار عمومی دارند و برخی دیگر به سبب دارا بودن زیرساخت‌های ضعیف تر بر چگونگی شکل گیری افکار عمومی تأثیر کمتری دارند. بنابراین رسانه‌های گروهی از حیث اهمیت و ارزش و بطور کلی تبعات کارکردی در مقام قیاس با یکدیگر دارای جایگاه متفاوتی می‌باشند. بالطبع برخی از این رسانه‌ها به جهت دارا بودن زیرساخت‌های لازم از سطح اهمیت بالایی برخوردار می‌باشند و جریان اطلاعات و اخبار ساطع شده از آنها کل جغرافیای جهان را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد.

۳) یافته‌های تحقیق

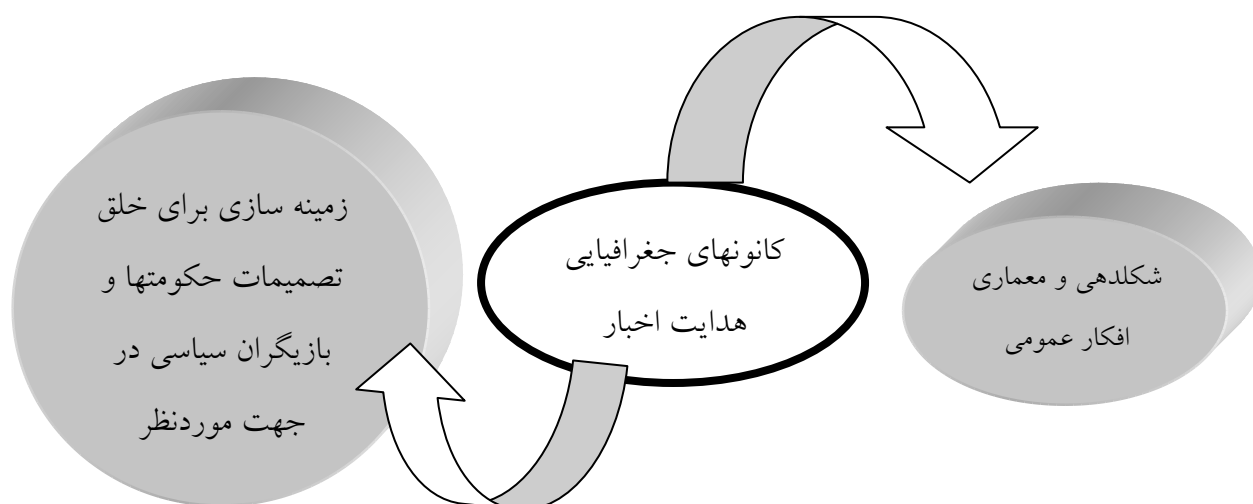
کارکردهای استراتژیک نهادهای کنترل و هدایت افکار عمومی و تصمیمات سیاسی حکومت‌ها

همانگونه که پیشتر ذکر گردید بررسی جغرافیای ارتباطات بویژه در دهه‌های اخیر نماینگر وجود نابرابریهای عمیق ارتباطی و اطلاعاتی در سطح جهانی است. این نابرابریها نه تنها بین کشورهای ثروتمند و فقیر شمال و جنوب؛ بلکه در میان مجموعه کشورهای شمال نیز وجود دارد (آزاد، ۱۳۸۶: ۵۹). این نابرابریهای رسانه‌ای در دو سطح فنی و زیرساختی و هم در سطح تولید و مدیریت محتوی کاملاً مشهود بوده و آثار و عوارض مهمی را در سطح جغرافیای سیاسی جهان از خود برجای می‌گذارد. در این میان برتری ارتباطی و اطلاعاتی خبری به سبب سلطه چند خبرگزاری بزرگ بر بازار خبری دنیا، دارای تأثیرات عمیق سیاسی می‌باشد. گزارش سازمان یونسکو نشان می‌دهد که حدود نود درصد اخباری که در سطح جهان فرصت انتشار می‌یابند؛ از طریق ۴ خبرگزاری عمده جهان یعنی رویترز، یونایتدپرس، آستوشیتدپرس و فرانس پرس تأمین می‌گردد. در حالی که تنها سه کشور مالکیت این ۴ خبرگزاری بزرگ را بر عهده دارند (همان، ص ۱۶۲) و دفاتر اصلی و مرکزی این خبرگزاریها نیز در این کشورها مکان‌گزینی شده است. این کانونها قابلیت آن را دارند که با متمایز کردن و متبلور نمودن اخبار خاصی از مناطق مختلف جهان و دیدگاه ذهنی خاصی را نسبت به این مناطق شکل می‌دهند. بدین سان این نهادها و کانونهای جغرافیایی از نظر توان اعمال قدرت و کنترل رفتار دیگر حکومتها؛ مؤلفه جدیدی از ابعاد اهمیت ژئوپلیتیک فضای جغرافیایی را ارائه داده اند؛ مولفه‌ای که با تصویرسازی دلخواه خود از فضاهای جغرافیایی توان رقم زدن سرنوشت دیگر حکومت‌ها و

جوامع را دارد (تامیسون، ۱۳۸۰: ۸۹). بنابراین کنترل، راهبری و مدیریت جریان اخبار بوسیله نهادهای است که نهادهای فرادستی مبتکر و بزرگ مقیاس را در این زمینه در دست دارند (مولانا، ۱۳۷۱: ۳۸). به عبارت بهتر این نهادها با توجه به قابلیت‌های خود توان کنترل محصولات خبری را دارند و با توجه به انحصار توزیعی خود در عرصه پخش اخبار، می‌توانند تأثیر عمیقی بر عقاید، تصمیمات مردم و حکومتها داشته باشند (گنر، ۱۳۸۵: ۱۴۷).

این در حالی است که اگرچه در جهان به غیر از این ۴ خبرگزاری، خبرگزاریهای دیگری نیز فعالند؛ لیکن هیچکدام از آنها به عنوان رقیبی برای این ۵ غول خبری جهان مطرح نیستند و همچنانکه گفته شد اکثر منابع خبری، اخبار بین الملل را از طریق این ۴ خبرگزاری بزرگ کسب می‌کنند. چراکه هیچکدام از دیگر خبرگزاریها، از نظر تعداد دفاتر خبری و تعداد خبرنگاران و سرعت اطلاع رسانی قابل هم‌آورد با این ۴ خبرگزاری بزرگ نیستند و ۹۰ درصد اخبار خارجی روزنامه‌ها و سایر وسایل ارتباط جمعی از این ۴ منبع خبری تهیه و پخش می‌گردد (سیف پور، ۱۳۹۱: ۸۳۲).

از سوی دیگر تعداد معدودی از شبکه‌های بزرگ تلویزیونی و سایتهای اینترنتی نیز وجود دارند که دارای قابلیت وسیعی در توزیع اطلاعات و اخبار و به تبع آن اثرگذاری بر تصمیمات سیاسی حکومتها و پردازش اذهان عمومی مردم در دیگر مناطق جهان برخوردارند و به عنوان منبع تغذیه دیگر شبکه‌های اطلاع رسانی در جهان عمل می‌نمایند. بنابراین با توجه به این قابلیت‌ها و کارکردها می‌توان اذعان نمود که چنین کانونهایی قابلیت پنداره سازی و شکلدهی به افکار عمومی مردم جهان و تصمیمات سیاسی حکومتها را دارا بوده و با توجه به این کارکردها می‌توان این کانونهای جغرافیایی را به مثابه مکانی استراتژیک در نظر گرفت. بویژه در دهه‌های گذشته با افزایش ضریب نفوذ این کانونها و توانایی آنها در کاستن فاصله‌های طبیعی و سرعت انتقال اخبار؛ قدرت اثرگذاری آنها در تصمیمات سیاسی حکومتها به گونه فزاینده‌ای افزایش یافته است. بعنوان نمونه پس از جنگ سرد در حوادثی همچون عراق، بوسنی، سومالی و چین و... پوشش بدون وقفه این جنگها بوسیله این کانونها و توزیع آن در جهان به ایجاد یک الزام جدید و قدرتمند برای برانگیختن کنشی در بین اصحاب قدرت که در شرایط غیررسانه‌ای صورت نمی‌گرفت؛ کمک نمود (گیلبوا، ۱۳۸۸: ۱۶). بنابراین با تمرکز رسانه‌ای این کانونهای خبری بر فضاها جغرافیایی خاص، قطعاً سرنوشت این فضاها تغییر حتمی خواهد داشت و این رسانه‌ها قادرند از طریق برجسته سازی و متمایز نمودن اهمیت حوادث سیاسی این نواحی آینده سرنوشت این فضاها جغرافیایی را رقم بزنند از این رو این کانونها بواسطه قابلیت‌های خود در تولید قدرت مورد توجه قدرتهای جهانی قرار دارند (Fourie, 2001: 127) و امروزه تصمیم گیران و سیاستگذاران قدرتهای جهانی از این قابلیت‌ها به عنوان ابزاری مهم برای پیشبرد اهداف و سیاستهای خود و نیز بسیج افکار عمومی در جهت پشتیبانی از این سیاستها اقدام می‌کنند (Deli carpini and Williams, 1994: 782- 812) (Gilboa, 1998: 56-57) و این مسأله اهمیت استراتژیک این مراکز را چند برابر نموده است.



شکل ۱: کارکردهای جریان‌های منبعث از کانونهای عمده خبری

منبع: نگارندگان

بحث و نتیجه گیری

همانگونه پیشتر ذکر گردید توسعه فزاینده ارتباطات و تأثیر آن بر تصمیم‌های سیاسی حکومتها سبب گردیده که اهمیت نقاط و مقرهای مدیریت و راهبری جریان اخبار و اطلاعات بیش از پیش افزایش یابد. به عبارت دیگر امروزه دیگر تأثیرگذاری قدرتهای برتر بر دیگر کشورها الزاماً از طریق روابط رسمی و دیپلماتیک صورت نمی‌گیرد؛ بلکه هدایت افکار عمومی از طریق مدیریت جریان اخبار در سطح جهان نیز از روشهای مؤثر تأثیرگذاری در سیاست خارجی و به عنوان شکل جدیدی از قدرت مطرح می‌باشد. به عبارت بهتر قابلیت و توانایی معماری و هدایت افکار عمومی سبب شکل‌گیری نوعی یکپارچگی ذهنی افکار عمومی با کانونهای تدوین و توزیع جریان اخبار در سطح جهان می‌گردد و این نهادها نقش بی‌بدیلی در ایجاد اقناع، تبلیغ و ایجاد ادراک ذهنی مردمان دیگر نقاط جهان دارند. از این رو کانونهای جغرافیایی مدیریت این جریان که در غالب خبرگزاریها و شبکه‌های خبری بزرگ نمود می‌یابد به مثابه گرگ‌های کنترل و هدایت افکار عمومی و تصمیمات سیاسی حکومتها در جهان امروز از اهمیت فزاینده‌ای برخوردار می‌باشند.

از این رو می‌توان اذعان نمود که همچنانکه کانون‌ها و مقرهای مدیریت جریان پول و سرمایه در جهان تصمیمات اقتصادی حکومتها را به گونه‌ای غیرانتخابی و جبری شکل داده و نوعی جبر ساختاری تولید می‌نمایند؛ مدیریت جریان‌های سیاسی و رسانه‌ای در مقیاس جهانی در قالب نهادها و بنگاه‌های پراکنش اخبار؛ تصمیمات سیاسی حکومتها را به همان صورت غیرانتخابی شکل داده و افکار عمومی جهان را معماری می‌نمایند. به عبارت بهتر بازیگران حاکم بر این کانونها قادرند بر ذائقه، علائق، طرز تفکر، بینش و نگرش سیاسی دولتمردان و سیاستمداران دیگر جوامع تأثیر گذارده و تصمیمات آنها را شکل دهند. ضمن اینکه تلقی عمومی شهروندان از محیط خارج بر مبنای چگونگی راهبری جریان اطلاعات و اخبار توسط این کانونها صورت می‌گیرد. از این رو بر مبنای این قابلیت‌ها امروزه مکانهای اصلی گردآوری و توزیع اخبار سیاسی دارای اهمیت استراتژیک فزاینده‌ای گردیده است. چراکه سیاستمداران و بازیگران حاکم بر این کانونها با استفاده از این توانمندی‌ها توان ایجاد سیادت ژئوپلیتیکی را

بر سایر فضاها پیدا نموده و بر مبنای آن قادرند انسان‌ها و حکومت‌های بیشتری را در حوزه نفوذ و اثرگذاری پیام سیاسی خود قرار دهند.

بنابراین امروزه کانون‌های هدایت جریان اخبار تبدیل به نقاط ایجاد کنش، رفتار در حکومت‌ها و افراد نسبت به سایر نقاط جهان تبدیل شده اند و این مسئله در تطابق با تعریف مفهومی منطقه استراتژیک به مثابه منطقه تولید جریانات جهانی می‌باشد. به عبارت بهتر همچنانکه پیشتر ذکر گردید کارکردهای ساطع شده از مکان‌ها و نقاط استراتژیک سراسر جهان را به گونه‌ای غیرانتخابی تحت تأثیر قرار می‌دهد. با توجه به وجود چنین کارکردهای در مکانهای استقرار رسانه‌های بزرگ جهانی می‌توان این مکان‌ها را به مثابه فضای استراتژیک قلمداد نمود.

منابع

- آزاد، اسداله (۱۳۸۶)؛ اطلاعات و ارتباطات؛ مفاهیم، نظریه‌ها و جغرافیای سیاسی؛ تهران: نشر چاپار.
- احمدیان، قدرت الله و غلامی، طهمورث (۱۳۸۸)؛ آسیای مرکزی و قفقاز، عرصه تعارض منافع روسیه با غرب؛ دو فصلنامه اوراسیا، سال دوم، ش ۴؛ پائیز و زمستان ۱۳۸۸.
- افشردی، محمدحسین (۱۳۸۰)؛ ژئوپلیتیک قفقاز و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران؛ تهران: انتشارات دوره عالی جنگ. باقری، علی (۱۳۷۰)؛ کلیات و مبانی استراتژی و جنگ؛ تهران: انتشارات نشر بین الملل.
- بوزان. بری و ویور. الی (۱۳۸۸)؛ مناطق و قدرتها؛ ترجمه رحمان قهرمانپور؛ تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی. پوراحمد، احمد (۱۳۸۸)؛ قلمرو و فلسفه جغرافیا؛ تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- تامیسون، جان (۱۳۸۰)؛ رسانه‌ها و مدرنیته؛ ترجمه مسعود اوحدی؛ تهران: انتشارات سروش
- توانبخش، مهرداد (۱۳۸۶)؛ دیپلماسی رسانه‌ای به مثابه ابزار سیاست خارجی؛ پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، پژوهشنامه شماره ۱۰.
- حافظیان، محمدحسین (۱۳۸۸)؛ دولت، نخبگان و توسعه در خاورمیانه؛ تهران: انتشارات معاونت پژوهشهای سیاست خارجی مجمع تشخیص مصلحت
- دبریکس، فرانسفوا (۱۳۸۸)؛ وحشت از تصویر: روابط بین الملل و مدار جهانی تصویر؛ ترجمه سبحان رضایی؛ مجموعه مقالات مرزهای نو در ارتباطات بین الملل، ویراستار مهدی سمتی، ترجمه حسن بشیر، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- سنجایی، علیرضا (۱۳۸۳)؛ استراتژی و قدرت نظامی؛ تهران: انتشارات پاژنگ.
- سیف پور، رضا (۱۳۹۱)؛ هژمونی رسانه‌ای غرب و تهدید ابعاد امنیت ملی ایران؛ مجموعه مقالات پنجمین کنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران؛ تهران: انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.
- عزتی، عزت اله (۱۳۸۴)؛ ژئواستراتژی؛ چاپ چهارم، تهران: سمت
- قوام، سید عبدالعلی (۱۳۸۸)؛ روابط بین الملل: رویکردها و نظریه‌ها؛ تهران: انتشارات سمت.
- کازنوو، ژان (۱۳۸۷)؛ جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران: نشر اطلاعات.
- کریمی پور، یداله (۱۳۸۰)؛ مقدمه‌ای بر ایران و همسایگان؛ انتشارات جهاد دانشگاهی تربیت معلم.
- گنر، هربرت (۱۳۸۵)؛ دمکراسی و خیر؛ ترجمه علیرضا دهقان؛ تهران: انتشارات سمت
- گیبیز، جان (۱۳۸۱)؛ سیاست پست مدرنیته؛ ترجمه: منصور انصاری، تهران: انتشارات گام نو.

گیلیوآ، ایتان (۱۳۸۸)؛ ارتباطات جهانی و سیاست خارجی؛ ترجمه حسام الدین آشنا و محمدصادق اسماعیلی؛ تهران: دانشگاه امام صادق (ع).

لال، جیمز (۱۳۷۹)؛ رسانه‌ها، ارتباطات و فرهنگ؛ ترجمه مجید نکودوست؛ تهران: انتشارات روزنامه ایران.

لشگری، احسان (۱۳۹۱)؛ تبیین نظری مفهوم مکانها و مناطق استراتژیک، رساله دکتری رشته جغرافیای سیاسی دانشگاه تربیت مدرس، به راهنمایی محمدرضا حافظ نیا، تیرماه ۱۳۹۱.

لطفیان، سعیده (۱۳۸۷)؛ استراتژی و روشهای برنامه ریزی استراتژیک؛ تهران: انتشارات دفتر مطالعات سیاسی و بین الملل وزارت امور خارجه.

محسنیان راد، مهدی (۱۳۸۲)؛ ارتباط شناسی؛ چاپ سوم، تهران: انتشارات سروش.

مطهرنیا، مهدی (۱۳۸۴)؛ مبانی نظری دکترین امنیت ملی آمریکا در قرن ۲۱؛ مجموعه مقالات کتاب آمریکا (ویژه دکترین امنیت ملی آمریکا؛ گردآوری رضاداد درویش؛ تهران: انتشارات ابرار معاصر.

مولانا، حمید (۱۳۸۴)، اطلاعات و ارتباطات جهانی: مرزهای نو در روابط بین الملل، مترجم اسداله آزاد و محمد حسن زاده، تهران: نشر کتابدار.

مولانا، حمید (۱۳۷۱)؛ جریان بین المللی اطلاعات؛ ترجمه یونس شکرخواه؛ تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها

Deli carpini, M and Williams (1994); Methods, methaphors and media research: the use of television in political conversation. Communication research 21.

Fourie, P-J(2001); Media studies, volume one: Institutions, theories and issues, landsdown: juta education

Gilboa, E (1998); Media diplomacy: conceptual divergence and applications, Hansard international journal of press/politics, no 3.

Lewis, Anthony (1997); Democracy and freepress: are they incompatible? Bulletin, the American academy of arts and science (March 1997), no6.

Mearsheimer, John(2009) ; The Tragedy of great power politics, translated by cheginizadeh from English to Persian , research and study center of foreign minster publisher , Tehran [in Persian].

Liddle Hart, B.H (1967); Strategy: indirect approach; London: Faber & Faber.