

ظهور بازیگران جدید در عرصه‌ی ژئوپلیتیک و نقش رسانه‌های اجتماعی با تاکید بر تروریسم کیومرث یزدان پناه درو^۱

استادیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

مجتبی خاتونی

دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۶/۲۷ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۱۰/۰۶

چکیده

کمی بیش از یک دهه از قدمت آنچه امروزه به عنوان رسانه‌های اجتماعی می‌شناسیم، می‌گذرد. اثرگذاری پایدار را می‌توان مهمترین ویژگی رسانه‌های اجتماعی دانست. از آنجا که این رسانه‌ها از حیثه‌ی نظارت دولت‌ها و حکومت‌ها خارج‌اند، تا اندازه‌ی زیادی، مفهوم حاکمیت ملی را دستخوش تحول و دگرگونی کرده‌اند. دولت‌های ملی، که تا چندی پیش، به عنوان یکه‌بازان عرصه‌ی بین‌الملل، مناسبات ژئوپلیتیکی جهان را تحت تأثیر قرار داده بودند، حال ناگزیر و ناخواسته، بخش قابل توجهی از قدرت خود را، به وسیله‌ی بازیگران نوظهوری که خارج از قید و بندهای ملی، به کنشگری در عرصه‌ی قدرت می‌پردازند، از دست داده‌اند. این بازیگران که در سطوح و مقیاس‌های متفاوت، از فردی تا جهانی ظهور یافته‌اند، در قالب فرآیندهایی چون: ناحیه‌گرایی، افراط‌گرایی مذهبی، نژادگرایی و... گاه به شکل خشونت‌های سازمان‌یافته، که تروریسم نامیده می‌شود، با اهداف و نتایج ژئوپلیتیکی، به بازیگری در عرصه‌ی سیاست جهانی می‌پردازند. در این میان خروج رسانه‌ها از انحصار دولت‌ها و حکومت‌ها، با ظهور نسل جدید آن‌ها، که به رسانه‌های اجتماعی شناخته می‌شوند، توانسته بستی به مراتب گسترده‌تر برای بروز و ظهور این بازیگران جدید، فراهم آورد. این پژوهش سعی در بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در ظهور بازیگران جدید در عرصه‌ی ژئوپلیتیک با تاکید بر سازمان‌های تروریستی دارد.

واژگان کلیدی: رسانه‌های اجتماعی، بازیگران جدید، ژئوپلیتیک، تروریسم

مقدمه

این سؤال که بازیگران سیاسی قدرت خود را از چه منبعی می‌گیرند، چگونه آن را تداوم می‌بخشند، به چه وسیله‌ای آن را اعمال کرده و به بازتولید آن می‌پردازند، یک موضوع جذاب، پیچیده و مبهم است. آنچه قدرت به همراه می‌آورد، توانایی تحمیل اراده است. به عبارتی قدرت همان چیزی است که قدرتمندان اعمال می‌کنند. بدون شک، قدرت یکی از پیچیده‌ترین مفاهیم ذهنی است که هر چند مابه ازای خارجی برای آن وجود ندارد، اما بیشترین تأثیرات را بر محیط واقعی گذاشته است.

یک نگاه کلی به روند حاکم بر مناسبات ژئوپلیتیکی جهان، نشان می‌دهد، جوامع انسانی در حال حاضر و در زمانی واحد، دو مسیر به ظاهر متضاد را می‌پیمایند؛ از طرفی پس از انقلاب ارتباطات و در مسیر جهانی شدن، مرزهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی از بین می‌روند و تفاوت‌ها کمرنگ‌تر می‌شوند و از طرفی در مقیاس میکرو، جنبش‌های اجتماعی با ریشه‌های قومی، مذهبی، فرهنگی و زبانی، با ادعای تمایز، مرزهای جدیدی (رسمی و غیر رسمی) ایجاد می‌کنند و "امنیت به عنوان یکی از اساسی‌ترین عناصر برای استمرار حاکمیت" (Muier, 1999: 197) را تهدید می‌کند. امروز در کشورهای سرتاسر آسیا طیف وسیعی از اشکال مختلف خشونت سیاسی شامل: جنبش‌های جدایی طلب قومی، ملی و مذهبی که به وسیله‌ی رسانه‌ها هدایت می‌شوند، وجود دارد. (Cole, 2006: 1)

رسانه‌ها به شکل مدرن آن یکی از ملزومات انقلاب ارتباطات به شمار می‌روند. زمانی که سخن از انفجار اطلاعات به میان می‌آید، رسانه محور بحث خواهد بود. اما استفاده از رسانه‌ها امروزه از تاکید بر رسانه‌های جمعی، به رسانه‌های اجتماعی تغییر کرده است (Ingle, 2003: 251) و روند شتابان پیشرفت‌های تکنولوژیک، رسانه‌ها را نیز دستخوش تحولات فراوان کرده است. یکی از ابزارهای شتاب بخش در گستره‌ی مفهومی جهانی شدن، اینترنت است (Hafeznia, 2006: 4). آنجا که رسانه‌ها در گذار از دوره‌ی سنتی، ابعاد جدیدی یافته و بسته‌ای از پیشنهادات، متمایز از آنچه پیشینیان ارائه داده‌اند، به همراه دارد (Krishnatray, 2009: 19). فضای مجازی به عنوان بستری مناسب برای نسل جدید رسانه‌ها، که بر مبنای ایدئولوژیک و تکنولوژیک وب ۲.۰ ساخته شده‌اند (Sheedy, 2011: 11) و مبنای آن‌ها بر تعامل و دیالوگ به جای مونولوگ بنا شده است، موقعیتی فراهم نموده تا آنچه امروز به عنوان رسانه‌ی اجتماعی می‌شناسیم روی دهد. در رسانه‌های اجتماعی مخاطب به شکل سنتی آن وجود ندارد و تولید کنندگان پیام، بلافاصله پس از ارسال پیام، مخاطب گیرندگان پیام خود می‌شوند و بالعکس. این پویایی و تنوع، تأثیر گذاری رسانه‌های اجتماعی را به شکل چشمگیری افزایش داده است. حال این سؤال مطرح می‌شود که رسانه‌های اجتماعی، چه نقشی در ظهور بازیگران جدید در عرصه‌ی ژئوپلیتیک داشته‌اند؟

رسانه‌های اجتماعی و حاکمیت ملی

رسانه‌ها، انواع مختلفی در طول تاریخ حیات بشری داشته‌اند اما اهدافی کم و بیش هماهنگ را دنبال کرده‌اند؛ کسب، حفظ و بسط قدرت. قدرتی که با توجه به روش اقناعی موجود در رسانه از بیشترین پایداری و ثبات برخوردار بوده است. همین عامل باعث جلب نظر دولت‌ها و حکومت‌ها، در استفاده و انحصار رسانه‌ها بوده است. رسانه در قالب بازوی قدرتمند دولت‌ها در حفظ و افزایش قدرت مشروع، یا همان حاکمیت عمل کرده است. به عبارتی قدرت

مورد نظر دولت‌ها و حکومت‌های ملی که مشروعیت خود را از مردم ساکن بر سرزمین می‌گیرد، به شکل مستقیم تحت تأثیر رسانه‌ها بوده و هست.

از طرفی حاکمیت ملی، قدرتی را برای حکومت‌ها و دولت‌ها فراهم می‌آورد که به وسیله‌ی آن رسانه‌ها را کنترل، محدود و حتی از میان بردارند. نظام‌های حکومتی مختلف، روش‌های متفاوتی را در این باره در پیش گرفته‌اند. از کنترل و انحصار غیر مستقیم شبیه آنچه در ایالات متحده آمریکا شاهد آن هستیم تا کنترل و انحصار مستقیم، مثل نمونه‌ی کره‌ی شمالی.

لذا بحث حاکمیت ملی، در دو وجه تأمین مشروعیت قدرت، و کنترل، محدود سازی و انحصار، مؤثر و متأثر در مورد رسانه است. اما رسانه‌های اجتماعی شرایطی متفاوت از سایر رسانه‌های نسل‌های پیش از خود دارند. رسانه‌های اجتماعی تا اندازه‌ی زیادی توانسته‌اند، عرصه‌ی اثرگذاری حاکمیت دولت‌های ملی را محدود نماید. چنانکه پژوهش‌ها نشان می‌دهد محدودیت‌هایی که از سوی دولت‌های ملی بر دسترسی بر این نوع رسانه‌ها اعمال شده است، تأثیر چندانی بر مخاطبین آن‌ها بویژه در بین جوانان نداشته است (Fleming,2006:13).

بازیگران اصلی در ژئوپلیتیک کلاسیک

جغرافیا، استعاره‌ای از سیاست است (Ezzati,2007:7). این تعبیر در نگاه اول بسیار ممتنع می‌نماید. اول اینکه علم یا دانشی خاص را استعاره‌ای از مفهوم/سازه‌ای دیگر، دانسته که خود پایه‌های لرزانی در قلمرو معرفت‌شناسی دارد. اما با نگاهی وسیع‌تر به موضوع شاید بتوان منظور نویسنده را بهتر استنباط کرد. سیاست را علم قدرت (Aalem,2007:28)، علم دولت (Ghavam,1994:5)، توزیع آمرانه‌ی ارزش‌ها برای جامعه (Easton:24,1995)، هنر استفاده از امکانات (Aalem,2007:29)، و حکومت بر انسان‌ها (Aalem,2007:29) دانسته‌اند. با نگاهی اجمالی به تعاریف مذکور، می‌توان پی برد که در کارکرد و اهداف، هم پوشانی زیادی میان دو علم جغرافیا و سیاست وجود دارد. شاید همین مشابهت‌ها در اهداف و کارکردها بوده است که دانشمندان بزرگ جهان را در قرون پیشین به پایه‌گذاری دانشی خاص، به نام جغرافیای سیاسی واداشته است. زمانی که ابتدا ژاک تورگو، فیلسوف فرانسوی در ۱۷۵۱ و امانوئل کانت، فیلسوف سرشناس آلمانی در ۱۷۵۴ به بنیان‌گذاری این دانش مشغول بودند، کمتر کسی گمان بر این داشت که این دانش نوبنیان چنان تأثیر شگرفی بر مناسبات قدرت جهانی گذارد و به زعم گروهی، زمینه ساز بروز منازعات رسمی و غیر رسمی فراوانی در عرصه‌ی جهانی شود. این زمینه سازی در قالب دانشی که اولین بار رودلف کیلن سوئدی، آن را ژئوپلیتیک خواند، بعدها در مکاتب ژئوپلیتیک آلمان، آمریکا، بریتانیا، روسیه و فرانسه تحول و تطور یافت (Louro and Toal,2001:15).

ژئوپلیتیک را مرتبط با نظام قدرت در عرصه‌ی جهانی (Mojtahedzadeh,2012:28) به عنوان همزاد قدرت (Louro and Toal,2001:15) مطالعه‌ی اثرگذاری عوامل جغرافیایی بر تصمیمات سیاسی و هنر ایجاد موازنه‌ی قدرت در سطوح منطقه‌ای و جهانی (Mojtahedzadeh,2010:29)، جزئی از جغرافیای انسانی برای بررسی و کاربرد قدرت (Flint,2006:51)، علم مطالعه‌ی چشم انداز جغرافیایی روابط بین الملل (Braden and Shelley,2005:15)، لاکوست: فرمی از استدلال جغرافیایی، هارتشورن: معادل جغرافیای سیاسی کاربردی (Hafeznia,2011:24) و... دانسته‌اند. از تعاریف کلاسیک مربوط به ژئوپلیتیک، بیش از هر چیز محوریت و عاملیت دولت‌های ملی و

حکومت‌ها قابل برداشت و استناد است. دولت‌ها و حکومت‌هایی که قدرت مشروع یا همان حاکمیت خود را از مردم ساکن بر سرزمینی خاص یا ملت، به دست می‌آورند.

دانشواژه‌ی ملت از واژه‌ی لاتین "ناتو" که به معنای تولد یا نیای مشترک است برگرفته شده است (Aalem, 2007: 156). ملت، برابر قوم نیست و حکومت‌ها یا دولت‌های ملی امروزه که غریب به اتفاق آن‌ها بیش از یک قومیت را در خود جای داده‌اند شاهدهی بر این مدعاست. گالبرایت می‌نویسد: "هم آنچه به صورت حکومت متظاهر است منبع اصلی و نهایی همه‌ی قدرت‌هاست" (Galbraith, 1983: 89) و در خواست تشکیل دولت‌های ملی از سوی گروه‌های قومی گوناگون در سطح جهان در چند دهه‌ی اخیر رو به افزایش بوده است. (Connor, 1994: 17) هر چند، پایداری و بقای دولت‌های ملی، در سالیانی متمادی، قابل پیش بینی است اما، امروزه این دولت‌های ملی که دستاورد کنگره‌ی وستفالی و عهدنامه‌ی سال ۱۶۴۸ میلادی دولت‌های اروپایی است (Hafeznia, 2010: 126)، با بازیگرانی که حاکمیت آن‌ها را بر فضای جغرافیایی به چالش کشیده‌اند، روبرو هستند. اما این بازیگران جدید که هستند و چه می‌خواهند؟

بازیگران جدید در ژئوپلیتیک نوین

حافظه‌ی تاریخی انسان اواخر قرن ۲۰ و اوایل قرن ۲۱، به وضوح تداعی گر اتفاقات تلخی است که در دو قالب خلاصه خواهند شد:

جنگ‌ها، خشونت‌ها، نسل‌کشی‌ها و پیمانال شدن گسترده‌ی حقوق انسانی در منازعاتی که دولت‌های ملی آن‌ها را به وجود آورده‌اند. شبیه آنچه در تجاوز ایالات متحده‌ی آمریکا علیه ویتنام، عراق علیه ایران، رژیم اسرائیل علیه لبنان و نوار غزه، و اخیراً عربستان سعودی علیه یمن اتفاق افتاد.

دسته‌ی دوم اما شامل خشونت‌هایی می‌شود که حد اقل یک طرف ماجرا، بازیگری جدید، غیر از دولت‌های ملی و حکومت‌ها را به خود دیده است. بازیگران جدیدی که به راحتی در قالب یک عنوان نمی‌گنجد اما استفاده‌ی ابزاری آن‌ها از خشونت سازمان یافته، سبب شده است برچسبی از تروریسم به آن‌ها تعلق گیرد. تروریسمی که انواع و امواج مختلفی را پشت سر نهاده است. از تروریسم ملی‌گرایانه، تروریسم نژادی و تروریسم ایدئولوژیک تا تروریسم دینی و مذهبی. آنچه در بالکان به پاکسازی نژادی معروف شد یا حملات بودائیان در میانمار علیه مسلمانان، ترورهای ایدئولوژیک سازمان مجاهدین خلق ایران علیه مردم کشور خود، حمله‌ی القاعده به برج‌های تجارت جهانی و متروی لندن، کشتار وسیع داعش در سوریه و عراق، همه و همه نمونه‌هایی از این نوع خشونت سازمان یافته هستند که بازیگران جدید، با هدف نیل به اهداف خاص، به آن می‌پردازند. اما این اهداف چه هستند و بازیگران جدید چه جایگاهی در معادلات ژئوپلیتیکی می‌خواهند؟

شاید در نگاه اول بتوان فهرستی طویل از خواسته‌های ریز و درشت بازیگران جدید، به ویژه گروه‌ها و سازمان‌های تروریستی ارائه داد. از مسائل اقتصادی، برابری‌های اجتماعی، برتری جویی‌های ملی و نژادی، آرمان خواهی‌های ایدئولوژیک و... گرفته تا عمل به فرمان خدا و اجرای جهاد. اما آنچه را که می‌توان نتیجه و کارکرد این اهداف برای گروه‌های تروریستی دانست بسیار ساده‌تر، اما مهم‌تر از این‌هاست و آن تسلط بر فضای جغرافیایی است. این حقیقت که حتی کوچکترین گروه‌های تروریستی حتی در حومه‌ی یک شهر صنعتی شده، دست به قلمرو سازی و ایجاد ساز

و کارهای حاکمیتی برای محدوده‌ی تحت کنترل خود می‌زنند، گواهی بر این مدعاست که یک گروه تروریستی هیچ‌گاه آرزوی این را ندارد که در قالب یک گروه یا سازمان که به زعم دیگران به تروریسم نیز معروف است، باقی بماند، بلکه این گروه‌ها و سازمان‌ها نیز همگی در آرزوی تشکیل دولت یا حکومتی بر مبنای اصول و ارزش‌های مورد قبول خود هستند و گو اینکه پی برده‌اند که تشکیل یک دولت بدون تسلط کامل بر فضای جغرافیایی، امری محال است. همین امر موجب می‌شود، این گروه‌ها و سازمان‌ها دست به اقداماتی بزنند، که در روش، هدف و نتایج، ژئوپلیتیکی محسوب می‌شوند و پژوهشگران را بر آن می‌دارد، این گروه‌ها را به عنوان بازیگران جدید عرصه‌ی ژئوپلیتیک بپذیرند.

رسانه‌های اجتماعی و بازیگران جدید

رسانه‌ی اجتماعی توصیفی است برای ابزارهای آنلاینی که مردم برای اشتراک محتوا، پروفایل‌ها، دیدگاه‌ها، تجارب و افکار استفاده می‌کنند (Rasouli and moradi,2012:113). آندره کاپلن و مایکل هانلین، رسانه‌های اجتماعی را این‌گونه تعریف می‌کنند: "گروهی از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت هستند که با اتکا به بنیان‌های تکنولوژیک وب ۲، امکان ایجاد و تبادل محتوای تولیدشده بوسیله کاربران را می‌دهند (socialmedia.ir) این رسانه‌ها، طیف وسیعی از ویکی‌ها، بلاگ‌ها و میکرو بلاگ‌ها، ویدیو شیرینگ و پادکست، تا مهمترین آن‌ها یعنی، شبکه‌های اجتماعی را شامل می‌شود.

این موضوع که رسانه‌های اجتماعی یک منبع کلیدی از اطلاعات است (Tang and Liu,2010:vi) امروزه مورد توافق بسیاری از پژوهشگران حوزه‌ی اطلاعات و ارتباطات است. اطلاعاتی کلیدی که ضامن تأمین حداکثری منافع، برای گردانندگان اصلی این رسانه‌هاست از این جهت، شبکه‌ی اینترنت و فضای مجازی را می‌توان، شاخص انعکاس قدرت برتر کشورهایی بوجود آورنده‌ی آن دانست. (Hafeznia,2011:1)

اما این رسانه‌ها، منافع را برای دیگر بازیگران عرصه‌ی سیاست جهانی نیز فراهم آورده است. بازیگرانی که تا چندی پیش برای اعلام یک بیانیه با مشکلات فراوان روبرو بودند، اکنون با استفاده از این رسانه‌ها، به مخاطبین چندین میلیونی دسترسی راحت و بسیار ارزانی را تجربه می‌کنند. به عنوان مثال اگر زمانی در ابتدای دهه‌ی اول قرن ۲۱ القاعده برای اعلام موضع خود از چند روزنامه‌ی محلی و به شکل بسیار محدود از شبکه‌ی الجزیره عربی استفاده می‌کرد، امروز نسل سوم القاعده که خود را داعش می‌نامد با حضور فعال در رسانه‌های اجتماعی از جمله: فیس بوک، توئیتر، یوتیوب و... دسترسی راحت و ارزان قیمتی را برای خود و برای مخاطبین خود که در رسانه‌های دولت‌های متبوع خود، اطلاعات مفیدی از این گروه دریافت نمی‌کنند، فراهم آورده است. رسانه‌هایی که دارای کاربردهای چند وجهی هستند و ابزار قدرتمند هماهنگی فعالیت‌ها بین نقاط جغرافیایی پراکنده که علاوه بر آن بر شکل دادن هویت جمعی کمک می‌کنند (Donk,2004:i)

احتمالاً نمی‌توان به این سادگی بین ظهور بازیگران جدید در عرصه‌ی ژئوپلیتیک و رسانه‌های اجتماعی، رابطه‌ی علت و معلولی برقرار کرد، اما این موضوع که رسانه‌های اجتماعی کمک شایانی به بروز و ظهور این بازیگران جدید کرده‌اند، قابل پذیرش است. اما فرآیندی که این بازیگران نوظهور در رسانه‌های اجتماعی، در قالب آن به انتقال پیام

و توجیه دستورالعمل‌های ژئوپلیتیکی خود می‌پردازند، موضوع بخش بعدی این مقاله است. این موضوع در قالب مفهومی که ژئوپلیتیک عمومی نام می‌گیرد قابل بررسی است.

ژئوپلیتیک عمومی، رسانه‌های اجتماعی و بازیگران نوظهور

عالم به نقل از اورتگا می‌نویسد: هرگز کسی در عالم خاکی فرمانروایی نکرده است، مگر اینکه فرمانروایی خود را به افکار عمومی مبتنی کرده باشد (Aalem, 2007: 131). در واقع آنچه در فرایندهایی که ما به آن‌ها پیشوند عمومی یا عامه پسند می‌دهیم، سازوکاری مبتنی بر تأمین همراهی، همکاری و رضایت بخش یا همه‌ی مردمی است که منشأ نوعی قدرت خاص هستند. از یک گروه حامی محیط زیست و یک حزب سبز گرفته تا یک ملت و یک گروه دینی یا مذهبی. این تأمین رضایت، همراهی و همکاری از طریق تغییر رفتار سیاسی اتفاق می‌افتد. جایی که واقعیت‌ها در رسانه‌ها ساخته می‌شوند.

واقعیت در رسانه سه شکل دارد: واقعیت اجتماعی عینی که بر اساس شعور مشترک و عقل سلیم انسان‌ها دریافت می‌شود. واقعیت اجتماعی نمادین که شامل هر نوع تعبیر نمادین از واقعیت عینی است مثل هنر و ادبیات و... و سوم واقعیت اجتماعی ذهنی است که فرآورده‌ی واقعیت‌های عینی و نمادین است اما لزوماً حاصل آن‌ها نیست (Farhangi, 1995: 24).

در ژئوپلیتیک عمومی، معمولاً واقعیت‌های ساخته شده در رسانه از نوع دوم و بیشتر از نوع سوم هستند. در این فرآیند، کدهای ژئوپلیتیکی، یک بازیگر که عبارتست از علائق، دوستی و دشمنی‌های بالفعل و بالقوه، حفظ متحدین و مقابله با تهدیدها (Flint, 2006: 51) در آخرین مرحله توسط رسانه‌ها توجیه می‌شود. در این عمل که بازنمایی نام دارد، بازیگران عملاً به ساخت واقعیت‌ها می‌پردازند. واقعیت‌هایی که همیشه تأمین کننده‌ی حداکثری منافع و علائق آن‌هاست.

در ژئوپلیتیک عمومی مهم این است که آنچه برای یک بازیگر تهدید است برای مخاطبان آن نیز تهدید شمرده شود. این تمام چیزی است که یک بازیگر، از حاصل اعمال ژئوپلیتیک عمومی بدنبال آن است. هر اندازه گروهی بتواند تهدیدهای موجود برای خود را به تهدید مشترک برای سایر گروه‌ها تبدیل (القا) نماید، امنیت بیشتری خواهد داشت. همینطور اگر منافع دیگران را به منافع خود گره بزند، ضامن تأمین حداکثری آن علائق و منافع گشته است. در این میان، روش‌های مختلفی آزمون شده است، که موفق‌ترین آن‌ها به اذعان متخصصان امر، نوع اخیر آن یعنی همراه نمودن افکار عمومی است. (همانچه هدف ژئوپلیتیک عمومی است).

ایالات متحده‌ی آمریکا در دهه‌های نخست بعد از جنگ جهانی دوم، نوعی خاص از سینما را تجربه کرد که با برچسب امنیت ملی مشخص می‌شدند. این فیلم‌ها مجموعه‌ای از تهدیدات، از شهاب سنگ و نازیسم و مارکسیسم تا اتحاد جماهیر شوروی را در بر می‌گرفت. (Dodds, 2006: 164) این در حالی است که واقعی‌ترین این تهدیدها "شوروی" حتی به مرزهای آمریکا نزدیک هم نشد.

ژئوپلیتیک عمومی راجع به شیوه‌هایی است که در آن ادراکات غیر حرفه‌ای از موضوعات ژئوپلیتیک، از طریق فرهنگ عمومی تولید و بازتولید می‌شوند (Dalby, 1996) اولافلین می‌افزاید که ژئوپلیتیک عمومی مربوط به تصاویر (تصویرات) است که شهروندان عادی از کشور خود و دیگران دارند. (O'Loughline, 2003) این اتفاق نیز وجود

دارد که رسانه مبحثی غیر قابل فصل از ژئوپلیتیک عمومی است چنانکه دادز معتقد است: ژئوپلیتیک عمومی اهمیت رسانه در شکل‌گیری ادراک و تعامل ما با جهان را مطرح می‌کند. (Dodds,2006) و در تأیید آن جرارد توآل ژئوپلیتیک عمومی را عبارت از ساخت و انتشار گفتمان ژئوپلیتیک، در فرهنگ عمومی بوسیله‌ی رسانه‌های جمعی (O'Tuathail,1998) می‌داند. مراحل ژئوپلیتیک عمومی را می‌توان در مدل زیر خلاصه کرد. (Khatooni,2015) زمانی که به بازیگران نو ظهور اشاره می‌کنیم، می‌توانیم آنها را در قالب جنبش‌های اجتماعی فرض کنیم که نیاز دارند بر افکار عمومی تاثیرگذار باشند، لذا رسانه‌های اجتماعی که دارای ویژگی "اجتماعی بودن" هستند، در بازتولید، حمایت و گسترش این این بازیگران نقش جدی ایفا می‌کنند (Abdollahi,2012:145).



بحث

افکار عمومی در دنیای امروز، به عنوان عاملی تعیین کننده، معادلات سیاسی را مهندسی می‌کنند. حال افکار عمومی توسط چه چیزی کنترل خواهند شد؟ پاسخ بدیهی است؛ ارتباطات. سطوح مختلفی برای ارتباطات قابل تعریف است اما آنگاه که از افکار عمومی سخن به میان آمده است بلافاصله "ارتباطات عمومی" به ذهن متبادر می‌شود و ارتباطات عمومی را می‌توان در یک واژه‌ی مأنوس خلاصه کرد؛ رسانه. رسانه‌ها به شکل مدرن آن یکی از ملزومات انقلاب ارتباطات به شمار می‌آیند. زمانی که سخن از انفجار اطلاعات به میان می‌آید، رسانه محور بحث خواهد بود، اما روند شتابان پیشرفت‌های تکنولوژیک، رسانه‌ها را نیز دستخوش تحولات فراوان کرده است.

این نظر که، مخاطبان به مشابهی توده‌هایی هستند که از رسانه‌ها به صورت منفعلانه، تأثیر می‌پذیرند (Khoshnevis,2010:15) امروز ظاهراً اعتبار خود را از دست داده است اما اگر کمی عمیق‌تر و دقیق‌تر به نسل جدید رسانه‌ها توجه نماییم، هنوز تأثیرپذیری توده‌ای و منفعلانه را در بسیاری از مناسبات رسانه‌های اجتماعی به وضوح قابل مشاهده است. در دنیایی که جمعیت شبکه‌ای شده (متصل به اینترنت) از چند میلیون در ۱۹۹۰ به چند میلیارد تبدیل شده است، (Shirky,2011:1) این تأثیرگذاری اهمیت فزاینده‌ای یافته، چنانکه شاهد سرمایه‌گذاری‌های عظیم غول‌های رسانه‌ای که تا چندی پیش فعالیتشان بر رسانه‌های جمعی (رادیو و تلویزیون) متمرکز بود، در رسانه‌های نوینی چون رسانه‌های اجتماعی هستیم. تا آنجا که اندیشمندان به این موضوع اذعان دارند که اقتصاد سیاسی رسانه و حساب‌های مرتبط با شبکه‌ی منافع است که رسانه‌های ما را به شکل امروزی (رسانه‌های اجتماعی) درآورده است. (Cottle,2000:199) و هر چند ظاهر آن از مونولوگ به دیالوگ تغییر کرده و مخاطبان خود را منفعل در برابر پذیرش پیام نمی‌دانند، اما باز هم تحت تأثیر شدیدترین عملیات روانی و تبلیغاتی قرار دارند.

اما با وجود اینکه امروزه، رسانه‌های اجتماعی برای ساختن دهکده‌ی جهانی واقعی کمک می‌کنند. (SOUMON,2012:4) چطور می‌تواند بر خلاف یکپارچه سازی جهانی تفاوت‌های ناحیه‌ای و قومی و مذهبی را برجسته سازند یا به عبارتی به ظهور بازیگران جدید در عرصه‌ی ژئوپلیتیک کمک کنند؟ یک نگاه کلی به روند حاکم بر مناسبات ژئوپلیتیکی جهان، نشان می‌دهد: جوامع انسانی در حال حاضر و در زمانی واحد، دو مسیر به ظاهر متضاد را می‌پیمایند؛ از طرفی پس از انقلاب ارتباطات و در مسیر جهانی شدن، مرزهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی از بین می‌روند و تفاوت‌ها کمرنگ‌تر می‌شوند و از طرفی در مقیاس میکرو، جنبش‌های اجتماعی با ریشه‌های قومی، مذهبی، فرهنگی و زبانی، با ادعای تمایز، مرزهای جدیدی (رسمی و غیر رسمی) ایجاد می‌کنند و سپس خود دوباره به عرصه‌ی استحاله در جهانی شدن می‌پیوندند.

زمانی که شبکه‌ی اجتماعی فیس بوک در سال ۲۰۰۴ توسط مارک زوکربرگ، دانشجوی هاروارد، برای ارتباط با دانشجویان هم‌کلاسی خود ساخته شد. (Safranek,2012:1) کمتر کسی موفقیتی اینچنینی برای این شبکه پیش بینی می‌نمود، رسانه‌ای اجتماعی که تا به امروز بیش از یک میلیارد نفر کاربر در سراسر جهان دارد، امروزه به عنوان بخشی از معادلات اجتماعی-سیاسی غیر قابل چشم پوشی است. می‌توان خوشبینانه پنداشت که اگر رسانه نقش مهمی در ایجاد خشونت و تعارض ایفا کرده است، منطقی است که احتمال چشم انداز معکوس آن نیز مورد بررسی قرار گیرد (Chegini,2013:67) اما ارتباط تنگاتنگ مسئولان و بنیانگذاران فیس بوک و دیگر رسانه‌های اجتماعی با سرویس‌های امنیتی قدرت‌های بزرگ، این سؤال را جدی‌تر از همیشه مطرح می‌سازد که این قدرت‌ها چه منافعی را از ظهور بازیگران جدید در عرصه‌ی ژئوپلیتیک دنبال می‌کنند؟ این روند را می‌توان استعماری نوین در جهت تضعیف دولت‌های ملی و پاره پاره کردن آن‌ها، در جهت ایجاد کشورهای کوچک و ضعیف که تضمین کننده‌ی تأمین حداکثری منافع قدرتمندان است، نامید. استعماری که فضای مجازی به طور عام و رسانه‌های اجتماعی به شکل خاص دارای نقش و جایگاهی مهم در آن هستند.

جمع بندی

پیش از شروع قرن ۲۱، آنگاه که جغرافیای سیاسی جهان به دو بلوک تقسیم شده بود، بازیگری و عاملیت ژئوپلیتیکی، خارج از مفهوم دولت‌های ملی، به سختی قابل تصور بود. جایی که دولت‌های ملی در نقش قطعات پازل ژئواستراتژیک دو قطب شرق و غرب، به بازیگری می‌پرداختند. ظهور گروهی به نام طالبان، در افغانستان، که هم زمان با آغاز روند فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی بود را می‌توان مبدائی جدید برای ظهور بازیگران جدید در عرصه‌ی ژئوپلیتیک دانست. هرچند امروزه، غول‌های رسانه‌ای، شرکت‌های چندملیتی، شخصیت‌های نافذ بین المللی، هر کدام به گونه‌ای، نوعی از عاملیت ژئوپلیتیکی را تداعی می‌کنند، اما ظهور و بروز تام بازیگران جدید عرصه‌ی ژئوپلیتیک را می‌توان در گروه‌ها و سازمان‌های تروریستی، مشاهده نمود. گروه‌ها و سازمان‌هایی که با روش‌ها، اهداف و نتایج ژئوپلیتیکی، تردیدی برای به رسمیت شناختن آن‌ها به عنوان بازیگران نوظهور باقی نمی‌گذارد. در این میان، رسانه‌ها، از ابتدای بازگشت مجدد و قدرتمند تروریسم به عرصه‌ی ژئوپلیتیک، ابزاری مهم و مؤثر برای این نوبازیگران، جهت نیل به اهداف ژئوپلیتیکی، محسوب می‌شدند. اما کنترل و انحصار رسانه‌ها توسط دولت‌های ملی، بوسیله‌ی قدرت مشروع یا همان حاکمیت، عرصه‌ی وسیعی برای جولان گروه‌ها و سازمان‌های تروریستی، که

منافع و علائقی متضاد با دولت‌های ملی داشته و دارند، فراهم نمی‌کرد. اما تحولی شگرف در عرصه‌ی رسانه، توجهات را از رسانه‌های جمعی به رسانه‌های اجتماعی، معطوف نمود. رسانه‌هایی که همچون گذشته، چندان در قید و بند کنترل و انحصار دولت‌های ملی قرار نمی‌گرفت و تلاش‌های دولت‌ها و حکومت‌ها در محدود سازی آن‌ها در سیاست‌هایی چون فیلترینگ و ... تا حد زیادی با شکست مواجه شد. این خلاء قدرت بهترین فرصت را برای بازیگران نوظهوری چون گروه‌های تروریستی فراهم آورده تا اهداف و علائق خود را در قالب عاملیت ژئوپلیتیکی در فرآیند ژئوپلیتیک عمومی اعمال نمایند.

References

- Aalem, Abdorrahman, (2005) *The Bases of Politics Knowledge*, Ney Pub, Tehran
- Abdollahi, Reza (2012) *The Role of New Media in Social Movements*, Journal of Culture and Communication Studies, Year 13, No18, Tehran
- Braden, Catlin and Fred Shelley (2005) *Engaging Geopolitics*, War College press, Tehran
- Chegini, Rana (2006) *The Medias Influences on Social Disputations*, Radio Two Monthly, No44, Tehran
- Cole, Benjamin (2006) *Conflict, Terrorism and media in Asia*, Routledge pub
- Connor, Walker (1994) *ethno-nationalism: the quest for understanding*, Princeton, Newjersey, Princeton University press
- Cottle, Simon (2000) *Ethnic minorities and the media*, Open University press
- Dodds, Klaus (2006) *Geopolitics very short introduction*, Oxford, London
- Donk, Vim van de and Brian D. Loader and Paul Gnixon and Dieter Rucht (2004) *Cyber protest: new media, citizens and social movements*, Routledge pub
- Easton, David (1965) *A System Analysis of Political Life*, Wiley, NewYork
- Ezzati, Ezzatollah (2007) *New Theories in Political Geography*, Ghoomes, Tehran
- Farhangi, AliAkbar (1995) *The Role of Mass Media in Social Structure of Objectivity*, Journal of Management Knowledge, No 29 & 30, Tehran
- Fleming, Michele J. (2006) *Safety in cyber space*, Youth & society, vol38, no2, 135-154
- Flint, Colin (2006) *An Introduction to Geopolitics*, Routledge, London
- Galbraith, J.K (1983) *The Anatomy of Power*, Houghton Mifflin, Boston
- Ghavam, AbdolAli (1994) *Foreign Policy and international Politics*, SAMT, Tehran
- Hafeznia, MohammadReza (2006) *Influences of Globalization on the National Identity*, Journal of Geopolitics, Year 2, No 3-4, Tehran
- Hafeznia, MohammadReza (2010) *Politics and Space*, Papoli Pub, Mashhad
- Hafeznia, MohammadReza (2011) *Concept Making for Geopolitics of Internet and Cyber Space*, Journal of Geopolitics, Year 7, No 1, Tehran
- Ingle, Henry T. (2003) *new media, old media: the technologies of international development*
- Khatooni, Mojtaba (2015) *Popular Geopolitics; a Geographical Concept for Development*, 4th Conference on Islamic-Iranian Pattern for Development, May 2015, Tehran
- Khoshnevis, Nahid (2010) *Media Knowledge and Resistance Method Against Media Attacks*, Journal of Public Relations, No 72, Tehran
- Krishnatary, Peradeep (2009) *Gratification from new media*, Journal of creative communications, vol4, no2, 19-31
- Louro and Fransua Toal (2001) *Geopolitics Keys*, Shahid Beheshti University press, Tehran
- Mojtahedzade, Pirooz (2010) *Political Geography and Geopolitics*, SAMT, Tehran
- Muir, Richard (1999) *Political Geography: A New Introduction*, Geographical Organization, Tehran
- O Tuathail, Gerrard and Simon Dalby (1998) *Rethinking Geopolitics*, Routledge, London
- O'Loughlin, John, (2003), *Geopolitical Fantasies, National Strategies and Ordinary Russians in the Post-Communist Era*, Institute of Behavioral Science University of Colorado
- Rasouli, MohmmadReza and Mariam Moradi (2011) *The range of Students Communion in Social media Subject Production*, Journal of Culture and Communication Studies, Year 13, No19, Tehran

- Safranek, Rita (2012) The Emerging role of social media in political and Regime change, discovery guides, pro quest pub
- Sheedy, Caroline (2011) social media for social change: a case study of social media use in the 2011egyptian revolution, a Capston project, for degree master of arts in public communication
- Shirky, Clay (2011) The political power of social media, foreign affairs, pages 1-9
- Simon Dalby & Campbell, O'Tuathail, Reynolds, (1996), Writing critical geopolitics: Carleton university Ottawa, Political Geography vol 15 Issues7
- SOMOUN TOIVO (2012) Social Media: the New Power of Political Influence, version 1.0, CES pub, Helsinki
- Tang, Lei and Huan Lio (2010) Community detection and mining in social media, QTD pub <http://socialmedia.ir>

