فصلنامه پژوهشهای سیاسی جهان اسلام، سال هشتم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۷، صص ۲۳۴ - ۲۲۱

DOI: ۱۰.۲۱۸۵۹/priw-۰۸۰۴۰۹

برندسازی ژئوپلیتیکی واحدهای جغرافیایی دوفاکتو

محمدرضا حاتمی[1]
دانشیار گروه علوم سیاسی دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول)
محمدرضا عبداله‌پور[2]
دکتری علوم سیاسی و استاد مدعو دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۸/۱۸ **تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۲/۲۱**

انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعیة دراسات العالم الاسلامی
فصلنامه علمی -پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

چکیده

در سیر تحول و تبارشناسی دولت از دول کلاسیک به دول جدید، به مفاهیمی مانند: دول دو فاکتو، شبه دولت‌ها، نیمه دولت‌ها و... ، می‌رسیم. به‌طورحتم این دول نوظهور، نیاز به گزاره‌ایی با عنوان برندسازی جغرافیایی و یا برندسازی ژئوپلیتیک دارند. برند سازی ژئوپلیتیک از کارکردهای اصلی کارگزاران ژئوپلیتیک و در ارتباط عمیق و وثیق با دو مفهوم کد / بینش ژئوپلیتیک است. ادبیات فراوانی در این حوزه برندسازی توسط اندیشمندان به رشته تحریر در آمده است، که البته بار مدیریتی داشته و بالطبع، چشم انداز، ماموریت، اهداف، ارزش‌ها، اجرا و تحلیل موقعیتی در آن‌ها برجسته است. ظهور مدل برندسازی ژئوپلیتیک وابسته به ذی‌نفعان آن است، چرا که آن‌ها شروع کننده و مدیریت فرآیند برند را برعهده دارند. برندسازی ژئوپلیتیک هم‌چنین می‌تواند تحلیل جامعی را از شبه دولت‌ها و یا ساختارهای دو فاکتو، ترسیم کند. فراموش نشود مدل برندسازی ژئوپلیتیک بر بافت ژئوپلیتیکی دولت و ملت‌های ضعیف، علیه ساختار و کارگزارهای جدید و بر روی گسل‌های تمدنی و سرزمینی رخ می‌دهد. فرضیه این تحقیق، پاسخ به پرسش کالین فلینت در خصوص دو موضوع کلیدی است که آیا کارگزاران ژئوپلیتیک واجد کدهای ژئوپلیتیکی هستند؟ آیا ضرورت مفهوم کد ژئوپلیتیک برای فهم کنشگری کارگزاران ژئوپلیتیک است؟ در این راستا با اثبات کیفیت این کدها به برندسازی ژئوپلیتیک کارگزاران ژئوپلیتیک در خاورمیانه می‌پردازد.

واژه‌های کلیدی: برندسازی ژئوپلیتیک، واحدهای دوفاکتو جغرافیایی، کارگزاران ژئوپلیتیک.

1. hatami5@yahoo.com
2. r.a.poor312@gmail.com

[Downloaded from priw.ir on 2026-02-05]

مقدمه

واحدهای دوفاکتوی در خاورمیانه در هر شکل خود، هویتی، مذهبی و ژئوپلیتیکی با ضعف ساختارهای کلاسیک خاورمیانه‌ای در حال خیزش هستند. تبارشناسی، کیفیت و چگونگی این شکل‌گیری، رفتار ساختارهای منطقه‌ای و واکنش دول و سازمان‌های فرامنطقه‌ای و بین‌المللی، چالشی را در این زمینه به‌وجود آورد که حقوق بین الملل نیز با توجه به مسبوق به سابقه نبودن این واحدها، از تحلیل این پدیده عاجز هستند. از سوئی واحدهای دوفاکتو با توجه به محذوریت‌ها و مقدورات خود که البته غالباً، بار هویتی و مذهبی دارد، خواهان بازتعریف و بازخوانش در مرزهای عموماً جغرافیایی خود بود و کدهایی را در راستای کنش در فضاهای موجود، فراهم اورده‌اند. هدف این تحقیق مفهوم سازی مدل برندسازی ژئوپلیتیک برای تحلیل ظهور واحدهای جدی دوفاکتو در آسیای غربی و کارگزاران جدیدی که پس از آشوب ژئوپلیتیکی داعش در خاورمیانه به‌وجود آمده است، تمرکز می‌یابد. یافته‌های تحقیق، حاکی از این موضوع است که برندسازی ژئوپلیتیکی، نوعی ویژه از برند باهدف باز آرایش سرزمینی است که البته منجر به تعارض و خیزش خشونت است. البته این پژوهش واجد محدودیت‌های نظری و موردی است. به‌طوری‌که این مقاله مفهوم سازی ابتدائی مدل برند سازی ژئوپلیتیک است. بنابراین نیاز به مداقه بیش‌تر تئوریک و عملیاتی دارد. فراموش نکنیم، مدل برند سازی ژئوپلیتیک می‌تواند برای تحلیل جامع برای صورت‌بندی واحدهای جدید دوفاکتو مورد استفاده قرار گیرد و به مثابه ابزاری برای فرآیند ایجاد برندهای ژئوپلیتیکی باشد. هدف از این پژوهش، مفهوم سازی مدل برندسازی ژئوپلیتیک برای تحلیل جامع ظهور دول جدید است. رویکرد و مدل این مقاله یک رویکرد علمی را نشان می‌دهد و مدل پیشنهادی خود را در خصوص دول دوفاکتو در حال خیز و در خاورمیانه بحرانی به سنجش می‌گذارد. یافته‌های تحقیق، برند ژئوپلیتیک به‌مثابه نوعی ویژه از برند است که متمایز از سایر وجوه است، زیرا هدف آن نوعی بازسازی منطقه‌ای منجر به تعارض و غالباً همراه خیزش خشونت است. درخصوص پیامدهای عملی این پژوهش نیز باید عنوان کرد، مدل برند سازی ژئوپلیتیکی می‌تواند تحلیل جامعی از صورت‌بندی دول جدید و ابزاری در فرآیند خلق برندهای ژئوپلیتیکی مورد استفاده قرار گیرد. به‌طورکلی سوژه های نوظهور ژئوپلیتیکی در خاورمیانه به عنوان برندهای جهانی شناخته شده و یک دارائی و سرمایه ژئوپلیتیکی برای ذی‌نفعان آن است.

[Downloaded from priw.ir on 2026-02-05]

مبانی نظری: مدل برندسازی ژئوپلیتیکی

مدل برند سازی ژئوپلیتیکی جزء لاینفک و بخش جدائی ناپذیر انتقال و تغییرات ژئوپلیتیک در قرن ۲۱، انتقال سریع و آسان پیامدها، ایده‌ها و واقعیت‌های برساخته به‌وسیله استفاده اطلاعات و تکنولوژی‌های مدرن است. (Berzina , 2015) .تجزیه و تحلیل آشوب ژئوپلیتیکی از منظر برندسازی، دیدگاه جامعه را در مورد مسیراستراتِژیک، پیشینه ایدئولوژیکی و نقاط ضعف و قوت صورت‌بندی ژئوپلیتیکی ارائه می‌دهد. باید عنوان کرد، ظهور و موفقیت برند ژئوپلیتیک، وابسته به ذی‌نفعان آن بوده‌است، چرا که آن‌ها روند را شروع و مدیریت و محاسبات استراتژیک و اهداف و منافع متعارض و هم‌چنین توسعه و پایداری برند را تعیین می کنند. (Ibid). اجرای عملی‌تر قصد استراتژیک از منظر ساختن ادراک عمومی، می‌تواند به سه بخش اصلی تقسیم شود: هویت برند: پاسخ به سوال کیفیت و چرائی برند. اجرا: مربوط به عوامل آن‌که چگونه ایده‌ها به جلو هدایت داده می‌شوند و سومین بخش نیز کارکرد است. کارکردها باید متمایز شوند، زیرا آن‌ها با انواع دیگر برند متفاوت هستند. با این وجود، تقریباً در هر شرایطی برای بسیج طرفداران و متحدان، برای ارعاب دشمنان و دستیابی به تغییرات منطقه یا رژیم، تعارض و خشونت وجود دارد. صورت‌بندی هویت برند، پیچیده‌ترین و مهم‌ترین قسم از برند سازی ژئوپلیتیک است، زیرا آن ایده‌ایی است که باید مردم را بسیج کند. تقسیم ایده به عناصر هویت برند، تحلیلی جامع از برند موجود را ممکن می‌سازد و می‌تواند به‌عنوان ابزاری در فرآیند خلق برند عمل کند. بنابراین نام برند، شناسه‌ای از موجودیت زئوپلیتیکی استقرار یافته‌است. چشم‌انداز نیز یکی از شقوق مهم و توجیه‌ای برای آغاز تغییرات ژئوپلیتیکی و نشان دهنده چشم انداز مثبت آینده است. خودمختاری ملی یا حکمرانی نیز با توجه به اصول مذهبی خاص و به‌عنوان تصاویر گسترده‌تر مورد توجه قرار می‌گیرد. درخصوص ارزش‌ها باید عنوان کرد که به‌طور چشمگیری با چشم‌انداز ارتباط دارند، زیرا ارزش‌ها پایه و اساس چشم انداز آینده را تشکیل می‌دهند. تغییرات ژئوپلیتیک معمولاً براساس ارزش‌های سیاسی تعارض آمیز، توجیه می‌شوند. (مانند تقابل مذهبی و قومی). نمادها نیز دلالت بر دولت آینده، چشم‌انداز و ارزش‌ها دارند. اشخاص برند نیز به قهرمانان و رهبران اشاره دارند که ایده آل‌های چشم انداز آینده را به تصویر می‌کشند. عناصر هویت برند برای هر نوعی از برند مشخص است، اما هویت برند ژئوپلیتیکی، ویژگی و

[Downloaded from priw.ir on 2026-02-05]

سیمای خاصی دارد. این نحله در ذات خود، هدف خود را بازسازی‌های سرزمینی یا تغییرات اساسی و رادیکال در یک منطقه مشخص می داند .چنین تغییرات شدیدی همیشه با مردمی که طرفدار حفظ وضع موجود هستند، تعارض و غالباً منجر به تصعید خشونت و فجایع جدی خواهد شد. بنابراین، فعال کردن تعارض و بسیج مردم، نیاز به ساختن تصاویر دشمن دارد. ادعای قلمروئی ارتباطی عمیق با بحث برند دارد و در برند سازی ژئوپلیتیک از اهمیتی بالا برخوردار است، زیرا قلمرو برای اجرای چشم‌انداز آینده، امری حیاتی است. از سوئی، اجرای مجموعه عناصر هویت برند، تنها در صورت سازماندهی امکان‌پذیر است. پس ایجاد ساختارهای حکمرانی یک عنصر مهم برای موفقیت برندسازی ژئوپلیتیکی است. ظرفیت نظامی نیز یکی از پیش‌نیازهای اصلی برای تغییرات ژئوپلیتیک است. پایداری برند ژئوپلیتیک هم‌چنین وابسته به منابع موجود در اختیار آن است که مهم‌ترین آن عبارتند از: اقتصادی و نظامی. (جنگ افزاری و مبارزین با انگیزه) و دیپلماتیک (حمایت تاثیرگذار زئوپلیتیکی متحدان) . به‌طور مثال موفقیت گروه داعش به میزان قابل توجهی، در ارتباط با تولید منابع مالی حاصل از فروش نفت در عراق و سوریه بود. (BBC,2104,26 december). ارتباطات نیز نقش مهمی از اجرای برندسازی ژئوپلیتیک است، زیرا اطلاعات را به مخاطبان خود، انتشار و مالاً، درک عمومی در مسیر دلخواه خود را شکل می‌دهد.

جدول ۱: مدل برند سازی ژئوپلیتیک واحدهای جغرافیایی دو فاکتو : (مولفین)

هویت برند	اجرا	کارکرد
–چشم انداز(ملت‌های بی‌دولت در جهان) –ارزش ها(تاریخ، هویت، زبان، نژاد) –نمادها (پرچم، سرود و...) –اشخاص برند –تصویرسازی از دشمن(تعارض با میدان‌ها) –ادعای قلمروئی(	ساختار حکمرانی (مدل فدرالیسم) –قدرت نظامی –منابع(انرژی ، اب و گاز) –ابزارهای ارتباطاتی(ماهواره ، مطبوعات، دیاسپورا)	بسیج حامیان و متحدها –مرعوب کردن رقبا –تغییر رژیم و قلمرو

[Downloaded from priw.ir on 2026-02-05]

جدول ۲: عوامل تاثیر گذار بر کدهای ژئوپلیتیکی واحدهای جغرافیایی دوفاکتو

منطقه ای	ملی	محلی
ساختارهای ژئوپلیتیک (ابعاد ژئوپلیتیکی) (ناسیونالیسم فرهنگی تولید فضا	فدرالیسم (کوتاه مدت) استقلال (بلند مدت) بسط ژئوپلیتیک (قلمرو خواهی) سازه سرزمین ملی	هژمونی حزبی عوامل نمادین فرهنگی نضج قدرت اندیشه‌ای و قدرت مادی

کد و برند سازی ژئوپلیتیکی واحدهای جغرافیایی دوفاکتو

آیا کارگزاران ژئوپلیتیک واجد کدهای ژئوپلیتیکی و مفهوم کد ژئوپلیتیک برای فهم کنشگری کارگزاران ژئوپلیتیک، مفید است؟ (www.academia.edu) . برای فهم بیشتر کارگزار ژئوپلیتیک، فهم کد ژئوپلیتیکی ابزاری مفید است. فلینت ، از پیشتازان ژئوپلیتیک پست مدرن ، معتقد است که کارگزاران نمی‌توانند آزادانه، کنش کنند؛ اما آن‌ها قادر به انتخاب هستند، کارگزاران در ساختارها، اقدام می‌نمایند، ساختارها، کنش کارگزاران را محدود می کنند. ساختارها، زیرساختی را برای کارگزاران آماده و فرصت‌هائی را برای دستیابی به اهداف در اختیار آن‌ها قرار می‌دهند، یک کارگزار می‌تواند تبدیل به یک ساختار و برعکس شود. (, Flint, 2006 15-30) گرچه می‌توان فهم فلینت را متاثر از نظریه رئالیسم انتقادی بر باسکار، فیلسوف انگلیسی دانست. مقدمات منطقی رئالیسم انتقادی شامل هر کارگزار انسانی تنها در رابطه با محیط‌های از پیش شکل‌گرفته و عمیقاً ساختمند شده، شکل گرفته‌است و چنین محیط‌هائی با تعیین سلسله شایستگی‌های بالقوه وپیامدهای مستقیم کنش‌ها به‌طور همزمان محدودکننده و توانائی بخش کنش‌گرانی هستند که در انها ساکن هستند. (Bhas-kar,1989,40-1). اما نکته کلیدی در مباحث رئالیسم انتقادی، کنش راهبردی است که باید مطمع نظر کارگزاران باشد. کنش راهبردی عبارت است از تعامل دیالکتیک کنش‌گران صاحب اراده و اگاه ولی در عین حال محاط شده توسط ساختار و زمینه‌های از پیش شکل گرفته‌ای که آن‌ها در آن ساکن هستند. هر چند کنش–ها درون محیط‌های ساختمند شده تحقق می‌یابند، ولی کنش‌گران همه دارای ظرفیت تغییر آن ساختارها از طریق کنش‌هایشان هستند که البته این تاثیر کارگزاران بر ساختارها ممکن است عمدی و یا ناخواسته باشد. به–طور کلی در نگرش رئالیسم انتقادی، راهبردها در کنش، عملیاتی می شوند. در خصوص واحدهای

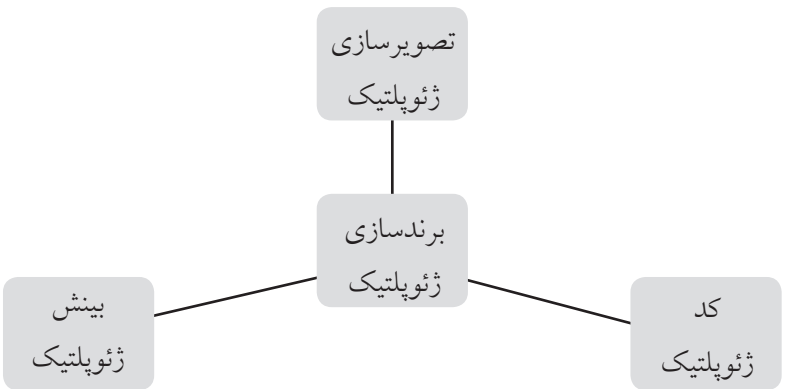
[Downloaded from priw.ir on 2026-02-05]

جغرافیایی دوفاکتو در خاورمیانه مشکل است که بگوئییم که این مناطق خود مختار، واجد کدهای ژئوپلیتیکی در مقیاس-های منطقه ای و جهانی است. با این وجود، کدهای محلی این واحدها ، مستقیماً با کدهای منطقه‌ای و جهانی و کشورهای همسایه آن‌ها زیر در ارتباط هستند. بنابراین تغییرات در کدهای ژئوپلیتیکی منطقه‌ای و جهانی کشوهای همسایه، منجر به تغییرات در کدهای ژئوپلیتیک محلی می‌گردد. (عبداله پور، ۱۳۹٦). در نمائی کلی می‌توان کدهای ژئوپلیتیکی را به عنوان سازه‌های جغرافیایی، منافع دولت‌هائی که میدانی از فرهنگ ژئوپلیتیکی «اعلی» را دارند دانست که توسط نخبگان صورت بندی می‌شود به دنبال تحولات جهان عرب و آنارشی ژئوپلیتیک حاصل از ظهور گروه داعش، قومیت‌هائی مانند حوثی‌ها در یمن، کردهای سوریه کانتون‌های موجود در آن، حزب کارگران کردستان ترکیه، کردستان عراق با پیشینه یک حکومت دو فاکتو و حزب الله به‌عنوان سوژه های ژئوپلیتیک، کدها و بینش ژئوپلیتیکی متفاوت از ساختارهای ژئوپلیتیکی کلاسیک و مستقر را تعریف کرده اند که ساختارهای مذکور را تحت تاثیر قرار داده است. از سوئی، برخلاف نظر بعضی از محققین که اعتقاد دارند زمانی که ساختار ژئوپلیتیکی دچار تزلزل و فروپاشی می‌شوند، فرایند جدیدی برای استقرار ساختار بعدی شروع می‌شود، از منظری گفتمانی باید گفت، به‌دنبال فروپاشی ساختار، نه ساختار جدید بلکه عامل انسانی و یا کارگزار در میدان بازی کنش‌گری می‌کند، حالتی که از آن به موقعیت سوژگی و سوژگی سیاسی یاد می‌گردد. موقعیت سوژگی به احاطه گفتمان هژمون (ساختار ژئوپلیتیک) بر سوژه‌ها و اضمحلال آزادی عمل ایشان در درون نظام معنایی گفتمان اشاره دارد. ازاین‌رو، از آنجا که گفتمان حاکم، هویت‌ها و روابط اجتماعی و همه‌چیز را تعیین می‌کند، درنتیجه هویت سوژه نیز در درون گفتمان معین می‌شود. (عبداله پور و قادری، ۱۳۹٤: ۱٤۲). مفهوم سوژگی سیاسی (کارگزاری ژئوپلیتیک)، روی دیگر سکه است که در آن افزایش بی‌قراری‌های اجتماعی موقعیت یک گفتمان را در معرض تزلزل و زوال قرار می‌دهد. سوژه به‌عنوان عامل سیاسی یا کارگزار دست به عمل سیاسی می‌زند و هژمونی گفتمان حاکم را به چالش طلبیده، نظم مورد نظر خویش را بر جامعه و گفتمان حاکم می‌سازد. در این موقعیت سوژه از آزادی اراده و استقلال برخوردار است. در این شرایط آنومیک، سوژه‌ها (کارگزار) برای گفتمان (ساختار) تصمیم‌سازی می‌کنند و خلاقیت، نوآوری و اسطوره‌سازی سوژه‌ها از ورای هژمونی و هیمنه گفتمان ظهور می‌یابد، لحظه‌ای که می‌تواند تاریخ دیگری

[Downloaded from priw.ir on 2026-02-05]

را برای جامعه رقم زند. با حاکمیت اسطوره و عینیت یافتن گفتمان لحظه کسوف و به محاق رفتن سوژه در موقعیت سوژگی آغاز می‌شود. در این نگاه، لاکلا و موف برای عامل انسانی در تحول و ایجاد دگرگونی خارج از چارچوب گفتمان‌ها نقشی تعیین‌کننده قائل‌اند و وی را اسیر ساختارهای اجتماعی نمی‌دانند. (Laclau,1990) . بنابراین و در این نگاه کارگزارهای ژئوپلیتیک با به چالش کشیده شدن ساختارهای ژئوپلیتیک، دست به کنش‌گری زده و در لحظه کسوف ساختارها نه ساختارهای جدید بلکه کارگزارهای جدید ژئوپلیتیک به‌وجود می‌آیند. (عبداله پور و قادری، ١٣٩٤: ١٤٦). کنش‌گران غیر دولتی خاورمیانه به‌عنوان یک سوژه های ژئوپلیتیک به دنبال تحولات خاورمیانه شمالی بر لبه‌های متزلزل ساختارهای ژئوپلیتیک، ایجاد و به‌عنوان یک کنش‌گران فعال، ساختار و موقعیت‌سوژگی ژئوپلیتیک ساختارهای گفتمانی حاکم را دچار چالشی اساسی کرده‌اند. به‌عبارتی دیگر، زمانی که گفتمان‌های مسلط ژئوپلیتیک دچار ضعف می‌شود، زمینه ظهور سوژه ژئوپلیتیک و مفصل بندی‌های جدید فراهم می‌گردد. در واگرائی گفتمان‌های ژئوپلیتیک که توام با آشوب ژئوپلیتیکی است، سوژه ژئوپلیتیک با احساس بحران سرزمینی، تلاش می کند تا از طریق مفصل‌بندی جدید و تعیین هویت با گفتمانی متفاوت، هویت، سرزمین و فضا – مکان خود را بازسازی کند. (همان). این کنشگران غیردولتی با توجه به نکات گفته شده با مفصل بندی جدیدی از هویت، سرزمین و تاریخ و اسطوره ها ، بعدی منطقه‌ای را در دستور کار سیاستی خود قرار داده‌اند. به‌طور کلی می‌توان برندسازی ژئوپلتیک را حاصل جمع، کد، بینش و تصویر سازی ژئوپلیتیکی واحدهای جغرافیایی دو فاکتو نامید.

جدول ۳: مدل برند سازی ژئوپلیتیک واحدهای جغرافیایی دوفاکتو



[Downloaded from priw.ir on 2026-02-05]

فضاهای تجزیه شده و ترسیم کدهای کارگزاران ژئوپلیتیک

توجه به مقوله فضا به عنوان یک سرمایه استراتژیک در نگاه پست مدرن، اولویت سیاست‌گذاری جغرافیایی کشورها است. بنابراین رصد فضاهای آنارشیک قومی / سرزمینی، قسمتی مهم را در سیاست‌های ژئوپلیتیکی کشورها، ایفا می-کند. (عبداله‌پور و حاتمی، ۱۳۹۶: ۸۵) باید گفت که این فضاهای تجزیه شده، نتیجه دولت- ملت‌های شکننده خاورمیانه‌ای حاصل از مرزهای تصنعی خاورمیانه‌ای است که مرزهای هویتی ناپایداری دارند. کولوسف و اولوگلین، ضمن این‌که از شبه دولت‌ها به عنوان منادیان ژئوپلیتیک پست مدرن به جهت گفتمانی بودن آن یاد می‌کنند بر این باورند که حفره‌های تاریک شبه دولت‌ها (pseudo state)، غالباً در محل تلاقی بین امپراطوری‌های سابق و تمدن‌ها و نیز نواحی که جمعیتی مختلط با پیچیدگی‌های خاص قومی را دارند رخ می-دهند.((Kolosov,O'Loughlin,1998,56. از سویی فضاهای تقسیم شده، نگرش‌های تقسیم شده را به دنبال خود می‌آورند. (O'Lough-lin,2013,1). بنابراین در اختیارگرفتن فضا و انسجام فضائی برای کردهای سوریه یک نگرش واحد هویتی و اجماع را به همراه می‌آورد که یکی از ترجیحات اصلی در فضای داخلی مناطق کردنشین سوریه جهت سیاست‌های بعدی آنان خواهد بود. به‌طور کلی فضاهای تجزیه شده مناطق مختلف خاورمیانه و مشخصاً مناطق شمالی عراق و سوریه، تواماً ابعادی مذهبی / ژئوپلیتیک نیز دارند. دیجینگ معتقد است که مذهب و ژئوپلیتیک با یکدیگر در هم آمیخته‌اند و بینش مذهبی در مسیحیت و اسلام به مثابه سرزمین مقدس و جنگ‌های مقدس، جلوه‌ای از یک ویژگی ژئوپلیتیک هستند. (Dijing, 2006,192). خاورمیانه به عنوان نمود این تحول و خیزش اسلامی رادیکال و قلمروخواهی در بستر خود دایماً هم‌پوشانی مذهبی و ژئوپلیتیکی را با خود به همراه دارد. در نگاه پست مدرن، ناسیونالیسم به‌عنوان یک ایدئولوژی ذاتاً سرزمینی محسوب می‌شود. (Anderson,1988,18) . با این نگاه، ناسیونالیسم پایگاه اصلی گفتمان‌های ژئوپلیتیکی ازطریق سازه‌های قلمروئی هستند. ویلیام و اسمیت بر این اعتقادند که ناسیونالیسم، مبارزه‌ای همیشگی برای کنترل سرزمین است. (viliam & smith, 1982,502). گرچه ناسیونالیسم معمولاً پیگیری خود مختاری ملی تعریف شده است، ولی در تعاریف غنی‌تر به‌عنوان یک طرح اقدام جمعی برای ارائه مرزهای یک کشور و سازوار با واحدهای حکمرانی، تبیین می‌گردد. (Hechter,2000,7) . از منظر گفتمانی نیز، ناسیونالیسم یک عمل

[Downloaded from priw.ir on 2026-02-05]

گفتمانی دولت – ملت که در یک قلمرو مستقل و متجانس با سرزمین ملی است در نظر گرفته می‌شود. (عبداله‌پور، ۱۳۹۵) .واژه سرزمین ملی نشان می‌دهد که هویت‌های ملی، نسبتاً مشتق از قلمرو و حس قوی ملت‌ها را برای یک قلمرو خاص نشان می‌دهند. (white,2000,28). پس باید نشان داد که چگونه ناسیونالیسم، یک گفتمان ژئوپلیتیکی را برای دولت ملت‌های ضعیف از طریق سازه‌های قلمروئی بوجود می‌آورد.

شبه / دولت‌های دوفاکتو و چرخه تعارض با ساختارها

دولت‌های دوفاکتو برای اولین بار در دوره استعمارزدائی در دهه ٦٠ و ٧٠ میلادی به‌وجود آمدند، به‌طوری‌که بعد از جنگ جهانی دوم ٢٤ دولت دوفاکتو پدید آمد. از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به نیجریه، کنگو، اریتره، تایوان و کردستان عراق اشاره کرد. (Gelden-hause,2001,34). بعضی از این دولت‌ها موفق شدند به حاکمیت دوژوور برسند، بعضی دیگر مجدداً در سرزمینی که ازآن منتزع شدند، الحاق گردیدند و بعضی دیگر به حاکمیت دوفاکتو ادامه دادند. گرچه باید عنوان کرد دولت‌های دوفاکتو به‌صورت تاریخی بوسیله جامعه بین الملل و بدلیل وضعیت ناپایدار، مورد فراموشی قرار گرفته‌اند. اسکات پگ، اولین کسی است که به‌صورت مشخص واژه دولت دوفاکتو را در ادبیات روابط بین الملل وارد کرد. (pegg,1998,87).

گلدن هاوس، استدلال می‌کند که غالب دولت‌های دوفاکتو که خود را شایسته دولت‌بودگی با چالش‌هایی توسط دول منطقه‌ای می‌دانند، دولت مرکزی و جامعه بین‌الملل مواجه می‌شوند. (Geldenhause,2001,24). به‌طورکلی دو تعریف جامع در خصوص دول دوفاکتو وجود دارد. اسکات پگ اعتقاد دارد یک دولت دوفاکتو در جایی بوجود می‌آید که دارای یک رهبری سازماندهی شده، درجه‌ای از ظرفیت بومی و محلی و حمایت‌های مردمی در قلمرو سرزمینی خاص باشد. به‌علاوه کنترل یک قلمرو مشخص در بازه زمانی مشخص از ویزگی‌های اصلی یک دولت دوفاکتو است. (Pegg,1998,16). باغچلی، دولت دوفاکتو را دولتی می‌داند که در منطقه‌ای، کارکردهای طبیعی یک دولت را در قلمرو خود انجام می‌دهد و توسط یک جمعیت متجانس، حمایت می‌شود. (Bahcheli & Serbrink , 2004) به‌طورکلی یک دولت دوفاکتو سه ویژگی زیر را دارا است:

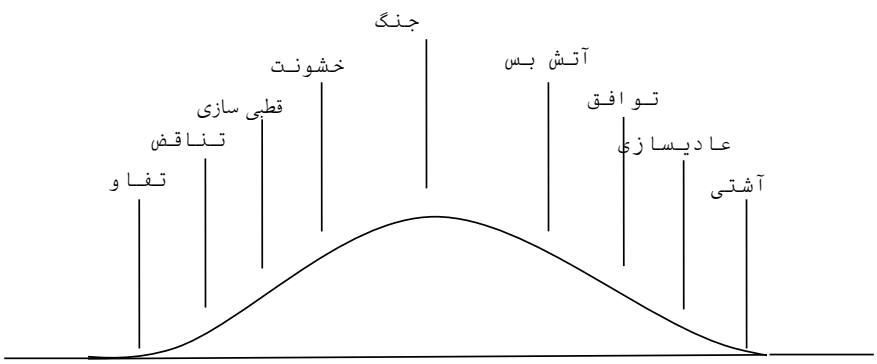
کنترل سرزمینی بر قلمرو مشخص و مدیریت بر آن برای حداقل دو سال، عدم شناساس

[Downloaded from priw.ir on 2026-02-05]

بین المللی از آن و تمایل برای حاکمیت دوژوور از طریق رفراندوم یا اقدامات جدائی خواهانه دیگر. (kasperson& Stansfield ,2011,99) . در اینجا دو نکته مهم شامل: ملاحظه دول دو فاکتو در خصوص پاسخ جامعه بین الملل به اعلامیه استقلال آن‌ها و ارتباط معنادار ظهور دول دو فاکتو با دولت / ملت‌های ضعیف و شکننده. (□□□□□□□□□, Belanger). از سوئی تعارض، جزء لاینفک و ذاتی خیزش حاکمیت دو فاکتو و دولت/ ملت، ضعیف است. حاکمیت دو فاکتو در تمامی نحله-های خود، چرخه تعارض را طی کرده‌است. در تمامی سیر تحولات حاکمبت‌های دو فاکتو و تبدیل آن‌ها به دولت / ملت دوژوور، تفاوت قومی / مذهبی، خشونت‌های شدید و جنگ، امری محتوم بوده و خواهد بود. البته پس از تبدیل شدن به حاکمیت دوژوور، شیب چرخه به سوی توافق و آشتی سیر می کند.

شکل زیر کیفیت صعود تعارضات را به تصویر می‌کشد:

شکل۱: فراز و فرود چرخه تعارض حاکمیتهای دوفاکتو با ساختارها



[Downloaded from priw.ir on 2026-02-05]

نتیجه‌گیری

هویت برند ژئوپلیتیکی واجد ویژگی و سیمای خاص و در ذات ، هدفش بازسازی‌های سرزمینی یا تغییرات اساسی و رادیکال در یک منطقه مشخص است. چنین تغییرات شدیدی همیشه با مردمی که طرفدار حفظ وضع موجود هستند، تعارض و غالباً منجر به تصعید خشونت و فجایع جدی خواهد شد. بنابراین، فعال کردن تعارض و بسیج مردم، نیاز به ساختن تصاویر دشمن دارد.

تصویر سازی ژئوپلیتیکی، بازتابی از بینش ژئوپلیتیکی یک کشور است که شامل کدهای ژئوپلیتیکی و ماموریت ملی است. بینش ژئوپلیتیکی نیز عنصر اصلی و تعیین کننده کیفیت تصویرسازی ژئوپلیتیکی است که هدف نهائی آن حفظ پرستیژ و تهاجم مشروع است. این دو مفهوم اصلی با مفصل‌بندی خاص، کد ژئوپلیتیک را به‌وجود می‌آورند که این کد به دولت‌ها اجازه می‌دهد که تحلیلی چند بعدی از گزینه‌های سیاستی در خارج و داخل را ارائه دهند. دینامیزم این کدها، برآیندی از تعامل سیاست داخلی و بافت جهان در حال تغییر هستند. قدرت بیشتر یک دولت در سلسله مراتب بین الملل با توانائی ساختن کدهای ژئوپلیتیکی آن کشور و در مقیاس‌های منطقه ای و جهانی در ارتباط و در نوسانات سیاست خارجی کشورها بسیار مهم است. هر دولتی کدهای ژئوپلیتیکی خود را دارد و اساساً کدهای ژئوپلیتیک زمان و فضا را تغییر واین فضا و مکان منجر به توسعه کدها می‌گردند. از سوئی این عوامل سیاسی و تاریخی هستند که ارتباط دولت را با گفتمان‌ها به‌وجود می‌آورند، در نتیجه این عوامل تولید کننده کدهای ژئوپلیتیکی هستند. کدهای ژئوپلیتیک مانند گفتمان‌ها پایدار نبوده و دائما از دال به مدلول درحال حرکتند، اما در عوض به طور مستمر در پاسخ به رویدادهای درحال تحول کارگزاران تاثیر گزار هستند. این فرآیند نمی‌تواند از مقیاس‌هایی که در آن تحول رخ می‌دهد، حذف گردند.

فضاهای تجزیه شده و مرزهای نوظهور قومی، داده‌ای اساسی برای خیزش شبه‌دولت‌ها و حاکمیت‌های دوفاکتو به سوی ساختارهای دوژوور است. در این راستا، توجه به مقوله فضا به‌عنوان یک سرمایه استراتژیک در نگاه پست مدرن، اولویت سیاست‌گذاری است. پس رصد فضاهای آنارشیک قومی / سرزمینی، قسمی مهم را در سیاست‌های ژئوپلیتیکی این حاکمیت‌ها، ایفا می‌کند. در تنقیح فضای تجزیه شده، باید گفت که این فضاهای تجزیه

[Downloaded from priw.ir on 2026-02-05]

شده، نتیجه دولت ملت‌های شکننده خاورمیانه‌ای حاصل از مرزهای تصنعی خاورمیانه‌ای است که مرزهای هویتی ناپایداری دارند. در این ارتباط سیالیت مرزها در فضاهای مذکور، اهمیتی شایان دارد، چرا که مرزها دارای معانی مختلفی هستند که از زمان به زمان، به مکان به مکان، فرهنگ به فرهنگ و زبان به زبان متفاوت است. با توجه به موارد فوق و واژه تعریف مرز یعنی مناطق بیطرف بین امپراطوری‌ها و دولت‌ها در مناطق خالی، تجزیه شده و یا کم سکنه و مرزهای مصنوعی که توسط سوژه‌های سیاسی یا اجتماعی و برای تمایز میان اقوام، مذاهب، زبان‌ها ایجاد می‌گیرد. به‌طور مثال،گفتمان ژئوپلیتیکی ترکیه بر این بستر، شکل و فضاهای تجزیه شده‌ای را در شمال عراق و سوریه برای قلمروخواهی خود در نظر گرفته است. (حاتمی، ۱۳۹۶، ۸۲). به گفته هانا آرنت و نظریه انسان‌های اضافی او که یکی از عوامل امپریالیسم است، ابرقدرت‌ها برای خروج «انسان‌های اضافی»، قلمروهای جغرافیایی را در ورای مرزهای خود تصرف کردند، در حالی‌که «انسان‌های» سوژه‌های ژئوپلیتیکی جدید در محدوده دولت / ملت‌های مستقر قرار دارند. پس این دو نحله، کد ژئوپلیتیک‌های متفاوت دارند که با یکدیگر تعارضی اساسی دارند. در خصوص سوژه‌های ژئوپلیتیکی جدید، مصدر تعارض و ستیزاند. امروزه کدهای ژئوپلیتیک یک مفهوم کارآمد برای تفسیر و تحلیل جغرافیای سیاسی هستند. رصد فضا و مکان برای ابرقدرت‌ها، در ایجاد، تکوین و توسعه کدهای ژئوپلیتیکی آن‌ها مؤثر و تاریخ، هویت، سرزمین و گفتمان ژئوپلیتیکی آن‌ها را در این راستا تشکیل می‌دهد. برای شبه دولت‌ها و کارگزاران ژئوپلیتیک با توجه به شکننده بودن بعد سرزمینی و هویتی ساختارگریز، تبیین و تفسیر این کدها مشکل ولی با توجه به ضعف ساختارها و شناور بودن بودن کدهای ژئوپلیتیکی، درصدد تعریف و عملیاتی کردن کدهای ژئوپلیتیکی در سطوح مختلف هستند. بنابراین دولت/ملت‌های ضعیف، منافع خود را از طریق گفتمان‌های هویتی و برند سازی ژئوپلیتیک در فضاهای تجزیه شده در تعامل و تقابل با سایر کدها جلو می‌برند، چرا که کدهای ژئوپلیتیک مانند گفتمان‌ها پایدار نبوده و دائما از دال به مدلول در حال حرکتند، اما در عوض به‌طور مستمر در پاسخ به رویدادهای در حال تحول کارگزاران تاثیرگذار هستند. از سوئی تمرکز دولت‌های ضعیف باید به هر دو جنبه کد و بینش ژئوپلیتیک توجه کرد که این امر باعث ایضاح سیاست‌های خارجی و امنیتی دولت ملت‌های ضعیف می‌شود. در صورت‌بندی کدهای ژئوپلیتیکی، نخبگان سیاست خارجی

[Downloaded from priw.ir on 2026-02-05]

کشورها، کدهای ژئوپلیتیکی سایر کشورها را محاسبه و تخمین می‌زنند، به خاطر این‌که سازه‌های کدهای ژئوپلیتیک قدرت‌های عمده ، محصول روابط بین دولت‌ها با قابلیت‌های مختلف هستند، یک کد عملیاتی در سه مقیاس محلی، منطقه‌ای و جهانی عمل می‌کند.

[Downloaded from priw.ir on 2026-02-05]

منابع

حاتمی، محمدرضا (۱۳۹٦)، گفتمان ژئوپلیتیکی ترکیه در فضاهای تجزیه شده خاورمیانه، «پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام»، تابستان ۱۳۹٦ ، شماره ۲۳. صص ۸۱--۱۰٦

عبدالله پور، محمدرضا (۱۳۹٦)، همه‌پرسی استقلال کردستان عراق، برند سازی ژئوپلیتیک، «همشهری دیپلماتیک»، تیر و مرداد. ش ۹۹ ، صص٦٦-٦۹

عبدالله پور ، محمدرض، قادری، رحیم (۱۳۹٤)، سوژگی ژئوپلیتیک حزب کارگران کردستان ترکیه در بین النهرین شمالی، «فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام»، زمستان ۱۳۹٤، شماره چهارم، صص۱۳۷-۱٥٦

- Geldenhuys. D (2004) . Contested States in World Politics;

- Bahcheli. T ( ) Barry Bartmann, and Henry Srebrnik (eds.), De Facto States: The Quest for Sovereignty; and Nina Caspersen and Gareth Stansfield, Unrecognized States in the International System

- Pegg . S. (1998) "De Facto States in the International System," Institute of International Relations No. 21, The University of British Columbia (1998).

-- Geldenhuys. D(2001). Contested States in World politics

-Berzina L.(2015),Geopolitical Brand Building in Novorosia , National Academy of Defence the republic of Latvia

-Flint.C(2006), Introduction to Geopolitics, by Routledge

-Bhaskar,R.(1989), Reclaiming Reality: A Critical Introduction to Contemporary Philosophy, London Verso

-Caspersen, N., & Stansfield, G. (Eds.). (2011). Unrecognized states in the international system. London; New York: Routledge

-Bachceli, T., Bartmann, b., & Srebrnik, H. (2004). De Facto States: The Quest For Sovereignty. London, New York: Routledge

-https://www.academia.edu/3354871/introduction_to_geopolitics

به این مقاله این‌گونه ارجاع دهید: DOI:۱۰.۲۱۸۵۹/priw-۰۸۰۴۰۹

حاتمی، محمدرضا؛ عبداله‌پور، محمدرضا (۱۳۹۸)، «برندسازی ژئوپلیتیکی واحدهای جغرافیایی دوفاکتو»، *فصلنامهٔ پژوهشهای سیاسی جهان اسلام*، س۸، ش٤، زمستان ۹۷، صص ۲۳٤-۲۲۱.

[Downloaded from priw.ir on 2026-02-05]