

تعامل سازه‌های مهم ژئوپلیتیک و اطلاعات در جهان معاصر

دکتر فریبرز درودی^۱

چکیده

ژئوپلیتیک اطلاعات از مباحث مهم در شکل‌گیری قدرت‌های اطلاعاتی به‌شمار می‌آید و به تحلیل مطالعه عوامل مؤثر بر ساختار جریان اطلاعات در گستره جهانی و تأثیر موقعیت جغرافیایی و منطقه‌ای بر آن می‌پردازد. ابزارهای کاربردی و رسانه‌ها، روابط بین کشورها در ارتباط با وضعیت تبادل، و ارسال اطلاعات از مباحث اصلی آن است. رسانه اصلی‌ترین محور مؤثر در برتری اطلاعاتی است. نظارت بر جریان اطلاعات برای حفظ قدرت از موضع ژئوپلیتیک نقش بسزایی دارد. حفظ موقعیت شبکه برای اقتدار کشورهای شمال بر وضعیت جهانی از اهمیت زیادی برخوردار است. ژئوپلیتیک اطلاعات با جهانی‌سازی پیوندی استوار دارد. تثبیت موقعیت در فضا، یکی از پایه‌های مهم اقتدار ژئوپلیتیکی در عرصه اطلاعات محسوب می‌شود. در مبانی ژئوپلیتیک اطلاعات، نخبگان و برگزیدگان علمی و فرهنگی یک جامعه نقشی تعیین‌کننده بر عهده دارند.

کلیدواژه‌ها

ژئوپلیتیک اطلاعات، جهانی‌سازی اطلاعات، ارتباطات فضایی، ژئوپلیتیک متخصصان، تبلیغات اطلاعات.

مقدمه

از منابع سازماندهی و توزیع اطلاعات در جهان نوین حائز اهمیت است. گستره و نفوذ اطلاعاتی در نظام‌های سیاسی، به منظور حفظ قدرت، از جنبه‌های متعدد مورد توجه قرار گرفته است. نظارت و کنترل بر جریان اطلاعات یکی از ابزارهای اثربخش

اطلاعات در دنیای معاصر جایگاهی ویژه دارد و قدرت‌های سیاسی با اتکا بر کارکردهای اثربخش اطلاعات در عرصه جهانی توانسته‌اند بر اقتدار خود بیفزایند. تقویت فرایندهای تولید اطلاعات و حفاظت

۱. دکتری کتابداری و اطلاع‌رسانی سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران f-doroudi@nlai.ir

نظام‌های سیاسی قدرتمند دنیا به‌شمار می‌آید. این مقوله از دهه ۱۹۸۰ به‌صورت جدی در آثار کسانی چون آنتونی اسمیت^۲ و شون مک‌براید^۳ مورد توجه قرار گرفته و در آنها به نقش بنیادی اطلاعات در تصمیم‌گیری‌های سیاسی اشاره رفته است. محور بحث کسانی چون اسمیت و مک‌براید بر عامل اثربخش رسانه‌ها در جریان اطلاعات تکیه دارد. از نگاه آنان رسانه اصلی‌ترین محور ابزار قدرت فرهنگی و اطلاعاتی کشورهای توسعه‌یافته به‌حساب می‌آید (۲؛ ۱۶). ماهواره‌ها، رادیو، تلویزیون، سینما، روزنامه‌ها، نشریات ادواری، شبکه اینترنت، پایگاه‌های اطلاعاتی، پایگاه‌های دانش و ابزارهای دیگر در حوزه رسانه، نقش حفاظت از قدرت ژئوپلیتیک را برعهده دارند؛ به نحوی که رسانه‌ها تبدیل به کانون‌های اصلی قدرت در تصمیم‌گیری‌های راهبردی و زیربنایی قدرت‌های سیاسی شده‌اند. با وجود گذشت حدود ربع قرن از انتشار چنین اندیشه‌هایی در جهان غرب، اطلاعات همچنان به‌مثابه اهرمی مؤثر در جریان‌های سیاسی و حوزه‌های قدرت مطرح و از اهمیت بالایی برخوردار است. تأثیر مؤلفه‌های ژئوپلیتیکی در عرصه اطلاعات و نقشی که بر تصمیم‌گیری‌ها و تشکیل موازنه‌های سیاسی در جهان برجای می‌نهند، یکی از بحث‌های مهم در زمینه حوزه‌های قدرت اطلاعاتی است که مورد توجه واقع شده است. با ایجاد تحول جهانی‌سازی^۴ و

گسترش شبکه و اطلاعات دیجیتال در جهان، اطلاعات راهبردی^۵ به‌عنوان ابزاری کارآمد در اختیار قدرت‌های بزرگ قرار گرفته است. به علاوه، مهاجرت نخبگان از سویی سبب آسیب دیدن فرایند پیشرفت در کشورهای درحال توسعه شده و از سوی دیگر بر روند توسعه و تقویت آن در کشورهای پیشرفته دنیا یاری رسانده است. اطلاعات امروزه در فضای شبکه به‌صورت گسترده به عاملی تأثیرگذار در فرایندهای اجتماعی - سیاسی تبدیل شده، و به نقش‌آفرینی در این عرصه پرداخته است. از زمره مبانی مهم تأثیر اطلاعات، باید به حوزه تبلیغات اشاره کرد که با تعاملی دوجانبه به گسترش نفوذ اطلاعاتی یاری رسانده است.

پیشینه و مفهوم ژئوپلیتیک

واژه ژئوپلیتیک ابتدا در سال ۱۸۹۹ به وسیله دانشمند علوم سیاسی سوئدی رودلف کی‌الن^۶ به‌کار گرفته شد. این واژه از تاریخ طولانی و متنوع و پرفراز و نشیبی در قرن بیستم برخوردار بوده است و پس از معنی اصلی آن، که در کارهای کی‌الن وجود دارد، به‌خوبی توانسته است در رساندن معنی ارتباط کلی جغرافیا و سیاست (ژئو-پلیتیک) مؤثر باشد. معنا کردن ژئوپلیتیک با یک معنی ویژه کاری بس مشکل است، زیرا معنی مفهیمی نظیر ژئوپلیتیک تمایل به تغییر و تحول دارند، همان‌طور که دوره‌های تاریخی و ساختارهای

2. Anthony Smith

3. Seán MacBride

4. Globalization

5. Strategic information

6. Rudolf Kjelen

نظم جهانی تحول می‌یابد (۱: ۲۱). پیش از کی‌الن، فردریک راتزل^۷ دانشمند آلمانی از کاربرد جغرافیا و اثرات محیط در سیاست سخن گفت، ولی از واژه ژئوپلیتیک استفاده نکرد. وی معتقد بود که هر چه وسعت کشوری بیشتر باشد، قدرت سیاسی آن کشور هم افزایش می‌یابد و می‌تواند موقعیت بهتری در عرصه سیاست جهانی کسب کند. در واقع، برخی صاحب‌نظران معتقدند که واضع اصلی مفهوم ژئوپلیتیک راتزل است که کی‌الن با عنایت به اندیشه‌های او اصطلاح ژئوپلیتیک را به کار برد و توانست این مفهوم را به شیوه‌ای مدون و سازمان‌یافته ارائه کند. سپس این اصطلاح توسط کارل هاوس‌هوفر^۸، جغرافی‌دان آلمانی، مورد استفاده قرار گرفت. پس از مدتی کاربرد این مفهوم در مناسبات سیاسی وارد شد و به‌عنوان یکی از مباحث مهم و قابل توجه در این عرصه به‌شمار آمد. به‌تدریج، حوزه اندیشه‌های ژئوپلیتیکی در شاخه‌های متعددی از تفکرات سیاسی و مبادلات بین‌المللی، و نیز در عرصه‌های دیگری که به نوعی با مقوله قدرت ارتباط داشت، وارد شد. حافظ‌نیا در این ارتباط بیان می‌کند که ژئوپلیتیک از دهه‌های هفتاد و هشتاد قرن بیستم به این طرف دچار بازخیزی شده و از رواج چشمگیری برخوردار شده است، به‌طوری که، علاوه بر رسانه‌ها و سیاستمداران که در نوشته‌ها و گفته‌های خود آن را به کار می‌گیرند، مقاله‌ها و کتاب‌های فزاینده‌ای در سطح جهان، با عنوان

ژئوپلیتیک، به رشته تحریر درآمده است. برخی صاحب‌نظران، از ژئوپلیتیک به‌عنوان مطالعه، گفتمان، مسائل، و نظیر آن یاد می‌کنند و هویت علمی و تخصصی برای آن قائل نیستند. از سوی دیگر، ادبیات ژئوپلیتیک روز به‌روز افزایش یافته و گرایش‌های جدیدی با نام آن پدید می‌آیند، برای نمونه می‌توان از ژئوپلیتیک انرژی^۹، ژئوپلیتیک آب^{۱۰}، و ژئوپلیتیک اطلاعات^{۱۱} نام برد (۷: ۲۱).

مفهوم ژئوپلیتیک بیانگر حیطه‌ای از بررسی‌های جغرافیایی است که عامل فضا را در شناخت چگونگی شکل‌گیری روابط بین‌الملل مهم تلقی می‌کند. کاربرد فعلی این واژه نباید با واژه ژئوپلیتیک آلمان، که شکل خاصی از جبر محیطی بود و برای مشروعیت دادن به اعمال دولت به‌کار رفت، اشتباه شود (۱۵-۱۶). همچنین باید توجه داشت که صرف‌نظر از کاربرد اولیه این اصطلاح توسط هریک از اندیشمندان نامبرده، ژئوپلیتیک ارتباط بسیار نزدیکی با جغرافیا و موضوع آن دارد که سبب درهم‌تنیدگی و امتزاج شدید آنها شده است. این پیوستگی در ابعاد گوناگون و حیطه وسیعی از اندیشه‌های ژئوپلیتیک و نفوذ مؤثر در عرصه جغرافیا به چشم می‌خورد؛ به‌گونه‌ای که همواره در مطالعات سیاسی - اجتماعی در کنار هم مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرند. بر همین اساس لاکوست^{۱۲} بیان می‌کند که روابط بین جغرافیا و ژئوپلیتیک، بنیادین و در عین حال

7. Friedrich Ratzel

8. Karl Haushofer

9. Energy geopolitics

10. Geopolitics of water

11. Geopolitics of information

12. Lacoste

بسیار پیچیده‌تر از آن است که فکر می‌کنیم، این امر می‌تواند هم مربوط به واقعیات جغرافیایی و هم بازنمایی‌های خاص آن باشد. جغرافیا (یعنی آنچه که جغرافی‌دانان انجام می‌دهند)، به‌عنوان یک دانش علمی، به شیوه نمایش و ارائه اطلاعات در قالب نقشه ارجحیت می‌دهد و در ضمن، اتکا به استدلال‌های معدودی که بر پایه داده‌های هر نقشه استوار است، بخش جدایی‌ناپذیری از تجزیه و تحلیل پدیده‌های ژئوپلیتیکی محسوب می‌شود. در واقع، از آنجا که مسائل ژئوپلیتیکی با سرزمین‌هایی ارتباط می‌یابد که موضوع تقابل قدرت هستند، بدون در نظر گرفتن داده‌های جغرافیایی، یعنی پدیده‌هایی که در نوع تقسیمات بر سر بخش کمابیش گسترده‌ای از سطح زمین قرار گرفته‌اند، غیرقابل فهم خواهند بود (۱۵: ۱۰۴). باید بر سخنان لاکوست افزود که گستره جغرافیایی از عوامل اصلی شکل‌دهی در وضعیت ژئوپلیتیک است. موقعیت خاص این پدیده مؤثر در عرصه جهانی، با پهناوری و موقعیت جغرافیایی همچنان در ارتباطی نزدیک می‌باشد. چنان‌که وضعیت کشورهای شاخص در تقابل ژئوپلیتیکی، در چند دهه گذشته حکایت از این واقعیت دارد که پهناوری در جغرافیا به تقویت آن انجامیده است. ایالات متحده آمریکا و اتحاد جماهیر شوروی (سابق) از نمونه‌های بارز و تعیین‌کننده این وضعیت بوده و هستند.

از سوی دیگر، باید بیان کرد که ژئوپلیتیک

در حوزه‌های متعددی نفوذ کرده و آنها را تحت تأثیر قرار داده است. کاربرد این مقوله در حوزه‌های متعددی سبب ایجاد تحول و تغییرات بنیادی در توازن میان قدرت‌های سیاسی شده است. امروزه، ژئوپلیتیک با تأثیر در ساختار مؤلفه‌های مهم دنیای نوین سبب ایجاد حوزه‌های مطالعاتی نوینی شده است مانند ژئوپلیتیک هسته‌ای^{۱۳}، ژئوپلیتیک اقتصادی^{۱۴}، ژئوپلیتیک جهانی‌سازی^{۱۵}، ژئوپلیتیک جنگ^{۱۶}، ژئوپلیتیک متخصصان^{۱۷}، و ژئوپلیتیک اطلاعات. درباره مباحث مطرح شده باید اظهار داشت که در تمامی این عرصه‌ها عامل جغرافیایی نقشی تعیین‌کننده دارد. هنگامی که از گستردگی جغرافیایی سخن به میان می‌آید، باید به نفوذ دامنه این حیطه در فضا نیز نظر داشت. امروزه، مفهوم ژئوپلیتیک در دایره‌ای وسیع و خارج از کره زمین به چشم می‌خورد. اقتدار کشورهای قدرتمند در فضای اطراف زمین با بهره‌گیری از امکانات ماهواره‌ای، ارتباطی، و تجسسی بیش از گذشته نمایان شده است. استفاده از این فناوری‌های پیشرفته به‌نحوی خاص بر جریان اطلاعات و کنترل آن تأثیر گذاشته است. این نفوذ و تأثیر در حوزه‌های اطلاعاتی بسیار نافذ و پر قدرت است، و بر همین اساس نیز ژئوپلیتیک اطلاعات از اهمیت بسزایی در تعامل‌های بین‌المللی برخوردار است.

تأثیر ژئوپلیتیک بر حوزه‌های اطلاعاتی

نفوذ کارکردهای خاص ژئوپلیتیک

13. Nuclear geopolitics

14. Economics geopolitics

15. Geopolitics of globalization

16. War geopolitics

17. Specialists geopolitics

عرصه جریان اطلاعات و تعامل مستمر میان آنها، ایجاد یک زمینه موضوعی را فراهم ساخته است که در مباحث مربوط به جریان شکل‌گیری قدرت‌های اطلاعاتی مورد مطالعه و بررسی قرار می‌گیرد. موضوع ژئوپلیتیک اطلاعات مطالعه عوامل مؤثر بر ساختار جریان اطلاعات در گستره جهانی و تأثیر موقعیت جغرافیایی و منطقه‌ای بر آن، ابزارهای کاربردی و رسانه‌ها، روابط بین کشورها در ارتباط با وضعیت تبادل و ارسال اطلاعات، و نیز اهمیت و موقعیت اطلاعات در تصمیم‌گیری‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی، و تأثیر آن بر سیاست‌های جهانی می‌باشد. ژئوپلیتیک اطلاعات حیطة وسیعی از مباحث مربوط به حوزه قدرت‌های اطلاعاتی را پوشش می‌دهد. از آنجا که امروزه اطلاعات مانند قدرت نظامی و اقتصادی نقشی تعیین‌کننده در تبادلات جهانی برعهده دارد، مطالعه کارکردها و تأثیرات آن بر ارتباطات بین‌المللی و فرا-مرزی، یکی از زمینه‌های مهم این حوزه پراهمیت به‌شمار می‌آید. تقسیم‌بندی‌های پدیدآمده در عرصه قدرت‌های اطلاعاتی، بستری مناسب برای مطالعه و تعمق در ماهیت اطلاعات و ساختار ویژه آن است. عربضی، بیان می‌کند که در ژئوپلیتیک اطلاعات سه موضوع اساسی بررسی می‌شوند: ۱) روابط داده‌های جدید اطلاعاتی با قدرت‌های سرزمینی، منطقه‌ای و ملی؛ ۲) قدرت‌های اقتصادی؛ و ۳) زمینه‌های فرهنگی و سیاسی (۱۳: ۱۱۷).

هریک از مباحث نامبرده، با ساختار اطلاعات راهبردی ارتباط قوی دارند.

اطلاعات راهبردی از زمره اطلاعاتی است که توان اقتصادی و سیاسی کشورهای پیشرفته را حمایت کرده و دستیابی به این‌گونه اطلاعات می‌تواند ساختار قدرت را مستحکم سازد. این اطلاعات در واقع با هزینه‌های بسیار بالا و در شرایط امنیتی تولید می‌شوند. گرچه به ظاهر پژوهش‌های مربوط به اطلاعات راهبردی به شیوه آزادانه انجام می‌پذیرد، در عمل دسترسی به این قبیل اطلاعات به سادگی میسر نیست. اطلاعات راهبردی پایه‌ای برای پیشرفت‌های بیشتر و دستیابی به فناوری پیشرفته است. قدرت‌های برتر جهان با دستیابی به اطلاعات راهبردی، که در حوزه‌های مختلف علمی تولید می‌شود، توانسته‌اند اقتدار خود را در میان کشورهای دیگر افزایش دهند. به‌عنوان نمونه اطلاعات حوزه مطالعاتی هوا-فضا از زمره اطلاعات راهبردی است که به سادگی در اختیار دیگران قرار نمی‌گیرد.

امروزه، کشورهای قدرتمند و مقتدر جهانی در عرصه‌های گوناگون دارای برتری هستند. قدرت نظامی که مشخصه بارز توانمندی و اقتدار یک کشور به‌شمار می‌آید، در سایه توانایی علمی و فناورانه به منصفه ظهور می‌رسد. علاوه بر آن، اقتصاد پویا و ثمربخش عامل مؤثری در حمایت از قدرت سیاسی و نظامی است. مطالعات و پژوهش‌های بنیادی و کاربردی در عرصه‌های مختلف علمی زمینه‌ساز رشد و توسعه ابعاد گوناگون حیات اجتماعی به‌حساب می‌آید. در اینجا، نقش مؤثر اطلاعات و تأثیر ژئوپلیتیکی بر آن به خوبی قابل ملاحظه است. باید بیان کرد که

توان سیاسی قدرت‌های بزرگ جهان با تکیه بر منابع قدرت اطلاعاتی از نفوذ بیشتری در عرصه جهانی برخوردار شده است. ارتباط تعاملی که میان ژئوپلیتیک و اطلاعات به وجود آمده، به مطالعه وضعیت توزیع اطلاعات در مناطق متعدد جهان، ارتباط عوامل اثربخش در روابط اطلاعاتی، تأثیر قطب‌های اطلاعاتی بر روابط بین‌المللی، و نیز نقش مؤثر ارتباطات اطلاعاتی در عرصه جهانی نظر دارد. باید بیان کرد که اطلاعات مانند بسیاری از منابع خام و اولیه در ابتدا از ارزش بالایی برخوردار نیست. پردازش و تبدیل آن به فرآورده‌های اطلاعاتی و دانش سبب ارزش افزوده این محصول می‌شود، و رسانه نقشی بسیار مهم در این فرایند پیچیده و اثربخش برعهده دارد. در عصر حاضر، قدرت‌های برتر جهانی، کشورهای دارای علم و فناوری پیشرفته هستند. فناوری محصول علم است و ماده خام علم نیز از اطلاعات تهیه می‌شود. می‌توان قدرت‌های سیاسی جهان را صاحبان قدرت‌های اطلاعاتی نیز نامید. وجود اطلاعات سازمان یافته در این کشورها سبب ایجاد نوعی تسلط از منظر اطلاعاتی شده است. این سلطه خود باعث پدید آمدن حوزه قدرتی شده که به یاری توانمندی‌های نظامی و سیاسی شتافته است. حوزه‌های اطلاعاتی علاوه بر پوشش هسته‌های علمی، اطلاعات راهبردی را نیز دربرمی‌گیرد. امروزه؛ مباحث ژئوپلیتیک در زمینه‌های مختلف اطلاعاتی که با جریان نظارت، کنترل، و هدایت حجم کلان اطلاعات سروکار دارد در ارتباط مستمر

قرار گرفته است. شبکه نیز از زمره ابزارهای کاربردی و اثربخش این زمینه فعالیت محسوب می‌شود.

اطلاعات راهبردی، شبکه، و امنیت آن
 نظارت بر جریان اطلاعات برای حفظ قدرت از موضع ژئوپلیتیک نقش بسزایی دارد. به هر میزان که اطلاعات در مجراهای ارتباطی، بیشتر قابل کنترل باشد، برتری اطلاعاتی و به تبع آن اقتدار سیاسی افزون‌تری برای کشورهای توسعه‌یافته ایجاد خواهد شد. کنترل بر اطلاعات از دو منظر قابل توجه است. یکی از لحاظ هماهنگی در ارسال و تبادل اطلاعات برای شکل‌دهی افکار عمومی و سازماندهی یکنواخت آن در سطح جهانی؛ و دیگر برقراری شرایط امنیتی در حفظ و نگهداری از اطلاعات راهبردی. اطلاعات راهبردی اطلاعاتی است که دارای منافع سیاسی و اقتصادی بسیار زیادی است. چنانچه، گری اشمیت^{۱۸} بیان می‌کند که سیاستمداران و تصمیم‌گیران آمریکایی باید سیاست خارجی خود را بر پایه اهداف و مقاصد آمریکا پایه‌ریزی کنند نه اخبار و اطلاعات جمع‌آوری شده درخصوص اقدامات دولت‌های هدف. چرا که اطلاعات راهبردی ما از اهداف و نیت این کشورها در مقابل اطلاعات جزئی و دقیق در مورد فعالیت‌های کشورهای هدف مانند ایران و کره شمالی، بسیار ناچیز است. بنابراین، تأکید اشمیت در فعالیت‌های اطلاعاتی بر مفهوم اطلاعات راهبردی است (۲۱). می‌توان گفت

18. Gary Schmitt

که داشتن اطلاعات راهبردی نیازمند شناخت دقیق تمامی ابعاد زندگی در کشور هدف اعم از اجتماعی، سیاسی، جغرافیایی، و تاریخی است (۲۲).

این اطلاعات که در شاخه‌های مختلف علمی وجود دارد، در واقع پایه و اساس قدرت سیاسی است و برای اقتدار کشورهای قدرتمند در جهان بسیار حیاتی است. اطلاعات راهبردی با پژوهش‌های پرهزینه و در زمانی نسبتاً طولانی پدید می‌آید و زیرساختی برای توسعه فناوری‌های نوین محسوب می‌شود. از سوی دیگر، اطلاعات راهبردی با بهره‌گیری از استعدادهای بالای متخصصان و پژوهشگران برجسته به انجام می‌رسد. بنابراین، سرمایه‌گذاری در جهت پرورش و جذب نخبگان یکی از ضرورت‌های مهم تولید اطلاعات راهبردی است. علاوه بر آن، راه‌اندازی و تأسیس آزمایشگاه‌های مجهز، کارگاه‌های پیشرفته، محیط‌های علمی و فنی مناسب، و دستیابی سریع و به‌موقع به اطلاعات مورد نیاز از دیگر برنامه‌های کشورهای توسعه‌یافته برای تولید اطلاعات راهبردی به‌شمار می‌رود. امروزه، اطلاعات تخصصی مربوط به زمینه‌های موضوعی نظیر علوم نظامی و تجهیزات پیشرفته آن؛ پژوهش در علوم فضایی، اقیانوس‌شناسی، پژوهش در عرصه ژنتیک؛ و تحقیق در حوزه مطالعاتی زلزله، به‌ویژه پژوهش‌هایی در زمینه محاسبات زمان وقوع آن، از زمره اطلاعات راهبردی است. این‌گونه اطلاعات، علاوه بر فراهم‌آوری ارزش اقتصادی، به تثبیت جایگاه و منزلت کشورهای قدرتمند

نیز یاری می‌رساند. با تکیه بر اطلاعات راهبردی می‌توان به تصمیم‌های مهمی در عرصه سیاسی دست یافت که از طریق آن کشورهای دیگر تحت‌تأثیر سیاست‌های فشار قرار خواهند گرفت. می‌توان گفت داشتن اطلاعات راهبردی نیازمند شناخت دقیق تمامی ابعاد زندگی در کشور هدف اعم از اجتماعی، سیاسی، جغرافیایی و تاریخی است. نومحافظه‌کاران معتقدند که صرفاً داشتن چنین شناختی است که می‌تواند تحلیل‌گران را در درک درست از نیت دشمن یاری دهد (۲۲).

حفاظت و امنیت منابع اطلاعات راهبردی در جهان جدید بسیار با دقت انجام می‌پذیرد، زیرا این منابع در حکم ثروت هستند و می‌توان آنها را از جنس قدرت دانست که برای هدایت و نظارت قدرت‌های اطلاعاتی بر جهان ضروری است. بنابراین، امنیت این‌گونه اطلاعات با شدت و حدت هرچه تمام‌تر انجام می‌پذیرد. بسیاری از پاره‌های اطلاعاتی با چنین مشخصاتی در محیط شبکه قرار دارد که از یک‌سو قابلیت دسترسی سریع برای مجموعه مجاز استفاده‌کنندگان را فراهم می‌آورد، و از سوی دیگر خطر دستبرد افراد غیرمجاز برای ربودن این اطلاعات را نیز دربردارد. به‌رغم تدابیر شدید امنیتی در استفاده از اطلاعات راهبردی در محیط شبکه، گاهی اوقات سرقت‌هایی توسط افراد ناشناس، که معمولاً بعدها توسط نیروهای امنیتی شناسایی می‌شوند، صورت می‌گیرد. امروزه، بخش قابل توجهی از مباحث مرتبط با کنترل و حفاظت اطلاعات در محیط شبکه

و ساختار آن مورد بررسی قرار می‌گیرد. شبکه در حال درنوردیدن تمامی شئون زندگی انسان معاصر است. از فعالیت‌های اقتصادی گرفته تا زمینه‌های علمی و پژوهشی، همه در گرو دسترسی به شبکه میسر است. حفظ موقعیت شبکه برای اقتدار کشورهای قدرتمند بر وضعیت جهانی از اهمیت زیادی برخوردار است.

با افزایش استفاده‌کنندگان از محیط شبکه، نفوذ و ثبات کشورهای قدرتمند نیز افزایش پیدا می‌کند. وابستگی بیشتر به مجراهای ارتباطی و اطلاعاتی در نظارت و کنترل کاربران نقشی تعیین‌کننده دارد. شبکه بر مبنای ویژگی‌های خاص خود-مانند گستردگی و قابلیت دسترسی بالا- به مخاطبان بیشتری نیاز دارد تا بتواند از تأثیر افزون‌تری برخوردار باشد. از یک منظر، استفاده‌کنندگان از محیط شبکه در حکم مشتریان بیشتر از منابع فرهنگی به‌شمار می‌آیند. همان‌طور که در مباحث اقتصادی، مصرف‌کنندگان به مصرف بیشتر و خرید افزون‌تر تشویق می‌شوند، طبیعی است که توسعه زمینه این ترغیب نیز از اهمیت برخوردار است. بنابراین، گسترش امکانات شبکه به توسعه بازار فروش منجر خواهد شد. می‌توان به این نکته نیز اشاره کرد که شبکه یکی از ابزارهای مهم در نظارت بر وضعیت تولید، توزیع، مصرف و ارائه اطلاعات در گستره جهانی است، که این مهم در ارتباط با اطلاعات راهبردی از اهمیت بسزایی برخوردار است.

هدایت اطلاعات از طریق شبکه براساس

الگوهای مدون، باعث ایجاد تسلط بر منابع اطلاعاتی و هدایت افکار جهانی می‌شود. شبکه در جهان جدید مجرای ارتباطی مؤثر منابع اطلاعاتی است. تبادل اطلاعات از طریق این ابزار حجم گسترده‌ای از چرخه حیات اطلاعات را تشکیل می‌دهد. چرخه حیات اطلاعات از یک سو عبارت است از فرایند تولید، فراهم‌آوری، تدوین، تنظیم، و ارزیابی اطلاعات که به تولید و سازماندهی اطلاعات مربوط می‌شود، و از سوی دیگر بحث یکپارچگی و یکنواختی اطلاعات است که به مقولاتی چون شیوه‌های جست‌وجو، اشتراک، انتشار، اشاعه، ارائه، و دسترس‌پذیر ساختن اطلاعات می‌پردازد. تبادل و نیز تعامل این عوامل به ایجاد چرخه‌ای فعال برای ادامه حیات و پایداری اطلاعات منجر می‌شود. ایجاد تعادل و موازنه بین این اجزای همگون در محیط شبکه یکی از مسائل مهم مدیریت فناوری شبکه به حساب می‌آید. هدایت شاهره‌های اطلاعاتی برای رسیدن به چنین هدفی بسیار ضروری است. امنیت اطلاعات در واقع با انحصار آن ارتباط نزدیکی دارد و می‌تواند به‌عنوان عامل سودمندی در نظارت بر جریان اطلاعات مورد استفاده قرار گیرد. امنیت اطلاعات در واقع به مباحث حفاظت از منابع آن مربوط می‌باشد.

حفاظت و کنترل اطلاعات

برای سازماندهی و حراست از اطلاعات راهبردی دو مقوله نظارت^{۱۹} و ارزشیابی^{۲۰} مورد توجه قرار می‌گیرد. در مقوله نظارت،

چگونگی فعالیت انجام شده براساس طرح و برنامه از پیش تعیین شده مورد توجه قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر، کنترل برای انجام فرایند امنیت اطلاعات براساس برنامه‌ای مشخص و معین به انجام می‌رسد. در حالی که، در ارزیابی درک و سنجش کارکرد راهبرد مورد توجه قرار می‌گیرد. در واقع، در این بخش نوعی قضاوت درباره عملکرد اطلاعات راهبردی انجام می‌گیرد. این اطلاعات بسیار حیاتی است و حفاظت از آن با شدت و حدت زیادی انجام می‌پذیرد. مک‌براید^{۲۱} در این باره اظهار می‌دارد که جریان اطلاعات فنی در داخل کشورها و در سرتاسر مرزهای ملی، یک منبع مهم توسعه است. دسترسی به این گونه اطلاعات، که کشورها برای تصمیم‌گیری فنی در تمام سطوح به آن نیاز دارند، به اندازه دسترسی به منابع خبری، تعیین‌کننده است. این نوع اطلاعات معمولاً به سادگی در دسترس نیست و بسیاری اوقات در ساختارهای فنی بزرگ متمرکز می‌شود. کشورهای توسعه‌یافته، اطلاعات کافی از این نوع را در اختیار کشورهای در حال توسعه قرار نمی‌دهند (۱۷: ۱۹۹).

خصلت راهبردی بودن برخی از زمینه‌های موضوعی، سبب شده تا اقدامات زیادی برای تسلط و دست‌یابی به اطلاعات از سوی قدرت‌های برتر جهانی انجام شود. دست‌یابی به هسته‌های تولید و پردازش کمی و کیفی اطلاعات در سطح کلان، منجر به تسلط بر منابع اطلاعاتی نیز خواهد شد. فعالیت‌های انجام شده در این حوزه با اتکاء بر ابزارهای

نوین و بهره‌گیری از فناوری پیشرفته سبب سهولت و سرعت این فرایند می‌شود. در مواردی نیز به دست آوردن اطلاعات از راه‌های غیررسمی و تقریباً به صورت محرمانه است. در واقع، می‌توان گفت که اطلاعات حتی سرقت می‌شود. ساختار نظام اطلاعاتی کشورهای قدرتمند به گونه‌ای است که جاذب اطلاعات می‌باشد، ولی در برخی شرایط به این قبیل شیوه‌ها نیز تمسک بسته می‌شود. حتی این پدیده در سطوح پایین و در حد شرکت‌های تجاری و کارخانه‌ها نیز رسوخ کرده است. در همین رابطه عریضی بیان می‌کند که اطلاعات کلید پیشرفت ممالک در تحولات [فناوری] و حقوقی، رقابت‌های صنعتی، اجتماعات سیاسی، و اقتصادی نیز هست. بنگاه‌های بازرگانی یا کارخانه‌های صنعتی امروزی همچون دولت‌ها از اطلاعات خود حفاظت کرده به ایجاد روش‌های حفاظتی و ضدجاسوسی همت می‌گمارند. جاسوسی صنعتی در قرن بیستم پیشرفتی شگفت‌انگیز داشته است. دولت‌ها یا شرکت‌های صنعتی و تجاری به کمک هم یا به طور مستقل به جاسوسی در مورد دولت‌ها و شرکت‌های صنعتی و تجاری دیگر می‌پردازند، تا بتوانند از اطلاعات دیگران برخوردار گشته و آن را در امور خود به کار گیرند (۱۳: ۱۰۵).

منابع اطلاعاتی از ارکان اصلی تولید ثروت جهان جدید است. واقعیت آن است که در دنیای معاصر تولید کالاهای صنعتی و خدمات اجتماعی، و نیز محصولات کشاورزی به میزان بالایی در حال افزایش

است. اثربخشی اطلاعات، به‌عنوان منبع ثروت، به هیچ‌رو به معنای بی‌توجهی به سایر بخش‌های اقتصادی نیست، بلکه اطلاعات در مسیر گسترش توانایی‌ها و مهارت‌های انسان در دنیای معاصر برای تولید بیشتر و نیز مصرف افزون‌تر کاربرد پیدا کرده است. در جهان معاصر، انسان‌ها به برون‌داد^{۲۲} افزون‌تر تشویق و ترغیب می‌شوند. علم بیشتر، اطلاعات افزون‌تر، سخن‌پراکنی گسترده‌تر، پایه‌های دانش بالاتر، همه و همه از اثرات تحول بنیادی جهان نوین است. اما از سوی دیگر برای برقراری تعادل در چنین جامعه‌ای، مصرف نیز به موازات آن گسترش کیفی و کمی پیدا می‌کند. نظارت این فرایند پیچیده بین تولید و مصرف انبوه اطلاعات، در محیط شبکه از سهولت بیشتری برخوردار است. لذا پیشرفت‌های فناورانه بسیار اهمیت دارد. شبکه نیز به نوبه خود با برقراری ارتباط بر این اهمیت افزوده است. اوحدی شرح می‌دهد که مسئله روابط اطلاعات و ارتباطات جای روابط تولید را گرفته است؛ اما همان‌طور که در مورد بسیاری از کلیشه‌های سیاسی مشاهده می‌کنیم، ابهامات آرمان‌گرایانه قابل توجهی درخصوص این موضوع وجود دارد. با توجه به اینکه بیش از یک پنجم جمعیت جهان (بیشتر از یک میلیارد نفر) نیاز شدید مادی دارند، پرسش در مورد تولید، توزیع، و مصرف یا مالکیت و کنترل منابع مادی جهان همچنان در برنامه‌های سیاسی کشورها از اهمیت و اولویت واقعی برخوردار خواهد بود

(۳). نکته‌ای که می‌توان بر سخنان وی افزود آن است که اطلاعات، به‌ویژه در بُعد راهبردی آن، تأثیری بی‌بدیل در مدیریت کلان سیاسی و اقتصادی دنیای جدید دارد، به‌گونه‌ای که مدیریت جهانی اطلاعات یکی از ابزارهای ضروری مدیریت سیاسی دنیای نوین به‌شمار می‌آید.

ژئوپلیتیک، جهانی‌سازی، و اطلاعات

جهانی‌سازی از اصطلاح‌هایی است که در ابعاد مختلف زندگی بشر مطرح شده و مورد بررسی و تحلیل عمیقی قرار گرفته است. جهانی‌سازی در جنبه‌های متعدد ارکان اجتماعی و سیاسی مطرح شده و در بسیاری از حوزه‌های مطالعاتی در کانون توجه اندیشمندان قرار گرفته است. سیچرمن^{۲۳}، بیان می‌کند که جهانی‌سازی به‌عنوان یک سیاست خارجی پدیدآمده در باور [سیاسی] رهبران غرب در پایان جنگ سرد و به‌شکل مشترک اندکی پیش از پایان رقابت ایدئولوژیک پذیرفته شده است. وی همچنین اظهار می‌دارد که جهانی‌سازی به جهانی با بافت ارتباطات مالی و اشتیاق به جریان آزاد پولی به شیوه غربی متصف است، که شامل کالاها، ایده‌ها و مردم می‌شود. وی سپس به مشکلات پدیدآمده در این عرصه اشاره کرده و می‌افزاید: به‌رصورت مسائل مهم و حاد در این عرصه به آزادی‌های فردی و درگیری فرهنگی مربوط خواهد بود (۲۳: ۱۷-۲۱). کورا^{۲۴}، توضیح می‌دهد که جهانی‌سازی اصطلاح بسیار مشاجره‌انگیزی

22. Output

23. Sicherman

24. Kura

است. این واژه پردازش بسیار پیچیده‌ای دارد که از جنبه‌های متعدد مورد بررسی قرار می‌گیرد. شامل جنبه‌های اقتصادی، سیاسی، و فرهنگی. جهانی‌سازی با پدیده‌های زندگی، که به صورت مستمر دستخوش تحول می‌شوند، ارتباطی عمیق و ژرف دارد. همچنین، یک الگوی تعاملی در حوزه‌های مختلف فعالیت‌های انسانی ارائه می‌دهد. مانند مسائل مربوط به حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، نظامی، محیط‌زیست، و ویژگی‌های شهروندی؛ و نیز از طریق فعالیت‌های محیط وب، حکومت متشکل از یک قوم، اجتماعات، مؤسسه‌های بین‌المللی، سازمان‌های غیردولتی، شرکت‌های چندملیتی که به صورت متحد و شبکه‌ای برای دسترسی به اهدافشان تلاش می‌کنند (۲۰). دایرة‌المعارف فلسفه استنفورد^{۲۵} با رویکردی معرفت‌شناسانه در ارتباط با نظریه‌های فلسفه سیاسی به جهانی‌سازی نگریسته و شرح می‌دهد که در سال‌های اخیر، فیلسوفان و نظریه‌پردازان سیاسی بسیار تلاش کرده‌اند تا مفهوم اساسی جهانی‌سازی را تبیین کنند. گفت‌وگوهای رو در رو دربارهٔ امکان دسترسی به یک قضاوت جمعی در سطح جهانی، اکنون پیروان اندیشهٔ جهان‌وطنی^{۲۶} را در مقابل اجتماع‌گرایان^{۲۷} قرار داده است. جهان‌وطنان تأکید می‌کنند که التزام اخلاقی ما در سطح جهان ایجاب می‌کند که با کسانی که در نقاط دورافتاده اقامت دارند و با کسانی که ما [حتی] اشتراک اندکی از طریق زبان، آداب

و رسوم یا فرهنگ با آنان داریم، می‌توان و باید عدالت را به صورت کامل نسبت به آنها، در همه جا رعایت کرد. در مقابل، اجتماع‌گرایان بر این نکته تأکید دارند که وظیفهٔ اخلاقی ما برای در اختیار داشتن اتباع خارجی، همان وضعیتی است که برای اعضای جوامع خاص در نظر می‌گیریم (برای مثال وضعیت حکومت متشکل از یک قوم یا یک ملت) که بر مبنای آن می‌توانیم در یک کشور اقامت بلندمدت داشته باشیم (۲۴). براساس بیان گل محمدی تعریف‌های عرضه شده از جهانی‌شدن^{۲۸} تنوعی چشمگیر یافته‌اند: فشرده‌گی جهان، وابسته‌تر شدن بخش‌های مختلف جهان، افزایش وابستگی و درهم تنیدگی جهان، فرایند غربی‌کردن و همگون‌سازی جهان، ادغام همهٔ جنبه‌های اقتصادی در گستره‌ای جهانی، پهناورتر شدن گسترهٔ تأثیرگذاری و تأثیرپذیری کنش‌های اجتماعی، کاهش هزینه‌های تحمیل شده توسط فضا و زمان، و از این قبیل. البته در این‌گونه تعاریف و مفهوم‌بندی‌های متنوع و متفاوت، محورها و عناصر مشترکی را هم می‌توان شناسایی کرد (۱۴: ۱۹). عریضی نیز بازگو می‌کند که جهان کنونی، به سوی ساختن یک فرهنگ جهانی پیش می‌رود و تلویزیون یکی از ابزارهای تعیین‌کنندهٔ آن است؛ یعنی جهانی‌شدن نوعی فرهنگ مختلط از فرهنگ‌های گوناگون. مثلاً در جهان امروز غذاهایی مثل پیتزا و اسپاگتی ایتالیایی، کباب ترکی و یونانی، همبرگر

25. Stanford Encyclopedia of Philosophy

27. Communitarian

26. Cosmopolitanism

۲۸. باید بیان کرد که در برخی از منابع از واژه جهانی‌شدن به‌عنوان معادل Globalization استفاده شده است. برخی نیز دو اصطلاح جهانی‌شدن و جهانی‌سازی را دارای مفاهیم متفاوت دانسته‌اند.

آمریکایی، هات‌داگ فرانکفورتی، مرغابی پکنی، سوشی ژاپنی، پلوتاناداری هندی، و مانند آن همه‌گیر شده و در فرهنگ آشپزخانه‌های دنیا رخنه کرده است. همین‌طور است در مورد هنرها و ادبیات، فلسفه و جهان‌بینی، و نیز لباس و کراوات و دامن و شلوار. علت این جهانی‌شدن نیز به [سبب] وسایل ارتباطات جمعی، فناوری‌های اطلاعاتی و سفرهای دور و دراز است که امکان داده تمام مردم دنیا به‌طور هم‌زمان با یکدیگر در تماس و ارتباط باشند (۱۳: ۱۶۵-۱۶۶).

جهانی‌سازی در ابعاد متعدد آن به یک راهبرد مشترک ختم می‌شود، و آن اینکه یکسان‌سازی سیاست‌ها و شیوه‌های تعامل هم‌سو در گستره جهانی، مهم‌ترین نتیجه جهان‌سازی است. در بحث جهانی‌سازی ارتباط میان فرهنگ‌ها و تعامل آنها از اهمیت بسیاری برخوردار است. همچنین بهره‌گیری از سیاستی واحد برای هدایت اطلاعات از زمره مقولاتی است که مورد توجه قرار گرفته است. می‌توان بیان کرد که در جهانی‌سازی نوعی یکنواختی در جریان هدایت اطلاعات وجود دارد. اگر بپذیریم که اطلاعات هسته اصلی تشکیل‌دهنده افکار عمومی در گستره‌ای بین‌المللی است، در آن صورت مشاهده خواهیم کرد که تلاش برای همگونی بیشتر جریان آن افزایش خواهد یافت. جهانی‌سازی بستری برای فراهم‌آوری، سازماندهی، و انتشار وسیع اطلاعات است. در پرتو این پدیده جهان جدید، ساختار اطلاعاتی قدرت‌های مسلط جهان از نوعی انسجام برخوردار شده و نظارت بر مجراهای تبادل اطلاعات بیش

از هر زمانی افزایش یافته است. شبکه به عنوان نماد ارتباطی دنیای معاصر، در کنترل مراکز عظیم اطلاعاتی در سطح جهان است. بیشتر بانک‌های اطلاعاتی معتبر جهانی، فراهم‌آورنده ماده اولیه پژوهش‌های علمی در عرصه بین‌المللی است. خبرگزاری‌های عمده جهان غرب، وظیفه هدایت اخبار و اطلاعات جهانی را برعهده گرفته‌اند. تولید فیلم‌های غربی بر بازار فرهنگی جهان سایه گسترده است. نرم‌افزارها و برنامه‌های رایانه‌ای حجم عظیمی از تجارت فروش اطلاعات را پوشش داده است. نشریات ادواری جهان غرب، تغذیه خبری مردم جهان را تأمین می‌کنند. برنامه‌های تلویزیونی از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای قلمرو خاصی در زندگی مردم جهان گشوده‌اند. جهانی‌سازی با خود فرهنگ اطلاعاتی نوینی را آفریده است، و آن فرهنگی است که زمینه لازم برای اهداف بلندمدت جهانی‌سازی را فراهم می‌آورد. در نگرش کلان مدیریت اطلاعات در سطح جهان، این منبع به‌عنوان یک هسته متشکل و مدون در نظر گرفته می‌شود که دارای نوعی بافت یکپارچه است. اطلاعات دارای ساختاری پیوسته است و میان پاره‌های اطلاعاتی تولید شده در زمان‌ها و مکان‌های مختلف ارتباط و بسط تنگاتنگی وجود دارد. هر پاره اطلاعاتی که در نقطه‌ای از جهان پا به عرصه وجود می‌نهد، به نحوی با اطلاعات تولید شده در نقاط دیگر جهان پیوستگی و قرابت دارد. از این منظر، اطلاعات دارای نوعی کنش متقابل است که هرگونه زایش و ایجاد، در اثر تأثیرات سایر بخش‌های

اطلاعات جهانی است. به تعبیر دیگر، تولید هرگونه اطلاعاتی در سطح جهان در گرو بهره‌گیری از اطلاعات موجود قبلی است که باعث پدید آمدن اطلاعات جدید می‌شود. بنابراین، بین اطلاعات تولید شده جدید و اطلاعات ذخیره شده قبلی پیوندی ناگسستنی به وجود می‌آید. اطلاعاتی که پایه‌عرضه وجود می‌نهد، اطلاعات پیوسته است و می‌توان آن را به گستره پهناوری نسبت داد. جهانی‌سازی اطلاعات به معنی مدیریت واحد بر جریان تولید، گردآوری، ذخیره، و اشاعه هسته‌های کلان اطلاعاتی و خبری یک ضرورت برای حفظ قدرت است. از سوی دیگر، باید توجه داشت که هرگونه اطلاعاتی در اکناف جهان دارای موقعیت منحصر به فردی است که از تولیدکنندگان خود تأثیرپذیر است. به هر میزان که اطلاعات در نقاط مختلف جهان تولید می‌شود، ما با ویژگی‌های گوناگون اطلاعات روبه‌رو می‌شویم. بر این مبنا، جهانی‌سازی اطلاعات کاری دشوار و سخت است. اطلاعات در بستر خود کاربرد ویژه و متمایزی دارد که شاید در زمینه‌های دیگر از تأثیر اولیه برخوردار نباشد، ولی یکپارچگی فرهنگی مقوله‌ای متمایز و متفاوت است. می‌توان فرهنگ‌های مختلف را زیر پرچم فرهنگی واحد گرد آورد و به تأثیرگذاری بر آن پرداخت. از این‌رو، ژئوپلیتیک اطلاعات با جهانی‌سازی پیوندی استوار دارد. در این عرصه، مدیریت جهانی اطلاعات یکی از مقولاتی است که مورد توجه کشورهای پیشرفته قرار گرفته است. کنترل منابع و هسته‌های مهم تولید اطلاعات در سطح

جهان، یکی از اهداف بلندمدت قدرت‌های اطلاعاتی است.

ارتباطات فضایی و گستره اطلاعات

ارتباطات خود از عوامل گسترش سریع فرهنگ جهانی‌سازی است. به هر میزان که دسترسی به امکانات ارتباطات افزایش می‌یابد، به همان میزان همگونی در عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، و سیاسی نیز بیشتر می‌شود. ارتباطات ابزاری راهبردی است که فرصت‌های مهمی را در اختیار کشورها قرار داده است. ارتباطات بر پایه سرعت و دسترسی آسان بنا شده است. مجراهای ارتباطی بیش از هر چیز به تبادل اطلاعات و اخبار توجه دارند. ارسال اطلاعات، یا به تعبیر دقیق‌تر عنصر حیاتی در جهان نوین، بر زندگی بشر معاصر تأثیری شگرف دارد؛ به گونه‌ای که امروزه تمامی شئون زندگی در ارتباط مستقیم یا غیرمستقیم با این ابزار ضروری حیات می‌باشد. نقش اطلاعات امروزه نظیر نقش حیاتی خون در بدن است. هر چه این عامل ضروری و حساس در عرصه ارتباطات جهانی کم‌رنگ شود، به همان میزان بر زندگی اجتماعی و اقتصادی در گستره بین‌المللی تأثیر می‌گذارد. یکی از تأثیرهای مهم ارتباطات دگرگونی فرهنگی است. پهلوان اظهار می‌کند که دگرگونی فرهنگی به میزان درخور توجهی بر اثر اشاعه فرهنگ، یعنی پخش عناصر فرهنگی از جامعه‌ای به جامعه دیگر تحقق می‌یابد. بر این اساس باید اظهار داشت که ارتباطات، مقوله فرهنگ‌پذیری و تأثیر فرهنگی را بسیار

تسریع کرده است. گستره جهانی ارتباطات در تمامی عرصه‌های اجتماعی ظاهر شده و نقش مؤثر خود را ایفا کرده است (۵: ۱۰۴). تامپسون درباره این پدیده مهم اظهار می‌کند: با آنکه مبدأ جهانی شدن ارتباطات را می‌توان تا نیمه دوم قرن نوزدهم ردیابی کرد، این فرایند پیش از هر چیز یک پدیده قرن بیستمی است، زیرا جریان اطلاعات و ارتباطات در مقیاس جهانی، در طول قرن بیستم، به صورت یک جنبه عادی و همه شمول زندگی اجتماعی درآمد. البته این فرایند ابعاد بسیاری دارد. قرن بیستم شاهد رشد سریع و بی سابقه مجراهای ارتباطی و انتشار اطلاعات بوده است (۶: ۱۹۷).

بر این اساس ژئوپلیتیک اطلاعات در تعامل با ابزارهای ارتباطی نوین در جهان معاصر، فراتر از تعریف بنیادین خود، دامنه فضا را نیز دربر گرفته است. حفظ موقعیت در فضا یکی از پایه‌های مهم اقتدار ژئوپلیتیکی در عرصه اطلاعات محسوب می‌شود. سیطره بر فضا، علاوه بر بُعد نظامی و تسلیحاتی که بسیار با اهمیت می‌باشد، از منظر کنترل مجراهای ارتباطات راه دور^{۲۹} نیز بسیار حیاتی است. امروزه، گستره ماهواره‌ها عرصه رقابتی فراگیر در این حوزه فراهم آورده است. تسخیر فضا در تسلط بر حوزه‌های گسترده کره زمین بسیار اهمیت دارد. ماهواره‌ها نقش هدایت جریان اطلاعات را آسان کرده‌اند. قدرت تلویزیون در سایه استفاده از امکانات ماهواره‌ای افزایش یافته است. مرزهای جغرافیایی، در مقابل هجوم ماهواره‌ها، معنای حراست از فرهنگ ملی را از دست داده‌اند و یا به شدت تضعیف

شده‌اند. دالگرن^{۳۰} اظهار می‌دارد که از منظر تجربه‌ای اجتماعی- فرهنگی، تلویزیون مواد خام نمادینی تولید می‌کند که مخاطبان آنها را تجربه و به درجات مختلف درباره‌شان تأمل می‌کنند. مردم خود، تلویزیون را معنی می‌کنند، گرچه چنین فرایند تولید معنایی تابع الگوهای تثبیت شده اجتماعی- فرهنگی است. گفتمان‌های تلویزیون در کنار سایر تجارب زندگی روزمره می‌نشینند، گاهی آن تجارب را تأیید می‌کنند، گاهی آنها را در قالب‌های اسطوره‌ای به نمایش درمی‌آورند، و گاهی نیز آنها را نفی می‌کنند و مورد سؤال قرار می‌دهند. تلویزیون، متفرق می‌کند و وحدت می‌بخشد، آشکار می‌سازد و پنهان می‌کند، اطلاع می‌دهد و منحرف می‌سازد (۹: ۲۴۱).

فعالیت ماهواره و تلویزیون در سطح جهانی سبب ایجاد تغییرهای بنیادی در سیاست‌های کلان کشورها شده است. بر این اساس تلاش برای حفظ موقعیت در فضا یکی از سیاست‌های بنیادی در جهان محسوب می‌شود. از سوی دیگر، عرصه فعالیت گسترده در فضا منحصر به چند کشور قدرتمند در جهان است. کشورهای دیگر علاوه بر نداشتن توان مالی و فناوریانه، با نوعی برخورد تدافعی از سوی کشورهای قدرتمند روبه‌رو هستند. تسلط بر فضا یکی از ارکان قدرت اطلاعاتی است. قدرتی که در تعیین سرنوشت سیاسی و اقتصادی اکثریت جمعیت جهان تأثیرگذار است. عریضی در همین رابطه توضیح می‌دهد که فضا به عنوان یک مرز جدید درآمده است. غایب بودن در

فضا برای هر دولت به مثابه تضعیف نظامی خود است. یعنی امکان دارد که به عنوان یک دولت دست دوم درآید. دولت‌هایی که در فضا حضور دارند، سروران قرون آینده خواهند بود و بر دیگر ممالک حکم خواهند راند. این دولت‌ها تا آنجا که بتوانند نخواهند گذاشت که دیگر ممالک به فضا راه یابند. در میان آنها نیز رقابتی دهشتناک وجود دارد. این رقابت‌ها مانع همکاری‌های فنی و علمی میان آنها نیست. به همین دلیل است که آمریکا فرماندهی و پیشگامی دفاع استراتژیک را در دست گرفته و در اروپا پروژه آژانس هماهنگی تحقیقات اروپا به اجرا درآمده است (۱۳: ۱۰۳-۱۰۴). شولت^{۳۱} نیز بیان می‌کند که جهانی‌گرایی (به عنوان فوق قلمروگرایی) شرایطی را توصیف می‌کند که در آن فضای مرزی به اندازه قابل ملاحظه‌ای فرارونده است. پدیده‌هایی مثل کوکاکولا^{۳۲} و نمابرها در مکان‌های قلمروی تأثیر می‌گذارند، اما در همان حال از این نظر که می‌توانند در هر جای دنیا به طور همزمان انتشار پیدا کنند و می‌توانند مکان‌ها را بدون صرف وقت به یکدیگر متصل کنند، جهانی نیز تلقی می‌شوند. برای مثال، جغرافیای کارت‌های اعتباری ویزا^{۳۳} و برنامه‌های رادیو-تلویزیونی جهانی با فاصله‌های مرزی کاری ندارند، و این جریانات فرامرزی (یعنی روابطی که به فراسوی مرزهای سرزمین‌ها می‌روند) از کنترل‌هایی که دولت‌ها در مرزهای کشورشان اعمال می‌کنند در امان هستند (۱۲: ۵۲-۵۳).

در ادامه توصیف شولت باید به این نکته اشاره کرد که نقش پرنفوذ ارتباطات فضایی و ماهواره‌ای سبب شده تا اطلاعات در قالب‌های مختلف و به شیوه‌های متفاوت در مجاری اثربخش، با گسترش سریع در سطح وسیعی از این کره خاکی منتشر شود. ارتباطات فضایی در جنبه‌های متعدد تبادل اطلاعات نقش داشته است. در واقع، در دنیای جدید اطلاعات در یک فضای خارج از سطح زمین در حال انتشار و توزیع سریع است. در حال حاضر، بدون دسترسی به فضا و امکانات ماهواره‌ای، جریان اطلاعات با اختلالی سنگین مواجه خواهد شد. بر همین اساس امروزه دامنه ژئوپلیتیک و جریان اطلاعات از سطح سرزمین‌ها به سوی ارتباط فرازمینی حرکت کرده است. فضای اطراف زمین یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر ارتباطات اطلاعاتی است و به شیوه‌ای نمایان رابطه میان آدمیان را نیز دستخوش تغییر کرده است. در اینجا مناسب است به این نکته اشاره شود که ژئوپلیتیک اطلاعات، به رغم آنکه با توسعه ارتباطات فرازمینی به نفوذ بالاتری در کنترل اطلاعات دست یافته، وابستگی شدیدی نیز به عنصر انسانی پیدا کرده است که از آن به عنوان ژئوپلیتیک متخصصان و اندیشمندان یاد می‌شود. در ادامه به شرح این عامل مؤثر می‌پردازیم.

ژئوپلیتیک متخصصان و اندیشمندان
در مباحث مربوط به ژئوپلیتیک بیان می‌شود

31. Scholte

32. Coca Cola

33. Visa credit card

که عامل اصلی و تأثیر گذار در ژئوپلیتیک انسان است. جمعیت انسانی همواره در تعیین موقعیت ژئوپلیتیک نقش اساسی داشته است. در عرصه ژئوپلیتیک اطلاعات، نخبگان و برگزیدگان علمی و فرهنگی یک جامعه نقشی تعیین کننده برعهده دارند. ساختار سیاسی و اجتماعی در کشورهای در حال توسعه به گونه‌ای است که متخصصان موضوعی برجسته در رشته‌های گوناگون معمولاً ترجیح می‌دهند از این کشورها خارج شده و خود را به کشورهای پیشرفته برسانند. بیشتر این افراد پس از اتمام تحصیلات علمی خود راهی کشورهای توسعه یافته می‌شوند. این مهاجرت در چند دهه گذشته تبدیل به یک معضل بزرگ در بسیاری از کشورهای در حال توسعه شده است. در سال‌های اخیر این مشکل به صورت جدی برای کشورهای مذکور مطرح بوده و سبب وارد آمدن زیان‌های فراوان از نظر کمبود نیروی انسانی متخصص شده است. به‌رغم تدوین برنامه‌های مشخص در برخی از این کشورها برای کاهش پدیده موسوم به فرار مغزها^{۳۴}، این فرایند در حال رشد است و روز به روز بر تعداد مهاجرت‌ها افزوده می‌شود. کوهن^{۳۵} بیان می‌کند که گستردگی مهاجرت و فرار مغزها در دهه ۱۹۶۰ با از دست دادن نیروهای انسانی با مهارت سطح بالا از سوی برخی کشورها، و به ویژه هند شروع می‌شود. این پدیده، به‌خصوص در ارتباط با نیروهای متخصص محدود، نظیر پزشکان و مهندسان

مطرح شده، که هزینه‌های بسیار زیادی توسط مالیات‌دهندگان این کشورها برای تربیت آنان در دانشگاه‌ها صرف شده است. به دلایل سیاسی ممنوعیت مهاجرت ناممکن است. راهبرد مشترک وابسته به حکومت‌های سرکوبگر در اتحاد جماهیر شوروی و آلمان شرقی، همچنین خواسته‌های نخبگان که برآوردن آن سخت است، و یا پذیرش آنها به شیوه نامطلوب در هر کشوری این مشکل را پدید می‌آورد؛ ولی مهم آن است که چگونه می‌توان برای معضل فرار مغزها چاره‌ای اندیشید (۱۹). دادس^{۳۶} نیز به اهمیت اطلاعات و دانش بشری در توسعه اشاره کرده و می‌گوید: ژئوپلیتیک باید بپذیرد که ظرفیت مردم، برای تحت نفوذ قرار دادن جهان پیرامون، به قابلیت استفاده آنها از منابع و در اختیار داشتن دانش بستگی دارد. بر اساس بیان وی به هر میزان که کشوری بر منابع دانش تسلط داشته باشد، می‌تواند به تثبیت موقعیت خود در جهان یاری رساند. متخصصان و دانشمندان علوم مختلف از زمره منابع تولید دانش به‌شمار می‌آیند. از سوی دیگر، باید به بیان وضعیت انواع کشورهای ارسال‌کننده و دریافت‌کننده نخبگان اشاره کرد (۸: ۳۰).

در گستره ژئوپلیتیک نیروهای متخصص و خبره، کشورهای جهان را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد: اول کشورهایی که جذب‌کننده نخبگان هستند یعنی آنهایی که مهاجرت مغزها به نفع آنهاست؛ دوم کشورهایی که

34. Brain drain

35. Cohen

36. Dodds

دفع‌کننده نخبگان هستند و قربانیان مهاجرت مغزها می‌باشند؛ و سوم کشورهایی که مکان پخش این پدیده هستند و به‌عنوان حائل عمل می‌کنند تا متخصصان کشورهای جهان سوم را به آمریکا هدایت کنند (۱۱: ۶۷-۶۸). در این میان متخصصان در عرصه جغرافیایی مشخصی که در نهایت به جهان غرب ختم می‌شود هدایت می‌شوند. در واقع همان‌طور که تولید بنیادی علم در عرصه جغرافیایی معینی انجام می‌شود، تولیدکنندگان علم نیز به سوی همان مرکز روانه می‌شوند و به فعالیت علمی می‌پردازند. این پدیده منجر به ایجاد دامنه وسیعی از موقعیت جغرافیایی برای نخبگان و اندیشمندان جهان شده است. مهاجرت و حرکت دانشمندان جهان به سوی کشورهای صنعتی، به ایجاد یک کمربند علمی در این کشورها انجامیده است که هر روز بر قدرت و استحکام آن افزوده می‌شود. می‌توان ادعا کرد که جریان ژئوپلیتیک اطلاعات ربطی وثیق و عمیق با مهاجرت نخبگان دارد. چرخه حیات دانش در کشورهای غربی بر پایه فعالیت نخبگان قرار گرفته است و به هر میزان که تجمع مغزها در یک منطقه جغرافیایی افزایش می‌یابد، به همان میزان بر تولید اطلاعات راهبردی افزوده می‌شود.

برای بررسی اثرات ژئوپلیتیکی ناشی از مهاجرت بین‌المللی متخصصان دو الگوی جهان‌گرا یا بین‌المللی و ملی‌گرا یا درون‌کشوری مطرح شده است. در الگوی جهان‌گرا که توسط جانسون^{۳۷} مطرح شد، فرار مغزها تنها منعکس‌کننده عملکرد بازار

بین‌المللی برای یک عامل تولید خاص، یعنی ژئوپلیتیک نیروی انسانی متخصص است. این الگو، انتقال تخصص را دارای سود دو جانبه برای کشور میزبان و فرستنده می‌داند و باید سیاست عدم دخالت دولت در مهاجرت دنبال شود. طرفداران این الگو مهاجرت نیروی انسانی را از دیدگاه بین‌المللی سبب افزایش منافع تولید جهانی می‌دانند (۱۱: ۶۸-۶۹). اما الگوی ملی‌گرا نقطه مقابل الگوی جهان‌گرا محسوب می‌شود و نیروی انسانی ماهر را به‌عنوان کارآمدترین توانایی ژئوپلیتیکی و جزء ضروری توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور می‌داند. با مهاجرت نخبگان اقتصاد کشورهای در حال توسعه به پایین‌تر از سطح حداقل مورد نیاز سرمایه انسانی می‌رسد و سبب کاهش تولید در جامعه شده و برنامه‌های توسعه را به تأخیر می‌اندازد. طرفداران این الگو معتقدند که مهاجرت مغزها به سود کشورهای توسعه‌یافته و به زیان کشورهای جهان سوم است (۱۱: ۶۹-۷۰).

مهاجرت نخبگان علاوه بر زیان‌های اقتصادی فراوانی که به‌همراه دارد، می‌تواند در فرهنگ کشورهای در حال توسعه خلأ اطلاعاتی به‌همراه داشته باشد. از منظر ژئوپلیتیک اطلاعات در بحث مربوط به نخبگان، ایجاد یک چرخه عقب‌ماندگی در کشورهای جنوب سبب ایجاد شکاف اطلاعاتی گسترده‌ای میان دو قطب کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه شده است؛ به‌گونه‌ای که تلاش کشورهای جنوب برای دستیابی به جایگاه مناسب

را برای تثبیت موقعیت اطلاعاتی در جهان معاصر با شکست مواجه کرده است. سیر مهاجرت مغزها از کشورهای ضعیف به کشورهای قدرتمند همچنان رو به فزونی است و موقعیت اقتصادی و ساختار مدیریتی ضعیف در کشورهای جهان سوم، وجود تبعیض، فساد مالی، عدم امنیت، بی‌حرمتی به نخبگان، ضعیف بودن پایه‌های دموکراسی، و نابرابری اجتماعی بر روند مهاجرت مغزها افزوده است. همزمان با بروز این پدیده، تولید اطلاعات علمی در کشورهای پیشرفته رو به فزونی داشته است. تجمع متخصصان و اندیشمندان منجر به تشکیل حلقه‌های اطلاعات علمی شده است. تربیت متخصصان از زمره فعالیت‌های بسیار پرهزینه برای کشورهاست. در این میان، کشورهای جنوب با توجه به پدیده فرار مغزها، بخش قابل توجهی از هزینه‌های تربیت نیروی متخصص کشورهای شمال را پرداخت می‌کنند. تربیت نیروی انسانی متخصص علاوه بر هزینه داشتن، زمان‌بر نیز می‌باشد، به نحوی که حتی اگر منابع مادی مورد نیاز نیز در دسترس این کشورها قرار گیرد، همچنان نیاز به زمان کافی برای تربیت نیروهای متخصص وجود دارد، که این دوره زمانی نیز بسیار طولانی و درازمدت است. بر همین اساس، با خروج نیروهای متخصص، سرمایه اطلاعاتی و دانش کشور نیز از دست می‌رود. زیرا تولیدکنندگان علم به ادامه فعالیت خود در عرصه دیگری می‌پردازند که تشکیل یک ژئوپلیتیک خاص اطلاعاتی در منطقه‌ای مشخص را سبب می‌شود. متخصصان و نخبگان، نیروهای

انسانی مولد و تلاشگری هستند که زندگی و فعالیت علمی آنان در چرخه حیات علمی نقشی مؤثر و سازنده دارد. آنان تولیدکنندگان اصلی اطلاعات به‌شمار می‌آیند، و در ساختار وضعیت ژئوپلیتیک عناصری مؤثر محسوب می‌شوند. منشأ اطلاعات علمی در جهان معاصر، همواره پژوهشگرانی هستند که به تولید بنیادی علم اشتغال دارند. حجم قابل توجه اطلاعات منتشر شده در عرصه جهانی بازگوکننده وضعیت اطلاعات علمی و بنیادی است، ولی درصد کمی از پژوهشگران هستند که میزان بیشتر اطلاعات را تولید می‌کنند. این اطلاعات، پایه‌ای برای تولید علم و در مراحل بعدی، به شیوه کاربردی در فناوری است. ژئوپلیتیک متخصصان حوزه‌ای کاملاً مرتبط با مباحث مطرح در موضوع ژئوپلیتیک اطلاعات است. هر چقدر در یک جامعه متخصصان و اندیشمندان از لحاظ جغرافیایی تمرکز افزون‌تری داشته باشند، عرصه مناسب‌تری برای پدید آوردن تفوق اطلاعاتی مهیا خواهد شد. جذب نیروهای متخصص کارآمد و پژوهشگران توانمند، در واقع ایجاد زمینه برای کسب موقعیت برتر اطلاعاتی است.

این وضعیت همچنان در حال افزایش می‌باشد؛ زیرا مؤلفه‌های اقتصادی در برخی کشورهای شمال، به ویژه ایالات متحده آمریکا بر پایه جذب مغزها بنا نهاده شده است. برنامه‌ریزی در حکومت ایالات متحده بر این مبنا هر ساله مبالغ هنگفتی برای شکار مغزها اختصاص می‌دهد. فراهم آوردن امکانات پژوهشی و رفاهی برای نخبگان در این کشور،

به‌علاوه آزادی‌های فردی و جذابیت‌های متنوع زندگی، زمینه مهاجرت اندیشمندان را بیشتر فراهم می‌سازد. برخی معتقدند که فرار مغزها همچون دیگر پدیده‌های رایج و معروف که سود سرشاری به‌همراه دارد، قابل پیشگیری نیست؛ همان‌طور که قاچاق مواد مخدر، اسلحه، انسان، و حیوانات کمیاب تا به امروز مهار نشده است. نخبگان سراسر دنیا همچنان به‌سوی محورهای چندگانه علم و فناوری، و به‌شکل خاص ایالات متحده در حرکت‌اند، به‌گونه‌ای که گویی متخصصان سرآمد جهان برای خدمت به کشورهای شمال آفریده شده‌اند. با این وضعیت، کانون‌های تولید اطلاعات همواره در انحصار باقی خواهند بود و کشورهای قدرتمند سعی در جذب متخصصان، حفظ موقعیت، و تداوم جریان مهاجرت آنان خواهند داشت؛ و از این روش برای تثبیت وضعیت اطلاعاتی و تفوق آن بهره خواهند برد.

تبلیغات اطلاعات در جریان ژئوپلیتیک

تبلیغات^{۳۸} عامل دیگری است که نقشی مؤثر در جریان ژئوپلیتیک اطلاعات دارد. متولی توضیح می‌دهد که تبلیغات جمع تبلیغ و به معنای ابلاغ و رساندن پیام است. این واژه بسیار کلی و حاوی مفاهیم گسترده و سمت و سوهای فراوان است. تبلیغات گاهی مشروع تلقی می‌شود، مانند کاربرد آموزشی و رواج مطالب اخلاقی و علمی؛ و نیز نقش راهنما

و اطلاع‌رسانی دارد، مانند بیان عقاید یک گروه، جمعیت، و حزب. همچنین می‌تواند بیانگر کارکرد و اطلاعات مربوط به رویدادها و مشخصات کالاهایی باشد که سطح آگاهی‌های عمومی مردم را افزایش می‌دهد. و گاهی نیز این واژه با سوءظن همراه است، به خصوص در جایی که مخاطب، پیام را مشکوک، ناقص، و دروغ تلقی کند (۱۶):

دیندار فرکوش اظهار می‌دارد که رسانه یک واسطه عینی و عملی در فرایند یا فرایندهای ارتباطی است. بر همین اساس در بحث ژئوپلیتیک اطلاعات، تبلیغات یکی از عوامل اصلی تثبیت موقعیت رسانه‌هاست که به واسطه آن اهداف خاصی در سطح جهان به منصه ظهور می‌رسد. با بهره‌گیری از ابزارهای ارتباطی کوشش می‌شود تا در مردم نیازهایی ایجاد شده و بر اساس آن تلاشی گسترده برای اقناع^{۳۹} آنان صورت می‌پذیرد (۱۰). پراتکانیس^{۴۰} اظهار می‌دارد که در جهان معاصر تبلیغات در همه ارکان جامعه رسوخ کرده است. رسانه محملی برای ارائه تبلیغات محسوب می‌شود. روزنامه‌ها، مجلات، تلویزیون، تابلوهای تبلیغاتی، اتوبوس‌ها، برچسب‌های نصب شده بر روی اتومبیل‌ها، و حتی لباس‌هایی که مردم پوشیده‌اند حاوی تبلیغات متعدد است. ایالات متحده با ۶ درصد جمعیت جهان ۷۵ درصد تبلیغات جهانی را انجام می‌دهد. هدف تبلیغات اقناع مردم است. اقناع تقریباً در تمامی مدارج

38. Propaganda

39. Persuasion

40. Pratkanis

زندگی وجود دارد. در واقع وسیله اصلی برای جاذبه‌های اقناعی، رسانه‌های همگانی است و اکثر سیاستمداران، مشاوران ارتباط جمعی، و کارشناسان سیاسی آن را در اختیار دارند (۴: ۱۱-۱۳).

این پدیده هم در مصرف کالاهای اقتصادی مانند لباس، لوازم منزل، غذا، و نظایر آن کاربرد دارد و هم در مصرف کالاهای فرهنگی نظیر کتاب و برنامه‌های تلویزیون. تبلیغات تأثیر خود را با بهره‌گیری از شکل‌ها، تصاویرها، نمادها، و کلمات و ترکیب آنها همراه با عوامل دیگر بر جای می‌نهد. هنگامی که تبلیغات به صورت مستمر و مداوم انجام می‌شود از لحاظ روان‌شناسی بر مخاطب تأثیر خواهد گذاشت. تبلیغات با ایجاد زمینه مناسب در افراد سبب پذیرش پیام عرضه شده می‌شود. زمانی که تبلیغ در جامعه ارائه می‌شود، مخاطبان، ناخواسته از آن متأثر می‌شوند. این فرایند برای کسب موقعیتی خاص در تثبیت وضعیت مورد نظر ضروری است. تبلیغات تا آنجا پیش می‌رود که مخاطب خود را اقناع کند. به تعبیر دقیق‌تر او را به پذیرش پیام ارائه شده مجاب سازد. مهم‌ترین نقش تبلیغات ایجاد شرایط لازم برای ثبات شرایط آرمانی از نظر صاحبان تبلیغات است.

کلمات، قدرت خود را از کجا کسب می‌کنند و توانایی آنها در تأثیرگذاری و اقناع در چیست؟ به طور خلاصه، شیوه توصیف یک محصول و نحوه معرفی عمل مناسب، افکار ما را جهت می‌بخشد و واکنش شناختی ما را درباره آن پیام به سمت خاصی سوق

می‌دهد. ما به وسیله برچسب‌هایی که برای معرفی یک شیء یا رویداد به کار می‌بریم، می‌توانیم به گونه‌ای آن را تعریف کنیم که مخاطب پیام تعریف ما را از وضعیت بپذیرد، و بدین ترتیب پیش از آنکه به طور جدی استدلالی کرده باشیم، از پیش اقناع شده است (۴: ۵۷). اطلاعات در جهان معاصر دارای نقش‌های بسیار است. در عرصه کنترل جریان اخبار، تولید دانش، ارتقای فناوری، ایجاد بازار فروش، اقتصاد اطلاعات، جهانی‌سازی، نظارت بر فعالیت کشورها، موازنه سیاسی و بسیاری از حوزه‌های دیگر کاربرد دارد. لازمه توجه مخاطبان بر تولیدات مبتنی بر اطلاعات، ایجاد نیاز در آنان است. از این منظر نیازسنجی مخاطب برای عرضه اطلاعات از مراحل اصلی این فعالیت به شمار می‌آید. شناخت نیازها و رفتارهای منجر به کسب اطلاعات توسط متخصصان این حوزه صورت می‌گیرد. نکته‌ای که در این میان وجود دارد تلاش برای ایجاد نیازهای خاص با رویکرد از پیش تعیین شده است؛ به تعبیر دیگر تلاش برای پدید آوردن نوعی نیاز کاذب. در بسیاری از موارد در ارتباط با مصرف کالاهای فرهنگی و به خصوص اخبار و اطلاعات، کارشناسان حوزه تبلیغات اطلاعاتی، بر روی ایجاد نیازهای تدوین شده و طراحی شده فعالیت می‌کنند. این فرآیند سبب شده تا نوعی خاص از اطلاعات بیش از انواع دیگر آن مدنظر قرار بگیرد و مخاطبان نیز در مواجهه با هجمه تبلیغاتی، آن را نیاز واقعی خود بپندارند. حتی بسیاری از افراد هیچ‌گاه به تصنعی بودن نیاز خود پی

نخواهند برد. رسانه‌ها از این دیدگاه نقشی حساس ایفا می‌کنند. شاید بتوان گفت که در عرصه تبلیغات جهانی کمتر شخصی را بتوان سراغ گرفت که به درجات متفاوت و با شدت و ضعف گوناگون از این پدیده مصون باقی مانده باشد. تأثیرات تبلیغات اطلاعاتی در زمینه‌های مختلف نمایان می‌شود. این ابعاد می‌تواند تا لایه‌های خصوصی زندگی فرد رسوخ کند و اثر خود را بر جای نهد.

از فنون استفاده شده در این عرصه باید از هم‌نوایی گروهی در تبلیغات نام برد. به این معنا که تبلیغات از سوی چند منبع معتبر و معروف به صورت همزمان انجام پذیرد. این شیوه سبب تأثیر بیشتری بر مخاطب دارد و میزان اثربخشی آن به صورت تصاعدی افزایش می‌یابد. علاوه بر آن، تبلیغات در عرصه اطلاعات به شیوه‌ای ماهرانه با بهره‌گیری از متخصصان این فن، و در نظر گرفتن ویژگی‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی جامعه مورد نظر انجام می‌پذیرد. این فرایند با این هدف انجام می‌شود که بیشترین تأثیر را در مخاطب داشته است.

تبلیغات اطلاعات در حیطه گسترده‌ای از فعالیت‌های وابسته به حوزه اطلاعات جریان دارد. تبلیغاتی که برای ناشران و پایگاه‌های اطلاعاتی انجام می‌پذیرد، در کنار همین فعالیت برای خبرگزاری‌ها و روزنامه‌ها صورت می‌گیرد. زمینه‌های فعالیت گروه‌های کاری اطلاعاتی دارای تفاوت‌هایی است، ولی فعالیت تبلیغاتی وسیع در این عرصه، دارای زمینه‌های مشابه کاری است. هدف آن نیز ایجاد شرایط پذیرش توسط مخاطبان است

تا به قبول صحت، درستی، و برتری عملکرد رسانه‌های نامبرده منجر شود.

نتیجه‌گیری

ژئوپلیتیک از زمره عرصه‌هایی است که می‌تواند نقش به‌سزایی در روند تعامل‌های جهانی و شیوه‌های رفتار سیاسی و فرهنگی برجای گذارد. اساساً ژئوپلیتیک در تعامل با محورهای متعددی از مباحث مربوط به حوزه‌های مطالعاتی و پژوهشی ارتباط برقرار ساخته و نقش اثربخش خود را تثبیت کرده است. می‌توان بیان کرد که تأثیر ژئوپلیتیک بر ابعاد مختلفی از زندگی سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی معاصر به‌خوبی قابل مشاهده است. یکی از این محورها که نقش کلیدی در ارتباط‌های بین‌المللی و وسیع جهانی برعهده دارد، تعامل ژئوپلیتیک و اطلاعات به مفهوم کلان آن و در عرصه رسانه‌ها و انتشارات است. امروزه موضوع ژئوپلیتیک اطلاعات، به دلیل اهمیتی که در ساختار روابط بین‌المللی دارد، توانسته است به بحثی مهم و اثربخش تبدیل شود.

ژئوپلیتیک اطلاعات در ارتباط مستقیم با عرصه فراهم‌آوری، تمرکز، سازماندهی، پردازش، اشاعه، و سخن‌پراکنی حوزه‌های کلان اطلاعاتی در سطح جهان است. شیوه ترکیب این حوزه‌ها، تعامل میان آنها، و نیز ارتباط فرهنگی در گستره بین‌المللی، از مباحثی است که در این زمینه مورد مطالعه قرار می‌گیرد. جریان تفوق اطلاعاتی در یک فرایند پیچیده و مستمر سبب ایجاد نظام

مقتدر اطلاعاتی در سطح جهانی شده است. این نظام با استفاده از ابزارهای گوناگون به هدایت افکار عمومی در عرصه‌ای به وسعت جغرافیای جهان می‌پردازد. مدیریت متمرکز در این عرصه، از اطلاعات، کالایی منحصر به فرد و ارزشمند برای ارائه و اثربخشی بر افکار عمومی در جهان به وجود آورده است. رسانه در دنیای امروز ابزاری برای اعمال قدرت فرهنگی و تقویت بنیان‌های اطلاعاتی کشورهای قدرتمند به‌شمار می‌آید. مدیریت هماهنگ اطلاعات، اخبار، و دانش تولید شده در جهان برای تسلط بر نظام اطلاعاتی یکپارچه ضروری می‌باشد. اقدام‌های عملی و نظری فراوانی برای به‌دست آوردن برتری اطلاعاتی نسبت به سایر کشورها، از سوی کشورهای شمال انجام می‌پذیرد. در این میان حفاظت و امنیت منابع اطلاعاتی - به‌خصوص منابع خبری - و اطلاعات راهبردی در سطوح بین‌المللی با نظارتی مستمر انجام می‌پذیرد. از سوی دیگر جهانی‌سازی در عرصه اطلاعات زمینه مناسبی برای ارتباط بیشتر کشورهای مختلف، و نیز افزایش وابستگی بخش‌های گوناگون در سطح جهان فراهم می‌سازد. این فرایند به غربی‌ساختن و همگونی بیشتر در عرصه بین‌المللی منجر می‌شود. فعالیت‌های انجام شده در این زمینه سبب تمرکز افزون‌تر منابع اطلاعاتی در حیطه کشورهای قدرتمند اطلاعاتی شده است. کمربند علمی جهان در کشورهای شمال با مهاجرت نخبگان و اندیشمندان کشورهای دیگر تقویت می‌شود و فرار مغزها از زمره پایه‌های تحکیم نظام

مسلط اطلاعاتی در سطح جهانی است. تبلیغات نیز نقشی بی‌بدیل در جریان عرضه اطلاعات به‌عهده دارد. این عامل مؤثر سبب ایجاد نیاز در کاربران اطلاعاتی، و گروه‌های عمده جمعیت برای کسب اطلاعات از طریق مراکز اصلی و هسته‌های تولید و عرضه اطلاعات می‌شود. امروزه، بررسی ژئوپلیتیک اطلاعات، حفظ منابع اطلاعات، برنامه‌ریزی در تولید، گردآوری، پردازش، ذخیره‌سازی، توزیع و اشاعه به‌هنگام اطلاعات، در مجاری قابل کنترل و انحصاری می‌باشد. در واقع کارکرد اصلی در حوزه فعالیت ژئوپلیتیک اطلاعات، ترجمان حفظ و تثبیت سیاست جغرافیایی، برتری علمی و فناورانه کشورهای قدرتمند جهانی است که با اقتدار اطلاعاتی به تولید بنیادین علم، فناوری، و ثروت اشتغال دارند.

منابع

۱. اتوتایل، ژاروید؛ دالی، سیمون؛ روتلج، پاول. *اندیشه‌های ژئوپلیتیک در قرن بیستم*. ترجمه محمدرضا حافظ‌نیا، هاشم نصیری. تهران: وزارت امور خارجه، مرکز چاپ و انتشارات، ۱۳۸۱.
۲. اسمیت، آنتونی. *ژئوپلیتیک اطلاعات*. ترجمه فریدون شیرانی. تهران: سروش، ۱۳۶۹.
۳. اوحدی، مسعود. «رسانه‌ها و جهانی‌شدن فرهنگ». سایت آینده‌نگر. [قابل دسترسی در]: http://www.ayandehnegar.org/af_1.php?news_id=511
۴. پراتکانیس، آنتونی؛ ارنسون، الیوت. *عصر تبلیغات: استفاده و سوءاستفاده روزمره از اقناع*. ترجمه کاووس سید امامی، محمدصادق عباسی.

- تهران: سروش، ۱۳۸۰.
۵. پهلوان، چنگیز. فرهنگ‌شناسی: گفتارهایی در زمینه‌ی فرهنگ و تمدن. تهران: قطره، ۱۳۸۲.
۶. تامپسون، جان بروکشایر. رسانه‌ها و مدرنیته: نظریه اجتماعی رسانه‌ها. ترجمه مسعود اوحدی. تهران: سروش، ۱۳۸۰.
۷. حافظ‌نیا، محمدرضا. اصول و مفاهیم ژئوپلیتیک. مشهد: پاپلی، ۱۳۸۵.
۸. دادس، کلاوس. ژئوپلیتیک در جهان متغیر. ترجمه زهرا احمدی‌پور. تهران: بلاغ دانش، ۱۳۸۴.
۹. دالگرن، پیتر. تلویزیون و گستره عمومی جامعه مدنی. ترجمه مهدی شفق‌تی. تهران: سروش، ۱۳۸۰.
۱۰. دیندار فرکوش، فیروز؛ صدری‌نیا، حسین. روابط عمومی و رسانه‌ها. تهران: سایه روشن، ۱۳۸۳.
۱۱. رشنو، نبی‌الله. ژئوپلیتیک نخبگان: تاملی در رویکردهای سیاسی - جغرافیایی مهاجرت نخبگان. تهران: کویر، ۱۳۸۲.
۱۲. شولت، جان آرت. نگاهی موشکافانه بر پدیده جهانی شدن. ترجمه مسعود کرباسیان. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، ۱۳۸۲.
۱۳. عریضی، فروغ؛ عریضی، محمدعلی. جستارهایی در جغرافیای سیاسی و ژئوپلیتیک. اصفهان: نقش مانا، ۱۳۸۲.
۱۴. گل‌محمدی، احمد. جهانی شدن، فرهنگ، هویت. تهران: نشر نی، ۱۳۸۱.
۱۵. لاکوست، ایو؛ ژیلین، بناتریس. عوامل و اندیشه‌ها در ژئوپلیتیک. ترجمه علی فراستی. تهران: آمن، ۱۳۷۸.
۱۶. متولی، کاظم. روابط عمومی و تبلیغات: همراه با مباحث جدید کاربردی. تهران: بهجت، ۱۳۸۳.
۱۷. مک‌براید، شون. یک جهان، چندین صدا (گزارش مک‌براید) متن خلاصه. تهران: سروش، ۱۳۷۵.
۱۸. ملکوتیان، مصطفی. جغرافیا و سیاست. قم: حق یاوران، ۱۳۸۳.
19. Cohen, Robin. "Brain drain migration". This material is prepared for the official South African Commission on International Migration. 1997. [on-line]. Available: http://www.polity.org.za/html/govdocs/green_papers/migration/cohen2.html. [9 Jul. 2006].
20. Kura, Sulaiman. "Globalisation and democracy: a dialectical framework for understanding democratisation in Nigeria". *Globalization*, Vol.5, No.1 (2005). [on-line]. Available: <http://globalization.icaap.org/content/v5.1/kura.html>. [9 Jul. 2006].
21. Schmitt, Gary. "What the kay report means: our basic instincts were Sound". Los Angeles Times. [2Feb. 2004].
22. Schmitt, Gary; Shulsky, Abram. "Leo Strauss and the world of intelligence". [on-line]. Available: http://turcopolier.typepad.com/sic_semper_tyranis/files/leo_strauss_and_the_world_of_intelligence.pdf. [14 Apr. 2008].
23. Sichertman, Harvey. "The revival of geopolitics". *The Intercollegiate Review*, No.6 (Spring 2002): 16- 23. Available: www.fpri.org/pubs/200204.

line]. Available: <http://plato.stanford.edu/entries/globalization>. [9 Jul. 2006].

تاریخ تأیید: ۱۳۸۷/۲/۳

intercollegiatereview. sicherman. revival-geopolitics. pdf. [24 Feb. 2007].

24. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. "Globalization". 2006. [on-

