

برندسازی ژئوپلیتیکی واحدهای جغرافیایی دوافکتو

(تحلیلی بر دول نوظهور)

www.ketab.ir

دکتر محمد رضا حاتمی

(دانشیار گروه علوم سیاسی دانشگاه پیام نور)

سرشناسه	: حاتمی، محمدرضا، ۱۳۴۳-
عنوان و نام پدیدآور	: پرندسازی ژئوپلیتیکی واحدهای جغرافیایی دوافکتو (تحلیلی بر دول نوظهور) محمدرضا حاتمی.
مشخصات نشر	: تهران، علوم و فنون رازی، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ۲۰۱ صفحه
شابک	: 978-600-7043-28-8
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیا
موضوع	: گردان -خاورمیانه -سیاست و حکومت- قرن ۲۰ م.
موضوع	: Kurds—Middle East—Plitics and government—20 th century :
موضوع	: کردان -سوریه -سیاست و حکومت- قرن ۲۰ م.
موضوع	: Kurds—Syria—Politics and governmntn—20 th century:
موضوع	: سلفیه -خاورمیانه
موضوع	: Salafiyah—Middle East :
موضوع	: کردستان (عراق) -سیاست و حکومت- قرن ۲۰ م.
موضوع	: Kurdistan (IraqProvince)—Politics and govetment—20 th century :
موضوع	: کردستان (ترکیه) -سیاست و حکومت- قرن ۲۰ م.
موضوع	: Kurdistan(Turkey Province)—Politics and government—20 th century
موضوع	: خاورمیانه -جنبه‌های استراتژیکی
موضوع	: Middle East—Strategic apcets
رده‌بندی کنگره	: DS۵۹:
رده‌بندی دیویی	: ۹۵۶-۰۰۴۹۱۵۹۷
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۵۰۷۰۸۳



پرندسازی ژئوپلیتیکی واحدهای جغرافیایی دوافکتو (تحلیلی بر دول نوظهور)

نویسنده: دکتر محمدرضا حاتمی

ناشر: انتشارات علوم و فنون رازی

صفحه‌آرایی: کوروش سلطانزاده

چاپ اول: پاییز ۱۳۹۹ ، شمارگان: ۱۰۰۰

شابک: ۸- ۲۸- ۷۰۴۳-۶۰۰-۹۷۸

قیمت: ۴۰۰۰۰ تومان

نشانی: سهروردی شمالی - روبروی پمپ بنزین - کوچه شهید تقوی - پلاک ۴۸ - واحد ۱۴

این کتاب با همکاری موسسه فرهنگی هنری پژوهش سرای رازی به انجام رسیده است

فهرست مطالب

فصل اول :	۹
کلیات	۹
مقدمه:	۱۰
مبانی نظری، مدل برندسازی ژئوپلیتیکی	۱۱
کد و برندسازی ژئوپلیتیکی واحدهای جغرافیایی دوفاکتو	۱۴
مدل برندسازی ژئوپلیتیک واحدهای جغرافیایی دوفاکتو	۱۵
فصل دوم :	۱۷
مبانی نظری	۱۷
مدل برندسازی ژئوپلیتیکی	۱۸
کد و برندسازی ژئوپلیتیکی واحدهای جغرافیایی دوفاکتو	۲۱
مدل برندسازی ژئوپلیتیک واحدهای جغرافیایی دوفاکتو	۲۴
فضاهای تجزیه شده و ترسیم کدهای کارگزاران ژئوپلیتیک	۲۴
شبه / دولتهای دوفاکتو و چرخه تعارض با ساختارها	۲۶
کارگزاری ژئوپلیتیک در بافت ژئوپلیتیکی	۲۸
کد ژئوپلیتیک	۳۰
هم آوانی بین کد و بینش ژئوپلیتیکی	۳۲
سازه‌های جغرافیایی دولت - ملت‌ها و منافع ملی آنها	۳۳
ساختارهای دوفاکتو	۳۵
سازه انگاری و ریشه‌های دول دوفاکتو	۳۷
فصل سوم	۴۳
سوژه‌های ژئوپلیتیکی خاورمیانه	۴۳
مقدمه	۴۴
سوژگی ژئوپلیتیکی کردستان عراق	۴۷
رفتار سیاسی کردهای عراق به مثابه یک دولت دوفاکتو: (۲۰۱۴-۲۰۰۳)	۵۲
خیزش سیاسی کردهای عراق به مثابه یک دولت دوژوور: (۲۰۱۴- همه پرسی استقلال)	۵۳
کارگزاری ژئوپلیتیکی کردستان عراق و بسط ژئوپلیتیکی	۵۴
تحلیل کارگزاری ژئوپلیتیکی کردستان عراق	۵۸
قومیت و ناسیونالیسم کرد و تعارض با هویت‌های منطقه‌ای	۶۳
غرب و دیاسپورای کرد	۶۸

۷۳	نخبگان در دیاسپورا، نظریه‌های ابزاری و نمادین
۷۸	دیاسپورا و تأثیر آن بر تعارض هویتی کردها
۸۲	کارگزاری ژئوپلیتیکی حزب کارگران کردستان ترکیه
۸۲	سوژگی ژئوپلیتیک حزب کارگران کردستان ترکیه در بین‌النهرین شمالی
۸۵	سوژگی ژئوپلیتیکی P.K.K
۹۰	نخبگان کرد، تعارض و نمادها
۹۳	تغییر در خط مشی‌های ترکیه اردوغان و کارگران کردستان ترکیه
۹۶	ترکیه و PKK به عنوان سوژه ژئوپلیتیک
۹۸	برندسازی ژئوپلیتیک
۱۰۱	کردهای سوریه
۱۰۷	تبارشناسی شورش کردها پس از بحران سوریه
۱۱۲	تشکیل خودم‌دیریتی دموکراتیک در کردستان سوریه
۱۱۳	یگان‌های دفاعی خلق
۱۳۱	- نقش سوریه در حمایت تسلیحاتی و لجستیکی از مقاومت
۱۳۴	جریانهای سلفی‌گری و داعش
۱۳۷	ژئوپلیتیک سلفی
۱۳۹	نظریه پخش و جغرافیای داعش
۱۴۲	داعش و دیاسپورا
۱۴۵	ایدئولوژی و ناسیونالیسم داعش
۱۴۶	تعمیق نگرش ضدیت اسلام و غرب
۱۴۸	تروریسم داعش
۱۴۹	نوع ساختارها: سلسله‌مراتبی و شبکه‌ای
۱۴۹	ساختار سلسله‌مراتبی
۱۵۰	ساختار شبکه‌ای
۱۵۳	نتیجه‌گیری
۱۵۷	فهرست منابع

مقدمه

در سیر تحول و تبارشناسی دولت از دول کلاسیک به دول جدید، به مفاهیمی مانند دول دو فاکتو، شبه‌دولت‌ها، نیمه دولتها و... می‌رسیم. به طور حتم این دول نوظهور، نیاز به گزاره‌ای با عنوان برندسازی جغرافیایی و یا برندسازی ژئوپلیتیک دارند. برندسازی 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، چشم‌انداز، مأموریت، اهداف، ارزشها، اجرا و تحلیل موقعیتی در آنها برجسته می‌باشد. ظهور مدل برندسازی ژئوپلیتیک وابسته به دینفعان آن می‌باشد چرا که آنها شروع کنند و مدیریت فرآیند برند را بر عهده دارند. برندسازی ژئوپلیتیک همچنین می‌تواند تحلیل جامعی را از شبه دولتها و یا ساختارهای دو فاکتو، ترسیم بنماید. فراموش نکنیم مدل برندسازی ژئوپلیتیک بر بافت ژئوپلیتیکی دولت ملت‌های ضعیف، علیه ساختار و له کارگزارهای جدید و بر روی گسلهای تمدنی و سرزمینی رخ می‌دهد.

ظهور و بروز کارگزاران جدید ژئوپلیتیک و خوانش جدید از هویت، باعث گفتمان جدید هویتی و سرزمینی برای این کارگزاران شده است. گشت که به قلمرو خواهی در مناطقی از خاورمیانه، منجر شده است. به طور کلی بحران در خاورمیانه، باعث نقش آفرینی کردهای سوژه‌های هویتی و سرزمینی شده است. در این راستا این سوژه‌ها با خوانش جدیدی از هویت مغفول پسا سایکس - پیکوئی خود در قرن بیستم در پی اعاده گفتمان هویتی و تبدیل آن به یک گفتمان سرزمینی در مناطق تجزیه شده خاورمیانه، می‌باشند. از سوئی، ناسیونالیسم به عنوان یک ایدئولوژی ذاتاً سرزمینی محسوب می‌شود. با این نگاه، ناسیونالیسم، پایگاه اصلی گفتمانهای

ژئوپلیتیکی از طریق سازه‌های قلمروئی می‌باشند. ویلیام و اسمیت بر این اعتقادند که ناسیونالیسم، مبارزه‌ای همیشگی برای کنترل سرزمین است، بنابراین کنترل زمین و برندسازی جغرافیایی در حال حاضر، اولویت اصلی سوره‌های ژئوپلیتیکی در خاورمیانه می‌باشد.

این کتاب در سه فصل، کلیات، مبانی نظری و سوره‌های ژئوپلیتیکی به نگارش درآمده و با نگرشی بین رشته‌ای و با مطالعه گروه‌های قومی در منطقه به شدت بحرانی خاورمیانه به بررسی فرضیه خود می‌پردازد.