

ژئوپلیتیک فرهنگی و

امنیت ملی

نویسنده:

سرتیپ دوم دکتر حسین عرب

بهار ۹۳

سرشناسه	:	عرب، حسین، ۱۳۴۸ -
عنوان و نام پدیدآور	:	ژئوپلیتیک فرهنگی و امنیت ملی / نویسنده حسین عرب
مشخصات نشر	:	مشهد : کتابدار توس؛ ابومسلم، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	:	۲۶۰ص.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۶۷۰-۹۴۲-
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبا
یادداشت	:	کتابنامه.
موضوع	:	سیاست و فرهنگ
موضوع	:	جغرافیای سیاسی
موضوع	:	امنیت ملی
موضوع	:	جهانی شدن
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۳/۷۵۱۸ ۴۹/ع
رده بندی دیویی	:	۲۳۰۶
شماره کتابشناسی ملی	:	۳۵۱۸۸۰۰

ژئوپلیتیک فرهنگی و امنیت ملی

حسین عرب

ناشر: کتابدار توس، ابومسلم

چاپ اول: ۱۳۹۳

تیراژ: ۳۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۸۰۰۰ تومان

شابک کتابدار توس: ۹۷۸-۶۰۰-۶۷۰-۹۴۲-

شابک ابومسلم: ۹۷۸-۶۰۰-۷۷۲۳-۰۶-۷

مرکز پخش

مشهد، خیابان دانشگاه بازار کتاب ناشران غرفه ۹

۰۹۱۵۳۲۰۹۵۳۲-۸۴۰۴۲۹۲

حق چاپ محفوظ است

فهرست مطالب

مقدمه	۹
-------	---

فصل یکم: فرهنگ

۱-۱ - معنای واژه فرهنگ	۲۴
۱-۲ - تعریف فرهنگ	۲۷
۱-۳ - چیستی فرهنگ؟	۳۵
۱-۴ - خرده فرهنگها	۴۶
۱-۵ - اهمیت فرهنگ	۴۹
۱-۶ - فرهنگ و تمدن	۸۵
۱-۷ - فرهنگ و هنر	۹۱

فصل دوم: مولفه های فرهنگی هویت ساز

۲-۱ - دین، مؤلفه ای فرهنگ ساز	۱۰۳
۲-۲ - زبان، مؤلفه ای فرهنگ ساز	۱۲۶
۲-۳ - قومیت، هویتی مستقل	۱۴۰

فصل سوم: ژئوپلیتیک

۳-۱ - تعریف ژئوپلیتیک	۱۵۸
۳-۲ - پیشینه ژئوپلیتیک	۱۶۲

فصل چهارم: ژئوپلیتیک فرهنگی

۴-۱ - ضرورت مطالعه ژئوپلیتیک از منظر فرهنگ	۱۷۵
۴-۲ - تعریف و چیستی ژئوپلیتیک فرهنگی	۱۸۲
۴-۳ - پیشینه نقش فرهنگ در سیاست	۱۹۱

- ۴-۴ - ژئوپلیتیک فرهنگی و امپریالیسم فرهنگی: ۲۰۱
- ۴-۵ - حقوق بشر و ژئوپلیتیک فرهنگی: ۲۱۷
- ۴-۶ - ژئوپلیتیک فرهنگی و تبلیغات: ۲۲۸
- ۴-۷ - ژئوپلیتیک فرهنگی رسانه و صنعت فرهنگی: ۲۳۴
- ۴-۸ - ژئوپلیتیک فرهنگی و جهانی شدن: ۲۳۹
- ۴-۹ - ژئوپلیتیک فرهنگی و جدال سنت و مدرنیته: ۲۴۶
- ۴-۱۰ - ژئوپلیتیک فرهنگی و ناسیونالیسم: ۲۵۲

فصل پنجم: امنیت

- ۵-۱ - امنیت از نگاه دین: ۲۶۲
- ۵-۲ - تعریف و چیستی امنیت: ۲۶۷
- ۵-۳ - گفتمانهای امنیتی معاصر: ۲۷۲
- ۵-۴ - ابعاد چهارگانه امنیت: ۲۷۶
- ۵-۵ - امنیت پس از جنگ سرد: ۲۸۰
- ۵-۶ - امنیت و جهانی شدن: ۲۸۵
- ۵-۷ - تهدیدات امنیتی جدید: ۲۸۷

فصل ششم: ژئوپلیتیک فرهنگی و امنیت

- ۶-۱ - ژئوپلیتیک فرهنگی، قدرت و امنیت: ۳۰۵
- ۶-۲ - ژئوپلیتیک فرهنگی، امنیت و جهانی شدن: ۳۲۶
- ۶-۳ - ژئوپلیتیک فرهنگی، امنیت و دیپلماسی عمومی: ۳۲۹
- نتیجه: ۳۳۵
- منابع و مآخذ: ۳۴۷

اندیشه ژئوپلیتیک و ژئوکالچر و پرداختن به فرهنگ در پهنه جغرافیا و در رابطه با امر سیاسی، امری است که از دیرباز مطرح بوده و صاحب نظران زیادی در مورد آنها اظهار نظر کرده و به تحقیق پرداخته اند. در سیر مطالعه این پدیده، دو مکتب بیش از همه مطرح بوده و در مورد آنها بحث شده است. مکتب آلمانی که بیش از هر کسی با نام «راتزل» گره خورده و مکتب انگلیسی که با نام «مکیندر» شناخته می‌شود. در چند دهه اخیر اگر چه ژئواکونومی و رابطه اقتصاد و سرزمین در درجه اهمیت بالایی قرار گرفته بود، لیکن با عنایت به تحولات جهانی در عصر ارتباطات و فناوری نوین و روند جهانی شدن و جهانی سازی بویژه در بعد فرهنگی آن، از یکسو و اهمیت فرهنگ در شکل دهی رفتار و بینش و نگرش نوع انسان از سوی دیگر، امروزه می‌توان گفت با تأثر از نظریات اندیشمندانی چون والرشتاین، هانتینگتون، فوکویاما و غیره فرهنگ و نگرش به ژئوپلیتیک از منظر فرهنگ در کانون اندیشه ژئوپلیسی‌های عصر حاضر قرار گرفته است.

والرشتاین تحولات جهانی که از ۱۹۶۸ آغاز شده و بویژه رخدادهای دهه هشتاد را، ناشی از تمرکز جدید بر فرهنگ میدانند، که در تقابل با تمرکز بر اقتصاد یا سیاست مطرح می‌شود. او می‌گوید: گفتن این که این امر ناشی از سرخوردگی از سودمند بودن ایجاد دگرگونی در جهان با تغییر اشکال اقتصادی یا سیاسی آن است، اصلی اساسی است. این سرخوردگی که در قلب وقایع ۱۹۶۸ جای داشت، منجر به این شد که خیلی‌ها فرهنگ را عرصه‌ای بدیل بدانند که در آن سرانجام میل انسانی ثمر بخش خواهد بود. تفسیر نگارنده از گفته وی این است که به نظر میرسد تلاش ژئوپلیتیک جهانی با رهبری غرب سرمایه داری، در بهره برداری از گرایش ژئواکونومی با موفقیت قرین گردیده است و موفق گردیده مدل اقتصادی مورد نظر خود یعنی سرمایه داری لیبرال رانهادینه کند. به این معنی که اقتصاد در شکل کلی تا کنون دو مدل اصلی را تجربه کرده است: مدل متمرکز یا اقتصاد دولتی کامل که شوروی سابق نماد آن بود و اقتصاد مبتنی بر بازار که ایالات متحده آنرا رهبری میکند. دیگر مدلها ترکیبی از این دو نوع اقتصاد هستند. با سقوط

شوروی اقتصاد متمرکز دولتی به نفع اقتصاد مبتنی بر بازار مردود شناخته شد و جهانیان میبینند، بین فاصله گرفتن از اقتصاد دولتی و نزدیک شدن به مدل مبتنی بر بازار و رشد و شکوفایی اقتصادی هم بستگی مثبت وجود دارد و لذا دیر یا زود پیوستن به این مدل توسط همه کشورها محقق میشود. در واقع با شکست کمونیسم امروزه شاهد سبقت کشورها از یکدیگر برای پیوستن به سازمان تجارت جهانی هستیم. با توجه به ضوابط عضویت نهایتاً وقتی کشورهای جهان که، همه نیز متقاضی هستند، به عضویت این سازمان در آیند، الگوی مورد نظر نیز محقق خواهد شد. مکانیسم طراحی شده، فقط نیاز به مراقبت و نظارت دارد و بنا براین تمرکز سیاست جهانی امروز از اقتصاد متوجه فرهنگ گردیده است تا الگوی فرهنگی مورد نظر خود را نیز محقق گرداند. بدیهی است این روند جدید فرهنگی، تحقق مدل اقتصادی مورد نظر را نیز تسریع میکند. اینکه، این هدف گذاری با توجه به ماهیت فرهنگ تا چه حد واقع بینانه و عملی است بحث دیگری است، لیکن گرایش فرهنگی ژئوپلیتیک جهانی، پس از جنگ سرد جدی به نظر میرسد. توجه به فرهنگ بیانگر جستجوی راههایی برای رهایی از نظام موجود است. والرشتاين فرهنگ را اینگونه تعریف می کند:

فرهنگ عبارتست از مجموعه ارزشها یا آداب و رسوم بخش کوچک تری از یک کل، چه از فرهنگ در مفهوم انسان شناسانه آن استفاده کنیم که به معنای ارزشها یا آداب و رسوم، گروهی در مقابل با گروهی دیگر در همان سطح گفتگو است، مثل فرهنگ فرانسوی در مقابل فرهنگ ایتالیایی و ... چه از فرهنگ در مفهوم ادبی آن که بیشتر به معنای ارزشها یا آداب و رسوم عالی تر است، نه ارزشها یا آداب و رسوم پست تر هر گروه، معنایی که کلا فرهنگ را در حکم بازنمایی و محصول اشکال هنری در بر می گیرد. در هر یک از کاربردها فرهنگ چیزی است که میکنند یا انجام می دهند، برخلاف دیگران که نه آن چیز را احساس می کنند و نه آنرا انجام می دهند، برخی اشخاص آنرا احساس میکنند. (والرشتاين، ۱۳۷۷: ۲۵)

هر فرهنگی شیوه خاص زندگی را برای خود انتخاب می کند و برای پیروان خود سازمان اجتماعی خاص را جهت تهیه مواد غذایی، آب مورد نیاز، سرپناه و شرایط غیر مادی بوجود می آورد که متأثر از جغرافیا و شرایط مکانی حوزه استقرار آن است. لذا هویت مکان براساس مجموعه ای از ویژگیهای فرهنگی قرار می گیرد. مکان نه تنها اطلاعاتی درباره جایی که در آن زندگی می کنیم یا اهل آنجا هستیم به ما میدهد بلکه درباره شخصیت و این که ما چه کسی هستیم

نیز چیزهایی می گوید. این بدان معناست که بین مکان و هویت همبستگی وجود دارد. هویت به گفته مویر میتواند حداقل به چهار جزء تقسیم شود که عبارتند از:

- ۱- اسطوره ها: شامل یک سری باورها که بارزترین آنها عبارتند از مذهب و ملی گرایی
- ۲- نمادها: که بیانگر جنبه گویا، معنادار و همیشگی فرهنگ است و از نسلی به نسل دیگر منتقل می شود و زبان گویا ترین جزء هویت است.
- ۳- تاریخ که در اینجا لازم نیست خیلی مستند باشد و منظور از آن آگاهی نسبت به سرگذشت سرزمین و رویدادهای عاطفی مهم مربوط به گذشته یک فرهنگ مورد نظر است.
- ۴- عوامل نهادی: شامل سازمانهایی میشود، مثل فرهنگستان و نهادهای آموزشی دیگر که به پیشرفت جنبه های گوناگون زبان و فرهنگ و در نتیجه به تقویت حس هویت کمک می کنند. (مویر، ۱۳۷۹: ۲۷) این تعریف مبین ماهیت فرهنگی هویت است و توجیه کننده گوناگونی هویت های فرهنگی، در بین نژادها و گروه های قومی است که به لحاظ فرهنگی متمایزند، فرهنگ ما را از دیگران متمایز میکند، اگرچه این بدان معنا نیست که جوامع انسانی فاقد اشتراکات فرهنگی هستند، لیکن خمیر مایه اصلی زندگی اغلب در مرکز قوی ترین مناسک فرهنگی و قوانین نهفته است. مردم ممکن است چیزهایی را بخورند و بیاشامند و زمانی را برای خوردن و آشامیدن انتخاب کنند که در سراسر دنیا به طور ملموس تفاوت های زیادی باهم داشته باشند. علیرغم تمایز فرهنگی جوامع، بواسطه ویژگی پویایی فرهنگ، فرهنگها دائما در حال مبادله باهم هستند. فرهنگ ما را از طریق زبان و رسوم مشترک، رفتار و عادات و تفکر به دنیا پیوند میدهد. مجموعه ای از فرهنگها به همراه کالاهای مردم یک سرزمین به سرزمین مردم دیگر منتقل میگردد و برعکس. همزمان فرهنگهای خوش آب و رنگ آنها به خاطر تاکید بر تنوع و نمایش همه جانبه کالاها کمرنگ و نهایتا محو می شود.

با آغاز عصر صنعتی شدن تبادل و اشاعه فرهنگی یعنی تاثیر یک فرهنگ بر فرهنگ دیگر سرعت خارق العاده ای به خود گرفت. قدرت و استحکام هر فرهنگی در آن است که بتواند، انباشت فرهنگی را به خوبی انجام دهد. به این معنی که بتواند تمام اختراعات و اکتشافات جدید را چه در زمینه تکنولوژیک و چه در زمینه معنوی، چه خود مبدع و مبداء این نوآوریها بوده باشد و

چه دیگران، در هر حال آنها را در خود هضم کرده و مجموعه آن را با محیط اجتماعی و انسان‌هایی که حامل آن فرهنگ هستند انطباق دهد.

از آنجا که فرهنگ محصول تعامل اجتماعی است، بخشی از جهان اجتماعی به شمار می‌آید و بر این اساس با خطوط مهم قدرت که در فضای اجتماعی حاکم است، در رابطه قرار دارد. همه جوامع از نظر سیاسی و اقتصادی سازماندهی شده‌اند. میدانیم که قدرت و اقتدار در میان جوامع توزیع شده است و همه جوامع از وسایلی برای تخصیص منابع محدود استفاده می‌کنند و این تزیینات و نظم‌ها ایجاد کننده شکل‌بندیهای خاص اجتماعی هستند. فرهنگها تحت تاثیر علایق گروههای مسلط در جوامع قرار دارند، گروههایی که در صدد توجیه و معترس‌سازی موضع‌گیریهای خود در ساخت‌های مشخصی هستند.

فرهنگ یک ارتباط اندام‌واره و انگیزشی با سایر عرصه‌های قدرت سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژیک دارد. بر اساس رویکرد سیستمی بین فرهنگ و قدرت رابطه تاثیر و تاثر است. فرهنگ به صورت ذاتی بر اقتصاد، سیاست و تمامی عرصه‌های اجتماع تاثیر می‌گذارد. و نیز توانایی و قابلیت (ضعف‌ها و قوت‌ها) اقتصادی، سیاسی و ... هر کشور تاثیر و اثر وضعی آن در عرصه فرهنگ آشکار می‌گردد. سبک زندگی برخاسته از نظام فکری و ارزشی حاکم بر زندگی و جامعه انسانی است که محیط انسانی را می‌سازد و انسانها با پشتوانه فکری برخاسته از فرهنگ، قدرت را بوجود می‌آورند.

قدرت و فرهنگ به نحو غیر قابل تفکیکی با هم مرتبط هستند و تجزیه و تحلیل فرهنگ نباید از سیاست و روابط مبتنی بر قدرت جدا شوند و به همین جهت است که موضوع فرهنگ یک مسئله جدی حکومتی است و لازم است راه‌هایی که فرهنگ از طریق آنها با قدرت مربوط می‌شود در جزئی‌ترین شکل خود مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد، بطور کلی مطالعه رابطه بین فرهنگ با همه علایق و وسعت آن، با سیاست و قدرت موضوعی است که میتواند مورد توجه ژئوپلیتیک قرار گیرد. دکتر عزتی در تعریف ژئوپلیتیک می‌گوید:

عبارت از درک واقعیت‌های جغرافیای به منظور دستیابی به قدرت به نحوی که بتوان در بالاترین سطح وارد بازی جهانی شد و منافع ملی و حیات ملی را حفظ کرد. ژئوپلیتیک علم کشف روابط محیط جغرافیایی و تاثیر آن بر سرنوشت ملل است (عزتی، ۱۳۸۸: ۷) وی در ادامه می‌افزاید، در

تعریف قدرت که می‌تواند تولید سیاست کند، منابعی ارزشمندند که نامرئی باشند و در حقیقت آنها منابع واقعی قدرت به شمار می‌روند که در این صورت عوامل متغیر ژئوپلیتیکی نقش اساسی خواهند داشت. لذا رهیافت‌های جدید ژئوپلیتیک که به نسبت میان انسان و قدرت سیاسی در جغرافیا می‌پردازد، امکان ورود به این مبحث پر اهمیت از مدخل فرهنگ جوامع را میسر می‌سازد.

در استفاده از ابزارهای فرهنگی اجتماعی، معمولاً ملت‌ها مورد خطاب هستند. بدین صورت که دولت بابت بهره‌گیری از ابزار فرهنگی سعی می‌نماید در بلند مدت الگوها و شیوه‌های رفتاری و زندگی ملت‌های مورد نظر خود را در جهتی که تامین‌کننده منافع و خواسته‌های آن باشد، دگرگون سازد و در این رابطه استفاده از روشهای پیشرفته روانشناسی، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی، نمادها و فولکلور جامعه مورد نظر، سعی میشود نوعی همسوئی با ملت مخاطب بوجود آید. نازی‌ها از دهه ۱۹۳۰ در سطحی وسیع از ابزار فرهنگی جهت تحت سلطه قرار دادن ملت‌های اروپائی استفاده کرده‌اند. از این رو امروزه شاهد رواج واژه‌هایی چون ژئوکالچر و ژئوپلیتیک فرهنگی، در ادبیات جغرافیای سیاسی هستیم.

پیروز مجتهد زاده در کتاب «دموکراسی و هویت ایرانی» می‌گوید: با آنکه ژئوپلیتیک علم مستقلی نیست و هنوز از سرحد مبحث مکمل جغرافیایی سیاسی فراتر نرفته است. در برابر شرایط محیطی نقش آفرینی قدرتها، زمینه‌های ویژه‌ای را برای بحث آن از دیدگاههای اقتصادی، استراتژیک و منابع و غیره فراهم می‌سازد و این زمینه‌ها هستند که ژئوپلیتیک را در مقام بحث مادر، در بر گیرنده چند زیر مجموعه می‌سازد. هیچیک از این زیر مجموعه‌ها را نباید دانش یا مبحث جداگانه‌ای نسبت به ژئوپلیتیک فرض کرد، چرا که هر یک از این مباحث قرائت ویژه خود را از ژئوپلیتیک ارائه می‌دهد. مثلاً آنجا که اقتصاد انگیزه رقابت‌های قدرتی است، ژئوپلیتیک قرائتی اقتصادی از شرایط را ارائه می‌دهد و جنبه ژئواکونومیک به خود می‌گیرد، برخی از جهانی‌اندیشان جدید در آمریکا به آن گمان شدند که ژئوپلیتیک عصر جهانی شدن جنبه‌ای فرهنگی به خود گرفته و این رویداد مبحث تازه‌ای (ژئوکالچر) را به مباحث ژئوپلیتیک افزوده است (مجتهدزاده ۱۳۸۶: ۵۴)

ریچارد مویر نیز در این ارتباط می‌گوید: اخیراً دیدگاههای جغرافیای سستی درباره فرهنگ مورد استفاده قرار گرفته است، زیرا با تاکید بر همگونی فرهنگها ما از روندی تبعیت می‌کنیم که طبق

آن گروهی که دارای سلطه فرهنگی است، ممکن است نفوذ خود را به زیر مجموعه‌های درون یک جامعه تحمیل کند. اکنون سیاست فرهنگی مورد تاکید است، سیاستی که شامل شیوه‌هایی است که از طریق آن گروه‌های فرهنگی برای شناخته شدن و کسب نفوذ با یکدیگر رقابت می‌کنند. همچنین توجه به جنبه‌هایی از فرهنگ که موجب بوجود آمدن هویت ملی برای یک ملت میشود روبه افزایش است (مویر، ۱۳۷۹: ۳۳)

ازسوی دیگر در عصر ارتباطات شاهد سرعت چشمگیر مبادله اطلاعات هستیم و این شرایط، فرهنگ‌های گوناگون در گوشه و کنار دنیا را از انزوا خارج و در معرض دید و قضاوت جهانیان قرار داده است. خود سوزی زن شوهر مرده هندی، که در فرهنگ محلی پذیرفته و حتی ستوده میشود، در گذشته حساسیت زیادی ایجاد نمیکرد، زیرا افکار عمومی جهان از آن بی خبر بود، لیکن امروزه همین امر میتواند حکومت را با چالش جهانی مواجه و در عین حال فرهیختگی مردم هند را نیز با سوال مواجه کند. اکنون نوع انسان خود را در معرض سیستم‌های ارزشی گوناگونی میبیند که شاید بهتر از باورهای قبلی او نیازهایش را مرتفع سازند، و این بدان معناست که سیستم‌های ارزشی ضعیف، اگر دگرگون نشوند، قطعاً متزلزل خواهند شد.

به نظر میرسد که امروز تکنولوژی مهمترین عامل موثر بردگرگونیهای اجتماعی و فرهنگی است. فناوری اطلاعات ابزاری است که میتواند وسیله انتقال فرهنگ بیگانه به کشور شده و در صورت عدم برنامه ریزی و اتخاذ شیوه مقابله صحیح با این آسیب پذیری میتواند استحاله فرهنگی را بدنبال داشته باشد. اگر چه در گذشته بسیاری از اندیشمندان تکثر فرهنگی را مانعی در جهت توسعه و امنیت کشور قلمداد میکردند، اما براساس نگاه تازه به فرهنگ این تصور که تکثر فرهنگی عامل اساسی در بی ثباتی سیاسی، تنش‌های اجتماعی و پس رفت اقتصادی است، تصویری خطا محسوب می‌شود، و البته اعتبار این نظر به آن است که خرده فرهنگها در درون یک فرهنگ ملی با یکدیگر مدارا پیشه کرده و حقوق فرهنگی هم را به رسمیت بشناسند و در ذیل فرهنگ ملی یکی از خرده فرهنگهای قومی به عنوان جناح مسلط خود را بردیگران تحمیل نکرده باشد و بر ارزشهای ملی وفاق ملی حاکم باشد در غیر این صورت تکثر فرهنگی عامل بی ثباتی داخلی خواهد بود. بدیهی است در سطح جهانی نیز فرهنگهای در حال تنازع فرصت مبادله را از خود میگیرند و در فضای توأم با تساهل و تسامح امکان مبادله فرهنگی بوجود میآید. به نظر حسن بیگی

مان جوان بشری شاهد ظهور گونه جدیدی از فرهنگ بنام فرهنگی جهانی هستیم که دارای
امروزه فرهنگی به آرامی یکی مفهوم گسترده تر و امری پدیده می کند و با گسترش ارتباطات
بین المللی هویدا شده و در کارتون توجه محققان روابط بین الملل و سیاست و گسترش

سطح موجب شد رابطه میان فرهنگ و حوزه های مختلف از جمله قدرت و سیاست در سطح
گسترش مخرج جهانی شدن فرهنگی، مقاومت ها و از سوی فرهنگ های ملی به همراه داشته این
و ظهور اشکال مختلف فرهنگ، ضرورت مطالعات فرهنگی را مضاعف نمود؛ تا جایی که
اقتصاد، گسترش شبکه های ماهرهای ارتباطی و رسانه ها در ترویج و آفریده های فرهنگی
است که عواملی چون: مهاجرت های گسترده و ارتباطات فرهنگی، آمیختگی فرهنگی با سیاست
و فرآورده های فرهنگی آن، از چشم اندازهای گوناگون ادبیات، گسترده های رایج و وجود آورده
دهد. (کازمبی، ۱۳۸۰: ۸۷) در دوره معاصر، نظریه پردازان و تحلیل ابتدای دوره فرهنگی، تمدن
را با بهره گیری از ابزارها و وسایل و شیوه های فرهنگی مادی و تبلیغات اقشار گسترده شکل
خاصی در ارتباط با صنعت فرهنگی می گویند: صنعت فرهنگی معنای عامی فرهنگی معنای خاصه

مورثه اطلاعاتی قرار می دهد که می تواند در جهان بینی و نگرش های آنها تاثیراتی را بوجود آورد.
که مرزهای سیاسی، فرهنگی و اجتماعی را در نور دیده و به درون جانورانه رسوخ کرده و آنها را در
می بخشد و کردارهای آنها را تعیین می کند. صنعت فرهنگی ابزارهای الکترونیک و فراهم می کنند
بلکه محصول صنعت فرهنگی است و بر آن ها تسلط می شود و از این طریق به توده ها فرصت
در واقع توده ها فرهنگی خویش را انتخاب نمی کنند، توده های مدرن خود خویش نیست
سایر با مشابه آن این پیوندها را تبدیل به تبلیغات اجتماعی کرده اند. به نظر میرسد
جوئی از اینترنت برای ارائه مقارنت بیشتر کرده اند. این جنبش ها از طریق ایجاد شبکه های
مؤثر می سرانجام می شود. امروزه شاهدیم در گستره جهان، جنبش های جدید اجتماعی استفاده
انجام داد. (حسن بیگی، ۱۳۸۴: ۲۹) واقعیت آن است که به نظر میرسد در مقابل این مبادله، مقابله
همری (اجتماعی، سیاسی و فرهنگی) را در بر می گیرد و تقریباً هر کاری را میتوان از طریق شبکه
شبکه های رایانه ای بخشی وسیعی از فعالیتهای اقتصادی (تجاری - مالی) فرهنگی (آدمسکی -

می گویند:

ارتباطات رایانه ای به نحو فزاینده در شکل دهی فرهنگی آینده نقش مهمی ایفا خواهند کرد. او