

اندیشه‌های  
جان تامپسون

JOHN BROOKSHIRE THOMPSON



## مقدمه

- جان تامپسون، استاد جامعه‌شناسی دانشگاه کمبریج و از اعضای دانشگاه جسوس (عیسی) است.
- او مدارج ابتدایی خود را در فلسفه، جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی اجتماعی در دانشگاه کیلی در سال ۱۹۷۵ بدست آورد.
- تامپسون تاثیر رسانه‌ها در تشکیل جوامع مدرن را مورد مطالعه قرار داد و نظریات اجتماعی خود را در این مورد ارائه نمود.
- یکی از زمینه‌های اصلی کار او، نقش رسانه‌ها در انتقال از فضا و زمان در زندگی اجتماعی، و ایجاد اشکال جدید عمل و تعامل فراتر از چارچوب‌های زمانی و مکانی است.
- او به شدت، در مطالعات ارتباطی خود تحت تاثیر تفکر هرمنوتیک قرار دارد.
- دیگر مفاهیم کلیدی نظریات او تحول رسانه‌ها، سنت، هویت و مفاهیم نمادین است.

## رسانه و مدرنیته

- جان تامپسون، تحت تأثیر اندیشه‌های گیدنز در مدرنیته و پیامدهای آن و از جمله مفهوم فاصله‌ی زمان- مکان به عنوان یکی از مشخصه‌های جهان مدرن، معتقد است که هر فرایند مبادله‌ی نمادین، مستلزم فاصله‌ی شکل نمادین از زمینه‌ی تولید خود است.
- او درباره‌ی نقش رسانه‌ها در صورت‌بندی‌های فرهنگی و اجتماعی جهان مدرن، به نقش این رسانه‌ها در کالایی‌سازی اشکال و صور نمادین و تضعیف اقتدار دینی اشاره می‌کند.
- او می‌گوید: «پیشرفت مطبوعات اولیه بخش ضروری یک اقتصاد سرمایه‌داری در اروپای اواخر قرون وسطی و اوایل دوران مدرن بود.»

# چاپ: تضعیف قدرت کلیسا

- تامپسون با اشاره به نقش صنعت چاپ در تضعیف اقتدار دینی کلیسا و ظهور و گسترش اصلاحات مذهبی در غرب می افزاید: «کلیسا در سال‌های اولیه صنعت چاپ به شدت از تولید شیوه‌های جدید تکثیر متون حمایت می‌کرد... اما کلیسا نمی‌توانست فعالیت‌های چاپخانه‌ها و کتاب‌فروشان را به همان شدت کاتبان و نسخه‌نویسان در دوران دست‌نویسی کنترل کند؛ زیرا چاپخانه‌ها و محصولاتشان زیاد بود و آن‌ها می‌توانستند متون را با سرعت و تعداد زیاد تولید و پخش کنند.»
- او با تأکید بر نقش رسانه‌ی چاپ و نیز ناشران و مترجمان در بسط و گسترش اندیشه اصلاحی مارتین لوتر و اومانیزم در سراسر اروپا، همانند اینیس و مک لوهان عقل‌گرایی، فردگرایی، اومانیزم و اصلاحات مذهبی را که منجر به تضعیف اقتدار دینی کلیسا شده بود، مرهون شیوه‌ی جدید ارتباط یعنی چاپ و نوشتار می‌داند.

# چاپ: عقل‌گرایی، سرمایه‌داری و جامعه مدرن

- با توجه به چند منبعی شدنِ معرفت و شناخت آدمی در کنار معرفت دینی به واسطه‌ی چاپ و رسانه‌های مکتوب که گسترش عقل‌گرایی و علمی‌اندیشی و تضعیف قرائت رسمی دینی را در پی داشت، تامپسون یادآوری می‌کند که رسانه‌ی چاپ، گردآوری و انتشار اطلاعات درباره‌ی دنیای طبیعی و اجتماعی را به مراتب آسان‌تر کرد.
- کالایی‌سازیِ صور و اشکال نمادین و همچنین گسترش عقل‌گرایی و اصلاحات مذهبی به عنوان دو مشخصه و نیز نیروی پیش‌برنده‌ی مدرنیته به عنوان آثار و پیامد رسانه‌های فنی به ویژه چاپ و نوشتار، ایده‌ای است که تامپسون در راستای اندیشه‌های اینیس، مک لوهان و گیدنز، آن را در کتاب رسانه و مدرنیته پرورانده است.
- وی در این کتاب، رسانه‌ها را از جمله عوامل ظهور و تکاملِ مدرنیته، بسط و گسترش اقتصاد و تجارت سرمایه‌داری، شکل‌گیری نظام‌های سیاسی دولت-ملت، تقویت جهانی‌سازی، توسعه‌ی فرایند معناسازی و شکل‌گیری هویت شخصی مدرن و صورت‌بندی اشکال جدید تعامل اجتماعی معرفی می‌کند.

# سه مفهوم تعامل

- یکی از مفاهیم قابل تأمل در قلمرو نظریه‌ی تعامل‌گرایی، مفهوم «شبه تعامل رسانه‌ای شده»ی جان تامپسون است که متأثر از مفهوم تعامل فرااجتماعی هورتون و وُهل و ادامه‌ی ایده‌ی گافمن است.
- تامپسون در کتاب رسانه‌ها و نوگرایی برای بررسی تأثیر توسعه‌ی رسانه‌های ارتباطی بر الگوهای سنتی تعامل اجتماعی، سه نوع تعامل را از هم تفکیک می‌کند:

1. تعامل رو در رو

2. تعامل رسانه‌ای شده

3. شبه تعامل رسانه‌ای شده

## تعامل رو در رو: FACE TO FACE INTERACTION

- «تعامل رو در رو»، در زمان و مکان مشترک صورت می‌گیرد و شرکت‌کنندگان در تعامل، دارای حضور فیزیکی هستند. ویژگی این نوع تعامل، نه فقط گفتار، بلکه علائم نمادینی مانند حرکات سر و دست، زبان تن و نظایر آنها است که نظام ارجاعی زمانی- مکانی مشترک، آنها را به وجود آورده است. تعامل رو در رو یک جریان دو سویه‌ی ارتباط و دارای ویژگی «گفت و گویی» است.



## تعامل رسانه ای شده: MEDIATED INTERACTION

- «تعامل رسانه‌ای شده»، به شکل پیام‌رسانی از طریق نامه، تلگراف، تلفن و فکس مربوط می‌شود که مستلزم استفاده از یک وسیله‌ی فنی (کاغذ، سیم برق، امواج الکترومغناطیسی و غیره) برای برقراری ارتباط و تعامل است.
- این نوع تعامل، امکان انتقال اطلاعات یا محتوای نمادین به افرادی را فراهم می‌کند که از نظر زمانی یا مکانی یا هر دو دور هستند.
- تعامل رسانه‌ای شده از زمان و مکان فراتر می‌رود. به نظر تامپسون، این امتداد پیام در گستره‌ی زمانی و مکانی، پیامدهای زیر را دارد: طرفین تعامل فاقد ارجاعات مشترک حضور رو در رو هستند، بنابراین باید اطلاعات مربوط به بافت‌های یکدیگر- آدرس و تاریخ نامه‌ها و فکس‌ها و شناسایی مکالمات تلفنی- را بیشتر در نظر بگیرند.
- نکته‌ی مهم در این نوع تعامل این است که همانند تعامل رو در رو، دارای ویژگی‌ی گفت و گویی است. البته تعامل رسانه‌ای شده تا حدی گسترده‌تر و بی‌حد و مرزتر از تعامل رو در رو است و چون برد علائم نمادین در این نوع تعامل محدود است، افراد به منظور تفسیر پیام‌های ارسالی ناچارند هرچه بیشتر به منابع خود اتکا کنند.



## شبه تعامل رسانه ای شده: MEDIATED QUASI-INTERACTION

- «شبه تعامل رسانه ای شده» اشاره به پیامرسانی رسانه های جمعی مانند کتاب، روزنامه، رادیو، تلویزیون و نظایر آنها است که فراتر از محدوده ی زمان و مکان یا به عبارتی دارای امتداد زمانی و مکانی است.

- این نوع تعامل، از دو جنبه با تعامل رو در رو و تعامل رسانه ای شده تفاوت دارد:

1. این نوع پیامرسانی نه برای افراد خاص و قابل شناسایی، بلکه برای طیف نامشخصی از گیرندگان بالقوه صورت می گیرد.

2. برخلاف دو نوع تعامل فوق، فاقد خصلت گفت و گویی و عمدتاً تک گویانه است. به این معنی که جریان ارتباط عمدتاً یک سویه است.

• تامپسون، ویژگی های سه نوع تعامل یاد شده را چنین نشان می دهد:

ویژگی های تعاملی	تعامل رو در رو	تعامل رسانه ای شده	شبه تعامل رسانه ای شده
شرایط زمانی و مکانی	متن و زمینه حضور مشترک؛ نظام مشترک ارجاع زمانی و مکانی	جدایی متن و زمینه ها؛ گسترش دسترسی زمانی و مکانی	جدایی متن و زمینه ها؛ گسترش دسترسی زمانی و مکانی
برد علائم نمادین	تعدد و کثرت علائم نمادین	محدود شدن برد علائم نمادین	محدود شدن برد علائم نمادین
جهت گیری کنش	معطوف به دیگران خاص	معطوف به دیگران خاص	معطوف به طیف نامشخصی از دریافت کنندگان بالقوه
گفت و گویی تک گویانه	گفت و گویی	گفت و گویی	تک گویی