



کتاب «فلسفه رسانه» به بازار آمد کتاب «فلسفه رسانه» به بازار آمد

کتاب «فلسفه رسانه» که به بررسی رابطه تاریخی و معاصر بین فلسفه و رسانه می‌پردازد منتشر شد.

کتاب «فلسفه رسانه» که به بررسی رابطه تاریخی و معاصر بین فلسفه و رسانه می‌پردازد منتشر شد.

به گزارش خبرنگار مهر، رسانه‌ها در عصر حاضر به یکی از ارکان اساسی شکل‌دهی به اندیشه، فرهنگ و هویت انسان‌ها تبدیل شده‌اند و فهم فلسفی رسانه‌ها بیش از هر زمان دیگری ضروری به نظر می‌رسد. کتاب «فلسفه رسانه» به بررسی رابطه تاریخی و معاصر بین فلسفه و رسانه می‌پردازد.

این کتاب نوشته مینا اسکوتی و محسن بدره در پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی به چاپ رسیده است.

نویسندگان با ردیابی این ارتباط از یونان باستان تا عصر دیجیتال، نشان می‌دهند که درک امروز رسانه‌ها بدون توجه به تاریخشان ناقص است. این اثر با تحلیل تأثیرات انقلابی فناوری‌های رسانه‌ای مانند چاپ، تلفن و رایانه، خواننده را به بازاندیشی درباره نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به ایدئولوژی و عمل دعوت می‌کند.

کتاب با رویکردی باستان‌شناختی، «منطق میانجیگری» را از عصر فیثاغورث تا محاسبات دیجیتال دنبال می‌کند و دوگانه آنالوگ-دیجیتال را به عنوان محوری فلسفی برجسته می‌سازد؛