

# 大众传播学诸论



[大众传播学诸论\\_下载链接1\\_](#)

著者:(美)梅尔文·德弗勒

出版者:新华出版社

出版时间:1990-9

装帧:

isbn:9787501107544

(Theories of Mass Communication,又译“大众传播理论”)[美]  
梅尔文·德弗勒、桑德拉·鲍尔——洛基奇著,初版于1957年,新华出版社1990年9月出版  
中译本,由杜力平据朗曼出版公司发行的第五版译出。全书分为三大部分:第一部分  
“大众传播的起源”在回顾人类传播历史的基础上描述了美国现代大众传播媒介的诞生  
与发展经过;第二部分  
“大众传播的效果”分析了探讨大众传播效果问题的多种理论,并联系美国的传播实践  
阐述了几种理论

作者介绍:

梅尔文·德弗勒(Melven L. Defleur),美国著名传播学家,纽约锡  
拉丘兹大学教授,当代最著名的传播学者之一。在长期的传播学研究和教学活动中完成  
了《大众传播学诸论》(Theones of Mass Communication)、《大众传播通论》  
(Understanding Mass Communication)  
等著作,成为美国当代传播学研究的经典性著作,不断再版,并被介绍到其他国家和地区。

目录:

标签

传播学

传播

德弗勒

书籍

老胡书单

新闻传播

新闻

广告

评论

仿佛看到了源头。不过这么重要的书只在美研中心借到。

-----  
经典的爸爸。最大的收获是get到了贯彻全书的两种研究范例：  
\*社会学范例（社会组织、功能或变化过程）  
\*心理学范例（个人行为的基本心理因素） /媒介发展史的章节可以跳过  
\*基本范例：认识论、象征性相互作用论、冲突论和功能论——如何启示人们去解释个人、媒介与社会之间的依赖关系。  
-----

[大众传播学诸论 下载链接1](#)

书评

-----  
[大众传播学诸论 下载链接1](#)