

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(Melvin 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》(Theories 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:

[大众传播学诸论 下载链接1](#)

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](#)