

<<作为劳动的传播>>

图书基本信息

书名：<<作为劳动的传播>>

13位ISBN编号：9787565700149

10位ISBN编号：7565700142

出版时间：2011-1

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：王维佳

页数：335

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<作为劳动的传播>>

前言

经过一番破茧成蝶的磨砺，王维佳的博士论文终于出版了。作为他的导师，我由衷地为他感到高兴，并以此序表达我的祝贺。

在目前国内既有的关于中国传播与媒介的研究成果中，王维佳的研究可谓视角独到。他不是一般性地探讨新闻从业者与新闻消费者之间的“传”、“受”关系；对于新闻从业者，也不是一般性地探讨其作为信息传播主体的角色与特征。

他转向加拿大学者莫斯可（VinCent Mosco）指出的传播研究的“盲点”（即媒介劳工及其阶级形成问题），引入马克思主义的核心概念——劳动，提出“作为劳动的传播”的命题，将新闻传播作为一种重要的社会性劳动，将新闻工作者作为从事新闻实践活动的劳动者，对其劳动关系、劳动过程及其主体意识进行历史性的考察、分析。

在此研究命题与框架之下，书中涉及的一些问题和讨论颇有新意，也颇具启发性。这些问题包括传播业的市场化变革，特别是文化劳动的商品化给从事新闻工作的劳动者的社会经济地位带来了什么样的影响？

市场逻辑下，新闻业的新型生产关系如何建构？

<<作为劳动的传播>>

内容概要

本书从新闻教育、招聘制度、劳动合同、生产过程和组织结构等几个方面对中国新闻从业者的劳动过程和劳动状况进行了极为细致而精彩的描述，兼有实践参考的价值和学理上的创造性突破，是近年来新闻传播研究中十分难得的力作。

凭借“劳动”这一核心概念，作者将政治经济分析与文化意识分析有机地结合在一起，不仅填补了国内新闻传播研究的方法论上的空白，而且创造性地开拓了新的研究路径。

<<作为劳动的传播>>

作者简介

王维佳，中国共产党党员，北京大学博士后(政治学)。

2009年毕业于北京大学新闻与传播学院，获文学博士学位。

之前在中国传媒大学获得文学硕士和学士学位。

目前的主要研究兴趣包括：大众传媒与当代中国文化政治，中国传播产业与知识劳工，西方马克思主义哲学、文论与政治经

<<作为劳动的传播>>

书籍目录

序一 程曼丽序二 赵月枝绪论 一、不同的现代性，不同的新闻业 二、中国记者研究：各种视角与观点 三、作为劳动的传播：重新理解新闻记者的工作 四、本书的方法与结构第1章 从“启蒙”到“新启蒙”：新闻实践范式的变迁 第一节 现代性启蒙与传播实践的变迁 一、近代早期的新闻工作者与新闻实践 二、民族资产阶级的形成与革命派知识分子的新闻实践 三、私营报刊中的新闻实践与专业主义的引进 第二节 “群众路线”：融合、挣扎与疏离的历程 一、早期马克思主义的传播与“群众路线”的萌芽 二、“群众路线”的组织化与“党性原则”的实践 三、全国宣教系统的建立与争夺文化领导权的斗争 四、“新启蒙”：以“人民”的名义第2章 新闻劳动的商品化与劳动关系的转变 第一节 新闻劳动商品化的背景与动因 第二节 “承包制”、“聘用制”：早期的用人制度改革 第三节 “劳务代理”与“科学管理”：媒介劳动关系的深入调整 一、报业的劳动关系变革 二、广播电视业的劳动关系变革 第四节 劳动商品化过程中的国家角色：媒介改革的政策规制 一、广告与“自主经营”：媒介改革初期的政策支援 二、新闻劳动生产关系变革中的政策调整 三、新闻实践的规范与劳动者权益保障第3章 新闻教育与新闻记者的征用制度 第一节 职业教育与劳动力的再生产 一、新闻教育的发展与劳动力储备 二、学校教育中的适应性培养 三、实习过程中的适应性培养 第二节 劳动力的征用过程与征用制度 一、雇工权力与雇工途径 二、劳动合同与劳动者权益 三、聘用制度中的劳动控制 四、更富弹性的雇用关系：“新闻线人”与“社区记者”第4章 新闻生产过程中的劳动控制 第一节 中央电视台：以经济频道为例 一、结构调整与权力分配 二、奖惩机制与内部劳动力市场的形成 三、效率、劳动强度与市场定位 第二节 地方电视台 一、黑龙江电视台 二、旅游卫视 第三节 广播电台与报社 一、北京人民广播电台 二、《京华时报》第5章 商品化新闻实践中的劳动者 第一节 劳动者群体的构成特征 一、低龄化、高学历与短期淘汰 二、性别比例变化及其商业逻辑 三、身份、等级与劳动控制 四、劳动力的交换价值 第二节 社会经济状况与工作条件 一、收入与社会保障 二、薪酬体系与收入构成 三、有偿新闻与“职业道德” 四、工作条件与劳动强度 第三节 实践范式与主体意识结论与讨论：作为劳动的传播附录一：主要参考资料附录二：受访者名单写在后面

<<作为劳动的传播>>

章节摘录

从我们对新闻劳动商品化和生产关系变革过程的分析来看，中国媒介机构内部权力分配调整的一个核心逻辑就是财务权、人事权和管理权的分层次下放。

为了降低商品化内容生产的管理成本，将创收的压力下放到生产一线，缩短适应广告市场和受众喜好变化的时间，同时保障有效的社会舆论控制，各个地区和各个行业的媒介机构在新闻改革的过程中都根据自身情况和市场规模的不同进行了内部权力的重新调整。

这其中包括报社实行的承包责任制、子报子刊的独立核算、总编辑负责制、“管办分开”、媒介经理人制度，也包括广播电台和电视台实行的制片人负责制、“制播分离”、频道专业化和科学激励机制

。从劳动力使用和劳动过程控制的角度来看，这些内部管理权力的重新调整都对劳动力的征用产生了重要的影响。

我们对各种级别、各种规模和各种行业的媒介机构的调查显示，当前中国新闻媒介征用劳动力的方式主要包括公开竞聘、通过私人关系推荐和行业内劳动力流动等三种。

各个媒介机构由于生产规模的不同，征募员工的方式和人事权力的分配也略有不同。

<<作为劳动的传播>>

媒体关注与评论

本书不是一般性地探讨新闻从业者与新闻消费者之间的“传”、“受”关系；对于新闻从业者，也不是一般性地探讨其作为信息传播主体的角色与特征。

作者指出中国传播研究的“盲点”，即媒介劳工及其阶级形成问题，引入马克思主义的核心概念——劳动，提出“作为劳动的传播”的命题，将新闻传播作为一种重要的社会性劳动，将新闻工作者作为从事新闻实践活动的劳动者，对其劳动关系、劳动过程及其主体意识进行历史性的考察、分析。在此研究命题与框架之下，书中涉及的一些问题和讨论颇有新意，也颇具启发性。

——程曼丽 北京大学新闻与传播学院教授 从劳动这一被忽略甚至被贬低了的基本哲学范畴出发，这本书预示着新闻实践范式、新闻制度和新闻工作者研究领域的范式转变。

政治经济学的整体性和世界体系视野使本书在理论上到达了独辟蹊径和高屋建瓴的境界。

如果说，僵化与教条从内部糟蹋了马克思主义，而新自由主义又从外部诋毁了马克思主义，那么，在这本书中，我分明看到了新一代学人在新的语境下为在中国重构马克思主义传播学所作出的可贵努力，相信它会为中国的新闻传播研究带来新的气象。

赵月枝 ——Simon Fraser University 传播学院教授 本书从新闻教育、招聘制度、劳动合同、生产过程和组织结构等几个方面对中国新闻从业者的劳动过程和劳动状况进行了极为细致而精彩的描述，兼有实践参考的价值和学理上的创造性突破，是近年来新闻传播研究中十分难得的力作。

凭借“劳动”这一核心概念，作者将政治经济分析与文化意识分析有机地结合在一起，不仅填补了国内新闻传播研究的方法论上的空白，而且创造性地开拓了新的研究路径。

毫无疑问，这本著作在中国传播研究的发展历程中将产生重要影响！

——胡正荣 中国传媒大学副校长

<<作为劳动的传播>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>