

<<中国马克思主义研究前沿>>

图书基本信息

书名：<<中国马克思主义研究前沿>>

13位ISBN编号：9787516102206

10位ISBN编号：7516102202

出版时间：2011-10

出版时间：中国社会科学出版社

作者：赵剑英 等主编

页数：596

字数：560000

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>

<<中国马克思主义研究前沿>>

内容概要

赵剑英、吴波等编著的这本《中国马克思主义研究前沿(2010年卷)》包含了“特别推荐”、“中国道路研究”、“社会矛盾研究”、“财富观研究”、“生态文明研究”、“学术前沿”、“热点聚焦”、“学术争鸣”、“研究综述”九大板块，集中反映了2010年中国马克思主义研究的最新成果。

《中国马克思主义研究前沿(2010年卷)》为第三卷，每年出版一卷。

<<中国马克思主义研究前沿>>

书籍目录

特别推荐

李长春：正确认识和处理文化建设发展中的若干重大关系努力探索中国特色社会主义文化发展道路

习近平：深入学习中国特色社会主义理论体系 努力掌握

马克思主义立场观点方法

云杉：文化自觉文化自信文化自强——对繁荣发展中国特色社会主义文化的思考

陈奎元：信仰马克思主义做坚定的马克思主义者

中国道路研究

王伟光：马克思主义社会形态理论与中国发展道路

李景源：核心价值体系与中国发展道路

武力 王丹莉：中国模式：百年兴衰的历史选择

朱炳元：唯物史观与中国模式

徐俊忠：毛泽东社会主义建设道路几个问题再探讨

社会矛盾研究

邢贲思：正确处理新时期人民内部矛盾

王春光：当前中国社会阶级阶层关系的变化与特点

何敬文：我国社会主要矛盾的变与不变——新中国成立后中国共产党与理论界的

三次思想互动

财富观研究

陈先达：历史唯物主义视野中的财富观

余源培：构建以人为本的财富观

俞吾金：论财富问题在马克思哲学中的地位和作用

生态文明研究

吴晓明：马克思主义哲学与当代生态思想

丰子义：生态文明的人学思考

陈学明：在马克思主义指导下进行生态文明建设

王雨辰：论生态学马克思主义与我国的生态文明理论研究

学术前沿

刘国光：关于社会主义初级阶段基本经济制度的若干问题

洪银兴：发展马克思主义政治经济学的几个问题

叶险明：“世界历史性个人”与“人的自由而全面的发展”

张一兵：诱惑：表面深渊中的后现代意识形态布展——鲍德里亚《论诱惑》的构境论解读

胡潇：马克思恩格斯关于意识形态的多视角解释

仰海峰：历史唯物主义的双重逻辑

热点聚焦

陶德麟：关于马克思主义大众化问题

张宇：正确认识国有经济在社会主义市场经济中的地位和

作用

陆学艺：当代中国社会结构变动中的社会建设

孙春晨：现阶段中国社会三大文化思潮批判

季正矩 彭晓：当前党内选举制度存在的主要问题及对策

学术争鸣

侯惠勤：马克思主义方法论四大基本命题辨析

卫兴华：关于误解错解马克思主义经济理论的几个问题

张奎良：关于唯物史观与历史唯物主义的概念辨析

王晓升：“经济基础决定上层建筑”的普适性辨析

<<中国马克思主义研究前沿>>

研究综述

张亮：20世纪60年代初至80年代初英国马克思主义的
发展历程

李佃来：美国马克思主义的流派及其理论进展

后记

章节摘录

版权页：在社会主义市场经济条件下，文化产品既有教育人民、引导社会的意识形态属性，也有通过市场交换获取经济利益、实现再生产的商品属性、产业属性、经济属性。

在“两种属性”中，意识形态属性是文化产品的特殊性，商品、产业、经济属性是文化产品的普遍性。

不能因为文化产品具有商品的一般属性，就忽视其意识形态的特殊属性；也不能因为文化产品具有意识形态的特殊属性，就排斥其商品的一般属性，而是要把两者统一起来。

正确把握“两种属性”的关系，要求我们必须正确认识和处理“两个效益”即社会效益与经济效益的关系。

不论是公益性文化事业，还是经营性文化产业，都要突出以文化人为本的功能。

每个国家、每个民族、每个人都要有精神支撑，因此要充分发挥文化陶冶情操、凝聚力量、提振信心、鼓舞士气的重要功能。

公益性文化事业、经营性文化产业，只是文化形式的差别、载体的不同，而承载的精神即文化的灵魂应是一致的，那就是必须以传播社会主义先进文化为己任。

因此，文化建设必须坚持社会主义先进文化前进方向，把社会效益摆在首位。

发展公益性文化事业，就是要追求社会效益的最大化，不搞产业化，但也要在内部引入激励机制，改善服务。

发展经营性文化产业，就是要在把社会效益放在首位的前提下，努力实现社会效益与经济效益的有机统一，当经济效益同社会效益发生冲突时，经济效益要服从社会效益。

在社会主义市场经济条件下，检验经营性文化产业产品和服务“两个效益”相统一的一个重要标准，就是人民群众喜欢不喜欢、是否愿意花钱购买和消费。

购买优秀文化产品的人越多，受教育的面就越大，经济效益越好，社会效益也就越广泛。

从这个意义上说，没有经济效益，社会效益也是空的。

但如果文化产品不讲社会效益，不符合人民群众健康有益的文化需求，在某些方面管理疏漏的情况下，即使暂时会谋些蝇头小利，但终会被边缘化直至被逐出市场，经济效益也无从谈起。

因此，实现社会效益与经济效益相辅相成、相互促进、有机统一，是经营性文化产业可持续发展的重要条件。

<<中国马克思主义研究前沿>>

编辑推荐

《中国马克思主义研究前沿(2010年卷)》是中国社会科学出版社出版。

<<中国马克思主义研究前沿>>

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>