

<<创意劳动论>>

图书基本信息

书名：<<创意劳动论>>

13位ISBN编号：9787509738115

10位ISBN编号：7509738113

出版时间：2012-10

出版时间：李喆 社会科学文献出版社 (2012-10出版)

作者：李喆

页数：356

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>

<<创意劳动论>>

内容概要

《创意劳动论》视角独特，从创意产业、创意经济出发，以马克思的劳动论和劳动价值论的基本理论观点为基础，构建了一个创意劳动理论体系，具有重要的理论意义和现实意义。

《创意劳动论》构建的创意劳动理论体系是对马克思经济学的创新，从创意、创意劳动的概念及劳动二重性、创意劳动的圈层结构、创意劳动的生产劳动属性等角度，思考马克思劳动论和劳动价值论在当代现实中拓展的途径和发展方向，因而也将马克思的劳动论和劳动价值论的研究推向了崭新的领域。

《创意劳动论》在运用马克思经济学原理解决前沿性的现实问题方面具有一定的贡献，同时，本书也是中国博士后科学基金项目（2011M501459）“创意劳动的价值决定与分配问题研究”的最终研究成果。

<<创意劳动论>>

作者简介

李喆，女，山东济南人，经济学博士。

西北大学经济管理学院应用经济学博士后科研流动站在站科研人员。

在核心期刊上共发表学术文章10篇，参与编写著作3本；参与国家哲学社会科学基金项目2项，省部级软科学项目2项；主持中国博士后科学基金项目1项。

研究方向为理论经济学、城市经济学以及经济发展理论。

<<创意劳动论>>

书籍目录

第一章 绪论1 第一节 研究背景及研究意义1 第二节 相关问题的研究现状及本书的研究起点10 第三节 本书的结构及主要内容29 劳动篇第二章 创意劳动的概念及成立性论证35 第一节 创意劳动的概念界定及其内涵阐释35 第二节 创意劳动在马克思理论体系中的存在逻辑62第三章 创意劳动的圈层结构73 第一节 创意产业类型与结构划分的研究现状73 第二节 创意劳动的圈层结构划分76第四章 创造商品的创意劳动二重性99 第一节 作为具体劳动的创意劳动与体验型使用价值99 第二节 创意劳动的抽象劳动属性与价值创造112第五章 创意劳动的生产劳动问题122 第一节 生产劳动特殊在不同经济关系中的不同标准122 第二节 商品性创意劳动的生产劳动研究127 第三节 非商品性创意劳动的生产劳动界定145 价值篇第六章 当代新价值论争论中的价值本质问题151 第一节 对价值本体论的认识151 第二节 对价值存在问题的认识157 第三节 对价值问题研究起点的认识159 第四节 对劳动在价值创造中的作用的认识161 第五节 当代新价值论对创意劳动产品价值决定研究的启示163第七章 商品性创意劳动产品的价值决定——基于著作权和专利权创意劳动产品的价值决定模式167 第一节 研究背景及基本假设167 第二节 两种形态创意劳动产品的价值决定191 第三节 纵向整合中的创意劳动产品价值决定209 第四节 公共性创意劳动产品的“价值决定”217第八章 商品性创意劳动产品的价值决定——基于商业秘密保护的价值决定模式222 第一节 商业秘密保护创意劳动产品的原因及背景222 第二节 商品性创意劳动产品价值决定的制度背景——商业秘密224 第三节 商业秘密对创意劳动产品价值决定的作用机理233 第四节 法律意义上商业秘密的保护与惩罚机制的价值决定模式247第九章 创意劳动产品的价值构成254 第一节 研究前提254 第二节 纵向整合中的创意劳动产品价值构成258 第三节 未实现纵向整合的创意劳动产品价值构成276 分配与消费篇第十章 创意劳动产品分配方式289 第一节 马克思的分配思想289 第二节 按创分配的研究现状及存在的缺陷292 第三节 创意劳动产品的分配方式296 第四节 现实中存在的问题及其原因分析306第十一章 创意劳动产品的消费问题312 第一节 创意劳动产品消费的实质312 第二节 创意劳动产品消费与生产的内在逻辑315 第三节 创意劳动产品消费的马克思主义诠释322 第四节 实现创意劳动产品消费健康发展的途径327结论与展望329附录一 国家统计局2004年制定的《文化及相关产业分类》337附录二 北京市统计局2006年制定的《北京市文化创意产业分类标准》346后记355

<<创意劳动论>>

章节摘录

第三，创意劳动是一种以创造性思维活动为主导的脑力劳动。

创造性思维中的“思”，指的是人们在实践之中，通过分析、综合、判断、推理的方式认识事物、解决问题的轨迹。

创造性思维中的“维”是指思考的维度和视野，即思维的广度和深度。

思维的广度指的是在进行发散式思维时，针对有关创意劳动对象的所有方面进行全方位、不设学科限制的、广泛的发散式思维。

思维的深度指的是在进行创意劳动的过程中，抓住创意劳动对象的核心和关键部分进行由表及里、由外及内、层层递进、层层深入的思考，从而掌握创意劳动对象的本质和内在规律。

创意劳动思维的深度直接决定着创意劳动产品能否直达产品功能的本质，能否以最有效率的方式传达到消费者或者使用者的内心。

所谓创造性思维顾名思义就是超越常规，跳脱出程式化、惯性化、线性化和惰性化思维方式的超越型信息处理方式。

创造性思维的运用是创意劳动区别于其他劳动类型的核心要素。

出现在知识经济社会中的新劳动形态例如信息劳动、知识劳动、管理劳动等，从它们的信息处理方式上来看，不外乎数学、逻辑分析、计算机仿真等信息处理方式。

而创造性思维则是一种人类大脑特有的超越传统信息处理方式的超越型信息处理方式。

目前，人们总结出来的有关创意思维方式，主要包括抽象思维、收敛思维、联想思维、形象思维、直觉思维、换元思维、对立思维、放射性思维、多向性思维、发散思维和逆向思维等多种思维方式。

创意的产生不仅通过其中任意一种思维方式就能够实现，而且在通常情况下，创意的产生是各种思维方式相互搭配、相互作用而产生的。

这也是创意劳动被称为以超越型思维方式为主的脑力劳动的关键原因。

.....

<<创意劳动论>>

编辑推荐

李喆编著的《创意劳动论》视角独特，从创意产业、创意经济出发，以马克思的劳动论和劳动价值论的基本理论观点为基础，构建了一个创意劳动理论体系，具有重要的理论意义和现实意义。本书构建的创意劳动理论体系是对马克思经济学的创新，从创意、创意劳动的概念及劳动二重性、创意劳动的圈层结构、创意劳动的生产劳动属性等角度，思考马克思劳动论和劳动价值论在当代现实中拓展的途径和发展方向，因而也将对马克思的劳动论和劳动价值论的研究推向了崭新的领域。

<<创意劳动论>>

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>